

デジタル経済下の独占規制

～GAFAM 事案から紐解く～

目 次

- | | |
|-------------------------|---------------------|
| I. はじめに | IV. 新たな規制はなぜ導入されるのか |
| II. 独占を規制すべきか | V. おわりに |
| III. 独占規制はどのように執行されているか | |

フェロー 隅山 正敏

要 約

I. はじめに

デジタル経済では「勝者総取り」の傾向があり、独占規制の出番が多くなる。しかし既に確立した「独占状態」を前に、今更、独占規制を適用してどうなるのかという疑問も湧く。デジタル経済の下での独占規制について概観する。

II. 独占を規制すべきか

消費者にとっての独占のデメリットは「市場に競争があれば得られたであろう価格低下や品質向上を得られないこと」であり、既に独占市場を目の当たりにしている人々にとって実感し難いものである。また、独占規制は新たな産業の興隆を抑止する側面もあり、両立のために様々な制約が課されている。

III. 独占規制はどのように執行されているか

GAFAM に対して独占規制を適用する事案は、大きく①ある市場において独占を形成する際に不当な行為をとるケースと、②そうして獲得した独占力を不当に利用するケースに分かれる。①では初期の小さな成功を足掛かりに不当な行為を繰り返して「独占」を獲得するパターンが多い。②は、その市場の中で独占力を利用するケース（取引相手の搾取）と別の市場に参入する際に独占力を利用するケース（独占の梃子）とがある。また、データ支配力を不当に行使するケースもある。

IV. 新たな規制はなぜ導入されるのか

独占規制には産業振興との両立の観点から様々な制約が課されており、それは「係争期間の長さ」に繋がっている。特に①独占しているのはどの市場なのか（市場画定）、②そこでの独占者は誰か（独占認定）、③どのような行為が不当とされるのか（不当行為）の3点の立証が困難であり、これらを予め法定し、対象事業者を予め指定しておく「事前規制」が各国で導入されている。

V. おわりに

デジタルプラットフォーム事業者に対する独占規制の適用が本格化し、今後、どこまでが許容され、どこからが違法になるのかといった線引きが定まってくる。こうした実績は、新たなデジタル経済、例えば生成人工知能（AI）への応用が期待される。

I. はじめに

デジタルプラットフォーム事業は、それを利用する消費者が多くなるに連れて、一方で新たな利用者が呼び寄せられ（直接ネットワーク効果）、他方で彼らをターゲットとする企業（広告主）が呼び寄せられる（間接ネットワーク効果）といった循環を生み出す。その結果、初期に市場を押さえた勝者が市場全体を支配する（勝者総取り：winner take all）傾向にある¹。こうした市場の独占化に対して独占禁止法（競争法）はどのように対処しているのだろうか。

デジタル経済の勝者となった GAFAM に対して独占禁止法を適用する動きは 1990 年代に遡る。ところが、最近、裁判所による独占認定について「新たな展開」を予測する報道が続いた。例えば、米国連邦地方裁判所が 2024 年 8 月²と 2025 年 4 月³に Google の独占を認定した際に、その後の審理を先取りして「Google 解体論」（事業売却、企業分割など）を報じる記事が現れた。しかし、一般的な感覚を言えば、Google の独占は今に始まった問題でないし、精度の高い検索サービスを無料で享受するという「恩恵」を感じている消費者からすれば、恩恵をもたらす独占を規制すべきなのかという素朴な疑問も浮かぶ。

そこで、最初に、そもそも独占を規制すべきか、という点を含めて独占規制の枠組みを概観する（第 II 章）。続いてデジタル経済の下での独占規制の執行事案として GAFAM に関する事案を紹介する（第 III 章）。そこでは、ある市場を独占化するプロセスに関する事案と、獲得した独占力を不当に利用する事案を取り上げる。最後に、現行の独占規制に代わる新たな規制について背景と内容を概観する（第 IV 章）。

II. 独占を規制すべきか

わが国でも、かつては独占事業者が存在していた。例えば塩・たばこ（日本専売公社）、鉄道（日本国有鉄道）、電気通信（日本電信電話公社）である。これらの事業者は公的存在であり、かつてを知る世代にとり「独占」は当たり前の状態であった。しかし、公的存在であるが故に国の介入を招き、国民の過剰な要求に晒されるという「歪み」が蓄積していた。その解消のために民営化の道が開かれ、これらの事業者にも独占規制が適用されるようになった。更に、企業分割に踏み込んだケースも存在する。このように、わが国は「独占の解消」という経験を有するにも拘わらず、一般の人々が「独占規制」を意識する機会は殆どない。そこで、改めて「独占を規制すべきか」という疑問から出発する。

1. 独占は悪いことなのか

そもそも「独占は悪である」という定説はない。革新的な事業者が新たな市場を開拓して独占事業者になり、消費者は新たな市場から便益を得るという「良い独占」もあり得る。問題は「独占市場では市場競争が行われない」ことにある。その意味で「独占事業者」が悪いのではなく「競争のない市場」や「そうした市場にする行為」が問題なのである。

¹ 東條吉純「デジタルプラットフォームと独禁法」（日本経済法学会年報 42 号、2021/09）1 頁は独占化傾向の要因としてネットワーク効果の他にスイッチングコスト（他のプラットフォームに移り難い）、低廉な限界費用（単位当たりコストが規模拡大に応じて低減する）、フィードバック効果（データが増えるほど検索精度が上がる）を挙げる。

² 日本経済新聞「グーグル、独禁訴訟で敗訴、米地裁『ネット検索を独占』」（2024/08/06）など

³ 日本経済新聞「グーグル、広告も独占認定、米連邦地裁」（2025/04/18）など

（１）独占はどのような弊害をもたらすのか

独占市場とは、独占事業者と競合する事業者が存在しないことを意味する。複数の事業者が競合している市場においては、各事業者は価格を引き下げる、品質を引き上げるといった様々な努力を払うこと（市場競争）により市場における地位（売上などのシェア）を引き上げようと動く。こうした市場競争は低価格・高品質という果実を商品・サービスの購入者（消費者）にもたらす（消費者厚生）。他方で、独占市場ではこうしたメカニズムが働かない。独占事業者は競合相手を心配することなく価格も品質も自由に設定することが可能であり、価格引下げ・品質引上げを目指すインセンティブを有しない。消費者も「競争のある市場」で得られたであろう「低価格・高品質」を享受することができない。言い換えると「独占の弊害」は、独占市場の中で観察することはできず、「競争のある市場」を仮想し、それと対比することで初めて可視化することができる。これが独占規制の分かり難さに繋がっている。

《コラム 1》 公的独占とその弊害

本章冒頭で紹介した「公的独占」事案における弊害内容を概観する⁴。日本国有鉄道は1949年6月に公社として発足し、1980年度以降多額の赤字を計上して「破産状態」と形容された。赤字の要因はモータリゼーションへの対応の遅れであるが、国の過度な関与、地域住民の過大な要求、企業意識の喪失、不正常的な労使関係などの問題が機動的対応を阻害していた。1987年4月に分割の上で政府が株式を保有する特殊会社に移行し、1993年10月以降、順次上場を果たした。日本専売公社は1949年6月に発足し、業績は概ね順調であったが、たばこの国内消費の停滞、外国企業による開放要求といった経営課題への対処が求められる中、たばこ農家保護を目的とする葉たばこ全量買取制度が過剰在庫や製造原価の高止まりに繋がり、経営の重荷になっていた。1985年4月に特殊会社（日本たばこ産業）に移行し、1994年10月に上場を果たした。日本電信電話公社は1952年8月に発足し、業績は概ね順調であったが、技術革新等への対応が求められる中、電話事業の収支差の縮小、人件費の高止まり、合理化を進め難くする労使慣行が重荷になっていた。また独占による弊害も指摘されていた。1985年4月に特殊会社（NTT）に移行し、1987年2月に上場を果たした。独占を是正する「分割」についても1999年7月に実施された。

（２）独占は規制だけすれば良いのか

新たな市場を切り開いた革新的な事業者に対して、その市場の独占事業者であるという理由だけで独占規制を適用すると、イノベーションに取り組もうとする事業者がいなくなる。そうした革新的な事業者は初期投資に見合う独占的な利益を享受するに相応しく、そうした利益を保証することがイノベーションの誘因となる。他方で、革新的な事業者が独占による利益を十分に享受した後も新規参入を不当に阻害するのであれば、独占規制を適用してそうした行為を止めさせなければならない。デジタル経済の下ではイノベーションの重要性が増す一方で、独占化傾向が強まっており、独占規制と産業振興の両立が重要になっている。

⁴ 臨時行政調査会「行政改革に関する第三次答申－基本答申－」（1982/07/30）

（３）規制すべき独占とは何か

独占市場に対する規制の目的は「競争のある市場に変えること」になるが、独占市場の状況により規制の手立てが変わる。市場の中に劣勢ながらも競合事業者がいる場合や、外部の事業者が新規参入を狙っている場合にあっては、特に規制を加えずに消費者の選択（市場圧力）に委ねることになる。尤も、独占事業者が競争を回避したり排除したりするような場合に、こうした行為を止めさせる必要がある。規制対象の第一は「独占事業者が行う競争回避・排除行為」である。また、同じ独占市場であっても、他に競合事業者が存在せず、新規参入も見込まれない場合があり得る。この場合には規制当局が介入して「競争のある市場」を作り出す必要がある。その際の選択肢の一つが「独占事業者の分割」であり、分割により生まれる複数の事業者が相互に競争するように仕向けることになる。規制対象の第二は「競争のある市場に変えられない独占市場」である。なお、規制のあり方は下記３で説明する。

２．独占はどのように認定されるのか

「事業者が市場を独占している」と認定するためには、①独占している市場はどれか、②独占とはいかなる状態を指すのかという２つの問題をクリアする必要がある。また、デジタルプラットフォーム事業に特有の「両面市場」モデルにおいて「独占」をどのように認定するのかという点も問題となる。

（１）独占している「市場」とは何か（市場画定）

市場の捉え方には広狭様々なものがあり、市場を広く捉えると独占を認定し難く、狭く捉えると認定し易くなる。小売市場を例にとると、実店舗販売、通信販売、ネット販売などに分けることができ、ネット販売（電子商取引市場）は小売市場の２割程度（世界市場）である。ネット販売市場の有力事業者といえども小売市場全体で見れば小粒な存在に過ぎなくなる。このため、競争当局は市場を狭く捉えて独占を認定しようとし、事業者はこれに反論して規制を免れようとする。こうして、市場の範囲を決める「市場画定」は独占規制の適用における入口問題となる。

「市場画定」は、問題となる市場とそれに隣接する市場が一体的なものか否かという判定作業を繰り返すことにより結論を得る。両者が一体的な市場と認められればそれらを合算した市場とそれらに隣接する市場とで判定し、作業を繰り返して一体性が認められない段階に至ると、その時点の「市場」は他の市場から影響を受けない独立した市場であるということになる。

一体性の判断基準のうち最も基本的なものは商品・サービスの購入者（需要者）の意向である。ある商品等の価格が上がると需要者は別の商品等で代替するようになるという関係（需要の代替性）があれば、元の商品等と別の商品等とは一体とした市場を構成する。需要の代替性がある場合には、元の商品等の独占事業者といえども自由に価格を引き上げること（価格の支配）ができない。

