

一般財団法人  
日欧産業協力センター  
EU-Japan Centre  
for Industrial Cooperation

一般財団法人日欧産業協力センター レポート

# 欧州 デジタル政策 EU Policy Insights

## Vol.2 2022年7月

〒108-0072  
東京都港区白金1-27-6  
白金高輪ステーションビル4階

TEL: 03-6408-0281  
FAX: 03-6408-0283

E-MAIL :  
[eujp-info@eu-japan.or.jp](mailto:eujp-info@eu-japan.or.jp)

- 本資料は、当センターの公式見解を示すものではありません。
- 本レポートの内容は別途記載がない限り執筆時点で入手している情報に基づくものであり、その後の状況変化や追加政策発表により変わる場合があります。
- 本レポートの感想、取り上げて欲しいトピック等、お寄せください。 [eujp-info@eu-japan.or.jp](mailto:eujp-info@eu-japan.or.jp)

# EUにおけるオンライン・プラットフォーム規制（デジタル・マーケット法・デジタル・サービス法）

## 1. はじめに

EUにおいては、ここ数年、気候変動対策と並ぶ政策の柱としてデジタル分野での様々な立法やイニシアチブが提案・議論されている。その中でも重要な取組みの一つが米国系の巨大テクノロジー企業等が提供するオンライン・プラットフォームに対する規制案であるデジタルマーケット法とデジタルサービス法である。

2020年12月に欧州委員会より提案・公表された両法案は本年7月の欧州議会において可決され、EU理事会での議決をまって正式に成立する見込み(\*1)である。そこで、本稿では、あらためて同法案の概要や最新の議論の状況、そして予想される実務や日本企業への影響について述べる。

## 2. EUのプラットフォーム規制の目的・背景

ソーシャルネットワーク、Eコマース等のオンライン・プラットフォームは、今日では消費者の生活や行動様式を大幅に変化させ、また企業のビジネス慣行にも大きな影響を与えている。他方で、そのシェアの大半が米国の巨大テクノロジー企業に独占されており、他のオンライン・プラットフォーム事業者や当該プラットフォームを利用する中小企業との間では、公正な競争・取引関係が歪められている可能性が指摘されていた。また、消費者の意思決定や行動内容に大きな影響を与えるゆえに、プラットフォームが提供するサービスの内容が差別的助長や基本的人権の侵害（プライバシー・表現の自由等）につながる懸念も指摘されている。

特に、EUでは、欧州委員会が2020年2月に策定したデジタル戦略(Shaping Europe's Digital Future)において、欧州が重視する価値観（基本的人権の確保・公正な競争の促進等）を尊重した上でのデジタル技術の進展を促進することを掲げており、オンライン・プラットフォームを対象とした立法措置は重要な柱の一つとして位置付けられている。

（2022年5月欧州デジタル政策vol.1参照）

加えて、コロナ禍を経て欧州では「戦略的自律」(Strategic Autonomy)という概念のもとに米中（ロシアによるウクライナ侵攻後はロシアも含めて）といった大国に依存することなく欧州の価値観に沿った経済活動や政治的意思決定を行える環境整備に力を入れており、米中の巨大プラットフォームへの依存状況を改善し、欧州の「デジタル主権」(Tech Sovereignty)を確立するための取組みとしても両法案は重要視されている。特に、デジタル主権を重視するフランスがEU理事会の議長国(\*2)となっていた2022年前半では議論が急ピッチで進み、EU理事会・欧州議会・欧州委員会での政治合意を経て、正式成立が目前の状況になっている。

＜参考＞ 法案提案時の担当委員のコメント

法案公表時にはデジタル政策を所掌する2人の委員（ベステア上級副委員長とブレトン委員）から以下のようなコメントがあった。2人の委員のコメントを比較すると、元競争担当委員だったベステア委員が公正な競争の促進に力点を置く一方で、域内市場の担当であるブレトン委員はより域内でのイノベーション促進等に力点が置かれていることがわかる。



