

CPRC ディスカッション・ペーパー

競争政策研究センター 公正取引委員会

ニュースメディアとデジタルプラットフォーム：
競争・取引条件の適正化のための様々な方法と海外の動き

クラウディオ・ロンバルディ

アバディーン大学法学部

和久井理子

京都大学大学院法学研究科教授・競争政策研究センター客員研究員

CPDP-98-J December 2024

100-8987 東京都千代田区霞が関1-1-1

Phone:+81-3-3581-1848 Fax:+81-3-3581-1945

URL:<http://www.jftc.go.jp/cprc/index.html>

E-mail:cprcsec@jftc.go.jp

本ディスカッション・ペーパーの内容は公正取引委員会の
見解を示すものではなく，文責は執筆者のみに帰する。

ニュースメディアとデジタルプラットフォーム：

競争・取引条件の適正化のための様々な方法と海外の動き

クラウディオ・ロンバルディ

和久井理子

1. はじめに

ニュースへの接触方法が、新聞・テレビ等のマスメディアを中心としたものから、デジタルプラットフォーム（DPF）が運営するニュースポータル、検索エンジン、生成 AI を利用した検索システム等に代わられるようになり、DPF の行為や取引慣行が、新聞社をはじめとする報道各社の収入、記事の見せ方（ランキング、編集等を含む）、データの取得、購読者・広告主との関係、ブランド力の維持に大きな影響を与えるようになっている¹。

¹報道機関と DPF の取引・競争関係について生じている問題を包括的に検討したものとして、後掲注＊）記載の文献のほか、OECD, *Competition issues concerning news media and digital platforms*, OECD Competition Committee Discussion Paper (2021), 公正取引委員会「ニュースコンテンツ配信分野に関する実態調査報告書」（令和 5 年 9 月 21 日）等。筆者は本問題に関して著作を公表するとともに、公開でセミナー等を行ってきており、本報告書も、これらの研究調査を基礎としている。詳しくは、これら著作を参照いただきたい。Claudio Lombardi, *Competition and the public interest in the digital market for information* (2017) Working Papers <<http://hdl.handle.net/10419/173230>>; idem, "The Illusion of a "Marketplace of Ideas" and the Right to Truth" (2019) III(1) *American Affairs* 198-209; idem, *Competition in Online News, Algorithmic Curation, and Advertising: Between Markets and Democracy* (2021) Working Papers (DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3582360>); idem, "Rethinking journalism protection: looking beyond copyright" (2023) 15(1) *Journal of Media Law* 90-120. 和久井理子「新聞とデジタル・プラットフォーム：独占禁止法・競争政策の観点からの検討」土田和博ほか編『現代経済法の課題と理論 金井貴嗣先生古稀祝賀論文集』445-461 頁（弘文堂、2022）；同「デジタルプラットフォームとニュース記事・報道機関－記事配信取引の適正化に向けて－」Nextcom52 号 33-41 頁（2022）；同「デジタルプラットフォームとコンテンツ取引：報酬・料金の適正化に向けた準備的考察」根岸哲ほか編著『プラットフォームとイノベーションをめぐる新たな競争政策の構築』85-108 頁（商事法務、2023）；同「報道機関とデジタルプラットフォーム－独占禁止法・公正取引委員会の役割と限界、今後の展開」法律時報 96 巻 5 号 45-50 頁（2024）. セミナー等の記録として、神戸大学プラットフォーム科研・シンポジウム開催録「プラットフォームとジャーナリズム：ニュースメディアの危機に競争政策は何をすべきか」神戸法学雑誌 73(4)号 1-74 頁（2024）；神戸大学プラットフォーム科研・News Media and Digital Platform / ニュースメディアとデジタルプラットフォーム－比較競争法政策研究プロジェクト－<<https://sites.google.com/view/kobeuni-platform-kaken/newsmedia>>2024 年 8 月 11 日閲覧。

記事の見せ方及びデータの取得について、DPFは、ニュースポータルや検索エンジン等の利用は無料としつつ、これらのサービスその他のサービスから入手したデータを用いて行動ターゲティングを行い、個々人の関心を最も引くような記事を見せて、広告収入を得ることが基本的なビジネスモデルとなっている。この際に、伝統的には、例えば新聞の紙面上での配置等を決めて構成されてきた記事は、分解されて、他の記事と並べて配置される。このようにして提供されるニュース記事では、DPFでの報道機関のブランド表示が大きくはないこともあって、どの報道機関の記事なのかを意識せず読まれ、報道機関は、全国紙ないし地方の有力紙等として維持してきたブランド力を維持することが難しくなっている。DPFを介した配信による場合には、購読者・広告主との関係が希薄にならざるを得ず、DPFだけがデータを取得するという状況にもなっている。日本の新聞社は、新聞社とは独立して経営される新聞販売店を介して新聞を販売することが一般的であり、新聞社との関係性は間接的である傾向があったが、最近、行われるようになってきている新聞社自らが提供するオンラインニュースとの比較で言えば、DPFのサービスを介した接触では、購読者との関係性が間接的になり、得られるデータも小さなものとなっている。

このように、DPFを介したニュースとの接触が、記事の見せ方、データ取得、購読者・広告主との関係、報道各社のブランド力の維持の側面で与えている影響は、報道機関の持続可能性に対する脅威を与えている。また、このようなニュース提供のあり方は、市民でもある購読者を嗜好にあわせたエコーチェンバーに閉じ込め、政治・社会において重要な事項についての公論を難しくするという政治的課題も生じさせることが指摘されるようになっている。

このように非金銭的な側面も非常に重要ではあるが、報道機関の経営に直接的に大きな影響を与えるのは、報道機関の収入の多寡であろう。取引において収入・支払いをめぐる関係性が非常に重要なものであることは間違いなく、この事項に関する契約条項ないし取引関係（の不在）に様々な問題が凝縮的に表出するものとも考えられる。

このことから、本稿では、収入・支払いをめぐる問題に焦点をあてる。そして、これをめぐって日本を含む諸国で問題視されている状況を概説した後に、そのような課

題を競争法その他の法・公的介入によって解決することができるかを検討し、ついで日本外の主要国でどのような介入が行われているかを説明する。

2. 様々な法政策：可能性と限界

報道機関の収入減少の課題に対して採りうる法的・公的介入として考えられる手段には、報道機関に対する財政的補助が考えられる。軽減税率の適用などにみられるように日本でも一定の補助が既に行われている。もっとも、報道機関の政治からの独立性を維持して、報道の自由と報道機関が担ってきた権力監視機能を全うするという理由から、日本では報道機関への政府補助に対しては、特に新聞社に慎重論が強い。日本の報道機関らは、むしろ、DPF がニュースコンテンツを利用して得ている様々な利益・収入を適正に報道機関に還元していないのであり、この点について何らかの公的対応が行われるべきであると考えている。

これを実現するための政策的手段は、大きく、①知的財産権法（なかでも著作権法）によるものと、②競争法ないしこれを補完する特別法によるものに分けることができ、②の競争法による手段には、②A）十分な支払い等一定の行為を義務付ける（または、一定の行為を行わなかった場合に、ルール違反とする）ものと、②B）競争法等によって通常、禁じられている共同行為について競争法の適用を免除すること（または、もともと禁じられていない行為について、禁じられない行為であることを明らかにすること）で、報道機関らが集団として DPF に対して強い交渉力をもつことができるようにするものに分けることができる。以下で順にそれぞれの方法について説明する。

(1) 知的財産権法（著作権法）によるもの

この方法は、知的財産権法上、新聞社の見出し、記事等が知的財産権法で保護されるものであることを明らかにするものである。著作権法上の権利を付与することが、最も分かりやすいだろう。日本ではニュースコンテンツは、既に部分的に著作権法で保護されているため、報道機関の収益を確保するためには、この保護範囲を拡大する

ということになろう。また、著作権法30条の4により認められている著作権保護の例外について、例外の範囲を縮小することが考えられよう。

このような法改正（あるいは、法運用上の変更）により、従来、自由に使われていたコンテンツについて報道機関が排他的権利を有することになり、対価の支払いが行われるようになることが期待される。日本の著作権法上の規定は、経済のデジタル化と高度に発達した生成AIとこれによる学習が行われるようになる前に作られた。かつては、ニュースをコピーして流通させるには、費用と時間が必要であり、このことを利用して、一定のニュースを速く分かりやすく伝えれば読者を確保できていた。生成AIが様々なコンテンツを大規模に作成するようになることも、想像されていなかった。このように、収益の構造が変化し、未曾有の技術が現れたのであるから、知的財産権法をこれらに合わせて変更することは、自然なことであるようにも思える。

このような保護範囲の拡大（例外の縮小）論に対しては情報の自由利用・流通の促進、取引費用削減、機械学習の促進等の政策的理由による慎重・反対論がありうることに加えて、このような手法だけによっては、収入確保の面で限界があることが知られるようになっている。

第一に、著作権は基本的に私的な権利であって、基本的には、権利者が差止・損害賠償の訴えを行ったり、提訴の可能性をもちつつ警告を行ったりすることによって実現されるものである。権利者にこのような訴えを起こす資力と、どのように侵害されているのかの情報がないと、保護制度は実効性をもたない。このうち、DPF・AIについては、情報上の問題が深刻になっている。例えば、ユーザーがアップロードしたコンテンツについては、侵害していることが明らかではあっても、ユーザーを特定する情報を把握することは難しいだろう。不断に生成される侵害コンテンツの所在を監視することにも費用がかかる。生成AIが関わる場合については、いつ、いかにコンテンツが利用されているかが分からない問題が益々、深刻となる。

第二に、報道機関とDPF運営者との間で一定の取引が行われるようになったとしても、その取引によって適正な収入が得られるようになるとは限らない。取引関係上、報道機関に対して優越している地位（さらには買手市場支配力）を有していたり、情報格差を利用して、報道機関への支払額が非常に低いものとなっている（究極的には、無料とされている）こともありうる。この場合でも、権利者が許諾をしている限

りは、著作権侵害にはならない（コンテンツを保護する法に違反するものではない）ということになる。

後に見るように、このような著作権の限界は、EUとその加盟国の経験からも明らかになっている。このため、保護を十分に行うためには、権利を与えたり例外の範囲を狭めたりするだけでなく、利用状況の透明性を実効的に確保し、侵害状況の把握を容易にし（あるいは把握できる地位にあるとともに侵害行為により利益を得ている者が支払いを行うようにし）、訴える資力の少ない者であっても権利実現ができるように訴訟法上の工夫をしたり、公的機関が代わって権利実現をしたりするとともに、価格等取引条件の適正性を確保できる制度を、あわせて備える必要がある。

(2) 競争法ないしこれを補完する特別法によるもの

(a) 一定の行為を義務付けること（または、一定の行為を行わなかった場合にルール違反とすること）

次に、公正な対価の支払い、誠実な交渉、対価の適正性を確認するために十分なデータを供与すること等を義務付ける—あるいは、このような行為を行わなければルール違反とすること—が、考えられる。このようなルールは、知的財産法の中で設けてもよいし、特別法を作ってもよい。競争法ないしその補完法に規定を設けることも考えられる。日本では、独禁法上の優越的地位濫用規制が、一定の場合に買ったたき行為を規制するものと考えられており、この執行を公的に担う公正取引委員会が同規制を発動することが直接的で直ちに実施可能な方法であるように見える。

このような公正取引委員会による独禁法の適用については、業種・問題を問わず一般的に適用される独禁法に基づいて公正取引委員会が買ったたきを規制することが適切なのが問題になる。

また、公的機関がルールを執行する場合であっても、侵害行為の発見、利用等の行為の実態の解明・立証は課題になるのであり、実効性をもたせようとすれば、相当のリソースを執行機関に与える必要がある。関連する情報をわかりやすく提供する義務を課すなどして、実効的な法執行に協力するようにさせることが解決方法の一つになるかもしれない。

さらに、執行機関には、価格等取引条件の適正性を判断できる専門的知見と、この判断を行うために必要な証拠収集の能力・資源も必要となる²。

このようなことを考えると、現在の規定・機構では不十分であり、優越的地位の濫用として規制するのであれば公正取引委員会に、そうでなければ知的財産権法又は特別法に規定を設けた上でそれを執行する機関に十分なりソースを与える等の補完的な措置が必要となると考えられる。

(b) 競争法上の共同行為の適用免除（または、独禁法適用範囲の明確化）

これは、禁じられている共同行為について競争法の適用を免除すること（または、もともと禁じられていない行為について、禁じられない行為であることを明らかにすること）で、報道機関らが集団として DPF に対して強い交渉力をもつことができるようにするものである。

ニュースは、性質上、差別化が容易でないことが、DPF に対する報道機関の交渉力を弱めている。一報道機関が条件をのまなくても、他の報道機関のニュースを利用することで代えることができ、このために、底辺への競争が起こりやすいと考えられるのである。共同行為により、ニュースコンテンツのライセンスの最低価格を取り決めたり、価格について排他的交渉権をもちつつ共同交渉したりすれば、このような競争が緩和・停止され報道機関の収益が改善される可能性がある。報道機関間の競争は、質を中心としたものであるという考え方に加えて、報道機関に求められる政府からの独立性の要請を踏まえると、通常、認められないようなこのような共同行為を認めることもやむを得ないと思われる。

もっとも、共同行為を認めたとしても、共同行為が実際に行われるか、収益改善効果をもつかの疑問は残る。このような共同行為が行われている際に各社にとって最善の戦略となるのは、共同行為に参加せず、協働で設定された高い価格よりも少しだけ低い水準に価格を設定して顧客を獲得することである。こうした抜け駆けが行われる

² この点について、比較的少ない資源等で判断を可能にする方法として、最終提案仲裁制度（final offer arbitration system）が提案されている。後記。

と予想されれば、結局のところ、収益改善効果は期待できないだろうし、そもそも共同行為への参加者も十分に得られないだろう。

対価水準等に合意できるかの問題もある。報道機関の関心やビジネスモデル、取材方法、費用等は様々である。公益性が高く、是非、広く知らせたい記事があるかもしれない。費用を殆どかけずに記事を作成している社もあるかもしれない。このような中で、合意に達することが出来るのかの問題も残る。

このようなことを考えると、特別に共同行為を認めるべきかの問題はおいても、共同行為を通じて価格競争を回避することで収益を改善させる効果を期待することは難しいかもしれない。ただ、知的財産権法上の権利行使において現行独禁法の規定に違反しない限度で協力を行うことができることを明らかにすることや、交渉と取引条件を決定する上で DPF が行うべき情報開示・提供の事項ほか交渉方法についてルールを規定し、表示や機械学習等コンテンツ利用において DPF 側が守るべきルールを抽象的に明らかにするといったことを行うことは、法的に可能であるとともに実現可能性があるかもしれない。そして、限られた程度ではあっても、取引条件の改善につながる効果を期待できそうではある。

(3) 集中管理制度

著作権集中管理制度は、共同で価格等を設定するのと同じ効果を適法に作り出すことが出来る制度であり、日本では、著作権等管理事業法によって構成されることになる。音楽著作権協会（JASRAC）が著名だろう。日本でも、新聞著作権協議会に加盟する新聞社は、少部数の複製（電磁的複製を含む。）にかかる権利を、著作権等管理事業者である日本複製権センターに委託している³。

著作権等管理事業法の下で、著作権をプールして、プールされた著作権について、管理事業者がライセンス業務を行う制度が構築されている。この中では、管理事業者が、プールされた著作権について統一的にライセンス料金を設定することができる。

³ 新聞著作権協議会「新聞著作権協議会とは？」<<https://www.ccn.jp/what.html#jump01>> 2024 年 6 月 24 日最終閲覧

相当程度の著作権が特定の管理事業者の管理下に入れば、様々な著作権のライセンスをまとめて受けることが可能になり、利用者にとっても権利者にとっても、取引費用・交渉費用を削減する効果をもつ。著作権付与による解決方法には、侵害発見の困難性の問題があることに触れたが、集中管理制度を利用すれば、この問題も緩和することが期待される。さらに、競争関係にある著作権が同一管理事業者の管理に服することになれば、この間での価格競争を緩和することができる⁴。特許権をプールする場合には、独占禁止法に抵触しないようにするためにプールされる特許権の間に代替性がないか否かが重要な考慮事項とされてきたが⁵、著作権等管理事業法には、このような規定はない。代わりに、管理事業者は、管理委託契約約款と使用料規程を定めて文化庁長官に届け出て、これを公示しなければならない（11条、13条、15条）。使用料規程では、使用料の額が規定される（13条1項1号）。管理事業者は、正当な理由がない限り、取り扱っている著作物等の利用拒絶をすることは許されない（16条）。委託者又は利用者の利益を害する事実があると認めるときは、文化庁長官は、これらの者を保護する上で必要な限度において、約款ないし規程の変更を含む業務改善命令を行うことができる（20条）。また、使用料規程については、文化庁長官の下で、利用者代表らとの間で協議を行い、裁定を受ける制度が設けられている。

このようにみると、著作権管理制度は、料金等について公的規制において集中管理団体やその参加者が取引上、有利な地位を濫用しないようにしつつも、一定の限度で競い合いの回避が行われることを承認したものとみることができるともかもしれない。著作権管理事業は、多面市場性をもち、委託する者の数が多ければ、ライセンスを受ける者が増えるという間接ネットワーク効果が働くのであって、一度、市場で支配的な地位を確立した管理業者は、その強い地位を維持しがちにもなり、取引条件を規制する制度を備えていることは、この点からも合理的である。

集中管理制度はこうして、収入の改善に資する可能性を持つてはいるが、このような制度が一定種類の著作権についてできあがり、有効な効果を発揮するようになる上では、様々な障害がある。

⁴ 権利者自らがライセンスする権利を維持する限りにおいて競争は残る。どの程度、競争を緩和する効果をもつかは、自らライセンスをすることがどの程度、現実的か次第である。

⁵ 公正取引委員会「標準化に伴うパテントプールの形成等に関する独占禁止法上の考え方」第3・2（平成17年6月29日、最終改正・平成19年9月28日）

競争が緩和・停止された状況下で「抜け駆け」のインセンティブが働くことは、集中管理制度についても、変わりがない。集中管理制度との関係では、そのような制度を構築する意欲を持たず、構築されても利用しないという対応を招来することになる。著作権等管理事業法は、一定の集中管理制度を利用することの強要（拘束）や合意までをも許容するものでなく、このような行為を行えば、独占禁止法に抵触するおそれがある⁶。さらに、競合する管理事業者の間での競争も残りうるところ、この競争を排除する法的仕組みはない。そして、競合する管理事業者間の競争を排除する行為を事実上行えば、独占禁止法に抵触する可能性がある⁷。

加えて、集中管理制度では、分配をめぐる不満・紛争が生じ、これが脱退行動につながったり、集中管理機関の不効率性が問題となったりすることもある。

⁶ 着うた事件東京高判平成 22 年 1 月 29 日審決集 56 巻第 2 分冊 498 頁参照。集中管理機関は、特定の事業者が 1 社で構築して他の事業者に委託等と呼び掛けるという方法で構築されることが可能であり、この場合には、形成過程で独占禁止法に抵触する懸念は生じにくい。しかし、複数の報道機関が集中管理機関を形成したり、形成過程に参画したりする場合には、この過程で行われる集中管理機関が供与するライセンスの条件や収益性に関する議論の中で、事業者間の意思連絡が実施・促進されたり、競争上重要な情報が交換されることで競争に影響を与えたりすることも問題になりうる。集中管理システムが一度、発足し稼働しはじめれば、様々な行為を適法に行いうるのだが、それまでの過程が問題となりうるのである。この点については、いうなれば企業結合前に競争関係にある者が競争上重要な情報を交換すればカルテル行為が疑われるというのと同様であり、その解決方法としては、日常的に参加事業者の価格決定に関与する地位にはない者のみから構成される準備のための集合体を構成して、その外には他社から得られる機微情報が漏れることがないよう情報遮断措置を設けて「クリーンルーム」を形成した上で話し合いを行うようにすることが考えられるのではないかという見解があった。いずれにしても、集中管理機関を共同で構築しようとする場合には、公正取引委員会の相談制度を利用するなどして、独占禁止法上の懸念を引き起こすことなく準備を進めることが求められよう。

⁷ 日本音楽著作権協会（私的独占）事件最判平成 27 年 4 月 28 日民集 69 巻 3 号 518 頁

3. 外国の動き

(1) オーストラリア

①ニュースメディア強制交渉行動規範制定まで

オーストラリアでは、オーストラリア競争・消費者委員会（Australian Competition and Consumer Commission, ACCC）が2017年12月から調査を実施し⁸、2019年7月に最終報告書を発表した⁹。報告書では、デジタル広告のほか、大手検索エンジンやソーシャルメディアプラットフォーム、特に Google や Facebook（現在は Meta。以下、Meta という呼称で統一する。）がジャーナリズムやソーシャルメディアに与える影響の検討が行われた。

本報告書では、記事見出しとスニペットの使用が著作権侵害と考えられる可能性は低いとしながらも¹⁰、Google・Meta は新聞社らに対して強い交渉力（substantial bargaining power）をもつとして¹¹、その交渉力を背景に生じるデータへのアクセス、アルゴリズムの透明性等にかかる諸問題を明らかにして¹²、指定された DPF が行動規範（code of conduct）を制定することでこれら問題の改善を図る方向性を示した¹³。

この報告書を受けて、オーストラリア政府は、2019年12月に ACCC に対して交渉力の不均衡に対処するための自主的（ボランタリー）な行動規範（code of conduct）が Google・Meta によって策定されるようにするよう指示し、この際に、自主的に合意ができない場合には、強制的な行動規範の策定等、別の手段をとるだろうことも明らか

⁸ ACCC, Digital platforms inquiry 2017-19, <<https://www.accc.gov.au/inquiries-and-consultations/finalised-inquiries/digital-platforms-inquiry-2017-19>>

⁹ ACCC, Digital platforms inquiry - final report, <<https://www.accc.gov.au/about-us/publications/digital-platforms-inquiry-final-report>> (Final report)

¹⁰ Final report, p. 260

¹¹ Final report, p. 255

¹² Final report, pp. 228-52

¹³ Final report, p. 257

にした¹⁴。2020年4月には、政府は、当事者間で合意に達する見込みがないと判断し、政府は、ACCCに対して強制的な行動規範案を作成するよう指示した¹⁵。

ACCCは、ニュースメディア交渉コード（News Media Bargaining Code）草案を2020年7月31日に公表し¹⁶、2021年2月25日には、最終案が示された¹⁷。当初案と最終案との間とでは、最終案では、DPFの指定基準を設定し、その中で、指定するか否かの判断においてオーストラリアのニュース事業の持続可能性への貢献度合いを考慮すべきとした点が異なっていた。なお、当初の草案公表後、Googleは、法律が成立すれば、オーストラリアでは無料の検索サービスを停止せざるを得なくなるとの見解を公にしていた¹⁸。

この最終案は、2021年改正（The Treasury Laws Amendment (News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code) Act 2021）によって法律となり、2010年オーストラリア競争・消費者法第4BA（IVBA）部となった¹⁹。

¹⁴ Australian Government, Regulating in the digital age: Government Response and Implementation Roadmap for the Digital Platforms Inquiry (2019) <<https://treasury.gov.au/sites/default/files/2019-12/Government-Response-p2019-41708.pdf>>

¹⁵ Joint media release with Th Hon Paul Fletcher MP Minister for Communications, Cyber Safety and the Arts, ACCC mandatory code of conduct to govern the commercial relationship between digital platforms and media companies (20 April 2020) <<https://ministers.treasury.gov.au/ministers/josh-frydenberg-2018/media-releases/accc-mandatory-code-conduct-govern-commercial>>

¹⁶ ACCC, News media bargaining code: Draft legislation (31 July 2020) <<https://www.accc.gov.au/by-industry/digital-platforms-and-services/news-media-bargaining-code/news-media-bargaining-code/draft-legislation>>

¹⁷ ACCC, News media bargaining code: Final legislation (25 February 2021) <<https://www.accc.gov.au/by-industry/digital-platforms-and-services/news-media-bargaining-code/news-media-bargaining-code/final-legislation>>

¹⁸ Mel Silva, Managing Director, Google Australia Update on the News Media Bargaining Code and Google in Australia <https://about.google/intl/ALL_au/google-in-australia/jan-6-letter/>; Georgia Hitch and Melissa Clarke, Google says it will pull its search engine from Australia if it is forced to pay news publishers to host their content (22 January 2021, ABC News) <<https://www.abc.net.au/news/2021-01-22/google-stop-search-engine-australia-news-media-code/13079912>>. これを受けて、マイクロソフトが、オーストラリアでの強制的行動規範の制定を支持し、Googleの検索サービスがオーストラリアから退出したら、マイクロソフト社の検索エンジンであるBingで代えることができ、マイクロソフトは行動規範に従うと述べるという経緯もあった。Jade Macmillan, Microsoft backs media bargaining code, suggests Bing can fill gap if Google and Facebook depart (3 February 2021, ABC News) <<https://www.abc.net.au/news/2021-02-03/microsoft-supports-media-bargaining-code-google-facebook/13117280>>

¹⁹ The Office of Parliamentary Counsel, Federal Register of Legislation <<https://www.legislation.gov.au/C2004A00109/latest/text>> accessed 20 June 2024

②ニュースメディア強制交渉行動規範の内容と運用状況

こうして法律となった News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code（ニュースメディア強制交渉行動規範、通称 NMBC）は、オーストラリアにおける DPF とニュースメディアの間の交渉力の不均衡を懸念したものであって、「公益ジャーナリズム」の持続可能性のために、オーストラリア内の大規模 DPF が自己のプラットフォーム上で提供またはリンクをするニュースコンテンツについて、新聞社等（ニュースパブリッシャー）に対する支払いが行われるようにすることを目的とする。

NMBC では、指定された DPF に、情報開示、差別禁止、誠実交渉等の義務を課すとともに（52Q 条以下）、DPF と新聞社らとの間で紛争が生じた場合には、オーストラリア通信メディア局（Australian Communications and Media Authority、ACMA）が調停者を任命して交渉を支援すること（52ZIA 条以下）、合意に達しなければ ACMA が仲裁人を任命すること（52ZK 条以下）、仲裁では「(拘束的) 最終提示仲裁（(binding) final-offer arbitration）」（野球仲裁方式とも呼ばれる）が採用されることが規定されている（52ZR 条以下）。拘束的最終提示仲裁とは、各当事者が最終的な案を仲裁人に提示し、仲裁人は提示された案のうちの 1 つをそのまま選ぶ—例えば、提出された両案の中間を選ぶといったことを仲裁人が行うことはない—ことになる。この制度は、両当事者に合理的な提案を自発的に行うような誘因を与えるものである²⁰。

新聞社等が NMBC に基づいて支払いを受けるためには、ACMA への登録が必要である。上で述べた通り、NMBC は、公益性のあるニュースコンテンツの保護を目指しており、登録されるのは次の要件を満たす必要がある（52G 条(2)）。

- 少なくとも年間 15 万ドルの収入があること（52M 条）
- 特定の性質のニュースコンテンツを掲載していること（52N 条）
- 購読者（audience）が主にオーストラリア人であること（52O 条）
- 各分野の専門的な編集基準を遵守していること（52P 条）

²⁰ その他、全体について、ACCC, Project overview <<https://www.accc.gov.au/by-industry/digital-platforms-and-services/news-media-bargaining-code/news-media-bargaining-code>> accessed 20 June 2024.

ACMA は、さらに詳細な指針を公表している²¹。既に登録を受けた新聞社らが存在し、これらは、ACMA のホームページ上で公表されている²²。

他方で、NMBC の適用を受ける DPF は、財務省 (the Treasurer) に指定された DPF である (52E 条 (1) 項)。この指定を受けた DPF は、法の制定から現在に至るまで、存在しない。これは、NMBC が適用されることになるとみられた Google と Meta が自発的に主要な新聞社らに支払いを始めたことによる。既に述べた通り、指定の際にはオーストラリアのニュース事業の持続可能性に対する貢献が考慮されることとされたことから、自発的に支払いを行うことで、Meta と Google は、指定を免れたのである。どのくらいの額を支払っているかは公表されていない。報道によれば、Meta と Google は、新聞社らに年間 2 億豪ドルを支払う (なかでも Meta は 7000 万豪ドルを支払う) ことにしたと伝えられる²³。

なお、Microsoft は、Google ・ Meta と対照的に、ニュースメディア交渉行動規範の構想を直ちに支持したが²⁴、Microsoft 自身が支払いを行っているかや、その額は、この種の情報が開示されないため、不明である。

2010 年競争・消費者法第 52ZZS 条は、NMBC 発効後 12 カ月以内に、NMBC の見直しを始めることを義務付けており、財務省 (The treasury of the Australian government)

²¹ ACMA, News media bargaining code: Eligibility guidelines (July 2022) <https://www.acma.gov.au/sites/default/files/2022-07/News%20media%20bargaining%20code_ACMA%20guidelines.docx>

²² ACMA, Register of eligible news businesses <<https://www.acma.gov.au/register-eligible-news-businesses>> accessed 24 June 2024

²³ Jonathan Pearlman, Meta's refusal to pay for news in Australia prompts calls for government to fund media (Updated 14 March 2024, The Straits Times) <<https://www.straitstimes.com/asia/australianz/meta-s-refusal-to-pay-for-news-in-australia-prompts-calls-for-government-to-fund-media>>. また、JP モルガンの者は、Google はオーストラリアの新聞社に 2 億 1500 万オーストラリアドルを支払っていると推計したことがある。Chris Pash, How much are Google and Facebook paying for news in Australia? (Ad News, 6 May 2021) <<https://www.adnews.com.au/news/exclusive-how-much-are-google-and-facebook-paying-for-news-in-australia>>

²⁴ Simon Sharwood, Microsoft backs Australia's pay-for-news plan, risks massive blowback over a lousy \$3bn and change (The Register, 3 February 2021) <https://www.theregister.com/2021/02/03/microsoft_australian_news/>参照。

は、2022 年 4 月に、意見募集と検討を始め²⁵、この結果が報告書として公表されている²⁶。

この報告書は、DPF と新聞社らの間で締結された契約の数は 30 を超えており、これは NMBC なしでは起こりえなかったとする。同時に、利害関係者から、次のような問題が提起されているとする。

- 契約締結に至った社とそうでない社の間でリソースの面での格差が生じており、契約締結に至らなかった社は、人材確保や技術投資につき競争上不利となっている。
- DPF が締結した契約につき透明性が確保されていないために、NMBC がその目的を達したかどうかを評価することが困難となっている。
- NMBC は、DPF が支払った金銭を公益ジャーナリズムに費やしていることの公表（あるいは少なくとも、この金銭をいかに費やしたかの公表）を報道機関に義務付けるべきである。
- 小規模な報道機関は、NMBC の下で困難な課題に直面することになっている

²⁷。

これらを受けて、報告書は、ACCC にさらなる報告書の作成を指示すること、DPF と新聞社らの間の契約にかかる情報を入手すべく ACCC に追加的権限を与えること、登録制度について見直すこと、NMBC 運用開始後 4 年後に政府はこの見直しを行うこと等、5 つの提言を行った²⁸。オーストラリア政府は、これらの提言の全てに同意し、採用した²⁹。次の見直しは、運用開始 4 年後にあたる 2025 年初頭に実施されることになる。

²⁵ The treasury of the Australian government, Review of the News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code Consultation paper April 2022 <https://treasury.gov.au/sites/default/files/2022-04/c2022-264356_0.pdf>

²⁶ The treasury of the Australian government, News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code: The Code's first year of operation (2022) <<https://treasury.gov.au/sites/default/files/2022-11/p2022-343549.pdf>>

²⁷ ibid, pp. 5-10

²⁸ ibid, p. 2

²⁹ News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code: The Code's first year of operation: Government Response (18 December 2023) <https://treasury.gov.au/sites/default/files/2023-12/p2023-475728_0.pdf>

③団体交渉適用除外制度の利用

NMBC 制定後も財務省が DPF の指定を行わず、NMBC の規定が実質的な効果を持つに至っていないことを受けて、一部の報道機関は、オーストラリア競争法に由来から存在する団体交渉適用免除制度を利用しようと、ACCC に申請を行った。現在までに、ACCC は、独立系地方新聞社の団体である Country Press Australia と、オーストラリアのラジオ事業者の団体である Commercial Radio Australia に対して、Google・Meta との間で報酬について団体交渉を行うことについて、競争法の適用を免除する決定を行った³⁰。さらに、同法下で比較的最近に設けられた団体交渉一括適用免除制度³¹を利用して、ACCC は、Minderoo Foundation が代表する小規模の報道機関 23 社に対して、Google および Meta との団体交渉を認める通知を行った³²。

④近時の動き

報道によれば、Meta は、近時、オーストラリアの新聞社への支払いを停止する方針であることを明らかにし、オーストラリア政府は、これに対して、失望と懸念を表明したという³³。政府は、NMBC に基づいて、Meta を指定することを決定する可能性が

³⁰ ACCC, Country Press Australia (CPA) <<https://www.accc.gov.au/public-registers/authorisations-and-notifications-registers/authorisations-register/country-press-australia-cpa>>; ACCC, Commercial Radio Australia <<https://www.accc.gov.au/public-registers/authorisations-and-notifications-registers/authorisations-register/commercial-radio-australia>>.

