

第1回デジタル競争グローバルフォーラム： 規制と国際連携

(サマリー)

冒頭挨拶（古谷一之 公正取引委員会委員長）

本フォーラムは、スマホソフトウェア競争促進法の成立と施行準備など、まさに日本のデジタル市場規制が大きく進展する時期に開催されるものであり、今後のデジタル市場規制の形成と関係事業者への周知の推進に対する公正取引委員会の意欲を示すものである。

国際的なデジタル競争における課題に対処する上で、国際連携は重要であり、公正取引委員会は、二国間交流や本フォーラムのような多国間の取組を通して関係を構築し、競争当局間での連携強化を目指している。ローマで開催されたG7デジタルサミットで確認されたように、デジタル分野の競争の促進は今やグローバルな共通課題である。

我が国における課題の解決には、国際連携と関係事業者への働きかけを通じた公正な競争の推進に対する公正取引委員会のコミットメントが重要であり、本フォーラムが議論の発展と友好関係の深化に寄与することを願う。

基調講演（岩成博夫 公正取引委員会事務総局経済取引局長 兼 内閣官房デジタル市場競争本部事務局長代理）

本フォーラムはデジタル市場規制と国際連携を扱うものである。関係事業者とのコミュニケーションを通じた透明性のある柔軟な法の適用が、持続的な市場の発展、イノベーション、予見可能性のためには不可欠である。

本フォーラムでは3つのパネルディスカッションを行う。パネルディスカッション①では、事前規制や独占禁止法の執行措置を含む、各国当局のデジタル市場の課題への対応方法を検討する。ディスカッションでは、欧州のデジタル市場法、英国のデジタル市場・競争・消費者法、日本のスマホソフトウェア競争促進法などの近年の法律を取り上げ、規制当局の共通課題に対処する上での国際連携の重要性を明らかにする。

パネルディスカッション②では、新たなデジタル規制制度の下での企業と当局の効果的なコミュニケーションの在り方を探る。ディスカッションでは、ユーザーのセキュリティやビジネスイノベーションを損なうことなく、透明性をもって柔軟に法を執行する方法に焦点を当てる。規制当局が抱える共通の課題として、関係事業者からフィードバックを集める際の資源的な制約についても扱う。

最後のパネルディスカッション③では、技術が急速に進化する環境でデジタル規制をどう「フューチャープルーフ」にするかを検討する。どのような場合に既存の手段で十分であり、どのような場合に新たな枠組みが必要とされるかを

論じる。デジタル経済が進化する中、規制当局は、エビデンスに基づく柔軟な規制を通して競争に関する課題や疑念に速やかに対応する必要がある。

幅広い視点を取り上げるこの議論が、世界の競争政策とビジネス環境の発展につながることを願う。

パネルディスカッション①: デジタル市場における各国当局による対応と国際連携

パネリストの発言

【河野琢次郎 公正取引委員会事務総局官房国際課長〔モデレーター〕】

デジタル市場において全く新たな形で企業間の競争が激化している一方、消費者保護や公正な競争の確保という点で新たな課題も生まれている。プラットフォーム経済の台頭とデータ利用量の増大により、新たな規制の枠組みが求められている。世界的に見ても、各国の競争政策をどのように連携させ共通の土台を築くかを決定するにあたり、大きな課題が存在する。これを踏まえて、パネルディスカッションでは各国当局の取組を探り、国際連携の経験と得られた教訓に関する知見を集めたい。

【Thomas Kramler 欧州委員会競争総局 J 局次長 (Deputy Director, Comp J., Directorate-General for Competition, European Commission)】

デジタル市場法及び欧州委員会のデジタル市場規制に対するアプローチについて述べたい。まずデジタル市場法の起源について、これまでの競争法の執行では、セオリー・オブ・ハームを事例ごとに把握する必要があり予見可能性が少なく、問題が起きてから対応する「モグラたたき」状態になっており、手続に時間がかかるなど様々な限界があった。こうした制度的な課題に対応し、既存の競争法規制を補うための法的手段として、デジタル市場法 (DMA) が提案された。

DMA は、定量的基準によって規制対象となる企業を指定し、ゲートキーパーに直接的な義務を課すことで法執行を容易にしている。欧州委員会は現在、アプリストアにおけるアンチステアリング条項、Google 検索結果の自己優遇、メタのプラットフォームを越えたデータ結合という 3 分野について調査を進めている。DMA を確実に執行するために、スペシフィケーションや違反があった場合の手続も整備されている。

規制当局は対話と執行力のバランスをとることが重要であり、企業は当然ながら新たな規制の限界を試すものである。さらに、各国の規制当局は同じような課題に直面し、選択肢の増大、イノベーション、企業による行動の自由という目標を共有しているため、国際連携が引き続き欠かせない。

