



令和元年 (2019年) 10月 11日 (金)

No. 15031 1部377円 (税込み)

発行所

一般財団法人 経済産業調査会
東京都中央区銀座2-8-9 (木挽館銀座ビル)
郵便番号 104-0061
[電話] 03-3535-3052 [FAX] 03-3567-4671

近畿支部 〒540-0012 大阪市中央区谷町1-7-4
(MF天満橋ビル8階) [電話] 06-6941-8971

経済産業調査会ポータルサイト <http://www.chosakai.or.jp/>

特許ニュースは

●知的財産中心の法律、判決、行政および技術開発、技術予測等の専門情報紙です。

定期購読料 1カ年61,560円 6カ月32,400円
(税込み・配送料実費)

本紙内容の全部又は一部の無断複写・複製・転載及び
入力を禁じます(著作権法上の例外を除きます)。

目次

☆知財の常識・非常識 ②

メガプラットフォーム取引の透明性確保とデータポータビリティ、API開放 (1)

☆特許庁人事異動…………… (11)

知財の常識・非常識 ②

メガプラットフォーム取引の透明性確保と データポータビリティ、API開放

桜坂法律事務所

弁護士 林 いづみ

0. はじめに

本稿は、このシリーズにおける、新たな情報財/データに関する私の論考の第三弾です。2018年2月9日掲載のシリーズ⑫「新たな情報財の利活用をめぐる最近の動向」では、IoT (Internet of Things) により収集したデータを人工知能 (AI) で分析す

る時代において、便利なサービスを提供することで大量の個人データを囲い込むことに成功したGAF A (Google, Apple, Facebook, Amazon)、これに対抗するEU一般データ保護規則 (GDPR) やデータポータビリティの意義、米国とデータ資源の覇権争いをする中国のインターネット安全法 (2017年6

21世紀は 知力・英知 の時代

創立 1922年

特許業務法人 英知国際特許事務所

所長弁理士 岩崎 孝治 所長代理弁理士 七條 耕司 副所長弁理士 小橋 立昌 弁理士 鈴木 康裕
意匠部長弁理士 関口 剛 調査部長弁理士 郡山 順 弁理士 樋口 正樹 弁理士 紀田 馨 国際部長弁理士 田口 滋子
商標部長弁理士 岩崎 良子 商標部弁理士 井上 香織 特別顧問弁理士 細井 貞行 管理部長 菅野 公則 特別顧問 岡本 清秀

【東京本部】 〒112-0011 東京都文京区千石4-45-13 TEL: 03-3946-0531 (代)
【赤坂サテライト】 TEL: 03-6206-6479 【帯広支部】 TEL: 080-6516-4160
【仙台支部】 TEL: 022-266-5580 【山形支部】 TEL: 023-651-6102
【神奈川支部】 TEL: 045-532-3827 【浜松支部】 TEL: 080-2077-6544
【名古屋支部】 TEL: 090-4227-5957 【大阪支部】 TEL: 050-1074-7175

URL: <http://www.eichi-patent.jp>

月)、我が国の「限定提供データ」に関わる不正競争防止法改正議論の課題などをご紹介します。次に同年12月17日のシリーズ⑦「インターネット上のコンテンツ流通について」では、我が国がIoT、AI時代に適切に対応し、インターネット上のコンテンツの流通促進と侵害対策を実行するために、3つの提案を致しました¹。

さて、2018年冬から2019年夏にかけて、日本を含む各国の競争当局は、ICTやデータを活用して第三者に市場を提供するデジタル・プラットフォーマー²の取引の透明性確保の重要性を指摘し、データポータビリティ及びAPI開放の必要性を示唆する見解を、活発に発表しています。第三弾となる本稿では、これらの動向を、私見により選択・要約し、国内外分けて時系列で、概観したいと思います。

1. 2018年12月4日 欧州委員会講演

2018年12月4日、欧州委員会のヴェステアー委員は、「デジタル社会における消費者保護」と題する講演をしました³。

・技術の社会との関わり：この10年でデジタルの世界は大きく変貌し、今やこれらのデバイスは、私たちの生活にとって不可欠である。風力タービンや生産ラインの稼働、医療の提供、そして農業にまで、経済のほぼ全ての分野で、データが効率性の改善に貢献している。

・規制の必要性：より多くの人々が影響を受けるようになればなるほど、デジタル技術が生み出すリスクへの懸念は高まる。オンラインとオフラインでの規制のあり方が異なる時代は過ぎている。今日、デジタル技術は我々の生活の一部となっており、デジタルの世界でも、日常の世界と同様に消費者の利益が保護されなければならない。こうした理由から、欧州委員会は、世界の他の当局とともに、デジタル時代の新たなルール作りに取り組んでいる。進行しているデジタル革命を抑えるのではなく、成功に導くために、技術を信頼できるような規制の構築が必要なのである。

・デジタル社会における競争ルール：過去10年間で変化したのは技術だけではない。インターネットの巨人となった事業者もまた変わってきた。彼らはもはやスタートアップ企業ではなく、巨大企業である。こうした巨大企業が、今日のスタートアップ企

