

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

2025 年度 第 7 回 議事録

■ 開催概要

<日 時> 令和 7 年 10 月 7 日（火）10:00～12:00

<場 所> ハイブリッド開催（経済産業省 別館 2 階 235 会議室／Teams）

■ 出席者

<委員>（座長以下五十音順）

岡田座長、伊永委員、平山委員、若江委員

<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

公益社団法人日本通信販売協会 万場専務理事

一般社団法人ECネットワーク 沢田理事

<関係省庁>

内閣官房 デジタル市場競争本部事務局

公正取引委員会事務総局 経済取引局 総務課 デジタル市場企画調査室 太田補佐、松下官

個人情報保護委員会事務局 水官、小山官

消費者庁 取引デジタルプラットフォーム消費者保護室 落合室長

総務省 情報流通行政局 参事官室 寺本参事官

<事務局>

経済産業省 渋谷大臣官房審議官（IT 戦略担当）、岩谷デジタル取引環境整備室長

みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社（令和 7 年度事務局運営支援業務委託先）

■ 議事次第

1. 開会

2. 議題

- ・ Amazon、楽天、LINE ヤフー、Apple、Google の更問回答について
- ・ モニタリング会合とりまとめ案（オンラインモール分野・アプリストア分野）について

3. 閉会

■ 配布資料

資料 1 Amazon 提出資料

資料 2 楽天提出資料

資料 3 LINE ヤフー提出資料

資料 4 Apple 提出資料

資料 5 Google 提出資料

資料 6 モニタリング会合とりまとめ案（オンラインモール分野及びアプリストア分野）
概要

資料 7 モニタリング会合とりまとめ案（オンラインモール分野）

資料 8 モニタリング会合とりまとめ案（アプリストア分野）

■ 討議

1. 開会

○岩谷室長 ただいまから、2025 年度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 7 回会合を開催させていただきます。事務局を務めます経済産業省デジタル取引環境整備室長の岩谷でございます。どうぞよろしくお願いいたします。委員、オブザーバー、関係省庁の皆様方には、ご多忙のところご参加いただき、誠にありがとうございます。

本日は重点テーマに関する質問および更問に対するプラットフォーム提供者からの回答を踏まえて議論を行います。当該回答においては、機微な内容が含まれているため、また、会合とりまとめ案について、自由闊達なご議論を確保するため、会合での議論は非公開で行い、後日議事録を、非開示情報を除いて公開する形で会合を開催いたします。

本日は、武田委員、百歩委員、高倉委員、黒田委員、丹羽オブザーバーがご欠席となっております。ここからの司会は、座長の岡田先生にバトンタッチさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

2. 議題

○岡田座長 ありがとうございます。皆様、おはようございます。お忙しい中お集まりいただき、ありがとうございます。座長の岡田です。それでは、本日の議事についてご説明できればと思います。

前回までの会合では、Amazon、楽天、LINE ヤフー、Apple、Google への更問案を議論し、その後、各社に更問を送付し、本会合までにその回答が来ました。それを踏まえ、事務局で、オンラインモール分野、アプリストア分野、それぞれにおいて、モニタリング会合とりまとめ案を作成されましたので、その案について、議論できればと思います。

では、事務局から、5 社からの更問の回答ととりまとめ案について、簡単にご説明いただければと思います。よろしくお願いいたします。

<資料説明>

○岩谷室長 岡田先生、ありがとうございます。ご説明申し上げます。資料 1 になります。今回、資料について若干工夫しております。質問とプラットフォームからの回答、それから、事務局で作成した更問案につきまして、主要な部分に下線を引かせていただきました。また、更問案につきましては太枠で囲み、視認性を意識しております。

● Amazon の更問回答について

○岩谷室長 岡田先生、ありがとうございます。ご説明いたします。

まず、資料 1 になります。時間の関係で、かいつまんで主な点をご説明いたします。

まず、Amazon です。国内管理人について、4 ページの更問 1 をご覧ください。どのよう

な場合に、透明化法担当へ相談窓口から情報共有が行われるのかについて、特に、どのような基準で、どなたの判断により、どのような適時性をもって、事案の性質上必要と判断され、Amazon の相談窓口のテクニカルサポートや、アカウント停止、出品停止等の措置担当部署から透明化法担当に情報が共有されるかお伺いしたところ、Amazon からは、担当部署が判断に迷う場合や、法的観点から確認すべき点がある場合など、透明化法担当、その他法務に関連する担当者に事案が共有されるというご説明がありました。

また、6 ページ、更問 2 です。国内管理人を法務部門に移管したことにより、国内管理人はどのような権限を持つこととなり、どのように社会での役割が明確化されたのかについて問うたところ、Amazon からは、法務部門のディレクターの職位にある者が国内管理人を務めるようになったことで、日本や米国におけるこれらの各事業部門の責任者との連携が従前より円滑、かつ、密接になったという説明がありました。