【稲葉僚太 公正取引委員会デジタル市場企画調査室長】

新たに制定されたスマホソフトウェア競争促進法は、消費者にとって必要不可

欠なデバイスかつ重要なビジネスインフラであるスマートフォンに注目したものだ。公正取引委員会のデジタル分野におけるこれまでの独占禁止法の執行を補完する新規立法であり、重要な展開である。

既存の競争法を通じた問題の解決には時間を要することを踏まえて、スマホソフトウェア競争促進法は、アプリやアプリストアなどの競争環境を見直すことを目的とする。この法律は、プライバシーやセキュリティと、競争、イノベーションのバランスをとった制度設計を行っている。規制対象事業者の指定や一定の行為の禁止など、欧州委員会のデジタル市場法と類似点もあるものの、スマホソフトウェア競争促進法の方がより範囲を絞っており、特にモバイルエコシステムに重点を置いている。

2025年12月に全面的に施行される予定だが、実効的な法運用に向けて施行準備を進めていくという課題がある。公正取引委員会は、ユーザーへの影響も的確に把握しつつ詳細な規則やガイドラインを定めることを検討している。また、関係事業者からの情報提供が重要であることから、公正取引委員会として情報募集窓口を設置しているところである。関係事業者には、スマホソフトウェア競争促進法を、ビジネスチャンスと捉えていただきたい。これを支える執行体制を強化していきたい。

【Eleni Gouliou 英国競争・市場庁国際課長（Director of International, Competition and Markets Authority）】

大手テック企業がイノベーションを進めてきたが、こうした企業が集中的に市場を支配している影響により、競争が減殺され、ビジネスへのアクセスに影響が生じ、消費者の選択肢の減少と価格上昇を招くのではとの懸念が高まっている。競争・市場庁は、こうした懸念への対応を目指している。

新たなデジタル市場・競争・消費者法（DMCCA）を通じて、競争・市場庁は、デジタル活動において確立された実質的な市場支配力を持つ企業を「戦略的市場地位」（SMS）を持つ企業として指定することができる。この法律には、行動規範、市場支配力の原因に対応するための競争促進的な介入、英国と関連性をもつ企業との2,500万ポンド以上の合併の報告という3本の柱がある。

競争・市場庁は2025年1月、初の調査として、Googleの検索及び検索広告サービスが「戦略的市場地位」にあたるかどうか調査を開始し、並行してAppleとGoogleのモバイルエコシステムについても調査を始めた。Googleの検索機能に関する調査では、同社が英国の検索クエリの9割以上を占め、支配的地位にあることが確認されている。なお、モバイルエコシステムの調査は、英国の成人の94%が使用するOS、アプリストア、ブラウザを対象としている。

法執行に関しては、手続上の問題や遅延を避けるため、関係事業者の協力を得た参加型アプローチに取り組んでおり、全面施行前に対策を試行できるなど、

カスタムメイドの是正措置を設計できるものである。競争・市場庁は、国内的、国際的な統一性を確保しつつ、均衡性、スピード、プロセス、予見可能性という4つの基本原則を重視している。

【Melissa Hill 米国連邦取引委員会反競争的慣行第 II 課次席補佐官 (Deputy Assistant Director, Anticompetitive Practices II Division, Federal Trade Commission)】連邦取引委員会 (FTC) と司法省 (DOJ) が 2020 年以来、テクノロジー分野への関与を大きく拡大してきた経緯を紹介する。連邦取引委員会は組織力を強化し、近年はテック分野の動向を一層注視してきた。

シャーマン法第 2 条に基づく現在の執行措置は、独占行為が疑われる幾つかの重大な事例を対象としている。具体的には、Google による検索・広告技術の独占維持行為を司法省が訴追した事件、Meta によるソーシャルメディアアプリ買収、Amazon によるオンラインマーケットプレイスの独占、Apple によるスマホ市場の独占を連邦取引委員会が提訴した係争中の案件が含まれる。

米国の反トラスト法をデジタル分野に適用するにあたっては、ゼロプライス市場の定義、ユーザーロックインやネットワーク効果などの要因の評価に関して、独自の課題がある。こうした事例は、第三者が情報共有に消極的である、技術分析に大量の資源投入が求められるといった課題を示している。

世界中の規制当局が、先に挙げた企業による同様の独占行為に対応しており、国際連携が引き続き重要である。連邦取引委員会と司法省は、海外の多くの独占禁止当局と協力協定を結んでおり、国境を越えた調査と情報共有を進めるために多国間フォーラムに参加している。

ディスカッション

【河野】

国際連携に欠かせない要素は何か。

【Kramler】

競争当局目線と事業者目線という、2通りの視点がある。当局側からすると、各国は異なる法律に基づき運用されているが目標はほぼ一致しているため、是正措置の立案が最も有望な連携分野になる。規制対象事業者の側が、共有する情報を制限して各国の規制当局を互いに競わせようとしても、上手くいかないだろう。そうではなく、ビジネスモデルのグローバルな性格を考慮して、事業者側も国を超えた統一的な是正措置に向けて取り組むべきだ。

