

令和 3 年 5 月 31 日現在

機関番号：32686

研究種目：若手研究

研究期間：2018～2020

課題番号：18K12654

研究課題名（和文）消費者保護における競争法の役割

研究課題名（英文）The role of competition law in consumer protection

研究代表者

早川 雄一郎（HAYAKAWA, Yuichiro）

立教大学・法学部・准教授

研究者番号：80737221

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,100,000円

研究成果の概要（和文）：企業の戦略的行動における具体的な文脈に即して、どのような消費者利益がどのような態様で侵害される場合に、競争法による介入が求められるのかについての検討を行った。近時、データの利活用によってますます洗練されつつあるロイヤルティースキームについて、どのような場合に独禁法や景表法による介入が求められるのかを提示した。また、無料サービスに対する景表法上の規制のあり方に関する提言を行った。

研究成果の学術的意義や社会的意義

情報技術の急激な進化によって、事業者が取りうる戦略的行動の幅は拡大し、企業の戦略的行動によって消費者の利益が侵害されるのかどうかについて検討を要する状況は、多様化している。本研究は、特に、実務的にもよく用いられているロイヤルティースキームと無料戦略に焦点を当て、それらの戦略的行動に関連して消費者の利益が侵害され、独禁法や景表法による介入が求められるのがどのような場合なのかを解明した。これは、競争法における消費者利益の位置づけをめぐる理論の深化に資するとともに、実務的にも、今後の規制を考えるうえで有意義な提案を構成するものである。

研究成果の概要（英文）：In this research, I examined what kind of infringement of consumer interests would require competition law intervention in the specific context of a company's strategic behavior. In recent years, customer loyalty schemes have become increasingly sophisticated due to the use of data, and I clarified when intervention by the Antimonopoly Law and the Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations is required. I also made a proposal on how to regulate zero-price services under the Act against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations.

研究分野：社会法学

キーワード：景品表示法 独占禁止法 消費者保護 ロイヤルティースキーム 無料サービス 不当表示 FTC ACCC

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属します。

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

(1)競争法は、消費者の利益に資することを重要な目的としているものの、競争法がどのような形で消費者の利益に資するのかは、一様ではない。

競争法と消費者利益との関わりについて、これまで、総論的な視点としては、次のようないくつかの視点が挙げられてきた。独占力の「形成」を防止(市場で独占力が形成されると、価格が独占的な高価格に引き上げられ、消費者は害される。競争法の最も重要な役割は、独占力の形成を防止することである)。消費者の選択の歪曲を防止(例えば、取引の強制や欺まんな取引は、消費者の商品選択を歪める行為である。日本の独禁法は、それらの行為を不正な取引方法として規制している)。市場機能の改善を通じた消費者保護の問題を防止することで、市場で多くの事業者による活発な競争が行われるようになり、かつ、消費者が各事業者の商品の真価に基づいて選択できるようになれば、市場機能が改善され、さらには良質廉価な商品が市場を流通するようになるという好循環が生まれる。

(2)競争法と消費者利益との関係について、総論的には以上のように整理できるものの、以上の整理は、多くの課題を残している。

例えば、上記の点につき、競争法では、独占力の単純な「行使」それ自体(例：独占企業が独占の高価格を設定すること)は、規制されない。一見、帰結的には消費者の利益は害されそうであるが、独占力を単に行使しているだけでは、競争過程への害という競争法的な手段の不当性を伴わないためである。上記の点についても、形式的に消費者の選択を制限する行為の全てが規制対象となるわけではないし、一定の利益の提供を通じて消費者を誘引する場合のように、消費者の選択を歪める行為なのかどうか、自明ではない行為類型も存在する。

(3)競争法における消費者利益の位置づけについて、我が国では、以上のような総論的な整理以上の議論は十分には行われてこなかった。これに対して、昨今の情報技術の急激な進化によって、事業者が取りうる企業戦略の幅は拡大し、企業の戦略的行動によって消費者の利益が害されるのかどうかについて、具体的な文脈に即して検討する必要性が増してきた。

