

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
2023 年度 第 11 回 議事録

■ 開催概要

<日 時> 令和 5 年 11 月 9 日 (木) 12:00～14:00

<場 所> オンライン開催 (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、善如委員、増島委員、百歩委員、平山委員、若江委員、
和久井委員

<オブザーバー>

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

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

公益社団法人日本アドバイザーズ協会・一般社団法人デジタル広告品質認証機構 小出専門研究員・事務局長

一般社団法人日本新聞協会 デジタル広告部会 酒井部会長

一般社団法人日本インタラクティブ広告協会 柳田事務局長

<関係省庁>

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 後藤参事官付企画官

総務省 総合通信基盤局 利用環境課 中村課長

消費者庁 取引対策課 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 個人情報保護制度担当室 松浦参事官補佐

<事務局>

経済産業省 商務情報政策局 仙田デジタル取引環境整備室長

(令和 5 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
会合意見とりまとめ（案）について
3. 閉会

■ 配布資料

議事次第

- 資料1 利用者情報の取扱いに関するモニタリング結果
- 資料2 モニタリング会合意見とりまとめ（素案）【デジタル広告分野】
- 資料3 モニタリング会合意見とりまとめ（素案）【総合物販オンラインモール・アプリストア分野】
- 資料4 酒井オブザーバー提出資料

■ 討議

（1）デジタル広告分野に関する議論

仙田室長 ただいまから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の第11回会合を開催させていただきます。委員・オブザーバー・関係省庁の皆様方には、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。今回から昨年度のモニタリング会合にご参加いただいた、高倉先生が委員としてご参加いただくこととなりましたが、本日はご欠席と伺っております。また、武田委員、増島委員もご欠席となります。

それではここからの進行は座長の岡田先生に移らせていただければと思います。岡田先生、よろしくお願いいたします。

岡田座長 座長の岡田でございます。お忙しいところ、お集まりいただき、ありがとうございます。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。第3回から第10回会合では、特定デジタルプラットフォーム提供者へのヒアリングを実施してまいりました。本日はヒアリングの結果を踏まえて、会合意見のとりまとめに向けて皆様にご議論をいただきたいと思っております。

まずは総務省様からデジタル広告分野におけるパーソナルデータの取り扱いについてのモニタリング結果をご報告いただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

中村課長 先生、ありがとうございます。総務省利用環境課長の中村です。本日は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に当省の取り組みをご共有させていただく機会をいただきまして、誠にありがとうございます。よろしくお願いいたします。

1 ページ、おめくりください。今年度のモニタリングにつきまして、まず、当省では、そもそも、電気通信事業における個人情報等の保護に関するガイドラインに基づいて、電気通信事業者における情報の取り扱いについて、定期的にモニタリングを行っているところでございますが、今年度の利用者情報の取り扱いに関するモニタリングについては、デジタル広告市場の競争評価最終報告において、透明化法にかかるモニタリングと連携することとされていることを踏まえまして、デジタル広告分野における利用者

情報、パーソナルデータの取り扱いの観点から実施したところでございます。

5 ページ目にお進みください。モニタリング結果について、ご報告したいと思います。モニタリングにおいては1 から 4 の確認項目に従ってモニタリングを行いました。

1 ページ、おめくりください。まず、確認項目 1 として、取得する情報の内容、取得・使用の条件の開示についてモニタリングを行いました。

モニタリング結果のところに目をお移してください。まず、アカウントを取得している利用者に対しては、事業者は利用者情報の取り扱いの概要をわかりやすく説明する工夫を継続して行っていると。この点については評価できるといたしました。

一方、アカウントを取得していない利用者やログインをしていない利用者に対しては、こうしたログインをしていない利用者、アカウントを取得していない利用者がサービスを利用する場合にも利用者情報が取得され、利用される場合があるにもかかわらず、必ずしも利用者情報の取り扱いの概要がわかりやすく説明されているとは言えず、説明方法について改善の余地があるため、今後、さらなる検討を要するといいたしました。

3 つ目のポツですけれども、利用者情報の取り扱いの詳細を定めたプライバシーポリシーにおいては、個別の記載事項の中には一般の利用者にとってわかりにくいものもあるため、記載方法などについて改善の余地があるといいたしました。

さらに第三者から利用者情報の提供を受けている場合や第三者のウェブサイトを通じて利用者情報を取得しているものについては、利用者への説明のあり方について、今後、さらなる検討を要するといいたしました。

さらにプロファイリングにより生成した情報など、対象事業者が利用者から直接取得したわけではない情報について、その情報の取り扱いについても利用者にわかりやすく説明したほうが良いという意見が構成員からあり、今後、さらなる検討を要するといいたしました。

次のページにお進みください。7 ページ目でございます。確認項目 2 として、ターゲティング広告を実施する旨、及び事前の設定の機会やオプトアウト機会の提供についての開示についてモニタリングを行いました。

モニタリング結果のところに目をお移してください。アカウントを取得している利用者に対しては、おおむね、広告設定に関するツールが提供されている点は評価できるといたしました。

一方で、アカウントを取得していない利用者やログインをしていない利用者がサービスを利用する場合には、広告の表示に関する設定ができないか、限られた範囲内でしか設定ができないため、わかりやすい説明とともにオプトアウト等の設定方法を示す必要がある旨の意見が構成員からあり、今後、さらなる検討を要するといいたしました。

かいつまんで申し上げますので、次のページにお進みください。8 ページ目でございます。確認項目 3 として、消費者がデータの取得・利用を拒否した場合のサービスを利用するオプション提供の可否の開示についてモニタリングを行いました。モニタリング結果として、利用者情報について、当該情報を活用した広告表示に用いない旨の設定を行った場合、広告以外の方法には利用されないのか、そもそも削除されているのかといった点は確認が必要であるとの意見が構成員からあり、今後、さらなる検討を要するといいたしました。

確認項目 4 として、データポータビリティの可否・方法の開示についてモニタリングを行いました。

モニタリング結果といたしまして、事業者によって利活用される利用者情報には、その取得したデータをもとに事業者が生成したデータが存在するが、こうした生成データについては利用者がダウンロードできない点について改善の余地があるのではないかとの意見が構成員からあり、今後、さらなる検討を要するといったしました。以上がモニタリング結果でございます。

14 ページ目にお進みください。こちらについては、プラットフォーム研究会の構成員、当省の研究会の構成員の方々から当省の今後のモニタリングに向けてご提言をいただいたものでございます。まず、電気通信事業における個人情報等の保護に関するガイドラインに基づき、デジタル広告分野に限らず、利用者情報の取り扱いについて継続的にモニタリングを行うべきであるのご提言をいただきました。

さらに一番最後のポツですけれども、このモニタリングを行うに当たっては、特に今般のモニタリング結果において要検討事項と指摘された事項について検討を深めることが必要であるとされました。その上で、プラットフォーム事業者がアカウントを取得してない利用者やログインしていない利用者からも情報を取得していること、第三者や第三者のウェブサイトを通じて情報を取得していることに関し、利用者の保護の観点から対応を行うべき点がないかについて検討を行うことが必要であるとされました。総務省からの報告については以上となります。

岡田座長 ありがとうございます。

次に事務局から会合意見のとりまとめ（素案）がお送りされているかと思いますが、こちらについてご説明をいただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

仙田室長 ありがとうございます。事務局の仙田です。資料2でございます。大部にわたりますので、プラットフォーム提供者に求める内容につきまして、簡潔にご説明したいと思います。

まず、8 ページです。提供条件の情報開示です。プッシュ型通知、利用事業者向けヘルプページに検索機能を設けるなど、利用事業者の目に留まる、探したい情報が見つけれられる工夫としています。

続けて、同じページとなりますが、提供条件の変更となります。提供条件の変更の前後に、利用事業者に意見聴取し、利用事業者に改善や検討の結果をフィードバックとしています。

続けて、12 ページです。相互理解促進のための手続・体制整備です。取組の実効性をその根拠とともに示す、課題認識や今後の対応方針も説明としています。

続いて、16 ページです。苦情処理・紛争解決です。取組の客観的評価に資する情報を積極的に開示としています。Meta には苦情・紛争処理の実績を公表することとしています。

続けて、17 ページです。潜在的な苦情・紛争をくみ上げる観点から、苦情・相談窓口の周知や利便性の向上に努めること、経産省が運営する取引相談窓口と意見交換し、その意見を取り入れるとしています。

続けて、22 ページです。ここからはデジタル広告分野に特化した課題でございます。広告媒体審査について、審査基準の具体化やそのわかりやすい説明など、事前の情報提供の充実、違反の具体的な内容の提示、違反箇所の特定、審査結果の補足説明が迅速、簡易に受けられる仕組みを構築することとしています。

続けて、24 ページです。国外プラットフォーム提供者の運営改善です。本社の担当部門と連携した国内管理人における利用事業者の苦情処理への支援、本社も含めたエスカレーションフローを機能、苦情対

応部門と連携する他部門における苦情対応フローやルールの見直しとしています。また、国内管理人に寄せられた声や苦情が本社の意思決定にしっかりと影響力を持つ仕組みを構築としています。

続けて、25 ページです。他社の商標をキーワードとする入札への対応です。苦情内容の分析を行った上で、広告主にこうした入札を回避するよう、周知・啓発としています。

続けて、26 ページです。手数料の透明化となります。広告主や媒体主、その事業者団体の求めに応じ、手数料の水準や決定方法の妥当性を丁寧に説明するなど、相互理解に向けた継続的な取組としています。

続けて、32 ページです。利益相反・自社優遇懸念への対応です。懸念に応える情報を開示、自社優遇が生じ得る取引の類型化、データ利用も含めた社内ルールの整備などの体制整備を進め、外部監査による監査や独立した部署による内部監査を実施し、その結果を開示するなど、客観的に検証できる形の説明としています。自社優遇がないとのみ説明した Meta には、来年度の報告書で同様の説明とならないよう求めます。

