

デジタルプラットフォームにおける 競争促進に関する流通政策研究（1）

～ 公正取引委員会資料のテキストマイニングによる検証

丸 山 正 博

1. 序論

デジタル・プラットフォーム（以下、法律や政策の正式名称を除きPFと略す）市場やその事業者に対する規制は、ネットワーク効果の大きさや限界費用逓減に伴う寡占化を背景として競争阻害行為が生じやすく、これに対する弊害抑制の観点から競争政策分野で強まる傾向にある。またPFに限らず、インターネットを利用した企業活動は、DX（Digital Transformation）や生成AI（Artificial Intelligence;人工知能）のように広がり続けており、さまざまなデジタル分野への競争政策も検討される。

競争政策の根幹である私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（以下、独占禁止法と略す）は1947年に制定されたが、流通分野では1991年に公正取引委員会（以下、公取委と略す）が公表した「流通取引慣行に関する独占禁止法上の指針（以下流通・取引慣行ガイドラインと略す）」がそうした規制強化に大きな役割を果たしてきた。しかし当ガイドラインは製造業から流通業に至る伝統的なサプライチェーンを前提としており、それとは異なる特徴を有するPFに対する規制のあり方が新たな課題となっている。そこで本稿では流通政策の観点から、PFに対してどのような競争政策が検討され妥当であるかを、当該政策を所管する公取委が関係各位への実態調査に基づいてとりまとめた報告書のテキストマイニングを行うことで考察する。

なお本稿でいう流通政策とは、生産から消費に至る流通の機能や活動を対象になされる政府の方策のことをいう。また競争政策とは、事業者の公

正かつ自由な競争を促進する目的で行われる独占禁止法を中心とする政府の方策であり、流通政策を振興政策、調整政策も含めて3分類した場合の1分野をなす¹。

以下2章では国内外のPFに対する競争政策の動向を概観し、3章ではPFの特性およびPFに対する競争政策に関する先行研究のレビューを行ったうえで、4章での理論仮説の導出までを本稿で扱う。次稿で扱う5章では作業仮説を設定したうえでテキストマイニング²により当該仮説の検証を行い、6章では検証結果を踏まえてPFに対する競争促進を目的とする流通政策のあり方についての考察を行うこととする。

2. PF規制の動向

(1) 欧州を中心とするPF規制強化

EU（Europe Union；欧州連合）はインターネットとそれを利用した各種デジタルサービスの成長に対して、2000年に「eコマース指令（DIRECTIVE 2006/123/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL）」を公表するなど早期から対応していたが、PFに対する規制は2015年の「欧州のデジタル単一市場戦略（A Digital Single Market Strategy for Europe）」の公表が端緒である。そして個人データの管理権限が当該個人にあることを明確化するなどPF事業者のデータ利用の規制強化となるGDPR（General Data Protection Regulation：一般データ保護規則）が2016年に制定後2018年に施行された。また、EU域内でサービスを提供するPF事業者のうち検索エンジンとネットショッピングモールやアプリストアといったオンライン仲介サービスの事業者を対象として、①契約条件の明確化

1 この3分類は、久保村・吉村（1984）に始まり、近時の渡辺（2016）や大驛（2019）に至るまで一般的な分類である。ただし競争政策のうち不当景品及び消費者政策の所管が消費者庁に移されたことや、2000年の大規模小売店舗法の廃止による調整政策の政策内容の大きな変化、経済産業省が主に所管する産業振興策も減少傾向にあるなど内容は変化している。

2 吉武（2007）217頁が言及するように、自然言語のコンピュータ処理に際しては、形態素処理、構文処理の結果を統計的に分析する方法と、構文処理の後に意味処理を行ったうえで分析を行う方法があるが、本論文では前者を採用することとする。

