

# 海外における関連するルール整備等の動向

## 1. ルール整備の動向等

- (1)EU：デジタル・マーケット法案
- (2)ドイツ：競争制限禁止法改正
- (3)米国：下院司法委員会・反トラスト小委員会の提言、下院に提出された法案

## 2. Market Study等

- (1)英国：モバイルエコシステムに対するマーケットスタディ
- (2)豪州：デジタルプラットフォームサービス調査（検索、ブラウザ）

## 3. 関連する個別ケース

- (1)【米国】Epic Games と Apple の争い
- (2)【欧州】欧州委員会の対応（Appleに対する調査）
- (3)【英国】CMAの対応（Appleに対する調査）
- (4)【英国】CMAの対応（GoogleのPrivacy Sandboxを巡る動き）
- (5)【日米欧】パソコンOSに関連した競争法上の事例

## □ EUデジタル・マーケット法案（抜粋）

### • 第5条（ゲートキーパーの義務）

- コアプラットフォームサービスから得られた個人データを、ゲートキーパーが提供する他のサービスから得られた個人データと、又は、第三者のサービスからの個人データと組み合わせるはならない。かつ、エンドユーザーが特定の選択肢を提示され、EU規制に基づく同意を提供した場合を除き、個人データを組み合わせるためにゲートキーパーの他のサービスにエンドユーザーをサインインさせてはならない。（5条a項）
- ビジネスユーザーが、コアプラットフォームサービスを利用して獲得したエンドユーザーに対して、ゲートキーパーのコアプラットフォームサービスを利用するか否かに関わらず、販売促進活動を行い、かつ、契約を締結することを認めなければならない。エンドユーザーが、ゲートキーパーのコアプラットフォームサービスを利用せずにビジネスユーザーから取得したコンテンツ、サブスクリプション、機能またはその他のアイテムを、ビジネスユーザーのアプリを利用することによって、ゲートキーパーのコアプラットフォームサービスを利用してアクセスし、又は利用することを認めなければならない。（5条c項）
- ゲートキーパーのコアプラットフォームサービスを利用してビジネスユーザーがサービスを提供する際、ビジネスユーザーに対しゲートキーパーのIDサービスの使用、提供又は相互運用を要求してはならない。（5条e項）
- ビジネス・ユーザー又はエンド・ユーザーに対して、コア・プラットフォーム・サービスへのアクセス、サインアップまたは登録の条件として、他のコア・プラットフォーム・サービスへの加入または登録を要求してはならない。（5条f項）

## □ EUデジタル・マーケット法案（抜粋）

- 第6条（ゲートキーパーの義務（対応手段を特定するため当局とのdialogueのプロセスが認められている））
  - ビジネスユーザーとの競争において、公開されていないデータであって、コアプラットフォームサービスのビジネスユーザー（これらのビジネスユーザーのエンドユーザーを含む）によって生成されたもの、コアプラットフォームサービスのビジネスユーザーによって提供されたもの、又はビジネスユーザーのエンドユーザーによって提供されたものを使用してはならない。（6条a項）
  - エンドユーザーが、コアプラットフォームサービス上でプリインストールされたアプリをアンインストールすることを認めなければならない。ただし、OS又はデバイスの機能に不可欠であり、技術的に第三者がスタンドアロンで提供することができないアプリに関して、ゲートキーパーがアンインストールを制限する可能性は損なわれない。（6条b項）
  - ゲートキーパーのOSを使用し、又は相互動作するサードパーティのアプリ又はアプリストアのインストールと有効利用を認めなければならない。当該アプリ又はアプリストアが、ゲートキーパーのコア・プラットフォーム・サービス以外の手段でアクセスされることを認めなければならない。ただし、ゲートキーパーが、サードパーティのアプリ又はアプリストアが、ゲートキーパーが提供するハードウェアまたはOSの完全性を危険にさらすことのないように、適切な措置を講じることは妨げられない。（6条c項）
  - エンドユーザーが、ゲートキーパーのOSを使用してアクセス可能な別のアプリやサービスにスイッチすること、また、サブスクライブすることを技術的に制限してはならない。（6条e項）
  - ビジネスユーザー及び付帯サービスのプロバイダが、ゲートキーパーが付帯サービスの提供において利用可能又は使用しているものと同一のOS、ハードウェア又はソフトウェアにアクセスし、相互運用することを認めなければならない。（6条f項）
  - ビジネスユーザー又はエンドユーザーの活動を通じて生成されたデータの効果的なポータビリティを提供しなければならない。特に、エンドユーザーに対しては、継続的かつリアルタイムのアクセスの提供を含め、EU規則に沿って、データポータビリティの行使を促進するためのツールを提供しなければならない。（6条h項）
  - ビジネスユーザー又はビジネスユーザーが許可した第三者に対して、ビジネスユーザー及びエンドユーザーが関連するコアプラットフォームサービスを利用することに関連して提供される又は生成される集計データまたは非集計データへの、効果的、高品質、継続的かつリアルタイムなアクセスと利用を無料で提供しなければならない。（6条i項）