【河野】

国際連携を通して解決すべき共通の課題は何か。

【Hill】

規制手法は国によって異なるかもしれないが、非競争的行為を巡る似通ったパ

ターンが世界全体で確認されている。連邦取引委員会による 2023 年の Amazon 提訴は、特に値下げ禁止措置をめぐって、欧州委員会のデジタル市場法と同様の懸念を示す例である。Google の検索市場、オンライン広告、アプリストア規制に関わる事案にも、複数の国で似通った状況がある。テック製品や市場力学、想定される是正措置の分析には共通する部分があるため、テクノロジー企業のグローバルな活動範囲を考慮すると、国際的な対話は極めて重要である。

【稲葉】

デジタル市場の複雑性が増し、専門家による技術的分析は不可欠だ。公正取引委員会は、チーフテクノロジストの新設など、技術力の強化に精力的に取り組んでいる。ただし、どの国も、十分な技術的知識を備えた専門人材の採用に課題を抱えている状況でもあるため、課題の解決には当局間の知識共有と徹底した議論が必要である。

【河野】

共通の課題の解決に向けて、どのような手段を採用すべきか。

【Gouliou】

競争当局はそれぞれ自国のことに集中しているが、デジタル市場を競争に委ねイノベーションを促すという共通の目標もある。規制の違いを最小限にとどめることが、中小企業、新規参入企業、投資家、消費者の利益になる。理論レベルだけでなく実務レベルでの国際的な働きかけと、開かれた対話が重要であり、多国間ネットワークを通じてこれらを実現すべきである。

さらに、規制当局は、正式なウェイバーの提出がなくとも、機密情報ではなく法制度や事例へのアプローチ、分析手法などを議論することで効果的に連携できる。ウェイバーによる情報交換を制限している中小企業は、規制当局の調査による負担が増え、是正措置の内容が異なるものになる可能性がある。より一貫性のある規制措置を受けるために、中小企業に当局との積極的な情報交換を促すべきである。

規制当局は組織内において、資源調達、優先順位の決定、専門知識に関し共通の課題を抱えている。英国競争・市場庁には 2019 年以来、データサイエンティスト、エンジニア、技術者、行動科学者、デジタルフォレンジック専門家から成るデータ技術分析ユニットが設置されており、この組織を今後も発展させていく計画である。

【Kramler】

是正措置の策定において、連携が最も効果を発揮するだろう。特に効果的なアプローチは、各国当局が共通の課題に直面している具体的な技術的トピックを明らかにすることである。具体的には、選択画面、検索データへのアクセス、アプリストアでの新たな販売手法とその料金体系などに関するトピックが該当

すると考えている。

【会場からの質問】

規制当局による青少年保護の取組についての見解を伺いたい。

【稲葉】

スマホソフトウェア競争促進法は、プライバシーの保護、セキュリティの確保に加え、青少年の保護を正当化事由と位置付けている。プラットフォーム事業者が、青少年保護の観点から具体的にどのような措置を講じることができるかを明確にするため、現在ガイドラインを作成中である。公正取引委員会は様々な関係事業者と協議しており、指針を策定するために、青少年保護の専門家を含む有識者検討会で議論している。

【会場からの質問】

スマホソフトウェア競争促進法の下でのデータセキュリティと国際競争を巡る懸念についてはどう考えるか。

【稲葉】

新法は競争の促進を目的とするものだが、同時に不正なデータ取得やデータ漏洩からの保護など、セキュリティを確保するために必要な措置を講じることができることとしている。一方、国家安全保障に関わるものなどを含め、新法の枠組みを超えた課題には異なるアプローチや対策が必要になるだろう。公正取引委員会は現在、他の省庁と連携してガイドラインを作成している。

【会場からの質問】

スマホソフトウェア競争促進法において、確約手続はどのように用いられるのか。

【稲葉】

確約手続を含め、新法は独禁法の一定の手続を踏襲している。同時に新法は、迅速な法執行を重視したものとなる。この法律の詳細な運用は検討中である。

【河野】

この議論が国際連携の強化に寄与し、競争法のグローバルな展開の在り方への理解を深める助けになることを願う。

パネルディスカッション②: デジタル規制の運用における企業と当局のコミュニケーションの在り方

パネリストの発言

【高宮 雄介 森・濱田松本法律事務所パートナー弁護士〔モデレーター〕】

競争レジームの策定と運用における当局と関係事業者の継続的な対話の重要性を中心に議論したい。

【Filomena Chirico 欧州委員会通信ネットワーク・コンテンツ・技術総局デジタル市場ユニット長（Head of Unit, Digital Markets, European Commission Directorate-General for Communications Networks, Content and Technology）】

デジタル市場法は事前規制であり、必須要件を定めた上で、具体的な不正行為の特定よりも建設的な対話を通じてコンプライアンスを確保すべきである。対話のプロセスは規制のライフサイクル全般に及び、規制対象事業者は互いの遵守方法を観察しコメントすることができる必要がある。受益者やエンドユーザーを含む市場参加者も、自身が正式な申立の手続なく市場状況をめぐる貴重な情報を提供できるべきである。

