

April, 2024(No. 20)

ムシス バシリ / 金子 涼一 / 田村 允

Contents

1. EU デジタル市場法・デジタルサービス法の最新動向
 - (1) 欧州委員会がアップル、メタ、アルファベットに対するデジタル市場法(DMA)に基づく調査を開始
 - (2) 2024年2月17日、デジタルサービス法(DSA)がすべてのプラットフォームに適用開始
2. 最近の論文・書籍のご紹介
 1. Recent Updates on the Digital Markets Act and Digital Services Act
 - (1) The European Commission launches investigations against Apple, Meta and Alphabet under the Digital Markets Act
 - (2) The Digital Services Act became applicable to all platforms on 17 February 2024
 2. Introduction of Recent Publications

1. EU デジタル市場法・デジタルサービス法の最新動向

(1) 欧州委員会がアップル、メタ、アルファベットに対するデジタル市場法(DMA)に基づく調査を開始

2024年3月25日、欧州委員会はアップル、メタ、アルファベットに対するデジタル市場法(以下「DMA」)に基づく調査を開始したことを発表しました¹。今後の調査が注目される一方で、2023年9月6日の欧州委員会によるDMAに基づくいわゆる「ゲートキーパー」の指定の後、今般の調査開始を受け、DMAが欧州委員会により完全に適用及び執行されることが明確になりました²。DMAの主な目的は競争法の観点から新たな規制法上の論点を生む巨大IT企業を規制することにあるものの、本ニュースレターでは、DMAが日本企業を含む「ゲートキーパー」には該当しない企業にもたらす重要なインパクトにつ

¹ [Commission opens non-compliance investigations against Alphabet, Apple and Meta under the Digital Markets Act](#)

² [Designated gatekeepers must now comply with all obligations under the Digital Markets Act](#)

いても詳述します。

DMAに基づくゲートキーパーの義務

DMA は、より公正かつ競争のあるデジタル産業を実現するため、もう一つの規制の柱であるデジタルサービス法(以下「DSA」)とともに欧州委員会により導入されました。DSA は EU 域内市場でサービスを提供するすべての企業に直接的な影響を与える一方、特に DMA は EU の単一市場に悪影響を生じ得るゲートキーパーの行動に対応することを目的としています。

2022 年 11 月の DMA の発効に続き、2023 年 9 月、欧州委員会は、アルファベット、アマゾン、アップル、バイトダンス、メタ、マイクロソフトのプラットフォーマー6社をDMAにおける「ゲートキーパー」に指定しました³。2024 年 3 月 7 日が提出期限であったこれらのゲートキーパーのコンプライアンスレポートについては、欧州委員会のウェブサイトで、現在、各社の企業秘密を含まない範囲での概要が公表されています⁴。これらの概要には、DMA の義務を確実に遵守するために各企業が実施した以下の対策が記載されています⁵。

- ゲートキーパーのメッセージサービスと第三者のメッセージサービスとの相互運用性の向上(メタ)⁶
- オペレーティングシステム上の第三者のアプリケーション(第三者のアプリケーションストアを含む)の許可(アップルの iOS とアルファベットのアンドロイド)⁷
- 代替的な請求方法の利用可能化(アップルのアップストアとアルファベットのグーグルプレイストア)⁸
- 収集される個人データと表示される広告に関する透明性の向上(アマゾン)⁹

ゲートキーパーによる DMA 上の義務の違反に対して、欧州委員会は強力な対応を取ることが可能です。ゲートキーパーが DMA の義務を遵守していないと判断した場合、欧州委員会は排除措置命令(cease and desist order)を発することができます¹⁰。また、違反の決定において、欧州委員会は対象企業の前会計年度の世界年間売上高の最大 10%の課徴金を課することができる¹¹、組織的な違反が認められた場合、この課徴金は最大 20%に引き上げられる可能性があります¹²。また、欧州委員会は、対象企業の前会計年度における 1 日あたりの平均世界売上高の 5%を超え

³ [Commission designates six gatekeepers under the Digital Markets Act](#)

⁴ [Compliance reports](#)

⁵ DMA11 条

⁶ [Meta's Compliance with the Digital Markets Act Non-confidential public summary](#)

⁷ [Apple's Non-Confidential Summary of DMA Compliance Report](#)

⁸ 脚注 7 参照

⁹ [Public Digital Markets Act Compliance Report](#)

¹⁰ DMA29 条(5)

