

デジタルプラットフォームをめぐる課題と規制の動き

寺田 眞治 ●一般財団法人日本情報経済社会推進協会 客員研究員

安全保障の視点からEUではIoTを対象にしたサイバーレジリエンス法、米国ではTikTok禁止法が成立。公正な市場競争の観点では米国で反トラスト法違反の指摘が続き、日本ではスマホ新法が制定。

巨大なデジタルプラットフォームに対する規制が、加速度的に世界に広まりつつある。EUでは包括的な規制を課すデジタル市場法（DMA：Digital Market Act）が本格的に施行され、米国ではグーグルのブラウザであるChromeの分離を求める訴訟やTikTokの排除が進められるなど、同時多発的に規制論議が進められている。アジアでも中国のデジタルプラットフォーム排斥の動きが見られるようになり、韓国では既にスマートフォンのアプリマーケットについて法律でアップルとグーグルの独占を禁止している。

この流れは日本においても同様で、スマホ新法と呼ばれる「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」が2024年6月に公布され、2025年末の全面施行に向けた作業が進められている。また、公正取引委員会はグーグルに対してスマホ製造事業者への自社アプリ強要の排除を命令しており、海外のデジタルプラットフォームに対する執行もついに始まった。

当初のデジタルプラットフォーム規制は、独占／寡占市場の開放という公正な市場競争の確保を目的とするものであったが、現在では偽・誤情報の流布をはじめ、情報窃取などの国家や経済の安

全保障上の問題、大量のパーソナルデータを取り扱うことによるプライバシー侵害の問題、未成年者の保護の問題など多様化している。

■ EUの動向

EUのデジタルプラットフォームに対する規制は構造化されており、それぞれの目的が明確になっている。主なものとしてはデジタル市場法とデジタルサービス法（DSA：Digital Service Act）になる。そのほか、必ずしもデジタルプラットフォームだけを対象としてはいないものの、一般データ保護規則（GDPR：General Data Protection Regulation）、データ法（Data Act）、サイバーレジリエンス法（CRA：Cyber Resilience Act）、AI法（AI Act）なども、結果的にデジタルプラットフォームに規制を課すものとなっている。

デジタル市場法は、その名前の通り、直接的に公正な市場の競争環境を確保するためのものであり、2024年3月から全面的に適用されている。これにより、コアプラットフォーム・サービスにおいて、利用者数などの一定の条件を満たしてゲートキーパーと指定されたデジタルプラットフォームが広く規制される。指定の条件を満たせば事業者の国や地域は問われないが、結果的に規模の

巨大な米国のビッグテックを規制し、EU市場を守るものという側面は否定できない。多くの国では、対象となるプラットフォームサービスは限定的であるが、デジタル市場法における対象となるコアプラットフォーム・サービスは多岐にわたるものとなっている。さらに、広告サービスの透明性確保やデータの適正利用なども義務化されており、競争環境の確保の範囲にはプライバシー保護に関連する内容も含まれている。

デジタルサービス法は、主にオンラインにおける利用者の基本的な権利の保護を目的とした違法・有害な情報の拡散防止など、安全なオンライン環境を確保するためのものである。2024年2月から全面適用されている。対象はオンラインの仲介サービスとされており、サービス内容と規模に応じて義務規定が厳しくなる構造となっている。最も厳しい規制対象となっているのは、こちらも米国のビッグテックが中心となっているが、TikTokやアリババなどの中国企業、ザラドなどの欧州企業も含まれている。偽・誤情報の対策という側面から安全保障に関わるものとの印象が強いが、子どもの保護や広告の透明性に関する義務規定もあり、プライバシー保護に関する側面も有している。

一般データ保護規則は、特に対象を特定しない一般法として、基本的権利であるプライバシーを保護するためのものであるが、違反した場合には全世界での売り上げをベースにした巨額の課徴金を課される可能性がある。そのため、グローバル展開をしている巨大なデジタルプラットフォームにとっては大きな負担が発生することになり、強力な規制効果を発揮するものとなっている。

データ法は、EUのデータ戦略に基づくもので、こちらもデジタルプラットフォームを対象とするものではなく、目的は個人や事業者が生成する産業データの活用である。しかし、データの囲い込

