

経済産業省

デジタルプラットフォームの透明性・公正性に関する
モニタリング会合
第2回 議事録

<日時> 令和4年3月14日(月) 8:00~10:00

<場所> オンライン開催 (MS Teams: みずほリサーチ&テクノロジーズ主催)

■ 出席者 (敬称略)

<委員> (座長以下50音順)

岡田座長、生貝委員、黒田委員、伊永委員、高倉委員、武田委員、百歩委員、
平山委員、増島委員、若江委員

<オブザーバー>

公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
金藤 ICT 委員会委員長
一般社団法人 EC ネットワーク 沢田理事
公益社団法人日本通信販売協会 万場専務理事
一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム 岸原専務理事

<関係省庁>

内閣官房 デジタル市場競争会議事務局 成田次長
公正取引委員会事務総局 経済取引局 総務課 塚田課長
個人情報保護委員会事務局 矢田企画官
消費者庁 消費者政策課 吉田課長
総務省 情報流通行政局 情報通信政策課 西瀧企画官
経済産業省 経済産業政策局 競争環境整備室 杉原室長

<事務局>

経済産業省 商務情報政策局 野原局長
経済産業省 商務情報政策局 門松審議官
経済産業省 商務情報政策局 情報経済課 デジタル取引環境整備室 日置室長ほか
みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社

■ 議事次第

1. 開会
2. 議事
 - (1) デジタルプラットフォーム利用事業者向けアンケート調査結果について（報告）
 - (2) 特定デジタルプラットフォーム提供者に対する質問・確認事項について
3. 閉会

■ 配布資料

議事次第

- 【資料1】 デジタルプラットフォーム利用事業者向けアンケート調査結果
（オンラインモール・アプリストア）
- 【資料2】 事務局提出資料

■ 議事詳細

1. 開会

事務局から開会が宣言された後、資料の確認及び議事運営についての説明が行われた。

2. 議事

(1) デジタルプラットフォーム利用事業者向けアンケート調査結果について（報告）

事務局（みずほリサーチ&テクノロジーズ）より、資料1を用いて、アンケート調査結果についての説明が行われた。

(2) 特定デジタルプラットフォーム提供者に対する質問・確認事項について

事務局（経済産業省）から、資料2を用いて、特定デジタルプラットフォーム提供者に対する質問及び確認事項について説明が行われた。その後、各委員より、以下のとおり意見表明が行われた。

<生貝委員>

- オンラインモール及びアプリストアにおける商品の表示順位について、今後どの程度まで情報の開示を求めていくのかという点は、非常に難しい課題である。今回の資料中に参考情報として挙げられている各特定デジタルプラットフォーム提供者（以下「DPF提供者」という。）の対応についても、自社の商品と他の事業者の商品の取り扱いには差異があると認識している。取引透明化法の規定に基づき、各社の考え方や自社サービスの位置づけについて、可能な限り情報を得られることを期待したい。
- 資料2（p.15）のデータの利用について、各社でデータの取り扱いが異なる印象を受ける。少なくとも、データの取り扱いや利用方法については、アプリストアに限らず、各DPF提供者から、可能な限り丁寧に説明をいただきたい。
- 各DPF提供者が海外で説明している事項については、日本でも説明をいただく必要があるのではないか。例えば、米国議会のヒアリングでは、アプリストアの手数料の内訳や性質について、かなり詳細な説明が行われたと認識している。
- 検索結果の表示に関するアルゴリズムの重みづけに関しても、例えば、欧州のP2B規則では、より踏み込んだ規定に基づく情報開示を求めている。
- 我が国の取引透明化法は、欧州の規制との整合性を意識してきたという背景があるが、今後も国際的に一貫した運用を担保していく必要がある。特にベストプラクティスを広く公開し、国際的に共有するという意味でも、P2B規則にどのように対応しているのかという点については、DPF提供者に開示していただく必要がある。
- また、P2B規則に対する対応に加えて、日本固有の対応状況についても、説明していただくことが重要である。