業から、新たな市場を開拓する機会を奪ったりすれば、イノベーションによるメリットが失われることになる。

・おわりに：優れた新サービスが、個人データを本人の望まない方法で利用するものであってはならない。また、優れたアイデアが、税金を回避したり、労働者の権利を無視したりすることで巨額の利益を上げるものであってはならない。今後の成功には、優れた技術だけではなく、信頼の確保が重要である。

2. 2019年2月7日 ドイツ連邦カルテル庁決定 (Facebook-係争中)

今日においてデータは競争における決定的な要素であり、インターネット上の広告スペースの価値はユーザーデータの量及び詳細さに応じて高まります。

Facebookはユーザーアカウント内の(第三者サイト上のデータを含む)全てのデータを事実上無制限に統合してきたこれまでの慣行⁴のお陰で、個々のユーザーごとに固有のデータベースを構築し、それによって得たデータは、同社が市場において支配的地位を確立するための不可欠な要素となっています。

2019年2月7日、ドイツ連邦カルテル庁はFacebookに対し、今後はユーザーがFacebookを利用する際に、Facebookがデータを収集・統合することについてユーザーの「自発的な同意」(voluntary consent)を得なければならない(ユーザーが同意しない場合であっても、Facebookは当該ユーザーを自社サービスから除外してはならず、また、同意がなければ様々なソースからのデータを収集し、統合することはしてはならない)という広範囲の制限を課す決定をしました⁵。以下、同決定の要約から抜粋します。

・Facebookはソーシャルネットワーク市場における支配的地位を有する

支配的な企業であるFacebookは競争法上の特別な義務を負っている。Facebookの卓越した市場力(superior market power)を考慮すれば、同社の利用規約の同意欄への「義務的」なチェックを根拠として、前記のような集中的なデータ処理を行うことは適切ではない。ユーザーは、データの包括的な統合を受け入れるか、同社のソーシャルネットワークの利用を控えるかの選択肢しか有していない。このような困難な状況におけるユーザーの選択を、自発

的な同意と称することはできない。

- ・ユーザーアカウント内のデータの収集、利用及び組み合わせの範囲に基づく市場力の濫用

Facebookが、自発的な同意を得ることなく、ユーザーアカウント内のデータを収集し、統合し、利用する範囲は、市場支配的地位の濫用を構成する。諸条件の中でも、ネットワークをプライベートに利用する際に、Facebookが第三者ソースからほぼ無制限の量のあらゆる種類のユーザーデータを収集することができ、それらをFacebookアカウントに結び付け、莫大なデータ処理プロセスに利用することができることが条件となっていることについては、多くのユーザーは認識していない⁶。この第三者ソースには、InstagramやWhatsApp等のFacebookが所有するサービスだけではなく、「いいね」や「シェア」ボタンのようなインターフェースが埋め込まれた第三者ウェブサイトも含まれる。そのような目に見えるインターフェースがウェブサイトやアプリに埋め込まれている場合、これらウェブサイトが読み込まれたりこれらアプリがインストールされた時点で、既にFacebookへのデータフローが始まっている⁷。

- ・搾取的濫用を審査するための基準としての欧州のデータ保護規則

当局の評価によると、Facebookの行為（利用規約及び同社のユーザーデータの収集の方法及び範囲）は、いわゆる搾取的濫用（exploitative abuse）に当たる。支配的な企業は、市場の反対側（本件ではFacebookを利用している消費者）に損害を与える形での搾取的な慣行を用いてはならない。これは、当該搾取的慣行によって、埋蔵された宝物ともいえるような大量のデータを集めることができない競合他社を妨げる場合、とりわけ当てはまる。

競争法に基づくこのようなアプローチは新しいものではなく、超価格設定（excessive price）のみならず、不適切な契約条件も搾取的濫用を構成する、という連邦裁判所の判例に対応するものである（いわゆる搾取的な取引条件）。

3. 2月11日 米国司法省講演

2019年2月11日、米国司法省は、Makan Delrahim 反トラスト局長による、プラットフォームによる無料の経済活動及び反トラスト法の執行に関するスピーチ（於：コロラド大学ロースクール）を公表し