み規制やデータポータビリティ促進などが盛り込まれており、事業者が保有するデータの開放を求めていることから、デジタルプラットフォームの強みである多面市場構築のもととなる大量のデータの独占を規制するものでもある。また、デジタル市場法においてゲートキーパーとして指定されたデジタルプラットフォームは、自社以外で生成されたデータの受領者となることができないとされており、データ取得に関しても厳しい制限がかけられている。こちらも、違反すると一般データ保護規則と同様に巨額の課徴金が課される可能性があることから、結果的にグローバルのビッグテックへの強力な規制となっている。

サイバーレジリエンス法は、IoT機器をはじめとしたあらゆるデジタル製品や関連サービスの安全性を確保することを目的としている。2024年10月に成立し、順次適用されることになる。こちらのデジタルプラットフォームへの影響は、スマートウォッチやスマートスピーカーなどのハードウェアだけではなく、それに関連するサービスにまで及ぶ。自社製品ではない、例えば車載機器用のOSやサービスも含まれる。これらについては、義務規定に沿ったCEマーク（EUの安全基準認証）を取得しなければEUにてビジネスを行うことができなくなる。

デジタルプラットフォームは多面市場の形成過程において、多種のデータ取得ポイント、極めて複雑で多様なデータ流通の仕組みが構築された。そのため、単一目的を持つような、一般的なIoT関連に比べて、サイバーレジリエンス法に適合するためのハードルは高いと言わざるを得ないだろう。とりわけサイバーレジリエンス法は安全保障に深く関わるものであり、データ主権厳格化の側面から、EU以外のデジタルプラットフォームにとっては予期せぬ障壁となる可能性がある。

AI法は、AIによるリスクをコントロールする

ためのもので、2024年5月に成立し、数年をかけて順次適用される。AIに関する包括的な法律であってデジタルプラットフォームを対象とするものでないが、米国や中国のビッグテックをはじめとするデジタルプラットフォームが市場を席巻しつつあることから、主な規制対象となることになる。

■米国の動向

米国には包括的なデジタルプラットフォームを対象とした規制法は存在しないが、すべての事業者を対象とする米連邦取引委員会（Federal Trade Commission）のFTC法があり、反競争的な行為、不公正な行為や慣行を禁止している。公正な市場競争の確保だけでなく、消費者保護やプライバシー保護も含んだものとなっている。FTC法以外にも、デジタルプラットフォームに対しては個別の事案ごとに法案が提出されたり訴訟が提起されたりしている。さらに、州ごとに独自の規制があるなど複雑化が進んでいる。

公正な市場競争の観点では、2024年11月に米司法省がグーグルに対して、同社のブラウザであるChromeの事業分離を裁判所に求めたニュースが記憶に新しい。グーグルは検索サービスとブラウザの両方の領域において圧倒的なシェアを持っており、これが結び付いていることで両市場における競争を阻害しているとされている。これ以外にも、既にグーグルは自社の検索エンジンをスマートフォンやブラウザに初期設定させるために巨額の契約料を支払っていることが反競争的であると連邦地方裁判所に認定されている。いずれも判決は確定していないが、司法省はグーグルが公正な市場競争を乱しているとの考えを明確に示している。

また、司法省は2024年4月にアップルのアプリストアの支配権の乱用について、FTCはメタ

（旧フェイスブック）のSNS市場およびアマゾン・ドット・コムオンラインマーケット市場における支配権の乱用について、それぞれ提訴している。これらはいずれもデジタルプラットフォームを対象とした規制があるからではなく、日本の独占禁止法に当たる反トラスト法に対する違反として提訴されている。反トラスト法の適用は、市場支配力が定量的に証明されることを前提として競争環境が阻害されている場合についてのみで、デジタルプラットフォームによる他の問題については適用できない。

