

【翻訳】

欧州委員会による「デジタル時代のための競争政策 最終報告書」(2019年)(2・完)

松宮 広和

情報法研究室

[COMMENT] “Competition Policy for the digital era, Final report,” by Jacques Crémer, Yves-Alexandre de Montjoye, and Heike Schweitzer for the European Commission (2019) (2)

Hirokazu MATSUMIYA

Information, Law and Technology

Abstract

On April 4, 2019, the European Commission published an expert report titled “Competition Policy for the digital era, Final report.” At the request of the EU Commissioner for competition Margrethe Vestager, three outside scholars prepared the report to explore how EU competition policy should evolve in the digital age. They analyze the three main characteristics of the digital economy (*i.e.* (a) extreme returns to scale, (b) network externalities, and (c) the role of data) and identify strong economies of scope in the digital economy, which foster the development of platforms and/or ecosystems, giving incumbents a strong competitive advantage that makes them “very difficult to dislodge.” The scholars also identify strong incentives for dominant digital companies to engage in anti-competitive behavior. They conclude that the existing basic framework of EU competition law is sufficiently flexible and reliable to protect competition, and serve consumers in the digital age. However, the scholars emphasize that it requires some adjustments to its various established concepts and assessment tools. With the rise of big technology companies like Google, Apple, Facebook, and Amazon (GAFA), and/or Baidu, Alibaba, and Tencent (BAT), governmental authorities all over the world are now facing the similar problems as mentioned above. They should cooperate in studying the issues and thereby design the additional regulatory framework that is necessary in the digital world.

目次

[解説]

(以上、(1) 本巻159頁以下)

[資料] 「デジタル時代のための競争政策 最終報告書」

(以上、(2・完) 本巻169頁以下)

本稿(1) (本巻 159 頁以下)より続く。

[資料]

欧州委員会 2019 年 4 月

「デジタル時代のための競争政策 最終報告書」²⁵

Jacques Crémer

Yves-Alexandre de Montjoye

Heike Schweitzer

による報告書

欧州委員会

競争総局

要約

第1章: 序論

Vestager 委員は、我々に、如何に、「競争政策」(='competition policy')が、「デジタル時代」(='the digital age')において、「消費者を支持する」(='pro-consumer')「イノベーション/革新」(='innovation')を促進し続ける目的で進化するべきかを「探索する」(='explore')こと、を依頼してきた。

我々は、我々の報告書を、以下の様に構成した。

²⁵ See *supra* note 1.

まず、我々は、「デジタル世界」(='the digital world')、及び「デジタル時代」(='the digital era')において、市場が、機能する当該主要なやり方として、我々が、見るもの、を描写する(第2章)。

我々は、そして、デジタル時代における EU 競争法の目標及びそれが使用するべき「方法論」(='methodology(-ies)')についての我々の視点の概要を述べる(第3章)。

第2に、この「フレームワーク/枠組み」(='framework(s)')を背景として、我々は、「プラットフォーム」(='platform(s)') (第4章)及び「データ」(='data') (第5章)に対する「競争ルール/競争準則」(='competition rule(s)')の適用を議論し、「欧州合併規制」(='European merger control')が、ある特定の更新を必要とするかどうか、を尋ねる(第6章)。

我々は、最後に、我々の結論を提供する。

最初に、ある特定の重要な注意: 我々は、一般的な提案を行うが、しかし、勿論、「デジタル・サービス」(='digital service(s)')は、非常に多岐に渡り、そして、それらが、競争する当該やり方は、「競争法」(='competition law')の下で、常にそうである様に、ある特定の「一件一件の/ケース-バイ-ケースの」(='case-by-case')の分析を、必要とする。

第2章: 「デジタル化」(='Digitisation')及び競争

我々は、「デジタル・エコノミー/デジタル経済」(='digital economy')の3つの「鍵となる/重要な/主要な」(='key')特徴に、焦点を当てる。

a) 「規模に関する極端な収穫」(='extreme returns to scale')。デジタル・サービスの当該生産のコスト/費用は、「奉仕される」(='served')顧客の当該数に比例するより遙かに少なくなる。この側面それ自体は新しいものではない(より大きな工場又は小売業者は、より小さなものよりも、しばしばより効率的である)一方で、しかしながら、デジタル世界は、これを、当該「極端/極限」(='extreme')まで押して、そして、これ/このことは、「既存の事業者」(='incumbent(s)')のための顕著な「競争上の優位性」(='competitive advantage')に帰結し得る。

b) 「ネットワーク外部性」(='network externality(-ies)')。ある特定の技術又はある特定の「サービス/役務」(='digital service(s)')を利用することの利便性は、それを採用する「ユーザー/利用者」(='user(s)')の数と共に増大する。結果として、ある「新規参入者」(='new entrant(s)')にとって、当該既存の事業者が、行うよりも、より良い品質及び/又はあるより低廉な価格を提供することは、十分ではない。すなわち、それは、また、それ自身の/自らのサービス/役務に対する彼らの「移行」(='migration')を「コーディネートする/調整する」(='coordinate')ために、既存の事業者のユーザー/利用者を納得/に

確信させなければならない。

「ネットワーク効果」(='network effect(s)')は、したがって、あるより優れたプラットフォームが、ある確立された既存のものに取って代わることを妨げ得る。

この「既存性の優位」(='incumbency advantage')の当該大きさ/サイズは、「マルチ-ホーミング」(='multi-homing')、「データ・ポータビリティ/データ可搬性」(='data portability')、及び「データ・インターオペラビリティ/データ相互運用性」(='data interoperability(-ies)')の当該可能性を含む、多くの要因に依存する。

c) 「データの役割」(='the role of data')。技術の当該進化は、会社が、大量のデータを、収集し、保存し、そして、利用すること、を可能としてきた。データは、「人工知能」(='Artificial Intelligence'/以下「AI」)の当該鍵となる/主要な「要素」(='ingredient(s)')の1つであるだけでなく、多くの「オンライン・サービス」(='online service(s)')、「生産プロセス/生産過程」(='production process(es)')、及び「ロジスティクス/(商品の)物流」(='logistics')に対する「極めて重大な/決定的な/必要不可欠の」(='crucial')「投入」(='input')でもある。

したがって、新規の、「革新的な」(='innovative')サービス/役務及び製品を開発する目的でデータを使用する当該能力は、その「関連性」(='relevance')が、増大し続ける、ある競争上の「パラメータ/媒介変数」(='parameter')となる。

これらの特性のある結果は、強力な「範囲の経済」(='economies of scope')の存在であり、それは、「エコシステム/生態系」(='ecosystem')の発展を優遇し、そして、既存の事業者にも強力な「競争上の優位性」(='competitive advantage')を与える。

この困難さの当該効率性のコスト/費用の「実証的証拠」(='empirical evidence')は、殆ど存在しないが、確かに、経験は、大きな既存のデジタル・プレーヤーを取り除くことは、非常に困難であること、を示す。