《コラム２》市場の一体性に関する判断基準

市場の一体性は、本文で紹介した「需要の代替性」の他に、商品・サービスの提供者（供給者）に着目した基準で判断されることもある。美術目録に使われる高級紙を例にとると、需要者がコピー用紙で代替しようとする筈がない（需要の代替性はない）。この場合、製紙メーカーが軽微な投資を行

い、短期間に高級紙の生産を開始できるとすれば状況が変わってくる。価格の跳ね上がった高級紙を生産すべく、製紙メーカーはコピー用紙生産から急速にシフトする（供給の代替性）であろう。高級紙市場を独占する事業者が存在したとしても、供給の代替性がある限り、自由に価格を引き上げることはできない。

《コラム3》市場画定ガイドライン

市場画定が重要であるとの認識が深まると、各国は市場画定に関するガイドラインの整備に動いた。尤も市場画定を必要とするのは独占規制に限られず、実際のガイドライン整備も企業結合（合併）規制において先行した。米国では、1940年代には市場画定の重要性が認識されていたものの、経済学的知見に基づき体系化したのは1982年合併ガイドライン⁵であるとされる⁶。続いて欧州連合が1997年12月に「市場画定告示⁷」を制定し、わが国は2004年5月の「企業結合ガイドライン⁸」や2009年10月の「排除型私的独占ガイドライン⁹」の中に市場画定の方法論を盛り込んだ。

（2）いかなる状態が「独占」なのか

独占は、事業者が商品等の価格を（競合相手からの圧力に晒されることなく）自由に決定することができる状態（価格の支配）と言い換えられる。この価格決定プロセスを明らかにする証拠（直接証拠）を得ることは困難であり、間接証拠による立証も許容される。間接証拠として①独占的なシェアを有していること、②参入障壁によりそのシェアが守られていることを立証すれば、独占力が推定される¹⁰。

《コラム4》市場シェア

和久井論文¹¹は「市場における競争の活発さ又は不活発さを示す要因には、問題となる事業者が有する市場シェア、集中度、参入障壁、製品差別化の程度など様々なものがあるが、支配的地位の認定においては事業者の有する市場シェアが重視される傾向がある」とした上で、EU裁判所における市場シェアの取扱いについて論じている。

具体的な数値について、同論文は「80%以上のシェアは『非常に高くそれ自体で支配的地位の証拠となる』とし、63～66%のシェアも支配的地位を認定する証拠として十分」とする欧州司法裁判所の見解を紹介する。泉水論文¹²は、米国の状況につき「シャーマン法2条で独占行為とされるのは70%程度とか、50%未満では不十分とかいわれている」、欧州の状況につき「市場支配的地位の濫用を規制するEC条約86条ではより低い40%ないし65%で市場支配的地位認定の強い証拠になるといわれている」、日本の状況につき「先例を見る限りシェア基準は米国、ECより高いレベルが考えられているようである」とする。

⁵ 米国司法省は「Merger Guidelines」を1968年5月に制定し、1982年6月に全面改定した。現在は米国公取委（FTC）と共同で発行している。

⁶ 林秀弥「市場画定と独占禁止法」（日本経済法学会年報28号、2007/09）127頁など

⁷ 欧州委員会は「Commission Notice on the definition of the relevant market for the purpose of Union competition law」を1997年12月に公布し、2024年2月に改定している。

⁸ 公取委が2004年5月に策定した「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」では「一定の取引分野の画定の基本的考え方」という項を立てている。

⁹ 公取委が2009年10月に策定した「排除型私的独占に係る独占禁止法上の指針」では「一定の取引分野」という項を立てている。

¹⁰ 瀧川和彦「Googleによる一般検索サービスと関連広告市場における独占行為の事件」（公正取引893号、2025/03）など。

¹¹ 和久井理子「EU競争法における支配的地位概念について」（大阪市大法学雑誌61巻3号、2015/09）38頁

¹² 泉水文雄「私的独占・企業結合の規制」（日本経済法学会年報18号、1997/09）2頁

（３）両面市場の「独占」とは何か

デジタルプラットフォーム事業では、無料サービスで消費者を呼び集める取引（対消費者取引）とそうした消費者と取引したい事業者（広告主）を引き寄せる取引（対事業者取引）とがセットになっている（両面市場）。この場合、一方の市場だけで独占を認定するのか、両面市場の全体で認定するのかという問題が持ち上がる。

両面市場の性格を持つクレジットカード事業における先行事案がある。他社カードを利用するようにカード会員を誘導する行為（顧客誘導）を American Express (Amex) が加盟店に対して禁止したことが問題となった。米国連邦地裁¹³は 2015 年 2 月、加盟店取引を独立した市場と捉え、加盟店向け手数料を（競合相手の動向と関係なく）引き上げてきたことを理由に市場支配力があると認定した。連邦最高裁¹⁴は 2018 年 6 月、両面市場（加盟店取引と会員取引）を一体として捉え、Amex が会員向け手数料を高く設定して高級路線を歩んでいること、加盟店もそうした高所得層を狙って Amex 取引を続けていること、だからこそ加盟店が手数料引上げを受け入れたことなどの状況を勘案して、市場支配力を否認した。

尤も、クレジットカードにおいては対消費者取引も対加盟店取引も有料である。この点、デジタルプラットフォームにおいては対消費者取引が無料であることが多い。別々の市場と捉えた上で独占力を認定する裁判例も存在する（第Ⅲ章参照）。

３．独占をどのように規制するのか

独占市場に対する規制の対象は「独占事業者による競争回避・排除行為」と「競争のある市場に変えられない独占市場」である（上記 1（３）参照）。

（１）独占事業者による問題行為とその中止

独占事業者が「競争のない市場」を維持しようとする場合、①新規参入を防ぐ、②既存の競合事業者の競争能力を奪うという 2 つの選択肢がある。①はさらに、(a)参入障壁を高くして参入者をなくす、(b)参入予定者を買収して参入の脅威を取り除くという 2 つに分かれる。②は、例えば採算割れの価格で価格競争を仕掛ける（不当廉売）、取引相手に働きかけて競合製品の購入を止めさせる（拘束条件付き取引）といった形態がある。これを「競争のある市場」に戻すためには、最低限、「不当な行為」を止めさせる措置を講じる必要がある。わが国の独占禁止法では「排除措置命令」と呼ばれている。

《コラム 5》不可欠施設

参入障壁の代表例が、その事業を営む際に不可欠となる設備群（ネットワーク）である。公的独占の事案では、将来にわたる利益の独占を許容して巨額の初期投資を可能にし、郵便網、鉄道網といったネットワーク構築を急がせるという政策的必要性が当初には存在した。その必要性が薄れると、民営化を含む競争促進政策に転じる。その際に、独占事業者が築いたネットワークを外部者に開放しなければ新規参入が生まれなかったことが問題となる¹⁵。そこで、こうしたネットワークを「不可欠施設

¹³ JUSTIA, “United States v. American Express Co., No. 1:2010cv04496 - Document 619 (E.D.N.Y. 2015)”

¹⁴ JUSTIA, “Ohio v. American Express Co., No. 16-1454, 585 U.S. (2018)”

¹⁵ 独占禁止法研究会「独占禁止法研究会報告書」（2003/10）36 頁

（essential facilities）」と位置づけ、従前の独占事業者にその開放を義務づけるという考え方（不可欠施設の法理）が生まれた。ドイツ競争制限禁止法では明文の規定を設けており、欧米では判例法により認められている¹⁶。このように公的独占を解消するプロセスにおいて形成された法理であるが、「勝者総取り」の傾向が強いデジタルプラットフォーム事業に関する事案でもしばしば出現する。スマホ・エコシステムの基盤となる基本ソフト（OS）が不可欠施設の代表例である。

（２）市場独占状態の解消

競争事業者が存在せず、かつ、新規参入も見込めない市場を「競争のある市場」に変えるためには独占事業者を分割して相互の競争を促すことが選択肢になる。例えば、米国連邦最高裁判所は 1911 年 5 月にスタンダード石油に対して子会社 33 社の分離を命じた¹⁷。子会社株式の全ての放出を命じるとともに同社経営陣による子会社経営への参画を禁じることにより、親子間や子会社同士の競争を促した。わが国でも、独占規制に基づく事案ではないが、独占事業者であった日本国有鉄道や日本電信電話公社を分割したケース（《コラム 1》参照）がある。わが国では法制度も整備されており、独占的状态における競争回復措置（独禁法 8 条の 4）の規定に基づき事業譲渡命令を発することが可能になっている。尤も、こうした命令を外国企業に発することはできない。この点は GAFAM 事案における日欧の競争当局の選択を狭めている。

4. 各国独占規制の概要

日米欧の独占禁止法（競争法）は独占に対する規制だけでなく様々なものが盛り込まれている（《コラム 6》参照）。本稿では「独占に対する規制」だけを取り出して「独占規制」と呼ぶことにする。

わが国の独占禁止法は独占規制として私的独占の禁止（3 条）と独占的状态に対する競争回復措置（8 条の 4）を定める。前者は「事業者が市場を独占している状態」でなく「他の事業者の事業活動を排除・支配すること」（2 条 5 項）を意味する。適用要件は①排除・支配行為があること、②当該行為により競争が制限されることである。後者は「市場独占状態の解消」（上記 3（2）参照）に該当するが、私的独占が認定されないと競争回復措置を講じられないといった制約はない。米国ではシャーマン法 2 条（《コラム 7》参照）が独占規制を定めており、事業者が「独占すること」「独占を企図すること」を重罪とする。適用要件は①事業者が独占力を有すること、②事業者が意図的な独占形成・維持行為（価格等の操作や競争の排除）を行ったこととされる¹⁸。欧州連合では EU 機能条約 102 条の定める市場支配的地位の濫用が独占規制に該当する。適用要件は①事業者が支配的地位にあること、②事業者が反競争的效果を持つ行為を行うこととされる¹⁹。濫用行為は「排除型」と「搾取型」に分かれる（《コラム 8》参照）。なお、米欧では、行為に反競争的效果があるとしても客観的な必要性がある場合や最終的に消費者の利益になる場合に規制対象から外すという運用がなされている。

¹⁶ 川原勝美「不可欠施設の法理の独占禁止法上の意義について」（一橋法学 4 巻 2 号、2005/07）など

¹⁷ 坂本義和「スタンダードオイルカンパニーニュージャージーにおける解体と再編の過程」（三田商学研究 43 巻 2 号、2000/06）

¹⁸ 松下満雄「アメリカ独占禁止法」（東京大学出版会、2012/03）102 頁など

¹⁹ 笠原宏「EU 競争法」（信山社、2016/12）135-142 頁など

日米欧の独占規制は「大きく異なるものではない」「差がかなり縮まっている」と評されており²⁰、執行事案（第Ⅲ章参照）においても顕著な差異は認められない。

《コラム6》独占禁止法（競争法）の概要

わが国では独占禁止法と呼び慣らされているが、規制対象を独占に限っている訳でない。そのため米欧ではより一般的な「競争法」という呼称を用いる。競争法は大きく「競争のない市場」を作り出す行為と個別の取引における「反競争的な行為」とを規制している。

