

第1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（2023年度） 事務局提出資料

令和5(2023)年6月29日

経済産業省 商務情報政策局

本日の議題

- 「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律」（以下「透明化法」という。）においては、**規制対象となる特定デジタルプラットフォームの運営状況について、利用事業者や消費者、学識経験者等の意見も聴取し、評価することとされている（モニタリング・レビュー）。**
- その目指すところは、モニタリング・レビューを通じて、
 - ・ **関係者間での課題共有や相互理解を促す**とともに、
 - ・ **特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上につなげていく**ことにある。
- 本日は、モニタリング・レビューに求められている役割を確認した上で、その進め方についてご議論いただきたい。

「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画 2023改訂版」（令和5年6月16日閣議決定）

IV. DX・GX等への投資

5. DX （3）DX投資促進に向けた環境整備

① デジタル市場の環境整備

デジタルプラットフォーム取引透明化法に基づき、オンラインモール・アプリストアの運営について、本年度中に、これらの利用手数料の位置付けや水準に対する合理性・透明性といった課題に対する取組状況等の2回目の評価を実施し、取引関係の改善につなげる。また、昨年同法の対象に追加したデジタル広告分野について、本年度中に、対象事業者の運営状況の評価を実施し、必要に応じ、取引条件の開示の充実等の対応を求める。

(参考) 透明化法の規制対象事業者と経済産業大臣による評価

2021(令和3)年4月1日指定

総合物販 オンラインモール

指定基準：国内流通総額(前年度)
3,000億円以上

- ・ アマゾンジャパン合同会社
(Amazon.co.jp)
- ・ 楽天グループ株式会社
(楽天市場)
- ・ ヤフー株式会社
(Yahoo!ショッピング)

アプリストア

指定基準：国内流通総額(前年度)
2,000億円以上

- ・ Apple Inc.及びiTunes
株式会社
(App Store)
- ・ Google LLC
(Google Playストア)

2022(令和4)年10月3日指定

New

デジタル広告

指定基準：国内売上額(前年度)

- ・ メディア一体型：1,000億円以上
- ・ 広告仲介型：500億円以上

<メディア一体型広告デジタルプラットフォーム>

- ・ Google LLC
- ・ Meta Platforms, Inc.
- ・ ヤフー株式会社

<広告仲介型デジタルプラットフォーム>

- ・ Google LLC

2022(令和4)年12月22日、施行後初の「大臣評価」をとりまとめ・公表 ⇒ 今回は2回目の評価

今回は規制対象として指定後初めての評価

1. 透明化法の概要 モニタリング・レビューの位置付け

2. 今後の進め方

特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律のポイント

(2020年5月27日成立、2020年6月3日公布、2021年2月1日施行)

基本理念

- デジタルプラットフォーム提供者が透明性及び公正性の向上のための取組を自主的かつ積極的に行うことを基本とし、国の関与や規制は必要最小限のものとするを規定。(規制の大枠を法律で定めつつ、詳細を事業者の自主的取組に委ねる「共同規制」の規制手法を採用。)

規制の対象

- デジタルプラットフォームのうち、特に取引の透明性・公正性を高める必要性の高いプラットフォームを提供する事業者を「特定デジタルプラットフォーム提供者」として指定し、規律の対象とする。
 - ※ 政令で大規模なオンラインモール・アプリストアを規制対象と定め、2021年4月1日、規制対象事業者を指定。
 - ※ デジタル広告を規制対象に追加し、2022年10月3日、規制対象事業者を指定。

特定デジタルプラットフォーム提供者の役割

- 特定デジタルプラットフォーム提供者が、①取引条件等の情報の開示及び②自主的な手続・体制の整備を行い、③実施した措置や事業の概要について、毎年度、自己評価を付した報告書を提出。
 - ※ 利用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。

行政庁の役割

モニタリング・レビュー

- 報告書等をもとにプラットフォームの運営状況のレビューを行い、報告書の概要とともに評価の結果を公表。その際、取引先事業者や消費者、学識者等の意見も聴取し、関係者間での課題共有や相互理解を促す。
- 独占禁止法違反のおそれがあると認められる事案を把握した場合、経済産業大臣は公取委に対し、同法に基づく対処を要請。

特定デジタルプラットフォーム提供者の役割

取引条件等の情報の開示

利用者に対する**取引条件の開示**や**変更等の事前通知**を義務付けることで、取引の透明性を向上させる。

【開示項目の例】

- ✓ 取引条件変更の内容及び理由の事前通知
- ✓ 他のサービスの利用を有償で要請する場合に、その内容及び理由
- ✓ データの利用範囲
- ✓ 出品の拒否・停止の理由
- ✓ 検索順位を決する基本的な事項

【行政措置・罰則】

- ✓ 勧告・公表で改善を促す。
- ✓ 是正されない場合に限り措置命令
- ✓ 措置命令違反には罰則

自主的な 手続・体制の整備

特定デジタルプラットフォーム提供者は、**指針**に基づいて必要な措置をとり、**公正な手続・体制の整備**を行う。

【指針の内容の例】

- ✓ 取引の公正さを確保するための手続・体制の整備
- ✓ 苦情処理・紛争解決のための体制整備
- ✓ 関係者と緊密に連絡を行うための体制整備（国内管理人の選任）
- ✓ 利用事業者の事情等を理解するための仕組構築