ある競争政策の視点から、「支配的な」(='dominant')デジタル企業が、「反競争的行為/行動」(='anti-competitive behavior')に従事する強力な「インセンティブ/誘因」(='incentive(s)')を有する、と云うある合理的な懸念も、また、存在する。

全てのこれらの要因は、デジタル・エコノミー/デジタル経済において、競争が取る当該形態に、大きく影響を与える。すなわち、それらは、「活力有る」(='vigorous')競争政策の「強制/執行」(='enforcement')を要求し、かつ、競争法が適用される当該やり方に対する「調整/修正/補正」(='adjustment(s)')を、正当化する。

第3章: デジタル時代におけるEU競争法の目的及び方法論

デジタル「革命」(='revolution')に照らして、競争法の基本的な目的を再考する必要は、存在しない。活力有る競争政策の強制/執行は、依然として、消費者の当該利益及び経済全体に奉仕するある強力な「ツール/道具」(='tool(s)')である。

この60年以上、EU競争ルール/準則は、「市場環境」(='market setting(s)')のある広範な多様性における競争を保護するための確固たる基礎を、提供してきた。

競争法の「法理」(='doctrine')は、「確固たる」(='solid')実証的証拠に基づいて、「一件一件の/ケース-バイ-ケースの」(='case-by-case')で、進化し、そして、多岐に渡る挑戦及び変化する状況に対して対応してきた。

同時に、EU競争ルール/準則の安定した「核心的な/中心的な」(='core')「原則/基本原理」(='principle')は、「一貫性を有する」(='consistent')強制/執行を保証してきた。

我々は、「欧州連合の機能に関する条約」(='the Treaty on the Functioning of European Union/以下「TFEU」)101条及び102条に組み込まれた、競争法の当該基本的フレームワーク/枠組みは、デジタル時代における競争を保護するために、ある「(合理的で)確かな」(='sound')、かつ、十分に柔軟な基礎を提供し続ける、と確信する。

しかしながら、プラットフォームの当該「特有の」(='specific')特徴、「デジタル・エコシステム/デジタル生態系」(='digital ecosystem(s)'),及び「データ・エコノミー/データ経済」(='data economy')は、「確立された概念」(='established concept(s)'),「法理」(='doctrine(s)')及び「方法論」(='methodology(-ies)')と同様に、より一般に、競争の強制/執行が、適用され、かつ、洗練されることを、必要とする。

a) 「消費者厚生基準」(='the consumer welfare standard')。「消費者厚生」(='consumer welfare')と云う当該専門用語は、ある広範な意味において、全ての「ユーザー/利用者」(='user(s)')を含む。

これは、デジタル・エコノミー/デジタル経済において、特に重要性が高い。そこでは、「ビジネス・ユーザー」(='business user(s)')も、また、プラットフォームの当該行為の影響を受ける。

ある急速に変化する世界において、我々は、蓋然性の高い「エラー・コスト/誤謬のコスト/誤謬の費用」(='error cost(s)')に照らして、当該「時間の尺度/期間」(='timeframe')及び「証明の基準/証明度」(='standard of proof')の両方を再考する必要がある。

加えて、経済学者が、消費者に対する当該「予想される」(='expected')影響と呼ぶものは、多くの場合において、非常に複雑で、計算すること出来ない(であろう)。

デジタル時代における「過少強制/執行」(='under-enforcement')は、第2章において議論される当該要因によって引き起こされる「市場支配力」(='market power')の「粘着性」(='stickiness')故に、「特定の/

特別な/特有の」(='particular')懸念となる。

したがって、我々は、消費者の悪影響が、正確に測定され得ない場合であっても、彼らが、直面する当該「競争圧力」(='competitive pressure')を低減することを目標として、「支配的なプラットフォーム」(='dominant platform(s)')によって採用される戦略は、明確に(事実により)立証される「消費者厚生」(='consumer welfare')の「増加」(='gain(s)')の不存在の場合には、禁止されるべきであると信じる。

b) 「市場画定」(='market definition')。デジタル世界において、市場の境界は、当該「オールド・エコノミー」(='old economy')におけるほど明確でないことが、有り得る。

更に、市場の境界は、非常に早く変わり得る。市場画定の当該伝統的な役割は、問題を特定することであった一方で、「マルチサイデイド・プラットフォーム/多面的プラットフォーム」(='multisided platform(s)')の場合には、当該「多面」(='side(s)')の「相互依存」(='interdependence')が、当該分析の「極めて重大な/決定的な/必要不可欠の」(='crucial')部分を構成することになる。

したがって、我々は、「デジタル市場」(='digital market(s)')において、我々は、市場画定の分析により少ない強調を置き、そして、「損害の理論/反競争的弊害の理論」(='theory(-ies) of harm')及び「反競争的戦略」(='anti-competitive strategies')の「同一性の確認/特定化/識別化」(='identification')により多くの強調を置くべきであると主張する。

同時に、彼ら自身の考慮に依れば、幾つかの「消費者に向いている」(='consumer-facing)市場において、企業が、消費者を、多かれ少なかれ包括的なエコシステム/生態系へ誘導する目的で競争するときであっても、特定の製品又はサービス/役務のための市場は、ある消費者の視点から存続する(であろう)し、そして、デジタル・エコシステム/デジタル生態系のための(あり得る)市場上の競争と同時に、「別々に」(='separately')分析され続けるべきである。

当該企業の「ロックイン」(='lock-in')戦略が、成功的であり、そして、消費者が、あるデジタル・エコシステム/デジタル生態系から離れることが、困難である場合には、エコシステム/生態系に「特有の」(='specific')「アフターマーケット」(='aftermarket(s)')が、定義される必要があり得る。

c) 「市場支配力の測定」(='Measuring market power')。市場支配力の当該評価は、「事案に特有の」(='case-specific')ものである必要があり、そして、それは、「デフォルト/初期値」(='default')の「オプション/選択肢」(='option(s)')及び短期的な「満足(感)」(='gratification')に対する消費者の「バイアス/偏り」(='bias(es)')の当該強さに関する「行動経済学」(='behavioural economics')から引き出された「見識/洞察」(='insight(s)')を、考慮しなければならない。

当該評価は、また、既存の事業者が競争から保護される(及び彼ら自身を保護し得る)全ての当該方法を、計算に入れるべきである。

我々は、特に、2つの側面を強調する。

第1に、外見上は断片化された市場においても、市場支配力が、存在し得る。この種の市場支配力は、「避けられない取引相手」(='unavoidable trading partner(s)')の当該概念に関連付けられ、プラットフォームの当該領域においては、「インターミディエーション・パワー/仲介の力」(='intermediation power')と、時として呼ばれてきた。

第2に、市場参入者に対して/にとって入手不可能なデータが、ある強力な「競争上の優位性」(='competitive advantage')を提供する場合には、その「占有/所有/保持」(='possession')は、「市場支配的地位」(='market dominance')に導き得る。

