

# 各国等におけるボイスアシスタント、 ウェアラブルに係る取扱い

(その他令和3年11月12日第29回WG資料5抜粋)

## □ 法令・法案ベースで規律対象となっているもの又はなり得るもの

### 【米国】

#### 下院パッケージ4法案及び上院イノベーション・選択法案

オンライン・プラットフォームの定義に「デジタル・アシスタント」が含まれる旨規定あり。

### 【EU】

#### Digital Markets Act (案)

・コアプラットフォームサービスの定義(第2条)について、2021年11月23日、欧州議会の域内市場委員会において共通文書が採択され、ボイスアシスタントは「virtual assistants」として新たに規定(第2条(2))。今後、同年12月の欧州議会全体会合において採択された後、2022年初から欧州理事会における仏による議長の下、EU加盟各国との交渉を開始予定。

・ゲートキーパーの指定に関する市場調査(第15条第4項)に「第3条(6)(※)に従い、欧州委員会が、業務上の確立された永続的な地位をまだ享受していないが、近い将来にそのような地位を享受することが予測されるコアプラットフォームサービスのプロバイダーをゲートキーパーとして指定する場合、欧州委員会は、第5条及び第6条に定める義務を当該ゲートキーパーに適用することを宣言するものとする。また、欧州委員会は第4条に沿った指定をレビューするものとする。」との規定あり。

(※) 第3条(6)「欧州委員会は、第15条に定められた手続きに従い、第1項の各要件を満たしているが、第2項の各閾値を満たしていない場合、一定の要素を考慮した上で、欧州委員会勧告2003/361/ECに定義されている中堅・中小・零細企業を除く、コアプラットフォームサービスの提供者をゲートキーパーとして認定しなければならない。」

### 【ドイツ】

#### 改正競争制限禁止法

複数の市場をまたぐ競争について決定的な重要性を有する事業者による濫用行為に関する規定(19a条等)を新設(「事業者が支配的でなくともその地位を急速に拡大できる市場」(19a条2項3号)のような規定もあり)。ただし、ボイスアシスタント等に関する同法の運用実績はみとめられない。

## 【英国】

・ DCMS（デジタル・文化・メディア・スポーツ省）及びBEIS（ビジネス・エネルギー・産業戦略省）による「A new pro-competition regime for digital markets」（2021年7月）

CMA（DMU: Digital Markets Unit）がPCI（Pro-competitive interventions）を行い得る対象として、SMS（Strategic Market Status）指定を受けた事業者の事業のうち、例えば、消費者を当該事業者の事業（オンラインマーケットプレイス）に誘導する、デフォルトによるボイスアシスタントを当該事業者が運営することにより、当該事業によるレバレッジを効かせ反競争効果を生じさせる場合等を挙げている。

## □ 訴訟案件となっているもの

### 【米国】

司法省及び11州によるGoogle訴追

Googleが、アップル社のコンピュータやモバイル機器の「検索アクセスポイント」（ボイスアシスタントなど、検索クエリが発生する可能性のある場所）において、Googleの検索サービスをデフォルトとするレベニューシェア契約を締結していること等を問題視。

### 【韓国】

公正取引委員会によるGoogleのAnti-Fragmentation Agreement（AFA）（GoogleのOS等ライセンス供与の条件を規定）への制裁

Googleがスマートウォッチ、スピーカー等のスマートデバイスにもAFAを適用した結果、急成長する様々なスマートデバイス市場におけるイノベーションを阻害していることを問題視。

## □ 行政機関等の調査対象となっているもの

【米国】 下院による調査（2021年6月30日第23回WG資料2）

【EU】 消費者向けIoT市場競争調査（2021年6月30日第23回WG資料2）

【英国】 CMAによる「Mobile Ecosystems Market Study」（2021年6月30日第23回WG参考資料）

## 1 EU

- 少数の大規模プラットフォームは、ビジネスユーザーとユーザー（消費者）間のゲートキーパー(GK)として、コア・プラットフォームサービスで複合的なエコシステムを構築し、EU域内で強固で永続的な地位を享受。ゲートキーパーの不正な行動は、関連するコア・プラットフォームサービスの競争に悪影響を及ぼすおそれ。
- ゲートキーパーは、必ずしも市場支配的なプレーヤーではないこと等のため、TFEU102条（市場支配的地位の濫用）を適用できない可能性があり、適用できる場合でも、常に適時・効果的に介入できるわけではない。

