



公正取引委員会
Japan Fair Trade Commission



コネクテッドTV及び動画配信サービス等に関する 実態調査報告書（概要）

令和6年3月
公正取引委員会

実態調査の趣旨と調査方法

調査趣旨

- 近年、若年層を中心にテレビ放送の視聴時間が約10年間で**30~40%**減少する一方、**動画配信サービスの利用率**は、**17.4%**（2019年度）から**52.1%**（2022年度）と、**コロナ禍の時期に急増**。
- 動画配信サービス等を利用する機器として、「**コネクテッドTV**」（**スマートテレビ又はストリーミングデバイス**）が普及。スマートテレビの普及率は**18.0%**（2016年）から**32.7%**（2021年）に、ストリーミングデバイスの普及率は**8.9%**（2016年）から**33.7%**（2023年）に上昇。
- こうした状況の下、コネクテッドTVの機能を制御する基本ソフトウェアであるテレビ向けOSを提供する**Amazon・Googleの支配力が強まってきていることへの懸念**などの指摘。
- 動画配信サービス提供事業者等が**不当に排除**される、**不当に不利益**を受けるなどにより、**多様で良質なコンテンツの配信が損なわれ**、ひいては**消費者に不利益**が生じるおそれ。

コネクテッドTV及び動画配信サービス等の実態に関する調査を実施。

調査方法

消費者アンケート

実施日：R5.7.10
対象：動画配信サービス等の利用者
回答者数：4,000名

事業者アンケート

対象：動画配信サービス提供事業者
発送先数：26社
回答者数：22社（回答率84.6%）

聴取調査

- ・関係事業者43社に対するヒアリング等を実施
- ・Amazon及びGoogleに対し書面による意見聴取
- ・関係省庁1機関に対しヒアリングを実施

国際協力

インド競争委員会及び韓国公正取引委員会との間で意見交換等を実施

本報告書の主なポイント

競争状況の評価	寡占化しやすい市場とまではいえないが、今後、経営統合等を通じて 特定の事業者が独占的・寡占的地位 を有するようになった場合、当該事業者の 交渉力が現状より増大 する可能性あり。		
コンテンツの対価等を巡る課題	①コンテンツの対価	独占禁止法上の考え方	競争政策上望ましい対応
	②YouTubeの広告収益の配分	・主要な事業者は、 優越的地位 にある可能性あり。	・ 対価の設定 において 十分な交渉 を行う。
	③視聴データ等の共有	・ 一方的に著しく低い対価 を設定し、不当に不利益を与えた場合、 独禁法上問題あり 。	・ ユーザーの視聴状況等 に係る 情報提供 を行う。
その他の課題	①著しく低い利用料の設定	・ 事業活動を困難 にさせるおそれがある場合、 独禁法上問題あり 。	・変更内容を 事前に通知 の上、 十分に協議 する。
	②動画配信サービスと別サービスとの組み合わせ	・ 競争者の取引機会の減少・競争者排除 の場合、 独禁法上問題あり 。	・事前に 十分に協議 した上で、 十分な猶予期間 を設ける。
	③サービスやルール等の変更		
競争状況の評価	Amazon及びGoogleの2社がシェアの大半を占めるとともに、一旦寡占化が進行するとそれが維持されやすいと考えられ、将来的にこれら2社の 市場に対する影響力が強まる 蓋然性あり。		
自社優遇を通じた競争者排除 (競合する動画配信サービス提供事業者の排除)	①ランキングやおすすめ表示等	独占禁止法上の考え方	競争政策上望ましい対応
	②アプリ配置順やプリインストール	・ 競争者の取引機会の減少・競争者排除 の場合、 独禁法上問題あり 。	・ アプリ配置順等の基準 を可能な限り開示し、自社と他社とで 同等の条件 を適用する。
	③競合サービスの提供制限		・社内における部門間での 情報遮断措置 を採る。
	④データの収集・利用		
	⑤リモコンボタンの設置		
不当に不利益を与える行為	①アプリ内広告に対する手数料徴収 (Amazonによるポリシー変更含む)	・Amazon及びGoogleは、 優越的地位 にある蓋然性あり。	・事前に 十分に協議 した上で、 十分な猶予期間 を設ける。
	②新規機能の開発等の要求	・ 一方的な不利益変更・要請 を行い、不当に不利益を与えた場合、 独禁法上問題あり 。	・課金システム利用の 選択 、他社課金システムへの 誘導 を許容する。
	③自社課金システムの利用要求		

コンテンツ

動画配信サービス

テレビ向けOS

デバイス

コネクテッドTVの概要

本調査では、以下の機器を「コネクテッドTV」として定義。

- ① **スマートテレビ**（インターネットに接続する機能を内蔵したテレビ）
- ② **ストリーミングデバイス**（テレビ画面上で主に動画配信サービスの利用を可能とする機器）

コネクテッドTV



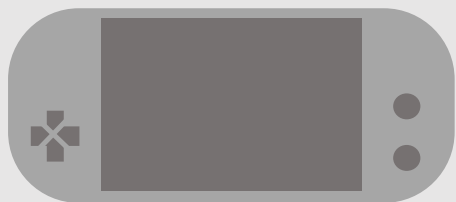
①スマートテレビ
(SONY、SHARP、Panasonic等)



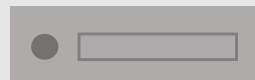
②ストリーミングデバイス
(Amazon、Google等)

テレビを介した動画配信サービスの利用が可能であるものの、動画配信サービスの利用を主たる目的として製造されている機器に該当しないものは「**その他周辺機器**」として、本調査の対象から**除外**。

その他周辺機器



家庭用ゲーム機



Blu-ray/DVD/HDDレコーダー等



セット・トップ・ボックス等







コネクテッドTVには、ユーザーに対して**情報やサービスを提供するための基盤**として位置付けられ、インターネットに接続してユーザーが動画配信サービス等をテレビ画面で視聴するなどの様々な処理を円滑に実行できるようにするための**テレビ向けOS**が搭載されている。