「競争のない市場」は、単一の事業者が市場を専有する「独占」と複数の事業者が協調して競争をなくす「取引制限（カルテル）」により作り出される。わが国の独占禁止法は単一の条文で両者を禁止している。なお、単一の事業者が他の事業者の経営を支配し、親子で市場を支配するケースは「独占」に分類される。規制を発動する際には、事業者の行為により「競争のない市場」が作り出されることを立証する必要がある。わが国の独占禁止法で言えば「競争を実質的に制限すること（制限効果が生じていること）」という要件を定める。

「反競争的な行為」は、市場（市場構造）でなく個別の取引に着目し、取引相手や競合者に不利益を与えて競争を阻害する行為を禁じる。法令で列举する行為類型を対象としており、わが国では①共同の取引拒絶（ボイコット）、②差別的な対価の設定、③不当廉売、④拘束条件付き取引、⑤優越的地位の濫用などの行為を列举する。列举された行為類型に該当すると判断した時点で違法性判断の大部分が終わり、行為のもたらす効果の立証はそれほど求められない。わが国の独占禁止法で言えば「競争を阻害するおそれ（阻害効果が生じる可能性があること）」という要件を定める。

《コラム7》米欧における競争法²¹

米国における主要な競争法はシャーマン法（1890年）、クレイトン法（1914年）、連邦取引委員会法（1914年）である。シャーマン法は独占（2条）と取引制限（カルテル、1条）を禁止し、クレイトン法は価格差別（2条）と排他条件付取引（3条）を禁止し、企業結合（合併）を規制する。連邦取引委員会法は不公正な競争方法と不公正・欺瞞的な行為・慣行（5条a項）を禁止する。欧州における競争法は、国内事案に適用される各国競争法と国を跨がる事案に適用されるEU競争法とで構成される。EU競争法はEU機能条約（TFEU）が定めており、競争制限的協定（101条）と市場支配的地位濫用（102条）を禁止する。

《コラム8》競合者の「排除」と取引相手の「搾取」

EUで規制される市場支配的地位の濫用行為（TFEU102条）には、競合事業者をターゲットとする「排除型濫用：exclusionary abuses」と取引相手をターゲットとする「搾取型濫用：exploitative abuses」とがある²²。「排除型」の典型が不当廉売を仕掛けて競合事業者の企業体力を奪うというものである。「搾取型」の典型が取引相手に対して取引停止をちらつかせながら不合理な要求を押し付けるというものである。なお、取引相手を巻き込んで競合事業者を排除する「ハイブリッド型」もあり、第Ⅲ章で紹介する事案でも多用されている。

²⁰ 泉水文雄「私的独占規制の展開と課題」（法律時報884号、1999/10）11頁、同「ドイツにおける競争政策」（小西唯編『産業組織論と競争政策』所収、2000/11）

²¹ 公取委「世界の競争法」、松下満雄「アメリカ独占禁止法」（東京大学出版会、2012/03）、笠原宏「EU競争法」（信山社、2016/12）など

²² 杉崎弘「EU競争法における支配的地位の濫用禁止規定の構造」（一橋法学19巻3号、2020/11）など

Ⅲ. 独占規制はどのように執行されているか

本章では、デジタル経済の下での独占規制の執行状況として、米欧当局が GAFAM に対して下した処分を概観する。類型としては、ある市場において独占を形成するプロセスで生じる問題と、そこで獲得した独占力を不当に利用する問題とに大別できる。なお、米欧間で独占規制に大きな差異はなく、その点に深入りしない。また、GAFAM 規制事案を本稿末尾に《図表 3》として記載する。

1. 市場をどのように独占していったか

GAFAM の現在の繁栄ぶりを見ると、いち早く新たな市場を切り開いて独占を手に入れたように感じられる。実際には参入者としては後発であることが多い。市場誕生後の初期段階において小さな勝利を収め、これを足掛かりとして先行する競合事業者を押しつけて、現在の「独占」を獲得するというのが基本的な展開である。また、問題行為は、いったんは独占を築いた市場が大きな変革を迎える中で、その独占状態を維持しようとする局面でなされることが多い。

（1）Microsoft が PC 用基本ソフトの独占を形成した事案

1970 年代後半に初期のパソコン（PC）が次々と発売される中、IBM は遅れること 1981 年に PC を投入した。PC は様々な作業を行うための基本ソフト（OS）を必要としており、IBM は Microsoft（MS）と共同で OS も開発した。つまり PC もそれに搭載する OS も後発組に属した。IBM 製 PC の成功を受けて「MS-DOS」（IBM 以外に販売する際の名称）が存在感を増す（初期の成功）と、MS は PC メーカーに対し「MS-DOS」の採用と他社 OS の排除を働きかけた。具体的には①自社 OS のランセンス料を PC メーカーの生産台数に比例させることにより、他社 OS を搭載した PC を生産するとライセンス料の二重払いが発生するように仕向けた、②ライセンス期間を長期に設定することにより、OS 更新時に他社 OS に切り替えられないように仕向けた。米国司法省²³と欧州委員会²⁴は 1994 年 7 月にこれらのライセンス慣行を取り止めることで MS と和解した（独占を認定せず）。その後の「Windows 95」の大躍進から振り返ると、PC 向け OS 市場は拡大期の入口にあるに過ぎず、米欧当局が独占（法令違反）の認定よりも不当なライセンス慣行の中止を重視したことに繋がったように思われる。尤も、その後も MS の行為を問題視する動きが続いており、下記 2（1）事案に繋がった。

《コラム 9》規制当局と被疑事業者の合意による解決

行政規制の違反が疑われる事案では、規制当局が法令違反を認定して行政処分を行うというのが通常のルートである。このルートを選ぶと、行政処分に至るまでに時間を要する上に、行政処分後にその取消を求める訴訟が提起されれば最終決着が先送りされ、その間、法令違反の疑義のある行為を放置することになりかねない。そこで、規制当局が行政処分の賦課を見送る一方で被疑事業者が疑義行為の中止を約束することにより、早期の最終決着を目指すという新たなルートが各国で導入されている。米国では 100 年以上の歴史を有し、欧州でも Microsoft 事案がこのルートを採用した。法令上の

²³ DOJ, “Microsoft Agrees to End Unfair Monopolistic Practices,” 1994/07/16

²⁴ European Commission, “Following an undertaking by Microsoft to change its licensing practices, the Commission suspends its action for breach of the competition rules,” 1994/07/17

正規のルートとして明文化する動きもあり、「確約（commitment）手続」という名称の下、欧州では 2004 年 5 月に関連する欧州理事会規則が、わが国では 2018 年 12 月に制度を導入する改正独占禁止法が整備されている²⁵。いずれも、①規制当局の承認・認定などにより確約に法的拘束力を持たせる、②確約が間違いなく実行されるように定期報告や外部監査を課すことが多い、③当局は行政処分と確約を必要に応じて使い分ける、という特徴がある。

（２）Google が検索連動型広告の独占を形成した事案

デジタル広告は、従来のマスメディアの代わりにインターネットを媒体として表示する広告であり、リスティング広告（検索連動型広告）、ディスプレイ広告などに分かれる。一般のウェブサイトの運営者も広告スペースを設けて広告収入を得ることができる。媒体側（publisher）が広告スペースを提供し、広告主（advertiser）が入札手続で競り落とすという仕組みで、全ての手続が自動化されており、両サイドで管理システムが必須となっている。また、2010 年頃には媒体側と広告主とを引き合わせる取引所機能も整備されている。

Google はデジタル広告分野において、検索連動型広告で先行する Overture 社に追随すべく 2002 年に媒体向け Adwords（現 Google Ads）を、2003 年 4 月に広告主向け AdSense（Applied Semantics 買収による）をそれぞれ開始し、2007 年 4 月に Double Click を買収して媒体向けサービスを強化した。また、2009 年に取引所機能を担う Google Ad Exchange を開始した。

米国では司法省が 2023 年 1 月にバージニア東部連邦地裁に提訴し²⁶、連邦地裁は 2025 年 4 月に独占規制違反を認定した²⁷（現在は弊害解消措置の審理中）。地裁は、ウェブ表示広告という区分を括り出して媒体向けサービスと取引所機能における独占力を認定した上で、①企業買収により媒体向けサービスを補強し、これと取引所とを抱き合わせることでにより独占力を獲得した、②媒体側に自社取引所の先行利用を義務づけること（first look）、他社取引所の落札価格を自社取引所の最低価格に設定するよう義務づけて後者の落札を確実にすること（last look）により独占力を強化したと結論づけた。

欧州では欧州委員会が 2010 年 11 月に調査を開始し²⁸、難産の末、2019 年 3 月に市場支配力の濫用を認定した上で違法行為の停止と制裁金 14.9 億ユーロの支払を命じた²⁹。そこでは、オンライン検索連動広告の仲介において市場支配的地位にあると認定した上で、媒体側に対して①競合他社の仲介する広告の表示を禁止した（2006 年～）、②禁止に代えて自社仲介広告の優先表示を義務づけた（2009 年～）、③他社仲介広告の表示方法を変更する際に事前承認を義務づけた（2009 年～）ことが濫用行為に当たると結論づけた。欧州一般裁判所は 2024 年 9 月に委員会決定を取り消した³⁰。問題行為のもたらす競争阻害効果について、媒体側が他の広告仲介者と取引できなくなったという意味なのか、他の広告仲介者がデジタル広告市場にアクセスできなくなったという意味なのかという点で立証が不十分であったとした。なお、欧州委員会は契約条項でなく取引慣行に着目した調査を 2021 年 6 月に開始した³¹。

²⁵ 高橋滋ら「競争法執行手続としての確約手続に関する OECD 報告書の概要」（一橋法学 15 巻 2 号、2016/07）954 頁など

²⁶ DOJ, “Justice Department Sues Google for Monopolizing Digital Advertising Technologies,” 2023/01/24

²⁷ JUSTIA, “United States et al v. Google LLC, No. 1:2023cv00108 · Document 1410 (E.D. Va. 2025),” 2025/04/17

²⁸ European Commission, “Commission probes allegations of antitrust violations by Google,” 2010/11/30

²⁹ European Commission, “Commission fines Google €1.49 billion for abusive practices in online advertising,” 2019/03/20

³⁰ CJEU, “Google AdSense: The General Court annuls the Commission’s decision,” 2024/09/18

³¹ European Commission, “Commission opens investigation into possible anticompetitive conduct by Google in the online advertising technology sector,” 2021/06/22

米欧を比較すると、先行した欧州委員会が問題視した契約条項は、頻繁に改定されるだけに競争排除効果を立証する際の苦勞に繋がったように見える。その反省を踏まえて欧州委員会は仕切り直しを図っており、また、米国当局も慎重に調査を進めたものと思われる。

（３）Meta が SNS の独占を形成した事案

今日的な意味での SNS は、2002 年 3 月に Friendster が開始し、2003 年 8 月開始の MySpace が世界市場を押さえたが、2006 年 9 月に学生限定の枠を取り外した Facebook（FB、現 Meta）が 2009 年に MySpace を抜き去った³²。このようにパソコンの時代から激しい競争が繰り広げられてきた SNS の世界で、より親和性の高いモバイル端末が 2010 年代に普及すると FB の地位も安泰ではなくなっていた。例えば、写真投稿の Instagram が 2010 年 10 月に、メッセージアプリの WhatsApp が 2009 年 11 月にそれぞれサービスを開始し、瞬く間に急成長を遂げていた。FB は当初、これらの機能を自社開発する予定であったが、開発能力が十分でなく、これらの事業者が脅威に成長する前に企業買収に踏み切ることを決定した（FTC 訴状）。そして、2012 年 4 月に Instagram³³を、2014 年 2 月に WhatsApp³⁴をそれぞれ買収した。