続けて、40 ページです。アドフラウド、ブランドセーフティなど、広告の質です。業界全体で取り組むべき課題で、広告主の買い方改革につなげることが必要です。こうした観点から利用事業者が頻繁にアクセスする管理画面レポートで、利用事業者ごとのデータや行動変容の必要性についての情報提供を充実としています。

同じく 40 ページのパーソナルデータの取扱いです。こちらにつきましては、本日の総務省の説明内容を踏まえ、次回会合において記載をする予定です。

続けて、43 ページです。第三者ツールの接続要請への対応です。接続が認められない場合の理由を審査基準に沿って具体的に開示、接続拒絶についての異議申立先を説明としています。

最後となりますが、オーディエンスデータへのアクセスです。45 ページとなります。広告主やその業界団体からの求めに応じ、オーディエンスデータの使い方やその効果的な活用方法についてわかりやすい説明としています。駆け足となりましたが、以上でございます。

岡田座長 ありがとうございました。

それではこれから討議に移らせていただきます。委員・オブザーバーの皆様におかれましては、資料 2 の会合意見とりまとめ（素案）に対するご意見をいただけますと幸いです。また総務省様の資料 1 の説明へのご質問等があれば、合わせてお願いいたします。

まずは委員の皆様から順番に 4 分程度でご発言をいただきたいと思います。私から名簿順に指名をさせていただきます、その後、オブザーバーの皆様を指名させていただきます。なお、発言される際はミュートを解除して発言いただき、発言が終わられましたら、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。なお、本日は時間が限られておりますので、4 分程度に収まらないご意見については、別途、文書にて事務局にお寄せをいただければと思います。そのようによろしくお願いいたします。

では、五十音順ということで、最初に百歩委員からご発言をお願いいたします。

百歩委員 百歩です。私が今年度の会合で注視していたことは、自社優遇やデータ利用について各社でどのようにガバナンスを効かせているかが第三者にわかる形になっているかという点でした。各社の回答としては、例えば自社優遇ですと、広告表示のロジックなどを自社に有利になるように調整することはな

く、同じルールに基づいて実施されているという回答がありました。この点、システムに実装されているロジックの開示は難しい部分があると思いますが、そこがブラックボックスとなって見えない限りは、十分に透明性や公正性を示しにくいと思います。情報提供できる部分は引き続き開示を検討しつつ、開示が限定的になる場合は、会社としてのガバナンスが有効に働いていることを説明し、それが独りよがりではなく、外部機関や独立的な立場の内部監査によって確認されたことを伝えていくのが大事であると考えます。

端的に申しますと、自社優遇をやっていないという、“ないことの証明”は難しいと思いますので、自社優遇ができないように、どのように内部統制を効かせているか、会社としての管理体制を示すことが有効だと思います。例えばですが、自社優遇ができないような防止策であったり、万一に実施された場合に検知できるような発見的な対応であったりと、具体的な内部統制を示すとともにその統制が有効に運用されていることを独立した立場の人員が評価した結果を報告することを、各社にはご検討いただきたいと思います。

以上、今年度の会合で言及したかった、これらの点はとりまとめ（素案）に記載されていることを確認しましたので、追加の大きなコメントはございません。以上になります。

岡田座長 ありがとうございます。

それでは続きまして、生貝委員になりますね。生貝委員、ご発言をお願いいたします。

生貝委員 ありがとうございます。大体3点程度ですけれども、1つは、まさに百歩委員、おっしゃっていただいたとおり、客観的に把握できること、そして、それからガバナンス体制といったようなこと。このこと、大変、やはりこの透明化法の趣旨からも重要でございますので、こちらにお書きいただいているとおり、来年のモニタリングに向けても、ぜひ、事業者の皆様にもそういったことの体制整備、開示を積極的にご検討いただくことがよいだろうというのが1点でございます。

それから2つ目、今、申し上げたことでございますとか、あるいはまさにご説明でも触れていただきました、日本の代理人の位置づけ、役割でありますとか、会社全体においてそれがどのような役割を果たしているのかも含めまして、現状ですと透明化法はもとより、指針の中にでもかなり抽象的な書きぶりにとどまっているところがあると思いますので、よりもう少し具体的にしかるべきあり方を現状の枠の中で示すことができる部分については、後のモール・アプリの議論も含めまして、常に検討を続けるのが望ましいのだろうというのが2点目でございます。

それから3点目といたしまして、この分野、ご承知のとおり、諸外国、常に動いているところでございます。分けても、来年度のモニタリング会合に向けては、デジタル市場法の全面的な適用開始という非常に大きな動きもあると思います。この報告書の中でも諸外国のことを触れられていると思いますけれども、来年に向けて、まさにここで取り上げている 이슈の多くが大きく変わることは間違いないし、国際的にも世界各国で大きな動きになってくるところです。個人的な願望、要望といたしましては、当然、1つは欧州あるいはアメリカ等でローカル、限定的に変えると言っていることもあるでしょうし、あるいは当然、世界共通の仕組みとして、その法域だけに限らず、大きく変更が生じるといったようなことも、これも当然あるのだろう。そういったこともできるだけご説明をいただくとともに、また、それによってどんなプラスの効果、あるいは課題があったのかも来年に向けては様々な検討をしていけると良いので

はないかと感じているところでございます。私からは差し当たり、以上です。

岡田座長 ありがとうございます。

では、続きまして、善如委員、お願いいたします。

善如委員 善如です。よろしくお願いいたします。私からは大きく分けて、2つの点に関して意見を述べさせていただきたいと思います。

1つ目は、百歩委員、生貝委員、双方からもご指摘がありましたように、特定プラットフォーム事業者からの返答に関しまして、必ずしも十分で客観的なエビデンスが添えられていないような返答も見受けられました。もちろん、とりまとめ案にもそれらは問題であると記載されていて、それはそのとおりだと同意はします。

同時にですが、その一部のもの、すべてではないかもしれませんが、一部のものに関しては、短期間で客観的かつ説得的なエビデンスを提出することが難しいような論点も含まれていたかと思います。そのため、今年度は時間的にできなかったかもしれませんが、モニタリング会合はもちろん、今年で終わりではなくて、来年度以降も続くものと思われましますので、今後、引き続き、特定のプラットフォーム事業者の方々におかれましては、より客観的かつ説得的なデータ、あるいは証拠などの提示を期待したいと思っております。これが1つ目の点でした。

そして2つ目ですが、2つ目は、今回のモニタリング会合や事業者ヒアリングを通して、あまり議論ができなかったという点についてです。ヒアリングやモニタリングを通して、今現在と言いますか、最近、思うようになってきた、自分の中での問題意識ですので、今年度のとりまとめ案に反映してほしいわけではなく、今後、継続的に議論していく上で、1つの論点として皆様に共有したい点です。

それはアドフraudなどのよくない広告を防ぐために、様々なツールが開発されたり、それに対して投資が行われているかと思うのですが、このデジタル広告業界の中でこういったプレーヤーが積極的にリードを取るべきなのかという点に関してです。ご承知のとおり、今年度のモニタリング会合、事業者ヒアリングを通しまして、アドフraid等を検知するためのサードパーティツール、その接続に関した公平性などに関する論点はずっとあったかと思いますが、今、思うのが、そのサードパーティにそもそも頼るだけで十分なのかということです。もっとプラットフォームみずからが積極的に対策の乗り出さないと、問題の根本的な解決につながらないのではないかと最近思うようになりました。

なぜならサードパーティツールを提供する、そのサードパーティの事業者にしてみれば、アドフraidのような、よくない広告の存在自体が彼らのビジネスにとって大事な存在なわけで、言い方を変えますと、もし仮にアドフraid等が完全に撲滅されてしまえば、彼らのビジネスは先細ってしまいます。そのため、もし、そういったサードパーティの事業者に任せているだけではアドフraid等が完全に撲滅されたり、解決されることが起こらないのかもしれないと思いました。

例えばアドフraid等の問題が激減しないように、サードパーティの事業者たちがツールの利用料金の市場価格を引き上げるような価格設定で反応してくるかもしれません。こういった意見、私の考えというのはまだ推測の域を超えなくて、そして私の知る限り、関連する既存の研究も十分に存在しているわけではないのかもしれませんが、このモニタリング会合という場で、今後、引き続き、議論していく価値のあるものかと思しますので、皆様に共有させていただければと思いました。これが2点目で、私からは

以上です。ありがとうございました。

岡田座長 ありがとうございました。

では、続きまして、和久井委員、お願いいたします。

和久井委員 ありがとうございます。もともと4点あったのですが、実体的な内容については、概ね、百歩委員のご指摘されたことと変わらないので、その部分は省略させていただきます。ただ、ご指摘の点については最終的にはどうすべきであるか、百歩委員は今回のドラフトでいいと思われるとおっしゃったのですが、その点だけは異なります。

今回の報告書をどうするかについての意見を申し上げます。第一に、私は期待するという文章が何を意味しているのかよくわかりません。透明化法の6条と8条を使っていたきたい、勧告を行っていただきたいと思います。また、十分な情報が示されなかった点に関しては、12条2項を発動していただきたいと思います。

第2に、こちらのモニタリングレビューを含めモニタリングの体制がどのようなものか、具体的には例えば経産省の方々がどういう体制でこのモニタリングを行っているかを報告書の中で明らかにしていただきたいと思います。私個人のことで言いますと、私はこのモニタリングレビューをするだけの十分な資質・資格を備えているという自覚がありません。十分な情報もないですし、時間もないです。パートタイムでできるような業務ではないと考えています。そのような限界がある中で出されたものに過ぎないということは、報告書のどこかで書いておいていただきたいと思います。

最後になりますけれども、最後のおわりにの部分で、自主的かつ積極的な運営管理に向けてといった言葉があります。情報が十分に開示されていないといった様々なことを指摘しておきながら、いまだに自主性を言うことの意味が、私には、理解できません。この期にいたっても、共同規制であったり、相互理解の促進にとどまったことを言っていることの意味が、私には、わからないのです。報告書の最後に書かれている強制力ある改善方策について検討していくべきだと思います。海外の情報を取るのも、その段階は過ぎており、連携して措置を採るべき段階にきているのだらうと思っています。経産省で出来ないのであれば、法律に基づいて検査・執行をする仕方を知っている公正取引委員会に引き渡す、あるいは経産省主導で強制的な法律をつくって、検査をやって命令を出す仕組みに変えていくべきだ、ということを、書くべきだと思います。以上です。