とサービス停止・終了時の取引参加者への理由明示，②検索結果の表示順などランキング決定の主要アルゴリズムの明示，③PF事業者が有するデータへの取引参加者のアクセス可否と条件明示，④苦情処理手続きの整備を義務付けた「オンライン仲介サービスのビジネス・ユーザーを対象とする公正性・透明性の促進に関する規則（Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services：以下，EU透明性規則と略す）」が2019年に制定後2020年に施行された。同規則ではPFが依拠するインターネット関連ビジネスや技術への迅速な対応の必要性から，事業者の自主規制と政府の監視を組み合わせた共同規制が用いられている。共同規制の枠組みは事業者が策定した行動規範や報告書を政府機関が確認・評価したうえで必要に応じて補完的な指導を行うものである。

さらに包括的な規制枠組みとして，デジタル市場法（Digital Markets Act，以下DMAと略す）が2022年に制定後2023年に施行された。また，デジタルサービス法（Digital Services Act，以下DSAと略す）も2023年に制定後2024年に施行されており，両者は補完的關係に立つ。

DMAは，「ゲートキーパー」³に指定したPF事業者を規制対象とするもので，自己優遇の禁止，消費者が自己のデータを他のサービスに移行できるデータポータビリティの確保，異なるメッセージサービス間での互換性を促すインターオペラビリティの義務化，消費者がアプリやサービスを任意に選択できるようにするデフォルト設定の自由化，保有データを他社と共有させるデータ共有の義務に加え，欧州委員会へのこうした遵守事項に

3 コアプラットフォームとして指定されたオンライン仲介，検索エンジン，SNS（Social Network Service），動画共有，電話番号に依存しない個人間コミュニケーション，オペレーティングシステム，ウェブブラウザ，仮想アシスタント，クラウドコンピューティング，オンライン広告の仲介の10分野のサービスのいずれかを提供するPF事業者のうち，売上高や利用者数等の一定の定量的基準，域内市場への重大な影響力，ビジネスユーザーの一般消費者への接触の重要な起点，安定的な地位の構築という要件を満たす事業者が対象である。具体的には，Googleの親会社であるAlphabet，Amazon，Apple，TikTokを運営するByteDance，Meta，Microsoft，Booking.comを運営するBookingの7社が指定されている。

関する報告書の毎年の提出を主な内容とする。DSAはeコマース指令に代わって、EU域内でオンライン仲介サービスを提供する全ての事業者を規制対象とするものであるが、PFの運営に関しては、PF上の違法コンテンツや詐欺的広告・レビューの削除、参加企業の利益確保や透明性向上を目的としてPFに課した検索表示順などのアルゴリズムの説明責任、消費者保護を目的としたプライバシー侵害の防止を主な内容とする。EU透明性規則と同様に両法でも共同規制が採用されており、イノベーションや技術革新の効果で進行が速いPF市場に対して迅速かつ柔軟な規制を意図していると考えられることができる。以上のように、EUはPFに対する競争政策が先行しており、後述する日本の政策にも影響を与えている。

競争政策の充実の結果としてEUは処分事例も多い。2017年にGoogleに対する自社の比較ショッピングサービスを検索結果で優遇し競合他社を不当に排除したとする24.2億ユーロ、2018年にGoogleに対するスマートフォンのOS（Operating System）であるAndroidでの市場支配を濫用したとする43億ユーロ、2024年にLinkedInに対する域内での個人情報の違法な処理によるターゲット広告配信がGDPRに違反したとする3.1億ユーロ、同じく2024年にMetaに対するオンライン広告サービスFacebook MarketplaceをSNS（Social Network Service）のFacebookと結び付けることで競合他社に不利な取引条件を課したとする7.9億ユーロの課徴金命令がその一例である。

英国では2020年に競争市場庁（Competition and Markets Authority、以下CMAと略す）が公表した、オンラインプラットフォームとデジタル広告の市場調査最終報告書（Online platforms and digital advertising: Market study final report）を踏まえて、CMAの下にデジタル市場ユニット（Digital Markets Unit；DMU）が2021年に設立され、EU離脱後の同年にGDPRを基にした独自のデータ保護規則として英国一般データ保護規則（UK General Data Protection Regulation）が施行された。またデジタル市場・競争・消費者法（Digital Markets, Competition and Consumers Act）が2024年に制定後2025年に施行された。同法は、「戦略的市場の地位（Strategic Market Status, SMS）」に指定したPFを対象として、特定の利用者に対する差別的

