

# 基礎研 レポート

## Facebook 反トラスト訴訟中間判決の 概要

FTC の主張は棄却するも訴訟は継続

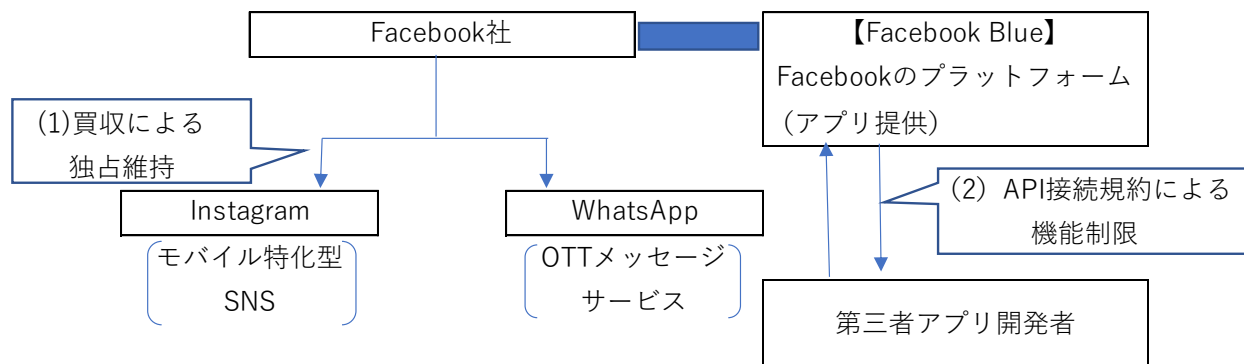
保険研究部 常務取締役 研究理事 松澤 登  
(03)3512-1866 matuzawa@nli-research.co.jp

### 1—はじめに

2021年6月28日にコロンビア地区連邦地裁は連邦取引委員会(Federal Trade Commission)がFacebookに対して提起した競争法違反に関する中間判決を出した。この訴訟が提起された時点の内容は基礎研レポート「[巨大プラットフォーム企業と競争法\(2\)ーFacebookをめぐる競争法上の課題](#)」に記載したところである。

提訴の概略を簡単に述べると、FTCが、(1)Facebookは個人向けSNS(Personal Social Network Services)市場での独占を不当に維持するために、モバイル端末で写真共有に強みを持つ個人向けSNSであるInstagramと、個人間のOTTメッセージアプリ(電話番号以外のアドレスを利用して、テキスト通信のできるアプリ)であるWhatsAppを買収したこと、および(2)第三者アプリ開発者に対して、Facebookと競争関係にある機能を実装しないことなどの条件を付すことで、個人向けSNS市場における競争を制限したとの主張を行い、不正競争行為の差し止め等を求めて提訴したものである(図表1)。

【図表1】



該当条文はシャーマン法2条であり、当該条文は「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」ことを禁止す

るものである。これは、日本における私的独占の禁止（独占禁止法第3条）に相当するものである。

FTC はシャーマン法 2 条の違反を主張し、FTC 法 13 条 (b) で FTC に認められている差し止め請求 (injunction) を求めた。

連邦地裁は FTC の主張 (Complaint) をいずれも否定し、Facebook の棄却申出 (Motion to Dismiss) を認めた。ただし、FTC の主張を否定したにとどまり、訴訟 (Case) 自体の棄却はせず、FTC からの主張の出し直しを認めた。

裁判所は、FTC の主張する個人向け SNS の市場について、その境界が明確となっておらず、したがって FTC の主張する市場シェア 60% 超という Facebook の市場支配力を立証できていない。また、相互運用性の拒否はそれ自体違法ということにはならず、仮に違法性が立証できたとしても FTC の主張する不正競争行為は「相当過去の行為」であって、差し止め命令 (injunction) の対象とはならないとした。

なお、本判決に応じて 2021 年 8 月 18 日 FTC は主張の出し直しをしているが、この内容については別途検討を行う。

## 2— 裁判所の事実認定

### 1 | 個人向け SNS と Facebook

裁判所はまず議論の前提として、個人向け SNS を「ユーザーをネットワーク上でバーチャル（仮想的）につなぎ、また共有されたバーチャル空間において、意見や経験を投稿することでデジタルに共有することを可能にするもの」と要約する。