したがって、市場支配力の如何なる議論も、「一件一件の/ケース-バイ-ケースの」(='case-by-case')で、「仮定される/推定される」(='presumed')支配的な企業に対して/にとって、「入手可能な」(='available')であるが、しかし、競争者に対して/にとって入手不可能なデータに対する当該アクセス、及びデータに対する如何なるこの様なアクセスの差異の当該「持続可能性」(='sustainability')を、分析するべきである。

d) 「エラー・コスト・フレームワーク/誤謬のコスト・フレームワーク/誤謬のコスト枠組み/誤謬の費用枠組み」(='the error cost framework')。我々は、競争法は、「一件一件の/ケース-バイ-ケースの」(='case by case')で当該「エラー・コスト・フレームワーク/誤謬のコスト・フレームワーク/誤謬のコスト枠組み/誤謬の費用枠組み」と協働することを試みるべきではないと提案する。むしろ、競争法は、「エラー・コスト/誤謬のコスト/誤謬の費用」(='error cost(s)')に関する一般的な「見識/洞察」(='insight(s)')を、「法的テスト/法的試金石」(='legal test(s)')へ変換することを、試みるべきである。

多くのデジタル市場の当該「特有の」(='specific')特徴は、「エラー・コスト/誤謬のコスト/誤謬の費用」(='error cost(s)')と「インプリメンテーション・コスト/実施費用」(='implementation cost(s)')とのバランスを、議論は有るが、変化させてきた、そのため、「証明責任/立証責任/挙証責任」(='burden of proof')の配分及び「証明の基準/証明度」(='standard of proof')の定義を含む、確立されたテスト/試金石の修正が、要求され得る。

特に、強力な「ネットワーク効果」(='network effect(s)')及び高い参入障壁によって特徴付けられる高度に集中した市場(すなわち、市場自身によって容易に修正されない)状況の中では、あるものは、潜在的に「反競争的行動」(='anticompetitive conduct(s)')を許さない側で誤りを冒し、そして、その行為の「競争促進性」(='pro-competitiveness')を示すための証明責任/立証責任/挙証責任を、既存の事業者に課すこと、を求め得る。

これは、支配的なプラットフォームが、「隣接市場」(='neighbouring market(s)')に拡大することを試みて、そのことによって、デジタル・エコシステム/デジタル生態系へ成長して、それが、ユーザー/利用者にとって、離れることが更に困難となる場合に、特に真実であり得る。

この様な場合には、例えば、「相互運用性」(='interoperability(-ies)')を保証するある義務を支持するある「推定」(='presumption')が、存在し得る。

この様な「推定」は、また、支配的なプラットフォームが、特定の競争的に関連するユーザー/利用者の一式、又は総計されるデータであって、競争者が、「複製/再現する」(='reproduce')ことが出来ないもの、を支配する場合に、真実であり得る。

e) 「競争法」(='competition law')及び「規制」(='regulation(s)'). 競争法及び規制の何れかが、当該経済の「デジタル化」(='digitisation')から発生する当該挑戦を取り扱う目的でより良く置かれるべきか、と云う当該質問に対する一般的な回答は、存在しない。

この質問は、(我々が、当該後続する章で行う様に)特定の事項に関して行うことによつてのみ、賢明に回答され得る。

だが、2つのことは、明白である。

第1に、競争法は、絶えず変化し続ける市場に対応する目的で設計されてきた。

第2に、競争法の強制/執行及び規制は、必ずしも「代替(するもの)」(='substitute(s)')ではなく、しかし、殆どの場合、「補完(するもの)」(='complement(s)')であって、互いに補強し得る。

究極的に、競争法-そして、特に TFEU 第 102 条-は、ある「バックグラウンド・レジーム/背景の方法/制度」(='background regime')としてある有用な役割を果たす。競争法にとって非常に特徴的な分析の当該類型-特に、市場及び「市場の失敗」(='market failure')の徹底的な分析-は、当該デジタル・エコノミー/デジタル経済のための当該「法的枠組み」(='legal framework(s)')を再定義し、そして、企業、当該立法者及び「公共の議論」(='public debate')に対する重要な「ガイダンス/案内/指導/手引き/指示」(='guidance')を提供することを、助け得る。

第4章: プラットフォーム

ネットワーク外部性及び「規模に関する収穫」(='returns to scale')が、強力で、そして、特に、マルチ-ホーミング、プロトコル、及び「データ・インターオペラビリティ/データ相互運用性」(='data interoperability(-ies)'), 又は「差別化」(='differentiation')が、存在しない状況にある市場においては、当該市場において、ある限定的な数のみのプラットフォームのための余地が、存在し得る。

競争政策のための当該結果は、2要素から成る。

第1に、合理的な条件で、商品及びサービス/役務を供給し、イノベーション/革新を行うインセンティブ/誘因を提供するために、当該市場「のための/に向けた」(='for')競争を保護することが、不可欠である。この章では、我々は、したがって、支配的なプラットフォームが、市場参入の当該脅威を限定させたり、又は彼らの市場支配力を、「ネイバリング・マーケット/隣接市場」(='neighbouring market(s)')に拡張するために使用し得る戦略の当該類型、そして、如何に、競争当局が、それらに対応するべきか、を議論する。

第2に、ある支配的なプラットフォーム上の競争を保護することは、同様に重要である(それは、多くの場合、当該市場の「中の」(='in')競争を維持することと同様である)。

この点に関して、我々は、プラットフォームは、それらが、当該ルール/準則を決定するので、「規制上の役割」(='regulatory role')のある「形態」(='form')を果たし、(そして、)このルール/準則に従って、消費者、ビジネス・ユーザー及び「コンプリメンタリー・サービス/補完的サービス/補完的役務」(='complementary service(s)')の提供者を含む、それらのユーザー/利用者が、互いに作用/影響し合う、そして、それらが、支配的である場合には、それらのプラットフォーム上の競争が、「公正な」(='fair')、
「公平な」(='unbiased')、及び「消費者を支持する」(='pro-consumer')ものであることを、確かなものとするある責任を、有する、と主張する。

「市場のための/に向けた競争の促進」(='Promoting competition for the market')

本質的に、ある既存の事業者に挑戦する如何なる試みの当該成功は、ユーザー/利用者のある「クリティカル・マス」(='critical mass')を引き付け、そして、それによって、それ自身の「正のネットワーク効果」(='positive network effect(s)')を生み出す、ある潜在的な「ライバル/競争相手」(='rival(s)')の当該能力に依存する。

「一件一件の/ケースバイ-ケースの」(='case-by-case')分析が、常に要求される一方で、我々は、その様に行うことによって、ライバル/競争相手を妨害し、又は、そのコスト/費用を引き上げるある支配的なプラットフォームによる行動は、「価値に基づく競争/能率競争/効率競争」(='competition on the merit(s)')を構成しない限り、競争法の下で疑わしい(と思われる/とされる)べきである、と信じる。その様な行動は、数多くの異なる形態を取り得る。我々は、これまでより頻繁(又は「検知可能な/検出可能な」(='detectable'))であった当該行動に、我々の分析の焦点を当ててきた。

a) 「最恵国」(='Most Favoured Nation'/以下「MFN(s)」)条項又は「最良価格条項」(='best price clause(s)')。プラットフォームの場合には、商品又はサービス/役務の当該供給者が、しばしば当該価格を、設定する。それ故、彼らの投資を保護するために、プラットフォームは、商品が、他の「チャンネル/経路」(='channel(s)')を経由して、より低廉な価格で販売され得ない、と云うある要求を課す。これらの条項は、競争促進的及び反競争的影響の両方を有し得るし、そして、それらの効果は、当該市場の特有の特性に依存する。したがって、ある「一件一件の/ケースバイ-ケースの」(='case-by-case')分析が、必要である。