条件の適用や、自社が提供する商品・サービスをPFに参加する他社のそれよりも優先的に表示するような自己優遇を規制し公正かつ合理的な条件での取引や紛争処理手続きの開示を主な内容とする。

英国のPF事業者に対する競争政策上の処分事例としては、2021年にMeta社によるGIF制作・共有PFを運営するGiphy社買収計画に関して、競争阻害的で他のSNSや広告市場に悪影響を及ぼすことを理由とする買収の取消し命令や、2023年にTikTokに対する13歳未満の子どもの個人データの保護者の同意なしでの処理がデータ保護法に違反したとする1270万ポンドの課徴金命令がある。

一方で巨大なPF事業者が複数存在する米国では、PFの規制強化を目的とした法案が複数提出されているが、いまだ成立には至っていない。またPF事業者の競争阻害的行為についても複数の調査や提訴がなされているものの、確定した処分は出ていない。

(2)日本のPF規制

公取委が所管する競争政策に関してPFへの言及の端緒は2017年6月に改正された「流通・取引慣行ガイドライン」である。1991年の公表以降、サプライチェーンの公正な取引関係の維持に大きな貢献をなしてきた同ガイドラインにおいて、販売チャネルの多様化に当たる電子商取引への対応がなされたが、「ネットワーク効果が生じる基本的な考え方を異にするものではない」と言明するように、PFに対する規制強化を示すものではなかった。しかし翌2018年⁴⁾に経済産業省・公取委・総務省が公表した「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」が「国際的な法適用の在り方とハーモナイゼーション」を基本原則の一つにしているように、EUのPF事業者に対する規制強化が反映されることとなった。

そして同原則に基づく議論を経たうえで、経済産業省が所管する「特定プラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律（以下、PF取引透明化法と略す）」が2020年に制定後2021年に施行された。同法は規制対

4 若江(2021)、小林(2023)が新聞記者の視点から、この前後の変容をまとめている。

象となる特定デジタルプラットフォーム提供者の指定基準を物販総合オンラインモールの運営事業者については国内流通総額3,000億円以上、アプリストアの運営事業者については国内流通総額2,000億円以上を指定基準として定めており、具体的にはGoogle, Amazon, Apple, 楽天, Yahoo!が対象企業として指定済みである。その規制内容は、利用者に対する取引条件変更時の事前通知や苦情・紛争処理のための自主的な体制整備の義務付けとともに、取引条件等の情報の開示及び自主的な手続・体制の整備を行い、実施した措置や事業の概要について、毎年度、自己評価を付した報告書を提出することが義務付けられる。同法は先行するEU透明性規則に倣う点が多く、独占禁止法違反のおそれがあると認められる事案を把握した場合、経済産業相は公取委に対し、同法に基づく対処を要請するという点で競争政策の一つであると考えることができる。同法は、規制の大枠を法律で定めつつ、詳細を事業者の自主的取組に委ねる共同規制の規制手法を採用しており、提出された報告書に対して経済産業大臣が行う透明性及び公平性の評価に基づくモニタリングレビューが行われている。なお同法は、法施行3年後見直しが予定されている⁵。

2024年には公正取引委員会が所管する「スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律（以下、スマホ競争促進法と略す）」が成立し2025年末までに施行される⁶。同法は、OS

5 森(2024)は今後も予定されるPF規制への新法制定や法改正に際しての留意点として、①個人情報保護法をEUをはじめとする国際基準に高めるなど適切なデータ保護、②取引透明法の罰金額上限が低いことを踏まえた合理的な制裁、③偽情報流通の対策などアテンションエコノミーへの注意、④政策形成の公正中立化に資するロビー活動の透明化、⑤デジタルデバйд解消に資するリテラシー向上、を指摘する。