<黒田委員>

- デジタルプラットフォームは、様々な利用事業者がビジネスを拡大するための基盤として機能しており、我が国の経済活動において重要な役割を担っているため、まずは、アンケート調査結果等を踏まえた各 DPF 提供者の自主的な改善に期待したい。
- その際、DPF 提供者は入手できるが、利用事業者が知り得ないような情報（特に利用事業者にとって不確実性が低下するため事業計画が立てやすくなるような情報）については、現在以上に情報提供があっても良いのではないか。そのような情報を提供できない場合は、その理由や考え方についても、説明していただきたい。
- 経済産業省側には、相談窓口やアンケート調査を通じて得た情報をもとに、プラットフォームに対して、このような情報提供があるとよいという要望を積極的に伝えてもらいたい。特に最終的に消費者の不利益になるという理由で提供できない情報については、利用事業者に対して十分な説明を行う必要があると考えている。
- 以上が総論であるが、各論として、第 1 に、DPF 提供者が定めている返品ルールは、消費者に対して非常に寛容な傾向がある。消費者に対して寛容な返品ルールは、米国では DPF 提供者及び利用事業者の共通的な認識となっているが、日本の利用事業者にとってはあまり馴染みがない。日本では、消費者からの返品数等に応じて事業計画を見直すような企業は少ないと思われるため、返品を通じた利用改善の考え方などを日本の利用事業者に分かりやすく説明していただくことが重要である。
- 第 2 に、検索結果やランキングの表示順位について、各プラットフォームが完全に透明かつ公平なオークション形式ではなく、不確実性や不透明性が残るアルゴリズムを採用している背景には、各 DPF 提供者の意図があるはずである。完全に透明かつ公平ではないことを通じて、利用事業者に何を求めているのか、また、利用事業者のどのような努力を評価したいと考えているのか。商品や検索結果の表示順位に関する開示事項は、政府の要請に応えるものとして消極的に捉えるのではなく、利用事業者に期待している点を伝えるための手段として積極的に捉えてほしい。
- 利用事業者に対する各種説明事項についての DPF 提供者側の改善の取組について、さらなる情報提供を期待したい。

<伊永委員>

- 資料 2 (p.16~18) の取引透明化法施行後の改善傾向についての利用事業者のアンケート回答を見ると、肯定的な回答が 4 分の 3 程度寄せられており、ひとまず安心した。これは DPF 提供者の努力の成果であり、改めて感謝申し上げたい。
- しかし、資料 1 (p.25) において、「説明の納得感よりも説明がないことが課題」であるという類型が示されているが、これについては取引透明化法上の問題であると考えている。また、「説明がないことよりも納得感が課題」であるという類型に関しては、独占禁止法の優越的地位の濫用に該当する可能性が高いと考えられる。優越的地位の濫

用とは、優越的な立場にある者から計算できない不利益や著しい不利益を押しつけられた際に問題となるが、「納得して」いない場合には不利益に該当するとされている。取引透明化法と独占禁止法は、相互補完関係にあり、両者を通じて執行する制度であるため、説明だけでなく納得の欠如についても問題として改善する必要があると考えている。

- 取引透明化法は、利用事業者に対する取引条件変更時の事前通知や、苦情・紛争処理のための自主的な体制整備などを義務付けることで、それを通じた DPF 提供者と利用事業者のコミュニケーションや相互理解の促進を目指している。DPF 提供者が苦情や紛争の過程で明らかになった問題を効果的・効率的に解決するためには、予め広く情報を開示することで、事前取引条件を明確にしておくことが合理的である。このコミュニケーションのサイクルにより、未然に苦情や紛争を防ぐための情報開示の動機づけを促進していきたい。
- DPF 提供者に対しては、手続的な改善だけではなく、例えば最新技術を用いた創造的な解決方法による改善も期待したい。取引透明化法上の課題を法務部門から現場に共有し、効果的かつ効率的な解決方法を探ることが、根本的な問題解決にもつながると考えている。DPF 提供者には、技術を用いた根本的な問題解決を意識した取組を可能な限り早く開始していただき、その状況についても報告書に記載していただきたい。