そのうえで FTC の主張をベースにして、以下の事実を述べる。まず、Facebook（正確には Facebook のプラットフォームである Facebook Blue）はユーザーが友達との間で、ユーザーが作り出したコンテンツを交換し合い、自分も投稿することによってコンテンツを作り出すものである。Facebook では、このような個人の投稿のほかに、ニュース記事や広告が表示される。さらに、Facebook 上、あるいは第三者の開発したアプリでゲームをすることもできる。

Facebook はユーザーに利用料金を請求するのではなく、広告を販売することによって収益化する。FTC は Facebook がユーザーへの金銭的な要求を控え、かわりにユーザーデータとユーザーの関与 (engagement) を広告により収益化する。言い換えるとユーザーは時間と関心および個人データを Facebook へのアクセスと交換する。

### 2 | Instagram と WhatsApp の買収

FTC の主張では、Facebook は、2011 年には米国での支配的な個人向け SNS 提供者としての地位に至った後運命的な戦略転換を行ったという。すなわち、最善の製品を提供する代わりに、新しい競争者の成長に対して、締め出し・機先を制することに注力することで独占を守ることにしたと主張する。そのために行ったことが①Instagram の買収、②WhatsApp の買収、③競合アプリの Facebook との相互運用を阻止する約定の適用と強制である（①②は本項で解説。③は次項で解説）。

①Instagram は 2010 年に創業した。Instagram はカメラが内蔵されたスマートフォン時代における

革新的な写真加工・共有アプリで、個人向け SNS における Facebook の競合者であると FTC は主張する。Instagram 買収にあたっては、FTC による異例の 4 カ月の長期の審査が行われたが、最終的に買収を承認した。Facebook は Instagram 買収により自社開発の写真共有アプリの提供を終了した。FTC によれば、Instagram 買収により Facebook は写真共有において独占的な地位を占めたと認識し、また、Facebook と Instagram が共食い(cannibalizing)をしないようプロモーションを分離したとする。

②WhatsApp の買収であるが、WhatsApp は 2009 年に OTT メッセージサービス（上述）として設立され、2011 年ごろ急成長した。メッセージサービスは個人向け SNS と直接競合しないものの、Facebook は、WhatsApp が将来的にモバイル端末におけるソーシャルネットワークに成長し、ゲームプラットフォームやニュース提供メディアになるとのおそれを抱いた。Facebook も 2011 年にメッセージアプリの提供を開始したが、Facebook は競争よりも買収を選択した。買収は FTC の審査にかけられたが、やはり承認された。Facebook は WhatsApp を個人向け SNS として成長させることはせず、メッセージアプリとしてその成長に柙をはめた。

FTC は、Instagram と WhatsApp の取得による独占化は、現在進行中であるとする。Facebook は Instagram と WhatsApp を Facebook の堀(moat)として競争上の脅威を無効化(neutralize)しているとする。

### 3 | アプリの相互運用性の制限

Facebook は設立後まもなく Facebook プラットフォームを構築し、Facebook 上で第三者アプリ開発者がアプリを提供することを許容した。アプリとしてはゲーム、ページデザインから動画共有、電子商取引アプリまで幅広いものであった。これらアプリはフリーミアム<sup>1</sup>あるいは広告収入により収益化する。

2010 年に Facebook はプラットフォームにあらたな機能を追加する。それは Facebook のデータをアプリが共有できるようにするインターフェイス(Application Programming Interface, 以下 API)を提供するというものである。API を利用することで第三者アプリは、ユーザーを Facebook 上または第三者アプリ上で他の Facebook ユーザーとつなげることができる。例として、チェスゲームの対戦アプリが挙げられる。

さらに Facebook は Open Graph という機能を追加した。この機能により、アプリはいいねボタンを埋め込むことができ、たとえばワシントンポストという一般紙のサイトで、読者がいいねボタンを押すだけで、Facebook に記事を連動して表示させることができる。

Facebook はこれら機能により、多くのデータを得ることができ、利益を得てきたと FTC は主張する。

しかし、2011 年より Facebook は、個人向け SNS 独占への競争上の脅威となる新生アプリの成長軌道を阻害するよう力を使い始めたとする。

まず 2011 年にはアプリ開発者に対し、他の競合する SNS に統合し、リンクし、促進し、転送しあるいは回送する(integrate, link to, promote, distribute, or redirect to)ことを禁止した。ただし、この時点ではこれら制限は Facebook 上のみで作動するアプリに限定されていた。