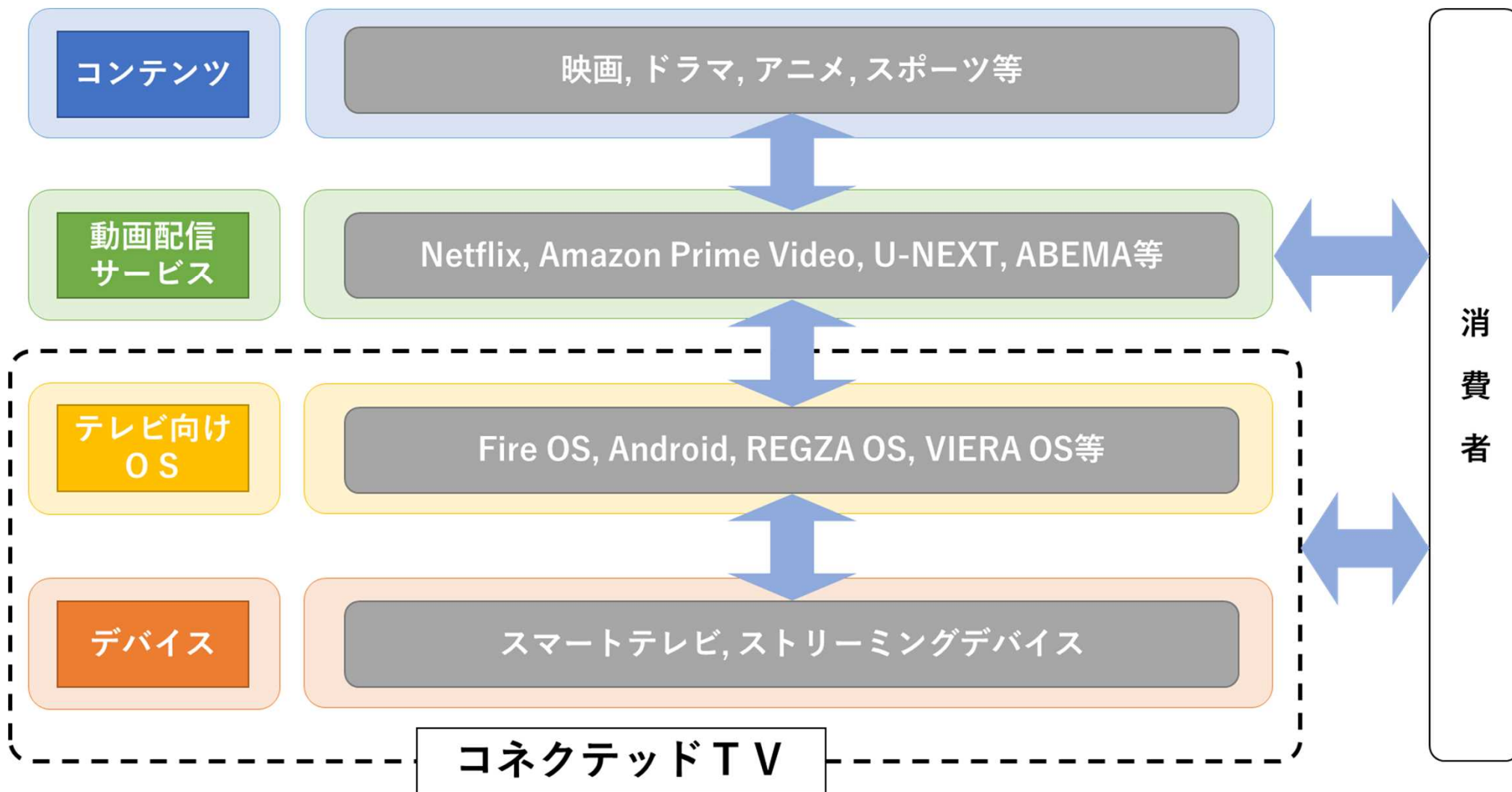
テレビ向けOS (テレビ向けOS提供事業者)	デバイス	デバイスメーカー	製品・ブランド名
Android (Google)	スマートテレビ	SONY、SHARP等	BRAVIA、AQUOS等
	ストリーミングデバイス	Google等	Chromecast等
Fire OS (Amazon)	スマートテレビ	船井電機	FUNAI/fire TV
	ストリーミングデバイス	Amazon	Fire TV Stick
REGZA OS (TVS REGZA)	スマートテレビ	TVS REGZA	REGZA
tvOS (Apple)	ストリーミングデバイス	Apple	Apple TV
VIDAA OS (Hisense)	スマートテレビ	Hisense	Hisense
Viera OS (Panasonic)	スマートテレビ	Panasonic	Viera
webOS (LGエレクトロニクス)	スマートテレビ	LGエレクトロニクス	LG

動画配信サービスの概要

- ・動画配信サービスは、**サービス運営事業者が選定**した動画コンテンツがカタログ形式で掲載され、インターネットを經由して、ユーザーが見たい動画コンテンツを選択して視聴可能なサービスをいう。
- ・**有料**動画配信サービスとして**SVOD**、**TVOD**及び**EST**が、**無料**動画配信サービスとして**AVOD**がある。

	有料動画配信サービス			無料動画配信サービス
	SVOD (Subscription Video On Demand)	TVOD (Transactional Video On Demand)	EST (Electric Sell-Through)	AVOD (Advertising Video On Demand)
概 要	 定額料金を支払うことで契約期間内は一定の動画コンテンツが見放題 (定額型)	 動画コンテンツごとに料金を支払うことで一定期間のみ視聴可能 (レンタル型)	 動画コンテンツをデバイスにダウンロードするなどして無期限で視聴可能 (購入型)	 動画コンテンツの視聴中に広告が流れる代わりに無料で視聴可能 (広告型)
契約期間	月単位又は年単位	都度課金	都度課金	—
利用料金	(月額) 数百円～2千円程度	(1コンテンツ当たり) 数百円程度	(1コンテンツ当たり) 1千円程度～	—
主な動画配信サービス	Amazon Prime Video、Netflix、Disney+等	Amazon Prime Video、Hulu、U-NEXT等	Amazon Prime Video、DMM TV等	TVer、ABEMA等

消費者がコネクテッドTVを通じて動画配信サービスを利用するに当たっては、以下のような**レイヤー構造が形成**されている。

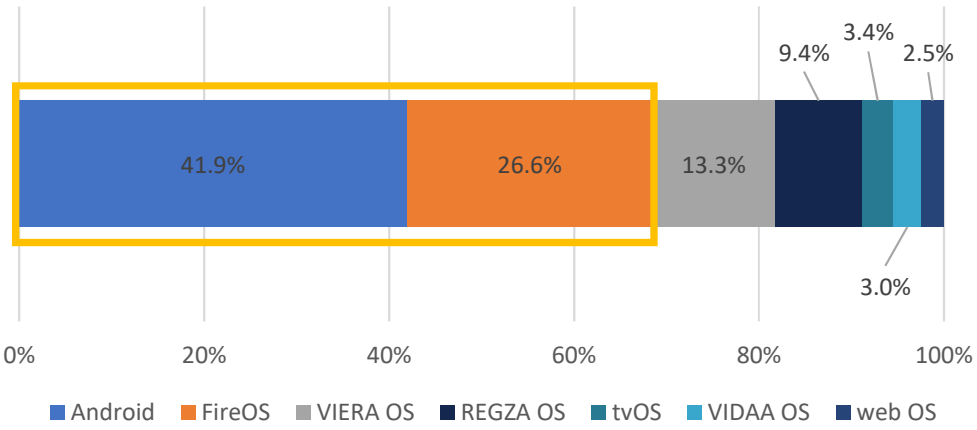




OS名	市場シェア
Fire OS	40-50%
Android (ATV/GTV)	20-30%
A社OS	10-20%
B社OS	5-10%
その他	5-10%
合計	100%

日本のテレビ向けOSの市場シェアについて、事業者からの報告によれば、上位2社の**Fire OS** (Amazon) 及び**Android** (Google) で全体の**60~80%**を占めている。

(本調査における事業者からの2022年の出荷台数に係る報告に基づいて公正取引委員会において算出。)



また、消費者におけるテレビ向けOSの利用実態について、消費者アンケートによれば、上位2社の**Android**及び**Fire OS**で全体の**約7割 (68.5%)**を占めている。



動画配信サービス全体

サービス名	市場シェア
Netflix	20-30%
Amazon Prime Video	10-20%
U-NEXT	10-20%
DAZN	5-10%
その他	30-40%
合計	100%

配信形態ごと

SVOD

サービス名	市場シェア
Netflix	20-30%
Amazon Prime Video	10-20%
U-NEXT	10-20%
DAZN	5-10%
Hulu	5-10%
その他	20-30%
合計	100%

TVOD

サービス名	市場シェア
ABEMA	20-30%
Amazon Prime Video	20-30%
U-NEXT	20-30%
DMM	5-10%
Hulu	5-10%
その他	10-20%
合計	100%