## □ドイツ競争制限禁止法改正（2021年1月施行）（抜粋）

### • 第 19a 条

⇒「複数市場をまたぐ競争について決定的な重要性（paramount significance for competition across markets）」を有する企業による濫用行為に関する規律の新設

### • 第 19a 条第2項で以下の行為を禁止

※以下の行為が客観的に正当化される場合は禁止されないが、その立証責任は事業者側が負う。

- 販売及び供給市場へのアクセスを仲介する際、競争者によるオファーより自己によるオファーを優遇すること（特に、自己のオファーをより有利な方法で提示すること、自己のオファーをデバイスに排他的にプリインストールすること、その他の方法で自己のオファーを統合すること）（第 1 号）
- 他の事業者による販売及び供給市場へのアクセスに関連して、当該事業者の事業活動を妨害すること（特に、排他的なプリインストールやオファーの統合につながるようなことを行うこと、他の事業者が広告を行うことや別チャネルを通じて顧客にリーチすることを妨げること）（第 2 号）
- 支配的地位にないポジションを急速に拡大することができる市場において競争者を直接又は間接に妨害すること（特に、ユーザーに十分な選択肢を与えないまま、あるオファーの使用に必要ではない別のオファーを自動的にリンクさせること、あるオファーを利用するためには別のオファーを利用することを条件とすること）（第 3 号）
- 収集したデータであり競争に係るデータを処理することによって、参入障壁を構築又は著しく高めたり、他の事業者を妨害すること（特に、ユーザーに十分な選択肢を与えないまま、あるサービスを利用するためには別のサービスから得られるデータの処理を行うことに同意することを条件とすること、サービスの提供のために必要であること以外の目的で他の事業者から得た競争に関連するデータを処理すること）（第 4 号）
- 製品またはサービスの相互運用を拒否すること、又はそれをより困難にすることによって競争を阻害すること（第 5 号）

## ○ 対Apple社（2021年6月21日調査開始を公表）

- 連邦カルテル庁は、競争法第19a条に基づき、Apple社が、「複数市場をまたぐ競争について決定的な重要性（paramount significance for competition across markets）」を有するかどうかを決定するための調査を開始。
- Apple社のApp Storeビジネスはサードパーティーの事業活動に様々な影響を及ぼしているとし、今後の主な調査対象はApple社のApp Store。

## ○ 対Google社（2021年5月25日調査開始を公表）

- 連邦カルテル庁は、競争法第19a条に基づき、Google社が、「複数市場をまたぐ競争について決定的な重要性」を有するかどうかを決定するための調査を開始。
- また、今後、Google社のデータ処理ルールの詳細な分析に着手。グーグルが提供するサービスで、どのようにデータが使われるかについて利用者が十分な選択肢を与えられているかどうかを検討。

## ○ 対Amazon社（2021年5月18日調査開始を公表）

- 連邦カルテル庁は、競争法第19a条に基づき、Amazon社が、「複数市場をまたぐ競争について決定的な重要性」を有するかどうかの調査を開始。
- Amazon社に対しては、濫用行為規制に係る2つの調査（※）を継続中。  
（※）①Amazon社の価格設定アルゴリズム等がMarketplaceの出店者の価格設定に与える影響に関する調査、②Amazon社とブランド商品メーカー（Apple社など）との契約がMarketplaceの出店者による当該ブランド商品の販売を制限するかどうかについての調査

