

第9回 プラットフォームエコノミクス研究会 議事要旨

日時：令和5年2月20日（月）16時00分～18時30分

場所：オンライン開催

出席者

メンバー：黒田委員、大木委員、善如委員、安達委員、安井委員

ゲスト：Alexandre de Stree 氏（ナミュール大学）、Christiana Markou 氏（ヨーロッパ大学）、Christoph Busch 氏（オスナブリュック大学）、Doh-Shin Jeon 氏（トュールーズ経済学院）、Francesco Decarolis 氏（ボッコーニ大学）、Jens Prüfer 氏（ティルブルフ大学）、Teresa Rodríguez de las Heras Ballell 氏（マドリード・カルロス三世大学）＊いずれも EU Observatory on the Online Platform Economy のメンバー。

オブザーバー：経済産業省情報経済課、経済産業省競争環境整備室、経済産業省経済解析室、内閣官房デジタル市場競争本部事務局、総務省情報通信政策課、消費者庁消費者政策課、公正取引委員会デジタル市場企画調査室、

議事概要

1. EU 並びに日本の現状紹介

- ・ Alexandre de Stree 氏より、EU のプラットフォーム政策について報告がなされた。報告内容の概要は以下の通り。
 - ✓ 欧州委員会によって、デジタルプラットフォーム（DPF）のための一連の法律からなる EU の規制の枠組みが登場した。
 - ✓ 前欧州委員会委員長の Juncker 氏を中心とした委員会では、支配的地位の濫用に関する訴訟に注力した時期で、この期間に、P2B 規則ができた。透明性を確保するための義務が中心で、大小問わず全てのプラットフォームに適用されるという意味で対照的な規律となっている。行政ではなく、司法執行をベースとした共同規制・自主規制的な法律で、ソフトな規律となっている。オンライン上の違法なコンテンツに関する問題対応も、善意である限りはプラットフォーム事業者は責任を負わないという考えの下、事業者に勧告を行えるにとどまっていたという点ではソフトな規律体系であったが、他方で、ヘイトスピーチ、児童性的虐待、テロリズム関係については、更に踏み込んだ積極対応が求められた。その上で、さらなる規制を制定する前に、プラットフォーム経済の監視・分析を行うことを目的に、オンラインプラットフォーム経済に関するオブザーバトリー（EU Observatory on the Online Platform Economy）が設立された。
 - ✓ 現在の欧州委員会委員長の von der Leyen 氏を中心とした委員会では、プラットフォーム規制の動きが加速した。支配的地位の濫用に関する訴訟も数多く振興中であるが、大きな動きとしては、DMA と DSA の制定が挙げられる。DMA は非対称的な法律であり、透明性を高め、市場間でレバレッジをかけることを防止し、マルチホーミングを容易にし、プラットフォームとデータへのアクセスを容易にすることが目的である。DSA は一定程度対称的で、コンテンツモデレーション法のようなもの。善意である限りプラットフォームは責任を負わないという考えを大きく変えるもので、違法コンテンツについて通知と削除の仕組みを構築するなどのデューデリジェンスの義務、大規模な事業者に対するリスクアセスメント義務などが新たに設けられた。
 - ✓ DPF を対象とした規制を考える上で、「2022 International Declaration on the Future of the Internet」や「European Declaration of Dec 2022 on Digital Rights and Principles for the Digital Decade」を紹介したい。規制の目的・期待される効果が描かれており、そうした大きな原則に立ち帰り、法律を理解していく必要があると思う。
- ・ 報告後、発表内容に関する質疑応答・意見交換が行われた。概要は以下の通り。
 - ✓ DSA には、プラットフォーム事業者の責任免除規定があるとのことだが、それは何故か。製造物責任法と関連があるのか。

- ▶ 責任免除の規定をしないと、過剰にコンテンツ等が削除される可能性があり、言論の自由が確保されない。一方で、違法コンテンツの削除が不十分にならないよう、デューデリジェンスの義務等が設けられた。DSA の立法プロセスで製造物責任に関する議論はなされたが、それについては別途、製造物責任指令の見直しというかたちで議論されている。

- ・黒田委員より、日本のプラットフォーム政策について報告がなされた。報告内容の概要は以下の通り。
 - ✓ 日本の透明化法では、特定デジタルプラットフォーム事業者（SDPP）を対象に、透明性と公平性を向上させるために、取引条件に関する情報開示の義務化、検索順位を決定するための機能の開示、自己優遇の有無とその理由、アカウント停止理由の事前通知等が求められている。これらは欧州の P2B 規則と同様。
 - ✓ 他方で、ユニークなのは、報告書提出義務と経済産業大臣による評価を踏まえた自主改善努力義務。経済産業省の大臣評価では、主な課題と SDPPs に期待される取り組みの方向性を指摘しており、AppStore の手数料と課金方法、アカウント停止処分、自社・関連会社に対する優遇措置、返品・返金への対応について、今後、SDPPs の対応がどう変わるかは大変興味深い。
 - ✓ モバイルエコシステムにおける事前規制の導入の是非について議論されており、デジタル市場競争会議による「モバイル・エコシステムに関する競争評価 中間報告」の発表や、公正取引委員会による「モバイル OS 等に関する実態調査報告書」の公表が行われている。
- ・報告後、発表内容に関する質疑応答・意見交換が行われた。概要は以下の通り。
 - ✓ モバイルエコシステムの主な問題点と、日本政府がモバイルエコシステムの競争力強化のために検討している対策について教えて欲しい。
 - ✓ 日本のデジタル市場規制については、どのような方向に向かっているか。米国のように独禁法強化というアプローチもあれば、EU のように法律上多くを定めるというアプローチ、英国やドイツのように理由次第で規律するというアプローチなどがある。
 - ✓ アプリストアの課題に関して、日本では、プラットフォームのシステムとは異なる支払い方法の採用などについて議論されているのか。
 - ▶ 議論されている主な問題は、OS やアプリストアなど、モバイルエコシステムの各レイヤーの寡占問題。そこには、セキュリティやプライバシーの問題も含まれている。アプリストアの課金方法の問題についてもいくつかの施策が検討されている。透明化法に基づく大臣評価でも、更なる取組を要請している。
 - ▶ 現在議論されている対象はモバイルエコシステム中心。規制対象となるターゲットもその範囲に限定されるのではないかと思うが、あくまで個人的な見解。