<高倉委員>

- 検索結果やランキングの順位を決定するアルゴリズムの開示は、非常に大きな課題である。アルゴリズム自体の公開は可能であると考えられるが、そこで用いるパラメータの設定は、機密事項に該当すると思われる。また、パラメータの設定を開示した場合、その設定に最適化された商品が販売され、競争の公平性が損なわれてしまうことになると考えられる。さらに、例えば不正利用の検知やアカウント停止についても、恐らく AI で処理を行っていると考えられるため、判定の要素を開示させることは難しいと考えられる。
- 社会的に AI に対して過度の信頼が置かれていることについても懸念している。AI は常に学習しているため、現時点のパラメータ設定が正しいとしても、例えば翌日のチューニングによるパラメータ設定が正しいか否かを説明することは非常に難しい。このような AI の限界について、利用事業者側に理解を求めることは困難であると認識しているが、DPF 提供者側も「AI が判定しているのだから当然正しい」という姿勢で説明しているような印象を受ける。
- DPF 提供者側は、自社で使用している AI プログラムについて完璧な説明は不可能であり、その AI が誤った判定をすることもあり得るという前提で対応する必要がある。AI の正しさを説明するためには、少なくともテスト用のサンプルデータとそれを用いたテストの結果を開示することが必要なのではないかと。
- 実際に自身もサンプルデータを使用して AI プログラムを検証することがあるが、実デ

ータでは匿名化しても、高い確率で個人が特定されてしまうため、サンプルデータには完全に人工的なデータを使用することが望ましい。

<武田委員>

- 取引透明化法施行後の DPF 提供者のサービスの改善傾向を指摘する意見が紹介され、その点については評価できる。その一方で、利用事業者の従業員規模等によって評価が異なることや利用事業者の相談の声なども多数寄せられていることから、依然として改善の余地は残されていると認識している。
- デジタルプラットフォームの透明性や公正性を確保することは、利用事業者の参入や投資に影響を及ぼすため、先に述べた利用事業者側の懸念は大きな問題であると考えられる。それを前提に、特に以下の2点について実態を解明していただきたい。
- 第1に、手数料とランキング表示に関して、DPF 提供者自身と利用事業者の間で異なる取り扱いをしている理由と、異なる取り扱いをする場合における競争の透明性を担保するための施策について、教えていただきたい。DPF 提供者の中には、異なる取り扱いをしていないという回答もあったが、アンケートでは利用事業者側に懸念があることが示されているため、自社優遇を抑止するための方策や今後の取組についても詳しく知りたいと考えている。
- 第2に、利用事業者のデータについて、自社製品の開発や販売促進のためのデータの利用の有無や情報の管理体制なども含めて、より詳しく教えていただきたい。さらに、自社製品の開発や販売促進のためのデータの利用の有無が不明な DPF 提供者については、そのような事実の確認に加えて、その実効性を確保するための体制整備について、より詳しく知りたいと考えている。
- DPF 提供者からの回答は、利用事業者の参入や投資に影響を及ぼすものであるため、正当な理由がない限り、委員やオブザーバー、事務局のみに限定されるものではなく、広く公表されるべきであると考えている。

<百歩委員>

- DPF 提供者に対する質問内容ではなく、質問の仕方について意見を述べたい。質問の仕方を工夫することにより、DPF 提供者にとっては、自社の取組を説明する機会を得られ、双方にとって有益な報告につながると考えている。
- 例えば、自社優遇については、「自社優遇しているか」といったクローズド・クエスションの場合は「していない」という形で回答が終了してしまう可能性があるため、自社とそれ以外の利用事業者を公平に扱った具体的な事例について説明していただくことも一案である。また、一定期間の事例の中で、実際に自社や関連会社に対応した件数や全体の中の比率などの定量的な情報を提供いただくことにより、対応状況のバランスを確認できるのではないかと。
- その他、返品への対応について、「返品の対応をどのように行っているのか」といった

ようなオープン・クエスチョンを行ってしまうと、抽象的で曖昧な回答となる可能性があるため、例えば、プロセスを質問するだけではなく、通常のプロセス外の特例扱いを行う基準や実際に判断に悩んだ事例等を説明していただくことにより、DPF 提供者の対応を確認できると考えられる。