¹¹ DMA30 条(1)

¹² DMA30 条(2)

ない範囲で、ゲートキーパーが DMA に基づく欧州委員会の決定を順守するまでの間継続的に 1 日ごとの課徴金を課す決定をすることができます¹³。

ゲートキーパーに該当しない企業に対する DMA の実務的な影響

現時点では、日本のプラットフォームが DMA の基準を満たすゲートキーパーに指定される可能性は高くはないと思われませんが、この規制はプラットフォームではない日本企業が EU 域内市場でサービスを提供する際にメリットとなる可能性があります。欧州委員会による DMA の執行が活発になるにつれて、データのアクセシビリティ、ランキングシステムやその他のツールなど、第三者に影響を与えるサービス運営について、ゲートキーパーはより透明性を高めることが求められ、ゲートキーパーとの交渉における情報の非対称性は減少することが期待されます。また、相互運用性の向上など、DMA によって要求されるゲートキーパーのビジネスの変化により、ゲートキーパー以外の企業にも顧客ヘリーチする新たな機会が創出される可能性があります。例えば、アップルとグーグルは、オペレーティングシステム上で第三者のアプリケーションストアの運営を許可する必要があり、また、ゲートキーパーでない企業はアップルやグーグルを介さずに直接ユーザーにアプリケーションを配信できるようになるため、iOS やアンドロイドデバイス向けにアプリケーションを提供する日本企業にとってもビジネスチャンスが生まれる可能性があります。他にも、DMA へのコンプライアンスの結果として、アマゾンを利用して EC サービスを提供する企業は、アマゾンが収集したデータに透明性の高いアクセスができるようになる可能性があります¹⁴。ゲートキーパーの不正な取引慣行に対しては、DMA 上の義務違反を指摘することも可能になるかもしれません。

一方で、(ゲートキーパーでない日本企業にとっての)リスクも想定されます。すなわち、ゲートキーパーのビジネスパートナーとして、これらの企業との間でサービスを提供・利用したり、ゲートキーパーと協力したりする必要のある製品やサービスについては、DMA 準拠の EU 版とグローバル版の 2 つの異なるバージョンが必要となる可能性があることに留意する必要があります。これにより、ゲートキーパーのビジネスパートナーも新しい規制環境に適応することが必要となり、追加のコストが生じる可能性があります。

このように、日本企業を含む EU 域外の企業も、DMA の発効がもたらす重要なインパクトについて認識する必要があります。サービスの統一性を確保するために、ゲートキーパーが EU におけるビジネス上の変更を全世界的なサービスに適用することも考えられます。その場合、DMA の影響は EU 域外で取引を行う企業や競合他社にも影響を与えることとなります。したがって、DMA が適用される巨大 IT 企業のビジネス戦略の動向が今後注目されます。

(2) 2024 年 2 月 17 日、デジタルサービス法(DSA)がすべてのプラットフォームに適用開始

多くのメディアを通じて DMA が耳目を集めている一方で、ゲートキーパーではない企業を含めたすべてのプラットフォームに対して、DSA の適用が既に開始されていることにも注意が必要です。すなわち、2024 年 2 月 17 日から、DSA は EU で運営されているすべての「仲介サービス(intermediary services)」に対して適用されています¹⁵。

¹³ DMA31 条

¹⁴ 脚注 10 参照

¹⁵ [Digital Services Act starts applying to all online platforms in the EU](#)

DSA は、ユーザーの安全を確保し、基本的な権利を保護し、公正で開かれたオンラインプラットフォーム環境を構築するために、オンラインでの違法・有害な活動や虚偽情報の拡散を防止することを目的としています。具体的には、DSA は、ターゲット広告の制限、危険物や違法なオンラインコンテンツからの保護、サイバーいじめへの対処など、様々なルールを定めています¹⁶。サービス提供者に課せられる義務の範囲は、サービス提供者の規模、オンラインエコシステムにおける役割、及びそれに対する影響によって異なります¹⁷。

DSA が規定する「仲介サービス(intermediary services)」とは、次の 3 種類のサービスのいずれかを意味します¹⁸。

- 「単なる導管」であるサービス(“mere conduit” service)
サービスの利用者によって提供される情報の通信ネットワークでの送信、又は通信ネットワークへのアクセスを提供するサービス
- キャッシング・サービス(caching service)
情報の自動的、中間的、又は一時的な保存を含むサービスの利用者によって提供される情報の通信ネットワークでの送信で、他の利用者の要求に応じて情報をより効率的に転送することのみを目的として実行されるサービス
- ホスティング・サービス(hosting service)
サービスの利用者によって提供された情報及び利用者の要求に応じた情報を保存するサービス

