

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3回 議事録（逐語録）

■ 開催概要

<日時> 令和4年8月25日（金）14:00～16:10

<場所> オンライン開催（MS Teams）

■ 出席者

<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 デジタル市場競争本部事務局 成田次長

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 稲葉室長

総務省 情報流通行政局 参事官室 山本主査

消費者庁 消費者政策課 取引デジタルプラットフォーム消費者保護室

落合室長

個人情報保護委員会 香月参事官

<事務>

経済産業省 商務情報政策局 野原局長、門松審議官

日置デジタル取引環境整備室長

（令和4年度事務局運営支援業務委託先）

- （株）野村総合研究所、（株）イベント・レンジャーズ

## ■ 議事次第

---

1. 開会

2. 議題

・ 特定デジタルプラットフォーム提供者から提出された報告書及び質問に対する回答について（ディスカッション）

3. 閉会

## ■ 配布資料

---

### 議事次第

資料1 事務局提出資料

資料2 特定デジタルプラットフォーム提供者による定期報告書（抜粋）

資料2-1 アマゾンジャパン合同会社提出資料

資料2-2 楽天グループ株式会社提出資料

資料2-3 ヤフー株式会社提出資料

資料2-4 Apple Inc. 及び iTunes 株式会社提出資料

資料2-5 Google LLC 提出資料

資料3 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（各社からの回答）

参考資料 利用事業者からの声/規約等の概要（第2回会合資料から抜粋）

## ■ 討議録（逐語録）

---

日置 では定刻となりましたので、ただ今から、第3回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を開催させていただきます。委員の皆さま方におかれましては、ご多忙のところお集まりいただきまして誠にありがとうございます。本日は委員・オブザーバーの皆さま全員ご出席ということになっております。関係省庁の皆さまにおかれましても、ご出席ありがとうございます。本日もどうぞよろしく願いいたします。それでは、ここからの司会は座長の岡田先生にお願いしたいと思います。岡田先生、よろしく願いいたします。

岡田 はい。座長の岡田でございます。早速でございますが、本日の議事に移らせていただきます。本日は特定デジタルプラットフォーム提供者から提出された報告書や、こちらからの質問に対するご回答について、皆さまからご意見をいただきたいと思っております。それに先立ちまして、事務局から、まずご説明をいただきます。よろしく願いいたします。

日置 はい、ありがとうございます。では資料 1 に基づきまして説明させていただきます。1 ページ目をお願いいたします。このモニタリング・レビューの目指すところでございます。大手デジタルプラットフォームとの取引に関しまして、関係者間で課題を共有して相互理解を促すということ、大手プラットフォームの透明性・公正性の向上につなげていくといったこと、この 2 点がこのモニタリング会合で目指していくところでございます。

これまでの経緯についておさらいということになりますが、下半分をご覧いただければと思います。まず昨年 12 月にモニタリング会合を立ち上げまして、会合における議論の進め方、目指すところをご議論いただきました。3 月の第 2 回の会合におきましては、相談窓口にオンラインメール・アプリストアを利用する事業者の皆さまから寄せられた声をご紹介させていただきました。その声も踏まえて、プラットフォーム事業者に質問・確認する事項についてご議論いただいたというのが前回でございます。質問事項につきましては、第 2 回の議事概要という形で整理して公表させていただいているところでございます。

そして、本日第 3 回目からが評価に向けた議論の本格化ということでございまして、プラットフォーム事業者からは、透明化法に基づく報告書の抜粋、これが資料 2-1 から資料 2-5 になりますが、こちらに加えまして、前回の会合での質問に対する回答ということで情報をいただいています。それが資料 3 になります。本日はこの資料 2 と資料 3 の情報に基づきまして、評価の方向性についてご議論いただきたいと思いますと思ってございます。

3 ページ目が参考までに、モニタリング・レビューの枠組みを示した図になります。

4 ページ目は、モニタリング会合の議論と、プラットフォーム事業者による自主的な改善の関係性を示した図になります。アジャイル・ガバナンスの考え方を取り入れた図になってございます。

5 ページ目以降、過去にお示しした資料を参考としてご提示しております。

さて、本日は実際に事業者から提出された報告書等の情報に基づいてご議論いただきたいと思いますということになりますが、事務局から外延ということで、どのような情報が提供されたのかということについてご紹介したいと思います。

まず報告書になりますが、9 ページ目、こちら、大きく分けますと 3 つ、取引条件の開示の状況、自主的な手続きの体制整備の状況、そして苦情・紛争処理の状況といった情報に分けられます。下の星印のところに各報告書抜粋の該当ページについて記載させていただいています。

まず 1 つ目、開示の状況ということでございますが、こちら 10 ページ目、11 ページ目でございます。10 ページ目の表の見方なのでございますが、左端、開

示事項と書いてある部分が透明化法に基づく開示義務の内容ということになっております。右の欄に整理してある情報が、その開示義務に応じた提供条件がどの場所で開示されているのか、主だったものという形にはなりますが、整理させていただいた表となっています。この表が 10 ページ目、11 ページ目という形になります。詳細は報告書抜粋に書いてあるという整理になっております。

続きまして 12 ページ目、自主的な取り組みの例ということになります。実際にはここに記載している以上に数多くの取り組みが事業者の皆さまから報告されていますが、ここでは、主に運営改善に向けたサイクルが見えるようなものを中心にピックアップしています。12 ページ目がオンラインモールということでございまして、かいつまんで紹介いたしますと、まずアマゾンにおいてはですね、苦情対応の際の目標となる対応時間を設定して、その対応時間なり、ケースの数などもモニタリングをして進めているということ。また利用事業者の意見を定期的に精査して、改善点の特定をして進捗管理をしていたり、後は国内管理人を新たに設置して、その国内管理人を中心として関係部署と連携をして、原因の特定と改善に向けて取り組んでいるということでございます。

楽天グループでございます。国内管理人がコンプライアンスの責任者も兼ねているという体制を整備したということに加えまして、利用事業者からの苦情や紛争を申し立てるための専用窓口を新たに開設したと。その部署は他の窓口とは独立したものとなっていて、定型的な回答ではなく個別具体的な対応を実施しているということでございます。

ヤフー株式会社、Yahoo!ショッピングですね。こちらも運用改善を求める意見というものについては、隔週で企画部門が回覧をして情報を共有し、改善の実施の可否を判断しているということ。また、内部監査も踏まえた改善にも取り組んでいるといった報告がなされております。

オンラインモールに続きまして、次のページのアプリストアでございますが、Apple に関しますと、まず取り組みとして、利用事業者はガイドラインへの変更を提案することもできるという仕組みになっているそうです。実際にガイドラインの変更の多くは、デベロッパーのフィードバックやリクエストが直接反映されたものであるとのことでした。

Google についてはですね、Play ストアでございますが、日本の商習慣に関する業界団体や企業からの意見を考慮して、Google Play ストアのルールや運営を見直してきたとのこと、その事例といたしまして、オンラインクレームゲームのアプリの配信についての対応について紹介がなされております。

その次のページが主な内容の 3 つ目、苦情・紛争処理の状況でございまして、こちらのページは各プラットフォームの窓口のご紹介になります。15 ページ目

以降が各社ごとに苦情・紛争処理の体制と、苦情・紛争処理の実績ということで紛争の件数、主な類型、平均処理期間といった情報を報告書で提供いただきますので、それに基づいて整理させていただいた表となっております。

以上が報告書に基づく情報の外延ということでございました。

続きまして、資料 3、前回整理した質問・確認事項に対する回答の状況ということで、こちらの外延でございます。一番左端の課題・テーマのところはですね、前回の会合で利用事業者からの主だった声を類型化して提示させていただいたわけですが、そのテーマということになっております。中ほどが主な質問事項、それに対する回答がどのページに書いてあるのかといったものが一番右の欄に書いてあります。オンラインモールに関しましては、返品関係やアカウント停止関係ですね、アプリストアに関しましては手数料問題、返金、アプリの審査関係といったテーマが挙がっております。あと両者共通ということでは、商品の表示順位、アプリの表示順位ですとか、プラットフォーム事業者によるデータの利用といったものがテーマとして挙がっているということになります。

以上がプラットフォーム事業者から提供された情報の外延ということになりまして、最後に参考として付けさせていただいておりますのが、昨年開設したデジタルプラットフォーム取引相談窓口における 1 年間の実績になります。それぞれの窓口において、取引条件の変更、アカウント停止、アプリの削除、ランキング表示に関する声が多く寄せられているといった状況となっております。

今後のスケジュールについて、簡単に最初のページに戻ってちょっとご紹介できればと思います。本日、議論の本格化ということでご議論いただきます。そして次回以降ですね、特定デジタルプラットフォームの皆さまからのヒアリングという機会を設ける予定でございます。本日はそのヒアリングに向けた視点を整理するという機会にもなろうかと想定しております。その後ですが、この会合としての意見の取りまとめは秋ごろをめどに行うということをご想定しております。透明化法に基づくデジタルプラットフォームの評価、これ経産大臣が行うということになっておりますが、その評価はこの会合としての意見も参考にして、別途、まとめるといった整理になってございますので、改めてご紹介させていただきました。以上が事務局からの説明になります。本日は大部の資料をご覧いただいた上でご議論をお願いすることになっておりますが、どうぞよろしくお願いいたしません。私からは以上です。

岡田 はい、ありがとうございました。それでは、これより討議に移らせていただきます。委員の皆さまにおかれましては、本日の公表資料である資料 2 の報告書と資料 3 の回答を事前に読み込んでいただいていることと思います。大部なも

ので大変なご負担をおかけして申し訳ないところですが、これら資料に基づきまして、プラットフォーム事業者と利用事業者との間の相互理解を促していくため、当事者以外の第三者の目線で見えていくことが大変有益であろうと思います。資料 2、そして資料 3 を踏まえまして、評価の方向性について本日はご意見をいただけると幸いです。

今後の進め方ですが、まず委員の皆さまから順番に 5 分程度でご発言をいただきたいと思います。私のほうから 50 音順に指名をさせていただき、その後オプザーバーの皆さまを指名させていただきます。また、追加でご発言いただく時間も取りたいと思っておりますので、ご協力のほど、どうぞよろしく願いいたします。なお、発言される際はミュートを解除して発言いただき、発言が終わられたら再度ミュートにさせていただきますようお願いいたします。では 50 音順ということで、まず最初に生貝委員からご発言をお願いします。

生貝 ありがとうございます。今回こうした形で各事業者さまから報告書という形で出していただいた内容を拝読して、本当にこれだけ詳細な情報を基に今後の改善の在り方というところについて広く議論していける重要なものだというふうに考えています。私からは今後の評価の方向性というところについて簡単に 2、3 点程度なのですけれども、まずは、一つは非常に国内外の事業者さま、それぞれに現状としてこういった形で苦情の対応であるとか、あるいは透明性の確保というものをしている。そして、モニタリング会合自体が継続的に続けられていくことを前提ですから、このモニタリング会合で出てくるさまざまな意見を含めて継続的に反映をして改善をしていただく、そういう体制というものがガバナンスとしてどのくらいしっかり取り組みをできる体制になっているのかというところが大変重要なのかなというふうに思いました。

どうしても、当然グローバルに展開している事業者と国内事業者の間に、そこにおいて差異があることは、これは致し方ないかというふうに思うのですけれども、特に報告書の中で書きぶりとしても、今こういった体制でやっていて、そして特に日本の文脈に合わせてこういった形での取り組みをしている。それが果たして具体的にどれだけ機動的に、そして柔軟に行っていけるかというのは、特にグローバル事業者の場合だと、日本市場に対するデリゲーションの在り方は会社ごとにも異なるようではありますけれども、国際的な各国の状況などを見ていると、同じ会社でも国によってデリゲーションの程度というのがかなり違うように思います。例えばヨーロッパなどでは、公共政策の現地の担当者などが SNS で実名で様々な情報発信をされたりもしている。それはあくまで一つの側面ですが、わが国の文脈に根差した対応というものがどのくらいできる体制があるのかというのも、