米国では連邦取引委員会（FTC）が 2020 年 12 月に提訴した³⁵（係争中）。FTC は訴状において FB 戦略を「買うか葬るか：Buy or Burry」と名付け、社内的には「グループ力の強化」より「脅威の中立化」の方が重視されており、独占を維持するための不当な企業買収であったと主張している。尤も、企業買収が「グループ力の強化」をもたらすことは否定できず、競争当局の今後の苦戦が予想される。

なお、欧州において規制当局に動きは見られない。

（４）小括

独占事業者は、その現在を見る限り、市場誕生当初から「独占」を築き上げてきたかのような印象を受ける。しかし、本節で紹介した事案を概観すると、初期に小さな成功を収め、この成功を梃子にして取引相手に様々な義務を課すことで競合者の競争能力を奪ったり（MS 事案、Google 事案）、潜在的な競合者を買収することでその後の「市場競争」を避けたり（Meta 事案）するといった問題視される行為を積み重ねて、今日では安泰に見える「独占」を形成してきたことが見て取れる。また、問題となる行為も、当初は露骨な行為（競合者の広告の表示を禁止する）を行い、批判が高まると批判をかわす行為（自社配信広告の優先表示を義務づける）に変更している（Google 事案）。

規制当局の苦勞で見ると、早期解決を図った MS 事案を除けば、いずれも長期戦に入っている。勝者が頻繁に入れ替わるデジタルの時代にあることを考えると、法令違反の認定を勝ち取った頃には「独占」の地位を手放している可能性が高く、当該認定から得られる「成果」は乏しいものとなっているかも知れない。その意味で独占規制の発動は「労多くして功少なし」という決着になりかねない。

³² 大向一輝「SNS の歴史」（通信ソサイエティマガジン 34 号、2015/09）など

³³ 日本経済新聞「社員 13 人、売上高ゼロでも買収額 810 億円、フェイスブック M&A の真相」2012/04/12 など

³⁴ 日本経済新聞「米フェイスブック、チャットアプリ会社 1.6 兆円で買収」2014/02/20 など

³⁵ FTC, “FTC Sues Facebook for Illegal Monopolization,” 2020/12/09。その後、連邦地裁から命じられて 2021 年 8 月に訴状を再提出している。

2. 獲得した独占力をどのように利用したか

前節では独占を形成するプロセスにおける問題行為を取り上げたが、本節ではそこで獲得した独占力を不当に利用する行為を取り上げる。大きくは、独占する市場の内部で不当に利用する類型（取引相手の搾取）と別の市場に参入する際に不当に利用する類型（独占の梃子）に分かれる。なお、後者では、競合事業者を押しつける道具として元の市場での取引相手を使うことがあり、重複する部分がある。

《コラム 10》独占の梃子（monopoly leverage）

独占事業者が新たな市場に挑戦する際に、元の市場における独占力を転用することを「独占の梃子」と呼ぶ。これについて、独占禁止法研究会³⁶⁾は「一つの市場で市場支配力を有する企業が、その力を利用して、関連市場にも勢力を拡大しようとする行為」と説明する。規制に際しては「レバレッジ[梃子]に関して、どのような場合に私的独占という市場支配力の維持強化が認められるかについては、第一市場での市場支配力の存在が認められるだけでなく、第二市場において競争の実質的制限まで立証する必要があるという考え方が有力である」（柴田論文³⁷⁾ 33 頁）とされる。同書は、独占の梃子を否定する見解も紹介し、その理由として「多角経営を目指す事業者の経営努力を強く制約し、『範囲の経済』『ネットワーク経済』等の利点を否定することにつながる」（同 31 頁）を指摘する。

（1）Microsoft がネット閲覧ソフト（ブラウザ）を梃子入れした事案

個人によるネット利用データを収集する入口として閲覧ソフト（ブラウザ）は極めて重要である。初期のブラウザ市場を押さえた Netscape Navigator（1994 年 12 月）に対抗して Microsoft（MS）は 1995 年 8 月に自社製品 Internet Explorer（IE）を投入した。その際に MS は Windows 95（OS）の独占力を利用してパソコン（PC）メーカーに対し IE の事前搭載を義務づける一方で、競合ブラウザの優先表示を禁止して自社ブラウザの普及を図った。この普及策は徐々に威力を発揮し、Netscape のシェアは 80%（1995 年）から 60%（1997 年）に急落し、IE は 50%（1998 年末）から 80%（1999 年）に急増したとされる。

米国では、司法省が 1998 年 5 月にワシントン DC 連邦地裁に提訴し³⁸⁾、連邦地裁は 2000 年 4 月に PC 向け OS 市場の独占と MS の行為の違法性を認定し³⁹⁾、同年 6 月に企業分割（OS 事業とアプリ事業の分離）を命じた⁴⁰⁾。巨大企業を分割するというドラスティックな手段を採用したことで世間の耳目を集めたが、連邦高裁は 2001 年 6 月にこれを取り消した⁴¹⁾。その際に、OS 独占力を梃子にしてブラウザ市場の独占を企図したという地裁認定を打ち消したため、ブラウザを含むアプリ事業を分離するという選択肢が消えた。争点は「OS とブラウザの抱合せ」（不公正な取引方法）に絞り込まれ、MS に妥協の余地が生じた。PC に事前搭載する OS・アプリにつきメーカー側の決定権を尊重することなどを約束し、2002 年 11 月地裁判決⁴²⁾、2004 年 6 月高裁判決⁴³⁾により当該約束に法的拘束力が生じた。

³⁶⁾ 独占禁止法研究会「独占禁止法研究会報告書」（2003/10）46 頁

³⁷⁾ 柴田潤子「私的独占」（日本経済法学会年報 38 号、2017/09）

³⁸⁾ DOJ, “Justice Department Files Antitrust Suit Against Microsoft for Unlawfully Monopolizing Computer Software,” 1998/05/18

³⁹⁾ JUSTIA, “United States v. Microsoft Corp., 87 F. Supp. 2d 30 (D.D.C. 2000),” 2000/04/03

⁴⁰⁾ JUSTIA, “United States v. Microsoft Corp., 97 F. Supp. 2d 59 (D.D.C. 2000),” 2000/06/07

⁴¹⁾ JUSTIA, “United States v. Microsoft Corp., 253 F.3d 34 (D.C. Cir. 2001),” 2001/06/28

⁴²⁾ JUSTIA, “United States v. Microsoft Corp., No. 1:1998cv01232 - Document 745 (D.D.C. 2002),” 2002/11/12

⁴³⁾ JUSTIA, “Commonwealth of Massachusetts v. Microsoft, 373 F.3d 1199 (D.C. Cir. 2004),” 2004/06/30

欧州では PC メーカーの決定権でなくユーザーの選択権が問題とされた。欧州委員会は 2008 年 1 月に調査を開始⁴⁴し、2009 年 12 月に MS 確約（ブラウザ選択画面を表示する）を承認して審査を終結⁴⁵した。なお、Windows 7（2011 年）にブラウザ選択画面を表示しなかったとして MS は 2013 年 3 月に制裁金 5.6 億ユーロを課されている⁴⁶。

その後、PC 向けブラウザで IE が世界市場を席巻したが、モバイル向けでの対応に後れをとり、今日では Google Chrome（約 70%）に大きく引き離されている（IE：0.1%）⁴⁷。

なお、MS は米 FTC による調査（1990 年）から競争当局との係争を始めており（《図表 3》参照）、本件における弊害是正措置の完了（2011 年）に至るまで 20 年余りを係争に費やしたことになる。

（2）Google がモバイル検索を梃子入れした事案

一般検索サービスにおいては、Yahoo!（1995 年）が人手によりサイトを分類するディレクトリ型検索を開始して初期の市場を押さえた後、Infoseek（1995 年）がサイト情報を自動収集するロボット型検索を開始し、この流れを汲む Google（1998 年）が PC 環境下の検索市場を押さえるに至った。2000 年代にモバイル端末の可能性が広がる中、Google は 2005 年 8 月にモバイル OS を開発する Android を買収した。同名の OS は無償で誰でも利用できる方式をとる中、Google は利用許諾の条件として自社検索エンジンの事前搭載と競合検索エンジンの搭載禁止を端末メーカーに義務づけることにより、PC 時代の独占力をモバイル時代にも維持しようとした。

米国では司法省が 2019 年 7 月に調査を開始し⁴⁸、2020 年 10 月にワシントン DC 連邦地裁に提訴した⁴⁹。連邦地裁は 2024 年 8 月に独占規制違反を認定した⁵⁰上で 2025 年 9 月に是正命令を発した⁵¹。先ず Google が一般検索サービス及び一般検索テキスト広告を独占していると認定した上で、この独占力を利用して上述の排他的な取引関係を築いたと結論づけ、また Google が当該取引関係の競争促進的側面を立証できなかったと補足した。市場画定に際して広告市場の中からテキスト広告市場を切り出すことにより、Amazon や Facebook が配信する画像広告を除外して独占を認定している。

欧州では欧州委員会が 2015 年 4 月に調査を開始し⁵²、2018 年 7 月に違法行為の停止と制裁金 43.4 億ユーロの支払を命じた⁵³。そこでは、Google が一般検索サービス、ライセンス可能なモバイル OS（Android）、Android に対応したアプリストアという 3 つの市場を支配していると認定した。また、違法行為として①ユーザー需要の大きいアプリストアを欲しがる端末メーカーに対して自社検索エンジン及び自社ブラウザの同時搭載を義務づけた（抱き合わせ）、②自社検索エンジンの事前搭載を条件として

⁴⁴ European Commission, “Commission initiates formal investigations against Microsoft in two cases of suspected abuse of dominant market position,” 2008/01/14

⁴⁵ European Commission, “Commission accepts Microsoft commitments to give users browser choice,” 2009/12/16

⁴⁶ European Commission, “Commission fines Microsoft for non-compliance with browser choice commitments,” 2013/03/06

⁴⁷ Statcounter Global Stats, “Browser market share worldwide, June 2025”

⁴⁸ DOJ, “Justice Department Reviewing the Practices of Market-Leading Online Platforms,” 2019/07/23

⁴⁹ DOJ, “Justice Department Sues Monopolist Google for Violating Antitrust Laws,” 2020/10/20

⁵⁰ JUSTIA, “United States et al v. Google LLC, No. 1:20-cv-03010-APM, Document 1033 (D.D.C. 2023)”

⁵¹ 日本経済新聞（夕刊）「グーグル分割回避、米連邦地裁」2025/09/03 など

⁵² European Commission, “Commission sends Statement of Objections to Google on comparison shopping service; opens separate formal investigation on Android,” 2015/04/15

⁵³ European Commission, “Commission fines Google €4.34 billion for illegal practices regarding Android mobile devices to strengthen dominance of Google's search engine,” 2018/07/18