## ○ 対Facebook社（2021年1月28日調査開始を公表）

- 連邦カルテル庁は、競争法第19a条に基づき、Facebook社が、「複数市場をまたぐ競争について決定的な重要性」を有するかどうかの調査を開始。
- 2020年12月にFacebook社に対する濫用行為の疑いから調査（※）を開始しており、今回の調査は、当該既存の調査の範囲を拡大するもの。  
（※）Facebook社傘下のOculus社の製品にFacebookアカウントを紐付け、Facebook社のSNSサービスとOculus社のVRサービスがバンドルされることが両サービスの競争に与える影響についての調査

## □ 米議会下院司法委員会・反トラスト小委員会

### ● 提言（抜粋）

- 支配的なプラットフォーム事業者の構造分離及び隣接する事業の禁止
- 相互互換性及びデータ・ポータビリティの確保
- 非差別的な取扱いの義務付け（自社優遇の禁止等）

## □ 米議会下院に提出された超党派法案

法案	概要
① American Choice and Innovation Online Act	巨大プラットフォーム企業による、 <u>不当な自社優遇</u> 、 <u>自社OS等への不当なアクセス制限</u> 、 <u>プレインストールされたアプリのアンインストールやデフォルト設定の変更の不当な制限等の禁止</u>
② Platform Competition and Opportunity Act	M&Aが <u>合法であることの挙証責任</u> を巨大なプラットフォーム企業側に <u>転換</u>
③ Ending Platform Monopolies Act	巨大なプラットフォーム事業者による、 <u>利益相反</u> をもたらすような事業活動の禁止
④ Augmenting Compatibility and Competition by Enabling Service Switching Act（ACCESS ACT）	巨大なプラットフォーム企業について、 <u>データポータビリティと相互運用性の実現</u> を義務付け
⑤ Merger Filing Fee Modernization Act （同趣旨の法案は上院に提出されており、上院で既に可決）	M&A届出 <u>手数料の引上げ</u> （→競争当局のリソース増額）

## 経緯

2021年6月15日 CMAは、AppleとGoogleが、OS（iOS/Android）、アプリストア（App Store/Play Store）、ウェブブラウザ（Safari/Chrome）の複占状態下で、市場支配力が消費者や他の事業者に悪影響を与えているかマーケットスタディを開始。（7/26まで、アプリ開発者に対して質問票への回答を求めるとともに、パブコメ実施。2021年12月に中間報告、2022年6月に最終報告とりまとめ予定。）

（※）「モバイルエコシステム」とは、音楽、テレビ、ビデオのストリーミングに加え、フィットネス、ショッピング、バンキングなど、さまざまな製品（\*）、コンテンツ、サービスにアクセスするためのゲートウェイの集合体を指す。

（\*）これらの製品には、スマートスピーカー、スマートウォッチ、ホームセキュリティ、照明など、携帯電話から接続して操作可能な技術・機器が含まれる。

## CMAによる調査のスコープ

### テーマ1：モバイル機器とOSの供給における競争

- モバイルOSの供給において、ネットワーク効果や規模の経済など、参入や拡大に対する障壁があるかどうか
- 消費者を特定のモバイルエコシステムにロックインするようなスイッチングの障壁があるかどうか
- AppleとGoogleは、消費者の行動に影響を与えることにより、こうした障壁の存在にどのように寄与しているか

### テーマ2：モバイルアプリの頒布における競争

- 主要なアプリストアの所有者であるGoogleとAppleが、アプリの頒布においてどの程度の市場支配力を持っているか（消費者がダウンロードでき、アプリ開発者がアプリを頒布できる、主要アプリストアに代わる適切な手段がどの程度存在するかを含む）
- AppleやGoogleが、主要アプリストアの所有者としての立場を利用して、消費者やアプリ開発者を搾取したり、モバイルアプリの頒布やモバイルエコシステムの中で市場支配力を確立することがないか

### テーマ3：モバイルブラウザとブラウザエンジンの供給における競争

- AppleとGoogleが、2大ブラウザ及びブラウザエンジンの所有者として、ブラウザの供給においてどの程度の市場支配力を持っているか（開発コストの高さ、ウェブ標準とウェブページの互換性の役割、消費者の動向、プリインストールやデフォルト設定の役割など、潜在的な参入・拡大に対する障壁の評価を含む）
- ブラウザの供給におけるGoogleとAppleの立場が、モバイルエコシステムの他の部分（あるいは全体）において、競争を弱め、市場支配力を強化・保護することを可能にしているかどうか

