

デジタル・プラットフォーマーを巡る取引環境整備に関する検討会
議事要旨

- 1 日 時 平成30年11月16日（金） 15:00～17:13
- 2 場 所 公正取引委員会大会議室
- 3 出席者
委 員：泉水委員（座長）、大橋委員（副座長）、生貝委員、岡田委員、小川委員、川濱委員、須網委員、多田委員、松村委員、森委員、山本委員
ゲスト：一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム（以下「MCF」という。）
ヤフー株式会社（以下「ヤフー」という。）
楽天株式会社（以下「楽天」という。）
事務局：経済産業省 経済産業政策局 風木審議官、北村競争環境整備室長
経済産業省 商務情報政策局 松田情報経済課長
公正取引委員会 経済取引局 藤井総務課長
総務省 情報流通行政局 今川情報通信政策課長、飯倉情報通信政策課調査官
オブザーバー：個人情報保護委員会 事務局 佐脇参事官
内閣官房 日本経済再生総合事務局 佐野参事官

4 議事次第

- （1）デジタル・プラットフォーマー等からのヒアリング
 - ア MCF
 - イ ヤフー
 - ウ 楽天
- （2）自由討議

5 議事概要

デジタル・プラットフォーマー等からのヒアリング及び自由討議の主なやりとりは以下のとおり。

- （1）デジタル・プラットフォーマー等からのヒアリング
 - ア MCFからのヒアリング
MCFから、資料1に基づき報告があり、その後に質疑応答を行った。
○ 資料1の5頁目の2ポツ目に関して、垂直統合による競争環境について言及されていたが、その点をもう少し敷衍してほしい。
→（MCF）例えば、スマートフォンに関するサービスについて、OS事業

者自身が提供する場合はアプリ内課金に30%の手数料が掛からないのに対し、配信事業者が提供する場合は30%の手数料が掛かるという大きなデメリットがあり、配信事業者は狭い利幅の中で競争しなければならない状況にあるということが挙げられる。

○ 資料1の4頁目に「バランスが取れた共同規制」とあるが、規制が上手く機能するためにはどのような仕組みにする必要があると考えるか。

→(MCF) 政府の規制は、強制力を伴うためエンフォースメントが働くという良さがある一方で、時代の流れの速さに対応するのは難しい。そこで、民間事業者同士の交渉が必要だと思う。もっとも、民間事業者同士の交渉になると、構造上、一方が他方に対して強いという立場の不平等の問題がある。それゆえ、法制度によって、民間の動きに対するインセンティブを確保しつつ、エンフォースメントを働かせることが良いと考える。

○ 民間団体の枠組みにグローバルなデジタル・プラットフォーマーの参加を促していくためには、どのような取組が可能だろうか。

→(MCF) グローバルなデジタル・プラットフォーマーと交渉していくうえでは、インティマシーではなくインテグリティの関係になるので、内部化されていた規範を法規制等によって外部化していく必要があると考える。

また、現在日本にはグローバルなデジタル・プラットフォーマーと議論する場が存在せず、今後、彼らと交渉を行えるような定期的に協議できる場や標準化団体のようなものが必要である。

イ ヤフーからのヒアリング

ヤフーから、資料2に基づき報告があり、その後に質疑応答を行った。

○ EUの新レギュレーション案では、デジタル・プラットフォーマーに対し、取引先事業者とのトラブルについて内部紛争処理制度の構築を義務付けようとしている。取引先事業者との関係におけるトラブルへの対応については、何か取組は行っているか。

→(ヤフー) 基本的にはストアの自由を尊重しているため、弊社に関しては、報道されているようなストアとの問題について、声はあまり寄せられてはいないと自負している。当然、個別で何か問題があれば、面談等で対応しているが、少なくとも複数の店舗から特定の問題について声が寄せられているようなことはない。

○ Yahoo! ショッピングにおいて、どのような場合に、出店・出品が制限されるのか。

→(ヤフー) 例えば、法で禁じられている商品や、法で明確に禁止されていなくとも公序良俗に反するような商品については、出品の禁止をすること

がある。これまで問題なかった商品について、新たに出品を制限する場合には、ストアに対してきちんと説明をしており、大きなトラブルとなったことはない

○ Yahoo!ショッピングでは、「おすすめ順」の表示順位を決定する考慮要素が公表されているが、これはEUでの動きを受けた対応か。

→（ヤフー）「おすすめ順」の表示順位がどう決まるのか分かりにくいとの申し出を踏まえて公表することにしたものであり、EUでの動きを受けたわけではない。

○ 「おすすめ順」は、ユーザーの購買履歴とストアが支払う販売促進費の設定率に基づいて決定されるとのことであるところ、両要素のバランスは非常に難しいところだと思うが、その調整は実際どのように行っているのか。

→（ヤフー）ストアが販売促進費を払っているというだけで順位を上を持ってくると、消費者の嗜好と合わず、商品が売れなくなってしまう、それは消費者にとっても出品者にとっても良くない。正解のない問題だが、今後も不断に検討していきたいと考えている。

○ 資料2の14頁目「中間論点整理案ほかに対する意見」の⑥において海外企業とのイコールフットィングについて言及されているが、具体的にどのような問題意識があるか教えてほしい。