端末メーカーと通信事業者に対して広告収益の分配を約束・実行した（違法な金銭供与）、③自社 OS・アプリを供与する際に Android から派生する OS（Android フォーク⁵⁴）の開発・搭載を禁止して競合 OS の出現を妨げた（競争の排除）、という 3 つを挙げた。市場画定に際してモバイル OS 市場の中からライセンス可能なものを切り出すことにより、iOS を除外して独占を認定している。欧州一般裁判所も 2022 年 9 月に委員会決定を支持した⁵⁵（現在も係争中）。

（３）Google が買物検索を梃子入れした事案

あらゆる目的に対応する一般的な検索サービスとは別に、特定の目的（商品購入、宿泊予約など）に特化した検索サービス（垂直検索）が存在する。Google は 2002 年 12 月に買物検索「Froogle」（現 Google Shopping）を投入したが、競合サービスに追い付くこともできなかった。そこで Google は 2008 年に市場戦略を変更した。すなわち、自社が支配する一般検索サービスにおいて検索結果を表示する際に自社の買物検索サービスを目立つ位置に表示し、また表示順位を引き下げる仕組みにおいて自社サービスを対象外とした。この結果、Google Shopping の利用はイギリスで 45 倍になるなど急増する一方で、競合サービスの利用は同国で 85% 減を記録するなど急減した。

米国では連邦取引委員会（FTC）が 2011 年 6 月に調査を開始し、2013 年 1 月に競争法違反にならないという見解を発表した⁵⁶。そこでは検索結果の表示順位の決定が消費者支持を得るために行われており、競争排除の効果を持つとしても競争法違反にはならないとした。

欧州では欧州委員会が 2010 年 11 月に調査を開始し⁵⁷、確約取付による収束に失敗した後、2017 年 6 月に競争法違反を認定して違法行為の停止と制裁金 24.2 億ユーロの支払を命じた⁵⁸。Google が一般検索サービスにおける市場支配的地位を濫用して、違法に自社の価格比較サービスを有利に取り扱ったと認定した。

本件は自社サービスの優遇（自己優遇）の事案であり、米国当局はこの類型の事案に寛容的であり、攻撃的な欧州当局と対照的な結論になっている⁵⁹。尤も、欧州では競合事業者が市場から顕著に排除されており、そうした証拠の有無が影響したのかも知れない。

（４）Apple がアプリストア独占を用いてアプリ事業者を搾取した事案

アプリストアは Apple の基本ソフト iOS の上で作動する「App Store」と Google の基本ソフト Android の上で作動する「Google Play」が二強である。App Store は iPhone 誕生（2007 年 6 月）に遡り、Google Play は 2008 年 10 月から提供されている。Apple はモバイル端末まで自社で生産して独自のエコシステムを構築する一方、Google はモバイル端末の生産を他社に委ねるオープン戦略をとっている。アプリ

⁵⁴ Android フォークの代表例が Amazon の「Fire OS」である。

⁵⁵ CJEU, “The General Court largely confirms the Commission’s decision that Google imposed unlawful restrictions on manufacturers of Android mobile devices and mobile network operators in order to consolidate the dominant position of its search engine,” 2022/09/14

⁵⁶ FTC, “Statement of the FTC Regarding Google’s Search Practices,” 2013/01/03

⁵⁷ European Commission, “Commission probes allegations of antitrust violations by Google,” 2010/11/30

⁵⁸ European Commission, “Commission fines Google €2.42 billion for abusing dominance as search engine by giving illegal advantage to own comparison shopping service,” 2017/06/27

⁵⁹ 滝川敏明「日米 EU のデジタル市場規制」（国際商事法務 51 巻 6 号、2023/06）765 頁など

ストアについては、①アプリ購入後の課金についてもアプリストア経由の決済（in-app purchase system: IPS）を義務づけている、②それ以外の決済方法をユーザーに知らせることを禁じている（顧客誘導禁止）という2点が問題となっている。尤も、アプリの殆どは、無料ダウンロードを認めてユーザー獲得を先行させ、その後の課金で稼ぐ方式をとっており、①についてはアプリストアが収益を得るための手段であるという側面を持つ。

米国では、アプリ事業者が争っている事案⁶⁰があるものの、規制当局に動きはない。

欧州では、欧州委員会が2020年6月に調査を開始し⁶¹、2023年2月に争点を②に絞り込み⁶²、2024年3月に顧客誘導の解禁と制裁金18億ユーロの支払を命じた⁶³（係争中）。行政処分に当たり、iOSユーザー向けアプリストアが独自の市場を形成しており、そこでの市場支配力を認定した上で、顧客誘導禁止が濫用行為に当たると結論づけた。なお、外部の端末メーカーにライセンスを供与するAndroid（Google）を市場から外しており、Googleとの取扱いの差異に繋がったようである。

なお、「アプリ内課金（IPS）」を制限すべく立法的な対応を行う国⁶⁴が出ている。

（5）小括

独占の弊害の最たるものは、取引相手（商品・サービスの購入者）が独占事業者のいいなりにならざるを得ないという状況であり、Apple事案が典型例となる。独占する市場の内部において特別な力を不当に利用していると言い換えることができる。この特別な力を市場の外に向かって利用する類型も存在する。独占市場における取引相手に様々な義務を課して、自らによる新たな市場への参入を有利に運ぶ事案（MS事案、Google事案）である。後者においては不当行為の新たな類型である「自己優遇」が用いられることもある⁶⁵。

独占規制の執行で見ると、取引相手に様々な義務を課す「拘束型」において米欧当局のスタンスに差異が認められない一方、不当行為が社内で完結する「自己優遇型」において合法判断と違法判断という真逆の判断がなされている点が注目される⁶⁶。

3. データを支配する力は独占力か

デジタル経済の下ではデータを支配する者が独占力や市場支配力を獲得する。市場支配を目指す事業者は、データの行き交う交差点を押さえて、そこからデータを大量に収集して市場競争における優位性

⁶⁰ アプリ事業者 Epic Games が独自の決済システムを導入したところ Apple が同社アプリを App Store から削除したため、同社は2020年8月に提訴した。連邦地裁は2021年9月に正式な差止命令を発し、連邦最高裁も2024年1月にこれを支持し、連邦地裁は2025年4月に差止命令の執行を命じている。

⁶¹ European Commission, “Commission opens investigations into Apple's App Store rules,”2020/06/16

⁶² European Commission, “Commission sends Statement of Objections to Apple clarifying concerns over App Store rules for music streaming providers,”2023/02/28

⁶³ European Commission, “Commission fines Apple over €1.8 billion over abusive App store rules for music streaming providers,”2024/03/04

⁶⁴ 韓国はアプリストア運営者がアプリ事業者に自社決済利用を強制することを禁じる改正電気通信事業法を2021年8月に成立させた。EU デジタル市場法とわが国スマホ新法（下記IV参照）も同様の定めを置く。

⁶⁵ OECD 報告書「デジタル市場における市場支配の濫用」（2020/10）は、これまで違法と想定されてこなかった濫用行為として濫用的梃子及び自己優遇、フリーライドの強要、プライバシー規約の抱合せを掲げる。

⁶⁶ 滝川敏明「日米 EU のデジタル市場規制」（国際商事法務 51 巻 6 号、2023/06）765 頁は「ビジネス界一般の見方」がこうした差異に繋がっているとする。

を確立しようとする。ブラウザを窓口として閲覧履歴を収集する、SNS を窓口として人々の興味関心を集約する、デジタル商店街を運営して商流データを収集するといった取組みが代表的である。個人情報保護法制が優先して適用される「個人データ」でなく「事業者データ」を利用する事案を概観する。

（１）Amazon が出店者データを支配した事案

Amazon は自社を販売者とするオンラインスーパーマーケット（自社販売サイト）と、他の販売者（出店者）と消費者を引き合わせるオンラインマーケットプレイス（電子商店街）とを営んでいる。販売者と仲介者という 2 つの立場を併せ持つことから、仲介を通じて得た出店者の販売データを自社販売に転用することが懸念されている。

欧州では欧州委員会が 2019 年 7 月に調査を開始し⁶⁷、2022 年 12 月に Amazon の是正提案（確約）を受け入れて調査を終了した⁶⁸。予備的な見解を通知する「異議告知書」においては、電子商店街における市場支配を認定した上で、出店者の事業データを自社の小売事業に転用することが濫用行為に該当するという暫定判断を示した（最終判断は見送り）。なお、出店者データの転用の他に、Amazon の物流システムを利用する出店者を優遇した「買物かご（Buy Box）」と「プライム会員向け販売」についても違法性を予備的に認定している。

米国でも FTC が 2023 年 9 月に提訴している⁶⁹が、自社より安値で販売する出店者に不当な取扱いを行うことなどを問題視し、出店者データの転用には言及していない。

（２）その他の事案

主要な争点になっていないが、他の事案においても独占事業者が他の事業者のデータを支配したものがある。例えば、Google は、自社の買物検索（Google Shopping）サービスにおいて競合事業者のコンテンツ（利用者レビューなど）を流用していた。また、Meta は、自社プラットフォームに広告を配信することを受け入れる代わりに、広告配信者がその際に利用したデータを他のプラットフォームに転用しないように義務づけていた。

（３）小括

現在のデジタルプラットフォーム事業は、消費者取引と事業者取引という組合せで両面市場を構成することが多い。そこでは消費者データを事業者取引に転用する類型が一般的であり、個人情報保護法制において議論が深まっている。しかし、他の事業者のデータを無断で利用するケースやその利用範囲を制約するケースが目立たないながらも発生している。この点は、生成 AI（人工知能）の学習において顕在化しており、注目を要する問題であろう。なお、Amazon 事案では、事業データの転用が自社小売部門に有利に働く一方で電子商店街部門に逆風を起こすこと（二律背反）になり、すぐさま確約に動いたものと推察される。

⁶⁷ European Commission, “Commission opens investigation into possible anti-competitive conduct of Amazon,” 2019/07/17

⁶⁸ European Commission, “Commission accepts commitments by Amazon barring it from using marketplace seller data, and ensuring equal access to Buy Box and Prime,” 2022/12/20

⁶⁹ FTC, “FTC Sues Amazon for Illegally Maintaining Monopoly Power,” 2023/09/26

4. わが国における執行事案

わが国においても Microsoft に対する排除勧告（1998 年 11 月）など比較的早期から取り組んでいる（末尾《図表 4》参照）ものの、独占の認定（企業分割に繋がり得る）や巨額の制裁金の賦課といった耳目を集める動きをとることはない。比較のために欧米と共通する事案を紹介する。

（１）Microsoft がワープロソフトを梃子入れした事案

米国におけるブラウザ抱合せ問題（上記 2（1）参照）と連動して、わが国の公取委は表計算ソフト Excel とワープロソフト Word の抱合せを問題視した。当時、パソコンは主要なソフトを事前に搭載した上で販売されることが多く、表計算では Excel が、ワープロでは一太郎（ジャストシステム製）が人気を集めていた。Microsoft は Word 普及を図るために PC メーカーに対して Excel と Word を抱き合せてライセンスを供与する戦略を採用した。そこで公取委は 1998 年 11 月に排除勧告⁷⁰を、1998 年 12 月に勧告審決⁷¹を発して、抱合せの停止を命じた。その際に独占規制を適用するのではなく不公正な取引方法（抱合せ販売）規制を適用した。一太郎はこの時期、シェアを 5 割台から 3 割台に落としたと報じられている。ブラウザ抱合せについては、既に改善措置を講じていたことから警告に止めた。