2. 個別トピックについての報告、ディスカッション

- ・善如委員より、自己優遇について報告がなされた。報告内容の概要は以下の通り。
 - ✓ 日本の透明化法の目的は透明性と公平性を向上させることである。SDPPs にビジネスに関する年次レポートを提出することを定めており、自己優遇がある場合に開示する必要はあるものの、自己優遇自体が禁止されているわけではない。
 - ✓ EU の P2B 規制も自社優遇自体を禁止はしていない。他方で、EU の DMA の目的は、競争可能性と公平性の確保であり、ゲートキーパーであるプラットフォームの自己優遇を禁止している。ドイツ競争法では、潜在的な競争と福祉的な影響のバランスを鑑み、ケースバイケースで自己優遇が禁止される。
 - ✓ 自己優遇に関する文献は増加してきているが、非対称な規制とその長期的影響に関する研究は進んでいない。非対称な規制は、既存の大規模なデジタルプラットフォーム（DPF）の自己優遇を防止することはできるが、新規参入する DPF の自己優遇を防止できないために、DPF を利用する事業者が新規参入した DPF へ移行することをためらう可能性もある。今後の研究を進める必要がある。
 - ✓ 自己優遇の規制の実施に関しては、規制すべき自己優遇の定義や、誰が自己優遇を検知する責任を持つ立場を担うのかについて議論が必要である。

- ・報告後、発表内容に関する質疑応答・意見交換が行われた。概要は以下の通り。
 - ✓ DMA について、ドイツ競争法よりも柔軟性がないのはその通りだが、DMA における自社優遇禁止規定についても、禁止する内容を調整するためのプロセスが存在している意味では柔軟性もある。
 - ✓ 規制の実施の難しさに関連して、法律を遵守していることを示すのはゲートキーパーであるという点を理解しておくことは重要。他方で、ゲートキーパーに立証責任があるからといって、自社優遇の善し悪しは完全に明確ではない。このため、欧州委員会も、先月末、自社優遇に関するワークショップを開催し、プラットフォーム事業者も交えたかたちで公開で議論を行っている。
 - ✓ DPF に対し、自己優遇を行っているかの説明を求めたというが、自己優遇の定義が曖昧であるがゆえに自己優遇をしていないと述べている DPF がいるのか。自己優遇を行っている DPF において、自社優遇行為には厚生を向上させる可能性があるという正当理由が述べられたのか。
 - 詳細まではよくわからないが、現在の規制上、自社優遇が存在しないというエビデンスを提出する義務はなく、この点は近い将来取り組んでいく必要があるように思う。

- ・ Francesco Decarolis 氏より、オンライン広告について、オブザーバトリーのサブグループで検討してきた作業状況について報告がなされた後、質疑応答が行われた。概要は以下の通り。
 - ✓ EU では、オフライン広告市場に関して調査はなされているか。欧州のオフライン広告の透明性はどうか。
 - EU のオフライン広告市場も一般的に透明性が低い。しかし、オンライン環境であればもっと透明にできる可能性がある。DMA と DSA の規定により透明性が高まると期待される。
 - DMA や DSA といった規制の動きに加えて、最近欧州では、主要な通信事業者 4 社がオンライン広告の競争性を高めるためのプラットフォームを提供するジョイントベンチャーを立ち上げる動きがある。この事業が同機能するかは大変興味深い。
 - ✓ DMA や GDPR によりプライバシー保護を重視することで消費者に表示される広告のターゲティング精度が低下するが、消費者の好みによっては、プライバシー保護を重視するか、パーソナライズされた広告の配信を重視するかが異なることに対しどう対処しようとしているか。
 - 消費者の好みの相違に対する議論は現在活発になされている。考えられる対処方法としては、オプトイン、または、オプトアウトをできるようにすることである。しかし、現実には、多くの消費者が積極的に選択しないという傾向にあり、何をデフォルト設定とするか次第で異なる影響をもたらすことから、今後更に議論・検討していく必要がある。

- ・最後に、欧州側から、日本と欧州は異なる経験を持っているが、同じ課題にも直面しており、本日のような意見交換や情報共有を継続していくことは有益であるとのコメントがあった。

お問合せ先

商務情報政策局 情報経済課 デジタル取引環境整備室

電話：03-3501-0397

F A X：03-3501-6639