ベステア委員

プラットフォームに関する）2つの法案の目的は1つで、ユーザーがオンライン上で安全な製品やサービスを幅広く選択できるようにすることです。そして、欧州で事業を展開する企業が、オンライン上でもオフラインと同様に自由に公正な競争ができるようにすることです。私たちは、安全な方法で買い物をしたり、目にしたニュースを信頼したりすることができなければなりません。オフラインで違法なことは、オンラインでも同じように違法だからです。



ブレトン委員

多くのオンラインプラットフォームは、市民や企業の生活、さらには社会や民主主義全体において中心的な役割を果たすようになってきました。本法案に基づき、我々は次の数十年に向けてデジタル空間を構築していきます。調和のとれたルール、事前規制、より良い監視、迅速な執行、抑止力のある制裁により、欧州でデジタルサービスを提供・利用するすべての人が、セキュリティ、信頼、イノベーション、ビジネスチャンスの恩恵を受けられるようにします。

### 3. デジタルマーケット法（DMA）

#### （1）概要

デジタルマーケット法は一部の巨大テクノロジー企業が独占的なシェアを有している現状を鑑みて、デジタル分野での公正な競争の促進や欧州域内のスタートアップ・中小企業等の成長促進を図ること目的としている。

具体的には、既存のプラットフォームサービスは、規模の経済性やいわゆる「ネットワーク効果」が競争力を確保する上で重要であるところ、一部の巨大企業がユーザーと競争力の源泉であるデータを独占することでこの分野における競争を阻害しているとの懸念を指摘している。一方で不公正な競争が顕在化してから「事後的に」調査・適用を行う既存の競争法は、執行に時間がかかり日々刻々と変化するデジタル分野への適応が不十分であるとの問題があった。そこで、既存の競争法を補足しつつ、域内でのデジタル分野での競争やイノベーションを活発化するために、デジタルマーケット法では、一部の巨大プラットフォームを提供する事業者を「ゲートキーパー」として特定し、そのゲートキーパーに対して競争環境を歪めないための特別な義務を「あらかじめ」課すとともに、欧州委員会に一定の調査権限を付与し、ゲートキーパーが当該義務を遵守していないと認められる場合には一定の制裁措置を適用できるとした。

本年5月には欧州議会、EU理事会と欧州委員会が政治合意（本年3月）した後の最新の条文案が公表されたが、同条文は基本的に欧州委員会提案との間に大きな変更はない。以下では、最新の条文案を前提に具体的な適用関係を説明する。

## (2) 適用対象企業（ゲートキーパー）

本法案が適用されるのは、欧州域内で域内市場に大きな影響力を与える「コア・プラットフォームサービス」を提供する企業を指し（3条1項参照）、具体的な適用閾値として、当該サービスを提供する企業が、①域内年間売上高75億€以上又は平均時価総額750億€以上を有し、かつ②当該サービスの月間アクティブユーザー数が平均4500万人以上又は月間アクティブビジネスユーザーが平均1万社以上という規定されている（同条2項参照）。

さらに、対象となる「コア・プラットフォームサービス」は2条2項に列挙されており、ソーシャルネットワークやビデオ共有プラットフォーム、検索エンジン、バーチャルアシスタント（※欧州議会修正で追加）、クラウドサービス等が挙げられている。

上記要件に該当すると欧州委員会が認めた場合には、同企業はゲートキーパーと指定されることになる。

当初の欧州委員会案では、①の要件が「域内年間売上高65億€以上又は平均時価総額650億€以上」とされていたが、欧州議会からの主張でこの閾値が引き上げられることになった。この結果、適用対象が狭まり、より米国系の巨大テクノロジー企業に焦点を絞った規制になったと評価できる。