【行政措置】

- ✓ 措置の適切・有効な実施のため特に必要な場合は、勧告・公表で改善を促す。

運営状況の報告書

報告書の内容

- (1) 事業の概要
- (2) 苦情処理の状況
- (3) 情報開示の状況
- (4) 自主的な手続・体制整備の状況
- (5) 自己評価結果

※不提出、記載事項漏れの場合には罰則

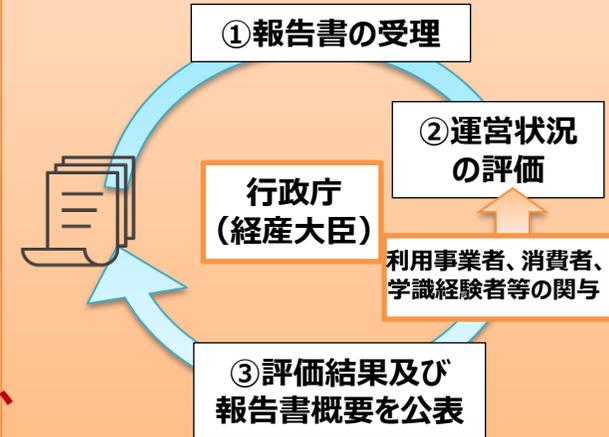
評価結果を公表

※特定デジタルプラットフォーム提供者は、**評価結果を踏まえ、運営改善に努める義務がある**
(透明化法第9条第6項)

行政庁の役割

レビュー（評価）の実施

特定デジタルプラットフォーム提供者の運営状況について、**利用事業者や消費者、学識経験者等も関与してレビュー**を行い、結果を公表する。



公取委への措置請求

独占禁止法違反のおそれがあると認められる事案を把握した場合、経産大臣は公取委に対し、同法に基づく対処を要請する。

<モニタリング・レビューに関する根拠規定>

○特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律

(特定デジタルプラットフォーム提供者による報告書の提出、評価等)

第九条 **特定デジタルプラットフォーム提供者は、毎年度、経済産業省令で定めるところにより、次に掲げる事項を記載した報告書を経済産業大臣に提出しなければならない。**

- 一 特定デジタルプラットフォームの事業の概要に関する事項
- 二 特定デジタルプラットフォームについての苦情の処理及び紛争の解決に関する事項
- 三 第五条第一項から第四項までの規定に基づく開示の状況に関する事項
- 四 第七条第一項の規定に基づき講じた措置に関する事項
- 五 前三号に掲げる事項について自ら行った評価に関する事項

2 **経済産業大臣は、前項の規定による報告書の提出を受けたときは、当該報告書の内容及び次条第一項の規定により申出のあった事実その他の経済産業大臣が把握する事実に基づき、指針を勘案して、特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性についての評価を行うものとする。**

3 経済産業大臣は、前項の評価を行うときは、あらかじめ、総務大臣に協議しなければならない。

4 経済産業大臣は、第二項の評価を行うときは、あらかじめ、利用者又はその組織する団体、学識経験者その他の経済産業大臣が必要と認める者の意見を聴くことができる。

5 経済産業大臣は、第二項の規定による評価の結果を第一項の報告書の概要とともに公表しなければならない。

6 **特定デジタルプラットフォーム提供者は、前項の規定により公表された評価の結果を踏まえ、特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の自主的な向上に努めなければならない。**

モニタリング・レビューの意義

- 規制対象事業者に対し、**利用事業者の利益にも適切に配慮しているか**という観点から、「**自己評価**」の契機を与える
- **より多角的な観点**から実効的に**運営改善サイクルを回すことを促す**
 - ～ マルチステークホルダーによる外部評価
(経済産業大臣が、有識者や利用事業者、消費者等の声を聴いて評価を示す)
 - ～ 日本市場における外部からの評価

モニタリング会合の意義

- 大臣評価に向けて、必要となる**専門性**等を補完する
- 会合自体が、**ステークホルダー間の相互理解の促進の場**として機能する

特定デジタルプラットフォーム提供者による改善サイクルと モニタリング・レビューの位置づけ（イメージ）

- 基本理念の策定
- 達成すべき目標の具体化

- 自社と利用者との取引の環境の評価
- 自社が果たすべき社会的責任の評価

環境・
リスク分析

ゴール設定

政府によるレビュー結果を踏
まえて透明性・公正性を自
主的に向上させる努力義務
(透明化法第9条第6項)

- ✓ 自己評価を付した報告書
の作成・提出を義務化
(透明化法第9条第1項)
- ✓ 経済産業大臣による評価
(同条第2項)
- ✓ 評価にあたり、有識者等
等の意見を聴く仕組み
(同条4項参照)