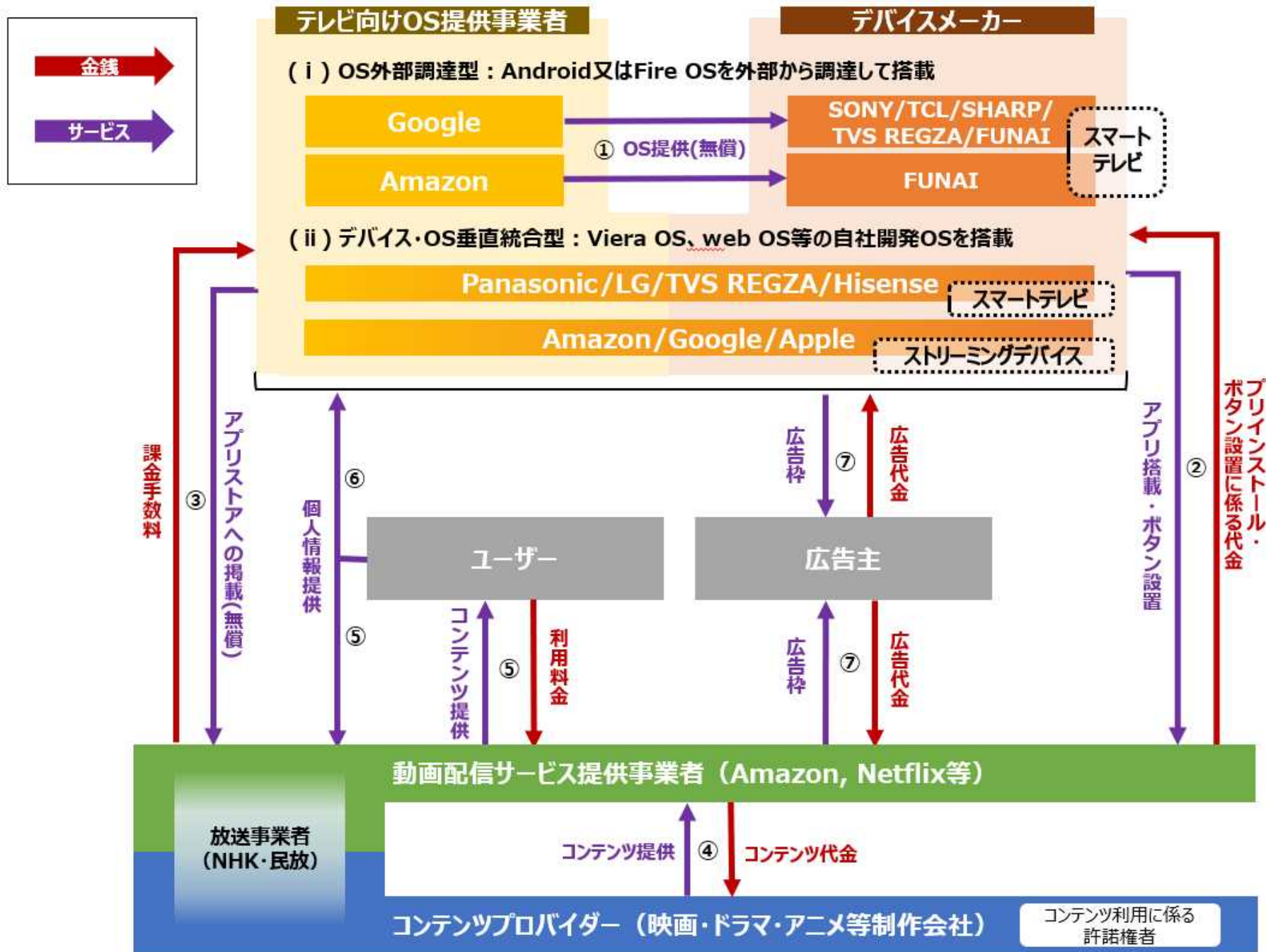
EST

サービス名	市場シェア
Amazon Prime Video	40-50%
DMM	20-30%
J:COM	5-10%
YouTube Movies等	5-10%
その他	5-10%
合計	100%