### □ デジタル・マーケッツ法案(DMA)(2020年12月) ※閣僚理事会及び欧州議会で審議中

- EU域内のデジタルにおいて、競争的(contestable)で公正な(fair)市場を確保するため、①規制対象となるゲートキーパーの要件を定めるほか、②ゲートキーパーに対し、様々な義務（自己優遇、利用強制（抱き合わせ）、データ活用関連の禁止行為、相互運用性の確保）を規定。

## 2 ドイツ

- デジタルプラットフォーム事業者の濫用行為について競争当局による監視強化が必要。デジタルプラットフォーム事業者は個々の市場で市場支配的地位を有しているとは限らず、より効果的な規制を行うためのツールが必要。

### □ 改正競争制限禁止法(第10次) ※2021年1月施行

- 複数の市場をまたぐ競争について決定的な重要性(paramount significance for competition accoss markets)を有する企業による濫用行為（自己優遇、利用強制（抱き合わせ）、データ活用関連等）に関する規定を新設。

## 3 英国

- 少数のデジタル企業にかつてないほどの力が集中していることが、イノベーションや成長の妨げにとなっており、現行の競争ルールは少数のデジタル企業の実質的で強固な市場支配力によるシステム的な弊害に対処できない。

### □ デジタル市場における競争促進のための新制度(2021年7月)(政府が議会に提出したコンサルテーションペーパー)

- 問題に迅速に対応するため競争・市場庁にDMU(Digital Market Unit)を設置。少なくとも1つのデジタル活動において実質的かつ継続的な市場支配力が特に広範又は重大である企業を戦略的地位(strategic market status)を有する企業(SMS企業)と指定し、SMS企業に対し、義務的な行為規範(code of conduct)や競争促進的介入(pro-competitive intervention: PCI)の対象とすること等が提案。

## □ 米議会下院司法委員会・反トラスト小委員会の提言（抜粋）

- 巨大プラットフォーム企業 に対し
  - 非差別的な取扱いの義務付け（自己優遇の禁止等）
  - 相互互換性及びデータ・ポータビリティの確保
  - 支配的なプラットフォーム事業者の構造分離及び隣接する事業の禁止 等を提言

## □ 下院提出法案（デジタルパッケージ4法案） ※2021年6月委員会通過

法 案	内 容
① American Choice and Innovation Online Act 【選択・イノベーション法案】	巨大プラットフォーム企業による、 <u>不当な自己優遇</u> 、自社OS等への <u>不当なアクセス制限</u> 、プレインストールされたアプリの <u>アンインストールやデフォルト設定の変更の不当な制限等の禁止</u>
② Augmenting Compatibility and Competition by Enabling Service Switching Act (ACCESS ACT) 【相互運用性・競争強化法案】	巨大なプラットフォーム企業について、 <u>データポータビリティと相互運用性の実現を義務付け</u>
③ Ending Platform Monopolies Act 【プラットフォーム独占根絶法案】	巨大なプラットフォーム企業による、 <u>利益相反</u> をもたらすような事業活動の禁止
④ Platform Competition and Opportunity Act 【プラットフォーム競争・機会法案】	<u>M&amp;Aが合法であることの挙証責任</u> を巨大なプラットフォーム企業側に <u>転換</u>

## □ 上院提出法案 ※委員会審議中

法 案	内 容
① American Innovation and Choice Online Act 【イノベーション・選択法案】	巨大プラットフォーム企業による、競争制限的な <u>不当な自己優遇</u> 、自社OS等への <u>不当なアクセス制限</u> 、プレインストールされたアプリの <u>アンインストールやデフォルト設定の変更の不当な制限等の禁止</u>
② Open App Markets Act 【オープン・アプリ・マーケット法案】	巨大なプラットフォーム企業のアプリストアに対し、 <u>自社決済システム利用の義務付け等の禁止</u> ※下院でも同旨の法案が提出されている。

