

ネット中立性と米国反トラスト法の研究調査

(反トラスト法はネット中立性の代替物となるか：米国反トラスト法の動向の整理と分析)

荒井 弘毅 共立女子大学ビジネス学部教授

1 はじめに

2017年4月FCCのパイ委員長は、従前のネット中立性の原則を取り消す提案を発表した。ネット中立性とはインターネットサービスプロバイダがソースに関わらず、全てのデータを同等に取り扱うべきとする原則である。すなわち、これにより、ネット中立性の原則の代わりに反トラスト法が主たる規制の基盤となると考えられる。しかしながら、反トラスト法は、実行可能な代替物となるかどうかについてはまだ議論が続けられているところである。

本研究は、こうした状況を踏まえ、最近の反トラスト・競争法実務における合理の原則重視という視点から、米国・欧州判例等を研究するものである。具体的には、今日の世界的な潮流である反トラスト判決における「証拠に基づいた」(evidence-based)執行における経済分析の活用、それを土台とした合理の原則重視について検討を行う。競争法の事案においては、中でも米国反トラスト事件では、当然違法(per se illegal)から、合理の原則(rule of reason)への判断基準の転換が、近年特に目を引くものとなっており、研究の意義があると考えられる。

この研究では、米国における当然違法縮小傾向、合理の原則重視の傾向・経済分析の用いられ方がどのように展開されてきているか、その背景・実態・今後の展開を把握しようとするものである。これは、判例の動向からも推測することが可能であるが、より実際の、米国司法省反トラスト局及び連邦取引委員会(FTC)の法執行の実態を把握することから捉えることができる。このため、本研究では、反トラスト法がネット中立性原則の代替物となるかどうかといった問題意識を踏まえて、ネット中立性の議論に影響を与える米国反トラスト法の実態、これらを支える経済分析の応用例といった様々な観点から検証しようとするものである。

2 ネットワーク中立性の議論

2-1 我が国における議論

インターネットは、誰でも自由に活動できる共通基盤としてオープン性が重視されてきた。近年では、コンテンツの大容量化、IoT機器の普及などによるインターネットトラフィックの急増・多様化が進み、ネットワーク環境が大きく変化している。そうした中で、通信事業者はインターネット上のトラフィックを公平に取り扱うといういわゆる「ネットワーク中立性(Network Neutrality)」の確保が、重要な意味を持つ。日本においては、総務省において、2018年10月から「ネットワーク中立性に関する研究会」が開催され、ネットワーク利用及びコスト負担の公平性や透明性確保の在り方等について検討が行われている。

2019年4月に取りまとめられた同研究会の中間報告書では、インターネットの利用に関する利用者の権利を明記し、コンテンツ・プラットフォーム事業者を含めた多様な関係者によってそれが尊重・遵守されることの重要性を訴え、「今後もインターネットの「オープン性」が維持されるためには、「通信事業者はインターネット上のトラフィックを公平(無差別)に取り扱う」といういわゆる「ネットワーク中立性(Network Neutrality)」の確保が、非常に重要な意味を持つ」としてている。さらに、「①帯域制御ガイドラインの見直し、②ゼロレーティングに関する指針の策定、③モニタリング体制の整備、④トラフィックの効率的かつ安定的な処理のための体制整備」などの取組の推進が挙げられている[1]。

これらを踏まえ、同研究会の下に「ゼロレーティングサービスに関するルール検討ワーキンググループ」を開催され、2020年3月に、「ゼロレーティングサービスの提供に係る電気通信事業法の適用に関するガイドライン」の策定がなされ、2020年12月に「帯域制御の運用基準に関するガイドライン」の改定が進められてきている。こほのか、固定ブロードバンドサービスの通信品質は、回線事業者・ISPなど複数の事業主体や家庭内の通信環境など様々な要因が影響することもあり、公正、中立的かつ効率的な品質測定手法が確

立されていないため、正、中立的かつ効率的な計測手法の確立と、消費者に分かりやすい情報提供の必要性、利用者におけるサービス内容の理解の向上を図るとともに、通信事業者のネットワークへの持続的な設備投資及び競争環境を確保するため、固定ブロードバンド品質測定手法の確立に関する検討が進められてきている。