³¹ ACCC, Class exemptions, <<https://www.accc.gov.au/business/competition-and-exemptions/exemptions-from-competition-law/class-exemptions>> visited 17 June 2024; ACCC, Collective Bargaining Class Exemption (3 June 2021) <<https://www.accc.gov.au/public-registers/class-exemptions-register/collective-bargaining-class-exemption-0>>

³² Minderoo Foundation on behalf of an expanded group of Australian news businesses collectively bargaining with Alphabet Inc (24 Jan 2022) <<https://www.accc.gov.au/system/files/public-registers/documents/Minderoo%20Foundation%20on%20behalf%20of%20an%20expanded%20group%20of%20Australian%20news%20businesses%20collectively%20bargaining%20with%20Alphabet%20Inc%20-%202024.01.22%20CBCE.pdf?ref=0&download=y>>; Minderoo Foundation on behalf of an expanded group of Australian news businesses collectively bargaining with Meta Platforms Inc (24 Jan 2022) <<https://www.accc.gov.au/system/files/public-registers/documents/Minderoo%20Foundation%20on%20behalf%20of%20an%20expanded%20group%20of%20Australian%20news%20businesses%20collectively%20bargaining%20with%20Meta%20Platforms%20Inc%20-%202024.01.22%20CBCE.pdf?ref=0&download=y>>, available at ACCC, Collective Bargaining Class Exemption <<https://www.accc.gov.au/public-registers/class-exemptions-register/collective-bargaining-class-exemption-0>> visited 17 June 2024

³³ Samuel Hussey, Meta will no longer pay Australian publishers after refusing to renew Facebook deals (Australia Forbes, 1 March 2024) <<https://www.forbes.com.au/news/investing/meta-to-stop-paying-australian-publishers/>>; Georgia Roberts and Matthew Doran, Meta won't renew commercial deals with Australian news media <<https://www.abc.net.au/news/2024-03-01/meta-won-t-renew-deal-with-australian-news-media/103533874>>

あることなどが報じられたが³⁴、執筆時（2024年6月16日）において指定はされていない。

⑤評価

オーストラリアは、世界で最も早く、DPFにかなりの額の支払いを行わせることに成功し、他国に影響を与え続けている。様々な点から評価できるが、なかでも最終提示仲裁の仕組みを法案に取り入れたこととその効用は、評価できるのではないか。前章で触れたように、著作権によるにせよ、競争法によるにせよ、公的介入を行う際には、介入を行う機関が価格等取引条件の適正性を評価する専門的能力を備えることが必要になると考えられ、これがかなりの資源を要するものであることは、エネルギー、情報通信等、事業法による料金規制の経験が示すところである。日本の裁判官にこの役目を負わせるのは期待しにくいし、公正取引委員会についても同様であろう。一般の裁判による場合には、裁判官に能力が欠如するというだけでなく、手続きに非常に長い時間がかかるだろうことも予想される。他方、専門の規制機関を設けることは、行政リソースの点でも、本格的な立法作業を必要とするだろうところからしても、容易なことではない。報道機関については、このような政府の機関である規制機関にこのような権限を与えることで、報道の独立性が損なわれないかも懸念されるだろう。最終提示仲裁制度は、このような困難を克服して、本格的な行政上の機構を設けることなく、問題を解決しうるものである点で優れている。これに加えて、実際には同制度を発動することなく、発動の可能性があるというだけで、DPFが自発的に支払いを行うようになったという点も、注目される。これで十分な支払いが行われることになるのであれば、時間・資源も省けるし、報道機関の独立性も脅かされない。実際の支払額は公にされていないが、報道されるように毎年2億豪ドルなのであれば、他国での支払額に比べてかなり高いものである。

もっとも、支払いの実態が公にならなかったこと及び小規模の報道機関には支払いが行われなかったことに対する批判があり、政府もこの点についてレビューを行うことにしていることは上述のとおりである。Metaが支払いを行わないと述べるようになっていくことなどは、自発的支払いにより全てが解決するものでないことを示しているだろう。日本の政治社会の中では、政府が設定する一定の基準を満たした報道機関のみを登録して支払いを受ける資格があるとする制度に対する警戒も強いものとみられる。

³⁴ ibid

(2) 米国

①連邦での支払いを義務付ける立法の動き

連邦議会では、DPFと報道機関の関係について議論がつづいている。2021年から2023年まで、3回にわたりジャーナリズム競争・保存法（Journalism Competition and Preservation Act）法が議会に提出されたが採決にいたっておらず³⁵、地方新聞・放送メディア保存法（Local News and Broadcast Media Preservation Act of 2024）も同様である³⁶。

ちなみに、2023年法ジャーナリズム競争・保存法案は、報道機関の側はフルタイム従業員が1,500人以下の報道機関等、DPFの側は、国内月間ユーザー数が5,000万人以上のDPFを対象として想定していた³⁷。そして、法案では、このような報道機関がDPFと価格等取引条件を協議する共同交渉団体を結成することを認め、団体交渉に対して反トラスト法の適用を免除することとしていた³⁸。さらに、法案では、当事者に誠実に交渉を行うことを義務付け³⁹、一定の場合には仲裁を用いることを規定していた⁴⁰。

³⁵ See, e.g., LegiScan, US Congress Senate Bill 1094, <<https://legiscan.com/US/drafts/SB1094/2023>>

³⁶ LegiScan, US Congress Senate Bill 4291 <<https://legiscan.com/US/bill/SB4291/2023>>

³⁷ Journalism Competition and Preservation Act of 2023, <<https://www.congress.gov/bill/118th-congress/senate-bill/1094/text>> § 2(3) & (11)

³⁸ *ibid.*, § 3 & 5

³⁹ *ibid.*, § 3 (b) (1)

⁴⁰ *ibid.*, § 4

②州での支払いを義務付ける立法の動き

州でも、同様の立法を行おうとする動きが存在する。カリフォルニア州では、カリフォルニア・ジャーナリズム競争・保存法（California Journalism Competition and Preservation Act）について、審議が行われている⁴¹。

③新たな課題：生成 AI をめぐる動き

マイクロソフト社は、AI を利用した同社の検索等のサービスである Bing Chat について、Chat から生じる広告収入を報道各社に配分する提案を行っていることが知られている⁴²。

⁴¹ LegiScan, California Assembly Bill 886 <<https://legiscan.com/CA/text/AB886/id/2819642>>. 米国司法省は、2023 年 1 月 24 日に、デジタル広告について Google がシャーマン法 2 条に反する独占化及び独占企図を行ったとして、複数の州司法長官とともに、Google を提訴した。U.S. Department of Justice, Justice Department Sues Google for Monopolizing Digital Advertising Technologies (24 January 2023) <<https://www.justice.gov/opa/pr/justice-department-sues-google-monopolizing-digital-advertising-technologies>>. 民事でも、ヘレナ・ワールド・クロニクル社、US TODAY を発行する Gannett, Associate Press などの報道機関が、Google に対して、反トラスト法（シャーマン法 2 条）等違反行為により損害を被ったとして、差止・損害賠償請求訴訟を提起している。Emily Crane, Daily Mail files anti-trust lawsuit against Google for 'illegally building its dominance in ad tech industry by harming rivals, bid-rigging on ad auctions and manipulating news search results', (Mail Online, 20 April 2021) <<https://www.dailymail.co.uk/news/article-9491607/Mail-files-antitrust-lawsuit-against-Google.html>>; Hausfeld, Hausfeld files globally significant antitrust class action against Google for abusive use of digital media content (13 December 2023) <<https://www.hausfeld.com/en-us/news/hausfeld-files-globally-significant-antitrust-class-action-against-google-for-abusive-use-of-digital-media-content/>>; Pacer Monitor, HELENA WORLD CHRONICLE, LLC v. GOOGLE LLC et al <https://www.pacermonitor.com/public/case/51650046/HELENA_WORLD_CHRONICLE,_LLC_v_GOOGLE_LL_C_et_al> visited 17 June 2024; Sarah Perez, News publisher files class action antitrust suit against Google, citing AI's harms to their bottom line (TechCrunch, 15 December 2023), <<https://techcrunch.com/2023/12/15/news-publisher-files-class-action-antitrust-suit-against-google-citing-ais-harms-to-their-bottom-line/?guccounter=1>>. Singh v. v. Google (In re Google Dig. Advert. Antitrust Litig.), 21-cv-6870 (PKC) (S.D.N.Y. 1 March 2024)

⁴² Andrew Hutchinson, Microsoft's Developing New Revenue Share and Traffic Generation Elements for Bing Chat (SocialMediatoday, 30 March 2023) <<https://www.socialmediatoday.com/news/Microsoft-Tests-Publisher-Revenue-Share-Elements-in-Bing-Chat/646462/>>

(3) カナダ

カナダでは、2023 年中に、オンライン・ニュース法（Online News Act）が成立するに至った⁴³。この法律は、オンライン・ニュース市場における公正性を高め、カナダのニュース事業（独立系地方紙も含む）の持続可能性に貢献することを目的とする（オンライン・ニュース法第 4 条）。そして、このために、オンライン・ニュースの仲介者が報道機関との間でコンテンツ配信契約交渉を行う際の枠組みを打ち立てている。本法の監督・執行権限は、カナダラジオテレビ通信委員会（Canadian Radio-television and Telecommunications Commission、CRTC）⁴⁴（部分的に、カナダ遺産大臣）に与えられており、カナダの競争委員会は、管見の限り、規制に関与していない。

本法の適用対象は、検索エンジンやソーシャル・メディア・ネットワークなど、ニュースコンテンツへのアクセスを提供する DPF であって（オンライン・ニュース法第 2 条「デジタルニュース仲介者（digital news intermediary）」）、DPF の規模、仲介事業が DPF に対して戦略的優位性を与えるか、及び、DPF が顕著な（prominent）市場での地位を有するかを考慮して、DPF と報道機関の間にかんがりの交渉力の格差がある場合に適用される（6 条）。DPF で適用を受ける者の基準は、「Online News Act Application and Exemption Regulations」⁴⁵において詳しく規定されており、これによれば、①1 暦年における世界全体での収益が 10 億カナダドル以上であって、かつ、②a カナダの月間平均ユニークビジター数が 2,000 万人以上の検索エンジン、又は、②b カナダの月間平均アクティブユーザー数が 2,000 万人以上であるソーシャル・メディア・ネットワークである（2 条）。ただし、報道機関と自主的に契約交渉を行って、公正な内容の契約の締結に至れば、適用免除を受けることができる（オンライン・ニュース法 11 条、25 条）。

これに対して、本法でカバーされる報道機関ないしその団体は、①適格カナダジャーナリズム団体（Qualified Canadian Journalism Organization、QCJO）として指定されている団体、又は、②カナダで 2 人以上の記者を定期的に雇用し、カナダで事業を展開

⁴³ Online News Act (S.C. 2023, c. 23) <<https://lois-laws.justice.gc.ca/eng/acts/O-9.3/index.html>> accessed 24 June 2024; Laurence Brosseau, Gabrielle de Billy Brown and Marion Ménard, Legislative Summary of Bill C-18: An Act respecting online communications platforms that make news content available to persons in Canada (13 October 2022) <https://lop.parl.ca/sites/PublicWebsite/default/en_CA/ResearchPublications/LegislativeSummaries/441C18E>

⁴⁴ CRTC は、政府から独立した行政審判所（administrative tribunal）である。CRTC, Canadian Radio-television and Telecommunications Commission <<https://crtc.gc.ca/eng/home-accueil.htm>> accessed 24 June 2024

⁴⁵ Online News Act Application and Exemption Regulations: SOR/2023-276, Canada Gazette, Part II, Volume 158, Number 1, available at <<https://canadagazette.gc.ca/rp-pr/p2/2024/2024-01-03/html/sor-dors276-eng.html>> accessed 24 June 2024

している機関であることである（27条）。これらのうち後者（②）は、放送局や外資系企業などを念頭においたものである。

この法律により、適用対象となる DPF は、新聞社らと誠実に交渉することが義務付けられる（22条）。当事者が自主的に、公正な合意に至らない場合には、カナダラジオテレビ通信委員会の選出する3名の仲裁人で構成される仲裁に付される（34条）。この仲裁廷では、最終提案仲裁制度が採用される（33条以下）。

このようにカナダ法も、豪州と同様に、自主的に支払いを行い契約締結に至れば、オンライン・ニュース法の適用を免除することを認めている。この手続きの詳細については規則が定められており⁴⁶、DPF による適用免除申請に際しては、DPF は、事前にオンライン・ニュース法の下で支払い等を受ける資格のある適格ニュース事業者にあたりうる者であって支払いを受けたいと思う者を公募し（open call）、公募に応じた事業者名を委員会に通知するとともに、契約で支払額を明らかにしなければならないと規定されている。

Google は、このような立法の動きに対して、カナダにおいて、検索結果や Google のその他の製品において、ニュースへのリンクを除去するとする方針を公表した⁴⁷。しかし、その後、2023 年 11 月 29 日に、Google は、カナダ政府との間で、Google がカナダの新聞社らに毎年 1 億カナダドル（約 7300 万米ドル）を支払うことを合意し、Google 製品上のリンクの表示は継続されることになったことが報じられた⁴⁸。Google は、2024 年 2 月 28 日から同年 4 月 20 日まで、規則に基づく公募も実施した⁴⁹。支払いは、オンライン・ニュース法に基づく支払いを分配するために 2024 年に設立された

⁴⁶ Online News Act Application and Exemption Regulations: SOR/2023-276, Canada Gazette, Part II, Volume 158, Number 1 (SOR/2023-276 December 15, 2023)

⁴⁷ Johana Bhuiyan and agencies, Google and Meta announce to end news access in Canada after bill to pay news publishers passed (29 July 2023, The Guardian) <<https://www.theguardian.com/technology/2023/jun/29/google-canada-online-news-act-publishers-content-law>>

⁴⁸ Blake Montgomery and agencies, Google to pay \$73m annual to Canada news publishers to keep news in search (30 November 2023, The Guardian) <<https://www.theguardian.com/technology/2023/nov/29/google-canada-online-news-act-agreement-publishers>>

⁴⁹ Google, Canada's Online News Act: How we're moving forward with the Canadian news ecosystem (Open Call Applications) <<https://blog.google/canada-news-en/#overview>> accessed 21 July 2024. 募集に応じた新聞社等の名称も公表されている。Google, <https://storage.googleapis.com/gweb-uniblog-publish-prod/documents/Open_Call_Response_-_catalog.pdf> accessed 21 July 2024

非営利団体である Canadian Journalism Collective⁵⁰に対して行われ、最近の報道では、この額をいかに分配するかが検討されているようである⁵¹。

一方、Meta は、Facebook、Instagram等のサービスにおいて、カナダのユーザー向けニュースコンテンツをブロックすることを決定し⁵²、実行していることが報じられている⁵³。マイクロソフト（Bing）は、法案で定められた基準値を超えておらず、適用対象となっていないようである⁵⁴。

このように、カナダも、最終的には最終提案仲裁制度を用いて条件を設定する制度を用意しながらも、それを発動するまでもなく支払いが行われていることが注目される。支払いは、個々の新聞社ではなく、報道機関の団体に対して行われ、その適正性を判断する過程では政府もかかわって透明性が高い形で行われたこと、小規模な新聞社であっても同じスキームの下で支払いを受けることができるようにされている点は、豪州に照らして、優れているといえるだろう。

(4) EU と加盟国

① EU

EU では、2019 年のデジタル単一市場著作権指令により⁵⁵、EU 加盟国が、①ニュースコンテンツのスニペットにつき新聞社に隣接権を付与し（15 条）、②その利用に対

⁵⁰ Canadian Journalism Collective, Frequently Asked Questions (15 June 2024) <<https://cjc-ccj.ca/en/>> accessed 20 July 2024

⁵¹ National Post Staff, News publishers call for clear rules for doling out Google's \$100-million fund (National Post, June 2024) <<https://www.msn.com/en-ca/news/canada/news-publishers-call-for-clear-rules-for-doling-out-google-s-100-million-fund/ar-BB1o6NZp>>

⁵² Jessica Mundie, Canadians will no longer access to news content on Facebook and Instagram, Meta says (CBC, 22 June 2022)

⁵³ Nadine Yousif, Meta's news ban in Canada remains as Online News Act goes into effect (19 December 2023, BBC) <<https://www.bbc.com/news/world-us-canada-67755133>>

⁵⁴ Luke LeBrun, Senator Calls on Canadians to 'Switch to Bing' Search Engine, Even Though Microsoft Isn't Paying News Outlets Either (11 July 2023, PressProgress) <<https://pressprogress.ca/senator-calls-on-canadians-to-switch-to-bing-search-engine-even-though-microsoft-isnt-paying-news-outlets-either/>>

⁵⁵ Directive (EU) 2019/790 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on copyright and related rights in the Digital Single Market and amending Directives 96/9/EC and 2001/29/EC, OJ L 130, 17.5.2019, p. 92 ff. 日本語訳に、著作権情報センター「デジタル単一市場における著作権および隣接権に関するならびに指令 96/9 / EC および 2001/29 / EC を修正する 2019 年 4 月 17 日の欧州議会および欧州理事会指令（EU）2019/790（欧州経済領域関連文書）」 <https://www.cric.or.jp/db/world/EU/EU_02.html>（2024 年 6 月 17 日閲覧）がある。

して適正かつ比例的な対価が支払われるべきことと（18条）、③透明性を確保されるようにすべきことが定められた（19条）⁵⁶。関係する条文のうちでも特に注目されている部分の日本語訳は、次のとおりである⁵⁷。

第 15 条

(1) 加盟国は、加盟国で設立された報道出版物の発行者に対し、情報社会サービス提供者による報道出版物のオンライン利用について、指令 2001/29/EC 第 2 条および第 3 条第 2 項に定める権利を与えなければならない。

第 1 段落に定める権利は、個人の利用者による報道出版物の私的または非商業的な使用には適用されない。

第 1 段落に基づいて与えられる保護は、ハイパーリンクを張る行為には適用されない。

第 1 段落に定める権利は、個々の言葉の使用または報道出版物の極めて短い抜粋による使用に関しては適用されない。

(4) 第 1 項に定める権利は、報道出版物の公表後 2 年で失効する。この期間は、当該報道出版物が公表された日の翌年の 1 月 1 日から起算する。

第 1 項は、[本指令の発効日] の前に最初に公表された報道出版物には適用されない。

第 18 条（適正かつ比例的な報酬の原則）

(1) 加盟国は、著作者および実演家がその著作物または他の保護対象物の利用のためにその排他的権利をライセンスまたは譲渡する場合、著作者および実演家が適正かつ比例的な報酬を受け取る権利があることを保証しなければならない。

第 19 条（透明性義務）

⁵⁶ スイスでも報道機関と DPF 間の交渉力格差に対処するための立法等の検討が進んでいる。なかでも、スイス連邦評議会は、2023 年 5 月 24 日に、ニュースコンテンツにつき著作隣接権を導入することで、ニュースのスニペットにつき DPF に支払いを義務付ける連邦著作権法改正案を提出した。The Federal Council, Online service providers are to remunerate use of journalistic works (24 May 2023) <<https://www.ejpd.admin.ch/ejpd/en/home/latest-news/mm.msg-id-95351.html>>. この法案は、他者の利用を排除する権利を与えることなく、支払いを受ける権利だけを規定しており興味深い。

⁵⁷ 著作権情報センター・前掲注*) 記載の訳文によった。

(1) 加盟国は、著作者と実演家が、少なくとも年 1 回、定期的に、各分野の特性を考慮しつつ、権利をライセンスまたは譲渡した当事者またはその権利の承継者から、特に利用方法、生じたすべての収入および支払われるべき報酬に関して、その著作物の利用につき、現在の、関連する完全な情報を取得することを保証しなければならない。

その後、2022 年には、デジタル市場法が制定され⁵⁸、これらの義務の実効性確保がはかれるようになっている。執筆時点（2024 年 6 月 17 日）において、Alphabet (Google)、Amazon、Apple、ByteDance (TikTok)、Meta、Microsoft の 6 社がデジタル市場法の適用を受ける者として指定を受けており⁵⁹、このうち、ニュースコンテンツと関係の深いオンライン広告について指定を受けているのは、Alphabet⁶⁰、Amazon⁶¹、Meta⁶²である。また、デジタル市場法のうちニュースコンテンツに関係する規定は、別添のとおりである。

② フランス

フランスは、2019 年 7 月にデジタル著作権法指令の国内法化を行い⁶³、新聞社は DPF から支払いを受ける権利を持つことが規定された。しかしながら、既に述べたように、知的財産権を付与され、支払いを受ける地位にあることが定められても、私人間の交渉に委ねられている限りは、権利が実質的な意味をもって支払いが行われるよ

⁵⁸ Regulation (EU) 2022/1925 on contestable and fair markets in the digital sector and amending Directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act) (OJ L 265, 12.10.2022, pp. 1–66)

⁵⁹ European Commission, Gatekeepers <https://digital-markets-act.ec.europa.eu/gatekeepers_en> visited 17 June 2024

⁶⁰ European Commission, Commission Decision of 5.9.2023 designating Alphabet as a gatekeeper pursuant to Article 3 of Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council on contestable and fair markets in the digital sector, <https://ec.europa.eu/competition/digital_markets_act/cases/202344/DMA_100002_145.pdf>

⁶¹ European Commission, Commission Decision of 5.9.2023 designating Amazon as a gatekeeper pursuant to Article 3 of Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council on contestable and fair markets in the digital sector <https://ec.europa.eu/competition/digital_markets_act/cases/202346/DMA_100016_104.pdf>

⁶² European Commission, Commission Decision of 5.9.2023 designating Meta as a gatekeeper pursuant to Article 3 of Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council on contestable and fair markets in the digital sector <https://ec.europa.eu/competition/digital_markets_act/cases/202346/DMA_100044_138.pdf>

⁶³ LOI n° 2019-775 du 24 juillet 2019 tendant à créer un droit voisin au profit des agences de presse et des éditeurs de presse, available at <<https://www.legifrance.gouv.fr/>> accessed 24 June 2024

うになるとは限らない。フランスでも、著作隣接権の創設後も、新聞社に十分な支払いが行われないという課題が残った。フランス競争当局（Autorité de la concurrence）がこれを問題視し、①Google は、フランスにおける一般検索サービスの市場において市場支配的地位を有するとともに、同社と新聞社らとの関係で経済的依存状態が生じており、②Google は、デジタル著作権指令を国内法化したフランス法の透明性確保及び公正な支払義務に違反して、情報の提供等を行わなかったことは、市場支配的地位の濫用及び経済的依存状態の濫用にあたり、欧州機能条約 102 条及びフランス商事法 L. 420-2 条に違反するとして、2020 年 4 月に暫定措置として保全措置を行った⁶⁴。Google がこの措置で行われた命令に従わなかったことから、フランス競争当局は、2021 年 7 月 12 日に、5 億ユーロの過料の支払いを命じた⁶⁵。その後、2022 年 6 月 21 日に、確約決定が行われた⁶⁶。この確約決定の内容は、別添のとおりであり、本決定により、Google が新聞社らに対して示すべき情報、報酬決定の際の考慮事項、Google ・新聞社らの間の交渉枠組み、紛争が生じた場合の解決方法が定められた。

その後、2024 年 3 月 20 日に、確約で定められた誠実交渉義務、情報提供義務、交渉が新聞社らとの間の他の関係に影響を与えないようにする義務を違反したことを理由として、フランス競争当局は、Google に、2 億 5 千万ユーロの制裁金を課した⁶⁷。また、これに伴って、確約の内容も変更された⁶⁸。当局は、中でも、Google は、人工知能を用いたサービス「Bard」について、新聞社らのコンテンツを利用して基盤モデルの訓練を行っていながら、新聞社らにその事実を知らせず、著作隣接権で保護されている Google 上で表示されるコンテンツの表示態様に影響を与えることなく Bard で

⁶⁴ FCA, Decision 20-MC-01 of 9 April 2020 on requests for interim measures by the Syndicat des éditeurs de la presse magazine, the Alliance de la presse d'information générale and others and Agence France-Presse <https://www.autoritedelaconcurrence.fr/sites/default/files/integral_texts/2020-06/20-mc-01_en.pdf>. 日本語での紹介として、長尾愛女「濫用規制におけるフェアネスの考慮—フランス競争法を中心に」日本経済法学会年報 43 号 40 頁以下（2022 年）

⁶⁵ FCA, Decision 21-D-17 of 12 July 2021 on compliance with the injunctions issued against Google in Decision 20-MC-01 of 9 April 2020 <https://www.autoritedelaconcurrence.fr/sites/default/files/attachments/2022-02/21-d-17_en.pdf>

⁶⁶ FCA, The Autorité accepts Google's commitments (21 June 2022) <<https://www.autoritedelaconcurrence.fr/en/press-release/related-rights-autorite-accepts-googles-commitments>>

⁶⁷ FCA, Related rights: the Autorité fines Google €250 million for non-compliance with some of its commitments made in June 2022 (20 March 2024) <<https://www.autoritedelaconcurrence.fr/en/press-release/related-rights-autorite-fines-google-eu250-million-non-compliance-some-its>>

⁶⁸ ibid

学習の利用からオプトアウトする技術的手段を与えることを怠って、事実上、両者を関係づけたこと―Bard による学習を防ぐためには、新聞社らは、Google によるクロールを禁じるタグを挿入するしかなく、このタグを挿入すれば、Google の他のサービスにも記事コンテンツが表示されなくなることを問題視した⁶⁹。このようにオプトアウトする手段は、現在では、「Google Extended」によって提供されるに至っている。なお、当局の説明によれば、フランスでは、AI 学習でニュースコンテンツを利用することが権利侵害に当たるかどうかは現時点では明らかでないという。

このようにフランスの経験は、著作権の付与によることだけで取引の適正性が確保されるのではないだろうこととともに、適正な支払いと透明性をも義務付けた上で、これに違反すれば公的機関が調査し、制裁も与えるという規制枠組みを設ければ、改善につながりうる可能性も示しているといえる。この過程では、従来から存在している競争法が用いられたのであり、豪州・カナダと異なって本格的に新法が制定されたり、大きな法改正が行われることはなかった。もっとも、競争法執行に先立っては EU の著作権指令を国内法化する著作権法改正がなされて、DPF が行うべき行為は明らかにされていた。また、確約を行うことで、詳細な一定の行動を行い又は行わない義務が課され、AI という新規な問題にも、確約を通じて形成された規律の下で制裁金の賦課を含む対応がなされるに至っている。ちなみに、日本では、EU・フランスで行われた著作権法の改正が行われておらず、確約に反したら制裁金を課するという仕組みも存在しない。

③ドイツ

ドイツでは、2012 年には、新聞社にスニペットにかかる著作隣接権を認める著作権法改正が行われ⁷⁰、これを受けて、Google がニュースコンテンツの掲載をやめたことがあった⁷¹。Virgin Media は、この行為がドイツ競争制限禁止法に抵触するとして連邦

⁶⁹ FCA, Décision n° 24-D-03 du 15 mars 2024 relative au respect des engagements figurant dans la décision de l'Autorité de la concurrence n° 22-D-13 du 21 juin 2022 relative à des pratiques mises en œuvre par Google dans le secteur de la presse <https://www.autoritedelaconcurrence.fr/sites/default/files/integral_texts/2024-03/24d03vf.pdf>

⁷⁰ Article 87f of the 1965 German Copyright Act (as amended in 2013). English translation is available at <https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_urhg/englisch_urhg.html#p0761>

⁷¹ Greg Sterling, To Avoid Liability, Google Limits German News Content To Headlines (2 October 2014, Search Engine Land) <<https://searchengineland.com/avoid-liability-google-reduces-news-content-germany-headlines-204811>>

カルテル庁に申立てを行ったが、この際には、同庁は、調査を行わない決定を行ったことが知られている⁷²。

その後、ドイツでは、ドイツ競争制限法を改正して、複数市場にわたって重要な影響力（paramount significance）をもつ事業者に対して一定の行為を禁じる規定を導入した（19a 条）⁷³。Google は、2021 年下旬にこのような地位を持つものとして指定されたが⁷⁴、この中で、Google が①同社のニュース・ショーケースにかかる契約を締結した新聞社の記事を、Google のニュースにかかるサービス上で掲載するのみならず、一般的な検索エンジンを利用した検索サービスの中にも取り込み、検索結果で目立つように表示することにしたことが許容されない自己優遇行為にあたり、②契約に際して一定の著作隣接権の主張・行使を行わないことが条件とされていたことが、不当な利益提供の要請にあたり、③ニュースショーケースにつき一部の新聞社のみに参加を要請したことが違法な差別取扱いにあたるのではないかということが問題となった。連邦カルテル庁調査を行ったところ、Google は、方針を変更し、これらの行為を停止したために、連邦カルテル庁は措置を講じることなく調査を打ち切った⁷⁵。連邦カルテル庁の調査・対応の後、Google は、ニュースショーケースの契約を行った会社も集中管理団体を通じて集合的に著作隣接権を主張・行使することができることも明らかにした⁷⁶。

⁷² Federal Cartel Office (FCO), Complaint by VG Media not sufficient to institute formal abuse of dominance proceedings against Google (22 August 2014) <https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2014/22_08_2014_VG_Media.html>; FCO, Bundeskartellamt takes decision in ancillary copyright dispute (9 September 2015) <https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2015/09_09_2015_VG_Media_Google.html>. 2015 年の決定で連邦カルテル庁は、隣接権の内容が不透明であって事業上の不確実性をもたらすものであることから Google が隣接権で保護されるコンテンツを掲載しないこととしたことには正当化事由が認められる旨、述べた。

⁷³ 英訳として、Federal Ministry of Justice (Germany), Competition Act Section 19a <https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_gwb/englisch_gwb.html#p0071> accessed 24 June 2024. 日本語での紹介として、公正取引委員会「海外当局の動き（その他）2021 年 3 月」

<<https://www.jftc.go.jp/kokusai/kaigaiugoki/sonota/20210others/202103others.html>> accessed 21 July 2024

⁷⁴ Federal Cartel Office (Germany) (FCO), Alphabet/Google subject to new abuse control applicable to large digital companies – Bundeskartellamt determines “paramount significance across markets” (2022)

<https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2022/05_01_2022_Google_19a.html> accessed 21 July 2024

⁷⁵ FCO, Google News Showcase: Improvements for publishers (1 August 2023)

<https://www.bundeskartellamt.de/EN/Digital_economy/proceedings_against_large_digital_companies/Alphabet_Google/Alphabet_Google_node.html#doc295662bodyText1>

⁷⁶ ibid

このような中、ドイツでは、なかでも、ニュースコンテンツにかかる著作権の集中管理団体であるコリントメディア（旧バージンメディア）が、活発に交渉、訴訟活動等を行っている。コリントメディアは、Google についてはドイツ特許商標庁仲裁委員会に対して裁定の申請を行って係属中であることが報じられている⁷⁷。Microsoft らとの間では同委員会の裁定があつて契約締結に至っていることが報じられている。

このようにドイツは、著作権法改正の上で、著作権集中管理機関が適正化に向けた交渉をリードしていること、この過程では著作権法上の取引条件の適正性を判断する特別の審判所が活用されていることが注目される。集中管理機関の構築に際しては、日本では、形成過程で独占禁止法に抵触する行為が行われないようにする必要があることは既述のとおりであるが、この点について、ドイツ競争法には、新聞社間の協定について、反競争的協定を禁じる規定の適用を免除する規定があり（30 条（2b）項）⁷⁸、これが集中管理機関の活用を助けたのかもしれない。

もっとも、集中管理機関が活発に活動を行ってはいるが、規模が大きい報道機関の全てが集中管理機関に入っているわけではない。そして、このために DPF に対する集中管理機関の交渉力を弱めているとも指摘されている⁷⁹。

⁷⁷ Corint Media, Corint Media files an application with the Arbitration Board against Google (22 July 2022) <<https://www.corint-media.com/en/corint-media-files-an-application-with-the-arbitration-board-against-google-for-a-determination-of-the-remuneration-amount/>>. コリントメディアは、Microsoft 等のメディアについても同種の申請を行っている。Corint Media, Arbitration: Microsoft must pay Corint Media € 1.2 million (20 December 2022) <<https://www.corint-media.com/en/arbitration-microsoft-must-pay-corint-media-e-1-2-million/>>.

⁷⁸ FCO, Competition Act Section 30 <https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_gwb/englisch_gwb.html#p0180> accessed 24 June 2024.

