

情報通信法学研究会 通信法分科会(第1回)  
令和4年12月9日(金) 15:00-17:00

# 欧米グーグル・モバイルOS事件と デジタル・プラットフォーム規制のあり方

中央大学国際情報学部 中島美香

本研究はJSPS科研費JP22K01291の助成を受けたものです。

# 概要

- 2018年、欧州委員会は、米グーグル社の 안드로이드OS/アプリ・ストアと検索サービスに関する事業方法に対して、EU競争法に基づき違反決定を下した。2020年、米司法省と11の州が、米グーグル社の 안드로이드OS /アプリ・ストア、検索サービス及び検索関連広告に関する事業方法に対して、反トラスト法に基づき訴訟を提起している。
- 他方で、EUではデジタル市場法が成立し、米国ではイノベーション及び選択のためのオンライン法案等が提案されるなど、デジタル・プラットフォームに対する事業規制を行う立法の提案も活発に行われている。これらは、デジタル・プラットフォームの自己優遇やデフォルト設定等に対してユーザーの選択を阻害する行為を禁止する内容を含む。
- 本発表では、欧米のグーグル・モバイルOS事件を契機として、日本におけるデジタル・プラットフォーム規制のあり方を検討することとしたい。

- I. モバイルOSを取り巻く環境
- II. アンドロイドのビジネスモデルと協定
- III. EU競争法及び米国反トラスト法
- IV. 日本の独占禁止法
- V. デジタル・プラットフォーム規制のあり方

# I . モバイルOSを取り巻く環境

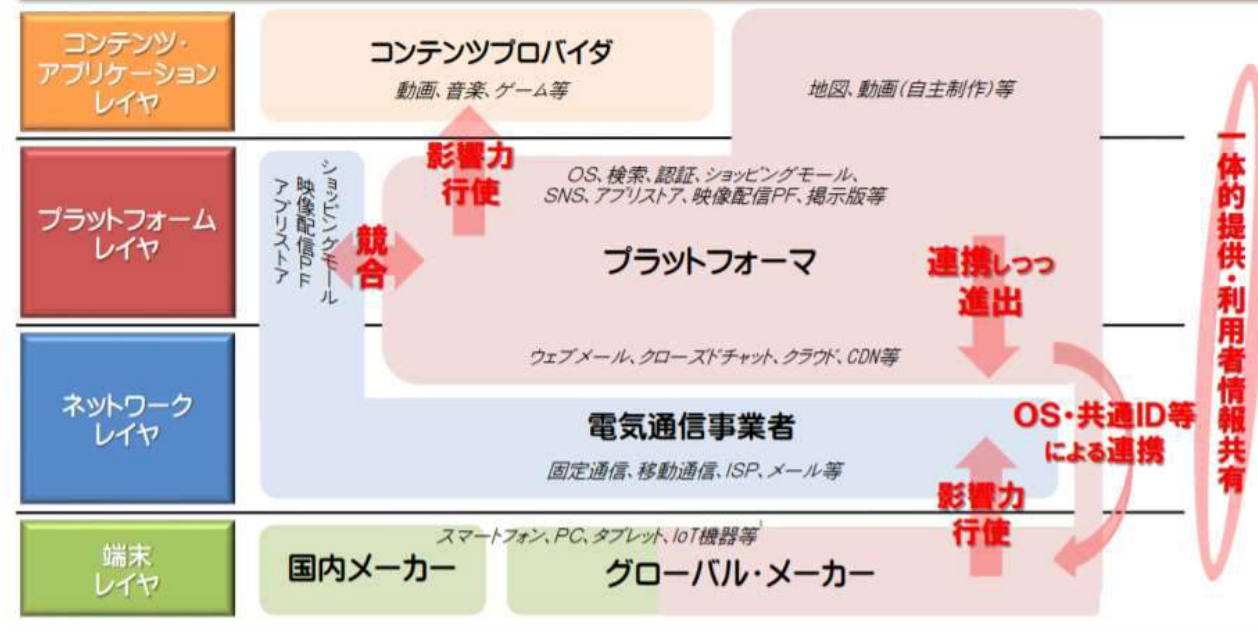
# 1. 電気通信事業との関係

- 電気通信事業を取り巻くレイヤ構造についてみると、デジタル・プラットフォームは、コンテンツ・アプリケーション、ネットワークレイヤ、端末レイヤに進出し、レイヤを超えた一体的なサービス提供を行うなど、ネットワークレイヤをはじめとする他のレイヤに対する影響力を拡大する可能性が示されてきた。

## 現在の電気通信事業を取り巻くレイヤ構造

46

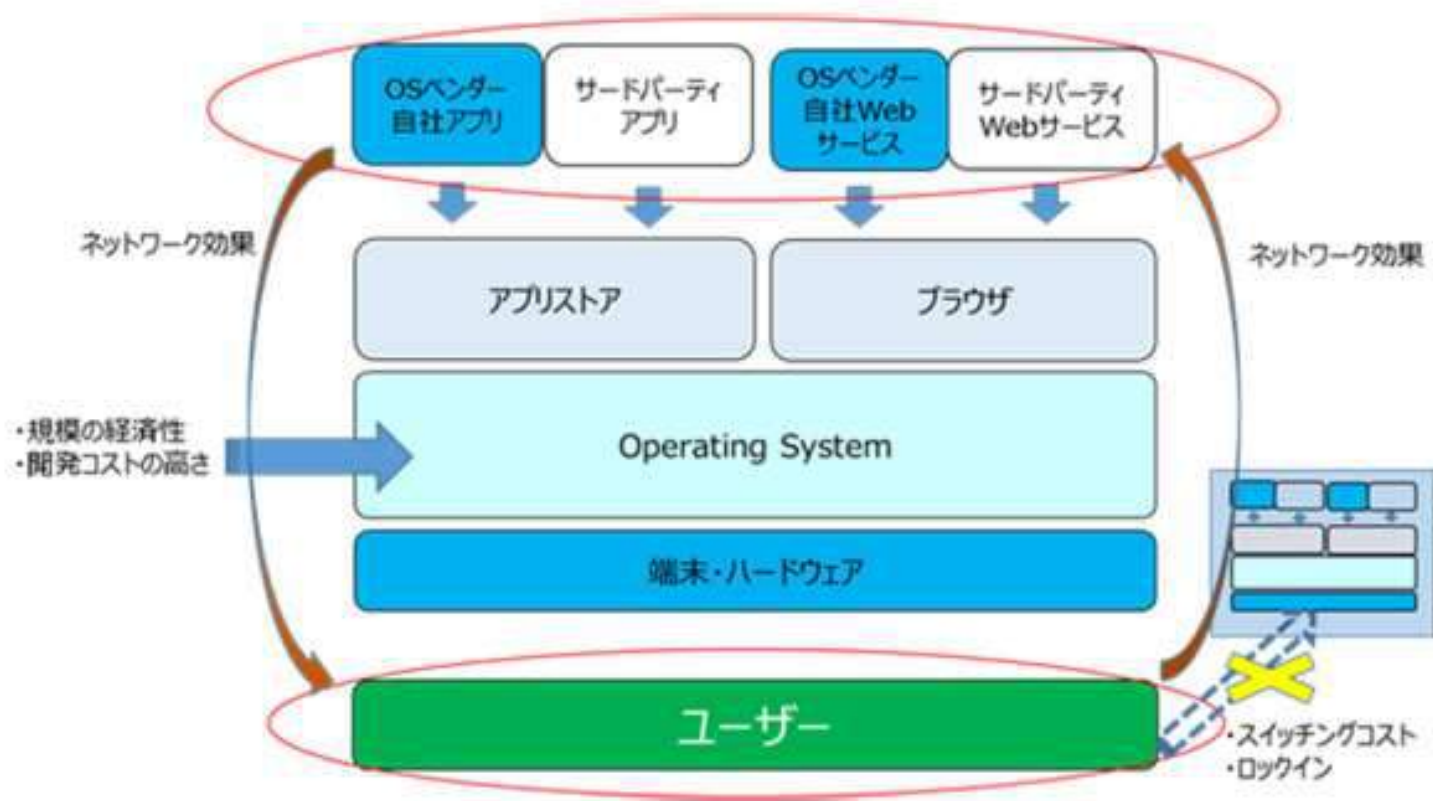
- プラットフォームは、コンテンツ・アプリケーションレイヤやネットワークレイヤ、端末レイヤに進出。レイヤを超えた一体的なサービス提供を行うなど、各レイヤへの影響力も拡大。
- ネットワークの仮想化等の進展により、ネットワーク機器の汎用化・ソフトウェアによる制御が進むと、プラットフォームレイヤのネットワークレイヤに対する影響力がさらに拡大する可能性があるほか、今後、IoT機器等が増加に伴い、IoT機器のデータ等を集約・分析するプラットフォームサービスの社会的役割は拡大すると考えられる。



【出典】総務省「情報通信審議会 電気通信事業政策部会 電気通信事業分野における競争ルール等の包括的検証に関する特別委員会(第1回)配布資料」2018年10月4日

## 2. モバイル・エコシステム

- モバイル・エコシステムという観点からみると、スマートフォンという強い顧客接点の上に、少数のプレイヤーのみが存在するOSレイヤーと、それを基盤とする各レイヤー（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。
- モバイル・エコシステム全体として、ネットワーク効果等の特性を有しており、それによる高い参入障壁を構築することにつながっていることが指摘されている。



【出典】デジタル市場競争会議「モバイル・エコシステムに関する競争評価中間報告」2022年4月26日

### 3. 公正取引委員会による調査

- 2021年10月6日、公正取引委員会が、モバイルOSとアプリ等の流通市場の構造や競争の実態について調査を実施すると発表。
- 現在、公正取引委員会のホームページに「デジタル・プラットフォーマーの情報提供窓口」を設置。

情報提供者の企業名又は個人名		<input type="text"/>
情報提供者の連絡先	連絡先電話番号	<input type="text"/>
	連絡先メールアドレス	<input type="text"/>
取引又は利用したデジタルプラットフォーム事業者の企業名又はサービス名		<input type="text"/>
デジタルプラットフォーム事業者に関する取引内容又は利用状況		<input type="text"/>
問題と思われる行為の内容【必須】 (全角5,000文字以内)		<input type="text"/>
内容を記載する際には、 <ul style="list-style-type: none"><li>・ いつ行われた行為か、誰が行っている行為か、</li><li>・ デジタルプラットフォーム事業者のどのような行為が、どのような方法で行われたか、</li><li>・ 情報提供者の取引や利用にとってどのような影響があったか、などが可能な限り明確になるように記載してください。</li></ul>		