ました⁸。

- ・“無料（Zero-Price）で商品又はサービスを提供する企業の大半は、それとは別の製品、消費者又は時点で収益を上げている。デジタルプラットフォームが無料でサービスを提供することは、それが利益の最大化のための事業戦略であることに留意しなければならない。
- ・第一に、ゼロプライス戦略を用いた事業モデルを競争法の調査の対象外とすべきではない。米国の反トラスト法は無料の商品及びサービスにも完全に適用される。また、ゼロプライス戦略の長い歴史を踏まえれば、競争上の懸念に対処するために競争法を大幅に改定する必要はない。米国反トラスト法やその原則は、デジタル経済の課題に非常に柔軟に適応しているところ、無料の経済活動が行われることを理由に消費者厚生基準を性急に捨て去るべきではない。消費者厚生基準では、価格への影響のみが考慮されるのではなく、数量、品質、消費者選択及び技術革新への影響も考慮される。無料製品の場合、このような非価格要因に焦点を当てると共に、実質的な対価を支払う消費者に焦点を当てることが重要になる。我々は、法執行の事案ごとに証拠に基づいて綿密に検討し、慎重な分析を行う必要がある。
- ・第二に、無料の製品だけでなく、それに付随して収益を上げる製品も検討する必要がある。そうすることで、関連する消費者が明らかになる。
- ・第三に、非価格競争を見ることが特に重要である。価格は競争の一面に過ぎず、無料市場の企業は、品質、選択及びイノベーションの面で互いに競争し続けている。
- ・第四に、企業が競争圧力により制約されている場合、自由市場は反トラスト法の執行無しに、自己修正することができる。消費者は、企業が価格を上げ、品質を下げ、損をしたと経験すれば、他の企業に切り換えることができる。最近のハーバードビジネスレビューの記事によれば、ネットワーク効果の特徴とする市場でさえも、デジタルプラットフォームの成功には多くの制約があるとされている。ネットワーク効果の強度は劇的に変わり、時間の経過とともに変化する可能性があることが指摘されている。
- ・（中略）反トラスト法を執行する際には、ブラッ

トフォームの大きさではなく、プラットフォームが競争を侵害しているかどうかを検討すべきである。今日の大規模デジタルプラットフォームの多くは、消費者が好んで使いたいと思う革新的で破壊的なサービスを提供することで成長している。成功した企業が苦勞の見返りとしての恩恵を受けられることは、次世代の革新的な起業家を後押しし、消費者にとって最も有益でダイナミックな競争をもたらす。デジタルエコノミーの下でゼロプライス戦略が採用されるケースが増えていることは消費者に多くの利益をもたらしている。競争当局の役割は、消費者が市場で自由に商品及びサービスを選択できるよう、共謀や排除行為が自由な市場を歪めるのを防ぐことにある。⁹

4. 2月25日 シンガポール競争消費者委員会等ディスカッションペーパー

2019年2月25日、シンガポール競争消費者委員会及び個人データ保護委員会は、シンガポール政府による、データポータビリティを請求できる権利(データポータビリティ請求権)の導入に向けたディスカッションペーパーを公表しました¹⁰。同ペーパーは、データポータビリティ実装により、顧客が最も魅力的なオファーを行うデータ管理者に切り替えることができることでイノベーションや市場競争が促進することや、実装による消費者への影響と運用上の考慮事項¹¹など、データ保護法制及び競争法制の双方の観点から議論のフレームを提供しています。

5. 3月20日 欧州委員会決定 (Google)

2019年3月20日、欧州委員会は、Google LLC (以前のGoogle Inc.) とGoogleの親会社であるAlphabet Inc.に対して、競合他社が第三者のウェブサイトに検索連動型広告を掲載することを妨げる目的で、これらウェブサイトとの契約に多くの制限的な条項を課した行為が市場支配的地位の濫用に該当すると認定し、欧州競争法違反により14億9445万9000ユーロ (Googleの2018年総売上高の1.29%。約1900億円) の制裁金を賦課しました。なお、Googleは、2016年7月に欧州委員会が本件に関して異議告知書を発出してから数か月後に上記違法行為を中止しています。欧州委員会は制裁金を算出するに当たり違反行為の期間と重大性を考慮に入れており、また、Googleに

対して、今後も違法行為を行わないこと及び同一又は同等の目的若しくは効果を有するいかなる措置も控えることを義務付けています¹²。以下、その概要を整理します。

・オンライン検索連動型広告仲介のためのGoogleの戦略¹³

2006年から、Googleはパブリッシャー (以下「P」) との契約に、Pが有する全てのウェブサイトにおける検索結果ページに、競合他社の検索連動型広告を掲載することを禁止する独占条項を盛り込んだ。2009年3月以降、Googleは上記独占条項をいわゆる「Premium Placement」条項に変更し、Pに対し、Pの検索結果ページ上で最も収益力のあるスペースをGoogleの広告のためにあらかじめ確保し、最低限度のGoogleの広告を求めることを義務付けた。その結果、Googleの競合他社は、ウェブサイトの検索結果ページの最も見やすく、かつクリックされやすいスペースに当該競合他社の検索連動型広告を掲載することを妨害された。さらに、2009年3月以降、Googleは、Pに、競合他社の広告を表示する方法を変更する前に、Googleから書面による承認を求めることを義務付ける条項を契約に盛り込んだ。これは、Googleが、競合する検索連動型広告が魅力的で、その結果クリックされるかどうかについてコントロールできたことを意味する。