岡田座長 ありがとうございます。

仙田室長 事務局でございます。ご欠席と伺っておりましたけれども、増島先生、入られているようなので、もし差し支えなければ、ここでご発言いただくことでいかがでしょうか。

岡田座長 失礼しました。では、増島委員、お願いいたします。

増島委員 ありがとうございます。すみません。都合をつけまして、入れることになりました。ありがとうございます。

3点だと思いますが、ポイントと皆様のおっしゃるとおり、検証の可能性を高めていただくことと体制の整備をやっていただくというポイントだと思っており、その中では国内管理人によるイニシアティブの発揮をやっていただきたいというのがあるはずでして、この辺を今回の素案はしっかりと明記をいただいたと思っております。

これはもうサイクルを続けていく取り組みでありますので、記載の方法としては何をやってくださいということを割と具体的に書くことが大事でして、今回、そこがしっかり、それぞれ、各社ごとに弱いところ、強いところあるわけですけれども、それぞれ、事業者を特定した上で書いていただくことと、あと、全体にやっていただくことをしっかり書いてあると感じています。これを書いていただくことによって、次年度で期待を書いている部分ができているか、できないかという評価につながっていく仕組みだと思っておりますので、とりまとめも今回のプロセスの趣旨に合ったものだと考えております。

次回、たぶん、やらなければいけないことは、先ほど、生貝先生におっしゃっていただいたと思った、各国が法制を整えて、もう少し強い法制をつくっていくことになるわけでありまして、日本はそこまでリソースがかけられないという状態だと思っておりますが、各国で走っている法制で対応をしたもののうち、日本では何がされていないのかという部分は来年はより注視して見ていく必要があるだろうと思っております。以上でございます。ありがとうございました。

岡田座長 ありがとうございます。

では、続きまして、オブザーバーの皆様からご発言をいただきたいと思います。まず最初に、小出オブザーバーからお願いいたします。

小出オブ 小出です。まず、事務局の皆様、とりまとめ、お疲れ様でした。ありがとうございました。

私が質問をし、関心を持っていたのは、苦情処理、問い合わせ等における不満解消への対応やオーディエンスデータへのアクセスのあり方、それから広告主の買い方改革につながる広告の質に関する対応と情報提供の見える化の3点でしたが、この3つの点に関する意見とりまとめの内容については、ほぼ同意しております。

また、手数料の透明性の確保に関して、Google様のConfirming Gross Revenueの推進について、より期待が高まるとともに、この会合を通じて早く進展するような方向に導いていけているのであれば、それも非常によいことだと感じております。

ただ、1点、今回、いただいた資料のなかの「オーディエンスデータへのアクセス」の項目の要望として「広告主や業界団体からの求めに応じ、オーディエンスデータの使い方やその効果的な活用方法について、わかりやすい説明を行うことを期待する」という文章があるのですが、一つ前のバージョンで、「提供のあり方」についても触れられていましたが、この部分がなくなっていました。やはり「説明」だけになると、内容の部分にかなり寄ってしまいますので、この提供のあり方の部分をなんらかの形で加えていただければというのがこの素案に対する要望になります。以上です。よろしくお願いします。

岡田座長 ありがとうございます。

では、続いて、金藤オブザーバー、お願いいたします。

金藤オブ 報告書についてですけれども、その内容については特に異存はございません。

私は消費者団体ということで、消費者にとって広告が大切な情報源になっているので、質の良い広告を出してもらうために、プラットフォームと事業者との間でどういうことをしていただけるのかに興味を持って、今回、参加させていただきました。

感想にはなりますけれども、この取引の内容を見て、透明性を担保するためにはあまりに取引が複雑になり過ぎていて、リスクなどの判断が本当にできなくなっている、難しいと感じました。そのため、デジタルプラットフォームの方には報告を出していただくときにはなるべくわかりやすい根拠、いわゆるエビデンスを伴って出していただきたいというのが1つ目の感想です。

あと、2点目ですけれども、オーディエンスデータについてです。総務省さんからもパーソナルデータの取り扱いについて報告がありました。モニタリング会合の中で Meta 社様から詐欺的な広告などについては通報してもらえるようになっていくという発言もありました。ただし、そうした場合、確かに SNS などの設定のところを探していくと、階層をいくつか探していくと、やっと広告について、いろいろ通報するなどが出てくる。自分に出た広告を探せるようにはなっていますが、実際、消費者にはそれが簡単に見つからないような形になっているので、それを有効に、もう少しわかりやすいところに広告についての通報などをつくっていただいて、消費者からもこのデジタル広告を良いものにするように、育てていけるようにできるような仕組みをデジタルプラットフォームの方にもつくっていただきたいと思いました。私からは以上です。ありがとうございました。

岡田座長 ありがとうございました。

では、続いて、酒井オブザーバー、お願いいたします。

酒井オブ 日本新聞協会の酒井です。よろしくお願いいたします。

座長、資料を提出させていただいております。ここで資料のご説明を一緒に差し上げたほうがよろしいでしょうか。

岡田座長 はい。時間が限られていますので、簡潔にということでお願いできればと思います。

酒井オブ では、持ち時間の4分の中で、合わせてご説明させていただきます。とりまとめ（素案）については様々な論点を網羅していただいたという印象を抱いております。事務局の皆様、大変お疲れ様でした。今、お伺いした委員の皆様のご意見もいずれも大きな異論はございません。

素案に盛り込んでいただいている点が多々ございますが、新聞協会として提出した資料について、簡単にご説明させていただきます。

この会合の中で何度も申し上げておりますが、当協会の加盟各社は会合の対象となっているデジタル広告分野の3社と日常的に取引をしております。ヒアリングでは加盟各社と3社との取引で生じている問題点、具体的な事例について、私が代表して質問しました。

3社から一定の情報提供はあったものの、問題点の多くは解消されていない、というのが率直な見解です。この会合は来年度以降も継続することと思います。今年度の会合を踏まえて、どのような改善がされるのか、引き続き、デジタルプラットフォーマーの対応を注視していく必要があることと、来年度以降

の会合での議論に資するよう、当協会の見解をまとめました。詳細は資料をごらんいただければ大変幸いです。3点、挙げている中で、ここではデジタル広告価格の透明性について、特にご意見を申し上げます。

会合でも委員の皆様からご指摘があった通り、デジタル広告取引はブラックボックス化しており、広告主から我々のような媒体社に至る過程の全体像についてはなかなか把握ができません。そういう状況について、今回、デジタルプラットフォームから具体的な情報提供は得られませんでした。

デジタルプラットフォームとメディアの関係については、公正取引委員会の「ニュースコンテンツ配信分野に関する実態調査報告書」でまとめられたように、取引の透明性・公正性を高める方向で議論が進められていると承知しております。デジタル広告はニュースコンテンツそのものではないものの、無料でニュースを配信するために広告是不可欠です。ニュース配信はサブスクリプションのみでは成り立たない上、有料会員以外の層にも広くニュースを届けることがメディアの使命であると考えています。

この会合を通じて、ニュースコンテンツの収益配分と同様に、広告のレベニューシェア決定プロセスの透明性・公正性も高めていただけるよう、引き続き、よろしくお願いします。以上です。

岡田座長 ありがとうございます。

では、引き続きまして、柳田オブザーバー、お願いいたします。

柳田オブ とりまとめ、大変お疲れ様でございます。私からは報告書そのものを個々に細かくご指摘するというのではなくて、全体的な感想めいたものになってしまいますけれども、少しお話ししたいと思います。

まず、広告というのは広告主が自己の商品について、個々にマーケティング目標を達成するために、自己の目的で行うものです。プラットフォームはそのツールですので、この透明化法によって、そのプラットフォームのサービスそのものの質を高める、あるいはそのサービスを充実させることをプラットフォームに求めるような話になってしまいますと、少し観点がずれてしまうのではないかと思います。

透明性・公正性で言いますと、委員の皆様からのご指摘がありましたとおり、利益相反、自社優遇といった点が最も重要な評価すべき関心のある事項かと思います。それで言いますと、競争ということでは、競合の中小のプラットフォームとの関係の中で、市場においてどうであるのかといった点が最も重要だと思っております、この観点をしっかりととらえていく必要があるのではないかと思います。

また、今回のこの報告書でということではないのかもしれませんが、やはりメディア一体型と広告仲介型とでは、全く、その評価のポイントが異なるのではないかと思います、これを一緒に評価という形にしてしまいますと、このモニタリングと言うか、この透明化法の取り組みをこれからデジタル広告市場の健全化を後押しすることにしっかりとつなげていく点からするとわかりにくいので、その点を少し分けて評価のポイントがわかったほうが、我々、業界としては非常に役立つ、この法律の市場にとってのメリットになっていく部分ではないかと思っております、ここを、今回ということではありませんけれども、少しご検討いただいたほうが良いのではないかと思います。

それから市場の健全性にこれをどう生かしていくかに関しましては、やはり共同規制に関して、事業者とこの法律での国、あるいは行政との関係で、共同規制ということかもしれませんけれども、やはり業界団体の取り組みとの関係性、そういったことも今後、評価の中に加えていただけるとありがたいと思います。以上でございます。

岡田座長 ありがとうございます。

皆様、割と今回は時間に協力いただきまして、少し時間が余っておりますけれども、小出オブザーバーから一部、表現について修正のご要望があったかと思いますが、この点、事務局、もし何かレスポンスがあれば、今、いただけますか。

仙田室長 ありがとうございます。小出オブザーバーがおっしゃっている狙いは理解していますので、こういう形で表現するのが良いかも含めて、考えさせていただきたいと思います。ありがとうございます。

