

（「○」は会員の発言、「→」は公正取引委員会の応答）

議題前の紹介① Google LLC らによる独占禁止法違反被疑行為に関する審査の開始及び第三者からの情報・意見の募集について

- 今回審査を開始した検索アプリに限らず、いわゆる巨大 IT 企業が行っているデジタル分野のビジネスの実態の解明は、なかなか難しいものと考えている。そのため、巨大 IT 企業が行っているビジネスについて知見のある人材を積極的に集めたり、独占禁止法第 40 条に基づく調査権限をうまく活用したりする等して審査を積極的に行うことで、デジタル化時代における寡占の弊害が生じていないか、しっかりと点検していただくことを期待している。
- デジタル分野、特に巨大 IT 企業に対してどのように対処していくかは、非常に重要な課題であると認識している。御指摘のとおり、適切な人材の登用や調査権限の活用も検討しつつ、適切に対応してまいりたい。

議題前の紹介② ICN・世界銀行共催「競争アドボカシーコンテスト」での優勝及び「グリーン社会の実現に向けた事業者等の活動に関する独占禁止法上の考え方」の改定の検討について

- ICN・世界銀行共催「競争アドボカシーコンテスト」での優勝について、日本での実績が非常に高く評価されたことはすばらしい。対外的に積極的に発信していくべきである。
- 過去にも公正取引委員会は「競争アドボカシーコンテスト」で賞を受けたことがあるが、今後も積極的にこうした取組を対外的に発信してまいりたい。
- ガイドラインの改定の検討について、非常に迅速な対応に感謝申し上げる。今後も企業からの相談やヒアリングで示された課題を踏まえて、見直しの内容を検討いただきたい。また、設備の共同廃棄等の企業間の協力に関する方針や事例について、より具体的にガイドラインに明記いただきたい。
- 経済界の意見や個別の相談の中で得られた知見等も踏まえ、考え方を更に明らかにしていく形でガイドラインを見直してまいりたい。

1 公正取引委員会の EBPM に関する取組

- ・ 公正取引委員会の EBPM に関する取組（概要）
- ・ 排除措置命令における再発防止策に関する効果検証報告書

- 今回の報告書によれば、中小企業の約 6 割が独占禁止法違反行為の再発防止のための研修を自発的に実施しているとのことであり、この点について中小企業の事業者団体の役割が重要であるとの指摘と受け止めた。

○ 今回の報告書において、独占禁止法違反行為の再発防止のためには経営トップの関与が非常に大切だと感じた。経営トップが決断をしていかないと、社員に対する教育を始めとした再発防止策がなかなか実行されないと思う。

→ 中小企業によっては法務部門が無い組織もあるところ、事業者団体等と連携しつつ、経営者や従業員に対する広報・周知に努めてまいりたい。

○ 「学校制服の取引実態に関する事後検証報告書」において、公正取引委員会が行ったアドボカシー活動とエンフォースメント活動の効果が検証されているが、両者の間で効果において何か有意な差が生じているのか。

→ エンフォースメントはピンポイントで目的を達成することに適している一方、アドボカシーは対象範囲を面的に広げて行うことができる。それぞれのメリット・デメリットを踏まえ、事案に適した方法で効果を達成することが重要だと認識している。

平成 29 年に公表した全国の公立中学校における制服の取引実態調査のアドボカシーによって全国平均の制服の価格が相対的に下落したこと、その後エンフォースメントの対象になった愛知県豊田市における制服価格は全国における価格よりも下落傾向にあったことが今回検証された。このことから、まずアドボカシーが効果を発揮し、それに上乗せしてエンフォースメントの効果があったことが確認できたと考えている。

○ 10 事業のみが行政事業レビューの対象になっているが、広く全てのことにチェック機能が働くことが理想であると思う。対象を選定する基準はあるのか。また、こうした取組は大学や他の研究機関が行っているセルフモニタリングに関連すると思うが、連携等はあるのか。

→ 公正取引委員会の主な施策は、この 10 事業でほぼ網羅されている。さらに、各施策を数年チームで評価をする政策評価の枠組みによって補完しており、当委員会のパフォーマンスについて全体的にレビューできていると考える。外部との連携等については、例えば本日説明した「学校制服の取引実態に関する事後検証報告書」及び「排除措置命令における再発防止策に関する効果検証報告書」でも外部の知見を活用しているところ、今後とも外部のリソースも活かしつつ、有効な EBPM を目指してまいりたい。

○ 審査における経済分析についての予見性・透明性の向上についても是非取り組んでいただきたい。

→ 経済分析のデータの共有も含めて手続の予見性・透明性の向上は重要な課題であると認識しており、引き続き取り組んでまいりたい。

2 ニュースコンテンツ配信分野に関する実態調査

○ デジタル化の進展に伴い、ニュースプラットフォームによるニュースの重要性は急速に増しており、ニュース検索表示等における公正性・透明性の確保は、事業者間取引という観点

からはもちろん、消費者の合理的な選択、更にはより広く民主主義社会の発展にとっても極めて重要と考えており、今回の調査報告書の指摘はとても貴重と考えている。

その上で、報告書で指摘された課題について、まずはメディアとプラットフォームの両当事者間の交渉を通じて課題の解消に向けた取組が進められることが望ましいとの考え方が示されているが、それによってどこまで実効性が確保されるのか。