⁷⁹ この点については、デンマークの動きが注目される。同国でも、著作権集中管理機関が利用されていることが知られているのであるが、同国では、伝統的に著作権集中管理機関の拡大集中許諾制度の下、集中管理機関が非加盟社も代表できるとされており、また、オプトアウト制度が取られていることが知られている。同国における拡大集中許諾制度について、過去の資料であるが、一般財団法人ソフトウェア情報センター『拡大集中許諾制度に係る諸外国基礎調査報告書』（2016 年 3 月）<https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/chosakuken/pdf/h28_kakudai_kyodaku_hokokusho.pdf>. ニュースについても、このようなことから、著作権集中管理機関の交渉力が強く、Google とも契約締結に至っている。Danske Pressepublikationers Kollektive Forvaltningsorganisation (The collective management organisation of Danish Press Publications, DPCMO), DPCMO and Google enter into a license agreement (9 May 2023) <<https://dpcmo.dk/en/dpcmo-and-google-enter-into-a-license-agreement/>>. 最近では、マイクロソフト社と生成 AI もカバーする形で拡大集中許諾を与え協力関係を拡大したことが報じられている。DPCMO, DPCMO and Microsoft enter next phase of collaboration (27 May 2024) <<https://dpcmo.dk/dpcmo-and-microsoft-enter-next-phase-of-collaboration/>>

④イタリア

これらに対して、イタリアでは、2021年にEU デジタル単一市場著作権指令を国内法化する過程で⁸⁰、著作権法を改正して、適正な額の対価を支払うことを義務付けるとともに、通信規制庁が公正な報酬にかかる参照基準を規則で定めること、その基準で考慮されるべき要因—記事のオンライン閲覧数、活動年数、新聞社の市場における重要性、雇用されるジャーナリストの数、ならびに両当事者による技術およびインフラストラクチャ投資に要した費用、ならびに、コンテンツから両当事者が得る知名度及び広告収入という経済的利益—を列挙する規定をおくこととしたのである⁸¹。さらに、収入について関係当事者間が合意できなかった場合の決定方法も、次のように、詳しく規定した。

- メディア・モニタリングおよび報道批評会社を含む情報社会サービス・プロバイダーと、第3項に言及する出版者との間の、第1項に言及する権利の利用に関する契約の締結のための交渉は、第8項に言及する規則に規定される基準も考慮して行われるものとする。交渉の過程において、情報社会サービス・プロバイダーは、検索結果における出版者のコンテンツの可視性を制限してはならない。交渉の過程における当該コンテンツの不当な制限は、民法第1337条に基づく誠実義務を守っているかを確認する中で考慮されうる。
- 関係当事者の一方による交渉開始の要請から30日以内に報酬の額について合意に達しない場合には、いずれの当事者も、経済的提案を示しつつ公正な報酬の決定を通信規制庁に求めることができる。この申請は、第11項に規定する通常の司法機関に問題を付託する権利に影響を与えない。関係する当事者の申請から60日以内に、当事者が正式に招請されたにもかかわらず出席しなかった場合にも、規制庁は、第8項に規定される規則において定められた基準に基づいて、示された経済的提案のうち、前述の基準に適合するものを選び、あるいは、いずれの提案もこれに適合していないと考える場合には職権で公正な報酬額を示すものとする。
- 通信規制庁による公正な報酬の決定の後に、当事者が契約締結に至らなかった場合には、当事者の一方は、1998年6月18日付法律第192号第9条に規定され

⁸⁰ Decreto Legislativo 8 novembre 2021, n. 177 (Legislative Decree No. 177 of 2021) (GU Serie Generale n.283 del 27-11-2021) <<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2021/11/27/21G00192/sg>>

⁸¹ Decreto Legislativo 8 novembre 2021 Art 1(1). この規定は、著作権および著作隣接権の保護に関する法律（1941年4月22日の法律第633号）第43条補足8項（Art. 43-bis）となっている。Il Portale Della Legge Vigente, LEGGE 22 aprile 1941, n. 633 <<https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:1941-04-22:633!vig=>> accessed 21 July 2024

る訴訟を提起する目的をもって、2003 年 6 月 27 日付政令第 168 号第 3 条第 1 項(b)に基づき管轄権を有し事業上の問題を専門とする通常の裁判所に対して訴訟を提起することができる⁸²。

イタリアのこのような法制は、EU 法に反するとの疑義があり⁸³、現在、この問題は欧州司法裁判所に付託され検討されている⁸⁴。

(5) 英国

英国では、2024 年 5 月にデジタル市場・競争・消費者法（Digital Markets, Competition and Consumers Act 2024）が成立した。本法の下、戦略的市場地位（strategic market status）を有するものとして英国競争市場庁により指定された DPF に対して（同法第 2 章）、取引の公正さを確保し、選択の自由（open choices）を与え、信頼及び透明性（trust and transparency）の確保を目的とする一定の義務の賦課又は一定の行為の禁止（conduct requirements と呼ばれる。同法第 3 章）が行われるとともに、競争の促進を目的とする介入（pro-competitive intervention, 同法第 4 章）も可能となる。

法律が成立して間もないが、この新たな規制体制を実施すべく競争市場庁にはデジタル・マーケット・ユニット（DMU）が 2021 年 4 月に設立され、準備作業を行っている⁸⁵。この中に、英国情報通信庁（Office of Communications, Ofcom）と共同で 2022 年 5 月に策定した新聞社と DPF 間の取引にかかる行動規範に関する指導文書があり⁸⁶、この中で、デジタル市場・競争・消費者法が成立すれば、公正性確保等を目的

⁸² 著作権および著作隣接権の保護に関する法律第 43 条補足第 9—11 項。第 12 項には、集中管理機関等に対する DPF の情報提供義務も規定されている。

⁸³ Caterina Sganga and Magali Contardi, Why the implementation of the Italian press publishers' right might not be compatible with EU Law (30 May 2022, Kluwer Copyright Blog) <<https://copyrightblog.kluweriplaw.com/2022/05/30/why-the-implementation-of-the-italian-press-publishers-right-might-not-be-compatible-with-eu-law/>>

⁸⁴ Eleonora Rosati, First CJEU referral on press publishers' related right (Italian-style) (The IPKat, 13 December 2023) <<https://ipkitten.blogspot.com/2023/12/breaking-first-cjeu-referral-on-press.html>>

⁸⁵ CMA, CMA Annual Report and Accounts 2021 to 2022 (21 July 2022) <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/62f241cfd3bf7f4ff0dfc097/Annual_Report_CE.pdf> 23

⁸⁶ CMA & Ofcom, Advice to DCMS [Department for Culture, Media and Sport] on how a code of conduct could apply to platforms and content providers (英国競争市場庁・情報通信庁「プラットフォームとニュースパブリッシャー等コンテンツプロバイダ: 行動規範の適用にかかるデジタル・文化・メディア・スポーツ省への

とする規定及び競争促進介入措置として DPF に課される行動規範の内容にかかる考え方が示されている。

英国では、このような立法の動向にも影響されて、Google が、Google ニュースショーカーケースなどのスキームを利用して新聞社らに支払いを始めていることが伝えられている⁸⁷。もっともその詳細は知られていない。

4. おわりに

本稿では、収入・支払いをめぐる問題に焦点をあてて、日本を含む諸国で問題となっている状況とその解決の方法を検討し、日本外でどのような政策的介入がなされているか行われているかを検討した。

外国については、なかでも、豪州・カナダのように競争法の内外に特別な法的ルールを設けている国では、最終的には最終提案仲裁制度によって適正な条件を設定するようにする制度を採用するとともに、支払い等を十分等に行っていると認められる場合には当該ルールの適用を免れるようにすることによって、DPF から一定の支払いが行われるようになっていることを述べた。最終提案仲裁制度は、英国の指針でも採用が提唱されている。他方、EU とその加盟国であるドイツ・フランスは、著作権法にかかるルールを改訂して、報道機関に著作権隣接権を付与するとともに、適正な報酬の

助言」)(6 May 2022)

<https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1073411/Platform_s_publishers_advice._A.pdf>. デジタル市場・競争・消費者法の審議の過程において、本法案が成立すれば、CMA は、公正性、選択の自由、信頼および透明性を確保すべく強制力を伴う (enforceable / binding) 行動規範が設定できるようになると理解されてきた。See, e.g., A new pro-competition regime for digital markets - Presented to Parliament by the Secretary of State for Digital, Culture, Media & Sport and the Secretary of State for Business, Energy and Industrial Strategy by Command of Her Majesty (July 2021) <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/60f59c938fa8f50c76838784/Digital_Competition_Consultation_v2.pdf> pt. 4. このように行動規範を用いることは、本法の構想にあたる、いわゆるファーマン報告書で提唱されていた。Jason Furman and others, Unlocking digital competition, Report of the Digital Competition Expert Panel (13 March 2019) <<https://www.gov.uk/government/publications/unlocking-digital-competition-report-of-the-digital-competition-expert-panel>> paras 2.17 ff

⁸⁷ See, e.g., Matthew Field, Google to pay British publishers for news (10 February 2021, The Telegraph)

<<https://www.telegraph.co.uk/technology/2021/02/10/google-pay-british-publishers-news/>>

支払い及び透明性にかかる義務を課していること、フランスではこれらの義務に反する DPF の行為を競争法違反とし確約制度を通じて行うべき行為と行ってはならない行為を明らかにして著作権法上の諸ルールの実質化が図られ、ドイツでは著作権集中管理機関が対価等の適切性を判定する公的機関を利用して権利実現をはかろうとしていることを説明した。さらに、EU では、デジタル市場法によりゲートキーパーとして指定される DPF の一定の事業については透明性等にかかる義務が様々なサンクションを伴う形で公的に執行されるものとなっていることも指摘した。米国については、DPF から報道機関に支払い等を義務付ける法律の成立には至っていないものの、議会において法案が何度にもわたって出されていることを確認した。詳説しなかったが、連邦司法省による Google の広告分野における反トラスト法違反（独占化等）を理由とする提訴を受けて、この行為のために損害を被ったとして、損害賠償等を請求する私訴を報道機関が起こしていることにも注で記した。

(1) 日本への示唆: 取引条件の適正化について

国によって競争法及び知的財産権法の備えている原理や執行制度は異なるため、他国で実現され試みられていることが、日本でも直ちに試行・実施可能とは思われないものの、このような経験から日本が得ることができる示唆はあるのではないかな。

ニュースコンテンツの作成・流通・利用の仕方が劇的に変化しているにもかかわらず、報道の持続可能性を維持することに向けた実質的な法的政策的介入を何ら行わないでおきながら、新聞社を含め知的創作活動に携わる者の利益を脅かす機械学習の例外を広範に許容する著作権法改正のみを行っている日本の現状は、不思議というのを通り越して、民主主義の息をとめようとしているようにもみえる。他国の状況を日本国内で話題にすると、「自国の新聞や文化を大切にするフランスは、日本と異なる」、「欧州には、米国ビックテックに対して自国産業や文化の保護を行おうという気運が強く、日本は異なる」、「豪州には、メディア分野で政治力をもつ巨大な会社がいるのであり、日本と違う」という反応が返ってくることがある。しかし、本稿でみてきたように、このような動きがあるのは、豪州に限らない。欧州で EU・フランスに先んじて著作隣接権を導入したのはドイツとスペインであって、フランスではない。EU デジタル著作権法指令はイタリアにおいてより強力な形で国内法化がはかられている。ビックテックの本拠地である米国やカリフォルニアでも、新聞を守る動きがあるのであ

る。本稿では詳しく取り上げなかったが、新聞社とジャーナリズムを守ろうとする動きは、韓国にも台湾にもあるのである。世界は、国や文化の違いを超えて、DPFとAIの時代にジャーナリズムを守っていく法制度・政策を導入する方向で動いており、日本だけが無為無策でいるのではないか。

公正取引委員会を除けば日本の政治家・政策立案者がこの問題に殆ど関心をもたないように見える理由に、日本の新聞が社会的に信頼されていないことがあげられることがある。しかし、メディア不信も、日本に限られた現象ではない⁸⁸。ロイター研究所によれば、本稿でとりあげた国の多くでは、ニュースを信頼するとの回答は、3～4割であり⁸⁹、それでもなお、政治家・政策立案者は、ジャーナリズムを守るための法政策を導入したか、導入しようとしているのである。日本の現状は、日本における政治家と政策立案者がニュースと報道機関に対して持っている意識が低すぎることの現れなのではないか。

文化・学術など同様に、報道は人と人を構成員とする組織が行うのであり、人も組織も、不可逆性をもつ有機的な存在である。新聞社が技術や生活様式の変化に応じてビジネスモデル等を変えていかなければならないこと、現在の日本のニュースコンテンツの産業構造は変化せざるを得ないだろうこと、DPFの問題を除いても日本の新聞に課題が従来から存在したことは確かだろうが、現在、ニュースコンテンツを作り出している人と組織が衰え失われてしまったら、それに代わる人・組織を再び育て作り上げていくことができるとは、思えない。デジタル技術による社会・経済の抜本的変化、地球環境の危機、世界における戦争・紛争の日常化、格差拡大と、日本は、これまでみなかった内容・規模の課題に直面している。国際的な緊張が高まり、各地域がそれぞれ固有かつ深刻な問題を抱える中、他国に拠点をおく記者・報道機関が維持されていなければ、日本で生活をする市民に十分なニュースがもたらされることも期待できない。日本と都道府県、市町村は、それぞれが、信頼できる記者・報道機関を必

⁸⁸ Nic Newman with Richard Fletcher, Craig T. Robertson, Amy Ross Arguedas, and Rasmus Kleis Nielsen, Reuters Institute Digital News Report 2024 <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf> pp. 34-38, pp. 65ff. accessed 11 Aug 2024. 欧州諸国等に比較すれば、日本における信頼度は寧ろ高い。

⁸⁹ *ibid*

要としている。また、他国の報道に頼ろうにも、他国の記者・報道機関も、収入の減少と経営難に直面している。

(2) 条件適正化を超えて

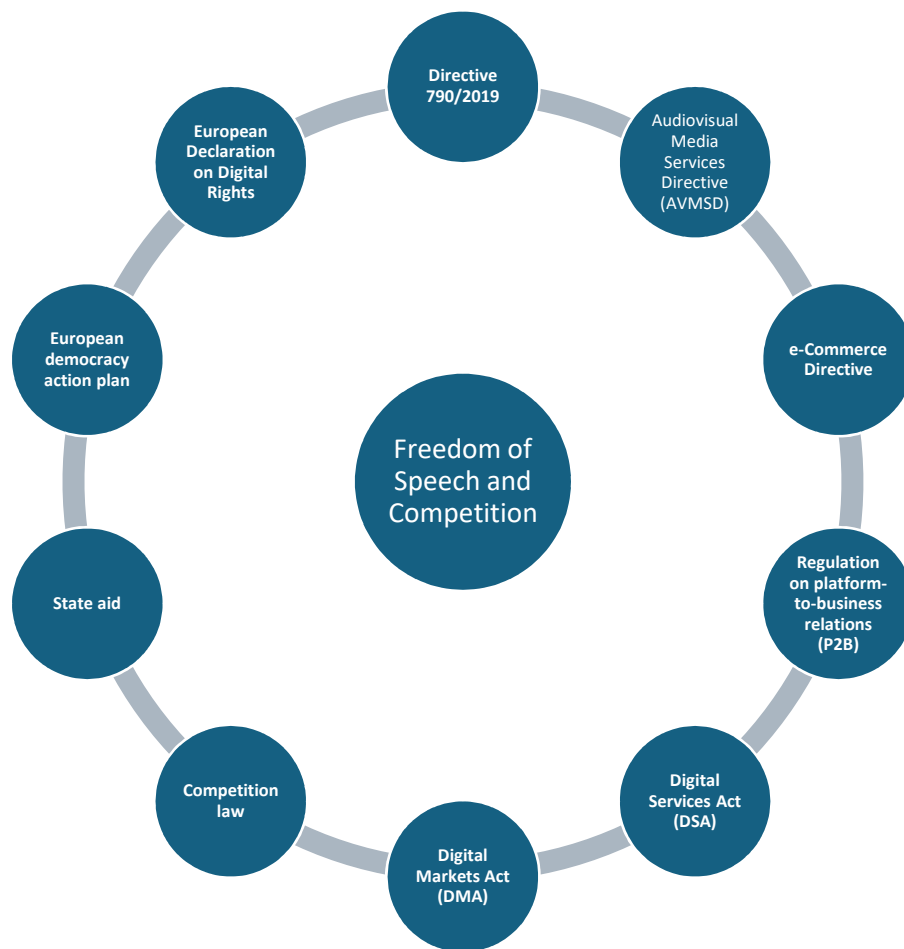
各国の状況は、同時に、現在までに試みられてきている様々な方策の限界も、ある程度まで、示唆している可能性はある。例えば、報道等で推定されている限り最も高い額を DPF から引き出したとみられる豪州においても、その支払額は年 2 億豪ドル（193 億円程度）に留まっている。人口等が異なるため豪州の額が日本での支払額になるとは考えにくい、人口比で 5 倍したとしても、900 億円に留まる。日本の新聞社の 2022 年度における総売上高が 13271 億円、このうち販売収入が 6625 億円であることを考えれば⁹⁰、非常に僅かな額と言える。支払いはないよりはあった方がよく、日本の報道各社がおかれている状況に比べれば改善になっているのかもしれないが、このような額では、報道機関の長期的な持続可能性がどの程度まで維持されるようになるのかは疑問であるし、この額が DPF が長年にわたって得てきた便益を反映した適切なものとなっているのかも分からない。報道機関を持続させ、さらに、収益の面で報道機関が直面する問題が若干、緩和されるとしても、収入の側面以外の報道機関の直面する課題や、ニュースコンテンツの接触方法の変化が生み出した様々な社会的課題は残る。これらの社会的課題の中には、伝統的なニュースメディアが従来もっていた紙面構成等についてもっていた影響力が低下し、ニュースの受け手が自己の嗜好にあったニュースばかりを受け取るようになる「エコチェンバー」問題とこれがもたらす政治的社会的問題が含まれる。報道機関が各社のブランドをかけて守ってきた正確・的確な情報を伝える存在としての位置づけが社会的になくなって、様々な誤情報・偽情報が社会に流布し、政治に影響を与えるようになる現象も、同様に、残ることになる。さらには、読み手の歓心・注目を買うような記事を書けば収入が増えるために、そのような記事を書くインセンティブをもつ一方で、そうではない記事には投資はされなくなる問題は、DPF からの支払額の計算方法次第では、深刻化する可能性もある。

⁹⁰ 日本新聞協会新聞社の総売上高の推移」<<https://www.pressnet.or.jp/data/finance/finance01.php>> 2024 年 8 月 11 日閲覧

このようなことからすると、DPF に対して公正な報酬の支払いを行わせるようにすることに法的手段の介入は勿論のこと、これ以外の方法も用いて、あるいは、これ以外の角度からも、民主主義を支える報道機関と知る権利を確保するようにする様々な方策が講じられるべきであると思われる。このような方策の中には、ディープフェイクないしなりすましの偽情報（フェイクニュース）への法的対処、政官及び経済力をもつ企業の透明性を高めるための措置、報道機関及び報道関係者（ジャーナリスト）への金銭付与その他の公的補助、教育等の方策が含まれるだろう。報道機関を監督する官庁は、日本には存在しないが、このような個々の問題に対処する官庁は、既に存在しているはずだ。また、いうまでもなく、監督官庁はなくても、法的ルールは作れるはずであり、政治家が的確に問題を把握して必要な措置をとっていくようにすることが期待される。

このような観点をもって比較を行うと、EU 法についても、違った様相が立ち現れてくることが分かる。究極的に守るべきものが表現の自由と競争（さらに知る権利と民主主義）だとすれば、本稿が論じた視角や取り上げた法制度の他にもこれらに関係する法令・政策が多数、存在しており、それらが総体として、デジタル化した経済社会において、このような権利・制度を守っている。下の図は、この様子を概観したものである⁹¹。

⁹¹ Claudio Lombardi 博士による（2024 年 6 月 28 日公正取引委員会競争政策研究センター・ディスカッションペーパー・最終報告ワークショップにて利用）。



様相を新しくしたジャーナリズム／メディア空間の中で、報道機関の側にも努力が求められることは、言うまでもない。パソコンやスマートフォンで記事に接するようになった消費者は、ボイスアシスタントを始めとする AI を実装する様々な機器・役務等さらに高次の媒体に移っていくことはあっても、紙媒体に戻っていくとは考えにくい。日本では、紙媒体の購読者からの収入が重要な収入源になっていることからこのような購読者を尊重することには経済的合理性はあるだろうが、この種の購読者層は高齢化が進んでいるのであり、このような購読者層が大幅に減少ないし消失しても維持可能なビジネスモデルへと変更していくことが求められる。そのためには、徹底的に取材して優れた記事を書けるといふ以上の経営上の才覚が必要になるだろう。また、どのような法規制を導入するにしても DPF や生成 AI 等を活用する事業者らとの関係は続くだろうから、このような事業者と対峙できる法的技術的専門性を備えていく必要もある。政策法務・経営企画に、自己の存続を可能とするような法的環境とな

っているかを見極めて、必要な場合にはその整備に向けて立法・政策形成過程にインプットを行うことが出来る専門人材を備えるようにする必要もある。

参考資料

1. カナダ・オンラインニュース法（抄訳）
2. EU デジタル市場法（抜粋・訳）
3. フランス競争当局 Google 確約（訳）
4. 英国市場庁・Ofcom のアドバイス（抄訳）

参考1 カナダ オンライン・ニュース法

オンライン・ニュース法（Online News Act）抄訳

S.C. (Statutes of Canada) 2023, c. 23

カナダの人々がニュースコンテンツを利用できるようにするオンライン通信プラットフォームに関する法律

略称

略称

第1条 この法律は、オンライン・ニュース法と呼ばれることがある。

解釈

定義

第2条 (1) この法律では、以下の定義を適用する。

委員会とは、カナダ無線テレビ通信委員会を意味する。

対象となる契約とは、以下のいずれかに該当するものを意味する。

(a) 第19項(1)(a)に規定する交渉または第19項(1)(b)に規定する調停の結果として締結される契約

(b) 第42条に基づき契約とみなされる仲裁パネルの決定

デジタル・ニュース仲介とは、検索エンジンやソーシャル・メディア・サービスを含むオンライン・コミュニケーション・プラットフォームで、国会の立法管轄下であり、カナダ国内の人が報道機関の作成したニュースコンテンツを利用できるようにするものをいう。ただし、メッセージングサービスであり、個人間のプライベートなコミュニケーションを主目的とするオンライン・コミュニケーション・プラットフォームは含まれない。

適格（eligible）—ニュース事業について—とは、当該事業が第27項(1)に基づき指定されていることを意味する。

事業者には、会社、信託、パートナーシップ、ファンド、ジョイントベンチャー、その他の法人化されていない団体や組織が含まれる。

（略）

大臣とは、カナダ遺産大臣を意味する（但し、第5条に基づき他の連邦大臣が指名された場合はその大臣を意味する。）。

ニュース事業者(news business)とは、カナダで報道機関(news outlet)を運営する個人または機関を意味する。

ニュースコンテンツとは、音声または視聴覚形式を含めいかなる形式によるかを問わず、公共の関心事である時事問題または出来事を報道、調査または説明するコンテンツを意味し、先住民のニュース媒体が先住民のストーリーテリングによって提供するコンテンツも含まれる。

報道機関(news outlet)とは、ニュースコンテンツを作成することを主目的とする事業または他から切り分け可能な事業の部分を意味し、先住民報道機関または少数公用語コミュニティ報道機関を含む。

(略)

運営者(operator)とは、手段を問わず、デジタル・ニュース仲介を運営する個人または機関をいう。

ニュースコンテンツの提供

(2) 本法において、ニュースコンテンツは以下の場合に提供されたもの(is made available)となる。

(a) ニュースの内容またはその一部が複製された場合

(b) ニュースコンテンツまたはその一部へのアクセスが、ニュースコンテンツのインデックス、アグリゲーションまたはランキングを含む、いかなる手段かによって促進(facilitate)された場合。

表現の自由

第3条(1)念のため(for greater certainty)、本法は表現の自由と矛盾しないように解釈・適用される。

ジャーナリズムの独立性

(2) 本法は、主にカナダのニュース市場向けに制作されるニュースコンテンツ(ローカル、地域、全国ニュースコンテンツを含む)に関して、報道機関が有するジャーナリズムの独立性を支持するように解釈・適用される。

ニュースコンテンツの扱い

(3) この法律は、ニュースコンテンツが不当な操作や干渉を受けることなく、デジタル・ニュース仲介によって提供されるようにすることを目的として、解釈・適用される。

目的

目的

第4条 本法の目的は、カナダのデジタル・ニュース市場における公正性を高め、カナダにおける独立系ローカル企業を含む非営利・営利セクターのニュースの持続可能性—独立系ニュース事業者の持続可能性を含む—に貢献することを目的として、デジタル・ニュース仲介を規制することである。

大臣の指名

指名

第5条 The Governor in Council は、命令により、連邦大臣の誰をも本法上の大臣に指名することができる。

適用

適用

第6条 本法は、以下の要素を考慮し、デジタル・ニュース仲介を行う運営者とニュース事業者との間に著しい交渉力の不均衡がある場合、当該デジタル・ニュース仲介業について適用される。

- (a) 仲介またはその運営者の規模
- (b) 仲介の市場が、ニュース事業者に対する戦略的優位性をその運営者に与えるか
- (c) 仲介[者]が市場で突出した（prominent）地位を占めているか

通知義務

第7条 (1) デジタル・ニュース仲介に関して本法が適用される場合、その運営者は委員会にその旨を通知しなければならない。

必要な情報

(2) オンライン・コミュニケーション・プラットフォームを運営する個人または機関は、委員会の要請を受け、委員会が指定する期間内に、委員会が第(1)項の遵守を確認し、または遵守違反を防止する目的で必要とする情報を、委員会が指定する方法で提供しなければならない。

デジタル・ニュース仲介のリスト

第8条 (1) 委員会は、この法律が適用されるデジタル・ニュース仲介のリストを維持しなければならない。リストには、仲介の運営者およびその連絡先を記載し、第11項(1)また

は第 12 項(1)に基づく命令がその仲介に関して適用されるかどうかを明記しなければならない。

行政委任立法法 (Statutory Instruments Act)

(2) (1)項に基づき維持されるリストに関しては、行政委任立法法は適用されない。

公表

(3) 委員会はこのリストをウェブサイトに掲載しなければならない。

放送

第 9 条 本法は、放送法第 2 条第 1 項に定義される放送事業者にあたるデジタル・ニュース仲介について、放送については、適用されない。

電気通信サービス・プロバイダー

第 10 条 念のため (for greater certainty)、電気通信法第 2 条第 1 項に定義される電気通信サービス提供者が、その資格のみをもって行動する場合には、本法は適用されない。

適用免除

適用免除令 (exemption order)

第 11 条 (1) 委員会は、デジタル・ニュース仲介の運営者が適用免除を請求し、かつ以下の条件を満たす場合には、当該デジタル・ニュース仲介について適用免除令を出さなければならない：

(a) 運営者が、主にカナダのニュース市場向けにニュースコンテンツを制作する報道機関を運営するニュース事業者と契約を結んでおり、委員会が、全体として、これらの契約が以下の基準を満たしていると判断する場合：

(i) 当該仲介によって提供されるニュースコンテンツについて、ニュース事業者に公正な報酬を提供するようにしており、

(ii) 報酬の適切な部分が、地方、地域、全国的なニュースコンテンツの制作を支援するためにニュース事業者によって使用されることを保証するものであり、

(iii) 報道機関が有する表現の自由とジャーナリズムの独立性を損なうような形で企業の影響力を用いることを許容しないものであり、

(iv) カナダのニュース市場の持続可能性に貢献するものであり、

(v) 独立系ローカルニュース事業のかなりの部分とその恩恵を受け、それらの事業の持続可能性に貢献し、カナダのニュース市場における革新的なビジネスモデルを奨励するものであり、

(vi) 非営利・営利両部門のさまざまな報道機関と関わり、各州・準州の地方・地域市場、英語圏・フランス語圏のコミュニティ、黒人やその他の人種のコミュニティなど、あらゆる市場や多様な人々にサービスを提供する多様なビジネスモデルを反映するニュース事業者との間で締結されるものであり、

(vii) 先住民の報道機関のかなりの部分がその恩恵を受け、先住民による、先住民のためのニュースコンテンツの提供を支援する形で、それらの報道機関の持続可能性に貢献することを保証するものであり、かつ、

(viii) 少数公用語コミュニティが発行するニュースのかなりの部分がその恩恵を受けられるようにし、少数民族の公用語コミュニティによる、またそのためのニュースコンテンツの提供を支援する形で、それらの報道機関の持続可能性に貢献するものであること

(a.1) 委員長が指定する条件に従って、委員会が意見募集手続きを実施したこと

(b) ガバナー・イン・カウンシル (Governor in Council) が定める規則に規定される条件
命令の効果

(2) この命令は、仲介との関係において、以下の規定の適用を免除する。

(a) 第 21 条、および第 21 条に関して第 85 条に基づいて定められる規則の規定

(b) 本法のその他の規定、および第 81 条(1)項または第 85 条に基づいて定められる規則の規定であって、委員会がその裁量において命令により定めるもの

条件

(3) 命令には、委員会が適切と考える条件を付することができる。

財務委員会の承認

(4) 命令が第 82 条または第 81 条(1)に基づいて制定される規則の規定につき運営者を適用免除するものである場合には、当該命令は、財務省理事会の承認を必要とする。

命令の期間

(5) 命令は 5 年を超えない期間、有効であり、本条に基づき、更新することができる。

暫定命令 (interim order)

第 12 条 (1) 委員会は、デジタル・ニュース仲介に関して、以下の条件を満たす場合、適用免除令と同じ効力を持つ暫定命令を出すことができる：

(a) 運営者が仲介に関する適用免除を請求しており、

(b) 運営者が主にカナダのニュース市場向けにニュースコンテンツを制作する報道機関を営む事業者と契約を結んでおり、

(c) 委員会が、全体として、協定が第 11 項(1)(a)(i)から(viii)に定める基準を満たさないと考えるという理由から免除命令を下すことができず、かつ、

(d) 委員会が運営者が合理的な期間（その期間は 1 年を超えてはならない）内に基準を満たすことを可能にする措置を誠実に講じているために、その見解を変更することができる
と考える場合

条件

(2) 暫定命令には、運営者が講じる措置に関する条件を定めなければならない。また、委員会が定める日時とカナダ内の場所での公開協議の開催を求めること等委員会が適切と考えるその他の条件を定めることもできる。

財務委員会の承認

(3) 暫定命令は、その命令が運営者に対して第 11 項(4)で規定される規定の適用を免除するものである場合には、財務省理事会の承認を必要とする。

失効

(4) 暫定命令では、第(1)項(d)に規定される期間を定めなければならず、暫定命令は、その期間が終了した時に効力を失う。

念のために

第 13 条 念のために、第 11 項(1)(a)または第 12 項(1)(b)で言及される契約には、本条が発効する日以前に締結された契約も含まれる。

見直し

第 14 条 (1) 念のために、委員会は、適用免除令または暫定命令を見直すことができる。

適用免除令の廃止

(2) 委員会は、以下の場合には、適用免除令を廃止することができる。

(a) 委員会が、当該デジタル・ニュース仲介の運営者が本法に反する行為を行っていると
考える場合

(b) 第 11 項(1)で規定される条件が満たされなくなった場合、または、

(c) 適用免除令に含まれる条件が満たされない場合。

暫定命令の廃止

(3) 委員会は、以下の場合には、暫定命令を廃止することができる。

(a) 委員会が、当該デジタル・ニュース仲介の運営者が本法に反する行為を行っていると
考える場合

(b) 第 12 項(1)(c)または(d)に規定される条件が満たされなくなった場合、又は、

(c) 暫定命令に含まれる条件が満たされない場合

理由

第 15 条 委員会は、以下の事項にかかる理由をウェブサイトで公表しなければならない。

- (a) 要求された適用免除令を出すか出さないか
- (b) 暫定命令を出すか出さないかの決定
- (c) 適用免除令または暫定命令を廃止することの決定

行政委任立法法

第 16 条 免除命令及び暫定命令には、行政委任立法法は、適用されない。

命令の公表

第 17 条 委員会は、適用免除令および暫定命令をすべてウェブサイト公表しなければならない。

交渉手続き

概要

当事者の定義

第 18 条 第 19 条から第 44 条において、当事者とは、運営者、適格ニュース事業者またはそのグループを意味する。

交渉手続きにおけるステップ

第 19 条 (1) 交渉手続きは、次のものから構成される。

- (a) 90 日間に及ぶ交渉 (negotiation or bargaining)
- (b) 交渉期間内に合意に達することができない場合には、交渉期間終了の翌日から 120 日間、調停を行う。
- (c) 当事者が調停期間内に合意に達することができず、当事者の少なくとも一方が仲裁の開始を希望する場合、調停期間終了の翌日から 45 日間、最終提案仲裁が行われる。

延長

(1.1) 両当事者の要請があれば、委員会は、1 項(a)ないし (c)のいずれかに定める期間を延長することができる。

交渉手続きの対象

(2) 交渉手続きは、第 30 条に基づき交渉手続きの対象として指定され、第 31 条(1)に基づき申請がなされた場合には、委員会が交渉手続きの対象であると決定した、報道機関が制作したニュースコンテンツを、当該デジタル・ニュース仲介が提供することに関連する事項に限定される。

最終提案仲裁の範囲

(3) 交渉手続きにおける最終提案仲裁は、金銭的紛争についてのみ用いる。

交渉手続きの開始

第 20 条 第 29 条第 1 項に基づいてリストされた適格ニュース事業者、またはそのグループのみが、運営者との交渉手続きを開始することができる。

交渉義務

第 21 条 運営者は、交渉を開始した適格ニュース事業者またはそのグループとの交渉手引月に参加しなければならない。

誠実 (good faith)

第 22 条 交渉に参加する当事者は、誠実にこれを行わなければならない。

著作権

交渉手続きの開始

第 23 条 念のために、適格ニュース事業者またはそのグループは、以下の場合に限り、著作権で保護されるニュースコンテンツに関して交渉手続きを開始することができる。

(a) 事業者またはグループの構成員が著作権を所有しているか、またはコンテンツに関して交渉する権限を有している場合、または、

(b) グループが、そのコンテンツに関して交渉する権限を与えられている場合

[著作権の] 制限と例外

第 24 条 念のために、著作権法における著作権の制限や例外によって、交渉の範囲が限定されることはない。

調停と最終提案仲裁

第 25 条 念のために、以下のいずれかにあたる場合には、ニュースコンテンツの使用は、交渉手続きにおける調停や最終提案仲裁の対象とはならない。

(a) 運営者が事業者と当該事業者との間のライセンスまたは契約に従って、当該コンテンツの使用について、適格ニュース事業者に対して支払いを行った場合

(b) 運営者が当該コンテンツの使用に関して著作権委員会が承認した関連料金表に従って、当該コンテンツの使用料を当該事業者を支払ったか、または支払いを行うことを申し出ている場合

運営者の責任

第 26 条 (1) ニュースコンテンツがデジタル・ニュース仲介によって提供され、その運営者が、仲介によるニュースコンテンツの提供に関して適用される契約の当事者である場合、当該運営者は、その契約の対象である活動に関する著作権侵害について、著作権法に基づく責任を負わない。