このモニタリング会合全体の効果、意義を高めていく上ですごく重要な評価ポイントになってくるのだろうというのが1点目です。

それから2点目として、特に、これも各社さま、さまざま現状の取り組み、相談窓口を共同で行っているものも含めて、日本の団体、利用事業者団体との協力の在り方をご紹介いただいているところかというふうに思います。このモニタリング会合という場所を通じた対話はもちろん大事ではあるのですが、それ以外の場所においても、当事者同士で協力して問題を解決していくことの意義は大きいと思います。当然協力するだけではなくて、さまざまな衝突というものがあるのが健全ですが、利用者団体とのさまざまな協力の仕方というようなことも非常に重要なポイントかなというのが2点目でございます。

それで3点目といたしまして、これおそらくこの後の議論の中でもさまざま出てくると思うのですが、例えば自社優遇と呼ばれるもの、あるいは自社内でのデータの利用の在り方といったような、なかなか外部から客観的に検証しづらいが、この取引透明化法に関する取り組みとして重要な 이슈について、さまざまポリシーを設定して行なっていることを書いていただいているのですが、それを客観的に評価する、あるいは実効性を担保するための取り組みの在り方というのが極めて重要なのだと思います。実効性・客観性を高めるために現にどういう努力や体制構築をされているのかをしっかりと掘り下げながら重要な評価軸としていくとともに、現在進行形のものが多いのですが、コンプライアンス確認をするために、諸外国ですと、外部の監査ですとか、遵守に関するデータの提供のような議論や実践も進みつつある中、我が国には現状そういう法制はないのですが、そういうものにどう対応していくのかということも今後教えていただきながら、客観性・実効性というものをしっかりと評価していけると良いのかなと感じています。差し当たり以上でございます。

岡田 はい、ありがとうございます。それでは引き続きまして、黒田委員からご発言をお願いいたします。

黒田 はい。すいません、失礼しました。私から、まず最初に EC モールのところについて報告書と、それから回答でいただいたことについてのコメントをさせていただきます。まず最初、データ利用についてのほかの会社のデータを利用して、なんか自社のビジネスに活用してないよということを皆さん書かれていて、それからそこについての体制についての説明をされていると思います。こういった開示していただいたことは大変結構なことなのですが、これが利用事業者の方から見て、そういった懸念が払拭されるのに足る十分なものであった

かというところが、これから経済産業省とかですね、利用事業者からも声を聞いて、そういった懸念が払拭されましたというふうに思ってもらえているかどうかを確認していくことが必要なのかなと思いました。

あと、それから自己優遇については、ヤフーは、やる時があるよというふうにおっしゃっていて、これは大変結構なことだと思います。ほかの事業者たちも、やっていませんというふうに言うのではなくて、やることができないような体制になっていますよということが、ほかの人たちから信用されているかどうかということが一番大事だと思います。また自己優遇については、やること自体が消費者であるとか、それとか利用事業者にさえも有利になるようなときもありますから、だからやっていないということが、必ずしもなんか世の中の求めに応えていることになるわけではないような気がしています。やることが有意義な自己優遇があるときには、やるっていうことをやっていてもいいのではないかなというふうに思います。というのが、EC モールのところを見たときの感想です。

自己優遇と、それからそのデータ利用については、これアプリストアについても共通ですね。

あと、それから EC モールのところで、3 社それぞれ一つずつコメントさせていただきますと、アマゾン非常に苦情件数と紛争件数が多いのは、これ 1 つの理由には利用事業者が圧倒的に多いからってところもあるのかなと思います。今後アマゾンの改善の努力として、たぶん取扱数量に対する苦情件数があまり増えないようにするところで、ルールをより良くするであるとか、事前の説明をより良くするというようなことをこれからされていくのかなと思います。注目していた数字としてはですね、紛争解決をしたときの 67%がアマゾンの判断を維持する形で解決したというふうに関示されていて、この数字がどんどんどんどん上がっていくっていうのが、きっとアマゾンの説明がうまくいっているっていうことのうまい説明、なんていうか評価になってくるのかなというふうに思いました。

あと、それから楽天とヤフーは、多くの利用事業者に機会を提供するというのをされているんですけど、アマゾンに比べて圧倒的に利用事業者が少ないような、もしくは取扱件数が少ないというところがありまして、もっとスケラビリティがあるような仕組みづくりをしていって、そこで競争を通じてより良い環境がつくられるというところにもっと貢献していったらいいのかなと思います。以上が EC モールのところですよ。

それからアプリストアについてです。これアプリストア 2 つについて共通なんですけど、手数料についていろいろと皆さん関心があるようで、これ私、経済学で考えるときには、費用に対してどのぐらい対価が請求されているかっていうと



ころが重要な判断基準なのですけれども、今回いただいた回答とかを見ても、費用と価格の関係がどうなっているかさっぱり分からないという状態です。本当に市場支配力を行使して利潤を全部吸い上げようとするのだったら、もっといっぱいお金を取れるところがあるはず、にもかかわらず取っていないと。現在のアプリ内での決済をしたときの手数料であるとか、それからアカウントを登録するときの手数料だけで、なぜアプリ単位の登録料であるとか、審査ごとの登録料がかからないのかということについて、よく分からないままです。エコシステムとか全体的なモデルを考えてそういうふうにされているとおっしゃっているのですが、その仕組みについて、なんていうか、特に多くそのエコシステムの維持のためのお金を払っている人と、そうじゃない人っていうのがいるときに、そこでそこについて利用事業者の間でたぶん納得がいていないから、いろいろ皆さん、ああだこうだおっしゃっているのかなと思いました。

あと、それから最後、AppleとGoogleと2社で競争しているときに、Appleは垂直統合で、その生産性が劣っている中で競争単位として生き残るためのいろんなことをされているというふうに理解しています。競争単位として残るために垂直統合が必要っていうのはよく分かるのですけれども、そのときにかかるコストっていうのをほかの事業者に転嫁するようなことが起きているように思います。例えばカスペルスキーのセーフキッズっていうのを、自社のペアレンタルコントロールを導入するタイミングで市場から追放するみたいなことをしていて、で、ロシアで競争法で罰せられたりとかしているわけですけど、そういうほかの会社に費用を押し付ける形で自分のビジネスを維持するっていうのはあんまり望ましいことではないと思いますので、なので、まず生産性を上げて、それでそういうことをしなくてもちゃんと競争単位として残れるような体制づくりっていうものを作っていく必要があるかと思いました。以上です。

岡田 はい、ありがとうございます。それでは続きまして、伊永委員ご発言をお願いいたします。

伊永 はい、ありがとうございます。しゃべるチャンスが二度あるということでしたので、最初は総論的なお話をしたいと思います。第2回で利用事業者アンケートが行われて、7割近い人たちが改善したのではないかということをし延べていたのが、今回報告書があがってきて具体的な取り組みを拝見しまして、裏が取れているというふうに思いました。全体の印象としてはそういうふうに感じております。

このモニタリングですけれども、今年だけではなくて継続的に行われるものとなっておりますので、こうした取り組みの実施、それから取り組みの姿勢というのが今後どう発展していくかというところも踏まえて、第1回目の評価としてどのようなものがふさわしいかという議論になってこようかと思います。その上で取引透明化法が相互理解の促進を目的に置いているところから、まずはプラットフォームと利用事業者との間の相互理解をどう高めていくかということが問題となると思っています。例えば、われわれユーザーをつないでいるプラットフォームってというのは、オンラインモールであれば商品の出品者、それからアプリのほうであればアプリデベロッパーとやりとりをすることになるわけですけれども、そこでのトラブルや問題意識っていうのがいかに共有できているか、分けてもそのプラットフォーム事業者が重要だと思うことではなくて、取引先の利用事業者が重要と感ずるかどうかという、その視点を切り替えて取り組んでいくっていうことが大事だと思います。そのための情報交換の場を設けていくという、そういう視点が一つの評価指標になるかなと思っています。

それからプラットフォーム事業者の中でも、経営陣と現場との相互認識が十分図られているところと、そうじゃないところがあるのもポイントとなるように思いました。全社的に対応をするということは、経営陣はコミットメントをすると同時に現場からの意見をどれだけ有機的に取り上げて、それから技術的、クリエイティブに解決していくかという視点が大事かと思います。その意味では、外国事業者の対象者も多いのですが、国内管理人の社内での位置付けであるとか、その権限というのも評価の対象として着目に値するというふうに思いました。

2点目は、客観性や中立性がいかに担保されているかについてです。これは一過性の行為とか、一時的な対応ではなくて、いかに全体の仕組みとしてこれが担保できているかというのが大事だと思います。そういった意味では、ヤフーが行っている内部監査であるとか第三者委員会というようなものは、今回ベストプラクティスの一つとして広げていくことができればいいなと感じております。

今、実績というものが上がることも非常に大事で、何か物事が変わるっていうことも非常に重要なのだと思いますが、まだ変わってないけれども、今取り組んでいるとか、問題意識がやっと共有できてきたので今後取り組もうと思っているということも、今はまだ実績としては出ていなくても、今年の評価の対象にもなるかと思っています。取り組みという意味や、それから相互理解への促進という意味では、そういった新たな問題解決に向けての取り組む姿勢自体も今回評価の対象としてもいいのかなというふうに考えている次第です。

私からは以上になります。ありがとうございます。

岡田 はい、ありがとうございます。それでは続きまして、高倉委員からご発言をお願いします。

高倉 はい、高倉です。私のほうは、あんまり多くはないのですが、先ほど自社優遇の話が出ていましたけども、ECサイトのほうで。自社優遇に関しては、おそらく意図的にやっているものは少ないのだろうなというふうに関心しているわけなのですが、一方で意図せずに自社優遇になってしまう事例がなかったのかってというのは非常に気になっています。実は私も楽天とかアマゾンとか使っていますけども、上に出てくるのがですね、納期が早いものがよく出てきます。大都市圏に住んでいると、それこそ朝に頼んだものが夕方には届きますので、そうするとどうしても在庫を抱えているプラットフォームが一番最初に出てきちゃうようになっていってしまうのかなと思っているのです。それを駄目だと言って言うつもりはないのですが、意図せずにたまたまなんらかのパラメータでプラットフォーム優位になってしまうっていうことが起きているのではないのかと。もしくはそれは起きるものだからしょうがないですよっていう言い方でも構わないのですが、起きているのかどうかっていうのと、起きているとしたら、じゃあそれをどう公平性を担保していくのかってというのは少しこれからご検討いただきたいなというふうに考えています。

それからもう1点、苦情処理なのですが、実際にそのテナントの苦情を見ると、要は定型文でのやりとりが延々と続いちゃうと。それが起きてしまうのはしょうがない、これはしょうがないことだと思うのですが、いかに早く、要は定型文のループが発生しているなというのを見つけるかっていう努力をされているかというのが、ちょっと今回の回答では見えてこなかった。そういうことが起きていますよってというのは認識していますって言われるのがいいのですが、同じ文面を何度も返してれば、それはエラーとして本当は人のオペレーターのほうにサポートを促すような対応が本当は必要だと思うのですが、そこら辺の話が今回まだ聞こえてきてなかったもので、どのようにしていきたいのか、この2点ちょっと非常に気になっております。以上です。