## Ⅱ. アンドロイドのビジネスモデルと協定



# 1. PCからモバイルへの移行

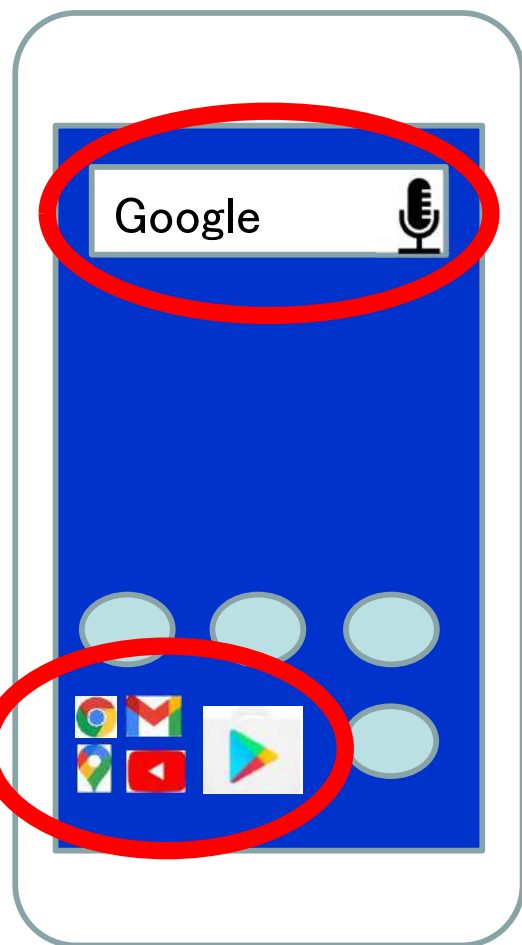
□ 米グーグル社は、グーグル検索連動型広告で収益を得るビジネスモデルであったが、インターネット産業の主要プラットフォームがPCからスマート・モバイル端末へと移行する中で、新しい戦略を必要とした。

- 同社が開発したスマート・モバイル OS であるアンドロイドは、オープン・ソース・ソフトウェアとして無償で提供され、それを採用する端末製造業者の製品に、同社のアプリ・セットであるグーグル・モバイル・サービス (Google Mobile Service: GMS) を搭載してもらうことで、スマート・モバイル端末でも引き続きグーグル検索連動型広告に基づく収益を獲得する戦略を採用した。

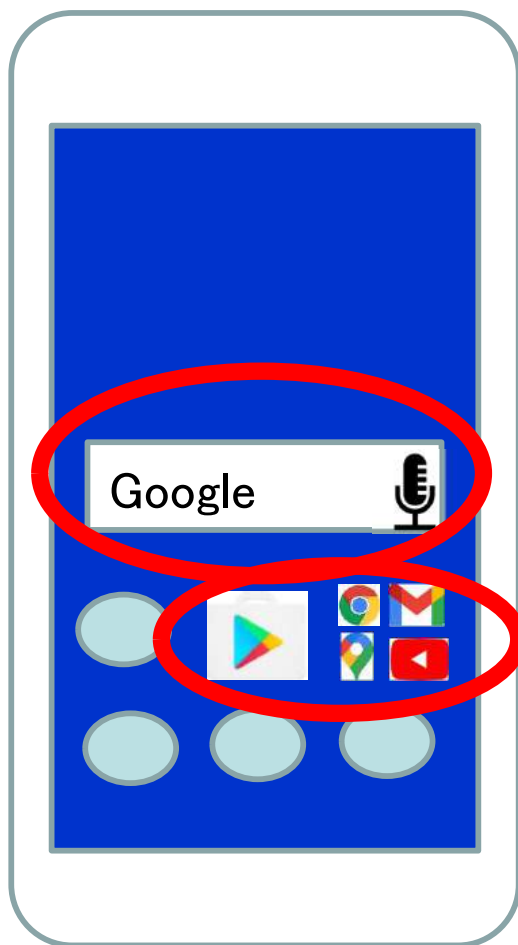
【出典】中島美香(2021)「グーグル・アンドロイド事件—スマート・モバイルOSのライセンスと競争法上の問題について—」特許研究71号34頁

## 2. アンドロイド／アンドロイド・フォーク

□ アンドロイドは、端末メーカーが、その製品に無料で組み込むことが認められている使用許諾型OSである。一方、米アップル社のiOSは、垂直統合事業者が採用する非使用許諾型OSである。



Xperia (Sony)  
イメージ



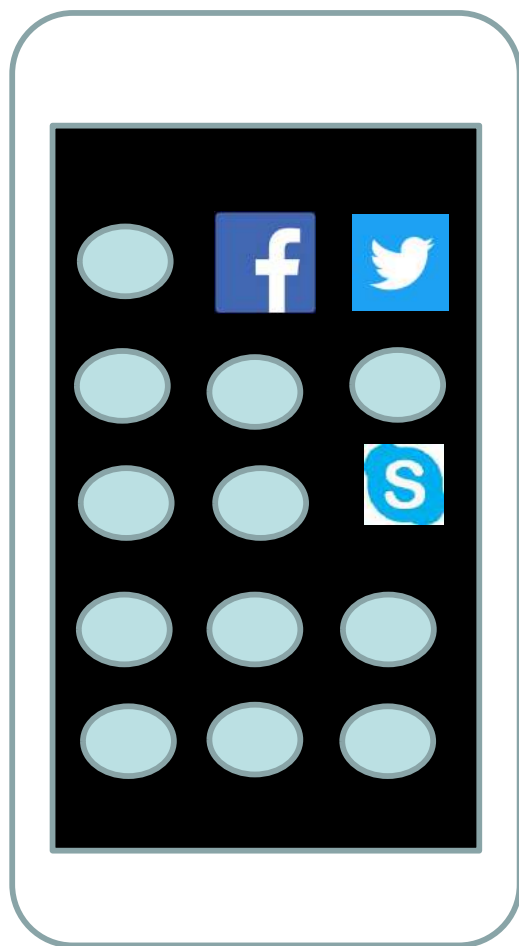
Galaxy (Samsung)  
イメージ

### 本件行為

- ① 端末製造業者に対して、「グーグル検索」を同社のスマート・モバイル・アプリ・ストア「プレイ・ストア」と抱き合わせた。
- ② 端末製造業者に対して、「グーグル・クローム」を「プレイ・ストア」及び「グーグル検索」アプリと抱き合わせた。
- ③ 端末製造業者に対して、「プレイ・ストア」及び「グーグル検索」アプリをライセンスするにあたって、「アンドロイド・フォーク」を搭載するスマート・モバイル端末を販売しないことを義務付けた。
- ④ OEM端末製造業者及び通信事業者に対して、「グーグル検索」を排他的にプリインストールすることを条件として、検索連動型広告収益分配協定の支払を行った。

## 2. アンドロイド／アンドロイド・フォーク

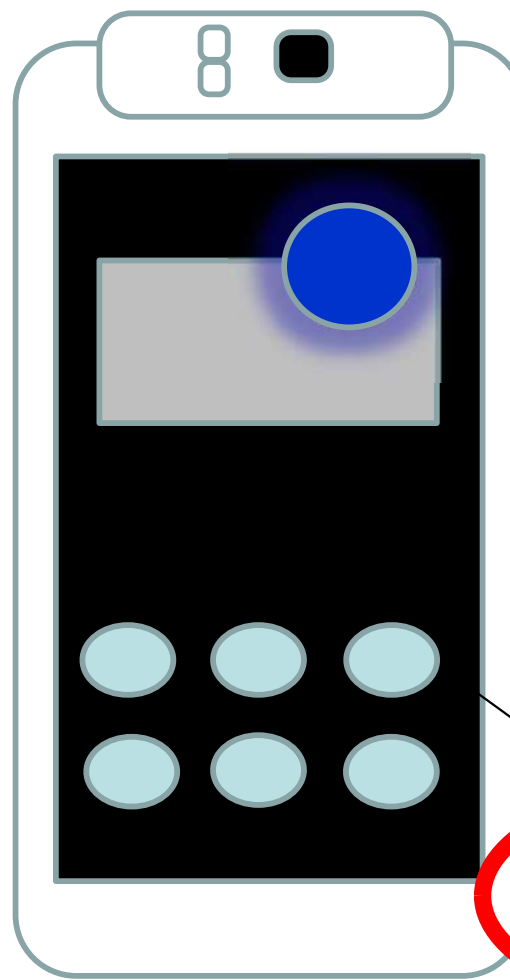
- アンドロイド・フォークとは、アンドロイドのオープン・ソース部分のみを採用しつつ、独自のインターフェイスやアプリなどを搭載するモバイル端末向けOSである。
- アンドロイド・フォークの成功例としては、米アマゾン社の「ファイアOS」などが挙げられる。



Fire OS ( Amazon )  
イメージ



Nokia X  
イメージ



CyanogenMod  
イメージ

グーグル・アプリを搭載  
できない。

### 3. アプリケーション

- グーグル・モバイル・サービス(GMS)は、グーグルの人気アプリやAPIをアンドロイド搭載端末に無料でプリインストールできるサービス(プレイ・ストアのほか、グーグル検索、グーグル・クローム、ユー・チューブ、グーグル地図、Gメールなど)。

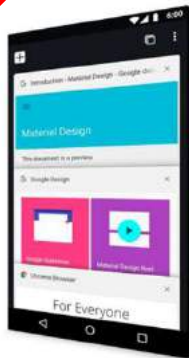


#### Google の人気アプリをまとめて1つに

Google モバイル サービス (GMS) は、Google のアプリや API をまとめたものです。Google アプリが連携して端末の機能を補完するため、買ったその日から快適に使える端末を提供できます。



グーグル検索



グーグル・クローム



YouTube



プレイ・ストア

【出典】GMSのウェブサイト

## 4. モバイルアプリ頒布協定 (Mobile Application Distribution Agreement: MADA )

- 米グーグル社は、端末製造業者等に「プレイ・ストア」をライセンスする条件として、「グーグル検索」アプリやモバイル・ウェブ・ブラウザ「グーグル・クローム」等、同社がライセンスを持つアプリ・セット(GMS)と一緒にプリインストールすることを内容とする MADA の締結を求めている。

### MADAの例

- 端末製造業者が1つ以上のグーグル・アプリをプリインストールすることを決定した場合には、グーグルが定める所定のアプリ全部をプリインストールしなければならない。
- 端末製造業者は、「グーグル検索アプリ」、「プレイ・ストア」、及び、「グーグル」とラベル付けされたフォルダ(「グーグル・フォルダ」)にアクセスするアイコンを端末のデフォルトのホームスクリーン上に置かなければならない。
- その他のプリインストール・グーグル・アプリは、ホームスクリーンもしくはその一層下の階層に置かなければならない。
- 端末製造業者は、グーグル検索を、あらゆるウェブ検索のアクセス・ポイントでデフォルトの検索プロバイダとして設置しなければならない、など。

【出典】中島美香(2021)「グーグル・アンドロイド事件—スマート・モバイルOSのライセンスと競争法上の問題について—」特許研究71号34頁

## 5. 断片化禁止協定 (Anti-Fragmentation Agreement: AFA)

- 米グーグル社は、端末製造業者に「プレイ・ストア」及び「グーグル検索」アプリをライセンス許与するに際し、AFA の定める断片化禁止義務(以下、「AFA 義務」という。)に合意することを条件としている。
- AFA は、端末製造業者の製品がAndroid対応端末であることを条件とし、かつ、Androidの「断片化」を引き起こすいかなる行為も禁止している。

