

第6章 競争政策に関する理論的・実証的基盤の整備

1 はじめに

いわゆる経済の高度化，ボーダーレス化等が進展する中で，公正取引委員会における競争政策上の制度設計や法執行に関し，経済学的，あるいは法学的な分析の成果を取り入れる必要性がますます高まっている。

このような中，公正取引委員会は，平成15年6月，事務総局内に「競争政策研究センター」を発足させた。同センターでは，中長期的観点から，独占禁止法の運用や競争政策の企画・立案・評価を行う上での理論的・実証的な基礎を強化するため，独占禁止法や経済学等の専門家等の参画を得て，研究活動を行うほか各種セミナー等を開催している。

2 検討会の開催

公正取引委員会は，競争政策研究センター内において，競争政策上の課題について議論を行うため，検討会委員として有識者等の参画を得て，検討会を開催している。令和2年度においては，データ市場に関して，我が国における実情等を踏まえた上で，競争政策上の諸論点や課題について研究を行うことを目的として，「データ市場に係る競争政策に関する検討会」を開催した（検討会委員等は第1表参照）。同検討会では，令和2年11月以降，8回にわたって検討が行われ，報告書が取りまとめられた（令和3年6月25日公表。詳細は後記

3 参照）。

第1表 検討会委員等（令和2年度開催）

【検討会委員】	
生貝 直人	一橋大学大学院法学研究科 准教授
板倉 陽一郎	ひかり総合法律事務所 弁護士
クロサカ タツヤ	(株)企 代表取締役
小林 慎太郎	(株)野村総合研究所 ICTメディアコンサルティング部パブリックポリシーグループマネージャー ／上級コンサルタント
伊永 大輔	東京都立大学大学院法学政治学研究科 教授
【座長】松島 法明	大阪大学社会経済研究所 教授（競争政策研究センター所長）
森川 博之	東京大学大学院工学系研究科 教授
渡辺 安虎	東京大学大学院経済学研究科 教授 東京大学エコノミックコンサルティング(株) 取締役
【事務局】	
公正取引委員会競争政策研究センター事務局	

（注）検討会委員の役職は令和3年5月24日時点のものである。

3 「データ市場に係る競争政策に関する検討会」報告書

(1) はじめに

近年、データ（注1）は、「21世紀の石油」などと呼ばれ、デジタル時代における競争力の源泉であるとの認識が広がりつつある。このような中で、変化の激しいデジタル時代の競争の場は、いわゆるオンライン・プラットフォーム型の事業者が検索やSNS等のサービスを提供する「サイバー空間」から、今や「第2幕」に移りつつあり、サイバー空間で解析したデータを活用して、自動運転、医療・介護、農業等、フィジカル（現実）空間のビジネスの高度化を図る、「サイバーとフィジカルの融合」を競う場に移行するとの見方がなされている。

世界においては、欧州委員会がデータの重要性に着目した新たな戦略として「欧州データ戦略」を公表するなど、急速に変化するデジタル時代における競争を念頭に置いて、安全かつ高品質・大量のデータに容易にアクセスできるような場（データスペース）を創出するための取組が進められている。また、我が国政府においても、令和2年10月から、21世紀のデジタル国家にふさわしいデータ活用基盤の構築に向けたデータ戦略を策定するための検討を「データ戦略タスクフォース」において進め、令和3年6月に包括的データ戦略を策定したところである。

こうした状況を踏まえ、競争政策の観点からも、データを活用した事業における競争をより活発にし、イノベーションを推進する方策の検討を進めていくことは、デジタル時代における日本経済の発展を目指す上で大きな意義を有するものと考えられる。

このような認識の下、競争政策研究センターは、有識者の知見に基づき、我が国におけるデータ市場の実情等を踏まえた上で、競争政策上の諸論点や課題について研究を行うことを目的として、「データ市場に係る競争政策に関する検討会」（以下「本検討会」という。）を開催してきた。

本報告書は、計8回にわたり本検討会の会合を開催し、主にデータの利活用やそのための仕組みの構築等を検討するに当たり、競争政策の観点からどのようなことが望まれるかという点について検討を行った結果を取りまとめたものである。

（注1）本報告書では、「データ」とは、客観的な事実を数値や文字、図形、画像、音声等で表したものとす。データは通常、機械的な処理が可能であると考えられる。

(2) データ市場について

ア 市場の概観

⑦ データ利活用の現状

これまでは、主にデジタル・プラットフォーム事業者（注2）等が、検索サービスやSNS（Social Networking Service）、メールサービス、eコマース等、利便性の高いサービスをオンライン上で個人に提供し、サービスを利用する個人に係るデータを収集して、これをオンライン上の検索連動型広告等に活用するなどといったデータの利活用がみられた。近年では、スマートフォンの普及やセンサー技術、IoT機器の発展により、フィジカル（現実）空間のデータ、いわゆるリアルデータを、従

