

基礎研 レポート

モバイル・エコシステムにおける競争 デジタル市場競争会議の最終報告の公表

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

2023年6月16日、内閣官房のデジタル市場競争本部のもとで開催されていたデジタル市場競争会議が「モバイル・エコシステムに関する競争評価 最終報告」¹（以下、最終報告）を公表した。これは、モバイル端末（典型的にはスマートフォン）にかかわる競争環境を評価するものである。

これまでも政府はオンラインモールやアプリストアといった個々のデジタル市場に着目し、独占禁止法上の解釈を示すなど課題解決に取り組んできたところではある。ただ今回のデジタル市場競争会議は、モバイル機器上で機能しているものを幅広く議論の対象とした。すなわち、モバイルOS（典型的にはiPhoneのiOSとGoogleのAndroid）を基盤となる層（レイヤー）とし、その層上のブラウザやアプリストアといった層、またその層うえのウェブサービスやアプリといった層の3層（三つのレイヤー）が存在し、それらが相互にどのようにデジタル市場の競争環境に影響を及ぼすかを議論してきた。ちなみにこのような複層のレイヤー構造の下で事業者が互いに共存し、競争するシステムをモバイル・エコシステムという（図表1）。

【図表1】モバイル・エコシステム

ウェブサービス	アプリ	3層目
ブラウザ	アプリストア	2層目
モバイルOS		1層目

出典：最終報告より一部抜粋

特筆すべきこととして、最終報告では独占禁止法の枠組みで論点を整理することにとどまらず、新規立法をもって市場競争を歪める行為を禁止するという方向性をうちだしたことである。今回はその評価と、評価に基づく対応の方向性について解説を行いたい。

¹ <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/digitalmarket/kvosokaigi/dai7/siryou2s.pdf> 参照。

2—最終報告の総論部分

1 | モバイル・エコシステムの特徴

モバイル・エコシステムとは「1. はじめに」で述べた通りであるが、その特性としては新規参入者に対して高い参入障壁が存在する点である。参入障壁は、①アプリが増加すると魅力が増して利用者が増加し、利用者が増加するとアプリ業者がさらに参入するなどネットワーク効果が存在すること、②UI（ユーザーインターフェイス）デザインへの慣れ、データ移動、アプリ再インストールの手間等によって、ユーザーがロックイン（固定化）されること、③開発コストの高さから、規模の経済性が働くこと、および④ウェブサービスやアプリ事業者では得られないデータを、OS 提供事業者やアプリストア事業者・ブラウザ事業者などが、それぞれ各レイヤーで収集、利用することにより、OS、アプリストア、ブラウザや検索サービスなどの各レイヤーの競争力がさらに増すことによって構築される²。

2 | 目指すべき方向性

最終報告書は、以上のような認識の下で、

「モバイル・エコシステムにおける各レイヤー（やその周辺領域）において、多様な主体によるイノベーションと消費者の選択の機会が確保されること。

その実現のために、以下が確保されること。

- ・ モバイル・エコシステム全体及び各レイヤーに対して、各方面から競争圧力が働くことによって、技術革新等によるイノベーションが促されること。さらに、モバイル・エコシステムの現在の競争環境を大きく変化させるようなパラダイムシフトの可能性の芽を摘まない競争環境が確保されること。
- ・ モバイル・エコシステムにおける各レイヤーが、他のレイヤーにおける競争に影響を及ぼす場合において、当該他のレイヤーにおいて公平、公正な競争環境が確保されること。
- ・ 新たな顧客接点への拡張における競争において、モバイル・エコシステムにおける影響力をレバレッジとすることにより、公平、公正な競争環境が阻害されることのないようにすること。

そして、この際、セキュリティ、プライバシーの確保が図られること」を目指すものとした³。

3 | 具体的な対応

上記2 | を目指すにあたり、これまでのツールとしては独占禁止法、およびデジタルプラットフォーム取引透明化法（以下、透明化法）の適用による対応が行われてきた。しかし最終報告では、「モバイル・エコシステムについては、その特性から一度ティッピング（＝突然大きな動きが発生すること：筆者注）が生じると一人勝ちの状態（又は寡占状態）になり、市場による治癒が困難、すなわち、市場の機能障害のような状態になっている」ことから、行為類型が特定できる中では「事前に一定の行

² 同上 p21 参照。

³ 同上 p28 参照。

為類型の禁止や義務付けをするというアプローチ（以下「事前規制」という）がより適切である」とする⁴。このような事前規制型の立法はEUのデジタル市場法(Digital Market Act、DMA)⁵と同じアプローチである。

また、「円滑な法執行を実現するためには、市場画定及び競争上の弊害の立証を不要とし、競争に悪影響を及ぼす危険性の高い行為類型について、それを事前に原則的に禁止するというアプローチがより適切である」とする⁶。

法の適用にあたって、市場画定やシェアなどの認定を必要とする独占禁止法では現状の弊害に対応できず、また禁止規定や行為義務規定のない透明化法では対応できない。したがって新たな立法を目指すとともに、禁止規定をより明確にするために指針の策定が目指されることとされた⁷。

3—最終報告の各論の全体像

最終報告の取り扱う項目の全体像は以下の通りである（図表2）。色塗りの部分を解説する。解説を行わない項目は「引き続き注視」などといった明確な結論を出していないものなどである。

【図表2】最終報告の取り扱う項目一覧

1. OSやブラウザ等の仕様変更等
1-1. OS、ブラウザのアップデート、仕様変更、ルール変更等への対応
1-2. OSにおけるトラッキングのルール変更（ユーザーへの表示）
1-3. 検索における自社に優位な技術の標準化（その他主要なパラメータ等の表示）
1-4. 有力ウェブサイトにおける仕様変更等によるブラウザへの影響
2. アプリストア関係
2-1. 決済・課金システムの利用義務付け
2-2. アプリ内における他の課金システム等の情報提供、誘導等の制限
2-3. 信頼あるアプリストア間の競争環境整備（アプリ代替流通経路の容認）
2-4. クローズド・ミドルウェア
3. ブラウザの機能制限
3-1. WebKitの利用義務付けとウェブ・アプリへの消極的な対応
3-2. OS等の機能のブラウザに対するアクセス制限
3-3. ブラウザの拡張機能における制約
4. プリインストール、デフォルト設定関係
4-1. プリインストール、デフォルト設定
4-2. 検索サービスを利用した自社サービスの優遇

⁴ 同上 p29 参照。

⁵ 基礎研レポート「EUのデジタル市場法の公布・施行—Contestabilityの確保」<https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=72386?site=nli> 参照。

⁶ 前掲注1 P31 参照。

⁷ 同上参照。

5. データの取得、利活用
5-1. 取得データの利活用
5-2. 取得データの内容やデータ取得の方法、条件の不透明性
5-3. エンドユーザーによるデータポータビリティの確保
5-4. ソーシャル・ログイン（「Sign in with Apple」）
5-5. Chromeへの自動ログイン
5-6. ブラウザから自社ウェブサイトに対してのみ行う情報送付
5-7. 検索クエリ、クリックデータなどへのアクセスの解放
6. OS等の機能へのアクセス
6-1. OS等の機能へのアプリに対するアクセス制限（MiniApp）
6-2. UltraWideBand（超広帯域無線）へのアクセス制限
6-3. NFC（近距離無線通信）へのアクセス制限
6-4. OSのアップデート等に伴うアプリ開発の時間的優位性
6-5. ボイスアシスタントにおけるアクセス制限
6-6. SiriKitによるSiriとの連携
6-7. スマートウォッチによるOS等の機能へのアクセス。
7. ボイスアシスタント、ウェアラブルに関するその他の懸念
7-1. 注視スキーム