この規制枠組みにおいて重要な文書の一つが、年次コンプライアンス報告書である。この報告書には公開版と詳細版がある。また、専門家の知識を必要とする複雑な技術的問題に対処するため、規制当局と規制対象事業者、受益者が参加するコンプライアンスワークショップと専門家会合も開催されている。

さらに、デジタル市場法は、規制対象事業者に専任のコンプライアンス部署と担当者の設置を義務づけている。不正の疑いのみならず、企業のコンプライアンス姿勢を理解するために情報提供を求めたり、社内文書の評価を行ったりする。この枠組みでは、将来的に参照できるよう企業に文書の保管を求める文書保管命令を導入しており、匿名で通報するための同法独自の内部告発制度も整備している。

【小泉 美果 フリー株式会社スモールビジネス総合研究所所長】

フリー株式会社は個人事業主から官公庁まで幅広い事業者には財務テクノロジーソリューションを提供している企業である。デジタル分野における規制当局との対話は重要だと認識しており、多くの企業が採用する「3つの防衛線」モデルではコンプライアンス機能は内部管理部門に置かれ第2の防衛線に位置するが、フリー株式会社は、コンプライアンスを「1.5の防衛線」として製品開発と並行して実施している。この組織構造によって、スモールビジネスの視点から製品開発やコンプライアンス遵守が実現できている。また、既存の法律が時代遅れの場合は政策提言も行っている。

日本では終身雇用制度という雇用慣行により、官公庁と民間部門のキャリアが分断されがちである。市場では、流動的なキャリアを通して日本の官民部門の橋渡し役を担い、規制当局と企業の相互理解を促す、いわば「通訳」のような存在が求められている。

【岩谷 卓 経済産業省商務情報政策局デジタル取引環境整備室長】

オンラインショッピング、アプリストア、デジタル広告を規制する2021年の透明化法（「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律」）は、プラットフォームの取引条件の開示、アカウント停止の適切な処理を含むプラットフォーム提供者の基本的要件を定めている。施行に当たり、

経済産業省は共同規制のアプローチを重視し、基本的な遵守要件は法で定める一方で、実施方法についてはプラットフォーム提供者に柔軟性を与えている。事業者の透明性と公平性を評価するため、複数の関係事業者が参加する形で年次評価を実施している。

また、プラットフォーム利用者とのコミュニケーションを促すために、経済産業省は市場分野ごとに専用の取引相談窓口を設置し、プラットフォーム提供者と利用者がコミュニケーションをとれるようにしている。ただし、この相談窓口の導入状況は分野によって異なる。予算の制約も、この種のサービスの持続的な課題である。

規制当局と連携する際は、主に 3 分野における相互理解が欠かせない。第 1 に、規制要件を明確に伝え理解してもらう必要がある。第 2 に、規制当局間で異なるガバナンス方式や慣行を認識してこれを受け入れねばならず、プラットフォーム提供者も不正をなくすため多様なアプローチを採用している。第 3 に、特にデジタル広告など複雑な分野では、業界の構造と取引慣行を理解することが重要になる。

【Marcus Bartley Johns Microsoft 政策渉外アジア担当シニアディレクター (Senior Director of Asia, Government Affairs and Public Policy, Microsoft) 】

規制当局、政策立案者、企業、社会全体を含むあらゆる関係者にとって、以下の観点で総合的な理解が重要である。

第 1 に、当局と企業の両者による意見交換だけではなく、複数の関係者が参加する多面的アプローチをとる場合、連携と情報共有が最も有効である。当局から情報提供を求められれば企業が速やかに対応するのが基本だが、最終的には企業と当局の間の信頼構築を目標にすべきだ。さらに、競争の分野を超えた幅広い働きかけを通じて豊かな対話が促される。

第 2 に、特に新たな法律を明確化する上で企業に対し当局が示す指針は重要な意味を持つ。単なる声明よりも、具体的な指針の方が有効である。特定のビジネスモデルや製品に対する規則の適用方法についての詳しい解説があれば、当局と企業が共通の認識を持ちやすくなる。

第 3 に、規制当局の業務が、複数の国や幅広い言語・文化に及ぶようになったことで、実務上の様々な課題が生じる可能性がある。こうした課題を克服するには、文書の交換だけでなく、信頼を醸成し、理解を推進する、直接的な対話が有効だろう。

【Sean Dillon Apple 競争法・規制担当シニアディレクター (Senior Director of Competition Law and Regulation) 】

デジタル市場における企業と規制当局の効果的なコミュニケーションに向けたアプローチについて述べる。企業価値が Apple のコンプライアンスの基盤であ

り、新たな脅威が次々と生まれるダイナミックな市場で、消費者体験、安全性、セキュリティ、プライバシーを守りつつ画期的な製品を作り出すことを重視している。Apple は、プライバシー、セキュリティ、ビジネス、法務の専門家を交えた社内での総合的な議論を通じて、ユーザーとその体験を優先して新たな規制に対応している。