最も厳しいルールは、いわゆる「超大規模オンラインプラットフォーム」(以下「VLOPs」)と「超大規模オンライン検索エンジン」(以下「VLOSEs」)に適用され、これらの大規模サービスがもたらす特定のリスクを対象としています¹⁹。サービスに月間平均 4500 万人以上のアクティブな利用者がいる場合には、VLOSEs 又は VLOPs に該当します²⁰。2023 年 8 月以降、DSA のルールはこれらのサービスに適用されていますが、22 の VLOPs と VLOSEs の多く(アマゾン、アップストア、フェイスブック、インスタグラムなど)は、欧州委員会により DMA のゲートキーパーとしても指定されています²¹。

さらに重要なのは、DSA は、DMA とは異なり、VLOPs や VLOSEs にあたらぬ企業も規制していることです。すなわち、DSA によって規制される「EU 域内でサービスを提供する」企業とは、「1 以上の加盟国の自然人又は法人が、EU との実質的な繋がりを持つ仲介サービス提供者のサービスを利用できる状態にする」と定義されています²²。「EU との実質的な繋がり(substantial connection to the Union)」は、当該企業が EU 内に拠点を有しているか、又は下記のような要素を踏まえて決定されます。

¹⁶ [DSA: Making the online world safer](#)

¹⁷ [The Digital Services Act](#)

¹⁸ DSA3 条(g)

¹⁹ このルールには、少なくとも年に 1 回独立した監査人による調査を受け、監査人の勧告に対応する措置を採用すること、及び調査が EU における構造的リスクの検出、特定、理解に貢献する場合に、審査を受けた研究者(vetted researcher)がプラットフォームのデータにアクセスできるようにすることが含まれます。

²⁰ DSA33 条(1)

²¹ [Supervision of the designated very large online platforms and search engines under DSA](#)

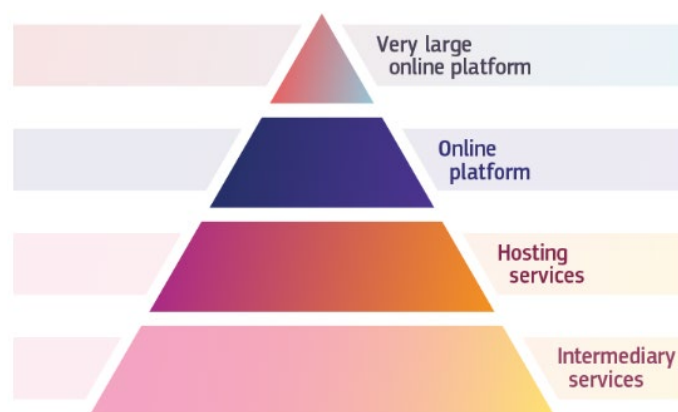
²² DSA3 条(d)

- 1以上の加盟国の人口との関係で、当該サービスに相当数の利用者が存在するか
- 1以上の(特定の)加盟国を対象とした活動であるか²³

これらも網羅的な判断要素ではなく、どのような場合に「相当数の利用者」にあたるかは明確ではありません。また、どのような企業が「EU域内でサービスを提供する」と考えられるかについても依然として明らかになっていません。したがって、相当数のEU域内のユーザーを有する又は特定のEU加盟国をビジネスの対象とする企業は、DSAの下での義務を負うこととなるかについて、外部の法律専門家に相談することが望ましいと考えられます。

VLOPs/VLOSEsに該当しない企業への影響

DSAの下で適用されるルールはピラミッドのような階層構造となっています。まず、一般的なルールはすべての仲介サービスに適用されます。そして、一般的なルールに加えて上乘せルールがホスティング・サービスに適用され、さらに追加のルールがオンラインプラットフォームにあたるホスティング・サービスに適用されます。また、VLOPs又はVLOSEsについては法のすべてのルールが適用されることとなります。



出典: [The EU's Digital Services Act \(europa.eu\)](https://europa.eu)