2-2 欧米での議論

ネットワーク中立性とは2003年にコロンビア大学のTim Wu教授が唱え、2004年2月FCCパウエル委員長が「インターネット・フリーダムの4原則」を発表したことから議論が始まった[2]。2005年8月にFCCマーティン委員長が「インターネット政策声明」で不合理な差別的取り扱いの禁止等を表明した[3]。その後、民主党政権下で、2010年12月にはFCCゲナコウスキ委員長の下で「オープン・インターネット規則」[4]、2015年12月にはFCCウィーラー委員長により「新オープン・インターネット規則」が採択されている[5]。さらに、共和党政権下で、2017年12月には、FCCパイ委員長が「インターネットフリーダム規則」を採択している[6]。

なお、2018年9月にはカリフォルニア州で、インターネット消費者保護及びネット中立性に関する法律が成立し、ブロッキング・有償ゼロレーティング等の禁止などが規定された。これに対して連邦司法省が、取り下げを求めて提訴し、2021年2月に連邦地裁が棄却したところである。

これは、大きく見ると、固定ブロードバンドとモバイルの両方を、電気通信サービスに分類して厳格な規律が適用されるか、情報サービスに分類して一般的な差別取り扱いの禁止のルールに従うこととなるかの争いである。このため、一般的な差別取り扱い、あるいは、独占化の企図についての反トラスト法の執行に関する潮流が、これらに対して裏面から影響を与える可能性がある。このため、以下、米国反トラスト法の動向を、特に、近年のBig Techに対する動きを中心に分析的に検討したい。

このほか、欧州でのネットワーク中立性の議論に関しては、欧州委員会の動きが中心となっており、2013年「テレコム単一市場規則案」としてネットワーク中立性を含む規則案を公表し、2015年10月に「ネットワーク中立性規則」が制定された。また、2020年には、欧州司法裁判所で、ゼロレーティングサービスについてネットワーク中立性規則に反するという先行判決が出されている状況にある。

3 米国反トラスト法の動向

近時、グーグルやフェイスブックといった巨大プラットフォーム事業者(Big Tech)に対する米国反トラスト法による法執行が盛んである。米国司法省ほか11州は、2020年10月20日、グーグルに対して、シャーマン法2条違反の疑いがあるとしてコロンビア特別区連邦地方裁判所に訴訟を提起した(訴訟I)。そして、米国連邦取引委員会(FTC)は、2020年12月9日、フェイスブックに対して、シャーマン法2条違反に基づくFTC法5条(a)項違反の疑いがあるとして訴訟を提起した。(訴訟II)。また、テキサス州ほか9州は、2020年12月16日、グーグルに対して、シャーマン法2条等違反の疑いがあるとして訴訟を提起した。(訴訟III)。さらに、コロラド州ほか37州も、2020年12月17日、グーグルに対して、シャーマン法2条等違反の疑いがあるとして訴訟を提起した(訴訟IV)。こうした米国の競争当局の積極的な姿勢の背景は、2020年10月6日に公表された米国下院司法委員会反トラスト・商事・行政法に関する小委員会の与党スタッフ報告書(以下、米国下院報告書という。)に見て取れる。以下では、各訴状で示されたシャーマン法2条上の論点及び米国下院報告書を中心に概観し、ネットワーク中立性の議論をする際に意識されることとなる米国反トラスト法の最近の動きを把握する。

3-1 司法省によるグーグルに対する訴訟(訴訟I)

(1) 訴状の概要

グーグルに対する訴状は、①訴訟の性質、②裁判管轄、③当該産業の背景的事情、④関連市場、⑤反競争的行為、⑥反競争効果、⑦違反被疑行為、⑧救済の請求の8項目からなる。要約すれば、司法省の主張は3つの部分からなり、第1の請求は、グーグルによる一般検索サービスの独占化行為(独占力を故意に形成又は維持する行為)の差止めである。第2の請求は、同社による検索広告の独占化行為の差止めであり、第3の請求は、一般検索テキスト広告の独占化行為の差止めである。

