

## ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

2023年11月号 (Vol.9)

### 公取委によるニュースコンテンツ配信分野に関する実態調査報告書の公表／CMAによるAI基盤モデルと企業向け指導指針に関する初期的報告書の発表

I. 公取委によるニュースコンテンツ配信分野に関する実態調査報告書の公表	森・濱田松本法律事務所 弁護士 高宮 雄介 TEL. 03 6266 8744 <a href="mailto:yusuke.takamiya@mhm-global.com">yusuke.takamiya@mhm-global.com</a>
II. CMAによるAI基盤モデルと企業向け指導指針に関する初期的報告書の発表	弁護士 水口 あい子 TEL. 03 6266 8740 <a href="mailto:aiko.mizuguchi@mhm-global.com">aiko.mizuguchi@mhm-global.com</a> 弁護士 伊賀 慧 TEL. 03 5220 1833 <a href="mailto:satoshi.iga@mhm-global.com">satoshi.iga@mhm-global.com</a> 弁護士 戸川 匠 TEL. 03 6266 8571 <a href="mailto:takumi.togawa@mhm-global.com">takumi.togawa@mhm-global.com</a>

#### I. 公取委によるニュースコンテンツ配信分野に関する実態調査報告書の公表

(高宮、伊賀)

##### 1. はじめに

近年、消費者によるニュースポータルなどのニュースプラットフォームの利用が増加しております。この点、ニュースコンテンツが国民に適切に提供されることは、民主主義の発展において必要不可欠であるとともに、消費者における自主かつ合理的な商品等の選択を通じた公正な競争環境の確保に資するものとしても重要といえます。他方で、ニュースプラットフォームを運営する事業者（以下「ニュースプラットフォーム事業者」といいます。）と取材に基づきニュースコンテンツを編集して提供する事業者（以下「ニュースメディア事業者」といいます。）との取引や、ニュースプラットフォームにおけるニュースコンテンツの利用状況によっては、消費者が質の高いニュースコンテンツを享受することが困難になるおそれがあります。そのような背景から、公正取引委員会（以下「公取委」といいます。）は、2021年2月に「デジタル広告分野の取引実態に関する最終報告書」（以下「デジタル広告報告書」といいます。）を公表し、許諾料を含む取引条件の明確化等の課題を指摘しました。しかし、その後も当該報告書で指摘された課題については実質的な改善が必ずしも進んでいない状況が続いていました。

## ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

そこで、公取委は、2023年9月21日付で「ニュースコンテンツ配信分野に関する実態調査報告書」（以下「本報告書」といいます。）を公表しました。本報告書は、デジタル広告報告書において指摘された、ニュースプラットフォーム事業者とニュースメディア事業者との間の取引等に係る課題の解決に向けてより実効性のある提言を行うことを目的として実施された実態調査（以下「本調査」といいます。）の結果がまとめられたものです。

本稿では、以下のとおり、本報告書の概要について紹介するとともに、それを踏まえた今後の動向について検討します<sup>1</sup>。

### 2. 本報告書の概要

#### (1) 概要

公取委は、本調査において、ニュースメディア事業者に対するアンケート調査及び消費者に対するアンケート調査等を実施しました<sup>2</sup>。

そして、公取委は、上記事業者及び消費者の回答等に基づき、ニュースコンテンツ配信分野における取引の透明性及び公正な競争環境を確保する観点から、ニュースポータル及びインターネット検索に係る課題について検討を行いました（下記（2））。また、本報告書には、それらの課題を踏まえた公取委の考え方も示されているところ、本報告書において示された公取委の考え方は、今後の実務にも影響を及ぼし得るものと言えます（下記（3））。

#### (2) ニュースポータル及びインターネット検索に係る課題

近時、ニュースコンテンツの利用形態としては、従来の媒体（紙、放送）による閲覧が減少し、インターネットを介した電子データによる閲覧が増加してきています。その結果、ニュースメディア事業者のインターネットを介した流通による収入において、許諾料収入、デジタル広告収入の割合が増加傾向にあり、ニュースメディア事業者におけるニュースプラットフォーム事業者との取引の重要性が増加しています<sup>3</sup>。また、消費者に対するアンケート調査によれば、消費者がニュースポータルで閲覧するニュースコンテンツを選択する際には、ニュースコンテンツの見出しが見やすい位置に表示されることが最も影響することが分かっています。このことから、ニュースポータル事業者は、ニュースを選別して目立つ箇所に表示する「主要ニュース表示欄」に掲載するニュースコンテンツの選定や表示方法を通じて、消費者によるニュースコンテンツの選択に対する影響力を有するといえます。さらに、インター