・欧州競争法違反：少なくとも2006年以降、Googleは欧州経済領域において、オンライン検索連動型広告の仲介市場で支配的地位にあると認められる¹⁴。市場支配的地位を有することそれ自体は、欧州競争法違反とならないが、支配的地位にある企業は、支配的地位にある市場でも別の市場でも、競争を制限することにより、強力な市場支配力を濫用しないという特別な責任を負う。Googleの行為は、効率競争を阻害することによる、オンライン検索連動型広告仲介市場の支配的地位の濫用に相当する。

・Googleは、オンライン検索連動型広告仲介市場における支配的地位を濫用し、競合他社が同市場に参入することを阻害している：欧州委員会は、広範な証拠に基づき、Googleの行為が競争を阻害し、消費者に損害を与え、技術革新を抑制したと判断した。Googleの競合他社は、Googleに取って代わるオンライン検索連動型広告仲介サービスを成長

させ、さらに、それを提供することができなかつた。結果として、ウェブサイトの所有者は、ウェブサイトのスペースを収益化するための選択肢を制限させられ、ほぼGoogleに依存せざるをえなかつた。Googleは、こうしたPに対する制限条項によって、その行為を正当化できる効果があつたことを論証できなかつた。

6. 5月21日 経済産業省、公正取引委員会及び総務省のオプション

2018年7月10日、経済産業省、公正取引委員会及び総務省は、「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」(以下「本検討会」)を立ち上げ、プラットフォーマー型ビジネスの台頭に対応したルール整備に向けた調査・検討を進め、同年12月12日公表の中間論点整理に基づき、同月18日にプラットフォーマー型ビジネスの台頭に対応したルール整備の基本原則として「サービスの対価として自らに関連するデータを提供する消費者との関係での優越的地位の濫用規制の適用等、デジタル市場における公正かつ自由な競争を確保するための独占禁止法の運用や関連する制度の在り方を検討する。」ことなどを公表しました。

デジタル・プラットフォームは、「両面市場」を構成し、事業者・消費者双方の便益を大きく向上させている一方、寡占・独占が生じやすい等の特性が

あり、その競争優位を背景に、契約条件やルールの一方的押し付け・変更、サービスの押し付けや過剰なコスト負担等、取引慣行の不透明・不公正を巡る問題も指摘されています。そこで、本検討会の下に「透明性・公正性確保等に向けたワーキング・グループ」及び「データの移転・開放等の在り方に関するワーキング・グループ」を立ち上げて検討した結果、2019年5月21日「取引環境の透明性・公正性確保に向けたルール整備の在り方に関するオプション」(図1)及び「データの移転・開放等の在り方に関するオプション」(図2-1、図2-2)が公表されました。

まず、基本的な視点として、①自由競争やイノベーションによって実現された地位(市場支配力)自体ではなく、競争優位にある力を濫用して公正な競争をゆがめる等の行為が問題であり、デジタル・プラットフォーム経済の健全な発展のためには、利用者との関係はもちろん、事業者との関係も含め、公正な取引慣行の実現が必要、②一方、包括的で介入的な規制、硬直的な規制によって、未知のイノベーションを阻害し、利用者の便益を低下させることは避ける必要があり、変化の早いデジタル市場におけるイノベーションの維持・促進とのバランスのとれたルール整備が何より重要であることを掲げ、メガプラットフォーマーによる競争制限のおそれがある行為の事後規制を中心とする「ルール整備の方向性とオプション」(図1)を整理しました。

【図1：ルール整備の方向性とオプション】

ルール整備の方向性とオプション

- 過剰規制回避の観点からは、独占的な事業者に対する規制(伝統的な「不可欠施設」の運営者に対して課されていた免許制等の厳しい規制)、一般的な「業」規制(デジタル・プラットフォーム「業」の創設)ではなく、競争制限のおそれがある行為を事後規制として捉える独占禁止法の積極運用を中心に據ることが望ましい。
- デジタル・プラットフォーマーを巡る競争優位性に伴う不正取引のおそれについても、独占禁止法の規制の適用による対応は可能。
- 一方、変化が激しく、依存度の高い中小企業・ベンチャー・小規模事業者が存在する中、厳格な事後規制の執行である独占禁止法には、その性質上、迅速かつ効果的な救済や透明性を実現するための明示・開示の義務付け等には限界があり得る。そこで、独占禁止法の迅速かつ適切な執行を可能とする方策を検討するとともに、独占禁止法を補完してデジタル市場の透明性・公正性を促進する規律を検討するべき。