### テーマ4：アプリ開発者間の競争におけるAppleとGoogleの役割

- AppleとGoogleのアプリストア運営者としての行動が、アプリ開発者間の競争にどのような方法で影響を与えているか
- AppleやGoogleは、アプリストア運営者としての立場を利用して、さまざまなアプリカテゴリへの進出を促進したり、競合するサービスよりも自社のサービスを優遇したりしているのではないか、また、アプリの審査プロセスが、消費者に損害を与える可能性のあるアプリ頒布を防止できていないのではないか



## 対応の方向性

- 本調査は、英国政府が、デジタル市場における新たな競争促進体制を確立するために行っている業務の一環として実施されるもの。その結果は、CMAにおけるDigital Market Unit (DMU)が、モバイルエコシステムに関連して、どのようにこの新しい体制を設計・実施するかに影響を与える。
- 具体的には、DMUによるStrategic Market Status (SMS) の指定にあたり、情報提供を行うとともに、行動規範やガイドラインの策定を支援する。また、競争と消費者の利益のために、競争促進的な介入を行うべき特定の分野を明らかにする。
- 本調査の結果、市場が十分に機能していないと結論づけた場合に関連する可能性のある4つの介入のカテゴリーは以下のとおり。

### 1. プラットフォームが市場支配力を行使する能力を制限する介入 (搾取的・排他的な行為の防止、それら行為への対処及び制裁等)

- モバイル機器のユーザーがOSやアプリストアを切り替えたり、マルチホーミングすることを可能にする
- モバイル機器のユーザーがアプリを入手・ダウンロードするためのチャネルについて経路の自由度を高める
- アプリストアにアクセスするためにアプリ開発者に課せられた特定の制約を除去する
- アプリ開発者に対して、アプリストア運営者による意思決定について明確性と透明性を提示する
- 承諾が求められる場合において、消費者に対し、公正で透明性のある選択アーキテクチャを保証する
- アプリストア及びブラウザの運営者が、デジタル広告市場などの自社の下流のサービスを不当に優遇することを防止する

### 2. 相互運用性と共通規格を促進するための介入 (消費者のロックインを克服し、スイッチングやマルチホーミングの自由度を高める)

- モバイルエコシステムの間で何らかの形で共通規格を適用することで、アプリ開発者が不必要な障壁やコストに直面することなく、様々なエコシステムでアプリを頒布できるようにする
- 主要なモバイルOSの所有者に、特定の接続機器 (スマートウォッチ等) について、別のエコシステムの類似のデバイスや、競合のモバイルOSとの相互運用性を確保するよう要求する (それにより、接続機器間のネットワーク効果が克服され、ユーザーが生成したアクティビティ/コンテンツ/データとともにサービス・デバイスを保持できるようになり、消費者がモバイルエコシステム間でスイッチングしやすくなる)

### 3. 消費者選択に関する措置 (消費者がコンテンツやサービスの提供者を選択でき、十分な情報に基づいた意思決定ができる)

- モバイルエコシステムにおいて、デフォルト設定やそれによる収益化が消費者利益を害する状況があるか調査し、特定の契約の禁止、選択画面の設定等さまざまな選択肢を検討する
- モバイルエコシステムの様々な側面 (特定のアプリのデバイスへのプリインストール、ユーザーに特定の行動を促すプロンプトやポップアップの使用、選択アーキテクチャの設計等) は、デフォルト設定と同様の効果を持ちうるため、こうしたアプローチが競争を阻害する場合には介入を検討する

### 4. 分離措置 (機能的分離、運営上の分離、構造的分離等)

- 一組織内における特定の事業体、機能、部門の機能的分離、運営上の分離、構造的分離や、異なるソースからの情報・データセットの分離により、利益相反や市場支配力を克服する