次のテーマです。利用者からの情報の活用です。12 ページ、更問 7 をご覧ください。フルフィルメント by Amazon (FBA) を利用して販売された商品の返品があった際の、返品・返金のタイミングと、異議申し立てのタイミングについて聞いたところ、Amazon からは、①のほう正しいという説明がありました。具体的には、FBA を利用して販売された商品について、購入者から返品リクエストが行われた場合、Amazon では、当該リクエストが返品ポリシーに規定する条件を形式的に満たしているかどうかを、まず、判断し、条件を満たしている場合には、商品を Amazon まで、消費者から返送いただくということです。商品の状態を確認し、適用される返品条件に従い、返品可能か否かを判断し、返金額を決定する。その後、販売事業者が Amazon に対して、自ら調査を行うため、当該商品を販売事業者に返送するように求めた場合には、商品の状態を自ら確認し、Amazon に対して異議を申し立てるという流れになっているという回答がありました。

17 ページ、更問 12 をご覧ください。手数料カテゴリーの設定・変更に関する運用についてです。おめくりいただき、18 ページ、手数料カテゴリーの変更に関する現在の運用についての認識を問うたところ、Amazon からは、販売事業者が期待していた手数料カテゴリーと、実際に Amazon により適用された手数料カテゴリーとが異なる場合もあること、今後も、手数料カテゴリーに関して、販売事業者からの問い合わせ内容を踏まえながら、必要に応じてガイドライン等の改訂を行う予定であるという説明がありました。

次に、措置理由の適切なコミュニケーションの関係、22 ページ、更問 17 をご覧ください。利用事業者向けアンケートにおいて、25%程度の回答について、通知に理由が記載されているのが具体的ではないという回答があった件について、Amazon の認識を問うたところ、23 ページ、Amazon からは、
事業者の希望により非公開（以下、黒塗り部分同様。）

また、Amazon による不正行為の検知方法や、アカウント停止等の措置の回復に向けた審査方法等について、常に詳細に開示することは、不正行為者による迂回行為につながりかねないため、慎重な判断が必要であること、一方で、検知されたリスクの程度に応じて、販売事業者への通知に盛り込む内容を分けるなど、取組みを継続するという説明がありま

した。

● 楽天の更問回答について

次に、楽天です。資料2の3ページ、更問2をご覧ください。苦情の計測の関係です。問い合わせ、意見、不服、苦情に分類される際に、問い合わせ、意見、不服についての定義はあるかということを質問したところ、おめくりいただき、いずれも定義はないという回答がありました。お戻りいただき、3ページ、ECコンサルタント、会合でも議論がありましたが、研修やトレーニング等の実施状況について問うたところ、4ページ、楽天からは入社時、異動時、着任3か月後、それから、定期的な情報更新としてeラーニングで研修を実施しているという説明がありました。

措置理由のコミュニケーションの関係、17ページの更問22をご覧ください。相殺権の適用範囲についてです。利用事業者と楽天との求償関係について、規約のどちらに定めてあるのか、楽天あんしんショッピングサービスにより、一般事業者に補償がなされた場合、利用事業者に対して補償金額が請求されるのか否かについて問うたところ、20ページをご覧ください。楽天からは、利用事業者と楽天との求償関係については、楽天あんしんショッピングサービスに関するガイドラインに規定があること、特に、原則として、楽天側の負担でユーザーへの補償を実施し、補償を行ったあと、ユーザーからの補償申請の内容、事案の深刻度によって、請求を実施する場合があるという説明がありました

検索パラメータの関係、24ページ、更問27～29をご覧ください。27では、楽天スーパーロジスティクスを利用事業者が利用した場合と、他の事業者の発送配送サービスを利用した場合とで、検索パラメータである配送の品質の評価はどう変わるのか、更問28については、楽天の関連会社を含めた全ての有償サービスを出店事業者が利用しない場合、表示順位を結果的に降下させる運用について、可能性はあるのかどうか、29については、楽天関連会社を含めた全ての有償サービスを利用することで、検索結果における表示順位が上位になるよう、他社の同様のサービス、例えば、Amazon によるフルフィルメント by Amazon を利用することによって、検索結果における表示順位が、今度は下位になるよう検索アルゴリズムが運用されていないか検証する取組みをしているのかと尋ねています。

楽天からの回答、25ページをご覧ください。楽天スーパーロジスティクスを利用事業者が利用した場合と、他の事業者による発送・配送サービスを利用した場合とで、商品やショップの実績における配送品質の評価は変わらないという説明がありました。また、有償サービスの受入れ拒否をしても、これにより検索順位が下がることは、およそ想定されないということであり、ご指摘のような表示順位の降下はないという説明もありました。また、更問29について、これらの有償サービスの利用がないこと自体によって、サービスの利用者に比べて表示順位が有利、または不利になることはないという回答しています。一方で、売上向上の結果、②の商品・ショップの実績の評価が高まることを通じて表示順位が上昇する場合はあると説明がありました。

● LINE ヤフーの更問回答について

続いて、LINE ヤフーです。苦情の計測の関係で、3 ページ、更問 8 をご覧ください。LINE ヤフーの苦情の定義に当てはまらないような措置や規定に対する明確な異議申立て、改善要望を内容とする連絡が、どの程度 LINE ヤフーに殺到しているのか、計測いただきたいという観点から、そのような計測の実現にあたって問題があるかと問うたところ、LINE ヤフーからは、苦情に該当しないご意見について、その内容ごとに類型を分けて管理していないため、指摘のような計測は困難であるとのことでした。他方で、苦情の定義そのものを見直しているため、ご指摘のような類型の扱いも含め、引き続き検討したいという回答がありました。