岡田座長 ありがとうございます。

あと、10分ほど、お時間ありますので、もし委員・オブザーバーの皆様で、追加でご意見、発言のご希望がありましたら、お受けしたいと思いますが、挙手ボタンを使って。和久井委員、お願いいたします。

和久井委員 ありがとうございます。このような体制で来年も続けるという趣旨のご発言が続いたように思います。それで本当に大丈夫だと思っていられるのでしょうか。透明化法は、公正かつ自由な競争の促進ということが目的になっています。透明化することの最終的な目的は、公正な取り扱いであり、それを目指して、こういうことをやっているのだらうと思います。それは、この体制を続けていって実現されると、先生方は、思っていられるのでしょうか。以上です。失礼いたしました。

岡田座長 これは質問と言うか、どういうふうにしていいのか、少しあれなのですが。はい、どうぞ。

和久井委員 すみません。少し嫌な言い方をしました。はっきり言うと、「私には、そう思えません」、すなわち目的が実現できるとは思えないという趣旨のコメントでした。百歩委員がご指摘になりましたけれども、内部で何が起きているかを外から検証できなければならない。米国のディスカバリー制度か、議会公聴会かのように、徹底的に内部の情報も含めて把握できる制度にするまでしない限りは、真相は、わからないのだらうと思っています。また、アルゴリズムがどのようになっているかをひっくり返して見ない限り透明にならないし、収入のあり方―誰からいくら取って、どれだけ払っているか―を徹底的に、外の者が入って検証できない限りは、確認しようがないと思っています。内部通報も沢山、出るようになるなどです。何かしらの形で、そういう情報を把握できない限りは、「私はこうやっています、ああやっています」と、言われても空虚な言葉にしか聞こえません。さらに、もう既に情報を出してくださいと言っても、出さないところもあるわけです。このようなモニタリングレビューを繰り返して、透明化法のもとでこうした活動を継続しても、公正にはならないと思います―というのが私の意見です。以上、コメントです。失礼いたしました。

岡田座長 ありがとうございます。確かに諸外国では強制力のある、いろいろな措置があったり、あるいは具体的な訴訟があって、それを通じていろいろな情報が開示されていく動きもあるかと思っています。そこが日本と大きく異なるところで、日本はやはりそういう面で、生貝委員や増島委員からのご発言がありましたが、国内の動向をにらんで今後のことを考えるというご示唆もありましたが、そういったことをどう

ように対応していくかということは、日本の置かれた与件、条件のもとで考えていかざるを得ない。そういう中で、今、この会合が行われていると私は理解しております。その中でできる限り努力をして、状況の改善に資するような貢献をしていきたいということで、今、会合は続けられていると思います。

また、このデジタル広告分野は今年度、最初でしたので、なかなか至らないところ、あるいは我々の理解の及ばないところがいろいろあったかということも反省点としてはあるのではないかと考えております。例えば最後、柳田オブザーバーからご提言があったように、メディア一体型広告と広告仲介型ではかなりビジネスモデルが異なる。こういったことについての我々の理解も十分ではなかった面があるかもしれない。そういう面では事業者から提供していただく情報提供においても不十分であった面があったということも感じています。それは今後の取り組みの中で改善点として取り込んで行かなければとも感じています。

すみません。座長がどこまでこういう話をしているのかわかりませんが、いかがですか。今の点はコメントとして、お聞き置いてということで進めたいと思います。

あと、5分ほど、時間がございます。追加でもしご発言希望がありましたら、お受けしたいと思います。いかがでしょうか。和久井委員、生貝委員の順番で手が挙がっています。和久井委員、お願いいたします。

和久井委員 よろしいですか。何回もすみません。できるだけ手短かにいたします。1年目にも感じたことでしたが、私は、透明化法の運用は透明であることが、非常に大事だと思っています。できないことは、できないということも必要ではないでしょうか。法制度の限界が明らかになっているのであれば、それを示す責任を、私は、持っているのだと思って参加してきました。繰り返しになりますけれども、もしもこれで不十分だということがあるのであれば、それを示すという責任を、モニタリング会合は、負っているのではないかと考えています。以上です。

岡田座長 ありがとうございます。

生貝委員、お願いします。

生貝委員 ありがとうございます。私も和久井先生や岡田先生がおっしゃること、いずれも共感しております。いわゆる共同規制と言いますか、中間的な手法と言いますか、あらゆる規制の強度や方法、手段は基本的にはこういったデジタル市場、デジタル広告のような、非常に重要であり、様々な問題領域を抱えている分野において、様々な規制手段を適切に組み合わせていくための1つのビルディングブロックであると考えております。

まさに今回は1年目でございますけれども、そのビルディングブロックが果たすべき役割、今後も果たし続ける役割ということ、あるいはそれでは難しいところもある程度見えてきていると思いますので、ぜひ、今回のモニタリングレビューの結果を、本当にこの場には限られない、政府全体での最も望ましい全体的なルールの中核を組み立てる中で位置づけていただけるのが1つ、このレビュー会合の大きな目的としてあるかと感じているところでございます。ぜひ、そのような形で大きな中核の議論の中でしっかり役立てていただけることをすごく期待しております。以上です。

岡田座長 ありがとうございます。

そろそろ時間かと思いますが、もしご希望があれば、あと、お1人だけ、ご発言を受けたいと思いますが、いかがですか。大丈夫でしょうか。では、善如委員、お願いいたします。

善如委員 すみません。最後に簡単にコメントと言いますか、質問と言いますか、こういうことができるのかということで。報告書の中で今後の積極的な取り組みを期待するなど、そういった若干何を期待しているのかあやふやな記述などがあると個人的に思っておりましたが、そこに関してそれが不十分だとモニタリング会合で判断されたならば、具体的にどういう介入の可能性があるのか。例えば強制力ある介入方策について検討していくと書いていますが、具体的にどういう介入方策が考えられるのか。各論点ごとにそういった、より詳細な道筋と言いますか、可能性を記述されるのも良いのではないかと思いましたが、発言させていただきました。以上、ただのコメントです。

岡田座長 ありがとうございます。

そろそろ時間が尽きてまいりました。今回、とりまとめということで、この素案も送られてきた時間が午前何時でしたっけ？ とんでもない時間でした。事務局の皆さんには大変なご尽力をいただいて、膨大な情報をまとめて上げていただいて、作成された素案であると拝察しております。

この内容ですが、我々のモニタリング会合の機能というのは、生貝委員も最後、おっしゃったように、いろいろな補完的な措置の1つのブロック、ピースと言うか、そういう中で果たせる役割はどこまでか。当然、不十分な点が多々あることは十分了解しておりますが、そういう中でどこまでできるのかということと取り組んでいると理解しております。

そういう意味では基本的なアジェンダとしては、事業者にでき得限りの情報開示を促し、それが相互理解を促すための体制整備につながるようにする。そういうことについて、できる限りの取り組みを外部検証が可能になる形で情報提供を行うように促していく。こういうようなことで取り組んでまいったところかと思っております。

むろん、和久井委員がおっしゃったように不十分な点が多々あることは承知しておりますが、そういう中でもこれまでの事業者の取り組みの中には改善点もいろいろ見られてくる。アプリ・モールのほうでは継続的な定点観測ということで、改善点が見られる点についてもいろいろ報告がされてきていると。いろいろ、関係者からも改善点があるという評価をいただいている面もあるわけですので、全くむだであるとは私は思っておりません。

そういうことで、今回はデジタル広告については初めての初年度ということで、これが来年度に向けて、今、この報告書の中で指摘されている、いろいろな問題点が改善点につなげられていくように、しっかりウォッチしていくことが依然として意義があるのではないかと考えております。そのようなことで、今回、いろいろ私も慣れない中で、よく業界がわかっていない中でハンドリングしていて、不手際もいろいろあって、いろいろご不興を買ったようなところもあったかと思いますが、そのようなことで来年につながる取り組みになるように、また、取り組んでまいりたいと思えますし、これをベースにして大臣評価になりますので、今回、我々が出した意見をぜひ経産省さんでしっかりとくみ取っていただいて、最終的な大臣評価につなげていただければと期待しているところであります。

そのようなことで、すみません。いろいろ不手際もあったかと思いますが、今回、取りまとめの素案を

いただいたということで、これをベースにして、また、最終的なプログラムをつくっていただくように進めていきたいと思います。

事務局のほうで、もし何か、今までの議論で何かレスポンスがあったら、いただけますでしょうか。

仙田室長 ありがとうございます。今、座長が発言いただいたとおりだと、私としても思っております。先ほど、善如委員からありました、やや記載が抽象的であり、その後の展開がわかりにくいのではないかと、との御指摘につきましても、事務局としても、具体的に書き切れているところ、必ずしも具体的に書き切れていないところがあると認識しております。我々も一生懸命取り組ませていただきましたが、正直に申し上げて、十分には尽くせなかったところもございます。他方で、先生方もおっしゃっていただいているとおり、来年度も続くプロセスですので、こうした点については、決してこれで終わりではなく、引き続き、掘り下げをしていく必要があると思っております。

和久井委員から、透明化法の枠組みのあり方についてご意見をいただきました。ご説明の時間が限られていた関係でご説明は差し控えましたが、まさに和久井委員のご指摘も踏まえた形で、「おわりに」のところで記載をしております。また、先ほど、座長がおっしゃったことと同じであります。利用事業者の声を踏まえつつ、それぞれの項目でしっかり掘り下げをして、それぞれについてしっかり出口を求めている。その出口が何かということも含めて、しっかり考えていく。こうしたことがモニタリング会合の事務局としてのミッションかと思っていますので、そういう形でしっかり引き続きやらせていただこうと思っております。少し長くなってしまいましたが、以上でございます。

差し支えなければ、お時間なので、事務連絡を合わせてやらせていただいてもよろしいでしょうか。

岡田座長 はい、お願いします。

仙田室長 ありがとうございます。次回の開催日時については、追ってお知らせいたします。本日の議事録につきましては、事務局で作成の上、皆様にご確認いただいた後、公表することを予定しております。以上となります。

