

ニュースコンテンツ配信分野の 実態調査について

公正取引委員会 経済取引局総務課
デジタル市場企画調査室
(令和5年3月17日)

ニュースメディアとニュースプラットフォームの取引を巡る問題①

ニュースメディア（新聞、雑誌、テレビ放送等）が指摘する問題

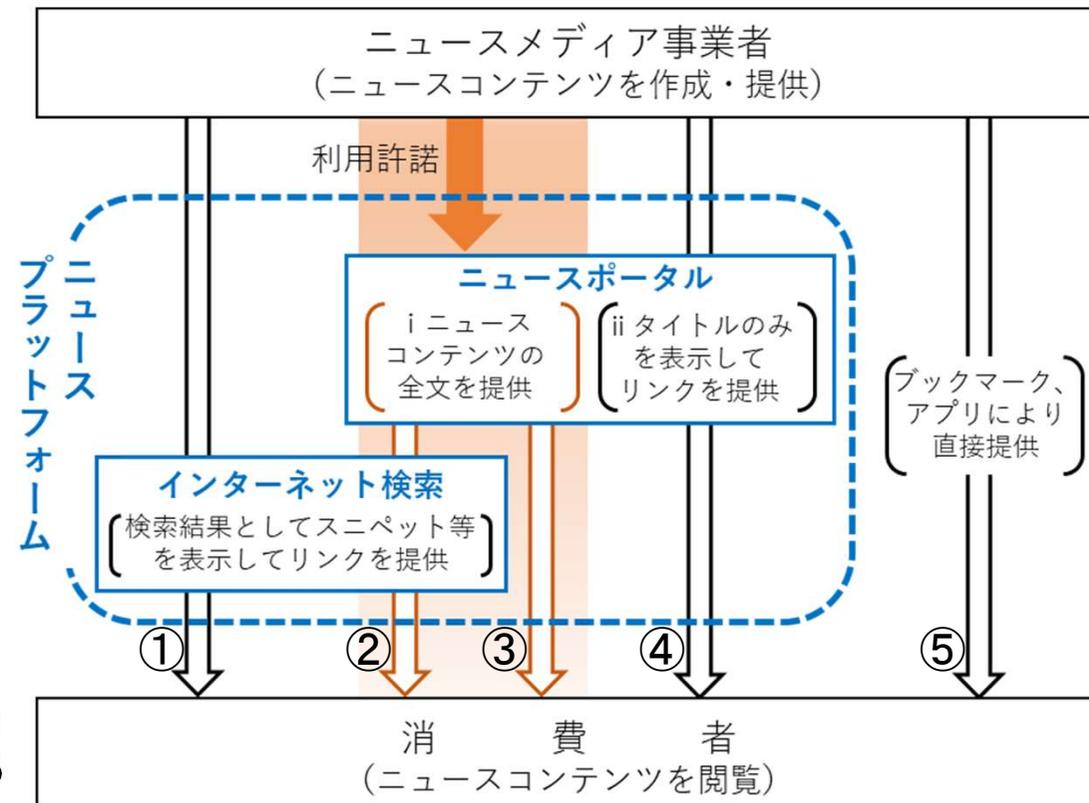
【①ニュース記事の使用に係る対価の問題】

- ニュースポータルはニュースメディアとの間でライセンス契約を締結し、ニュースメディアが作成したニュースコンテンツをニュースポータルサイト等で利用しているものの、その**対価が著しく低い**。
+
支払対象は各ニュースコンテンツの**詳細ページが表示された場合に限定**されており、トップページや中間ページへのアクセスに対しては対価が支払われない。
- インターネット検索では、ニュースコンテンツの短い抜粋（スニペット）、写真が対価を支払うことなく利用されている。

【②検索サイトにおけるニュースコンテンツの表示順位の問題】

- 同内容のニュースコンテンツがニュースポータルだけでなくニュースメディアのウェブサイトにも掲載されているところ、**ニュースポータルに掲載されているニュースコンテンツがインターネット検索における検索結果として上位**に表示される。

⇒ ニュースメディアのサイトの記事閲覧数が減少し、その結果、**メディアにおける広告収入が減少**



ニュースメディアとニュースプラットフォームの取引を巡る問題②

「デジタル・プラットフォーム事業者の取引慣行等に関する実態調査(デジタル広告分野)について(最終報告)」
(公正取引委員会 令和3年2月17日公表)

【適切な対価の設定】

- 配信料の算出過程の透明性・公正性について、媒体社の納得が得られていない（1PV当たりの単価の決定基準、中間的なページの表示に対する支払）。
- ⇒ ニュース等の配信に関する市場における公正な競争を促進する観点から、まずはその配信料の算定に関する基準や根拠等について明確にされることが望ましい。

【検索サイトにおける表示の順位】

- 検索サイトの検索結果表示等において、コンテンツの提供元のメディアのオリジナルページよりも、特定のポータルサイト上の同じコンテンツのページが上位に表示されることがある。
- ⇒ 取引の透明性・公正性を確保する観点から、例えばポータルサイト側がコンテンツの取扱いについての考え方を開示するなどの方法で明確化することや、それを踏まえて両者における適切な交渉がなされることが望ましい。



【今後の取組】

- デジタル・プラットフォーム事業者の台頭による影響を受けて変化する市場における競争の状況についても注視し、引き続き、デジタル分野についての実態調査を行い、消費者利益を勘案しつつ独占禁止法・競争政策上の問題を明らかにしていく。

- **ニュースメディアによれば、デジタル広告報告書で指摘した課題について、改善が見られない。**
- **ニュースコンテンツ配信分野における課題の解決に向けて、関係省庁とも連携しつつ、より実効性のある提言を行うことを目指して、以下の事項を含む実態調査を開始（11月16日公表）。**
 - **ニュースプラットフォームとニュースメディア間の具体的な取引条件の設定等について、ニュースプラットフォームによる不当な行為が行われていないか**
 - **消費者のデジタルメディアにおけるニュースコンテンツの閲覧行動も踏まえ、インターネット検索におけるニュースコンテンツの表示順位に影響し得るニュースプラットフォームの行為が、ニュースメディアにどのような影響を与えているか**
 - **ニュースプラットフォームとニュースメディア間における交渉を通じた取引条件の適正化を促進するために、どのような対応が有効であるか**