

デジタル分野における公正取引委員会の取組

平成31年2月13日
公正取引委員会委員長
杉本 和行

1 独占禁止法上問題となるプラットフォームの行為について調査・対応

- ✓ アマゾンが定めていた価格等の同等性条件（いわゆる最恵国待遇条項〔MFN条項〕）について、出品者の事業活動を制限している疑いがあったことから、同社に対し、独占禁止法の規定に基づいて審査を行ってきたが、アマゾンから、自発的な措置を速やかに講じるとの申出があった。
- 「アマゾンジャパン合同会社に対する独占禁止法違反被疑事件の処理について」（平成29年6月）⇒別紙 1
- 「アマゾン・サービシズ・インターナショナル・インクからの電子書籍関連契約に関する報告について」（平成29年8月）⇒別紙 2

2 「データと競争政策に関する検討会」報告書の公表（平成29年6月）⇒別紙 3

- ✓ IoTの普及、AI技術の高度化等を背景に、データを事業に利用することで、生産性の向上や、個々の顧客へのサービスの最適化を実現できる可能性が増大。データを事業活動に生かしていくことが重要となり、事業者誰しもがデータの収集・利用を公正かつ自由な競争環境で行うことができる必要がある。
- ✓ データに関する諸課題について、独占禁止法の適用の在り方や競争政策上の論点について検討するため、公取委競争政策研究センター内において有識者検討会を開催し、報告書を公表。

3 デジタル・プラットフォームに関する取引実態や利用状況についての情報提供窓口の設置（平成31年1月）⇒別紙 4

- ✓ 本情報提供窓口は、デジタル・プラットフォームの取引慣行等に関する実態調査の一環として、事業者・消費者から、競争政策上問題と考えられる、デジタル・プラットフォームと事業者との取引実態や、プラットフォームサービスを利用する消費者の利用状況に関する情報を収集・把握することを目的として設置。

アマゾンジャパン合同会社に対する独占禁止法違反被疑事件の処理について

平成 29 年 6 月 1 日
公正取引委員会

公正取引委員会は、アマゾンジャパン合同会社が、Amazon マーケットプレイス^(注1)の出品者^(注2)との間の出品関連契約において価格等の同等性条件^(注3)及び品揃えの同等性条件^(注4)を定めることにより、出品者の事業活動を制限している疑い^(注5)があったことから、同社に対し、独占禁止法の規定に基づいて審査を行ってきた。

今般、アマゾンジャパン合同会社から、自発的な措置を速やかに講じるとの申出がなされ、その内容を検討したところ、上記の疑いを解消するものと認められたことから、本件審査を終了することとした。

- (注1) Amazon.co.jpウェブサイト開設され、アマゾンジャパン合同会社によって運営されている電子商店街をいう。
- (注2) 電子商店街に商品を出品する者をいい、電子商店街に出店して商品を出品する者を含む。
- (注3) 出品者がAmazonマーケットプレイスに出品する商品の販売価格及び販売条件について、購入者にとって、当該出品者が他の販売経路で販売する同一商品の販売価格及び販売条件のうち最も有利なものと同等とする、又は当該販売価格及び販売条件より有利なものとする条件をいう。
- (注4) 出品者が他の販売経路で販売する全商品について、色やサイズ等の全バリエーションにわたり、Amazonマーケットプレイスに出品する条件をいう。
- (注5) 独占禁止法第19条（不正な取引方法第12項〔拘束条件付取引〕）の規定に違反する疑い

第1 事件処理について

1 アマゾンジャパン合同会社の概要

法人番号	3040001028447
名称	アマゾンジャパン合同会社
所在地	東京都目黒区下目黒一丁目8番1号
代表社員	アマゾン・オーバークラウド・ホールディングス・インク
職務執行者	ジャスパー・チャン、ジェフリー・ハヤシダ
設立	平成28年5月1日、アマゾンジャパン株式会社とアマゾンジャパン・ロジスティクス株式会社が合併し、存続会社であるアマゾンジャパン・ロジスティクス株式会社がアマゾンジャパン合同会社に組織変更された。