→（ヤフー）何か特定の法律に限定して述べているわけでない。共同規制であろうが、ハードローであろうが、実際にどのように適用・執行していくのが重要である。

○ 同頁の⑤（データポータビリティの方針は、今後国内の既存産業（企業）がデータを利活用する際など、国の成長戦略全体に影響があり得ることを意識すべきではないか）について、問題意識を伺いたい。

→（ヤフー）今後、IT企業のみならず自動車産業や製造業等のあらゆる産業においても、企業が独自に持つデータが重視されていくものと想像される中、あまりにデータの移転が自由になり過ぎることに対して懸念もある。

ウ 楽天からのヒアリング

楽天から、資料3に基づき報告があり、その後に質疑応答を行った。

○ 資料3の9頁で、楽天から出店者に対するデータ提供について記載されているところEUの新レギュレーション案を巡る議論の中では、出店者のデータがその競合相手へのコンサルテーションに使われることに対する懸念についても議論されている。この点に関する議論や取組はあるか。

→（楽天）特段の自主規制はない。

○ 資料3の13頁で述べられているMouなど、EUにおける楽天の取組

や議論について教えてもらいたい。

→ (楽天) EUでは、Rakuten Franceを含むマーケットプレイス事業者とブランドとがMoUを結び、偽造品のデータを集約し、欧州委員会にレポートを出している。EUの新レギュレーション案については、透明性の確保を原則として掲げたが、弊社としては、プラクティカルであり、やむを得ない方向性だと考えている。

○ EUの新レギュレーション案に関して、懸念している点はあるか。

→ (楽天) パラメーターの開示義務の範囲を主要要素に留めたのは、現実的だと思う。あまりに精緻なパラメーターの開示義務を課すと、ある種のゲームが繰り広げられるおそれがある。団体訴訟については、弊社としてはそれほど懸念していない。ただ、OSも規制対象にしようという動きもあるようで、動向を注視したい。

○ 資料3の14頁から15頁において、国境を越えた競争が激化しているとか、国際的な競争圧力があるといった記載があるが、具体的にどういうことか。何をもって内外無差別的な規制が必要であると考えているのか。

→ (楽天) 例えば住宅宿泊事業法施行前の民泊など、国内で事業に対する様々な規制があり、日本の事業者がサービスを遂行できないという問題があり得る。他方、国内の事業者にかかる制約と国外の事業者にかかる制約とが同一でなく、競争条件が同一でないという問題もあり得る。

○ 資料3の4頁や6頁の説明で言及されている出店者に対する違反点数制度において、出店者側も違反点数を把握できるのか。

→ (楽天) 出店者向けガイドラインにおいて、各違反行為の点数や、何点を超えると違約金が発生したりランキングの上位に出てこなくなったりするのかなどについて定めている。

(2) 自由討議

○ 本日のヒアリングでは、データポータビリティに関し、国の成長戦略への影響の観点やイノベーションへの影響の観点からの御意見があった。これに対し、EUでは、データポータビリティは基本権すなわち情報自己決定権の文脈で捉えるのが基本であり、その機能において競争法的な面も有しているものといえる。日本で今後議論するに当たっては、ある種の基本権的な考え方で議論することも必要ではないか。

また、アルゴリズムのパラメーターの開示をどこまで求めるべきかについて、詳細な開示は好ましくないとの御意見はそのとおりだが、他方である程度の開示を義務付けることは、透明性確保の観点から事業者にとっても消費者にとっても必要だと思う。

○ データポータビリティについては、個人の権利という理解の下で導入を進

めるべきであると思う一方で、ここにも一国二制度の問題は存在しており、仮に、グレーゾーンの面白いサービスを海外の事業者は提供できるが、日本の事業者は提供できないといったような環境がある中で、データポータビリティを認めると、海外の事業者にユーザーを取られてしまうだけではないかという懸念はよく分かる。そのため、データポータビリティを導入すると同時にイコルフットイングも進める必要があると思う。

- NDAで縛られているほか、デジタル・プラットフォーマーの支配力が絶対的であるなど、声を上げられない利用者もいるため、独占禁止法40条を活用した調査をすることは重要である。
- EUでも、データポータビリティとは、様々な法律・目的で重層的に導入されている概念の総称である。例えば、決済分野における新サービスの創出を意図したPSD2（改正決済サービス指令）や、消費者法典の一部としてデータポータビリティを定めるフランスのデジタル共和国法、非個人データのEU域内自由流通枠組規則案などもある。このように、データポータビリティについては、複層的制度として捉える必要があり、必ずしも基本権としての側面を持つわけではない制度の在り方も考える必要があると思う。
- データポータビリティは、産業政策その他の政策的考慮から、個別分野ごとのデータの特性に応じて考える必要がある。ただ、データポータビリティのコアな部分には基本権的発想があることは確かであるため、そこは十分に意識すべきである。競争政策としてみると広い波及効果がある。もちろんインセンティブ低下の問題は考慮しなければならないが、金融分野でのAPI開放の議論の際は、インセンティブ低下のデメリットよりも利便性の向上のメリットの方が大きいと判断されたのではないか。

以上

（速報のため事後修正の可能性あり。）