## 経緯

- 2021年3月11日** ACCCは、デジタルプラットフォームサービスに関する5年間の調査の一つとして、オーストラリアの消費者へのウェブブラウザおよび一般検索サービスの提供と、競争を促進し消費者の選択を向上させるための選択画面の有効性について調査を開始し、論点ペーパーを公表。
- （4/15まで、業界関係者やその他利害関係者に以下の主要な論点に対する意見募集を実施。2021年9月に第3次中間報告として財務大臣に提出予定。）

## 主要な論点

### ■ プリインストールとデフォルト設定の影響

- 一般検索サービスやブラウザの供給におけるプリインストールやデフォルト設定の影響
- OSのプリインストールやデフォルト設定が、一般検索やブラウザの供給における競争や消費者の選択にどの程度影響するか**

### ■ ウェブブラウザ、検索サービス、OSにおける供給者の行動と傾向

- ブラウザの供給について、消費者によるブラウザの使用や、検索サービス、ブラウザ、OS、デバイスの供給者間の関係性
- ブラウザ、検索サービス、OS、デバイスなど、互いにつながり関連するサービスからなる**デバイスエコシステム**において、**一つの供給者が複数の製品を提供していることが新たな競争や消費者の選択に与える影響、OSがデバイスメーカーに課す制限の有無やその制限が競争や消費者の選択に与える影響**（例、デバイスメーカーは、OS提供者が提供する一連のサービスをインストールや利用できる必要があるか。これらのサービスはサードパーティの製品やサービスとどの程度相互運用が可能か。）
- ブラウザおよび／または検索サービスの供給に影響を与える可能性のある技術的変化やイノベーション（**OSの供給における（潜在的な）競争が関連する場合、OS供給に影響を与える可能性のある技術的変化やイノベーション**）

### ■ デフォルトなどの取り決めの設定による消費者の被害

- UIや設定の設計が、消費者に特定の選択を促す影響
- モバイル端末において、ウィジェットなどのOSの機能がブラウザ／検索サービスの利用に与える影響

### ■ GoogleのAndroid選択画面の欧州での導入

- 欧州におけるAndroidの選択画面の導入状況へのフィードバック（検索サービスの供給における競争を改善する効果、Googleのオークションおよび選択プロセス）
- 選択画面がどの程度まで競争を促進し、消費者の選択を改善できるのか

### ■ 一般検索およびウェブブラウザの競争促進、消費者の選択改善のためのその他の提案

- CMAの提案（検索エンジンのデフォルト設定の制限、クエリ等のデータアクセスの提供等）の適用の是非

## 経緯

2020年8月

人気ゲーム「フォートナイト」を開発・運営する「Epic Games」がアプリ内に独自の決済システムを追加しようとしたことがガイドライン違反に当たるとして**AppleはEpicのアプリを「App Store」から削除。**

⇒ Epicは、Appleの行為は反トラスト法違反に当たるとして**提訴**（カリフォルニア州）。

10月

Epicが求めていた差止請求（アプリのApp Storeへの復帰）については却下。

2021年5月

**裁判での審理。**

※同様の訴訟や当局への申立てが豪州や欧州で進行中（豪州：2020年11月。欧州：2021年2月）。  
なお、Epicは、Googleについても訴訟を提起。

## 争点と主張

### 【 Epic Games 】

- Appleデバイス上での売上の30%もの額がAppleに徴収されるのは法外。
- 結果として、消費者にも負担大。

“Apple税”  
30%

- App Storeは競争を阻害しており独占的で“Wall Garden”。
- Appleデバイス上で、競合ストアや他の決済方法が許容されるべき。
- ユーザーを他のWebサイトや他の決済方法へ誘導することまで禁止するのは反競争的。

App  
Store

- ゲームベンダーにとって、iOS（Appleデバイス）は替えのきかない流通ルート。
- アプリ市場においてAppleはdominant。

Appleは  
dominantか？  
(Marketの定義)

### 【 Apple 】

- 任天堂、Microsoft、ソニーの手数料と同じ。
- Epicは、Appleのイノベーションの恩恵を受けつつも、単に対価をAppleに支払いたくないだけ。

- App Storeを安全かつ信頼できる場所とするためにはアプリ開発者に課すルールが必要。
- App StoreはAppleの財産（IP）であり、App Store上のルール設定はAppleの正当な権利。