### AFAの例

端末製造業者は、AFA に基づき、以下を遵守しなければならない。

- (1) [企業名]は、以下のいずれかの製品のみを頒布する。( i ) Android対応端末本体。( ii ) Android対応端末のみで頒布されるソフトウェア。
- (2) [企業名]は、Androidの断片化を生じまたはその可能性のある行為をしない。
- (3) [企業名]は、AndroidまたはAndroid対応端末から派生する SDK (Software Development Kit) を頒布してはならず、また、[OEM 端末製造業者の企業名]は、AndroidまたはAndroid対応端末から派生する第三者の SDK の作成または促進に一切関わってはならない。

⇒ AFA の締結は、MADA 締結の前提条件となっている。

【出典】中島美香(2021)「グーグル・Android事件—スマート・モバイルOSのライセンスと競争法上の問題について—」特許研究71号34頁

## 6. ポートフォリオ収益分配協定

- 米グーグル社は、ポートフォリオの規格に該当する端末製品に競合他社の一般検索サービスをプリインストールして販売しないことを条件として、検索連動型広告収益をOEM端末製造業者と通信事業者に分配した。

### ポートフォリオ収益分配協定の例

- もし OEM 端末製造業者と通信事業者が、自社が製造又は販売する端末の一部に他社サービスをプリインストールしていたならば、当該端末製品だけでなく、一般検索サービスがプリインストールされなかった、ポートフォリオの規格に該当する他の端末製品全部についても、収益分配を失うこととなった。

【出典】中島美香(2021)「グーグル・アンドロイド事件—スマート・モバイルOSのライセンスと競争法上の問題について—」特許研究71号34頁

## 【参考】ポータルフォーリオ収益分配の割合など

- 収益分配の割合はマスキングされており、詳細不明。ポータルフォーリオ収益分配協定を締結したOEM端末製造業者及び通信事業者は、グーグル検索クエリの70-80%をカバーする支払いしか受け取っていない(モバイル・ウェブ・ブラウザ経由のグーグル検索のホームページから生じたクエリである20-30%のポータルフォーリオ収益分配の支払いを与えなかったため)。

### 収益分配の割合

Table 20: Percentage ranges of portfolio-based revenue share payments

OEM	Percentage (range) of revenue shares in the agreement	Minimum monthly revenue share actually paid
[Revenue share partner]	[Revenue share terms]	[Revenue share terms] <sup>1333</sup>
[Revenue share partner]	[Revenue share terms]	[Revenue share terms] <sup>1334</sup>
[Revenue share partner]	[Revenue share terms]	[Revenue share terms] <sup>1335</sup>
[Revenue share partner]	[Revenue share terms]	[Revenue share terms] <sup>1336</sup>
[Revenue share partner]	[Revenue share terms]	[Revenue share terms] <sup>1337</sup>
[Revenue share partner]	[Revenue share terms]	[Revenue share terms] <sup>1338</sup>

MNO		
[Revenue share partner]	[Revenue share terms]	[Revenue share terms] <sup>1339</sup>
[Revenue share partner]	[Revenue share terms]	[Revenue share terms] <sup>1340</sup>
[Revenue share partner]	[Revenue share terms]	[Revenue share terms] <sup>1341</sup>
[Revenue share partner]	[Revenue share terms]	[Revenue share terms] <sup>1342</sup>

【出典】 European Commission (2018), AT.40099 – Google Android, COMMISSION DECISION of 18.7.2018 relating to a proceeding under Article 102 of the Treaty on the Functioning of the European Union (the Treaty) and Article 54 of the EEA Agreement (July 18, 2018), at para 1239–1240.



# Ⅲ. EU競争法及び米国反トラスト法

# 1. EU競争法

□ 欧州連合運営条約第102条は、支配的地位の濫用について、以下のように定めている。

## 欧州連合運営条約第102条

「域内市場又はその主要な部分において支配的な地位にある一又は二以上の企業によるその地位の濫用は、加盟国間の貿易が影響を受け得る限りにおいて域内市場と両立しない者として禁止される。

特にその濫用は、次のことを含む。

- (a) 不公正な購入価格、販売価格又はその他の不公正な条件を直接又は間接に課すこと。
- (b) 生産、販路又は技術開発を消費者に不利に制限すること。
- (c) 同等の取引に対して他の取引主体に異なる条件を適用することにより取引主体を競争上不利にすること。
- (d) その給付の内容又は商慣習から契約の対象と関係しない追加的な給付を相手方が受諾することを契約の条件とすること。」

【出典】条文の訳は、岩沢雄司(編)(2018年)『国際条約集 2018年版』有斐閣69頁に基づく。

## 2. 米国反トラスト法

□ シャーマン法第2条は、独占行為の禁止について、以下のように定めている。

### シャーマン法第2条

「数州間又は外国との取引もしくは商業のいかなる部分をも独占し、独占を企図し、又はその目的をもって1人もしくは数人と結合もしくは共謀をする者は重罪を犯したものとし、有罪の決定があったときは、裁判所の裁量により、法人の場合には1億ドル以下の罰金、その他の場合には100万ドル以下の罰金もしくは10年以下の禁錮に処し、又はこれを併科する。」

【出典】条文の訳は、松下満雄・渡邊泰秀(編)(2012)『アメリカ 独占禁止法[第2版]』東京大学出版会7頁に基づく。

### 3. 市場の画定及び市場の支配性(欧州委員会)

□ 欧州委員会は、本件の関連市場は、以下であると結論する。

#### 欧州委員会決定

- (1) スマート・モバイル使用許諾型OSに関する世界市場(中国を除く)
- (2) アンドロイドのアプリ・ストアに関する世界市場(中国を除く)
- (3) 一般検索サービスに関する欧州経済領域各加盟国市場、及び、
- (4) OS非依存型モバイル・ウェブ・ブラウザに関する世界市場

【出典】中島美香(2021)「グーグル・アンドロイド事件—スマート・モバイルOSのライセンスと競争法上の問題について—」特許研究71号34頁

### 3. 市場の画定及び市場の支配性(欧州委員会)

- 欧州委員会は、米グーグル社が2011年以降、以下の市場で支配的地位を維持していると結論する。

#### 欧州委員会決定

- (1) スマート・モバイル使用許諾型OSに関する世界市場(中国を除く)  
⇒ 「アンドロイド」が95%以上
- (2) アンドロイドのアプリ・ストアに関する世界市場(中国を除く)  
⇒ 「グーグル・プレイ」が90%以上
- (3) 一般検索サービスに関する欧州経済領域各加盟国市場  
⇒ 「グーグル検索」が90%以上

【出典】中島美香(2021)「グーグル・アンドロイド事件—スマート・モバイルOSのライセンスと競争法上の問題について—」特許研究71号34頁

### 3. 市場の画定及び市場の支配性(米国の訴状)

□ 米国の訴状は、本件の関連市場は、以下であると主張している。

#### 米国の訴状

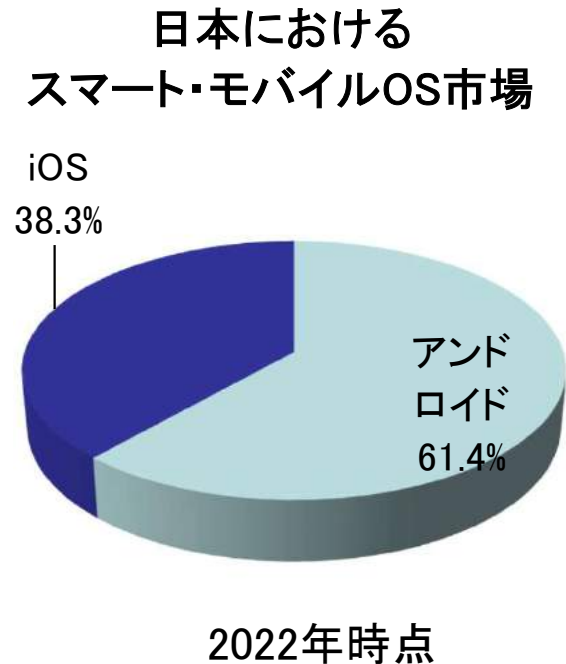
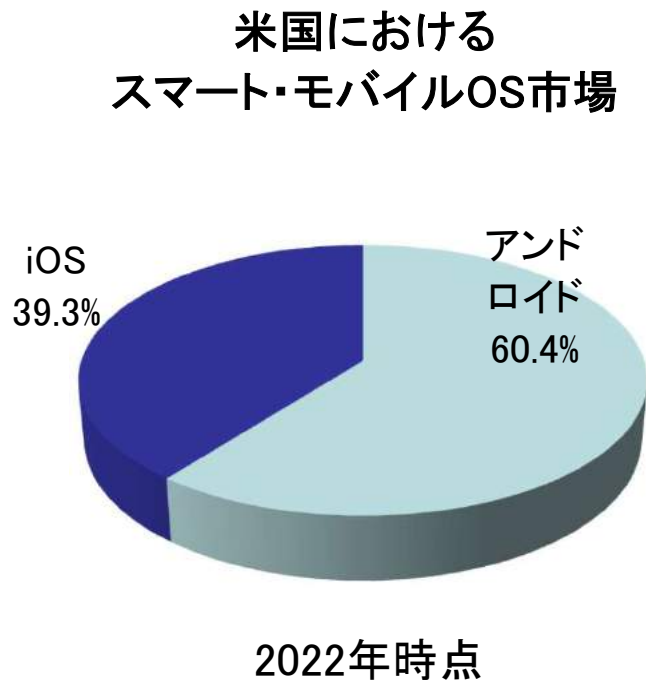
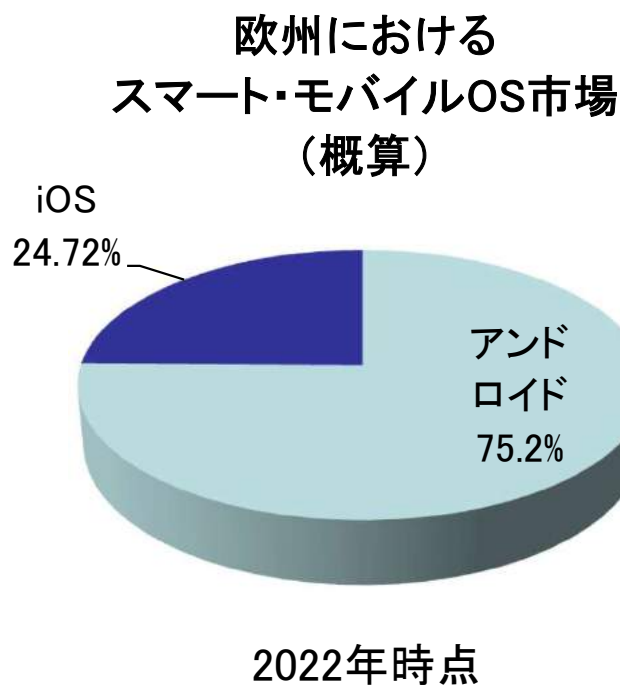
- (1) 一般検索サービス市場
- (2) 検索広告市場、及び、
- (3) 一般検索テキスト広告市場