出典:最終報告より筆者作成

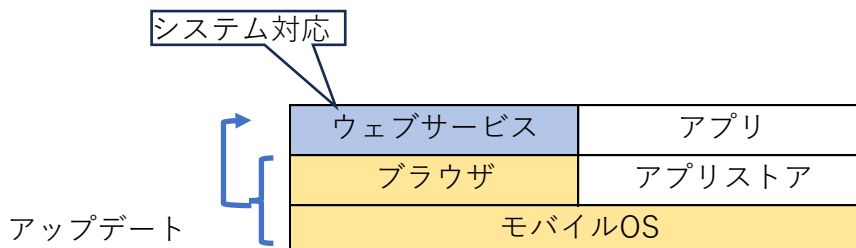
4—各論

1. OS やブラウザ等の仕様変更等

1-1. OS、ブラウザのアップデート、仕様変更、ルール変更等への対応

（最終報告の骨子）スマホ用のウェブサイトはスマホに搭載されているブラウザによって閲覧する仕組みになっている。したがって、OS やブラウザが仕様変更、アップデートを行うにあたっては、各種ウェブサイトにおいてシステム対応を要することになる。しかし、アップデートまで十分な時間がなかった、情報開示範囲が十分でなかったなど、ウェブサービス事業者等が十分な対応ができなかったといった事象が発生している（図表 3）。

【図表 3】OS、ブラウザ変更へのシステム対応



出典:最終報告より筆者作成

このような事情に鑑み、「当該作業又は調整のために要すると見込まれる合理的な日数を確保した日」を事前開示の期限とする開示義務を設けること、事業者あるいは事業者を代表する者との間で問い合わせや協議に対応するための手続・体制を整備する義務を課すこと、政府への運営状況の報告及び政府によるモニタリング・レビューの実施を行うことが提言されている⁸。

(コメント) ウェブサービス事業者は OS 提供事業者が提供する OS の仕様、およびブラウザサービス事業者のブラウザの仕様に従って構築したウェブを提供し、事業を行っている。したがって、OS、ブラウザの変更のタイミング・仕様変更内容によってはウェブサービス事業者の事業が（一時的であったとしても）困難になる可能性がある。このように優越的地位にある事業者の行為によって取引事業者の事業が困難になる場合には、個別の事情によって独占禁止法の優越的地位の濫用で処理できるケースがある可能性がある。ただ、OS やブラウザのアップデートは頻繁に行われるものである以上、独占禁止法の個別事例の事後処理では実際の効果がない。また、立法による事前規制とする場合においては具体的なルール（期間でいえば、たとえば 2 週間前や一月前など）を敷くことも困難である。したがって報告書のような法で要請される事前開示義務や適正な体制を組むというルールを敷くことが現実的であり、合理性があるものと思われる。

1— 2. OS におけるトラッキングのルール変更（ユーザーへの表示）

(最終報告の骨子) Apple では、アプリ事業者が利用者ユーザーを追跡するためには、端末固有 ID である IDFA (Identifier for Advertisers) を利用する必要があるが、IDFA を利用する場合には、事前に App Tracking Transparency (ATT) というシステムがポップアップによって「あなたのアクティビティを追跡することを許可しますか？」との表示をユーザーに出す仕様となっている。他方、Apple は IDFA を利用せずにユーザー行動に対するデータを収集しているが、この場合より肯定的な表示「より優れた広告エクスペリエンスを提供できます」といった表示しか行っていない (図表 4)。

【図表 4】端末 ID を追跡する際の注意文言の相違



出典:最終報告より筆者作成

このような事情に鑑み、アプリストアのビジネスユーザーへの利用条件等を公正、合理的かつ非差別的なものとする義務によって対応することとされた⁹。

(コメント) 前提として、EUにおいて端末 ID は個人情報とされる¹⁰が、日本の個人情報保護法では個人情報には該当しない (同法 2 条)。したがって ATT によるポップアップは日本では義務とまではいえない。しかしながら、手段は異なるものの端末 ID の閲覧先を同じく追跡することの同意を求

⁸ 同上 p 41~P56

⁹ 同上 p 56~P58

¹⁰ <https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=64453?pno=2&site=nli> 参照。

めることを定めた以上は、その同意を取得するのに際して、表示が顧客に注意を促すもの（一般アプリ）と、有益であるとするもの（Apple）ではその取扱いが公平ではないという指摘はその通りであろう。また、差別的取扱いとして独占禁止法上問題となるか（一般指定4項）が議論となりえるが、取引条件ですらない、単なる注意喚起表示の相違を独占禁止法違反であるとする認定を行うのも困難であると思われる¹¹。したがって、最終報告の方向性は是認できるものと考ええる。

1-3. 検索における自社に優位な技術の標準化（その他主要なパラメータ等の表示）

（最終報告の骨子）Google においては2020年5月までコンテンツ読み込み促進技術（Accelerated Mobile Pages）を利用するコンテンツをGoogle 検索の上位に掲載していた（Google は否定）。最終報告では、このような行為は自らが扱いやすいデータ形式を増やすことにより検索ビジネスの競争力を優位にしていた懸念がある。そしてこれはウェブサイト側に相応のコストを発生させることとなる。したがって、最終報告では、①検索ランキングを決定する検索エンジンのパラメータ等の主要な事項の開示、②検索アルゴリズムに関する苦情相談に対応する仕組みの構築、③政府によるモニタリングで対応することが提案されている。

（コメント）検索のアルゴリズムは事業者の事業の成果に直接的に影響する。商品・サービスがランキング上位に位置付けられることは、その商品・サービスが多く販売されるということの意味するので、公平なランク付けが求められる。しかし、何が公平で、そしてその公平をどのように確保するのかが大変な難問である。したがってランキングを完全に公正にすることを法律規定の適用のみで実現するといったことは期しがたい。

ところで、ランキングについて主要な事項を商品等提供事業者に対して開示すべきことは透明化法5条2項1号ハで既に定められている。そして今回提案されたのは苦情解決の仕組みの構築と政府のモニタリングである。この2法を併せると「開示」→「苦情相談」→「政府モニタリング」という仕組みを設けることとなった。

最終報告のこのスタンスには賛同できるが、実際にどのように運営し、どのように公平を図るかは大変難しいものになると考えられる。今後出てくるであろう具体的事例に注目したい。

1-4. 有力ウェブサイトにおける仕様変更等によるブラウザへの影響

（略）

2. アプリストア関係

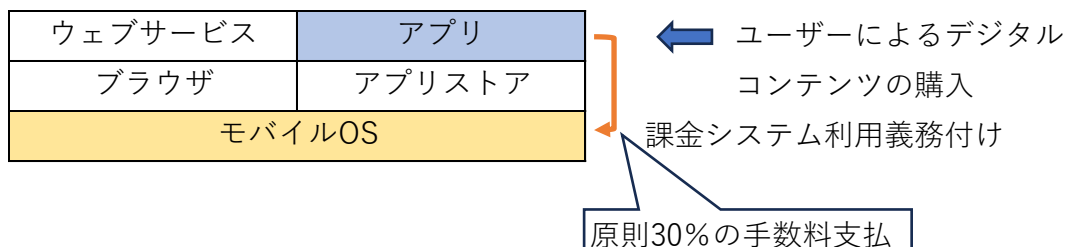
2-1. 決済・課金システムの利用義務付け

（最終報告の骨子）Apple の App Store および Google の Google Play でダウンロードしたアプリ内において、ユーザーがデジタルコンテンツを購入した場合には、アプリ事業者は30%、一定の条件を満たした場合には15%の手数料を Apple または Google の決済・課金システムを通じて支払うことと

¹¹ 幕田英雄「公取委実務から考える独占禁止法」（商事法務2017年）p173によると、実務では取引拒絶と同様の効果をもたらすような行為に限って適用しているとのことである（p172参照）。

なっており、他の支払手段を利用することができない（Google では User Choice Billing という仕組みで他の支払方法の選択が一部可能）。Apple および Google はこれらの手数料は主にアプリストア運営の費用として徴収しており、また海外のユーザーへの料金徴収などにメリットがあるとする（図表 5）。