- 消費者は、Appleデバイス以外（XboxやPlayStation等）でも、ゲームをプレイできるので、「ロックイン効果」はない。
- ゲーム市場で見ればAppleはdominantではない。

## 経緯

**2020年6月16日** 音楽ストリーミングプロバイダーであるSpotify等の申立てに基づき、欧州委員会は、アップル社の提供する「App Store」においてアプリ開発者等に課しているルールがEU競争ルールに違反していないか正式な反トラスト調査を開始。

**2021年4月30日** 欧州委員会は、アップル社が自社のApp Storeを通じた音楽ストリーミング・アプリの頒布において支配的な立場を濫用し、音楽ストリーミング市場の競争を歪めたとの予備的見解をアップル社に通知（異議告知書の送付）。

## 欧州委員会が問題としている規定

アップル社が音楽ストリーミングアプリ開発事業者との契約において課している以下の制約について懸念。

### ①有料コンテンツの配信に、アップル社の独自のアプリ内課金システム（In-App Purchase:IAP）の利用を義務付け

→アップル社はIAPを通じたサブスク料金の30%の手数料をアプリ開発者に請求している。ほとんどのサブスクサービス提供者は、ユーザー向け価格を引き上げて当該手数料を転嫁。

### ②開発事業者がユーザーにアプリ以外の購入方法を知らせることを制限

→アップル社は、他の場所で購入した音楽サブスクリプションをユーザーがアプリ内でも利用することを許容しているが、アップル社の規定により、開発事業者は、通常は安価なそのような購入方法についてユーザーに通知することができない。

## 欧州委員会の予備的見解

・アップル社は、Apple Musicを運営し、音楽ストリーミングプロバイダーと競争関係にあるところ、アップル社の規定は、競合する音楽ストリーミングアプリの開発事業者のコストを引き上げることで、音楽ストリーミングサービス市場の競争を歪めている（※）。その結果、消費者がiOSデバイスで利用するアプリ内音楽配信サービスの価格が高くなってしまふ。また、アップル社は、すべてのIAP取引の仲介者となり、競合他社の課金関係や関連する通信を支配することになる。

（※） バステア競争政策欧州委員は、「Appleは、App Storeで競合する音楽ストリーミングサービスに不利なルールを厳しく設定している」旨言及。

## 経緯

**2020年6月16日** 欧州委員会は、Apple Payに関するAppleの行為がEUの競争ルールに違反しているかどうかを評価するために、正式な反トラスト調査を開始。

## 欧州委員会が問題としている規定

### ① iPhoneやiPadの商業アプリやウェブサイトにApple Payを組み込むためのAppleの規約やその他の措置

→予備調査の結果、欧州委員会は、iOS/iPadOSデバイス上の商業アプリやウェブサイトの商品やサービスを購入する際のApple Payの統合等に関連するAppleの規約やその他の措置が、競争を歪め、選択肢やイノベーションを減少させる可能性があると懸念。

### ② 店舗での支払のためにiPhoneに搭載されているNFC（Near Field Communication）機能（「tap and go」）へのアクセスを制限していること

### ③ iOS及びiPadOSスマートモバイルデバイス上のライバル会社の特定の製品に対して、Apple Payへのアクセスを制限していること

→Apple Payは、iOSモバイルデバイスに搭載されているNFC「tap and go」技術にアクセスして店舗での支払を行うことができる唯一のモバイル決済ソリューションとなっている。

（※）ベステア競争政策委員は、「Appleは、商業アプリやウェブサイトでApple Payをどのように使用すべきか、条件を設定しているものとみられる」、「iPhoneの「タップ&ゴー」機能をApple Payに限定している」旨言及。

## 経緯

2021年3月4日 CMAは、CMA独自の活動及び複数の開発者からの申立てを端緒に、Appleによる、App Store経由に限りiPhone及びiPadにアプリを頒布できるとする、アプリ開発者向けの契約条件等について、Apple製携帯端末向けアプリ供給市場における支配的地位の濫用に当たる疑いがあるとして調査開始。