岡田 はい、ありがとうございます。それでは続きまして、武田委員からご発言をお願いいたします。

武田 はい、武田です。よろしくお願ひいたします。まずですね、各社さまに置かれましては、大部な資料を作成していただきまして、どうもありがとうございます。各社から提出いただいた資料につきましては、形式、内容についてそれ

ぞれ特徴があるように思いますけれども、先ほどどなたかの委員がおっしゃっていましたが、私も個人的にはヤフーが提出いただいた資料が分かりやすく感じました。資料提出の前提として有識者会議を社内で開催されたということでもありますけれども、その成果が表れているのではと感じたところです。私は競争法の研究を行っていきまして、競争法の観点から意見をしたいと思います。

まずデータ利用や自己優遇などについてですね、それらをやっていませんというふうに言われると、それが真実かどうかは報告書では確認できないところがあります。この点ですね、先ほど黒田先生でしたかが言及されたところですが、ヤフーについては行っているということを書いていただいたことは、われわれにとってはありがたいことであると思いました。

他方ですね、そのように有無を確認できないものとは別に、提出いただいた資料に基づき問題として感じることもありますので、その点に絞って、お話しさせていただきたいと思います。具体的にはアプリストアについてであります。このアプリストアについては、30%の課金が決済手数料ではなくて、アプリ配信、またもろもろのサービスの対価であるということを理解しました。また、その対価をもって投資の原資とされているということを理解しました。まず前提として、このアプリの配信やサービスの対価であるということにつきましては、OSの投資でありますとか、セキュリティーに関する投資がなければ、アプリストアというものは、十分にその機能を発揮できませんので、従って、それらの投資費用の回収機会を確保するための対価として重要であることにつきましては私も理解しているところです。しかし他方、先ほどサマリーのところで、事業者であるとか、事業者団体の意見として聞いていただいているとの説明がありましたけれども、課金の設定対象、また課金の水準等について論点となりうるものがあるのではと感じました。

まず、課金の対象についてでありますけれども、Appleの提出資料を見させていただきますと、例えば家庭教師とか医療相談など、個人対個人のサービスのリアルタイムサービスについてはアプリ内課金を使用する必要はないというものも、個人対複数になればアプリ内課金を利用しなければならないとされています。この個人対個人と個人対複数を基準に、課金の対象になるか否かを判断する合理性ということについて、私は必ずしもよく分かりませんでした。また、Google、Apple、ともに、デジタルとフィジカルっていうのを分けて、デジタルの商品・サービスについては課金するけれども、フィジカルについては課金をしないという方針でこの課金ポリシーを立てられているわけですが、このデジタルとフィジカルとの区別が常に合理性を持って区別可能であるのか、必ずしもよく分からないところがあります。

続いて、その水準についてです。さきほど述べたように投資費用の回収、また、さらなる投資の原資になるということについては理解したのですが、同時にアプリ事業者の後方サービス、具体的には、これはサービスではありませんけれども、サイドローディングでありますとか、プレインストール、競合アプリストア、ウェブアプリ等、いずれも十分な競争圧力にはなっているわけではないと思われる状況では、競争で課金水準の合理性を評価できませんので、この30%の課金水準が合理的かどうかについては、なお十分な検討が必要ではないでしょうか。その懸念を払拭するためには、順次、改善されつつあるとは思いますが、マーケティングの制限の撤廃を含めてですね、アプリ事業者、またユーザーに対して、アプリ内課金以外の選択肢を拡大する方向で善処をお願いすることが必要であると思いました。

最後になりますが、アプリストア事業者さまにおいては、アプリ開発事業者に対する力の大きさを認識していただいて、今回いろいろ示していただいた改善策に加え、さらに利用事業者の声を十分に聞いていただくこと、特にアプリ審査の透明性を高めていただくということが必要と感じた次第です。私のほうからは以上でございます。

岡田 はい、ありがとうございました。では続きまして、百歩委員からご発言をお願いいたします。

百歩 はい、承知しました。百歩です。私からは各社の報告書や回答内容について、今後に向けての改善点と良かった点と、この二面からコメントしたいと思います。まず、今後に向けての改善点と思われる点ですが、ここはもう一步具体的な取り組み内容が分かるように報告書に記載いただくとよいかと思われる点です。各社の報告書を拝見しましたが、曖昧な記載となっている部分があったりしまして、きちんとした対応がどこまで行われているのかなというのが正直分からない点が見受けられました。例えば具体例で申し上げますと、商品の検索順位に関する仕組みとかで、こういう観点で入念にレビューしていますというような記載があったのですが、例えばそのレビューというのが、検索順位機能を実装するときの開発プロセスをレビューしているのか、実際に実装されているロジックをレビューしているのか、あるいは処理されたアウトプットをレビューしているのかとか、その辺りがなかなか分からなかったところから、何を基にどのようなレビューをしているのかというのが読み取るのが難しかったというところなんです。全ての取り組みを詳細に報告書に掲載することを望んでいるわけではないのですが、ポイントとなるような重要な取り組み

についてはもう少し具体的にどういうことを実施されているかが分かるような記載があるとよいと思いました。

続きまして、良かったですけれども、こちらは内部監査からの指摘事項ですとか、もうすでに自社で認識されている課題といったところもちゃんと報告書に記載して、なおかつ課題に対して取り組んでいる内容、今どこまで取り組まれているか、進捗状況とかも含めて記載されている報告書もございました。後はスリーディフェンスラインと言われる、各ラインで実施している取り組みについても言及されているケースがありました。スリーディフェンスラインというのは、内部統制の統合的なフレームワークにおいて示されている考え方なのですけれども、組織の部門を、業務執行部門と言われる第1線、リスク管理・コンプライアンス部門というような第2線、さらに第3線として内部監査部門に分類して、それぞれに対してリスク管理における3つの役割、ディフェンスラインを担わせることで内部統制を実行していくというようなモデルなのですけれども、それが報告書で読み取れることによって自社でちゃんと体系だって実施されているのだなというような心証につながりましたので、そういうところが良かった点として評価できると感じました。以上になります。

岡田 はい、ありがとうございます。それでは続きまして、平山委員からご発言をお願いいたします。

平山 平山でございます。まず、総論的なコメントからと思います。本会合はアジャイル・ガバナンスの手法が本格的に採用されるということで、非常に興味深い取り組みであると考えております。そこでモニタリングにおきましては、透明性・公正性の向上というゴールに向けた各社の取り組みを拝見したいと考えておりました。この検討に当たりましては、各社のビジネスモデルが異なる以上、取り組みの具体的内容が各社異なるとよいということに留意したいと考えております。

また政府機関とのコミュニケーションの在り方、対応方針につきましても各社それぞれ異なる点があつてよいと考えておりました。実際各社の報告書はそれぞれ異なる工夫が見られましたので、大変興味深く拝見させていただきました。しかし、差があつてよいと申しましても、モニタリングは次年度以降、継続的に実施されていく取り組みですので、各社にはぜひ現状の報告にとどまらず、将来へ向けた改善の方針や目標を具体的に示していただきたいと思っております。透明化法では指針に3.1番という項目がありまして、そこでは行動指針の策定に加えて見

直しを行うことも重要だとおたわられています。このことを踏まえた具体的なご説明を各社に一層期待したいと思っております。

またモニタリングにおきましては、検討のための素材となる事実関係を十分に収集して、そして報告内容の正確性を検証するということが重要だと思っております。この観点からは、利用事業者から2つの相談窓口へ寄せられた情報と、そして今回提出された報告書の内容を突き合わせて照合するということが重要ではないかと思ひまして、そして利用事業者、プラットフォーム、双方の理解にズレがあるのであれば、そのズレが生じる理由を検討するということが今後に向けて相互理解を深めるきっかけになるのではないかと考えております。

そのほか各論についてこまごまとしたコメント幾つか差し上げたいと存じます。まず取引条件の開示関係ですが、透明化法や指針におきましては、相互理解の促進がうたわれております。従って取引条件の変更を行う際に双方向の対話のプロセスが用意されているかどうかということに注目したいと考えておりました。この点につきましては、ポータルサイトやイベントにおいて告知しますと報告するにとどめている事業者もあります一方で、ほかの事業者からは利用事業者がコメントしやすいようにグッド・バッドボタンを置きましたとか、フィードバックサイクルを設けましたとか、デジタルプラットフォームからの回答はまとめてほかの利用事業者が見られるように公開していますなどの取り組みも報告されているところです。これらのことを踏まえながら望ましい対応の在り方について今後さらに検討したいと思っております。

次にアカウント停止、出品停止などについてですが、まず AI を用いてアカウント停止などを判定するという場合には、エラーを含むような判定がそのまま利用事業者へ届いてしまうということを抑えたいことが望ましいと思ひまして、そのために例えば人間の目によるチェックを併用するなど、なんらかの体制が講じられているのかどうか、具体的に報告をいただきたいと思ひますし、また利用事業者が異議を申し立てるための参考となる程度に具体的なアカウント停止理由の告知があるべきだと思ひしております。これらについては通知のレターのサンプルなどを示していただきながらご説明いただきたいなと思ひしているところです。

また、このような取り組みは相互理解の促進のために行われるものですので、一つ一つの取り組みが相互理解への促進とどうつながっていくのか、どう寄与していくのかということも知りたいと思ひしております。

ところで、報告書を見ておられますと、アカウント停止などの予告を行う段階で売上金の支払いを留保するという通告を行う事業者があるということが分かります。このような売上金留保措置は、具体的な運用次第では、長い時間かかるかもしれない異議申し立ての手続きをすることを躊躇する利用事業者を生むこととな

りかねないと思っております、この点については各社における運用の実態をお伺いした上でさらに検討していきたいと思っております。

最後に自社優遇についてですけれども、いずれの事業者からもおおむね自社優遇はありませんというご回答をいただいております、このことはほかの委員の先生方からもすでにご指摘のあったところだと思います。ただし、各社の報告書を見てみますと、関連する項目の全てにおいて自社優遇の有り無しについての報告が行われているとまでは言い難いように思っております。例えばですが、商品表示順位の決定につきましては、自社優遇をしていませんという回答が関連する事業者のほとんどから行われているわけですけれども、他方で、表示されている商品を消費者がクリックした場合に表示される商品紹介ページにおきましては、そこではこの商品がおすすめですか、このページを見た人はあの商品もチェックしましたなどの別の商品の表示が置かれていることがあるように見えます。このような方法による商品の表示につきまして、アルゴリズムがどのように運用されているのか、そして自社優遇があるのか、あるいは一部の利用事業者が優遇されるということもないのかといったことについて、今後可能な範囲で結構ですので、各社からご説明や情報提供をいただけたらよいと思っております、そのことを期待しております。以上でございます。よろしくお願いいたします。

岡田 ありがとうございます。続きまして、増島委員からご発言をお願いいたします。

増島 どうもありがとうございます。何点か申し上げられればと思いますが、まず今回、第1回の評価をするということなので、この評価によって、その後、経産省がとりまとめるという流れにはなるのだと思うのですけれども、われわれとして何を発信するのか、という点は非常に大事だと思っております。コミュニケーションという観点ですね。発信の相手方ということで申し上げますと、もちろん事業者に伝えるということである一方で、社会に対してアナウンスするという側面があります。デジタルプラットフォームに関する同様の課題が世界中に広がっていて、それぞれの政府が様々なアプローチで対処しているという中での発信ですので、われわれのこの発信は、潜在的には世界に対して発信するのだという、こういう目線で語っていく必要があるだろうと思っております。その観点からは、われわれのこの取り組みは上からの規制ではなくデジタルプラットフォームにエンゲージしていくという、ある意味戦略的な取り組みになっております。われわれのこの取り組みがそのようなものであるということに基づいて、どのように世界に対して発信をしていくのか、ここはとても大事な点だと思っていま