## □ 売上高基準・ユーザー数基準が数値で示されているもの

	規制対象の定義	売上高基準・ユーザー数基準等
<p><b>EU：DMA (案)</b>                      (※) 本頁以降の記載は European Commission の提案ベースによる。</p>	<p><b>ゲートキーパー【3条1項】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>コア・プラットフォーム・サービスの提供者は、以下の3要件を満たす場合、欧州委員会によりゲートキーパーに指定(2年ごとに見直し)。                             <ul style="list-style-type: none"> <li>(a) EU域内市場に重大な影響を与えている。</li> <li>(b) ビジネスユーザーが最終需要者に到達するための重要なゲートウェイとなるコア・プラットフォーム・サービスを運営している。</li> <li>(c) 当該事業者が、その事業において固定され、持続した地位にある、又は近い将来、そのような地位を享受することが予想される。</li> </ul> </li> </ul> <p>○コア・プラットフォーム・サービス (a.オンライン仲介、b.オンライン検索、c. SNS、d.ビデオ共有サービス、e.番号不要対人コミュニケーションサービス、f. OS、g.クラウド、h.デジタル広告) 【2条(2)】</p>	<p><b>売上高基準</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>過去3年度におけるEU域内の年間売上高が65億ユーロ以上又は前年における平均時価総額等が650億ユーロ以上であって、3か国以上のEU加盟国においてコア・プラットフォーム・サービスを提供((a)の要件を満たすと推定) 【3条2項(a)】</li> </ul> <p><b>ユーザー数基準</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>前年度において、EU域内のアクティブエンドユーザー数が月間4500万人以上、かつアクティブビジネスユーザーが年間1万社以上((b)の要件を満たすと推定)</li> <li>上記条件を過去3年度の各年度において満たす場合は、(c)の要件を満たすと推定される。) 【3条2項(b)(c)】</li> </ul>
<p><b>米国：下院パッケージ4法案、上院イノベーション・選択法案</b></p> <p>※条項の番号は選択・イノベーション法案のもの</p>	<p><b>対象プラットフォーム(covered platform operator) 【2条g項(4)】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>FTC又は司法省は、一定の要件を満たすオンライン・プラットフォームを対象プラットフォームに指定(期間：10年)※ [※上院法案は7年]</li> </ul> <p>○オンライン・プラットフォーム【2条g項(10)】</p> <p>以下の3条件を満たすウェブサイト、オンライン・アプリ、モバイル・アプリ、OS、デジタル・アシスタント又はオンライン・サービス</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(A) ユーザーが、プラットフォーム上の他のユーザーが閲覧できるコンテンツを生成し、又は、プラットフォーム上の他のコンテンツと相互作用する(interact)ことを可能にすること。</li> <li>(B) プラットフォームが支配していない消費者又は事業者との間で、アプリを含む商品若しくはサービスの提供、販売、購入、決済又は配送を支援すること。</li> <li>(C) 大量の情報にアクセスしたり表示したりするユーザーの検索又は問合せを可能にすること。</li> </ul>	<p><b>売上高基準</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>年間純売上高又は時価総額が6000億ドル超※ 【2条g項(4)(B)(ii)】 [※上院法案は5000億ドル超]</li> </ul> <p><b>ユーザー数基準</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>米国において月当たり5000万人以上のユーザー(又は10万人以上のビジネスユーザー) 【2条g項(4)(B)(i)】</li> </ul> <p><b>その他の基準</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>オンラインプラットフォーム上で提供される、又はオンラインプラットフォームに直接関連する製品の販売、提供をする事業者にとって重要な取引相手となっている(例：他の企業によるユーザーへのアクセスを制限し又は妨げる能力を有する等) 【2条g項(4)(B)(iii)、同項(6)】</li> </ul>
<p><b>米国：上院オープン・アプリ・マーケット法案</b></p>	<p><b>対象会社(covered company)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>一定の要件を満たすアプリストアを所有又は管理する者 【2条(3)】</li> </ul> <p>○アプリストア(app store)</p> <p>第三者の開発者から提供されたアプリを、コンピュータ、モバイル機器、又はその他の汎用計算機のユーザーに配布する、公開されたウェブサイト、</p>	<p><b>売上高基準</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>なし</li> </ul> <p><b>ユーザー数基準</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>米国内に5000万人超のユーザー 【2条(3)】</li> </ul>