すべての仲介サービスが遵守しなければならないDSAの一般的な義務には、当局と利用者のための連絡先の確立、並びに広告、レコメンドシステム、コンテンツモデレーション(投稿監視)の決定についての透明性の提供が含まれます。これに加えて、すべてのホスティング・サービスは、個人又は団体が違法コンテンツと考える情報の存在をプロバイダーに通知できるようにする「通知アクションメカニズム(notice and action mechanism)」を導入する必要があります²⁴。オンラインプラットフォームに対する追加の義務には、内部の苦情処理システムの確立や、プラットフォーム上に表示される広告を簡単に識別できるようにし、誰のために表示されているかを明確にすることが含まれます²⁵。

オンラインプラットフォームに対する特定の義務から免除されるのは、DSAの下で「零細又は小規模

²³ DSA3条(e)

²⁴ DSA16条

²⁵ DSA20条及び26条

企業(micro or small enterprises)」として認められたプロバイダーのみとなります²⁶。

現在、欧州委員会又は EU 加盟国は、DSA に基づく義務、暫定措置、及びコミットメントを遵守していない企業に対して、前会計年度の世界年間売上高の 6%を上限とする罰金を科すことができます²⁷。また、その後も遵守が遅滞した場合には、対象企業の前会計年度における 1 日あたりの平均世界売上高の 5%を超えない範囲で、遵守するまでの間継続的に 1 日ごとの課徴金が課される可能性があります。なお、VLOPs や VLOSEs に対する第一次的な規制機関は、欧州委員会であり、その他の仲介サービスは、それらのサービスが設立された EU 加盟国によって監督されることとなります²⁸。

オンラインサービスを提供するすべての企業は、DSA によって自社のビジネスに課される可能性のある義務を認識する必要があります。DSA の厳密な地理的適用範囲には不明な部分が残っていますが、日本企業を含むオンラインサービスの提供企業は、DSA に関する今後の動向を注視すべきと考えられます。

2. 最近の論文・書籍のご紹介

- ◆ Competition Inspections in 25 Jurisdictions - Japan Chapter
2024年3月(著者:中野 雄介、ムシス バシリ、石田 健)
- ◆ Merger Control Comparative Guide 2024: Japan
2024年2月(著者:金子 涼一、本郷 あずさ)
- ◆ Market Intelligence - Merger Control 2023 – Japan
2023年12月(著者:中野 雄介、ムシス バシリ、矢上 浄子)

²⁶ DSA19 条及び 29 条

²⁷ [The enforcement framework under the Digital Services Act](#)、DSA52 条

²⁸ [Questions and answers on the Digital Services Act*](#)、DSA56 条

1. Recent Updates on the Digital Markets Act and Digital Services Act

(1) The European Commission launches investigations against Apple, Meta and Alphabet under the Digital Markets Act

On 25 March 2024, the European Commission (“EC”) announced that it opened investigations against Apple, Meta and Alphabet under the Digital Markets Act (“DMA”) ¹. How far those investigations will go remains to be seen but they do give a clear signal that the DMA is now fully enforceable, following the EC’s designation of the so-called “Gatekeepers” on 6 September 2023². While the DMA’s primary purpose is taming big tech and the new regulatory challenges it brought from the competition law perspective, this article also elaborates on its profound impact on the non-Gatekeepers, including Japanese companies.

Gatekeeper’s obligations under the DMA

As a reminder, the DMA was adopted by the EC to make the digital sector fairer and more contestable with the Digital Services Act (“DSA”) constituting the second major regulatory pillar of the package. While the DSA directly affects every company offering their services in the EU internal market, the DMA specifically addresses the behaviour of the Gatekeepers that can negatively affect the EU single market.

The DMA entered into force in November 2022. In September 2023, the EC designated the first six platform providers as Gatekeepers under the DMA, namely Alphabet, Amazon, Apple, ByteDance, Meta and Microsoft.³ By 7 March 2024, these Gatekeepers had to have submitted their compliance report, of which the non-confidential summaries have since been made public.⁴ The non-confidential summary of the reports published on the EC’s website describe the measures the undertakings have implemented to ensure compliance with the obligations of the DMA.⁵ The following measures were offered by Gatekeepers to ensure compliance with the DMA:

- increased interoperability between Gatekeepers’ messaging services and those of third parties (Meta)⁶
- allowing third-party applications on their operating systems, including third-party

¹ [Commission designates six gatekeepers under the Digital Markets Act](#)

² [Designated gatekeepers must now comply with all obligations under the Digital Markets Act](#)

³ [Commission designates six gatekeepers under the Digital Markets Act](#)

⁴ [Compliance reports](#)