す。これがまずスタンスの問題ですけれど、このスタンスのもとで、われわれ今回何を発信したら良いのだろうかと考えますと、1 つはまず、今回透明化法が成立して実際に執行に至り、事業者がやっていただいている対応、この努力は大いに評価をしなければいけないのだろうとっております。それぞれ国内に管理人を置いていただきまして、これも結構採用が難しいと言われていまして、相当高度な能力が必要な人たちを雇わなければいけないということなので、採用そのものが難しいということと、当然こういう人たちに支払っているお給料というのはとても高いという、こういうふうなこともあります。さらにこのような長い報告書を出していただいて、われわれからのたくさん質問にも答えていただいている、これにいったい幾らかけているのだからという、こういうことです。これ民間の方々にとっては非常に重要なポイントなわけですけど、ここまでお付き合いをいただいていることに対して、われわれは深く感謝をしなければいけないのだというふうに思っております。

もう一つは、市場の反応の観点だと思えます。今までいろいろ見させていただいた通り、市場からは最近のプラットフォームの対応がとてもよくなったねという、こういう反応があるということでもあります。法律が施行されて実際執行のための活動が始まり、事業者がこうした一連の政府の動きに応じてプロアクティブに対応された結果、それが日本のマーケットに対して良い影響を与えて良い方向に動いているという、こういうことです。この辺もすごくお金をかけてやってくれているはずでありまして、実際にマーケットからも良い評価が出てきていることに対して、我々は事業者に対して、政策協力に感謝を述べるという、ここは非常にわれわれ伝えなければいけないとても大事なメッセージだと感じております。

その上で課題ということになっていくわけですけど、この課題というところも、このプロセス全体がダイナミックなプロセス、オンゴーイングなプロセスという、こういうふうなことでありますので、イシューを当然伝えることになるわけですが、2 回目以降の評価に当たっての事業者に対する期待という形で、伝えていくのが、法令が予定する事業者に対するエンゲージメントという観点からは筋だろうと感じています。

その上で、今回の各社の対応につき全体的に横に並べていきますと、今回経産省に表を作成いただいてよく分かりましたけれども、共通して次回以降にご検討いただきたいものが幾つかあるなという、こういう感じがしております。特に見させていただいた中では、例えば自社優遇の問題ですとか、後はディフェンスラインでいうところのそのサードラインですね。作った制度の実効性確保のための仕組み、もしくはその仕組みがちゃんと動いているということについてのご説明、ここはもう少し、次回以降はやっていただけるといいかと思えます。また皆さま

もそれぞれ挙げていただいた個別対応という言い方なのか、窓口対応の改善といえますか、これをより良いものにしていただきたいという、たぶんこういうニーズが多くあるということでありましょう。さらには、取引の場に対するルールを制定するとともに、ルールを執行する立場にあるプラットフォーム運営者について、ルールの執行状況ですね、これの公正性・透明性をもう少し高めていただきたいということ、おそらく大きくいうと共通点としてそのような要請があるのだと思います。これらを共通の期待として述べた上で改善をより良いものとしていただくという、こういう期待は伝えていくのがいいかなと思います。伝え方としては、おそらく先ほどからも皆さまに言っていただいた通り、ベストプラクティスのようなものがなんとなく見えてきているということがありますので、ベストプラクティスを褒めたたえ評価すると。要するにプラットフォームとして、こういうことまでできている人たちがいますよという事実をお伝えした上で、君たちにもきっとできるはずっていう、こういう期待を僕たち持っていますよっていう、こういうことを伝えていく必要があるのかなと、こういう感じがしています。

その上でプラットフォームごとに個別の課題があると思いますので、その部分について次回以降に何か新たな方策を考えていただくとうれしいという、こういう話をしていくと、全体として事業者が少しずつ階段を上れるのではないかと思います。

最後1点ですけれど、手数料とか、このサイドローディングとかについてご意見がありました。いまわれわれのやっている作業がどのレイヤーの作業かっていうのをよく認識する必要があるのではないかと思います。先ほど言った、手数料、サイドローディングとか、この辺は政策として日本においてどうするのかというレベルの話でありまして、個別の事業者に「こうやれ」「ああやれ」という前に、政策的にこういうものをどう取り扱うのかっていう議論があるはずなのですね。こうした議論は、この場ではないところで実際やっている。具体的にはデジタル市場競争本部のほうでやってくださっているという、こういう扱いになっていまして、そこでも難しい問題なのでまだ結論が出てない現状があるという、こういうことでございます。そうすると、そこの部分で政策的な結論がまだ十分検討されてない、検討中であるというなかで、個別の事業者に対して「こうやれ」「ああやれ」というのは、たぶん違うのではないかなという感じがいたします。以上でございます。

岡田 ありがとうございます。では続きまして、若江委員からご発言をお願いいたします。

若江 よろしくお願ひします。まず総論なのですが、この法律自体の課題と重なる話にもなるのですが、この法律ってプラットフォーム事業者は報告書を経産省には提出することを義務付けられていますけれども、報告書の公表自体が義務付けられてなくて、受け取った経産省が評価して、その評価と一緒に報告書の概要を公表する仕組みになっていて、その概要版には何を報告書から省いて何を残すのかっていうのがはっきりしてない状態です。なので、今日この会合で公開されている報告書の抜粋を見ていただいても分かりますけれども、現時点でプラットフォーム事業者が公表しても構いませんよと OK してくれているものだけ載っていて、経産省に提出した報告書には載っているのに、ここでは非公開になっている項目っていうのが結構目立つと思います。例えば苦情とか紛争の件数は Google は非公開だし、楽天は苦情の件数は公開しているけども、その集計方法とか、平均処理時間とか、苦情対応の結果とか、そういうのは非公開になっています。本来だったら、こうした情報からはいろんなことが読み取れるはずで、例えば Apple は苦情がたったの 3 件ですが、経産省も相談窓口への情報提供が令和 3 年でアプリだけで 1,400 件ぐらいあったので、すごくその 3 件に違和感があって、こういう数字からはですね、もしかしたらプラットフォーム事業者が苦情の声をちゃんと苦情として処理してないのではないかとか、あるいは窓口の案内がすごく分かりにくいところ書かれていて利用者が見つけれないのではないかとか、あるいは先ほども出た売上金留保なんかのプラットフォームの報復が怖くて苦情も言えないのではないかとか、そういった利用事業者とプラットフォームの、そのコミュニケーションの状態っていうものを推測する重要な指標なわけなので、きちんと公表してもらいたいと思うのです。事業者側から非公開にしてくれって言われたから公開できませんっていうことになりまして、私たちが評価できませんし、たとえその報告書の原文を見ている経産省が評価できたとしても、その評価が妥当なのかどうかっていうことを社会がチェックすることができないのではないかと懸念していますので、事業者ヒアリングのときには、ぜひなぜその透明化法に基づいた報告書の一部を非公開にしろと要求するのかっていう、その意図を聞きたいなと思っていますけれども、それだけじゃなくて、今後法改正によって報告書は基本的に公開するようになるとか、あるいは概要版の公表でいいとするにしても、省略していい項目と、そうじゃない項目、ちゃんと公表しなきゃいけないものをきちんとルール化しないと。公開情報を増やしていかないと、透明なんかににはなりはしないのではないかなというふうにも思っています。

もう一つはですね、透明性と公正性について評価するわけですがけれども、法令で要求するレベルの開示は行われているのに、曖昧な表現だったりとか、複数の

先生からも出ていましたけれども、その真偽を客観的に確かめるすべがなかなかなくて、そこで行われているものが本当に公正なのかどうか評価できないという問題がありました。私は特に評価が難しいなと思ったところは、データ利用とか、表示順位の自社優遇のところですかね。この部分って、プラットフォームが、よく言われていますけど、荘園の領主として好きなようにルールをつかって、好きなように運営して、利用事業者はもう小作人にされたまんま抜け出せなくなるみたいな、そういうプラットフォーム問題の核心でありながら、最も外からは見えにくい問題だと思うので、返金問題とか、アカウント停止の際の事前の通知とか、そういうのは事業者自身が声を上げたりとか、事業者を支援する団体が頑張ったりとかすれば、ある程度解決に向かう要素もあるかもしれませんが、データの利用とか表示のアルゴリズムとか、そういうのはある程度、なんていうのですかね、強制力のある介入がなければ改善されないところもあると思いますので、こういうような情報開示の要求に一定の法的な裏付けを持つような、こういう場面で、解決に向けて力を入れるべきなのではないかなというふうに思っています。ほかの先生も指摘しているように、ヤフーはきちんと自己優遇があるっていうふうに明言していますけれども、それ以外のところでデータ利用とか表示で自社優遇っていうのを明言しているところはないわけですが、それを確認するすべもなく、ルールを設けているっていうふうにいうところもあるけれども、具体的な内容を説明しているところもすごく少なかった。あるいは制度的な担保、なんていうのですかね、そのルールを適切に運営するための制度的な担保というものも、ヤフーはすごくしっかり説明してくれていると思いましたけれども、それ以外はいくらも具体的な説明がなくて、その確認することの難しさっていうのをすごく感じました。もしこの法律で難しいのなら、次の段階のステップっていうことも考えなければいけないのかなっていうふうに思いました。

あと、曖昧な報告みたいなものについては、できる限り確認していく方法を考える必要があるのではないかなと思っています。個別のことなのですが、さっき言った、Apple が苦情 3 件っていうのは、まさか意図的に虚偽の報告をしているなんていうふうにはもちろん言いたくないのですが、ただ、例えばモバイル・コンテンツ・フォーラムとか事業者団体なんかでもですね、Apple に苦情を申し立てた会社は 3 社しかいないのか、など業界に対する聞き取り調査をしたりとか、そういう確認の作業みたいなものも必要なのではないかなって思っています。これと個別のものなのですが、まだ時間あるかな。Apple が、私、取引条件の開示方法で 8 月の 18 日ぐらいの時点で自分で確認したものなのですが、その時点で、規約とかガイドラインの一部に英語だけで、日本語の翻訳文がないっていうものがありまして、省令ではですね、やむを得ず開示の

時点で翻訳文を付けられなくても、期限を明示した上で期限までに翻訳文を付けなければいけないというふうには書いてありますが、その期限についての記述が私には見つからなかったもので、これは問題があるのではないかなと思っています。

後は楽天の質問もいろいろあるのですが、ちょっと時間も過ぎてしまったかもしれませんので、次の順に回したいと思います。ありがとうございます。

岡田 2 回り目もありますので、また補足していただければと思いますので、よろしく願いいたします。それでは委員の皆さまからご意見をいただきました。続きまして、オブザーバーの皆さまからご意見をいただければと思います。最初に金藤オブザーバーからお願いいたします。

金藤 NACS の金藤です。よろしく願いいたします。まず、全体への感想です。各社の報告書を拝見しまして、さすがに大きなデジタルプラットフォームなので、システムもルールもしっかりよくできていて、基本の姿勢はよくできているなど思いまして、基本の姿勢は評価いたします。アカウント登録前などに規約を確認できるのもとても良いと思いました。

評価項目ではないのですが、規約が細部にわたり作り込まれていて膨大な量があるので、法務などのマンパワーが足りない、中小の利用事業者はこの内容を正確に理解するのは本当に大変だなど思いました。ですから、ポイントに絞った重要事項説明書などがあるとよいと思いました。これは感想です。

