

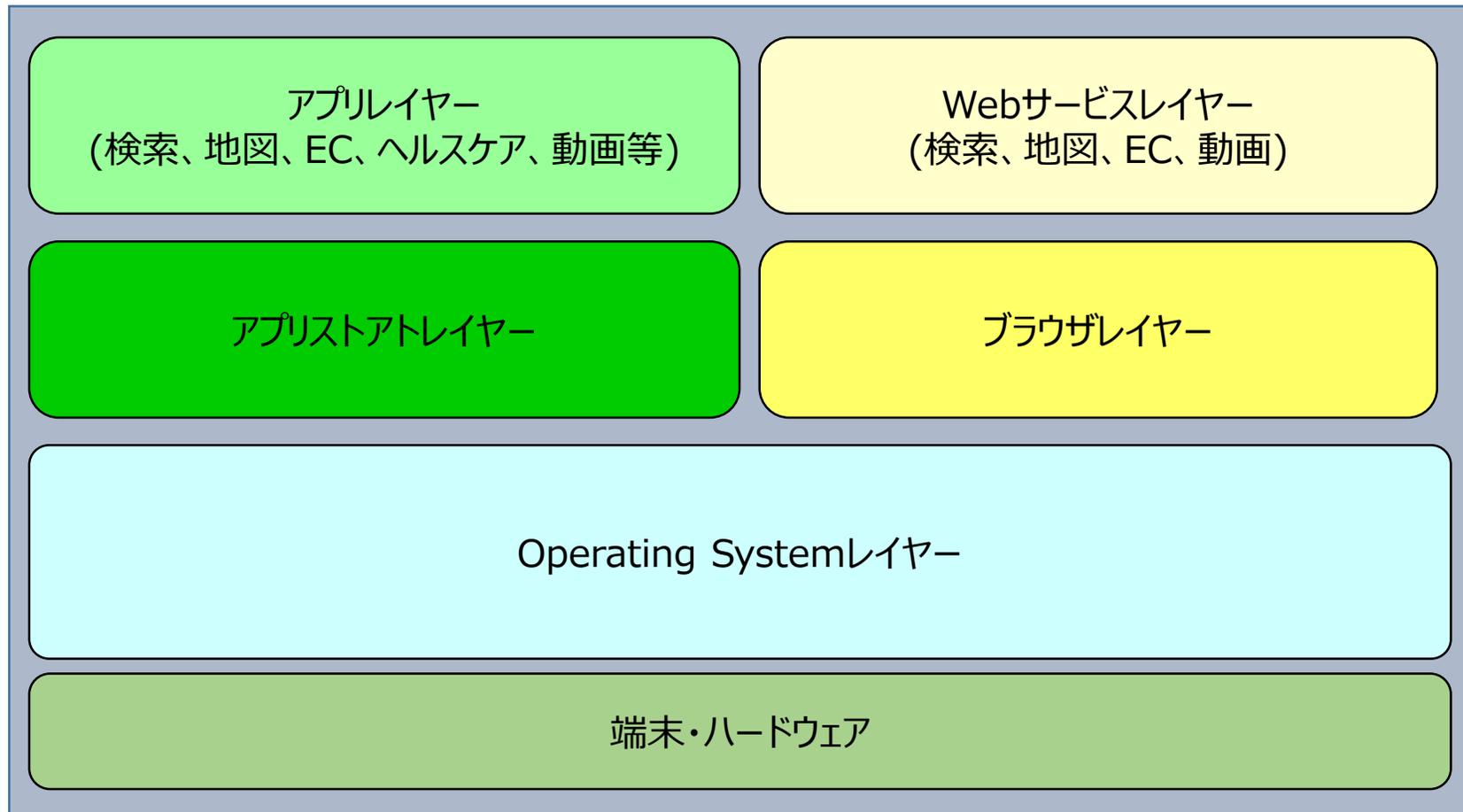
※内閣官房デジタル市場競争会議WG資料をもとに作成

RIETI BBLセミナー 「DXの思考法」

～OSを基盤とするレイヤー構造に関する競争評価について～

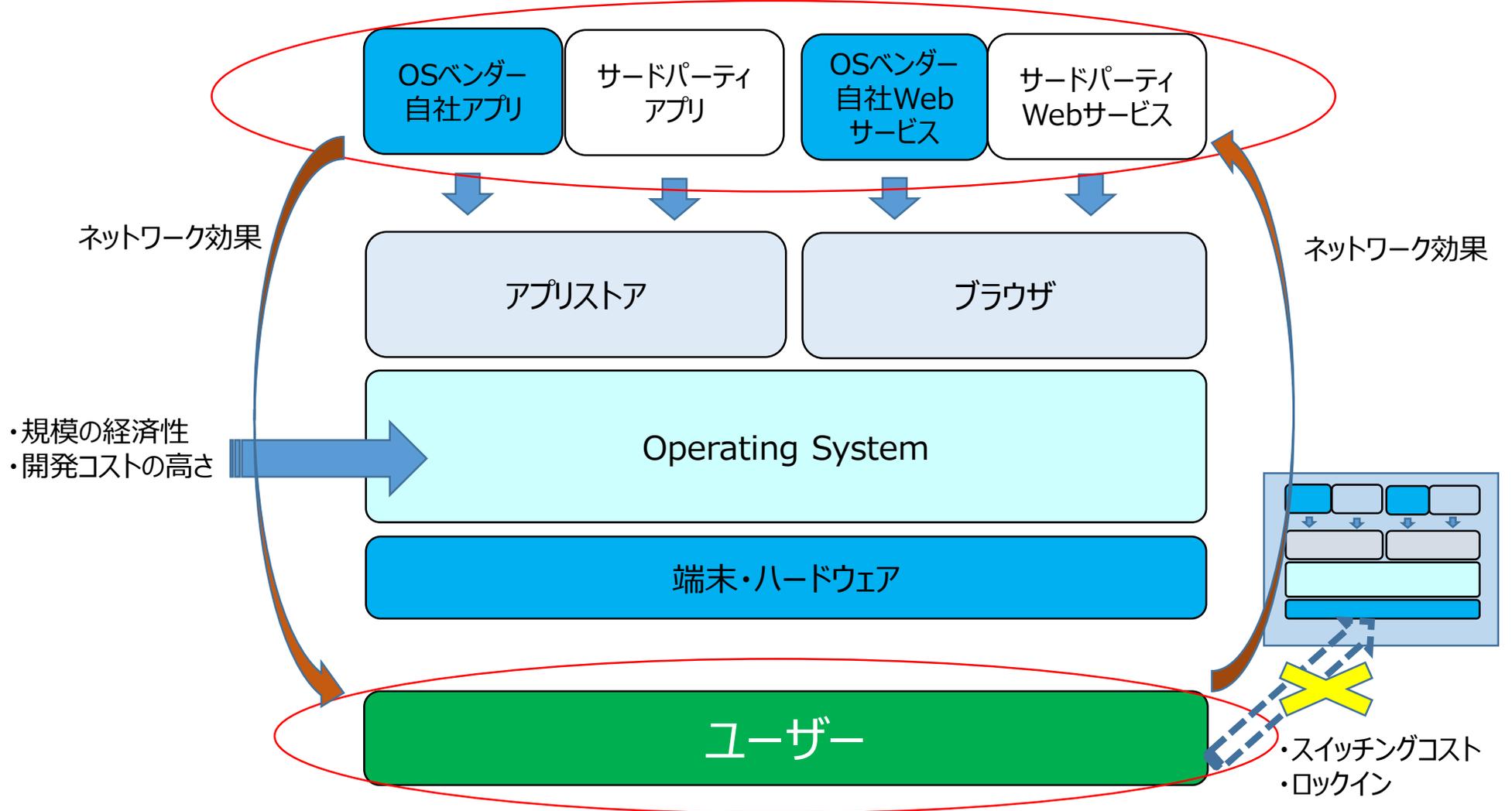
令和3年9月10日
RIETIコンサルティングフェロー／
内閣官房デジタル市場競争本部参事官補佐
池田 陽子

- モバイル分野では、少数のプレーヤーのみ存在するOSレイヤーと、それを基盤とした各レイヤー（アプリストア、ブラウザ等）が階層化するレイヤー構造が形成されている。
- このようなレイヤー構造は、デジタル市場の競争環境にどのような影響を与えているのか。



モバイルOSとそれを基盤としたレイヤー構造の特性等

- ネットワーク効果：利用者を惹きつける自社のアプリ等に加え、第三者のアプリ等呼び込んでエコシステムを形成し、ユーザーが増加。ユーザーが増加するとエコシステムに参加する第三者アプリ事業者が更に増加。
- スwitchingコスト：UI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るロックイン
- 規模の経済性：開発コストの高さ