しかしながら、非常に強力なネットワーク外部性故に(特に、マルチサイデイド・プラットフォーム/多面的プラットフォームにおいて)、「既存性の優位」(='incumbency advantage')が、重要であり、そして、厳格な審査が、適切である。我々は、ある支配的なプラットフォームの当該投資を保護することを目標とする如何なる実務も、最小限で、かつ、よく標的とされるべきである、と信じる。

プラットフォームの間の競争が、十分に活力有る場合には、当該「売主」(='seller(s)')が、それ自身のウェブサイト上で、より低廉な価格を提供することを防止する条項(「狭い」(='narrow')MFN(s))を、依然として認容する一方で、あるプラットフォーム上の売主が、プラットフォームの間に価格を「区別する」(='differentiate')ことを防止する条項を禁止すること(すなわち、「広義の」(='wide')MFN(s)のある禁止)で、十分に有り得る。

プラットフォームの間の競争が、弱く、そして、支配的なプラットフォームに対する圧力が、他の「販売チャンネル/販売経路」(='sales channel(s)')(例えば、ホテルの予約のプラットフォームの場合には、ホテルによる彼ら自身のウェブサイト上の「直接販売」(='direct sales'))からのみ来得る場合には、そして、「狭い」(='narrow')MFN(s)を防止することも、また、適切である(であろう)。

b) 「マルチホーミング」(=' multihoming'), 「スイッチング/切替」(=' switching')及び「コンプリメンタリー・サービス/補完的サービス/補完的役務」(=' complementary service(s)')。消費者による「探索」(='exploration')を促進し、標的とされるサービス/役務の提供を通じて「参入者であるプラットフォーム」(='entrant platform(s)')が、彼らを引き付けることを可能とするために、「マルチホーミング」(=' multihoming')及び「スイッチング/切替」(=' switching')が可能であり、そして、支配的なプラットフォームが、それを妨害しないことが、鍵となる/重要である。

マルチ-ホーミングを制限し、又はそれをより少なく魅力的にする数多くの方法が、存在する-ここでも、「一件一件の/ケース-バイ-ケースの」(='case-by-case')分析が、「原初の/根源的な」(='primordial')(もの)である。

しかしながら、我々は、支配的な企業が、それによってマルチ-ホーミングを制限する如何なる手段も疑わしい(と思われる/とされる)べきであり、そして、当該企業は、確固たる「効率の抗弁」(='efficiency defence')を提供する「負担/義務/責任」(='burden')を負うべきである、と信じる。

同時に、データ規制は、マルチ-ホーミング、コンプリメンタリー・サービス/補完的サービス/補完的役務の当該提供、及び、したがって、競争を育成するためにある重要な役割を果たし得る。

これは、特に、2つの側面(両方が、当該関連するデータの章でより詳細に議論される)に関係する。すなわち、

(i) 「データ・ポータビリティ/データ可搬性」(=' data portability'), すなわち、あるプラットフォームが、彼らについて収集してきたデータを、何処か他の所へ移転するユーザー/利用者の当該能力、及び

(ii) 「インターオペラビリティ/相互運用性」(=' interoperability(-ies)')(その多岐に渡る「仕様」(='specification(s)')において、特に、「プロトコル・インターオペラビリティ/プロトコル相互運用性」(='protocol interoperability(-ies)'), 「データ・インターオペラビリティ/データ相互運用性」(='data interoperability(-ies)'), 「フル・プロトコル・インターオペラビリティ/完全なプロトコル相互運用性」(='full protocol interoperability(-ies)'))。

当該プラットフォーム上の競争の促進-規制者としてのプラットフォーム-

近時の経済(学)の文献が強調してきた様に、多くのプラットフォーム、特に、「マーケットプレイス」(=marketplace(s))は、「規制者」(=regulator(s))として行動し、彼らのユーザー/利用者が、相互作用するルール/準則及び「制度」(=institution(s))を設定する。

プラットフォームがルール/準則を選択すると云う事実「それ自体」(=per se)が、ある問題ではない。(すなわち、)我々は、異なるビジネス・モデル及び異なる「プラットフォーム・アーキテクチャー」(=platform architecture(s))の間の競争を、歓迎するべきであり、そして、その空間におけるイノベーション/革新を促進するべきである-確かに、これらの種類のイノベーション/革新は、従前には不可能であった取引を可能とすることによって、プラットフォームが、大きな効率性を生み出すことを、可能としてきた。

更に、我々は、多くの場合には、プラットフォームが、それらのプラットフォームを、ユーザー/利用者に対してより価値のあるものとする目的で、良いルール/準則を書くインセンティブ/誘因を有することを、期待する(であろう)。

しかしながら、これは、常に当てはまるとは限らない。例えば、ある支配的なプラットフォームは、それらのビジネス・ユーザーに「独占的位置/独占的地位」(=monopoly position(s))を販売するインセンティブ/誘因を持ち得る(例えば、あるプラットフォーム上で消費者に表示される結果の当該「ランキング/順位/序列」(=ranking)に関して)。

代替的に、以上で見た様に、ある支配的なプラットフォームは、それに「濫用的な」(=abusive)「セルフ-プリファレンシング/自己優遇/自己優先」(=self-preferencing)に従事することを許す様なあるやり方で、当該ルール/準則を設計し(又はそれらを適用し)得る。

これらの問題に対処する目的で、我々は、-それらの規制者としての機能故に-、**支配的なプラットフォームは、それらのルール/準則が、客観的な「正当化事由」(=justification)なくして、「自由で」(=free)、「歪曲されない」(=undistorted)、「活力有る」(=vigorous)競争を妨げないことを確かなものとするある責任を、有するべきである、**と信じる。

あるマーケットプレイスを設立する支配的なプラットフォームは、このマーケットプレイス上で「レベル・プレイング・フィールド/同等の競争条件」(=level playing field)を確かなものとしなければならない、そして、そのルール/準則を設定する力を、当該競争の当該結果を決定する目的で使用してはならない。

支配的ではないプラットフォームも、また、ある「規制上の役割」(='regulatory role')を果たす。

しかしながら、それらが、競争によって、「規律される」(='disciplined')限りにおいて、「広範囲に渡る」(='far-reaching')一般的なルール/準則は、必要でない(であろう)。