念のために

(2) 念のために、本法のいかなる規定も、著作権侵害に対する著作権法に基づく適格ニュース事業者の責任を制限するものではない。

適格性

適格ニュース事業 — 指定

第 27 条 (1) ニュース事業者の要請があった場合、委員会は、命令により、以下の場合にその事業者を適格事業者として指定しなければならない。

(a) 所得税法 248 条 1 項に定義される適格なカナダのジャーナリズム機関であるか、または放送法第 9 条 1 項 (b) に基づき、同法に基づく規則で定義されるキャンパス局、コミュニティ局、ネイティブ局、または同様のコミュニティの使命を持つ委員会が設置したその他のカテゴリーの免許局として委員会から免許を受けており、

(b) 民主的な制度や手続きに関する報道を含め、一般的な関心事や時事的な報道に主眼を置いた公共性の高いニュースコンテンツを制作し、かつ、

(i) カナダで 2 人以上のジャーナリストを常時雇用している場合（ジャーナリストには、報道事業を所有または共同経営しているジャーナリストや、報道事業と独立した立場で取引していないジャーナリストも含まれる、）

(ii) カナダで運営され、コンテンツの編集やデザインもカナダで行われており、

(iii) 業界に特化したニュース、スポーツ、余暇、芸術、ライフスタイル、エンターテインメントなど、特定のトピックに主眼を置いていないニュースコンテンツを制作し、かつ、

(iv) 公認ジャーナリズム協会の会員であり、公認ジャーナリズム協会の倫理綱領に従うか、または独自の倫理綱領を有し、その職業行動基準が、ニュースの報道および情報源の取り扱いにおける公正さ、独立性、厳格さなど、ジャーナリズム専門職として認知されたプロセスおよび原則の遵守を求めている場合、または、

(c) カナダで先住民関連のニュースを配信しており、自治権や条約による権利など先住民の権利に関する報道を含む、一般的な関心事項を含むニュースコンテンツを制作している場合

指定取消し

(3) [ママ] (1)項にもかかわらず、ニュース事業者は、以前に指定され、第 59 項(1)(c)に基づきその指定が取り消された場合には、適格事業者として指定されてはならない。

不適格ニュース事業者

(3.1) (1)項にもかかわらず、以下の場合、ニュース事業者は適格事業者として指定されてはならない。

(a) 報道事業が国際連合法、経済特別措置法または外国公務員腐敗行為防止法（セルゲイ・マグニツキー法）に基づく制裁の対象であるか、またはそのような制裁の対象である個人もしくは機関によって所有もしくは支配されている場合。

(b) 報道事業が、経済対策特別措置法第 2 条に定義される外国に本社を有し、(a) の法律に基づく措置の対象であること。

指定の取消し

(3.2) (3.1)(a)または(b)に記載されたニュース事業が以前に適格であると指定された場合、委員会は、命令により、適格であると指定した命令を取り消さなければならない。

行政委任立法法

(4) 第(1)項に基づき定められた命令には、行政委任立法法は適用されない。

地方公共放送

第 28 条 州の公共放送局を適格ニュース事業者として指定するには、知事が制定する規則で定められたその他の条件を満たす必要がある。

公開リスト

第 29 条 (1) 委員会は、適格ニュース事業者のリストを管理し、そのリストをウェブサイトで公表しなければならない。適格ニュース事業者は、その同意を得た場合にのみ、リストに掲載されるものとする。

行政委任立法法

(2) 第(1)項に基づいて維持されるリストについては、行政委任立法法は適用されない。

報道機関の特定

第 30 条 交渉手続きを開始する際、適格ニュース事業者またはそのグループは、当該デジタル・ニュース仲介の運営者に、交渉手続きの対象となる報道機関を通知しなければならない。

委員会への申請

第 31 条 (1) 運営者が、適格ニュース事業者またはそのグループによって第 30 条に基づき特定された報道機関を交渉の対象とすべきではないという意見を有する場合、運営者は委員会にその問題の決定を行うよう申請することができる。

決定

(2) 報道機関が、専ら主に以下のようなオリジナルのニュースコンテンツからなるニュースコンテンツ（地方、地域、全国的なニュースコンテンツを含む）を制作する目的で経営されていると委員会が判断した場合には、当該報道機関は交渉手続きの対象となる。

(a) 主にカナダのニュース市場向けに制作を行い、

(b) 民主主義の制度やプロセスに関する報道をはじめとして、一般的な関心事や時事問題の報道に重点を置き、

(c) 業界ニュース、スポーツ、余暇、芸術、ライフスタイル、エンターテインメントなど、特定のトピックに焦点を当てておらず、かつ、

(d) 組織、団体またはその構成員の利益を促進したり、活動を報告したりすることを意図したものではないもの

特例—先住民族ニュース

(2.1) (略)

略式決定 (Summary dismissal)

(3) 委員会は、第(1)項に基づく申請が取るに足らず、濫用的であり、その他誠実に行われたものではないと判断した場合には、その申請を簡易に却下することができ、この場合には、申請の対象である報道機関は交渉手続きに服することになる。

契約

グループとの契約 (agreement)

第 32 条 (1) 適格ニュース事業者のグループが、交渉手続きにおける交渉または調停の結果、運用者と契約を締結した場合、そのグループは、締結日の翌日から 15 日以内に、契約の写しを委員会に提出しなければならない。

念のために

(2) 念のために、本法のいかなる規定も、契約がそのように規定する場合には、契約締結後にグループに新たに加入する適格ニュース事業者に契約が適用されることを妨げるものではない。

最終提案仲裁

有資格仲裁人名簿

第 33 条 (1) 委員会は、仲裁人の資格をウェブサイトで公表し、資格をもつ仲裁人の名簿を管理しなければならない。

先住民の登録

(1.1) 委員会は、名簿に先住民が含まれるようにしなければならない。

プロポーザル

(2) 交渉または調停の当事者は、名簿の候補者を提案することができる。

仲裁パネル

第 34 条 (1) 最終提案仲裁は、以下の 3 名の仲裁人で構成されるパネルが行わなければならない。

(a) 両当事者が名簿から選んだ者、または

(b) 委員会が妥当と考える期間内に当事者が仲裁人を選出しない場合は、委員会が名簿から任命する者

委員会による任命

(2) 委員会は、仲裁人をパネルに任命する場合、当事者の希望を考慮しなければならない。

地位

(3) 仲裁パネルは、連邦裁判所法 (Federal Courts Act) 上、federal board、委員会、その他審判廷(tribunal)には当たらない。

(略)

仲裁パネルの決定

第 37 条 仲裁パネルは、1 当事者が提示した最終提案を選択することにより決定を下す。

考慮要因 (Factors)

第 38 条 仲裁パネルは決定を下すにあたり、以下の要素を考慮しなければならない。

(a) 各当事者が当該ニュースコンテンツに投資、支出、その他の行為を行うことにより、金銭的またはその他の形で当該コンテンツに付加した価値

(b) 各当事者が当該デジタル・ニュース仲介によって提供されるコンテンツから受ける金銭的価値その他の利益

(c) 当事者たるニュース事業者とデジタル・ニュース仲介業運用者の間の交渉力の不均衡

提案 (offer) の却下

第 39 条 (1) 仲裁パネルは、次の場合に当たると考える場合には、提案を却下しなければならない、

(a) 当事者が報酬の支払額または受領額に対して不当な影響力を行使することになるもの

(b) カナダ国内の人々へのニュースコンテンツの提供に重大な不利益をもたらす可能性が高いため、公益に反するもの

(c) カナダのデジタル・ニュース市場における公平性を高め、その持続可能性に資するという目的と矛盾するもの

却下の効果

(2) 仲裁パネルが第(1)項に従って当事者の一方の最終申し出を却下する場合、他方の当事者の最終提案を受け入れなければならない。

理由と新しい提案

(3) 仲裁パネルが、第(1)項に従って、各当事者による最終提案を却下する場合、仲裁パネルは、当事者に書面により理由を述べ、新たな提案を行う機会を与えなければならない。

その他の意見

第 40 条 仲裁パネルは、その決定にあたり、委員会および競争法第 7 条第 1 項に基づいて任命された競争委員会委員に口頭または書面による意見を求めることができる。

最終決定

第 41 条 仲裁パネルの決定は最終的なものである。

契約とみなされる決定

第 42 条 仲裁パネルの決定は、その執行 (enforceability) に関して、当事者によって締結された契約とみなされる。

理由

第 43 条 仲裁パネルは、その決定の理由を当事者および委員会に書面で述べなければならない。

(略)

競争法

対象となる契約(agreements)

第 47 条 競争法第 45 条および第 90 条第 1 項は、以下の行為には適用されない。

- (a) 運営者と適格ニュース事業者グループとの間での対象となる契約に従って行われる支払い、情報交換等の行為
- (b) 「対象となる契約」に関係する活動に関係する契約条項
- (c) 運営者と適格ニュース事業者グループが当事者となる第 18 条から第 44 条に定める交渉手続きにおいて行われる交渉もしくは調停、または最終提案仲裁

その他の契約

第 48 条 (1) 競争法第 45 条および第 90.1 条は、以下の場合にも適用されない。

- (a) 運営者と適格ニュース事業者のグループとの間で行われる契約締結を目的とした交渉行為
- (b) 契約に基づき実施される支払いや情報交換等の活動
- (c) (b)で規定する活動に関係する契約条項

契約の定義

(2) 本項において契約とは、以下の契約を意味する。

- (a) 対象となる契約ではなく、
- (b) 事業者と、主にカナダのニュース市場向けにニュースコンテンツを制作する報道機関を運営する適格ニュース事業者のグループとが締結し、
- (c) 運営者が運営するデジタル・ニュース仲介業による当該コンテンツの提供に関するもの

行動規範

行動規範の制定

第 49 条 (1) 委員会は、規則により、ニュースコンテンツに関する交渉（第 18 条から第 44 条に規定される交渉手続きにおける交渉および調停を含む）に関する次の者の間の行動規範を定めなければならない。

(a) 報道機関が主にカナダのニュース市場向けに制作したニュースコンテンツを提供するデジタル・ニュース仲介の運営者

(b) 適格ニュース事業者またはそのグループ

行動規範の目的

(2) 行動規範の目的は、ニュース内容に関する交渉における公平性及び透明性を確保することである。

必須コンテンツ (Mandatory contents)

(3) 行動規範には、以下の規定を含めなければならない。

(a) 第 22 条に規定される誠実交渉義務を尊重すること

(b) 第 18 条ないし第 44 条に規定される交渉手続き外の交渉においても、当事者に誠実に交渉することを求めること

(c) (b) 項に規定される誠実交渉の要求を尊重すること

(d) 当事者が十分な情報に基づいて事業上の意思決定を行うために必要とする情報を尊重すること

裁量コンテンツ (Discretionary contents)

(4) 行動規範では、特に以下の事項を規定することが出来る。

(a) 第 18 条ないし第 44 条に規定される交渉手続きに基づく交渉または調停の結果として締結される契約を含む契約に含まれる特定の条項の使用を禁止すること、及び、

(b) 交渉中に起こりうる不公正な行為の例を示すこと

遵守命令

第 50 条 (1) 運用者、適格ニュース事業者またはそのグループが行動規範を遵守しない場合には、委員会は、命令により、これらの者に対して不遵守を是正するために委員会が必要と考える措置をとるよう求めることができる。

行政委任立法法

(2) 第(1)項に基づき行われる命令には、行政委任立法法は、適用されない。

差別、優遇、不利益の賦課

禁止

第 51 条 運営者又はデジタル・ニュース仲介事業者は、適格ニュース事業者が経営する報道機関が主にカナダのニュース市場向けに制作したニュースコンテンツを提供する過程において、以下の行為を行ってはならない。

- (a) 適格ニュース事業者を不当に差別すること
- (b) 自己を含め個人または機関を不当または不合理に優遇すること
- (c) 適格ニュース事業者に不当または不合理な不利益を与えること

苦情

第 52 条 (1) 適格ニュース事業者またはそのグループは、事業者またはグループの構成員について、運営者が第 51 条に違反したと信じる合理的な根拠がある場合には、委員会に苦情を申し立てることができる。

考慮要因

(2) 運営者が第 51 条に違反したかどうかを判断する際、委員会は、適切と考えるあらゆる要因を考慮することができるが、問題となる行為が以下のようなものであるかどうかを考慮しなければならない。

- (a) 運営者の通常の業務において[行われる行為か]
- (b) 報復的な性質を持つか
- (c) 法の目的に合致するか

苦情の却下

(3) 委員会は、第(1)項に基づく苦情が取るに足らず、濫用的で、その他誠実に行われたものでないと判断する場合には、その苦情を略式で却下することができる。

(以下略)

原典: Government of Canada, Justice Laws Website: Online News Act

< <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/O-9.3/page-1.html#:~:text=4%20The%20purpose%20of%20this,profits%20sectors%2C%20including%20independent%20local> > accessed 15 March 2024

参考2 EU デジタル市場法（抜粋）

EU デジタル市場法（Digital Markets Act）のうちニュースメディアに関する規定

前文

(45) ゲートキーパーが、広告主とパブリッシャーの両方を含むビジネスユーザーにオンライン広告サービスを提供する条件は、多くの場合、不透明（non-transparent and opaque）である。この不透明さは、一部のプラットフォームの慣行と関連している部分もあるが、現代のプログラマティック広告の複雑さにも起因している。この分野は、新しいプライバシー法の立法後に透明性が低くなったと考えられている。このために、広告主やパブリッシャーは、購入するオンライン広告サービスの条件に関する情報や知識が得られず、オンライン広告サービスを提供する事業者間で切替えを行う能力が損なわれていることが多い。さらに、このような状況においてオンライン広告サービスの費用は、より公平で透明性が高く、競争可能（contestable）なプラットフォーム環境でかかっていたら費用よりも高いものとなっている可能性が高い。このような費用の高さは、オンライン広告サービスを利用する多くの日用品やサービスに対して最終消費者が支払う価格に反映されている可能性が高い。このため、透明性にかかる義務が課されて、ゲートキーパーは、ゲートキーパーがサービスを提供する「広告主又はパブリッシャーが」要求した場合には、これらの者が広告バリューチェーンの一部として提供される様々なオンライン広告サービス各々について支払われている価格を理解できるようにする情報を無償で提供しなければならないものとすべきである。

要求があった場合には、広告の各々について、広告主に対して課される価格及び手数料、ならびに、広告が表示されるインベントリを所有するパブリッシャーとの間で合意があることを条件として、その同意するパブリッシャーが受け取った報酬に関する情報が提供されるべきである。この情報を日々、提供することで、広告主は、ゲートキーパーのオンライン広告サービスを利用する費用と、これに代わる事業者のオンライン広告サービスを利用する費用を比較するために必要な粒度が十分な情報を受け取ることができる。一部のパブリッシャーが広告主に関連情報を共有することに同意しない場合には、ゲートキーパーは、当該パブリッシャーが関連する広告について受け取る一日の報酬の平均額に関する情報を広告主に提供しなければならない。オンライン広告サービスの提供に係る情報を共有する同じ義務及び原則が、パブリッシャーからの要求についても、適用されるべきである。ゲートキーパーは、広告主やパブリッシャーにオンライン広告サービスを提供する際に、例えばインプレッション単価、ビュー単価その他の基準など、異なる価格設定

方法を用いることがありうることから、ゲートキーパーは、このような価格ないし報酬各々が計算される方法も明らかにしなければならない。

…

(47) ビジネスユーザーは、最終消費者に商品・役務を提供する目的で、核となるプラットフォームサービス（core platform services）を提供する事業者からオンライン広告サービスを購入することもある。この場合、データは、核となるプラットフォームサービス上で生成されず、ビジネスユーザーによって核となるプラットフォームサービスに提供されたり、核となるプラットフォームサービス〔の利用〕を通じてその作用に基づいて生成されたりすることがあり得る。一定の状況下では、広告を提供する核となるプラットフォームサービスは、オンライン広告サービスを提供する事業者としての役割と、ビジネスユーザーと競合するサービスを提供する事業者としての役割を、併せ持つことがある。このため、二重の役割を持つゲートキーパーがビジネスユーザーのデータを使用することを禁ずる義務は、核となるプラットフォームサービスがその核となるプラットフォームサービスに関係してオンライン広告サービスを提供する目的で企業から受け取るデータに関しても適用されるべきである。

…

(58) ゲートキーパーが、広告主とパブリッシャーの両方を含むビジネスユーザーにオンライン広告サービスを提供する条件は、不透明であることがしばしばである。そのために、広告主及びパブリッシャーにとって、広告の効果に関する情報は、不足しがちである。〔ゲートキーパーを〕指定する決定において指定されるオンライン広告サービス、及び、同じ事業者の核となるプラットフォームサービスであって他のサービスと完全に統合されたオンライン広告サービスについて、公正性、透明性および競争性（contestability）をさらに高めるために、ゲートキーパーは、広告主および出版社、ならびに広告主および出版社から権限を付与された第三者が要求した場合には、広告主、広告出稿企業の代理を務める広告代理店等の権限を有する第三者及びパブリッシャーが、関係するオンライン広告サービスの提供について独自の検証を実施するために必要なゲートキーパーのパフォーマンス測定ツールおよび集計データ・非集計データを含むデータを、無償で、提供しなければならない。

第5条 ゲートキーパーの義務

…

2. ゲートキーパーは、以下のいずれかを行ってはならない：

(a) オンライン広告サービスを提供する目的で、ゲートキーパーの核となるプラットフォームサービスを利用する第三者のサービスを利用する最終消費者のパーソナルデータを処理すること；

...

9. ゲートキーパーは、当該ゲートキーパーがオンライン広告サービスを提供する各広告主または広告主が承認した第三者に対して、広告主から求められた場合には、広告主が掲載した広告各々に関する次の事項にかかる情報を、毎日、無料で提供しなければならない：

(a) ゲートキーパーが提供する関連オンライン広告サービスのそれぞれについて、当該広告主が支払った価格（price）および料金（fees）－割引（deduction）および追加料金（surcharge）を含む－

(b) パブリッシャーの同意がある場合には、パブリッシャーが受け取る報酬－割引および追加料金を含む－

(c) 価格、料金及び報酬の算出の根拠となる指標

パブリッシャーが、上記(b)の受領する報酬に関する情報の共有に同意しない場合には、ゲートキーパーは、広告主各々に対して、当該広告について、当該パブリッシャーが受け取る1日の平均報酬額－割引および追加料金を含む－にかかる情報を、無償で提供しなければならない。

10. ゲートキーパーは、当該ゲートキーパーがオンライン広告サービスを提供するパブリッシャーの各々又はパブリッシャーが権限を付与する第三者に対して、パブリッシャーの要請に応じて、パブリッシャーのインベントリに表示される広告各々について、次の事項にかかる情報を毎日、無償で提供しなければならない。

(a) ゲートキーパーが提供する関係するオンライン広告サービスの各々について、当該パブリッシャーが受け取った報酬および支払った料金－割引および追加料金を含む－

(b) 広告主の同意がある場合には、広告主が支払った価格－割引および追加料金を含む－

(c) 価格及び報酬の算出の根拠となる指標

広告主が情報の共有に同意しない場合には、ゲートキーパーは、パブリッシャー各々に対して、当該広告について、当該広告主が支払う1日の平均の価格—割引および追加料金を含む—に関する情報を、無償で提供しなければならない。

第6条 第8条に規定される可能性のあるゲートキーパーの義務

...

8. ゲートキーパーは、広告主およびパブリッシャー、ならびに、広告主およびパブリッシャーが権限を与えた第三者に対して、ゲートキーパーのパフォーマンス測定ツールへのアクセス、および、広告主およびパブリッシャーが広告インベントリについて独自検証を実施するために必要なデータ（集計データおよび非集計データを含む）を、広告主およびパブリッシャーの要請に応じて、無償で、提供しなければならない。このデータは、ゲートキーパーが提供する核となるプラットフォームサービスのパフォーマンスを評価するために、広告主およびパブリッシャーが独自の検証および測定ツールを実行できるように提供しなければならない。

フランス競争当局 Google 事件確約決定（2022 年 6 月 21 日 22-D-13）の確約部分の日本語試訳です。疑義等ある場合には[原文](#)を確認してください。

（和久井理子 翻訳作成日 2022 年 7 月 6 日）

AFFAIRES N°19/0074F, 19/0078F ET 19/0080F - DROITS VOISINS PROPOSITION D'ENGAGEMENTS D'ALPHABET INC, GOOGLE LLC, GOOGLE IRELAND LIMITED ET GOOGLE FRANCE

第 19/0074F 号・第 19/0078F 号・第 19/0080F 号事件 – アルファベット社、グーグル社、グーグル・アイルランド社及びグーグル・フランス社の確約提案

9 mai 2022

2022 年 5 月 9 日

(1) Les présents engagements sont proposés par Alphabet Inc., Google LLC, Google Ireland Limited et Google France, ou par toute filiale ou entreprise qui viendrait à leur être substituée pendant la durée des engagements (ci-après « **Google** »), sur le fondement des articles L. 464-2, I et R. 464-2 du Code de commerce.

(1) アルファベット社、グーグル社、グーグル・アイルランド社及びグーグル・フランス社、又は、確約期間中にこれらに代わる子会社もしくは会社（以下、「**グーグル**」）は、フランス商法典第 L. 464-2 条 I 及び R. 464-2 条に基づき、本確約を提示する。

(2) Leur objectif est de répondre de manière pertinente, crédible et vérifiable aux préoccupations de concurrence exprimées par l'Autorité de la concurrence (l'« **Autorité** ») dans son évaluation préliminaire du 3 décembre 2021 (l'« **Evaluation préliminaire** »), rendue dans le cadre des affaires jointes n° 19/0074F, 19/0078F et 19/0080F.

(2) この目的は、フランス競争当局（以下、「**当局**」）が、第 19/0074F 号、第 19/0078F 号及び第 19/0080F 号事件にかかる 2021 年 12 月 3 日の予備評価（以下、「**予備評価**」）で示した競争上の懸念に対して、適切かつ信頼・検証可能な対応を提示することにある。

(3) Dans le respect de la décision n°20-MC-01 de l'Autorité du 9 avril 2020 (la « **Décision de mesures conservatoires** »), de l'arrêt de la Cour d'appel de Paris du 8 octobre 2020, et de la décision n°21-D-17 de l'Autorité du 12 juillet 2021 (la « **Décision sur le respect des injonctions** »), les engagements proposés ci-après par Google visent à permettre à l'Autorité de

確約試訳（2022 年 7 月 6 日）

mettre fin à la procédure susmentionnée par l'acceptation de ces engagements. Google s'engage à se désister de son appel en cours contre la Décision sur le respect des injonctions.

(3) 当局決定第 20-MC-01 号（2020 年 4 月 9 日）（以下、「**暫定措置にかかる決定**」）、パリ控訴裁判所 2020 年 10 月 8 日判決、及び、当局決定第 21-D-17 号（「**差止命令遵守にかかる決定**」）に従い、グーグルが以下に提示する確約は、当局が本確約を受け入れ上記手続きを終了できることを意図する。グーグルは、差止命令の遵守にかかる決定にかかる現在係属中の控訴を取り下げることを確認する。

PROPOSITION D'ENGAGEMENTS DE GOOGLE

グーグルによる確約の提案

(4) En application des articles L. 464-2, I et R. 464-2 du Code de commerce, Google s'engage à mettre en œuvre les mesures décrites dans la présente proposition d'engagements (les « **Engagements** »), qui, selon elle, constituent une réponse pertinente, crédible, proportionnée et vérifiable aux préoccupations de concurrence de l'Autorité.

(4) フランス商法 L. 464-2 条 I 及び R.464-2 条に基づき、グーグルは、当局の競争上の懸念に対する適切かつ信頼・検証可能な対応と考える本確約提案（以下、「**本確約**」）に定める措置を実施することを確認する。

1. Engagements proposés par Google pour remédier aux préoccupations de concurrence identifiées par l'Autorité et clore la procédure au fond devant l'Autorité

1. 当局が指摘した競争上の懸念を是正し、当局における実体手続きを終了させるべくグーグルが提示する確約

1.1 Introduction

1.1 はじめに

(5) L'objectif du présent document est d'offrir des Engagements qui auront pour effet de pérenniser et compléter les mesures conservatoires enjointes par l'Autorité dans sa Décision de mesures conservatoires, au-delà de leur durée d'application actuelle. La nomination d'un mandataire chargé de surveiller la bonne exécution des Engagements (le « **Mandataire** »), lequel pourra s'adjoindre les services d'un ou plusieurs experts (ci-après un/les « **Expert(s)** ») dans les conditions visées en Annexe 3, et la mise en place d'une procédure d'arbitrage pour déterminer les conditions tarifaires conformément aux modalités prévues à l'article L. 218-4 du Code de la propriété intellectuelle (« **CPI** ») en cas de désaccord persistant, permettront en outre de contribuer à atteindre l'objectif consistant à trouver des mutuellement acceptables et négociés de bonne foi.

(5) 本文書の目的は、当局が暫定措置にかかる決定で命じた暫定措置を、現在の期間を超えて維持させ、これを補完する効果を持つ確約を提示することである。確約の適切な実施を監督する責任を負う受託者（以下「**監視受託者**」という。）の任命（なお、当該監視受託者は、附則 3 に定める条件に従い 1 ないし複数名の専門家（以下、「**専門家**」）から役務提供を受けることができる。）、及び、意見の相違が続く場合に利用されるフランス**知的財産法典**第 L218-4 条に基づく価格条件を決定する仲裁手続きの設定は、誠実に交渉され、双方が受け入れ可能な解決を見出すという目的の達成にも資する。

1.2 Portée des Engagements

1.2 確約の適用範囲

(6) Les Engagements ci-après s'appliquent à :

(6) 確約は、以下の事項に適用する。

(i) tout éditeur de presse au sens de l'article L. 218-1 du CPI, c'est-à-dire toute personne qui édite une publication de presse au sens de l'article L. 218-1, I du CPI ou un service de presse en ligne au sens de l'article 1, alinéa 2, de la loi^{n°} 86-897 du 1 août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse, auquel renvoie l'article L. 218-1 du CPI (ci-après une « **Publication de presse** »)

(ci-après un/des« **Éditeur(s) de presse**»),

(i) 知的財産法典第 L. 218-1 条上の報道機関たるパブリッシャー（éditeur de presse）、すなわち知的財産法典第 L. 218-1 条 1 に規定される報道機関の出版物（une publication de presse）又は知的財産法典第 L. 218-1 に規定される報道の法的体制を改革する 1986 年 8 月 1 日の法律第 86-897 号第 1 項第 2 号上のオンラインプレスサービス（以下、「**報道出版物**（Publication de presse）」）を発行するすべての者

（以下、「**報道機関**（éditeur(s) de presse）」）

ou

又は

(ii) toute agence de presse reconnue comme telle par un Arrêté publié au Journal Officiel à la suite d'un vote favorable de la Commission Paritaire des Publications et Agences de Presse (**CPPAP**), conformément à l'article 1 de l'ordonnance n^o 45-2646 du 2 novembre 1945 portant réglementation des agences de presse

確約試訳（2022 年 7 月 6 日）

(ci-après une/des« **Agence(s) de presse**»),

(ii) 報道機関を規制する 1945 年 11 月 2 日の命令第 45-2646 号第 1 条に基づき、出版物と通信社のための合同委員会 (Commission paritaire des publications et des agences de presse) [以下、「**合同委員会**」] の賛成票により官報に掲載された命令により、そのように認められた報道機関

(以下、「**通信社**」)

dont l'autorisation est requise, par application de l'article L. 218-2 du CPI, avant toute reproduction ou communication au public de leur(s) contenu(s) protégé(s) (en ce compris, pour les Éditeurs de presse, les textes, photos et vidéos intégrés dans leurs Publications de presse et, pour les Agences de presse, les textes, photos et vidéos repris à l'identique par les Éditeurs de presse dans leurs Publications de Presse et ceux qu'ils mettent à la disposition du grand public, sous réserve des exceptions prévues à l'article L. 211-3-1 du CPI) (le(s) « **Contenu(s) protégé(s)** »).

であって、知的財産法典第 L. 218-2 条に基づき、著作物（報道機関については報道出版物を構成する文字、写真及び動画、通信社については報道機関が報道出版物上で複製した文字、写真及び動画、並びに、これらであって一般公衆に提供されるものを含む（知的財産法典第 L. 211-3-1 条に規定される例外を除く。）。）（以下「**著作物**（Contenu(s) protégé(s)、著作物）」の複製又は公衆伝達の前に、その者による許諾が必要となる者。

(7) En cas de désaccord entre Google et un éditeur ou une agence de presse sur la qualification d'Éditeur de presse ou d'Agence de presse, et/ou sur la question de savoir si le domaine d'un Éditeur de presse contient du Contenu protégé, Google et/ou l'éditeur ou agence de presse concerné(e) pourra/ont soumettre le désaccord au Mandataire, lequel s'adjoindra les services d'un expert en propriété intellectuelle, et émettra un avis dans un délai de dix (10) jours ouvrés à compter de sa consultation, sur la question de savoir si cet éditeur ou cette agence de presse et/ou son domaine peuvent être ainsi qualifiés (sous réserve de toute décision judiciaire ayant traité de ce point). Google s'engage à se conformer à l'avis du Mandataire. Les délais visés au Deuxième Engagement pour partager des informations, ainsi que la période de négociations de trois (3) mois visée au Quatrième Engagement, ne commenceront à courir qu'à compter du moment où le Mandataire aura déterminé si la publication de l'éditeur ou de l'agence de presse relève du champ d'application de l'article L. 218-1 du CPI et sous réserve de la réception d'une Demande Complète d'entrée en négociations telle définie au paragraphe 13 ci-après.

(7) 出版社又は通信社が〔上記〕報道出版社又は通信社に該当するか、又は、報道機関又は通信社のドメインに著作物が含まれるかどうかについて、グーグルと報道機関又は通信社の間で意見の相違がある場合、グーグル及び／又は当該報道機関又は通信社は、監視受託者に照会を行うことができる。監視受託者は、知的財産権の専門家に依

頼し、照会から 10 営業日以内に、報道機関又は通信社の該当性及び/又は著作物性について意見を述べる（なお、この問題を扱う裁判所の判決に従う。）。グーグルは、監視受託者の意見に従うことを確約する。確約 2 の定める情報提供の期限及び確約 4 の定める 3 ヶ月の交渉期間は、監視受託者が報道機関又は通信社の出版物が知的財産法典第 218 条第 1 項の範疇に含まれるか否かを判断した時から起算する（ただし、本確約第 13 項に規定する完全交渉開始要請書を受領する場合に限る。）。

(8) Les Éditeurs de presse, les Agences de presse et tout organisme de gestion collective ou association nommé(e) par les premiers afin de négocier en leur nom et pour leur compte (ci-après un/des « **Organisme(s) de gestion collective** ») sont ci-après désignés comme une/des « **Partie(s) Négociante(s)** ».

(8) 報道機関及び通信社、並びに、これらの者により指名されその者のために交渉する集中管理機関（organisme de gestion collective）又は団体（association）（以下、「**集中管理機関**」）を、「**交渉当事者**（Partie(s) Négociante(s)）」という。

(9) Conformément à l'article L. 211-4, V du CPI, un Contenu protégé publié après le 6 juin 2019 est protégé pendant deux ans à compter du 1er janvier de l'année civile suivant l'année de première publication de ce Contenu protégé.

(9) 知的財産法典第 L.211-4 条 V に従い、2019 年 6 月 6 日以降に公表された著作物は、当該著作物の最初の公表の年の翌暦年の 1 月 1 日から 2 年間保護されるものとする。

Premier Engagement :

確約 1

(10) Google s'engage à négocier de bonne foi, avec les Parties Négociantes qui en feraient la demande, la rémunération due par Google à ces dernières pour toute reprise de Contenus protégés sur ses produits et services, conformément aux modalités prévues à l'article L. 218-4 du CPI et selon des critères transparents, objectifs et non discriminatoires. Pour toute demande de négociation effectuée avant la date d'entrée en vigueur des Engagements, ces négociations couvriront la période de reprise du Contenu protégé depuis le 24 octobre 2019 (en appliquant à cette période rétroactive la méthodologie de rémunération proposée par Google pour les Utilisations Existantes de Contenus protégés).

(10) グーグルは、交渉当事者から要請を受けた場合には、知的財産法第 L. 218-4 条に定める条件に従い、かつ、透明、客観的かつ非差別的な基準に従って、グーグルが商品及び役務上で著作物を利用するために支払うべき報酬について、誠実に交渉することを確約する。確約の発効日前に行われた交渉要請については、2019 年 10 月 24 日以

降の著作物の利用期間を対象として交渉するものとする（この遡及期間には、グーグルが著作物の既存使用について提案した報酬[計算]方法を適用する）。

(11) Sauf si les Parties Négociantes demandent le contraire, ces négociations ne porteront pas sur Google News Showcase ou d'autres nouveaux produits et services de Google qui n'existent pas à la date de leur Demande Complète d'entrée en négociations telle que définie au paragraphe 13 ci-après (les utilisations dans les produits et services objets de la négociation sont désignées ci-après par les « **Utilisations Existantes** »). Dans l'hypothèse où les négociations porteraient à la fois sur les Utilisations Existantes et sur Google Showcase et/ou de nouveaux types d'utilisations de Contenus Protégés, les négociations relatives aux Utilisations Existantes devront être conduites de manière indépendante et les Utilisations Existantes devront faire l'objet d'une rémunération distincte.