6 滝澤(2024)は同法制定は公取委(2023a)を前提とするものであり、同報告書でモバイルOSが2事業者の寡占化のもと新規参入が見込まれず、ユーザーが各OSに囲い込まれているという閉鎖的競争状況にあるために優先的に立法化されたことを指摘する。また同法の独占禁止法との相違点として、①規制分野の限定性、②規制対象の事業者の限定性、③禁止行為をあらかじめ特定することで公取委の反競争効果の立証を不要としている、事前規制あるいは行為規制と呼ぶべき特徴、④独禁法で一般的な一回的な法執行と異なり、PF取引透明化法と類似性のある、毎年度の報告書提出義務による恒常的監督制度の導入を指摘する。

(Operating System) , アプリストア, ブラウザ, 検索エンジンの4つのソフトウェアを提供する一定規模以上の事業者を対象として, 禁止事項と遵守事項, 具体的には他の事業者のアプリストア提供や他の課金システム利用の妨害, 検索時における自社サービスの優先取り扱いのような自己優遇, 取得したデータの競合サービス提供への流用の禁止や, デフォルト設定の変更やブラウザ等の選択画面の表示の義務付けを主な内容とし, 違反時には当該行為で得た売上高の20%を課徴金として課す。同法は独占禁止法の特別法という位置づけであるが, 独占禁止法と異なり, EUのDMAにならぬ禁止行為をあらかじめ定める事前規制の仕組みを取り入れた。これは, デジタル分野における企業活動の変化は速いので, 禁止事項を示すことで違反行為を抑止するほか, 摘発速度を上げるねらいがある。

公取委のウェブサイト上には「デジタル分野における公正取引委員会の取組」というバナーの下に「デジタル分野において独占禁止法上問題となる行為に厳正・的確に対処しています」として事件審査関係というページを設けて, 2017年6月以降の被疑事件等の処理状況を明記している。当初の事例はいずれも審査開始後に対象事業者が問題となる行為を自発的に是正したことを評価して審査を終了するものであり, 事業分野は物販, 電子書籍, 宿泊予約といった商品・サービス販売のPFに関するものが多かった。その後, 2017年に独占禁止法48条2から48条の9までで新設された, 違反の疑いがある事業者に対して自主的な改善を確約させその計画を公取委が認定する確約手続を用いた2019年10月の事例が掲載され, 2022年以降はいずれもそうした確約計画の認定事例である。2024年12月現在で計6件の確約計画認定が掲載されているが, その中にはアプリストアや検索エンジン及び広告も含まれ, 事業分野は広がっている。また, 処分が確定していないので当該ページには掲載されていないが, 2024年12月にはグーグルがスマートフォンメーカーに対して自社の検索サービスを優遇させ競合他社のサービスを排除している恐れがあるとして, 排除措置命令の処分方針を決定している⁷。EUや英国のような課徴金納付命令は未行使であるが, こうした規

7 日本経済新聞 2024年12月23日記事「グーグル初の排除命令へ」参照。

制権限の行使がなされるようになった背景には、前述のような国内外での規制強化が影響していると考えられる⁸。

3. 先行研究

(1)PFのビジネスモデルに関する先行研究

Rochet and Tirole(2003)は、PFにおける売主と買主のような2つの異なる当事者グループを結びつけて価値を交換し相互作用を促す仕組みや、多額の固定費を要するとしても情報財ゆえに変動費が少なく済むことで規模の拡大を通じて限界費用が逓減する特性、一方当事者の利用を無償化するなどの柔軟な価格設定により新規参入障壁を構築するなど収益化の仕組みを明らかにして、両面市場に関する経済理論を展開する。そしてPFをデジタル経済におけるビジネスモデルの中でも新たな価値創造の枠組みととらえ、ネットワーク効果によって複数の参加者が相互に物理的な資産だけでなく知識や情報といった無形資産の価値交換を活発化させるPFは、こうした無形資産の複製容易性によって伝統的な製造業とは異なる競争メカニズムとスケールメリットを有すると指摘する。Eisenmanne et al.(2006)は、ネットワーク効果をSNSや通信ネットワークなどで一方サイドの内部で生じる直接的ネットワーク効果と、売主と買主や広告主と消費者といった異なるグループ間の相互作用で生じる間接的ネットワーク効果とに分類したうえで、両面市場を活用するPFの成功戦略として、消費者サイドを無料で参加可能と需要喚起する一方で企業サイドには対価の支払いを求めるような補償サイドと課金サイドの分離、PF間の競合激化に先んじた参加者基盤の構築を可能にする積極的な初期投資、参加者によるPF間の乗り換えを容易とするマルチホーミングやスイッチングの抑制施策の導入、補完的サービスの拡充等によるネットワーク効果の強化を指摘する。Hagiu et al.(2015)は

