

モバイル・エコシステムの健全な発展に向けたルール整備について

競争政策調査会では、これまでデジタルプラットフォーム取引透明化法の策定などを通じ、オンラインモール、アプリストア、デジタル広告をはじめとするデジタル分野の健全な競争環境整備に取り組んできた。今般、スマホ上でのOS / アプリストア / ブラウザ / 検索などからなる「モバイル・エコシステム」全体の競争環境の課題やルール整備の方向性について検討を行った。

【競争環境上の主な問題となりうる事例】

- OSがアップデートされる際、競合アプリ事業者との情報格差を使い、アプリ開発に当たり時間的優位性を確保する。
- 自社のアプリストアの利用を義務付けたり、自社のアプリ内課金システムの利用を義務付けている。
- OS・アプリストアなどで得た競合アプリ事業者サービスの情報を、自社ビジネスのために活用する。等の多数の事例が報告されている。

【これまでのルールの課題】

- 独占禁止法に基づく措置は、「事後的」かつ「個別案件対応」であり、迅速かつ幅広く、事業者・消費者の利益や競争環境を守り切れない。
- デジタルプラットフォーム取引透明化法は、行政が介在する形でプラットフォーム事業者の行為に対し説明を求める枠組みだが、行為規制が課されていないという課題がある。

【諸外国の動き】

EU：デジタル・マーケット法案が、EU議会・理事会の承認を経て、施行される見込み。①広範なデジタル分野が対象、②少数の大規模プラットフォームに対し、細かな禁止行為類型（例：自社優遇・抱き合わせの禁止）を規定。

米国：超党派の議員グループによって法案（巨大プラットフォーム企業に対し、禁止行為類型を規定）が提出。

【検討の方向性】

モバイル・エコシステムについては、EU・米国をはじめ諸外国のルール作りの状況を踏まえつつ、我が国としても同エコシステムの健全な発展に向けてのルールの検討を早急に進めるべきである。その際、独占禁止法やデジタルプラットフォーム取引透明化法などの既存の法枠組みでは対応しきれない可能性も踏まえ、法制面も含めた検討を行っていくべき。

モバイル・エコシステムの2つのビジネスモデル

Apple：端末に強み、垂直統合（アプリストア、ブラウザエンジン）

Google：検索等に強み、契約でプリインストール、デフォルト設定