来のようなサイバー（仮想）空間だけでなく、フィジカル（現実）空間のビジネスにも活用する動きが広まっている。例えば、農業、海運、医療、放送、電力、モビリティ等の分野においては、様々なデータを共有の基盤に集積し、様々な事業者が当該データを新たなビジネス等のために利活用するなど、データから新たな価値を生み出す取組がなされている。さらに、工場やプラントの機械等から生成されるデータについても、データの提供者（売り手）とデータの利用者（買い手）をマッチングさせ、取引を成立させる場を提供するデータ取引市場や、個人から委託を受けて個人のデータを管理し、当該データを利用する事業者に提供した際には、その対価として、当該個人に何らかの便益を提供する情報銀行と呼ばれる取組も始まっている。

このように近年、データ取引市場、情報銀行、特定分野におけるデータを集積するプラットフォーム（データ共有基盤）といった仲介者を介したデータの取引という新たな形でデータの流通・利活用が現れ始めており、これらの事業には、データの生成者、提供者、利用者、政府、団体等、様々な利害関係者が参加する場合も多い。このような状況も踏まえ、本報告書においては、「データ市場」を、データの生成から利用に至るまでのプロセス（後記第1図参照）の各段階において行われる様々なデータに関わる取引の場だけではなく、最終的にデータを活用した商品・サービスがエンドユーザーに提供される場も含めたデータ流通の場と広く解した上で、競争政策上の諸論点や課題について考え方を整理した。

（注2）本報告書において、「デジタル・プラットフォーム」とは、情報通信技術やデータを活用して第三者にオンラインのサービスの「場」を提供し、そこに異なる複数の利用者層が存在する多面市場を形成し、いわゆる間接ネットワーク効果（多面市場において、一方の市場におけるサービスにおいて利用が増えれば増えるほど、他方の市場におけるサービスの効用が高まる効果）が働くという特徴を有するものをいう。また、「デジタル・プラットフォーム事業者」とは、オンライン・ショッピング・モール、インターネット・オークション、オンライン・フリーマーケット、アプリケーション・マーケット、検索サービス、SNS等で、前記の特徴を有するデジタル・プラットフォームを提供する事業者をいう。（「デジタル・プラットフォーム事業者と個人情報等を提供する消費者との取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（令和元年12月17日公正取引委員会））

④ データ利活用の形態

データが生成されてから利用されるまでには、一般的に第1図のようなプロセスを経る。

第1図 デジタルデータの生成から利用までのプロセス

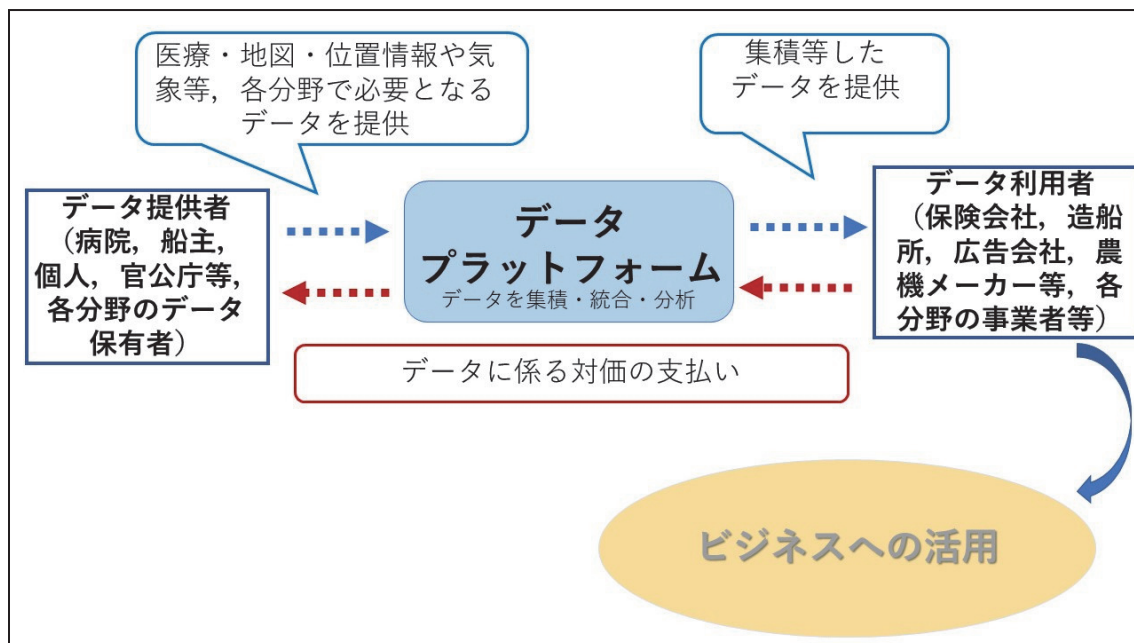


（出典）総務省「令和元年版 情報通信白書」図表 2-1-1-1 を参考に検討会事務局作成

そして、個人や事業者のデータを利活用する形態としては、データの収集から、蓄積・加工・分析して、その上でデータを活用した商品・サービスを提供することまでを1事業者単体で行っている場合がある（注3）。他方、様々な種類のデータの収集等を単独で行うことは難しい場合もあるため、データの収集・分析等を行うプラットフォームや、データの取引を行うための取引市場等の仕組みを構築して、データを調達し利活用につなげている場合がみられる。このようなプラットフォームや取引市場等においてデータの取引を集約することにより、個別に取引を行うよりも、データの提供者及び利用者双方における取引費用が抑えられるとともに、全体としてみると、プラットフォームにおける一方の側におけるユーザーが増えれば増えるほど、もう一方の側におけるユーザーの便益が高まるという間接ネットワーク効果から、データ流通は活発になると考えられる。以上のようなプラットフォームや取引市場を含め、データ利活用に係る仕組みをいくつか例として図示すると、おおむね以下のようになる。