評価

- 自己評価
- ステークホルダー
による評価
- 経済産業大臣に
よる評価

- 自主ルール of 策定
- 組織体制の整備、人員の確保
- 技術の活用

システムデザイン

運用

外部システム
からの影響

- プラットフォームサービスの提供
- 継続的なモニタリング
- 利用者からの苦情の処理

外部システムへの影響
(透明性・アカウントビリティ)

- ステークホルダーへの情報開示
- 自己評価を付した報告書の提出
(概要は政府により公表される)
- モニタリング会合等での説明

1. 透明化法の概要 モニタリング・レビューの位置付け

2. 今後の進め方

モニタリング・レビューの進め方①（情報源）

情報源①： 特定デジタルプラットフォーム提供者による 報告書（毎年5月末提出締切）

- ① 事業概要（取引総額等）
- ② 苦情処理の状況
（件数、類型、処理期間等）
- ③ 透明化法の義務の履行状況
 - ・ 情報開示の状況
 - ・ 自主的な手続・体制整備の状況
- ④ 自己評価結果

情報源②：相談窓口に寄せられた利用事業者の声

- ・ 利用事業者等から寄せられた具体的な相談内容
- ・ 利用事業者等に対するヒアリングで収集した情報
- ・ 集約された相談内容やヒアリング情報から得られる共通課題の分析結果 等

情報源③：各種調査結果（アンケート調査、海外動向等）

- ・ デジタルプラットフォーム市場についてのヒアリング・アンケート調査結果
- ・ 海外動向を含む各種調査研究の結果
- ・ デジタル専門人材を活用した各種技術的な検証結果 等

情報源④：特定デジタルプラットフォーム提供者からのヒアリング情報・追加提供情報、その他情報

「モニタリング会合」における議論
意見とりまとめ

個別事案の情報等

経済産業大臣による「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性についての評価」
（大臣評価）

【参考】特定デジタルプラットフォーム提供者から提出される報告書記載事項

- 特定デジタルプラットフォーム提供者が毎年度経済産業大臣に提出する報告書には、以下の事項を記載しなければならない。
 - ① 事業の概要に関する事項
 - ア. 事業概要
 - イ. 特定デジタルプラットフォームにおける流通総額、利用事業者数
 - ② 苦情の処理及び紛争の解決に関する事項
 - ア. 利用事業者からの苦情及び紛争の件数
 - イ. 当該苦情及び紛争の主な類型
 - ウ. 当該苦情及び紛争の処理期間の平均期間
 - エ. 当該苦情及び紛争の結果の概要
 - ③ 取引条件等の開示の状況に関する事項
 - ア. 開示した提供条件の内容
 - イ. 省令に定める開示の方法に沿って開示されたこと
 - ④ 利用事業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必要な措置に関する事項
 - ア. 指針に定める基本的な考え方に示された方向性を実現するために講じた措置の具体的な内容
 - イ. 講じた措置が指針に定める基本的な考え方に示された方向性を実現する上で適切かつ有効と考える理由
 - ⑤ 自ら行った評価に関する事項
 - ア. 指針を踏まえた自己評価
 - イ. 特定デジタルプラットフォームの事業の運営実態を踏まえ、透明性及び公正性の観点から特に留意して講じた措置に関する事項がある場合は、当該事項及びその評価
- 上記のほか、任意記載事項として、苦情処理や開示状況の具体例、自己評価の方法（評価部署、外部評価の有無、KPI等）、事業運営方針や今後の展望を踏まえた自己評価、事業に係るその他の数値（利用事業者からの手数料等の収入、アクティブユーザー数、取扱商品数等）などが定められている。

【参考】デジタルプラットフォーム取引相談窓口（DPCD） * Digital Platform Consultation Desk

デジタルプラットフォーム取引相談窓口

① オンラインモール利用事業者向け窓口

委託先：公益社団法人 日本通信販売協会(JADMA)

URL：<https://www.online-mall.meti.go.jp>

② アプリストア利用事業者向け窓口

委託先：一般社団法人 モバイル・コンテンツ・フォーラム(MCF)

URL：<https://www.app-developers.meti.go.jp>

③ デジタル広告利用事業者向け窓口

委託先：有限責任監査法人 トーマツ

URL：<https://digi-ad.meti.go.jp/>

④ デジタルプラットフォームに関する取引実態や利用状況についての相談・情報提供窓口

経済産業省webフォーム



【相談窓口の役割】※経済産業省も関与

相談者の問題解決に向けた支援

- ✓ 個別事案へのアドバイス
 - * 利用規約等の解説、過去事例も踏まえた対応アドバイス
 - * デジタルプラットフォーム事業者との相互理解促進 等
- ✓ 弁護士の情報提供・費用補助
- ✓ 利用事業者向けセミナー等の実施
- ✓ 事業者ヒアリングによる実態把握
- ✓ 共通課題を抽出し、解決に向けて検討 など

【経済産業省の役割】

利用者事業者が抱える取引上の課題の把握

- モニタリング・レビューへの活用
- 省令・指針等の見直し

透明化法違反等の確認

- ✓ 透明化法違反が行われていないか確認
 - 法の執行・DPFへの指導等
- ✓ 独禁法上の不公正な取引方法にあたる可能性を検討 → 公正取引委員会への措置請求等