<平山委員>

- 取引透明化法においては、DPF 提供者と商品等提供利用者等（利用事業者）との相互理解の促進を図ることが重要な目的である。このゴールを達成するためには、規約による取引条件等の開示が、利用事業者が読めば内容を理解できる程度に明確かつ具体的であることが必要である。このような観点から、以下2点について意見を申し上げたい。
- 第1に、資料2（p.12）のアカウント停止について、その判定がAIにより自動的に行われることがあると考えられるが、例えばアカウントを停止された利用事業者からの苦情申し立てがあった場合などに、人の目による確認を併用することもあり得る。このように、どのような体制の下で、どのようなルールに基づいてアカウント停止の判定が行われているのかということが、利用事業者を理解できる程度に明確かつ具体的に開示されることが、利用事業者に安心感を与え、相互理解を促進するための重要な要素となると考えている。
- DPF 提供者への質問事項としては、例えば、チェックのための人員確保の状況、チェックを行う際の着眼点などを記した社内審査マニュアルの整備状況、苦情申立対応マニュアルの整備状況、さらには、改善を要するという課題の有無や内容に関する各社の認識などが考えられる。そして、これらについて、DPF 提供者のイノベーションを損なわない限度で、各社から自主的な開示が行われることが望ましい。
- 第2に、資料2（p.14）の検索結果やランキングの順位の表示について、DPF 提供者各社が表示順位を決定する際の考慮要素をいくつか開示していることは承知している。しかし、利用事業者は、開示された考慮要素を見ただけでは、個々の考慮要素の重みづけが示されていないため、どのような努力が検索順位に反映されるのかということを理解できないと考えられる。また、DPF 提供者自身が有利になるような重みづけが行われていたとしても、利用事業者がそれを知ることはできず、相互理解が促進されないことが懸念される。相互理解の促進のためには、考慮要素の単なる羅列にとどまらず、個々の考慮要素の重みづけに関係する情報が、DPF 提供者から自主的に開示されることが望ましい。
- 上の観点を踏まえつつ、関係者の相互理解を促進するために必要な情報が開示されるような質問事項を作成することが重要である。これらの質問を通じて明らかになった DPF 提供者の取組からベストプラクティスを抽出し、それに基づいて各社のビジネスモデルに即した一層の自主的改善の取組を促すこともモニタリング・レビューの役割であると考えている。

<増島委員>

- 本会合は、公的に DPF 提供者の取組や課題が公表されるプロセスとして位置づけられる。このプロセスには、プラットフォームに対する政府からの信頼の付与という意味合いも含まれており、それは DPF 提供者側にとっても重要なメリットになるはずである。
- 国内に本社を持つ DPF 提供者に限らず、海外に本社を持つ DPF 提供者にも、我が国のプロセスを通じて、プラットフォーム自体の国際的な信頼性を高めることができると捉えていただきたい。我が国での取組の実績を他国でも周知することにより、日本の取組が国際的にも知られていくという動きもあり得る。また、我々も、その点を意識した上で取組を発信することが重要である。
- 本会合は、継続的な活動であるため、1回目で全ての疑問に対する回答を DPF 提供者から求めるのではなく、段階的な取組を促すなど、長期的なプロセスを想定したコミュニケーションが重要となる。本会合の委員にも様々な意見があるが、DPF 提供者側のリソースの問題や対応の優先順位などにも配慮をした上で、質問を取りまとめ、自主的な活動を促していくことが望ましい。
- 現時点でも DPF 提供者から回答が示されており、一定の進展が見られるが、DPF 提供者側で今後実施しようとしている事項や逆に実現が難しい事項についても、率直な確認ができるかという点ではないか。利用事業者に対する個別対応が様々な場面で求められているようであるが、DPF 提供者側のコストも考えると、現実的には難しい取組もあるのではないかと感じている。
- 期待感の調整という観点から、利用事業者側に逆に理解していただかなくてはならない点もあるため、報告書を通じた利用事業者に対するメッセージの発信も重要なポイントである。例えば、検索結果の表示や AI に関する説明の限界などに関する現実的な解決策については、利用事業者側から理解を得ることも重要である。
- 他にも、返品やアカウント停止など、規約上に必ずしも全てが明記されているわけではない事項があり、これらの点については、利用事業者が十分に理解した上でプラットフォームを利用することも重要である。DPF 提供者が利用事業者に対して、「このような点について理解をした上でプラットフォームを利用してほしい」というコミュニケーションをどのように行っているのか、という点についても、今後確認していきたい。