5 ページ、更問 13 をご覧ください。誓約書の関係です。利用事業者において規約違反等があった場合、誓約書の提出が求められる場合がありますが、具体的にどのような基準に基づいて誓約書の提出を求めることがあるかと問うたところ、LINE ヤフーからは、あと 1 回違反した場合に契約解除とせざるを得ない状態となった利用事業者に対して、より強い警告を発し、さらなる改善を求める手段として、誓約書をご提出いただいている。また、時効的な観点によって、誓約書の取得後 1 年以内に一定程度以上のガイドライン違反行為がなかった事業者については、誓約書を取得した記録をリセットすることとしているというご説明をいただきました。

検索パラメータについて、9 ページの更問 21 をご覧ください。検索順位がアルゴリズムの設計通りの意図で表示されていることや開示内容との整合性が取れていることの確認にあたっては、どのような方法で確認されているかと問うたところ、LINE ヤフーからは、AB テストによる指標の評価やサンプリング調査による評価を行っているという説明がありました。

● Apple の更問回答について

続いて、Apple の国内管理人についてです。6 ページ目の更問 3 をご覧ください。国内管理人が果たしている役割について、具体例も挙げながら教えていただきたいと問うたところ、Apple として、デベロッパーのフィードバックを理解するために、国内管理人が特定の日本の法令や文化的背景に関して、必要な情報を本社に提供している、例えば、具体例として、いわゆる公営ギャンブルに関するアプリや、ふるさと納税制度のアプリがあったということについて、ご説明がありました。

次に、7 ページ目、更問 4 です。国内管理人の判断で、日常的に行っている業務、本社への確認の判断を仰ぐ業務が、それぞれどのようなものかについて問うたところ、Apple からは、通常の業務プロセスからエスカレーションされた事案について、その進捗を監督するとともに、必要に応じてエスカレーションチャネルの調整も行っている、一方で、国内管理人が担当する業務と、本社が担当する業務は、明確に区別されるものではないという説明がありました。

次は、苦情の集計について、14ページ更問7をご覧ください。問い合わせの関連で、8.1万件のコミュニケーションがあると、Appleからは定期報告書で報告を受けています。当該記録において保存されている内容について、その内容を見ることで、デベロッパーによる明らかな問い合わせの趣旨の連絡と、明らかな意見、要望、または異議申し立てを伝える趣旨の連絡とを、抽出できる程度の情報が含まれているのか問うたところ、15ページ、Appleからは、通常の業務において、全てのコミュニケーションについて、問い合わせ、または意見、要望、申し立てのいずれかに分類しているわけではないこと、その分類のためだけにAppleの担当者がデベロッパーからのコミュニケーションに対して行った回答に関する全ての記録を再確認する必要があると、これについては極めて負担が大きいこと、また、記録から明らかな意見、要望、または異議申し立てを抽出することが現実的に可能であるかどうか定かではないという回答がありました。

返金の関係です。17ページ更問9をご覧ください。返金受け入れのモデルやレビューの改善についてです。18ページをご覧ください。返金を行うモデルの信頼性について、どのようにレビューの改善をしているのか問うたところ、Appleからは、返金判断に使用される機械学習モデルは静的なものではなく、人間による審査の最新データに基づいて、定期的に更新しているとのこと。また、更問10ですが、返金申し出理由の妥当性を判断するモデルを活用している状況において、Appleが返金申し出を受け入れた背景を、利用事業者側に情報提供することについて、見解を問うたところ、Appleからは、機械学習モデルが考慮する要素の中には、ユーザーのアカウント履歴や支払い方法の履歴など、機密保持を要する事項もあること、個々の返金判断について、その詳細を全てデベロッパーに説明することは現実的ではないこと、返金判断の詳細に関するアクセスを与えることで、悪意ある主体が、不正行為を防止するAppleの措置を回避することがないようにする必要があること、一方で、不正行為の可能性がある場合、Appleはデベロッパーその他の利害関係者のフィードバックを精査し、デベロッパーと連携して事態の解決を支援することについて、説明がありました。

● Googleの更問回答について

次は、Googleの国内管理人の件です。4ページ、更問6をご覧ください。Google合同会社がグローバルチームに対して、日本のデベロッパーの声を踏まえた提案の事例について問うたところ、主な例として、Googleが昨年導入したコミックスペースの例について回答がありました。Google Playストアを開くと、アプリのHP上部に、コミックのタグが追加されているとのこと。コミックスペースは、単にアプリを表示する場所として設計されたものではなく、ユーザーがアプリをダウンロードすることなく新作を発見する場所として設計されている日本限定のストア機能となっています。漫画、ウェブトゥーンのアプリデベロッパーより意見、要望があったことをきっかけに生まれたという説明がありました。

規約変更の際のコミュニケーションに関して、6ページ、更問8をご覧ください。データセーフティラベルの導入の必要性、導入の背景についてGoogleに問うたところ、Googleが