経済産業省ホームページ「デジタルプラットフォームを利用する事業者の方」に各窓口へのアクセス方法等が記載されている。

(https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/digitalplatform/business.html)

モニタリング・レビューの進め方②（指針）

- 透明化法では、前述の情報（規制対象事業者による透明化法の実施状況、デジタルプラットフォームを巡る課題と当該課題解決に向けた取組など）に基づき、**自主的な手続・体制整備に関する指針も勘案**して、「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性」について評価することとなっている。

「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」（令和3年経済産業省告示第16号）

1. 指針の位置付け

- 特定デジタルプラットフォーム提供者による自主的かつ積極的な取組を促すことが法の基本理念。
- この点を踏まえて、指針では、特定デジタルプラットフォーム提供者による自主的な取組に資するよう、
 - ① 「基本的な考え方」として、望ましい取組の大きな方向性を明示した上で、
 - ② それを実現する手段として特定デジタルプラットフォーム提供者が参照できる「具体的な取組例」を提示。

2. 指針とモニタリング・レビューの関係

- 「**基本的な考え方**」に示された方向性を適切かつ有効に実現しているかが**評価対象**となる。
したがって、「具体的な取組例」にかかわらず、**特定デジタルプラットフォーム提供者自らが主体的かつ継続的に創意と工夫を凝らして、「基本的な考え方」で示された方向性を実現するための適切かつ有効な取組を自主的かつ積極的に実施することが、重要な評価要素**となる。
- 本指針は、特定デジタルプラットフォーム提供者が、一般利用者（消費者）その他の者の正当な利益を保護するために適切に対応することを妨げるものではない。

3. 本指針の見直し

- 本指針は、法の規定の施行の状況及び経済社会情勢の変化を勘案し、不断に見直されることが予定されている。特に、経済産業大臣による評価や、特定デジタルプラットフォーム提供者による取組の状況に応じて、指針の見直しの要否やその内容が検討され得る。

【参考】自主的な手続・体制整備に関する指針（分野共通①）

項目	基本的な考え方（望ましい取組の方向性）	具体的な取組例
<p>利用事業者に対するサービス提供が公正に行われることを確保するための体制整備（法第7条第3項第2号）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ① 特定デジタルプラットフォーム提供者が利用事業者に対して提供条件の変更等の行為を行う前に、適切に評価を行い、当該評価を踏まえて（当該行為を行う場合でも）利用事業者の利益に配慮した適切な対応を行うこと ② 個々の行為を行うに当たって、一貫性・公平性のある判断がなされる適切な仕組みを構築すること ③ 特定デジタルプラットフォームの公正性の自主的な向上につながる適切な仕組みを構築すること 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 行動指針の策定、ガバナンス体制の整備 ✓ 規約変更等の行為の実施前の影響評価、当該評価を踏まえた対応（大きな影響を与える場合における十分な猶予期間の設定、可能な場合における他の選択肢の用意等） ✓ 審査等の判断基準の整備（潜脱行為の可能性を考慮した上で可能な限り予見性のある基準）、異議申立ての仕組みの整備、担当者向け情報共有 ✓ 意見・苦情等についての合理的な範囲での記録・保管、事後検証を踏まえた運営改善 ✓ 外部評価・監査の利用
<p>苦情処理・紛争解決のための体制整備（法第7条第3項第3号）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ① 苦情及び紛争の原因となった事象を、重要性和複雑さに応じて、適切かつ迅速に処理・解決するための仕組みを構築すること ② 苦情及び紛争を端緒として、苦情及び紛争に関する情報を有効に利用して特定デジタルプラットフォームの提供に関する運営を改善すること 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 利用事業者が直接・容易に・無償で苦情を申し出ることができる体制・手続の整備 ✓ 苦情処理に係る対応マニュアル・業務フローの構築、苦情対応者への情報共有 ✓ 基本方針（苦情の重要性・複雑さ・事案の内容に応じて合理的な期間内に苦情を処理）や目安となる所要期間・処理プロセスの設定・開示、所要期間を超える場合の誠実な説明 ✓ 苦情処理後のフォローアップの実施 ✓ 外部の苦情・紛争処理システムの活用検討（調停人の利用等） ✓ 利用事業者団体との協力 ✓ 苦情・紛争の内容・件数の増減・理由の分析、苦情・紛争の内容と自主的な取組との関連性についての自己評価、それらに関連する情報の開示 ✓ 苦情処理情報の合理的な範囲での記録・保管、事後検証を踏まえた運営改善