⁵ DMA Art. 11

⁶ [Meta’s Compliance with the Digital Markets Act Non-confidential public summary](#)

application stores (Apple's iOS and Alphabet's Android)⁷

- making alternative billing methods available (Apple's AppStore⁸ and Alphabet's Google Play Store)
- increased transparency regarding personal data collected and the advertisements used (Amazon)⁹

A violation by the Gatekeeper's of their DMA obligations can result in a strong response from the EC. In cases where the EC finds non-compliance with the obligations of the DMA, it will issue a cease and desist-order.¹⁰ In its non-compliance decision, the EC may impose a fine of up to 10 percent of the undertaking's worldwide turnover in the last financial year.¹¹ This fine can be raised to up to twenty percent if systemic non-compliance is observed.¹² The EC may also adopt a decision imposing periodic penalty payments not exceeding 5% of the average daily worldwide turnover in the preceding financial year per day, in order to compel the Gatekeeper to comply with an EC decision under the DMA.¹³

The practical impact of the DMA for non-Gatekeepers

At this moment it appears unlikely that Japanese platform providers will meet the DMA criteria to qualify as Gatekeepers, but Japanese companies that are not platforms can benefit from this regulation if they provide their services in the EU internal market. As the EC's enforcement under the DMA accelerates, Gatekeepers will now have to be more transparent about their operations that affect third parties, such as accessibility of data and the functioning of ranking systems and other tools. This will decrease the information asymmetry in negotiations with Gatekeepers. DMA-necessitated changes to Gatekeepers' business practices, such as an increase in interoperability, could also prove an opportunity to reach consumers in a way that was not possible before. For example, as Apple and Google will need to allow the operation of third-party app stores on their operating systems, this could be an opportunity for Japanese companies offering their apps for iOS or Android devices. Those businesses can directly distribute their apps to users without Apple or Google as an intermediary. The businesses offering their e-commerce services via Amazon may have more transparent access to the data collected by the company as a result of DMA compliance¹⁴. Companies may also have more opportunities to address unfair practices of Gatekeepers by pointing out the breach of

⁷ [Apple's Non-Confidential Summary of DMA Compliance Report](#)

⁸ See footnote 7

⁹ [Public Digital Markets Act Compliance Report](#)

¹⁰ DMA Art. 29(5)

¹¹ DMA Art. 30(1)

¹² DMA Art. 30(2)

¹³ DMA Art. 31

¹⁴ See footnote 10

obligations imposed by the DMA.

On the other hand, there are also risks for non-Gatekeeper Japanese companies. As a business partner of a Gatekeeper, one needs to keep in mind that the product or service one is supplying to, receiving from, or collaborating on with the Gatekeeper might require two different versions: a DMA-compliant EU version, and a global version. This may impose additional costs on business partners as they need to adapt to the new regulatory environment.

Therefore, companies outside the EU, including Japanese companies, therefore need to be aware of the profound impact brought by the enforcement of the DMA. To ensure consistency, Gatekeepers could also decide to apply the changes to their EU business practices to their worldwide operations. If so, the abovementioned effects would additionally affect corporate customers and competitors outside of the EU. It is therefore advisable to keep an eye out for developments in the business strategies of the Tech Giants in the upcoming period.

(2) The Digital Services Act became applicable to all platforms on 17 February 2024

While the DMA captures more media coverage, companies must not overlook that the DSA is already applicable to all platforms, including non-Gatekeepers. On 17 February 2024, the DSA became effective with regards to all “intermediary services” operating in the EU¹⁵.

The DSA is aimed at preventing illegal and harmful activities and the spread of disinformation online to ensure user safety, protecting fundamental rights and creating a fair and open online platform environment. It contains a variety of rules: principally covering limiting targeted advertising, protecting against dangerous goods and illegal online content, tackling cyber bullying.¹⁶ The extent of the obligations imposed on the service provider varies according to their size, their role in the online ecosystem and their impact on it.¹⁷

“Intermediary services” regulated by the DSA mean any of the following three types of services.¹⁸

- ‘mere conduit’ service

consisting of the transmission in a communication network of information provided by a recipient of the service, or the provision of access to a communication network

¹⁵ [Digital Services Act starts applying to all online platforms in the EU](#)

¹⁶ [DSA: Making the online world safer](#)

¹⁷ [The Digital Services Act](#)

¹⁸ DSA Art. 3(g)