らは、Google Play ストアのデータセーフティのセクションは、透明性を向上させ、ユーザーからの信頼を高めるための重要な措置として、2021 年に公表されたということです。デベロッパーは、ユーザーがアプリをインストールする前に、デベロッパーがユーザー情報を収集する場合、どのように収集、共有、保護するかについて、ユーザーに透明性をもって示すことが、データセーフティラベルに基づいて行われているという説明がありました。

続いて、7 ページ、更問 1 1 をご覧ください。アプリのテスターの必要数、これは、要件として求められていますが、アプリ審査の要件として、当該要件を課すことについて、規模の小さい開発者の状況をどのようにとらえているか問うたところ、おめくりいただき 8 ページ目、テスト要件は、ユーザーの安全性とプラットフォームの品質を確保する上で不可欠であるとのこと。一方で、2024 年 1 2 月、必要なテスターの数を 2 0 名から 1 2 名に削減した。これは、デベロッパーからのフィードバックを受けた変更であるという説明がありました。

9 ページ目、更問 1 3 です。[REDACTED]
[REDACTED]
ページの一番上に回答があります。[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

【モニタリング会合とりまとめ案（オンラインモール・アプリストア分野）について】

続いて、とりまとめ案の概要について説明させていただきます。資料 6 をご覧ください。

● Amazon

まず、オンラインモール分野です。Amazon 国内管理人の関係です。評価できる点として、国内管理人機能を法務部門に移管したこと、また、法務部門と事業部門で意見が一致しない場合には、シニアレベルの協議で仕組みを構築している点がありました。課題としては、苦情、問い合わせにおいて、アンケートの結果を見ると、スピードと対応の充分性に課題があると思っております。また、相談窓口の声でも、定型文での回答が多く、相談の解決ができないという声もあるところです。

これを踏まえて、意見案です。一番右の列です。国内管理人の適切な調整や運営改善のための仕組みの運用において、さらなる自主的取組みを求めることを行っているかどうか、これによって、継続的改善を求めているかどうかと考えております。一方で、Amazon の説明は、若干具体性を、より増したほうが良いと思いますので、取組み内容を、具体性をもって定期報告書に記載することを求めているかどうかと考えております。

中段です。利用者から提供のあった情報の活用についてです。規約違反の疑いに関する情報について、専用の連絡フォームを設置していることや、苦情件数のみならず、苦情の分析概要について、定期報告書で報告した点は、評価できると思っております。一方で、利用事

業者の4割、Amazonには返品判断に納得していない状況があります。また、再掲ですが、苦情等の対応の充分性、スピードに課題があると思っております。このようなことから、意見案としては、特に返品、返金処理に関してなど、苦情を分析し、分析結果を、規約の変更や措置の改善等に活かす取組みを求めていると考えております。

下段になります。措置理由についての適切なコミュニケーションに関してです。アカウント健全性に関しての情報開示によって、アカウント停止等のリスクを数値で開示していること、また、軽微な違反の場合には、原因や措置からの回復方法について、可能な限り詳細に案内している点について説明がありました。他方で、課題としては、利用事業者の一定の割合の方が、アンケートにおいて、出品停止等の措置理由が具体的ではないと認識していると回答している点がありました。このような点を踏まえると、悪意のない利用事業者に対しては、措置理由の丁寧な説明を行うこと、これは継続的に求めていると考えております。また、各種開示事由ごとに、通知書面に十分な措置理由が記載されているかどうか検証し、報告すること、こちら継続して求めていると考えております。

● 楽天

おめくりいただき、楽天です。苦情件数の関係についてです。紛争窓口に加えて、今年度提出のあった定期報告書では、コールセンター、契約解除・契約違反等の窓口への声も、件数として報告した点は評価できていると考えております。他方で、苦情の定義が依然として限定的ですので、これを踏まえて、現在の苦情の定義について再検討することを求めていると考えております。

中段です。措置理由についてのコミュニケーションです。通知書面に違反認定した事実の要旨を記載していること、違反点数制度を設けて、修正対応依頼および措置を段階に応じて実施している点、説明がありました。一方で、課題としては、アンケートにおいて出品停止等の理由が具体的ではないと認識していると回答する点が一定程度あったこと、また、違反点数に応じた違反金が、利用事業者の過度な負担になっている可能性もあります。このようなことから、意見案としては、悪意のない利用事業者に対して、措置理由の丁寧な説明を行うこと、これは継続的に求めていると考えています。また、違反点数の見直しや、他の代替手段により、違反を是正できないか検討するといった対応改善を、楽天に対して求めていると考えております。

下段、検索順位の関係です。検索順位の決定要素に関して、楽天については、開示、昨年更新いたしました。自社の有償サービス利用は検索に影響のないことについて、また、具体的に説明もあったところです。一方で、利用事業者はアンケートにおいて、他の出品者が、合理的な理由なく、検索で有利になっている等の懸念の回答がありました。このような点も踏まえて、有償サービスの利用が検索順位において優遇されていないことの説明をするなど、利用事業者との相互理解を促進するための取組みを求めているかどうか、また、検索の運用が設計どおり行われているかどうか確認し、定期報告書で報告することについて求めていると考えております。