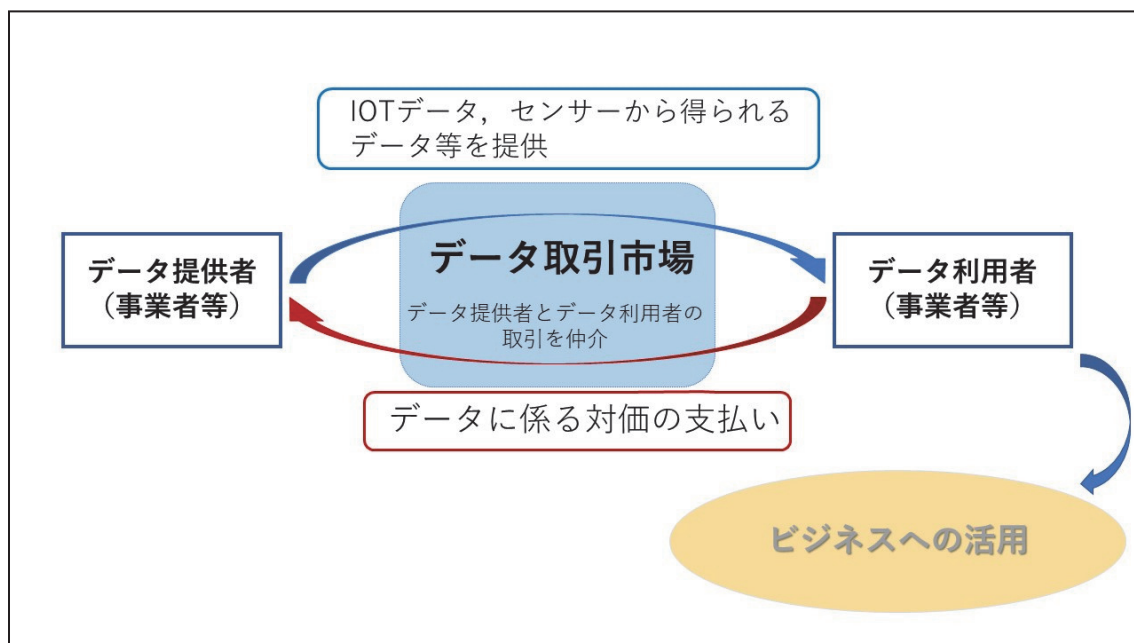
（注3）例えば、IoTの分野では、A社の工場内にB社がセンサーを設置し、そこから収集した製造設備等に係るデータをB社で分析した上で、B社がA社に対して、同社の設備の管理等に役立てるサービスを提供する事例がこの場合に該当する。また、デジタル・プラットフォーム事業においては、デジタル・プラットフォーム事業者がその運営する検索サービスを通じて収集したユーザーの検索履歴等に係るデータを分析し、自社のデジタル広告サービスに役立てている事例もこの場合に該当する。