問い合わせ先 ITタスクフォース
公正取引委員会事務局審査局第四審査席
電話 03-3581-4009（直通）
ホームページ <http://www.jftc.go.jp/>

2 電子商店街の市場

我が国における主な電子商店街としては、Amazonマーケットプレイスのほか、楽天市場、Yahoo!ショッピング等が存在する。これらの電子商店街の運営事業者は、自らが運営する電子商店街において出品者が一般消費者等に商品を販売することを可能とし、多くの運営事業者は、出品者から手数料を徴収している。また、出品方式を採用するか出店方式を採用するかなど、その取引形態は一様ではない。

なお、アマゾンジャパン合同会社は、Amazonマーケットプレイスを運営しているほか、Amazon.co.jpウェブサイトにおいて自らも一般消費者等に商品を販売している。

3 Amazonマーケットプレイスに係る出品関連契約における価格等の同等性条件及び品揃えの同等性条件

- (1) Amazonマーケットプレイスに商品を出品しようとする者は、平成28年4月30日以前においてはアマゾン・サービスズ・インターナショナル・インク（米国法人）との間で、同年5月1日以降においてはアマゾンジャパン合同会社との間で、出品関連契約を締結することにより、商品を販売するためにAmazonマーケットプレイスに商品を出品することができる。
- (2) 全ての出品者には、出品関連契約の一つである「Amazonマーケットプレイス参加規約」に定められた条件が適用され、また、ほとんど全ての出品者は、出品関連契約の一つである「Amazonサービスビジネスソリューション契約」に定められた条件にあらかじめ同意する必要がある。これらの条件の中には、価格等の同等性条件が含まれている。
- (3) 一部の出品者は、上記(2)の「Amazonマーケットプレイス参加規約」及び「Amazonサービスビジネスソリューション契約」以外の出品関連契約も締結しており、これらの出品関連契約に定められた条件の中には、品揃えの同等性条件が含まれている。
- (4) 平成28年5月1日、アマゾン・サービスズ・インターナショナル・インクは、平成28年4月30日以前において出品者と締結した出品関連契約をアマゾンジャパン・ロジスティクス株式会社（上記1の表の「設立」欄参照）に譲渡した。これにより、現在では、出品者を一方当事者とする出品関連契約の他方当事者は、全てアマゾンジャパン合同会社となっている。

4 アマゾンジャパン株式会社及びアマゾンジャパン合同会社による価格等の同等性条件及び品揃えの同等性条件に係る調査

- (1) 平成27年10月頃以前において、アマゾンジャパン株式会社（上記1の表の「設立」欄参照）は、出品者による価格等の同等性条件の実施状況を把握するため、一部の出品者がAmazonマーケットプレイスに出品する商品の販売価格又は販売条件に係る調査を行っていた。この調査の結果、出品者によって価格等の同等性条件が実施されていないことが判明した場合には、当該出品者に対し、出品関連契約に価格等の同等性条件が定められていること等を通知し、又は説明することがあった。

(2) 平成29年1月頃以降において、アマゾンジャパン合同会社は、出品者による品揃えの同等性条件の実施状況を把握するなどのため、一部の出品者がAmazonマーケットプレイスに出品する商品の品揃えに係る調査を行っている。この調査の結果、出品者によって品揃えの同等性条件が実施されていないことが判明した場合には、当該出品者に対し、Amazonマーケットプレイスに出品する商品の品揃えの拡大を求めることがある。