(2) 背景的事情

訴訟の性質の部分では、マイクロソフト事件 を引用しているのが目を引く。また当該産業の背景的事情として、米国ではそもそも、検索エンジンを提供している事業者は 3 社 (Google、Bing、DuckDuckGo)しか存在しないことと、米国における検索連動型広告市場は年間 500 億ドル規模に達しているが、Googleにほぼ支配されていることが指摘される。このような巨大企業Googleが収集・分析するデータの規模はアルゴリズムの品質の向上につながり、機械学習の改善にも役に立つ。このことがより相関度の高い検索結果を提供できることにつながる。また、消費者が既定の検索エンジンをめったに変更しないことを背景に、検索サービスがパソコンや、モバイル端末、IoT デバイス等における検索アクセスポイント(ブラウザや、検索アプリ、音声アシスタント等)を通じて提供されることから、検索サービス事業者は、検索情報に係る様々な流通業者に自らの検索エンジンを検索アクセスポイントの既定検索エンジンに設定してもらうように、流通協定(distribution agreement)を締結するなどして働きかけを行っていた。すなわち、米国では、検索のモバイル端末経由での割合は約 6 割占めているところ、モバイル端末上の検索アクセスポイントにおける既定検索エンジンは通常、流通協定やライセンス協定(licensing agreement)により定められる。また、PC における検索の流通経路については、通常、消費者はブラウザ経由で検索エンジンにアクセスするが、Googleの所有するブラウザ Chrome は米ブラウザ市場の 6 割を占めている一方、Safari は 17%、Firefox は 7%、マイクロソフトの Internet Explorer 及び Edge は 15%にとどまっている。マイクロソフトを除くほとんどのブラウザ開発者が、Googleの検索エンジンをブラウザの既定検索エンジンに設定することについてGoogleと合意している。

(3) 関連市場と反競争的行為

競合他社を流通経路から締め出す効果を持つGoogleの流通協定はおおよそ以下 3 つの形に分けられる。すなわち、第 1 に、アンドロイド端末製造業者と締結されるアンチ・フォーキング(anti-forking)協定である。これはアンドロイドからの派生物を禁止することを内容とするものである。第 2 に、デバイス製造業者が①Googleのコアアプリのバンドルをデバイスに格納すること、②特定のアプリを削除できないようにすること、及び③Googleの検索バーを既定のホーム画面に置くことといった条件に全て同意することを前提にして、GoogleはGoogle専有のアプリ・API へのアクセスを製造業者に提供すること、である。第 3 に、検索に係る流通業者はGoogle検索広告による収益の一部と引き換えに、Googleの検索エンジンを検索アクセスポイントの既定検索エンジンに設定すること、である。

関連市場 (relevant market) に関しては、①一般検索サービス、②検索広告、③一般検索テキスト広告は、いずれも反トラスト法上の関連市場であり、Googleはそれぞれの市場において独占力を有しているとされている。具体的には、米国で検索サービスを提供する事業者(検索数ベースシェア)はGoogle(88%)、Bing(7%)、Yahoo!(<4%)及び DuckDuckGo(<2%)の 4 社しかおらず、Googleが圧倒している。その上、参入障壁が高く、資本投資、流通経路へのアクセス、技術の高度化、規模等の見地から新規参入は容易ではないとされている。上記の関連市場のうち、検索広告市場が画定されたのは、広告主は即座に、自分の商品・役務に関わるクエリを実行した消費者をターゲットに広告を配信することができるが、このような特定の関心事を持つ消費者を即時にターゲット広告を行うことができる点において合理的な代替肢が存在しないからである。同様に、検索テキスト広告市場も、カバーする範囲(関心事)の広範さ、広告の目的と機能、広告による販売の進め方等の点において合理的な代替肢が存在しないとされている。

違法行為としては、Googleが自社の検索エンジンを各ブラウザ、モバイルデバイス、PC その他のデバイス上の検索アクセスポイントの既定検索エンジンにプリセットさせ、Googleのアプリのプリインストールと目立つ配置を協定の相手方に要求し、Googleの検索アクセスポイントを Google Play (Googleのアプリストア) とGoogle API に結びつけ、①検索サービスのライバルを犠牲にしてクエリをGoogleに誘導するその他の制限を行う反競争的で排他的な流通協定を通じて、②検索広告のライバルを犠牲にしてGoogleに利益をもたらすその他の制限を行う反競争的で排他的な流通協定を通じて、③一般的な検索テキスト広告のライバルを犠牲にしてGoogleに利益をもたらすその他の制限を行う反競争的で排他的な流通協定を通じて、各関連市場における独占力を故意に維持し、濫用してきたことが挙げられている。

本件で問題視されたアンドロイドデバイスにおける流通協定は次の 3 つである。第 1 はアンチ・フォーキング協定である。これはアンドロイドに基づく代替的 OS の開発の妨害、すなわち、検索サービスへの提供ルートの閉鎖効果を持つものである。協定違反の効果としては、Google専有の API・Google Play へのアクセスの禁止、すなわちそれらが使用不能になることや、レベニューシェア (後述) 分相当の損失等が挙げ