岡田座長 ありがとうございました。

それでは時間となりましたので、以上をもちまして、デジタル広告分野の議論は終了とさせていただきます。

これより委員・オブザーバーの入れ替えのため、5分程度の休憩を取り、13時5分からオンラインモール・アプリストア分野の議論に移りたいと思います。デジタル広告分野の専門委員・オブザーバーの各位におかれましては、こちらでご退出をお願いいたします。どうもありがとうございました。

（２）オンラインモール・アプリストア分野に関する議論

仙田室長 オンラインモール・アプリストア分野の会合を始めさせていただきます。委員・オブザーバーの皆様方にはご多忙のところ、お集まりいただきまして、誠にありがとうございます。

今回から昨年度のモニタリング会合にご参加いただいた、高倉先生が委員としてご参加いただくこと

となりましたが、本日はご欠席となります。また、武田先生も欠席と伺っております。
それではここからの進行は岡田先生、よろしくお願いいたします。

岡田座長 ありがとうございます。座長の岡田でございます。後半はオンラインモールとアプリストア分野について、これまで第3回から第10回の会合で実施してまいりました、特定デジタルプラットフォーム提供者へのヒアリング、この内容も踏まえて、会合の意見のとりまとめに向けて、皆様にご議論をいただきたいと思います。

それに先立ちまして、まず、事務局から会合意見のとりまとめ（素案）について、ご説明をいただきます。よろしくお願いいたします。

仙田室長 ありがとうございます。資料3でございます。大部にわたりますので、プラットフォーム提供者に求める内容を簡潔にご説明させていただきます。

まず、7ページです。提供条件の情報開示となります。プッシュ型での通知、利用事業者向けヘルプページで検索ページを設けるなど、利用事業者の目に留まる、探したい情報が容易に見つけられる工夫を求めるとしております。

続けて、8ページです。提供条件の変更の前後に利用事業者から意見聴取をし、その改善・検討結果をフィードバックとしております。

続けて、14ページです。相互理解促進のための手続・体制整備です。取組の実効性をその根拠資料とともに示す。課題認識や今後の対応方針も説明としています。

続いて、19ページです。取組を客観的に評価するための情報開示です。苦情処理・紛争解決について、取組の客観的評価に資する情報を積極的に開示としております。また、Appleには、透明化法上の苦情を受け付ける特定のウェブフォームに限らず、すべての苦情処理の状況を明らかにすることとしております。

続いて、20ページです。潜在的な苦情及び紛争をくみ上げる観点から、苦情相談窓口の周知や利便性の向上に努める、経産省が運営する相談窓口と意見交換をし、その声を取り入れることも有効としております。

続けて、オンラインモール分野です。26ページで、自社優遇です。データ利用も含めた、社内ルール整備などの体制整備、外部機関による監査や独立した部署による内部監査など、客観的に検証できる形での説明としています。

続けて、30ページ、アカウント停止です。昨年度の大臣評価を踏まえた取組を更に進めるということですが、Amazonにはアカウント停止措置の必要性・相当性の判断の考え方や措置が誤っていた場合の対応の説明、楽天には通知文の見直しを求めるとしております。

続けて、31ページです。アカウント停止に伴う売上金の留保につきまして、それぞれの留保状況、留保に至った経緯、当該出店者の利用継続の意向等を踏まえ、過大な負担とならないよう、運用面における改善を期待としております。

続けて、33ページ、返品・返金です。昨年度、Amazonに対して大臣評価の中で記載を行ったところではありますが、引き続き、利用事業者の声を踏まえ、利用事業者の不満の声が多い類型ごとに、①返金・返品条件、②判断権者、③Amazon・利用事業者・消費者それぞれの金銭的な負担のあり方をわかりや

すく整理・説明としております。

続けて、37 ページです。昨年度は取り上げていなかった新たな課題を記載させていただいています。1 つ目が不正行為の取締りです。出品者の取締り要請に対して、丁寧な状況説明を行うこととしております。また、Amazon には、相乗り出品の仕組みの導入や商品の販売価格の推奨、販売手数料カテゴリーの設定・変更につきまして、ビジネスモデルを採用した以上、これに伴う利用事業者の相談・苦情に対処する責任があるという観点から、早急な対応を期待するとともに、利用事業者からの相談・苦情があった場合には、丁寧な説明や真摯な対応を取ることを期待するとしております。

ここまでがオンラインモール分野でございまして、続きまして、アプリストア分野でございまして。

まず、アプリストアの手数料につきまして、44 ページです。現行の仕組みや説明では利用事業者との相互理解を深めるのは難しいとの認識の下、追加的な取組を検討することを期待としております。

続けて、45 ページです。アプリ内課金を代替する決済手段や、その手段に至るまでの経路について、アプリ内課金との比較で実質的に選択肢となる仕組みとすることを期待としております。

続けて、48 ページです。自社優遇につきましては、モールと同様の取組を求めていくということでございます。

続けて、51 ページです。アカウント停止につきまして、昨年度、大臣評価に示された対応を更に進める、ということですが、特に事前通知のない即時のアカウント停止についての透明性・公正性の向上につながる追加的な取組や説明、アカウント措置の適切性について外部検証ができるような異議申立て件数や事例の追加説明を求めるとしてしております。

続けて、52 ページ、アプリ削除です。

岡田座長 ページが合っていないのですが、これは資料が違うのですか。直前に送っていただいた資料と同じですか。

仙田室長 申し訳ございません。失礼いたしました。52 ページで、アプリ削除。我々、52 ページを投影しておるつもりなのですが、座長のお手元だとページが違っておりますでしょうか。

岡田座長 皆さん、合っていますか。すみません、今、確認いたします。

仙田室長 申し訳ありません。いずれにしても投影させていただいているところでございますので、そちらをご覧くださいませうか。

それでは、アプリ削除に戻りまして、違反が軽微、ユーザーの影響が大きい、こうした場合について、事前通知や削除理由の開示を求めるとしてしております。

続けて、55 ページです。返金につきまして、プラットフォーム事業者の判断で返金することがあるわけですが、その際にアプリ開発事業者がその妥当性を理解できるように、その求めに応じて個別の理由を示すこととしております。Apple には、返金処理に関する情報をまとめたページを作成する。この中で返金にかかる各種ツールの紹介を盛り込むこと、積極的にわかりやすく説明としております。

続けて、58 ページです。アプリの検索結果やカテゴリーごとのランキングにつきまして、追加的な取組や説明を求める。おすすめの表示決定に用いられる主要な事項を開示・周知するとしております。

最後になりますが、60 ページです。アプリ審査につきましては、拒絶の根拠となる提供条件や認定した事実関係を示す、審査担当者による判断のばらつきについて利用事業者から声が上がっていることを踏まえまして、社内のチェックのあり方、トレーニングやマニュアルの充実としております。説明は以上でございます。

岡田座長 ありがとうございます。資料、確認できました。ありがとうございます。

それではこれから討議に移らせていただきます。委員・オブザーバーの皆様におかれましては、資料3のとりまとめ（素案）に対するご意見をいただけますと幸いです。

まず、委員の皆様から順番に4分程度でご発言をいただきたいと思います。私から名簿順に指名をさせていただきます、その後、オブザーバーの皆様を指名させていただきます。なお、発言される際に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。なお、本日は時間が限られておりますので、4分程度に収まらないご意見については、別途文書にて事務局にお寄せいただきますよう、お願いいたします。

では、五十音順ということで、百歩委員からご発言をお願いいたします。

百歩委員 百歩です。とりまとめ（素案）について、意見を述べさせていただきます。私が今年度の会合で注視していたことは、自社優遇やデータ利用について、各社でどのようにガバナンスを効かせているのかが第三者にわかる形になっているかという点でした。各社の回答として、自社優遇ではランキングや検索順位を自社に有利になるように調整することではなく、同じルールに基づいて実施されているという回答がありました。また、ほかの回答として、過剰に情報提供すると、デベロッパーはランキングルールを操作して、実際よりも関連性が高いように見せかける恐れがあるという回答もありました。

これらから言えることは、必ずしもランキング方法の詳細な内容をデベロッパーに提供することだけが解決手段ではないと考えます。これは開示しなくて良いということではありません。どこまで情報提供するかはリスクとの兼ね合いで検討する必要があることは理解しています。そのため、情報開示だけで十分に透明性や公正性を示しにくい場合は、会社としてのガバナンスが有効に働いていることを説明し、それが独りよがりではなく、外部機関や独立的な立場の内部監査によって確認されたことを伝えていくことが大事であると思います。

もう少しわかりやすく言い直しますと、自社優遇をやっていないという、“ないことの証明”は難しいと思いますので、自社優遇ができないように、どのように内部統制を効かせているかという会社としての管理体制を示すことが有効だと思います。具体的には自社優遇ができないような防止策であったり、万一に実施された場合は検知できるような発見的な対応であったり、そのような内部統制を説明するとともに、その統制が有効に運用されていることを独立した立場の人員が評価した結果を各社には引き続き、報告するようにご検討いただきたいと思います。

以上が今年度の会合で言及したかった点で、これらはとりまとめ（素案）に記載されていることを確認しましたので、追加での大きなコメントはございません。以上です。ありがとうございます。

岡田座長 ありがとうございました。

では、続いて、黒田委員、お願いいたします。

黒田委員 黒田から2点あります。1つは、プラットフォームの事業者さんがそれぞれ創意工夫をされて設定されているルールがあって、それについてプラットフォーム間の違いがあることはとても良いことだと思っていますが、プラットフォーム間の違いは依然として、やっぱりよく理解されていなくて、その結果として発生している問題がいくつかあると思いました。

まとめの中に入れていただいている、Appleの返金問題や、それからAmazonの相乗り問題です。Appleさんはその返金ルール、長期間に及ぶことが消費者のためであると考えて、そういったルールを設定されていることは説明いただいているとおりでと思いますし、そういった仕組みをうまく使うようことによって事業者の利益にもなるとことはそのとおりでと思います。