● LINE ヤフー

LINE ヤフーの関係です。上段、苦情件数の集計についてです。苦情の定義に当てはまらない利用事業者の声についても、記録管理し、事業改善に活用している点は評価できることと思います。一方で、今年度提出のあった定期報告書では、苦情件数は8件とありました。経産省の相談窓口には、LINE ヤフー関係で166の相談が届いている状況です。また、LINE ヤフーでの苦情の定義は非常に限定的になっているので、意見案としては、現在の苦情の定義について再検討することを求めていると考えております。

中段です。措置理由についてのコミュニケーションの関係です。異議申し立てフォームの新設および通知メールでの案内を検討していること、また、違反の多い類型について留意ポイントを啓発していること、加えて、退店措置前に60日～90日の反論の機会を確保していることの説明がありました。一方で、一定の割合の事業者がアカウント停止等の理由が具体的ではないと認識していると回答があったこと、こちらは利用事業者アンケートからです。また、再度の違反の場合は、契約解除等の誓約書の提出を要求する基準が依然として不透明であるという点があります。これを踏まえて、悪意のない利用事業者に対して、措置理由の丁寧な説明を行うことを継続的に求めていると考えています。加えて、誓約書提出の基準や退店措置に至るプロセスの開示について求めていると考えております。

検索パラメータの関係です。約120の要素の中から影響の大きい要素を開示しているという背景説明があったこと、また、設定どおりの表示かABテスト等で評価を実施していることについて説明がありました。他方、利用事業者の2割は有料サービスの利用が有意な順位での表示に必須であるという懸念を回答しているという結果もありました。こちらを踏まえて、有償サービスの利用等に関する懸念に対応するために、当該利用が優位な表示に繋がらない具体例を挙げるなど、利用事業者との相互理解を促進するための取組みを求めているかどうか、また3線管理を行っているという説明もありましたので、他部署によるチェックの観点を説明するなど、利用事業者との相互理解の促進を求めていると考えております。

● Apple

アプリストア分野です。まず、Apple、国内管理人についてです。日本語で直接相談対応をするスタッフを新設したこと、また、審査対応において、日本の文化的背景を国内管理人が補足していること、案件の進捗やエスカレーションチャネルの管理をしていることについて説明がありました。一方で、利用事業者による規約変更の問い合わせ対応に課題があること、これは、利用事業者アンケートにおいて、4割が、よく分からない点が残ると回答しているところです。Apple側が担当を付けていない場合には、サービスサポートを受けづらい可能性もありうるとも考えられるところで、これを踏まえて、意見案としては、国内管理人による適切な調整、運営改善のための仕組みの運用において、さらなる自主的取組みを求めていると考えております。また、大口利用事業者向けの営業担当の有無を考慮した自

主的な取組みも継続して求めていると考えております。

中段、苦情の集計の関係です。苦情ウェブフォームに加えて、アプリ削除等への異議申立て件数を、今年度提出のあった定期報告書の中で報告したことについては、大変評価できる点です。他方で、苦情を踏まえた改善の課題、例えば、苦情申立て後、4割が改善されたとしないとの回答が、利用事業者のアンケート調査結果でした。このような点を踏まえると、苦情の計測というのは、ある程度改善したところもあるので、次は、特に問い合わせ件数も含めて、利用事業者から寄せられた声の内容を分析し、運営の改善に活かす取組みについて求めていると考えております。

返金の関係です。デジタルコンテンツが使用済みと API を活用することで、利用事業者が Apple に通知することが可能になっていること、また、返金判断の機械学習モデルにおいて、利用事業者からの情報も加味している点について説明がありました。一方で、返金理由のコミュニケーションに、依然として課題があると思っております。利用事業者アンケートにおいて、6割が理由を明らかにすべきという回答がありました。これを踏まえて、返金申し出を認容した理由を利用事業者が求める背景について、Apple が把握し、返金理由について適切にコミュニケーションすることを求めているかどうか、また、利用事業者による API 利用拡大のための取組みを求めていると考えております。

● Google

Google についてです。

また、アプリをダウンロードせず、漫画の試し読みができる機能等を追加するなど、利用事業者の声を踏まえた改善をしているという説明がありました。一方で、利用事業者による規約変更の問い合わせ対応に課題があるものと、利用事業者アンケートを見ると、そう考えております。Google 側の担当が付かない場合には、サポートが受けづらい可能性があるところです。このような点を踏まえ、国内管理人における適切な調整、運営改善のための仕組みの運用において、継続的改善を求めていると考えております。また、大口利用事業者向けの営業担当の有無を考慮した自主的取組みも期待していると考えております。

規約変更等の際の適切なコミュニケーションの関係、中段です。1年以上の猶予を設けて、リマインダーの期間を経た上で、影響の大きな規約等の変更を実施していること、声を踏まえて、アプリのテスターの人数を20人から12人に変更したというご説明がありました。一方で、利用事業者アンケートを見ると、規約等のわかりやすさについて、4割が解釈に悩むという回答もしているところです。このような点を踏まえ、利用事業者が利用規約等を十分に理解し、探したい情報を容易に見つけられるように、継続的取組みを求めていると考えております。