られる。第2はプリインストール協定(MADA)である。MADAにより、検索アクセスポイントとしての検索関連のアプリ・機能(検索バー等)は目立つように配置され、またグーグルのコアアプリ(Google Play、Chrome、検索アプリ、Gメール、グーグルマップ、YouTube)はバンドルで提供される。プリインストールされたコアアプリが使用者に削除されないようにすることも要求される。Google Play及びグーグルAPIにグーグルのコアアプリを縛りつけ、グーグルの検索エンジンをモバイルデバイス上の他の検索アクセスポイント(検索バー、音声アシスタントなど)に縛りつけることが可能になる。第3は、レベニューシェア協定である。これは流通業者がグーグルの検索エンジンを検索アクセスポイントの既定検索エンジンに設定することと引き換えに、グーグルは検索広告による収益の一部(合計年間約10億ドル)を流通業者に支払うことを内容とするものである。これにより、グーグルは独占利潤をもってMADAにカバーされない検索アクセスポイントの既定検索エンジンをグーグルの検索エンジンと設定するように確保した。流通業者がレベニューシェア協定を更新しない場合の損失は、デバイスの発売予定分だけでなく、デバイスの過去売上分もその算定の基礎になるため、かなり高額にかさむことになる。グーグルはこれらの協定により、競争者を排除し現行の検索の流通経路を支配するだけでなく、スマートウォッチ、スマートテレビ、スマートスピーカー、自動運転車両等、次世代の検索の流通経路を支配しようとする態勢も整えている。

(4) 反競争効果

グーグルはこの一連の排除行為によって、各関連市場のかんりのシェアを奪っており、競争、消費者(上記②と③の関連市場では広告主)に損害を与えているとされている。具体的には、グーグルは検索サービス市場において、排他的協定その他競争制限的行為を通じて違法に独占を維持しようとしていた。すなわち、
a. 検索サービス市場における競争を実質的に制限し、米国の大多数の検索クエリを有意な競争に晒されないようにしている。
b. 競争者を有効な流通経路から締め出すことにより、競争者が効率的に競争するのに必要な規模まで発展させない。
c. 検索サービスの競争相手にとっての潜在的な流通ルートを阻害する。
d. 参入障壁を高め、PCとモバイルデバイスにおける新しい検索アクセスポイントの競争をめぐる登場したばかりの競争相手を排除しようとしている。
e. 代替的な検索アクセスポイント又はグーグルの検索モデルに対する創造的破壊者(disruptor)になりうる、新しい商品のイノベーションを阻害する。
f. それぞれの関連市場において、グーグルを商品・役務の改善という有意な競争圧力から隔離する。グーグルの行為はプライバシーや、データ保護、消費者データの利用などの面を含め、検索サービスの品質を低下させることにより消費者に損害を与え、検索サービス市場における選択肢を減らし、イノベーションを阻害する。

また、検索広告市場及び検索テキスト広告市場においても、グーグルの排除行為は独占価格でのサービス購入を余儀なくさせ、サービス品質の低減を招くという意味で、競争を実質的に制限し、広告主に損害を与えている。

要するに、訴状では、上記の各関連市場において、グーグルの流通協定のもたらす競争制限効果は、グーグルが独占を形成し維持することを可能にし、協定による競争促進効果を上回っているとし、また実際には、その競争促進効果はより競争制限的でない別の手段によって達成されるはずである。したがって、グーグルの反競争的な排除行為はシャーマン法2条に反するとしている。

(5) 問題解消措置の請求

訴状では、グーグルが前述の反競争的慣行を続行し、又は同様の目的・効果を持つ他の取引慣行を行うことを禁止することとあわせて、反競争的弊害を除去するのに必要な構造的救済(structural relief)を求めている。

3-2 FTCによるフェイスブックに対する訴訟((訴訟II))

FTCの主張は、米国におけるパーソナルソーシャルネットワークワーキング(personal social networking)におけるフェイスブックの独占化行為である。関連市場は、パーソナルソーシャルネットワークワーキングサービスであり、この製品市場は、①個人的なつながりをマップするソーシャルグラフ上に構築されており、②一対多のブロードキャストを含む共有ソーシャル空間において個人的経験を共有する機能を含んでおり、③使用者が個人的なつながりを構築し拡大する機能を有している、共有された社会空間において人々と経験の供給を可能にするオンラインサービスで構成されている。