また評価の点では、これらのシステムとかルールが運用上問題ないか。実際にその通り行われているか、ほかの先生もおっしゃっておられた通り、客観性と実効性の担保の問題が一番評価の問題点になると思います。問題点が一番見えるのは、消費者問題をやっている立場からすると、利用事業者からの苦情だと思います。ですから、今度のデジタルプラットフォームへのヒアリングでは苦情内容から、いわゆる件数だけではない具体的なもっと内容を聞いて、それに対してどのような改善を行っているか、そういう点をヒアリングさせていただきたいなど思っております。

次に個別デジタルプラットフォームについてですが、見た私の感じでは、楽天とヤフーは苦情処理体制なんかが日本の消費者向けの体制と類似していて、一番日本的に処理なさっているのかなという印象を受けました。アマゾンと Apple の 2 社を挙げるのはちょっと申し訳ないのですが、利用事業者への縛りが本当に強いなというのを感じました。具体的には返品期間設定とか、返品判断を下す権限をデジタルプラットフォームのほうが持っていて、本来で

したらデジタルプラットフォームっていうのは場の提供をしているだけなので、消費者との売買契約の相手である利用事業者に判断の権限がないっていう点は、かなりデジタルプラットフォームのお力が強いなっていうのを感じました。特にアマゾンの FBA ですね、フルフィルメントを利用した出品とか配送なんかは、日本の特定商取引法の通販ルール、返品特約の表示のない場合の 8 日間返品ルールなどに比べて消費者に有利なもので、端末のユーザー、私たち消費者にとってそれが安心につながっているとは思いますが、ただし、こういう点からか、日本で消費者の信頼を得てユーザーも多いので、利用事業者からはこの内容の分析で返品についてほとんど苦情がないようなことを書いてありましたけども、利用事業者は不満を持っていても、契約を続けざるを得なく、デジタルプラットフォームの優位性がさらに高まっているのではないかなというのを消費者から見た視点では危惧されました。これは返品だけでなく、配送料や自社優遇もそうではないかと思われそうです。返品ルールなどに不満があっても、売り上げが高くなるので、利用事業者のほうは構わないって感じているのかもしれないけれども、利用事業者の本音を聞いてみたいっていう気がしました。ちょっとこれは感想になってしまいましたけれども、報告書を拝見した評価としては以上です。ありがとうございました。

岡田 ありがとうございました。それでは続きまして、沢田オブザーバーからご発言をお願いいたします。

沢田 ありがとうございます。沢田でございます。各社とも、透明化法ができたのを契機にいろいろ改善の努力をされているということがよく窺える報告書で興味深く拝見しました。特に国内企業、金藤さんもおっしゃっていましたが、楽天、ヤフーについては、さすが、なんとというか、ツボを心得ているなと思いました。海外の 3 社に関しましても、言語のハードルがある中で、増島先生がおっしゃっていたように、かなりのマンパワーを割いて、つまりコストをかけて報告書を作成されているのがよく分かり、多くの質問にも回答いただいて、感謝申し上げます。

中身ですけれども、透明化法が求める透明性、情報開示に関しては、各社ともかなり充足している、もちろん程度の差はありますし、それぞれ課題も残っているところではありますが、相当程度充足しているという印象を持ちました。もう一つの柱である公正性に関しましては、デジタルプラットフォームとして何が公正かということに画一的な答えはないと思います。ビジネスモデルごとに考える必要があると思っております、例えば EC モールで言いますと、今も金藤さん

からのお話にありましたが、勝手に返品されてしまうという苦情があるということで、楽天、ヤフーは返品の可否判断を出店者に任せていますので、主にアマゾンへの苦情なのだと思います。

もう一つ、自社優遇という話も何度か出ています。何かにつけてアマゾン直販の商品が上に出てくるといことなのですが、もともとアマゾンは自社 EC です。自社のために整備した物流などのシステムを、マーケットプレイスという形で徐々に開放してきたというビジネスモデルだと思います。イメージとしては委託販売に近いというか、特商法や民法的に言えば販売者はもちろん利用事業者なのですけれども、実態としてはアマゾンに商品を預けて売ってもらっている、受注処理もアマゾンのシステムがやっている。というふうに考えれば、アマゾンのルールで返品可否が決まるという点には、私自身はあまり違和感はないです。同様に、アマゾンに関しては自社優遇という捉え方もあまりなじまないのかなと。直販を優遇するのが当たり前ではないかと。FBA を使った場合には、直販と同等に近い待遇が得られる。その代わり返品ルールもアマゾンに従ってもらうよ、という契約内容を理解した上で FBA を使っていると思っていましたが、苦情が相変わらず多いということは、利用事業者にはそのようには理解されていないのかも知れません。その意味では、相互理解という点で課題があると認識いたしました。もちろん委託販売だったら何をやってもいいということではなく、顧客である利用事業者の販路を後からプラットフォームが奪うようなことがあったら、それはもちろん商売倫理にもとる話ですし、デジタルプラットフォームとして公正ではないということになると思います。これは各論としてではなくて、公正かどうかの判断基準は、個別にビジネスモデルごとに見る必要があるという趣旨で申し上げました。

公正性という観点でもう 1 点です。先生方から、開示されたルールと実態との間で乖離があるのではないかとのご指摘がありました。透明化法では 7 条の公正性を確保するための体制と手続きが十分かという問題になるかと思いますが、これについては指針の 3.1 に、第三者による評価や監査というの具体的な取り組み例として挙げられています。今回の報告書をみると、社内に内部監査や専門チームといった第三者的機能を設けているケースはあるのですが、外部の活用という意味では有識者会議とかステークホルダーとの対話にとどまっているように思います。全てのケースに必要ということではないと思いますが、特に利用事業者からの苦情や紛争になりがちな事項については、個別事案ベースで、指針の 3.2 の取り組み例に挙げられているように ADR の活用を検討してもいいのではないかと思います。一般的な苦情対応では解決できない、何回言っても同じ答えしか返ってこなくてそこから先に進めない、デジタルプラットフォームの回答

に納得できない。第三者の介入が必要だという分野が幾つかあるように思います。例えばデータが不当に利用されているのではないかとか、アプリの審査が恣意的なのではないかとか、検索順位が急に下がったとか、そういう個別事案に関して第三者が検証する機会ということです。話し合いで、歩み寄って和解するようなタイプのADRではなくて、どちらかというとなDAを結んだ上で第三者が技術的に検証する評価型のADRがなじむのではないのかと思います。食べログの例のように裁判に行く前に、迅速に解決する手段があればいいと。第三者が検証した結果、デジタルプラットフォームの主張が正しい、ルール通りに運用されているということが分かれば、プラットフォームの自己評価にも説得力が増しますし、なんとなくの不信感とか都市伝説みたいなものが払拭できるのではないかという感想を持ちました。以上でございます。ありがとうございます。

岡田 ありがとうございます。それでは続きまして、万場オブザーバーからご発言をお願いいたします。

万場 出てきたなという印象を持っておりますけれども、この報告書通りに苦情の相談体制、しっかり実行されていけば、われわれも取引相談窓口を請け負っておりますけれども、そこには相談入ってこないであろうというふうには思います。従って、実効性ある運用が実際に現場でなされているのかどうか、そこら辺りをもう少し突っ込んでお聞きしてみたいというふうに思います。量的な問題もちろんあると思います。非常に出店事業者の数も多いですから。AIを活用して効率良く対応していくってということは、第一次的にはですね、相談窓口であってしかるべきとは思いますが、エスカレーションした案件ですとかね、それでも納得できないというようなやりとりに関しては、やはりどなたか先生もおっしゃいましたけれども、人で対応するとかですね、さまざまコミュニケーションのツールありますので、必ずメールでなきゃいけないということではありません。電話もあるでしょうし、対面もあるかもしれません。そういうことをしっかりと利用して緊密なコミュニケーションをとって解決していくってことは大事なのではないかなと。実際に相談の現場に行っても、出店者が聞きたいこと、あるいは疑問に思っていることをぶつけても、そこに的確な回答はないと。結果うやむやで収まってしまおうといたしますか、そのままになってしまうという例が結構ございます。たとえ返品問題にしろ、それからアカウント停止に関しましても、異議申し立てのその体制はあるのだけれども、そこから先がうまくいかない。もう少し突っ込んだやりとりが必要ではないかというふうに感じている次第です。簡単ですけども以上でございます。



岡田 ありがとうございます。それでは続きまして、岸原オブザーバーからご発言をお願いいたします。

岸原 それでは私のほうからコメントさせていただきたいと思います。MCFでは、デジタルプラットフォームとアプリ事業者は共存共栄の関係であると以前から主張しております。一方で非対称性という構造上の問題によって、さまざまな課題が想起されて、現在バランスが崩れているという問題意識です。今回デジタルプラットフォームの報告書や質問への回答ではプラットフォームの有益性を説明いただいておりますが、この点に関しては全面的に同意いたします。一方で、アプリ事業所に対して強い調子で非難されているコメントも散見されます。海外では訴訟や法的対応で厳しい状況に置かれていることは想定してのコメントだと思っておりますので、一定程度理解しますが、現在の日本の状況を考えると違和感があり、偏った見方になっているのではないかと感じます。日本における透明化法の取り組みは、デジタルプラットフォームも参加したマルチステークホルダープロセス、先ほど経産省等から説明あったように、相互理解を促進することで改善を図っていこうという取り組みだと理解しております。このような日本の取り組みがうまくいかなければ、やはり強いエンフォースメントが必要であるということがグローバルスタンダードにならざるを得ないかと思っております。批判をされたと感じることも多々あるかと思いますが、そのことで相手を排除することがないようによろしくお願いいたします。

それでは個別論点について発言させていただきます。MCFとしてはアプリ事業のGoogle、Appleに関してのコメントということで対応させていただければと思います。まず、アプリおよびアカウント削除に対する説明と例外適用、苦情対応について、この部分が非常にアプリ事業者からの苦情として多い部分になっております。これは法的な義務ではありませんが、アプリ削除の事前通知がされていない点。この理由として、両社ともセキュリティー対応のため全てを事前通知することはできないという説明については理解いたします。ただ、実際の運用では表示等の軽微な違反でも違反であっても突然アプリが削除されるようなことが発生しております。これに関しては比例性の原則にのっとり事前通知の範囲を拡大することをぜひ検討していただければというふうに思います。

一方でアカウント削除に対する説明でございますが、これについてはセキュリティーの問題から例外適用を主張されることで、ほとんど説明がされていないということが起きております。特に違反したアカウントと関連付けられたという理由でのアカウント削除に関しては、どのように判断したのか、セキュリティーの問

題で説明がされません。要するに悪用されるのではないかということだと思えます。その件は一定程度理解しますが、完全なブラックボックスになり、透明性が確保されないため、もしデジタルプラットフォームの判断に間違いがあっても改善を求めることができないという状況です。セキュリティーの問題がない範囲でアプリ事業者がある程度想定できる情報の開示をいただく必要があるのではないかというふうに思います。

一方で、先ほど沢田さんのほうからのご提案ありましたが、評価型の ADR、要するに第三者が技術的な部分での妥当性を判断するといった取り組みが必要ではないかなというふうに思っております。この部分に関しては法律の義務規定はありませんが、指針の苦情対応の改善として、ぜひ検討いただければと思っております。

次に規約変更についての差分や変更点についてですが、アプリ事業者からは、この変更についての説明がない、どういう部分に変更されたか非常に分かりづらいという意見が寄せられております。報告書では一定程度さまざまな通知あるいは説明が済んでいるようですが、いまだにそういう苦情があるということを考えますと、この部分に関してどのぐらいの差分が提供されてないのか、あるいは説明できない理由があるのか、そういったことも公開していただけないかと思っております。