## (3) 義務内容

ゲートキーパーに指定された場合、同企業はそのプラットフォームサービスについて法案に列挙されている事項の遵守が求められることになる。具体的に求められる義務の類型としては、①データの独占・集約の禁止・制限②（その独占的・優越的地位を利用した）自社サービスの優遇への制限③ゲートキーパーが提供する特定のサービスへのロックイン効果の防止等がある。

例えば、①に関しては、以下のような事項が禁止、又は原則禁止されることになる。

- ターゲティング広告に利用することを目的に、当該プラットフォームを利用する他の企業が収集したエンドユーザーの個人情報を処理すること
- ゲートキーパーが提供する複数のプラットフォームサービスから収集した個人情報を集約して利用すること、
- 当該プラットフォームサービスを利用するビジネスユーザーが生成した非公開情報を自社のサービスのために利用することの禁止

また、②に関しては、ゲートキーパーが提供するサービスやソフトウェアを使用することをプラットフォーム利用者に強制することの禁止やメッセージサービスを提供するゲートキーパーはより小規模なメッセージサービスとの相互運用性を確保しなければならないとされた。後者の義務は、欧州議会での指摘に基づいて含まれた事項である。

さらに、③に関しては、プラットフォーム上での自社サービスや製品の優遇の禁止等が挙げられる。

## (4) 義務違反の場合の制裁について

上記義務にゲートキーパーが違反した場合には、最大で全世界売上高の20%（繰り返し違反の場合）の制裁金が課せられる。この制裁金の上限は当初の欧州委員会提案の10%から20%に引き上げられている。

さらに、ゲートキーパーが本法案で規律されている義務内容を構造的に遵守できない状況にあると認められた場合、欧州委員会は市場調査を行った上で、「構造的・行動的」救済措置を講じることにも可能である。この措置には、一定期間の買収行為の禁止等が含まれると考えられる。

(5) 欧州委員会の調査権限について

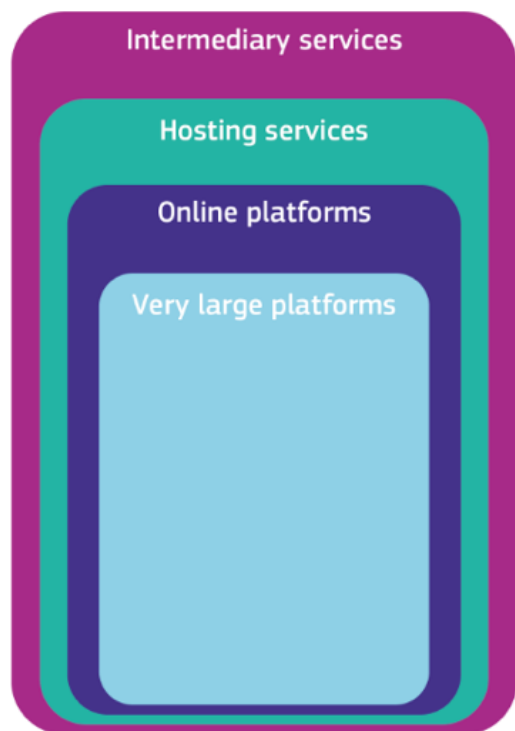
執行面においては、欧州委員会への調査権限が付与されている。具体的には、欧州委員会では、①ゲートキーパーの指定②ゲートキーパーが本法案で規律されている義務の遵守について構造的に失敗しているか否か③新たなデジタルサービスを本法案に基づいて「コア・プラットフォームサービス」に追加すべきかどうかの調査を行うことが可能となる。