<sup>1</sup> ニュースコンテンツ配信分野を巡る競争法関連の議論は海外においても活発に行われており、本調査もこうした海外における議論を踏まえて行われたものと言えます。ニュースコンテンツ配信を巡る各国の動きについては、本報告書末尾の「参考 1 ニュースコンテンツ配信を巡る海外での動き」において概要が記載されています。

<sup>2</sup> 本調査の具体的な方法等については、本報告書第1の2及び3において詳細に記載されています。

<sup>3</sup> 2021年度のニュースポータル事業者6社の許諾料支払総額は、2019年度比で約1.3倍となっており、市場規模も拡大しています。なお、許諾料の重要性を含めたニュースコンテンツ配信に係る市場の概要については、本報告書第2において詳細に記載されています。

## ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

ネット検索結果の表示形式についても、消費者によるニュースコンテンツの選択に大きく影響することが消費者アンケートにより明らかになっています。

こうした中、本調査を通じ、ニュースプラットフォーム事業者からニュースメディア事業者に支払われた許諾料の最小値は最大値の約5分の1となっているという取引実態が明らかになりました<sup>4</sup>。また、ニュースコンテンツ利用の許諾料の支払対象となるページのPV数のうち、ニュースポータル上の関連ニュースリンクがクリックされた数の平均割合（ニュースメディア事業者のウェブサイトへの送客数の平均割合）は、直近3年でみると増加傾向にあることが明らかになりました<sup>5</sup>。

上記のようなニュースコンテンツ配信に係る市場の特徴及び許諾料等に関する本調査の結果<sup>6</sup>を踏まえ、本報告書において、公取委は、ニュースポータル事業者及びインターネット検索事業者は、いずれもニュースメディア事業者との関係で優越的地位にある可能性があると指摘しています。

### (3) 公取委の考え方

本報告書において、公取委は、ニュースプラットフォーム事業者とニュースメディア事業者との間の取引や、ニュースコンテンツの利用における公正性・透明性の確保を図る観点から、下記のような場合は独占禁止法上問題（優越的地位の濫用）となり得るという考え方を示しました。

- ・ ニュースプラットフォーム事業者が、ニュースメディア事業者に対して、一方的な契約変更等により著しく低い許諾料を設定する場合<sup>7</sup>
- ・ ニュースプラットフォーム事業者が、ニュースポータルのレイアウト等を変更し、これによるニュースメディア事業者のウェブサイトへの送客減少後も十分協議せず、取引条件を変更しない場合<sup>9</sup>
- ・ ニュースプラットフォーム事業者が、ニュースメディア事業者に対して明示した主要ニュース表示欄の選定基準と異なる基準によりニュースコンテンツ掲載の機会を減少させた場合<sup>10</sup>

<sup>4</sup> 2021年度のニュースポータル事業者からニュースメディア事業者に支払われた1,000PV当たりの許諾料の平均値は約124円、最大値は約251円、最小値は約49円でした。なお、ニュースメディアサイトにおけるデジタル広告に係る1,000PV当たりの広告単価の水準は、2021年度の平均値は約352円でした。

<sup>5</sup> 2019年度は7.4%、2020年度は8.1%、2021年度は8.9%でした。

<sup>6</sup> 許諾料等に関する本調査の結果については、本報告書第2の3において詳細に記載されています。

<sup>7</sup> ニュースプラットフォーム事業者は、ニュースメディア事業者に対して、ニュースポータルの許諾料の水準の決定根拠等について開示することが望ましいという考え方が示されています。

<sup>8</sup> 検索におけるニュースコンテンツ利用の対価の支払についても、一方的に著しく低い許諾料を設定するなどした場合は、独占禁止法上問題（優越的地位の濫用）となることが本報告書第5の2(1)において指摘されています。また、主なインターネット検索事業者は、ニュースポータルも運営しているところ、こうした事業者は、ニュースメディア事業者との関係では、競争者の立場であると同時に競争に影響し得るサービスの提供者の立場でもあるという、二重の立場を有するため、競合する他社が配信するニュースコンテンツとの比較において、自らが配信するニュースコンテンツを優遇する、いわゆる自社優遇を行う誘因があると言えます。この点が独占禁止法上問題（競争者に対する取引妨害等）となる可能性についても、本報告書第5の2(2)において指摘されています。