【図表 5】アプリ内課金システムの義務付け



出典:最終報告より筆者作成

このような仕組みに対して、最終報告では主に①代替的な決済・課金手段を提供する事業者の参入を阻害し、サードパーティ・デベロッパの多様なプランの提供を妨げ、イノベーションを減退させること、②サードパーティ・デベロッパによる手数料負担が大きく収益を圧迫していること、課金システムによるサービスと手数料が見合っていないこと、負担が一部サードパーティ・デベロッパの偏っていること、③サービスのキャンセル処理で問題が生じていることが問題視した。

結論として最終報告は一定規模以上のアプリストアを提供する事業者が、自社の決済・課金システム利用を義務付けることを禁止すべきであるとした¹²。

（コメント）デジタルコンテンツのアプリ内購入にあたって、決済・課金システム利用の義務付けは独占禁止法の下では結論が出なかった、すなわち違法とは認定できなかった。具体的には公正取引委員会が Apple における音楽配信事業などにおける決済・課金システム利用義務付けについて独占禁止法被疑事件として調査を行ったところ、Apple が次項で述べるアウトリンク禁止条項（アンチステアリング条項ともいう）の自主的な削除申出（＝当条項削除によりアプリ外でのコンテンツ購入への誘導が可能となる）によって、被疑事件としては終了したというものである¹³。つまり、決済・課金システム利用強制について公正取引員会は独占禁止法適用を行わなかった経緯がある。

最終報告は決済・課金システム利用義務付けを禁止するとの結論を出した。これは「1－はじめに」で述べた通り、独占禁止法における個別事件における支配的地位や排除行為の認定を行うことが困難でも、立法を行うことで競争可能性を回復させるという大きな一歩であると考えられる。このような結論に至った背景には DMA5 条 7 項のアプリ内課金システム利用の禁止¹⁴も大きく影響したものと推測する。

なお、結論に反対するものではないが、周知の通り、フューチャーフォン（ガラケー）をスマホは

¹² 前掲注 1 p61～P84

¹³ 研究員の眼「Apple 独禁法被疑事件審査結果の公表－公正取引委員会報道資料を読む」 <https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=69176?site=nli> 参照。

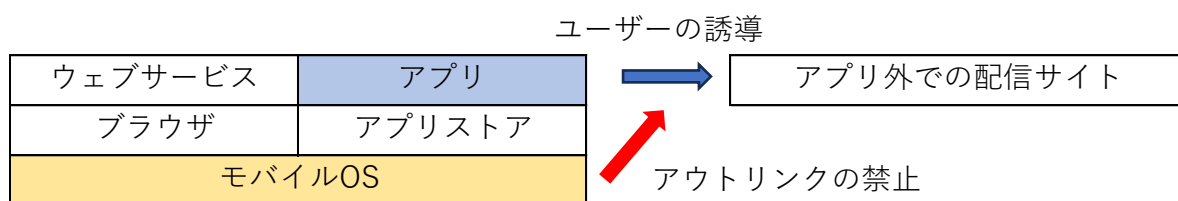
¹⁴ 基礎研レポート「EU のデジタル市場法の公布・施行－Contestability の確保」 <https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=72386?site=nli> 参照。

駆逐した。スマホがモバイル市場を席卷した最も大きな理由としては、アプリストアにおける両面ネットワーク効果¹⁵である（「1－はじめに」も参照）と考えられる。アプリストア構築・運営の原資であるデジタルコンテンツへの課金義務を禁止することがエコシステムにどのように影響を与えるのか注視したいところである。

2－2. アプリ内における他の課金システム等の情報提供、誘導等の制限（アウトリンク禁止）

（最終報告の骨子）Apple や Google では、アプリ内でユーザーにアプリ外でのデジタル商品の購入を促す表現を使用することや、アプリ内にリンク（アウトリンク）を掲示するなどの方法で、ユーザーをアプリストア外での取引に誘導することについて、フリーライド防止のため、一部を除き禁止している。この点、さらにリンク先への安全性のリスクがあることも禁止の理由に挙げている（図表 6）。

【図表 6】アウトリンクの禁止



出典:最終報告より筆者作成

これに対し、最終報告では、①ユーザーにとっていかなる決済・課金サービスを使うかといった選択肢が狭められるほか、アプリを利用するか、ウェブサイトを利用するかという選択肢も狭められること、②デジタルコンテンツはアプリストアで販売するものではなく、ユーザーが購入した後のアプリ内での販売であり、その際にもデベロッパによるユーザーに対する情報提供を制限することは、ユーザーの選択の機会を害するという意味で弊害が大きいとする。そして最終報告は結論として、デベロッパが、当該アプリストア上で獲得したユーザーに対して、異なる購入条件であることを含んだ情報提供や取引の申し入れ（アウトリンクを含め、アプリ内で行うことを含む）を行うことを無償で認容することを義務付けるべきであるとした。

（コメント）アウトリンク禁止条項については、欧州では Spotify からの申立てによって EU 競争法の下で違法であるとの欧州委員会の見解が示されている¹⁶。また DMA5 条 4 項ではコプラットフォーム外での取引を行うことを無償で認めなければならないとする¹⁷。

日本でも上述の通り、Apple に対する独占禁止法被疑事件においては Apple からのアウトリンク禁止条項削除をもって事件として終結させたという経緯がある。これらの事情を勘案するとアウトリンク禁止自体が日本の独占禁止法にも違反する懸念があるといえそうである。したがってアウトリンク

¹⁵ ユーザーが増えれば、サードパーティ・デベロッパが増加し、サードパーティ・デベロッパが増加するとユーザーが増加するという効果。

¹⁶ 基礎研レポート「デジタル・プラットフォームと競争法(4)－Apple を題材に」 <https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=68021?site=nli> 参照。

¹⁷ 前掲注 14 参照。

自体を違法と位置付けるような立法を行うことに異論はない。

なお、Apple がアウトリンク禁止条項を削除したと言っても最終報告によるとさまざまな制約を課しているとのことである。実質的な意味でアウトリンクが可能となるようにすることが重要と考える。

2-3. 信頼あるアプリストア間の競争環境整備（アプリ代替流通経路の容認）

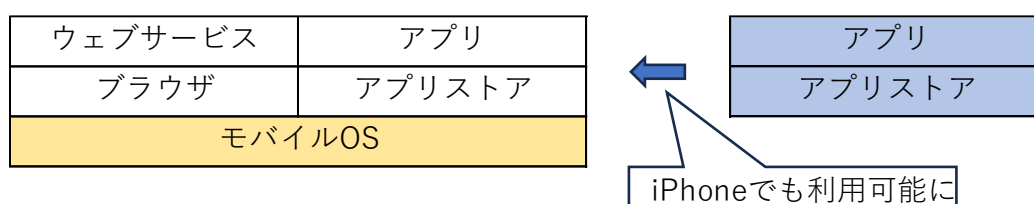
（最終報告の骨子）iPhone においてアプリをダウンロードするには Apple のアプリストアである App Store から行われるものに限定されている¹⁸。Apple 以外の事業者が iOS に関するアプリストア事業に参入する機会が失われること自体のほか、App Store における手数料に競争圧力がないこと、App Store におけるアプリ審査が必ずしも透明で公正でないことやそれによるイノベーション阻害のおそれが挙げられている。

アプリ代替経路としては以下のものが考えられる。

- ① Apple による審査が前提となる App Store を通じてダウンロードされる代替アプリストアを通じたアプリ配布
- ② iPhone にプリインストールされた代替アプリストアを通じたアプリ配布
- ③ ブラウザを使ってダウンロードされる代替アプリストアを通じたアプリ配布
- ④ いかなるアプリストアも経由せずブラウザを経由してアプリ自体をダウンロードする方法によるアプリ配布

アプリ代替流通経路に関するセキュリティ、プライバシーの確保には、アプリが悪用されることを防ぐ弱い弱性検証の観点と、ユーザー情報や端末等を不正に利用する不正アプリの配布を阻止する観点がある。上記①～③についてはアプリストア運営者によってアプリ審査が行われるものの、④については行われることがない。最終報告ではセキュリティ確保の観点から、④以外の方法を認めることが考えられるとする（図表 7）。

