

デジタル市場における競争政策に関する研究会 報告書

「アルゴリズム/AIと競争政策」 (概要)

- アルゴリズム/AIはイノベーションのプロセスの鍵となる技術であり、デジタル市場の競争政策の適切な推進のため、アルゴリズム/AIがもたらす事業活動等の変容の理解が重要。
- 本報告書は、アルゴリズム/AIと競争政策について我が国で初めて横断的な検討を行った結果を取りまとめ。公正取引委員会が、アルゴリズム/AIがもたらす競争環境の変化を理解した上で、アルゴリズム/AIに関連する競争上のリスクに適切に対処できるようにすることが主な目的。

1 アルゴリズム/AIと協調的行為

- 価格設定・価格調査アルゴリズムは、その利用の態様によっては協調的な価格設定につながり得る。アルゴリズムを利用した協調的行為には、競争事業者間の「意思の連絡」が明らかではない場合がある等の特徴がある。
- 監視型、並行利用、シグナリング及び自己学習という各類型に分けて検討。⇒独占禁止法により対応可能な場合が多い。

2 ランキング操作

- ランキングを用いるサービスが重要な販路を提供する場合、そのランキングの順位が、競争上重要な要素となる。
- ランキングに関連し競争が制限され得る場合を整理
例：市場で有力なランキング運営事業者が、ランキングを恣意的に操作し、自社の商品等を上位に表示して有利に扱う等により、競合する利用事業者と消費者の間の取引を妨害する場合
- アルゴリズムの動作検証の方法を検討

3 パーソナライゼーション

- デジタル市場では、膨大なデータを収集し、アルゴリズム/AIで分析することで、精緻なパーソナライゼーションが可能。
- パーソナライゼーションの一例であるパーソナライズド・プライシング（消費者個人の特徴等に基づく価格差別）について、競争政策上の対応を検討。
例：パーソナライゼーションの手法を用いて、競争事業者の顧客のみ低い価格を示し、競争事業者を排除すれば問題となる場合がある。

4 アルゴリズム/AIと競争力

- アルゴリズムやAIの競争力を支え得る要因を①データ、②AIを支える技術階層の観点から整理。

5 デジタルプラットフォームとアルゴリズム/AIの課題

- デジタルプラットフォームは、①多面市場とネットワーク効果、②低い限界費用と規模の経済性という特徴から、本研究会で議論した一部の問題が顕在化しやすい構造。

今後の方向性

アルゴリズム/AIと競争政策の論点等について

- 本報告書を出発点として、国内外の関係当局やデジタル分野等の専門家の議論が更に深まることを期待。
- 公正取引委員会による、アルゴリズム/AIに関連する独占禁止法上・競争政策上の問題への積極的な対処に期待。そのために、外部専門家との積極的な連携・内部職員の育成によるアルゴリズム/AIに関する専門的な知見の収集・蓄積が必要。また、国際的な議論への継続的な参画や諸外国の競争当局との積極的な連携が望まれる。