【独占禁止法の迅速かつ適切な執行を可能とする方策のオプション】

- ① ガイドラインの制定
- ② 特殊指定の告示
- ③ 確約手続の積極活用
- ④ 事業者団体の組成
- ⑤ 40条調査を含む継続的な市場の実態調査

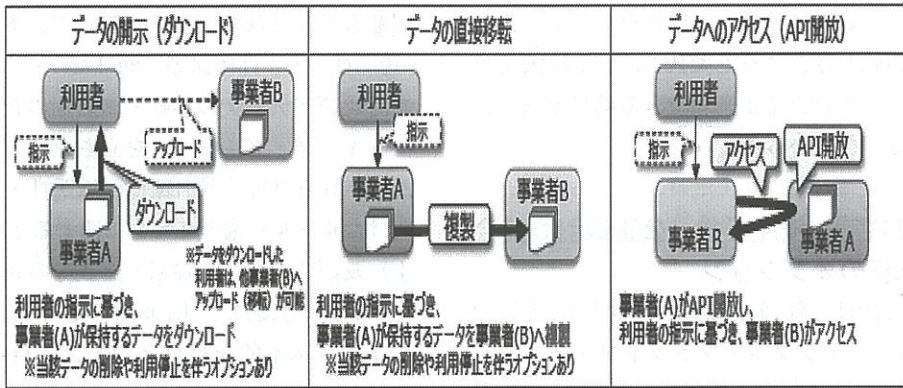
両輪として公正な競争環境等を實現

独占禁止法の補完規律

- 包括的で介入的な類の事前規制ではなく、以下の観点から、一定の開示・明示義務を中心に設計。
 - ① 独占禁止法違反の未然防止のための規律
 - ② 利用者の合理的選択を促すための規律
 - ③ 利用者のスイッチング・コストを下げるための規律
- 自主規制、法規制、共同規制の中から、自主性・柔軟性と実効性のトレードオフ関係に留意しつつ検討していくことが必要。
※対応を通じたルール設計(プラットフォーマーから行政庁やステークホルダーへの積極的な説明等)、自主的取組を評価し促進する措置も重要。
- 民事措置のみならず、行政措置も含めたエンフォースメントの検討が必要。
※市場への情報提供(公表等)を通じた行動変容を促す方法も検討に値する。
- 対象とする類型、規模についても検討が必要。
※オンライン・ショッピングモール、アプリ・ストアを議論の起点とする。ある程度巨大なプラットフォーマーに限定することを検討。

【図2-1：データ移転・開放の種類の種類】

【データの移転・開放の種類の種類】



【図2-2：ルール導入にあたっての論点・方向性】

【ルール導入にあたっての論点・方向性】

- データの移転・開放ルールの内容
 - 手法 (開示、直接移転、アクセス (API開放)) については、最低限いずれかの方法により再利用できることを原則
 - 可能な限り、データの移転・開放の対象や取扱条件の明確化や、利用者が簡単に指示できる操作性を確保
 - 実効性を高めるため、データの相互運用性 (移転するデータ形式の規格の公開等) を確保
 - コスト負担については、イノベーションやサービス向上のための投資インセンティブを阻害しないことも勘案し検討
- データの移転・開放ルールの対象
 - データの移転・開放ルールが課せられるデジタル・プラットフォーム等は、利用者のロックインの程度や市場の状況等を踏まえて限定
 - データの移転・開放を求めることができる利用者 (消費者、事業者) は、幅広く対象
- ルール導入のアプローチ等
 - ルールの策定・執行のためのアプローチとしては、法規制、自主規制、共同規制が考えられるが、技術の変化のスピードへの対応等も考慮
 - 海外へのデータ移転に係るセーフガードの在り方等については、国際合意等にも留意
 - 執行については、モニタリングを的確に実施する仕組みとともに、苦情処理の仕組み等を活用した適切な執行を確保する仕組みを検討

(注) A P I (Application Programming Interface) とはアプリケーションの機能や管理するデータ等を、他のアプリケーションから呼び出して利用するための接続の仕様・仕組み。A P I 開放とは、それを他の企業などに公開することを指しています。

また、データ移転・開放のルールについて、ルールの種類 (図2-1) と、ルール導入にあたっての論点・方向性 (図2-2) を示しました。

7. 6月5日 G7競争当局の共通見解

2019年7月のバリ開催G7に先立ち、同年6月5日、「競争とデジタル経済」に関するG7競争当局の共通理解 (図3) が発表されました¹⁵。

8. 6月21日 成長戦略実行計画

2019年6月21日公表の「成長戦略実行計画」¹⁶では、「デジタル・プラットフォーム企業は、中小・小規模事業者、ベンチャーや個人の利用者にとって、

国際市場等へのアクセスの可能性を飛躍的に高めている。一方で、利用者からは、個別交渉が困難、規約が一方的に変更される、利用料が高い、といった声も聞かれる。このため、取引慣行の透明性や公正性確保に向けた、法制、ガイドラインの整備を図る必要がある。また、デジタル市場においては、データの独占による競争阻害が生じるおそれがあり、これについても同様の対応が求められる。同時に、デジタル市場の競争政策の調整等を行うためには、高い専門的知見が求められるとともに、加速度的な変化を遂げつつある中で、スピーディな対応が可能となるよう、縦割り省庁的な発想を脱することが求められる。このため、新しい体制の整備を進める。」と

【図3：G7競争当局の共通理解（概要）】

「競争とデジタル経済」に関するG7競争当局の共通理解（概要）

別添1

①イノベーション及び成長に関するデジタル経済の恩恵

競争的な市場は、経済が十分に機能するための鍵である。厳正な競争政策の遂行によって、デジタル化によるイノベーション及び成長に係る便益増進が図られると同時に、デジタル市場における消費者厚生や信頼が守られることになる。