【参考】自主的な手続・体制整備に関する指針（分野共通②）

項目	基本的な考え方（望ましい取組の方向性）	具体的な取組例
<p>関係者と緊密に連絡を行うために国内において必要な業務の管理を行う者の選任（法第7条第3項第4号）</p>	<p>① 特定デジタルプラットフォーム提供者が関係者と緊密に連絡を行うために国内において必要な業務の管理を行う者（国内管理人）を選任すること</p> <p>② 関係者とのコミュニケーションの管理及び当該コミュニケーションを通じた特定デジタルプラットフォームの提供に関する運営の改善に関して、必要に応じて適切な調整を国内管理人が行うことができる仕組みを構築すること</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 国内における関係者との間のコミュニケーションを管理し、当該コミュニケーションを踏まえて運営改善に向けた調整を適切かつ主体的に行う役割を担う、国内管理人の選任 ✓ 国内管理人を補助する部署の担当者の選任、国内管理人・補助者に係る情報についての関係者への開示
<p>その他、利用事業者の意見やその他の事情を十分に考慮するために必要な措置（法第7条第3項第5号）</p>	<p>① 利用事業者の意見その他の事情を理解するための仕組みを構築すること</p> <p>② 利用事業者の意見その他の事情を踏まえて利用事業者に対して適切な対応を行うとともに、当該事情を特定デジタルプラットフォームの提供に関する運営改善の端緒として有効に利用する適切な仕組みを構築すること</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 利用事業者等との意見交換の機会の設定 ✓ 利用事業者等による合理的な意見が寄せられた場合における運営改善 ✓ 外部の第三者の意見聴取による運営改善 ✓ グローバルに自社ルールを適用するにあたっての必要に応じた適切な対応の実施（自社ルールを全世界に一律適用する場合における利用事業者の公平な取扱い、我が国の法令・制度・自主的な規律・商慣習を十分に勘案）

【参考】自主的な手続・体制整備に関する指針（デジタル広告のみ）

項目	基本的な考え方（望ましい取組の方向性）	具体的な取組例（概要）
利用事業者に対するサービス提供が公正に行われることを確保するための体制整備（法第7条第3項第2号）	<ol style="list-style-type: none"> ① 取引条件の変更等の行為を行う前に、適切に評価を行い、当該評価を踏まえて 利用事業者の利益に配慮した適切な対応を行うこと <ul style="list-style-type: none"> - システム変更・ルール変更・事業活動への制約付与・取引拒絶を行う際には、それらの行為によってもたらされる広告主・パブリッシャー等への影響に配慮した適切な対応を行うこと ② 個々の行為を行うに当たって、一貫性・公平性のある判断がなされる適切な仕組みを構築すること <ul style="list-style-type: none"> - 広告主等の求めに応じて第三者ツールを提供する者に対し、合理的な範囲で、その接続について適切な対応を行うこと ③ デジタルプラットフォームの公正性の自主的な向上につながる適切な仕組みを構築すること <ul style="list-style-type: none"> - 利益相反又は自社優遇のおそれのある取引を類型化し、その管理方法及び管理体制に係る方針を策定するとともに、必要に応じて一般に公表すること 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 第三者ツールの接続条件の事前開示、不当な接続拒絶の抑止 ✓ 利益相反・自社優遇管理方針の策定・実施（例：部門の分離、部門間での情報遮断（システム上のアクセス制限等）、想定される利益相反・自社優遇の内容の説明、管理の有効性の定期的検証等）
苦情処理・紛争解決のための体制整備（法第7条第3項第3号）	<ol style="list-style-type: none"> ① 苦情及び紛争の原因となった事象を、重要性と複雑さに応じて、適切かつ迅速に処理・解決するための仕組みを構築すること <ul style="list-style-type: none"> - システム変更・ルール変更・事業活動への制約付与・取引拒絶に関する広告主・パブリッシャー等からの苦情又は問合せについて適切に対応すること ② 苦情及び紛争を端緒として、苦情及び紛争に関する情報を有効に利用してデジタルプラットフォームの運営を改善すること <ul style="list-style-type: none"> - システム変更・ルール変更・事業活動への制約付与・取引拒絶に関する広告主・パブリッシャー等からの合理的な意見又は要望等について適切に対応すること 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 広告主・パブリッシャー等からの交渉事項やそれへの対応の可視化 ✓ 規約変更等の担当者との直接の意見交換の機会設定 ✓ 規約変更等の検討段階での意見交換の機会設定
その他、利用事業者の意見やその他の事情を十分に考慮するために必要な措置（法第7条第3項第5号）	<ol style="list-style-type: none"> ① 利用事業者の意見その他の事情を理解するための仕組みを構築すること <ul style="list-style-type: none"> - デジタル広告の質の問題に関する広告主・パブリッシャー等からの苦情又は問合せに対応すること ② 利用事業者の意見その他の事情を踏まえて利用事業者に対して適切な対応を行うとともに、当該事情を運営改善の端緒として有効に利用する適切な仕組みを構築すること <ul style="list-style-type: none"> - デジタル広告の質の問題について、広告主・パブリッシャー等に適切に情報提供等を行うこと。広告主・パブリッシャー等からの意見を聴き運営改善を図ること。業界全体の取組に主体的に参画すること - オーディエンス・データの提供に関する広告主等の意見その他事情を踏まえて適切に対応すること ③ 広告仲介型デジタルプラットフォームについて、広告主等（一般利用者）に対しても、本指針の基本的な方向性を実現するための手続・体制を整備すること 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ デジタル広告の質に関する業界全体の取組に対し、自らが実施すべき取組の提案・実行 ✓ オーディエンス・データに係る相談窓口設置、意見聴取による運営改善 ✓ 広告仲介型プラットフォームを利用する広告主等に対する、提供条件変更等の事前通知、取引拒絶の理由通知等