## 4. デジタルサービス法 (DSA)

(1) 概要

DMAと並ぶプラットフォーム規制であるデジタルサービス法 (DSA) であるがこちらはより消費者の権利保護に重きをおいた法案になっている。昨今では、ソーシャルネットワーク等のプラットフォーム事業者をはじめとするオンライン上の仲介事業者が提供するサービスを通じて、市民が行動や意思決定さらには当該プラットフォーム等を利用する事業者のビジネス慣行に多大な影響を与えている。こうした影響力の大きさゆえ、欧州が重視する基本的人権の侵害 (プライバシー・表現の自由・平等権) が侵害されることや、当該サービスを利用する中小企業等の成長が阻害されるリスクを懸念して、欧州委員会はオンライン上の仲介サービス事業者に対して、そのサービスの適用過程での透明性確保や、一定の行為の禁止を含む同法案を提案した。本法案では、DMAと異なり大規模プラットフォーム事業者以外の事業者も一定の規制に服することになる。それゆえ、域内でのオンラインプラットフォーム関連の事業への実務的な影響も少なくないことが予想される。

同法案もDMA同様にフランス議長国の下で急ピッチで議論が進み、本年4月に欧州議会、EU理事会と欧州委員会が修正案について政治合意に至った。ただし、3社合意後の条文は未だ公表されていないので、以下では欧州委員会が2020年4月に提案した法案をベースに報道等で紹介されている欧州委員会提案からの修正についても言及する。



(図の出典) 欧州委員会HP

(2) 規制対象

本法案では、規制対象事業者を以下の4つに分類しているおり、この分類に応じて規制内容も異なる。

①仲介サービス

第三者のコンテンツをデジタル上に保存・伝達するためのインフラに提供する事業者全般を指す。インターネットアクセスプロバイダ等のほか、以下で規定されるホスティングサービスやオンライン・プラットフォームも含む。

②ホスティングサービス

クラウドサービス等、ユーザーのデータを保管・管理するためのサービスを指し以下のオンライン・プラットフォームも含む。

③オンライン・プラットフォーム

ホスティングサービスのうち、売り手と消費者をつなげる機能を有するものでソーシャルメディアやマーケットプレイス、コンテンツの共有やアプリケーションの販売サービス等が該当する(\*3)。

④超大規模オンライン・プラットフォーム(VLOP)

有害コンテンツの流布や社会的危害を生じさせるリスクが特に高い非常に規模が大きいプラットフォームのことで欧州の4億5000万人の消費者のうち10%以上の消費者にリーチするプラットフォームがこれに該当する。

ただし、零細・小規模プラットフォームは規制から除外される。

(3) 義務内容

上述の通り規制内容は、対象事業者の種類・規模によって異なるが、全ての事業者に対して規制がかかるものとして。コンテンツモデレーション措置を行うことについての利用規約の公開義務や透明性に関する報告義務（実施しているコンテンツモデレーションの内容や違反コンテンツの通知件数等）が挙げられる。

これに加えて、ホスティングサービスの提供事業者には違法コンテンツへの対応に関する理由の通知義務等が、さらにプラットフォーム提供事業者には、オンライン広告の透明性確保義務（広告であることの表示や広告表示を決定するに際して使用された主なパラメータの提示等）が求められる。

最も厳しく規制されるVLOPでは、レコメンダーシステムに関する義務（主たるパラメータの提示、プロファイリングに基づかない方法を含む一定の代替的システムをユーザーが利用可能にしておく等）、オンライン広告の透明性に関する追加義務、当該サービスに関するリスク評価・軽減措置の実施等が義務付けられることになる。

以上のような、欧州委員会提案に加えて消費者保護を重視する欧州議会は数多くの義務追加を提言している。本稿執筆時点では、条文案が提示されていないが、欧州議会・EU理事会・欧州委員会の合意案では、いわゆる「ダークパターン」に対する規制や、一部のターゲティング広告（信教・性的嗜好・人種等の機微な個人情報を利用するもの）を禁止する規律が追加される事などが報道されている。

(4) 執行・制裁

本法案成立後は、各加盟国に執行責任者としてのデジタルサービス調査官がおかれ調査権限等を有することになる。

また、本法案に規定している義務への違反が認められる場合には、欧州委員会は前年度の総売上高の最大6%の罰金等の制裁を課することができる。

**5. テクノロジー企業等の反応**

本法案について、米国企業との競争不均衡の是正を期待する域内企業は基本的には本法案を歓迎している(\*4)。他方で、規制の主な対象となる米国のテクノロジー企業は、本法案の提案当初から、総論としては取組を歓迎しつつも、米国企業の実質狙い撃ちになる点や、ターゲティング広告規制等、プラットフォームビジネスのビジネスモデルに重大な影響をもたらす点を中心に懸念等を表明してきた。