②既存の競争法制の柔軟性及び妥当性

競争法は柔軟に対応できる。競争法は、その指導原則や究極目標を大がかりに変更することなく、デジタル経済に係る課題に適応でき、また、適応しているものである。競争当局は、経済のデジタル化に見合った、競争法執行のための手段、資源及び技能を確保することが求められている。

③競争唱導活動及び競争評価の重要性

政府は、デジタル市場における又はデジタル企業と非デジタル企業間における競争について、関連施策・規制が不必要に制限していないかどうか分析すべきであり、また、より競争促進的で、実現可能な代替案を検討すべきである。競争当局は、実証的な市場調査及び競争唱導活動を通じて、関連施策・規制による競争制限を適示し、実現可能な解決案の提示という重要な役割を担うことができる。

④国際協力の必要性

デジタル経済のボーダレスな特性を踏まえれば、競争法執行に係る国際協力及び法適用に係る国際的な取れんをさらに促進していくことが重要である。当該活動は、既存の国際的・多国間の枠組みの中で継続されることが望ましい。

して、内閣官房に本部を設けて、取引の透明性・構成性の確保のためのルールを整備することや、金融、医療などの分野ごとにデータポータビリティ・API開放について具体的制度設計を検討することなどを定めています。

9. 6月28日及び29日 G20大阪サミット (DFFT)

2019年6月28日及び29日開催のG20大阪サミット¹⁷の第2セッション「イノベーション」において、議長である安倍総理から、イノベーションは経済発展と社会的課題の解決を両立する鍵であり、デジタル化に際してデータの自由な流通が不可欠であるという「信頼性のある自由なデータ流通 (Data Free Flow with Trust: DFFT)」の考え方を提示し、今後「大阪トラック」を通じてWTOでの電子商取引をはじめとするデジタル時代のルール作りを進めていくことや、AI等の先端技術の活用にも「信頼」が不可欠であること、G20・AI原則¹⁸の重要性などに言及しました。各首脳からも、デジタル経済の国際的なルール作りの重要性について発言があり、「信頼性のある自由なデータ流通」の考え方が参加者間で共有されました。

10. 7月3日 英国競争・市場庁「デジタルマーケット戦略」

2019年7月3日、英国競争・市場庁は、「デジタルマーケット戦略」¹⁹を公表しました。

同戦略では、競争は、デジタル企業が革新を続け、独占が形成されないように市場への新規参入者をサポートし、消費者が権利を保護され、より良い製品を受け取れることを保証する主要なツールであるが、特定のプラットフォームの市場力または「ゲートキーパー」ステータス、「キラー買収」(大企業が潜在的なライバルを消滅させるために、革新的な小さな会社を買収)のリスク、企業による個人データの使用や洗練されたテクノロジーの使用による広告のターゲット化でこれらのサービスへの消費者の依存度が高まるなどの懸念があることを指摘し、①各国当局が国際デジタルマーケットに対する新たなアプローチを検討しているため、同マーケットにおける新たな課題への対応には、極めて高度な国際協力が必要となるところ、そのための中心的な役割を同庁が果たしていくこと、②オンラインプラットフォームの市場調査を開始²⁰し、デジタル広告を収入源とするFacebook、Google等の主要なオンラインプラットフォームが有する市場支配力、個人情報の収集及

び活用並びにデジタル広告市場の競争による消費者利益の向上の有無を検討することを定めています。

11. 8月29日 日本の公正取引委員会「優越的地位の濫用」

2019年8月29日、公正取引委員会は、「デジタル・プラットフォーム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(案)」(以下「考え方(案)」という。図4)を示して一般に意見募集を始めました²¹。図4の通り、ここでは、優越的地位の濫用となる4つの行為類型を整理しています。

12. 終わりに

以上みてきたとおり、伝統的な知的財産を超える新たな情報財の規律については、日本を含む各国の競争当局が、デジタル市場取引の透明性確保の重要性とデータポータビリティ及びAPI開放の必要性について見解を共有し、取組みを進めています。今後、内閣官房に創設される「デジタル市場競争本部(仮称)」における具体的な議論が注目されます。

¹ 第1に特別法において契約書作成を義務化し、著作権の譲渡対価や二次利用の収益配分などの権利処理

【図4：優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方(案)概要】

デジタル・プラットフォーム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(案)

検討の経緯

「プラットフォーム型ビジネスの台頭に対応したルール整備の基本原則」(平成30年12月18日公表)において、「...サービスの対価として自らに関連するデータを提供する消費者との関係での優越的地位の濫用規制の適用等...」について検討することとされたことを踏まえ、考え方を整理。