- 5 価格等の同等性条件及び品揃えの同等性条件の競争への影響に係る懸念
電子商店街の運営事業者が出品者に価格等の同等性条件及び品揃えの同等性条件（別紙参照）を課す場合には、例えば次のような効果が生じることにより、競争に影響を与えることが懸念される。
- ① 出品者による他の販売経路における商品の価格の引下げや品揃えの拡大を制限するなど、出品者の事業活動を制限する効果
 - ② 当該電子商店街による競争上の努力を要することなく、当該電子商店街に出品される商品の価格を最も安くし、品揃えを最も豊富にするなど、電子商店街の運営事業者間の競争を歪める効果
 - ③ 電子商店街の運営事業者による出品者向け手数料の引下げが、出品者による商品の価格の引下げや品揃えの拡大につながらなくなるなど、電子商店街の運営事業者のイノベーション意欲や新規参入を阻害する効果

6 アマゾンジャパン合同会社からの申出

本件審査の過程において、アマゾンジャパン合同会社から公正取引委員会に対し、おおむね次の内容の自発的な措置を速やかに講じるとの申出がなされた。

- ① アマゾンジャパン合同会社は、当委員会による確認を経た上で速やかに、締結済みかつ有効な出品関連契約における価格等の同等性条件を削除し、又は当該契約における価格等の同等性条件及び品揃えの同等性条件に係る同社の権利を放棄して行使しないこととともに、今後、当該契約において価格等の同等性条件及び品揃えの同等性条件を定めないことを誓約し、これらの旨を出品者に周知する。
- ② アマゾンジャパン合同会社は、上記①の措置を講じた後に締結する出品関連契約において価格等の同等性条件及び品揃えの同等性条件を定めないことを誓約する。
- ③ アマゾンジャパン合同会社は、上記①の措置を講じた後速やかに、上記①及び②の措置を講じた旨について、出品者との交渉、出品者からの問い合わせ対応等を行う同社の従業員等に周知する。
- ④ アマゾンジャパン合同会社は、上記③の措置を講じた日から3年間にわたって年1回、上記①から③の措置の実施状況について、当委員会に書面により報告する。

7 公正取引委員会の対応

公正取引委員会は、アマゾンジャパン合同会社による上記6の措置が、独占禁止法違反の疑いを解消するものと判断し、上記6の①から③の措置が講じられたことを確認の上、本件審査を終了することとした。

第2 IT・デジタル関連分野における独占禁止法違反被疑行為に係る取組について

公正取引委員会は、IT・デジタル関連分野における独占禁止法違反被疑行為に係る情報に接した場合には、「ITタスクフォース」において効率的に調査を行うこととしている。

また、IT・デジタル関連分野における独占禁止法違反被疑行為に係る情報を広く受け付けるため、専用の情報提供窓口を設置している（詳細については、次のウェブページ参照）。

http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h28/oct/161021_3.html

当委員会としては、今後とも、公正かつ自由な競争の促進の観点から、電子商店街・オンライン取引を始め、IT・デジタル関連分野における競争の状況を注視していく。

アマゾン・サービス・インターナショナル・インクからの電子書籍関連契約に関する報告について

平成29年8月15日
公正取引委員会

公正取引委員会は、Amazon.co.jpウェブサイト上で電子書籍の配信事業を行っているアマゾン・サービス・インターナショナル・インク（以下「ASII」という。）から、同ウェブサイト上で配信される電子書籍に関する出版社及び流通業者（以下「出版社等」という。）との間の契約（以下「電子書籍関連契約」という。）において定められている同等性条件（以下「本件同等性条件」という。）について、自発的な措置を講じるとの報告を受けた。

第1 ASIIからの報告について

1 本件同等性条件

本件同等性条件は、出版社等に対し、Amazon.co.jpウェブサイト上で配信される電子書籍に係る①出版社等の一般消費者等に対する小売価格、②出版社等のASIIに対する卸売価格、③販売促進用の当該小売価格、当該卸売価格及びコンテンツ、④品揃え、⑤ビジネスモデル（例：定額配信やレンタル）並びに⑥機能（例：操作性）を含む事項について、出版社等と他の電子書籍配信事業者又は同事業者が運営する電子書籍配信プラットフォームにおける一般消費者等との取引（以下「他の取引」という。）との同等性を義務付けるものである。