企業と規制当局との効果的な協力関係を築くことが不可欠である。日本の規制当局は、透明性と明確性を通してリーダーシップを発揮してきた。法律の規定は複雑な場合もあり、革新的な企業にとっては規制要件の予見可能性が重要になる。そのため、コンプライアンス要件の明確な指針を示すことは、特に大きな意味を持つ。コンプライアンスの変更には多大な時間と労力を要するためである。Apple は日本の省庁と建設的な関係を築いており、省庁間の連携を通じて消費者のメリットをめぐる幅広い意見を収集している。

さらに、関係者とのコミュニケーションにバランスのとれたアプローチを採用することが重要だ。成功を収めた多くのアプリ開発事業者が、新たな規制案の支持者として目立っているが、最終的に製品を試用する消費者を始め、規制当局は全ての関係者の意見に耳を傾け続けねばならない。

ディスカッション

【高宮】

プラットフォーム提供者と当局のコミュニケーションを推進するための主なポイントは何か。

【岩谷】

共通の立脚点を確立すべきである。規制当局は、ビジネスユーザーの状況を理解すると同時に、プラットフォーム提供者のリスク管理手法、バリューチェーンにおける位置付け、規制に対する認識も考慮する必要がある。

【Dillon】

透明性と明確なコミュニケーションが重要だという考えに賛同する。当局とプラットフォーム提供者の対話は、一方通行ではなく、かつ、繰り返し対話を重ねる必要があり、会話を続ける中で明確な指針が生まれる。善意の推定に基づく運用も欠かせない。Apple はユーザーの安全性、セキュリティ、プライバシーを重視しているが、これは規制当局の優先課題と一致する。

【Chirico】

事前コンプライアンスをどの程度受け入れるかは企業文化によって異なるが、生産的な対話のためには信頼構築が重要だ。大手ゲートキーパーの報復を恐れるスモールビジネスが当局に相談するのは非常に困難を伴う。また、デジタル市場法の経験から、法務担当者よりも技術に詳しい専門家が議論をリードした方が、現実的な解決策を見つけやすいということが分かった。

【Bartley Johns】

デジタル市場法での欧州委員会との協力関係には感謝している。完全な合意に至れない場合もあるが、対話を通して技術モデルやビジネスモデルに関し共通の認識を得られるよう取り組むことが大切だと考えている。

【小泉】

フリー株式会社は当局とコミュニケーションをとるにあたり、まず事業区分、市場全体の動向、技術の進展など包括的な文脈を示すようにしている。また、基本的に専任の法務・渉外人材が不足しているフィンテック系スタートアップの場合、規制当局とのコミュニケーションを促す上で業界団体が非常に重要である。

【高宮】

企業が直面する新たな課題の支援に向けて当局と企業間の積極的な対話を促す規制枠組みなど、競争当局とのコミュニケーションの制度設計について意見交換したい。

【Bartley Johns】

規制当局と業界が協力して技術を探求する場を作ることを提案する。例えばシンガポールの金融部門では、AI の影響を理解すべく関係者がサンドボックス環境で連携している。Microsoft もプライバシー当局とこれに似た生産的な取組を実施し、プライバシーを高める技術や、その技術が現在の規制や新法策定に与え得る影響を検討している。競争法の観点から、こうした具体的なモデルをそのまま真似るべきではないと考えるが、テクノロジーに直接関わることの重要性を示す例として紹介したい。

【Chirico】

欧州委員会は、従来の執行体制から、企業と協調した非敵対的な関係に移行している。デジタル市場法の新たなスペシフィケーション決定ツールは、対話を活用して曖昧な義務を明確なコンプライアンス手続に変え、違反を罰するのではなく企業を遵守に導くことに重点を置いたツールの例である。

【高宮】

日本の規制当局とのコミュニケーションに関し、フリー株式会社が懸念を感じている点はあるか。

【小泉】

最も懸念しているのはセンシティブな社内情報を共有する際の機密保護である。日本の官公庁は民間企業と個別の機密保持契約を交わすことに総じて消極的だが、機密保持契約による秘密保持の枠組みがあれば企業も最新の情報を共有しやすくなるだろう。

【高宮】

当局への情報や資料の開示に関連して、懸念点や改善案があれば伺いたい。

【Dillon】

共有される文書が次第に技術的な性格を帯びてきていることから、センシティブな情報の機密保持に懸念がある。また、情報公開請求のバランスの確保にも懸念がある。技術情報を集める作業が複雑なため、短い回答期限に間に合わせるのが難しい場合もある。

