

# デジタルプラットフォームを巡る諸外国の最近の動向 (競争政策)

出典: 各国プレスリリース等

## <ルール整備関係>



### ○欧州（欧州委員会）

- 本年7月からプラットフォーム取引透明化法（PtoB規則）の施行
  - ・ PFによる不公正行為の事前規制に関する“ブラックリスト”等を検討中（自社優遇、抱き合わせ、データ活用関連）
  - ・ 競争法において、New Competition Tool（法違反に至らずとも措置をとることを可能とする仕組み）の導入の検討



### ○日本

- 来年春目途にプラットフォーム取引透明化法の運用開始
- 企業結合ガイドライン改定済み（米EUではまだ改定されず）
- 消費者優越ガイドライン策定済み



### ○米国

- ・ 米議会下院司法委員会（反トラスト小委員会）：10月6日、巨大IT企業に対する調査報告書を公表（PFの構造的分離や近接領域への進出禁止、自社優遇の禁止、データポータビリティの義務付け等を提言）  
（→ 優越的地位の濫用など独占に至らないような段階での行為への対応や、違反行為の立証責任の軽減に関するものなど）

# デジタルプラットフォームを巡る諸外国の最近の動向 (競争政策)

出典：各国プレスリリース等

## <個別イシュー関係>

### 1) 検索



○欧州委員会：2018年、グーグル検索に係る抱合せ等について違反認定→係争中(排除措置として検索の選択制導入)



○米司法省(+11州)：10月20日、検索市場等での反競争的行為につきグーグルを提訴(広告分野は調査継続中)



○日本：デジタル広告市場の課題の一つとして、検索市場についても検討

### 2) デジタル広告



○欧州委員会：2019年、グーグルが検索連動型広告で競合(MSやYahoo)の配信を妨害したとして違反認定→係争中



○本年7月にCMAが公表したデジタル広告の最終報告書を踏まえ、英政府が規制枠組みを検討中



○日本：デジタル広告市場について、デジタル市場競争本部において競争評価を実施中。公取委も実態調査中



○米司法省(+州)：デジタル広告について、グーグルに対し調査中(FTCも、Facebookについて調査中)



○豪州ACCC (Australian Competition and Consumer Commission)

- ・本年7月、記事使用料支払交渉に関する指針案 (code of conduct) を策定。政府において法制化を検討中
- ・デジタル広告に関する実態調査を実施中(12月末に中間報告予定)。成案は来年夏に政府に報告
- ・そのほか、PFに関する定期的な調査を継続中(10月23日に第1回中間報告を公表)

### 3) アプリストア



○欧州委員会：本年6月、アップル社のアプリストアの手数料等について本格調査を開始



○米私訴: アップル社のアプリストアの手数料等についてゲーム会社が本年8月に訴訟提起し、対立が先鋭化

# 米司法省 (DOJ) によるGoogle提訴 (概要)

出典: 訴状・各種報道等

米司法省は、10月20日、反トラスト法 (独占禁止法) 違反でGoogleをワシントン連邦地裁に提訴 (11州と共同)。

## 【提訴されたGoogleの反競争的行為】

米司法省

提訴

Google

Android OS等の地位を活かし、**金銭支払**により**検索の初期設定等を確保して他検索を排除**

○Android端末メーカー・通信キャリア等に対し、**ライバル検索アプリのプリインストールを禁止**したり、**グーグル検索アプリを最も目立つ位置にプリインストールし消費者が削除できない**ようにすること等を要求する契約を締結

○Safariブラウザ等の**Apple製品の検索ツール**において、**Googleの検索を初期設定**するよう、**長期的な契約を締結** (そのほかのブラウザメーカーも同様) 等

⇒**検索市場、検索連動型広告市場等での競争制限 (弊害: 品質低下による消費者及び広告主への不利益、検索サービスの競争者の出現の妨害、イノベーションのインセンティブ阻害等)**

<米国>  
一般検索シェア88%  
検索広告シェア70%

**検索/広告市場の独占**

- 検索クエリーの拡大
- 広告収入の増大

Google

**Googleからの金銭支払**

- 契約
- Android端末メーカー・通信キャリア
- アップル、ブラウザメーカー

Google→Apple年間80-120億ドル (Appleの世界純利益の約15-20%)  
Google→大手通信キャリアに10億ドル以上 (2019)

**検索の初期設定の確保  
他社検索等の排除**  
(Bing, Yahoo, Duckduckgo etc)

利用者が初期設定の検索を変更するケースは少ない (特にモバイル)