<sup>9</sup> ニュースプラットフォーム事業者は、ニュースメディア事業者に対して、送客に影響し得るニュースポータルのレイアウト等の変更前には十分説明することが望ましいという考え方が示されています。

<sup>10</sup> ニュースプラットフォーム事業者は、ニュースメディア事業者に対して、ニュースポータルにおける

## ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

- ・ ニュースプラットフォーム事業者が、ニュースメディア事業者に対して、事前に明示した配信可能なニュースコンテンツの範囲を超えてのニュースコンテンツ配信の制限、修正要請をする場合<sup>11</sup>

他方で、公取委は、ニュースメディア事業者とニュースプラットフォーム事業者は、事業規模や知識の格差により交渉力に大きな差があるというニュースメディア事業者の指摘を踏まえて、ニュースメディア事業者による下記のような共同交渉は独占禁止法上問題とならないと考え方を示しており<sup>12</sup>、この点は注目に値します<sup>13</sup>。

- ・ 許諾料等の取引条件が正しく履行されているかどうかを確認するため、共同してデータの開示を要請する行為（個社データの開示が当該個社ごとに行われる場合に限る）
- ・ ニュースコンテンツの見出し等を無断で利用しているニュースポータル事業者に対し、ニュースコンテンツ利用許諾契約の締結を共同で要請する行為（契約交渉や契約締結が個社ごとに行われる場合に限る）
- ・ 業界の窮状を訴える文書を共同で作成し、配布する行為<sup>14</sup>
- ・ ニュースポータル上で、ニュースコンテンツの提供元であるニュースメディア事業者が、消費者により認知されやすいレイアウトへの変更を共同で要請する行為

### 3. 公取委の今後の取組

公取委は、ニュースプラットフォーム事業者とニュースメディア事業者の取引等における公正性・透明性を高めるとともに、公正な競争環境を確保する観点から、今後の取組として概要下記の6点を掲げました。

- ・ 関係事業者における取組の進捗を注視し、必要に応じて更なる対応について検討を行うこと
- ・ 関係省庁等との緊密な連携・協力を図ること
- ・ 各国・地域の競争当局との意見交換を行うとともに、海外関係当局と継続的に連携し、競争環境の整備を図ること
- ・ 独占禁止法上問題となる具体的な案件に接した場合には、厳正・的確に対処

主要ニュース表示欄の選定基準を具体的に明示し、変更時には事前に十分説明することが望ましいという考え方が示されています。

<sup>11</sup> ニュースプラットフォーム事業者は、ニュースメディア事業者に対して、配信可能なニュースコンテンツの範囲を具体的に明示することが望ましいという考え方が示されています。

<sup>12</sup> なお、公取委は、著作権管理事業者が、著作権等管理事業法の枠組みに基づいて複数のニュースメディア事業者の許諾料等につきニュースプラットフォーム事業者と交渉を行うことは、独占禁止法上問題とならないという指摘もしています。

<sup>13</sup> 他方で、公取委は、価格等の重要な競争手段である事項について制限する行為、新たな事業の参入を制限する行為、既存の事業者を排除する行為については、独占禁止法上問題となり得ると指摘しています。

<sup>14</sup> 公取委は、同箇所において、文書の内容が窮状の説明にとどまるものではない場合等は、独占禁止法違反行為を助長するおそれがあるため慎重な対応が必要という指摘もしており、実務上は「文書の内容が窮状の説明にとどまるもの」かどうかにかかる評価の仕方が引続き問題になることが見込まれます。

## ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

すること

- ・ 新たな技術を活用した調査手法の検討や導入について、積極的に取り組むこと
- ・ デジタル市場において、生成 AI 等が競争に与える影響について注視すること<sup>15</sup>