第2図 データプラットフォーム



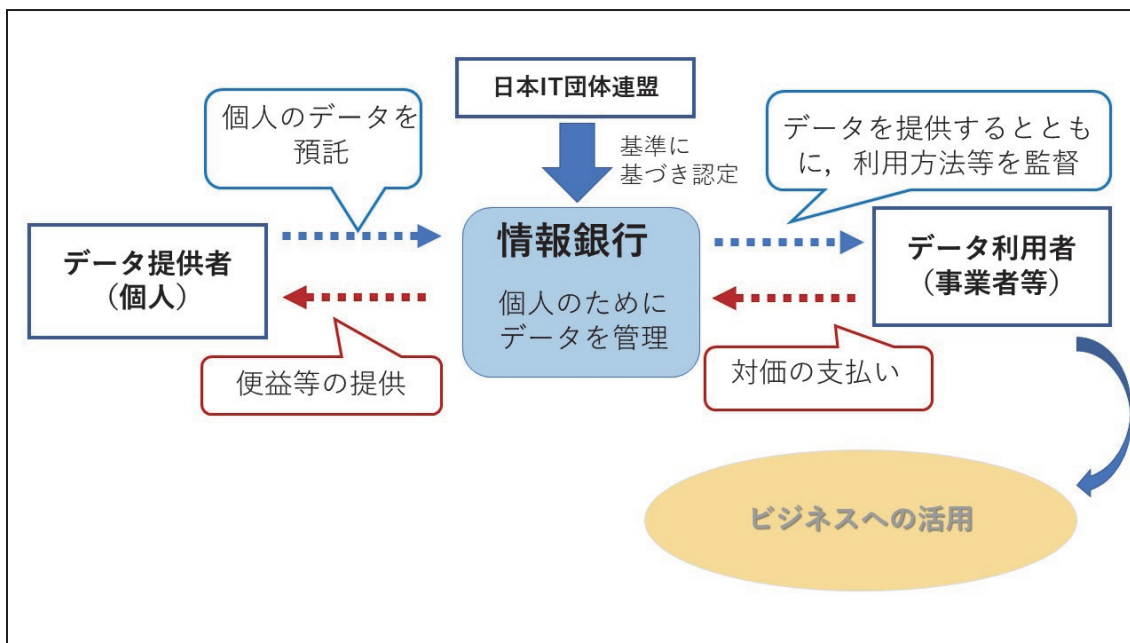
(出典) 検討会事務局作成

第3図 データ取引市場



(出典) 検討会事務局作成

第4図 情報銀行



(出典) 検討会事務局作成

㊦ データの分類

データの分類としては様々あるが、事業者の事業活動等において生じるデータを産業データ、個人に関するデータをパーソナルデータと呼ぶことがある。産業データとしては、例えば工場やプラント、船舶、車両等の機器から生成され、それらに設置されたセンサーを通じて収集されるデータがあり、パーソナルデータとしては、電子カルテ情報やテレビの視聴履歴、携帯電話等から把握される位置情報、預金口座情報、SNS等のユーザー情報等がある。

データは無体物であり、民法上の所有権等の物権の対象とならず、また、データに係る権利の帰属等について一般的なルールもない。このため、産業データの提供・利用については、知的財産権や不正競争防止法上の営業秘密として保護される場合を除き、当事者間の合意により行われる。一方、パーソナルデータの提供・利用については、当該データに個人情報保護法上の個人情報が含まれる場合には、本人の同意の取得等、個人情報保護法において要請される所要の手続を経た上で、それ以外の場合には、当該パーソナルデータを保有する事業者等が策定するポリシー等に沿って、個別に利用の有無や利用方法等について同意を取得するなどして行われる。

イ データの特性

前記アのとおり、現在、データの利活用に係る様々な取組が進められているが、データは他の財と異なる特性を有しているといえる。この点については、過去に競争政策研究センターにおいて開催した検討会の報告書において言及されており、本検討会にお

いても追加的な言及があった。

⑦ 過去の検討会報告書における指摘

「データと競争政策に関する検討会報告書」（平成 29 年 6 月 6 日公正取引委員会競争政策研究センター。以下「データ検討会報告書」という。）及び「業務提携に関する検討会報告書」（令和元年 7 月 10 日公正取引委員会競争政策研究センター。以下「業務提携検討会報告書」という。）においては、データについての様々な特性が指摘されているところ、競争政策の観点から、データ市場における競争をより活発にするための検討を行う上では、特に以下の点が重要と考えられる。

〔データ検討会報告書〕

- 複製が技術的に容易
- 一般的には排他的な占有を観念できない
- 一定種類のデータが一定量確保されてはじめて有意意味な知識を得ることが可能となる場合がある
- 集積・解析によって、はじめてその利用価値が生じる
- 異なる種類のデータを組み合わせることによって、データの真実性の向上といった様々な相乗効果が認められる場合がある
- ネットワーク効果が発生する商品の使用から得られるデータについては、当該商品の性能向上によって、更に多くの顧客が当該商品を使用するようになる結果、「データの集積→商品の機能向上→更なるデータの集積→更なる機能の向上」というメカニズムが働く可能性がある

〔業務提携検討会報告書〕

- ネットワーク効果及び規模の経済性又は範囲の経済性によって、データの集積が持続的・増幅的に向上する可能性がある
- データの量が増えれば増えるほど、また、その範囲が広がれば広がるほど、それに要する平均費用が著しく低減する可能性がある
- データは無体物でありその帰属・所有権については、考え方はまだ確立されておらず、現状、データが知的財産権として法的に保護されている場合、契約等により、当事者間の利用に係る権利義務が取り決められている場合、事実上、データへのアクセスや利用をコントロールできる地位にある場合、を除けば他者がデータにアクセス・利用することは妨げられない

⑧ 本検討会における指摘

いわゆるビッグデータは、「volume（量）」「variety（多様性）」「velocity（速度）」により特徴付けられ、またこれらの特徴から「value（価値）」が生みだされるとして、これらを合わせて「4 V」と表現されることがあり、データの価値創出や競争力の指

標となると考えられることもある。

また、データは、公共財のように、ある消費者が利用しても他の消費者の消費可能な量が減少しないという非競合性を有するため、経済学的には可能な限り流通させた方が合理的である。

他方、複数の者が保有するデータを組み合わせて利用する場合には、データに含まれる項目や項目の名称等がデータを保有している者によって異なっているとそのまま利用することができないため、形式をそろえるなど、利用できるように加工することが必要となることが多い。

そのほか、パーソナルデータの利用がもたらす効果は置かれている状況によって異なる（文脈依存）ため、注目している市場環境や消費者のパーソナルデータ利用への態度等を考慮する必要がある。

(3) 競争政策の観点からの検討

データ市場と競争政策については、これまでも「データと競争政策に関する検討会」等において議論がなされてきたとおり、データの集積・利活用を行うデジタル・プラットフォーム事業者を含めた一部の事業者が、ネットワーク効果及び規模の経済又は範囲の経済により、更に多くのデータを集積し、市場における独占化・寡占化が進みつつあるとの指摘があり、このような事業者が、競争者の事業に不可欠であって代替的なデータの取得が困難なデータへのアクセスを競争者や顧客に認めないことにより、競争者の排除や新規参入の阻害につながるといった競争政策上の懸念がある。