2 同等性条件の競争への影響に係る懸念

公正取引委員会は、電子書籍配信事業者が出版社等に同等性条件を課す場合には、例えば次のような効果が生じることにより、同等性条件が競争に影響を与えることを懸念する。

- ① 出版社等による他の取引における電子書籍の価格の引下げやサービスの向上を制限するなど、出版社等の事業活動を制限する効果
- ② 当該電子書籍配信事業者による競争上の努力を要することなく、当該電子書籍配信事業者が運営する電子書籍配信プラットフォームにおける電子書籍の価格を最も安くし、サービスを最も良くするなど、電子書籍配信事業者間の競争を歪める効果
- ③ 電子書籍配信事業者による出版社等向け取引条件の向上が、出版社等による電子書籍の価格の引下げやサービスの向上につながらなくなるなど、電子書籍配信事業者のイノベーション意欲や新規参入を阻害する効果

問い合わせ先 ITタスクフォース
公正取引委員会事務局審査局第四審査上席
電話 03-3581-4009（直通）
ホームページ <http://www.jftc.go.jp/>

3 ASIIによる自発的な措置

ASIIによる自発的な措置は、次のとおりである。

- ① ASIIは、本件同等性条件に係る出版社等の義務に係る規定を行使しない。
 - ② ASIIは、平成29年8月4日までに、上記①の措置を講じたことを我が国における出版社等に通知する。
 - ③ ASIIは、上記②の措置を講じた後に締結する電子書籍関連契約において、本件同等性条件を定めない。
 - ④ ASIIは、上記①から③の措置を最低5年間実施する。
- なお、公正取引委員会は、ASIIから、上記②の措置を講じた旨の報告を受けた。

4 公正取引委員会の対応

公正取引委員会は、上記3の措置が上記2の懸念を解消するものと判断した。また、当委員会は、ASIIに対し、上記3の①の措置に伴って電子書籍関連契約における本件同等性条件以外の条件が変更される場合には、その変更が出版社等にとって不利益なものとならないよう、その変更について出版社等と十分に協議するよう申し入れた。

第2 IT・デジタル関連分野における独占禁止法違反被疑行為に係る取組について

公正取引委員会は、IT・デジタル関連分野における独占禁止法違反被疑行為に係る情報に接した場合には、「ITタスクフォース」において効率的に調査を行うこととしている。

また、IT・デジタル関連分野における独占禁止法違反被疑行為に係る情報を広く受け付けるため、専用の情報提供窓口を設置している（詳細については、次のウェブページ参照）。

http://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h28/oct/161021_3.html

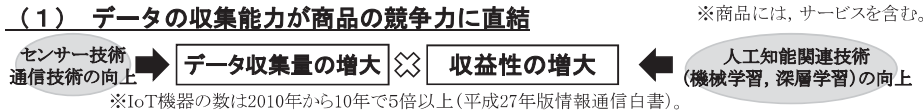
当委員会としては、今後とも、公正かつ自由な競争の促進の観点から、電子書籍配信事業を含む、IT・デジタル関連分野における競争の状況を注視していく。

「データと競争政策に関する検討会」報告書(概要) 平成29年6月6日

- IoTの普及、AI技術の高度化等を背景に、データを事業に利用することで、生産性の向上や、消費者それぞれへの最適なサービス提供を実現できる可能性が増大。この最大化のため、事業者誰もがデータの収集・利用を公正・自由な競争環境で行えることが必要。
- 大量のデータが一部の事業者に集中しつつあるとの指摘もあり、競争が制限され、消費者の利益が損なわれるおそれがある場合は、独占禁止法による迅速な対応が必要。
- ※ 官民データ活用推進基本法においてもデータの利活用推進が規定されている。