我々は、市場支配力に関わらず、全てのプラットフォームに広範囲に渡る行為ルール/準則を課すことは、-潜在的にセルフ-プリファレンシング/自己優遇/自己優先を含む-多くの種類の行為が、「競争促進的効果」(='pro-competitive effect(s)')を有し得ることを考慮に入れると、正当化され得ない、と感じる。

ある一定の領域において、規制は、「プラットフォーム・エコノミー/プラットフォーム経済」(='platform economy')における競争を保護することにおいて、当該模範となる競争法を強化し得る。

これは、特に、P2B 規制の当該草案において述べられた「トランスペアレンシー・レジーム/透明性の方法/制度」(='transparency regime')、又は、類似の事項が、継続的に発生し、そして、介入が、(例えば、「効果的な相互運用性」(='effective interoperability')を課し、そして、これを見越して[想定して]おく目的である「オンゴーイング・ベースで」(='ongoing basis')必要となり得る、他の領域に当てはまる。

これらの限定された状況から離れて、我々は、競争法が、当該プラットフォーム・エコノミー/プラットフォーム経済の当該進化に同行し、そして、案内し/導き続け得るし、そして、(その様に)すべきである、と信じる。

「レバレッジ/梘子(の作用)の活用及びセルフ-プリファレンシング/自己優遇/自己優先」 (='Leveraging and self-preferencing')

プラットフォームが規制者として行動すると云う当該事実は、「レバレッジ/梘子(の作用)の活用」(='leveraging')及び「セルフ-プリファレンシング/自己優遇/自己優先」(='self-preferencing')の我々の取り扱いに情報等を知らせる/提供する(我々は、スポーツ・リーグに関する先例からの類推で指摘する)。

a) 「レバレッジ/梘子(の作用)の活用」(='leveraging')。ある事業戦略の視点/観点からは、「レバレッジ/梘子(の作用)の活用」(='leveraging')は、「攻撃的」(='offensive')(より多くの利益を生み出す)に、又は「防衛的」(='defensive')(ある「隣接する」(='adjacent')、しばしば「ニッチ/すき間」(='niche')の、市場から、「核心的な/中心的な」(='core')市場への参入を防止する)であり得る、しかし、当該2つの間で、分析的な又は法的な違いは、存在しない。

「レバレッジ/梘子(の作用)の活用」(='leveraging')は、多くの異なる形態を、取り得る。

ある大規模なプラットフォームは、ネットワーク外部性とデータに対する「特権的な」(='privileged')アクセス故に、「新規参入者」(='new entrant(s)')に対して、強力な「競争上の優位性」(='competitive advantage')を有しているため、「効率」(='efficiency')を犠牲にすることなく、これらの効果を「和らげる/静める/緩和する」(='mitigate')ことに努めることが、重要である。

我々は、これが、取られ得る幾つかの形態を、議論する。

b) 「セルフ-プリファレンシング/自己優遇/自己優先」(='self-preferencing')。あるプラットフォームの市場支配力を、「レバレッジ/梃子(の作用)の活用」(='leveraging')として利用する1つの「特有の」(='specific')「テクニック/技術/技法」(='technique')は、「セルフ-プリファレンシング/自己優遇/自己優先」(='self-preferencing')、すなわち、あるもの自身の製品又はサービス/役務に、それらが、当該プラットフォームを使用している他の法主体によって提供される製品及びサービス/役務と競合する場合に、「優先的な/優遇的な」(='preferential')取り扱いを与えること、である。

TFEU 第 102 条は、支配的な企業によるセルフ-プリファレンシング/自己優遇/自己優先に、ある一般的な禁止を課していない。

換言すると、セルフ-プリファレンシング/自己優遇/自己優先は、「それ自体」(='per se')濫用的でなく、ある「効果テスト/効果試験」(='effects test')に服する。

しかしながら、我々は、垂直的に統合された支配的なデジタル・プラットフォームによるセルフ-プリファレンシング/自己優遇/自己優先は、当該「エッセンシャル・ファシリティ/不可欠施設」(='essential facility')の「法理」(='doctrine')によって述べられた当該「必要条件/前提条件」(='precondition(s)')の下におけるのと同様に、何処であれ、市場支配力のある「レバレッジ/梃子(の作用)の活用」(='leveraging')としての利用に帰結する蓋然性が高く、そして、ある競争促進的な「根本原理/理論的根拠」(='rationale')によって正当化されない場合にも、濫用的であり得る、と信じる。

特に高い参入障壁を伴い、そして、当該プラットフォームが、ある特定の「関連性」(='relevance')の「インターミディエーション・インフラストラクチャー/仲介の社会基盤施設」(='intermediation infrastructure')として奉仕するある市場において、我々は、当該プラットフォームが、「規制上の機能」(='regulatory function')を果たす範囲において、それは、セルフ-プリファレンシング/自己優遇/自己優先が、製品市場上で「長期的排除効果」(='long-run exclusionary effect(s)')を有さないことを証明する当該「責任」(='burden')を負うべきである、と提案する。

デジタル・プラットフォームによるセルフ-プリファレンシング/自己優遇/自己優先の「濫用行為」(='abusive practice(s)')は、救済のための特有の挑戦を、もたらし得る。

セルフ-プリファレンシング/自己優遇/自己優先が、競争者に「相対して(いる)」(='vis-à-vis')その市場での位置/地位を向上させることによって、あるプラットフォームの「従属会社」(='subsidiary(-ies)')に顕著に利益をもたらしてきた場合には、救済が、ある「修復的要素」(='restorative element(s)')を含む必要が、あり得る。

第5章: データ

データは、しばしば、オンライン・サービス、「生産プロセス」(='production process(es)')、「物流」

(='logistics')、「スマート製品」(='smart product(s)'),及び AI にとって、ある重要な「投入」(='input')である。

企業の当該競争力は、したがって、関連するデータに対する「適時の」(='timely')アクセスに、増大的に依存する。

以上を基礎とすると、一方では、最大数の企業による最も広範なデータの「普及」(='dissemination')及び利用が望ましい様に見受けられる(であろう)。

他方では、しかしながら、広範なデータ(の)普及の当該効率性は、企業が、データを、収集し、及び処理する十分な投資インセンティブ/誘因を確かなものとする当該必要性、プライバシー(「個人データ」(='personal data')に關係する場合に)及び「ビジネス・シークレット/営業秘密」(='business secret(s)')を保護する当該必要性、並びに「データ・シェアリング/データ共有」(='data sharing')の当該「通謀的な」(='collusive')側面、の様な多くの他の政策的配慮との間で、バランスを取られなければならない。

この背景に対して、我々は、競争政策のためのデータの当該経済学の結果を、議論する。

ある必要な注意は、データ(へのアクセス)に対する如何なる議論も、多くの次元に従って、データ及びその使用法の当該「異種(混交)/不均質」(='heterogeneity')を、考慮に入れなければならないことである。

a) データは、「ボランティア・データ/自発的生成データ」(='volunteered data')、「オブザーブド・データ/観測データ」(='observed data')、及び「インファード・データ/推定データ/推測データ」(='inferred data')に、分類され得る。データの当該類型は、競争者が、同一の情報を、独立して収集又は取得する当該能力に、影響を与え得る²⁶。

b) データは、異なる形態で収集され、そして、使用され得る。すなわち、「個体レベルのデータ」(='individual-level data')(例えば、ある特定のユーザー/利用者又はある機械からのデータ)、「匿名で使用されるバンドルされた個体レベルのデータ」(='bundled individual-level data used anonymously')(例えば、共同のフィルタリングのために使用される映画の嗜好)、「集合レベル・データ」(='aggregated-level