フェイスブックの反競争的行為は主に3つの部分から構成されており、第1に、インスタグラムの買収と継続的な支配により、パーソナルソーシャルネットワークワーキングサービスにおける重要な独立した競争者を

無力化したこと(①)、第2に、ワッツアップの買収とその継続的な支配により、フェイスブックによるパーソナルソーシャルネットワークの独占に対する重大な競争上の脅威を無力化したこと(②)、第3に、パーソナルソーシャルネットワークの独占に対する競争上の脅威を抑制するために、フェイスブックに向けたアプリの開発に利用できるAPIプラットフォームへのアクセスに対する反競争的な条件を課し、実施していること(③)が挙げられている。

これらの反競争的行為によって、フェイスブックは故意にパーソナルソーシャルネットワークにおける独占を維持しており、①と②で競争上の脅威を継続的に保有して統合し、③で参入障壁を築き、維持、監視し続けており、使用者、広告主への競争からの追加的な利益を奪っているとするものである。

3-3 全米各州によるグーグルに対する訴状(訴訟III、IV)

テキサス州ほかの主張は、関連市場として画定されたパブリッシャーアドサーバー(publisher ad server)市場、オンラインディスプレイ広告取引市場、オンラインディスプレイ広告ネットワーク市場、一般広告主向け・大手広告主向けのディスプレイ広告購入ツール市場等において、グーグルは独占化行為または独占化の企図をし、広告サーバー市場においてグーグルの各サービスを優先的に利用するように設定するなど自社サービスの情報・アクセスの優位性を作り出し、透明性を最小限に抑えるなどして競争を排除した。また、検索サービスや検索広告、動画共有サービスの市場における自らの独占力を利用し、広告枠の購入者向けのツール(buy-side tool)の使用を強要したとするものである。これらの行為によって、グーグルは、パブリッシャー、広告主、競合他社に利益をもたらすイノベーションを阻害し、パブリッシャーの収益を減少させ、消費者に害を与えるとされている。

一方で、コロラド州ほかの主張は、訴訟Iで問題視されている行為の一部と一致しており、すなわち、一般検索サービス市場、一般検索広告市場、一般検索テキスト広告市場という3つの関連市場それぞれにおいて、検索アクセスポイントをロックする流通協定や、アプリのプリインストールと目立つ配置の要求、検索アクセスポイントのGoogle Play・グーグルAPIへの縛り付け、広告の統合管理ツールでの相互運用性の制限、垂直プロバイダーに対する差別的取扱い、グーグルへのクエリ誘導等により、グーグルは、独占力を故意に維持し、濫用し、拡大してきたとするものである。これらの行為によって、競争、消費者に、加えて一般検索広告市場及び一般検索テキスト広告市場では広告主に、有害な影響を与えたとするものである。

3-4 関連する報告書等

これら米国競争当局の巨大プラットフォーム事業者に対する取締強化への積極的な姿勢に関連して、2020年相次いで公表された報告書では、似たような立場がうかがえる。2020年2月27日に米国法曹協会(ABA)反トラスト部門の見解としてまとめられた、「デジタル経済と競争に係る共通課題」と題した報告書(以下、ABA報告書)が公開され、そして同年10月6日には、米国下院司法委員会反トラスト・商事・行政法に関する小委員会の与党スタッフ報告書(以下、米国下院報告書)が公表されている。

ABA報告書では、主としてデジタル経済下における反トラスト法の執行に係る問題点について、様々な観点から検討がなされている。具体的には、①市場の定義と市場支配力、②ビッグデータ、③合併問題、④排除行為、⑤アルゴリズムと人工知能、及び、⑥データセキュリティの確保である。

