

デジタル市場における競争を促進するための各当局の取組の要約（仮訳）

概要

デジタル市場の急速な成長は、事業者、消費者、そして社会全体に大きな利益をもたらしてきた。これらの利益には、アクセス拡大による金融サービスやフィンテックの革新、柔軟性と生産性の向上を可能にする新たな労働市場の機会創出、オンラインプラットフォームやマーケットプレイスを通じた小売・消費者市場の変革、さらには医療提供や運営における効率性及び質の向上が含まれる。しかしながら、これらの利点は、競争法の執行や政策立案に複雑かつ変化し続ける多様な課題ももたらしている。デジタル市場が国際的な性質を持つことから、各国・地域の競争当局は類似した問題に直面しており、これは国際的な競争当局コミュニティにとって、専門知識や経験を共有し、デジタル時代における競争法執行及び政策立案に関する取組を強化するための貴重な機会となっている。

背景

英国が議長国を務めた 2021 年、英国競争・市場庁（CMA）は、G7 各国の競争当局及び政策立案担当者による会合を開催し、デジタル市場における競争促進について議論した。同年 11 月には、各国のデジタル市場における競争促進の取組を概観するコンペンディウムを公表した。本コンペンディウムは、政策立案に向けたアイデアや取組に基づき、共通点や共有・発展の機会を明らかにするものである。

2021 年のコンペンディウムは、G7 当局のみならず、世界の競争当局、利害関係者、そして広く一般にとっても有益な資料となった。この初版の成功を踏まえ、ドイツが議長国を務めた 2022 年にはドイツ連邦カルテル庁が、日本が議長を務めた 2023 年には公正取引委員会が、それぞれコンペンディウムを改訂した。改訂版には、デジタル市場における競争法執行及び政策立案に関する継続的な動向が反映された。

2025 年のコンペンディウムは、G7 各国の競争当局がデジタル市場によってもたらされる課題に引き続きどのように対応しているかについて包括的な概観を示している。また、執行及び政策立案方法の双方における主要な最新動向を取り上げている。本コンペンディウムは 4 つのトピックを軸に構成されており、G7 各国及び欧州連合から、現在の課題、執行経験、立法・規制上の取組、能力開発、さらには将来を見据えた政策上の検討に関する見識を集約している。

G7 各国間のこの継続的な知識共有は、より一貫性があり、かつ柔軟に対応できる国際的な競争の枠組みの構築に資するものである。

主なトピック

1. デジタル競争分野における最新の執行及びアドボカシーの取組
2. デジタル競争分野への対応力を高めるための内部能力強化の事例
3. デジタル競争分野に関する立法及び制度改革の取組
4. 競争当局以外の機関や他の政策分野との協力事例

主な課題

G7競争当局は、デジタル市場における競争に関して、いくつかの懸念を確認している。その主要なものの一つは、少数の支配的デジタルプラットフォームへの市場支配力の集中である。これらの支配的企業は、相互に関連するエコシステムにまたがる地位を反競争的行為により利用し、新規参入を妨げたり、消費者の選択肢を狭めたりするなど、競争に悪影響を及ぼすおそれがある。過去のコンペンディウムでも取り上げられた顕著な例として「自己優遇」がある。これは、検索結果やアプリストアのランキングといった場面で、プラットフォームが競合他社よりも自社の製品やサービスを優先する行為を指す。

もう一つの重要な課題は、データの管理と利用である。大規模なデジタルプラットフォームは膨大なユーザーデータを収集・処理しており、それは人工知能（AI）の開発に不可欠な資源であると同時に、企業の市場での地位をさらに強化し得る。AIの重要性が高まるにつれ、企業は競争力を維持するためにデータの収集・保存・利用の方法を急速に変化させている。さらに、相互運用性の制限や高いスイッチングコストが存在する場合、消費者と事業者がサービスやプラットフォームを乗り換えることが困難になり、その結果、競争圧力が弱まり、イノベーションが阻害されるおそれがある。

本年のG7エンフォーサーズ・ポリシーメイカーズサミットが強調したように、複数の当局は特に価格戦略の文脈においてアルゴリズムの利用が拡大することによって、市場の動態にどのような変化が生じ得るのか、また競争にどのような負の影響を及ぼす可能性があるのかを把握しようとしている。最後に、過度に制限的な契約条件を課すといった、より明確に認識できる形態の排除行為は、依然として複数の国・地域における執行の焦点である。