(11) 交渉当事者から別段の要請がない限り、グーグルニュースショーケース、又は、本確約 13 項に定める完全交渉参加要請書提出時に存在しないグーグルの新しい商品及び役務は、当該交渉対象に含まれないものとする（以下、交渉対象となる商品及び役務における使用を「**既存使用**」という。）。既存使用とグーグルショーケース及び/又は著作物の新しい類型の使用の両方について交渉が行われる場合、既存使用にかかる交渉は独立して実施され、既存使用については補償金が別途、支払われるものとする。

(12) Cet Engagement impose que les négociations aboutissent effectivement à une proposition de rémunération de la part de Google. Le cas échéant, une telle proposition pourra conduire Google à proposer une rémunération nulle. L'offre de Google inclura une proposition de mise à jour du montant de la rémunération, au moins une fois par an au 1er février, sur la base des données communiquées par Google en application du Deuxième Engagement sur l'importance de son utilisation des Contenus protégés pendant l'année précédente et les revenus d'exploitation associés, ainsi qu'une régularisation finale du paiement au terme de l'accord, le cas échéant.

(12) 本確約は、交渉の結果、グーグルから実際に報酬の提案が行われることを要求するものである。当該提案においてグーグルが提示する報酬額はゼロであることもある。グーグルの申込みには、少なくとも毎年 2 月 1 日に、確約 2 に従いグーグルが提供する前年の著作物の使用範囲及び関連する利用収益にかかるデータに基づいて、報酬額を更新する提案（契約を終了させる場合には、契約終了時の支払額の最終的な調整額[にかかる提案]を含むものとする）。

(13) Toute demande d'entrée en négociations sera envoyée via le formulaire disponible en ligne à l'adresse <https://supp011.google.com/webmasters/answer/12272141> ou via tout autre canal de communication alternatif proposé par Google. Elle devra comprendre l'ensemble des informations listées en Annexe 2 ainsi qu'un engagement de confidentialité signé conformément au modèle figurant en Annexe 4, pour être considérée comme complète (la « **Demande Complète d'entrée en négociations** »).

確約試訳（2022 年 7 月 6 日）

(13) 交渉開始の要請は、<https://supp011.google.com/webmasters/answer/12272141> からオンラインで入手可能な書式、又は、グーグルが提供するその他の代替的通信手段により送信するものとする。交渉開始要請が完全に行われたと認められるためには、取引開始要請書に附則 2 に定める全情報を記載し、附則 4 の定型書式に従い署名された秘密保持契約書を添付しなければならない（「完全交渉開始要請書」）。

(14) Ces négociations (en ce compris l'appréciation du caractère complet d'une demande d'entrée en négociations) interviendront sous la supervision d'un Mandataire, dont les missions sont décrites en Annexe 3 ci-après.

(14) これらの交渉（交渉開始要請の完全性の評価を含む。）は、附則 3 の定める監視受託者の監督の下で行われる。

Deuxième Engagement :

確約 2

(15) Google s'engage à communiquer aux Éditeurs de presse et Agences de presse les informations prévues à l'article L. 218-4 du CPI.

(15) グーグルは、報道機関及び通信社に対して知的財産法典第 L.218-4 条に規定される情報を提供することを確約する。

(16) Dans un premier temps, Google s'engage à partager, avec les Parties Négociantes ayant formellement demandé à entrer en négociations, les éléments listés en Annexe 1 dans un délai maximum de dix (10) jours ouvrés (pour les négociations individuelles) ou de quinze (15) jours ouvrés (pour les négociations avec un Organisme de gestion collective ou une association) suivant l'envoi de leur Demande Complète d'entrée en négociations.

(16) 正式に交渉開始を要請した交渉当事者に対して、グーグルは、まず、完全交渉開始要請書提出後 10 営業日以内（個別交渉の場合）又は 15 営業日以内（集中管理機関又は団体との交渉の場合）に、附則 1 に規定される情報を提供する。

(17) Dans un second temps, le Mandataire, les Parties Négociantes et Google pourront s'adresser des demandes d'informations complémentaires, sur le fondement de l'article L. 218-4 du CPI. Google s'engage à communiquer les informations complémentaires sollicitées dans un délai de quinze (15) jours ouvrés à compter de la demande de la Partie Négociante ou de l'avis du Mandataire en cas de désaccord. En cas de désaccord entre Google et une Partie Négociante au sujet de la faisabilité technique ou de la pertinence de ces demandes d'informations complémentaires au regard de l'article L. 218-4 du CPI, chaque partie pourra soumettre le désaccord au Mandataire, qui pourra s'adjoindre les services d'un ou de plusieurs expert(s) et émettra un avis. Google s'engage à se conformer à l'avis du Mandataire en cas de désaccord.

(17) 次に、監視受託者、交渉当事者及びグーグルは、知的財産法典第 L.218-4 条に基づき、相互に追加情報の要求を行うことができる。グーグルは、交渉当事者の要求から（意見の相違がある場合には、監視受託者の通知から）15 営業日以内に、要求された追加情報を提供することを確約する。追加情報要求に関して技術的実現可能性又は関連性につき、グーグルと交渉当事者との間で意見の相違がある場合、各当事者は監視受託者に意見の相違について述べることができ、これを受けた監視受託者は 1 ないし複数名の専門家に依頼し見解を述べるができる。グーグルは、意見相違時には監視受託者の見解に従うことを確約する。

(18) Sans préjudice des données de l'Annexe 1 qui seront communiquées aux Parties Négociantes, Google pourra demander que le Mandataire tienne compte de la confidentialité des informations complémentaires demandées. Dans une telle hypothèse, le Mandataire pourra proposer, le cas échéant :

(18) グーグルは監視受託者に対して、要求された追加情報の秘密保持に配慮するよう要求することができるものとする。この場合、必要に応じて、監視受託者は以下のいずれかを提案することができる。なお、本規定は、附則 1 の定める交渉当事者に通知される情報に影響を与えるものではない。

(i) qu'elles soient communiquées selon les modalités prévues au paragraphe 17, si les informations complémentaires demandées n'appellent pas de mesure particulière de protection ;

(i) 要求された追加情報が特定の保護措置を要するものでない場合、第 17 項の規定に従いこれが提供されるべきこと

(ii) de mettre en place des procédures de confidentialité appropriées (telles qu'un accès restreint aux seuls conseils de la Partie Négociante, ou le partage d'une version expurgée des informations confidentielles), ou

(ii) 適切な秘密保持手続き（交渉当事者の弁護士のみにアクセスを制限すること、秘密情報を削除編集したものを提供すること等）の措置をとること

(iii) lorsque ces données comportent des informations commerciales particulièrement sensibles ou confidentielles et sont de nature à lui permettre d'apprécier les offres de rémunération de Google dans un contexte plus global ou en lien avec les demandes d'informations complémentaires d'une Partie négociante, que celles-ci ne soient partagées qu'avec le Mandataire et les Experts. Les revenus publicitaires Search ads et Display ads de Google en France relèvent de cette catégorie.

(iii) このデータが特に重要又は機密性の高い事業上の情報を含み、かつ、より広範な状況に鑑み又は交渉当事者による追加情報提供要求に関連してグーグルの報酬

にかかる申込みを評価することを可能ならしめるようなものである場合には、当該データを監視受託者及び専門家に対してのみ提供すること。なお、フランスにおけるグーグルの検索広告及びディスプレイ広告の収入は、範疇に含まれるものとする。

Google s'engage à se conformer aux modalités proposées par le Mandataire.

グーグルは、監視受託者が提案する条件を遵守することを確約する。

(19) Le Mandataire pourra proroger les délais prévus aux paragraphes 16 et 17 ci-dessus sur demande motivée.

(19) 監視受託者は、正当な期限延長の要求が行われた場合には、上記第 16 項及び第 17 項に定める期限を延長することができる。

Troisième Engagement :

確約 3

(20) Google s'engage à maintenir, durant la période définie au paragraphe 22 ci-après, les modalités d'affichage mises en place à la date de la demande d'entrée en négociations, selon les paramètres retenus par les Éditeurs de presse concernés. S'agissant des Éditeurs de presse et Agences de presse n'ayant pas accordé à Google d'autorisation de reprise de leur Contenu protégé au 24 octobre 2019 ou à une date ultérieure, mais souhaitant entrer en négociation dans le cadre des Premier et Deuxième Engagements, Google s'engage à ne pas s'opposer à l'affichage de leurs Contenus protégés au sein de ses services selon les modalités choisies par ces Éditeurs de presse et Agences de presse durant la Période de négociations.

(20) グーグルは、本確約第 22 項の定める期間、報道機関が合意したパラメータに従い、交渉開始要請時の表示方法を変更しないことを確約する。確約 1 及び確約 2 に基づく交渉の開始を希望する報道機関及び通信社であって、2019 年 10 月 24 日以降にグーグルに著作物の表示を許可していない者については、グーグルは、交渉期間中、当該報道機関及び通信社が選択した方法で著作物を自社の役務上で表示することに対して異議を唱えないものとする。

(21) Google se conformera aux paramètres et modalités d'affichage maximum retenus par les Éditeurs de presse pour l'affichage de leur Contenu protégé, par le biais des outils et des autres méthodes que Google met à leur disposition (par exemple, le Centre pour les éditeurs (Publisher Center), les données structurées).

(21) グーグルは、グーグルが報道機関に提供するツールその他の方法（パブリッシャーセンター、構造化データ等）による表示設定・方法を通じて報道機関が著作物表示のために選択した最大限の表示設定及び方法を遵守する。

確約試訳（2022 年 7 月 6 日）

(22) Le présent Engagement s'applique pour la durée de la Période de négociations définie au paragraphe 23 ci-après et, le cas échéant, pour la durée de la procédure de Détermination par un Tribunal Arbitral de la Rémunération, telles que définies par le Quatrième Engagement.

(22) 本確約は、本確約第 23 項に定義される交渉期間の間（ただし、確約 4 に規定される仲裁廷による報酬決定手続きが行われる場合には、当該手続きの間）、適用される。

Quatrième Engagement :

確約 4

Offre de rémunération

報酬にかかる申込み

(23) Google s'engage à conduire les négociations visées par les Premier et Deuxième Engagements dans un délai de trois (3) mois à partir de la date de réception de la Demande Complète d'entrée en négociations de la Partie Négociante (la « **Période de négociations** »).

(23) グーグルは、交渉当事者から完全交渉開始要請書の受領日から 3 ヶ月以内（以下、「交渉期間」）に、確約 1 及び確約 2 に規定される交渉を行うことを確約する。

(24) Ces négociations impliquent que Google fasse, dans un délai de trois (3) mois à partir de la réception de la Demande Complète d'entrée en négociations, une proposition de rémunération dans les conditions visées au Premier Engagement. Cette période de négociations de trois (3) mois peut être prolongée d'un commun accord.

(24) 交渉において、グーグルは、完全交渉開始要請書を受領してから 3 ヶ月以内に確約 1 の条件に従い報酬について提案を行わなければならない。この 3 ヶ月の交渉期間は、双方の合意により延長することができる。

Détermination par un Tribunal Arbitral de la Rémunération

仲裁廷による報酬の決定

(25) Dans l'hypothèse où, à l'expiration de la Période de négociations, Google et une Partie Négociante ne parviendraient pas à un accord (le« **Différend**»), chacune des parties pourra (sans que Google puisse l'imposer à la Partie Négociante), dans un délai d'un mois à compter de l'expiration de la Période de négociations (ou toute autre période plus longue convenue entre Google et la Partie Négociante), demander à un tribunal arbitral de déterminer la rémunération (la « **Détermination par un Tribunal Arbitral de la Rémunération**»), sur la base des critères visés à l'article L. 218-4 du CPI, en ce compris l'importance de l'utilisation du Contenu protégé de la Partie Négociante sur les produits et services de Google, exprimée en prix par impression,

sans préjudice de la méthodologie retenue par le tribunal arbitral pour déterminer une telle rémunération (la« **Rémunération** »).

(25) 交渉期間終了時に、グーグルと交渉当事者が合意に達しなかった場合（「**紛争**」[時]）、各当事者は、交渉期間終了 1 ヶ月（グーグルと交渉当事者の間で合意がある場合は、これを超える期間）以内に、仲裁廷に対して、知的財産法典第 L. 218-4 条の定める基準に基づき、報酬にかかる決定（「**仲裁廷による報酬決定**」）を求めることができる。この決定には、交渉当事者の著作物のグーグルの商品及び役務上の使用の程度（これは、インプレッションあたり単価として示される）が含まれるが、これはかような報酬を仲裁廷が決定する方法に影響を与えるものではない。なお、グーグルは、交渉当事者に合意を強制する権利を有さない。

(26) La procédure arbitrale se limitera à la détermination de la Rémunération du Contenu protégé mis à disposition du public en France par Google.

(26) 仲裁手続きでは、グーグルによりフランスで公衆に提供された著作物にかかる報酬のみが決定されるものとする。

(27) L'offre de rémunération de Google pour l'utilisation de Contenus protégés de la Partie Négociante devra être au moins égale à la Rémunération fixée par le Tribunal Arbitral.

(27) 交渉当事者の著作物の使用にかかるグーグルの提示報酬額は、仲裁廷が設定した報酬以上の額でなければならない。

Procédure d'arbitrage

仲裁手続き

(28) La procédure d'arbitrage sera conduite comme suit (sauf commun accord des parties de suivre une procédure d'arbitrage différente) :

(28) 仲裁手続きは、以下の規定に従って行われる。ただし、当事者が異なる仲裁手続きに従うことに同意した場合は、この限りでない。

a. A la demande de la Partie Négociante, Google prendra à sa charge les honoraires des arbitres et les coûts de la procédure d'arbitrage visée aux points b à k ci-après, à l'exclusion des frais d'avocat de la Partie Négociante (sans préjudice, s'agissant des frais d'avocat, de l'article 38 du Règlement d'arbitrage de la Chambre de commerce internationale (la « **CCI** »)).

a. 交渉当事者が要請した場合には、グーグルは、仲裁人の費用、及び、下記 b ないし k の仲裁手続の費用を負担するものとする。この費用には、交渉当事者の弁護

士費用が含まれないが、これは国際商業会議所（ICC）仲裁規則第 38 条の規定に影響を与えるものではない。

b. L'arbitrage sera soumis au Règlement d'arbitrage de la CCI.

b. 仲裁は、ICC 仲裁規則に従って行われるものとする。

c. Le premier tribunal arbitral sera constitué de trois arbitres, chacun d'eux ayant de l'expérience en matière de négociation de licences de propriété intellectuelle et de droit d'auteur. Chacune des parties désignera un arbitre, et le président sera choisi par les deux arbitres désignés par les parties sur une liste de noms proposés par les parties. A défaut d'accord dans les trente (30) jours calendaires, le président sera désigné par la Cour Internationale d'Arbitrage conformément au Règlement d'arbitrage de la CCI.

c. 第 1 仲裁廷は、知的財産権の許諾ないし著作権に関する交渉経験を持つ 3 名の仲裁人で構成される。当事者が各々 1 名の仲裁人を選任し、仲裁廷の長は、当事者が選任する仲裁人 2 名が当事者が提示する仲裁人の名簿から選出するものとする。30 日以内に合意に至らない場合には、30 暦日以内に、ICC 仲裁規則に従い、国際仲裁裁判所が議長を任命する。

d. La langue de l'arbitrage sera le français.

d. 仲裁の言語は、フランス語とする。

e. Le tribunal arbitral appliquera le droit français au Différend.

e. 仲裁廷は、本紛争にフランス法を適用する。

f. Le siège de l'arbitrage sera à Paris.

f. 仲裁地は、パリとする。

g. Les informations et documents échangés entre Google et la Partie Négociante et avec le Mandataire et les Experts dans le cadre des négociations seront transmis au tribunal arbitral au début de la procédure d'arbitrage, sans préjudice de la possibilité pour le tribunal arbitral de demander la communication de documents complémentaires, et notamment des informations relatives aux offres faites par Google à d'autres Parties Négociantes, en application des dispositions des articles 1467 et 1506 du Code de procédure civile.

g. 交渉の過程で グーグルと交渉当事者、監視受託者及び 専門家の間で交換された情報及び文書は、仲裁手続き開始時に仲裁廷に送られるものとする。これは、仲裁廷が追加文書、特に民事訴訟法典第 1467 条及び第 1506 条の規定に従ってグーグル

が他の交渉当事者に行った申込みにかかる情報の提供を求めることができることに影響を与えるものではない。

h. La procédure sera une procédure accélérée de six (6) mois, sauf commun accord des parties pour proroger ce délai. Le tribunal arbitral fixera un calendrier avec les parties pour lui permettre de parvenir à une décision dans ce délai de six (6) mois (ou tout autre délai plus long fixé d'un commun accord entre les parties). Les parties à l'arbitrage consentent à l'utilisation d'emails pour l'échange des documents.

h. 本手続きは、当事者が期間延長に同意しない限り、6ヶ月の迅速手続きとする。仲裁廷は、6ヶ月間（当事者が合意する場合には、これを超える期間）内に決定を下すことができるよう、当事者との間で予定を設定するものとする。仲裁の当事者は、文書の交換に電子メールを使用することに同意する。

i. L'arbitrage sera conduit en toute confidentialité, et tant la procédure que la décision arbitrale seront confidentielles. Chacune des parties doit préserver la confidentialité de la décision arbitrale et des documents confidentiels soumis par l'autre partie au cours de la procédure d'arbitrage, à moins que ces documents ne soient utilisés dans le cadre de la procédure de réexamen de la décision du premier tribunal arbitral, ou que la divulgation soit requise par la loi ou conformément à une ordonnance d'un tribunal, d'une cour ou d'une autorité administrative.

i. 仲裁は秘密裏に行われ、手続き及び仲裁判断はともに秘密とされる。当事者は、仲裁判断及び仲裁手続中に相手方から提出された機密文書の秘密を保持する。ただし、かかる文書が第1仲裁廷の決定の見直しに用いられる場合、又は、法律もしくはは裁判所、審判廷、行政当局の命令に従って開示が要求される場合は、この限りでない。

j. La décision du premier tribunal arbitral pourra être réexaminée de nova, de manière non suspensive, sur le droit et sur les faits, conformément à la procédure décrite ci-après :

j. 第1仲裁廷の決定は、以下に述べる手続きに従って、法律問題及び事実問題について、最初から(de nova)、停止効を伴わずに、再審理することができる。

i. Chacune des parties pourra solliciter le réexamen de la décision du premier tribunal arbitral auprès d'un second tribunal arbitral dans un délai de trente (30) jours calendaires à compter de la notification du projet de décision aux parties, et la décision du premier tribunal arbitral ne sera signée et, ne deviendra une sentence finale, que si aucune demande de réexamen n'est soumise dans le délai précité.

i. いずれの当事者も、当事者への決定草案の通知から 30 暦日以内に、第 2 仲裁廷による第 1 仲裁廷の決定の見直しを求めることができる。第 1 仲裁廷の決定は、この期間内に見直しの要求が行われない場合に限って、署名され、最終的な仲裁判断となる。

ii. Google s'engage à se conformer au projet de décision du premier tribunal arbitral jusqu'à ce que le second tribunal arbitral rende sa sentence.

ii. グーグルは、第 2 仲裁廷が判断を行うまで、第 1 仲裁廷の決定案に従うことを確約する。

iii. Sauf commun accord contraire des parties, le deuxième tribunal arbitral sera désigné et fonctionnera selon les mêmes règles et procédures que le premier tribunal arbitral, décrites aux points (b) à (i) ci-dessus. Aucun membre du premier tribunal arbitral ne pourra être désigné comme membre du second tribunal arbitral ni être impliqué, de quelque manière, dans la procédure de réexamen.

iii. 当事者間で別段の合意がない限り、第 2 仲裁廷は、上記 b ないし i に規定する第 1 仲裁廷と同一の規則及び手続きにより選任され、運営されるものとする。第 1 仲裁廷の構成員は、第 2 仲裁廷の構成員となることはなく、方法を問わず、再審査手続きに関与しないものとする。

iv. Les parties conviennent que le deuxième tribunal arbitral aura toute autorité pour réexaminer les questions tranchées par le premier tribunal arbitral. Cependant, les parties peuvent convenir de limiter les questions susceptibles d'être soumises au réexamen.

iv. 当事者は、第 2 仲裁廷が第 1 仲裁廷によって決定された問題を再審査する全権限を有することに同意するものとする。ただし、当事者は、審査の対象となる問題を限定することに合意することができる。

v. Le réexamen sera considéré comme une procédure d'arbitrage distincte. Le siège de l'arbitrage se situera dans la même juridiction que celui du premier arbitrage.

v. 再審査は、別の仲裁手続きとみなされる。仲裁地は、最初の仲裁と同一管轄地とする。

vi. La sentence arbitrale du second tribunal arbitral sera finale, s'imposera aux parties et prévaudra sur la décision du premier tribunal arbitral.

vi. 第 2 仲裁廷の裁定は、当事者に対して最終的なものであって拘束力を有し、第 1 仲裁廷の裁定に優越する。

k. Toute règle procédurale gouvernant la procédure arbitrale et non détaillée ci-dessus sera, dans chaque cas, décidée par le tribunal arbitral, conformément aux règles procédurales applicables du tribunal arbitral concerné.

k. 前項までに詳述されない仲裁手続きに関する手続規定は、いかなる場合でも、仲裁廷において適用される手続にかかる規則に従い、仲裁廷が決定する。

Cinquième Engagement :

確約 5

(29) Google s'engage à ce que l'existence et l'issue des négociations prévues par les Premier et Deuxième Engagements n'affectent ni l'indexation, ni le classement, ni la présentation des Contenus protégés repris par Google sur ses produits et services.

(29) グーグルは、確約 1 及び確約 2 により行われることとなる交渉の実施及び結果が、グーグルの商品及び役務上の著作物のインデックス作成、ランキング、又は、表示に影響を与えることはないことを確約する。

(30) Cet Engagement ne fait pas obstacle aux améliorations et innovations des produits et services de Google, sous réserve qu'elles n'entraînent, directement ou indirectement, aucune conséquence préjudiciable aux intérêts des titulaires de droits voisins concernés par les négociations en cours avec la Partie Négociante prévues par les Premier et Deuxième Engagements, du fait ou en liaison avec ces négociations. Cet Engagement n'empêchera pas Google, sous la supervision du Mandataire, de prendre des mesures pour cesser d'indexer, de référencer ou d'afficher le Contenu protégé des Éditeurs de presse ou des Agences de presse qui ne respectent pas les conditions ou les règles qui s'appliquent à leur participation aux produits et services de Google (par exemple, les règles relatives aux contenus pour Google Actualités, les Consignes aux webmasters de Google Search (Google Search Webmaster Guidelines) ou les conditions d'utilisation de Google), ou qui enfreignent un accord nécessaire à la participation au produit ou service concerné.

(30) 本取引は、グーグルの商品及び役務の改善及び技術革新を妨げるものではない。ただし、かかる改善及び技術革新は、確約 1 及び確約 2 に基づき交渉当事者を行う交渉に関係する隣接権者の利益に、直接又は間接に、当該交渉の結果として又はこれと関係して、悪影響を及ぼすものであってはならない。本確約は、グーグルが、監視受託者の監督の下で、グーグルの商品及び役務への参加に適用される条件若しくは規則（グーグルニュースのコンテンツポリシー、グーグル検索ウェブマスター向けガイドライン、グーグル利用規約等）を遵守せず、又は、関係する商品又は役務への参加に

必要な合意に反する報道機関又は通信社の著作物のインデックス作成、リファレンス、又は、表示を中止するための措置を講じることを妨げるものではない。

(31) Le présent Engagement s'applique pour la durée de la Période de négociations et, le cas échéant, de la procédure de Détermination par un Tribunal Arbitral de la Rémunération avec la Partie Négociante concernée.

(31) この確約は、交渉当事者との交渉期間（仲裁廷による報酬決定手続が行われる場合には、その期間）中、適用される。

Sixième Engagement :

確約 6

(32) Google s'engage à prendre les mesures nécessaires pour que les négociations prévues par les Premier et Deuxième Engagements n'affectent pas les autres relations économiques qui existeraient entre Google et les Éditeurs de presse ou Agences de presse.

(32) グーグルは、確約 1 及び確約 2 により行われることとなる交渉が、グーグルと報道機関又は通信社との間に存在し得るその他の取引関係に影響を与えないようにするために必要な措置を講じることを確約する。

(33) Sans préjudice de la possibilité pour Google de créer, modifier ou cesser d'offrir des produits ou services en général, cet Engagement signifie que tout montant de rémunération versé aux Parties Négociantes pour leurs droits voisins au titre des Utilisations Existantes de leurs Contenus Protégés doit être négocié par Google indépendamment de tout autre accord commercial (en ce compris Google News Showcase) entre Google et les Éditeurs de presse ou Agences de presse, que ces derniers soient ou non parties aux négociations.

(33) 本確約は、著作物の既存使用について隣接権に関して交渉当事者に支払われる補償が、グーグルと報道機関又は通信社（交渉の当事者か否かを問わない。）との間の他の事業上の合意（グーグルニュースショーケース［に関する合意］を含む。）とは別に、交渉されなければならないことを定めるものである。なお、これは、グーグルが商品又は役務一般を作成、変更、又は停止する能力に影響を与えるものではない。

(34) Le présent Engagement s'applique pour la durée de la Période de négociations et, le cas échéant, de la procédure de Détermination par un Tribunal Arbitral de la Rémunération avec la Partie Négociante concernée.

(34) この確約は、当該交渉当事者との交渉期間（仲裁廷による報酬決定手続が行われる場合には、その期間）中、適用される。

Septième Engagement :

確約 7

(35) Les Éditeurs de presse et Agences de presse qui ont, avant la Décision d'Engagements de l'Autorité (telle que définie au paragraphe 38 ci-après), (a) déjà conclu un accord avec Google pour la rémunération des Utilisations Existantes de leurs Contenus protégés sur les produits et services de Google, ou (b) déjà reçu une telle offre, ou (c) le droit de recevoir une telle offre en vertu d'un accord-cadre conclu entre Google et une association mandatée pour négocier pour leur compte, pourront présenter une nouvelle Demande Complète d'entrée en négociations, et bénéficier des dispositions visées aux présents Engagements. La mise en œuvre du présent Engagement se fera sans frais liés à la résiliation ou à l'amendement de leur accord, le cas échéant et la rémunération convenue en vertu de leurs accords préexistants continuera de s'appliquer jusqu'à la date de cet amendement ou de cette résiliation, sans préjudice d'une réévaluation éventuelle au titre de la nouvelle offre.

(35) 本確約第 38 項に規定される当局の確約決定前に、(a)著作物のグーグルの商品及び役務上の既存使用にかかる報酬について、グーグルと既に契約を締結し、(b)既にそのような申込みを受け、又は、(c)報道機関又は通信社の代理として交渉を委任された団体がグーグルと当該団体間の基本契約に基づいてそのような申込みを受ける権利を有する場合には、報道機関又は通信社は、新たに完全交渉開始要請書を提出して交渉を開始し、この確約の条項の適用を受けることができる。この確約の実施により、両社の契約が終了又は変更される場合には、これによる費用は発生せず、既存の契約の下で合意された報酬は、当該変更又は終了の日まで、新しい申込みに基づく再評価に影響することなく、引き続き適用される。

2. Désignation d'un Mandataire chargé de surveiller la bonne exécution des Engagements

2. 本確約の適切な履行を監視するための監視受託者の選任

(36) L'Autorité désignera un Mandataire indépendant qui sera chargé de surveiller le respect par Google des Engagements.

(36) 当局は、グーグルが確約を遵守しているかどうかを監視するために、独立した監視受託者を任命する。

(37) La procédure de désignation de ce Mandataire, les règles de Conflits d'intérêts, ses Missions, sa Rémunération, l'Engagement de coopération de Google et les règles relatives à la Durée, au remplacement, au congé et au renouvellement du mandat du Mandataire sont détaillées en Annexe 3.

(37) 監視受託者の選任手続き、利益相反に関する規則、監視受託者の業務、監視受託者の報酬、グーグルの協力の約束、監視受託者の任期、交代、休職、更新に関する規則は、附則 3 に定める。

3. Mise en œuvre et durée des Engagements

3. 確約の実施及び期間

(38) Les Engagements seront mis en œuvre par Google à compter de la date de notification de la décision de l'Autorité rendant obligatoires les Engagements de Google (la « **Décision d'Engagements** ») et resteront en vigueur pour une durée de cinq ans, renouvelable une fois par l'Autorité aux termes d'une décision motivée par une nouvelle analyse concurrentielle.

(38) 本確約は、グーグルの確約を拘束する当局の決定（「確約決定」）が通知された日からグーグルによって実施され、5 年間効力を持つが、新たな競争上の分析に基づく当局の決定により 1 度だけ更新されるものとする。

(39) En application du paragraphe 46(a) du Communiqué de procédure de l'Autorité du 2 mars 2009 relatif aux engagements en matière de concurrence, Google sera en droit de soumettre à l'Autorité une demande de révision ou de résiliation des Engagements avant leur terme si l'un des faits sur lesquels la Décision d'Engagements repose subit un changement important.

(39) 競争に関する確約に関する 2009 年 3 月 2 日の当局の事務上の通知第 46 項（a）に従い、確約決定の根拠となる事実に重大な変更があった場合には、グーグルは、当局に対して、確約の期間終了前にこれを修正又は終了させることを求めることができる。

Fait à Paris, le 9 mai 2022

2022 年 5 月 9 日、パリにて

....

Annexe 1 : Liste des informations devant être communiquées par Google aux Parties Négociantes en vertu du paragraphe 16 des Engagements

附則 1 : 本確約第 16 項に基づきグーグルが交渉当事者に提供すべき情報一覧

Google s'engage à revoir avec le Mandataire, une fois par an, et le cas échéant amender, la liste des informations visées dans la présente Annexe 1.

グーグルは、本附則 1 に定める情報の一覧を、年一度、監視受託者とともに見直し、必要があれば修正することを確認する。

L'emploi des termes « en France » ci-après s'apprécie sur la base de la localisation de l'utilisateur (GPS, adresse IP ou autre) s'agissant des recherches, impressions et clics, et sur la base des données comptables s'agissant des revenus.

「フランス内」での使用 [につき、これにあたるか否か] は、検索、インプレッション、及び、クリックについては利用者の位置情報 (GPS、IP アドレス等) に基づき、収益については会計データに基づき、評価する。

Données relative¹, à l'utilisation en France des Contenus protégés¹

著作物のフランス国内における使用に関するデータ (注 1)

Google Search

グーグル検索

1. Nombre d'impressions et taux de clics des impressions en France sur Google Search (onglets « Tous », « Actualités », « Images » et « Vidéos ») du Contenu protégé de l'Éditeur de presse ou de l'Agence de presse concerné(e) (pour toutes les requêtes) par mois pour les douze derniers mois précédant la date de la demande d'entrée en négociations :

1. 交渉開始要請日前 12 ヶ月間における報道機関又は通信社 [各々] の著作物にかかるグーグル検索 (「すべて (Tous)」、「ニュース」、「画像」、「動画」タブ) におけるフランス内のインプレッション数及びクリックスルー率 (全クエリについて) につき、

a. en nombres absolus ;

¹ Google pourra être amenée à adapter le point de départ du délai de douze mois pour s'aligner sur ses communications financières trimestrielles.

Google は、毎四半期に行う財務情報開示に合わせて、12 ヶ月の起算点を調整することができる。

a. その絶対数

b. en pourcentage du nombre total d'impressions en France d'Éditeurs de presse certifiés par la CPPAP (la « **Liste** ») - une fois par an, le 1er février, Google mettra à jour la Liste pour y inclure les impressions d'Éditeurs de presse considérés comme éligibles par le Mandataire conformément à la procédure prévue au paragraphe 7 des Engagements ; et

b. [当該インプレッション数が] 合同委員会によって認定された報道機関のフランス内の総インプレッション数（以下、「リスト」）に占める割合。なお、グーグルは、年1度、2月1日に、リストを更新し、確約第7項に定める手続きに従い監視受託者が適格と認める報道機関のインプレッションを追加するものとする。

c. en pourcentage du nombre total d'impressions sur Google Search, en France.

c. [当該インプレッション数が] フランス内のグーグル検索での総インプレッション数に占める割合

2. Part estimée des requêtes en lien avec l'actualité sur le nombre total de requêtes sur Google Search en France.

2. フランス内のグーグル検索の総クエリ数に占めるニュース関連クエリの割合の推定値

Google Actualités

グーグルニュース

3. Nombre d'impressions et taux de clics des impressions en France sur Google Actualités du Contenu protégé de l'Éditeur de presse ou de l'Agence de presse concerné(e) par mois pour les douze derniers mois précédant la demande d'entrée en négociations :

3. 交渉開始要請日前 12 ヶ月間における報道機関又は通信社 [各々] の著作物のグーグルニュースにおけるフランス内のインプレッション数及びクリックスルー率につき、

a. en nombres absolus ;

a. その絶対数

b. en pourcentage du nombre total d'impressions en France d'Éditeurs de presse certifiés par la CPPAP (la « **Liste** ») - une fois par an, le 1er février, Google mettra à jour la Liste pour y inclure les impressions d'Éditeurs de presse considérés comme éligibles par le Mandataire conformément à la procédure prévue au paragraphe 7 des Engagements ; et

b. [当該インプレッション数が] 合同委員会によって認定された報道機関の総インプレッション数（以下、「リスト」）に占める割合。なお、グーグルは、年1度、2月1日に、リストを更新し、確約第7項に定める手続きに従い監視受託者が適格と認める報道機関のインプレッションを追加するものとする。

c. en pourcentage du nombre total d'impressions sur Google Actualités, en France.

c. [当該インプレッション数が] フランス内のグーグルニュースでの総インプレッション数に占める割合

Google Discover

グーグルディスカバー

4. Nombre d'impressions et taux de clics des impressions en France sur Google Discover du Contenu protégé de l'Éditeur de presse ou de l'Agence de presse concerné(e) par mois pour les douze derniers mois précédant la demande d'entrée en négociations:

4. 交渉開始要請前12ヶ月間における報道機関又は通信社〔各々〕の著作物のグーグルディスカバーにおけるフランス内のインプレッション数及びクリックスルー率につき、

a. en nombres absolus ;

a. その絶対数

b. en pourcentage du nombre total d'impressions d'Éditeurs de presse certifiés par la CPPAP (la « Liste ») - une fois par an, le 1er février, Google mettra à jour la Liste pour y inclure les impressions d'Éditeurs de presse considérés comme éligibles par le Mandataire conformément à la procédure prévue au paragraphe 7 des Engagements ; et

b. [当該インプレッション数が] 合同委員会が認定する報道機関の総インプレッション数（以下、「リスト」）に占める割合。なお、グーグルは、年1度、2月1日に、リストを更新し、確約第7項に定める手続きに従い監視受託者が適格と認める報道機関のインプレッションを追加するものとする。

c. en pourcentage du nombre total d'impressions sur Google Discover, en France.

c. [当該インプレッション数が] フランス内のグーグルディスカバーで総インプレッション数に占める割合

Données relatives aux revenus de Google² en France

フランスにおけるグーグルの収益データ（注 2）

« Revenus directs sur Google Search »

< グーグル検索からの直接収入 >

5. Revenus publicitaires générés en France sur Google Search associés aux impressions en France de tout Contenu protégé de l'ensemble des Éditeurs de presse (pour toutes les requêtes) au cours des douze derniers mois précédant la demande d'entrée en négociations.