²⁶ 本報告書は、「情報の分類」に限定されず、より広く、「世界経済フォーラム」(='The World Economic Forum')によって、2011年2月17日に公表された報告書である「個人データ：新たな資産階級の台頭」(='Personal Data: The Emergence of a New Asset Class')の影響を、強く受けている様に見受けられる。The World Economic Forum, Personal Data: The Emergence of a New Asset Class, January 2011 (2011), available at <http://www3.weforum.org/docs/WEF_ITTC_PersonalDataNewAsset_Report_2011.pdf> (visited May, 15, 2019).

data)(例えば、「損益(計算書)情報」(='P&L information')),及び「コンテキスト・データ/文脈データ」(='contextual data')(例えば、地図情報)。

更に、それは、異なる頻度で生成され得るし、そして、「データ・アクセス」(='data access')は履歴データについてのものでもあり得るし、リアルタイム/実時間のデータについてのものでもあり得る。

c) データは、「個人的な」(='personal')又は「非個人的な」(='non-personal')(もの)であり得る。(EUの「一般データ保護規則」(='the General Data Protection Regulation'/以下「GDPR」)²⁷は、個人データのためのある特別な枠組みを準備して、それは、個人に対して、重要なコントロール/管理の権利を付与する。

したがって、個人的な及び非個人的なデータに対するアクセスは、各々、異なる道を辿り、そして、別々に議論される必要がある。

d) データは、最後に、様々な異なる理由のために、要求され、そして、使用され得る(例えば、ある支配的な企業によって提供されるある製品又はサービス/役務のコンプリメンタリー・サービス/補完的サービス/補完的役務を提供する目的で、又は当該データ管理者の活動の当該領域と完全に関係ない使用法のための(もの)を含むアルゴリズムをトレーニングする/訓練する目的で)。

競争のためのデータ及びデータ・アクセスの当該重要性は、したがって、常に、ある「所与の」(='given')市場の当該「特性/特異性」(='specificity(-ies)'),データの当該類型、及びある所与の事案におけるデータの使用法、のある分析に依存する。

この章で、我々は、異なる「シナリオ/(予想される)事態」(='scenario(s))を分析することに努める。

この要約の目的のために、それらの全てを詳しく検討することは不可能であるが、しかし、我々は、当該後続する側面を強調することが重要である、と考える。

a) 個人データに対するアクセス。GDPRは、「データ・ポータビリティ/データ可搬性」(='data portability')によって、「データドリブン・サービス/データ駆動型サービス」(='datadriven service(s)')間の「スイッチング/切替」(='switching')を、容易にし得る。

しかしながら、これも、また、如何にデータ・ポータビリティ/データ可搬性に対する当該権利が、解釈され、そして、実施/実行/履行されるかに依存する(であろう)。我々は、GDPRに盛り込まれている

²⁷ Regulation 2016/679 on the Protection of Natural Persons with Regard to the Processing of Personal Data and on the Free Movement of Such Data, and Repealing Directive 95/46/EC, 2016 O.J. L 119, available at <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>> (visited Apr. 10, 2019)(以下「GDPR」)。

当該「リスクベースのアプローチ」(='risk-based approach')の下では、ある特に著しい「ロックイン効果」(='lock-in effect(s)')を克服するために、ある支配的な企業に、より厳格なデータ・ポータビリティ/データ可搬性(の)制度が、課され得る、と信じる。

更に、GDPRにおけるデータ・ポータビリティ/データ可搬性は、当該「データ主体」(='data subject(s)')によって使用される2つ又はそれ以上のサービス/役務の間の、「継続データ・アクセス」(='continuous data access'),又は「データ・インターオペラビリティ/データ相互運用性」(='data interoperability(-ies)')を要求する、ある権利としてではなく、しかし、単に、幾つかの蓄積された過去のデータのある写し/コピーを受け取るある権利として、設計されてきた。

それは、したがって、サービス/役務の間のあるデータ主体のスイッチング/切替を容易にし得るが、しかし、それは、マルチホーミング、又はコンプリメンタリー・サービス/補完的サービス/補完的役務の当該提供を容易にする目的で起草されてこなかった。(それは、)継続的、かつ、「リアルタイム/実時間」(='real-time')のデータ・アクセスに頻繁に依存する、

データ・インターオペラビリティ/データ相互運用性を含む、より厳しいデータ・アクセス制度が、(以下の様に)課され得る。すなわち、

(i) 「分野特有の」(='sector-specific')規制を用いて(「支払サービス指令 2015/2366/EU」(='the Payment Services Directive 2015/2366/EU')との関連での様に)-特に、データ・アクセスが、コンプリメンタリー・サービス/補完的サービス/補完的役務のために、「セカンダリー・マーケット/二次的市場」(='secondary market')を開放することになっている場合に、又は

(ii) TFEU 第 102 条の下で-しかし、したがって、勿論、支配的な企業に限定される (以下を見よ)。

b) 「データ・シェアリング/データ共有」(='data sharing')。「データ・シェアリング/データ共有」(='data sharing')及び「データ・プーリング」(='data pooling')の「協定/取決め」(='arrangement(s)')は、頻繁に競争促進的であり得る。

すなわち、それらは、「データ・アクセス」(='data access')を強化し、データの「ボトルネック」(='bottleneck(s)')を解消し、そして、データに生来的な当該革新的な潜在能力のより完全な実現に貢献し得る。

当該同一の種類のデータ又は「コンプリメンタリー・データ/補完的データ」(='complementary data')の「リソース/資源」(='resource(s)')の当該プーリングは、企業が、新たな若しくはより良い、製品若しくはサービス/役務を開発し、又はあるより広範な、より有意義な基礎上でアルゴリズムをトレーニングすること、を可能とし得る。

しかしながら、その様な協定/取決めは、ある幾つかの状況において、反競争的となり得る。例えば、

(i) アクセスを拒否される(又は、より少なく好ましい条件でのみアクセスが、付与される)競争者は、当該市場から締め出され得る、

(ii) データ・シェアリング/データ共有の協定/取決めが、競争上「細心の注意を要する/微妙な/極秘

の」(=*sensitive*)情報を含む場合には、反競争的な情報交換に達し得る、

(iii) データの当該シェアリング/共有又は当該プーリングは、競争者が、彼ら自身のデータ収集及び「アナリティクス・パイプライン/分析パイプライン」(=*analytics pipelines*)を、差別化し、及び改善することを思い止まらせ/止めさせ得る、

