

令和3年度 第1期 未修者小論文試験問題

受験上の注意事項

- 1 監督者の指示がある前に、この問題を開くことを禁止します。
- 2 試験開始の合図により、解答を始めてください。
- 3 試験開始の合図の後、印刷不鮮明等に気付いた場合は、黙って手を挙げ、監督者に申し出てください。
- 4 解答は、答案用紙に黒インクのペン又はボールペンにより書いてください。
消せるボールペンや時間の経過により字が消えるボールペンは使用しないでください。また、鉛筆は不可です。
- 5 試験時間は90分です。
試験開始後20分以内及び試験終了前5分間は、答案の提出及び試験室からの退出はできません。それ以外の時間に退出（途中退出）する場合には、黙って手を挙げ、自席で答案及び問題を監督者に渡してから退出してください。
- 6 この問題は、試験終了後、持ち帰ることができます。
- 7 次のもの以外は机上に置かないでください。
受験票、筆記具、時計（計算機能等のないものに限る。）、眼鏡。
受験票は、氏名、受験番号が記載されている面を表にして、監督者が見やすい位置に置いてください。なお、上記以外のものについては、監督者の許可を得てください。
- 8 問題検討のためのラインマーカー及び色鉛筆の使用は、問題用紙に限り認めます。
- 9 携帯電話等は、必ず電源を切って鞄等にしまってください。
- 10 試験室内では、耳栓の使用はできません。
- 11 試験時間中の発病等やむを得ない場合には、黙って手を挙げ、監督者の指示に従ってください。
- 12 試験時間中の喫煙や飲食（ガム等を含む。）は、禁止します。
- 13 試験終了の合図とともに、直ちに筆記具を置き、監督者の指示を待ってください。
- 14 不正の手段によって試験を受け、又は受けようとした者に対しては、試験を停止し、合格の決定を取り消すことがあります。

[問　題]

以下の公正取引委員会作成「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」（令和元年10月。抜粋　問題作成に際し、注の一部を省略し、番号を改めた。）を参照しながら、下記設問に答えよ。

第1部 デジタル市場と競争政策

第1 経済のデジタル化とデジタル・プラットフォームの浸透

ビックデータを始めとする情報処理可能なデータの飛躍的増大、コンピュータの計算能力の向上、人工知能の発達等、第四次産業革命と呼ばれる技術革新が進行している。第四次産業革命下で情報通信技術やデータを活用して第三者に多種多様なサービスの「場」を提供するデジタル・プラットフォームは、革新的なビジネス等を生み出し続け、イノベーションの創出を担っている。

公正取引委員会が2019年4月17日に公表した「デジタル・プラットフォームサービスの利用者（消費者）に対するアンケート調査」の結果によれば、消費者は様々なデジタル・プラットフォームを利用している。また、「1日に少なくとも必ず1回は利用する」との回答が8割を超えており、利用頻度の高さもうかがわれ、デジタル・プラットフォームは我々の生活に浸透している。

デジタル・プラットフォームは、我々の社会経済生活に効率性（必要な情報に瞬時に辿り着くことができるなど）や安全性（一部の悪質な事業者との取引を回避することができるなど）という多大な便益をもたらしている。その結果、デジタル・プラットフォームは我々の社会経済生活に強い影響力を持つまでになり、以下に述べるデジタル・プラットフォームの特徴とあいまって、その影響力は拡大し続けている。

2008年時点での企業時価総額の世界ランキング上位10社をみると、石油、製造、通信、金融関係が中心であったが、2018年では10社中6社がデジタル・プラットフォーマーとなっている。その事業領域は製造業等の実業分野にも伸張し、世界の時価総額上位企業を米国や中国のデジタル・プラットフォーマーが占めることとなった。

<図表1 世界上位10社の変遷>

2008年の世界トップ10企業 →石油、製造、通信、金融(計293兆)中心。		2018年の世界トップ10企業 →10社中6社(計419兆)がデジタル・プラットフォーム企業に	
企業名	時価総額	企業名	時価総額
1 ペトロチャイナ	57兆円	1 アップル	96兆円
2 エクソン・モービル	49兆円	2 アルファベット(Google)	82兆円
3 ゼネラル・エレクトリック(GE)	34兆円	3 アマゾン・ドット・コム	78兆円
4 チャイナ・モバイル	32兆円	4 マイクロソフト	77兆円
5 中国工商銀行	30兆円	5 腾訊 [テンセント・ホールディングス]	56兆円
6 マイクロソフト	26兆円	6 フェイスブック	56兆円
7 ブラジル石油公社	25兆円	7 バークシャー・ハサウェイ	55兆円
8 ロイヤル・ダッチ・シェル	23兆円	8 アリババ・グループ	51兆円
9 AT&T	22兆円	9 JPモルガン・チース・アンド・カンパニー	42兆円
10 BP	21兆円	10 中国工商銀行	38兆円
...		...	
12 トヨタ自動車	21兆円	23 トヨタ自動車	24兆円