次に手数料の公正性について、両社とも、Apple に関しては資料 3 の 47 ページ、Google に関しては 93 ページで同様なプラットフォームの手数料と比較をして 30% が妥当であるという主張がされております。ただ、ここの中では同様に汎用性があるって、モバイルプラットフォームとして i モードの 10% という事例が見当たりません。これはどちらともどれだけ参考にしたかということはあると思いますが、非常にビジネスモデルとしては似通った部分でございますし、参考になる部分もあるのではないかと思いますので、まず日本の事例としての i モードの 10% というのは追記をしていただいたほうがいいかなというふうに思っております。課金手段を提供する説明については、さまざまなエコシステムを維持する上で必要であるという一定の合理性があると考えております。ただし、一般的のゲームのプラットフォーム等と違いまして、すでに OS 等で社会の不可欠機能となっている汎用的なプラットフォームであることを考慮して、手数料水準を継続的に見直していくというのが必要ではないかなというふうに思います。

次に、先ほど委員のほうからのご指摘ありましたが、Apple のモデルとしては垂直統合であり、資料 3 の 48 ページには垂直統合によるメリットが経済学的な観点からも説明がされております。私は経済学的な素養がありませんので、これが妥当かどうかというのは分かりませんが、一般的な垂直統合のメリットと

しては理解できるものではないかなというふうに思います。一方で垂直統合を否定しているわけではありませんが、そのような垂直統合による市場の独占が及ぼすデメリットが今回の大きな論点になっているということを考えますと、メリットとともにデメリット、つまり優越的な地位による不公平な競争環境、利益の過度な集中による格差・搾取、多様性への阻害、このようなものに関してどのような改善を考えているのか。あるいはそういった多様性等に関しては考えていないのか。こういった点を明らかにしていただきたいと思います。

また、手数料に関しては、46 ページに **App Store** を維持するためにデベロッパーに提供するツールソフトウェア、知財、さまざまなツール、これが提供するのが可能になっている。要するにそれが手数料を取るための必要ですよということが示されております。

一方で 54 ページに関しては、この無料のアプローチから導かれる当然の結論として、デベロッパーは **App** で **App** 内課金を迂回するようユーザーに促すことによって **Apple** の投資にただ乗りすべきではないというデベロッパーに対する非難が明記をされております。これは一定程度気持ちとしては理解できますが、一方で 48 ページ、ここには **App Store** が繁栄することによるデバイスのビジネスについて明記されております。ここでは **App Store** それ自体がビジネスモデルであるが、その品質を反映した価格での **iPhone** や **iPad** の販売をサポートすることが、**Apple** のエコシステムにおける役割である。つまり **Apple** はビジネスモデルに対してデバイス販売が最も重要であるということがここに書かれております。これを考えますと、**App Store** 等を維持するコスト等はこのデバイス販売で十分リターンが得られているのではないかということが **Apple** 自身の説明で明らかではないかというふうに思います。そう考えますと、アプリ事業者から **App Store** の投資を手数料として回収するということは重複しておりますし、矛盾しているのではないかという疑念があります。これはサードパーティーのアプリ事業者に対して投資にただ乗りすべきではないという、**Apple** の主張がそのまま自身に向けられることになるのではないのでしょうか。デバイス販売によるアプリ事業者の貢献等も考慮した手数料水準についても検討いただく必要があるのではないかと感じました。

次に返金についてでございます。これについては両プラットフォームで非常に返金期間の差異が大きくなっております。**Apple** に関しての苦情の一番大きなところは、この返金期間が 90 日と非常に長いということです。これについては、全世界の消費者法制に対応するためという説明がされております。ただし、これについては 90 日以上のを求めるという消費者法制を私は存じ上げておりませんので、ここについてはより詳しくご説明いただく必要があるのではないかと

思っています。利用者にとっては返金を対応いただけるということだけでいいのだと思いますが、一方でこれによって悪用する利用者も出てきます。そうしますと、相互不信ということにもつながりますので、利用者の悪用ということも考慮した対応というものが需要ではないかと思えます。一方で返金の問題については、過去返金されたかも分からない。それによってアプリ事業者は二重で返金しているという状況が昨今は大きな改善が図られております。これはアプリ事業者、特にMCFからも継続的にAppleのほうに申し出をしておりますが、この改善については指針のところについても一切触れられておりません。非常に疑問です。Appleがデベロッパーの意見に従って返金のシステムの改善を行っていることは、Appleとしてアピールしてはいいのではないかなというふうに思っております。

次が苦情件数とP2Bフォームの周知という点です。先ほど委員のほうからもコメントが有りましたが、報告書3ページでAppleに関してはこの報告期間で苦情件数が3件であったということが明記されております。私もAppleが虚偽の申告をしているというふうには思っておりません。さまざまところで、この苦情件数の算定方法が書かれておりますが、P2Bの苦情フォームという、Appleが独自に設けたフォームに寄せられた苦情のみを算定しているということのようです。

一方で報告書21ページにはアプリ事業者に対してさまざまな申し出フォームが提供されているということが示されております。例えば、アプリの却下や削除に関する異議申し立て、解約されたメンバーシップの再開、これらは一般的に考えると苦情に当たるのではないかなというふうに思えます。そう考えますと、Appleが提供しております、さまざまなフォームの中で苦情に関するものをきちんと選別した上で集計をしていただきたいというのが1点です。一方で、それではこのP2Bフォームに関しての件数が、なぜ3件なのかということですが、このフォームについてはMCFにとっても最近まで存在を知りませんでした。デベロッパーサポートのページには、さまざまな問い合わせフォームが掲載されているのですが、ここに一切掲載がありません。リンクもありません。しかも能動的にデベロッパーに関しての通知もないという状況です（※事務局注：この点について、会合後にApple Incより「アカウントの制限、停止、解除の通知にも法施行当初より掲載しております。」との報告があった。）。苦情申し入れとしてP2Bフォームが唯一であれば、周知が足りないのではないかと考えております。アプリ事業者や利用者に分かりやすい説明を求めていることと矛盾しているように思えますので、この点に関しては早急な改善を進めていただきたいと思えます。一方で、法的にはこれをきちんとデベロッパーに周知をしているという主張もあ

るかと思えます。実際どういうふうにデベロッパーに周知をされているかということで調査をしてみました。Apple Developer Program License Agreement、Apple Developer Program の使用許諾契約 138 ページ（添付資料 D）と 125 ページ（添付資料 E）、ここに P2B フォームの説明があります。法的にデベロッパーが同意をした規約などに書かれているということかと思えますが、これ自体ものすごく膨大な中の一番最後のところに書かれているという状況です。これだけで法的に義務を果たしているのが十分であるというふうには考えられないのではないかなというふうに思いますので、通常のデベロッパーサポートのページからのリンクをはじめとして早急なる改善をお願いしたいと思えます。

また、われわれ委員・オブザーバーに対してのコメントということも書かれています。報告書 71 ページ（※事務局注：資料 3 の 71 ページを指すものと思われる。）、ここの中で Apple としてはサードパーティーのデベロッパーから自己の利益を目的としたビジネスモデルを実現するために Apple のビジネスモデルを誤って伝えて、それがモニタリング会合の委員等がそれをうのみにしていることを、確信するというに危惧をしているということが示されています。私もこのモニタリング会合でさまざま委員の先生たち等とも意見交換をしておりますが、そのような一方的なデベロッパーの意見を従順に従って、Apple を非難しているような委員の先生たちは見当たりません。正しく理解できるようにモニタリング会合の委員をサポートしていきたいと考えているということですが、このモニタリング会合の委員のどこが間違っているのか、それについて Apple としてどのように正しく理解できるようにサポートしようと考えているかということに関して趣旨をもう一度説明いただくのが必要ではないかなと思います。そういった点で、ここに関しては認識のギャップが非常にあるのではないかなというふうに思いますので、改めて Apple はじめとしてデジタルプラットフォームは各社のほうに 1 つの問いをお願いしたいと思えます。ヒアリングの段階で私のほうから各デベロッパーのほうに確認をさせていただきますので、その都度ご説明いただければと思います。どういうことかと言いますと、エコシステムを進化される上で、自社は唯一最高で正しい存在であると考えているかどうか。言い方を変えると自社以外が改善する多様性というのは悪であるというふうに考えているのかどうかということに関して、ぜひご説明をいただきたいというふうに思っております。長くなりましたが、私からは以上でございます。

岡田 ありがとうございます。委員・オブザーバーの皆さまから一通りご意見を頂戴しました。時間が少々押してまいりましたので、2 回目ということでお

話しをしたのですけれども、どうでしょうかね、50音順にまた指名していこうと思いますが、お時間できるだけ短く1、2分、2分だとちょっと時間出ちゃいますので、本当に簡潔にということでご発言を順次いただければというふうに思います。もし、特にご発言ない場合はスキップしていただいても結構ですが、一応こちらから順次指名をさせていただいてということに進めさせていただければと思います。ということで、最初に戻りますが、生貝委員から、今まであまりご指摘がない点を中心に皆さまからご意見をいただけるといいかと思うので、そのような形でご意見をいただければと思いますが、いかがでしょうか。

生貝 ありがとうございます。ごく手短かに2つほど、1つはすでにご発言あったところなのですけれども、先ほど若江さんから、この報告書の公開の仕方について僕もすごく共感するところであります。またはほかの項目などでも、例えばデータの利用、あるいはアルゴリズム、自社優遇、それら全体を果たしてこの法律の中でどこまで取り組むことができるのかどうか、この辺りは法律上は難しいから、もしかするとお願いベースになってしまうとか、モニタリング会合を進めていくとすごくいろいろなことが見えてくると思います。個人的には、この法律自体を一つのモニタリング・レビューの対象にすることも、この会合の大きなミッションの一つだというふうに思っています。報告書の具体的な中身にするかどうかはともかくとしても、アジャイル・ガバナンスと日本で言うとハードロー以外のところをアジャイルに回していくというイメージがすごく強いのですけれど、ハードローも含めてアジャイルに評価し、回していくことが極めて重要であると思います。それを一番うまくやっているのが欧州委員会という組織なのですけれども、そういうことも含めてしっかり評価をしながら議論をしていく必要がある。手数料などの問題をここでどのくらい論じるべきか、というのは、増島先生のご指摘の通り難しい問題ではあるのですけれども、しかし、ひとつながりの問題ではありますので、取引透明化法の運用や改正によってカバーできる範囲ではどうもなさそうであれば、他の法律などでしっかり検討を進めてくださいというふうにいったようなインプットや提案をするというのも、もしかすると一つの役割になるのかということを感じたところが1つです。

それから2つ目、沢田さんからいただいたADRの視点は、すごく重要だと思っています。と言いますのも、この法律が非常に参考にしたP2B規則のエンフォースメントでは、ADRや利用事業者からの訴訟というのが非常に重要な役割を果たしている。しかし、われわれのこの法律はその選択肢を取らずに、その代替りのエンフォースメント装置として、こういったモニタリング・レビューのプロセスをつくるという選択をしたという経緯があったと承知しているところでご

ざいます。でありますので、もともと重視されている ADR というものをしっかり、ある種求めていくといったようなことを必要があればしつつ、あるいは、もしかするとここがそういう ADR 的な役割を一つは果たすことが求められているのかもしれない。まさに MCF の岸原さまからさまざまいただいたようなご主張とご指摘というふうにいったようなものと、プラットフォームさまのご主張というのをしっかり両方聞きながら、ぜひこのようにしてください。この法律で足りなかったら、じゃあまた別の方法というのをどう考えるかということをやっているとよいのかなと感じました。以上でございます。