AVOD

サービス名	市場シェア
ABEMA	70-80%
TVer (※)	20-30%
その他	0-5%
合計	100%

※TVerが広告販売に関わらない広告枠は除く。



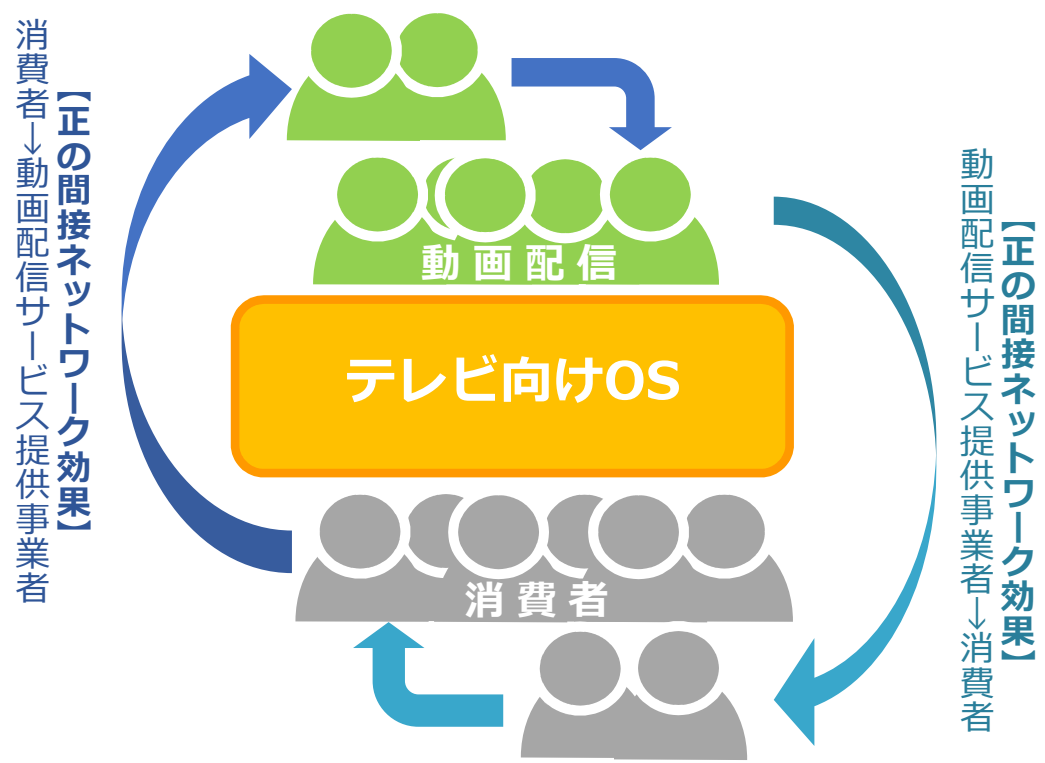
市場の特性①（コネクテッドTV／テレビ向けOS）

間接ネットワーク効果

同じネットワークに属する参加者グループが複数存在し、一方のグループの参加者が増加する際に、他方のグループの参加者の便益が高まる効果

＜消費者と動画配信サービス提供者との間＞

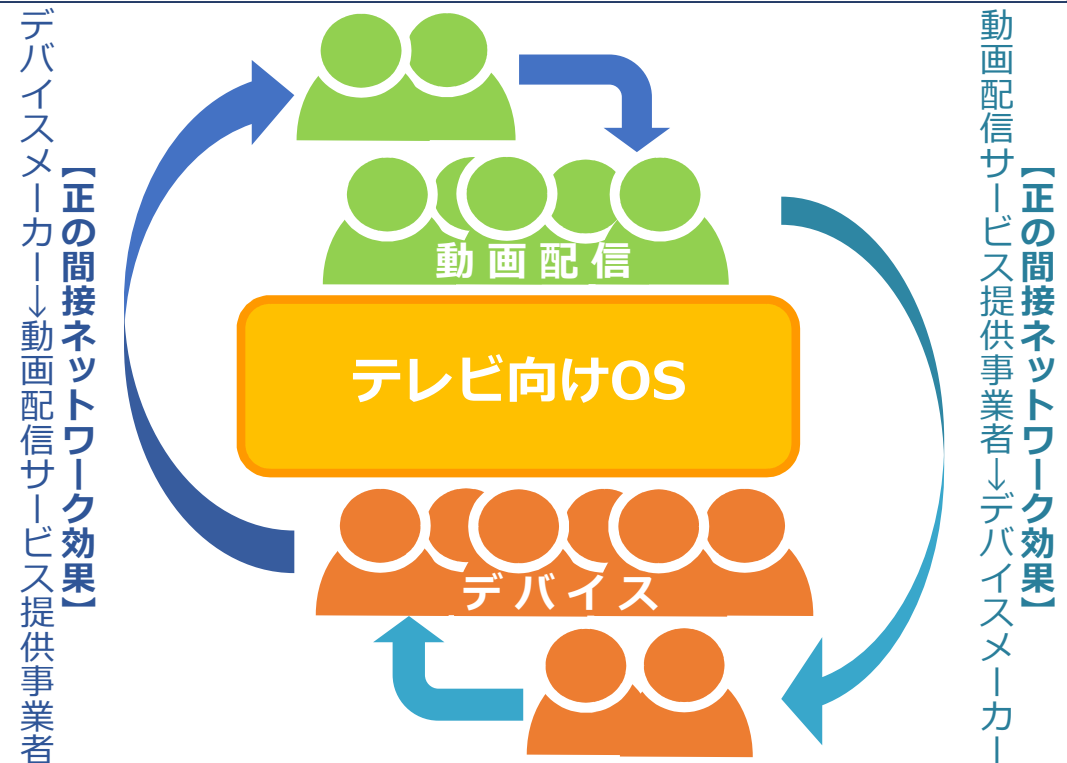
利用する消費者が多いテレビ向けOSは動画配信サービス提供者にとって魅力的⇒**利用する動画配信サービス提供者の増加**



利用する動画配信サービス提供者が多いテレビ向けOSは消費者にとって魅力的⇒**利用する消費者の増加**

＜デバイスメーカーと動画配信サービス提供者との間＞

利用するデバイスメーカーが多いテレビ向けOSは動画配信サービス提供者にとって魅力的⇒**利用する動画配信サービス提供者の増加**



利用する動画配信サービス提供者が多いテレビ向けOSはデバイスメーカーにとって魅力的⇒**利用するデバイスメーカーの増加**

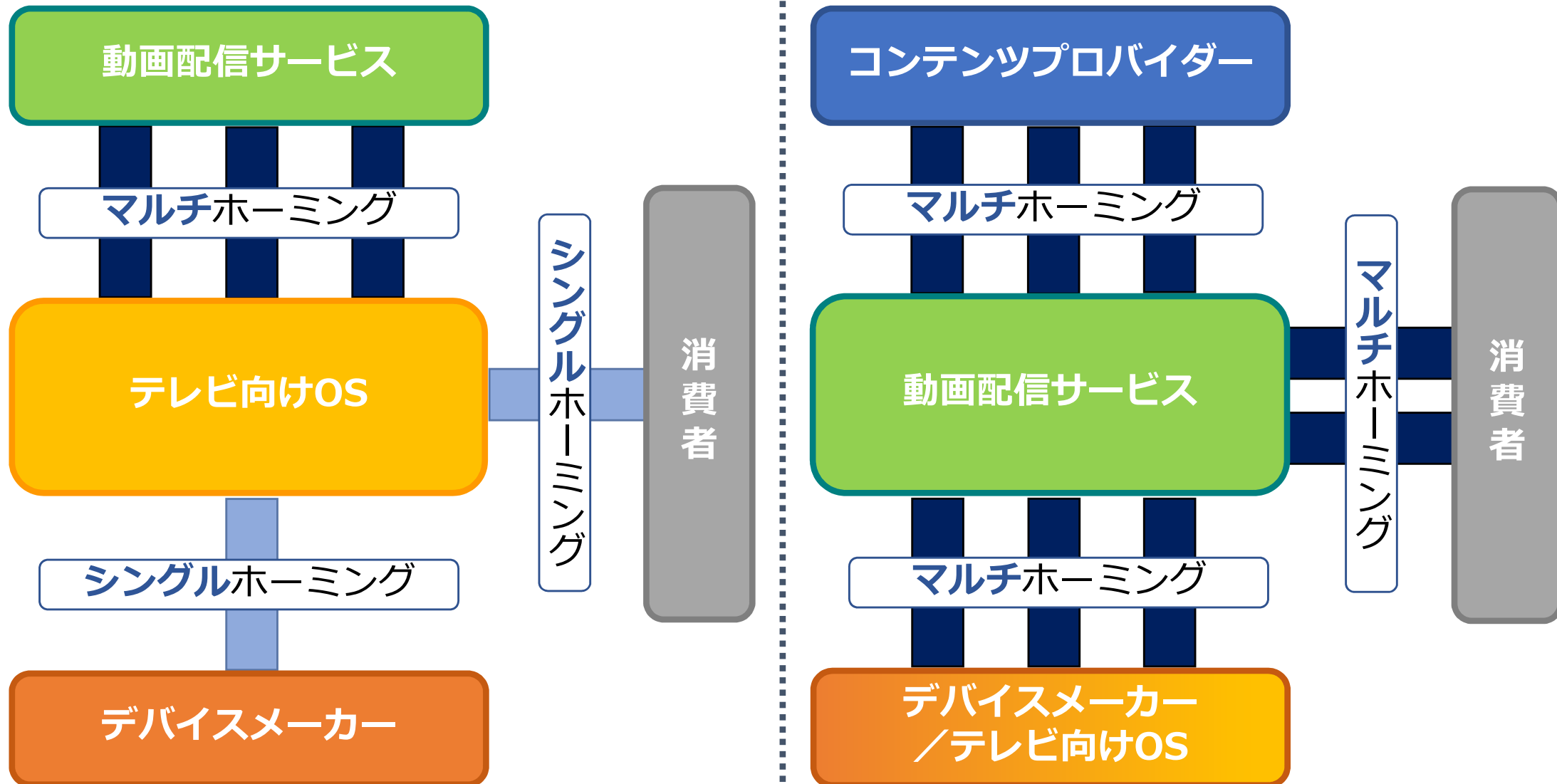
消費者と動画配信サービス提供者との間、デバイスメーカーと動画配信サービス提供者との間で、それぞれ、通常、**正の間接ネットワーク効果**が相互に働き得る。

シングルホーミング／マルチホーミング

ユーザーが**1つ**のプラットフォームしか利用しない状況／ユーザーが**複数**のプラットフォームを利用する状況

＜コネクテッドTV／テレビ向けOS＞

＜動画配信サービス＞



消費者アンケート結果を用いた有料動画配信サービス（SVOD）市場の分析

分析①：有料動画配信サービス市場の利用状況

有料動画配信サービス（SVOD）の利用状況を分析すると、Amazon Prime VideoやNetflixといった**高いシェアを有する有料動画配信サービス（SVOD）**は、**利用者の増加数・増加割合が比較的高い**結果となっている。当該結果は特定の期間内についてのものであり、必ずしも一般的な傾向を示すことができるものではないものの、**既に高いシェアを有する有料動画配信サービス（SVOD）ほど利用者の拡大が進む傾向**がうかがえる。