8 たとえば和久井(2024)はニュース配信PF事業者による報道記事の買ったきについて、公取委(2023c)の実態調査に基づく問題点の認識を評価したうえで、EUなど海外の規制当局と比較して、公取委の海外PFに対する制裁措置が慎重であることの課題を示している。また善如等(2023)が指摘するように、実証分析の蓄積が不十分であることも対応が慎重であることの一因である可能性がある。

両面市場の概念を拡張し、買主・売主に広告主を加えたような多面市場のPFの特徴として、累積的な相互作用によりネットワーク効果が両面市場にも増して働き、早期に市場シェアを高めたPF事業者が優位に立つ可能性が高まることを指摘する。Parker(2016)は、PFが競争優位を得るために両面市場双方での参加者の早期の獲得を通じたエコシステムの拡大とデータの保有、消費者サイドへの無料サービス提供を含めた柔軟な価格設定、競合との差別化ポイントの明確化が重要であり、そのためにPF事業者による加盟規約の公開など統治機構の透明性保持と公正な運用が必要であると指摘する。

これらより、PFは直接的ネットワーク効果あるいは間接的ネットワーク効果に分類できるネットワーク効果と限界費用通減によるスケールメリットの二点から競争優位を形成しやすく、従来のサプライチェーンにおける業種や業態の領域を超えて取引範囲を広げる可能性が高まっていると考えられる。また主に消費者サイドを対象にした無料サービスの提供を通じた柔軟な価格設定や、スイッチングコストの引き上げを含めたマルチホーミングの障壁を通してエコシステムの拡大が図られ、大量のデータを所有する企業が競争優位を得やすいと考えられる。

すなわちPFは、エコシステムに散在する大量のデータを集積・構造化し、それを効率的に活用することによって運営事業者だけでなく参加者にも多大な便益を生じさせる。たとえば、データを活用したロングテールやマッチングにより、消費者の低需要の商品の検索・購入や、事業者のそうした商品の販売を容易にする。また消費者や零細な事業者でも、セキュリティを維持するために多額の費用を負担することができるPFを通じて取引することによって、一定の安全性が保障された取引が容易となる。一方でこうして確立した競争優位が、公正な競争を阻害するおそれも懸念される。

(2)PFの流通政策に関する先行研究

Evans(2003)は、市場シェアや価格設定といったサプライチェーンを前提とした従来の競争政策判断基準は、ネットワーク効果や両面市場の特性に

依拠するPFには適切とは言えず、競争を制限する行為として、PFが自らの提供するサービスを取引参加者の提供するそれと比較して優先して扱う自己優遇が競争制限的に働く恐れを指摘する。そしてPFにおける競争政策はネットワーク効果や参入障壁をも重視するべきであり、PFが不公正な優遇措置を取ったり、他の競争者を排除したりする場合には、監視と介入が必要であると述べる。Khan (2017)は、Amazonが価格低下により消費者に便益を提供するとともに市場支配力を強化することで競争を排除していることを指摘したうえで、米国の競争政策が依拠する市場シェアの高低に加え、価格低下や消費者利益を判断材料とする消費者福利基準がPFでは適切とは言えず、競争排除の手段、自己優遇行為やデータの独占状態といった市場の支配力を評価すべきであると述べる。Cremer(2019)は、PFに対する競争政策適用の問題として、市場占有率や価格上昇率といった伝統的な指標がデジタル市場では適用しにくい、サービス品質など非価格競争が重要となるといった市場支配力の評価が難しい、自社プラットフォーム上での自己優遇やデータアクセスの制限による競争の排除が生じやすく競争阻害行為の特定が難しい、スタートアップ企業の買収を通じた潜在的競争の排除やデータやアルゴリズムを通じた市場支配力の強化が生じやすく合併審査基準が難しいという点を指摘した。