【高宮】

日本の規制当局とやりとりした経験について語ってほしい。また企業と当局のコミュニケーションに向けたベストプラクティスの提案があれば伺いたい。

【Dillon】

明確性と透明性に対する当局の姿勢は真摯なものだと感じる。規制当局が様々な省庁から情報を集めるといった省庁横断的な連携により、規制内容は改善している。

【Bartley Johns】

デジタル政策の策定に対する日本の総合的なアプローチは優れている。その一方で、施行を開始する段階では、おそらくは他国の関係省庁との正式な協議の場を通じて、当局と関係事業者の組織的な対話の仕組みを構築するという課題もあるだろう。

【Chirico】

デジタル市場における連携した規制監督は重要である。当局間のコミュニケーションを促す仕組みとしてデジタル市場法の High-Level Group が参考になるだろう。

【岩谷】

規制当局のネットワークづくりと省庁横断的な連携が必要である。

【高宮】

締めくくりのコメントをいただきたい。

【Dillon】

規制当局による率直で直接的な指針、効果的で建設的なコミュニケーション、ユーザー体験が重要である。

【Bartley Johns】

万能のアプローチは存在しないが、今回のディスカッションで今後の基盤となる素晴らしいアイデアや慣行を共有できた。

【小泉】

コミュニケーションと規制は表裏一体である。試行錯誤を通じて競争と連携を同時に進める必要性がある。

【Chirico】

この議論が最終的にユーザーや消費者に利益をもたらす取組に寄与するだろう。

パネルディスカッション③: デジタル規制をどう「フューチャープルーフ」にするか

パネリストの発言

【Simon Vande Walle 東京大学大学院法学政治学研究科教授〔モデレーター〕】

このセッションの主な課題はデジタル規制の長期的な有効性をいかにして確保するかである。「フューチャープルーフ」な規制を実現する魔法の公式はないが、このセッションの目標は、急速に変化する環境に合わせ規則を修正する際に当局と企業がとる具体的な手順を探ることにある。「フューチャープルーフ」な規制は、時代遅れにならず新たな技術やビジネスモデルに対応する柔軟性を備えつつ、企業にとっての予見可能性やイノベーションの誘因も維持するものでなければならない。

【Andrew Francis 豪州競争・消費者委員会（ACCC）デジタルプラットフォーム課長（Director, Digital Platforms Branch, Australian Competition and Consumer Commission）】

豪州のデジタルプラットフォーム規制に関して述べる。ACCC は市場調査を行い、デジタルサービスにおいて重要な競争・消費者に関する課題を明らかにするとともに、競争法、消費者法、スモールビジネス保護、メディア規制にわたる様々な提言を作成してきた。

豪州は、豪州経済に重要とみなされる指定デジタルプラットフォーム事業者に義務要件を導入する事前規制制度を提案している。この法律は、基本原則、指定権限、幅広い義務、執行の仕組みを定めるもので、プラットフォーム事業者が当局から指定を受けると ACCC が執行義務を担う。調査の当初の重点分野には、アプリマーケットプレイスサービス、テックサービス、それにおそらくはソーシャルメディアサービスが含まれる。

豪州のデジタル市場は力強いが集中度が高い環境である。TikTok などの新規参入企業が急速に大きなユーザー基盤を獲得し、AI を活用した新サービスが次々と台頭する一方で、検索では Google、ソーシャルメディアでは Facebook などの定評あるプレイヤーが支配的な地位を維持してきた。

こうした背景において「フューチャープルーフ」とは、サービスや市場環境が急速に大規模な変化を遂げる中でも、規制の有効性を維持することを意味すると思う。規制には、市場の変化に速やかに対応する柔軟性が求められるが、個々の課題にもバランスよく対応し、イノベーションの意欲減退につながるよ

うな想定外の影響は最小限に抑えるべきだ。様々な国の経験から学ぶために、国際連携が重要である。

【岸原 孝昌 一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム（MCF）専務理事】

日本でiモード上のモバイルネットサービスの開始に伴い1999年に設立されたMCFは、共同規制に携わった経験を活かし、様々な規制の取組に貢献してきた。iモードのチャージシステムを開始するためのガイドラインの策定に協力し、青少年保護を目的とするSNSコンテンツモデレーション認証制度を確立した。

また、MCFは、開発者によるスマートフォンのユーザー情報収集活動を開示するための要件の実施も支援した。特にコンテンツモデレーションやオンラインクレーンゲームなどの分野で、規制当局及びAppleやGoogleなどのプラットフォーム事業者と協力して共同規制に関わった。

近年の活動には、自己規制を基本方針に掲げる透明化法に基づく、相談窓口の設置などが挙げられる。この手法はプラットフォーム提供者による画期的な取組を促すが、法的義務、責任、執行可能性に課題は残る。効果的なインセンティブ制度の開発と執行と柔軟性のバランスの確保が鍵になる。加えて、スマホソフトウェア競争促進法の審議において、MCFや他の企業団体は、プラットフォーム事業者に依存した成長モデルから、ユーザーに資するマルチプレイヤーによる競争モデルへの移行を支持してきた。

【Felicity Day Google シニア・コンペティション・カウンスル アジア太平洋地域担当（Senior Competition Counsel for APAC）】