## □ 定性的な基準のみ示されているもの

	規制対象の定義	備考
<p>ドイツ：改正競争制限禁止法(第10次)</p>	<p><b>複数市場をまたぐ競争について決定的な重要性(paramount significance for competition across markets)を有する事業者【19a条1項】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>連邦カルテル庁は、以下の考慮事項を勘案して、規制対象事業者を行政処分により決定。期間は5年。</li> </ul> <p>○考慮事項</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①一又は複数の市場で支配的な地位を有しているか</li> <li>②財政力(資金力)又は他のリソースへのアクセスの程度</li> <li>③垂直統合や関連市場における活動の程度</li> <li>④競争上機微なデータへのアクセスの程度</li> <li>⑤第三者が購入市場及び販売市場へアクセスする上での事業活動の重要性及び第三者の事業活動への影響の大きさ</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>連邦カルテル庁は、Facebook (2021年1月28日)、Amazon (2021年5月18日)、Google (2021年5月25日)、Apple (2021年6月21日) に対して指定のための調査を開始している。</li> </ul> <p>(現在の運用に鑑みると、個別事件調査の一環として19a条の対象事業者であるかの調査を行っていると思われる。)</p>
<p>英国：デジタル市場における競争促進のための新制度(2021年7月)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>DMUが戦略的市場地位 (strategic market status) にある事業者を指定 (SMS事業者)。期間は5年【Part3の各パラ】</li> <li>戦略的地位とは、事業者の実質的かつ継続的な市場支配力が、特に広範又は重大である可能性が高い場合をいう。 (実質的な市場支配力) ある企業が供給する商品サービスについて、ユーザー側に当該企業に代替し得る企業を見つけることが難しく、新規参入や他の企業の事業拡大の見込みがない。 (継続的な市場支配力) 獲得された市場支配力が継続し、短期的・中期的に競争が期待できない。【パラ60~65】</li> </ul> <p>OSMS認定に当たっての考慮事項【パラ68】</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>①ある活動において、非常に大きな規模(very significant size or scale)に到達しているか、</li> <li>②消費者にとって重要なアクセスポイントとなっているか、</li> <li>③企業がその活動を利用して、当該活動における市場支配力をさらに維持・強化できるか。他の活動の範囲を広げることができるか、</li> <li>④「ゲームのルール」を決定するために、その活動を利用できるか</li> </ol>	<p>—</p>

## EU: DMA (案)

ルールの概要	ルールを機能させる仕組み
<ul style="list-style-type: none"> <li>ゲートキーパーの義務は、自動的に適用される義務【5条】と義務遵守のための措置を特定した上で適用される義務【6条】に分類（個別の例外的状況や公益的理由によりゲートキーパーの義務を免除される場合あり【8条、9条】）</li> <li>ゲートキーパーの義務違反は、行為の差止め、制裁金等の対象【25、26条】になるほか、ゲートキーパーの組織的な義務違反とそのゲートキーパーとしての地位を強化又は拡大していることが認められた場合、行動的措置や構造的措置の対象となる可能性【16条】</li> <li>このほか、緊急の場合の暫定措置【22条】、ゲートキーパーが申し出た問題解消措置が適切な場合にとられる確約措置【23条】の対象</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>第6条の義務を遵守するための措置について、ゲートキーパーと欧州委員会との対話のか組み【7条】</li> <li>欧州委員会が、ゲートキーパーの指定、組織的な義務違反の有無、新しいコア・プラットフォームサービス・市場慣行を調査するために行う市場調査【14～17条】</li> <li>このほか、この規則を施行するために与えられた欧州委員会の権限として、①情報提供要求【19条】、②同意を得た者に対するインタビューの実施【20条】、③立入検査【21条】、④この法律の義務や実施すべきとされた措置の履行状況の監視【24条】</li> </ul>

## ドイツ: 競争制限禁止法

ルールの概要	ルールを機能させる仕組み
<ul style="list-style-type: none"> <li>「複数市場をまたぐ競争について決定的な重要性を有する企業」による濫用行為を禁止。当該企業の行為が客観的に正当化される場合は禁止されないが、その立証責任は企業側が負担【19a条2項】</li> <li>対象となる企業の禁止行為が認められる場合、禁止決定【32条】、暫定措置【32a条】、確約決定【32条b】の可能性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>連邦カルテル庁は、必要な全ての調査を行い、証拠を収集することが可能（具体的には、報告徴収権、帳簿書類の閲覧・検査権、裁判所の令状に基づく搜索権、押収権が付与）【57条等】</li> </ul>