⇒グーグルは、いずれの市場においても独占力を有すると主張。

【出典】中島美香(2021)「グーグル・アンドロイド事件—スマート・モバイルOSのライセンスと競争法上の問題について—」特許研究71号34頁

## 【参考】スマート・モバイルOS市場

- 欧州におけるスマート・モバイルOS市場では、米グーグル社のアンドロイドが米アップル社のiOSを大きく上回っている。米国と日本では、アンドロイドが約60%、iOSが約40%。また、いずれも、非使用許諾型OSであるiOSを除くと、使用許諾型OSは、アンドロイドのシェアが100%となっている。
- グーグル・プレイとアップル・ストアの比較については、明確なデータは見当たらないが、OSとアプリストアが相関していることに鑑みると、グーグル・プレイが優勢であると推測される。



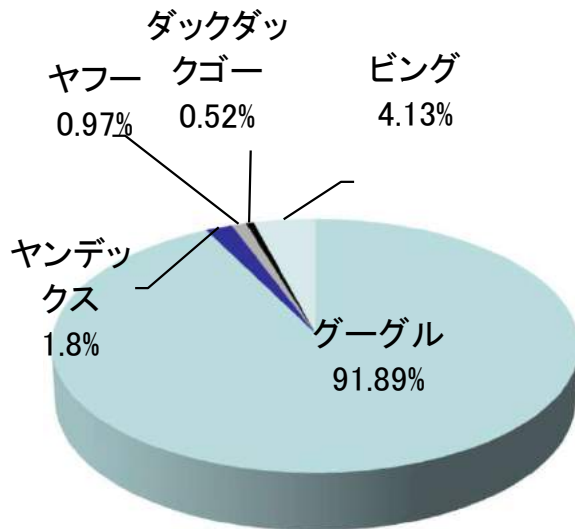
【出典】欧州のシェアについては、Kantar Worldpanel ComTech, Smartphone OS sales market shareにおける英国、ドイツ、フランス、イタリア及びスペインのデータに基づき概算して作成。日本のシェアについても、同サイトの数値に基づく。

<http://www.kantarworldpanel.com/global/smartphone-os-market-share/>

## 【参考】一般検索サービス市場

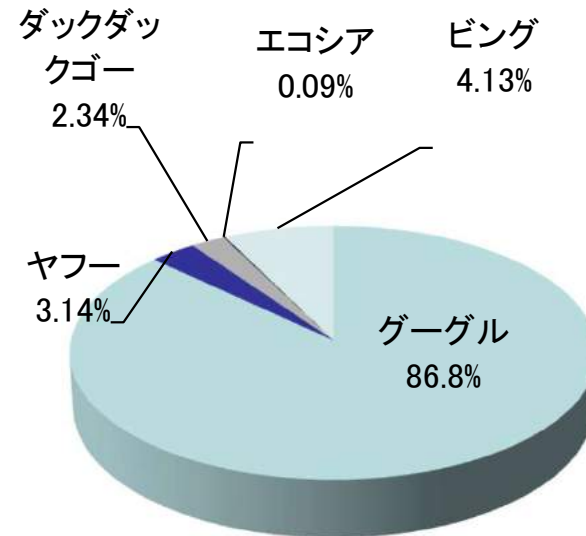
- 欧州における一般検索サービス市場は、米グーグル社が約92%とのデータがある。米国においては、米グーグル社が約87%、日本においては、米グーグル社が約76%、ヤフー・ジャパン社が約15%とのデータがある。
- 検索広告については、明確なデータは見当たらないが、検索サービスと検索広告が関連していることに鑑みると、米グーグル社が優勢であると推測される。

欧州における  
一般検索サービス市場



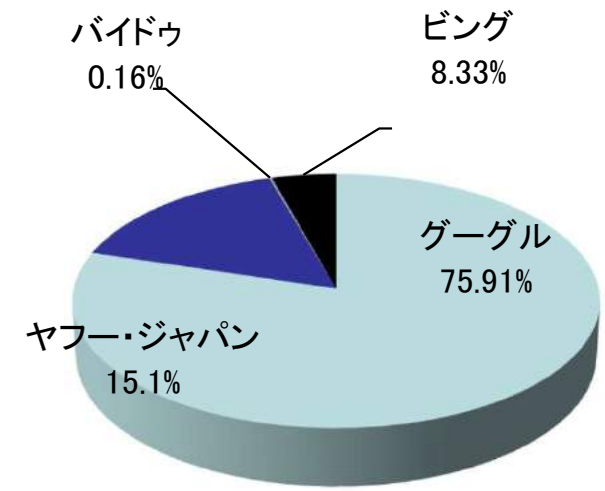
2022年時点

米国における  
一般検索サービス市場



2022年時点

日本における  
一般検索サービス市場



2022年時点

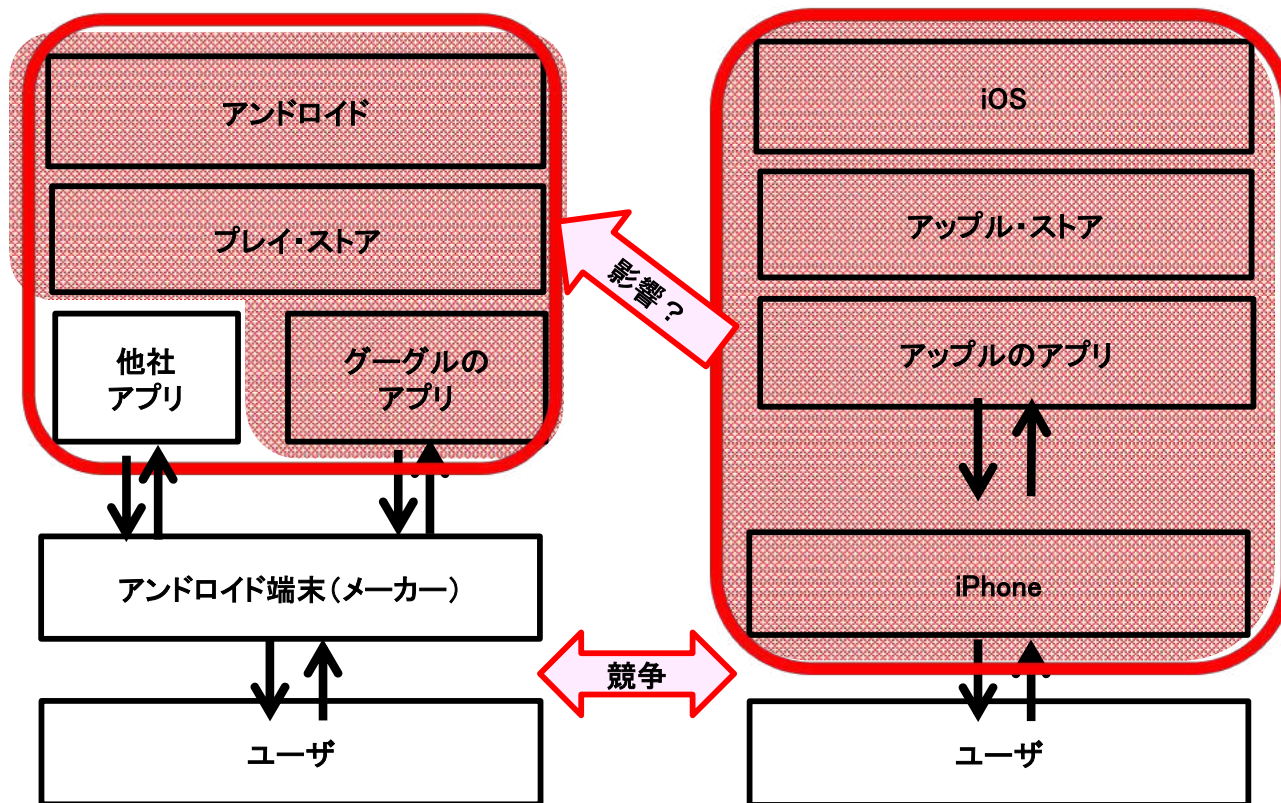
【出典】StatCounter GlobalStats, Search Engine Market Share (Oct 2021 - Oct 2022), <http://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>.



# 【参考】非使用許諾型OSが使用許諾型OS市場へ与える影響

- 欧州委員会は、iOSによる、使用許諾型OSの世界市場(中国を除く)における米グーグル社の支配的地位の間接的な制限は不十分にとどまると指摘する。

## 【参考】非使用許諾型OSが使用許諾型OS市場へ与える影響のイメージ？



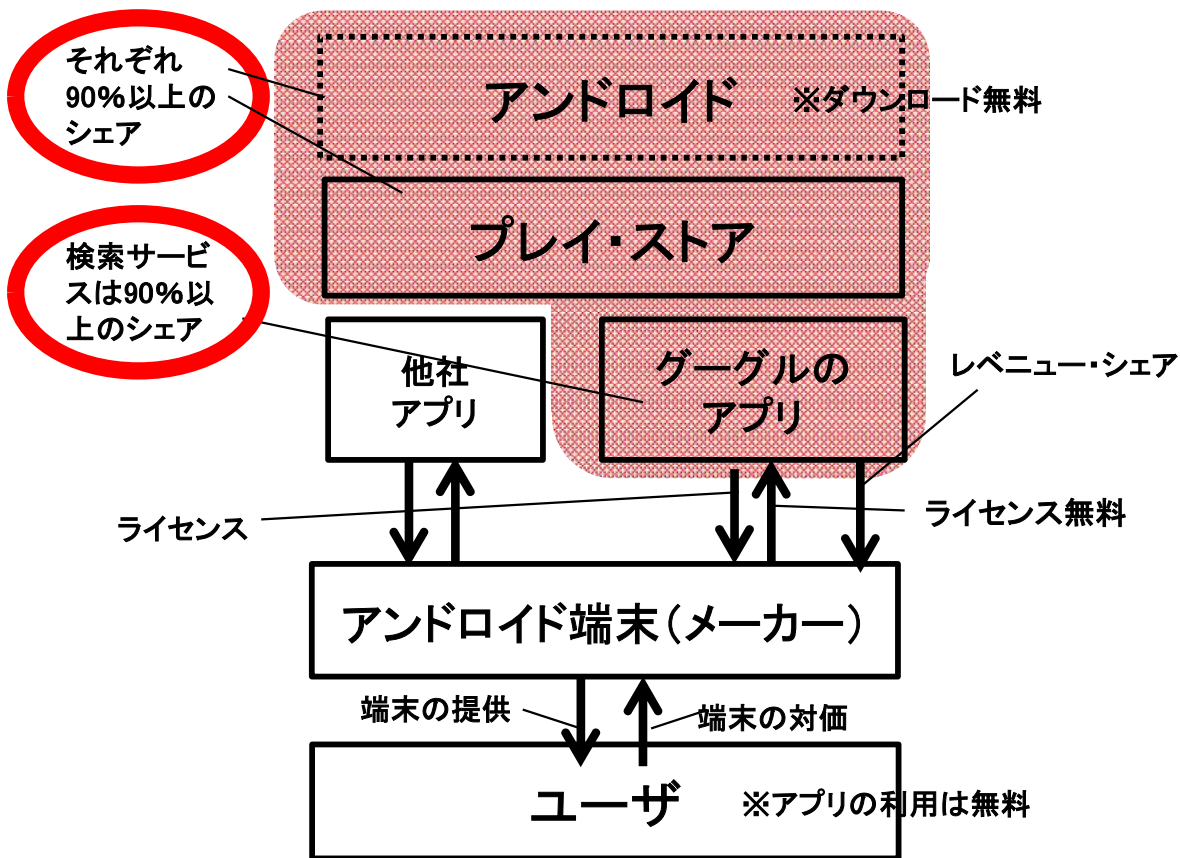
- (i) 米グーグル社のAndroid端末とiOS端末の間には重大な価格差がある。
- (ii) Android端末の利用者は、iOS端末へ乗り換える際には相当な費用に直面する。
- (iii) 利用者は、現在使っているスマート・モバイルOSに相当程度の忠誠心を示している。
- (iv) アプリ開発者が、グーグル・Androidのための開発をやめて、iOS専用の開発を行う可能性は低い。