## CMAによる調査の視点

- App Storeは、Apple以外の開発者がAppleのiPhone及びiPad上でアプリを頒布するための唯一の手段であり、また、Apple製品のユーザーがアプリにアクセスするための唯一の手段。
- App Storeで販売される全てのアプリは、Appleの承認を受けなければならず、その承認を受けるためには、開発者が一定の契約条件に同意することが必要。
- 開発者からの主な申立て事項は以下に関するもの。
  - App Store経由に限りiPhoneやiPadにアプリを頒布できるとする契約条件。
  - Appleの決済システムを使用する必要があり、別の決済システムを使用できないこと。
  - ユーザーがアプリを購入した際に、開発者に対して、取引価格のうち、最大で30%の手数料を課していること。
- CMAは、Appleが英国のAppleデバイス上でのアプリの頒布に関して支配的地位を有しているかどうか、また、Appleが、支配的地位を有している場合、App Storeを利用する開発者に対して不公正又は反競争的な契約条件を課しているかどうか、その結果、アプリやアドオンに対する、ユーザーの選択肢の減少や価格の上昇につながっているかどうかを調査。

## 経緯

- 2019年8月** Google、Privacy Sandbox（プライバシー問題を解消するための一連の機能・技術の開発を行うプロジェクト）に関する構想を公表
- 2021年1月** Google、2022年までに、Chrome上のサードパーティークッキーのサポートを段階的に廃止する予定を公表（2023年後半までに延期）
- 2021年1月** CMA、GoogleのPrivacy Sandboxに対する調査を開始（Googleの施策が、競合他社の広告費負担と引き換えに、自らのエコシステムを更に強化するものであるかどうかを評価）
- 2021年6月** Google、Privacy Sandboxに関するコミットメント（Privacy Sandboxの開発・導入方法や、Googleのシステム内におけるユーザーデータの取り扱い方法に関する内容）を提案
- CMA、パブリックコンサルテーションを実施（6/11-7/8）、その結果を受けて、最終決定（※）
- コミットメントが法的拘束力を持つこともありうる
- Google、サードパーティークッキーのサポートの段階的廃止を2023年後半まで延期

## CMAによる調査の視点

- サードパーティークッキーは、オンラインプラットフォームやデジタル広告で根幹的な役割を担っている。サードパーティークッキーは、企業が効果的にターゲット広告を掲載し、消費者に無料のコンテンツを提供するのに役立つ。その反面、消費者の行動をウェブサイト全体で追跡できるようになるため、プライバシーの観点から、合法性や利用方法に関する懸念が生じている。
- Privacy Sandboxは、Google Chrome上でサードパーティークッキーを無効にし、ターゲット広告向けの新しいツールに置き換え、消費者のプライバシーを手厚く保護するとされている。
- CMAは、オンラインプラットフォーム及びデジタル広告に関する最近の市場調査の最終報告書（2020年7月1日公表）において、Privacy Sandboxが広告主の収益力やデジタル広告市場の競争を弱体化させ、Googleの市場支配力を定着させる可能性があるといった、プライバシーサンドボックスの潜在的な影響に関する多くの懸念を強調している。

## Googleの提案するコミットメントの内容

- 競争の歪みやChromeユーザへの不公平な条件の押し付けを回避する方法で、Privacy Sandboxを開発及び導入する。英国競争・市場庁（CMA）と情報コミッショナーズオフィス（ICO）をPrivacy Sandboxの開発に関与させて、この目的を確実に達成することを含む。
- Privacy Sandboxがいつ、どのように進められるか、どのような基準で評価されるかについて、代替技術の有効性に関するテストの結果を公開する等、Google社の透明性を向上させる。
- サードパーティーのクッキーを削除した後、Google社がデジタル広告の目的で個々のユーザデータを使用及び結合する方法に実質的な制限を設ける。
- サードパーティーのクッキーに代わるものを設計又は運用する際に、Google社が自社の広告及びアドテクビジネスを優先して競合他社を差別しない。
- Google社がサードパーティーのクッキーの削除を開始するまでに少なくとも60日間の停止期間を設け、CMAはGoogle社との間で未解決の懸念事項を解決できない場合、調査を再開し、必要に応じて、必要な暫定措置を課す機会を与える。