これらよりPFに対する競争政策を検討する際は、市場シェアの高さのような従来のサプライチェーンにおける競争判断基準だけでなく、ネットワーク効果やエコシステム全体の影響を分析しデータの所有と利用の影響を考慮した市場力の評価が重要であると考えられる。また、競争促進に資するデータ共有の義務付けや透明性とデータポータビリティの強化、専門性を高めた規制当局の人的資源増強と継続的監視による規制当局の役割の強化が欠かせないと考えられる。

4. 仮説の導出

(1) 仮説の導出

以上の国内外のPFに対する競争政策の施行・執行状況と先行研究を踏ま

えて、以下の理論的仮説を導いた。

仮説1：デジタル分野の競争政策の方向性は、プラットフォームに関するものとそうでないものとで構成要素が異なる。

インターネットやAIの進展などデジタル技術の進展に従って企業活動も大きく変化しており、それは製造業者から流通業者に至る伝統的なサプライチェーンでも同様である。しかし、こうした取引形態と、ネットワーク効果やデータの保有を通じて支配的地位を獲得するPFとでは、競争のあり方は異なると考える。インターネットの普及後初期の段階では、EUのeコマース指令や日本の流通・取引慣行ガイドラインの改正のように販売チャネルの多様化を踏まえた電子商取引への対応が見られ、その後EUにおける個人情報分野のGDPRのようなPFの特定事業領域に対する個別的規制、DMA、DSAや日本のPF取引透明化法のような包括的規制がなされている。PFに関する競争政策が近時拡充しているのは、従来のサプライチェーンと異なる、ネットワーク効果や限界費用の通減といったPF特有の経済理論が背景にあると考える。一方で、後述するように公取委のウェブサイトには、伝統的なサプライチェーンでも扱われてきたソフトウェア業における下請関係の調査資料がデジタル分野の競争政策として扱われている。以上のことからデジタル分野の競争政策の方向性は、PFに関わるものとそれ以外とで大きく異なると考えて、仮説1を導いた。

仮説2：プラットフォームの競争政策の立案は、問題が顕在化し早急な対策の必要性の多いものが優先して実施されている。

PFの特徴はネットワーク効果、限界費用通減、エコシステムの拡充のように従前より体系的に指摘されており、競争政策に関する問題点も自己優遇や個人情報の囲い込みのように指摘されているが、実際の競争政策の制定は漸次行われている。たとえば日本では当初の事件審査は商品・サービス販売に関するものが多かったが、PF取引透明化法に次ぐ立法は、スマホ競争促進法である。それは同分野のOSがグーグルとアップルという二社の強い寡占化体制にあることが理由であると考えられることができる。これは滝澤(2024)が指摘するように、問題の重要度や優先度の高いものから行われ

ていると推察することができる。

仮説3：プラットフォームの競争政策の具体的内容に関しては、それに先立つ報告書で方向性が示されている。

一般的に言えば政策立案はそれに先立って、問題の顕在化や事実関係の調査、関係当事者を含めた議論を経ることになる。日本の競争政策は、公取委のもとに関係する事業者や消費者団体、中立的な学識経験者からなる研究会や検討会が設けられ、そこで調査結果の議論を踏まえて作成された報告書案にパブリックコメントを反映させて完成された報告書を基礎として政策立案がなされることが多い。つまり今後予想されるプラットフォームに関する競争政策の具体的内容も、報告書やそれに先んじた調査資料に方向性が示されていると考えられる。