安全保障の観点で最たるものは、TikTok禁止法である。中国による世論操作を懸念したもので一般的なデジタルプラットフォームを問題としたものではないが、他の動画共有サイトやSNSも世論操作や誤・偽情報の拡散に使われており、より一般化した法規制が必要との指摘も少なくない。ただし、ドナルド・トランプ大統領および議会の多数派である共和党は、表現の自由を重視する観点からSNSに対する規制には消極的であり、法規制は当面進まないものとみられている。また、安全保障の面ではネットワークセキュリティやデータセキュリティの法規制強化が進んでいるが、クラウドや衛星ネットワークをデジタルプラットフォームが主導していることから、結果的にデジタルプラットフォームを規制することになる。

未成年者の保護については、米国全体に適用される連邦法として児童オンラインプライバシー保護法（Children's Online Privacy Protection Act: COPPA）がある。現在は改定案となる児童および青少年オンラインプライバシー法（Children and Teens' Online Privacy Protection Act: COPPA 2.0）の審議中で、規制の強化だけでなく対象年齢を13歳未満から17歳未満に引き上げようとしている。こちらはデジタルプラットフォームを対象としたものではないが、一方で、同時に子ど

もオンライン安全法（Kids Online Safety Act : KOSA）が審議されており、こちらはSNSや動画共有サイトなどのデジタルプラットフォームに対する規制となっている。また、州ごとの規制も活発に進められており、2023年のユタ州での州法を皮切りに、フロリダ州の規制では中毒性のあるSNSの14歳未満のアカウント開設禁止が2025年から始まる。

AIの規制については、混沌（こんとん）としていいる。当初は大手の事業者を対象としていたが、急速な技術進化により、中小あるいは新興ベンチャー企業の参入障壁が下がり、リスクへの考え方が大きく変化している。カリフォルニア州における包括的な規制であるAI安全法は知事によって拒否されたことが象徴的であるが、包括的な法規制ではなく既存の法律を拡張・追加する方向での規制は続々と成立している。ビッグテックがAIの覇権を争っている現状に鑑みると、結果的にAI規制はデジタルプラットフォーム規制の一端を担うことにはなるであろう。その一方でトランプ政権はAIの開発促進を掲げており、規制と振興、州法や個別法とのバランスをどのように整理するかは見通せない状況にある。

米国のデジタルプラットフォームはグローバルにおけるデジタル産業の覇者であるため、これを規制することは米国の産業競争力を低下させる恐れがあることから、その動きは鈍かった。しかし、国内市場においても市場競争環境、安全保障、プライバシー保護、青少年の保護などの問題が大きくなっており、規制圧力は急速に強まっている。問題意識の大半はEUのそれと大きく変わることはないため、結果的に規制内容は似たものとなっており、グローバルでの共通認識、グローバルスタンダードの形成が近づきつつあると言えるだろう。

■日本の動向

日本において明確にデジタルプラットフォームを対象とした規制法は、2020年に成立し翌年2月に施行された経済産業省の「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律（デジタルプラットフォーム透明化法）」が最初と見ていいだろう。ただし、この法律はデジタルプラットフォームによる自主的な取り組みの促進が目的であり、取り組みに関する報告義務と大臣による評価が行われるものの、行為や慣行に対する強制性はない。一方で、この法律によるモニタリングや大臣評価の結果に基づき、必要に応じて新たな規制が検討されることにはなる。現時点では大規模なオンラインモール、アプリストア、デジタル広告のみに対象を限定しており、EUの利用者数を基にした包括的な規制とは大きく異なる。

公正な市場競争としては、公正取引委員会から2024年6月に公布された「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（スマホ新法）」が、明確にデジタルプラットフォームを対象としたものになる。デジタルプラットフォーム透明化法の議論と並行して内閣官房にて進められていたもので、EUのデジタル市場法を強く意識しているが、スマートフォンのアプリストア、課金方法、ブラウザー、OSなどに対象を絞ったものとなっている。現時点ではアップルとグーグルが対象となり、多種多様なアプリストアや課金方法を認めること、OSの機能や両社が取得する情報を開放することなどで、イノベーションや新たなビジネスを振興させようとしており、2025年末の施行を目指して、ガイドライン等の整備が進められている。