<sup>1</sup> 基本サービスは無料で、特別な機能やアイテムを有料で提供するもの

2012年になって、ワシントンポストのような Facebook 外で作動する第三者独立アプリの開発者に対して、Facebook プラットフォームを利用して許可なく Facebook と競合する SNS へ、ユーザーデータを送信しないことの条件を追加した。さらに 2013 年、第三者独立アプリ開発者に、Facebook のプラットフォームを利用して、Facebook の中核となる製品又はサービスを複製した (replicate) 製品またはサービスの販促、あるいはデータ転送を行わないことという条件を課した (中核機能制限条項)。

実際に Facebook は中核機能制限条項を根拠にして API を切断した。まず、Path というクローズドな SNS の接続を解除した (2018 年にサービス終了)。次に Twitter 社の運営する Vine というビデオ共有アプリ (2017 年にサービス終了) を 2013 年 1 月に接続を解除し、地方 SNS の Circle については同年 12 月に解除した。最後に多数のメッセージアプリの接続 2013 年 8 月に一斉解除した。

なお、2018 年 12 月に上記の中核機能制限条項を削除した。しかし、FTC は、現在の公の調査が終了すれば再導入するだろうと主張する。

### 3— 裁判所の判断

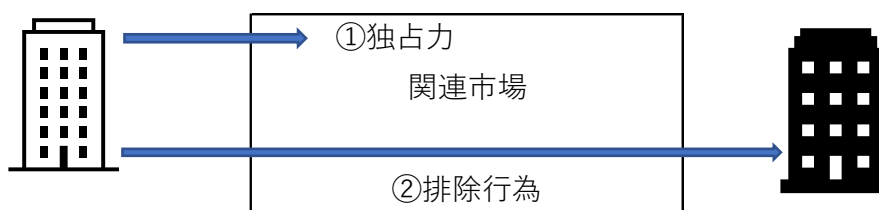
#### 1 | 結論

判決文ではまず結論が書かれている。FTC の差し止め命令の請求に対して、民事手続法 (Civil Procedure) 12 (b) (6) の「その救済が与えられるべき請求 (claim) が述べられていないとき」には棄却が認められるとする規定に基づいて、Facebook は棄却申立て (motion for dismiss) をしていた。裁判所は Facebook の棄却の申立ては本規定に基づいて認められるとした。

裁判所は、FTC の訴え (complaint) には、請求について救済が与えられるべきとする、額面として確からしい (plausible on its face) といえるだけの十分な事実を述べている必要があった。言い換えると、投機的な水準 (speculative level) を超えて、救済の権利を与えるのに十分であることが求められたとしている。

ところで、シャーマン法 2 条における市場独占の維持の主張に関しては 2 つの要素を満たす必要がある。一つ目は関連市場における独占力 (monopoly power) の保有、二つ目は、優位な製品、ビジネス上の洞察力、または歴史的な事故といったものの結果としての成長や発展とは区別される悪意のある支配力の維持である。二つ目の要素は、反競争的 (anticompetitive) あるいは排除行為 (exclusionary conduct) と通常呼ばれる。Facebook は、いずれの要素も立証できていないと主張している (図表 2)。

【図表 2】 シャーマン法 2 条違反行為



裁判所は一つ目の要素、すなわち個人向け SNS 市場における独占力の保有について十分な立証ができていないと判断した。したがって、二つ目の要素については判断を要しないとする。

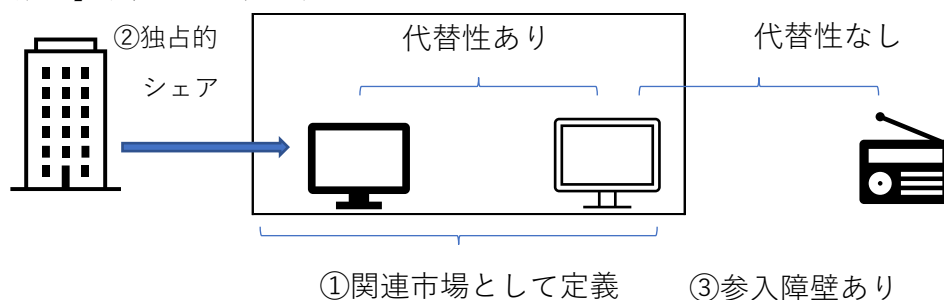
ただし、裁判所はFTC法13条(b)で訴訟を継続するために一定のガイダンスとしての判断を示している。FTC法13条(b)では、シャーマン法2条違反について「違反を継続し、あるいは違反しようとする(is violating or is about to violate)」場合にのみ救済が行われる。しかし、FTCの主張では8年前の事実しか主張されていないため救済は与えられないとする。他方、Facebookの主張するところとは逆に、すでに買収が完了しているInstagramとWhatsAppの取得・保有について訴えることが可能であることを示した。