#### 4. まとめ

公取委は、本報告書の末尾（150 ページ）に、「消費者が質の高いニュースコンテンツを持続的に享受することができる環境を維持・発展させていくためには、競争政策にとどまらず、関係者によるものを含め様々な取組が行われることが重要」であり、「様々な取組を通じて、消費者が質の高いニュースコンテンツを享受することができる環境が、将来にわたって持続的に発展していくことを期待する。」と述べています。

この点、市場規模が急速に拡大している分野においていかなる行為が独占禁止法上問題となる（ならない）のかという点について、本報告書において、公取委の現状の考え方が示された点には一定の意義があり、今後のニュースプラットフォーム事業者やニュースメディア事業者への影響が注目されます。

冒頭に記載したとおり、ニュースコンテンツの配信分野は、民主主義の発展において必要不可欠という指摘もなされるところであり、同分野における公正性・透明性のある競争環境の発展が実現されることになるか、今後の動向にも注目すべき分野といえます。

<sup>15</sup> なお、2023 年 7 月 5 日付で公正取引委員会事務総長に就任した藤本哲也氏は、同日の記者会見において「生成 AI は、去年の年末頃から爆発的に世界的にも話題になっているものでありまして、最新テクノロジーの動向だと思いますので、こういった動向には十分に関心を持って見ていきたいと思っております。また、生成 AI は 1 週ごとに進化を遂げているという話もあり、その進化のスピードが非常に速い中で、これからどういった事業領域で使われていくのか、あるいは、どんなビジネスモデルが展開していくのか、そういった辺りを勉強していく必要があると思っております。その中で、競争政策上問題となるようなことがないかという問題意識で見ていきたいと思っております。」

([https://www.ftc.go.jp/houdou/teirei/2023/iul\\_sep/230705.html](https://www.ftc.go.jp/houdou/teirei/2023/iul_sep/230705.html))と述べており、当該発言からも公取委が生成 AI に関連した事業活動と独禁法/競争法・競争政策との関係について注視していることが伺えます。

## ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

## II. CMA による AI 基盤モデルと企業向け指導指針に関する初期的報告書の発表

(水口、戸川)

## 1. 概要

2023年9月18日、英国競争当局 the UK Competition and Markets Authority（以下「CMA」といいます。）は、AI基盤モデルに関する競争と消費者保護に関する企業向けの指針について初期的報告書<sup>16</sup>（以下「本初期的報告書」といいます。）を発表しました。CMAは英国政府からは独立した内部部局であるところ、英国における競争市場を促進し不公正な行為を取り締まることで健全な英国経済を支援する役割を担っています。2023年3月、英国政府はAIの急速な発展により競争市場や消費者に不利益な影響が及ぶことを防ぐべく、CMAに対してAIの開発と利用に係る指針の策定を求めました<sup>17</sup>。その後、CMAは2023年5月より、AI基盤モデルを取り巻く市場について調査を始め、AI基盤モデルを導入している企業、消費者団体や業界団体、また有識者を含む70名以上のステークホルダーから情報を収集することで本初期的報告書の作成に至りました。本初期的報告書は結論を示すものではなく、あくまで初期的な報告書であり、CMAはさらに調査及び検討を進め、2024年初めに改めてアップデートされた報告書を発表するとしています。

近時、Chat GPTをはじめとして生成AIが様々な観点から脚光を浴びていますが、本初期的報告書では、とりわけAI基盤モデルについて、競争及び消費者保護の観点からの調査及び分析に基づく指針が示されており、参考になるものと思われます。本稿では、AI基盤モデルについて概説した上で、本初期的報告書のポイントについて①市場に与える影響（競争分野）と②消費者保護の2つの領域に焦点を当ててご紹介いたします。

## 2. AI 基盤モデルとは

そもそも、AI基盤モデルとは幅広いタスクや業務に対応することができる膨大なデータによって訓練された機械学習モデルをいいます。AI基盤モデルは現在、チャットボットやコード作成アシスタントの作成、画像生成等に利用されており、Microsoft 365のような一部のソフトウェアにも組み込まれ、消費者と企業の双方のために活躍しています。Google、Meta、Microsoft、NVIDIAといった既存の企業や、OpenAI、Anthropic、Stability AI、Midjourneyといった新しいAI企業を含む様々な企業によって開発されており、現時点でリリースされたAI基盤モデルは約160種類あると推定されています。OpenAIが発表したGPT-3や、同じくOpenAIが発表した「Stable