(iv) 最後に、非 FRA

ND「条項/条件」(=*term(s)*)でのデータに対するアクセスの当該付与が、ある「搾取的濫用」(=*exploitative abuse*)に帰結し得る場合が、存在し得る。

当該競争法(上)の評価は、「中でも/特に」(=*inter alia*)、共有されるデータの類型、あるデータ・シェアリング/データ共有の協定/取決め又はデータ・プーリングの当該正確な形態と同様に、関連する当事者の当該市場(での)位置/地位にも、必然的に依存する(であろう)。

これまでのところ、当該事項は、競争法において比較的にな新しく、そして、よく研究されていない論題である。

データ・プーリングの当該異なる類型のある「スコーピング・エクササイズ/範囲確定作業」(=*scoping exercise*)、並びにそれらの競争促進的及び反競争的側面の後続する分析が、したがって、より多くの「ガイダンス/案内/指導/手引き/指示」(=*guidance*)を提供する目的で、必要である。

これは、例えば、「ガイダンス・レター」(=*guidance letter(s)*)、規制 1/2003 号第 10 条の下での「非侵害」(=*no infringement*)決定、又は「水平的協力」(=*horizontal cooperation*)の当該ガイドライン/指針の当該次回の再考を通じて、行われ得る。

後で、データ・シェアリング/データ共有及びデータ・プーリングに対するある「一括適用除外規制」(=*block exemption regulation*)が、適切になり得る。

c) TFEU 第 102 条に基づくデータ・アクセス。競争者が、ある支配的な企業からのデータに対するアクセスを要求する場合、その様なアクセスが、本当に不可欠であるかどうかに関して徹底的な分析が、要求される(であろう)。

加えて、両方の当事者の当該「正当な」(=*legitimate*)利益が、考慮される必要がある。

我々は、ここで、注意深くあることを提案する。すなわち、データの異なる形態、データ・アクセスのレベル/水準、及びデータの使用法を、区別することが、必要である。

多くの状況下で、データ・アクセスは、競争するために不可欠でなく、そして、「公的機関/政府機関」(=*public authority(-ies)*)は、したがって、介入を差し控えるべき(であろう)。

更に、我々は、TFEU 第 102 条は、支配的な企業によって、奉仕される当該市場と本質的に関係ない事業目的(すなわち、無関係の目的のために AI アルゴリズムを訓練する当該目的のためのデータに対するアクセス)を追求する「主張者/要求者」(=*claimant(s)*)によるデータの要求を取り扱うための当該最高の/最良のツール/道具ではない、と信じる。

すなわち、その様な場合には、「市場を基礎とする」(=*market-based*)解決の当該出現又は規制上の制

度の採用が、好ましい様に見受けられる。

しかしながら、データ・アクセス-及びもしかすると、データ・インターオペラビリティ/データ相互運用性-を確かなものとする義務を課す必要があり得る場合がある、他の状況も、存在する。

これは、特に、「コンプリメンタリー・マーケット/補完的マーケット/補完的市場」(='complementary market(s)')又は「アフターマーケット」(='aftermarket(s)')(すなわち、当該「データ・コントローラー/データ管理者」(='data controller(s)')によって奉仕される当該より広範なエコシステム/生態系の一部である市場)に奉仕することを当該目的とする「データ・リクエスト/データ要求」(='data request(s)')に、当てはまる(であろう)。

しかしながら、これらの場合において、競争当局又は裁判所は、アクセスの条件を特定する必要がある(であろう)。

これ、及び当該付随する監視する必要性は、「アクセス・リクエスト/アクセス要求」(='access request(s)')が、比較的「一般的な/標準的な」(='standard')ものである場合に、そして、アクセスの条件が、比較的安定性のある場合に、「実現可能な/実行可能な」(='feasible')もので有り得る。

そうでない場合には、特に、ある支配的な企業が、「継続データ」(='continuous data')に対するアクセスを付与することを要求される場合(すなわち、データ・インターオペラビリティ/データ相互運用性を確かなものとする目的)には、**規制のための必要が、存在し得る-**

それは、時として、「分野特有の」(='sector specific')でなければならない。

それにも関わらず、競争法は、当該一般的な「必要条件/前提条件」(='precondition(s)')を特定し、そして、当該可能な規制上の制度(に情報)を提供し得る。

d) データ及びアフターマーケットの「法理」(='doctrine')。機械の生産者が、ユーザー/利用者が、機械によって(生成される)当該データに対するアクセスを有することを許さない場合に、これが、セカンダリー・マーケット/二次的市場の閉鎖に達し得る、という恐れが、表明されてきた。

我々は、アフターマーケットの当該伝統的な競争法の分析のある更新のために、幾つかの「方向(性)方針」(='direction(s)')を、提案する。

(それは、)その現在の形態において、データの当該「特性/特異性」(='specificity(-ies)')を、考慮しない。

第6章: デジタル領域における合併及び買収

第6章は、デジタル時代における「合併規制」(='merger control')の当該役割に対する当該現在の議論の1つの特有の側面を、取り扱う。すなわち、ある急速に成長している「ユーザー・ベース/ユーザー基盤/利用者基盤」(='user base')及び顕著な競争上の潜在能力を有する小規模な「スタートアップ/

新会社」(='start-up(s)')の支配的なプラットフォームによる買収である。

我々は、特に、EU 合併規制の当該現在の制度が、「中でも/特に」(='inter alia')、潜在的なライバル/競争相手の当該早期の「除去/削除/排除」(='elimination')に関連する懸念により良く取り組む目的で、調整される必要があるかどうか、に焦点を当てる。

その様な懸念は、デジタル・エコノミー/デジタル経済におけるネットワーク外部性の当該重要性によって強化され、そして、支配的なプラットフォームが、その様な買収の「(悪い意味で)計画的な/故意の」(='systematic')「(規則的に繰り返し起こる)パターン/様式/形式」(='pattern(s)')に従事する場合に、特に深刻となり得る。

我々は、この事項を、2つの側面の下で分析してきた。すなわち、

(a) 「EU 合併規制」(='the EU Merger Regulation'/以下「EUMR」)において設定されている当該現在の「管轄権の行使の要件としての閾値」(='jurisdictional thresholds')が、これらの取引を「捕らえる」(='catch')ために十分であるかどうか、及び

(b) 及び^{ママ}当該実体的な「競争上の評価」(='competitive assessment')。

a) 「管轄権の行使の要件としての閾値」(='Jurisdictional thresholds')。これらの買収の多くは、スタートアップ/新会社が、EUMR において述べられた当該閾値を充足するために十分な「取引高/総売上高」(='turnover')を、まだ生み出していない時に行われるために、当該委員会の管轄権を、免れ得る。

これは、多くのデジタル・スタートアップ/新会社が、短期的な利益を犠牲にする一方で、まず、ある成功的な製品を打ち立て、そして、ある大きなユーザー・ベース/ユーザー基盤/利用者基盤を引き付けること、を試みることに起因する。したがって、この様なスタートアップ/新会社の当該競争上の潜在能力は、彼らの取引高/総売上高において、反映されない可能性がある。