モニタリング・レビューの進め方③（議論のポイント、スケジュール等）

【総合物販オンラインモール及びアプリストア分野】

- 透明化法上、特定デジタルプラットフォーム提供者は、大臣評価の結果を踏まえ、自主的に運営改善を図る努力義務がある。今年度の会合では、**昨年12月の「大臣評価」を踏まえた各社の取組状況**を中心に確認しつつ、評価に向けた議論を行う。

【デジタル広告分野】

- 今年度は、昨年10月の透明化法適用後初めて、特定デジタルプラットフォーム提供者による取組状況について、評価に向けた議論を行うこととなる。**今後毎年度定点観測していく観点も含め、まずは、現状をしっかり確認していく。**

【会合の構成、スケジュール】

- 原則2部構成で開催する（第1部：総合物販オンラインモール及びアプリストア分野、第2部：デジタル広告分野）
- 今後のスケジュール（案）は以下のとおり。

本日（6/29）	： 「モニタリング・レビューの進め方」について議論
第2回会合（夏頃）	： 定期報告書等を踏まえた議論（評価に向けた議論開始）
秋頃目途	： ・ 特定デジタルプラットフォーム提供者からのヒアリング ・ 会合としての意見とりまとめ

⇒ 年内目途で、大臣評価のとりまとめ・公表

【参考】経済産業大臣による評価(2022.12.22公表)の全体像

透明化法に基づく義務の履行状況

取引条件等の情報開示

<期待される取組の方向性>

- 取引条件の変更時には、十分な準備期間を設け、わかりやすく説明

<評価できる取組例>

- 変更内容をイベントで周知 (楽天)
- 日本語動画で公開 (Google) 等

自主的な手続・体制整備

<期待される取組の方向性>

- 外部から検証できるようなかたちで、自社による取組を説明

<評価できる取組例>

- 出店者からの意見のうち機能改善に至った件数・割合を説明 (ヤフー) 等

苦情処理・紛争解決の状況

<期待される取組の方向性>

- 苦情処理の方法について、利用事業者の声も踏まえて継続的に改善

<評価できる取組例>

- 透明化法施行後に設置された相談窓口 (経産省委託) と連携 (Google、アマゾン) 等

主な課題と期待される取組の方向性

アプリストアの手数料・課金方法 ※制限的な課金方法等

<期待される取組の方向性>

- 業界団体との協議等、手数料に関して継続的に説明
- 決済手段の選択肢を実際に利用されるようにすること

<評価できる取組例>

- 決済手段選択のパイロットプログラムを、法律上要請される国・地域に限らず日本にも適用 (Google)

自社及び関連会社の優遇

<期待される取組の方向性>

- 自社等の優遇の有無、優遇がある場合はその正当性について、客観的に検証可能な情報開示や体制整備

<評価できる取組例>

- 自社グループ会社の優遇について今後の課題を示し、不断の見直しを行う意向 (ヤフー) 等

アカウント停止・アプリ削除措置 ※一方的な停止措置等

<期待される取組の方向性>

- 必要性・相当性の慎重な事前判断、実質的に異議申立てが可能な程度の具体的な理由の事前開示

<評価できる取組例>

- 一見して違反行為であるか判断できないケースにおいて違反行為と認定する前に事実確認を実施 (楽天) 等

返品・返金の取扱い ※一方的な返金受入れ等

<期待される取組の方向性>

- 返品・返金に係る考え方や取組についてわかりやすく説明、異議申立てプロセスの充実

<評価できる取組例>

- 利用事業者が返金に関する情報を取得したりすることができる各種ツールを提供 (Apple)

【参考】経済産業大臣による評価〈2022.12.22公表〉における個別の指摘事項

アマゾン

【苦情紛争処理】

- ① アマゾンによる苦情相談対応における定型文回答等について、利用事業者とのコミュニケーションの質を高める方向で継続的に改善すること

【アカウント停止手続】

- ② 消費者等の利益を保護するための緊急的な対応であっても、セキュリティ等の事情に配慮しつつ、アカウント停止理由を説明するなど、利用事業者と丁寧なコミュニケーションに努めること

【返品対応】 ※アマゾンの判断で返品を受け入れる場合あり。

- ③ 返品条件について予め利用事業者に与える影響等も考慮して適切に設定していることを公表・説明すること
- ④ 個々の返品判断や返品に係る異議申立てに関する取組について、利用事業者にわかりやすく説明すること
- ⑤ 利用事業者から異議申立てが行われた場合、個々の事案に即して適切な解決を図ること
- ⑥ 返品補償に係る取組について公表・説明すること