(2)分析データおよび検証方法の概略

流通政策の中でも競争政策を所管する公取委のウェブサイトには2024年12月末現在、前述した「デジタル分野における公正取引委員会の取組」というバナーの下に事件審査、企業結合審査、ガイドライン、実態調査、研究会・検討会、ディスカッションペーパー、委託調査という7つのカテゴリーが設けられている。公取委は、行政組織上は内閣府の外局であるが、合議制の機関である行政委員会であるために、他から指揮監督を受けずに独立した公平かつ中立な競争政策の遂行が可能となる。具体的な業務は独占禁止法の執行機関としての事件審査、企業結合審査やガイドライン策定が主となるが、そうした業務の透明性確保や専門的知見の活用には有効な制度が研究会・検討会であり、そこでの議論の材料を提供するのが実態調査や委託調査、ディスカッションペーパーであるということができる。

その点で集約性の低い情報であるとともに、PF事業者に加えPFに参加する企業や消費者に対するヒアリングやアンケート調査を通じて未解決の課題が含まれている可能性が高い実態調査に着目する。また小林(2023)175頁が指摘するように、政府刊行物は新聞報道と比べて書き手の政治的・社会的スタンスが比較的均一であり、現代社会の諸相の客観的な分析に適して

いる。そこで本稿では、その公取委の報告書に含まれるテキスト情報をもとに仮説の検証を試みる。具体的には実態調査のウェブサイトには2024年12月末現在で図表1にまとめた16の文書がPDFファイルで掲載されている⁹。

図表：公取委ウェブサイト掲載のPDFファイル一覧

文書名	ページ数	参考文献表記	調査対象
消費者向けeコマースの取引実態に関する調査報告書	130	公取委(2018a)	製造業、小売業、消費者
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報告書 (オンラインモール・アプリストアにおける事業者間取引)	98	公取委(2018b)	PF、参加企業、消費者、情報窓口
飲食店ポータルサイトに関する取引実態調査報告書	82	公取委(2020a)	PF、参加企業、消費者
家計簿サービス等に関する実態調査報告書	46	公取委(2020b)	PF、参加企業、消費者
QRコード等を用いたキャッシュレス決済に関する実態調査報告書	70	公取委(2020c)	PF、金融機関、消費者
デジタル広告の取引実態に関する中間報告書	98	公取委(2020d)	PF、参加企業、消費者
共通ポイントサービスに関する取引実態調査報告書	32	公取委(2020e)	PF、参加企業、消費者
デジタル広告の取引実態に関する最終報告書	154	公取委(2021)	PF、参加企業、消費者
官公庁における情報システム調達に関する実態調査報告書	82	公取委(2022a)	官公庁、ベンダー
クラウドサービス分野の取引実態に関する報告書	108	公取委(2022b)	PF、参加企業、消費者
ソフトウェア業の下請取引等に関する実態調査報告書	102	公取委(2022c)	親企業、下請企業
モバイルOS等に関する実態調査報告書	157	公取委(2023a)	PF、参加企業、消費者
フィンテックを活用したサービスに関するフォローアップ調査報告書	94	公取委(2023b)	PF、金融機関、消費者
ニュースコンテンツ配信分野に関する実態調査報告書	187	公取委(2023c)	PF、参加企業、消費者
コネクテッドTV及び動画配信サービス等に関する実態調査報告書	141	公取委(2024a)	PF、参加企業、消費者
生成AIを巡る競争(ディスカッションペーパー)	24	公取委(2024b)	なし

仮説検証の方法は主に、吉武(2018)が指摘するような、文字数が多いテキストメッセージの近似度から把握するテキストマイニングによるものとする。

以下、次稿に続く。

謝辞

本研究はJSPS科研費 JP20K01982(研究課題「オンラインプラットフォームが流通取引慣行に与える流通政策研究」)の助成を受けている。

9 公正取引委員会ウェブサイト <https://www.jftc.go.jp/dk/digital/survey.html> 2024年12月31日検索。なおページ数には表紙及び目次を含んでいる。