米国（2000年4月連邦地裁判決⇒控訴審差戻し⇒2002年11月和解、連邦地裁同意判決）

○ 問題とされた行為

- ①OEMとのWindowsライセンス契約上の条項（IE削除禁止、初期起動動作改変禁止、デスクトップ画面改変禁止）
- ②WindowsとIEの統合（Add/Removal ProgramsからIE除外、IE以外のブラウザ選択をoverrideする設定、IE削除がOS機能障害となるようIEコードと他のコードの混ぜ合わせ）
- ③AOL等IAPとの契約（IEの無償提供、IAPアイコンのデスクトップ表示と引き換えに競合ブラウザの販促禁止）
- ④Javaの利用妨害（Javaを使用しないようインセンティブ付与、Javaを使用するIntelへの報復等）

○ シャーマン法違反認定

- ①パソコンOS（Intel-compatible）市場の独占化（⇒控訴審による支持）
- ②インターネットブラウザ市場の独占企図（⇒控訴審による破棄）
- ③WindowsOSへのIEの抱き合わせ（⇒控訴審による地裁への審理差し戻し）

○ レメディ

- ①連邦地裁はマイクロソフトをWindowsOSを製造する会社と、それ以外のソフトウェアを製造する会社の二つに分割する命令
- ②控訴審理の過程で、司法省はMS分割を求めず、より緩やかな解決策を求めることを表明。OS市場の独占的地位を守るための排他的行為をMSにさせないためのbehaviouralレメディとして、マイクロソフトが第三者にWindowsOSのAPIの開示を行うなどを連邦地裁が是認。和解、同意判決。

日本（1998年公正取引委員会警告）

○ 関連事実

- ①パソコン搭載ルートについては、米国マイクロソフト社がエクスプローラーをWindowsに組み込んだことにより、我が国では、平成8年初めころから、Windowsを基本ソフトウェアとするパソコンにはすべてエクスプローラーが搭載されている。
- ②我が国の一部のパソコン製造販売業者は、エクスプローラーとナビゲーターの両方を搭載したパソコンを製造販売している。

○ 問題とされた行為

- ①マイクロソフト社は、平成8年4月以降、一部のパソコン製造販売業者に対し、エクスプローラーの競合ブラウザであるナビゲーターを当該パソコン製造販売業者のパソコンから取り外すことを条件として、基本ソフトウェアであるWindowsのライセンス料を引き下げており、又は引き下げることを提案していた疑い
- ②米国マイクロソフト社は、平成8年9月以降、マイクロソフト社を通じて、我が国の大手ISP11社との間でWindows95で会員獲得サービスを提供することと引換えに、ISPに対し、競合ブラウザの配布や宣伝・販売促進活動等を制限することを内容とする契約を締結した事実

○ 独占禁止法上の判断

我が国のブラウザの流通市場における公正な競争を阻害するおそれがあったとは直ちに認めることができないが、独占禁止法第19条(不公正な取引方法第11項に該当)の規定に違反するおそれ

EU（2009年欧州委員会自主的改善措置⇒終了）

- マイクロソフトによるウィンドウズOSとInternet Explorerの抱き合わせについて、ウェブブラウザ間での競争を阻害しており、製品開発を鈍らせ、消費者の選択の機会を失わせているとして調査を開始（1月）
- 欧州委員会が、欧州向けのMicrosoft Windows 7に12種類のブラウザ選択画面を提示するというマイクロソフトの改善策を受入れ（12月）

## 2004年マイクロソフト欧州競争法違反事件：MSによる支配的地位の濫用行為

### ①相互互換性情報(Interoperability)の供給拒否:

パソコンOSの支配的地位にあるマイクロソフトが、Work Group Server(WGS)向けOS市場における競争者がWindowsOS搭載パソコンと相互運用するために必要なインターフェース情報を競争者に提供することを拒否⇒WGS分野の競争阻害を認定

【レメディ】WindowsパソコンとWindows Serverとの間のコミュニケーションに係るインターフェイス情報の開示及び当該情報を合理的な条件で利用可能にする命令

### ②ウィンドウズメディアプレーヤー(WMP)の抱き合わせ:

パソコンOSの支配的地位にあるマイクロソフトが、OSと別商品であるWMPをWindowsOSに抱き合わせてOEMにプリインストールさせる契約・慣行⇒OEMや消費者による競合メディアソフトウェアのインストールへのdisincentive⇒メディアプレーヤー分野の競争阻害を認定

【レメディ】WMPを含まないWindowsOSを供給するよう命令