この間隙を塞ぐ目的で、幾つかの「加盟国」(='Member State(s)')は、当該取引の価値に基づく代替的な閾値を導入してきたが、しかし、それらの実際の影響/効果は、依然として検証される必要がある。

潜在的に反競争的な取引が、競争当局によって、適切に精査されることを確かなものとするのが重要である一方で、「法的確実性/法的安定性」(='legal certainty')に対する当該市場の必要と同様に、管轄権のある拡大が、引き金を引く(であろう)、当該追加的な行政上の「負担/義務/責任」(='burden')及び取引コスト/費用を、最小限にする当該必要も、考慮されなければならない。

我々は、したがって、EUMR の「管轄権の行使の要件としての閾値」を変更するには、時期尚早である、と結論付ける。

すなわち、当分の間、ある一定の加盟国によって、近時に導入された当該「取引額ベースの」(='transaction value-based')閾値の当該「目標達成能力/遂行能力/パフォーマンス」(='performance')と同様に、当該「参照/照会」(='referral')制度の当該働き、を「監視/監督/観察する」(='monitor')ことが、より良い。

しかしながら、もし万一、将来において、「体系的な」(='systematic')管轄権の行使の要件としての間隙が、発生したら、当該 EUMR の閾値に対するある「スマートな」(='smart')修正が、正当化される可能性がある。

b) 「実体的な評価」(=' Substantive Assessment')。EUMR の「効果的な競争に対する実質的な妨げ」(='significant impediment to effective competition')(という)テスト/試金石は、当該デジタル・エコノミー/デジタル経済における合併を評価するためのある「(合理的で)確かな/適切な/正しい」(='sound')基礎であり続けるが、我々は、ある一定の「特定の/特有の」(='specific')事例を適切に評価する目的で、「被害/損害」(=' harm')の当該「実体的な理論」(=' the substantive theory(-ies)')を「再訪する/再検討する」(=' revisit')ある必要が、存在する、と信じる。

これは、強力な正のネットワーク効果及びデータ・アクセス、これらは、ある顕著な参入障壁として行動するのであるが、から利益を得るある支配的なプラットフォーム及び/又はエコシステム/生態系が、ある現在は低い取引高/総売上高、しかし、ある大きな及び/又は急速に成長しているユーザー・ベース/ユーザー基盤/利用者基盤、並びにある高い将来的な市場における潜在能力を有するある「ターゲット/標的」(=' target')を取得する場合に、特に当てはまる。

その様な場合において、当該市場における競争は、「一般的に/典型的に」(='typically')減殺されており、そして、競争上の脅威は、一般的に/典型的に当該「周辺/外縁」(='fringe')から来る(であろう)から、競争法は、市場へ参入する競争者の当該能力を保護することに、特に関係する/関わるべきである。

周辺/外縁の製品又はサービス/役務を提供する「将来性の有る」(='promising')スタートアップ/新会社を買い占めることは、したがって、潜在的な競争上の脅威の早期の「除去/削除/排除」(='elimination')に帰結する可能性がある。

この状況において、ある買収に起因する当該「競争上のリスク/危険」(='competitive risk')は、「被害/損害」(='harm')の伝統的な「コングロマリット」(='conglomerate')理論における様に、「投入」(='input')に対するライバル/競争相手の当該アクセスの当該「閉鎖」(='foreclosure')に限定されない。

それは、当該プラットフォームの(又はエコシステム/生態系の)支配の「強化」(='strengthening')に及ぶ。何故なら、当該買収は、以下を可能とするからである。すなわち、

(i) 当該新たなサービス/役務を、当該プラットフォーム/エコシステムによって、既に提供されているサービス/役務に対する「補完(するもの)」(='complement(s)')として考えるこれらのユーザー/利用者の当該「誠実さ」(='loyalty')を「強化する」(='intensify')こと、及び

(ii) 当該新たなサービス/役務が、既に「入手可能な」(='available')当該ものに対する部分的な補完(するもの)となり得る他のユーザー/利用者を保持することを助けること。

したがって、我々は、これらの買収を「解決する/上手く取り扱う」(='handle')最高の/最良のやり方は、当該「被害/損害」(=' harm')の「コングロマリット」(=' conglomerate')理論に、幾つかの「水平の」(=' horizontal')「要素」(=' element(s)')を「加える」(=' inject')こと、及び当該後続する質問

に回答することに努めることである、と考える。すなわち、

(i) 当該「取得者」(='acquirer')は、ネットワーク効果又はデータの使用に関連付けられる参入障壁から利益を得るか?

(ii) 当該ターゲット/標的は、当該「技術的スペース/ユーザー・スペース/利用者スペース」(='technological/users space')又はエコシステム/生態系の内部で、ある潜在的又は「現実の」(='actual')競争上の「制約」(='constraint(s)')か?

(iii) その「除去/削除/排除」(='elimination')は、特に、増大された参入障壁によって、このスペースの内部で、市場支配力を増大するか?

(iv) もしそうなら、当該合併は、効率性によって、正当化されるか?

ここで提案される当該テスト/試金石は、**支配的なプラットフォーム及び/又はエコシステム/生態系による小さなスタートアップ/新会社の買収の規制のある高められた「度合/程度」(='degree')**が、当該エコシステム/生態系からの部分的なユーザー/利用者の「離脱/離反」(='defection')に対するある有り得る戦略として、分析されるべきこと、を意味する(であろう)。

ある合併が、その様なある戦略の一部であることが、もっともらしい場合には、当該「通知/通報/通告する」(='notifying')「当事者」(='party(-ies)')は、競争に対する当該「有害な影響」(='adverse effect(s)')が、「合併固有の効率性」(='merger-specific efficiency(-ies)')によって、相殺されることを示す当該「責任」(='burden')を、負うべきである。

この「損害の理論」(='theory(-ies) of harm')は、その様な合併の当該「適法(性)/合法(性)」(='legality')に対するある「推定」(='presumption')を、創出しない。

しかしながら、それは、適切な量の新たな事業戦略及びそれらが提起する当該「競争上のリスク/危険」(='competitive risk')を、必要とし、そして、「体系的な」(='systematic')「偽陰性/第二種過誤」(='false negative(s)')の当該コスト/費用が、特に高いある状況の下で、偽陰性/第二種過誤を最小限に留めることを、助けるはずである。

□

[付記]

本稿は、研究題目「持続的な経済成長の促進を可能とする ICT 利活用のあり方に関する総合的研究」(国際共同研究加速基金(国際共同研究強化))(平成 28-令和元年度)(JSPS 科研費 15KK0109)に対して交付された、科学研究費補助金の成果の一部を含むものである。

現在、客員研究員として、The University of California, Berkeley で在外研究を行うことを可能とするために御助力を頂いた、同大学の the Charles and Louise Travers Department of Political Science の学部長である Steven K. Vogel 教授を始めとする全ての方、そして、当該在外研究で貴重な知見を得ることを可能とするために御助力を頂いた全ての方に、謹んで心からの謝意を示したい。