【図表 7】代替アプリストア



出典:最終報告より筆者作成

そして最終報告では、一定規模以上の OS を提供する事業者に対して、セキュリティ、プライバシーの確保等が図られているアプリ代替流通経路を、実効的に利用できるようにすることを義務付ける規律を導入すべきであるとする。その際、OS 提供事業者は、OS やハードウェアのセキュリティが毀損されることのないようにするため、又はプライバシーの確保等のために必要であり、かつ比例的な措置

¹⁸ Google では Google Play 以外のアプリストアを利用することができる（サイドローディングという）。

を講ずることができるものと結論付けた。

(コメント) DMA6 条 4 項では OS 提供事業者 (DMA では Gate Keeper (以下、GK) という) はその OS を利用または相互運用する第三者のアプリ及びアプリストアをインストールすることを許容し、効果的に利用することを技術的に可能にしなければならない。また OS 提供事業者のプラットフォーム以外の方法で第三者アプリまたはアプリストアへアクセスできることを認めなければならない。そしてエンドユーザーが自身のデフォルトとして第三者アプリやアプリストアを設定することを妨げてはならない。ただし、ハードウェアや OS の完全性を危険にさらすことのないように手段を採ること、およびエンドユーザーのセキュリティ確保のための手段を採ることは否定されないが、これらの手段は比例的で OS 提供事業者によって正当化される必要がある¹⁹とする。

このように最終報告のスタンスは DMA6 条 4 項と同様の内容となっている。このような規律を入れることはアプリストアの決済・課金システム利用義務付けやアウトリンクの制限を禁止することの根本的問題を解決するために行われるものと言ってよいものと思われる。最終報告でも、アプリストアにおける手数料の問題の根源は、アプリの流通経路において有効な競争圧力が働いていないことにあり、この問題を解決する上では、アプリの流通経路において実質的な競争が行われる環境を作り出すことが必要と考えられるとする²⁰。ただし、アプリストアは両面ネットワーク効果を有するものであることから、新興のアプリストアが Apple の App Store と競合できるようになるのは現実的には難しいようにも思われる。また、アプリ事業者が複数のアプリストアに登録するために必要なアップデートをしなければならなくなったり、複数のバージョンを作成しなければならなくなる懸念もあるため、この点には十分な配慮が必要であろう。

2-4. クローズド・ミドルウェア

(略)

3. ブラウザの機能制限

3-1. WebKit の利用義務付けとウェブ・アプリへの消極的な対応

(略)

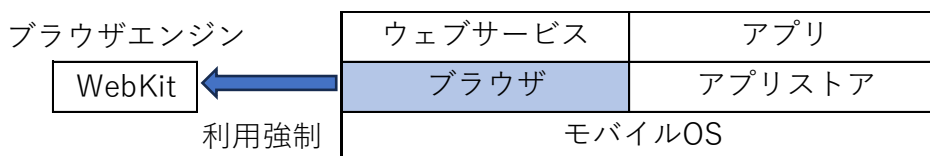
3-2. OS 等の機能のブラウザに対するアクセス制限

(最終報告の骨子) ウェブページを閲覧するソフトであるブラウザ (Safari、Chrome など) の中核機能であるブラウザエンジンは、Safari では WebKit、Chrome では Blink を利用している。Apple は iOS におけるブラウザエンジンは WebKit に限定しており、サードパーティ・ブラウザは WebKit 以外のブラウザエンジンを利用することができない (図表 8)。

¹⁹ 前掲注 14 参照。

²⁰ 前掲注 1 p91 参照。

【図表 8】ブラウザエンジンの利用強制



出典:最終報告より筆者作成

Apple からは、サードパーティ・ブラウザで利用できない制限を積極的に課すことはないが、状況によって、最終的に WebKit 経由で利用できるようになる機能を Safari で開発し、その後他の WebKit ベースのモバイル・ブラウザで広く利用できるようにすることがあるとの説明があった。すなわち、一定の機能については、サードパーティ・ブラウザへの提供が Safari よりも遅れる又は提供されないことを認めている。OS 提供事業者のブラウザだけに利用可能な機能があることは、それらの機能がサードパーティ・ブラウザにおいて将来的に利用可能となったとしても、ブラウザ間の競争確保上、イコールフットリングが妨げられることになるとする。

そして最終報告は一定規模以上の OS を提供する事業者が、ブラウザを提供するサードパーティに対して、自らのブラウザエンジンの利用を義務付けることを禁止する規律を導入すべきであるとする。また、一定規模以上の OS を提供する事業者は、(ブラウザ以外のアプリを含め) 全てのアプリに対して、自らのブラウザエンジンの利用を義務付けることを禁止する規律を導入すべきであると結論付けた²¹。

(コメント) EU の DMA には見当たらない規制である。ただ当然のことながら、ブラウザにも競争市場が存在すると認識できることから、競争を通じてイノベーションが図られることが期待される。ところが最終報告によるとブラウザエンジンは実際には上述の 2 つに加え、ブラウザである Firefox の Gecko の 3 つしか存在しないとのことであり²²、かなりの寡占状態にある。最終報告によればモバイル・ブラウザのシェアは Safari 62.7%、Chrome 32.34%とのことであり²³、そもそもブラウザ間の競争も事実上存在しない状況にあるとあってよさそうである。

そうすると、独占禁止法 2 条 7 項に言う独占的状态があると判断される可能性がある²⁴。仮にそうだとすると、事業の一部譲渡などを命ずる競争回復措置命令の対象となりうる(独占禁止法 8 条の 4)。ただし、この条文は昭和 52 年の立法以降使われたことがない²⁵ため、行使するには事実上高いハードルがある。また明確な排除・支配行為があれば私的独占(独占禁止法 2 条 5 項、3 条)あるいは不公正な取引方法(同法 2 条 9 項、19 条)に該当し、排除命令を出すことができる。この点、最終報告を見る範囲ではブラウザを提供する場合に一定の技術を利用することを義務付けており、かつ同様の技術を用いる場合においても機能で劣後させられる懸念もある。そうすると少なくとも不公正な取引の一種である拘束条件付き取引に該当するおそれがありそうである(不公正な取引方法一般指定 12 項)。

²¹ 前掲注 1 p107~p118 参照。

²² 前掲注 1 p107 参照。

²³ 同上

²⁴ 公正取引委員会の「独占的状态の定義規定のうち事業分野に関する考え方について」によれば 1 社で 50%超または 2 社で 75%超の場合が該当するとされる。

²⁵ 前掲注 11 掲載文献 p 15 参照。

したがって、最終報告のように、競争回復のため、技術的要因であるブラウザエンジンの使用強制を立法によって禁止することは（実際上の効果はともかく）是認できると考える。

3-3. ブラウザの拡張機能における制約

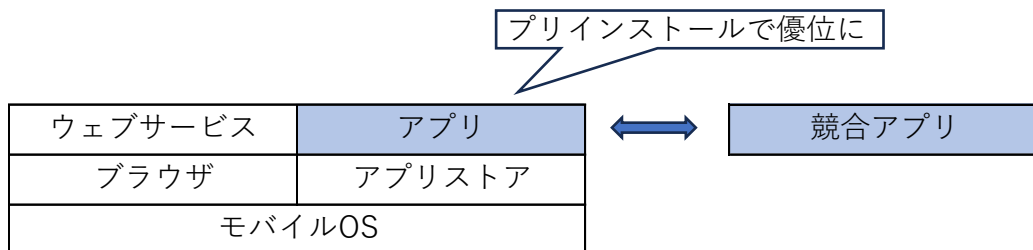
（略）

4. プリインストール、デフォルト設定関係

4-1. プリインストール、デフォルト設定

（最終報告の骨子）Google は、一定の OEM（Original Equipment Manufacturing。Android のブランドで生産を委託すること）やキャリアとの間でライセンス契約等を締結し、多大な広告収入等を原資とした経済的誘引効果などにより、スマートフォンメーカーが OEM を選択すること等を通じて、ブラウザや検索エンジンをはじめとする自社（Google）のサービスをプリインストール又はデフォルト設定している。また、Apple（OEM を行っていない：筆者注）は、Safari をはじめとする自社のアプリをプリインストールし、また、デフォルト設定するほか、Google との間の収益配分を伴う契約によって iPhone のデフォルト検索エンジンに Google 検索を採用している。プリインストールやデフォルト設定されたサービス等は、ユーザーに現状維持バイアスが働き、それぞれ最もよく利用される傾向にあるため、競争上優位となり、また、それによって、ユーザーにとっては、自律的な意思決定や選択の機会が損なわれる状況となっている（図表 9）。