## 2 | 関連市場と独占的シェア—原告の主張の分析

独占力とは先例（マイクロソフト控訴審判決）によれば、価格を支配し、あるいは競争を排除する力のことを指し、事業者が利益を得るために、競争的水準よりも実質的に高水準な価格に引き上げられている場合に、独占力を有する独占者とされる。このように事業者が利益を得るために競争的水準以上に価格を引き上げたということを直接立証できることはまれであり、通常は「関連市場で独占的なシェアを保有」するかどうかという状況証拠をもって判断してきた。

独占力が意味を持つのは、関連市場において、独占力が継続的(durable)にある場合であって、参入障壁(barriers to entry)が存在することを立証する必要がある。

【図表3】独占力の立証方法



そこでまず関連市場についてであるが、これは事実問題ではあるものの、法的な分析のもとで得られる概念である。ひとつの関連市場では、すべての商品が同一の目的のため、消費者によって合理的に相互互換的である。言い換えると、裁判所はまずふたつの製品が同じ目的に使用されるかどうかを判断し、もしそうであれば購入者は別の商品を代替することを望むかどうか、どの程度代替することを望むかを観察する。この点についての多くの訴訟で争いが生じており、たとえば税金申告においてデジタル製品としての税金申告支援製品に対して、専門家の支援、あるいは紙にペンで書き込む税金申告支援テキスト製品が代替製品として含まれるかなどの争いがあるとする。

FTCの個人市場の定義は上記で述べたところであるが、その要素としては3つある。①ユーザー間、友達、家族その他の個人的関係者との間で構築されるソーシャルグラフ（人々の相互関係をつなぐ、いわば地図のようなもの）上に形成されるものである。②一対多の放映形態を含む共有バーチャル空間において個人的なやり取りや経験の共有を日常的に行うものである。③個人間の関係を構築し拡張するために、ユーザーに他のユーザーを検索し、つながりを持つことを可能とすることができる、という3要素である。

FTCは、さらに十分に代替的なインターネットサービスは存在しないとする。具体的に4種類のサ



ービスを挙げ、それらが合理的に相互代替的ではないと説明する。①特殊な SNS：これは職業上の SNS であって、主に商業用途に用いられ、個人的な関係を維持し経験を共有する個人向け SNS には用いられない。②Strava（肉体運動に関する SNS）などの SNS は特定の興味に基づいているものであって、個人向け SNS と相互代替的でない。③YouTube や Spotify のような動画などの共有サービスも受動的かつ他人がつくるコンテンツを主に視聴するものであって個人向け SNS と相互代替的でない。④モバイルメッセージサービスは、共有空間がないこと、および友達を探すことを支援するソーシャルグラフを採用していないため、個人向け SNS と相互代替的でない。

このような FTC の主張に対して、Facebook が反論を行っているものの、裁判所は FTC の主張は批判のあるところ (bone to pick) ではあるが、まったくの的外れではない(not devoid of merit)とする。

### 3 | 関連市場と独占的シェア—裁判所の判断

上記 2 | は認めたものの、裁判所は FTC の主張を認めなかった。それは、FTC が Facebook の関連市場に占めるシェアがどの程度であるかに関して、実際の数字や範囲の見積もりを一切示していないためである。先例によれば、FTC がたとえばシェア 60%超と言え、通常は受け入れられやすいが、本件において FTC はどのようにシェアを計算したかすら示していない。

個人向け SNS 市場においては、通常市場のように収益や販売個数という数字で計算することはできない。確かに収益を示すことはできるが、それは別の市場—広告市場で得たものである。また一日当たりユーザー数や月間ユーザー数なども、個人が多様なサービスについて複数のアカウントを持っている場合においてシェアの計測には適切ではない。利用時間も適切ではない。それは、たとえば Instagram でコメディアンの動画を見ている時間は、シェアを計測するにあたっての個人向け SNS 利用時間と言えないと判断されるからである。

さらにいうと、FTC は個人向け SNS 市場において、Facebook と Instagram 以外にどのような業者がいて、それらの業者が 30–40%のシェアを握っているということも示されてはいない。

したがって、FTC は Facebook のシェアが関連市場でどの程度であるかを示すことができず、したがって、独占力を保有するということできないと裁判所は判示した。