5. 交渉開始要請前 12 ヶ月の間にフランス内で得られた、全報道機関の全著作物のフランス内でのインプレッションに関連するグーグル検索からの広告収入（全クエリについて）

6. Revenus publicitaires générés en France sur Google Search associés aux impressions en France de tout Contenu protégé de la Partie Négociante concernée (pour toutes les requêtes) au cours des douze derniers mois précédant la demande d'entrée en négociations.

6. 交渉開始要請前の過去 12 ヶ月間にフランス内で得られた、交渉当事者の全著作物のフランス内でのインプレッションに関連するグーグル検索からの広告収入（すべてのクエリについて）

« Revenus publicitaires Google Search additionnels et indirects »

< グーグル検索広告からの追加的・間接的収入 >

7. Revenus publicitaires sur Google Search générés en France par des recherches qui suivent celle ayant conduit à l'affichage de Contenu(s) protégé(s) dans le cadre d'une même visite d'utilisateur (de manière réursive pour six recherches ultérieures, sous réserve qu'il y ait un tel nombre de recherches ultérieures).

7. 特定の利用者による「グーグル検索」利用中に、著作物表示の契機となる検索の後に行われた検索によりフランス内で得られたグーグル検索からの広告収入（後続する 6 件の検索をこれに含める。ただし、このような後続検索数がある場合に限る。）。

² Google pourra être amenée à adapter le point de départ du délai de douze mois pour s'aligner sur ses communications financières trimestrielles.

Google は、毎四半期に行う財務情報開示に合わせて、12 ヶ月の起算点を調整することができる。

8. Estimation de la valeur des Contenus protégés sur Discover en France, par exemple par référence à des marchés européens comparables sur lesquels Discover génère des revenus publicitaires³.

8. フランス内のディスカバーにおける著作物の価値の推計値。この推計は、例えば、ディスカバーにより広告収入が得られている比較可能な欧州市場を参考として行う（注3）。

9. Estimation de la valeur des Contenus protégés sur Google News en France, par exemple à partir de la valeur estimée des Contenus Protégés pour Discover.

9. フランス内のグーグルニュースにおける著作物の価値の推計値。この値は、例えば、ディスカバーにおける著作物の推定値を基礎とする。

10. Informations concernant le type de données collectées en France par Google, les hypothèses dans lesquelles ces données sont collectées et l'utilisation de ces données par Google lorsque des Contenus protégés sont affichés sur les produits et services de Google.

10. グーグルがフランス内で収集するデータの種類、当該データを収集する目的、及び、著作物をグーグルの商品・役務上で表示する上でグーグルが当該データをいかに利用しているかに関する情報

11. Informations concernant la façon dont les algorithmes de Google Search fonctionnent et conduisent à afficher en France des Contenus protégés en réponse à une requête sur Google Search.

11. グーグル検索アルゴリズムが、フランス内で、グーグル検索のクエリに応答して、いかに機能し、著作物をいかに表示させるようにするかに関する情報

« Revenus de Google en tant qu'intermédiaire de publicité en ligne »

＜オンライン広告仲介業者としてのグーグルの収益＞

12. Revenus bruts mensuels des publicités programmatiques (dites « Display Ads ») servies par Google en France sur le site web de l'Éditeur de presse ou l'Agence de presse concerné(e) au cours des douze derniers mois précédant la demande d'entrée en négociations.

³ Google ne partagera qu'avec le Mandataire le calcul d'extrapolation détaillé, dans la mesure où celui-ci contient des informations confidentielles et commercialement sensibles concernant les revenus publicitaires que Google génère dans d'autres juridictions.

外挿計算の詳細にグーグルが他国で得る広告収入に関する秘密かつ事業上重要な情報が含まれる場合には、グーグルは、これを監視受託者のみに提供する。

12. 交渉開始要請前 12 ヶ月の間に、フランス内でグーグルが報道機関又は通信社のウェブサイト配信したプログラム広告（「ディスプレイ広告」と呼ばれる。）から得た月次総収入

13. Revenus nets perçus par Google à partir des revenus bruts mentionnés au point 12 (c'est-à-dire, les revenus nets de Google après déduction des paiements contractuellement dus à l'Éditeur de presse ou Agence de presse concerné(e)).

13. 第 12 項に規定する総収入から、グーグルが得る純収入（すなわち、報道機関又は通信社に契約上、支払われるべき対価を差し引いたグーグルの純収入）

14. La part des revenus nets mentionnés au point 13 générée suite à une redirection de l'utilisateur du moteur de recherche de Google vers le site web de l'Éditeur de presse ou de l'Agence de presse concerné(e).

14. 第 13 項に規定する純収入のうち、グーグルの検索エンジンから報道機関又は通信社のウェブサイトに利用者がリダイレクトされた結果として生じる収入の割合

Annexe 2 : Liste des informations devant être communiquées par les Parties Négociantes à Google en vertu du paragraphe 13 des Engagements

附則 2 : 確約第 13 項に基づき交渉当事者がグーグルに提供する情報一覧

Google s'engage à revoir avec le Mandataire, une fois par an, et le cas échéant amender, la liste des informations visées dans la présente Annexe 2.

グーグルは、本附則 2 に規定する情報の一覧を、年に一度、監視受託者とともに見直し、必要に応じて修正することを確約する [この文章の内容は誤り？（和久井）]。

- Type de Partie Négociante (agence de presse/ éditeur de presse/ organisme de gestion collective)
- 交渉当事者の種類（報道機関の代理人、報道機関、集中管理機関）
- Nom et coordonnées de la Partie Négociante
- 交渉当事者の名称及び連絡先
- Site(s) web (URL) de la ou des publication(s) de presse pour laquelle/lesquelles la Partie Négociante souhaite entrer en négociations
- 交渉当事者が交渉を希望する出版物のウェブサイト（URL）
- Pour les associations ou les Organismes de gestion collective, une liste de leurs membres leur ayant donné un mandat de négociation pour négocier pour leur compte avec Google
- 団体又は集中管理機関については、それらが代理してグーグルと交渉する権限を付与する構成員の名簿
- Une copie signée de l'accord de confidentialité mis à disposition par Google, conformément au modèle figurant en *Annexe 4*
- 附則 4 の定型書式に従いグーグルが提供する秘密保持契約書の署名入りコピー
- Balises Méta (IPTC) régulièrement utilisées par la Partie Négociante (ou ses membres), si applicable
- 交渉当事者（又はその構成員）が通常、使用しているメタタグ（IPTC）がある場合には、当該タグ

Annexe 3 : Désignation et missions du Mandataire

附則 3 : 監視受託者の選任及び業務

1. Procédure de désignation du Mandataire

1. 監視受託者の選任手続き

(1) Dans les trente jours ouvrés suivant la notification formelle de la Décision d'Engagements, Google proposera à l'Autorité, pour approbation, le nom de trois personnes physiques ou morales parmi lesquelles elle propose de désigner un Mandataire. La proposition comprendra un projet de mandat habilitant le Mandataire à accomplir ses missions décrites au paragraphe 3 ci-après, ainsi que le plan de travail du Mandataire pour accomplir ces missions.

(1) グーグルは、確約決定の正式通知から 30 営業日以内に、監視受託者専任のために、3 名の自然人又は法人の氏名ないし名称を当局に提案し、承認を得るものとする。この提案には、本附則第 3 部に定める業務を遂行する権限を監視受託者に与える委任状案と、当該業務遂行のための監視受託者の業務計画も含まれるものとする。

(2) La proposition comprendra également les modalités de rémunération du Mandataire.

(2) この提案には、監視受託者の報酬にかかる条件も記載されるものとする。

Approbation ou rejet par l'Autorité

当局による承認又は拒否

(3) L'Autorité aura toute discrétion pour approuver ou rejeter le Mandataire proposé, et pour approuver le mandat proposé. Si l'Autorité n'approuve qu'un seul nom, Google désignera la personne physique ou morale concernée comme Mandataire, conformément aux termes du mandat approuvé par l'Autorité. Si plusieurs noms sont approuvés, Google sera libre de choisir le Mandataire à désigner parmi les noms approuvés.

(3) 当局は、提案される監視受託者及び委任状を承認し又は拒否することについて完全な裁量を有するものとする。当局が 1 名のみを承認した場合には、グーグルは、当局が承認した委任の条件に従い、当該自然人又は法人を監視受託者として選任するものとする。複数の者が承認された場合には、グーグルは、承認された者の中から選任する監視受託者を自由に選択することができる。

(4) Le Mandataire commencera à travailler dans les cinq jours ouvrés suivant l'approbation par l'Autorité du projet de mandat.

(4) 監視受託者は、当局の委任状案承認後、5 営業日以内に業務を開始する。

Nouvelle proposition de Google

グーグルによる新たな提案

(5) Si tous les Mandataires proposés sont rejetés par l'Autorité, Google soumettra à l'Autorité les noms d'au moins deux autres personnes physiques ou morales dans un délai de vingt-et-un jours ouvrés à compter de la date à laquelle elle est informée du rejet de l'Autorité.

(5) 提案された監視受託者の全員を当局が拒否した場合には、グーグルは、当局の拒否につき通知を受けた日から 21 営業日以内に、少なくとも 2 名の他の自然人又は法人の氏名ないし名称を当局に提出するものとする。

Mandataire désigné par l'Autorité

当局が指名する監視受託者

(6) Dans l'éventualité où tous les Mandataires proposés dans cette nouvelle proposition seraient rejetés par l'Autorité, l'Autorité désignera elle-même, après consultation de Google, un ou plusieurs Mandataire(s) que Google nommera selon les termes du mandat approuvé par l'Autorité.

(6) この新たな提案で提案される監視受託者の全てを当局が拒否する場合には、当局は、グーグルと協議の上、当局が承認した委任の条件に基づいて、グーグルが選任する 1 ないし複数名の監視受託者を自ら指名するものとする。

2. Conflits d'intérêts

2. 利益相反

(7) Toute relation existant actuellement entre le Mandataire et Google sera décrite dans le projet de mandat qui sera soumis à l'Autorité. Sur cette base, le Mandataire confirmera qu'à compter de la date de la signature du mandat, il n'est sujet à aucun conflit d'intérêts affectant son impartialité et sa capacité à remplir de manière indépendante ses missions conformément au mandat (ci-après le « Conflit d'intérêts »).

(7) 監視受託者とグーグルの間に現在存在する関係は、当局に提出される委任状案に記載されるものとする。これに基づき、監視受託者は、委任状の署名日以降、その公平性及び委任状に従い独立して業務を遂行する能力に影響を与える利益相反（以下、「利益相反」）がないことを保障する。

(8) Si le Mandataire est informé d'un Conflit d'intérêts dans lequel il est impliqué, il s'engage à résoudre ce Conflit d'intérêts immédiatement. Si le Conflit d'intérêts ne peut être résolu dans un délai raisonnable, le Mandataire en informera immédiatement l'Autorité. De la même manière,

si Google est informée de l'existence d'un Conflit d'intérêts du Mandataire, elle en informera l'Autorité sans délai.

(8) 監視受託者は、自らに関わる利益相反の事実を認識した場合、直ちに当該利益相反を解消することを約束する。合理的な期間内に利益相反が解消されない場合には、監視受託者は、直ちに当局に通知します。グーグルも、監視受託者の利益相反の存在を認識した場合、遅滞なく当局に通知する。

(9) Par ailleurs, le Mandataire s'engage à mettre en place les mesures nécessaires pour garantir son indépendance et celle de ses employés.

(9) 監視受託者は、加えて、その独立性及び従業員の独立性を保証するために必要な措置を講じることを約束する。

(10) Pour la durée du mandat et pour une période d'un an à compter de la fin du mandat, le Mandataire s'engage à ne pas fournir à Google de prestation de services de toute nature, et notamment de conseil, et plus généralement s'engage à n'accepter aucun emploi, fonction ou mandat social au sein de Google.

(10) 監視受託者は、委任期間中及び委任終了後 1 年間は、いかなる種類の役務、特にコンサルタント業務もグーグルに提供しないこと、さらに一般的に、グーグルにおけるいかなる雇用、業務、社会的任務も引き受けないことを約束する。

3. Missions du Mandataire

3. 監視受託者の業務

(11) Mandataire aura les missions suivantes :

(11) 監視受託者は、以下の業務を行う。

(i) vérifier la mise en œuvre complète des Engagements par Google;

(i) グーグルによる確約の完全な実施の検証

(ii) organiser une réunion mensuelle (ou dans un délai plus court si et lorsque cela est jugé nécessaire par le Mandataire ou Google) avec Google (virtuellement ou en présentiel) pour discuter de l'état des négociations et de toute difficulté rencontrée;

(ii) グーグルと毎月 1 回（ただし、監視受託者又はグーグルが必要と判断した場合には、より頻繁に）、会合を行い、交渉の状況及び生じた問題について話し合うこと

(iii) échanger (virtuellement ou en présentiel), à leur demande, avec les Parties Négociantes qui sont désireuses de ou ont déjà formellement demandé à entrer en négociations avec Google, de l'état des négociations et de toute difficulté rencontrée;

(iii) グーグルとの交渉を開始する意思があり、又は、すでに正式に交渉開始の要請を行った交渉当事者からの求めがあった場合には、これらの者と、交渉の状況及び生じた問題について（オンライン又は対面で）意見交換を行うこと

(iv) échanger (virtuellement ou en présentiel) avec Google, sans délai, chaque fois que le Mandataire a des doutes sur le respect par Google des Engagements ;

(iv) グーグルが確約を遵守しているかどうかについて監視受託者が疑念を抱いた場合には、遅滞なくグーグルと（オンライン又は対面で）意見交換を行うこと

(v) informer l'Autorité sans délai si Google ne respecte pas les Engagements;

(v) グーグルが確約を遵守しない場合には、遅滞なく当局に通知すること

(vi) communiquer à l'Autorité un rapport trimestriel sur le respect par Google des Engagements;

(vi) グーグルが確約を遵守しているかどうかについて、四半期毎に当局に報告すること

(vii) fournir, à la demande de l'Autorité, toute explication concernant le respect par Google des Engagements ; et

(vii) 当局の求めがあった場合には、グーグルによる確約遵守に関してあらゆる説明を行うこと

(viii) envoyer à Google une version non confidentielle de ses rapports à l'Autorité mentionnés aux points (v), (vi) et (vii).

(viii) (v)、(vi)及び(vii)号に規定する当局に対する報告について、機密性のないものをグーグルに送付すること

(12) Le Mandataire soumettra à l'Autorité toutes difficultés rencontrées dans l'exécution de ses missions, notamment en cas de difficultés ou divergences d'opinion sur l'interprétation à donner aux Engagements.

(12) 受託者は、業務遂行上困難が生じた場合、なかでも確約の解釈につき困難又は意見の相違が生じた場合には、それを全て当局に連絡するものとする。

(13) Les rapports préparés par le Mandataire dans le cadre de l'exécution de ses missions seront confidentiels et ne devront pas être partagés avec des tiers. Le Mandataire produira des versions non- confidentielles de ces rapports, qui seront communiquées à Google et aux Parties Négociantes.

(13) 監視受託者が業務遂行過程で作成した報告書は、機密事項であり、第三者に提供してはならない。監視受託者は、これらの報告書の非機密版を作成し、グーグル及び交渉当事者に送付するものとする。

(14) Dans l'accomplissement de ses missions, le Mandataire pourra s'adjoindre les services d'un ou de plusieurs expert(s) techniques, financiers ou spécialisés en propriété intellectuelle (le(s) « **Expert(s)** »), après en avoir informé Google et les Parties Négociantes. Les Experts seront indépendants et libres de tout conflit d'intérêt à l'égard de Google et des Parties Négociantes. Google et les Parties Négociantes auront la possibilité d'être entendues par tout Expert nommé par le Mandataire.

(14) 監視受託者は、その業務を遂行するために、1 ないし複数名の技術若しくは財務のエキスパート、又は、知的財産専門家（以下、「専門家」）の役務を利用することができる。専門家は、独立し、グーグル及び交渉当事者との間にいかなる利益相反も利害関係もあってはならない。グーグル及び交渉当事者には、監視受託者が指名する専門家から意見の聴取を受ける機会が与えられるものとする。

(15) Le Mandataire préparera des versions non-confidentielles des conclusions et constatations de ces Experts, qui seront partagées avec Google et les Parties Négociantes, qui auront chacune la possibilité de discuter de ces conclusions et constatations avec le Mandataire. En cas de nomination de tels Experts, le Mandataire et les Experts seront tenus à une stricte obligation de confidentialité concernant l'accomplissement de leurs missions vis-à-vis des tiers.

(15) 監視受託者は、専門家による結論及び調査結果の非機密版を作成して、グーグル及び交渉当事者に提供し、各当事者には監視受託者と結論及び調査結果につき協議する機会が付与されるものとする。専門家を任命した場合、監視受託者及び専門家は、第三者との関係で、業務遂行につき厳格な守秘義務を負うものとする。

(16) Dans l'hypothèse où une procédure de Détermination par un Tribunal Arbitral de la Rémunération aurait été engagée par Google ou une Partie Négociante, les conclusions du tribunal arbitral s'imposeront au Mandataire comme aux Experts.

(16) グーグル又は交渉当事者により仲裁廷による報酬決定手続きが開始された場合、仲裁廷の結論は、専門家のみならず、監視受託者も拘束するものとする。

(17) Google communiquera au Mandataire, et à l'Experte cas échéant, tout document raisonnablement nécessaire à l'accomplissement de ses missions, en ce compris :

(17) グーグルは、監視受託者（及び、必要な場合には、専門家）に対し、その業務の遂行に合理的に必要なあらゆる文書（以下の文書を含む。）を提供するものとする。

- toutes les données partagées par Google avec les Parties Négociantes;
- グーグルが交渉当事者に提供するデータ全て
- toutes les offres de rémunération faites par Google aux Parties Négociantes ;
- グーグルが交渉当事者に提示した報酬支払いの申込みの全て
- toutes les contre-propositions faites à Google par les Parties Négociantes ;
- 交渉当事者からグーグルに対してなされた反対申込みの全て
- tous les contrats conclus entre Google et les Parties Négociantes.
- グーグルと交渉当事者との間の契約の全て

(18) Le Mandataire et le(s) Expert(s) peuvent également demander à Google de leur fournir tous documents, informations et explications nécessaires à l'accomplissement de leurs missions, et lorsque cela est nécessaire, mandater un auditeur indépendant en vue de la certification des données financières communiquées par Google.

(18) 監視受託者及び専門家は、グーグルに対し、業務の遂行に必要なすべての文書、情報、及び、説明を提供するよう求めることができ、必要な場合には、グーグルが提供する財務情報を検証する独立監査人を選任することができる。

4. Rémunération du Mandataire

4. 監視受託者の報酬

(19) Le Mandataire (ainsi que tout Expert désigné par le Mandataire) percevra une rémunération, qui sera convenue avec Google, pour l'accomplissement de ses missions. La rémunération du Mandataire ne doit entraver ni la bonne exécution de son mandat ni son indépendance.

(19) 監視受託者（及び、監視受託者が任命する専門家）は、その業務遂行のために、グーグルと合意された報酬を受け取る。監視受託者の報酬は、その業務の適切な遂行又はその独立性のいずれをも妨げるものであってはならない。

(20) Le Mandataire (ainsi que tout Expert désigné par le Mandataire) aura également droit, sur présentation de justificatifs, au remboursement de tous frais raisonnablement encourus dans l'accomplissement de ses missions.

(20) 監視受託者（及び、監視受託者が任命する専門家）は、証拠書類の提示により、業務遂行上、合理的に生じた全費用の償還を受けることができる。

5. Engagement de coopération de Google

5. グーグルによる協力

(21) Google s'engage à coopérer pleinement avec le Mandataire (ainsi que tout Expert désigné par le Mandataire), afin de permettre à ce dernier d'accomplir ses missions.

(21) グーグルは、監視受託者（及び、監視受託者が任命する専門家）がその業務を遂行できるように、全面的に協力することを確約する。

6. Durée, remplacement, congé et renouvellement du mandat du Mandataire

6. 監視受託者の任期、交代、休職、委任状の更新

(22) Le Mandataire exercera ses missions jusqu'à l'expiration de la durée des Engagements.

(22) 監視受託者は、本確約の存続期間が満了するまでその業務を遂行する。

(23) En cas d'empêchement permanent du Mandataire dans l'accomplissement de ses missions pour quelque raison que ce soit, y compris en cas de Conflit d'intérêts ou en cas de faute dans l'accomplissement de ses missions :

(23) 監視受託者が、利益相反の場合、業務遂行上不正行為があった場合等、理由の如何を問わず、その業務を永久に遂行できなくなった場合には、以下のいずれかの措置がとられうる。

(a) l'Autorité peut, après avoir entendu le Mandataire, exiger que Google remplace le Mandataire ; ou

(a) 当局は、監視受託者の意見を聞いた上で、グーグルに対して監視受託者の交代を要求することができる。

(b) Google peut, avec l'approbation préalable de l'Autorité, remplacer le Mandataire concerné.

(b) グーグルは、当局の事前の承認を得て、当該監視受託者を交代させることができる。

(24) Google peut révoquer le Mandataire avec l'approbation préalable de l'Autorité. Google s'engage dans un tel cas à proposer un nouveau Mandataire à l'Autorité selon la procédure

décrite au point 1 ci-dessus, dans un délai de quinze jours ouvrés. Le Mandataire peut être tenu de poursuivre ses missions jusqu'à ce qu'un nouveau Mandataire, à qui le Mandataire révoqué aura transféré toutes les informations et tous les documents pertinents, entre en fonction.

(24) グーグルは、当局の事前の承認を得て、監視受託者を解任することができる。この場合、グーグルは、15 営業日以内に、本附則第 1 部の手続きに従い、当局に新たな監視受託者を提案することを確認する。解任された監視受託者からすべての関連情報及び書類の移管を受けた新たな監視受託者が業務を開始するまで、監視受託者は、その業務を継続することが要求されうる。

(25) Hormis les cas de révocation décrits ci-dessus, le Mandataire ne pourra cesser d'agir en tant que mandataire qu'après que l'Autorité l'aura déchargé de ses fonctions (i) à l'expiration de la durée des Engagements ou (ii) pour tout autre motif valable, y compris en cas de Conflit d'intérêts.

(25) 上記の解任の場合を除き、監視受託者は、(i)本確約期間の終了、又は、(ii)利益相反を含むその他の正当な理由により、当局が受託者を解任した後にのみ、監視受託者としての業務を終了させることができる。

Annexe 4 : Accord de confidentialité

附則 4 : 秘密保持にかかる契約

ACCORD DE CONFIDENTIALITÉ

秘密保持契約

Cet accord de confidentialité (l'« Accord de confidentialité ») est conclu entre Google LLC, en son nom et pour son compte et au nom et pour le compte des sociétés Google Ireland Limited et Google France (ci-après ensemble « Google ») et [EDITEUR/AGENCE DE PRESSE/ORGANISME DE GESTION COLLECTIVE] (l'« Éditeur »). Cet Accord de confidentialité entre en vigueur à la date de la première des deux signatures ci-après (la « Date d'entrée en vigueur »).

本秘密保持契約は、自己の名義にてこれを代表するグーグル社が、グーグル・アイルランド社及びグーグル・フランス社（以下、これらを併せて「グーグル」）の名義でこれらを代理して、〔報道機関、通信社、集中管理機関〕（以下、報道機関）との間で締結する。本秘密保持契約は、下記の 2 つの署名のうち、いずれか早い方の日付（以下、「発効日」）に発効するものとする。

ATTENDU QUE la France a transposé, dans le Code de la propriété intellectuelle (CPI), l'article 15 de la Directive 2019/790 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique, par la Loi n° 2019-775 du 24 juillet 2019 (ci-après, la « Loi »), qui est entrée en vigueur le 24 octobre 2019,

フランスが 2019 年 7 月 24 日の法律第 2019-775 号（以下、「法律」）により、デジタル単一市場における著作権及び関連権に関する指令第 2019/790 号第 15 条を〔フランス〕知的財産法典に国内法化し 2019 年 10 月 24 日に発効させたこと、

ATTENDU QUE le nouvel article L. 218-2 du CPI accorde aux éditeurs et agences de presse, tels que définis à l'article L. 218-1 du CPI (collectivement, les « Éditeurs de presse »), un droit exclusif d'autoriser ou d'interdire la reproduction et la communication au public totale ou partielle des publications de presse sous une forme numérique (ci-après, le « Contenu protégé »), par un service de communication au public en ligne. Ce faisant, la Loi a expressément exclu de ce nouveau droit l'utilisation d'hyperliens et « de mots isolés ou de très courts extraits d'une publication de presse » (article L. 211-3-1 du CPI),

知的財産法典に新設された第 L. 218-2 条は、知的財産法典第 L. 218-1 条に定義される報道機関及び通信社（以下、これらをあわせて「報道機関」という。）に、オンライン公衆通信サービスによるデジタル形式の報道出版物（以下、「著作物」）の全部又は一部の複製及び公衆送信を許可又は禁止する独占的権利を付与すること。この中で

同法は、同法は、ハイパーリンクや「報道出版物からの孤立した言葉や非常に短い抜粋」の使用をこの新しい権利から明示的に除外したこと（知的財産法典第 L. 211-3-1 条）、

ATTENDU QUE Google a reçu une demande formelle de la part de l'Éditeur afin d'entrer en négociations concernant les conditions d'utilisation et d'affichage de ses contenus protégés (les « **Négociations** »),

グーグルは、報道機関から、著作物の使用及び表示に関する交渉（以下、「本交渉」）の開始を求める正式な要請を受領したこと、

ATTENDU QUE, dans ce contexte, les parties mettront certaines informations à disposition pour être discutées et revues, et mèneront les Négociations avec pour intention que i) les informations partagées durant, et ii) l'ensemble des éléments de, ces Négociations, resteront confidentielles, ne seront utilisées que pour les Négociations et pour évaluer et, potentiellement, conclure un accord commercial (collectivement, l'« **Objectif** »), et ne doivent être divulguées à aucune autre partie, sauf pour permettre à Google de se conformer à son obligation de faire des rapports à l'Autorité de la concurrence ou dans la mesure autorisée en vertu du présent Accord de confidentialité.

このなかで、両当事者は、議論及び検討のために一定の情報を提供すべきこと、i)交渉中に共有された情報及び ii)本交渉の要素の全ての機密を維持しつつ本交渉を行うべきこと、本交渉を行う目的及び事業上の契約を評価し締結する目的（以下、これらをあわせて「**目的**」という。）のみに使用すべきこと、並びに、グーグルによる競争当局に対する報告義務の遵守その他本秘密保持契約により許容される場合を除き他のいかなる者にも開示されないものとすべきことに鑑み、

AINSI, les parties ont convenu ce qui suit :

当事者は、以下の通り合意した。

1. Définitions.

1. 定義

a. « **Affiliée** » désigne une entité qui, directement ou indirectement, contrôle, est contrôlée par ou est sous contrôle commun avec, une partie.

a. 「**関連会社**」とは、直接又は間接に、当事者を支配し、当事者に支配され、又は、当事者と共通の支配下にある事業体をいう。

確約試訳（2022 年 7 月 6 日）

b. « **Information Confidentielle** » désigne une information qu'une partie (ou une société Affiliée) divulgue à l'autre partie dans le cadre du présent Accord de confidentialité, quelle que soit la manière dont cette information est divulguée (à savoir, de manière écrite, numérique, électronique ou orale) et qui est revêtue de la mention ou indiquée comme « confidentiel(le) » ou serait normalement considérée comme une information confidentielle eu égard aux circonstances. Cette définition n'inclut pas les informations élaborées de manière indépendante par le destinataire, qui lui sont remises légitimement par un tiers sans obligation de confidentialité ou qui deviennent publiques sans faute de la part du destinataire.

b. 「**秘密情報**」とは、当事者（又は関連会社）が本秘密保持契約に基づいて相手方当事者に開示する情報であって、当該情報の開示方法（書面、オンライン、電子的方法、口頭等）にかかわらず、「秘密」として表示又は示唆されているもの、又は、状況からして通常、秘密情報とみなされるものをいう。受領者が独自に得た情報、守秘義務を負うことなく第三者から受領者に対して正当に提供された情報、及び、受領者の過失によることなく公となった情報は、この定義には含まれない。

2. Confidentialité.

2. 守秘義務

a. Une partie (la « **Partie divulgatrice** ») peut, au cours des Négociations, divulguer des Informations Confidentielles à l'autre partie (la « **Partie destinataire** »).

a. 当事者（以下、「**開示当事者**」）は、本交渉の過程において、相手方（以下、「**受領当事者**」）に秘密情報を開示することができる。

b. La Partie destinataire ne peut utiliser les Informations Confidentielles qu'afin d'atteindre l'Objectif. La Partie destinataire doit faire preuve d'un degré de diligence raisonnable pour protéger les Informations Confidentielles et empêcher toute utilisation ou divulgation non autorisée de celles-ci. La Partie destinataire peut partager les Informations confidentielles avec ses employés, dirigeants, agents ou prestataires (les « **Délégués** ») qui ont besoin d'en avoir connaissance pour atteindre l'Objectif. Chaque partie veillera à ce que chacun de ses Délégués soit informé de la nature confidentielle des Informations Confidentielles, respecte l'obligation de les garder confidentielles et se conforme aux termes du présent Accord de confidentialité comme s'il y était partie. Chaque partie reconnaît qu'elle sera responsable de toute violation du présent Accord de confidentialité par l'un de ses Délégués. En outre, Google pourra divulguer les Informations Confidentielles de l'Éditeur à l'Autorité de la concurrence dans le cadre de l'exécution de ses obligations de lui faire des rapports. Chaque partie pourra divulguer les Informations Confidentielles de l'autre partie à l'Autorité de la concurrence, à tout mandataire nommé par celle-ci, ou à tout tribunal arbitral dans la mesure nécessaire au regard de l'Objectif et sous réserve de donner un préavis raisonnable à l'autre partie.

b. 受領当事者は、目的を達成するためにのみ、秘密情報を使用することができる。受領当事者は、秘密情報を保護し、その不正使用又は開示を防止するために合理

的な注意を払うものとする。受領当事者は、目的を達成するために当該情報を知る必要がある従業員、役員、代理人又は請負業者（以下、「**代理人（Délégués）**」）と秘密情報を共有することができる。各当事者は、代理人が秘密情報の機密性を認識し、秘密保持義務を遵守し、本秘密保持契約の当事者と同様にこれを遵守することを保証するものとする。当事者は、代理人による本秘密保持契約違反につき責任を負う。さらに、グーグルは、競争当局への報告義務の履行に関連して、報道機関の秘密情報を競争当局に開示することがある。当事者は、目的のために必要な範囲内で、相手方当事者に合理的な通知を行うことにより、相手方当事者の秘密情報を競争当局、競争当局が任命した監視受託者、又は、仲裁廷に開示することができる。

c. Une partie peut divulguer des Informations Confidentielles lorsqu'elle y est contrainte par la loi et sous réserve de donner un préavis raisonnable à l'autre partie, sauf si un tribunal ordonne que l'autre partie ne soit pas informée.

c. 当事者は、法律により強制され、かつ、相手方に合理的な通知を行うことを条件として、秘密情報を開示することができる。ただし、裁判所が相手方に通知しないことを命じた場合は、この限りではない。

3. Durée et Expiration.

3. 期間及び失効

a. Cet Accord de confidentialité entre en vigueur à la Date d'entrée en vigueur et restera en vigueur jusqu'à l'issue des Négociations. Les stipulations de cet Accord de confidentialité resteront en vigueur après son terme en ce qui concerne les Informations Confidentielles qui seraient divulguées avant son terme.

a. 本秘密保持契約は、発効日に発効し、交渉終了時まで効力を有する。本秘密保持契約の規定は、本秘密保持契約終了前に開示された秘密情報については、契約終了後も存続するものとする。

b. Sauf accord écrit contraire des parties, l'obligation de la Partie bénéficiaire de protéger les Informations Confidentielles expire cinq ans après leur divulgation.

b. 当事者が書面により別段の合意をしない限り、受領当事者の秘密情報保護義務は、開示後5年で消滅するものとする。

4. Recours. Les parties conviennent que la violation du présent Accord de confidentialité par la Partie bénéficiaire peut causer à la Partie divulgatrice un préjudice substantiel et irréparable, et reconnaissent qu'une réparation pécuniaire peut être insuffisante en cas de divulgation ou d'utilisation non autorisée d'informations Confidentielles. Sans renoncer à aucun droit ou

recours et outre tout autre recours dont une partie peut bénéficier en vertu du droit applicable, une partie peut demander une exécution forcée ou toute autre mesure d'injonction.