アカウント停止等の慎重な判断に関する点、下段です。Google においては、段階的拒絶措置の類型を採用し、より制限的でない代替手段を選択可能な仕組みとして構築しているという説明がありました。一方、拒絶措置の正確性に課題があると思っております。利用事

業者アンケートを見ると、2割がアカウント停止、削除について、改善を行わず、異議申立てを行った結果、Google から拒絶措置が撤回されたという回答もあるところです。このような点を踏まえ、拒絶措置の必要性、相当性について、慎重に判断するよう、こちらは継続的に求めることを考えております。また、誤った拒絶措置の可能性も加味して、利用事業者との相互理解を促進するさらなる取組みを講じるよう求めていますと考えております。事務局からの説明は以上です。

<質疑・討議>

○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で、ご質問がありましたら、挙手いただければと思います。会議室からご発言される際は、お手元のマイクをオンにしてご発言ください。オンラインからご発言される際は、ミュートを解除してご発言いただき、ご発言が終わりましたら、再度ミュートにさせていただきますよう、ご協力をお願いいたします。なお、ご発言される際は、回答に関しては、Amazon、楽天、LINE ヤフー、Apple、Google のいずれかについて、わかりやすく先に明示いただければと思います。とりまとめ案に関しては、オンラインモールのことか、アプリストアのことかをお示しいただいた上で、ご意見をいただければと思います。なお、可能な限り、具体的な修正文言案等も合わせていただけると、議論が、より深まるかと思えます。それでは、どなたからでも結構ですので、ご発言いただければと思います。平山委員、お願いいたします。

○平山委員 委員の平山です。モール分野について、コメントおよび感想を差し上げたいと思います。まず、楽天について、更問4の回答、更問7の回答、とりまとめ案の27ページ、項目番号2-1-4-2です。EC コンサルタントについてです。

社内でのさまざまな情報収集や検証については、これをいわゆる機械仕掛けで行うことがよいのか、それとも、人の目で改善を図るのがよいのかという議論が、モニタリング会合の初期の頃からあったものと思います。楽天さんは、EC コンサルタントを活用して、人の目で、そして、利用事業者と直接にコミュニケーションを取り、改善を継続するというお立場を明らかにしておられると理解しており、1つのあり得る取組みであると思います。

他方、とりまとめ案の2-1-4-2、27ページ以下で記されているように、その取組みが完全なものではないということも申し上げざるを得ないように思いますので、今後も引き続き改善を求めたいと思いました。

ところで、とりまとめ案の29ページ以下には、具体的な求めが記されています。他方で、概要である資料6を見ると、楽天については4ページに、意見案として、苦情の定義について再検討することを求めると記されています。ここは、そこが最終目標ではなく、苦情の定義の再検討は手段にすぎず、求めるべきは、苦情を正確に把握してくださいということだと思います。そして、苦情に適切に対処してくださいと申し上げたい、これが会合の意見なのではないかと思いましたので、概要を作成する際にご参考としていただければありが

たいです。

続いて、LINE ヤフーです。LINE ヤフーについては、更問 13 および更問 19 の 2 カ所において、違反ポイントを 1 年でリセットする旨の回答をいただきました。過去の議論について見落としがあったらすみませんが、はじめてご説明いただいたように思います。利用事業者との関係を考える上で適切な取組みだと思い、評価すべきことと思いました。

もう 1 社が Amazon です。Amazon については、事務局に対する意見です。これは前回お伝えすべきことだったかもしれませんが、

同様に、非開示部分について、資料番号 2 の楽天

○岡田座長 どうでしょうか、順番に事務局のほうから、今の時点でご回答できることがあれば、ご回答いただく形でよろしいですか。

○岩谷室長 平山先生、ありがとうございます。まず、1 点目の楽天の EC コンサルタントの件です。まさに、しっかりと、特に EC コンサルタントの件は、経産省の相談窓口にも、様々な声が届いているところですので、このあたりをしっかりと見ていきながら、レビューしたいと思っております。

また、概要資料の件についてのアドバイスは、承知いたしました。修正して、目的が分かるようにしたいと思っております。

LINE ヤフーの関係で、違反点数がリセットしている点や、誓約書は 1 年経つとリセットする点については、評価の項目に入れたいと思っております。

Amazon と楽天の回答の非開示になっている部分は、Amazon、楽天にご相談し、公表したほうがいいのかと調整したいと思います。ありがとうございました。

○岡田座長 すみません、私はスピードが早くてフォローしきれなかったのですが、あとでまた、きちんと回答させていただければと思います。よろしいでしょうか。それでは、続いて、伊永委員、お願いいたします。

○伊永委員 ありがとうございます。今回、詳しい更問を行っていただいたことによって、各社の取組み内容の解像度がさらに上がり、課題が絞り込めたり、懸念の解消などに繋がったりしています。非常によい取組みだったと思いましたので、改めて、この点を付言し

ておきます。

各社とのやり取りによって、はじめて報告書の内容が具体化される点もありましたので、次からは、報告書にそこまで書いていただくというのがよいと思っています。例えば、楽天やヤフーについていえば、有償サービスの拒否で検索順位が下がらないかということに対する事業者の懸念が多く寄せられているところ、そのようなことはありませんと書いてあるだけでなく、なぜそう言えるのか、仕組みの説明をきちんと更問回答のように報告書に書いていただくことを想定しています。もちろん、非開示にすべき部分は非開示にしてくださいということで対応を明示していただければと思いますが、非開示部分だから更問でないと答えられないということはありませんので、まずは、報告書にきちんと書いてもらうことが大事だと思いました。