これら各論点に関して、幾つかの小項目ごとに分けて検討されており、例えば、市場の定義と市場支配力においては、①市場の定義の課題については、多面的プラットフォーム市場では間接的ネットワーク効果や相対的な価格設定の影響が弱い場合に伝統的な競争分析に基づいて市場の片側を分析できるかといった技術的な内容について検討がなされた後、推奨されるアプローチとして、追加的な規制の必要性はなく、現行の分析枠組でケースバイケースで競争分析を行うべきとされている。②市場支配力、市場の集中度については、米国市場での市場支配力の見方と市場シェアの位置付けが述べられて、市場シェアだけによらない競争分析がデジタルプラットフォーム市場では必要になっていることを指摘している。③市場支配力と競争効果については、ネットワーク効果がロックインを生み出すこと、それが業界の成長率に関係すること、多面的プラットフォームでは差別化の分析が必要であることが述べられて、市場の画定だけでなく、インセンティブや競争効果の評価が進められている。④耐久性のある独占力(durable monopoly power)については、参入障壁の大きさ、ロックイン効果、先発者の優位(first-mover advantages)を見る必要があるとした上で、デジタル市場ではこれらの特徴に特に注意が必要であるとされている。⑤複合的な独占力(combined monopoly power)については、協調的な行動が取られる可能性が挙げられており、共同独占(joint monopoly)への対応が指摘

されている。⑥ネットワーク効果については、実質的な市場支配力を保証するものではないとされているが、マルチホーミングがプラットフォームへの競争圧力を高めることも挙げられ、また、間接ネットワーク効果は価格決定の際の考慮要因であることも指摘されている。その上で、スイッチングコスト、マルチホーミング、混雑が他のプラットフォームへの切り替えにつながるかを見るべきとされている。最後に、⑦データに基づく独占力の推定については、ビッグデータが市場支配力につながるとする推定はあってはならないこと、データの複製可能性、データが商品又は役務の品質に影響を与える要素の一つに過ぎないこと、データが独占可能な資産でないかもしれないことが述べられて、こうした推定があってはならないことが推奨されるアプローチとして記されている。

米国下院報告書では、ABA 報告書よりは政策的な対応が進められ、①デジタル市場における競争問題の整理、②支配的企業が反競争的行為に従事しているかどうかの調査、③既存の反トラスト法、競争政策、及び現行の執行レベルがこれらの問題に対処するのに十分であるかどうかの評価をする目的から、国会で公聴会を実施し、そこで得られた証言に基づき、数多くの論点がまとめられている。

特に、この調査では GAFA（アマゾン、アップル、フェイスブック、グーグル）4 社の市場支配的なオンライン・プラットフォームが主たる対象とされている。これらの企業が流通の主要経路の支配権を獲得し、ゲートキーパーとして機能するようになっており、そのゲートキーパーの力を利用して、競争市場では誰も合理的に同意しないような条件の決定や譲歩を引き出しているとしている。このような大幅かつ持続的な市場力は、支配的なプラットフォームによる大量の買収など、いくつかの要因によってもたらされたとしている。さらに、調査の過程で、小委員会のスタッフは、独占と独占力の証拠を発見したとし、例えば、フェイスブックに関連した強力なネットワーク効果により、フェイスブックは実際の競合他社との競争よりも、自社製品であるフェイスブック、インスタグラム、ワッツアップ、メッセンジャーの間での競争の方が激しいというように、市場が独占に傾いているとしている。その上で、こうした状況は、消費者の選択肢を減少させ、米国経済のイノベーションと企業家精神（entrepreneurship）を蝕み、自由で多様な報道の活力を弱め、米国人のプライバシーを蝕んできたとしている。

3-5 検討

シャーマン法 2 条に関連する近時の動きは以上のようにまとめられるが、こうした議論の実態を踏まえた上で、今後のグーグル及びフェイスブック訴訟等の議論の鍵となる論点について整理する。

米国のシャーマン法 2 条により、「各州間の又は外国との取引又は通商のいかなる部分を独占化し、独占を企図し、又は独占する目的をもって他の者と結合・共謀する」ことが禁止されている。この規制の対象は独占的状態(monopoly)ではなく、不当な方法により、独占を形成又は維持する行為(monopolization、具体的には略奪的価格設定、取引拒絶、排他的取引など)である。その構成要件としては、①独占力の存在、②意図的な、独占の形成・維持行為が必要である。独占力を示すために、関連市場における市場支配力（よりも大きな力）を有していることが必要とされる。

シャーマン法 2 条の構成要件からして、これら訴訟の鍵となる点は次の 5 つではないかと考えられる。

第 1 に、競争分析において最大の関門と思われる関連市場の画定である。

第 2 に、独占力の推定である。いずれの訴訟でも、それぞれの市場が画定されたならば、各市場でのシェアは圧倒的にグーグルやフェイスブックが占めていることは明らかである。しかしながら、参入障壁の高さがサービスにより変わることで、インターネットにおいて同種のサービスを提供するための費用は大きくない場合があること、これまでインターネットにおける提供サービスは大きな移り変わりがあったこと、(直接・間接) ネットワーク効果の有する取引の誘発への影響といったことを考慮すると、市場シェアがそのまま独占力を意味するものではないとする議論もあり得る。