4. 救済 当事者は、受領当事者による本秘密保持契約の違反が、開示当事者に対して実質的かつ回復不能な損害を与える可能性があることに同意し、秘密情報の不正な開示又は使用に対しては金銭的救済では不十分な場合があることを認識する。適用される法律に基づいて当事者が利用することができる他の救済手段に加えて、当事者は、権利又は救済を放棄することなく、強制執行その他の差止命令による救済を求めることができる。

5. Défense et Indemnisation.

5. 防御及び免責

a. Obligations. Sous réserve de la Sous-section 5(c) (Conditions), chaque partie indemniserà l'autre partie et ses sociétés Affiliées contre (a) tout montant transactionnel à la charge de la partie indemnisée approuvé par la partie qui indemnise, et (b) tous dommages et intérêts accordés par un jugement définitif contre la partie indemnisée par un tribunal compétent, dans le cadre de toute procédure judiciaire initiée par un tiers du fait de la violation, par la partie qui indemnise, de cet Accord de confidentialité.

a. 義務. 第5項(c) (条件)に従い、当事者は、補償者による本秘密保持契約違反の結果として第三者が提起した法的手続きにおいて、(a) 被補償者が支払うべき和解金、及び、(b) 管轄裁判所による被補償者に対する最終判決により支払いを命じられた損害について、相手当事者及びその関連会社の責任を免除する。

b. Exclusions. La présente Section 5 ne s'appliquera pas si l'allégation sous-jacente découle de la violation du présent Accord de confidentialité par la partie indemnisée.

b. 除外事項. 第5条は、基礎となる請求が被補償者の本秘密保持契約違反行為によるものである場合には、適用されないものとする。

c. Conditions. La Section 5(a) (Obligations) s'applique sous réserve que la partie indemnisée : (a) informe rapidement et par écrit la partie qui indemnise de toute allégation ayant précédé la procédure judiciaire, et (b) confère à la partie qui indemnise le contrôle exclusif de la portion indemnisée de la procédure judiciaire, sous réserve du droit, pour la partie indemnisée, d'approuver l'avocat de la défense, cette approbation ne pouvant pas être refusée sans raison (mais pouvant être refusée ou retirée en cas de conflit d'intérêts).

c. 条件. 第5項(a)(義務)は、被補償者が以下の行為を行うことを条件として適用される: (a) 法的手続きに先行するいかなる申立てについても、補償者に速やかに書面で通知すること、及び、(b) 法的手続きのうち被補償部分を補償者が排他的にコントロ

ールすることを認めること（ただし、被補償者は、弁護人を承認する権利をもつ。子の承認は、不当に留保されてはならないが、利益相反がある場合には留保又は撤回することができる。）。

6. Général.

6. 総則

a. Le présent Accord de confidentialité n'impose aucune obligation de conclure un accord commercial.

a. 本秘密保持契約は、事業上の契約を締結する義務を課すものではない。

b. Aucune des parties n'acquière de droit de propriété intellectuelle en vertu du présent Accord de confidentialité, à l'exception des droits limités nécessaires à l'utilisation des Informations confidentielles afin d'atteindre l'Objectif.

b. 当事者は、本秘密保持契約に基づいて知的財産権を取得することはない。ただし、目的を達成するために秘密情報を使用する上で必要な限定的権利を除く。

c. Le présent Accord de confidentialité ne crée aucune relation de mandant à mandataire ni partenariat. Aucune partie ne peut céder ni transférer le présent Accord de confidentialité sans l'accord préalable écrit de l'autre partie.

c. 本秘密保持契約は、委任関係又はパートナーシップを生じさせるものではない。いずれの当事者も、相手方の書面による事前の同意なく、本秘密保持契約を譲渡又は移転することはできない。

d. Le présent Accord de confidentialité constitue l'intégralité de l'accord des parties sur ce sujet, et remplace tout autre accord antérieur ou contemporain. Toute modification doit être faite par écrit. Les parties peuvent signer cet Accord de confidentialité en plusieurs exemplaires qui, pris ensemble, constitueront un seul instrument. Le fait de ne pas appliquer l'une des stipulations du présent Accord de confidentialité ne constitue pas une renonciation.

d. 本秘密保持契約は、対象事項に関する当事者の完全な合意を構成し、従前の又は同時期に行われたあらゆる合意に取って代わるものである。変更は、必ず書面で行うものとする。両当事者は、本秘密保持契約を連署することができ、これらの連署は単一の文書を構成するものとする。本秘密保持契約のいずれかの条項の執行を怠ることは、権利放棄を意味するものではない。

e. Le présent Accord de confidentialité est régi par le droit français, à l'exclusion des règles de conflit de loi. Les tribunaux de Paris, France, seront exclusivement compétents pour connaître de tout différend relatif à cet Accord de confidentialité.

e. 本秘密保持契約は、抵触法の規定を除き、フランス法に準拠する。本秘密保持契約に起因する紛争については、フランス・パリの裁判所を専属的合意管轄裁判所とする。

英国市場競争庁・情報通信庁が公表した文書の一部を試みに訳したものです。脚注の訳は省略しています。訳出しなかった部分にも重要な情報が含まれています。全体を確認する場合、訳文に疑義等ある場合、脚注ないし参照文献等を確認したい場合等には原文を確認してください。（和久井理子監訳： 作成日 2022 年 8 月 20 日）

The Competition Markets Authority (CMA) & The Office of Communications (Ofcom), Platforms and content providers, including news publishers: Advice to DCMS* on the application of a code of conduct

Published 6 May 2022

*** The Department for Digital, Culture, Media & Sport (DCMS)**

https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1073411/Platforms_publishers_advice_A.pdf

市場競争庁（CMA）[デジタルマーケットユニット（DMU）] & 情報通信庁「プラットフォームとニュースパブリッシャー等コンテンツプロバイダ：行動規範の適用にかかるデジタル・文化・メディア・スポーツ省への助言」（公開日 2022 年 5 月 6 日）

一部試訳（監訳：和久井理子）

....

助言の範囲

1.20 付託された任務及びニュースの重要性に鑑み、本助言では、プラットフォームとニュースパブリッシャー間の競争上の問題及び交渉力の不均衡に焦点を当てた。しかし、具体的な事例において行動規範がどのように機能するかにかかるこの検討は、より広範にコンテンツ提供者や他の分野に適用可能であり、助言をまとめる際に我々はこのことも意識した。

1.21 証拠収集時には、ユーザーがニュースパブリッシャーのコンテンツにアクセスする際に仲介者として機能する大規模プラットフォームの例として、Google 及び Facebook に焦点を当てた。...もともと、戦略的な市場における地位「をもつ事業者」（Strategic market status）（以下、「SMS」）指定については、まだ決定が行われていないことを強調することが重要である。

1.22 また、我々は、行動規範に該当する可能性のある特定の申し立てについて、詳細に検討したわけではない。最終的に法制度が確立され、一定の活動が SMS [に含まれるものとして] 指定され、行動規範ないし指針が公表される前に、このようなことをするのは不適切であろう。

...

4. 支払い以外の条件（non-payment terms）に対する行動規範の適用

4.1 この節では、SMS 行動規範制度の下で、支払い以外の条件についてニュースパブリッシャーが提起した懸念に対して、いかなる対応がされうるかを説明する。

4.2 行動規範は、パブリッシャー間およびプラットフォームとの効果的な競争にとって重要な行動、たとえばアルゴリズムの使用やデータへのアクセスに対処するのに特に効果的でありうる。行動規範が打ち立てる原則は、競争が効果的に機能し、SMS プラットフォームが他のコンテンツプロバイダに対して市場支配力を行使できないようにすることを目標としうる。

4.3 この助言の他の部分と同様に、以下の提案は政府が意見募集時に提示した大枠に基づいているが、行動規範の原則と指針が正確にどのように定式化されるは、法律により最終的に規定されるアプローチ次第である。[以下では] まず、高次の原則がどのように適用されるかを示し、次にアルゴリズム、コンテンツホスティング、データアクセスに関連する具体的な懸念について議論する。

強制力のある行動規範の枠組み

4.4 政府の最近の提言文書（consultation）で示されたように、SMS 行動規範の運用方法及び法制度（確定版）は、まだ決定されていない。もっとも、行動規範は前節で概説した懸念の多くに対応することができそうであり、我々は、以下で、政府の提案する行動規範の目的に照らし、これをいかに実現しうるかを詳細に説明する。

4.5 このような目的の下、法的拘束力のある原則及び事業者各々に適用される規律がいかに適用され、どのようなものとなるかは、行動規範に関する法制度が最終的にどのようなものとなるか次第である。我々は、本助言では、これがどのようなものになるかの推測は行うことなく、新しい SMS 制度が実際にどのように機能するかについて、現在行われている議論に対して情報提供を行うことを目指す。もっとも、この原則がどのようなものとなっても、行動規範によって

行われる法的要請が特定の事業者がいかに適用されるかを概説する指針がこれを補完することになるものと考えられる。この指針には、我々が行動規範に違反すると考える行動の例が記され、SMS 事業者に何が期待されているかが明確になるだろう。

4.6 原則に基づく規制（プリンシプル・ベースの規制）は、プラットフォームが自らの行動及び戦略について、情報に基づいて判断を下せるようにすることを目的とする。繰り返すが、指針のあり方は、最終的な法制度及び SMS 事業者指定手続きに左右されるため、ここで指針の草案を作成することは不適切である。また、規制当局のアプローチは参加型となることが想定されており、規制当局が事業者各々に対して求めることや指針を立案し、この採用前には SMS 事業者となる可能性がある者及び広範な利害関係者との間で協議が行われる。このため、本助言において、行動規範がどのように機能するかについて行う我々の説明は、参考過ぎない。

アルゴリズム

課題

4.7 第3節で述べたように、巨大プラットフォームの強力な地位は、パブリッシャーに対する強い力を与えるが、このことは特にランキング・アルゴリズムの影響について特に感得される。

(a) ニュースパブリッシャーは、このようなアルゴリズムの運用方法について、透明性の欠如と理解の困難さを指摘する。

(b) ニュースメディアのトラフィックは、多くの場合、プラットフォームがアルゴリズムに加える変更に大きな影響を受けるが、ニュースメディアは、この変更の内容、根拠、タイミングについて限られた情報しか持っていないと考えている。

(c) このような力と、[アルゴリズムの]変化にニュースパブリッシャーが影響されることから、他の条件を受け入れるように仕向けるべくアルゴリズムが操作される可能性があることも懸念されている。これには、たとえば、別の商業製品の利用促進やプラットフォームに対する公的批判の抑圧をはじめとするパブリッシャーの行動抑制が含まれうる。

4.8 SMS 事業者として指定された特定プラットフォームにつき行動規範が制定されれば、このような問題のすべてに対処することができると我々は考える。この点を参考として明らかにするために、政府の意見募集文書に記された公正取引（Fair Trading）、オープンな選択（Open Choices）、信頼と透明性（Trust and Transparency）という目的の下、これらの問題に対してどのような対応がとられうるかについて検討する。

操作の手段としてのアルゴリズム

4.9 行動規範では、SMS 事業者がパブリッシャー間で異なる扱いをすべき客観的で正当な理由がない限り、SMS 事業者は、パブリッシャーを平等に扱うことを期待することになると我々は考える。このことは、アルゴリズムによるランキングや目立たせ方（prominence）の決定を通じて、パブリッシャーのコンテンツがどのように表示されるかについてに関する懸念があることを考慮すれば、自明（most clear）であろう。このような状況においては、パブリッシャーは平等に扱われるべきであり、たとえば、次のような行為は、客観的に正当化されないと我々は考える。

(a) 自己優遇を含め、SMS 事業者が既存の商業的関係を有する事業者のプロモーションを行うこと。これは、（交渉力と組み合わせられた場合に）ランキングを利用して、[SMS 事業者が]新製品、特定のウェブフォーマット、又は、利用者データのより広範な利用について、[SMS 事業者にとって、より有利な]取引を行うことができないようにするためのものである（第 3.13 段落 で説明した懸念を参照）。

(b) SMS 事業者の行為につき公的にまたは規制当局に苦情を申し立てた事業者を降格させること

4.10 例えば、有害なコンテンツや GDPR に関する他の法的義務を果たすためである場合、広告として分類されるコンテンツのために行う場合、又は、明らかに消費者の利益になる場合（ただし、パラグラフ 4.5c の代替商品のプロモーションに関する我々の懸念に留意）には、差別的取扱いを行うことについて客観的に正当な理由が存在する可能性がある。

アルゴリズムの透明性及び複雑性

4.11 コンテンツがどのように表示されるかを決定するアルゴリズム及びプロセスがどのようにに作動するか、これらに関係する最も重要な要素（ファクター）、および、時間の経過とともにこれらがどのように変化するかについて、SMS 事業者が、利用者に対して明確、適切、正確かつアクセス可能な情報を提供することを我々は、期待する。行動規範に基づいてそれをどのように行うかは SMS 事業者が決めることであるが、ニュースパブリッシャーが、目立たせ方

（prominence）を決定する要因とそれが時間とともにいかに変化するかを、十分に理解できること（to have a good understanding）を我々は期待する。ニュースパブリッシャーが十分な情報を得た上で判断できるようにするために利用可能な情報を提供することと、ニュースパブリッシャーがシステムを操作（game）できる程度に完全に透明性［を確保する］との間で、バランスを取る必要があることは明らかである。SMS 事業者がこの原則をどのように満たしているか保証し、また、それをいかに行っているかを説明する手続きを設けることになると我々は想定する。

4.12 SMS事業者は、さらに、規制当局がこれらのプロセス（アルゴリズム・システムの説明を含む）を十分に監査・精査することを認め、ニュースパブリッシャーに原則が遵守されているという確信を与えることを我々は期待する。

変更についての十分な警告 (fair warning)

4.13 これらのプロセスの変更は、ほとんど予告なしに行われる可能性があり、かつ、ニュースパブリッシャーの収入に大きな影響を与える可能性があるというニュースパブリッシャーの懸念に鑑み、SMS事業者がどのようにこのプロセスに変更を加えるかを検討することになることを我々は期待する。上に述べたように、我々は、SMS事業者が「重大な影響を与える可能性がある」変更について「公正な警告」を行い、その内容と根拠について「明確で、適切、正確かつ理解可能な (accessible) 情報を提供する」ことが求められると期待する。これを遵守するために必要なプロセスを導入するのはSMS事業者であると考えられ、後続の指針（これは法律の形が決まったら協議の上採択される）は、原則と原則に沿った行動例について規制当局の解釈を明確にすることになる。プラットフォームは、そのような決定を下す方法とニュースパブリッシャーにこれを伝達する適切な通知を決定するための明確なプロセスを設けるとともに、苦情を処理するための効果的なプロセスを持つべきであると、我々は現段階において考える。

コンテンツホスティングとデータ

4.14 第3節では、オンライン事業者によるコンテンツのホスティング及び不当なデータ条件の使用に関するニュースパブリッシャーからの苦情を紹介した。一定のプラットフォームがSMS事業者として指定され、行動規範が制定された場合、（政府によって提案される高次の目標の下で）以下の活動に関する慣行の改善を促すことができると我々は考える。

(a) SMS事業者を通じたパブリッシャーからの不当なデータ漏洩を防止する。たとえば、検索やソーシャルメディア機能を通じてニュースパブリッシャーのコンテンツにアクセスするサービスを提供する際、SMS事業者はそのサービスの提供に合理的に関連するデータ収集のみを要求することが期待される。これは、ニュースパブリッシャーのサイト上でのクッキー使用によるSMS事業者のデータ収集要求範囲を制限することを含意する。

(b) パブリッシャーが希望するウェブフォーマットでコンテンツを表示することをサポートすること。たとえば、他のフォーマットの使用を要求する客観的な正当性がない限り、可能な限りSMS事業者がパブリッシャーがモバイルユーザーにコンテンツを好ましいウェブフォーマットで表示することを可能にすることを我々は期待する。これによりニュースパブリッシャーが自身のウェブサイト/アプリでユーザーをホストすることの可能性が高まり、SMS事業者が要求する

ウェブフォーマットに関連するデータその他の「事項について」制限が課されることを抑制することができるだろう。

(c) パブリッシャーに特定のウェブフォーマットを使用するよう要求する場合、それが客観的に正当なものであることを保証すること。たとえば、SMS 事業者がパブリッシャーに対して、ユーザーが当該企業のサービスから離脱することを制限し、経済的ないしデータについて企業の利益になるといった理由でフォーマットに関する要求を（直接的または間接的に）課すことを避けるようになることを我々は期待する。ただし、特定のウェブフォーマットを使用することがユーザーに利益をもたらし、そのような利益が他の方法では実現されない場合には、一定の制限が客観的に正当化されると我々は考える。

(d) パブリッシャーによる特定のウェブフォーマットを使用することの要求が、パブリッシャーとユーザーの間の関係を不当に制限しないようにすること。たとえば、特定のウェブフォーマットの使用を要求する客観的な正当性が存在する場合、SMS 事業者は、ニュースパブリッシャーが合理的に可能な範囲で出来る限りユーザーを理解し、顧客との関係を構築することができるようにすることを、我々は期待する。このためには、ニュースパブリッシャーのコンテンツが適切に「ニュースパブリッシャーに」関係づけられる（attributed）ようにし、ユーザーが不当な妨害なしにニュースパブリッシャーのウェブサイト/アプリに移動できるようにし、ニュースパブリッシャーが視聴者を理解して自己のコンテンツをより効果的に調整し収益化するのに役立つデータへの公正なアクセスをパブリッシャーに提供するといった措置が[SMS 事業者により]とられることを必然的に含意しうると考える。これらの措置は、ユーザーが自らが好む好きな方法でコンテンツを閲覧できるようにすることで、ユーザーの選択をさらにサポートすることになるだろう。

4.15 これらの措置は、透明性に関して SMS 事業者に対する期待されることが何かを明らかにし、データおよびウェブフォーマット（出所の表示方法（how sources can be attributed））にかかる要求に関する条件の重大な変更について公正な警告を与えることにより、強化だろう。

5. コンテンツへの支払いに対する行動規範の適用

5.1 本節では、コンテンツへの支払いに関連するパブリッシャーの懸念に対して、いかに行動規範が適用されるかを明らかにする。ここではコンテンツに対する支払いのみを取り上げるが、ユーザーデータへのアクセスなど上記の幅広い要因を考慮することが「公正かつ合理的」な解決につながる可能性があるため、一連の契約を全体として検討する必要があることを認識することが重要である。

5.2 なかでもコンテンツの価値に対する対価については、本助言は、特にニュースコンテンツに重点を置いて書かれている。他の種類のコンテンツに類似の評価を適用できるかの検討は、[ニュースコンテンツと] 同程度に詳細には検討しなかった。ここで示す原則は、すべてのコンテンツに適用されるが、具体的な支払いの解決策は大きく異なる可能性がある。

SMS 行動規範に基づくコンテンツに対する支払い

5.3 SMS 事業者によるコンテンツの利用は、SMS 行動規範に規定されることになると思う。「公正な取引」という目的からして、コンテンツプロバイダーは、SMS 事業者によるコンテンツの利用に対して、公正かつ合理的な対価を受け取る権利をもつべきである。

5.4 何が「公正かつ合理的な」対価であるのかを決定することは難しく、SMS 事業者とパブリッシャーとの間で意見が分かれる可能性がある。このため、行動規範の下で公正かつ合理的な条件の評価方法に関する指針を定めることが重要となるだろう。この指針がどのような内容となりそうかは、以下で詳しく説明する。

5.5 行動規範の下で行われる介入は、SMS プラットフォームの交渉力が持つ影響に対処することのみを意図するのであり、ニュースパブリッシャーが直面する幅広い課題に対処するものではないことに注意することが重要である。

現状

5.6 コンテンツプロバイダーは、プラットフォームによるコンテンツの利用から生じる共同創出価値を公正に分配されていない可能性がある。上記第2・3節で述べたように、プラットフォームの強い交渉力は、コンテンツプロバイダーらが共通してもつ懸念事項であり、プラットフォームは金銭的対価をほとんど、あるいは全く、提供することなく、コンテンツを利用することが可能であるとコンテンツプロバイダーは述べている。

5.7 プラットフォームとコンテンツプロバイダーが協力する時、その関係性を通じてプラットフォームとコンテンツプロバイダー双方に価値が生みだされる。プラットフォームがコンテンツを利用することで、消費者及び広告主のサービスに対する需要が増加する。また、顧客がクリックしてプロバイダーのウェブサイトアクセスすると、コンテンツプロバイダーが提供するサービスへの需要を喚起することになる。いずれの場合にも、貴重なデータと広告収入が得られる。プラットフォームのサービス内で使用するのに適したものとすべくサービスやコンテンツ自体を適合させる費用など、コンテンツの使用に関連する追加的費用も生じているだろう。この

ため、コンテンツの利用によって生じる両当事者の利益の増加分の合計から、発生した費用の増加分の合計を差し引いたものが、創出される共同創出価値となる。

5.8 プラットフォームが強い交渉力を持っている場合、プラットフォームがこの共同創出価値の大部分を獲得する可能性がある。大半のコンテンツプロバイダーがプラットフォームのサービスを不可欠なものであると考えれば、実際に、プラットフォームはこの共同創出余剰のほとんどを獲得できる可能性がある。したがって、価値創造の方向性は双方向でありうるが、パブリッシャーは、コンテンツに対する金銭的報酬がほとんどを獲得しない、あるいはまったく獲得しないという現行の条件を受け入れざるを得ないかもしれない—この結果として、共同創出価値の大部分をプラットフォームが獲得することになるとしても—。

5.9 プラットフォームの交渉力は、このような買手交渉力のない競争的な市場における場合と比較して、創造される共同創出価値の合計に影響を与える可能性もある。これは、コンテンツの価格が低下すると、コンテンツへの投資が減少する可能性があるためである。価格が低くなって共同創出余剰の規模が縮小しても、買手である SMS 事業者は低価格でより大きな「価値の」配分を獲得することができるため、この状況は、SMS プラットフォームにとって利益になる可能性がある。

5.10 市場調査により結論づけられたように、一部の大手プラットフォームは大きな市場支配力を持っていると考えられ、SMS 行動規範の下で SMS 事業者として指定される可能性がある。この場合、当該事業者には行動規範の公正な取引という目的が適用されることになり、SMS 事業者がコンテンツを利用した時には、コンテンツプロバイダーは、公正かつ合理的な対価を受け取る権利をもつことになろう。コンテンツに対する公正で合理的な対価は、SMS 事業者がコンテンツを利用することから生まれる共同創出価値について、コンテンツプロバイダーが公正な配分を受領することを保証するものでなければならない。

公正・合理性義務は実際にはどのようなものとなりそうか

5.11 本節では、公正・合理性義務が、価格設定にかかわる他の場面で、どのように利用されてきたか、また、公正かつ合理的が何を意味するかを明らかにする上で、詳細な説明を行う場合と、高次の原則を用いる場合のメリットとデメリットについて説明する。これはコンテンツへの支払いに関する行動規範の指針として何が適切かを検討する出発点となる。

他の市場における公正・合理性義務の利用

5.12 対価ないし価格設定に関する公正・合理性義務は、さまざまな状況で利用される。例えば、市場支配力を持つ企業に、公正かつ合理的にサービスへのアクセスを提供する義務が課せられることが多い公益事業規制や、標準必須特許について利用されている。実際には、これらの義務では、公正・合理性義務に加えて、様々な当事者に提示される条件につき不当な差別が行われないようにすべく差別禁止の要求も、通常、行われる。

5.13 どの程度詳細に公正、合理的、非差別的（FRAND）であるかを示すかの程度は、非常に高次の原則（例えば、価格は公正、合理的、非差別的であることといったもの）から、価格設定の詳細な方法論を示すものまで、状況によって大きく異なる。附則 C では、他の状況において、公正・合理性義務がどのように利用されてきたかについて、いくつかの例や議論を示し、Box 5.1（下記）では、BT と KCOM に関して、電気通信分野において Ofcom（英国放送通信庁）が FRAND 義務をいかに適用してきたかの概要を述べる。

Box 5.1 電気通信分野における FRAND 義務の例

Ofcom の「ローカルアクセスの卸売市場についての検討：市場の定義、市場支配力の決定、および救済策に関する声明（2010 年）（Ofcom's Review of Wholesale Local Access Market Statement on market definition, market power determinations and remedies 2010）」では、「ネットワークアクセス義務の下で公正かつ合理的に課される価格設定は、競争市場において期待される水準で競合事業者がネットワークアクセスを購入できるようにすることで、効率性と持続的な競争を促進し、エンドユーザーに最大の利益を与えるために、適切であるとも考える」と述べる。

セクション 47（2）では、条件が、客観的に正当かつ非差別的であり、比例的かつ透明であることが要求されている。この条件は以下の通りである。

- 分析した市場における競争の程度に照らして、客観的に正当であり、比例的な対応であること。それによって、BT と KCOM が市場支配力を行使できなくなり、競合他社が下流市場で BT と KCOM のサービスと競合するサービスを開発できるような料金でサービスを購入することが可能になり、消費者の利益となると同時に、BT と KCOM が、競争市場において期待される公正な収益率を確保できるようにする。

- BT と KCOM の双方に適用され、これらの市場で SMP を有する事業者がそれ以外に存在しないことから、不当に差別的でないこと。
- BT と KCOM が LRIC+ベースで料金を設定する必要があるという目的が明確であるという点で、透明であること。

Ofcom は、BT に対して Virtual Local Unbundled Access (VULA) 料金を設定するよう求める公正・合理性義務を、BT が提供する小売パッケージ価格と、VULA の卸売価格の間に最低限の価格差を維持するという条件に変更した。BT が提供する小売パッケージでは、VULA がインプットとして使用され、この条件の遵守の程度を評価する指針によって補完されている。

出所：Paragraphs 5.81-5.82, Ofcom (2010): Review of the wholesale local access market

Statement on market definition, market power determinations and remedies; and paragraphs 4.62 to 4.72: VULA margin statement - non-confidential (ofcom.org.uk).

コンテンツに対する公正かつ合理的な対価の評価の指針

5.14 本節では、SMS 行動規範の下で、コンテンツに対する公正かつ合理的な対価に関する指針 92 が、どのようなものとなる可能性があるかを検討する。公正性・合理性にかかる指針は、高次の FRAND 原則よりは詳細なものである必要はあるものの、公正かつ合理的な対価の詳細な計算方法を定めることは、本問題については、適切ではないと我々は考える。

5.15 コンテンツの利用について報酬の公正性及び合理性を評価することは難しく、SMS 事業者によるコンテンツの利用から創出される共同創出価値をどのように評価するかについて、SMS 事業者とコンテンツプロバイダーとの間には大きな意見の相違があると思われる。追加的な指針が提供されなければ、何が実際に公正かつ合理的なのか、関係者の間で不確実性が高まり、規制当局による判断が必要となる紛争が多数、発生する可能性がある。

5.16 しかし、公正かつ合理的な対価の詳細な計算方法を定めることは、本問題については、適切ではないだろう。詳細な計算方法を定めることで、関係者の柔軟性を不要に制限する可能性があり、また、オンライン環境の性質に鑑みて、このような計算方法が将来にわたって長く使われる可能性は低いだろう。

5.17 最終的には、指針の目的は、関係者が合意に至るのを支援すべく明確性を提供することにあるが、これと同時に、これらの解決策が市場ベースのものであり、かつ、事業上、利益にな

るものとなるように十分に柔軟とすることにもある。さらに、指針は、当事者が合意することを支援し、規制当局が解決する必要のある費用のかかる紛争を回避するよう努めなければならない。

5.18 なんであれ契約には、著作権で保護されたどのようなコンテンツを、どのような状況でプラットフォームが複製するか、金銭的な支払いは勿論のこと、データを含むどのような対価が提供されるかを規定する条項が含まれよう。これらの条件を総合的に判断して、行動規範に準拠しているかどうかの評価されるだろう。法的枠組みはまだ作られてはいないが、この枠組みに、条件が「公正かつ合理的」であるか否かという評価が含まれる可能性は高いだろう。指針は、これら契約条件が行動規範に準拠しているかどうかを評価するために DMU が従う枠組みを定めるものとなろう。もっとも、それは詳細な決定方法 [を示すもの] とはならないだろう。様々な方法や条件が、この枠組みに照らして「公正かつ合理的」とであると評価されうる。

5.19 本節の残りの部分では、公正かつ合理的な対価がにかかる指針が規定する可能性のある内容について、より詳しく説明する。指針はいくつかの重要な原則 を定め、SMS 事業者やコンテンツプロバイダーに明確性を提供し、コンテンツの利用に対する公正で合理的な対価について両者が合意に達する助けとなるべきであると我々は考える。かような原則の内容は以下の通りである。

- 共同創出価値 [の算出] では、コンテンツを使用することによって SMS 事業者とコンテンツプロバイダー双方に追加的に生じる利益・費用を考慮しなければならない。
- 共同創出価値の評価では、コンテンツの周囲に掲載される有料広告の広告収入だけを含めるのではなく、SMS 事業者がコンテンツを利用することで生まれる価値を広く捕捉する立場をとるべきである。
- 共同創出価値の評価は、特定のタイプのコンテンツを扱う英国のパブリッシャーすべてについて集合的に行われるべきである。つまり、共同創出価値とは、SMS 事業者が、ニュースなど特定のコンテンツのプロバイダー全部のコンテンツを利用することから生じる価値であると考えべきである。
- 共同創出価値には、著作権で保護されたコンテンツの利用によって生じる価値も含まれるべきだが、これは有害なコンテンツに報酬を提供する義務を含意するものではない。

- コンテンツの利用に対する対価については、SMS 事業者とコンテンツプロバイダー間で共同創出価値を公正に配分し、コンテンツプロバイダーはその公正な配分を受け取れるようにすべきである。
- コンテンツの利用に対する対価については、コンテンツプロバイダー間で不当な差別が行われるべきでない。

共同創出価値には、SMS 事業者・コンテンツプロバイダー双方のコンテンツ利用により追加的に生じる利益とこれに伴う追加的費用が関係する

5.20 前述したように、SMS 事業者がコンテンツを利用することによって生まれる共同創出価値は、コンテンツの利用によって生じる両者の利益の増加分の合計から、増加分の費用の合計を控除したものである。CMA のオンラインプラットフォームとデジタル広告市場調査（Online Platforms and Digital Advertising market study）で行われた分析に基づき、SMS とされる可能性が最も高い Google 検索と Facebook のソーシャルメディアを含む Google と Facebook の多数のサービス全体にわたって、コンテンツの利用方法や、コンテンツの利用により追加的に生じる利益・費用について、我々は検討を行った。

5.21 この作業によって分かったことは、プラットフォームとコンテンツプロバイダーに生じる利益と費用の主な種類は、サービス全般を通じて非常に似通っているが、それらが発生する仕組みや、あるべき計算方法、またその規模についての具体的な詳細は異なっているということである。コンテンツの利用によって、SMS 事業者とコンテンツプロバイダーに発生する費用と利益の主な種類を以下の表 5.1 にまとめた。もとにした情報のほとんどはニュースパブリッシャーから受け取ったものだが、以下に示す内容の多くは、他の種類のコンテンツプロバイダーにも妥当する。

表 5.1. コンテンツの利用により SMS 事業者およびコンテンツプロバイダーに発生する費用と利益の主な種類

	利益	費用
SMS事業者	<u>コンテンツプロバイダーのコンテンツと直接やりとりすることによる利益</u> 直接広告—SMS事業者は、コンテンツの周辺に掲載される広告から広告収入を得ることができる。例えば、ニュースパブリッシャーか	<u>コンテンツホスティングにつき追加にかかる費用</u>—多くの場合、SMS事業者によるサービスの開発・維持に伴って多額のサンクコストが発生する。しかし、これらの費用の大半は、（ニュースコンテンツなど）特定のタイプのコンテンツホスティングについて追加的に生じる

	らのコンテンツが検索結果に表示される場合、そのコンテンツはペイド・サーチ結果と並んで表示されることがある。 データに関する利益—ユーザーが、SMS事業者のサービスによって利用されるコンテンツとやり取りした場合、SMS事業者は当該ユーザーのデータを取得する。 こうしたデータは、SMS事業者が保有する既存のユーザーデータと結合され、SMS事業者の一連の広告サービス全般に対象を絞った広告を提供する際に使用することができる。 一部のサービスでは、SMS事業者は、コンテンツの利用から受ける利益の一部を、広告収入やライセンス料の分配という形でコンテンツプロバイダーに還元している。 市場の拡大／間接的利益 直接的なやりとりがない場合でも、特定のコンテンツプロバイダーや特定のコンテンツでは、SMSプラットフォームに利益をもたらす場合がある。SMS事業者のサービスが使用するコンテンツは、概して最初にユーザーをそうしたサービスに引き付け、定着させる役割を担っている。ユーザーが増え、SMS事業者のサービスを利用する時間が増えれば、ユーザーに表示される広告による収益化の機会も増える。	ものではないため、共同創出価値の計算には関係ない。 SMS事業者が提供する一部のサービスについては、特定のコンテンツのホスティングに起因する追加の費用が発生する。 例えば、ニュース速報の場合、それに対応した検索サービスを開発しなければならない。 ニュース速報の性質上、検索プロバイダーは一般的なウェブページのように関連するウェブページをインデックス化することができず、結果としてこれらのページにアクセスするための代替手段を開発する必要がある。
コンテンツプロバイダー	<u>ユーザーが、SMS事業者のサービスから、コンテンツプロバイダーのウェブプロバイをクリックすることで生じる利益</u> 直接広告—SMS事業者が自社のサービスでコンテンツを使用する場合、そのコンテンツには、コンテンツプロバイダーのウェブプロバイでホスティングされているオリジナルコンテンツへのハイパーリンクが貼られていることがよくある。ユーザーがこれらのプロバイをクリックすると、コンテンツプロバイダーは、コンテンツの周辺に掲載される広告から収益を得ることができる。関連するの	キュレーション費用—場合によっては、SMS事業者のサービスで利用できるような形式でコンテンツの提供・維持を行うことで、コンテンツプロバイダーに追加費用が発生することがある。 コンテンツ制作—コンテンツプロバイダーは、SMS事業者のサービスを通じてユーザーに到達できなければ制作されなかったであろうオンライン専用のコンテンツを制作する場合がある。 代替効果—ユーザーが、SMS事業者のサービ