適用対象

消費者にサービスを提供し、消費者から個人情報等を取得するデジタル・プラットフォームによる行為。

具体的な考え方

1. 優越的地位の認定
 - ▶ 消費者がデジタル・プラットフォームから不利益な取扱いを受けても、消費者がサービスを利用するためにはこれを受け入れざるを得ないような場合は、当該デジタル・プラットフォームは消費者に対して優越した地位にあると認定。

具体的な考え方

2. 濫用行為となる行為類型
 - ▶ 利用目的を消費者に知らせずに個人情報を取得すること。
(想定例) デジタル・プラットフォームA社が、個人情報を取得するに当たり、その利用目的を自社のウェブサイト等で知らせることなく、消費者に個人情報を提供させた。
 - ▶ 利用目的の達成に必要な範囲を超えて、消費者の意に反して個人情報を取得・利用すること。
(想定例) デジタル・プラットフォームB社が、サービスを利用する消費者から取得した個人情報を、消費者の同意を得ることなく第三者に提供した。
 - ▶ 個人情報の安全管理のために必要かつ適切な措置を講じずに、個人情報を取得・利用すること。
(想定例) デジタル・プラットフォームC社が、個人情報の安全管理のために必要かつ適切な措置を講じずに、サービスを利用させ、個人情報を提供させた。
 - ▶ 自己の提供するサービスを継続して利用する消費者に対し、消費者がサービスを利用するための対価として提供している個人情報等とは別に、個人情報等の経済上の利益を提供させること。
(想定例) デジタル・プラットフォームD社が、提供するサービスを継続して利用する消費者から対価として取得する個人情報等とは別に、追加的に個人情報等を提供させた。
- ※ その他、デジタル・プラットフォームによる消費者が提供する個人情報等の取得・利用に関する行為が、正常な商慣習に照らして不当に消費者に不利益を与えることとなる場合。

条件を明記した契約雛形の整備を進めること、第2に、ユーザーに利便性の高い正規版流通システムを構築するため、①権利情報(孤児著作物を含む)の集中管理、②包括的権利処理システム、③適正な収益の分配を、三位一体で議論すること。第3に通信の秘密を原理主義的に絶対視せず、海賊版サイト対策として各国で実効性を認めて法整備がされているサイトブロッキング等のアクセス制限を、裁判所による憲法適合的な法制度として導入するための具体的な検討を進めるべきことです。

特に、第3については、アクセス警告方式やフィルタリングなど、利用者の真正な同意(かつ容易にオプトアウトできること)を前提とする対策は、有料漫画タダ読みの利用者に対しては実効性がなく、むしろ、行政裁量や事前包括同意による対象サイト選定は透明性の担保の問題があります。アクセス警告方式の原案であるACTIVE方式は利用者に危険なマルウェア対策目的の警告ですが、総務省予算で2017年まで5年間で36件の実証実験を終了した後に継続実施している事業者が存在するのすら不明です。総合対策の工程表に基づき総務省に設けられた検討会の2019年8月中間報告(http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban18_01000067.html)はアクセス警告方式導入は困難と結論していますが、総務省は同方式の導入を働きかけ続けるといっています。しかし、総務省はACTIVE方式ですら実施されない理由も検証しておらず、再度、同様の所業によりサイトブロッキングの議論の再開を止めることは許されないでしょう。

² デジタル・プラットフォーム(オンライン・プラットフォーム)を運営・提供する事業者(Digital Platform Operator)。そのサービスには、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、コンテンツ(映像、道外、音楽、電子書籍等)配信サービス、予約サービス、シェアリングエコノミー・プラットフォーム、ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)、動画共有サービス、電子決済サービス等が含まれます。

³ <https://www.jftc.go.jp/kokusai/kaigaiugoki/eu/2019eu/201901eu.html>

⁴ これまでFacebookの利用規約は、ユーザーがFacebookを利用する際には、Facebook上のサイト以外のインターネットやスマートフォンアプリ上に存在

するユーザーデータを、Facebook社が収集し、これらのデータをフェイスブックのユーザーアカウントに結び付けることを前提条件としていました。つまり、WhatsApp及びInstagramといったFacebookが所有するサービスのみならず、それ以外の第三者のサイトを通じて、Facebookのサイトに集められた全てのデータは、統合され、Facebookのユーザーアカウントに結び付けられることが可能となっていました。

⁵ <https://www.jftc.go.jp/kokusai/kaigaiugoki/sonota/2019others/201903others.html>, https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook.html?sessionid=A6C63999F1A0FB79A489E90E98D10A11_cid362

<https://europe.nna.jp/news/show/1943823> デュッセルドルフの地方裁判所は2019年8月26日、米ソーシャルメディア大手フェイスブック(FB)による個人情報の収集を巡り、独連邦カルテル庁が禁止命令を出したことについて、これを差し止める判決を下し、カルテル庁はこれを不服として、上訴する方針を明らかにしています。

⁶ なお、今回の決定は、Facebook自身のウェブサイトを利用して生成されたデータの処理が競争法上どのように評価されるかということに関するものではありません(これらのデータは特定のサービスに結び付けられるため、ユーザーは、これらデータが収集され利用されることは一定程度認識しています)。