※2月末時点

※2月末時点

出所：未来投資会議（第23回，2019年2月13日）配布資料

第2 デジタル・プラットフォームの特徴

デジタル・プラットフォームは業種・業態の垣根を超えて、多岐にわたるサービスを提供しているが、その特徴として次のような点が挙げられる。

1 両面市場とネットワーク効果

一般に、プラットフォーム・ビジネスは、プラットフォームの下に企業や消費者という異なる複数の層が存在する両面市場（多面市場）であり、両面市場においては、ネットワーク効果が働く。ネットワーク効果には、直接ネットワーク効果と間接ネットワーク効果がある。直接ネットワーク効果とは、同じネットワークに属する参加者が多ければ多いほど、それだけ参加者の効用が高まる効果である。また、間接ネットワーク効果とは、同じネットワークに属する参加者グループが複数存在し、一方のグループの参加者が増えれば増えるほど、他方のグループの参加者の効用も高まる効果である。

2 低い限界費用と規模の経済性

デジタル・プラットフォームは、情報通信技術やデータを用いた取引の場であるため、サービスの提供に係る限界費用が低い。これにより効率的にネットワークの規模を拡大し、より低コストでより良いサービスを提供することができる。

3 デジタル・プラットフォームがもたらす便益

デジタル・プラットフォームは、両面市場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多大な便益を生み出し得る。本実態調査が対象としたオンラインモールを例に取ると、データを活用したロングテール戦略¹⁾により、消費者が低需要の商品を見つけて購入することや、事業者がそのような商品を販売することを容易にする。また、中小企業やスタートアップ企業にとって、デジタル・プラットフォームは国内外の市場への参入を阻む障壁を下げる助けとなり得るものである。さらに、消費者も、デジタル・プラットフォームを利用することにより多数の商品・サービスの選択が可能となる。また、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デジタル・プラットフォーマーを通じて取引することによって、単独ではそのような対応が困難な事業者との間でも、一定の安全性が保障された取引を享受することができる。

4 集中化・スイッチングコスト²⁾・ロックイン³⁾

一方、限界費用が低く、規模の経済性が強く働くという特徴から、特定のデジタル・プラットフォームへの集中が生じやすく、独占・寡占に至ることもあり得る。また、データの集積・利活用が更なるサービスの拡充をもたらすことから、デジタル・プラットフォームの参加者には高いスイッチングコストが生じ、ロックイン効果が働くことがある。ネットワーク効果、規模の経済性等が働くことを通じて、データがデジタル・プラットフォームに集中することにより、参加者の効用が増加していく一方、デジタル・プラットフォーム間におけるスイッチングコストは増加しやすくなる。

第3 デジタル・プラットフォームに関する懸念とその対応

1 競争政策上の懸念

(1) 優越的地位の濫用

このように、ネットワーク効果や規模の経済性等に支えられたデジタル・プラットフォームへのデータの集中は、スイッチングコストやロックイン効果を伴うことがある。こうしたデジタル・プラットフォームの特徴から、デジタル・プラットフォーマーは取引先に対して優越した地位に立つことがある。特に、市場において有力な地位にあるデジタル・プラットフォーマーは、多くの取引先に対して優越した地位に立ちやすいと考えられる。

優越した地位にあるデジタル・プラットフォーマーは、取引先に対して不利益を与えることが可能な立場にあるといえ、これまでの調査においても、取引条件の変更等について不満を示す回答が一定数寄せられた。

デジタル・プラットフォーマーが取引先に対して優越的地位にあるのは、企業に対する場合に限られるわけではなく、消費者に対する場合もあると考えられる。

デジタル・プラットフォーマーの中には、個人データの収集と引換えに財やサービスを無料で提供するビジネスモデルを探るものがある。デジタル・プラットフォーマーは消費者から収集した大量の個人データを分析・活用することにより経済的価値を生み出しているところ、消費者は個人データを提供する見返りにサービスを受けていると見ることができる。