は、SMS事業者がコンテンツを使用することで実際に増加したクリック数から生じる収益のみであることに注意せよ。 その他の収益化の機会—コンテンツが、あるSMS事業者のサービスで使用されている場合、コンテンツプロバイダーは、購読やスポンサーシップ、またはブランドコンテンツなど、広告以外の方法でコンテンツを収益化することができる。 データに関する収益—ユーザーがコンテンツプロバイダーのプロパティをクリックし、これらのプロパティでコンテンツとやり取りを行うと、コンテンツプロバイダーは、これらのユーザーの好みや関心に関する貴重なファーストパーティデータを取得することができる。このデータを、コンテンツプロバイダーが保有する既存のデータと組み合わせることで、ウェブプロパティのユーザーに対して、より効果的に対象を絞った広告を提供することが可能となり、従って、広告インベントリの価値を高めることができる。 市場の拡大／間接的利益 コンテンツプロバイダーのコンテンツをSMS事業者のサービスにホスティングすると、ユーザーのクリックが必ずしもそのプロパティにアクセスする結果とはならなくても、コンテンツプロバイダーには利益になる場合がある。これによって、コンテンツプロバイダーのブランド認知度やコンテンツディスカバリーを向上させることができる。また、コンテンツプロバイダーがデータや広告を通じて収益化できるウェブプロパティへのアクセスユーザー数が増加する可能性がある。	ス内でコンテンツプロバイダーのコンテンツとやり取りをする場合、コンテンツプロバイダーのウェブプロパティにアクセスするユーザー数の減少につながる可能性がある。例えば、ユーザーが検索結果でニュースの見出しを見たとしても、そのニュース記事をクリックしなければ、コンテンツプロバイダーは、広告を通してユーザーとコンテンツとのやり取りを収益化できない。コンテンツがSMS事業者のサービス内で利用されない場合、ユーザーはコンテンツプロバイダーのウェブプロパティにアクセスした可能性がある。これは、市場拡大効果とは逆の現象であることに注意せよ。 ディスプレイミディエーション—ユーザーが、SMS事業者のサービス内でコンテンツプロバイダーのコンテンツとやり取りする場合、コンテンツ、ならびにコンテンツのプレゼンテーションおよびブランディングに対するプロバイダーの管理が弱まる。こうした状況では、コンテンツを制作したのがコンテンツプロバイダーであることをユーザーが正確に認識できない可能性がある。特に、かなり多くのオリジナルコンテンツの制作に多額の投資を行っている場合、これによって、コンテンツプロバイダーのブランド価値を損なう可能性がある。
--	---

5.22 価値創造は共同して行われるのであり、SMS事業者によるコンテンツの利用は、SMS事業者とコンテンツプロバイダーの双方に利益と費用をもたらすことを認識することが重要である。共同創出価値の評価では、コンテンツの利用によってプラットフォームとパブリッシャーの双方に生じる利益と費用を考慮する必要がある。

5.23 また、コンテンツの利用によって真に追加的に生じる利益と費用だけが、共同創出価値の評価に関係する。表5.1に概説された種類の1つに分類されると考えられる利益や費用が、実際には真に追加的に生じる「利益ないし費用」にはあたらない場合もあり、どのような利益や費用が真に追加的に生じているのかを見極めるには、注意を要する。例えば、コンテンツプロバイダーに発生する直接広告の利益について（ユーザーがクリックしてオンラインプロパティに移動し、コンテンツプロバイダーが、コンテンツの周辺に掲載される広告から生じる収益を得ることができる場合）、関連するのは、SMS事業者がコンテンツを使用することで実際に増加したクリック数から生じる収益のみである。これは、SMS事業者が利用するコンテンツからコンテンツプロバイダーのプロパティに生じた全クリックスルーと同一のものではない。実際に増加したクリック数を評価する際には、コンテンツがSMS事業者によって利用されなければユーザーはコンテンツにアクセスする別の方法を探すだろうことから、いずれにしても、こうしたクリックの大半がいずれにしても発生した可能性を考慮する必要がある。

共同創出価値を評価する際には、SMS事業者がコンテンツを利用することで生まれる価値を広くとらえる必要がある

5.24 本助言の作成過程でプラットフォームとパブリッシャーが展開した議論に鑑みると、表5.1で特定された利益と費用の増加分のうち、どの部分を共同創出価値の評価において組み込むべきかについては、プラットフォームとコンテンツプロバイダーとの間で意見の相違がある可能性がある。こうした意見の相違は、SMS事業者に生じる利益について狭い範囲で捕捉する立場〔（狭範囲説）〕を採用すべきか、広い範囲で捕捉する立場〔（広範囲説）〕を採用すべきかをめぐって、最も顕著になる。

5.25 GoogleとFacebookは、金銭的な利益はコンテンツの周辺や同じページに掲載される広告から生じる収益に限定されるという狭範囲説を主張する（表5.1の「直接広告」）。これらは、比較的に特定しやすく、コンテンツの利用に最も直接的に起因する収益である。Googleは、こうした収益は主に独自のランキング技術などコンテンツ以外の要素によって生み出されていると主張し、Facebookは、広告はニュースのような特定のコンテンツの周辺に直接表示されるようなものではなく、対象ユーザーのために作成されたものであると述べている。

5.26 コンテンツプロバイダーは、通常、プラットフォームによるコンテンツの利用から生じるすべての利益を含む、より広範囲の説を主張している。このような広範囲説では、ユーザーがコンテンツとやり取りする場合にプラットフォームが獲得するデータの価値（「データに関する利益」）や、ユーザーをプラットフォームのサービスに引き付け、そこに留めるコンテンツの貢献度（「市場拡大／間接的利益」）が含まれることになる。

5.27 プラットフォームが支持する狭範囲説は、測定可能な広告収入に基づくため、特定や推定が容易である。しかし、このような説は、共同創出価値の重要な側面を見落としていると我々は考える。直接広告のみを考慮する共同創出価値評価は、相対的に低いものとなる蓋然性があることにも、我々は着目する。

5.28 指針案を作成する出発点としては、利益を広く捉える広範囲説を採用しなければならない。より広範な価値を評価することには現実的な課題があるが、これがパブリッシャーのコンテンツをホスティングするプラットフォームの獲得する利益の重要な部分にあたるのであり、したがって、こうした広範な利益を無視すると、プラットフォームにとってのコンテンツの価値が著しく過小評価される可能性がある。フランスの競争当局が最近、コンテンツの利用に対する対価の水準は、コンテンツと並べて表示される広告のみに関連する収益以外に、コンテンツの利用からGoogleが得る価値を反映すべきであるという見解を支持したことに我々は着目する。

共同創出価値の評価は、特定の種類のコンテンツを扱う英国のパブリッシャーすべてについて集合的に行われる必要がある

5.29 共同創出価値の評価は、個々のコンテンツプロバイダーのコンテンツの貢献度ではなく、特定の種類のコンテンツプロバイダー全部（例えば、ニュースパブリッシャー）の共同創出価値への貢献度に基づくべきであると我々は考える。この手法を支持するのには、いくつかの理由がある。

- 共同創出価値を全体で評価し、パブリッシャー間でそれぞれの取り分を分配する方がより効率的であると我々は考える（プラットフォームと当局は、プロバイダー全部について1つの計算結果を評価するだけで済む）。
- この共通評価方法は、個々のコンテンツプロバイダーに対する評価の一貫性を確保し、小規模なパブリッシャーが大手パブリッシャーよりも悪い条件で取引することになるリスクを軽減することにもなる。
- この計算では、買手の交渉力がない場合の各コンテンツプロバイダーのコンテンツ利用によ

り生み出される共同創出価値を評価する必要があるため、実用的である。プラットフォームが過度の買手の交渉力を持つ時には、コンテンツの価値を歪めてしまう可能性が高いため、現在の市場データを用いてコンテンツの価値を単純に評価することからは、有益な結果が得られる可能性は、低い。

5.30 一般的に、集合的価値に基づく手法は、行動規範上で「公正かつ合理的」な原則を適用することと整合的であり、上記の理由により、共同創出価値を評価する上での好ましい手法である可能性が高いと我々は考える。しかし、二者間交渉に基づく手法が公正で合理的かつ非差別的な結果をもたらすことを証明できるのであれば、SMS事業者がそのような手法を定めることも認められるだろう。

共同創出価値には、著作権で保護されたコンテンツの利用から生まれる価値が含まれるべきである

5.31 英国の著作権法により現在、保護されているコンテンツについて、コンテンツの利用に対して公正かつ合理的な対価を支払うという原則を適用すべきであると我々は考える。なぜなら、コンテンツプロバイダーが財産権を有するコンテンツに対してコンテンツプロバイダーに対価を支払うことが、公正かつ合理的であるとみなされる可能性が高いと考えられることによる。

5.32 これは、著作権で保護されたすべてのコンテンツが同等の価値をもつということではないし、必然的に似たような価値をもつということですらない。コンテンツの利用方法の違いや利用されるコンテンツの種類の違いは、そのコンテンツの共同創出価値への貢献度に影響を及ぼし、こうした貢献度は、コンテンツの使用に対する対価のレベルに反映されるべきである。第2節で述べたように、サービスによってコンテンツの利用方法は異なり（例えば、主にコンテンツプロバイダーのウェブサイトを利用するサービスは、主としてサービス内でコンテンツをホスティングすることを目的とするサービスとは異なる方法でコンテンツを利用する）、これはSMS事業者とコンテンツプロバイダーの両方に、コンテンツが生み出す価値に影響を与えるだろう。さらに、ニュースコンテンツなど特定の種類のコンテンツは、ユーザーをSMS事業者のサービスに引き付け、そこに留める役割を果たすため、他の種類のコンテンツよりも価値が高い可能性がある。ニュースコンテンツのような特定のタイプのコンテンツのなかでも、特に信頼性が高いとみられる情報源やコンテンツ制作に多大な投資をしている情報源は、他の情報源よりも共同創出価値への貢献度が高い場合がある。

5.33 また、有害なコンテンツの制作者を保護するために行動規範を使用すべきではない。指針

は、有害なコンテンツの表示や支払いを企業に義務付けるべきではない。

コンテンツの使用に対する対価は、コンテンツプロバイダーが共同創出価値の公正な配分を受け取ることを保証するものでなければならない

5.34 パブリッシャーのコンテンツを利用することで、SMS事業者とコンテンツプロバイダーとの間で生み出される価値の合計が、共同創出価値である。両者の貢献がなければ、そもそも共同創出価値は生まれない。コンテンツプロバイダーに支払われる対価の水準は、SMS事業者と、特定のタイプのコンテンツプロバイダー全社との間で、この共同創出価値の公正かつ合理的な配分が実現されるようなものでなければならない。原則的には、上述した費用と利益の負担・配分に応じて、どちらの方向への支払いもありうる。

5.35 常にというわけではないが、現在の対価の水準は、プラットフォームの交渉力の影響を受けていると考えられる。プラットフォームに強い交渉力がある場合には、（コンテンツ利用の見返りとして低水準の対価を提供することにより）プラットフォームは、共同創出価値の大部分を獲得するだろう。実際、大半のコンテンツプロバイダーが、大規模なプラットフォームのサービスを不可欠なものであるとみれば、プラットフォームは、共同創出価値の大部分を獲得することができる。上記の通り、現在、コンテンツプロバイダーは、プラットフォームのサービスにおけるコンテンツの利用に対して、プラットフォームから金銭的対価をほとんど、あるいはまったく受け取っていない。（ただし、プラットフォームは、オンラインプロパティへ追加的なトラフィック流入を起こすことでコンテンツプロバイダーは大きな利益を得ていると主張している）。

5.36 争いがある場合、規制当局は、対価の水準が、コンテンツプロバイダーが共同創出価値の公正な配分を受け取ることとなるようなものであるかを判断するよう求められることがある。現在のところ、指針上、共同創出価値の公正かつ合理的な配分を評価するための好ましい方法を特定して示す必要があるとは考えられておらず、各状況に最も適した方法を採用することは関係者に委ねられることになりそうである。こうした中で重要なのは、SMS事業者が、SMSであるとみなされる当事者として、コンテンツ利用の対価を支払えば、コンテンツプロバイダーが共同創出価値の公正かつ合理的な配分を受け取ることになる理由を裏付けをもって示すことであろう。

5.37 SMS事業者の強大な交渉力による歪曲されている結果として〔現在の分配のあり方は〕、不公正なものとなっていそうであると我々は考えている。一定の種類のコンテンツプロバイダーが受け取る共同創出価値の分配（分け前）は、コンテンツプロバイダーが全体としてそれに対して行っている貢献の度合いを反映していない可能性があり、またコンテンツの価格が低いためにコンテン

ツへの投資が減少する可能性があるのである。「公正な配分」とは、SMS事業者が大きな交渉力を有しなければ行われたであろう分配を反映したものである。ここで問われるべき問題は、もし交渉力の著しい不均衡がなければ、プラットフォームはどのように対価を設定し、パブリッシャーは何を受け取ったかということである。

5.38 対価が、コンテンツプロバイダーの共同創出価値を公正に配分するものかどうかの評価は、客観的な基準に基づいて行われる必要があり、それは指針の中で明らかにされうる。これらの基準には、例えば以下のようなものが含まれる（注：〔以下は〕説明のために示すものにすぎない）。

- 現在の対価の水準は買手の過剰に大きい交渉力によって歪められている可能性が高いが、提案された対価の水準は、こうした現状を改善するものか？
- 提案された対価の水準は、SMS事業者が利用するコンテンツを制作するために必要な合理的な額の追加的費用をコンテンツプロバイダーが回収することを可能にするとともに、共同創出価値の創出に対するコンテンツの全体的な貢献度を反映するものか？
- 提案された対価の水準は、SMS事業者によるコンテンツの利用について、過大な利益をもたらすものではないか？
- 提案された対価の配分は、客観的で正当な方法論に基づいているか？（実行可能な方法論のいくつかを検討したものとして、附則Dを参照。）
- 提案された対価水準は、客観的かつ正当な証拠（市場データなど）に基づいているか？
- 提案された対価水準は、小規模なコンテンツプロバイダーを不当に差別しているか？

コンテンツの利用に対する対価につきコンテンツプロバイダー間で不当な差別があるべきではない

5.39 不当な差別を防ぐようにしなければ、小規模なパブリッシャーの犠牲の下、大手パブリッシャーや有力なパブリッシャーを優遇する枠組みとなる可能性がある。小規模なパブリッシャーは交渉力がより小さいため、SMS事業者は、少数の大手の戦略的な企業に有利な条件をつけて褒賞を与えることで、「分割統治戦略」を行う可能性がある。

5.40 このような結末となることを避けるために、行動規範は、強制力のある差別禁止条項を有効

な形で定めることができよう。また、これについて、規制当局が実際上、それがどのように適用されることを想定しているのかをSMS事業者が理解できるよう指針を与えることが可能だろう。差別禁止の要求は、プロバイダーに全く同じ条件を適用させることを意図したものではなく、不当な歪曲を回避するためのものである。こうした義務は、英国のFRAND法で採用されている手法に類似した一般的義務である。

指針によってカバーされうる他の事項

5.41 本節では、上記に加えて、行動規範指針に含まれる可能性のある、その他の事項について、概要を説明する。

- 情報共有の必要性、および
- 標準契約またはモデル契約。

情報共有の必要性

5.42 SMS事業者とコンテンツプロバイダーの間に大きな情報の不均衡が存在するため、共同創出価値を評価することが困難となっている。SMS事業者もコンテンツプロバイダーも、共同創出価値の創造に貢献する重要な要素を観察できない。SMS事業者は、自社にとってのコンテンツの価値評価については情報上、著しく有利であり、これに対して、コンテンツプロバイダーは、SMS事業者によるコンテンツ利用が自社のオンラインプロパティへのアクセス増加にどの程度貢献しているかをSMS事業者より判断しやすい立場にある。

5.43 このような情報の非対称性を考えると、情報共有なくして当事者が独立して合意に至ることは困難だろう。

5.44 行動規範では、コンテンツのSMS事業者にとっての価値を評価するために必要な情報をコンテンツプロバイダーに提供するように、SMS事業者に要請することができる。情報共有は、他の法域においてコンテンツに対する支払い問題に対する対処の主要な特徴となっていることに、我々は着目する。例えばフランスでは、オンラインプラットフォームは「新聞社や通信社に対して、ユーザーが利用した報道出版物に関連するすべての情報、ならびに報酬（関連する権利に対して支払うべきもの）とその配分につき高い透明性をもって行われる評価に必要なあらゆる情報を提供する」ことが法律によって義務付けられている。

5.45 指針は、SMS事業者がコンテンツプロバイダーに対して、一定の種類の情報を提供すべきことについて規定を設けるべきである。こでに含まれる情報には、コンテンツの利用方法、ユーザーがコンテンツをいかに利するかに関する情報、及び、コンテンツとともに掲載される広告からの広告収入に関する情報が含まれることとなろう。規制当局は、精確には、どのような情報であれば、有用かつ現実的に提供できるのか、関係者と協力して判断することが必要となるかもしれない。

標準契約

5.46 コンテンツの利用に対して公正かつ合理的な対価を提供する義務は、SMS事業者にとって、多数のコンテンツプロバイダーと契約を交渉し管理するかなりの要求となる可能性がある。また、コンテンツの利用に対する支払いをめぐってSMS事業者と交渉しなければならないことは、多くのコンテンツプロバイダー、特に小規模なパブリッシャーにとって、負担となる可能性がある。

5.47 交渉にかかる時間と費用を削減するために、一部のコンテンツプロバイダーに標準契約を示すことが出来ることが、SMS事業者にとって、便宜な手段となる可能性がある。「標準提供」は、個々のコンテンツプロバイダーにあわせて作成するのではなく、一定の種類のコンテンツプロバイダーに共通して作成されるものである。SMS事業者がそのような標準提供を行うことができることを、指針に明記すべきである。

...

附則C：他の場面でのFRAND義務の利用例

1. 対価や価格設定にかかる公正・合理性義務は、公益事業規制（市場支配力を持つ企業に公正かつ合理的な条件でサービスへのアクセスを提供する義務が課されることが多い）や商業上の契約上で公正かつ合理的な条件で供給を行う義務を課すこと（標準必須特許の場合等）にみられるように、さまざまな状況で利用されている。様々な当事者に適用される条件に不当な差別がないようにすべく、これらの義務では通常、公正・合理性義務に加えて、差別禁止も要求する。

2. FRANDの詳細さの程度については、非常に大まかな原則（例えば、価格が公正、合理的、非差別的でなければならないといったもの）から、価格設定の詳細な方法を定めるものまで、場合によって大きく異なる。下表C.1.に、他の状況において、公正・合理性義務が利用された例をいくつか示す。

表C.1.他の場面でFRAND義務が利用された例

例	公正・合理性の内容 の詳細さの程度	説明
標準必須特許	低	一般に非営利で会員制の団体である標準化団体（SSO）が、その構成員が遵守することに合意する標準（相互運用性、技術基準または実施基準など）を制定する。 特許が標準必須特許（SEP）であることが明らかにされることがあり、[この時には] SSOの構成員に対して、「ロイヤルティフリー」またはFRANDの条件でSEPの使用許可を与えることが要求される。 ライセンスに関する紛争は、裁判所によって解決される。
Ofcom狭帯域市場レビュー（Ofcom Narrowband Market Review）（2017年）	低	「私たちは、（経過期間中はすべてのISDN回線について、その後は既存のISDN回線のみについて）ハル地域を除く英国のWFAEL、WCO、ISDN30、ISDN2市場において、第三者が合理的に要求するネットワークアクセスを提供することを、BTに対して求めるSMP条件を課することが適切であると判断した。 また、BTが卸売レベルでアクセスを拒否し、競争を阻害し、最終的には消費者の利益に反する結果をもたらすことができないようにすることにより川下市場における効果的な競争を保護するために、こうした義務が必要であると考えます。 この条件は、BTに対して、公正かつ合理的な条件と料金によってネットワークアクセスを提供することを求めるものである。 料金については、事後に適用される競争法の下で採用されるだろう費用と利益の評価手法と整合する手法を採用する。」
Ofcom卸売固定電話市場レビュー（Ofcom Wholesale Fixed Telecoms Market Review）2021～26年：HNRエリアでの専用回線接続	低	「我々は、従って、価格（利益）スクイズのリスクから小売競争を保護するために、これらの地域において規制された卸売専用回線の料金が、公正かつ合理的に請求されることを要求する。」

Ofcomの「ローカルアクセスの卸売市場についての検討：市場の定義、市場支配力の決定、および救済策に関する声明（2010年）」（Ofcom's Review of Wholesale Local Access Market Statement on market definition, market power determinations and remedies 2010）	中	我々はまた、ネットワークアクセス義務の下、公正かつ合理的な水準の料金が設定されるようにすることが、競合するプロバイダーが、競争市場で期待される水準でネットワークアクセスを購入できるようにすることで、効率性と持続可能な競争を促進し、エンドユーザーに最大限の便益をもたらすために、適切であると考えられる。 セクション47（2）では、条件は客観的に正当であること、非差別的であること、比例的かつ透明なものであることが要求されている。条件は以下の通りである。 ・検討対象となる市場における競争の度合いに応じて客観的に正当であり、比例的な対応であること。それによって、BTとKCOMが市場支配力を行使できなくなり、競合他社が下流市場でBTとKCOMのサービスと競合するサービスを開発できるような料金でサービスを購入することが可能になり、消費者の利益となると同時に、BTとKCOMが、競争市場において期待される公正な収益率を確保できるようにする。 ・BTとKCOMの双方に適用され、これらの市場でSMPを有する事業者が他にいないことから、不当に差別的でないこと。 ・BTとKCOMが、LRIC+ ベースで料金を設定するようにさせるという意図が明確である点で、透明性があること。 Ofcomは、BTに対してVirtual Local Unbundled Access（VULA）料金を設定するよう求める公平・合理性義務を、BTが提供する小売パッケージ価格と、VULAの卸売価格の間に最低限の価格差を維持するという条件に変更した。BTが提供する小売パッケージでは、VULAがインプットとして使用されており、この条件への準拠の度合いを評価する指針によって補完されていることに注意せよ。
「080」および「116」から始まる電話番号	高	「080」および「116」から始まる番号への通話の発信側課金に関する紛争解決指針
紛争解決指針に関する声明（2013年）		パラグラフA.1.12には、以下のように記載されている。 発信側支払いが公正かつ合理的かどうかを評価する際、その他の規制に関して過去に使用された以下の3つの原則を重疊的に適用する。 ・原則1：発信側通信事業者（「OCP」）から、フリーダイヤルへの発信側通話の効率的な費用を回収する機会を否定すべきではない。 ・原則2：発信側課金は、以下の要素を考慮し、消費者にとって有益なものでなければならない。 ○ 間接的効果：発信側課金案がサービスプロバイダー（以下「SP」）の費用に与える影響、およびサービスの利用可能性に影響を与えるフリーダイヤルからの退出（不参

		加) など、SPによる関連する最終結果としての決定による発信者への影響、及び、費用軽減策 ○ 料金パッケージ効果：他のサービスに対して発信側課金案がOCPの小売価格に与える影響 ○ 競争効果：有益か有害かを問わず、発信側課金案が競争に与える影響 • 原則3：発信側支払いは現実的に導入可能なものでなければならない。 これらの原則の内容については、指針の31ページから42ページ（パラグラフA1.18からA1.64）に詳しく述べられている。
--	--	--

公正・合理性の詳細な説明と高次の規定との比較

7.22〔ママ〕 FRAND義務についてのより詳細な説明には、より確実で予測可能であるという利点があるが、柔軟性に欠ける可能性がある。詳細な規則に適する状況である場合（例えば、適切な情報が入手でき、関連する製品やサービスが均一かつ比較的明確に特定されているか、またそのいずれかの場合）、関係者にとって確実な事業環境への必要性が特に重要である場合（例えば、投資額が結果次第で変わる場合）、詳細な説明が最も良く機能する傾向がある。しかし、詳細に規定する手法（more prescriptive approach）は、柔軟性に欠けるものとならざるを得ず、根本的な問題の解決に重点がおかれず、規則に文字通り従うという結果につながる可能性がある。また、規定が詳細すぎると、当事者が具体的状況に適合する合意に達する柔軟性が制限され、時間の経過による事業環境の変化に適切に対処できなくなる可能性がある。

7.23 高次の規定はより柔軟である傾向があるが、正確に何を意味しているのかが不明確になる場合がある。例えば、関係者間に大きな不均質性があり、そのため場合によって、何が公正かつ合理的であるかが大きく変わる場合、あるいは、何が公正かつ合理的であるかという性質が時間とともに大きく変化するような変化の激しい環境にある場合など、関係者が要求事項を満たす上でより高い柔軟性があることから便益を受ける場合には、比較的高次の規定が有効に機能する傾向がある。さらに、高次の規定であれば、規制当局が、公正かつ合理的とはどのようなものかを事前に詳細に特定する必要がなくなる。評価が複雑で、公正かつ合理的な結果とはどのようなものかを知る上で、規制当局が関係者と比べて著しく情報を欠く環境では、このような詳細な特定は困難である（そして悪い結果につながる）可能性がある。一方で、高次の規定では、関係者が何を求められているのかを正確に理解することが難しくなる場合がある。このような不確実性によって、何が公正かつ合理的であるかについて当事者間の意見が一致しづらくなり、規制当局の判断が必要となる多くの紛争が起こる可能性がある。

7.24 実際には、規制当局は高次の指針と詳細な指針を組み合わせることで適用することが多く、両者のバランスはその時々状況によって異なる。このバランスは必ずしも固定されたものではなく、状況の変化に応じて、公正かつ合理的な義務の性質がより高次のものから、より詳細なものへと移行した例や、その逆の例もある。

附則D：他の場面で使用される公正・合理的な価格の設定方法

1. 明確な市場価格が存在しない中で、公正かつ合理的な価格を設定する問題については、さまざまな状況で検討され、数多くの異なる手法が用いられてきた。手法は大きく以下の2つに分類される。

- 公正かつ合理的な価格とは何かを直接的に評価する方法、および
- まず共同創造価値を推計し、対価水準がそれを公正に配分するものとなっているかを検討する方法。

2. 価格が公正かつ合理的であるかどうかを確認するために他の場面で使用されている手法のいくつかを下表5.3に示した。

表D.1.他の場面で用いられている公正かつ合理的な価格の設定方法

手法	説明	簡単な分析	FRANDにかかる使用例
公正かつ合理的な価格であるかを直接評価する方法			
ベンチマーク価格	似た状況下でのコンテンツの利用に関するベンチマーク価格（例：メディア・モニタリング・サービスにおけるコンテンツの使用許諾）を設定し、これをコンテンツプロバイダーへの対価水準設定の基礎として使用する。	ベンチマーク価格設定は、他の規制についても価格を決定するために使用されてきた。しかし、本問題については、適切なベンチマークを見つけることは困難であるように思われる。	比較可能なライセンスが、FRANDの訴訟において、特許実施者とライセンサーとの間で使用料の総額を分配するためのベンチマーク価格として、裁判所によって使用されてきた。
費用に基づくボトムアップ型	価格および対価は、発生した費用の評価に基づいて決定される。	このような価格決定方法は、規制分野の公益企業にしばしば、適用される。しかし、費用を評価するには、非常に多くの情報およびリソースを必要とする可能性がある。 公益企業は固定費が高く限界費用が低い傾向があるが、費用に基づく価格設定によって多額の投資費用を回収できるため、多くの場合、こうした価格設定が規制分野の公益企業に適用される。	「ローカルアクセスの卸売市場についての検討：市場の定義、市場支配力の決定、および救済策に関する声明（2010年）（Review of Wholesale Local Access Market Statement on market definition, market power determinations and remedies 2010）」、ならびに「080」および「116」から始まる電話番号の事例で使用された。 上記の表C.1に示された紛争解決指針に関する声明

		SMS事業者がコンテンツを利用する場合、SMS事業者のサービスでコンテンツを利用できるようにするための増加費用は、（コンテンツの制作費用と比較して）非常に少ない可能性があるため、費用に基づく対価は現状と大きく異なっている可能性がある。	
--	--	---	--

まず共同創造価値を評価し、その公正かつ合理的な配分を算出する方法			
仮定的な競争状況の反事実的想定	SMS事業者が市場支配力を持たない反事実的な状況において発生する共同創造価値の分配を検討する。この場合、仮定される反事実的状況とは、SMS事業者が提供するサービスと同様のサービスを提供する複数の提供者が存在し、コンテンツ提供者がSMS事業者と、そのコンテンツの使用条件について自由に交渉できる状況である。	SMS事業者が市場支配力を持たず、事業活動を行っていた市場が競争的であった場合にはどのような帰結となったかを考えるもの。多くの仮定と情報（競争の性質、費用構造、需要予測、競合他社の数など）が必要となる。非常に複雑で多くのリソースを必要とする可能性があり、また分析が仮定の影響を受けやすい可能性がある。 多数の契約に適用しなければならない可能性がある。	FRAND訴訟において、ロイヤリティの総額を分配する際に、仮定に基づく反事実的状況と実際の反事実的状況が（例えば、SEPを使用していない類似製品の収益との回帰比較、SEPの有無による類似製品の収益、またはSEPの有無による製品収益の仮定的分析などを通して）裁判所によって使用されてきた。
超過利益法	「超過」利益がコンテンツプロバイダーに支払われている状況下で、コンテンツの利用からSMS事業者が得る合理的な収益率や利益はどの程度かを評価する。	プラットフォームへの「公正な」収益を決定するために、他の規制分野で使用される。 ただし、非常に多くのリソースと情報を必要とする可能性がある。 こうした手法は、多くの場合、かなり主観的な判断を必要とし、過去にはしばしば規制される企業により争いが行われてきた。	利益分割手法は、FRANDの訴訟において、特許実施者とライセンサーとの間で使用料の総額を分配するために、裁判所によって使用されてきた。

当事者の相対的貢献度（シャープレイ値）	共同創造価値の創造に対する各当事者の限界貢献度に基づいて共同創造価値を公正に配分するよりフォーマルな手法	連携して作業を行う関係者に対して利益と費用を公平に配分する承認された手法であり、多数の場面で利用されている。 関係者の可能な組み合わせ全てについて共同創造価値を評価する必要があるため、非常に多くの情報とリソースが必要になる可能性がある。 ゲートキーパーがSMSを有している状況でうまく機能するかは不明である。SMS事業者が共同創造価値の創造に不可欠であることを考えると、SMS事業者の貢献度は大きいと考えられる。よって、結果は現状とあまり変わらない可能性がある。	Music Radio訴訟において公正な著作権報酬の可能な解決策として、経済学の文献で提案されている。 しかし、これは、集中管理機関により権利者側に交渉力がある状況下で、公正な報酬を決定するために提案されたものである。ゲートキーパーがSMSを有している状況でうまく機能するかは不明である。
団体交渉	すべてのコンテンツプロバイダーまたは一部のコンテンツプロバイダーがSMS事業者と団体で交渉することを認めることにより、SMS事業者の交渉力の優位性がある程度、打ち消すことができる。	少なくとも、ある程度は、SMS事業者の交渉力の優位性を打ち消すものと考えられる。複雑な判断や分析が不要になる。 他種の権利管理において、すでにある種の有効な団体交渉が存在（例：音楽）。しかし、コンテンツプロバイダー間の直接的なやり取りを潜在的に促進する可能性があり、コンテンツプロバイダーが、コンテンツプロバイダー同士で議論し、競争法に違反する情報共有を行う可能性がある。 競争法の適用除外を必要とする場合がある。 交渉の失敗（例：コンテンツブラックアウト）につながる可能性がある。特に情報が不完全な場合、コンテンツプロバイダーは、コンテンツがプラットフォームにとってどれだけの価値があるのかを知るために「ストライキ」を行う必要がある可能性がある。	EU著作権指令の国内法化に続き、フランスやデンマークなど、他の法域でも集団的な解決策が生まれつつある。著作権指令によって、著作権で保護されたデジタルコンテンツに関するニュースパブリッシャーの権利が確立されている（EU諸国で最初にこれを全面的に実施したのはフランスとデンマークである）。 オーストラリア・メディア・バーゲニングコードは、競争法の適用除外を認めている。 交渉規定を導入する法案は、CCA〔2010年競争・消費者法〕の制限的取引慣行条項に抵触しないよう、団体交渉を明確に許可している。

3. 望ましい手法は一つではなく、これらの手法のいくつかは、適切に適用されれば、（他の場面で明らかになっているように）公正かつ合理的な水準の対価を導くことができると、現在、我々は考えている。したがって、指針によって選択肢を特定すべきではなく、なぜその方法が公正かつ合理的な結果をもたらすのか、その理由を証明することを当事者に委

ねるべきだと考える。この場合、重視されるのは、SMS事業者が、報酬の水準が公正かつ合理的である理由を裏付けをもって示すことである。

以上