【図表 9】プリインストールされたアプリ



出典:最終報告より筆者作成

そこで最終報告は、以下を結論付けた。

(1) 一定規模以上の OS 又はブラウザを提供する事業者に対して、スマートフォン端末において、ユーザーを自社の提供する製品やサービスに誘導する自社の OS 又はブラウザにおけるデフォルト設定を当該ユーザーが容易に変更できるようにし、それを技術的に可能とすることを義務付けるべきである。

(2) 一定規模以上の OS 又はブラウザを提供する事業者に対して、スマートフォン端末において、① OS においてデフォルト設定されるブラウザ、検索エンジン、ボイスアシスタント、又は②ブラウザにおいてデフォルト設定される検索エンジンについて、ユーザーが選択できる画面（以下「選択画面」という。）を表示することを義務付けるべきである。

(3) 一定規模以上の OS を提供する事業者に対し、OS のアップデート時などに自社のアプリをイン

ストールするときには、当該アプリをインストールするかどうかについて、ユーザーが選択できる画面を表示することを義務付けるべきである。

(4) 一定規模以上の OS を提供する事業者に対し、ユーザーが、プリインストールされた自社のアプリを容易に、かつ、技術的にアンインストールできるようにすることを義務付けるべきである²⁶。

(コメント) この結論は DMA6 条 3 項とほぼ同一と考えてよいだろう。DMA6 条 3 項は、OS 上のソフトウェアアプリを技術的に削除可能とすべきであり、エンドユーザーが容易に削除できるようにすべきである。ただし、OS が機能するために必要であり、第三者アプリでは対応できない場合を除く。また、OS 提供事業者 (GK) は OS 初期設定、特にオンライン検索エンジン、バーチャルアシスタント、ウェブブラウザ (以下、検索エンジン等) といった機能であって OS 提供事業者が提供するサービスを利用するように仕向ける設定について、変更することを容認し、かつ技術的に容易に変更できるようにすべきである。このことにはデフォルトで設定されている検索エンジン等をエンドユーザーが最初に利用する際に、主要な検索エンジン等サービスのリストやデフォルトで設定されているもののうちから選択できるように促進(prompt)することが含まれるとする²⁷。

ただし、プリインストールされたアプリに対抗するアプリが十分に魅力的なものでなければこのような規制を入れても、結局はデフォルトのアプリが利用されるだけで競争が高まらないことが想定される。なお、アプリの選択画面表示は DMA では明確に述べられていない手段であり、アプリ市場における競争状態の回復に寄与することが期待される。

4-2. 検索サービスを利用した自社サービスの優遇

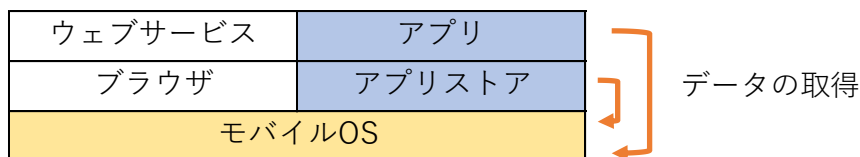
(略)

5. データの取得、利活用

5-1. 取得データの利活用

(最終報告の骨子)、Apple 及び Google は、ユーザーが OS、アプリストア、ブラウザ等の利用に際して提供及び生成するデータを入手している。一般に、OS、アプリストア、ブラウザを提供するプラットフォーム事業者は、これらの各レイヤーにおいてユーザーが生み出したデータを分析し、似たような属性を持つユーザー・グループにおける特徴的な行動や選好に関する属性データや、サービスのパフォーマンスデータを生成し活用していると考えられる (図表 10)。

【図表 10】OS 提供事業者によるデータ収集



出典:最終報告より筆者作成

²⁶ 前掲注 1 p121~p143 参照。

²⁷ 前掲注 14 参照

OS、アプリストア、ブラウザを提供するプラットフォーム事業者は、各レイヤーを通じてデータを取得できるため、取得できるデータの種類や量、データ分析の速度の点でサードパーティよりも優位性があり、各レイヤーに参加するユーザー数が大きいと、得られるデータの価値も大きくなり、こうした優位性は大きくなると考えられる。さらには、プラットフォーム事業者自らが自身のプラットフォーム上でサービスを提供しサードパーティと競争する場合には、当該サードパーティのサービスに関するデータを把握した上で、より有利な条件で競争することもできる立場にあり、各レイヤーに参加するユーザー数が大きいと、こうした競争への影響はより大きくなると考えられる。

プラットフォーム提供事業者が、自ら取得しているデータを競合サービスに利用することによって公平、公正な競争環境が阻害されるリスクを払拭することはできない。

サードパーティ・デベロッパと競合するにあたってのデータの活用については、Apple 及び Google は共に行うべきではないとの認識を示しているが、現在は、OS、アプリストア、ブラウザを提供するプラットフォーム事業者による自発的なガバナンスに頼るところである。外からその実効性を検証することが難しく、また、デベロッパとの規約では、OS 提供事業者によるデータの利用が妨げられていないことが記載されているなど、懸念が払しょくされる状態ではない。

最終報告は、以上から、一定規模以上の OS を提供する事業者、一定規模以上のアプリストアを提供する事業者、一定規模以上のブラウザを提供する事業者に対し、当該 OS、ブラウザ、アプリストアをサードパーティがサービス提供に利用した際に得られた公に入手できない当該サービスに係るデータを、当該サードパーティと競合するサービスの提供において使用することを禁止する規律を導入すべきであると結論付けた²⁸。

(コメント) 本項目は DMA にも存在する。具体的には OS 提供事業者 (GK) は、ビジネスユーザーによるオンライン提供事業者のプラットフォーム利用、あるいはプラットフォームと一体で提供されるサービス利用によって生じた情報あるいは提供された情報 (エンドユーザーによって生成あるいは提供された情報を含む) であって、公に取得することができないものをビジネスユーザーとの競争に利用してはならない (6 条 1 項) とする。公に取得できない情報には、ビジネスユーザーやエンドユーザーのプラットフォームにおける商業活動 (クリック、検索、閲覧、音声データを含む) を通じて集められ生成された、集計され、あるいは集計されていないデータを含む (同項) としている²⁹。事業上の競争者の情報を収集し、自身の事業に活用することが許されないのは一方的に競争を不当に有利にする行為として禁止されるのは当然のことであろう。

ただ、最終報告にもあるように、Apple または Google はこのような情報を競争には利用していないとのことであるから、現実的には影響はないと考えてよいのかもしれない。

なお、モバイル・エコシステム特有の事例ではないが、Amazon がそのプラットフォーム上で活動する第三者事業者の情報を自社の事業に活用していたことに対して欧州委員会が異議告知 (Statement of Objection) を行い³⁰、これに対して Amazon が確約計画を提出し、了承された事例がある。

²⁸ 前掲注 1 p148～p 159

²⁹ 前掲注 14 参照。

³⁰ 基礎研レポート「EU における Amazon の確約計画案 非公表情報の取扱など競争法事案への対応」 https://www.nli-research.co.jp/files/topics/73040_ext_18_0.pdf?site=nli 参照。

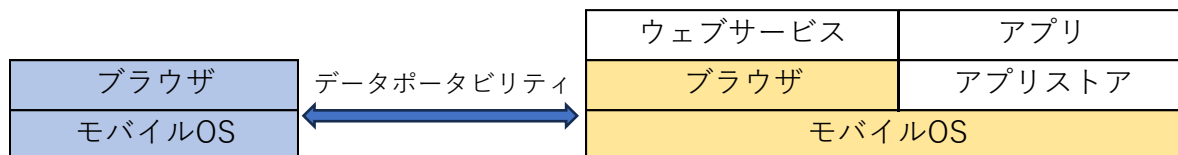
5-2. 取得データの内容やデータ取得の方法、条件の不透明性

(略)