**検索の規模の確保**

- ブラウザChrome Android携帯 iPhone など をカバー
- スマートスピーカー、家電、自動車など I O T にも拡張

Googleと端末メーカー等とのオプション契約

③ 収益分配契約 (排他的契約) ①+②+③

- 【メリット】 **広告収益を分配**
- 【制限】 **全検索アクセスポイントのデフォルトをGoogle検索に**  
**競合のブラウザや検索のプリインストール禁止**

② モバイルアプリ供給契約 ①+②

- 【メリット】 Chrome, Playstore, Gmail等を**プリインストール可能**  
**アプリ開発に有利となるAPI**が使用可能。
- 【制限】 Chrome等**6つのGoogleの主要アプリの抱き合わせ**  
検索、Chrome等では**Google検索が初期設定、デリート不可**  
**Google検索をホーム画面等最良の場所に配置する義務**

① Android互換性確保誓約

- 【メリット】 Android OS開発情報の共有、**Android商標の使用**
- 【制限】 技術基準に満たないAndroid OS (**フォーク**) の**開発禁止**

出典: 司法省等の訴状

米司法省

反論

Google

今後

○DOJは、上記のような**反競争的行為の停止**や**構造的救済措置**を求めているが、**判決や和解までは数年を要する**見込み。(c.f. 1998年のマイクロソフト提訴の事案では和解まで4年半。)  
(別の動きとして10月6日には、**米国下院 (反トラスト小委員会)** が、**GAFAsを巡る問題と具体的対応の提案をまとめた報告書を公表**。**大統領選挙後の見通しは現時点では不透明**)

○提訴内容には**重大な欠陥**。人々は、**自らの判断で、Googleの検索を選択**。  
○**端末メーカーに対してAndroid OSを無償で提供し、端末価格を下げることに貢献**



# 米国下院報告書（概要）

米国下院の反トラスト小委員会は、2020年10月、「デジタル市場における競争に関する調査」の報告書を公表。  
（昨年6月以降のGAFA調査や公聴会等に基づく、多数派（民主党）スタッフの報告及び提言との位置づけ。全450ページ。）

## 【調査結果の概要】

- **GAFA**（Google, Amazon, Facebook, Apple）は、**主要な流通チャネルを支配し**、「**ゲートキーパー**」として機能。
- **市場参加者**は、ユーザーや市場にアクセスするためにゲートキーパーに依拠することにより、**重大な経済的損害をもたらす譲歩や負担を強いられるが、他の選択肢は無い**。
- **GAFAの市場支配力**は、競争上の脅威の排除や市場支配力の維持・拡大のための**潜在的競争事業者の買収**や、「**キラーアキュジション**」（より小規模の競争事業者の買収）などの**複数の要因に由来**。
- **プラットフォームの市場支配力**は、**消費者の選択肢を減少**させ、米国経済における**イノベーションや起業家精神を減衰**させ、**自由かつ多様な報道を弱体化**させ、**米国民のプライバシーを毀損**。

## 【調査結果を踏まえた提言】

### 1 デジタル市場における競争の回復

- ① **支配的プラットフォームの構造分離**（×）及び**隣接する事業の禁止**
- ② **非差別的な取扱いの義務付け**（×）
  - **自己の優先的取扱いの禁止**
  - **自社と同等の契約条件を他社にも提示することの義務付け**
- ③ **相互運用性及びデータ・ポータビリティの確保**（◎）
- ④ **支配的プラットフォームによる企業結合の禁止に係る推定規定の導入**
- ⑤ **自由かつ多様な言論を守るためのセーフ・ハーバーの設定**
  - 支配的プラットフォームと交渉する新聞社・出版社や放送会社に対して、**共同交渉を反トラスト法の適用除外**とするセーフ・ハーバーを付与
- ⑥ **優越的地位の濫用の禁止**
  - **優越的地位に基づく契約慣行の禁止**
  - 支配的PFに依存する個人・事業者に対する**適正な手続の義務付け**

### 2 反トラスト法の強化

- ① **反トラスト法の目的等の確認**
  - 反トラスト法が**反独占を目的するものあり**、同法が**健全かつ活発な民主主義の確保の核心**であることを確認
- ② **クレイトン法7条（合併規制）の強化**
  - **推定規定の導入**及び**明白な基準の導入**
  - 「萌芽基準」の回復による**新興の競争事業者の保護**
  - **垂直的企業結合**に対する**規制の強化**
- ③ **シャーマン法2条（独占化行為の規制）の強化**（△）
  - **市場支配的地位の濫用禁止規制の導入**
  - 「**独占力の梃子**」、**略奪的価格設定**、**不可欠施設の利用拒否**、**取引拒絶**、**抱き合わせ**並びに**反競争的な自己優先的な取扱い及び商品設計**を禁止する旨の**明確化**
- ④ **全体的な執行強化に向けたその他の追加的な措置**
  - **判例法上問題のある先例の無効化**
  - **市場支配力に関する直接的な証拠がある場合に市場画定を必要としないこと等の明確化**