2. 研究の目的

(1)競争法における消費者利益の位置づけをめぐって、情報技術の急激な進化に伴って検討が必要となっている今日的な問題として、例えば、上記の視点との関係では、インターネット等を通じて事業者による消費者に対する直接的なアクセスが容易になった結果、事業者の側が、消費者に対して不当に不利益を与える行為が行われやすくなっている。また、上記の視点との関係での問題として、オンラインサービスでは低い限界費用で大量のサービスを供給できることから、近時、無料ニュースや SNS サービスなど様々な「無料」サービスが増加しているところ、無料サービスの選択過程で消費者の選択が歪められたとしても、どのような被害が生じうるのか、自明ではない。

(2)本研究の目的は、以上のような具体的な文脈に即して、企業の戦略的行動によって侵害される消費者利益を明らかにし、その類型化を図りつつ、競争法による介入の可否を問うことであった。

3. 研究の方法

(1)上記研究目的を達成するため、本研究では、文献調査、国内の学会や各種研究会での報告や研究者・実務家との意見交換を通じて、以下の研究を行った。

(2)上記の視点との関係では、情報技術の進展によって様々な新しい課題が出てきているロイヤルティースキームを取り上げ、米国法や EU 法、豪州法との比較考察を通じて、どのような場合に競争法による介入が要請されるのかについての検討を行った。

(3)上記の視点との関係では、米国の連邦取引委員会 (FTC) の規制例との比較考察を行い、無料サービスに対する景表法の規制のあり方についての検討を行った。

4. 研究成果

(1)ロイヤルティースキームは、ポイント等の便益の提供を通じて消費者に利益を与える一方で、市場支配的事業者によって実施される場合、競争者に対する排除効果をもたらすことが従来から指摘されてきた。最近では、データの利活用によってロイヤルティースキームに係る企業戦略はより洗練されてきており、競争や消費者に対してもたらす影響は、複雑化している。本研究では、比較法研究を通じて、ロイヤルティースキームに関する伝統的な競争上の議論を改めて整理したうえで、我が国ではまとまった研究が行われていなかったロイヤルティースキームとデータの利活用をめぐる競争・消費者の観点からの問題についての研究を行い、以下の点を明らかにした。

ロイヤルティースキームをめぐる従来の競争法上の議論では、ロイヤルティースキームは価

格競争の一種としての側面を有することから、仮に排除効果をもたらしたとしても正常な競争手段の範囲を逸脱するような人為性があるのかどうかをめぐって議論があり、米国とEUにおける立場の相違も存在したところ、市場支配的事業者がロイヤルティースキームを利用し、その強力な地位を梃子として排除効果をもたらし、市場支配力を維持・強化する場合、顧客の取引先選択の自由を拘束する側面を有すると評価でき、また、消費者にとっても必ずしも利益にならないこと。

データの利活用によってより洗練されてきている最近のロイヤルティースキームは、デジタル・プラットフォームとしての性質を有しており、今後は、ネットワーク効果やデータの利活用を通じた排除も問題になりうること。

最近のロイヤルティースキームにおいては、スキーム運営事業者が消費者から収集する個人データが、ポイント等の消費者に与えられる便益の事実上の対価としての側面も有すること。その点を踏まえて、オーストラリアの当局である ACCC は、ロイヤルティースキームに関する詳細な報告書を公表し、ポイントや個人データに関連して消費者に不利益を与える行為は、欺瞞的行為や不公正な行為等の問題を生じさせる可能性を指摘していること。ACCC の報告書は日本法を考える際にも示唆的であり、日本法においては、ポイントや個人データに関連して消費者に対する欺瞞的行為や不公正な行為が行われた場合、景表法や独禁法の不当な顧客誘引、優越的地位の濫用等の規制によって対処する余地があること。

(2)無料の SNS サービスや無料アプリ等の無料サービスをめぐる景表法上の問題について、日本の消費者庁は、景表法上の「取引」要件は対価性のある取引に限定され、景表法は無料サービスには適用されないという立場で運用を行っている。本研究では、無料サービスに対する景表法上の規制について研究し、以下の点を明らかにしつつ、規制のあり方に関する提言を行った。