【出典】中島美香(2021)「グーグル・Android事件—スマート・モバイルOSのライセンスと競争法上の問題について—」特許研究71号34頁

## 4. 濫用行為(欧州委員会)

□ グーグルは、一般検索市場における自社の支配的地位を維持することを目的として、本件行為①～④を行った。

### 【参考】本件行為のイメージ？



### 本件行為

- ① 端末製造業者に対して、「グーグル検索」を同社のスマート・モバイル・アプリ・ストア「プレイストア」と抱き合わせた。
- ② 端末製造業者に対して、「グーグル・クローム」を「プレイストア」及び「グーグル検索」アプリと抱き合わせた。
- ③ 端末製造業者に対して、「プレイストア」及び「グーグル検索」アプリをライセンスするにあたって、「アンドロイド・フォーク」を搭載するスマート・モバイル端末を販売しないことを義務付けた。
- ④ OEM端末製造業者及び通信事業者に対して、「グーグル検索」を排他的にプリインストールすることを条件として、検索連動型広告収益分配協定の支払を行った。

【出典】中島美香(2021)「グーグル・アンドロイド事件—スマート・モバイルOSのライセンスと競争法上の問題について—」特許研究71号34頁

# 4. 濫用行為(欧州委員会)

□ グーグルは、一般検索市場における自社の支配的地位を維持することを目的として、本件行為①～④を行った。

## 本件行為①

プレイ・ストア (主たる製品) + ゴーグル検索アプリ (従たる製品)

ライバルの例  
Bing  
yahoo!  
DuckDuckGo

一般検索サービス・プロバイダ

排除

## 本件行為②

プレイ・ストア (主たる製品) + ゴーグル検索アプリ (従たる製品) + ゴーグル・クローム (従たる製品)

ライバルの例  
Edge  
Firefox  
Opera Touch

OS非依存型モバイル・ウェブ・ブラウザ

排除

## 本件行為③

プレイ・ストア (主たる製品) + ゴーグル検索アプリ (従たる製品) + AFA義務 (従たる製品)

ライバルの例  
Android  
Firefox

アンドロイド・フォーク

排除

## 本件行為④

ライバルの例  
Bing  
yahoo!  
DuckDuckGo

一般検索サービス・プロバイダ

排除

【出典】中島美香(2021)「グーグル・アンドロイド事件—スマート・モバイルOSのライセンスと競争法上の問題について—」特許研究71号34頁

## 【参考】間接ネットワーク効果に関する認定

- 支配的地位の濫用を認定するにあたり、米マイクロソフト社事件でPC用OSに関して認定された間接ネットワーク効果を、本件における米グーグル社のアンドロイドの検討でも存否を認定するべきとする米グーグル社の主張は採用されなかった。

### 欧州委員会決定

一般検索サービスはネットワーク効果を有するが、2007年のEU一般裁判所判決は、本件でグーグル検索アプリ及びグーグル・クロームに関して違反決定をするにあたって、「間接ネットワーク効果」を認定することを必然とするものではない。つまり、間接ネットワーク効果の存在は、欧州委員会が2004年米マイクロソフト社事件違反決定等において考慮した要素の一つであったが、EU一般裁判所判決には、欧州委員会が抱き合わせの効果を検討する際にそのようなネットワーク効果を認定することを一般的な要件とする判示はない。

## 4. 濫用行為(米国の訴状)

□ 米国の訴状は、グーグルが、一般検索サービス市場、検索広告市場、及び、一般検索テキスト広告市場における独占事業者であり、同社の以下の行為について、反競争行為であると訴えている。

### 米国の訴状

(1) モバイルにおける検索の頒布を閉鎖する協定

① アップルのiOS端末における頒布

② アンドロイド端末における頒布

- アンドロイド・フォーク禁止協定(Anti-Forking Agreement : AFA)
- プリインストール協定(Mobile Application Distribution Agreement : MADA)
- 収益分配協定

(2) ブラウザの頒布を閉鎖する協定

(3) 次世代の検索頒布経路のコントロール

※米国の訴状も、グーグルのMADAが、抱き合わせを実現するものである点に言及している。

【出典】 DoJ (2020), Press Release, Justice Department Sues Monopolist Google For Violating Antitrust Laws, October 20, 2020

## 4. 濫用行為(米国の訴状)

- 米国の訴状は、反競争効果として、以下の、多くの排他的協定、及び、単独に及び共同に競争を害した他の行為を通じて、一般検索サービス、検索広告、及び、一般検索テキスト広告における独占を違法に維持したとする。

### 米国の訴状

- (1) 一般検索サービスにおける競争を実質的に閉鎖すること、及び、有意義な競争に対して、米国における大多数の検索クエリを保護すること。
- (2) 一般検索のライバルを効果的な頒布経路から排除し、それによって、ライバルが一般検索サービス、検索広告、及び、一般検索テキスト広告において効果的に競争するために必要なスケール・メリットを否定したこと。
- (3) 一般検索サービスのライバルの他の潜在的な頒布経路を妨害したこと。
- (4) コンピューター及びモバイル端末の両方において、参入障壁を増加し、検索アクセス・ポイントで、黎明期の競争者から競争を排除すること。
- (5) 代替的な検索アクセス・ポイントとして、又は、伝統的なグーグル検索モデルに対する破壊者として、サービスを提供する新規の製品における革新を阻害すること。
- (6) 一般検索サービス、検索広告、及び、一般検索テキスト広告の製品及びサービスを改善する重要な競争圧力からグーグルを遮断すること。

## 4. 濫用行為(米国の訴状)

- 米国の訴状は、反競争効果として、以下の、多くの排他的協定、及び、単独に及び共同に競争を害した他の行為を通じて、一般検索サービス、検索広告、及び、一般検索テキスト広告における独占を違法に維持したとする。

### 米国の訴状

- 一般検索サービスにおける競争を制限することによって、同社の行為は、(プライバシー、データ保護及び消費者データの利用を含む) 一般検索サービスの品質を減じ、一般検索サービスにおける選択を少なくし、そして、革新を阻害した結果、消費者を害してきた。
- 同社の排他的行為はまた、検索広告及び一般検索テキスト広告市場における競争を実質的に制限し、広告主を害している。競争を抑圧することにより、同社は、競争的な市場で行われるよりも広告主に料金を課す方法で、広告目録の量と入札の力学を巧みに操作する力を有している。同社はまた、マーケティング・キャンペーンについて広告主に提供する情報を制限することを含む、広告主に提供するサービスの質を減ずることも可能である。
- 同社の行為はまた、その他の点でグーグルにチャレンジするかもしれない検索の特徴を売りにする革新的なアプリの頒布を妨げることにより、競争を害してきた。

## 5. 排除命令等

- 欧州委員会決定の排除命令、米国の訴状が求める内容は、以下の通り。

### 欧州委員会決定

- 欧州委員会の違反決定書は、グーグルに対して、違反決定の通知から90日以内に、単独の、継続的な違反行為、及び、本件各4つの違反行為のそれぞれを終了するよう求めている。また、グーグルの違反行為に対する制裁金として、グーグルに約43億4300万ユーロを課している。

【出典】European Commission (2018), Case AT.40099 – Google Android, COMMISSION DECISION of 18.7.2018 relating to a proceeding under Article 102 of the Treaty on the Functioning of the European Union (the Treaty) and Article 54 of the EEA Agreement.

### 米国の訴状

- 米国の訴状は、いかなる反競争的な害をも取り除くために必要とされる構造的救済措置 (structural relief) を講じるよう求めている。また、グーグルが訴状に記載した反競争の実務に従事することを禁ずるよう求めている。さらに、グーグルの違法な行為によって影響を受ける市場において競争的な条件を回復するのに必要かつ適切な、いかなる予備的又は恒久的な救済も講じるよう求めている。

【出典】DoJ (2020), Press Release, Justice Department Sues Monopolist Google For Violating Antitrust Laws, October 20, 2020



## 6. 議論の状況

- 米グーグル社のアンドロイドに関するビジネスモデルについては、欧州委員会の違反決定以前から、賛否それぞれの立場から議論がなされてきた。また、違反決定以降も、アンドロイドに関するビジネスモデルの競争法上の問題について、欧米における比較を行う論文が散見されるようになっている。

### 結論の賛否に触れないもの

- G. Monti and A. Feases (2021)は、結論の賛否には触れていないものの、欧米における市場画定及び濫用行為の相違に着目し、米司法省が欧州委員会よりも広いアプローチを採用した理由を、大要、以下のように述べる。
  - ✓ 米国の反トラスト法の下では、抱き合わせの事例は、より不透明であり、先例は、合理の原則か当然違法の原則のアプローチのいずれが要求されるのかも明らかではない。
  - ✓ 米司法省は、アップルとの長期にわたる協定により、競合する検索エンジンの重要な頒布チャンネルへのアクセスは、長い期間にわたり、著しく閉鎖されることになったことに着目。
  - ✓ そのうえ、米司法省が、損失を消費者の側においてのみ考えるだけでなく、広告主の側においても考える方法は、興味深い。

## 6. 議論の状況(グーグルのビジネスモデルに批判的な立場)

- 米グーグル社のビジネスモデルに批判的な立場は、モバイルOSの選択肢の少なさ、デフォルト設定による検索アプリの固定、グーグル検索以外のアプリ追加による金銭的なペナルティの存在を指摘する。

### 米グーグル社のビジネスモデルに批判的な立場

- Edelman and Geradin (2016)は、グーグルの 안드로이드に関する各協定 (MADA、AFA及び収益分配協定) について、大要、以下のように述べる。
  - ✓ AFAは、主たる端末メーカーが、 안드로이드の他社改訂版を展開することを妨げている。AFAは、競合するアプリ開発者が、アプリを商業化するにあたり、 안드로이드の他社改訂版へアクセスする機会を奪っている。結果として、エンド・ユーザーは、主流となっている機種に搭載されるグーグル版 안드로이드、経験値の不足する端末メーカー製機種が採用する改訂版 안드로이드、そして、iOSプラットフォームという3つの選択肢しか残されていない。
  - ✓ グーグルのMADAの大半は、端末メーカーが同社のアプリをプリインストールすることを要求するだけでなく、同社のアプリやサービスをデフォルトに設定することを要求しており、ユーザーがデフォルト設定を変更することはほとんどないとの調査結果もあり、デフォルト設定は排他性の重要な要因となる。
  - ✓ 収益分配協定に関し、端末メーカーおよびモバイル通信事業者は、グーグル検索以外のアプリを追加すれば、報奨金を失うこととなり、「自由に(タダで)」とは裏腹に金銭的なペナルティを受けることになる。

【出典】Benjamin Edelman and Damien Geradin (2016), Android and Competition Law: Exploring and Assessing Google's Practices in Mobile, p.9.