（２）Apple がアプリストア独占を防衛した事案

Apple によるアプリ決済の独占（上記 2（4）参照）について、欧州委員会（2020 年 6 月開始）に先駆ける 2016 年 10 月に公取委は調査を開始した。当初は独占規制の適用も視野に入れていたが、Apple による改善提案を受け入れて 2021 年 9 月に違法認定に踏み込むことなく調査を終了した⁷²。その際、Apple は、音楽配信アプリ、雑誌配信アプリ及びニュース配信アプリについて消費者を自社決済システムの外に誘導することを許容することを約束した。

（３）Google がモバイル検索を梃子入れした事案

Google によるモバイル検索の独占（上記 2（2）参照）について、公取委は 2023 年 10 月に調査を開始し⁷³、2025 年 4 月に排除措置命令を発した⁷⁴。Google が①スマホメーカーに対しアプリストア供与の条件として検索アプリとブラウザの事前搭載を義務づけた、②スマホメーカーと通信事業者に対し競合検索エンジンの不搭載を条件として広告収入の分配を約したと認定した上で、これらの行為が不公正な取引方法（拘束条件付き取引）に該当するとした。ここでも独占規制の適用は見送られている。

（４）小括

上記事案はいずれも、市場を独占・支配する事業者が不公正な取引方法を用いて競合事業者を排除し、又は取引相手に不利益を強いるという構図であり、独占規制と不公正な取引方法規制の双方を適用する

⁷⁰ 日経「マイクロソフトに排除勧告」1998/11/21 など

⁷¹ 公取委・審決等データベース「マイクロソフト(株)に対する件」1998/12/14

⁷² 公取委「アップル・インクに対する独占禁止法違反被疑事件の処理」2021/09/02

⁷³ 公取委「Google LLC らによる独占禁止法違反被疑事件に関する審査の開始」2023/10/23

⁷⁴ 公取委「Google LLC に対する排除措置命令」2025/04/15

ことが可能である。これらの事案に対して独占規制を優先して適用すべきとする見解⁷⁵がある一方で、立証の難しさなどの独占規制の「使い難さ」を指摘する見解⁷⁶もある。後者は、独占規制では「競争を実質的に制限すること」を、不公正な取引方法では「公正な競争を阻害するおそれ」をそれぞれ立証する必要がある、後者の違反認定が容易であるという言い方で「使い難さ」を説明する。

尤も、外国企業に対して企業分割を命令できないという限界があり、行政処分において「不当な行為の中止」を命じる以外に選択肢がないという状況を鑑みると、独占規制を適用しても「不公正な取引方法」規制を適用してもアウトプット（是正措置）に大差はないと言い得る。その意味で使い難い独占規制よりも、立証が容易で必要な措置を講じることのできる「不公正な取引方法」規制の方が使い易いという事情もあるように思われる。

《コラム 11》独占規制と優越的地位濫用規制

わが国の独占禁止法は「不公正な取引方法」の一つとして「優越的地位の濫用」を定める。個別の取引において当事者の立場の強弱を観察して適用を決定することになるが、独占事業者は当然、取引相手に対して「優越的地位」にあると認定されよう。その意味で、独占事業者に対する武器として独占規制と優越的地位濫用規制の2つが併存することになる。また、プラットフォーム事業のうち対消費者取引では個人情報保護法制に加えて優越的地位濫用規制の活用が志向されている⁷⁷。

そもそも優越的地位の濫用は、独占禁止法の1953年改正のタイミングで新たに指定され、当初は下請取引と百貨店取引を中心に執行された。その後、銀行取引、量販店取引、特許権取引など分野を広げつつ執行事案を積み重ね、近時はデジタルプラットフォーム取引を規制する主要手段に位置づけられている。

IV. 新たな規制はなぜ導入されるのか

各国競争当局は既存の競争法を駆使して GAFAM の市場独占に挑んできた（前章）。それと並行して新たな規制法を導入する動きが生じている。既存の競争法を執行する際にどのような問題があり、新たな規制法はそれをどのように解決し、どのように執行されているかという点について概観する。

1. 現行の独占規制の何が問題か

前章で紹介した事案に共通する課題として「係争期間の長さ」がある。基本的に当局調査→行政処分→訴訟という経過を辿り、最長で20年を要している。環境変化の激しいデジタル市場において長期戦を行うことは、①長期にわたって被害を放置することになる、②最終決着の時点において行政処分と市場実態との乖離が生じかねない、といった問題をはらむ⁷⁸。係争期間を長くする要因には、(a)独占認定

⁷⁵ 稗貫俊文「私的独占の総括的検討」（日本経済法学会年報28号、2007/09）10頁、柴田潤子「私的独占」（日本経済法学会年報38号、2017/09）33頁など

⁷⁶ 栗田誠「排除型私的独占ガイドラインの検討」（千葉大法学論集31巻3・4号、2017/03）272頁

⁷⁷ 公取委「デジタルプラットフォーム事業者と個人情報等を提供する消費者との取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」（2019/12/17）

⁷⁸ デジタル・プラットフォーマーを巡る取引環境整備に関する検討会「取引環境の透明性・公正性確保に向けたルール整備の在り方に関するオプション」（2019/05/21）10頁

の前提となる「市場画定」において様々な捉え方が存在するために議論が錯綜する、(b)市場が固まらないと誰が独占事業者なのかを決められない、(c)どのような行為を不当とするのが明確でなく、反競争効果を関係者から意見を聴取して判定するなど、行為の「不当性」の認定にも時間を要する、といったものを指摘できる。そこで、事前に独占事業者を指定する(市場画定と独占認定を事前に済ませておく)、不当行為を法令で列挙するという2点を手当した規制法が浮上する。なお、不当行為の列挙に際しては執行事案(《図表3》参照)が積み上がり、行為類型を整理できたという要因を挙げられる。

第二の問題点として「当事者の泣き寝入り」がある。デジタルプラットフォーム(DPF)がそもそも1つしかない(独占)のであれば競合DPFに乗り換えるという選択肢がなく、競合DPFが存在していても(寡占)、乗換に伴う不利益(スイッチングコスト)が大きければ当初のDPFを使い続けるしかない。こうした状況下では、DPF利用者はDPF運営者に対する不満があっても言い出し難く、我慢(泣き寝入り)を強いられる。そこで、当事者の申立を起点として競争当局が調査を始めるという本来のルートに加えて、競争当局の実態調査を先行させて、泣き寝入りしている当事者の声を拾い上げ、法令執行に活かすという仕組みを導入することが考えられる。

なお、新たな規制は、独占事業者による不当な行為を禁止するに止まり、その独占している市場の構造を変える措置(上記Ⅱ-3(2)参照)は引き続き競争法に基づいて執行されることになる。

2. 欧州連合はどのように対応したか(デジタル市場法)

デジタル市場法(DMA)は、重大な影響力を持つデジタルプラットフォームの運営者(ゲートキーパー)を主要サービスの種類で区分して指定し、競争制限行為及び不当行為を禁止することなどにより、デジタル市場の公正性と競争性を高めることを目的とする。欧州委員会が2020年12月に提案を行い⁷⁹、2022年9月に成立し、2024年3月からゲートキーパー規制が開始されている⁸⁰。

(1) 規制の概要

DMA 規制が適用されるゲートキーパーは、オンライン仲介サービス、オンライン検索エンジンなど10のサービス区分(2条2号)に分けて指定(3条1項)を受ける。指定を受けたゲートキーパーは①ユーザー情報を別のサービスで得た情報と結合すること(5条2項)、②プラットフォーム外での取引を制限すること(同3項)、③付随サービスを抱き合わせる(同7項)などが禁じられる。これらは全てのゲートキーパーに共通する禁止行為であるが、ゲートキーパー単位で設定される禁止行為(6条)もあり、(a)事業データの転用(2項)、(b)初期搭載アプリの削除の容認(3項)、(c)ランキングにおける自己優遇の禁止(5項)などがある。なお、ゲートキーパーによる法令遵守を確認するための市場調査(16条)も定められている。

(2) 指定の状況

ゲートキーパーの指定は2023年9月⁸¹を皮切りに3回行われている(《図表1》参照)。法令で定め

⁷⁹ European Commission, "Europe fit for the Digital Age: Commission proposes new rules for digital platforms," 2020/12/15

⁸⁰ European Commission, "Designated gatekeepers must now comply with all obligations under the DMA," 2024/03/07

⁸¹ European Commission, "Commission designates six gatekeepers," 2023/09/06

る数値要件を満たす事業者による申告を受けて、欧州委員会が審査・指定する。指定を受けると、6か月以内に法令遵守体制を整える必要がある。

（３）執行の状況

欧州委員会は2024年3月⁸²と2024年6月⁸³にDMA違反の疑いで調査を開始するなど具体的に動き始めている。

調査事案のうち第Ⅲ章で紹介したものの続編に当たるものが2件ある。第一は、アプリストアの外でアプリを販売し、その決済を行うことを許容しながら様々な制約を課してこれを妨害している疑い（上記Ⅲ－２（４）の続き）であり、AlphabetとAppleが対象となる。そのうちAppleの一部行為（2024年6月調査開始分を除く）について2025年4月にDMA違反を認定して制裁金を課した⁸⁴。第二は、検索結果

を表示する際に自社サービスを優先表示している疑い（上記Ⅲ－２（３）の続き）であり、Alphabetが対象となる。既に同社にはDMA違反の予備評価を通知した⁸⁵。

一方、DMAの施行に伴い新たに発生した事案もある。第一に、MetaはDMAに準拠したユーザー同意を取り付ける作業を行ったが、広告付きの無料プランと広告を伴わない有料プランの二者択一（pay or consent）を迫ったために「有意な選択肢のない中での同意」とされ、2025年4月に制裁金2億ユーロが課された⁸⁶。第二に、スマホと他社製の外部機器を連動させる措置（相互運用性）を巡るApple事案がある。通常は、行為の違法性を認定した上で是正措置を命令するという流れであるが、DMAでは（違法認定を省略して）是正措置の内容を当事会社と規制当局とが協議して決定する手続（明確化措置）を新設しており、Apple事案においても2025年3月に措置内容が発表された⁸⁷。

３．わが国はどのように対応したか（スマホ新法）

スマホソフトウェア競争促進法（スマホ新法）は、スマホ市場に強い影響力を持つ事業者がその立場

《図表 1》DMA ゲートキーパー指定

事業者	サービス	指定日
Alphabet	Google Map（仲介）	2023/9/6
	Google Play（仲介）	2023/9/6
	Google Shopping（仲介）	2023/9/6
	Google Search（検索）	2023/9/6
	Youtube（動画共有）	2023/9/6
	Google Android（OS）	2023/9/6
	Google（広告）	2023/9/6
	Chrome（ブラウザ）	2023/9/6
Amazon	Amazon Marketplace（仲介）	2023/9/6
	Amazon（広告）	2023/9/6
Apple	App Store（仲介）	2023/9/6
	iOS（OS）	2023/9/6
	iPad-OS（OS）	2024/4/29
	Safari（ブラウザ）	2023/9/6
Booking	Booking.com（仲介）	2024/5/13
ByteDance	TikTok（SNS）	2023/9/6
Meta	Facebook（SNS）	2023/9/6
	Instagram（SNS）	2023/9/6
	WhatsApp（メッセージ）	2023/9/6
	Messenger（メッセージ）	2023/9/6
	Meta（広告）	2023/9/6
Microsoft	LinkedIn（SNS）	2023/9/6
	Windows PC OS（OS）	2023/9/6