また、これは独占禁止法上の直接の問題ではないのかもしれないが、消費者に対する公正性・透明性が確保されている事業者であるということが消費者の選択に資するような仕組みがあれば良いと思うが、何か考えがあればお聞かせいただきたい。

加えて、デジタル市場に関するルールについて、諸外国で策定が進んでいるところもあるので、諸外国の取組も参考にして引き続き検討いただきたい。

→ 1点目について、まずは当事者間の交渉を通じた課題解決が図られることが望ましいとしたのは、メディアについては不満の解消に向けた具体的な要請を行ったことがない事業者が8割程度存在したこと、一方で、プラットフォーム事業者においては具体的な要請がメディア側からあればそれに応じて検討・対応する準備があるという声も聞かれたことを踏まえたものである。他方で、アドボカシーをエンフォースメントにつなげるという観点で、具体的な独占禁止法上問題となるような行為があれば、厳正・的確に対処していくという方針も今回の報告書で打ち出している。

2点目について、公正な競争を機能させていく上でも、その前提として消費者が自主的かつ合理的に選択できるような環境がしっかり整備されているということは重要である。実態調査を通じて解明した事実関係について、事業者のみならず消費者、国民の方にもよく知っていただき、事業者のサービスを選択する際の参考にしていただきたい。

3点目について、御指摘のとおり引き続き諸外国の状況等もよく見ていながら、諸外国とも連携しつつ進めていく必要があると考えている。

○ ニュースメディア事業者が共同で対価の交渉をすることは独占禁止法に違反するおそれがある一方で、著作権管理事業者が一括して交渉することについては基本的に独占禁止法上の問題は生じないということだが、なぜそのような整理の違いが生じるのか。

→ 著作権等管理事業法という既存の法律に基づいて、著作権管理事業者が単独でプラットフォーム事業者と交渉を行うことから、基本的に同法の枠組みに基づいて実施される範囲においては、独占禁止法上の問題は生じないという考え方を整理したものである。他方で、仮に著作権管理団体を隠れみのにする形で、事業者が共同して実質的に対価を決定しているといった事実関係があれば、問題が生じてくることもあろうかと思う。

○ Yahoo!検索と Google 検索は、検索エンジンと検索連動型配信システムは同じであるものの検索結果の表示が違っていると一般的にいわれており、具体的には、Yahoo!検索では Google 検索結果にプラスで Yahoo!のサービスが表示される一方、Google 検索では所在地や直前の検索結果などユーザーに合わせてカスタマイズされた結果が表示されるといわれているが、今

回の調査で、Yahoo!の検索結果と Google の検索結果との間で有意な差が生まれなかったという点は非常に興味深い。

また、競争政策上、インターネット検索事業者は、可能な限り、検索エンジンにおいて検索結果の順位を決定するために用いられる主要な事項を開示することが望ましいとのことだが、現在でも一定程度そういった対応はなされているのではないか。他方で、検索アルゴリズムが変更された際は、改めてきちんと開示されているのか確認する必要があると考える。

→ 1点目について、今回の実態調査では、特に Yahoo!ニュースについて、ほかのメディアが運営しているウェブサイトとの関係でどれだけ優先的に表示されるのかという観点から、Yahoo!の検索結果と Google の検索結果を比較しているものであり、パーソナライズされた結果が比較的に出にくかったのかもしれない。

2点目について、現在でも検索サービスを提供している事業者において一定程度対応がなされているが、現在、政府全体でルール整備の検討をしている中でも、検索エンジンの主要事項の開示について新しい規律として導入するかどうか検討されており、メディアとの関係も含め、引き続きしっかりと対応が図られていくことが重要である。

○ 許諾料の問題を始め、報告書で取り上げられた各問題について、当事者間の話し合いによって解決しない場合には、新規に立法ないし制度立案をする必要があると考えるところ、現在政府で検討されている新法でカバーできるものなのか。

→ 現在政府で検討中の新法は、基本的にスマートフォンのモバイル・エコシステムにおける競争制限的な問題への対応に主眼を置いて検討しているため、報告書で取り上げたメディアとプラットフォーム事業者との関係については検討の俎上には上がっていない。

その上で、今回の調査を通じて把握した実態を踏まえると、当事者間で交渉していただく余地が少なからずあると考えており、まずは当事者間の交渉がどこまで進んでいくのか、公正取引委員会としても両当事者としてしっかりコミュニケーションを取りながらよく見ていきたいと考えている。

3 令和4年度における企業結合関係届出の状況及び主要な企業結合事例

○ マイクロソフトとアクティビジョン・ブリザードの事例について、日本では問題なしとされた一方、問題があると判断した国・地域もあったと認識しているが、国・地域ごとに判断の違いが生じるのはなぜか。

→ 一般論として、企業結合審査において、各国・地域における競争当局は自らの国・地域における需要者への影響に着目する。そのため、国・地域ごとの当事会社の地位や需要者の動向等が各当局の判断に反映されるものと考えている。

今回の事例では、当事会社が販売するゲームソフトの日本における人気や日本のゲーム機市場における当事会社のシェア等から、日本においては当事会社による需要者への影響力が諸外国と比較して小さかったことが、今回の判断の背景の一つであると考えている。

以上

(文責：公正取引委員会事務総局)