### 3 反トラスト法の執行の活性化

- ① **議会による反トラスト法及び同法の執行に対する監視強化**
- ② **連邦反トラスト当局の強化**（◎）
  - **不公正な競争方法**に対する行政制裁の検討等
  - 連邦取引委員会による**市場集中に関する恒常的なデータの収集**の義務付け
  - 連邦反トラスト当局における**透明性及びアカウントビリティの向上**
  - **企業結合に関する遡及的な分析の定期的実施**の義務付け
  - 連邦反トラスト当局及び違反被疑事業者の間での**転職の禁止の法制化**
  - 連邦反トラスト当局の**予算の強化**
- ③ **私人による訴訟の強化**（×）
  - 調停の強制条項やクラスアクションの制限等の**障害の排除**
  - **反トラスト法上の損害の認定を妨げる判例法上の基準の排除**
  - 訴答（pleading）段階での**不当に高い立証水準の緩和**



## 欧州のプラットフォーム政策の動向

- 欧州委員会は、①デジタルサービスの責任の明確化、②オンラインプラットフォームへの事前規制の導入、③新競争ツールの導入について検討しており、2020年6月に意見募集を開始。
- 今後、影響評価の結果も踏まえ、2020年第4四半期に法案を提出予定。

### 【提案の概要】

#### ①内部市場の深化とデジタルサービスの責任明確化

■ 違法コンテンツなどの現状の課題に対応するため、以下の3つの分野に関連した問題点を評価し、**デジタルサービスの責任と義務を定義する水平的な規則の更新**を検討。

- (a)加盟国間でデジタルサービスに異なる義務を課すことによる断片化と国境を跨いだ連携
- (b)デジタルサービス及びPFの責任に関する明瞭性欠如による市民の安全リスク
- (c)デジタルサービスの監督欠如による単一市場内の非対称性

#### ■ 政策オプション：

- ① 違法コンテンツ対策に関する勧告（2018）の規定(企業による違法コンテンツ削除等)に法的拘束力を持たせること
- ② Eコマース指令（2000）を改正し、デジタルサービスの責任や安全規則を明確にすること、
- ③ 上記①②を補完する形で、EU加盟国間の規制の監視や執行、協力についての枠組みを構築すること

#### ②ゲートキーパーとして振る舞う大規模オンラインプラットフォームへの事前規制の方策

■ 少数の大規模プラットフォームが企業と市民の間のゲートキーパーとして機能し、プラットフォーム・エコシステムを支配するような構造になることで実質的に競争が不可能となっていることから、**事前に是正を求める制度の創設**を検討。

#### ■ 政策オプション：

- ① P2B規則に、開示義務等の規律を追加すること
- ② 大規模オンラインPFからの情報収集権限を強化すること
- ③ ゲートキーパーとなっている大規模オンラインPFに以下のような柔軟な事前規制を導入すること
  - A) 「PF事業者による自社優遇」等の一定の不正な取引行為を禁止すること
  - B) 必要でありかつ正当化される場合において、EU政府がPF事業者に対して事案に即した措置（データアクセスやデータポータビリティ確保等の義務化）をとること

#### ③新たな競争ツールの導入

■ 市場構造自体が競争法上問題になるリスクがある場合に、個別の違法行為を認定せずに、**必要な場合には是正措置を取る**という新しい枠組みの創設を検討。

■ 当該ツールの適用範囲について、**対象となる分野や対象となる事業者の市場における地位**（支配的地位にあるかどうか）を限定するかどうかについて複数のオプションが検討されている。

### 【欧州議会レポート】

2020年10月には、欧州議会においてデジタルサービス法と基本的権利についての欧州委員会に対する提言文書が採択されており、その中で、違法コンテンツへの対応や**事前規制、デジタル広告の透明性を高めるルール**の策定等を求めている。



## 英国デジタル広告市場調査報告書（概要）

- 英国競争当局（CMA）は、2020年7月、「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」の最終報告書を公表。
- PFの市場支配力や消費者に与える影響の観点から競争環境に関する調査を行い、行動規範の執行、競争促進的介入、規制機関（デジタル市場ユニット）の創設及び当該機関への必要な権限の付与などを提言。
- CMAの提言を踏まえ、現在、英政府は、GoogleとFacebookを対象とした、具体的な規制枠組みを検討中。