ただ、にもかかわらず、アプリストアでアプリの価格や、それからアプリストアでこのアプリはこういうアプリですと、どういうふうに書かれているかを見ると、Google PlayとApp Storeで同じ値段で、同じような説明と同じ画面でアプリが説明されています。ストアルールが違って、出品者が違うリスクに直面していることを認識しているのであれば、同じ記述で、同じ価格でアプリを売ることはきっとならないはずです。にもかかわらず、そういった対応ができていないことは、やっぱりルールがきちんと理解されていない可能性があると思っています。

ストアの方から自分でほかと差別化をするために、少し変わったルールをつくっていると。それが私たちの特徴であるということをおっしゃっているのであれば、それがきちんと事業者の行動に反映されているかどうかについて、自分たちでレビューをして、これ、どうも事業者がうまく活用できていないと思ったことについては改善をしていく試みをされたいと思います。

これについては、Amazonさんの相乗り問題も同じで、Amazonさんはやっぱり商品単位で商品が検索できて、複数のセラーが1つのページに相乗りすると。これはレビューが集約されやすかったり、商品等を見つけやすいというメリットがあるわけですが、そのデメリットとして、二次流通が発生するときに、そのメーカーが意図しないような価格で売られてしまったり、転売が横行するなど、そういった問題が出てくるわけです。そういった問題があるにもかかわらず、楽天さんとAmazonさんで物を同じような価格で同じ事業が売っているというのはルールが違うにもかかわらず、そこに変わった対応ができていないということだと思います。

そのため、Amazonさんに対応を求めているとは限らないかもしれませんが、こういった仕組みになっているので、その状況で生じるリスクはこうだということで、それに応じた対応ができるようなサポートをもっとしていただきたいと思いました。これが1つ目です。

2つ目は、自己優遇や並び順などについての話で、私、これまで効率的な資源配分を使用と思ったら、オークションでランキングを売ればいいと、何度か申し上げてきているところです。これ、私、勘違いしてしまして、どうもポジション・オークションと言いまして、ランキングをオークションで言うときに、いわゆる任意価格オークション、一般任意価格オークションと言われている仕組みがよく利用されますけれども、これを利用してどうも効率的な資源配分を達成しないことを最近知りまして、ランキングや並び順などについて、世の中にとって良い資源配分を実現する方法が実はそもそも、よくわかっていない状態であることがわかりました。

そういった状況において、何かしら、事業者さんは企図してランキングをつくっているわけですので、そのランキングをきちんと企図していることが何なのか。そこにおいて各事業者さんはどういう努力

をしたらいいのかがわかれば、自己優遇やそこに対する不信感は薄れていくはずなので、どういう企図でそのランキングをつくっているか、その中で各事業者がどういう努力をしていったらいいのかについて、引き続き、よくわかるような説明をしていったらいいのではないかと思います。以上が私からのコメントとなります。

岡田座長 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。

伊永委員 ありがとうございます。私からも全体に対して1点と、それから時間も限られていますので、もう1点だけ、自社優遇に関してコメントしたいと思います。

まず、全体ですけれども、かなり中庸な形の評価になっているような印象を受けました。良いものはやっぱり非常に良いという形でのナッジが必要だし、それからまだ足りないという点についてはかなり厳しく批判する、もしくはもともとの規定の趣旨をきちんと書いた上で、これを実現するためにはここまでがどうしても必要であるという形、この必要なレベルに達してないという評価、真摯に取り組む姿勢に欠けるなど、そういった評価が必要なのではないかと考えます。めりはりがついて、わかりやすい評価がナッジ、スラッジにはやっぱり大事なのではないかと考えています。

例えば評価の部分ですけれども、昨年的大臣評価で User Choice Billing を Google 社が取り入れたこと、これは非常に高く評価できると思いますし、根本的な問題解決につながる代替的選択肢だったと思います。その意味では他社も採用すべき、もしくは参考にすべき取り組みということで高く評価しました。本年度はその運用が丸1年行われましたので、どうだったかという点が問題になるわけですが、この点については利用が全く広がっていないということでした。これはせっかく優れた取り組みをしたにもかかわらず、それが実際に実効的なルートにはなっていないという点を真摯に考えて、取り組んでもらう必要があったと思います。全く利用されていないのでは評価には値しないことになったと思いますので、取組の質に鑑み、高い評価が得られる時期とそうではない時期もあるとは思いました。

ただ、取組としては非常に先進的ですので、昨年度高い評価だったけれども、今回はそれから進化していないからいきなり低い評価になるかと言ったら、そうではないと考えています。高い評価をするにはやはり実効的な選択肢を示すことが法律の規定上、大事になってきます。他社も採用すべきである、他社がそれに取り組めない理由を説明すべきであるなど、そのぐらいの評価を加えても良いのではないかと思います。

それから、自社優遇についてコメントです。百歩委員が言われたご意見に完全に同意しますが、さらに補足して述べるならば、開示義務を定める透明化法5条2項ができた経緯や規定の趣旨を踏まえれば、「自社優遇を行っていない」という言明だけでは、法律の規定上足りないと言っていると思います。昨年度の大臣評価でも、このたびのヒアリングでも、外部から検証できるように客観的な根拠を示すことが報告書記載事項として求めてきたわけですが、この点について今回も積極的な取り組みとして高く評価できるものは非常に限定されていたと思います。このまま「期待する」と述べても、この点の改善を見込めるめどは立っていないと思います。自社優遇の懸念を真摯に受け止め、説明可能な体制を計画的に整えるといった問題に積極的に取り組む姿勢を促す必要があると思っています。

そこで提案ですけれども、デジタル広告分野では、この自社優遇が生じないように運営体制や管理指針

について開示義務を課す規定があるわけですが、省令・指針で運営体制や管理指針を開示する旨を追加しています。これと同じことをアプリ・モール分野で行うべき時期に差し掛かっていると思いますので、この点のとりまとめへの追記をご提案したいと思います。以上になります。

岡田座長 ありがとうございます。

では、続いて、平山委員、お願いします。

平山委員 平山でございます。私は昨年度からこの会合に参加しておりまして、透明性・公正性の向上へ向けた各社の取り組みの内容は、各社のビジネスモデルの相違を踏まえ、異なるものであって良いということに留意しながら検討したいと申してまいりました。今年度も各社からご説明をいただきましたし、また、通知文サンプルなどの書類も開示をしていただきました。その内容は、各社が昨年度の指摘を踏まえながら各社が改善や変更を実施したと理解できるものでありました。各社の取り組みに感謝申し上げたいと思います。

そのうえで、アジャイル・ガバナンスのサイクルを回すためには目標、課題の設定が重要とっておりますので、各社におかれましては、大臣評価を精査した上で重点取り組み項目をぜひお示しいただきたいと感じております。

続きまして、個別の項目についてですが、まず、商品の表示順位の透明性・公正性確保につきまして、表示順位を決定する際の検討要素を各社がそれぞれ開示されていると理解しております。

ところで、とりまとめ（素案）の脚注 63 番におきましては、透明化法は検索結果の表示順位にとどまらず、商品表示ページなどにおすすめ商品として商品情報を目立つように表示することについても透明化・公正化を求めているという解釈が示されております。各社におかれましては、この透明化法の解釈に十分ご留意いただいた上で、今後、おすすめ商品の表示の透明化について、さらなる取り組みを進めていただきたいと感じております。

次にアカウント停止と売上金留保につきましては、アカウント停止理由の通知、異議申し立て手続き、そして売上金留保について、各社、それぞれ異なる取り組みを行っていると感じました。各社の取り組みを比較してみますと、例えば異議申し立てを行うか否か検討するに足り得る程度の具体的な理由通知が行われているかという点に、各社、随分相違があると感じました。また、異議申し立て受付窓口を具体的に案内しているかという点も相違があるように思います。各社には継続的な改善をお願いしたいと思います。

さらに売上金の留保につきましては、留保した売上金を何に使うのかにつきまして、各社のご説明が必ずしも明確ではなかったように思います。例えば詐欺的な出品によって被害を受けた消費者に対する被害補償へと充てるのであれば、その旨のご説明をぜひ、来年提出する定期報告書などにおいて、具体的な事例の紹介を伴う形で明確に示していただきたいと考えております。

個別の項目についてのコメントは以上です。ところで、モニタリング会合における議論や、とりまとめ（素案）の作成においては、利用事業者から相談窓口などへ寄せられる声が大きな役割を果たしたと感じております。とりまとめ（素案）には利用事業者の声が具体的に紹介されており、これは国民にとっても大いに参考になるものと感じました。このように、利用事業者からの指摘やご意見が継続的かつ組織的に収集されることは、実務的かつ具体的な議論をモニタリング会合で行うことを可能にし、アジャイル・ガ

バランスを実効性あるものにするためにとても重要なことであると考えております。そこで、相談窓口や事務局の皆様には今後も利用事業者の声を積極的に収集していただきたく、そしてそれをモニタリング会合へのご報告、ご紹介いただきたいと考えております。

このほか、措置請求についてコメントがございますが、時間の制約がありますので、追って書面にてお届けしたいと思います。以上でございます。

岡田座長 ありがとうございます。

では、続いて、若江委員、お願いいたします。

若江委員 よろしく申し上げます。私、7点ほどありますが、途中で時間がなくなってしまいましたら、書面で出すようにします。

まず1点目がデータ利用を含めた自己優遇で、これは百歩委員と伊永委員がおっしゃってくださったことに全面的に賛成します。ただ、去年の大臣評価で、客観的に検証できるように、情報開示や体制整備を進めて、その内容を説明してくることを期待する、と書いていたのに、残念ながら期待に十分に答えてもらったとは言えないような状態になっているわけですから、やはり去年、期待すると書いたのに、今年もまた、期待するというのでは不十分だと思いますので、もっと強い表現で、求められる、あるいは来年度も実現されなかった場合は強制力のある措置について検討する必要があるなど、もう少し強く言うべきではないかと思っています。