岡田 ありがとうございます。では続きまして黒田委員、お願いできますでしょうか。

黒田 3 つあったのですが、2 つだけしゃべります。まず 1 つ目、ヤフーのプラクティスがベストプラクティスじゃないかっていう意見が幾つかあったのですが、GDPR に対応しないサービスをベストプラクティスって呼ぶのはおかしいのではないかっていうふうに思います。そういう意味で、全くヤフーがやっていることがベストプラクティスと言えらると思いません。まず、これが 1 つ目です。

2 つ目、決済手数料の妥当な水準について幾つかご意見ありました。私が考える妥当な水準っていうのは、まず総収入と総費用が一致していれば 30% が高すぎるという人は誰もいないはずで。現状は総収入よりも総費用が圧倒的に少なく、たぶん収入がどっかほかのところに使われていると。そこで高すぎるのではないか、もうけすぎじゃないかというふうに批判が出ているというのが現状のそのルーツだと思います。このとき、じゃあその費用はどこに使われているのか。この費用というものは、きっと新たなエコシステム構築のための投資をしているはずで。その投資の恩恵を、じゃあ今のエコシステムに貢献している人たちがまた同じように受けることができるのかということについて、コミットメントがあれば、おそらくこの収入というものは将来自分たちのさらなるビジネスに使えるのだからということで納得が得られるのではないかと思います。そういった意味では、やはり Google はかなりオープンにするということを前提にいろいろされていますので、それに比べて垂直統合している Apple に対して、手数料について文句が多く出てくるのは、いささか仕方がないかなという気がします。ただ、そのところで理解をしてもらうためには、なんていうか、今のエコシステムとこれからのエコシステムの間に関かれた関係をコミットしていただく必要があるというのが私の考えです。

あと、それから手数料について、その i モード 10%、僕 9%だと思っていたのですが、i モードの手数料水準というものがベストプラクティスかというところ、i モードはあつという間に減んだプラットフォームです。あつという間に減んだプラットフォームがベストだった、見習えというのはあまりにもおかしな考え方で、私はその i モードのように 10%にしろということには全く賛同できません。以上です。

岡田 ありがとうございます。では続いて、伊永委員お願いします。

伊永 ありがとうございます。私からも各論について簡単に何点か述べたいと思います。

まずアカウント停止の評価についてなのですが、どうしても、どういう基準で理由を開示していけばいいか、どの程度開示すればいいかというところが各社まちまちになっておりまして、ここに一つの基準を立てていくというのも会合の役割の一つかなというふうに思っております。例えば、アカウント停止についての異議申し立てを相手側ができる程度の理由開示というのが一つの目安になるのではないかと思いますし、それがセキュリティーの問題であるとか、さまざまな問題でできないということであれば、先ほどから出ている ADR などを用いたインカメラでの仲裁ということで、二段構えで対応していくということがいいのかなと思います。それでも解決できないという場合には、さらなる開示の方法であるとか、悪用防止のための意見聴取ということも必要になってくるかなと思います。

この話はアカウント停止だけではなくて、自己優遇なんかにそのまま使えますし、それからアプリ審査のリジェクトなんかに使える話だと思っています。例えば、自己優遇の話でランキングアルゴリズムというのがありますけれども、そもそもランキングがどのように改変されて、それによって不利益が起きるかというのが利用事業者にとって予測が可能でないというところに大きな問題がありますので、異議申し立てができる程度というのもありえますが、自分に起こりうる深刻な不利益が予見できる程度にランキングアルゴリズムの主要な要素を開示していただくということが一つの基準として機能するというふうに思っています。こちらのほうも解決の上でセキュリティーの問題だとかいろいろありますので、インカメラの仲裁というのを活用していく二段構えがいいのではないかなと思いました。

最後にデータの利用評価の話ですが、ここも非常に大きな問題となると思います。自己優遇とも絡んでいる話だと思いますが、例えば、イギリスの CMA が Google のプライバシーサンドボックスの件で確約決定をしていますけ



れども、その際データ利用の競争条件の同等性を強く求めており、自分が用いるデータについては相手にも用いさせる、あるいはデータを渡さないのであれば自分も使うなどという、この2択の議論になっていまして、最終的には自分も使わないということになりました。バランス上は非常に難しい問題があると思いますが、データを利活用したイノベーティブな活動というのが難しくなるという全体としてのマイナスはあるので、競争の問題やプライバシーの問題いずれも起き得ないとしても評価が難しいところです。しかし、データを全く使わない、誰も使わないという対応も一つ参考になると思います。このような対応もありうるかはケースバイケースですし、状況次第、市場次第という気がしますが、そういったことも含めてあらゆる選択肢からデータ利用や自己優遇という問題の解決策を考えていかなきゃいけないなというふうに感じました。以上です。

岡田 ありがとうございます。それでは続いて、高倉委員お願いいたします。

高倉 高倉です。私のほうから2点追加でコメントさせていただきます。まず1つ目がアルゴリズムの件ですけれども、おそらくほとんどのプラットフォームがAIベースのものを使っておられるとするとですね、おそらくはもう常に自己学習を繰り返しながらパラメータチューニングをもう連続して繰り返していくということになると、ある時点のパラメータ設定が正しかったか、正しくなかったかというのは、もはや誰も言及できないし、検証できない状況になっているだろうと想像します。そうするとですね、どれぐらいの頻度でパラメータチューニングが行われているのか、それからあと明らかにこのチューニングが間違えているということで、人の関与によって補正が入ったことがあるのかなのか。あったとすれば、それはどれぐらいの頻度だったのかっていうのを分かる範囲、開示できる範囲で言っていただいたほうがいいのか。どのパラメータを重視しているかっていうのは、あまりAIの分野では意味がなくて、どれぐらいチューニングをかけているか、それから補正しているのかのほうが明らかに大事な要素になると考えています。

それからもう1点、アカウント停止のほうなのですが、アカウント停止を受けた結果、異議申し立てを受けた結果、明らかにこれがプラットフォーム側の間違いだったときにどのような補償を行っているのか。例えば2カ月間支払いが止まっていた場合、普通に考えたら当然利息込みで支払うべきなのですが、たぶんそうはなっていないと。もしくは明らかにうそに基づく異議申し立てがあったときに、今度はテナント側にどういうペナルティーを科しているのかですね。それでお互いにどういうペナルティー、もしくはベネフィットがあるのか

ていうのが見えない状態ですので、どっちがいい悪いではなくて、このままだとたぶん健全な市場がつかれないのではないかなというふうにちょっと危惧しました。以上です。

岡田 ありがとうございます。では続きまして、武田委員お願いいたします。

武田 私は先ほど言いたいことは全て話をしましたので、本当にごく1点だけですけれども、国内管理人の権限評価というのは重要であると思いました。これは先生方全て同意される場所だと思いますけれども、ぜひプラットフォーム事業者の方にはその点をご配慮いただければと思いました。以上です。

岡田 ありがとうございます。続いて、百歩委員お願いいたします。

百歩 私からは報告書に対する評価結果として1点コメントしたいと思います。記載が曖昧でというところで幾つか話が挙がっていましたが、不足部分のコメントというだけではなくて、グッドポイントといったところで、良い取り組みをしている部分についてはベストプラクティス、参考になると思いますので、そういうところはフィードバックをしてもいいのではないかなというふうに思いました。そのためには今後控えているヒアリングのところですね、例えば他社よりも優れている、あるいは重点的にやっていると考える取り組みといったところをヒアリングで聞いてもいいのかなというふうに思いました。以上です。

岡田 ありがとうございます。続いて、平山委員お願いいたします。

平山 平山でございます。細かい点ですけれども、利用事業者とデジタルプラットフォームとのコミュニケーションにつきまして、定型文のループになっているのではないかというご指摘が委員の先生からあったところで、私もその懸念を持っておったところですが、そのほかにも、のちのち記録として残らなくて、従って証拠としてののちのち使いようもないチャットなどでコミュニケーションが行われている場合には、のちのち検証のしようもないという問題もありうるように思っております。これらのことについては相談窓口には何か情報を提供されているようであれば、それも拝見しながら具体的な実態を検討させていただきたいなと思いました。

あと、もう1点ですが、報告書における報告のあった数値、また今度報告される数値・データについては、これがグローバルの数値などの提供である場合と、ドメスティックな日本国内のデータの報告である場合が混在しているように見え、またそうなることが予測されると思います。ぜひ、日本の実情について各社にはご報告をいただきたいというふうに思っておりますので、各社のご協力をいただきたいなと思っております。以上です。

岡田 ありがとうございます。続きまして、増島委員お願いいたします。

増島 ありがとうございます。時間の関係で短くということですが、各論のほうですね、各論のほうは沢田さまですとか、岸原さまですとか、このマーケットを常時ご覧になってらっしゃる方から非常に有益なコメントをいただいているのかなという感じがいたしました。プロセスの中で申し上げると、われわれが先ほど申し上げた、オーソリティティブにいかないということとの関係では、提案をしていくという、こういう姿勢を出していくのは一つありうるのだと思います。先ほどおっしゃっていただいた ODR みたいなもの、この辺はグローバルにも実際そういうふうな方向になっていることもありますし、そういうものをわれわれとして事業者に入れてもらえたら、日本として、それはプラットフォーム事業者の対応として高く評価しますよということ掲げてあげると、事業者としても結局何をやったらいいのだから、たくさんいろんなことがある中で、こういうことをやるとこの国はちゃんと得点として加点してくれるのだなという、われわれの活動の、事業者にとっての予見可能性が高まる場所があるように思います。その辺は少し意識してもいいのかなと思ひまして、この場で各論がバーツといっぱい出ましたけど、いま申し上げた視点で、われわれとしてどれを提案をしていくのかを検討していくというアプローチは、前向きなものに進め方かなと感じました。以上です。

岡田 はい、ありがとうございます。続きまして、若江委員お願いいたします。

若江 ありがとうございます。2点、岸原さんが、Apple の苦情はいろんなフォームがある中で一部の苦情しか集計してなのではないかという話がありましたけど、もしそうだとすると、それこそ正しく報告してないことの証左になるのではないかなと思ひまして、いずれにしてもどういう定義なのか、どういう集計をしているのかというのもヒアリングのときによく伺いたいなと思ひました。

一方で、Apple の対応にいろいろ批判をされていて、報告でも Google と Apple の対応の差っていうのはすごく出ていたと思うのですけれども、ただ、その両社のビジネスモデルの違いがあるっていうことは留意が必要じゃないかなというふうに思いました。Apple はプライバシーとセキュリティーを売り物にして多くのエンドユーザーを獲得して、そのユーザーの多さでそのビジネスユーザーをつかんでいるっていうようなビジネスモデルを取っているわけで、もちろんプライバシーとかセキュリティーを言い訳にして問題を放置されたら困りますし、プライバシーとかセキュリティーを犠牲にしないで問題を解決するような、公正な競争と両立するような、技術的にも、なにか実現可能性を探ってほしいなと思うのですけれども、ビジネスユーザーに不利だからといって、ただちに駄目だっていうふうにならないようにしたいなというふうに思っています。オーストラリアの ACCC でしたっけ、発表した中間報告なんかを見ていまして、その委員会だと競争法だけじゃなくて消費者法の専門家も入って、消費者法の観点からも競争政策のことを考えていまして、いろいろバランスが難しいところではありますけれども、消費者保護との緊張関係みたいなものを考慮しながら公正な競争関係の実現っていうのを考える必要があるのかなというふうに、感想めいたことなのですけど思いました。以上です。