## 6. 議論の状況(グーグルのビジネスモデルに批判的な立場)

□ 米グーグル社のビジネスモデルに批判的な立場は、グーグルによるグーグル・プレイとグーグル検索の頒布方法が、EUにおける抱き合わせの要件に当てはまるものとする。

### 米グーグル社のビジネスモデルに批判的な立場

独自の「6段階テスト」	グーグル事件	2004年マイクロソフト事件 欧州委員会決定
①被疑者は、主たる商品市場で市場支配力を有するか	①グーグルの「グーグル・プレイ」は、アプリ・ストア市場で支配力を有する。	①マイクロソフトのウィンドウズは、PCソフトウェア市場で支配力を有する。
②主たる商品と従たる商品は、異なる商品か	②「グーグル・プレイ」と、「グーグル検索」または「クローム」は、異なる商品である。	②ウィンドウズとウィンドウズ・メディア・プレイヤーは、異なる商品である。
③主たる商品と従たる商品が、抱き合わせされているか	③グーグルは、「グーグル・プレイ」を、「グーグル検索」および「クローム」なしに、プリインストールすることを禁じている。	③マイクロソフトは、ウィンドウズを、ウィンドウズ・メディア・プレイヤーなしに、獲得する機会を与えていない。
④抱き合わせ行為は、競合事業者を排除しているか	④グーグルの抱き合わせは、「グーグル検索」等と競争するアプリ開発者の努力を妨害することにより、排他的な効果を有している。	④マイクロソフトの抱き合わせは、ウィンドウズ・メディア・プレイヤーと競争する事業者に対して、排他的な効果を有している。
⑤抱き合わせは、消費者を害しているか	⑤店頭価格において、当該アプリの大半は無料であるが、これらのアプリは、個人情報の収集および処理と同様に、広告も含めて、ユーザーにコストを転嫁している。この点に関して、アンドロイド・ユーザーは、競争から製品の多様性や革新を増大させる利益を得られたはずである。	—
⑥抱き合わせ行為は、競争排除の代償となるべき効用 (efficiencies) を創出しているか	⑥MADAおよびAFAによる競争排除が、効用創出の源泉であるとしても、競合事業者を全面的に排除することを正当化するものではない。	—

【出典】Benjamin Edelman and Damien Geradin (2016), *Android and Competition Law: Exploring and Assessing Google's Practices in Mobile*, p.9.

## 6. 議論の状況(グーグルのビジネスモデルに批判的な立場)

- その他、米グーグル社のビジネスモデルに批判的な立場は、米国では規制が足りない点を指摘し、デジタル・プラットフォームに対する連邦取引委員会の執行権限の強化を提言する。

### 米グーグル社のビジネスモデルに批判的な立場

- B. Hughes (2020)は、欧米のマイクロソフト事件の比較を行い、欧州委員会の違反決定に賛成し、米国では規制が足りない点を指摘する。
- 特に規制スピードの点において、裁判を係属している間にデジタル・プラットフォームの市場支配力が強化されてしまう点を懸念する。そして、デジタル・プラットフォームに対する連邦取引委員会の執行権限の強化を提言する。

【出典】Benjamin Clay Hughes (2020), TIME FOR CHANGE: HOW GOOGLE'S ANTICOMPETITIVE CONDUCT REVEALS THE DEFICIENCIES OF MODERN ANTITRUST REGULATION, 4 Cardozo Int'l & Comp. L. Rev. 399.

## 6. 議論の状況(グーグルのビジネスモデルを支持する立場)

- 米グーグル社のビジネスモデルを支持する立場は、モバイルOS市場全体での競争を想定しており、米グーグル社の各協定があくまでも選択自由である点を強調する。

### 米グーグル社のビジネスモデルを支持する立場

- Körber (2014) は、グーグルの 안드로이드に関する各協定 (MADA、AFA及び収益分配協定) について、大要、以下のように述べる。
  - ✓ グーグルは、モバイルOS市場、アプリ・ストア市場及びアプリ市場で、活発な競争に直面しており、支配的地位を有しない。
  - ✓ 端末メーカーは、AFAにサインするもしないも自由である (また、アンドロイド・フォークの成功例として、「アマゾン・ファイア」等を挙げる)。
  - ✓ 標準MADAは、グーグル検索を専用サービスとすることも、ブラウザのデフォルト検索エンジンとすることも求めている。端末メーカーは、他社開発のアプリを、グーグルのアプリ・セット (GMS) と並べてインストールすることも禁じられていない。
  - ✓ グーグルは、箱出しですぐにユーザーがアプリ・セットを使える「グーグル体験」を提供するが、これは、アップルやマイクロソフトも行っていることである。消費者も自分自身でアプリをダウンロードし、端末をパーソナライズすることができるため、選択を害されることはない。

【出典】Torsten Körber (2014), Let's Talk About Android – Observations on Competition in the Field of Mobile Operating Systems, p.7.

## 6. 議論の状況(グーグルのビジネスモデルを支持する立場)

- 米グーグル社のビジネスモデルを支持する立場は、米グーグル社は活発な競争に直面しており、マイクロソフト決定で認定されたネットワーク効果は、モバイルOSに関しては存在しないか、存在するとしても非常に低い程度だと主張する。

### 米グーグル社のビジネスモデルを支持する立場

- Körber (2014) は、2004年と2009年の米マイクロソフト社に対する欧州委員会決定と比較した上で、大要、以下のように述べる。
  - ✓ 米グーグル社は、アンドロイド端末メーカーから（採用機種の世界市場供給を端末メーカーに依存していることから）の交渉圧力のみならず、（モバイルOS市場に）現にあるおよび将来参入するかもしれない競合事業者からの強い競争圧力にも直面している。
  - ✓ モバイルOS市場は若く、非常にダイナミックかつ革新的である。2つのマイクロソフト決定で認定された「アプリケーションの参入障壁」を生み出したネットワーク効果は、仮にアンドロイドについても存在するとしても、マイクロソフト事件に比してずっと低い程度にとどまる。スマートフォンOS用アプリの開発費は、PC向けアプリケーションとは異なり非常に廉価であり、アプリのマルチ・ホームイング（複数のモバイルOSに対応する仕様）も容易であり広く普及している。

【出典】Torsten Körber (2014), Let's Talk About Android – Observations on Competition in the Field of Mobile Operating Systems, p.7.

## 6. 議論の状況(グーグルのビジネスモデルを支持する立場)

- その他、米グーグル社のビジネスモデルを支持する立場は、米アップル社との競争関係に着目する。

### 米グーグル社のビジネスモデルを支持する立場

- Lamesch, Joé (2016)は、多面市場プラットフォームを、二面取引市場と二面非取引市場とに分けて考える考え方を紹介し、二面取引市場では、全体として一つの市場だけが画定されるべきであるとしたうえで、モバイルOSが二面取引市場であることに着目して、モバイルOSは消費者にアプリケーションを提供するために競争しており、欧州委員会の違反決定が 아이폰 を関連市場に含めなかったことに反対する立場を示しているほか、本件でブラウザとアプリ・ストアの競争も考慮して1つの市場として画定すべきであったと指摘している。

【出典】Lamesch, Joé (2016), Market Definition in the Google Android Case.

## 6. 議論の状況(グーグルのビジネスモデルを支持する立場)

- その他、米グーグル社のビジネスモデルを支持する立場は、GMSによるアプリ一式の頒布は、抱き合わせではないと考える。

### 米グーグル社のビジネスモデルを支持する立場

- T. Clark (2017)は、アンドロイド事件ではGMS一式で需要があり、異なる製品とすることに疑問があると述べる。また、欧米のマイクロソフト事件との相違に着目し、マイクロソフトのPC OSとウィンドウズ・メディア・プレイヤーの抱き合わせと異なり、グーグル検索とクロームをプリインストールする費用は、グーグル・プレイのライセンス費用の中に反映されていないとする。

【出典】Travis Clark (2017), Google v. Commissioner: A Comparison of European Union and United States Antitrust Law, 47 Seton Hall L. Rev. 1021.



# 【参考】EUにおける違反決定後の動き

# 1. グーグルが欧州委員会の違反決定を不服として提訴

- 2018年10月9日、グーグルは欧州委員会の違反決定を不服として、EU一般裁判所へ提訴した。
- 2022年9月14日、EU一般裁判所は、欧州委員会の違反決定をおおむね支持する判決を下した。  
EU一般裁判所は、欧州委員会の決定について、収益分配協定による制限の一部に関する決定を無効とし、グーグルに課された制裁金を41億2500万ユーロとした。

## EU一般裁判所

- 欧州委員会の理由付けに関する様々な誤りの結果として、ポートフォーリオ収益分配協定が濫用行為であるとする違反決定は、十分に立証されたと考えることはできない。

【出典】 CASE T-604/18 (GOOGLE ANDROID), GOOGLE AND ALPHABET V COMMISSION, JUDGMENT OF 14. 9. 2022.