⁷ 「いいね」ボタンをスクロールしたり、クリックしたりする必要さえなく、「いいね」ボタンが埋め込まれたウェブサイトを読み込むと、データフローが始まり、たとえウェブサイトのFacebookのマークが見えなくとも、多くのウェブサイトからFacebookに対してユーザーデータが送信されます。これは、例えば、ウェブサイト運営者がユーザー分析を実行するために、バックグラウンドで「Facebook Analytics」サービスを利用している場合に発生します。

⁸ <https://www.justice.gov/opa/speech/assistant-attorney-general-makan-delrahim-delivers-keynote-address-silicon-flatirons> (原文)、<https://www.jftc.go.jp/kokusai/kaigaiugoki/usa/2019usa/201904us.html>

⁹ <https://jp.reuters.com/article/facebook-probe-idJPKCN1VR228> 2019年9月、グーグルの親会社アルファベット(GOOGLE)やフェイスブック(FB.O)

など米大手IT企業に反トラスト法(独占禁止法に相当)違反の疑いがあるとして、米国の州司法当局が調査する方針を明らかにしています。

¹⁰ <https://www.pdpc.gov.sg/-/media/Files/PDPC/PDF-Files/Resource-for-Organisation/Data-Portability/PDPC-CCCS-Data-Portability-Discussion-Paper-250219.pdf>

¹¹ 従前の個人データの定義よりも広いデータポータビリティの範囲の確立、消費者保護、データを受領する者によるデータの保護及び管理の確保並びにセキュリティ及び相互運用性の確保によるデータ移転に伴う軌轢の調整等。

¹² EU、日本の競争法当局は、2017年5月以来、GAF Aへの規制を相次いで発表しています。欧州委員会は、Googleに対し、2017年6月、Google自身の比較ショッピングサービスを違法に有利にすることにより、検索エンジンとしての支配的地位を濫用したとして約24.2億ユーロの制裁金を賦課し、2018年7月、Googleの検索エンジンの支配力を強化するために、Android搭載携帯端末に関する違法行為を行ったとして約43.4億ユーロの制裁金を賦課しています。

¹³ 新聞のウェブサイト、ブログ、旅行情報収集サイト等のウェブサイトには、多くの場合、検索機能が組み込まれています。ユーザーがこの検索機能を使用して検索すると、ウェブサイトは検索結果と検索連動型広告を同時に提供し、この検索連動型広告は検索結果と並んで表示されます。検索用アドセンス(AdSense for Search)を通じて、Googleはこれらの検索連動型広告を「パブリッシャー」と呼ばれるウェブサイトの所有者に提供しており、Googleは、広告代理店のように、検索結果ページの周囲のスペースから利益を得たい広告主とウェブサイトの所有者の間で、仲介業者の役割を果たしています(検索用アドセンスは、オンライン検索連動型広告を仲介するプラットフォームとして機能)。Googleは、欧州経済領域(EEA)でのオンライン検索連動型広告の仲介において、最も強力な事業者であり、Microsoft、Yahoo等のオンライン検索連動型広告の競合他社は、Googleが所有する検索エンジンの検索結果ページに広告スペースを販売できません。そのため、第三者のウェブサイトは、これらの他のオンライン検索連動型広告仲介サービスの供給業者にとって、事業を拡大させ、かつ、Googleと競争するために非常に重要です。

¹⁴ 同期間中のオンライン検索連動型広告の仲介市場のシェアはほぼ85%超。また、総合検索のテクノロジー、検索連動型広告のプラットフォーム及びパブリッシャーと広告主の両者にとって十分に大きなポートフォリオを開発し維持するために、莫大な初期投資及び継続的な投資が必要であるため、オンライン検索連動型広告仲介市場は、参入障壁が高いといわれています。

¹⁵ <https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/jul/190719.html> 「G7競争当局」とは、競争・市場保護委員会(イタリア)、競争委員会(フランス)、連邦カルテル庁(ドイツ)、競争局(カナダ)、競争・市場庁(英国)、司法省(米国)、競争総局(欧州委員会)、連邦取引委員会(米国)及び公正取引委員会(日本)のことを指します。

¹⁶ <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/keizaisaisei/pdf/ap2019.pdf>

¹⁷ <https://www.mofa.go.jp/mofaj/files/000506253.pdf>
G20メンバー国に加えて、8つの招待国、9つの国際機関の代表が参加。

¹⁸ http://www.soumu.go.jp/main_content/000625755.pdf

¹⁹ <https://www.gov.uk/government/publications/competition-and-markets-authority-digital-markets-strategy/the-cmas-digital-markets-strategy> 具体的には7つの重点分野に支えられた5つの戦略目標を示しています。

²⁰ <https://www.gov.uk/cma-cases/online-platforms-and-digital-advertising-market-study>

²¹ https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2019/aug/190829_dpfp.html

—つづく—

②は令和元年(2019年)8月26日付掲載
※次回は令和元年(2019年)12月掲載予定