岡田 はい、ありがとうございます。ではオブザーバーの方からも一言ずついただければと思います。最初に金藤オブザーバーお願いいたします。

金藤 はい。複数の先生方から ADR とか ODR の視点は必要だって意見がありましたけれども、消費者の紛争の場でも、消費者問題の紛争の場でも盛んに使われるようになっておりますので、これに賛成します。以上です。

岡田 はい、ありがとうございます。続いて、沢田オブザーバーお願いします。

沢田 ありがとうございます。ADR、ODR についてポジティブなご意見をいただきました。ありがとうございます。増島先生がおっしゃっていたように、提案型でという点、これをぜひともやってというよりは、これをやると良いことがある、評価が上がるという形での提案の仕方はとても良いと思いました。生貝先生もおっしゃっていたように、現状、この法律自体の限界もあるかと思っておりますので、それをアジャイルに見直していくということも重要だと思います。特に、ご指摘がありました公開に関するルールは要ると、皆さんのお話伺っていて思いました。これも1回やってみて、公開と非公開を、それぞれの事業者にお任せしている状

態が良いのかどうかという課題が今浮かび上がってきたので、次回に向けて、すぐに法改正というわけにはいかないと思いますけれども、ルール設定をチューニングしていけると良いのではないかと思います。基本的には全て公開されるのがもちろん透明性が高く望ましいですが、一方で全部公開するとなると却って重要な情報が出てこないということもあるかもしれないので、限られた方々の中できちんと評価ができるように、公開されないことが保証された場、ODR もその 1 つと思うのですが、そういう場も同時に用意できるとよいのかなと思いました。以上です。

岡田 ありがとうございます。続きまして、万場オブザーバーお願いいたします。音声が入っていないでしょうか。万場さま。

万場 苦情処理の実績のところですが、楽天は現時点では非公開希望ということになっておりますけれども、ぜひ公開を希望したいというふうに思います。相談してこられる出店者の方々、非公表、社名は公表してくれるなど、プラットフォームに知られたくないという人が大半。

岡田 すいません。音声途切れ途切れ。今またミュートになってしまっているようですが。万場さま。ちょっと音声はまだ入っていないようなのですが。

日置 では後ほどコメントいただくなり、チャットでいただくという形でさせていただきます。

岡田 すみません。後ほど、ではメールでご意見を事務局にお寄せいただくということでもよろしいでしょうか。(※事務局注：会合後、万場氏より、「楽天さんの報告書ですが、苦情相談実績の部分で、現時点では非公開希望となっておりますが、ぜひ公開をしていただきたいというふうに思います。また、相談窓口で苦情を申し出られる事業者さんの大半が匿名希望であり、事業者名をDPFに知られたくないという事情があるということで、ODR、ADRといいたしてもそれほど多くは利用されないのではないのでしょうか。」とのコメントが提出された。)

岡田 ちょっと時間が押してまいりましたので、最後に岸原さまからコメントをお願いできますでしょうか。

岸原 はい。先生からのコメントで一部誤解を与えた部分があるかと思っておりますので、2点ほどコメントさせていただきます。手数料についてiモードの10%にすべきだという主張は一切しておりません。これは立場によってですね、アプリ事業者は小さいほうがいい、プラットフォームとしては当然高いほうがいいと。立場によって当然違いますので、これはさまざまな協議等によって、今後妥当な水準っていうのを協議していくべきだという判断でございます。私が主張したのは資料3の47ページ、それと97ページ、それぞれGoogle、Appleのほうから、この手数料の公正性について他社比較というものが示されております。ロジックとしては、他社と同等であるから公正であるということであったので、その選択肢としてiモードの10%も加えて検討してほしいと。選択肢として追加してほしいという趣旨でございます。iモードの10%に関しては、先生がおっしゃるように9%が一般的ですが、課金の方法によっては12%等もありますので、約10%ということでコメントさせていただきました。

それと若江委員のコメントについて、今回非常にAppleの報告書で指摘すべき点が多かったので、ちょっと偏ってしまったかもしれないのですが、Appleのプライバシーセキュリティーを重視したビジネスモデルを変更させようという気も全くございません。巷で言われているように、サイドローディング等でマルウェアをまん延させようと、競争関係のために事業者がそうしようとしていることは全くございません。プライバシーセキュリティーと競争環境のバランスをとった対応といったものをこれから考えていくというのが一つの方向性かと思っております。そのときに唯一絶対、最高な存在であれば、これは一切多様性っていうのは必要ないと思いますが、一般論として、多様性がないことによってさまざまな課題が出てきておりますので、そういったものを今のプライバシーセキュリティーを維持した上で多様性によって、より良いプラットフォームがApple、iOSでも実現できるのではないかということの提案でございます。以上でございます。

岡田 ありがとうございます。司会の座長の不手際でちょっと時間が超過しつつあるところで大変申し訳ございません。時間が限られておりましたので、十分にご発言いただけなかったような方もいらっしゃるかと思います。その場合はですね、ぜひ事務局のほうに別途メール等でご意見をお寄せいただければと思います。また本日、関係省庁の方からも多数ご出席いただいておりますけど、ご発言の機会をご提供する時間がなく申し訳ございません。また何かご意見等ありましたら、併せて事務局にご連絡をいただければというふうに思っております。本日は非常に多くの大変貴重なご意見を皆さまから頂戴いたしました。誠にありがと

うございました。モニタリングに基づく評価を継続的に実施していく、それが有効に機能するためのポイント・課題をたくさんご提示いただいたと思います。今会合の目的は透明化法の、あくまで透明化法の指針にのっとって継続的なモニタリングを実施する、それによって関係各位による課題の共有、相互理解を促し、それによって透明性・公正性の向上を図るということにあるということでした。そのための視点としてデジタルプラットフォームによる情報開示、苦情処理、体制整備の在り方ということを定点的に評価していく。そこで浮かび上がった課題や、それに対する利用事業者の声にどこまで事業者が真摯に対応しているのか。また関連するルールや取り組みの説明の内容にとどまらず、それを実効的でありしめるような体制整備や、その実績を評価していく。こういったことが求められているのだろうと思います。ただし、もう一方で、本日多数の委員からもご意見がありましたが、デジタルプラットフォームの事業は大変多様であって、なかなか統一的な視点による、横断的な評価を行うことは難しいという面も浮かび上がってきたように思います。従って、個々の取引条件にかかる課題についても、それぞれが得意なビジネスモデルを持つプラットフォームの特性に十分配慮しつつ、運営改善に向けた努力を積極的に評価していく。それがさらに継続的な行動変容につながるように促すといったことが必要なのだろうと思います。従いまして、次回以降ヒアリングを行っていくわけですが、その視点として本日多数ヒアリングにかかる視点もご提供いただきました。例えばプラットフォームの設定するルール、基準、体制やポリシー、こういったものの理解は容易であるのか、関係各位の納得感、予見可能性、あるいは検出可能性であるとか、こういったものが十分かといったことについてのご指摘も多数あったように思います。また、いろいろそういう指摘を反映する形で事業者の行動がアップデートされていく、といったことも評価の視点になるのだろうと思います。また、そのための具体的な取り組みであるとか実績、具体例についての評価もしっかりやっていく。また国内管理人などによる取り組みの実効性を担保するガバナンス体制、各事業者による改善のためのいろんなフィードバックサイクルの在り方、こういったことについて、ぜひ各事業者のお考えを、今後の課題、あるいは目標としてどのようにお考えなのかを伺っていただければと思っております。モニタリング会合の評価に向けた議論を今後進めていくわけですが、プラットフォーム各社のお考えや取り組みについてしっかりと確認していくことが重要となります。今後、各社のヒアリングが予定されておりますので、追加のご意見など、いろいろおありかと思っておりますので、ぜひ事務局にメール等でお伝えをいただければと思います。会合としての意見の取りまとめに向けて、さらに議論を深めていきたいと思っております。事務局におかれましても、取りまとめの作業等、大変かと思っておりますが、どうかよろしくお

願いたします。時間超過して大変恐縮ですが、もしよろしければ、今までの議論を受けまして、野原局長からコメントがございましたらいただきたいと思いますが、いかがでしょうか。

野原 ありがとうございます。中身について座長からだいぶ整理していただきました。ちょっと重複しているかもしれませんが、数点コメントしたいと思います。この仕組みが相互理解をどう高めていけるかということでありまして、今日の議論で課金や手数料の対象・対象外のラインの話、あるいはその水準の話、それから自社優遇について複数の方からご指摘がありました。プラットフォーム事業者の側のですね、説明の説得力の問題なのかなと思ひまして、今行っておられるプラットフォーム事業者の方々のプラクティスについてですね、なぜそうしているのか、なるほど合理的だなという腑に落ちる説明が取引先、消費者の皆さま、あるいは有識者の皆さまに対してなされて、理解が得られているかと。そういう腑に落ちる説明・対応を行い、理解が得られた状態になることを求めていくプロセスかなと。そのときに、今日もご指摘がありましたが、アカウントの削除みたいなセキュリティを理由に、なかなかその理由が明かされないケースもあるので、その辺をどういうふうに、じゃあその納得、関係者の方々が納得いただけるような状況っていうのが、理解が得られる状態っていうのをどういうふうに達成していくのかなと。その辺も今後のヒアリング、あるいは委員の皆さんのご意見をいただきながら頭を整理していく必要があるのかなと思ひました。

それからアジャイル・ガバナンスを本格的に適用する試みであります。そういう意味で各社それぞれ異なる取り組みで良い面はありますが、今後の改善についてですね、各社に将来に向けた改善の方針を示してほしいという話でありますとか、国内の管理人の位置付けや権限に着目して、その境界を図るべきだっていうようなご指摘、それから報告書にもっと具体的に、どこまでの対応が行われているのかっていうのを明確化すべきであるというようなご指摘などもございました。これらも今後のプロセスで具体化していければいいと思います。

それから報告書、事業者の方々から公表する概要の、概要を公表するっていうふうに制度上なっているわけですが、概要のスペックについてですね、今回の1回目の今年のプロセスであらかじめ概要ってどこまで、どういうスペックのものなのかというのをあらかじめ指定すべきだったのかもしれませんが、1回目のプロセスではそこが入口のところでピン止めして、これと、これと、この要素はないと駄目よっていうことをあまりなくプロセスが1回目としてはスタートしておりまして、今回のプロセスを踏まえて、アジャイル・ガバナンスでもありますので、どういうふうなその概要、公表すべき概要というのはどういうスペック



が必要なのかということについても、このプロセスで整理をし、検討し、今年のプロセスはそういうのが途中まで進んでしまっていますが、来年の2回目のプロセスでは最初から決まったプロセスで進めることができるように、これも今後の整理すべき課題なのかなというふうに思っております。ヒアリングに向けて、本日示唆に富んださまざまな指摘がございました。事務局でも整理をいたしまして、事業者ヒアリングの準備を先生方とよく相談しながら進めたいと思いますので、引き続きよろしく願いいたします。

岡田 はい、ありがとうございました。それでは最後に事務局より事務連絡をお願いいたします。

日置 はい。皆さま、本日は大変活発にご議論いただきありがとうございました。次回は特定デジタルプラットフォーム提供者の皆さまからのヒアリングを予定しております。日時につきましては決まり次第ご案内申し上げます。本日の議事録につきましては、事務局で作成の上、皆さまに確認していただいた後に公表することを予定しております。以上でございます。

岡田 ありがとうございます。それでは10分ほど時間を超過してしまい、大変申し訳ございませんでした。以上を持ちまして、本日の議事は終了といたします。本日も大変活発なご意見を多数いただきまして、ありがとうございました。これにて閉会といたします。