産業データについては、複数の分野において、関係する事業者間でデータを共有する取組が進んでいる一方で、前記(2)のイ⑦のとおり、データの帰属・所有権については、考え方は確立されておらず、知的財産権として法的に保護されている場合等を除き、個別に事業者間で契約等によりデータに係る権利義務について明確にすることが重要となる。この場合、一方の当事会社が、取引上の優位な力関係を利用して、中小企業等のもう一方の当事会社に対して、不当に不利益を与え得ることについて留意する必要がある。また、複数の事業者間でデータを共有する際に、他の特定の事業者へのデータの提供を拒否等することは、競争者の排除や新規参入の阻害につながる場合がある。他方で、複数事業者間のデータの共有に係る取組に関しては、自社のデータが競争事業者に渡ることに対する懸念から、当該共有事業者間でデータの提供が積極的に行われないことも考えられる。

したがって、今後、産業データの利活用を促していくためには、以上のような視点も踏まえ、データの取引に係る事業者の懸念に対応した仕組み作りを行うことにより、データの流通を活発にするための環境を整備していくことが重要である。

また、パーソナルデータが取り扱われるデータ市場に係る議論を行う際には、「Competition（競争）」、「Data Protection（データ保護）」及び「Consumer Protection（消費者保護）」の3つについて別個に議論するのではなく、三位一体での議論を行い、3つのバランスを欠かないようにすることが重要である。

具体的には、これら3つに関する取組を所管する省庁等が、対応が十分になされないような領域が発生しないように連携をするとともに、3つのいずれかにおいて過剰な規制が導入され、他の2つの目的と矛盾が生じないようにする必要がある。なぜなら、これら3つについては、それぞれ対立し得る領域があり、ある1つに対する問題解決策が別の1つについて悪影響を与えることも起こり得るからである。例えば、デジタル広告市場のプラットフォームを提供する巨大デジタル・プラットフォーム事業者が、広告の効果測定を行う事業者に対して、消費者のプライバシー保護を理由に、当該事業において重要な広告配信の効果分析を行うための情報等の提供を拒否しているため、このような巨大デジタル・プラットフォーム事業者の地位が更に高まっているという指摘がある。

したがって、これら3つのバランスについて、全てを高水準で維持するのは困難なものであるが、これらのうち複数について、同時に解決することが可能な取組も存在する。例えば、データポータビリティは、消費者が自らの情報を十分にコントロールすることができるようになるという点において、データ保護につながるだけでなく、データの利活用を促し競争を促進することができる。

他方で、データ保護や消費者保護に関する高水準な規制を一律に全ての事業者に課すと、対応できるのは巨大デジタル・プラットフォーム事業者等に限られることとなり得ると考えられるところ、それが巨大デジタル・プラットフォーム事業者による寡占の更なる強化につながるとも考えられる。

そして、新型コロナウイルス感染症拡大以降のニューノーマル等の到来の中で、消費者のプライバシーに対する態度にも変化が生まれてきているところ、競争、データ保護及び消費者保護の3つが対立し得るデータ市場の構造を見極めながら、当該三位一体のフレームワークを意識して取組を進めていく必要があると考えられる。

このような前提の下、本検討会においては、データの利活用やそのための仕組み構築等を検討するに当たり、三位一体のフレームワークも踏まえつつ、競争を促進していく観点から重要なポイントは何かを中心に検討を行った。

総論としては、まず、データについては前記(2)のイのとおり様々な特性が挙げられるが、データ市場における競争を考える上では、そのうち、データの複製は技術的に容易であり、一般的には排他的な占有が観念できず、また、複数の者が利用してもその消費可能な量が減少しないという非競合性を有しているといった点が重要であると考えられる。すなわち、これらの性質からすれば、効率性の観点からはできる限りデータは流通させることが望ましいと考えられ、そのためには、特定の事業者がデータを囲い込んで外に出さないということにならないように、データへのアクセスを自由かつ容易にし、データを活用した事業への新規参入が可能となるような構造とし、その状態を保てるようにすることが重要であると考えられる。

また、類似する内容であるが、データの特性のうち、ネットワーク効果が強く働くこと、データは組み合わせられてはじめて価値が生じることがあること等を踏まえると、一定の十分なデータの種類・量がそろわないと参入が容易でない状況が生じることと考えられ

ることからも、データへのアクセスの確保といった点は重要と考えられる。

このほか、本検討会では、データ市場においては、大量のデータを集積し利活用するためのプラットフォームを運営する仲介事業者や、オンライン上で人々の社会生活に必要なサービスを提供することにより多くの個人との接点を有し、それらの個人に係るデータを集積する巨大デジタル・プラットフォーム事業者に関して、データ市場における競争促進の観点から問題点が指摘され、そのような問題に対しては、既存の独占禁止法に加え、必要に応じてプラスアルファとなるルールについても検討を行うことが考えられるのではないかと指摘があった。

以上の点を踏まえた対応に当たっては、データの集積・利活用それ自体は競争を促進しイノベーションを生み出すものであることを踏まえ、イノベーションを阻害するような過度な介入とはならないように留意がなされることも重要である。