昨今のAIの発展は、技術による業界の大きな変革を示す例であり、今後はイノベーションを推進しつつ技術変化に適応できる十分な柔軟性を備えたデジタル規制が必要である。

国際的な事前規制の取組からGoogleが学んだ3つの重要な教訓を共有したい。第1の教訓は、企業と当局両方の目標を両立させる規制による防止措置の重要性である。企業はイノベーションを起こす自由を必要とする一方、当局は競争を推進する製品へのアクセスを確保しなければならない。日本のスマホ規制は、ユーザーの利便性やセキュリティといった義務の根拠を盛り込むことで、両者のバランスを確保している。

第2の教訓は、プラットフォームや部門を超えた規制の一貫性に関するものである。規則の適用に一貫性がなければユーザー体験が低下しかねない。ユーザー体験の細分化を防ぐために、プラットフォームを超えて統一的に規制を適用する必要がある。

第3の教訓は、エビデンスに基づく介入の必要性である。例として、Googleはデジタル市場法が定めるデータポータビリティの要件を実装した。この要件に

基づき、Google は大規模なテストと関係者の参加を通じて総合的なデータポータビリティツールを開発し、多数の関係者が参加する当局との対話に基づきツールの強化を続けている。

【Euan MacMillan 英国競争・市場庁デジタル市場ユニットシニアディレクター（Senior Director, Digital Markets Unit, CMA）】

英国のデジタル市場競争消費者法（DMCCA）は全体として、成長、機会、繁栄を推進しつつ、市場の動向に対応した標的を絞ったバランスのよい規制の確保を目指している。この制度は最小限の規制と最大限のイノベーションを重視している。

英国のアプローチは他国と異なり、所定の要件を確立するのではなく、時間をかけてカスタムメイドの規制を立案し実施するための枠組みを用意している。この枠組みは3つの形で柔軟性をもたらすものである。

第1に、「戦略的市場地位（SMS）」の指定は任意であり、期間は5年だが市場環境が変化すれば早期に指定が解除される可能性がある。第2に、認められた13の事項に当たる場合も二次立法を通じて改定できる。第3に、指定及び要件の定期的な評価を義務づけることで、指定企業を対象に新たなアプローチを試行できるなど、継続的な調整を確実に行える。

とはいえ、実施のスピードが遅くなる、関係事業者が不安を感じる、大量の専門知識が必要になる、規制の調和とビジネスコスト抑制のため国際的調整が必要になるなど、このアプローチには課題もある。

ディスカッション

【Vande Walle】

競争法に関わる過去の事案の是正措置から得られる教訓はあるか。また、どのような欠陥があるか、新たな事前規制でその欠陥をどう解決できると考えられるか。

【Francis】

競争法の事案は長い時間を要するため、急速に変化するデジタル市場では特に執行の効果が得られない。従来の是正措置は、根底にある構造的課題に対処できておらず、実施前に市場自体が不可逆的な変化を遂げる可能性もあるため、結果的に適切ではないことが多い。従来の分析ツールも、関連市場の定義やサービスの質の改善度合いの測定が難しいことから、デジタル市場には向いていない。

【Vande Walle】

新たな事前規制を通じて「モグラたたき」のような状況に、どう対処できるだろうか。

【MacMillan】

そうした課題の存在を認めつつも、新たな枠組みは一貫性ある監督によってより迅速な対応を可能にするものである。個別対応から恒久的な規制団体へと移行することで、一貫性ある意思決定や規制対象事業者への継続的な働きかけが可能になる。

【Vande Walle】

デジタル市場規制の効果をどのような手法で測定すべきか。

【Day】

検索エンジン選択画面が好例である。Google のエンジニアリングチームが、ユーザーの挙動に関する定量・定性調査を行い、その指標について公正取引委員会と連携している。これによりユーザーの実際の好みに近づける。選択画面の規制は、市場シェアの再配分よりもユーザーによる効果的な選択に重点を置くべきであり、ユーザー体験の指標を軸にして測定すべきである。

【MacMillan】

英国の市場監視アプローチは 3 段階の構造になっている。プロセス指標の追跡、ベンチマークデータを用いた特定の規制の目標達成状況の評価、価格・品質・イノベーションの改善を通じた市場全体で得られた成果の評価である。

【Vande Walle】

MCF は、スマホソフトウェア競争促進法に対する期待や、同法の施行に向けてどのような準備を進めているか。

【岸原】

デジタル規制を通じて、アプリストア、アプリケーション運用事業者、決済サービスの競争を促すべきだと考えている。スマホソフトウェア競争促進法は、民間部門の視点を取り入れつつデジタル業界のスピードに対応する柔軟な基盤を提供するものであり、最終的には消費者の利益になる。