<sup>16</sup> [AI Foundation Models: Initial report - GOV.UK \(www.gov.uk\)](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/118141/ai-foundation-models-initial-report.pdf)

<sup>17</sup> [A pro-innovation approach to AI regulation - GOV.UK \(www.gov.uk\)](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/118141/a-pro-innovation-approach-to-ai-regulation.pdf)

## ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

Diffusion」にも使われている CLIP 等がその代表例です。

### 3. 市場の競争に与える影響

#### (1) 総論

本初期的報告書は、AI 基盤モデルが市場の競争に与える影響を考察しています。AI 基盤モデルは、医療、金融、教育、音楽制作、法律等、幅広い産業で様々な用途に使用されています。本初期的報告書は、AI 基盤モデルが普及するにつれ、AI 基盤モデルを開発する業界と活用する業界との両方において効果的な競争を確保することが重要であることを指摘しています。活発な競争は技術革新を促し、より良い製品をより低価格で消費者に提供することが可能になりますが、一方で、競争が弱ければ、消費者はより悪い製品をより高価格で手にせざるを得なくなることが指摘されています。

本初期的報告書は、AI 基盤モデルは各企業の既存の製品やサービスを改善したり、一方で新しい製品やサービスを創出するポテンシャルを有しているものの、未だ多くの企業が AI 基盤モデルをどのように活用するかについて検討中であり、具体的な市場の競争に対する影響を結論付けるには時期尚早である旨指摘しています。もっとも、本初期的報告書は、企業が AI 基盤モデルをどのように活用するかは別として、市場の競争にポジティブな影響を与える可能性のあるケースとネガティブな影響を与える可能性のあるケースを考察しています。以下、それぞれのケースにつきご紹介いたします。

#### (2) 市場の競争に対してポジティブな影響を与えるケース

- ア 需要者が様々な AI 基盤モデルを利用することができ、不当な制限に縛られることなく、供給先を容易に切り替えることができる場合
- イ 需要者が様々な AI 基盤モデルを利用することができ、ニーズに合った最適な AI 基盤モデルやサービスを積極的かつ十分な情報に基づいて選択することができる場合
- ウ 供給者によるカルテルや市場支配力を有する企業による反競争的行為（例えば、垂直取引関係にある企業が川上市場・川下市場における競合他社参入を拒む行為、他企業の効果的な競争能力を制限する条件を含む契約の締結、反競争的なバンドルや抱き合わせ等）によって競争が制限されることのない場合

#### (3) 市場の競争に対してネガティブな影響を与えるケース

- ア AI 基盤モデルの開発における競争が活発でないために顧客の選択肢が欠如する場合
- イ 顧客にとって AI 基盤モデルの製品やサービスの切り替えが難しい場合
- ウ 市場支配力を獲得した企業が、隣接市場や川下市場の競争を制限する場合

## ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

エ AI 基盤モデルが隣接市場や川下市場での市場支配力を確立するために使われる場合

(4) 小括

本初期的報告書は、市場の競争にポジティブな影響を与える可能性とネガティブな影響を与える可能性は、①企業が AI 基盤モデルを自社サービスに組み込むために様々な選択肢を利用できるかという切り替え可能性、②需要者の嗜好、③垂直取引関係にある企業が川上市場・川下市場における競合他社を排除するインセンティブを有するかという垂直取引関係の影響、④AI 基盤モデルや開発者が AI によって生成されたデータを利用してパフォーマンスを向上させることができるかというデータフィードバック効果の 4 要素によって左右されることを指摘しています。AI 市場の健全な発展のためには、日本企業としても①ないし④の要素に着目しつつ、(3)のネガティブな影響を与える行為は避ける必要があります。

#### 4. 消費者に与える影響

(1) 総論

AI 基盤モデルの開発には、安全、セキュリティ、著作権、プライバシー、人権等、政府や当局が適切に対処する必要がある重要な問題が数多く存在します。デロイトの調査によれば、英国では既に 400 万人以上が AI 基盤モデルを利用していると推定されており<sup>18</sup>、多くの消費者が既に新しい AI サービスを利用していることを示しています。本初期的報告書は、AI 基盤モデルが消費者に虚偽又は誤解を招くような情報を与えたり、そのほかの情報操作を行った場合に消費者に甚大な損害を与える可能性があることを指摘し、消費者を十分に保護することの必要性を強調しています。