(4) 競争政策の観点から望ましいと考えられる事項

本検討会における検討内容を整理すると、データの利活用やそのためのプラットフォームに係る仕組みの構築等を検討するに当たり、競争政策の観点から望ましいと考えられる事項は、後記ア～カのとおりである。

ア 多くの関係者の参加を得た仕組み構築等の検討

産業データ、パーソナルデータを問わず、複数の事業者等が参画するデータ利活用に係る仕組みの構築等に当たっては、実際に運用に至った段階において、必要なデータが十分に集積されず、顧客事業者にとって魅力的な商品等の開発・提供が進まなくなるなどのつまずきが生じるといった事態に陥ることを避けるなどの観点から、当該関連市場における多くの関係者の参加を得て、各々のニーズも踏まえた上でルールの設計等を行うことが望ましい。

特に、パーソナルデータについては、「信頼性のある自由なデータ流通（D F F T）」の考え方も踏まえながら、個人の安心・信頼を得られるような形で利活用に供することができるようになることが、データの流通量の増大につながると考えられる。加えて、今後、消費者との接点及び消費者の信頼が集中しているデジタル・プラットフォーム事業者以外の事業者も含めて、個人の安心・信頼を得られるような形でパーソナルデータの提供を受けられるように、政府等も関与して、より丁寧な検討を行って仕組みを構築していくことが、データを活用した事業における新規参入及び競争をより活発にする観点からも望ましいと考えられる。

また、データを活用した事業に係る仕組みやルールについて検討を行うに際しては、新規参入の促進という点にも留意しながら、撤退することとなった場合に当該サービスの利用者が不利益を被ることにならないよう、事業撤退に関する何らかのルールを事前に策定しておくことが望ましいと考えられる。

イ データへの自由かつ容易なアクセスの確保

データを活用した事業における新規参入及び競争を促進するといった観点から、事業者が積極的にデータを生成・集積等するためのインセンティブの確保にも留意しつつ、例えば、データ分析によって得られたノウハウ等の幅広い事業者間での活用が不当に妨げられることがなく、潜在的な新規参入事業者も含め、より多くの事業者が集積等されたデータに自由かつ容易にアクセスできるようになることが望ましい。加えて、同様の観点から、一方当事者が他方当事者からデータのアクセスに係る不当な取決めを強制されるという問題に対応するための契約ルールの整備等について検討を行うことも考えられる。

ウ 協調領域・競争領域それぞれにおける政府等による取組

関係事業者間で協調領域と競争領域を整理した上で、データ利活用に係る取組が行われている例があるところ、データを活用した事業における新規参入及び競争を促進するといった観点から、協調領域については、事業者の取組を後押しすることが求められるのに対し、競争領域については、競争を阻害する行為を規制すること等が求められる。

協調領域については、関連の制度改正・契約事項や条件等を網羅的に整理したガイドラインの作成や検討事例集の公表等の政府等の後押しが、取引費用削減にもつながると考えられることから、新規参入や競争を促進する観点からも有効である。また、行政保有データのオープン化等の取組についても、イノベーションの促進や新規事業の創出を後押しするものであり、当該取組を推進していくことが重要である。

なお、協調領域における取組を行うに当たっては、独占禁止法上の問題が生じることを懸念して、事業者が取組を躊躇することもあり得るところ、公正取引委員会が、引き続き独占禁止法上の考え方や留意点等を示していくことは、当該取組を促進するために有効である。

エ データポータビリティ・インターオペラビリティの確保

産業データ、パーソナルデータともに、スイッチングやマルチホーミングがしやすいという状況にするために、データポータビリティの確保が重要である。特にパーソナルデータについては、データポータビリティの実効性を確保するため、例えば、仲介事業者が個人に代わってデータポータビリティを実現することが可能な仕組みとするなど、仲介事業者をどのように位置付けるかという点についても検討していくことが肝要である。

さらに、データポータビリティの活用のためには、アイデンティティ・マネジメントに係る技術・システムやデータの取扱いについて、異なるシステム間でのインターオペラビリティの確保が肝要となる。他方で、確保の具体的な方策や対象等については、コストやイノベーションの観点も踏まえ、かえって競争を阻害する要因にならないよう、例えば、事業者の規模、産業データかパーソナルデータか、及び規律を設けようとする

分野・市場がどのような段階にあるかを区別して規律を検討するなど、丁寧な検討が必要である。

オ プライバシーに対する懸念への対応

事業者が個人の安心・信頼を得られるような形でパーソナルデータの提供を受けられるようにすることは、データを活用した事業における新規参入及び競争をより活発にする観点からも望ましい。そのため、個人情報保護法等の遵守の観点に加え、競争政策上の観点からも、事業者が、個人の安心・信頼を得られるようにパーソナルデータの取扱いについての説明の質を高め、適切に本人の同意を取得していくこと等が重要である。

一方で、特に、デジタル・プラットフォーム事業者等により、消費者側が気付かない又は理解しているかに懸念がある中で、様々なデータが個人にほぼ固定的に付与される識別子で名寄せされ、統合されるといったような状況にある。このような状況を踏まえ、事業者がより個人の安心・信頼を得られるような形でパーソナルデータの提供を受けられるようにするために、個人に不利益をもたらさないよう配慮・取扱いを行う「データ・フィデューシャリー・デューティ」の考え方によるプラスアルファのルール等について検討していくことも考えられる。

