

研究員 の眼

Meta に対する欧州競争法違反 による制裁金賦課決定

欧州委員会決定と Meta の反論

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

2024 年 11 月 14 日、欧州委員会（以下、委員会）は Meta に対して、市場濫用行為を理由として 7 億 9772 万ユーロ（約 1300 億円）の制裁金を科すことを公表した¹。本事案は 2021 年 6 月に公式調査が開始され、2022 年 12 月に異議申し立て（Statement of Objections）が Meta に送付された。異議申し立てに対して 2023 年 6 月に Meta から反論が提出されたものの、今回、制裁金賦課決定に至ったものである。

問題とされた行為は、以下の 2 点である。

- ① Facebook Marketplace（以下、FM）というオンライン・クラシファイド広告（短い広告であって、項目別に集められたもの。いわゆる三行広告と呼ばれる。日本のクラシファイド広告専門のプラットフォームとしてはジモティ²などがある）を SNS である Facebook に抱き合わせた行為。Facebook のユーザーは自動的に FM にアクセスさせられ、望むかどうかにかかわらず、常時、FM を見ることになる。このような抱き合わせ行為は、FM に他のオンライン・クラシファイド広告を取り扱う競合者にはない実質的な優位性を与え、競合者を排除していると委員会は判断した。
- ② Meta のプラットフォーム、特に非常に人気のある Facebook と Instagram 上で広告を掲載するオンライン・クラシファイド広告業者に一方的に不公正な取引条件を課す行為。この行為は、競合者であるオンライン・クラシファイド広告業者の生成するデータを FM のためだけの目的で利用することを可能にした。

この決定に対し、Meta は同日、以下の通り、反論文書を公表した。

まず、2016 年に FM を立ち上げた当時、欧州地域では既に個人間で購入・販売・宣伝を行うグループが Facebook 上に 40 万以上も存在していた。FM はこれらの利用者に対してより便利なツールとして立ち上げられたものである。FM は既存の大規模なオンライン・マーケットプレイスの代替手段を提供

¹ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_5801 参照。

² ジモティ東京版 <https://jmtv.jp/tokyo> ここでは「売ります」、「買います」等の投稿が、売買別、地域別などに整理されて表示されている。

するもので、実際にドイツの競争規制当局の文書には効果的な競争を生じさせるとして歓迎するとの記述がある。

そして、上記①に関し、FMに参加するかどうかは選択制で、多くのユーザーは参加しないとの事実を無視しているとする。また、上記②に関し、Metaは競合社のデータを利用することはなく、このことを確実にするためのシステムを既に構築しているとする。

さらに、委員会は反競争的行為による弊害を見つけることができなかったとする。むしろ eBay や Leboncoin などの競合相手が存在し、欧州における市場は拡大していると主張する。

結論として、Metaは決定に対して欧州裁判所へ提訴するとした。あわせて提起された問題を早期かつ建設的に解消する解決策を策定するとしている。

事実関係がそもそも不明なので、本件で予定されている訴訟の結果がどうなるかは予想できない。ただ、②については Meta がそもそも競合者の情報を利用していたかどうかの事実上の問題が大きい（したがって事実認定の争いになる）のに比べ、①については、Facebook のタイムライン上にオンライン・クラシファイド広告を流す行為が抱き合わせと言えるのかの理論的な問題があるように思われる。この点、委員会の公表文（上記②）によれば、競合者の広告も Facebook 上に掲示されているとのことであり、これだけを見れば、Meta の主張にも一理あると思われるところである。

いずれにせよ 1300 億円が訴額となる大規模な訴訟であり、その動向を注視したい。