

海外競争当局等におけるEコマースに関連する検討

1. Vertical Restraints for On-line Sales (OECD 2013)

(1) 背景

- ・ OECDの競争委員会本会議において、オンラインセールスにおける垂直的制限が議題となり、Eコマースに関連する主な垂直的制限行為（APPA等）について議論が行われた。

(2) 概要

- ・ オンラインセールスにおける垂直的制限については、従来の経済学的考え方や競争法の枠組みは依然として有効である。
- ・ APPAについては、プラットフォームの発展に必要な投資を確保するという意味で正当化し得る一方で、販売者の価格設定の自由が制約されるため十分な新規参入が行われなくなる危険がある。こうした新しい現象に対応するために更に研究を深めていく必要がある。
- ・ オンラインセールスにおける垂直的制限に関する万能の政策はなく、各国において自国で見られる取引慣行も踏まえた政策を検討していく必要がある。また、垂直的制限は、製品の特性に応じて、競争促進的に機能することもあれば、競争制限的に機能することもあるという点に留意しなければならない。

2. The Market Power of Platforms and Networks (Bundeskartellamt 2016)

(1) 背景

- ・ 競争当局の執行において、デジタル市場におけるビジネスモデルの複雑さや経済学との関連性が新たな課題となっており、インターネット分野の大企業による競争阻害について議論も起こっていた。
- ・ そこで、当局の判断の助けとなるようシンクタンクが設立され、最初の研究結果として、デジタルプラットフォーム分野における市場画定と市場支配力の評価に重点を置いたワーキングペーパーが公表された。

(2) 概要

- ・ インターネットでは何でも無料で提供される文化があるため、プラットフォームの市場支配力の評価において、価格競争や価格上昇の潜在的範囲に主として焦点を当てる必要は必ずしもない。

- ・ デジタル市場における市場支配力を評価するに当たっては、市場シェアが最も重要な要素とされるべきではなく、他のより特徴的な要素も勘案して、ケース・バイ・ケースで評価する必要がある。
- ・ デジタルプラットフォームに特有な考慮要素としては、ネットワーク効果、規模の経済、single homing か multi-homing か¹、データへのアクセス²、イノベーションの可能性等を挙げている。

3. Preliminary report on e-commerce sector inquiry (European Commission 2016)

(1) 背景

- ・ 市場動向を概観し、Eコマースの成長につながる競争への潜在的障壁について証拠を収集し、取引慣行とその理論的根拠について理解するために、Eコマース関連の事業者に対する実態調査が行われた。
- ・ 当該調査はEUにおけるデジタル単一市場戦略の一環として行われ、財とサービスへのより良いアクセスを最終目標としている。また、公表された報告書は中間報告であり、パブリックコメント中である。

(2) 概要

- ・ 調査は消費財のオンライン販売とデジタルコンテンツの2分野について行われ、全加盟国の合計1,800社に調査票が送付された。
- ・ 製造業者は流通とブランド地位をコントロールするために、オンライン販売においていくつもの取引慣行を採用しており、選択的流通がより広く用いられ、製造業者が消費者に直接オンライン販売することも増えている。主な調査結果としては、価格の推奨・制限を受けた小売業者が42%、オンラインマーケットプレイスでの販売を契約で制限されている小売業者が18%といったものがある。
- ・ これらの販売制限により、消費者がEコマースにおける幅広い選択や低価格の利益を受けられなくなるおそれがあるとしている。

¹ 利用者が単一のプラットフォームを利用するか複数のプラットフォームを利用するか。差異化の程度が高く（例：プラットフォームが互いに大きく異なっている）、multi-homingの程度が高いほど、独占のリスクは低いとされる。

² 顧客・ユーザー等のデータは価値ある資産であるところ、データがデジタル製品の構成要素あるいは投入資本であれば、特定のデータに対する排除的なコントロールは競争者参入の障壁になり得る。