## 英国: デジタル市場における競争促進のための新制度

ルールの概要(提案ベース)	ルールを機能させる仕組み(提案ベース)
<ul style="list-style-type: none"> <li>①公正取引(Fair Trading)、②オープンな選択肢(Open Choice)、③信頼と透明性(Trust and Transparency)の3つの目的から導かれる原則(Principles)を法律で定め、DMUはこの原則に従って、SMS企業ごとに法的拘束力のある行為規範(Code of Conduct)を策定し、義務内容を明確化【パラ83、90】</li> <li>SMS企業の義務違反が認められる場合、是正措置、一定の金銭的措置のほか、緊急の場合における暫定措置の可能性【パラ98、127】</li> <li>このほか、DMUがSMS企業の実質的で定着した市場支配力の根本原因に対処する必要があると認めた場合、当該SMS企業は、相互運用性の確保、機能分離等の競争促進的介入(PCI)の対象となる可能性【パラ102～104】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>参加型アプローチ*と正式な権限行使の組み合わせ、過度な規制負担の回避を図るとともに、ルールの実効性の確保を両立</li> <li>DMUに対し、CMAに認められていると同水準の情報収集権限(文書提出要求(データ、内部文書、説明文書等)、事情聴取のための出頭要請、立入検査等)を付与</li> </ul> <p>(参加型アプローチ*：DMUがと全ての関係者と建設的に関与し、助言や非公式の関与を通じて問題を解決するというもの)</p>

## □ 選択・イノベーション法案（下院）、イノベーション・選択法案（上院）

ルールの概要	ルールを機能させる仕組み
<ul style="list-style-type: none"> <li>両法案とも、対象プラットフォームによる<b>不当な自己優遇</b>、自社OS等への<b>不当なアクセス制限</b>、プレインストールされたアプリの<b>アンインストールやデフォルト設定の変更の不当な制限等の禁止等</b>を規定</li> <li><b>イノベーション・選択法案（上院）</b>は、選択イノベーション法案（下院）と比較すると、対象プラットフォームに課される<b>義務がより限定的</b>。例えば、以下のとおり。             <ul style="list-style-type: none"> <li>①自己優遇、排他的行為及び差別的取扱い（<b>競争制限的なものに限定</b>）</li> <li>②アンインストール制限、デフォルトの変更の禁止（<b>対象プラットフォームの機能・安全に必要でない場合に限定</b>）</li> <li>③ユーザーへのアクセス方法の制限、ユーザーの価格設定の制限（義務から除外）</li> </ul> </li> <li>両法案とも、禁止行為について、<b>対象プラットフォーム側の反証についての規定</b>があるが、要件に若干の差異がみられるほか、立証に必要とされる証明の水準が異なっており、<b>上院法案の方が対象プラットフォームの反証が容易</b>な規定となっている。（→スライド15）</li> <li>両法案とも、違反者を<b>民事制裁金</b>、<b>差止命令</b>の対象とするほか（→スライド17）、<b>緊急の場合の一時差止め</b>(temporary injunction)請求に【下院法案：2条i項、上院法案2条j項】について規定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>執行当局（連邦取引委員会、司法省及び州司法長官）は、<b>クレイトン法及びFTC法に規定されているのと同じの権限をもって、本法の執行を行うことができる旨を規定</b>【下院法案：2条h項(1)、上院法案2条】</li> </ul>

## □ オープン・アプリ・マーケット法案（上院）

ルールの概要	ルールを機能させる仕組み
<ul style="list-style-type: none"> <li>対象会社が、自社のアプリストア内における<b>不当な自社アプリの優遇</b>、<b>自社決済システム利用の義務付けの禁止等</b>を規定</li> <li>禁止行為に係る対象会社の反証については、<b>明確かつ説得力のある証拠により</b>(by clear and convincing evidence)証明が必要（→スライド15）</li> <li>5条a項(1)の規定により、執行当局は、民事制裁金や行為の差止め等を求め訴えの提起が可能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>上記と同様 【5条a項(1)】</li> </ul>

## □ 相互運用性・競争強化法案（下院）

ルールの概要	ルールを機能させる仕組み
<ul style="list-style-type: none"> <li>対象プラットフォームに<b>データポータビリティと相互運用性の実現を義務付け</b>【3、4条】</li> <li>違反者は民事制裁金、差止命令の対象（→スライド17）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>連邦取引委員会は、対象プラットフォームがデータポータビリティと相互運用性の義務を履行するために必要な基準を公表【6条c項】</li> <li>連邦取引委員会は、これらの義務の遵守状況を定期的に評価【6条d項】</li> <li>連邦取引委員会内に技術委員会を設置（技術委員会はこれらの義務の実施や技術面に関する連邦取引委員会の検討を支援）【7条a項】</li> </ul>