<若江委員>

- DPF 提供者やその関連会社と、第三者である利用事業者との競争関係がある中で、DPF 提供者が不当に自社に有利な状況を作り出していないのかという点に関心があり、その観点から、DPF 提供者に対して具体的な質問を行いたいと考えている。
- まず、返品ルールやルール違反に対する罰則、また、検索結果やランキングの表示順位、手数料の水準、データの活用について、重点的に質問していきたい。
- 資料 2 (p.11) の返品ルールやルール違反の罰則等の取り扱いについて、Amazon の場合

は、自社の関連会社については、利用事業者向けの規約は直接適用されないとの回答があった。Amazon では、直接販売事業において問題が生じた場合は、個別に対応を行うと回答されているが、利用事業者に対しては、消費者保護のための返品ルールやルール違反に対する罰則を課している一方で、直販事業に対してはそのようなルール化を行っていないという理解でよいのか、確認したい。消費者保護を強化することにより、消費者にとって便利で快適な状況を生み出し、プラットフォーム全体のビジネスを拡大する効果がある一方で、利用事業者がその負担を背負うこととなる。もし、Amazon が直販事業において消費者保護のルールを定めていないのであれば、直販事業が不当に有利になるのではないか。また、完全な個別対応の場合、プラットフォーム上での競争が不公平になることを防ぐための取組をしているのか。内部に一定のルールがある場合は、その内容についても教えていただきたい。

- 検索結果やランキングの表示順については、オンラインモール及びアプリストアの利用事業者から不満の声が上がっている。資料2（p.14、p.25）の各社の回答を見ると、モールでは Amazon のみ、表示順位の自社優遇の有無について回答がないため、検索結果の上位やおすすめ商品の選定において関連会社を優遇しているのかどうかという点についても、教えていただきたい。アプリストアについても、Apple の回答の記載がないので、Apple の検索結果の表示順の状況についても知りたいと考えている。また、これは全社に対する質問として、もし、自社優遇を行っていない場合には、自社及び関連会社と利用事業者を区別するパラメータが存在するのか否か、あるいは社内ルールを定めている、内部監査の対象としているなど、自社を優遇していないことを客観的に担保する取組を示していただきたい。
- アプリストアにおける手数料の水準について、App Store 及び Google Play において、自社や関連会社の手数料の水準と利用事業者の手数料の水準が同じかどうかという点も教えて欲しい。もし異なるならその理由も教えて欲しい。
- 最後に、データ利用についても、DPF 提供者各社で説明に差がある印象を受ける。例えば、モール各社の回答の中では、Amazon の回答ではデータを利用しているのかどうかという点について判然としない。利用しているのか、もし利用している場合には、そのデータの内容や利用方法、データ利用の社内ルールについても教えていただきたい。その際、集約されたデータと個別のデータは区別されて使用されていると聞いたことがあるため、各社におけるデータの定義や取り扱いの差についても教えて欲しい。

委員に続いて、本会合のオブザーバーより、以下のとおり、意見表明が行われた。

<公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（金藤氏）>

- 利用事業者や消費者等からの相談に対する対応体制について、日本法人の判断なのか、それともグローバルでの共通した考え方による判断なのか、教えていただきたい。特にオンラインモールでは、DPF 提供者各社で判断に差がある印象がある、日本市場の特色