アップルとグーグルの対応は対照的で、セキュリティやプライバシーが危険にさらされるとして反対するアップル、オープンであることをコンセ

プトとして推進するグーグルといった構図になっている。もっとも、垂直統合モデルのアップル、水平とまでは言えないものの市場拡大による広告やクラウドなどの副次的なビジネスモデルのグーグルといった違いがあることには留意が必要だ。いずれにしろ、一般消費者が不利益を被っていると感じずに利便性を享受してきたモデルを変えることができるかは、関係者がどこまで消費者利益を目に見える形で実現できるかにかかってくる。また、それを上回る消費者利益をデジタルプラットフォームが提供しようとする動きも出てくるだろう。一見、規制法のように見えるが、デジタルプラットフォームにとって新たな機会となる可能性もあり得る。

プライバシー保護に関しては、2025年に個人情報保護法の改正が大きなトピックとしてあるが、こちらは対象を絞らない一般法であり、デジタルプラットフォームに限らない。しかし、EUのGDPRや米国のカリフォルニア州消費者プライバシー法（California Consumer Privacy Act：CCPA）、およびこれを拡張するカリフォルニア州プライバシー権法（California Privacy Rights Act：CPRA）に近づくことが想定されており、デジタルプラットフォームの対応も一段と欧米に近づくことになる。個人情報以外のパーソナルデータ、特に端末内の利用者情報についても2023年6月の電気通信事業法による規制が始まっているが、こちらもさらなる規制強化が議論されており、中でも、子どもの保護については個人情報保護法と連携して、一定の規律が設けられることが想定される。

安全保障に関連しては、フェイクニュースや偽・誤情報への対策の検討が大詰めを迎えている。2024年6月に成立した主に大規模プラットフォームにおける誹謗中傷を対象とする「特定電気通信による情報の流通によって発生する権利

侵害等への対処に関する法律（情報流通プラットフォーム対処法）」に続くものとなるが、こちらはEUのデジタルサービス法を参照している。これも、対象事業者・対象内容は限定的であるもののグローバルの流れに準じたものとなっている。

消費者保護の観点では、消費者庁が「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」を2022年5月から施行している。オンラインマーケット、フリマサイト、オークションサイト、宿泊や出前などの仲介サイト、クラウドファンディングなどを対象としており、これらの取引デジタルプラットフォームを提供する事業者に対する努力義務や消費者の権利が規定されている。ただし、罰則などの規定はない。また、ステルスマーケティングに関する規制も制定されたが、こちらも対象が広告主であり、デジタルプラットフォームに対する規制とはなっていない。

一方で、消費者委員会の消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会にて、デジタル取引の発展によってこれまでの消費者保護制度での対応が困難になってきたとして、新たな規律の検討が進められている。デジタル取引に顕著なアテンションエコノミーを支えるプロファイリングやダークパターンなどが課題として挙げられている。これらを含め、消費者と事業者、特にプラットフォーム提供事業者との間に情報格差が広がっていることが問題視されており、何らかの規制が検討されるものと思われる。

■一般事業者への影響

ここまで見てきた通り、デジタルプラットフォーム規制となる対象領域は極めて多岐にわたっている。言い換えれば、デジタルプラットフォームがいかに広く深く社会のさまざまな領域に浸透しているかが表われている。これは、デジタル社

会の進展による必然的な結果である。社会のデジタル化によってこれまでの法制度では対応できなくなったこと、その対応として、まずは問題が起こると大きな悪影響をもたらすことになる大手から規制を導入するといった流れである。

一般の事業者にはあまり関係ないように思われがちであるが、必ずしもデジタルプラットフォームだけを対象としたものばかりではない。また、大手から始まった規制も、やがて一般化することも少なくない。今後のビジネスではデータの流通

を避けては通れないことから、規模の大小にかかわらずデジタルプラットフォーム化が一般化する。そのため、急速に進められているデジタルプラットフォーム規制はデジタル社会における規範となっていくものであり、大半の事業者にとって守るべき常識的な規範となるものである。従って、経営戦略・事業戦略の策定においては、これらの法規制への適合をあらかじめ組み込んでおくことが重要になるだろう。

1

2

3

4

5



1996, 1997, 1998, 1999, 2000...

[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dおよび株式会社インプレスが1996年～2025年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<https://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&Dおよび株式会社インプレスと著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

インプレス・サステナブルラボ

✉ iwp-info@impress.co.jp