● **エコシステム内のルール設定・運用**

- ルールの内容、解釈、運用（関連事業者や自社ビジネスへの影響）

● **デフォルト設定、プリインストール**

- 自社のアプリ等のデフォルト設定、プリインストール
- 他社のアプリ、アプリストアのプリインストール等の制限
- 市場での交渉優位性、レベニューシェアの誘引を利用したライセンス契約等による抱き合わせ、アンインストール制限

● **データの取得及び活用**

- ドミナントな市場で得たユーザーデータの収集、サードパーティからの取引上の地位を利用したデータ収集
- 各レイヤで収集・困り込んだデータの統合（自社IDやアカウントの利用の要請を含む。）
- 当該データ（他社のサービスに関するデータを含む）を競争領域で自社ビジネスへの展開に使用
- 当該データのポータビリティの程度

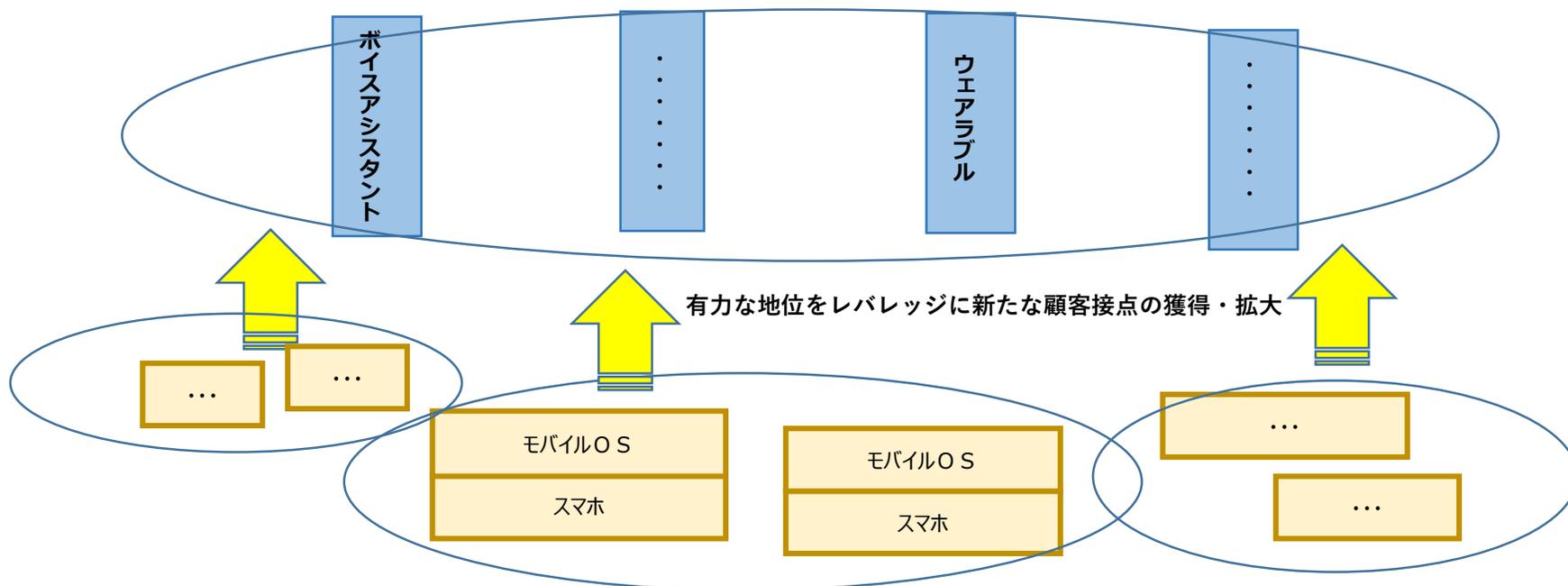
● **データ、諸機能へのアクセス（APIへのアクセス）**

- サードパーティによるアクセスの制限
- 相互運用性の程度

● **スイッチングに影響を与える要素**

- ユーザーの現状維持バイアスの利用
- 複雑なステップを踏ませることによる切り替えの躊躇を惹起
- アップデートなどの場面での自社回帰誘導

- スマートフォン以外の様々な顧客接点の獲得・拡大に向けた取組として、ある分野で有力な地位にある者が、当該分野でのリソース（例えば、データ、顧客基盤）や取引上の地位を利用（レバレッジ）して、新たな顧客接点の獲得・拡大を目指すような動きが指摘される。
- このような状況について、
 - ① 新たな顧客接点の獲得・拡大における競争環境がどうなっているか（例えば、参入障壁、データの利活用による競争優位性、既存・新規プレイヤーの数・交渉力）。
 - ② 上記のようなレバレッジによるなどして、新たな顧客接点におけるビジネス・パートナーとの取引関係において、懸念のある行為はないか。
 - ③ 顧客接点の獲得・拡大において、フェアな競争が行われているか。