（出典）SOMPO インスティテュート・プラス作成

⁸² European Commission, “Commission opens non-compliance investigations against Alphabet, Apple and Meta under the DMA,” 2024/03/25

⁸³ European Commission, “Commission sends preliminary findings to Apple and opens additional non-compliance investigation against Apple under the DMA,” 2024/06/24

⁸⁴ European Commission, “Commission finds Apple and Meta in breach of the DMA,” 2025/04/23

⁸⁵ European Commission, “Commission sends preliminary findings to Alphabet under the DMA,” 2025/03/19

⁸⁶ European Commission, “Commission finds Apple and Meta in breach of the DMA,” 2025/04/23

⁸⁷ European Commission, “Commission provides guidance under DMA to facilitate development of innovative products on Apple’s platforms,” 2025/03/19

を利用して自己を優遇すること、アプリ開発者に対して不利益を及ぼすことを禁止することなどにより、アプリ市場における公正・自由な競争を促進することを目的とする。2024年6月に成立し⁸⁸、2025年12月に施行される予定である。

（１）規制の概要

規制対象となる事業者は、スマホに必須機能をもたらすOS、アプリストア、ブラウザ、検索エンジンという4つの製品・サービスの供給者である。これらの事業者の中から影響力の強いものを事前に指定し（3条）、供給した製品・サービスから取得したデータの不当な使用（5条）、アプリ開発者の不公正な取扱い（6条）を禁止する。これらとは別に製品・サービス別に禁止行為を加えており、OS提供者には第三者アプリストアの許容（7条）、アプリストア運営者には第三者支払手段の許容（8条）、検索エンジン供給者には自己優遇の禁止（9条）が義務づけられる。なお、当事者の申立を要しない職権調査（15条5項）を定めるが、泣き寝入りを防ぐ市場調査に係る定めは置かれてない。実態調査の実績⁸⁹が既にあるためであろう。

（２）準備の状況

公取委は2025年3月に規制対象事業者を指定し（《図表2》参照）⁹⁰、2025年7月に運用指針を発表した⁹¹。後者では、上記（１）に掲げる禁止行為について、具体的な判断基準、事業者が講ずべき違反防止措置、当局への報告の要領などを説明している。

《図表2》スマホソフト競争促進法に基づく指定

事業者	サービス	指定日
Apple	OS、アプリストア、ブラウザ	2025/3/31
iTunes	アプリストア	2025/3/31
Google	OS、アプリストア、ブラウザ 検索エンジン	2025/3/31

（出典）SOMPO インスティテュート・プラス作成

V. おわりに

デジタルプラットフォーム事業においては独占化・寡占化傾向が認められており、独占規制の出番が多くなる。しかし、これまでは、独占事業者による問題行為を中止させるという対応に止まってきた。最近になり「市場を独占している状態」を解消する対応に踏み込み始めた。

従前の対応（問題行為の中止）にあっても、調査の開始から行政処分の確定までに多大な時間を要してきた。この遅れは、独占規制が有する「事後規制」の性格に起因する。すなわち、独占事業者が不当行為を行ったとしても、それが競争を排除する効果を発揮するまで規制を執行しないというものであり、産業振興政策との両立を目指した結果である。実際の執行事案を概観すると、初期の小さな成功を足掛かりに市場を独占していくタイプとそこで得た独占力を不当に行使するタイプとに分かれる。尤も、独

⁸⁸ 日本経済新聞「スマホアプリ競争促す、巨大IT独占禁止の新法成立」2024/06/13 など

⁸⁹ 公取委「アプリストア運営事業者及びオンラインモール運営事業者の取引実態に関するアンケート調査への御協力のお願について」2019/02/27、公取委「デジタル・プラットフォーマーの取引慣行等に関する実態調査（オンラインモール・アプリストアにおける事業者間取引）について」2019/10/31、公取委「モバイルOS等に関する実態調査報告書について」2023/02/09 など

⁹⁰ 公取委「スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律における特定ソフトウェア事業者の指定について」2025/03/31

⁹¹ 公取委「スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律第三条第一項の事業の規模を定める政令等の一部を改正する政令等について」2025/07/29

占事業者も独占規制を意識しており、明らかに違法な行為を取り止めて、表面的には適法に見える行為を採用するようになっており、その分、独占規制の執行も難航している。

既存の独占規制の限界・制約を踏まえ、環境変化の激しいデジタル市場において早期解決を図るために、市場画定と独占認定を予め行い、法令に列挙する不当行為を行うだけで規制を執行する事前規制に移行する動きが生じている。

こうした試行錯誤は、これから誕生するであろう新たな市場に応用することが期待される。例えば、膨大な計算能力を消費して構築される生成 AI（人工知能）では、既に独占化・寡占化傾向が取り沙汰されている。実際にも報道機関のデータを学習目的で無断転用することなどの行為が問題視されている。独占規制は難解であるが、「勝者総取り」の傾向があるデジタル時代においては、引き続き注目していく必要があろう。

<参考文献等>

脚注に掲載した文献および下記文献

- ・岡田外司博「優越的地位の濫用規制の最近の展開」日本経済法学会年報 35 号、2014/09
- ・金井貴嗣「EU 市場支配的地位濫用規制の生成」中央ロージャーナル 12 巻 1 号、2016/03
- ・川濱昇「私的独占及び取引制限」根岸哲編『注釈独占禁止法』所収、2009/12
- ・菊池麻緒子「米国競争政策の変遷」公正取引 844 号、2022/05
- ・栗田誠「私的独占規制の理論と実務」日本経済法学会年報 28 号、2007/09
- ・伊永大輔「私的独占の問題」公正取引 871 号、2023/05
- ・白石忠志「支配的地位と優越的地位」日本経済法学会年報 35 号、2014/09
- ・泉水文雄「私的独占規制における支配型規制及びエンフォースメントのあり方」日本経済法学会年報 28 号、2007/09
- ・高橋岩和「優越的地位の濫用と独禁法」日本経済法学会年報 27 号、2006/09
- ・田中裕明「市場支配力の濫用と規制」日本経済法学会年報 20 号、1999/09
- ・長尾愛女「EU における優越的地位の濫用規制」公正取引 841 号、2020/11
- ・中島美香「米国グーグル反トラスト法裁判」情報通信政策研究 7 巻 1 号、2023/11
- ・根岸哲「優越的地位の濫用」根岸哲編『注釈独占禁止法』所収、2009/12
- ・野口宗一郎「独占禁止法におけるプラットフォーム事業者」阪大法学 73 巻 3 号、2023/09
- ・山部俊文「ドイツ競争制限禁止法における市場支配的地位濫用行為規制」一橋法学研究 29 号、1997/03

本資料は、情報提供を目的に作成しています。正確な情報を掲載するよう努めていますが、情報の正確性について保証するものではありません。本資料の情報に起因して生じたいかなるトラブル、損失、損害についても、当社および情報提供者は一切の責任を負いません。

《図表 3》米欧当局による独占規制執行事案

1. Microsoft 事案

事案の概要	調査開始	最終決着
【競合 OS 排除、自社アプリ抱合せ】 MS が①社内アプリ開発者に OS 情報を他に先駆けて提供した、②架空の OS を発表して PC メーカーが他社 OS を採用するのを妨げた、③OS 提供先である PC メーカーに自社アプリ採用を要求した、④OS ライセンス料を搭載台数比例でなく生産台数比例で設定したなどの不当行為を疑われた。米 FTC は意見対立により立件できなかった。	1990/6	1993/7
【競合 OS 排除、自社アプリ抱合せ】 米司法省は FTC と同じ疑惑に基づき調査を開始し、1994 年 7 月に提訴した（MS との和解案も同時に提出）。連邦地裁は 1995 年 8 月に和解を承認した。	1993/8	1995/8/21
【競合 OS 排除、自社アプリ抱合せ】 欧州委員会は米司法省と連携して同じ問題を追及し、1994 年 7 月に MS 是正提案を受け入れて調査を終了した。	(不明)	1994/7/17
【ブラウザ抱合せ】 米司法省は MS が Windows 95 とブラウザを抱き合わせたことを 1995 年和解違反と捉えて 1997 年 10 月に提訴した。連邦地裁は 1997 年 12 月に Windows 95 の単体提供を命じたが、連邦高裁は 1998 年 6 月に和解で許容されていた「統合商品」であるとして地裁命令を取り消した。	1996/9	1998/6/23
【ブラウザ市場の独占、ブラウザ抱合せ】 米司法省は同じ問題について和解違反でなく法令違反に構成し直して 1998 年 5 月に提訴した。連邦地裁は 1999 年 11 月に MS が市場支配力を利用して競合事業者を害したという事実認定を示し、2000 年 6 月に企業分割を含む是正措置を命じた。連邦高裁は 2001 年 6 月にブラウザ市場の独占を企図したという判断を破棄し、不当行為（抱合せ）に関する審理のやり直しを命じた。司法省と MS は「抱合せの中止」で合意し、その和解は最終的に 2004 年 6 月高裁判決で成立した。	1998/5/18	2004/6/30
【サーバーOS の独占】 ネットサイトはサーバーで管理されており、PC 向け OS とサーバーOS の連動が必要であるところ、MS は Windows 情報をサーバーOS を開発する他社に渡さないことで自社サーバーOS の普及を図った。欧州委員会は 2000 年 2 月に調査を開始し、2000 年 8 月に異議告知書を送付し、2004 年 3 月に情報提供と制裁金 4.97 億ユーロ支払を命じた。EU 一般裁判所は 2007 年 9 月にこの決定を支持したが、MS が委員会決定を遵守しない事態が継続し、2007 年 10 月に決定遵守を確認して決着となった。	2000/2/10	2007/10/22
【ブラウザ抱合せ】 欧州委員会は Windows とブラウザの抱合せについて 2008 年 1 月に調査を開始し、2009 年 1 月に異議告知書を送付し、2009 年 12 月に MS の改善提案を受け入れて調査を終了した。しかし、Windows 7 において改善提案の履行を怠ったために 2013 年 3 月に制裁金 5.6 億ユーロを課された。	2008/1/14	2013/3/6
【ビデオ会議 Teams 抱合せ】 MS がビデオ会議 Teams の普及を梃子入れするために Office 365 や Microsoft 365 に抱き合わせて提供することを開始した。欧州委員会は 2023 年 7 月に調査を開始し、2024 年 6 月に異議告知書を送付し、2025 年 5 月に MS 確約を受け取った（意見公募中）。	2023/7/27	(手続中)