### 【調査結果の概要】

#### ■ GoogleとFacebookの市場における圧倒的な地位を懸念

- 2社が保有する大規模なユーザーが市場支配力の源泉。Facebookはユーザーが互いに連絡を取り合うための必須のネットワーク、Googleは他の検索エンジンには不可能な方法で検索アルゴリズムを変更することが可能。
- 2社はそれぞれ、他社が対抗できないユーザーのデータへのアクセスを有しており、2社が個々の消費者をターゲットにした広告を行うことや提供するサービスを調整することを可能としている。
- 2社は人々が自社のサービスを利用し、そのデータを放棄することを促すデフォルト設定を使用。
- 多くの市場における2社の地位は、その一部は長年にわたる多くの買収を通じて獲得されたものであるが、競合事業者が2社と競争することを一層困難にしている。

#### ■ 新たな制度の必要性（デジタル市場ユニットが有するべき権限）

- ① 行動規範（Code of Conduct）の執行：市場支配力の弊害を軽減。迅速に対応可能。
  - GoogleやFacebookといった市場支配力を有するPFが、搾取的又は排他的行為並びに信頼や透明性を低下させる可能性のある行為を行わないようにし、また、必要な場合には制裁金を科すこと。
- ② 競争促進的介入（Pro-competitive intervention）：市場支配力の源泉にアプローチ。関係事業者との調整や分析も必要。
  - Googleに対して、ユーザー検索データを競合事業者に開示するよう命令すること。これは、プライバシーの懸念を回避するため、個人情報の移転を伴わない形で実施されることとなる。
  - Facebookに対して、競合するソーシャルメディアPFとの相互運用性を高めるよう命令すること。PFは、データの使用について消費者の同意を確保する必要があることになる。
  - ユーザーにより多くの選択肢をもたらすため、Googleの能力（携帯端末やブラウザ上におけるデフォルトの検索エンジンとしての地位を確保する能力）を制限すること。
  - Facebookに対して、パーソナライズされた広告を受け取るか否かについて消費者に選択肢を与えるよう命令すること。
  - 健全な競争を確保するために必要な場合には、PFの分割を命令すること。

### 【調査結果を踏まえた提言】

- ① デジタル広告市場において「戦略的な地位」を有するPFの行動を規律するための、実効性のある行動規範の導入
- ② 行動規範を執行するための規制機能を有した機関（デジタル市場ユニット〔Digital Markets Unit〕）の設立
- ③ 行動規範の迅速な執行や市場環境の変化に応じた改訂を行うためのデジタル市場ユニットへの権限の付与
- ④ 競争促進的介入を行うためのデジタル市場ユニットへの権限の付与



## ドイツ

### 【Facebook事案】

<2019年2月、連邦カルテル庁>

Facebook、WhatsApp、Instagramから収集したユーザーデータを、**自発的な同意なく統合・利用**していたことが、**GDPR違反行為に当たり、市場支配的地位の濫用**に当たると判断。

- 競合他社が対抗できないほど競争上の優位を築き、**SNS市場及びSNS向けオンライン広告市場**における市場支配的地位を濫用。
- 同社の利用規約を運用して個人情報処理・利用することの禁止を決定。

<同年8月、高裁>

上記カルテル庁による執行の停止を命令。

<2020年6月、最高裁> **高裁命令を破棄**（FacebookがSNS市場における**支配的地位にあることに疑いはなく**、また、同社の利用規約を利用して**支配的地位を濫用していることにも疑いはない**）

\*現在、カルテル庁の決定について高裁で審理中。

### 【競争法改正に向けた動き】

<2020年9月> 競争法改正案を**閣議決定**。

- ・巨大企業※に対する連邦カルテル庁の**法執行権限の拡大**。  
※市場支配的地位ではなくとも、“paramount significance”を有する事業者

#### 【禁止行為例】

自社優遇；他の市場で得られたデータを自らのみが用いることや、データポータビリティを制限することで、参入障壁を高めること 等



## オーストラリア

### 【デジタルプラットフォーム調査】

○2020-2025年、ACCC(当局)は定期的な調査を実施。

○2020年10月に、第一弾レポートを公表。

- ・**メッセージアプリ領域**でFacebook（MessengerとWhatsApp）とApple（iMessageとFaceTime）が、**検索領域**でGoogleが、**SNS領域**でFacebookが、それぞれ有力な地位にあると評価。

（デジタル広告費シェア：Google53%、Facebook28%）

- ・上記3分野におけるユーザーデータ収集・利用によって、消費者は、**過度なプロファイリングや差別等の不利益**を被る可能性を指摘。

○2020年9月、ACCCが、**モバイルアプリ**を巡る競争の状況について調査を行う方針を表明。

- ・アプリによる**データの利用・共有状況**
- ・AppleとGoogleの**アプリストア間の競争の程度** 等



## イタリア

- ・2020年10月、伊当局は、Googleが、アプリ等を通じて収集したデータのデジタル広告における活用に関して、差別的な取り扱いをすること等によって、ライバルとの競争を阻害した疑いで調査開始。

- ・2021年11月までに結論。