各有料動画配信サービス（svod）の利用状況

	継続利用	利用なし	新規契約	解約	増減数
Amazon Prime Video	1,163	748	285	20	265(18.3%)
Disney+	160	2,005	59	29	30(13.7%)
Netflix	487	1,552	161	36	129(19.9%)
U-NEXT・Paravi	148	2,005	67	46	21(9.8%)
DAZN	118	2,103	31	24	7(4.7%)

分析②：有料動画配信サービス利用者の利用傾向

有料動画配信サービス（SVOD）の解約又は新規契約に関して経済分析を行ったところ、**年齢が高い**ほど、現在利用している有料動画配信サービス（SVOD）の**解約及び新規契約が起こりにくい**といった傾向や、特定の視聴ジャンルのコンテンツを有する有料動画配信サービス（SVOD）について解約が起こりにくい・起きやすいといった傾向等が確認された。

3か月以内の解約又は新規契約を実施した利用者の傾向

	3か月以内に解約を実施	3か月以内に新規契約を実施
年齢	高齢者ほど解約起きにくい	高齢者ほど新規契約起きにくい
ジャンル アニメ	アニメを好む利用者の場合解約起きにくい	アニメを好む利用者の場合新規契約起きにくい
ジャンル スポーツ	スポーツを好む利用者の場合解約起きやすい	スポーツを好む利用者の場合新規契約起きやすい
ジャンル 音楽	音楽を好む利用者の場合解約起きやすい	音楽を好む利用者の場合新規契約起きやすい
ジャンル 教育・教養	教育・教養を好む利用者の場合解約起きやすい	教育・教養を好む利用者の場合新規契約起きやすい

コネクテッドTV／テレビ向けOSに係る競争状況の評価

既存事業者による競争圧力

- ・ Amazonが**40-50%**の、Googleが**20-30%**のシェアをそれぞれ有しているほか、**10-20%**のシェアを有する他の事業者等が存在。

既存のテレビ向けOS間において一定程度の競争圧力が働いている一方、**垂直統合しているテレビ向けOS提供事業者の競争圧力は相対的に小さい**と考えられる。

隣接市場からの競争圧力

スマートフォン

- ・ スマートフォンの**画面サイズ**はテレビと大きく乖離。PC・タブレットもテレビほどの画面サイズを有する機種は少ない。
- ・ デスクトップ型PCを除き、場所を問わず利用できる**モバイル端末**という特徴。
- ・ テレビとスマートフォン等の双方を利用する者のうち**約半数**がデバイスを使い分けており、視聴場所やコンテンツの内容等に応じて、これらの機器が**使い分けられている**と考えられる。

家庭用ゲーム機

- ・ 主に家庭用ゲーム機を利用する者は全体の**11.5%**にとどまっており、家庭用ゲーム機は**ゲーム利用が主目的**。
- ・ **モニターの必須性**や、相対的に家庭用ゲーム機は**高額**であることから、家庭用ゲーム機への切替えは生じにくい。

これらの機器はいずれも、コネクテッドTVに代替するものとはいええず、**十分な競争圧力が働いているとはいえない**。

AmazonとGoogleの2社がシェアの大半を占める中、間接ネットワーク効果（前記「市場の特性①」参照）が働くことから、テレビ向けOS市場は一旦寡占化が進行するとそれが維持されやすいと考えられ、将来的にこれら2社の市場に対する**影響力が更に強まる蓋然性が認められる**。

新規参入

- ・ 自社のテレビデバイス向けにテレビ向けOSを開発・運用している事業者の**数は限られている**。
- ・ テレビ向けOSの開発や維持には相応の**技術、人的コスト及び多額の投資**が必要。

テレビ向けOSについて、新規参入が**活発とまでは評価できない**。

需要者からの競争圧力

消費者

- ・ 通常、複数のコネクテッドTVを**並行して利用することは少ない**。
- ・ スマートテレビは比較的高額でスイッチングコストは高い一方、**ストリーミングデバイス**は比較的安価でスイッチングコストは相対的に低い。

動画配信サービス提供事業者

- ・ 多くの消費者にリーチするには可能な限り**主要なテレビ向けOS全てに対応する必要性**。
- ・ コネクテッドTVを介した動画配信サービスの提供には**テレビ向けOSの利用が不可欠**。
- ・ 主要なテレビ向けOS提供事業者に対し、**交渉力の点で劣位**にあると考えられる。

一定程度の競争圧力が生じる可能性はあるものの、需要者からの競争圧力が**十分に働いているとまではいえない**。

動画配信サービスに係る競争状況の評価

既存事業者による競争圧力

- ・最もシェアの高いNetflixでも**20~30%にとどまり**、それ以外に、**10-20%のシェア**を有するAmazon Prime Video及びU-NEXT等が存在。

既存の動画配信サービス間において、**一定程度の競争圧力が働いているもの**と考えられる。

隣接市場からの競争圧力

動画共有サービス

- ・YouTubeはユーザーが**動画コンテンツを視聴する場合に最もよく使われている**ほか、niconicoも一定程度視聴。

テレビ放送

- ・テレビ放送の視聴時間は徐々に減少傾向にあるものの、依然として**動画配信サービスを上回っている**。

DVD/Blu-ray

- ・DVD/Blu-rayの利用率は年々減少しているものの、特にレンタル及び購入においては**動画配信サービスの利用率を上回っている**。

映画館

- ・映画の興行収入は、コロナ禍で一旦激減したものの**回復傾向**。

いずれも映像コンテンツの視聴手段として有力であり、**一定程度の競争圧力**が生じていると考えられる。

新規参入

- ・消費者ニーズに対応するための**大量のコンテンツの調達**や、動画配信に係る**システムの開発・維持に多額のコスト**が必要。
- ・ただし、関連する事業を営んでおり一定程度の事業規模があれば、配信コンテンツの調達やアプリ等の開発も**比較的容易**。

動画配信サービスについて、**参入圧力は一定程度生じている**。

需要者からの競争圧力

- ・消費者アンケートによれば、ほとんどの消費者（**82.7%**）は、動画配信サービス（SVOD）の**切替えを行ったことはない**。

ただし、

- ・多くの消費者（57%）が切替えを行わない理由について「特に理由はない」と回答していることからすれば、**切替えの積極的な理由が生じた場合には、他の動画配信サービスに移行する可能性**。
- ・動画配信サービス（SVOD）の利用料金は、1,000~2,000円程度であり、**スイッチングコストは相対的に低く**、動画配信サービスを切り替えることは比較的容易。
- ・一定程度の消費者は、複数の動画配信サービスを並行して利用しており、**マルチホーミングの傾向**。

需要者からの競争圧力は**一定程度働いている可能性**がある。

動画配信サービス市場は、寡占化しやすいとまではいえないものの、今後、経営統合等を通じて、特定の事業者が**独占的・寡占的地位**を有するようになった場合、当該事業者の**交渉力が現状よりも増大する可能性**。

① ランキングやおすすめ表示等に係る行為

動画配信サービス提供事業者の主な指摘

- ・テレビ向けOS上で、コンテンツの検索（音声検索を含む。）を行うと、多くの場合、**テレビ向けOS事業者が提供するサービスに関するコンテンツの検索結果が最優先で表示される。**
- ・テレビ向けOS提供事業者が提供する**動画配信サービスのコンテンツの露出のされ方や、広告枠での表示**について、当該事業者が提供するサービスが**優遇され、公平性に欠ける。**