主な調査結果

G7各国・地域は、デジタル市場における課題を認識した際、執行措置、法律や規制の改革、実態調査や意見募集といったアドボカシー活動を組み合わせ、幅広い手段を用いて対応してきた。従来型の競争法執行は依然として大半の国・地域にとって基盤であるが、いくつかの国・地域ではデジタル市場に特化した新たな法的枠組みを導入、又は導入過程にある。代表

例として、欧州連合のデジタル市場法（DMA）、ドイツの競争制限防止法の第10次改正、英国のデジタル市場・競争・消費者法（DMCCA2024）及び日本の公正取引委員会によるスマホソフトウェア競争促進法が挙げられる。これらはいずれもデジタルプラットフォームに対して特定のルールを定めているが、その適用方法は国・地域により異なる。

さらに、一部のG7当局は、新たに生じつつあるリスクの理解を深めるため、意見募集や実態調査を実施している。例えば、カナダ競争局は価格アルゴリズムの潜在的な利点とリスクを検証する意見募集を2025年に開始した。欧州委員会は、バーチャル空間及び生成AIにおける競争に関する2件の意見募集を実施し、その後、2024年6月にワークショップを開催した¹。フランス競争委員会は、クラウド・コンピューティング分野（2023年6月）や、急速に発展する生成AI分野に関する実態調査（2024年6月）を公表した。また、日本の公正取引委員会は「生成AIに関する実態調査報告書 ver. 1.0」を公表し、生成AI市場における調査結果と主要課題を示した。さらにイタリアの競争・市場保護委員会は、航空業界における価格アルゴリズムの利用に関する実態調査を実施中であり、2025年末までに報告書を取りまとめる予定である。同調査は、新たな競争枠組の下で開始され、構造的又は行動的措置の賦課を可能とするものである。

執行、改革、アドボカシーに加え、近年はいくつかの新たな動向が見られる。いくつかの国・地域における企業結合審査では、新規競争者や多量のデータ資産を保有する企業の買収に対する審査が厳格化している。競争当局内にデジタル又はデータ専門部門を設置する事例も増加しており、能力開発、ホライゾン・スキミング、法務、経済及び技術の各分野の専門家による学際的協力の必要性に対応している。加えて、当局が自らの業務を支援する独自のツールを開発するケースも増えている。並行して、一部の当局は競争、消費者保護、プライバシー等の関連規制当局との協力強化に一層重点を置いている²。また、一部の競争当局はAIガバナンス、サイバーセキュリティ、デジタルメディアを含むより広範なデジタル政策議論にも参画している。このような分野横断的な取組は、デジタル・エコシステム全体における異なる制度の相互作用を踏まえた統合的政策アプローチの重要性を強調するものである。

結論と次のステップ

今後を見据えると、デジタル市場における競争法執行及び政策の将来を形作り得るいくつかの重要な知見が浮かび上がっている。

第一に、全ての国・地域は、絶えず進化するデジタル市場に柔軟に適応できるよう、適時か

¹ [EC DG COMP: See for more information https://competition-policy.ec.europa.eu/document/download/c86d461f-062e-4dde-a662-15228d6ca385_en]

² [CMA: See, for example, [CMA-ICO joint statement on competition and data protection law - GOV.UK](#)]

つ機動的で効果的な競争法執行制度の必要性を認識している。第二に、国際的な関与は依然として不可欠である。デジタルプラットフォームは国境を越えて活動するため、競争当局間の協力は競争市場やイノベーションの促進に資する。第三に、デジタル競争政策は、データ保護や消費者保護を含む他の政策枠組みとの調和によって大きな利益を得ることができる。最後に、G7競争当局はこれらの取組に貢献する上で好位置にある。

近年得られた教訓と開発されたツールは、より機動的かつ効果的なデジタル競争環境を築くための強固な基盤を提供している。そのような環境は、イノベーションを支援し、消費者の選択を保護し、デジタル市場が開かれた競争可能な場として維持されることを確保するものである。