その点から言いますと、Amazonの「評価への会合意見」のところに、取組み内容の具体性をもって定期報告書に記載することを求めると書いてあるわけですが、これは全体に当てはまることだと考えております。特に、Amazonに関しては、このことを求めるだけの理由があるのだと思うのですが、どの事業者も言われないと自分事としてとらえられないこともあります。報告書に具体的記述を行う点は全体にも当てはまる部分だと思いましたので、アプリストアも含めて、この点について言及していただき、更問などの具体的内容を報告書に最初から記述してもらうことにしたらどうかと思います。

あと2つは、質問です。1つは、苦情についての部分です。楽天、ヤフー、あるいはAppleに、苦情件数の適切な集計・報告について、特出しされています。いままでも言ってきたことですが、苦情は少なければよいというわけではなく、暴力やいじめに寛容な学校と一緒に、鈍感さや理解の乏しさを示している可能性すらあると思います。苦情という言葉が適切なのか、わかりませんが、取引先からの問い合わせや意見を正面から受け止め、それを改善に繋げていく、そのような仕組みとなっていますので、まずは受け止めることがスタートラインとして認識してもらわないと始まらないと考えています。いまだに、苦情件数を低く伝えてくるのは、LINEヤフーで問題となっていますが、これは、実際に対応されていて、まだ少ないほうがよいことだという感覚を、向こうが持たれているのか、どうなのか。問い合わせとの区別にこだわっているようですが、その点が大事なわけではないと思いましたので、そのあたり、実際に対面されている事務方に、ご感想等を伺えればと思います。それが1つです。

もう1つは、アプリストア分野についてです。資料におけるGoogleの最後の枠で、アカウント停止についての意見が付けられています。Appleにも同じような問題があると思うのですが、Googleは段階的拒絶措置というやり方を進んで取っておきながら、さらにそれを洗練化するという取組みも必要だと思いますが、Appleとの比較でGoogleに高い水準の取組内容を求めている背景には理由があるのだと思います。この意見に至った背景、理由を教えてくださいました。以上になります。

○岡田座長 ありがとうございます。前半は、書きぶりについての色々な修正のご意見

で。後半2つ、事務局へのご質問があったと思います。ご返答をお願いいたします。

○岩谷室長 伊永先生、ありがとうございます。1点目の具体例の部分については、先生がおっしゃるとおりだと思います。目立った部分にしっかり具体的な記載を求めることを書いているところなのですが、より広いテーマで、そのような記載、特に、質問への回答として、具体的な内容がはじめて出てきた部分については、指摘の中にも、定期報告書の中で具体的記載をすることとして入れるように、修正を検討したいと思います。ありがとうございます。

ご質問いただいたところですが、苦情件数について、もし、棕木から感想があれば、お願いします。

○棕木補佐 苦情件数が少なくてよいと思っているかどうかについては、その認識は、若干薄れてきているのかなというところではありますが、どこまでの範囲、口頭でのやり取りも含めるのか、そのコスト感というところで、どこまで含めるのかというところが、少し議論になっているところではあります。そのような認識は薄れつつありますが、実際にどこまでできるかは、事務局とも調整が必要な部分と思っております。

○岩谷室長 補足します。苦情件数を定期報告書で記載して報告すること、また、それを開示情報として世の中に出していくことと、苦情に当てはまるか否かにかかわらず、利用事業者の声を、インプットとして内部で PDCA サイクルに入れて改善していくところは、全て一体的というわけではない部分もあるので、プラットフォームの取組みを促すような形で、うまく定期報告書への記載や、実際の取組み内容について報告してもらおうという方向で調整したいと思っております。彼らの認識も変わりつつあるところかと思います。

2点目についてですが、アプリストアの関係で、Google と Apple については、アカウント停止に関して、経産省として把握している傾向に違いがあります。昨年度、Google については、身に覚えのないアカウント停止が続いたという利用事業者の声が、相談窓口にたくさん入っておりました。その関係で、Google については、より慎重な判断をするように求めているという背景があります。お答えになっておりますか。

○伊永委員 ありがとうございます。要するに、段階的拒絶のステップを飛ばして、いきなりアカウント停止に至っているものが、結構な数見られたということでしょうか。

○岩谷室長 そうですね。事前通知のないものもありましたし、また、Google に異議申立てをしたところ、誤判断だったという結果が返ってくるものも散見されました。このあたりは、内部での措置の判断に、もう少し慎重性を増すべきではないかということを考えているところです。

○伊永委員 よくわかりました。どうもありがとうございます。

○岡田座長 去年、Google が大量のアプリ削除を行ったことに対して、そのようなご懸念が利用事業者から送られていたという趣旨ですか。

○岩谷室長 去年起きたアプリの大量削除については、Google の説明もありましたが、データセーフティラベルというものを導入するかどうかということです。導入しないとアプリ削除になってしまうのですが、それを何回もリマインドしても、データセーフティラベルを付けなかったアプリについて、大量削除が起きたということです。一方で、利用事業者目線で、身に覚えのないアカウント停止や誤検知が続いたというものについては、必ずしも、データセーフティラベルに関するものというわけではありません。理由はさまざまになっております。