主要なテレビ向けOS提供事業者の主な見解

(A : Amazon G : Google)

- ・各種表示内容は**アルゴリズムに基づき決定**されており、その要素としては、**検索内容との関連性や人気度のほか、当社の商業的利益や契約上の合意内容を考慮して決定している。**(A)
- ・自社の動画配信サービスを優遇することはない。検索結果の表示は、**幅広いパラメーターを考慮し、ユーザーにとって最も関連性の高いコンテンツ**を提供するように設計されている。(G)

懸念

ランキングやおすすめ表示、コンテンツ検索機能の結果表示を操作するなどし、**自社の動画配信サービス等において提供されているコンテンツを優先的に表示**すること。

② アプリの配置順やプリインストールに係る行為

動画配信サービス提供事業者の主な指摘

- ・テレビ向けOS提供事業者側のアルゴリズム等に基づき、当該事業者の**動画配信サービスアプリをホーム画面上で有利な位置に配置し、他社のアプリが不利な位置に配置される。**
- ・テレビ向けOS提供事業者の**動画配信サービスアプリはプリインストールされており、すぐに利用可能な状態**となっている。

主要なテレビ向けOS提供事業者の主な見解

- ・アプリの配置は**ユーザーが自由に変更可能**。動画配信サービス提供事業者等との**合意により特定の位置に配置**する場合もある。ユーザーの利便性に鑑み当社アプリをプリインストールしているが、**初期設定時に他のアプリをプリインストールしたり、アプリストアで他のアプリをダウンロード**したりすることが可能。(A)
- ・アプリのインストールや配置は**ユーザーエクスペリエンスを踏まえたものである**。また、アプリのインストールや表示順等については、最終的には**ユーザーが自由に決められる**。(G)

懸念

テレビ上に表示される動画配信サービス等の**アプリの配置順を操作する又はプリインストールさせる**などし、**自社が提供する動画配信サービス等のアプリを優先的に表示**すること。

テレビ向けOSレイヤーにおける地位を利用した行為（自社優遇を通じた競争者排除）

③ 競合サービスの提供制限に係る行為

動画配信サービス提供事業者の主な指摘

テレビ向けOS提供事業者から、**当該事業者のビジネスモデルと競合する**という理由で、当該事業者の提供するテレビ向けOS上では、当社アプリ内での**コンテンツの購入機能が拒絶**されている。

主要なテレビ向けOS提供事業者の主な見解

- ・ Fire OS上でアプリ内の**コンテンツ購入は可能**。(A)
- ・ ユーザーがアプリ内コンテンツを購入することを**制限していない**。(G)

懸念

自社が提供する動画配信サービスと競合する動画配信サービスの提供を制限すること。

④ データの収集・利用に係る行為

動画配信サービス提供事業者の主な指摘

テレビ向けOS側のIDに紐づく購入履歴等の情報やランキング表示から誘導されてきたユーザー数等は、テレビ向けOS提供事業者側でしか分からず、**それらの情報を利用し、自社動画配信サービスの勧誘を行うことも可能と考えられ、不公平さを感じている**。

主要なテレビ向けOS提供事業者の主な見解

- ・ ユーザーの同意に基づきデータを取得し、サービスの改善や、ユーザー認証、セキュリティの維持・向上等にデータを利用。(A)
- ・ ユーザーの同意なくユーザーアカウントの情報を自社の動画配信サービスの勧誘に**利用することはない**。(G)

懸念

各動画配信サービス上のコンテンツの購入履歴や視聴データ等、コネクテッドTV上のデータを幅広く横断的に収集し、**自社が提供する動画配信サービス等のみにおいて当該データを利用すること**。

⑤ リモコンボタンの設置に係る行為

動画配信サービス提供事業者の主な指摘

- ・ リモコンにボタンを設置するために（デバイスメーカーを兼ねる）テレビ向けOS提供事業者側から**高額な代金を要求**される。
- ・ デバイスメーカーとの間におけるテレビ向けOS搭載の条件として、**自社の動画配信サービスのボタンの設置や、許可した動画配信サービス以外のボタンは設置されないこと**となっている。

主要なテレビ向けOS提供事業者の主な見解

- ・ リモコンボタンに**他社サービスを採用しないよう指示してない**。誠意をもって交渉し、同意を得て契約を締結している。(A)
- ・ 当社はOEMではなく指摘は当たらない。また、リモコンに他社アプリのボタンを設置することをOEMに**要求していない**。(G)

懸念

リモコンボタンの設置対価を著しく高額に設定することや他のデバイスメーカーのリモコンボタンの内容を制限することにより、**他の動画配信サービス提供事業者がリモコンボタンを設置できないようにすること**。

独占禁止法上の考え方

主要なテレビ向けOS提供事業者が、自らが提供する動画配信サービスを優遇することで、他の動画配信サービス提供事業者と消費者との取引を妨害することにより、他の動画配信サービス提供事業者の取引機会を減少させる又はこれらの事業者を排除する場合は、**独占禁止法上問題（私的独占、競争者に対する取引妨害等）**となる。

特に、テレビ向けOSレイヤーは**一旦寡占化が進行するとそれが維持されやすい市場**であり、今後AmazonやGoogleの寡占化が一層進んだ場合において、前記の各行為（①～⑤）が行われたときは、競合する他の事業者を**排除する効果がより強まると**考えられる。

競争政策上望ましい対応

様々な動画配信サービスの**多様性を尊重し、良質なコンテンツ**を享受することができる**環境の整備**を図る観点から、**以下の取組**を行うことが望ましい。

- ・ ランキングやおすすめ表示、コンテンツの検索機能の結果表示、ホーム画面上のアプリの配置順又はリモコンのアプリ起動ボタンの設置について、**その基準を可能な限り開示**するとともに、自社のアプリと競合する他のアプリに対して**同等の条件**を適用する。
- ・ 他の動画配信サービス等に係る**データ収集を行う場合**には、社内における部門間での**情報遮断のための措置**を講じるなど、自社が提供する動画配信サービス等においてこれらの**データが利用されないことを担保**する。

①-1 アプリ内広告に対する手数料徴収に係る行為

動画配信サービス提供事業者の主な指摘

・日本国外において、AVOD型の動画配信サービス内で流れる広告について、その広告収入の一定割合が手数料として徴収されており、**日本においても当該手数料の徴収を開始する規約変更が行われることを危惧している。**

主要なテレビ向けOS提供事業者の主な見解

- ・ Fire TV の広告に関して、**より良いFire TV体験を共に作り上げていく**という世界共通の理念に基づいて**ポリシーの内容を変更し、世界全域を対象に公表した。**（A）
- ・ 動画配信サービス提供事業者に対し、インストリーム広告の収益を配分することを義務付けていない。（G）

①-2 Amazonによる手数料徴収に関する規約変更

動画配信サービス提供事業者の主な指摘

- ・ 事前の連絡が一切無く**一方的に規約変更が行われた**ものであり、また、ポリシーで規定されている**広告収益の30%相当額**に見合うだけの便益があるわけではなく**妥当ではない。**
- ・ この種の広告収益に対する手数料の徴収については、スマートフォン上のアプリ等にも及ぶ可能性があり**影響が大きい。**

Amazonの主な見解

- ・ 新ポリシーは、**一定の基準に達し、当社から連絡を受けた開発者に対してのみ適用される。**
- ・ 収益分配率として30%と定められているが、当該料率は、海外において**他の事業者が課している料率と同程度**である。
- ・ **一部開発者**に対し、新ポリシーについて**簡単な説明**を行った。