に応じた対応をしているのであれば、さらに納得感のある回答になるのではないか。

- アカウントの停止や検索順位等の表示について、実際に相談窓口でも、一般ユーザーからゲームのアカウントを停止されたという苦情が寄せられることがある。その際、DPF 提供者に問い合わせると、規約上に記載されている禁止行為があったためと説明されるが、詳細に説明すると悪用される可能性もあるため、それ以上は詳細に説明できないと回答されてしまう。これについては、オンラインモールのアカウント停止に関しても同様であると考えられる。このような状況を踏まえると、ランキングの表示についても、主要な要素しか報告できないと考えられ、難しい問題であるという印象を受けている。
- 返品について、消費者に対しては、特商法の開示事項である返品ルールを確認するように常に伝えている。クーリングオフではないため、その取引条件や返品条件は、事業者が自由に決めることができるが、プラットフォーム上での取引の場合は、プラットフォーム側で返品条件が定められている。このような場合、利用事業者の自社ホームページとプラットフォーム上の返品条件が異なることも考えられるため、より緩和された返品条件を定めている購入先を選択することも、消費者行動としては考えられる。
- DPF 提供者が利用事業者に対して、過度に負荷がある返品条件を求めているような規約によって、利用事業者側がどの程度損失を被っているのかを示せるとよい。
- 近年、オンラインモール上では、クーポンの配布やセールが頻繁に行われている印象があるが、そのコストを利用事業者にどのように負担させているのかという点にも関心がある。
- 今後も、デジタルプラットフォームと利用事業者との対話が十分に行われ、その結果として消費者の利益にもつながるように、オブザーバーとして貢献したい。

<一般社団法人 EC ネットワーク（沢田氏）>

- 第1に、DPF 提供者の立ち位置について確認したい。利用事業者に対して、取引の場を提供しているのか、自社のインフラの一部を貸し出しているだけなのか、それとも委託を受けて代理で販売を行っているのかなど、利用事業者との関係により、DPF 提供者の行為に対する評価は異なる可能性があると考えている。各 DPF 提供者が、利用事業者とどのような契約関係に基づいて、どのような付加価値やサービスを提供しているのかという基本的な仕組みについて説明を求めたい。それは、返品や返金の可否判断を誰がするのかという問題や手数料のポリシーにも関連すると認識している。
- 第2に、プラットフォームの運営方針について、どの DPF 提供者も消費者に対して魅力的で安心・安全な商品やサービスを提供するというミッションは共通していると考えられるが、それを実現するために特に重点を置いていることは何かを質問したい。例えば、プラットフォーム全体での見え方・統一感に重点を置いている、あるいは、利用事業者の個性や自主性を重視している。消費者が自分に適した選択ができるように検索のメニューを工夫している、利用事業者間の公平性を重視しているなど、それぞれ独自のルールや運営方針があると考えられる。このような運営方針は、検索アルゴリズム

等の設計ポリシーに反映されていると考えられるため、それを理解する一助となると考える。

- 第3に、利用事業者の声として挙げられた様々な事項に関して、DPF 提供者自身が課題と認識しているか否かという点も重要である。課題と認識している場合は、どのように改善を図っていく計画があるのか、あるいは、自社にとっての課題ではないと考えている場合はその理由について説明いただくことが望ましい。
- 最後に、AI の限界について他の委員からも指摘があったが、どの場面で AI を利用しているかに加え、DPF 提供者側で、人為的な修正を加えることがあるのか、それとも AI の判断のみで決定してしまうこともあるのかなど、基本的な AI の利用方針を示していただけると良い。

<公益社団法人日本通信販売協会（万場氏）>

- 相談窓口では、プラットフォームの利用事業者から、DPF 提供者の相談対応は定型文による回答であり、的確な回答が得られないという相談が非常に多い。
- DPF 提供者が多数寄せられる相談に対する対応の効率性を追求することも理解できるものの、利用事業者の相談内容の深刻度に応じて、個別の対応が必要な場面もあると考えている。当然ながら、人材の確保や対応に要する時間という点で効率性は低下するが、利用事業者と DPF 提供者とのミスコミュニケーションの解消のためには、重要な課題であると感じている。
- 一方、利用事業者側についても、DPF 提供者と契約をする際には、様々な規約があるが、プラットフォームに出店する以上は、そのような規約を十分に理解した上で、規約に従ったビジネスを行う必要があることを理解することが必要である。また、出品する商品に関しても、各商品に関連する法令や規制があるため、利用事業者自身も、それらについて十分に把握した上で出店していただくことが重要である。