1 競争の現状 (第2章3)

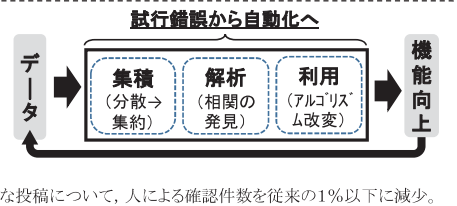
(1) データの収集能力が商品の競争力に直結



機械学習技術の発達

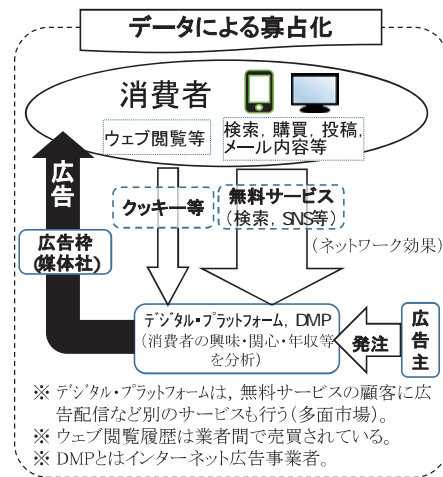
- データの「集積」「解析」「利用」による商品の機能向上が「自動化」。その程度はデータの質・量次第。
- 新たに「深層学習」による画像、音声等の機械学習が可能に。作物収穫等の作業、医療診断に応用(「眼」の獲得)。

※例えば、深層学習によりSNSへの不適切な投稿について、人による確認件数を従来の1%以下に減少。



(2) データを巡る競争の状況 (第2章3～5)

- デジタル・プラットフォームは、無料サービスにより、大量の個人データを収集し、広告事業等に活用。
- ※ネット広告業では、データ収集経路の開鎖等による「締め出し」の懸念が指摘されている。
- 「大規模＝便利」というネットワーク効果に加え、「データ→機械学習によるサービスの向上→更なるデータ増」の循環は、同様の事業への新規参入を更に困難にするおそれ。
- 一方、産業データ(人・機器の状況や病気画像等)は、各社がその収集を本格化。センサーの設置先など収集経路が限定される場合があり、「囲い込み」のおそれがあるとの指摘もある。
- (関連して2008年から2012年でデータ関連の企業結合の案件数は約3倍に増加。OECD(2014))



2 基本的な方向性 (第3章2, 第4章)

- 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。
- 一方で、データの集積によって、独占や寡占(競争の制限)をもたらし得る企業結合や、市場における地位を利用した消費者・中小企業からのデータの不当な収集(搾取)、あるいは、不当な「囲い込み」に対しては、独占禁止法による対応が必要。
- ※問題の多くは、現行の独占禁止法の枠組みで対応可能。
- 個人データのポータビリティの促進とともに、産業データのオーナーシップに関する議論や、国や法定独占産業等のデータの利活用推進に向けた議論の深化が望ましい。

3 データの集積を伴う企業結合審査への対応(市場について) (第3章3(2)イ～エ, 第5章1)

- 大量のデータの集積を伴う企業結合については、次の観点からの審査も必要。
- 結果として、データと関連するAI技術や商品における競争が低下しないか。
 - (商品段階の競争関係を問わず)同様のデータの売買が行われている場合、当該「データ市場」における競争減殺効果(当該データ価格の高止まり等)が生じないか。
- ※特に、①データの収集経路が限定的な場合、②データの機械学習を通じた商品の機能向上の循環がネットワーク効果により強化されている場合。
- SNSなど無料サービスについても「市場」として独占禁止法の検討対象とし得る。
- 【市場の考え方の例】
- 【データ市場】 走行データ → 【AI技術市場】 自動運転AI → 【製品市場】 自動運転車
- ※例えば、プライバシー等を巡る非価格競争が行われるSNS市場等での審査においては、プライバシー方針について市場支配力につながるような変更を行わない等の条件付けが必要となる場合もあり得る。