(2) 消費者を保護するための要素

本初期的報告書は、AI 基盤モデルが消費者保護のためにポジティブに働く主要な要因を以下のとおり列挙しています。

ア AI 基盤モデルの精度の向上：

本初期的報告書作成の過程では AI 基盤モデルが生成する情報が正確ではない危険性が指摘されていました。企業は、AI 基盤モデルの精度に注意し、虚偽で誤解を招くような情報が消費者に与える影響を慎重に検討し、消費者が十分に保護されるような措置を講じる必要があるといえます。本初期的報告書では、AI 基盤モデルの開発企業が適切な競争環境に置かれることが、精度向上に繋がることも指摘されています。

イ 説明責任の明確化：

AI 基盤モデルが複雑なサプライチェーンの中で利用される場合、消費者に

<sup>18</sup> [More than four million people in the UK have used Generative AI for work - Deloitte | Deloitte UK](#)

## ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

として問題が生じた場合に誰が責任を負うことになるのかを特定することが難しい場合があります。AI 基盤モデルを発明・活用する企業としては、説明責任を果たし、明確な救済ルートを確保することが重要です。

ウ 消費者が AI 基盤モデルの情報を批判的に評価できること及び消費者被害への取組：

本初期的報告書作成にあたっては、消費者が AI 基盤モデルによって生成された情報と人為的に生成された情報を見分けることは難しいということが指摘されています。AI 基盤モデルを開発・活用する企業による安全性を向上させる措置がなければ、消費者が AI 基盤モデルによって生成された情報と人為的に生成された情報の違いを見分けられず、虚偽の情報に基づいて行動してしまうリスクがある点に留意する必要があります。特に、本初期的報告書は以下の類型には留意が必要であることを指摘しています。

- ① 虚偽レビュー：商品やサービスに対する虚偽のレビューや誤解を招くようなレビューが消費者に誤った商品やサービスを購入させるリスク
- ② フィッシング：犯罪者がメールや電話を通じて消費者に個人情報を開示させたり支払をさせたりするリスク<sup>19</sup>
- ③ ディープフェイク：AI 基盤モデルによって生成された写真や動画が架空の出来事を描写している場合
- ④ 隠し広告：消費者法に違反するようなオンライン上の隠し広告<sup>20</sup>

### (3) 小括

本初期的報告書は、AI 基盤モデルは消費者が AI 基盤モデルの利用による被害から十分に保護され、企業と消費者の双方が AI 基盤モデルのリスクと限界について十分な理解を得ることができれば、よりポジティブな製品になることを指摘しています。例えば、2023年7月、Anthropic、Google、Microsoft、Open AI の4社は AI 基盤モデルの安全で責任ある開発を確保することに焦点を当てた業界団体である Frontier Model Forum (FMF) の発足を発表しました<sup>21</sup>。このような行動に続き、AI 基盤モデルを開発・活用する各企業は消費者の理解を深め、説明責任を果たすための役割を果たしていく必要があるといえます。また、CMA は本初期的報告書の発表と同日付で消費者保護に関するプレスリリース<sup>22</sup>を発行しており、同プレスリリースにおいても上記「消費者を保護するための要素」が言及されています。

<sup>19</sup> <https://arxiv.org/pdf/2301.00665.pdf>

<sup>20</sup> CMA による隠し広告に関するガイダンス <https://www.gov.uk/government/publications/compliance-principles-for-social-media-platforms/hidden-ads-principles-for-social-media-platforms>

<sup>21</sup> <https://blog.google/outreach-initiatives/public-policy/google-microsoft-openai-anthropic-frontier-model-forum/>

<sup>22</sup> [Proposed principles to guide competitive AI markets and protect consumers - GOV.UK \(www.gov.uk\)](https://www.gov.uk/government/news/proposed-principles-to-guide-competitive-ai-markets-and-protect-consumers)

## ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

### 5. AI 基盤モデルをめぐる競争法・消費者保護法及び他の規制の役割や関係

本初期的報告書では、過度に負担のかかる規制は、競争やイノベーションの発展を不必要に困難にする可能性があり、それ自体が大きな参入障壁となる可能性があるため、慎重な検討を要するとしています。現在、AI 基盤モデルの開発等を含めサプライチェーンのいくつかのレベルで活発な競争が存在していることを示す証拠があり、市場が競争的でうまく機能している場合には市場を有機的に発展させることが企業と消費者にとってプラスの結果を生じさせる最良の方法であるとしています。他方で、当該市場で競争や消費者問題が顕在化し始めた場合には、CMA はこれらに対処するための既存の様々な権限を行使し得ることも示唆しています。加えて、Digital Markets, Competition and Consumers (DMCC) 法案の発効を通じて、企業間の自由かつ活発な競争を確保することにより、消費者を保護し英国経済の成長を促進する CMA の権限が強化されるとしています。今後は、他の規制当局と密に連携しつつ、AI 基盤モデルに関する様々な政策目標を考慮して慎重に対応していく姿勢を示しています。

### 6. AI 基盤モデルの開発と発展に関する競争と消費者保護のため指針

本初期的報告書では、今後 AI がもたらすイノベーションから、人々や企業、経済全体が確実に恩恵を受けるために、企業が既存の消費者法と競争法を遵守する必要性を述べた上で、加えて、AI 基盤モデル開発と発展の際に、競争と消費者保護が効果的な原動力であり続けることを保証するため、以下の7つの指針を提言しています。

- (1) 説明責任：AI 基盤モデルの開発者及び普及担当者は、消費者に提供される成果物について説明責任を負うこと
- (2) アクセス：不必要な制限を設けることなく主要なインプットに継続的にアクセスできるようにすること
- (3) 多様性：オープン、クローズドを含むビジネスモデルの多様性を維持すること
- (4) 選択肢：事業者が AI 基盤モデルの利用方法を決定できるよう、十分な選択肢を提供すること
- (5) 柔軟性：必要に応じて複数の AI 基盤モデルを切替え又は利用できる柔軟性があること
- (6) 公正な取引：反競争的な自己優遇、抱き合わせ、拘束条件付取引等の反競争的行為を行わないこと
- (7) 透明性：AI が生成するコンテンツのリスクと限界に関する情報を消費者及び事業者に与え、十分な情報を得た上で選択することができるようにすること

## ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

## 7. まとめ

CMA は本初期的報告書において、①市場に与える影響（競争分野）と②消費者保護の2領域に焦点を当てており、両者の問題は切り離して考えることはできず、一体となって検討すべき問題であると指摘しています。AI 基盤モデルというイノベーションから消費者や企業、また経済全体が広く適切な恩恵を受けられるようにするためには、上記 6.において示した 7 つの指針に沿った対応が必要になるといえます。CMA は、今後、本初期的報告書の作成に携わったステークホルダーとの検討は継続的に進めるとし、国内外のほかの規制当局とも連携しつつ、2024 年初めに追加の最新情報を発表するとしています。

日本の公取委は、2021 年 3 月 31 日にデジタル市場における競争政策に関する報告書を発表しています<sup>23</sup>。同報告書では、国際的な議論への継続的な参画や諸外国の競争当局との積極的な連携が望まれる旨も言及されており、本初期的報告書の内容を含め、今後の CMA の動向は注目に値するといえます。

<sup>23</sup> [https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2021/mar/210331\\_digital.html](https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2021/mar/210331_digital.html)

## ANTITRUST/COMPETITION NEWSLETTER

### セミナー情報

- セミナー 『Intellectual Property & Antitrust: A Regional Perspective and Enforcement Update』  
開催日時 2023年12月8日(金) 10:00~12:00  
講師 高宮 雄介  
主催 Primerio
  
- セミナー 『第5373回金融ファクシミリ新聞社セミナー「コロナ後のカルテル対応とリスク管理ー令和元年改正後の実務を踏まえた執行への対応とコンプライアンスー』  
開催日時 2023年12月13日(水) 12:30~15:30  
講師 柿元 将希  
主催 株式会社 FN コミュニケーションズ

### NEWS

- Who's Who Legal: Japan 2023にて当事務所の弁護士が選出されました  
Law Business Research が発行する Who's Who Legal: Japan 2023にて、当事務所の弁護士が各分野にて National Leader に選出されました。Competition 分野では、伊藤 憲二、宇都宮 秀樹、加賀美 有人、眞鍋 佳奈、高宮 雄介が選出されております。