## 4—裁判所による補足的なガイダンス

裁判所の本件についての判断は上記 3 で述べたところまでであるが、判決文においては、今後の訴訟進行のために補足的なガイダンスが示されている。その内容は(1)取引拒絶、(2)条件付き取引、(3)過去の企業買収への反トラスト法適用についてである。

### 1 | 取引拒絶

FTC の三つ目の主張は、Facebook の第三者独立アプリ開発者に対する規約において、Facebook の中核機能と競合する機能を有し、あるいはデータ転送を行うアプリとの API 接続を拒絶することがシャーマン法 2 条違反に該当するというものであった。

裁判所は独占者についても、取引の自由が認められ、誰と取引するか、誰を取引しないかについて

強制されるものではないとする。したがって、規約に反する事業者と取引を行わないということは、それだけではシャーマン法 2 条違反とはならない。

ただし、先例としてアスペン事件があり、これはアスペン周辺のスキー場の利用券の共同運用をスキー場運営会社であるアスペンがしていたところ、アスペンが周辺のスキー場の共同利用券の発行を止めたという事例であり、これが違法とされた。この先例から言えることは、①独占者が競争者との間で既存の取引関係があったこと、②独占者が関連市場における他の事業者との取引を継続していること、③短期的な利益を失うことにより、長期的に競争者を事業から追い出す以外の把握できる理由がないこと、の 3 条件を満たす場合に、訴訟が提起できるとする。

そして、FTC は確かに、これらの条件を満たす取引拒絶事例を主張しているとする。ただし、これらは遅くとも 2013 年のことであり、現時点で「違反を継続し、あるいは違反しようとする」という要件に該当しないと裁判所は判断する。

また、FTC は、Facebook が中核機能制限条項を再導入するだろうことを主張する。しかし、アスペン事件の先例からは、中核機能制限条項を入れることに加えて、その条項によって取引拒絶行為が差し迫っていることを示さなければならない。FTC はこのことを主張しておらず、むしろ過去 8 年起こっていなかったことが FTC の主張に明確に記載されている。

## 2 | 条件付き取引

FTC は、Facebook の条件付き取引はシャーマン法 2 条違反であると主張している。FTC は取引相手やその他の事業者が独占者と競争しないように誘導する (induce) ことはシャーマン法 2 条違反と主張しているが、これは間違いであると裁判所は指摘する。

条件付き取引とは通常、抱き合わせ取引 (tying) あるいは排他条件付き取引 (exclusive dealing) を指す。これらが通常取引拒絶と異なるのは、一方的ではないこと (not unilateral)、そして独占者が、市場における競争者と第三者との関係を妨害するという点にある。

FTC は、Facebook の API 接続の規約によってまさに第三者独立アプリ開発者と、Facebook の競争者の取引を妨害したと主張する。しかし、FTC の主張は十分でない。第三者独立アプリ開発者は Facebook 以外のプラットフォーム用のアプリを開発することができた。Facebook の規約は Facebook バージョンのアプリが競合プラットフォームへのリンクや相互運用を禁止するだけのものである。FTC の主張は Facebook が第三者独立アプリ開発者と他のプラットフォームとの取引を妨害した事例を具体的に示してはいない。

したがって裁判所はシャーマン法 2 条の排他的行為に該当するとは判断しない。

## 3 | 過去の企業買収への反トラスト法適用

Facebook による棄却申立ての中で、Instagram と WhatsApp の買収は 2012 年と 2014 年に行われており、差し止め命令の要件である「違反を継続し、違反しようとする」に該当しないと主張があった。

この点、先例はクレイトン法 7 条(競争を実質的に減殺し、又は独占を形成するおそれがある株式その他の持分 (Stock or Other Share Capital) 又は資産 (Assets) の取得の禁止) について、買収するこ

とそのものだけではなく、企業を保有しつづけることにも適用があるとする。

本件での FTC の主張はシャーマン法 2 条違反ではあるが、裁判所はクレイトン法 7 条違反のケースと別の判断が必要であると考えないとする。

## 5— 検討

本項で検討を加えることとするが、無償の SNS サービスという前例のない取引市場における案件であるため、中間判決が何を認めて、何を認めなかったかを整理してみることにとどめる。

### 1 | 裁判所が認めたこと

裁判所が認めたのは、大きくは①個人向け SNS という関連市場が存在すること、および②Facebook が過去において行った API 遮断がもし現時点で行われていれば取引拒絶に該当しシャーマン法 2 条違反になりえたということ、および③過去に FTC から承認を受けた企業結合であっても引き続き反トラスト法の審査対象となることである。