カ 仲介事業者、デジタル・プラットフォーム事業者に対するルール

データ取引市場や情報銀行等を運営する仲介事業者が提供する新たなデータ流通・利活用のプラットフォームサービスについては、そのサービスの構造上、独占化・寡占化が進みやすいと考えられるため、データポータビリティ等の仕組みの検討に加え、新規参入事業者を排除する等の行為が行われていないかを行政側でチェック等していくことも必要となる。

また、仲介事業者が、自社のサービスにある程度付加価値を付けることでデータの流通が活発になることも考えられるが、プラットフォーム事業と付加価値サービスを一体として提供することを通じて市場支配力を獲得するまで成長すること等によって、競争政策の観点から弊害が生じてしまう場合もあることに留意が必要である。このようなプラットフォームの運営に関する競争政策上の問題については、必要に応じ、独占禁止法の枠組みに加えて、特にある程度市場として発展を遂げた段階においては付加価値を付けたサービスの提供について一定の責任を課すことや、新しく立ち上げられたベンチャー企業や他業界からの新規参入者のアクセスを公平な条件で確保する、公正な契約ルールを策定するといった点に関して、「事前規制」も含めた対応について検討を行うことも考えられる。

他方、データ市場における競争を促進するという観点からは、デジタル・プラットフォーム事業者によるデータの囲い込みに対して、データポータビリティやインターオペラビリティの確保に加えて、ユーザーや他の事業者からのデータへの公平なアクセ

スを可能とすることについて検討することが考えられる。また、デジタル広告市場等ある程度市場として発展を遂げた段階において、デジタル・プラットフォーム事業者が、プラットフォームサービスを提供しつつ、自社においても付加価値のあるサービスを提供することについては、前記仲介事業者に対するルールと同様の観点から、競争政策上の対応を検討することも考えられる。そして、このようなデジタル・プラットフォーム事業者に対して、既存の独占禁止法による事後的な規制のみでは十分に対応できない場合もあると考えられることから、必要に応じてプラスアルファとなる「事前規制」を検討することも考えられる。

このような「事前規制」は、競争の観点からすれば、より多くのデータを流通させ、新規参入を活発にし、イノベーションを促進する効果をもたらすものであるべきである。また、必要な措置を適時に迅速に行うために適切なツールを用いる必要性や、なるべく経済活動を阻害せずに問題がある部分にだけ踏み込むことも重要である。まずは業界ごとの自主的な取組として、インターオペラビリティやデータポータビリティのルールを策定してもらい、行政は必要な場合に必要な形で介入するという在り方も検討に値すると考えられる。

その場合の規制の対象についても十分検討が必要であるが、特定の規模の大きな事業者にデータが集中することによる市場の競争への影響を考慮すると、一定の規模以上のデジタル・プラットフォーム事業者が対象となるのではないかと考えられる。

(5) 最後に

データの利活用は我が国の社会経済的発展にとって極めて重要であり、今般の新型コロナウイルス感染症の感染拡大下において、国民の生命を守り経済を再生するという目的が加わったこともあり、ますますその重要性は高まっている。

我が国においては、関係省庁や業界において、これまでもデータの流通・利活用の促進のために様々な取組が行われてきているところであるが、今後もデータを活用した事業における競争をより活発にするための方策を含め、様々な取組を引き続き行っていく必要がある。

本報告書は、本検討会における議論を踏まえ、最近の国内外の政府や民間企業・団体によるデータ流通・利活用の促進に係る取組状況及び課題を整理するとともに、主にデータの利活用やそのためのプラットフォームに係る仕組みの構築等を検討するに当たって、競争政策の観点からどのようなことが望まれるかという点について検討を行った結果を取りまとめたものである。

データの流通・利活用の促進をめぐる問題の全体的な解決は、前述のとおり、独占禁止法だけでなく、個人情報保護法、消費者保護法、各種の事業法等における規制及び政府等による後押しとなるような施策とも併せて議論を行い、バランスを取りながら実現されるべきものである。また、データの囲い込みの防止等の目的を達成するためには、従来の規制でカバーできない部分について、新たに「事前規制」を導入することも考えられる。

今後、データの流通・利活用をめぐる諸問題に対して、本報告書における提言も参考として、関係各省庁や業界において、積極的な取組がなされることを期待したい。

4 ディスカッション・ペーパーの公表

競争政策研究センターでは、競争政策上の先端的な課題について、学識経験者等が、公正取引委員会の担当部局と議論しながら、執筆者の名義・責任の下にディスカッション・ペーパーを公表してきている。令和2年度においては、5本のディスカッション・ペーパーを公表した（第2表参照）。その内容は競争政策研究センターのウェブサイト（<https://www.jftc.go.jp/cprc/index.html>）上に全文が掲載されている。