5-3. エンドユーザーによるデータポータビリティの確保

(最終報告の骨子) 個人のデータについて OS 間及びブラウザ間でのポータビリティについては、現行提供されているツールでは、スイッチングできるデータが必ずしもユーザーのニーズのあるものをすべてカバーしていない。また、スマートフォンにおける操作だけでは完結できないものもあり、エンドユーザーによる簡単なデータの移行又は現在のデータへの継続的かつ随時のアクセスを十分に可能にしているとは言えないと考えられる。また、ユーザーの使用状況にも依存するものの、OS 間及びブラウザ間のデータポータビリティは現状、ユーザー目線で簡単で実行可能なものにデザインされているとは言えないと考えられる (図表 11)。

【図表 11】データポータビリティ



出典:最終報告より筆者作成

そして最終報告では、一定規模以上の OS を提供する事業者、一定規模以上のアプリストアを提供する事業者、一定規模以上のブラウザを提供する事業者に対し、当該プラットフォーム事業者が提供する OS、ブラウザ、アプリストアをエンドユーザーが利用した際に提供又は生成されたデータについて、当該エンドユーザー又は当該エンドユーザーが承認したサードパーティからの求めに応じて、無償で、当該データの効果的なポータビリティを可能にするため、効果的なポータビリティの実施を促進するための無償のツール及び当該データに対する継続的かつリアルタイムでのアクセスを提供することを義務付けるべきであるとする³¹。

(コメント) データポータビリティを義務付ける規定は DMA にもある。OS 提供事業者はエンドユーザー (エンドユーザーにより権限を付与された者を含む) に対して、その要求により無償で、エンドユーザーにより提供された情報とエンドユーザーがプラットフォームを利用することで生じた情報について、効果的なデータのポータビリティを可能にし、データポータビリティを促進するためのツールの提供、およびこれら情報への継続的でリアルタイムのアクセスを提供しなければならない (6 条 9 項) というものである³²。

最終報告で特徴的なのは、iPhone と Android との間にデータポータビリティを実現することに障害があり、その障害について解消するよう求めることに重点を置いているところである。また、指摘しておきたいのは、データは誰のものかということに最終報告はユーザー個人本人のものであることを当然の前提としていることである。これまでの日本の個人情報保護法でもそこまでの割り切りをして

³¹ 前掲注 1p160～P164

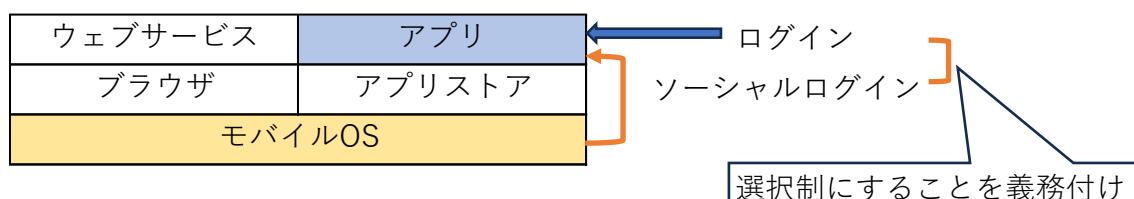
³² 前掲注 14 参照。

いなかったように思われる（このような見方には異論もあろう）ので、思い切った整理をしたものと評価したい。

5-4. ソーシャル・ログイン（「Sign in with Apple」）

（最終報告の骨子）Apple はアプリストアで審査を行う立場にあるが、アプリストアを利用するデベロッパが、当該サードパーティ以外が提供するソーシャル・ログイン（たとえば Google アカウント）を提供する場合に限っては、「Sign in with Apple」（SIWA）という Apple のソーシャル・ログインを行うことを選択肢することを義務付けている（図表 12）。

【図表 12】ソーシャル・ログイン



出典:最終報告より筆者作成

ソーシャル・ログインはロックイン（＝ユーザーの囲い込み）を巡っての競争の最も重要な要素の一つであり、ユーザーが自社のソーシャル・ログインを利用すれば、そこでそのユーザーを自社に固定でき、他社に乗り換えられるリスクが減っていく性質があることから、SIWA の表示を強制することは、自社を利する措置になっていると考えられる。さらに、消費者の行動データの利用については、SIWA の使用に関する情報は、Apple が、匿名化された集約的な情報を受け取り、マーケティングのために利用する場合があるとプライバシーポリシーにも記載されており、このことも、Apple の競争上の地位を高めることにつながり得ると考えられる。

したがって最終報告は一定規模以上のアプリストアを提供する事業者に対し、自社の ID サービスの使用、オファー、相互運用を、当該アプリストアを利用するデベロッパに義務付けることを禁止すべきであるとした³³。

（コメント）この点、DMA にも同様の規定がある。OS 提供事業者はビジネスユーザーとエンドユーザーに対して、リスト指定を受けたプラットフォームの利用にあたり、他のリスト指定を受けたプラットフォームや閾値を満たすプラットフォームへの登録を要求してはならない（5 条 8 項）と規定されている³⁴。

DMA の前文では、このような要求は OS 提供事業者に対して新たなビジネスユーザーとエンドユーザーの獲得と囲い込み（lock-in）の手段を与えるものと指摘している。またデータの蓄積についても潜在的に有利な地位を与えるもので参入障壁を高めるものとして禁止するものであるとされる（DMA 前文 44）。これは大規模なプラットフォーム間で利用者を共有化することでますますデータの蓄積が進

³³ 前掲注 1 p164～p167 参照。

³⁴ 前掲注 14 参照。

み、寡占化が進行することを踏まえての規律である。最終報告も問題意識は共通しているものと考えられる。

5-5. Chrome への自動ログイン

5-6. ブラウザから自社ウェブサイトに対してのみ行う情報送付

5-7. 検索クエリ、クリックデータなどへのアクセスの解放

(略)

6. OS 等の機能へのアクセス

6-1. OS 等の機能へのアプリに対するアクセス制限 (MiniApp)

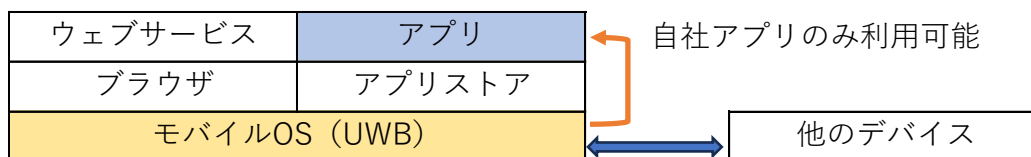
(略)

6-2. UltraWideBand (超広帯域無線) へのアクセス制限

(最終報告の骨子) Apple は、独自の U1 超広帯域チップ (UltraWideBand。以下「UWB」という。) を所有している。この UWB は近接デバイスを認識するために使用され、例えば、iPhone が HomePod を識別してやり取りを行う際や、Apple の AirTag や「探す」ネットワークによるマイクロロケーションにも使用されている。

Apple は、iOS11 に UWB を実装した 2019 年から、少なくとも 2021 年/2022 年までの間、UWB チップの利用を自社アプリのみに限定してきた。この結果、Apple のアプリが先行者として競争上の優位性を獲得し、他社が不利な立場におかれており、このようなアクセス制限が正当な理由なく行われる場合には、OS 提供事業者である Apple とサードパーティ間のイコールフットリングが阻害されることとなる (図表 13)。

【図表 13】UWB の利用制限



出典:最終報告より筆者作成

最終報告では一定規模以上の OS を提供する事業者に対し、OS 等の機能について、自社に認められているものと同等の機能との相互運用性やそのためのアクセスを、サードパーティに対して認めることを義務付けるべきであるとしつつ、ただし、OS 提供事業者の OS 等のセキュリティが毀損されることのないようにするため、あるいはプライバシー確保のために必要であり、かつ比例的な措置を講ずることは認められるべきとする³⁵。