2番目として、とりまとめの中にヒアリング自体の評価も必要なのではないかと思っています。ヒアリングでは新たにわかったこともたくさんあって、事業者の方たちの協力に感謝もしていますけれども、自己優遇については結構残念な回答も少なくなかったような気がします。例えば、これ、昨日、いただいた資料をもとにしているの、ページが変わっているかもしれませんが、42ページにGoogleがサードパーティデベロッパーのデータをほかの部分と共有することを禁止するポリシーが設けられていて、それについて一般公開されていて、詳細については経産省に報告を行っていると書かれておりますけれども、確認しましたけれども、経産省にはそのような報告はなされていないということです。

こういう誤った回答は広告分野の利用者情報について、取引透明化法の関係で総務省の有識者会議でヒアリングが行われましたけれども、そこでもありまして、Metaさんが質問に対して、この件は詳細は経産省との会合で回答したとおっしゃって、その先生が経産省に問い合わせたそうですけれども、そんな回答はもらっていないと言われたと検討会で発言されていました。そのほかにも結構、質問に対して見当違いの方向から回答しているものもあつたりしましたが、やっぱりそういうことはこの法律がプラットフォーム事業者に対してヒアリングに応じる義務を課していない、事業者がボランティアベースでヒアリングに応じているからそういうことになるのではないかと危惧しています。

このとりまとめの1ページ目でも、この会合はモニタリングレビューの枠組みにおいて、その重要な役割を担うものと位置づけられると記載していただきましたけれども、そのように位置づけるなら、ヒアリングについては、主体は経産省と書いていただくのがよろしいかもしれませんけれども、事業者に応じることを義務付けるべきではないかと思っています。総務省のヒアリングの中でもそういったご発言もあったようです。

あと、今年はヒアリング議事録なども事業者の要望で非開示になっている部分が去年より増えたのでは

ないかという気がしています。もしかすると、今後、変わるのかもしれませんが、現時点では Google と Amazon の場合は議事録ではなくて、簡単な議事要旨しか公開されていません。そのほかの社の議事録も去年よりも事業者の要望で黒塗りになっている部分が増えているのではないかと考えています。もちろん、黒塗りがあるということは、もしかするとヒアリングの中でより深い、確信に触れるような部分の議論ができている証なのかもしれないので、必ずしもヒアリングの失敗を意味するものではないのかもしれないと思いますけれども、今のまま、ヒアリングの事業者の任意という形で進めていくと、出したいものは非公開でと、非公開がどんどん増えていくことになっていった場合にどういうふうにしていけばいいのかが問題になるので、考えていかなければならないのではないかと思います。

それとの関連で、このとりまとめの中で、1 項目、制度見直しのための提言と言うか、制度の見直しにつなげるためにモニタリングをしていて気づいた課題についても項目として入れるべきではないかと思っています。来年はこの法律の 3 年ごと見直しが始まると思いますけれども、やっぱり実際にモニタリングをやっていた私たちこそ、事業者の自主的な取り組みに期待する共同規制の良い部分も悪い部分も含めて、いろいろ、この使い勝手を実感しているわけなので、そういった情報を生かすべきなのではないかと思っています。

時間がもうなくなってしまったということなので、残りのことについては後で書面でお送りしたいと思っています。

あと、1 点だけ。海外での取り組みを紹介するページもあってもいいのではないかなと思いましたので、それも書面に出します。長くなってしまいまして、すみません。以上です。

岡田座長 ありがとうございます。

それでは続いてオブザーバーの皆様にご発言をいただきたいと思います。最初に岸原オブザーバーからお願いいたします。

岸原オブ それでは MCF の岸原からコメントさせていただきたいと思います。昨年度から引き続き、プラットフォーム事業者各位から膨大な情報提供及びヒアリングに対応いただけたことは非常に有益であったと考えます。また、経産省ご担当者様には膨大な情報を多面的に体系立てて、とりまとめいただき、この場を借りて感謝申し上げます。

それではアプリ事業者の声に基づいてコメントさせていただきます。今回のモニタリング会合においてもフェアな事実確認の上、相互理解を促進して改善につながるような提案をするように考えておりますので、自己の正当性を主張するだけでなく、正確な事実に基づく建設的な批判、提案については真摯に対応いただきますよう、お願いしたいと思います。

それでは 5 点、コメントさせていただきます。まず、14 ページからの苦情・紛争処理の状況について。2 社のアプリストアの苦情件数については、昨年同様、大きな差異がございます。それぞれ、プラットフォームの考えによる定義が必要であることは理解しておりますが、比較検討することが困難であるという弊害が明らかになっておりますので、透明化法の運用において、何かしら苦情の定義を統一する等、ご検討いただきたいと思います。

Apple 社に関しては、P2B 規則にのっとった、特別な苦情申し立てフォームと体制を構築いただいたことは評価すべきであると考えますが、周知に関しては圧倒的に不足しております。昨年から設置場所を

増やして視認性を高める努力をしたとのことですが、大きな改善は見られませんでしたので、昨年同様になります。改善点を3点、提案させていただきます。1点目、アカウント停止等の通知において、当該相談フォームが特別な相談窓口であることの説明をぜひ追記していただきたい。2点目、デベロッパーサポートページに苦情窓口の掲載をお願いしたい。3点目、アプリ事業者への周知を充実していただきたいという点でございます。

次に37ページからの手数料水準について。利害が違うプラットフォーム事業者とアプリ事業者の公正さを判断することは非常に困難であると理解しております。そのために対話型協議が必要であると考えますので、44ページで示されたような、利用事業者から団体との協議を進めていただきたいと思います。課金方法の改善について、AppleではリーダーAppのアウトリンク、GoogleではUser Choice Billingが提供されて、利用状況をウォッチしてきましたが、利用は進んでおりません。リーダーAppのアウトリンクについては、既にウェブ課金を提供しているアプリに対象が限定されるという実態があるようです。User Choice Billingに関しては、手数料が4%に減額される水準であることが大きな問題だと思います。45ページで示されているように、実質的な選択肢となるよう、引き続き、改善を進めていただきたいと思います。

次に48%のアカウント停止、アプリ削除について。今回はアプリ削除について、コメントさせていただきます。アプリ削除は法的にはオンラインコマースの通信販売と同様、一部拒絶に該当するため、事前通知の法的義務はないという状況です。しかしながら、オンラインコマースと比較して、アプリに関しては事業者のビジネスモデルと同義である場合が多く、アプリ事業者に与える影響はアカウント停止と同様、大きいと考えます。

50ページのところで、Google社からはアプリ削除に関して、デベロッパーに事前通知を行うことは期待されておらず、また、期待されるべきではないという原則であると説明されておりますが、相互理解の促進という点でこの認識は変えていただく必要があるのではないかと思います。アプリ削除の事前通知に関しては、軽微なものを対象としており、エコシステム全体に悪影響を与えるようなクリティカルな事象にまで求めるのではございません。そういった意味で原則を定めるのであれば、デベロッパーに事前通知を行うことは期待されているが、すべて事前通知を求めるべきではないということではないかと思います。

また、アプリ削除の場合の損害の発生についても、52ページの方針に賛同いたします。

次に52ページからの返金について、アプリ事業者が返金利用を把握できるというのがアプリの改善につながるとともに、不正対策のためには重要であると思います。

Appleにおいては、様々なAPIが提供されていることはすばらしいことだと思いますが、大手事業者にあってもこの存在を知らないことがありますので、56ページにあるように、相互理解の促進のために、まとめページ、説明会等を進めていただければと思います。

それでは最後に58ページからアプリ審査の予見可能性、公平性、公正性についてということで、リジェクトされた場合に、おおむね、根拠として、条文番号の通知は行われていますが、違反されている条項のどの類型に該当するかといった説明まではされておられません。そのために改善に困っているという相談が寄せられております。DPCDへの照会において、直近では詳細な理由が示されているようになっておりますので、評価されると思いますが、アプリ事業者にも同様な説明をお願いしたいと思います。また、アプリ業界では審査員ガチャという、審査のばらつきの課題が引き続き、喧伝されておりますの

で、継続的なアプリ審査プロセスの改善に取り組んでいただくことを期待いたします。すみません。若干、オーバーしてしまいました。以上でございます。

岡田座長 ありがとうございます。

では、続いて、金藤オブザーバー、お願いします。

金藤オブ NACS の金藤です。よろしくお願いいたします。まず、報告書全体については賛同いたします。その上で4点だけ、感想になりますけれども、意見を述べさせていただきます。

まず、2年目で利用関係者との関係がかなり前進しているのを感じました。報告などでもベストプラクティスを具体的に書かれているので、その点はわかりやすいと思いました。

2点目、オンラインストアについてですけれども、33ページのところに新たに追加された不正利用についての文章ですけれども、これについても賛同いたします。消費者苦情でめったにはないですけれども、やはりこれに関連した相談がたまに入ることもあるので、書いていただいたのはありがたいと思います。

それから同じく、オンラインストアですけれども、やはりランキングや自社優遇について、ほかの先生方がいろいろおっしゃっていただきましたけれども、私からはやはり、そうは言っても、本当かなというところで、少しわかりにくいというのが感想です。実際にSEO対策などを取って、結構、その辺をうまく上位に行くようにやっている業者もあるのではないかと思います。

最後の感想ですけれども、アプリストアについてです。アカウント停止について。これはアカウント停止をされると、確かに利用事業者だけではなくて、ゲームで課金していた消費者がそのゲームを使えなくなってしまうけれども、この損害をどうしてくれるのかという相談も実際にありますので、その辺のアカウント停止についてはしっかり公平、公正性を保っていただきたいと思います。私からは感想になりましたけれども、以上です。

岡田座長 ありがとうございます。

では、続いて、沢田オブザーバー、お願いします。

沢田オブ ありがとうございます。まず、丁寧にこれまでの議論をおまとめいただきまして、事務局には感謝申し上げます。私は主にモールについて4点、時間の許す限りですが、申し上げたいと思います。