第2表 ディスカッション・ペーパー（令和2年度公表分）

	公表年月日	タイトル・執筆者（注）
1	2. 4. 7	「垂直取引関係が存在する下での川上企業による直接販路開設について」 潘 聡（京都産業大学経済学部助教・競争政策研究センター客員研究員） 松島 法明（大阪大学社会経済研究所教授・競争政策研究センター所長） 水野 倫理（神戸大学大学院経済学研究科准教授・競争政策研究センター客員研究員）
2	2. 5. 26	「Detecting Collusions in Japanese Municipalities」 猪俣 賢太郎（秀明大学総合経営学部助教・元競争政策研究センター客員研究員） 川合 慶（カリフォルニア大学バークレー校経済学部助教・元競争政策研究センター客員研究員） 中林 純（近畿大学経済学部准教授・競争政策研究センター主任研究官）
3	2. 6. 30	「Labor Market Concentration on Wage, Employment, and Exit of Plants: Empirical Evidence with Minimum Wage Hike」 泉 敦子（公正取引委員会事務総局経済取引局企業結合課・競争政策研究センター研究員） 児玉 直美（日本大学経済学部教授・競争政策研究センター客員研究員） 権 赫旭（日本大学経済学部教授・競争政策研究センター客員研究員）
4	2. 8. 21	「Horizontal Mergers in the Presence of Network Externalities」 佐藤 進（一橋大学経済研究所講師）
5	2. 9. 30	「Innovation and Competition」 上續 高裕（公正取引委員会事務総局経済分析チーム経済分析メンバー・競争政策研究センター研究員） 大宮 俊吾（公正取引委員会事務総局経済分析チーム経済分析メンバー・競争政策研究センター研究員） 下津 秀幸（公正取引委員会事務総局経済分析チームストラテジスト・競争政策研究センター研究員）

（注）執筆者の役職は公表時点のものである。

5 イベントの開催

(1) シンポジウム

競争政策研究センターでは、競争政策に関する国内外との交流拠点の機能を果たすため、海外の競争当局担当者や国内外の学識経験者を迎えたシンポジウムを開催している。令和2年度においては、2件のシンポジウムを開催した（第3表参照）。

第3表 シンポジウムの開催状況（令和2年度）

	開催年月日	主催者・共催者	テーマ・講演者（注）
1	2. 11. 6	[主催者] 公正取引委員会 [共催者] 大阪弁護士会, (公社) 関西経済連合会, 大阪商工会議所, (一社) 電子情報技術産業協会, 神戸大学(科研・基盤研究(A)「プラットフォームとイノベーションをめぐる新たな競争政策の構築」, 社会システムイノベーションセンター)	第3回大阪シンポジウム「業務提携：社会が変わるイノベーションをどう実現するか？～研究開発, 異業種データ連携, そして独占禁止法～」 [講演者] 宮井 雅明（立命館大学法学部教授・競争政策研究センター主任研究官） 日高 洋祐（㈱MaaS Tech Japan 代表取締役 CEO） 藤本 哲也（公正取引委員会事務総局官房政策立案総括審議官・競争政策研究センター次長）
2	3. 3. 5	[主催者] 公正取引委員会 [共催者] ㈱日本経済新聞社, (公財)公正取引協会	第19回国際シンポジウム「新時代の競争政策の在り方～経済格差・イノベーション～」 [講演者] Jonathan B. Baker（アメリカン大学ワシントンロースクール教授） Jason Furman（ハーバード大学ケネディスクール教授）

（注）講演者の役職は開催時点のものである。

（2）公開セミナー

競争政策研究センターは、国内外の学識経験者・有識者を講演者とし、主として学術関係者を対象として、アカデミックな議論を深めることを目的として、公開セミナーを開催している。令和2年度においては、2件の公開セミナーを開催した（第4表参照）。

第4表 公開セミナーの開催状況（令和2年度）

	開催年月日	主催者・共催者	テーマ・講演者（注）
1	2. 9. 7	[主催者] 大阪大学社会経済研究所 [共催者] 公正取引委員会	第47回公開セミナー「デジタルプラットフォームの現状と未来」 [講演者] 松島 法明（大阪大学社会経済研究所教授・競争政策研究センター所長） 泉水 文雄（神戸大学大学院法学研究科教授・競争政策研究センター研究顧問） 武田 邦宣（大阪大学大学院法学研究科教授・競争政策研究センター研究顧問）
2	2. 12. 11	[主催者] 公正取引委員会	第48回公開セミナー「Competition Overdose」 [講演者] Ariel Ezrachi（オックスフォード大学教授） Maurice E. Stucke（テネシー大学教授）

（注）講演者の役職は開催時点のものである。

（3）CPRCセミナー

競争政策研究センターは、競争政策上の将来の研究課題の発掘等に資するために、有識

者による講演（C P R Cセミナー）を随時開催している。

(4) B B L (Brown Bag Lunch) ミーティング

競争政策研究センターは、将来の研究課題の発掘等に資するために、競争政策の観点から注目すべき業界の動向等について、昼食時間等を利用して、有識者による講演（B B L ミーティング）を随時開催している。

(5) 研究成果発表会

競争政策研究センターは、研究員が執筆したディスカッション・ペーパー等の研究成果について発表する研究成果発表会を随時開催している。

(6) 事件等解説会

競争政策研究センターは、公正取引委員会が実施した事件審査や実態調査等について担当者が解説する事件等解説会を随時開催している。