- 'caching' service

consisting of the transmission in a communication network of information provided by a recipient of the service, involving the automatic, intermediate and temporary storage of that information, performed for the sole purpose of making more efficient the information's onward transmission to other recipients upon their request

- 'hosting' service

consisting of the storage of information provided by, and at the request of, a recipient of the service;

The most stringent rules are applied to so-called 'Very Large Online Platforms' ("VLOPs") and Very Large Online Search Engines ("VLOSEs"), targeted at the particular risks that such large services pose.¹⁹ To be considered a VLOP or VLOSE, the service will need to have an average of 45 million or more active recipients monthly.²⁰ Since the end of August 2023, the rules of the DSA have been applicable to these services. A number of the 22 VLOPs and VLOSEs designated are also Gatekeepers under the DMA as the EC designated platforms such as Amazon Store, App Store, Facebook and Instagram.²¹

More importantly, the DSA also regulates companies that are non-VLOPs and VLOSEs unlike the DMA which essentially applies to designated companies. The companies that "offer services in the Union" regulated by the DSA are defined as "enabling natural or legal persons in one or more Member States to use the services of a provider of intermediary services that has a substantial connection to the Union".²² "Substantial connection to the Union" is determined either from the businesses' establishment in the Union or from specific factual criteria, such as:

- a significant number of recipients of the service in one or more Member States in relation to its or their population; or
- the targeting of activities towards one or more Member States."²³

As this is not an exhaustive list, it is left open what constitutes as "a significant number of recipients". For example, it is still unclear which companies could be considered "to offer services in the Union." Companies that have a significant number of EU users or target Member States

¹⁹ This includes being monitored by an independent auditor at least once a year and adopt measures that respond to the auditor's recommendations and allowing vetted researchers to access platform data when the research contributes to the detection, identification and understanding of systemic risks in the EU.

²⁰ DSA Art. 33(1)

²¹ [Supervision of the designated very large online platforms and search engines under DSA](#)

²² DSA Art. 3(d)

²³ DSA Art. 3(e)

daily worldwide turnover in the preceding financial year per day can also be imposed in the case of a subsequent delay in compliance. The EC is the primary regulator for VLOPs and VLOSEs and other intermediary services will be supervised by the Member State of establishment.²⁸

With the DSA, all companies offering services online must become aware of the obligations that can be imposed on their businesses by the regulation. Although its exact territorial reach remains unclear, those businesses, including Japanese companies, must keep paying attention to the coming developments regarding the DSA.

2. Introduction of Recent Publications

- ◆ Competition Inspections in 25 Jurisdictions - Japan Chapter

March 2024 (Authors: Yusuke Nakano, Vassili Moussis, Takeshi Ishida)

- ◆ Merger Control Comparative Guide 2024: Japan

February 2024 (Authors: Ryoichi Kaneko, Azusa Hongo)

- ◆ Market Intelligence - Merger Control 2023 – Japan

December 2023 (Authors: Yusuke Nakano, Vassili Moussis, Kiyoko Yagami)

²⁸ [Questions and answers on the Digital Services Act*](#), DSA Art. 56

-
-
- 本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供であり、具体的な法的アドバイスではありません。お問い合わせ等ございましたら、下記弁護士までご遠慮なくご連絡下さいますよう、お願いいたします。

This newsletter is published as a general service to clients and friends and does not constitute legal advice. Should you wish to receive further information or advice, please contact the below editor.

- 本ニュースレターの編集担当者は、以下のとおりです。

執筆者：

ムシス バシリ (vassili.moussis@amt-law.com)

金子 涼一 (ブリュッセルオフィス) (ryoichi.kaneko@amt-law.com)

田村 允 (jo.tamura@amt-law.com)

Authors:

Vassili Moussis (vassili.moussis@amt-law.com)

Ryoichi Kaneko (Brussels Office) (ryoichi.kaneko@amt-law.com)

Jo Tamura (jo.tamura@amt-law.com)

*本ニュースレターの作成にあたっては、Carmen Huisman が調査及び執筆に協力しております。

The authors wish to thank Carmen Huisman for her help in researching and drafting this newsletter.

- 本ニュースレターの配信停止をご希望の場合には、お手数ですが、[お問い合わせ](#)にてお手続き下さいますようお願いいたします。

If you wish to unsubscribe from future publications, kindly contact us at [General Inquiry](#).

- ニュースレターのバックナンバーは、[こちら](#)にてご覧いただけます。

Previous issues of our newsletters are available [here](#).