## 2. グーグルのビジネスモデルの変更 ①無料から有料へ

- 欧州委員会の違反決定後の2018年10月16日、米グーグル社のロックハイマー上席副取締役は、本件決定を受けて、欧州経済領域ではグーグル検索又はクローム・ブラウザを他のグーグル・モバイル・アプリ・セットと別にライセンス許与することとし、有償ライセンスの協定を導入すると発表した。

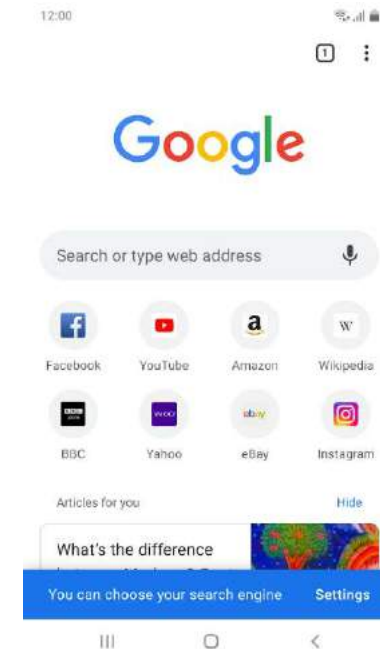
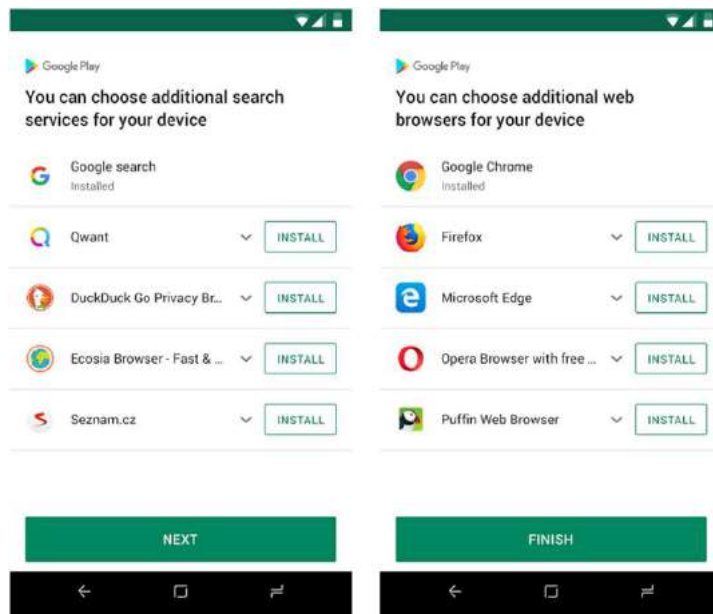
【出典】 Company News (2018), GOOGLE IN EUROPE, Hiroshi Lockheimer, Senior Vice President, Platforms & Ecosystems, Complying with the EC's Android decision

- 具体的には「プレイストア」と呼ばれるアンドロイド用のアプリストアや電子メールアプリの「Gメール」、地図の「グーグルマップ」、動画共有の「ユーチューブ」といった主要アプリの提供をライセンス制にする。
- 韓国サムスン電子や中国の華為技術(ファーウェイ)などアンドロイドが入ったスマホを販売するメーカーはグーグルに一定の対価を払わないとこれらアプリをスマホに標準搭載できなくなる。具体的なライセンス料は明らかにしていない。
- ライセンス料が端末価格に反映され消費者の負担が増す恐れもある。

【出典】 日本経済新聞 朝刊「グーグル、アプリ有料化 端末メーカーから対価徴収へ EU制裁に対応」(2018年10月18日)

## 2. グーグルのビジネスモデルの変更 ②オプションの提供へ

- 2019年4月18日、グーグルは、アンドロイド利用者に対して検索アプリとブラウザの選択肢を提示するという計画を発表した。
- まず、アップデート後に「グーグル・プレイ」を起動すると、検索アプリ及びブラウザを5種類から選択する画面が表示される。
- さらに、検索アプリをダウンロードした際、デフォルトの検索エンジン(クローム)を変更するか尋ねる。



【出典】 Company News (2019), GOOGLE IN EUROPE, Paul Gennai, Product Management Director, Google, Presenting search app and browser options to Android users in Europe

# IV. 日本の独占禁止法

# 1. 独禁法上の論点

□ グーグルが、欧州委員会の違反決定において認定された本件行為と同様のビジネスモデルないし事業方法を日本においても実施していたと仮定した場合、日本の独禁法においては、私的独占または不公正な取引方法に該当するかどうかの問題となると考えられる。

	私的独占	不公正な取引方法
市場画定及び市場の支配性	<ul style="list-style-type: none"><li>一般検索サービス市場に関して、<u>日本では、従来、ヤフー株式会社のヤフー検索が有力であったことを考えると、欧州と同程度に、米グーグル社が市場を席巻していたとはいえない。</u>一方で、2010年以降は、ヤフー株式会社が、同社の検索エンジンのバックエンジンとして米グーグル社の検索エンジンを採用しており、これを含めると検索エンジン市場のシェアは、米グーグル社のシェアが圧倒的となるが、この点をどのように評価すべきかは議論の余地がある。</li><li>本件決定が採用するスマート・モバイルOS市場の評価方法に関して、米グーグル社が反論しているように、<u>そもそも使用許諾型OS市場と非使用許諾型OS市場とを異なる市場と見るべきかどうかは、日本法においても同様に問題となる。</u>スマート・モバイルOS市場を関連市場として見た場合には、日本では、少なくとも最近までiOSがアンドロイドのシェアを上回っていた。このことを考えると、欧州と同程度に、日本でアンドロイド及びその「プレイ・ストア」が市場を席巻しているとはいえない。一方、使用許諾型OSを関連市場として見た場合には、日本でも同様に、アンドロイド及びその「プレイ・ストア」のシェアが圧倒的であると評価することができる。</li></ul>	—

【出典】中島美香(2021)「グーグル・アンドロイド事件—スマート・モバイルOSのライセンスと競争法上の問題について—」特許研究71号34頁

# 1. 独禁法上の論点

	私的独占	不公正な取引方法
濫用行為： 本件行為① 本件行為②	<ul style="list-style-type: none"> <li>もし、本件決定と同様に、使用許諾型OS市場と非使用許諾型OS市場とを別の市場として評価することとし、「プレイ・ストア」、「グーグル検索」アプリ、「グーグル・クローム」を異なる商品であるとしたうえで、「プレイ・ストア」と一般検索サービスの市場シェアが2分の1を超えると認定される場合には、本件行為は、排除型私的独占と判断される可能性がある。<u>排除行為の類型としては、本件行為①②については「抱き合わせ」が問題とされる可能性がある。</u></li> <li>もともと、欧州委員会が「特別の責任」の考え方を採用し、支配的地位を有する事業者による排他行為について違反が認定されやすいのに比べると、日本では、「競争の実質的制限」の存否が、個別具体的な事件ごとに総合的に考慮して判断されるため、上記の2分の1の要件を満たすだけでは足りず、さらに、「競争自体が減少して、特定の事業者または事業者集団がその意思で、ある程度自由に、価格、品質、数量、その他各般の条件を左右することによって、市場を支配することができる状態を形成、維持、強化」しているかどうかを検討されるものと考えられる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>流通取引慣行ガイドラインによれば、もし、「プレイ・ストア」(主たる商品)と「グーグル検索」アプリ(従たる商品)とが異なる商品であり、「プレイ・ストア」(主たる商品)の供給を受けるに際し客観的にみて少なからぬ顧客が「グーグル検索」アプリ(従たる商品)の購入を余儀なくされると認定される場合(本件行為①)、また、もし、「プレイ・ストア」(主たる商品)及び「グーグル検索」アプリ(主たる商品)と「グーグル・クローム」(従たる商品)とが異なる商品であり、「プレイ・ストア」(主たる商品)及び「グーグル検索」アプリ(主たる商品)の供給を受けるに際し客観的にみて少なからぬ顧客が「グーグル・クローム」(従たる商品)の購入を余儀なくされると認定される場合(本件行為②)には、<u>これらの行為は、抱き合わせ販売に該当する可能性があるが、無償提供される「プレイ・ストア」、「グーグル検索」アプリとそのほかのGMSアプリのプリインストールが、「購入」や「取引」の強制にあたるかは、問題となりうる。</u></li> </ul>

【出典】中島美香(2021)「グーグル・アンドロイド事件—スマート・モバイルOSのライセンスと競争法上の問題について—」特許研究71号34頁

# 1. 独禁法上の論点

	私的独占	不公正な取引方法
濫用行為： 本件行為① 本件行為②	<ul style="list-style-type: none"><li>さらに、米グーグル社のアンドロイドに関するビジネスモデルは、無償提供であることから、これを市場として画定できるかが問題となる。同社は、端末製造業者に対して、アンドロイドを使用許諾型 OS として無償で提供し、他方、「プレイ・ストア」をライセンスする条件として、「<u>「グーグル検索」アプリや「グーグル・クローム」等の同社がライセンスを持つほかのアプリ・セット(GMS)と一緒にプリインストールすることを要求しているが、「プレイ・ストア」もそのほかの GMS アプリも、いずれも提供は無償である。また、利用者は、販売業者等に対して端末の購入代金を支払うが、「プレイ・ストア」ほか GMS アプリの利用は無償であり、同社が利用者から使用料を徴収することはない。同社のアンドロイド事業からの収益は、主として広告収入によるものと推測される。こうした、プラットフォーム・サービスの<u>特徴に鑑みれば、無償のビジネスモデル及び市場の二面性ないし多面性といった観点にも着目して、分析を行う必要があると考えられる。</u></u></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>流通取引慣行ガイドラインは、「市場閉鎖効果が生じる場合」に当たるかどうかについて、以下の基準を示している。抱き合わせ販売を行う事業者の主たる商品の市場シェアが大きいほど、当該行為が長期間にわたるほど、対象とされる相手方の数が多いほど、そうでない場合と比較して、市場閉鎖効果が生じる可能性が高くなる。また、従たる商品の市場における商品差別化が進んでいない場合には、そうでない場合と比較して、当該事業者の従たる商品が購入されることにより競争者の従たる商品が購入されなくなるおそれが高く、市場閉鎖効果が生じる可能性が高くなる。したがって、本件行為①の場合には、主たる商品である「プレイ・ストア」の市場シェアの大きさや当該期間、対象とされる相手方の数、従たる商品である「グーグル検索」アプリの商品差別化の状況など、本件行為②の場合には、主たる商品である「プレイ・ストア」及び一般検索サービスの市場シェアの大きさや当該期間、対象とされる相手方の数、従たる商品である「グーグル・クローム」の商品差別化の状況などが検討されるものと考えられる。</li></ul>