2. Google 事案

事案の概要	調査開始	最終決着
【買物検索での自己優遇】 欧州委員会は Google が検索結果を表示する際に自社サービスを優先している（検索バイアス）疑いで 2010 年 11 月に調査を開始し、2012 年 5 月に法令違反とする暫定見解を通知した。当初は確約手続を模索したが、反対意見が根強く、2015 年 4 月に異議告知書を送付し、2017 年 6 月に違法行為の中止と制裁金 24.2 億ユーロの支払を命じた。EU 一般裁判所（2021 年 11 月）と司法裁判所（2024 年 9 月）は委員会決定を支持した。	2010/11/30	2024/9/10

【買物検索での自己優遇】 米 FTC は Google の検索バイアス問題で 2011 年 6 月に調査を開始したが、2013 年 1 月に消費者の支持を得るための措置であり競争排除効果を持つとしても法令違反に当たらないとする見解を発表した。なお、買物検索サービスに関しては他社コンテンツ（利用者レビューなど）を流用する点を指摘して Google 是正案を承認した。	2011/6/13	2013/1/3
【検索連動型広告の独占】 欧州委員会は Google がデジタル広告分野で不当行為を行っている疑いで 2010 年 11 月に調査を開始し、2012 年 5 月に懸念事項を通知し、確約手続を模索した（買物検索とセットで）。反対意見に押されて 2016 年 7 月に異議告知書を送付し、2019 年 3 月に違法行為の中止と制裁金 14.9 億ユーロの支払を命じた。処分に当たり、検索連動型広告の仲介市場における支配的地位を認定した上で、①広告を受け入れるサイト運営者に競合サービスの利用を禁止し、2006 年からは② Google 配信広告の優先表示と他社配信広告の表示方法を変更する際の事前同意を義務づけていたことが法令違反になるとした。EU 一般裁判所は 2024 年 9 月に委員会決定全体を取り消した。問題になった義務づけがサイト運営者の自由を奪ったのか、競合する広告配信者の自由を奪ったのかを立証できていないことなどを理由とした。	2010/11/30	2024/9/18
【一般検索と検索連動型広告の独占】 米司法省は 2019 年 7 月にプラットフォーム調査を開始し、2020 年 10 月に Google を提訴した。一般検索、検索広告、検索テキスト広告の市場を独占していると認定した上で、モバイル検索分野で他社検索や他社ブラウザの頒布を阻止し、次世代デバイスにおける検索サービスの頒布経路の支配を企図したことが法令違反になるとした。連邦地裁は 2024 年 8 月に一般検索と検索テキスト広告の 2 つの市場における独占を認定し、2025 年 9 月に他社を排除する独占契約の禁止などを命じた。	2019/7/23	（係争中）
【デジタル広告の独占】 欧州委員会はデジタル広告問題で切り口を変えて 2021 年 6 月に調査を開始し、2023 年 6 月に異議告知書を送付し、2025 年 9 月に制裁金 29.5 億ユーロを課した。媒体向けサービス、広告主向けサービスの 2 つの市場で支配的地位を認定した上で、媒体が実施する入札、広告主による広告枠の購入において自社取引所を優遇する措置を講じていたことを法令違反とした。	2021/6/22	（係争中）
【デジタル広告の独占】 米司法省は 2023 年 1 月にデジタル広告を独占したとして Google を提訴した。媒体向けサービス、広告主向けサービス、取引所サービスでの広告技術を独占し、①広告技術事業者を買収で無力化し、②媒体者と広告主に自社サービスの利用を強制し、③競合サービスの利用を妨害してきたと主張する。連邦地裁は 2025 年 4 月にデジタル広告の独占を認定した。	（不明）	（係争中）
【スマホ OS の独占】 欧州委員会は Google がスマホ OS 市場での支配的地位を濫用している疑いで 2015 年 4 月に調査を開始し、2016 年 4 月に異議告知書を送付し、2018 年 7 月に違法行為の中止と制裁金 43.4 億ユーロの支払を命じた。①OS ライセンス時に自社の検索エンジンとブラウザを抱き合わせた、②自社多額のインセンティブを支払って検索エンジンの事前搭載を働きかけた、③他社による OS 改変を禁止して競合 OS の出現を防いだことが法令違反になるとした。EU 一般裁判所（2022 年 9 月）は決定の一部を取り消し、制裁金を 41.2 億ユーロに減額した。	2015/4/15	（係争中）

3. Apple 事案

事案の概要	調査開始	最終決着
【アプリ外決済】 欧州委員会は Apple のアプリストアについて 2020 年 6 月に調査を開始し、2021 年 4 月に異議告知書を送付し、2024 年 3 月に違法行為の中止と制裁金 18 億ユーロの支払を命じた。音楽配信市場における支配的地位を認定した上で、自社システムを利用しない決済（アプリ外決済）にユーザーを誘導しないようにアプリ開発者に義務づけたことを違法とした。なお、2023 年 2 月まではアプリ外決済の禁止も問題視していた。	2020/6/16	2024/3/4
【モバイルウォレット】 欧州委員会は Apple Pay について 2020 年 6 月に調査を開始し、2022 年 5 月に異議告知書を送付し、2024 年 7 月に Apple の申し出た確約を承認して審査を終了した。異議告知書ではアプリ	2020/6/16	2024/7/11

市場・モバイルウォレット市場における支配的地位を暫定的に認定していた。確約では競合するモバイルウォレット開発者に対して自社デバイスの通信機能に Apple Pay を経由しないでアクセスすることを許容することなどを約束した。		
【スマホ市場独占】 米司法省は 2024 年 3 月にスマホ市場・高性能スマホ市場の独占を理由に Apple を提訴した。①他社スマホへの乗換を容易にするスーパーアプリの成長を阻害した、②高性能スマホに買い換えなくても利用できるストリーミングサービスの開発を妨害した、③他社スマホへの送信機能を低下させて当該機能を有するメッセージアプリを排除した、④他社スマートウォッチとの接続機能を低下させて iPhone と Apple Watch の継続購入に誘導した、⑤他社デジタルウォレットとの接続機能を低下させて他社アプリと横断的に利用できるウォレットの開発を阻害したといった違法行為を掲げる。	(不明)	(係争中)

4. Amazon 事案

事案の概要	調査開始	最終決着
【出店者データの転用】 Amazon が出店者データを自社小売部門に転用していること、買物かご (Buy Box) での優先表示やプライム会員向け販売での優遇により出店者が自社流通システムを利用するように誘導していることが問題となった。欧州委員会は 2019 年 7 月に調査を開始し、2020 年 11 月に異議告知書を送付し、2022 年 12 月に Amazon の申し出た確約を承認して審査を終了した。	2019/7/17	2022/12/20
【利用者の同意】 Amazon が同意のないままプライム会員に登録させ、その解約を意図的に難しくしていることが問題となった。米 FTC は 2023 年 6 月に提訴した。	(不明)	2023/6/21
【電子商店街の独占】 米 FTC は 2023 年 9 月に電子商店街の独占を理由に Amazon を提訴した。安値販売を行う出店者を制裁・妨害して小売価格を平準化し、プライム会員向け販売で優遇する条件として自社流通システムの利用を抱き合わせ、他の電子商店街での小売価格にもそのコストを反映せざるを得なくしたと主張する。	(不明)	2023/9/26

5. Meta (Facebook) 事案

事案の概要	調査開始	最終決着
【SNS の独占】 米 FTC は 2020 年 12 月に SNS の独占を理由に Facebook を提訴した。①競合事業者を小規模のうちに買収して将来における脅威を取り除いた、②アプリ開発者に対して自社プラットフォームとの接続情報を開示する条件として競合機能の開発を制限し、競合 SNS との接続を禁止していたと主張する。なお、連邦地裁の命令で 2021 年 8 月に訴状を再提出している。	(不明)	(係争中)
【SNS と SNS 広告の独占】 欧州委員会は 2021 年 6 月に調査を開始し、2022 年 12 月に異議告知書を送付し、2024 年 11 月に不当行為の中止と制裁金 8 億ユーロの支払を命じた。個人向け SNS 市場と SNS 上のディスプレイ広告市場における支配的地位を認定した上で、①SNS と広告配信サービスを抱き合わせてユーザーが広告を拒否できなくしたこと、②自社 SNS への広告配信を許諾した他の広告配信事業者に対してその際の関連データを他社 SNS に転用することを阻害したことが法令違反になるとした。	2021/6/4	2024/11/14

(出典) SOMPO インスティテュート・プラス作成

《図表 4》わが国における独禁法適用事案

被疑者	措置日	事案の概要
Microsoft	1998/11/20	PC メーカーが表計算 Excel とワープロ・一太郎を搭載して出荷することが多い中、Microsoft は Excel 単独供給を拒否し、ワープロ Word とのセット提供を受け入れさせた。また、ネット接続事業者に対し他社ブラウザの配布・宣伝を制限した。公取委は Word 抱合せについて排除勧告を、ブラウザ問題で警告をそれぞれ発した。ブラウザ問題では既に問題条項を削除していたことが勘案された。
Apple	2000/10/3	Apple 日本法人は小売店に対し「正規販売店」に認定する見返りとしてデスクトップ型「iMac」とノート型「iBook」を希望小売価格で販売するよう義務づけ、また、ポイントバック制度を採用する小売店に対しポイント付与対象から外すよう指示した。公取委は警告を発した。
Microsoft	2004/7/13	Microsoft は PC メーカーに OS 「Windows」を提供する際に自社及び他の PC メーカーに対し特許権侵害で提訴しないことを約束させていた。公取委は排除勧告を発した。その後も 2008 年 9 月に審決が出されるまで係争が続いた。
Apple	2018/7/11	Apple 日本法人はスマホ「iPhone」販売を通信事業者に委託する際に注文数量やユーザー提示料金プランを事前に設定し、販売時の値引きを義務づけていた。公取委は Apple から正申出を受けたことから審査を終了した。
Amazon	2019/4/11	Amazon 日本法人は全商品にポイントを付与すること、その原資を出店者に負担させることを発表した。公取委による調査を受けて同社は提案を撤回し、公取委は審査を終了した。
Amazon	2020/9/10	Amazon 日本法人の小売部門は商品納入業者に対し①値引き原資を負担させる、②販売不振時に金銭を提供させる、③商品の優先表示を実施せずにその対価だけ受け取る、④在庫品を正当な理由なく返品するなどの行為を行っていた。公取委は同社の提出した確約計画を認定して審査を終了した。
Apple	2021/9/2	Apple はアプリストア運営に際してアプリ開発者に対し自社決済手段の利用を強制し、外部決済手段への誘導を禁止していた。公取委は同社の提案した改善措置を確認し、その実施を確認して審査を終了すると発表した。
Google	2024/4/22	Google は 2010 年 7 月から日本ヤフーに検索技術・検索広告技術を提供しているところ、2014 年 11 月に検索広告技術の提供に制限を設け、日本ヤフーが広告媒体側と取引を行うことを困難にしていた。公取委は Google 提出の確約計画を認定して審査を終了した。
Google	2025/4/15	Google は端末メーカーにアプリストアを提供する際に①検索エンジンなど自社アプリを抱き合わせ、②自社アプリの画面表示方法を指定し、③広告収益を分配する条件として他社検索エンジンを搭載しないことを要求していた。公取委は事案の重大性から確約手続を選ばず、排除措置命令を発した。

(出典) SOMPO インスティテュート・プラス作成