まず、①反トラスト法における関連市場の定義は、従来、事業者が価格を実質的に上昇させた場合に、消費者が他の商品を代替物として購入することとなる範囲であると考えられてきた。そうすると、個人向け SNS では、利用者にも無償で利用させているため、関連市場が画定できないのではないかという論点があった。この点、無償サービスにおいても、個人情報保護などのサービスレベルがあり、このサービスレベルが低下したときに、他のサービスに代替することとなる範囲で関連市場が認められるとの議論があった。

裁判所は結局、Facebook のシェアが計算できないとして FTC の主張を排斥したものの、関連市場が成立しうることは認めている。つまり無償でも市場は成立するという点を裁判所が認めたという点で意義がある。

次に、②FTC によって主張された、Facebook の中核機能制限条項のシャーマン法 2 条違反行為について裁判所は排斥した。これは主張された行為が過去の行為であり、「違反を継続し、あるいは違反しようとする」に該当しないからという理由である。そうすると、今後 Facebook が中核機能制限条項を再導入し、実際に活用することになれば裁判所は違法と判断することとなるだろう。したがって、この点については、Facebook が実質敗訴したと言えそうである。

最後に、③FTC が過去に承認をしており、かつ企業結合済みの企業グループであってもシャーマン法 2 条違反を問えるとの考えを裁判所は示した。FTC は Facebook が Instagram と WhatsApp の買収後、これらサービスの展開を制限していることを主張していることの文脈からすると、このような裁判所の判断は、すでにグループ化した企業における経営戦略について大きな影響を与える可能性がある。

### 2 | 裁判所が認めなかったこと

裁判所が認めなかったのは、Facebook の個人向け SNS 市場における独占的シェアである。個人向け SNS 市場においては原則、無償市場であるため、売上高は問題とならないことは直感的にも理解できる。他方、月間アクティブユーザーやアカウント数、あるいは利用時間はシェアとして考える余地



はあった。たとえばEUのDigital Market Act案では、一定数以上のアクティブユーザー数の存在を一要素としてゲートキーパーとみなして特別な規制をかけるという方向性が示されている<sup>2</sup>。しかし、確かに規模が大きいことと、シェアが高いことは似てはいるが違うといえるかもしれない。

仮に、アクティブユーザー数などの利用の状況がシェアとして勘案されないとすると、FTCには二つの方法があるように思える。まず、間接証拠としての独占的シェアを立証するのではなく、「競争的水準よりも実質的に高水準な価格に引き上げた」ことを直接立証することである。しかし、無償市場において価格について議論することはそもそも理論的に困難である。もうひとつは、両面市場のもう一つの面である運用広告市場における独占的なシェアを主張・立証することである。しかし、この場合、YouTubeやTwitterなどの別の大手のサービスもあり、独占的シェアとは言いにくいかもしれない。以上からすると、訴訟自体は棄却されなかったものの、FTCには大きな課題が課せられたと言える。

## 6—おわりに

結局、現行法の下では、今回の裁判の中間判決までしかたどり着けないということなのかもしれない。そうすると立法による解決ということになるが、米議会、特に民主党にデジタルプラットフォーム事業者規制について立法へ向けた動きがあり、今回の判決が改正案の内容に影響を及ぼすかもしれない。

ところでFacebookの独占的状態における排除行為があるとして、どのような弊害があり、どのように是正されるべきか。一つの考え方として、EUのDigital Market Act案（＝プラットフォーム間の競争促進）の方向に加えて、Digital Services Act案（プラットフォーム上のコンテンツの適正化）の方向での規律の適用も考えるべきではないかといえるのではないか。

すなわち、競争の活性化により、利用者がよりユーザーインターフェースが使いやすく、あるいは他人とつながりやすい個人向けSNSを享受することも重要ではある。ただ、差し迫った問題として言論空間をFacebookという一企業としての判断に任せざるを得なくなりかねないこともある。ネット上の言論空間が単独企業のサービス以外の選択肢が狭まることは避けるべきとの価値判断はあってしかるべきと考える。したがって、法改正はこのような観点からも検討されることが必要であると考え

<sup>2</sup> [https://www.nli-research.co.jp/files/topics/68328\\_ext\\_18\\_0.pdf?site=nli](https://www.nli-research.co.jp/files/topics/68328_ext_18_0.pdf?site=nli) 参照。