懸念 広告付き動画配信サービス（AVODや広告付きSVOD）提供事業者に対し、**一方的に、アプリ内広告収入に対する著しく高額な手数料等を徴収することや、そのための対応コストが必要となる規約変更を行い実施すること。**

② 新規機能の開発等の要求に係る行為

動画配信サービス提供事業者の主な指摘

・仕様変更等に伴い、**メリットのないアプリの開発・変更対応を短納期で依頼**された。また、ある程度の対応期間は設けられるものの、仕様変更等に対応しないと、今後テレビ向けOS上で**当社アプリの使用が不可能となる旨一方的に通告**された。

主要なテレビ向けOS提供事業者の主な見解

- ・通常追加の開発作業は発生しないが、発生する場合には約1か月前（開発工数が必要な場合はそれ以上）に通知している。(A)
- ・緊急の状況を除き、最終的なリリースの少なくとも**数か月前に**、複数の開発者プレビュー及び新たにリリースするAOSPの**ベータ版を提供し説明**している。(G)

懸念

動画配信サービス提供事業者に対し、動画配信サービスアプリについて、当該事業者にとって**メリットのない（又は小さい）新規機能の開発又は新規機能への対応を限られた期間内で一方的に行わせる**こと。

③ 課金システムの利用要求に係る行為

動画配信サービス提供事業者の主な指摘

・スマートフォンとテレビとではユーザーエクスペリエンスが異なるにもかかわらず、スマートフォン向けアプリとテレビ向けアプリで、**課金システムを利用するか否かの選択をそれぞれ別個にできないのは非合理的**である。

・テレビ向けOS提供事業者が提供する決済手段の利用を義務付けられて以降、**スマートテレビ経由の登録者数が極端に少なくなった**が、これは、**アカウントの登録方法が煩雑**なことが原因と考えられる。

主要なテレビ向けOS提供事業者の主な見解

- ・当社は、スマートフォン向けOSを提供していないため、かかる指摘は当社に対して当てはまらない。(A)
- ・デベロッパーが、スマートフォンと異なる**課金システムを設定することは、技術的には可能**である。ただし、ユーザーが権利を有するか否かを判別するため、異なる課金システムからの購入をユーザーのアカウントに紐付けるための**仕組みを自ら構築し維持する必要**がある。(G)

懸念

動画配信サービス提供事業者に対し、当該事業者のアプリにおけるユーザーによるアプリ内課金に係る決済手段として、一方的に、**自社の課金システムを利用させる**こと。

独占禁止法上の考え方

取引上の地位が動画配信サービス提供事業者に優越している主要なテレビ向けOS提供事業者が、その地位を利用して、前記の各行為（①～③）を行うことにより、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与える場合には、**独占禁止法上問題（優越的地位の濫用）**となる。

- ・ 動画配信サービス提供事業者にとって、事業経営上、特に主要なテレビ向けOS提供事業者との取引は重要といえ、**取引の必要性**が認められ、また、**取引先変更の可能性も低い**ため、主要なテレビ向けOS提供事業者は、取引の相手方である動画配信サービス提供事業者に対して、取引上の地位が**優越している蓋然性**が認められる。
- ・ テレビ向けOSレイヤーは一旦寡占化が進行するとそれが維持されやすい市場であると考えられ、将来的に主要なテレビ向けOS提供事業者の市場における**影響力が更に強まった場合**には、主要なテレビ向けOS提供事業者の取引上の地位が**優越していると認められる蓋然性は更に高まる**。

競争政策上望ましい対応

動画配信サービス提供事業者の収益に影響するような**取引内容の変更**を行う際や**課金システム等の運用**に際しては、**以下の取組**を行うことが望ましい。

- ・ 新たな**手数料徴収等**を行う場合、手数料率等の算出根拠を**明確に説明**した上で、**事前に十分に協議**する。
- ・ 手数料の徴収に当たって**システム対応等**が必要な場合、過度な負担とならないよう**十分な猶予期間**を設ける。
- ・ **テレビ向けOS提供事業者の課金システム**を用いるか否かの選択をテレビとスマートフォンで**それぞれ別個**に行うことができるようにするとともに、テレビ向けOS提供事業者の課金システムを用いない場合には、**テレビ画面上にコンテンツ購入ページのQRコード等を表示**するなどして、ユーザーにスマートフォン等を介して容易に購入させることができるようにする。
- ・ 取引内容やルールの変更を行う場合、**事前に当該変更する旨を通知**するとともに、当該変更を行う根拠を提示の上**十分に説明**し、変更内容の通知から変更が適用されるまで、**十分な猶予期間**を設ける。
- ・ 変更内容につき合理的な意見が寄せられた場合、当該意見を**できる限り考慮**し、**十分な協議**を行う。

動画配信サービス提供事業者等による行為（コンテンツの対価等を巡る課題）

①コンテンツの対価の設定

コンテンツプロバイダーの主な指摘

- ・動画配信サービス提供事業者との間では、今のところ、**契約金額やコンテンツ提供の有無を含め、交渉ができて**いる。
- ・今後、**動画配信サービスの淘汰**が進んだ結果、生き残った強い動画配信サービス提供事業者によって**作品が買ったたかれることがないか危惧**している。

動画配信サービス提供事業者の主な見解

- ・配信ライセンス料については、コンテンツプロバイダーとよく協議して決めている（単価は上昇傾向にある）。
- ・基本的には**コンテンツプロバイダーによる売り手市場**であり、動画配信サービス提供事業者側にイニシアチブがあるような状況にはない。

②YouTubeにおける広告収益の配分

コンテンツプロバイダー等の主な指摘

- ・YouTubeの**広告単価は極めて低い**。
- ・YouTube上の**広告収入の配分**について、**当社に不利なようにも思うが、Googleは優れたアナリティクスを提供**しており、その利用の対価だと思っている。
- ・YouTube**全体の広告収益は開示されない**ため、提示された**支払金が果たして妥当なのか検討のしようがない**。

Googleの主な見解

- ・YouTubeが受け取る広告収益の配分は、YouTubeを**運営する多大なコスト**を反映しており、また、YouTubeを通じて**クリエイターが享受する間接的な価値**（マーケティング及びプロモーション）も反映している。
- ・YouTubeにおける広告収益の分配率については、**その他の同様のサービスにおいて適用されている分配率と同等のもの**との認識である。このような収益分配は、日本を含めて**グローバルに適用されるもの**であり、導入以来変更していない。

懸念

- ・コンテンツプロバイダーが著しく低い対価で**買ったたか**れている現状にあるとは**評価できないものの**、将来的に、特定の動画配信サービス提供事業者の市場シェアが高くなった場合、当該事業者の**交渉力が現状より増大**すると考えられること。
- ・YouTubeに関しては、一部の事業者から、**広告の収益配分につき不十分又は不公平**との指摘があること。

③ 視聴データ等の共有

コンテンツプロバイダーの主な指摘



- ・フラット契約の場合は、**視聴データの提供がなく、作品に対してその金額が見合っているのか判断できない**ため、国内の加入者数や視聴回数について明確に知りたい。
- ・フラット型契約について、**契約金額の根拠となるデータは示されず、コンテンツの値付けが妥当だったかという検証ができない**現状にある。情報提供が行われれば、更新時や次回作についてもう少し良い条件で交渉できるようになる。

動画配信サービス提供事業者の主な見解



- ・フラット契約の場合には、**コンテンツの視聴時間や、サービスの会員数は営業秘密**でもあるため、契約で定めていない限りデータを提供することはない。
- ・契約範囲外の情報は基本的に提供しないが、**作品制作に活かす等の目的でコンテンツプロバイダーから希望があれば提供**している。