【出典】中島美香(2021)「グーグル・アンドロイド事件—スマート・モバイルOSのライセンスと競争法上の問題について—」特許研究71号34頁



# 1. 独禁法上の論点

	私的独占	不公正な取引方法
濫用行為： 本件行為③	<ul style="list-style-type: none"><li>本件行為①②と同上。排除行為の類型としては、<u>本件行為③については「排他的取引」が問題とされる可能性がある。</u></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>流通取引慣行ガイドラインよれば、本件行為③が、市場における有力な事業者が、「競争者との取引を拒絶させる行為」、「競争者と取引しないよう拘束する条件を付けて取引する行為」、「競争品の取扱いを制限するよう拘束する条件を付けて取引する行為」を行うことにより、市場閉鎖効果が生じると評価されれば、<u>その他の取引拒絶（一般指定第2項）、排他条件付取引（同第11項）、拘束条件付取引（同第12項）等に該当する可能性がある。</u></li></ul>
濫用行為： 本件行為④	<ul style="list-style-type: none"><li>本件行為①②と同上。排除行為の類型としては、<u>本件行為③については「排他的取引」が問題とされる可能性がある。</u></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>流通取引慣行ガイドラインよれば、本件行為③が、市場における有力な事業者が、「競争者との取引を拒絶させる行為」、「競争者と取引しないよう拘束する条件を付けて取引する行為」、「競争品の取扱いを制限するよう拘束する条件を付けて取引する行為」を行うことにより、市場閉鎖効果が生じると評価されれば、<u>その他の取引拒絶（一般指定第2項）、排他条件付取引（同第11項）、拘束条件付取引（同第12項）等に該当する可能性がある。</u></li></ul>

【出典】中島美香(2021)「グーグル・アンドロイド事件—スマート・モバイルOSのライセンスと競争法上の問題について—」特許研究71号34頁

# 【参考】 知的財産の利用に関する独占禁止法上の指針

## 第4 不公正な取引方法の観点からの考え方

### 4 技術の利用に関し制限を課す行為

#### (4) 競争品の製造・販売又は競争者との取引の制限

ライセンサーがライセンシーに対し、ライセンサーの競争品を製造・販売すること又はライセンシーの競争者から競争技術のライセンスを受けることを制限する行為は、ライセンシーによる技術の効率的な利用や円滑な技術取引を妨げ、競争者の取引の機会を排除する効果を持つ。したがって、これらの行為は、公正競争阻害性を有する場合には、不公正な取引方法に該当する(一般指定第2項、第11項、第12項)。⇒その他の取引拒絶、排他条件付取引、拘束条件付取引

### 5 その他の制限を課す行為

#### (4) 一括ライセンス

ライセンサーがライセンシーに対してライセンシーの求める技術以外の技術についても、一括してライセンスを受ける義務を課す行為(注15、16)は、ライセンシーが求める技術の効用を保証するために必要であるなど、一定の合理性が認められる場合には、前記4-(1)の原材料・部品に係る制限と同様の考え方によって判断される。

しかしながら、技術の効用を発揮させる上で必要ではない場合又は必要な範囲を超えた技術のライセンスが義務付けられる場合は、ライセンシーの技術の選択の自由が制限され、競争技術が排除される効果を持ち得ることから、公正競争阻害性を有するときには、不公正な取引方法に該当する(一般指定第10項、第12項)。 ⇒抱き合わせ販売等、拘束条件付取引

# V. デジタル・プラットフォーム規制のあり方

# 1. EU : DMA

□ DMAは、ゲートキーパーに対し、コア・プラットフォーム・サービスについて、たとえば、非中立的な方法でエンドユーザーに選択肢を提供したり、自律的な意思決定もしくは選択を阻害したりすることにより、権利や選択権の行使を不当に困難にしてはならない等と定めている。

## DMA第13条6項

6. The gatekeeper shall not degrade the conditions or quality of any of the core platform services provided to business users or end users who avail themselves of the rights or choices laid down in Articles 5, 6 and 7, or make the exercise of those rights or choices unduly difficult, including by offering choices to the end-user in a non-neutral manner, or by subverting end users' or business users' autonomy, decision-making, or free choice via the structure, design, function or manner of operation of a user interface or a part thereof.

## 2. 米国：

- 米国イノベーション及び選択のためのオンライン法案は、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の変更を実質的に制限することを禁止している。

### 米国イノベーション及び選択のためのオンライン法案3条a項(8)

- (a) In General.—It shall be unlawful for a person operating a covered platform in or affecting commerce to engage in conduct, as demonstrated by a preponderance of the evidence, that would—
- ...
- (8) materially restrict or impede covered platform users from uninstalling software applications that have been preinstalled on the covered platform or changing default settings that direct or steer covered platform users to products or services offered by the covered platform operator, unless necessary—
- (A) for the security or functioning of the covered platform; or
  - (B) to prevent data from the covered platform operator or another business user from being transferred to the Government of the People’s Republic of China or the government of another foreign adversary;

### 3. 日本：モバイル・エコシステムに関する競争評価中間報告

- デジタル市場競争会議報告書は、デフォルト設定等の変更に係るユーザーの選択を阻害する行為の禁止、ブラウザ・検索エンジンの選択制、アンインストールを制限することの禁止を提案している。

#### デフォルト設定等の変更に係るユーザーの選択を阻害する行為の禁止

- 一定規模以上のOSを提供する事業者が、エンドユーザーによるデフォルト設定の切り替えにおいて、非中立的な方法でエンドユーザーに選択肢を提供したり、自律的な意思決定や選択を阻害する行為を禁止する規律を導入することが考えられるのではないか。

#### ブラウザ、検索エンジンの選択制

- ユーザーに対して、デフォルト設定されているアプリ及びそれ以外のアプリについての情報提供を行い、簡単で直感的な手順でデフォルト設定を切り替えるか否かを判断できる選択制（選択画面）を導入することが考えられるのではないか。

#### アンインストールを制限することの禁止

- 一定規模以上のOSを提供する事業者が、主要アプリのアンインストールを制限することを禁止する規律を導入することが考えられるのではないか。

### 3. 日本：特定デジタル・プラットフォーム法

- 日本におけるデジタル・プラットフォーム規制の枠組みとしては、共同規制を採用した特定デジタル・プラットフォーム法がすでに存在する。
- グーグルは、アプリストアの運営事業者、メディア一体型広告デジタルプラットフォームの運営事業者、及び、広告仲介型デジタルプラットフォームの運営事業者として指定されているが、これらの指定によって対応は十分と言えるか。あるいは、欧米の動向を参考として、他の追加的な方法を検討する必要はないか。

#### 特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律のポイント (2020年5月27日成立、2020年6月3日公布、2021年2月1日施行)

##### 基本理念

- デジタルプラットフォーム提供者が透明性及び公正性の向上のための取組を自主的かつ積極的に行うことを基本とし、国の関与や規制は必要最小限のものとするを規定。(規制の大枠を法律で定めつつ、詳細を事業者の自主的取組に委ねる「共同規制」の規制手法を採用。)

##### 規制の対象

- デジタルプラットフォームのうち、特に取引の透明性・公正性を高める必要性の高いプラットフォームを提供する事業者を「特定デジタルプラットフォーム提供者」として指定し、規律の対象とする。

##### 特定デジタルプラットフォーム提供者の役割

- 特定デジタルプラットフォーム提供者が、取引条件等の情報の開示及び自主的な手続・体制の整備を行い、実施した措置や事業の概要について、毎年度、自己評価を付した報告書を提出。  
※ 利用者に対する取引条件変更時の事前通知や苦情・紛争処理のための自主的な体制整備などを義務付け。

##### 行政庁の役割

- 報告書等をもとにプラットフォームの運営状況のレビューを行い、報告書の概要とともに評価の結果を公表。その際、取引先事業者や消費者、学識者等の意見も聴取し、関係者間での課題共有や相互理解を促す。
- 独占禁止法違反のおそれがあると認められる事案を把握した場合、経済産業大臣は公取委に対し、同法に基づく対処を要請。

※ 本法律の規律は内外の別を問わず適用。海外事業者にも適用が行われている独禁法の例等も参考に、公示送達の手続を整備。

# まとめ

- グーグル・モバイルOS事件について、EUと米国を比較すると、米国の訴訟では、米アップル社のiOS端末においてもグーグル検索が排他的にプリインストールされていたことが問題となっているが、この点は、EUでは争点とされておらず、米国とEUとの間の大きな相違点であると指摘することができる。
- 欧州委員会は、米グーグル社のモバイル分野における検索サービスの市場支配性を問題とするにあたり、主として、モバイルOS(「アンドロイド」)ないしアプリ・ストア(「プレイ・ストア」)と検索サービス(「グーグル検索」)の抱き合わせの問題としたが、マイクロソフト事件を参照しているためか、少々窮屈な印象を受ける。
- 一方、米司法省の訴状のように、米アップル社のiOS端末におけるグーグル検索のプリインストールの問題も含めて考えることは、モバイル分野における検索サービスの市場支配性を問題とするという意味においては、問題の本質に正面から取り組んでいる印象を受ける。



# まとめ

- 欧州では、スマート・モバイル使用許諾型OS市場を前提として、アンドロイド、プレイ・ストア 及びグーグル検索のシェアが 90%に及び、また、仮に非使用許諾型OS(iOS)を関連市場に含めたとしても、市場支配的地位を有することが自明であることに比べると、従来、日本のスマート・モバイルOSの市場シェアは、iOSも比較的強く(アプリ・ストアもスマート・モバイルOSに比例するものと考えられる)、一般検索サービス市場のシェアでもヤフー・ジャパンが有力であったことを考えると、欧州と同程度にまで、米グーグル社が市場を席卷していたとはいえない。
- しかし、日本においても、同社のアンドロイドが市場シェアを拡大しつつあること、グーグル検索が市場シェアを拡大していることを踏まえると、欧州のような問題が生じていないかはなお慎重な検証が必要である。
- また、もし同社が、アンドロイドが使用許諾型OSであり、オープン・ソース、かつ、無償であることを謳いながら、実際には端末製造業者にAFA及びMADAを通じて、いわば「グーグル・ブランド」を強制しており、ポートフォリオ収益分配協定を通じてグーグル検索の市場シェアを維持・強化していたとするならば、こうした同社の行為が違法性を有しないかを検証する必要があると考えられる。

# まとめ

- 現在、EUではデジタル市場法が成立し、米国ではイノベーション及び選択のためのオンライン法案等が提案されるなど、デジタル・プラットフォームに対する事業規制を行う立法の提案も活発に行われている。これらは、デジタル・プラットフォームの自己優遇やデフォルト設定等に対してユーザーの選択を阻害する行為を禁止する内容を含む。日本ではデジタル市場競争会議がこうした問題に関する検討を行っている。
- 他方で、日本におけるデジタル・プラットフォーム規制の枠組みとして、すでに特定デジタル・プラットフォーム法が存在しており、米グーグル社は、アプリストアの運営事業者等として指定されている。現在、「特定デジタルプラットフォームに対する経済産業省大臣による評価(案)」が公表されており、アプリストアの運営事業者と利用事業者との関係に関する問題の検証が行われている。
- 本発表で検討したようなモバイルOSと検索サービスの抱き合わせ、検索サービスの自己優遇ないしデフォルト設定の問題は必ずしも十分に検討がなされているとはいえず、対策が十分とは言えないのではないか。欧米の事業規制を参考として、他の追加的な方法を検討することも視野に入れるべきではないか。