Apple

【取引条件変更時の開示】

- ① App Store価格設定用テーブル(Tier)の価格を変更する旨の通知が、変更実施の15日前であったと言及した上で、①利用事業者が対応するのに十分な準備期間を設けて変更内容と理由を説明すること、②利用事業者との対話プロセスを実効あるものとする必要があると指摘。
→ 今後注視。

【苦情紛争処理】

- ② 透明化法の施行に伴いアップルに新設された苦情申立てフォームについて、利用事業者の認知を高めること

【返金対応】

- ③ 消費者からの返金リクエストを受け入れる期間を「60日」と比較的長期に設定しているという事情を踏まえ、利用事業者が不当な不利益を被らないための取組を進めること。
例えば、返金関連情報を取得できる各種ツール等について、利用事業者に積極的にわかりやすく説明するとともに、その利用状況を検証しながら改善していくこと

【参考】2022年12月22日（木）西村経済産業大臣記者会見における大臣発言

特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律についてであります。この法律は、イノベーションの促進を図りながら、デジタルプラットフォームの透明性と公正さを向上させることを目的としております。本日、その透明化法に基づきまして、デジタルプラットフォームの透明性及び公正性について、経済産業大臣評価を公表いたします。透明化法施行後初の評価であります。

今回の評価におきましては、透明化法施行後に、約7割程度の利用事業者が対応改善を感じております。また、**規制対象事業者の情報開示や体制整備が総じて改善したことを評価**する一方でですね、デジタルプラットフォームを利用する事業者から相談窓口寄せられた声や、有識者等からの意見を踏まえまして、規制対象事業者に対しまして、**アプリストアの手数料問題、自社サービスの優遇、取引条件の変更や苦情相談の対応における課題に関しまして、一定の改善を求めています。**

透明化法における、政府が大きな方向性を定めて詳細は事業者の自主的な取組に委ねるという、いわば、共同して取り組む**「共同規制」の実効性を確保し、イノベーションと規律のバランスをとりながら健全な市場発展につなげていく**と。そのためには、**規制対象事業者による積極的な取組が不可欠**であります。**デジタルプラットフォーム提供事業者には、今回の評価を踏まえた運営改善を図っていくことを要請**いたします。

【参考】 デジタル市場競争会議の「最終報告」で指摘された課題

■ 特定のプラットフォーム事業者による影響力が強まっている

競争環境の適切性

- ✓ ルール変更やシステム変更が突然行われ、交渉の余地がなく、対応に苦慮
- ✓ 消費者が広告にどう反応したのか等のデータ（オーディエンスデータ）が提供されない

■ システム全体が複雑で、ブラックボックス化

市場の透明性

- ✓ 取引内容・価格が不透明
- ✓ プラットフォーム事業者について利益相反や自社媒体の優遇の懸念

■ デジタル広告の「質」の問題

デジタル広告の質

- ✓ 「広告主」にとっては、悪意の者による**広告収入の不正取得（アドフラウド）**、**ブランドを毀損しかねないサイトに広告が配信されるリスク（ブランドセーフティ）**、**消費者に広告が視認されない（ビューアビリティ）**などの問題が存在。請求の基礎となる**広告の表示回数等について第三者による客観的な測定がなされていない**との不満も。
- ✓ 「パブリッシャー」にとっては、自らの**広告枠に広告主がいくら払ったのか**見えない中、自らに**収益が適正に配分されていない**のではないかと、**取引内容が不透明**との声。このままでは、**コンテンツにコストをかけるメディアの経営基盤が成り立たない**との懸念。
- ✓ 「消費者」の7割が、**ターゲティング広告**に対し、**煩わしい・どちらかというとな煩わしい**と感じている。

【参考】デジタル広告プラットフォームに対する規制の概要

課題

情報開示、体制整備義務の概要

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• ルールやシステムが突然変更される• 取引拒絶の理由がわからず交渉できない• 事業活動が制約される | <ul style="list-style-type: none">✓ ルールやシステム変更時の内容・理由の事前開示✓ 取引拒絶（広告配信停止、アカウント停止等）の判断基準の開示、取引拒絶時の理由の開示✓ 第三者サービスの利用制限等。利用者の事業活動に一定の制約を課す場合の内容・理由の開示✓ 苦情・問い合わせ対応等の体制整備 |
| <ul style="list-style-type: none">• プラットフォーム事業者からのデータ提供が不十分 | <ul style="list-style-type: none">✓ 広告への反応データ（オーディエンスデータ）の取得の可否、取得可能な情報の内容等の開示✓ 広告主・媒体主からの要望を聴取するなどの体制整備 |
| <ul style="list-style-type: none">• 利益相反・自社優遇の懸念 | <ul style="list-style-type: none">✓ プラットフォーム事業者が広告主や媒体主から取得するデータの使用条件等の開示✓ 利益相反・自社優遇を管理する体制整備 |
| <ul style="list-style-type: none">• アドフラウドやブランドセーフティ等、デジタル広告の「質」に係る問題• 取引内容・価格の不透明さ | <ul style="list-style-type: none">✓ 広告不正（アドフラウド）の判定基準や判定結果。広告配信に伴うブランド毀損リスク（ブランドセーフティ）や広告の視認可能性（ビューアビリティ）に関する配信結果等の開示（開示不可の場合はその理由を開示）✓ 広告配信結果に関する第三者測定ツールの接続条件の開示（接続不可の場合はその理由を開示）✓ 苦情・問い合わせ対応や改善に向けた体制整備 |
| <ul style="list-style-type: none">• パーソナルデータの扱いに係る懸念（広告が不快感を与える場合、ブランドに悪影響） | <ul style="list-style-type: none">✓ プラットフォーム事業者が消費者の閲覧データ等を使用する場合の内容・条件の開示 |