1点目は苦情処理・紛争解決のところで、20ページの太字部分です。今後に期待するところですが、苦情処理の方法の改善に加えまして、苦情内容を分析して、プラットフォームの運営改善に生かすという視点をもう少し入れてはいかがかなと思いました。これは透明化法の要求事項からは少しはみ出すのかもしれないですが、この前のページの19ページの冒頭に、委員・オブザーバーの発言ということで、多様なチャンネルから集まった利用事業者の声を集計・分析する体制整備についても期待したいという記載があります。この期待感をもう少し入れられないものかというのが1点です。

2点目は自社優遇と言われているものに関してですが、これは先生方と少し違う意見なのかもしれません。21ページに、公正取引委員会の調査報告書を引いていただいたのはよかったと思います。改めてこれを見ますと、独禁法上は自社優遇はなんでもかんでもだめというわけではなくて、競争者に対する取引

妨害がいけないことだと整理されていることがわかります。

モールの場合は、検索アルゴリズムの恣意的な操作によって、自社が有利になるというよりは競争者が不当に不利になる状況が一番典型的な取引妨害ではないかと思いますので、モール各社さんには、検索において恣意的な操作ができない仕組みになっていることを重点的にご説明いただきたいと。これは百歩委員がおっしゃっていたことのもう少し具体化みたいなものです。26 ページのところに、そのあたり、適切に表現はされているとは思いますが、もう一步踏み込んで書くとすれば、恣意的な操作を禁止する社内ルールがある、恣意的な操作ができないようなシステムが構築されていて、それについてシステム監査を受けているなどを言っていただけると良いと思いました。それが2点目です。

3点目は、31 ページからの返品や33 ページからの相乗り出品、販売価格の推奨など、Amazon 特有の課題みたいなところですよ。これに関しては新しい記載も多かったですけども、利用事業者が不満に思う点について聞き取っていただいて、さらにややこしい規約を解説していただいて、具体的に詳細に記載されたことは良かったと思いました。加えて、Amazon の側で重要な規約やポリシーを一般に見える形で公開されたことが32 ページの枠内の一番上のところに書いてあり、それもとてとても良かったと。

このような Amazon のビジネスモデルについては、36 ページに、自由な販売行為が制限されると記載されていて、確かにそうだと思う一方で、このようにルールが公開されていることで、自由な販売をしたい事業者は Amazon に出品するのをやめておこうという選択が可能になると思いますので、透明性はやっぱり大事だと思いました。

最後、61 ページの最終行ですが、強制力のある介入方策について検討と書かれていまして、強制力という意味では、現在でも訴訟という方法があると思います。アカウント停止の判断基準や表示順位が不当だということに関しては、苦情処理で解決しなければ、理論的には個別の訴えが可能だと思います。ただ、どこに訴えられるかと言うと、Amazon の場合は東京地裁になっていますが、Apple と Google は規約上、カリフォルニア州に専属管轄があるように見えます。そうすると、そちらまで行って訴えを起こすのは日本の利用事業者にとってはすごくつらいことなので、現実問題として訴訟は選択肢になり得ない。とすれば、非公開で紛争を解決ができるメリットも含めて、もちろん、コストの問題も含めて ODR というのは検討の余地があるのではないかと思うのですが、この点はモニタリング会合で議論されたわけではないので、とりまとめに入れてほしいということではなくて、単なる感想です。すみません、少し超過してしまいました。以上です。ありがとうございました。

岡田座長 ありがとうございました。

それでは続いて、万場オブザーバー、お願いいたします。

万場オブ 日本通信販売協会の万場です。どうぞよろしくお願いいたします。私からはいくつか、オンラインモールに関してのコメントを申し上げたいと思います。

まず1つ目は、各プラットフォーム共通ですけども、提供条件など、そういう重要な事項の変更について、事前の告知が以前に比べますとていねいになされるようになったということで、これはやはり透明化法の効果なのではないかと思っております。

ただ、一方で、取引相談窓口を受けてやっておりますけれども、その設置の目的というのはプラットフォーム提供事業者と出品事業者の相互理解の促進ではありますけれども、一部におきましては、なかなか

か、相互理解が進んでいるとは言い難い。また、その取引相談窓口と連携しているところまでは至っていないという認識を持っております。

例えば、Amazon さんの場合ですと、出品者の問い合わせ先はテクニカルサポート、いわゆるテクサポでありますので、そのテクサポの存在そのものは広く周知されるようになってきていると思います。浸透しているのではないかなと思いますけれども、そのテクサポに相談した結果、なかなか折り合いがつかないと言いますか、解決しないので、その結果として取引相談窓口の情報提供がなされているということです。なかなか解決しない、有効な回答が得られない、定型的な回答しかもらえないという声はいまだに存在しております。

取引相談窓口としましては、相談者の意見を聞いた上で、その許可を受けた上で、個別の問い合わせを Amazon さんに対応させていただいているので、その体制を整えていただいていることについては非常に感謝するところではあります。ただ、一方で問い合わせしたけれども、調査に非常に時間がかかる、もう数カ月もかかる、なかなか有効な回答が結果的には得られないということがございます。

例えば一方的に手数料のカテゴリーを変更されたり、アカウントの状態を確認してほしいということについても、取引相談窓口に対しては出品者の情報なので開示できないということで、個別、具体的な事情はあるのでしょうかけれども、我々としては出品者にそういった内容と言いますか、具体的な回答をされるのか、そういうところを再度質問しても、これは出品者情報にかかることなので開示できないと言われてしまうので、情報を持ってない状況でございます。

したがって、このあたりはしっかりと連携しているとおっしゃるのであれば、そこら辺については取引相談窓口に対してもしっかりと回答をいただいて、それを出品者に対して回答として申し上げることができるような体制をしっかりと整えていただきたいと我々としては考えます。

また、事業者としても、例えば B to C の世界において、苦情相談に対して 2 カ月もかかる、数カ月わたって待たせることはあり得ないことです。これは B to B においても同じなので、出品事業者としてはなかなかやるせない思いを抱いているのではないかと思います。

したがって、来年度に関しましては、様々な情報をいろいろな形で、これは 3 モール共通だと思いますけれども、例えば Amazon さんで言えばセラーフォーラムなど、そういう出品事業者の意見を聞く機会はたくさん、いろいろな形で、ほかの 2 事業者さんもそうですけれども、設けておられるのだらうと思います。そういう出品者の悩みを解決するためには、ある程度、出品者の声を類型化していただいて、それに対する対応方針、体制といったものをしっかりと公表していただく、考え方を示していただくことが必要になるのではないかと考えております。私からは以上でございます。ありがとうございました。

岡田座長 ありがとうございます。

皆様から一通り、ご発言をいただいたところですが、もし言い足りなかったこと等ありましたら、文書で。

仙田室長 事務局です。伊永委員と岸原オブザーバーが手を挙げておられるようでございます。

岡田座長 時間がもうほぼないので、できればごくごく手短にお願いできればと思います。では、伊永先

生からお願いします。

伊永委員 すみません、私からで。報告書の一番最後に、透明化法や既存法律での対応が難しいものについては強制力ある介入策を検討する旨が書かれています。もともと、透明化法と独禁法だけでうまくいくといいと思っておりましたが、今回、報告書では、非常に詳細な内容が事実関係も含めて書かれておりますけれども、うまく行っている点と、うまく行かなかった点が明らかになりつつあります。より競争的な市場構造を整備していく必要性が本報告書からわかるようになっている点は本報告書の 1 つの特徴かと思いましたので、ここでコメントしておきます。特に内閣官房で検討されているモバイルエコシステムに関する規制を念頭に置いておりますが、その立法上の必要性を示す内容にもなっているのではないかと思います。以上です。

岡田座長 ありがとうございます。

続いて、岸原オブザーバー、お願いします。

岸原オブ すみません。重要な点、言い忘れました。52 ページのところの下線部分、ポリシー違反の程度が軽微である、ユーザーへの影響が大きい等という記載がありますが、ここについてはユーザーへの影響が少ない等ではないかと思しますので、訂正をご検討いただければと思います。以上です。

岡田座長 ありがとうございます。全体に表現ぶりを含めまして、いろいろご意見をいただいたと思っております。もし手短で結構ですけれども、事務局で何か、その点、今、クイックレスポンスがありましたらお願いできますか。

仙田室長 ありがとうございます。いただいたご意見につきましては、よく検討させていただきたいということに尽きますし、様々、ありがたいご意見をいただいたと思っていますので、それを踏まえて次回に向けてビルドアップさせていただきたいと思っております。

1 点だけ、事実関係なので、この場で申し上げておきますが、若江委員がおっしゃった議事録の件ですけれども、まず、議事要旨はすべて公表されております。その上で、議事録につきましては、現時点、オンラインモール 3 社とヤフーは広告分野についても公表されておまして、残り、アプリストア 2 社と広告 2 社が残っておりますけれども、これについても掲載する準備を進めております。遠からず、公表させていただく方向であることを補足させていただきます。以上でございます。

岡田座長 ありがとうございます。

時間が超過してしまいましたので、討議については以上で終了とさせていただければと思います。前半のデジタル広告の議論の中でも出ておりましたけれども、ヨーロッパの DMA の動きや諸外国の動きなどもにらみながら、また、国内ではデジタル競争本部のいろいろな立法をにらんだ動きもあるということで、我々、モニタリング会合でもそういうことをにらみながら、内容の改善を図っていくことが求められているのではないかと感じました。

時間が超過しましたので、以上でオンライン・アプリモール分野の議論は終了とさせていただきたいと

思います。委員・オブザーバーの皆様におかれましては、大変貴重なご意見をいただき、ありがとうございました。事務局においては、本日、いただいた意見を踏まえた上で、とりまとめ案の修正をお願いしたいと思います。次回の会合では会合意見のとりまとめを予定しています。追加のご意見等がございましたら、事務局にメールでお寄せいただければと思います。最後に事務局より事務連絡をお願いいたします。

事務局 次回の開催日程につきましては、追って、ご報告いたします。本日の議事録については事務局で作成の上、皆様にご確認いただいた後、公表することを予定しております。以上です。

岡田座長 ありがとうございます。それでは本日の議事はこれにて終了とさせていただきます。本日もお忙しいところ、皆様、お集まりいただき、誠にありがとうございました。

以上