参考文献

- Jean-Charles Rochet, Jean Tirole(2003)“Platform Competition in Two-Sided Markets”*Journal of the European Economic Association*,Vol.1, No.4, pp.990–1029
- Eisenmann, T., Parker, G., & Van Alstyne, M. W.(2006)“Strategies for Two-Sided Markets” *Harvard Business Review*, Vol.84, Oct.
- Hagi, A., Wright, J.(2015)“Multi-Sided Platforms” *International Journal of Industrial Organization*, Vol.43, Nov., pp.162-174
- Evans, D. S.(2003)“The Antitrust Economics of Multi-Sided Platform Markets” *Yale Journal on Regulation*, Vol.20, pp.325-381
- Khan, L. M.(2017)“Amazon’s Antitrust Paradox” *The Yale Law Journal*, Vol.126, No.3, pp.710-805
- Parker, G., Van Alstyne, M. W., Choudary, S. P. (2016)“Platform Revolution” W. W. Norton & Company.邦訳書、妹尾堅一郎・渡部典子(訳)『プラットフォーム・レボリューション』ダイヤモンド社
- Crémer, J., de Montjoye, Y.-A., Schweitzer, H.(2019)“Competition Policy for the Digital Era” <https://euagenda.eu/upload/publications/untitled-257961-ea.pdf>
- 大驛潤(2019)『流通政策の理路』千倉書房
- 久保村隆祐・吉村壽編著(1984)『現代の流通政策』千倉書房
- 公取委(2019a)「消費者向け e コマースの取引実態に関する調査報告書」
- 公取委(2019b)「デジタル・プラットフォーマーの取引慣行等に関する実態調査報告書（オンラインモール・アプリストアにおける事業者間取引）」
- 公取委(2020a)「飲食店ポータルサイトに関する取引実態調査報告書」
- 公取委(2020b)「家計簿サービス等に関する実態調査報告書」
- 公取委(2020c)「QRコード等を用いたキャッシュレス決済に関する実態調査報告書」
- 公取委(2020d)「デジタル広告の取引実態に関する中間報告書」
- 公取委(2020e)「共通ポイントサービスに関する取引実態調査報告書」

- 公取委(2021)「デジタル広告の取引実態に関する最終報告書」
- 公取委(2022a)「官公庁における情報システム調達に関する実態調査報告書」
- 公取委(2022b)「クラウドサービス分野の取引実態に関する報告書」
- 公取委(2022c)「ソフトウェア業の下請取引等に関する実態調査報告書」
- 公取委(2023a)「モバイルOS等に関する実態調査報告書」
- 公取委(2023b)「フィンテックを活用したサービスに関するフォローアップ調査報告書」
- 公取委(2023c)「ニュースコンテンツ配信分野に関する実態調査報告書」
- 公取委(2024a)「コネクテッドTV及び動画配信サービス等に関する実態調査報告書」
- 公取委(2024b)「生成AIを巡る競争(ディスカッションペーパー)」
- 小林泰明(2023)『国家は巨大ITに勝てるのか』新潮新書
- 小林雄一郎(2023)『やさしいテキストアナリティクス』オーム社
- 滝澤紗矢子(2024)「スマホソフトウェア競争促進法の全体像」『ジュリスト』1604号33頁所収, 有斐閣
- 善如悠介・佐藤進・橘高勇太(2023)「プラットフォームによる自己優遇の経済分析」根岸哲, 泉水文雄, 和久井理子編著『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』第10章343-366頁所収, 商事法務
- 森亮二「プラットフォーム規制の全体像」(2024)『ジュリスト』1604号14-19頁所収, 有斐閣
- 吉武春光(2007)「SDRTによる談話の意味記述 — e-Learningにおける回答中の類似度推定に向けて —」『西南学院商学論集』53巻3・4号211-238頁所収
- 吉武春光(2016)「日経記事の解析に文脈ベクトルを使うための環境整備」『西南学院商学論集』62巻3・4号263-284頁所収
- 吉武春光(2018)「学生の提出レポート解析に文脈ベクトルを使う」『西南学院商学論集』69巻4号79-95頁所収

若江雅子(2021)『膨張GAFAsとの闘い』中公新書

和久井理子(2024)「報道機関とデジタルプラットフォーム:独占禁止法・公正取引委員会の役割と限界, 今後の展開」『法律時報』96巻5号45-50
頁所収, 日本評論社

渡辺達朗(2016)『流通政策入門（第4版）』中央経済社