米国の FTC の先例では、無料サービスにおける不当表示を規制した先例が数多く存在していること（例えば、Facebook のプライバシー方針における不当表示）。

プライバシーに関わる事柄について不当表示がなされた場合のように、無料サービスにおける不当表示を規制する必要性は存在しうること。

景表法上の「取引」を対価性のある取引に限定して解釈することは、沿革的にも理論的にも理由がなく、景表法上の「取引」を対価性のある取引に限定するのは相当ではないこと。景表法上の「取引」を対価性のある取引に限定する立場の実質的な根拠は、不当表示や不当な景品類の提供によって消費者の選択が歪曲されると、対価的出捐を通じた個別的被害が消費者に生じうることに求められうるが、景表法の目的は、消費者が自主的かつ合理的に商品選択を行える意思決定環境を確保することであり、消費者の個別的被害それ自体の発生可能性を根拠として対価性のある取引に限定する解釈は相当でないこと。

景品類の規制に関しては、現時点では、無料サービスにおける景品類を規制する必要性に関して議論が成熟しておらず、現行の景品規制を無料サービスに適用すると、過剰規制の懸念が生じうること。この点については、景品規制は告示を通じて行われており、現行の告示は「取引価額」を基準としていることから、有償取引を想定して制定されたものと解することが可能であり、そのように解するならば、現時点での過剰規制の問題を回避しつつ、今後、実態を踏まえて規制の必要性が認められる場合には新しい告示の制定を通じて規制を行うことは可能であること。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計6件（うち査読付論文 1件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 0件）

1. 著者名 早川 雄一郎	4. 巻 1543
2. 論文標題 第三者を装ってした表示と景表法上の問題、また、No.1表示等と不実証広告規制 消費者庁措置命令平成29・11・2・課徴金納付命令平成30・6・29	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 ジュリスト	6. 最初と最後の頁 106, 109
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 早川 雄一郎	4. 巻 1175
2. 論文標題 薬機法の虚偽・誇大広告規制の射程と課題 ノバルティス・ディオバン事件東京高裁無罪判決を素材として	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 NBL	6. 最初と最後の頁 4, 9
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 早川 雄一郎	4. 巻 842
2. 論文標題 インフルエンサーを利用したステルス・マーケティングにつき、FTCが広告業者に対してのみ措置をとった事例 Xbox Oneに係るMachinima事件	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 公正取引	6. 最初と最後の頁 40, 48
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 早川 雄一郎	4. 巻 1557
2. 論文標題 農協による系統外出荷制限が不当な拘束条件とされた事例	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 ジュリスト臨時増刊（令和2年度重要判例解説）	6. 最初と最後の頁 206, 207
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 早川 雄一郎	4. 巻 847
2. 論文標題 ロイヤルティースキームの業務提携と競争法上の課題 豪州のBP・Qantas提携事例を素材として	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 公正取引	6. 最初と最後の頁 75, 83
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 早川 雄一郎	4. 巻 40
2. 論文標題 競争者排除型行為規制の目的と構造	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 日本経済法学会年報	6. 最初と最後の頁 93, 105
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計1件 (うち招待講演 0件 / うち国際学会 0件)

1. 発表者名 早川 雄一郎
2. 発表標題 競争者排除型行為規制の目的と構造
3. 学会等名 日本経済法学会
4. 発表年 2018年

〔図書〕 計3件

1. 著者名 齊藤真紀ほか編著 早川雄一郎ほか著	4. 発行年 2021年
2. 出版社 商事法務	5. 総ページ数 780 (619-637)
3. 書名 川濱昇先生・前田雅弘先生・洲崎博史先生・北村雅史先生選暦記念 企業と法をめぐる現代的課題 (「プラットフォームと景表法 無料サービス、個人情報、プラットフォームの供給する役務の捉え方」)	

1. 著者名 川瀨昇ほか編著 早川雄一郎ほか著	4. 発行年 2021年
2. 出版社 弘文堂	5. 総ページ数 -
3. 書名 現代経済法の課題と理論 金井貴嗣先生古稀祝賀論文集（「デジタル時代のロイヤルティースキームとプラットフォーム規制 豪州競争消費者委員会報告書を手がかりに」）	

1. 著者名 友岡史仁、武田邦宣編著 早川雄一郎ほか著	4. 発行年 2019年
2. 出版社 弘文堂	5. 総ページ数 464 (183-210)
3. 書名 エネルギー産業の法・政策・実務（「公益事業分野におけるセット割販売と独占禁止法の規制」）	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------