(コメント) UWB とはブルートゥースに類似する近距離にあるデバイスを認識・接続する技術であ

³⁵ 前掲注 1 p171~p173 参照。

るが、ブルートゥースよりも障害物による影響が少なく高精度であるという特徴を持つ。

本項目は DMA6 条 7 項に該当するものと考えられる。具体的に、OS 提供事業者は、サービスの提供者とハードウェアの提供者に対して、無償で、効果的な相互運用または相互運用目的のアクセスを提供しなければならない。これらは OS やバーチャルアシスタント経由でアクセスされるサービスやハードウェアに対して行われているアクセスや相互運用性と同程度でなければならないというものである（条文は一部抜粋）。次項の NFC（近接無線通信）へのアクセス制限と問題状況が似ている。

この点に関する DMA の解説としては、OS 提供事業者は、OS 提供事業者であると同時に OS 経由で接続するウェアラブルデバイス（ウェアラブル watch など）や近接距離通信（Near field communication、NFC）などを利用するサービスの提供という二重の役割を有することがある。この場合、代替するサービスやハードの提供者に OS で同様の条件でのアクセスを認めないとすれば、それらの代替事業者の革新性を著しく損するとともにエンドユーザーの選択肢を損なうこととなる（DMA 前文 55, 56, 57）とする。このような慣行の競争阻害性に係る認識は、DMA と最終報告とで同様であり、最終報告のような結論は競争を歪める行為の事前規制として首肯できるものとする。

6-3. NFC（近距離無線通信）へのアクセス制限

（最終報告の骨子）スマートフォンによる決済方法には、大きく分けて QR 等のコード決済と、非接触型のタッチ決済の 2 種類がある。タッチ決済の場合、近距離無線通信（Near Field Communication。以下「NFC」という。）のチップがついている端末にアプリをつなぐことになる。Android 端末では NFC チップの技術仕様がオープンになっているものの、iPhone の場合、NFC の技術仕様がオープンになっていない。よって、デベロッパは、Android 端末の場合には、タッチ決済のためのアプリを独自に作ることができるが、iPhone のタッチ決済用のアプリを独自に作ることができない。さらに、このような状況の中で、Apple は、iPhone の NFC チップにアクセスするときに必ず Apple Pay を利用しなければならない仕様としている（図表 14）。

【図表 14】NFC と Apple Pay



出典:最終報告より筆者作成

現状、Apple Pay を通じたアクセス以外の NFC チップへのアクセスを Apple は例外なく認めていない。これにより、NFC チップの機能を直接利用して決済サービスを提供しようとする決済アプリのデベロッパにとって、iPhone のプラットフォーム上で Apple Pay と同等の立場で競争する機会が阻まれている。

決済事業を行う者にとっては、我が国のスマートフォンユーザーの多くが利用する iPhone において NFC を活用した決済サービスを提供できないとビジネス上大きなディスアドバンテージとなる中で、Apple Pay を通じたタッチ決済の場合でも、NFC へのアクセスの許諾のプロセスや基準が不透明であ

る場合、決済事業者間の公平、公正な競争が阻害される。

そこで最終報告では、前項6-2. UltraWideBand（超広帯域無線）へのアクセス制限と同様に、一定規模以上のOSを提供する事業者に対し、OS等の機能について、自社に認められているものと同等の機能との相互運用性やそのためのアクセス（この場合は同時期に同程度のアクセスを認めること意味する：筆者注）を、サードパーティに対して認めることを義務付けるべきであるとの結論を導き出している³⁶。

（コメント）コメントの内容は前項と同様であるが、参考情報としてApple PayがNFCを独占していることに対して欧州委員会が競争制限的であると認定したケースを参考にあげておきたい。具体的には、2020年6月16日、欧州委員会は、①Apple Payを、第三者である事業者が商業アプリやウェブサイトへの組み込む際にAppleが課す条件その他の措置、②iPhoneを利用して、店舗において支払うための近距離無線通信（NFC）機能（タッチアンドゴー）をApple Payに限定していること、および③Apple Payへ特定製品（iPhoneなどの競合製品）からのアクセスが制限されたと主張があったことについて、反トラスト法調査を開始すると発表した。その後、2022年5月2日欧州委員会は、AppleはiOS市場で独占的地位にあり、上記②のAppleの慣行は競争制限的であるとの暫定的見解を公表した³⁷。

いわゆるタッチアンドゴー決済のサービスとしては日本ではSuicaやPASMOといったサービスがあり、日本の独占禁止法上もこれらサービスの競争市場があるということもできる³⁸。上述の欧州委員会の暫定的見解を参照してもAppleがiPhoneのNFC機能を独占することは、その程度は別として競争市場に一定の影響を及ぼす行為といえることから、本項目の方向性は妥当であると思われる。

6-4. OSのアップデート等に伴うアプリ開発の時間的優位性

（最終報告の骨子）OS提供事業者は、自社のアプリ開発チームが先行的にOSのアップデートや仕様変更に関する情報を獲得してアプリ開発を行うことができ、また、OSのアップデートのリリースまでに広くテストされ、フィードバックや評価を受けることができるメリットも享受できるとの懸念がある。

OS提供事業者の自社内でアプリやブラウザ、ウェブサービスの開発が行われ、即応が可能となる一方でサードパーティ・デベロッパに対し同時期に同程度の機能へのアクセスが提供されない場合、アプリ等の開発における時間的優位性に基づきOS提供事業者はサードパーティ・デベロッパと比較して有利な立場となる。それによって、アプリ等に影響を与え得るOSの仕様を決定できる立場にあるOS提供事業者とサードパーティ・デベロッパとの間の公平、公正な競争環境が阻害される（図表15）。

³⁶ 前掲注1 p173～p176 参照。

³⁷ 前掲注14 参照。

³⁸ タッチアンドゴー決済とQRコード@決済などをあわせて同一市場とする考え方もあり得る（QRコードは株式会社デンソーウェーブの登録商標）。

【図表 15】OS のアップデートとそれに伴うアプリ開発



出典:最終報告より筆者作成

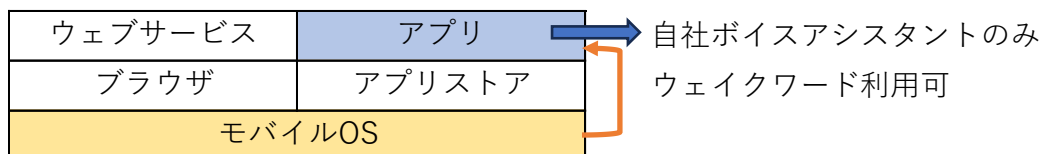
そして最終報告では、6-2. UltraWideBand (超広帯域無線) へのアクセス制限と同様に、OS 等の機能への同等のアクセスを認める義務によって対応すべきである³⁹とする。

(コメント)DMA では触れられていない項目である。確かに OS 提供事業者自身が提供するアプリと、サードパーティ・デベロッパが提供するアプリとで OS のアップデートにおいてその対応期間に差異が生ずることはイコールフットィングではないであろう。ただし、このような差異が生ずることについて、日本の独占禁止法での従来の枠組みにおいては、排除命令等を出すのは難しいようにも思われる⁴⁰。本項目のように積極的な行為 (=開発初期段階からの情報提供) を義務付けることは、新規立法による対応によるほかはない考える。

6-5. ボイスアシスタントにおけるアクセス制限

(最終報告の骨子) ボイスアシスタントには、端末上の一定の操作を利用者が音声だけで行うことができる特性があることから、ウェイクワード (「Hey Siri」「OK, Google」) による起動ができることは、その操作の最初のステップがハンズフリーで行うことができるという点で、ユーザーのニーズから見て重要な機能であると考えられる (図表 16)。

【図表 16】ボイスアシスタント



出典:最終報告より筆者作成

後からインストールされたボイスアシスタントは、現状、iPhone、Android 端末のいずれにおいても、ウェイクワードによって起動することができないが、ユーザーがウェイクワードによって起動することを重視していることからすれば、後からインストールされるボイスアシスタントは、OS 提供事業者のボイスアシスタントとのイコールフットィングが阻害され、競争上不利になるといえるとする。