<一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム（岸原氏）>

- 資料2（p.17）の手数料について、多くのアプリストア利用事業者から、アプリストアの手数料の水準や内訳について十分に開示されるべきであるという意見が寄せられている。手数料の内訳については、DPF 提供者側から、公正な競争についての基本的な考えを説明していただくことが重要ではないか。
- 返金について、Apple による取組については評価できるものの、アプリ開発者は、自身で返金をコントロールできないということに根源的な不満を感じているという状況にある。特に DPF 提供者が返金可能とされている期間が、Google では 48 時間である一方で、Apple では 90 日間と非常に長く設定されている。消費者保護の必要性については理解できるものの、90 日間もあれば、ゲームをクリアした上でクレームをつけて返金するなど、一部の悪質な消費者のモラルハザードを誘引してしまうおそれもある。このような問題も踏まえた上で、Apple の返金期間が 90 日間と非常に長いのはなぜか、

合理的な期間に短縮できないか、また、返金基準をどのように設定しているのかについても、回答いただきたい。

- 資料2 (p.18) のアプリストアにおけるアカウント停止について、取引透明化法上で30日前の事前告知が必要とされているが、例外事項が適用される場合もある。例外事項の適用には、緊急性のほか、詐欺等のセキュリティリスクがあるという2つの要件が必要となるが、このようなアカウント停止の事前告知対象外となる例外事項の適用件数または割合と、例外適用の判断基準を開示いただきたい。
- また、アプリの配信停止とアカウント停止の基準の違いについても教えていただきたい。取引透明化法上では、アプリの停止には事前通知の義務規定はないが、事前通知できる範囲があると考えている。アプリの停止についても事前通知できる範囲はないか、DPF 提供者側の考えを伺いたい。
- 最後に、「特定デジタルプラットフォーム提供者が商品等提供利用者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために講ずべき措置についての指針」の2.4「特定デジタルプラットフォーム提供者が商品等提供利用者の意見その他の事情を十分に考慮するために必要な措置に関する事項」の事例として、国内のルールや商慣習への配慮が例として記載されている。一般的に、海外企業の運営においては、グローバルで一律なルール適用がされていると考えられるが、日本国内の法令や制度、商慣習等に配慮した対応例があれば、教えていただきたい。

続いて、岡田座長より、以下のとおり、総括が行われた。

- 本会合では、情報開示とその評価を通じて、DPF 提供者と利用事業者の課題共有や相互理解を促進し、自主的かつ積極的な取組を促すことを目的としている。ここで重要なポイントとなることは、可能な限り対外的に公表可能な事実を明らかにしながら、透明かつ公正に議論できる領域を広げていくことであると考えている。
- このような観点から、DPF 提供者の皆様には、可能な限り具体的な情報を、ぜひ積極的に提供いただきたい。このような情報提供が、DPF 提供者への信頼の醸成にもつながると考えている。また、取引透明化法では、環境変化に応じて柔軟かつ自主的な行動変容を促すことも意図しているため、今後、アジャイルな共同規制の枠組みとして、本会合が機能することも期待されている。
- 関係各位には、引き続きのご理解とご協力をぜひお願い申し上げたい。

4. 閉会

経済産業省 野原局長より、以下のとおり挨拶行われ、最後に、岡田座長より閉会が宣言された。

- 本日は、本会合の今後のプロセスにおける DPF 提供者に対する質問事項に関して、重

要なご指摘を多数いただいた。

- 検索結果やランキングの順位決定に関するアルゴリズムのほか、手数料の水準について、DPF 提供者自身やその関連会社と利用事業者の間で差があるのではないかという指摘や、データの利用及び規約の適用等に関する論点についても、ご指摘いただいた。また、返品ルールや考え方、アプリやアカウント停止のルールやプロセス、相談体制、返金の期間等についても、複数の委員からご指摘いただいた。
- 本日いただいた指摘事項を整理し、今後の本会合のプロセスを進めてまいりたい。関係各位には、引き続きご協力をお願い申し上げたい。

以上