【Vande Walle】

エビデンスに基づくルール調整をどのように実施できるだろうか。また、そのためにデータ規制当局が集めるべきデータや、データ共有方法についての意見を伺いたい。

【Day】

従来の市場テストよりも高度なアプローチが望ましい。事前規制スキームを通じて具体的な損害を明らかにし、市場への影響との明確な因果関係を証明するアプローチが必要である。Google と英国競争・市場庁との取組で示されたように、プラットフォーム事業者と当局との定期的なデータ共有によって、中心的な課題を明確にできる。介入の評価では、インパクトを評価し想定外の影響を防ぐために、対象を絞った実験を通じて実施後の指標を測定すべきである。

【Vande Walle】

デジタルプラットフォーム事業者が提出したデータの信頼性を、当局はどのような方法で検証できるか。他の関係事業者が対抗するデータを提供することは可能か。

【MacMillan】

規制当局はエビデンスに基づき監督すべきであり、独自に専門家を任命するか、企業が推薦した専門家を承認するなどして実証実験を行い、アルゴリズムの変更を検証することができる。また、実験による短期的な変更で得られたデータは貴重ではあるが、長期的な市場の変化や今後の市場参入者に想定される影響とのバランスも考慮する必要がある。

【岸原】

直接的な市場情報を共有する上で一定の課題があるが、MCFなどの業界団体は、ユーザーニーズや消費者動向に関し貴重なエビデンスを提供できる。例えばモバイルビジネスは、運用事業者でなく若いユーザーの好みを知ることによって形作られてきた経緯がある。

【Vande Walle】

エビデンスの収集と迅速な対応のトレードオフについての見解を伺いたい。

【Day】

データ開示要請は重要なエビデンスのみに絞り、データ収集方法について規制当局と企業が開かれた対話を続けるべきだと考える。また、規制に対して反復的なアプローチを採用し、まずは踏み込みすぎない程度の介入から始め、調整に向けてエビデンスを集め続けてはどうか。Googleは現在、公正取引委員会とこの反復的なアプローチを模索している最中である。

【Francis】

この課題はAIなど変化の激しい市場に特に当てはまる。豪州が提案するアプローチは、成功を収めた国際的な是正措置を国内に適用できないか検討し、可能であればそれを豪州市場に速やかに適応させるというものだ。他国と同様、豪州の枠組みも適用除外を通じて柔軟性を確保しており、問題がない行動は認めながら、エビデンスに基づき従来の義務を見直すことができる。

「フューチャープルーフ」な規制に向けた国際連携について、他の方の意見も伺いたい。

【MacMillan】

例えば共同の市場分析や別々の実験的なアプローチを通じて、国際連携により共に学び効率的に実施できると考える。企業によるウェイバーを通じて、センシティブな情報の共有を促し、国を超えて効果的な是正措置をよりスピーディに導入できるだろう。

【Day】

コストを削減しイノベーションのためのエンジニアリングリソースを解放する上で、国際連携や国を超えた一貫性を持つ利点を認める一方で、特に訴訟中の幅広い情報共有については注意が必要であり、各国に応じたローカルな解決策が必要だと考える。

【Vande Walle】

日本政府と共同規制に取り組んだ MCF の経験や参考にできる教訓について伺いたい。

【岸原】

日本では法律改正に時間がかかるが、公正取引委員会のデータに基づく監督により指針を効果的に施行できる。共同規制は必要であり、日本がこの新たな規制アプローチの先駆けになれる可能性がある。

【Vande Walle】

最後に、各パネリストからコメントをいただきたい。

【Day】

示唆に富む議論ができたと感じる。こうした課題について今後も対話を続けていきたい。

【MacMillan】

まだ初期段階にあるものの、規制レジーム間で調整を進められた。解決策が全て明確になってはいないが、各国の競争当局は似通った問題に取り組んでおり、今後の方法に関し同じような結論に達している。

【Francis】

「フューチャープルーフ」なデジタル規制には反復的な発展と関係者による建設的な関与が必要であり、世界的な競争を促し消費者の選択を増やすために各国当局による教訓を共有する必要がある。

閉会の挨拶

【佐久間 正哉 内閣官房デジタル市場競争本部事務局次長】

デジタル市場規制と国際連携に関する示唆に富むパネルディスカッションは、日本が今後モバイルソフトウェア競争促進法の施行準備を進める上で、非常に有益な議論であったと感じる。

本フォーラムは各国規制当局間の関係を強化し、企業と当局の理解を促すものであり、更に透明で予測可能な法執行につながるだろう。今後も、デジタル市場の課題を巡り世界の政策関係者、企業、研究者、実務家の間で知識の共有を続ける必要がある。

第 2 回デジタル競争グローバルフォーラムは、モバイルソフトウェア競争促進法が全面的に施行される 2025 年 12 月以降に東京で開催したいと考えている。生成 AI などの新たな技術が世界で台頭する中、競争に関する課題を巡り当局の連携が求められている。世界の競争関連政策の発展を目指して関係者との開かれたコミュニケーションを保ちつつ、ビジネスイノベーションを促す環境作りに引き続き取り組んでいきたい。