第 3 に、独占力の形成・維持に関するところである。不当な排除に関して、例えば、契約条項において、明示的な他者排除ではなく、ビジネス上の競合他者との取引しないことを記載することは、そのことだけで不当となるものではない。それによって取引当事者がどのような認識を有したかに関して、当事者双方から証拠が提示されて判断されるものとなるはずである。

第 4 に、消費者の損害である。もちろん、イノベーションの阻害、消費者の選択肢の確保が阻害されたことも要素となるはずである。そして、提供サービスの効率向上、機能拡大、質の上昇も考慮すべき要素となり得る。また、これらだけでなく、需要者の増加、市場の拡大につながっているところも評価の必要がある。

第 5 に、反トラスト法上の対応が必要か、そして問題解消措置に関する議論である。

4 経済分析について

こうした米国反トラスト法の進展を支えるのが経済分析による証拠の提示である。その際、特に、理論的な分析に加えて、実証的な手法の展開が近年大きく進んでおり、そうした手法の実践的な活用も進めた。ここでは特に、多くのデータに基づいた計量分析で主張の裏付けを図る様々な手法を展開した。

特に、公共調達の公表データを活用したデータ分析の手法の研究を進め、「建設会社における地理的市場規模と低入札競争力」といった成果において、この実証分析の手法を実践した。これに加えて、実証分析の手法を用いる判断基準に関して、「自律型ロボットの社会実装に向けたルールの評価の視点（様々なルールを評価する視点について）」、「ハイテク規制を評価するための方法論」といった、よりメタなレベルでの分析に必要な研究も行い成果を出したところである。

5 おわりに

2021年2月に入り、米国議会上院では、Competition and Antitrust Law Enforcement Reform Act of 2021(CALERA) 法律案が提出されるなど、Big Techを念頭に置いた反トラスト規制の更なる強化が図られようとしている。同法案では、企業結合規制の根拠条文であるクレイトン法7条の文言を改正し、現行の規制基準である「may be substantially to lessen competition」（競争を実質的に減殺することとなる）から「may be to create an appreciable risk of materially lessening competition」（競争を実質的に減殺する明らかなリスクを生じさせることとなる）に変更し、規制基準を引き下げることが提案されている。その中で、「substantially」から「materially」への変更は、一見すると単なる字句の言い換えのようにも見受けられるが、これは、法案により、いわゆるデミニマス（de minimis）基準（すなわち、最低限を超えた場合は「materially」という要件に該当することとなる）への変更であると説明されている。また法案では、①企業結合により市場集中度の有意な上昇をもたらす場合、②買収者が50%以上の市場シェアを有する場合、③当該企業結合が協調（coordination）の蓋然性を実質的に上昇させる場合、④買収価格が50億ドルを超える場合、⑤買収者の資産、年間総売上、あるいは株式時価総額が1000億ドル以上である場合は、上記の規制基準を満たしていると推定（presumption）する改正提案も行っている。そのような推定を覆すためには、当事会社の側で、当該企業結合が競争を実質的に減殺する明らかなリスクを生じさせ「ない」ことを立証しなければならないとしており、立証責任の転換規定まで置いている。このほか、支配的企業（市場シェア50%以上の地位を有する企業）による排除行為（現実又は潜在的な複数の競争者を実質的に不利な立場に置き、あるいは当該競争者の競争する能力又はインセンティブを制限する行為）を禁止する新たな条文をクレイトン法に追加することを提案したり、司法省及びFTCの組織の拡充や、シャーマン法違反に対する新たな民事制裁金（civil penalties）の導入を提案したり等、その内容は多岐にわたっている。その内容はここで詳しく紹介することができないが、Big Techに対する今後の米国の規制動向の一環として注目される。

【参考文献】

- [1] 総務省ネットワーク中立性に関する研究会(2019)「ネットワーク中立性に関する研究会中間報告書」
https://www.soumu.go.jp/main_content/000613654.pdf
- [2] <https://www.fcc.gov/document/remarks-michael-k-powell-chairman-federal-communications-commission-10>
- [3] http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/DOC-260435A1.pdf
- [4] http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/DOC-303136A1.pdf
- [5] <https://docs.fcc.gov/public/attachments/DOC-331869A1.pdf>
- [6] <https://docs.fcc.gov/public/attachments/DOC-347980A1.pdf>