<横断的なルール整備関係>

出典：各国プレスリリース等



○欧州（欧州委員会）

■ 昨年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“禁止行為リスト”等（自社優遇、抱き合わせ、データ活用関連）を規定した“デジタル・マーケット法案”を公表（昨年12月）。本年以降、閣僚理事会及び欧州議会で議論される見込み。



○日本

■ 本年2月1日にプラットフォーム取引透明化法を施行。4月1日に対象事業者を指定。

（対象：大規模な総合オンラインモール及びアプリストア。→デジタル広告を追加へ）

■ 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

- ・OS等を基盤とするレイヤー構造が競争市場に与える影響について、競争評価を開始（本年6月）



○米国

・超党派の下院議員グループによる反トラスト法改正パッケージ案が司法委員会で可決。

大規模PF事業者に限定し、①差別的取扱の禁止、②競争を阻害する買収の禁止、③自社優遇も含めた利益相反を生む事業の保有運営の禁止、④データポータビリティ構築義務、(⑤合併届出手数料の引上(競争当局の強化))

・超党派の上院議員グループがアプリストアに関する法案を提出。



○ドイツ

■ 本年1月から、改正競争法（競争制限禁止法）を施行。

複数市場をまたぐ競争について決定的な重要性を持つ事業者*による濫用規制(自社優遇、競争者排除、データ活用関連)を導入。

*への該当性について、本年1月Facebook、5月Google及びAmazon、6月Appleに対する調査開始

Facebook(OculusとSNSとのバンドルによる競争影響+a)、Google(データ利用について消費者の選択が与えられているか)、Amazon(直販価格設定が出店者の価格設定に与える影響、ブランドとの契約関係が出店者の販売制限につながっているおそれ)、Apple（主な調査対象はApp Store）

1) OSなど (ブラウザ、アプリストア、検索等含む)

出典: 各国プレスリリース等

 ○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：昨年10月、検索市場等での反競争的行為につきグーグルを提訴 (コロラド州等38州も自社優遇含め提訴)

 ○日本：デジタル市場競争本部において、広告市場の課題の一つとして、検索の初期設定などについても本年4月競争評価

○日本：デジタル市場競争本部において、モバイルOSを基盤とするレイヤー構造 (アプリストアを含む) がデジタル市場の競争環境に与える影響について、本年6月より調査を開始

 ○英国CMA：本年1月、グーグルChromeのクッキー利用停止 (“Privacy Sandbox”) につき調査。6月Googleより確約提案

○英国CMA: 本年6月、**モバイルエコシステム (OS、アプリストア、ブラウザ)** についての**市場調査**を開始 (2022年6月に最終報告)

 ○欧州委員会：本年6月、IoT (スマートスピーカー等) について、**予備的調査報告** (2022上半期最終報告)

 ○豪州ACCC (Australian Competition and Consumer Commission)

昨年2月に検索サービス、ソーシャルメディア、メールシステム等のデジタル・プラットフォーム全般について実態調査を開始、同年9月に最初の間報告を公表。以後、半年ごとに中間報告をし、2025年3月末に最終報告を公表予定

2) アプリストア単体

 ○欧州委員会：昨年6月、アップル社による課金システム (Apple Pay) にまつわる競争ルールに関する本格調査を開始。4月、アップル社に対し、有料コンテンツ配信に同社の課金システムを義務付け、代替手段の告知も禁止していることで**競業者 (Spotify) との競争を歪めているとの予備的見解を伝達。**

 ○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 (EPIC Games) が昨年8月に訴訟提起。**5月最終弁論終了 (判決は数ヶ月後か)。**また、**EPIC GamesはGoogleに対しても訴訟提起。**

○米公訴：**グーグルのアプリ販売及び決済システム (Google Play Store) について、DC及びユタ州等36州が本年7月に提訴**