デジタル・プラットフォーマーによるデータの収集、利用、管理等の方法は、デジタル・プラットフォーマー間の重要な競争手段の一つである。公正取引委員会が2019年4月17日に公表した「デジタル・プラットフォームサービスの利用者（消費者）に対するアンケート調査」では、デジタル・プラットフォーマーによるデータの収集、利用、管理等について、消費者が懸念を抱いており、不利益を受けたと認識していることも明らかとなつた。デジタル・プラットフォーマーが正常な商慣習に照らして不当に、取引先に不利益を及ぼす場合には、独占禁止法上問題となるおそれがある。

(2) 独占・寡占による他のデジタル・プラットフォーマーの排除

クリティカル・マス⁴⁾を達成したデジタル・プラットフォーマーは、両面市場におけるネットワーク効果もあいまって、独占・寡占的な地位を得ることがある。企業や消費者に魅力的な価格・サービスを提供するデジタル・プラットフォーマーが、更に事業者や消費者に選ばれ、結果的に独占・寡占的地位を得ることは、競争そのものの現れである。しかし、他のデジタル・プラットフォーマーを排除したり、競合するデジタル・プラットフォーマーの参入を阻止したりすることにより、イノベーションを阻害することがあってはならない。例えば、独占・寡占的な地位にあるデジタル・プラットフォーマーが、他の事業者に対して競合するデジタル・プラットフォームを利用させないようにするなど不当に拘束することは、独占禁止法上問題となるおそれがある。

(3) 競合事業者の排除

デジタル・プラットフォーマーが、自らも商品やサービスを提供する場合、デジタル・プラットフォームに出店・出品する事業者と競合することがあり得る。デジタル・プラットフォームの利用条件は、基本的にはデジタル・プラットフォーマーが設定できることから、こうした地位を利用して競合事業者を排除し得る。デジタル・プラットフォーマーが競合事業者を不当に排除することは、独占禁止法上問題となるおそれがある。

(4) 競争制限的な企業結合

デジタル・プラットフォーマーは、伝統的な縦型の業に閉じることなく、業際的・横断的・複合的なビジネスモデルを構築し、また、破壊的な技術革新によって新たなビジネスモデルを生み出し続けている。そのサービスの中核は、データの活用により、消費者と消費者、消費者と企業、企業と企業とをつなぎ合わせることにある。

高度な情報通信技術を有する企業が異業種へ参入し、複数の業種のサービスを統合して顧客に提供することも想定される。デジタル・プラットフォーマーは、既存のサービスにとどまることなく、新規のサービスを提供したり、これらを組み合わせることによって革新的なサービスを提供したりしているが、その過程で異業種の企業等を買収することがある。これにより革新的なサービスを提供することとなれば、消費者に魅力的な価格・サービスという便益をもたらす。一方、市場において有力な地位にあるデジタル・プラットフォーマーが、スタートアップ企業等を買収して将来の競争者の芽を摘むことなどにより競争が実質的に制限され、イノベーションが阻害されることとなるよう留意する必要がある。

- 1) 少数の売れ筋の商品（ヘッド）のみならず売上げが少ないニッチ商品を数多く揃える（ロングテール）販売戦略をロングテール戦略という。
- 2) デジタル・プラットフォームを切り替える際に、切り替えない場合と比べ、労力や資源を余分に投入する必要がある場合、その余分な労力や資源をスイッチングコストという。（参考：競争政策研究センター「ネットワーク外部性とスイッチングコストの経済分析」（2005年11月））
- 3) デジタル・プラットフォームの利用を止めたいと考えたとしても、スイッチングコスト等を理由として止めることができない状態をロックインという。
- 4) クリティカル・マスとは、デジタル・プラットフォーマーが成功するために、両面市場において必要となる最低限の需要である。（参考：David S. Evans and Richard Schmalensee, *The Antitrust Analysis of Multi-Sided Platform Businesses*（2012年12月））

[設問1] (60点)

デジタル・プラットフォームは、それを利用する消費者及び事業者にとってどのようなメリットがあるのか。消費者及び事業者のそれぞれのメリットについて、240字以内で述べよ。

[設問2] (100点)

デジタル・プラットフォームは、どのような弊害または問題をかかえているのか。400字以内で述べよ。

[設問3] (140点)

あなたは、デジタル・プラットフォーマーに対する規制を強化することについて賛成か、反対か。自説を800字以内で述べよ。