〈発 表 資 料〉

題 名	掲載誌・学会名等	発表年月
"Perspectives on the Evaluation of Rules for the Social Implementation of Autonomous Robots (On viewpoints for evaluating various rules)" (自律型ロボットの社会実装に向けたルールの評価の視点 (様々なルールを評価する視点について))	Advanced Robotics Volume 35, 2021 - Issue 9: SI on Ethics, Law, and Psychology towards Responsible Robotics for the Society. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/01691864.2020.1865197	2020年12月
"Geographic Market Size and Low Bid Competitiveness in Construction Companies" (建設会社における地理的市場規模と低入札競争力)	Competitiveness Review ISSN: 1059-5422 https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/CR-10-2020-0124/full/html	2021年2月
"A Methodology for Assessing High-Tech Regulation: A Legitimacy Perspective" (ハイテク規制を評価するための方法論) (本個人研究成果を基礎に、林秀弥氏と加筆修正したもの)	International Review of Law, Computers & Technology https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13600869.2021.1898919?srsc=	2021年3月
いわゆる Big Tech をめぐる近時の米国反トラスト法の動向と今後の課題～シャーマン法2条の論点を中心に～ (本個人研究成果を基礎に、林秀弥氏、巫見霖氏と加筆修正したもの)	国際商事法務 2021年 Vol49, No.6	2021年6月

以下は提出時には削除します。

〈発 表 資 料〉

題 名	掲載誌・学会名等	発表年月

―― ― ― ― 【文字のフォントとサイズについて】 ― ― ― ―

- タイトル
左揃え (日) MSゴシック (英) Arial 14pt
- 研究者
左揃え (日) MS明朝 (英) Century 10pt (タブ設定されています)
- 見出し1
左揃え (日) MSゴシック (英) Arial 11pt
- 見出し2
左揃え (日) MSゴシック (英) Arial 10pt
- 見出し3
左揃え (日) MSゴシック (英) Arial 10pt
- 本文
左揃え (日) MS明朝 (英) MS明朝 10pt
- 参考文献
左揃え (日) MS明朝 (英) Century 10pt
- 発表資料
左揃え (日) MS明朝 (英) Century 9pt
- 注書き
左揃え (日) MS明朝 (英) MS明朝 10pt

□

締切：2021年6月30日

マイページより報告書をアップロードしてください。

1. 書類のご提出について

『研究成果報告書』作成のために、研究成果の要約のご提出をお願いしております。

ご提出いただく書式（1種類）

1. 「研究成果の要約」研究の目的、方法、結果等を **12,000 字程度** で記入するもの。

2. 「研究成果の要約」の記載方法

(1)WORD テンプレートを使用して PDF ファイルを作成する場合

- ① 指定テンプレート（上記書類一式のうち「3_研究成果の要約テンプレート」）にお書きください。
 - ・書式変更（書体・ポイント数の変更など）は避けてください。
 - ・詳細は「テンプレートの記入について」をご覧ください。
- ② 12,000 字程度（図表、写真を含む）で、研究の目的、方法、結果等を整理してお書きください。
- ③ 校正作業はございません。完成版を PDF 化してマイページよりアップロード・提出願います。
- ④ 図表・写真等は本文中に記載してください（巻末にまとめて記載しない）。
- ⑤ 使用言語は日本語とします。
- ⑥ 図表、写真等については次のとおりです。
 - ・図表・写真等のレイアウトは自由です。また、カラー印刷とします。
 - ・図表等は、黒色系の下地に白で表現されるものは極力避けてください。
（刊行にあたり、縮小等を行うので図表等が不鮮明となるため）
 - ・写真等は、なるべく色の濃淡・陰影のあるものをお選びください。
（ダーク系同士の組み合わせは表現しきれない場合があります。）
 - ・写真の解像度は 150～300dpi 程度でお願いします。
- ⑦ PDF ファイルにおける文字化け等のチェックをお願い致します。

(2)WORD テンプレートを使用せずに PDF ファイルを提出する場合においても、WORD テンプレートで指定された事項を厳守してください。

3. 報告書の公開

報告書は年度ごとに取りまとめ、当財団のホームページで公開します。

研究調査報告書 <https://www.taf.or.jp/grant-a/report/oooooooooooooooooooooooooooooo>