例えば、Metaの国際部門トップのNick Clegg氏は、法案提案から3ヶ月後に、プラットフォームの透明性・説明責任を強化することには賛同しつつも、両法案の一部規定がイノベーションの促進を阻害するリスクを指摘している(\*5)。

加えて、法案成立後の執行についての意見も米国企業からは出てきている。Microsoftは、「デジタルマーケット法の一般的な義務をどのように遵守するかについて、さらなるガイダンスが必要となる。同義務が、設計、運営、ビジネスモデルにおいて大きく異なる特定のプラットフォームサービスにどのように適用されるべきかについて、多くの未解決の問題があり、欧州委員会と主要な利害関係者は、早期に意見を述べる機会を持つべきである。」と述べる(\*6)。

なお、米国系企業を含む欧州域内のデジタル関連の企業が加盟するDigital Europeは、総論としてはDMA・DSAについて賛同しつつも、「中小企業にとってのオンラインプラットフォームの利点に不当な影響を与え、(中略)技術革新へのインセンティブを低下させる可能性」についても指摘している(\*7)。

## 6. 今後の展望（日本企業への影響等）

DMAの「ゲートキーパー」に該当する企業が概ね米国系の巨大テクノロジー企業であるということからすれば、上記2法案のうち、直接日本企業にも影響を与える可能性があるのは、デジタルサービス法であろう。大規模でない事業者についても、オンライン広告やコンテンツモデレーションに関する透明性確保義務が課せられれば、実務的には大きな影響が予想される。

さらに、本法案は、世界に先駆けたプラットフォーム事業者への本格的な規制であり他国や企業に与える影響は大きい。実際に、米EU間での閣僚級会合である貿易技術評議会

(TTC)においてもプラットフォーム規制について議論されている。米国政府では、バイデン政権成立後、プラットフォーム規制に積極的といわれるリナ・カーン氏が連邦取引委員長に、ティム・ウー氏が国家経済会議の特別補佐官に就任しており、米国でも同様に一定の規制が導入される可能性がある。その結果、本法案で規律された内容が事実上のグローバルスタンダードとなれば（いわゆる「ブリュッセル効果」）日本企業についても同様の対応が迫られる可能性がある。米国テクノロジー企業の積極的な意見表明・ロビイングもこうしたEUの立法の影響力を考慮しての動きと見ることができる。

したがって、直接に法案の適用対象にならないとしても、本法案の世界への波及効果を注視する必要がある。特に、成立後は欧州委員会や加盟国がどの程度効率的に一連の規制を執行できるのかが焦点になる。その内容次第ではプラットフォーム関連のビジネスモデルに大きな影響を与えることが予想される。

注：

(\*1) EUにおいては、欧州委員会が法案を提案し、EU理事会（加盟国の代表により構成）と欧州議会の承認をもって法案が成立する。

(\*2) EU理事会では、半年毎の交代で各加盟国が議長国を務める。理事会での検討事項は一定程度議長国の関心事項にプライオリティが置かれることも多い。

(\*3) ただし、零細・小規模プラットフォームは規制から除外される

(\*4) 例えば、Annika Lincka “European Parliament agrees on new rulebook for digital markets”, European DIGITAL SME Alliance, 16 Dec 2021

(\*5) Nick Clegg “The next two years will define the next 20 for Europe’s internet economy” May 31, 2021

(\*6) Rima Alaily and Casper Klyngne from Microsoft, “Let’s stay focused and make the Digital Markets Act effective”, 10 Dec 2021

(\*7) “Digital Markets Act position paper” Digital Europe, 21 May 2021