そのうえで最終報告では、本件は、スマートフォンの機能へのアクセスに関する問題であることから、「6-2. UltraWideBand (超広帯域無線) へのアクセス制限」で述べている、OS 等の機能への同等のアクセスを認める義務によって対応すべきであるとする⁴¹。

(コメント) 本項目も上述 (6-2 のコメント部分を参照) の DMA6 条 7 項がカバーする内容に含ま

³⁹ 前掲注 1 p176~p179 参照。

⁴⁰ 前掲注 11 も参照。

⁴¹ 前掲注 1 p179~p184 参照。

れる。具体的には、OS 提供事業者は、サービスの提供者とハードウェアの提供者に対して、無償で、効果的な相互運用または相互運用目的のアクセスを提供しなければならない。これらは OS やバーチャルアシスタント経由でアクセスされるサービスやハードウェアに対して行われているアクセスや相互運用性と同程度でなければならないというものである。

本件も一定の機能を OS 提供事業者が提供するものと同様にすることを許容するように積極的義務を課すものである。イコールフットィングを求めることが主眼であるが、これは独占禁止法の排除命令では困難であるため、新規立法での対応が提案されたものであり、妥当と言える。

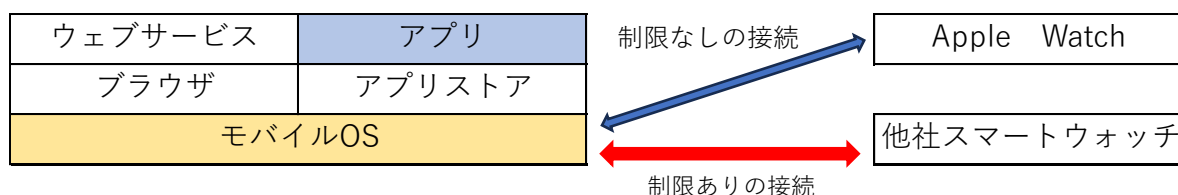
6-6. SiriKit による Siri との連携

(略)

6-7. スマートウォッチによる OS 等の機能へのアクセス

(最終報告の骨子) スマートウォッチをはじめとする周辺機器については、スマートフォンとの間でいかにスムーズに連携できるかが、その価値創出に当たって極めて重要である。Wear OS 搭載スマートウォッチ等 Apple Watch 以外のスマートウォッチには、Bluetooth Classic (機器の通信による接続手法の一種) の利用用途が限定されている。このような中、Apple Watch が iPhone との通信では別の何等かの機能を使用して、サードパーティのスマートウォッチではなし得ない連携が可能であるとすれば、サードパーティと Apple との間のイコールフットィングが阻害されることとなり、サードパーティが Apple と同等の条件で競争することは事実上困難となる。また、ペアリング (これも機器の通信による接続手法の一種) については、Apple が OS 提供事業者であるという立場を活用しつつ、「Proximity Pairing」のような独自の通信機能を開発し使用している中で、サードパーティにも自社のスマートウォッチと iPhone を簡単にペアリングできる仕組みを Apple による制約なく構築することができるとしても、OS を提供する立場にないサードパーティが、Apple と同等の条件で競争することは事実上困難である (図表 17)。

【図表 17】スマートウォッチによるアクセスの差異



出典:最終報告より筆者作成

結果として、最終報告で本件は、スマートウォッチを含む周辺機器による機能へのアクセスに関する問題であると捉えることができることから、「6-2. UltraWideBand (超広帯域無線) へのアクセス制限」の項で述べている、OS 等の機能への同等のアクセスを認める義務によって対応すべきであるとする。

(コメント) これは6-2、6-3、6-5と同様であるので、説明は割愛する。

7. ボイスアシスタント、ウェアラブルに関するその他の懸念

7-1. 注視スキーム

(略)

5— 検討

個々の項目についての解説は以上述べてきた通りである。独占禁止法では対応できない競争のゆがみ(DMAでいう競争可能性(contestability))を事前に規制するものであって、大まかには日本版DMAと呼んで差し支えないと考える。そのうえでDMAと比較して、若干の特色を指摘しておきたい。

①適用対象の範囲 最終報告が検討対象としたのは「モバイル・エコシステム」であり、要するにAppleとGoogleである。DMAの規制対象はGate Keeper(GK)であり、たとえばAmazonやメタ(旧Facebook)なども含まれる。すなわち、最終報告の適用対象はDMAより狭いと言える。

これは筆者の感想でしかないが、最終報告は細部にわたりよく調査され、慎重で丁寧な検討が加えられている。大手プラットフォーム提供者は海外の会社であり、法が制定できたとしてもその執行が難しい。そのため当初の法の適用対象を絞り、段階を踏んでいくことを選択したとも推測される。AppleのiOSとGoogleのAndroidの2社で市場がほぼ独占されているモバイル市場からまず手を付けることは正当であると考えられる。

②DMAとの比較で取り扱われていない項目 DMAにあって最終報告にない主な項目をあげてみると、たとえば最恵国待遇がある。これはAmazonのような物販サイトが適用対象になっていないことと、透明化法が取り扱っている(透明化法5条2項1号、規6条1号)からであろう。また、広告主や媒体社への手数料・報酬開示や広告測定ルールへのアクセス確保がない。これはウェブ広告で圧倒的なシェアを誇るGoogleを適用対象としながらも、モバイル・エコシステムにのみ問題を絞ったためウェブ広告は規制検討対象から外れたためであろうか。自社ランキング優遇の禁止もないが、これは透明化法で取り扱われているからであろう(透明化法5条2項1号ハ)。

またDMAにはオンライン検索データへのアクセスを有償で認めることを求める条文がある(6条11項)。これはモバイル・エコシステムの課題ではなく、PCを含むオンライン検索の問題と捉えられているからか検討対象から外されている。

③DMAが取り扱っていないが最終報告で取り上げている項目 主な項目としてOSやブラウザの仕様変更にあたってウェブサイトやアプリのデベロッパに十分な時間を与えることやOSアップデートの初期に情報開示すべきことなどについては、DMAでは直接的には取り扱っていない。またAppleにおける端末IDのトラッキングルールがOS提供事業者とアプリ・デベロッパで異なることを是正すべきことなどもDMAには直接的な条文としては存在しない。

さらにOS提供事業者がブラウザを提供するサードパーティに対して自らのブラウザエンジンを利用することを義務付けることを禁止すべきとしたこともDMAにはない。

これらはOS提供事業者自身が提供するアプリと、サードパーティ・デベロッパが提供するアプリと

の間の競争可能性を重視したものと言えよう。

6—おわりに

最終報告はモバイル・エコシステムを構築している Apple、Google の 2 社に大きな影響を及ぼすものと考えられる。行政（公正取引委員会および経済産業省）は、これまでは独占禁止法だけを根拠にこれら 2 社の業務慣行に対して是正を求めてきた。

しかし、これら 2 社は排除行為や支配行為でシェアを拡大したというよりも、主にはその品質や機能の高さで市場を開拓した結果、2 社による寡占状態が発生したものと考えられる。また、一社では私的独占の禁止条項を満たすほどの独占的な市場シェアを有しておらず、かつ Apple と Google の間に何らかの共同行為が認定されているわけでもない。したがって、独占禁止法による排除行為や支配行為を排除することが問題の根本的解決とはならないケースが多い。

そこで事後規制により競争阻害行為を排除する独占禁止法の適用によってではなく、事前規制による競争可能性を確保する立法による対応が図られたのが、EU の DMA だが、今回の最終報告もその方向性を目指していると言える。

すでに施行されている透明化法とあわせれば、EU の DMA カバーしている範囲は概ね対応できていると思われる。ただ、規制対象は実態として海外の企業であり、どこまで遵守させることができるかが現実的な問題となってくる。EU と足並みをそろえる形にはなるが、今後、立法され、施行されるまでの動きには注目していきたい。