4 データの自由な収集・利用の妨害 (独占禁止法上問題となり得る場合)

○不当なデータ収集 (第4章1(1))

- 優越的地位にある事業者などが、業務提携等に伴い取引先企業から一方的にデータ提供を求めること。
 - デジタル・プラットフォーム(そのサービスに顧客がロックインされている場合)が、我が国法令等に照らし不当な行為により個人データを収集すること。
- ※一義的には個人情報保護法等の問題であるが、競争秩序に悪影響を及ぼすおそれがある場合には独占禁止法の適用も考えられる。

【参考】・ドイツ連邦カルテル庁によるフェイスブックに対する調査

- データ収集に関連して、海外のメールサービス提供事業者がメール内容を広告配信に使用(国内事業者は電気通信事業法上許されておらず、競争環境として好ましくないとの指摘。)

○独占・寡占事業者等によるデータの不当な囲い込み (第4章2(1))

当該データが競争者の事業に不可欠であって、例えば、次の場合に、競争者や顧客によるアクセスを正当な理由なく認めないこと。

※API接続などデータの収集経路の利用等を含む。

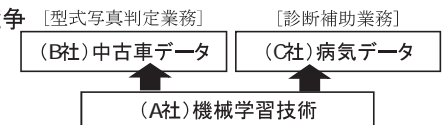
- 従来、競争事業者に当該データを開示してきており、競争者の排除以外に合理的な理由が認められない場合
- 顧客等に対し当該データへのアクセスを認める義務がある場合※に、顧客等に対するアクセスの拒絶が競争者を締め出し、排除することとなる場合

※例えば、個人情報保護法上の本人の事業者に対する開示請求権がある場合。また、金融機関と預金者など当事者間の契約において、取引履歴などのデータへのアクセスを認めている場合。

○その他 (第4章2(3))

- データの提供と解析の抱き合わせ
- データや解析技術を提供する条件として、競争者との取引を行わないことを求める行為等

【技術とデータとの関係】



5 データの共同収集・利用 (第4章1(2), 2(2))

- 原則として、競争を促進(標準化による効率化、安全性の向上等)。ただし、競争者の価格、数量を推測させるような共同収集は注意を要する(報告書で具体的ポイントを指摘)。

デジタル・プラットフォームに関する取引実態や利用状況についての
情報提供窓口の設置について

平成31年1月23日
公正取引委員会

公正取引委員会は、「デジタル・プラットフォームを巡る取引環境整備に関する検討会」中間論点整理（平成30年12月12日公表）を踏まえて平成30年12月18日に策定された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において、「透明性及び公正性を実現するための出発点として、大規模かつ包括的な徹底した調査による取引実態の把握を進める」とされていることなどを踏まえ、「デジタル・プラットフォームの取引慣行等に関する実態調査」を開始することとしました。

その調査の一環として、デジタル・プラットフォームについて、競争政策上問題と考えられる取引実態や利用状況に関する情報を収集・把握することを目的として、下記のとおり、公正取引委員会のホームページ上に、情報提供窓口を設置いたしました。事業者や消費者の皆様から広く情報提供をお願いいたします。

デジタル・プラットフォームに関する取引実態や利用状況についての情報提供窓口
<https://www.jftc.go.jp/cgi-bin/formmail/formmail.cgi?d=digitpf>

(参考リンク先)

- ・「デジタル・プラットフォームを巡る取引環境整備に関する検討会」中間論点整理について（平成30年12月12日公表）
https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h30/dec/181212_1.html
- ・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について（平成30年12月18日公表）
<https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h30/dec/181218.html>

問い合わせ先	公正取引委員会事務総局経済取引局総務課 電話 03-3581-5476（直通）
ホームページ	https://www.jftc.go.jp/