【参考】「最終報告」におけるモニタリング・レビュー関連の記載ぶり①

<課題①> アド Fraud等デジタル広告の質に係る課題

- 特定DPF提供者による取組状況について、広告主・広告代理店、パブリッシャー、アドテク事業者、業界団体といった関係者から広く意見を聞きながら評価。その際、以下の点に留意。
 - ～ **DPFから提供されるべき情報の内容**について、広告主・パブリッシャー・DPF間にある**認識の隔たりを埋める**
 - ～ 広告主等利用者側が取り組むべきことや広告代理店の説明責任を含め、総合的に評価し、**関係者に必要な対応を促していく**
 - ～ **JIAAのガイドライン**等に関する取組や**JICDAQの取組**の重要性を指摘するなど、**業界の取組を後押しする**
 - ～ 様々な関係者を巻き込みながら、共通認識を醸成し、関係者の取組を広げていく
 - ～ **広告主（特に中小広告主）に対し、リスク認識や理解を促していく**（効率最優先の考えを変えていく）、**広告主の経営陣の意識改革**の重要性を指摘するなど、経営者にもリーチできるようなかたちで警鐘をならし、組織内の意思決定に影響を及ぼしていく **【広告主の買い方改革】**
 - ～ **中小プラットフォーム事業者によるベストプラクティス**（個別ニーズ対応で強みを発揮する等）を取り上げる
 - ～ ニーズに見合わない過剰な開示の要求が事実上の相場観となる事態を関係者の意見を聴きながら回避する
 - ～ 中小プラットフォーム事業者の負荷等を踏まえ、中小プラットフォーム事業者を含む供給側が対応することが望ましいポイントをリストアップする

<課題②> 価格や取引内容の不透明さ

- 課題①の対応を進めることで、広告主の質に対する意識を高め、良質なメディアへの広告配信に対して適切な価値評価がなされるようになることを目指していく（広告主の買い方の変化動向などについてモニタリング）
 - ～ **広告主が質の高いメディアを配信先として選択**するようになる
 - ～ **パブリッシャーが広告の視聴時間や視認可能性を高める**ようになり、**そうした対策をとっている広告枠が評価されるようになる**
- 広告主やパブリッシャー等が協働して、運用型広告におけるコストを可視化するツール等を活用しながらデジタル広告市場の取引構造の実態把握を進める等の民間の取り組み状況についてヒアリングなどを行う
- 海外の動きも注視する。

【参考】「最終報告」におけるモニタリング・レビュー関連の記載ぶり②

＜課題③＞ 第三者計測ツールの受け入れ

- 特定DPF提供者による取組状況について、広告主・広告代理店、第三者ツール等提供事業者、業界団体といった関係者の意見も聴きながら、**関係者間のコミュニケーションや第三者ツールの認定が適切に行われているか**といった観点などで評価。

＜課題④-2＞ PF事業者によるデータ提供の制限等（ウォールド・ガーデン問題）

- 特定DPF提供者による取組状況（オーディエンス・データに関する開示、広告主等からの要望等に対する対応）について、広告主・広告代理店、業界団体といった関係者の意見も聴きながら、**関係者間のコミュニケーションが適切に行われているか、特定DPF提供者によって適切な対応がなされているか**、といった観点などで評価。

＜課題④-3、⑤、⑥＞ 利益相反・自社優遇懸念（PF事業者内でのデータ活用、入札設計等）

- 特定DPF提供者による取組状況について、広告主・広告代理店、パブリッシャー、アドテク事業者、業界団体といった関係者の意見も聴きながら、**プラットフォーム事業者がどのような内部統制を実施しているか、その内部統制が実際に有効に機能しているか**などについて、エビデンスの提示を受けながら、評価。（評価にあたっては、金融市場における規律を参考とする）

＜課題⑧、⑧-2＞ システム・ルール変更、取引先事業者の事業活動制約、取引拒絶

- 特定DPF提供者による取組状況について、広告主・広告代理店、パブリッシャー、アドテク事業者、業界団体といった関係者の意見も聴きながら、**関係者間のコミュニケーションが適切に行われているか、プラットフォーム事業者による対応が適切に行われているか**といった観点などで評価。

＜課題⑩＞ パーソナルデータの取得・利用に係る懸念

- 広告主にとってのブランド毀損リスクの観点からの透明化法のモニタリングは、**総務省のガイドラインの実施状況を勘案し、必要最小限とする**（評価について事業者のコンプライアンスに支障を生じさせないように配慮）