懸念

コンテンツプロバイダーに対し、コンテンツの**対価の根拠**となり得るようなユーザーの視聴状況等に係る**情報（視聴回数、視聴時間等）**について、**開示を行わない又は限定的な範囲でしか開示しない**こと。

独占禁止法上の考え方

コンテンツの対価の設定や広告収益の配分（前記①・②）に関して、取引上の地位が優越している場合に、その地位を利用して、一方的に著しく低いコンテンツの対価を設定することにより、正常な商慣習に照らして不当に不利益を与えることは、独占禁止法上問題（優越的地位の濫用）となる。

以下の点に照らすと、一定程度のシェアを有するような主要な動画配信サービスは、取引の相手方であるコンテンツプロバイダーに対し、自己の取引上の地位が相手方に優越している可能性がある。

- ・より多くの消費者にリーチするためには一定程度のシェアを有するような主要な動画配信サービスのいずれにも対応することが求められ、別の事業者に切り替えることは事実上困難なため、こうした動画配信サービス提供事業者と取引する必要性は高いとともに、取引先変更の可能性は高くない。
- ・事業経営上、特に主要な動画配信サービス提供事業者との取引は必要かつ重要である。

競争政策上望ましい対応

コンテンツの対価の設定に関して、以下のような取組が行われることが望ましい。

- ・独占禁止法違反行為の未然防止の観点から、コンテンツの対価については、コンテンツプロバイダーとの間における十分な交渉を通じて設定する。
- ・レベニューシェア契約の場合だけでなくフラット型契約の場合にも、動画配信サービス提供事業者は、契約更新時やシリーズ作品又は類似の作品等の契約に当たり、対価についての適切な交渉に必要な範囲で、当該コンテンツに係るユーザーによる視聴状況等に係る情報を提供する。

① 動画配信サービスの利用料の設定

動画配信サービス提供事業者の指摘

・ある動画配信サービスの月額料金は、その金額でサービスが運営できるはずがないという水準である。安すぎる価格でユーザーを奪われるのは不健全な競争だと思う。

動画配信サービス提供事業者の見解

・動画配信サービスを特典として付与しているメンバーシップの利用料には、利用者へ提供する価値と利用者特典を提供するための費用の両面が反映されているところ、これらの観点から利用料が決定されている。

懸念

動画配信サービスの利用料として、サービス提供に係るコストを著しく下回る料金を継続的に設定すること。

② 動画配信サービスと別サービスとの組み合わせ

コンテンツプロバイダーの主な指摘

・ある動画配信サービスは、動画配信サービス以外のサービスで利用者を獲得しており、公正な競争手段とはいえないと感じている。

動画配信サービス提供事業者の主な見解

・当社のSVODは、独立の動画配信サービスではなく、メンバーシップの会員向けの特典の一部として提供されている。ただし、一部のコネクテッドTV上では、当該メンバーシップの会員でなくとも利用可能となっている。

懸念

動画配信サービス以外の有力な他のサービスと組み合わせで動画配信サービスを提供すること。

③ サービスやルール等の変更

コンテンツプロバイダーの主な指摘



- ・ある動画配信サービス提供事業者について、契約書上は確かに否定されておらず契約違反にはならないのだが、**事前の連絡もなく、新たな料金プランを開始**し、直前に第三者からの指摘などを通じて、当該プランの開始について初めて知った。
- ・**YouTube**に関し、規約変更に準拠しようとする**と諸々の調整コストが発生**するため容易にはできないのだが、**一方的に規約を変更**する現状には困っている。

動画配信サービス提供事業者等の主な見解



- ・プラン変更にあたっては、その内容によって、**事前にその旨通知**を行い問い合わせに対応するほか、**金銭と価値観の両面**について、**コンテンツプロバイダーとの間で協議**を行っている。
- ・サービス又は利用規約の**重大な変更**のうち**YouTubeの利用に悪影響が生じる可能性のあるもの**について、一般的に変更の約**1カ月前にユーザーへの通知**を行っている。



懸念

- ・**動画配信サービスのビジネスモデルの変更**によって、広告主間での利益相反が生じ広告主が減少するなど**コンテンツプロバイダーにおける収益の低下**を招く等、その**事業運営に支障**が生じる可能性があるにもかかわらず、**事前の説明や協議が不十分**であること。
- ・動画配信サービス等に**新規機能を導入**するなど動画配信サービス等に係る**ルールや取引の内容の変更**によって、コンテンツプロバイダーに対し利害関係者との調整等の**コストを生じさせる**にもかかわらず、**事前の説明や協議が不十分**であること。

独占禁止法上の考え方

- ・ 動画配信サービスの利用料として、サービス提供に係るコストを著しく下回る料金を継続的に設定すること（前記①）によって、他の動画配信サービス提供事業者の**事業活動を困難**にさせるおそれがある場合は、**独占禁止法上問題（不当廉売等）**となる。
- ・ 動画配信サービスと別サービスを組み合わせた提供（前記②）に関して、**他のサービスにおける市場において有力な事業者**が、取引の相手方に対し、**当該サービスの供給に併せて動画配信サービスを購入させる**ことによって、他の動画配信サービス提供事業者の**取引機会を減少**させる又はこれら**事業者を排除**する場合は、**独占禁止法上問題（抱き合わせ等）**となる。

競争政策上望ましい対応

サービスやルール等の変更（前記③）に関して、コンテンツプロバイダーに追加的な対応やコストの負担が生じ得ることを踏まえると、**取引の公正性・透明性を高め、公正な競争環境の確保**を図る観点から、**以下のような取組が行われることが望ましい**。

- ・ 関係事業者に対して、**事前に、当該変更をする旨を通知するとともに**、当該変更の内容及び当該変更が必要な**根拠を提示**した上で、問い合わせ対応を適切に行うなどして、**十分に説明**する。
- ・ 当該変更内容の通知から当該変更が適用されるまで、**十分な猶予期間**を設ける。
- ・ 関係事業者から当該変更内容について合理的な意見が寄せられた場合には、当該**意見をできる限り考慮**し、関係事業者との間で**十分な協議**を行う。

動画配信サービス等を介したコンテンツの流通における公正な競争環境を確保することにより、今後とも消費者が多様で良質な動画コンテンツを享受することができる環境の整備を図る観点から、公正取引委員会は、以下の対応を進めていく。

1. テレビ向けOS提供事業者又は動画配信サービス提供事業者を始めとしたコネクテッドTV関連分野の関係者に対して、本報告書の内容について周知を行うとともに、引き続き、**関係省庁等との連携・協力**に積極的に取り組み、公正な競争環境の確保を図っていく。
2. **Amazonによる手数料の徴収に係る新ポリシーの適用状況**を含め、**コネクテッドTV関連分野における競争の状況を引き続き注視**していく。
3. テレビ向けOS提供事業者や動画配信サービス提供事業者等に関し、独占禁止法上問題となる具体的な案件に接した場合には、**本調査で得た知見を活用して**、厳正・的確に対処していく。
4. グローバルに展開するデジタルプラットフォーム事業者の事業活動に対しては、海外の各国・地域の競争当局も大きな関心・懸念を寄せているため、様々なレベルで**各国・地域の競争当局との意見交換**を行うとともに、ICN（国際競争ネットワーク）やOECD（経済協力開発機構）等の場も活用しながら、本調査で得た問題意識や知見を率先して共有しつつ、**海外関係当局と継続的に連携**し、競争環境の整備を図っていく。