○岡田座長 よくわかりました。ありがとうございます。岸原さん、手が挙がっていますね、お願いいたします。

○岸原オブザーバー アプリストア、Apple と Google について、コメントと修正提案をさせていただきます。

まず、Apple に関して、更問について 5 件、資料 6 の修正提案を 1 件、させていただければと思います。

更問 2、日本語でのコミュニケーションの希望に積極的に対応する旨、回答があったのは、これは法的義務ではあるのですが、評価すべきかと思います。これまで、デベロッパーは、英語での対応が必須であるという誤解があったため、デベロッパーの不安を大きく改善するのではないかと思いますので、相談窓口としては、周知に励んでいきたいと思います。

更問 6、エンフォースメントの段階的措置についてです。Apple は、14～30 日の改善の機会が与えられる場合がある、アプリ削除は解決策を見出せないときの極端な措置ですという、基本的な認識が示されているのは、評価できると思います。

更問 10、返金の不正行為について、デベロッパーと連携して、問題解決にあたるという点は評価できます。

更問 13、コンサンプション API で提供されたデータが、返金判断に利用されることが確認できました。これも、デベロッパーの不安を大きく改善することにつながると思いますので、ぜひ、経産省さんも含めて、周知していければと思っています。

更問 14 です。Apple との契約で、デベロッパーが直接返金することはできないという契約条件が示されていますが、実態としては、デベロッパーが返金対応せざるを得ない状況もあるので、検証が必要だと思います。

そのような点を踏まえて、資料 6 の修正提案ですが、返金処理における適切なコミュニケーションのところで、ユーザーがデジタルコンテンツを既に使用しているなどの情報を、返

金判断の材料として、利用事業者が Apple に API 経由で通知できると書いてありますが、API に関して、デジタルコンテンツが使用済というだけではなく、デベロッパーの状況、あるいは、不正であるといったことも通知できるようになっています。そのような点で、デジタルコンテンツが使用済等のデベロッパーの認識を、API により利用事業者が Apple に通知可能と修正したほうが、より適切かと思っております。

次に、Google です。4 件の追加質問のコメントと、資料 6 の修正提案をいたします。

まず、追加質問 10、アプリ削除またはアカウント停止に至ったアプリの数、または、デベロッパーの数、異議申立てのあった数、さらには、当初判断を誤りとした数といったものの開示について、Google からはゼロ回答となっています。Google は、苦情の件数として、ある程度開示されているという認識でしたので、どの部分が開示できないのか、さらなる検証が必要と思います。

追加質問 11 のテスター要件の 12 名に関してですが、改定が進んだということは評価できるのですが、実態としては、まだまだ現実的ではないと思っています。コミュニケーションが苦手な日本の個人デベロッパーにとっては負担が大きいため、さらなる緩和、あるいは、人的テストではなく、せつかく AI を活用している企業ですから、AI 等によるテストの対応を検討するべきではないかと思っています。

これは、非開示部分にあたるかもしれませんので、どの質問かということは特定できませんが、

追加質問 15 について、1～2 週間の事前通知の事例の質問は、段階的措置を行うという改善が進んでいるのではないかと思います。その点は評価できるのではないかという確認でしたが、しかし、あらゆる措置について、事前通知する義務はない、期待されるべきではないというこれまでの主張が繰り返されています。

一方で、Apple は、アプリ削除はデベロッパーにとって影響が大きいと認識しているため、14～30 日以内の期間が提供される場合があり、アプリ削除は、解決策が見出せないときの極端な措置です、と回答しています。しかし、Google は、停止、削除など、違反措置がデベロッパーに与える重大な影響については理解しています、とのことですが、段階的措置については、自己の権利を主張するばかりで、突然のアプリ削除がデベロッパーに与える重大な影響を認識しているのか、大きな疑義があります。

そのような点で、資料 6 の修正提案ですが、Google のアカウント停止、アプリ削除の慎

重な判断の項目で、評価できる点として、段階的拒絶措置の類型を採用し、より制限的でない代替手段を選択可能な仕組みを構築とありますが、段階的拒絶措置については、新たな取組みは、現在のところ確認できていません。そのため、この評価の部分に関しては、再検討が必要だと思います。以上です。

○岡田座長 ありがとうございます。評価すべき点ということについて、最初のほうではいくつかご指摘がありました。注記を加えるといったことについても、加えていただきたいという趣旨だったかと思います。

とりまとめ案については、複数のご指摘いただいたところですが、現時点で修正に応じられるところがあれば、ということで、ご回答いただければと思います。

○岩谷室長 貴重な意見をありがとうございます。まず、Apple について、いただいた点については、評価できる点を反映できるか、持ち帰って検討させていただければと思います。また、概要についてのアドバイスもありがとうございます。文字を入れると混み合った資料になっているのですが、そのあたりも踏まえて、しっかり入れられるように考えたいと思います。ありがとうございます。

また、Google については、さまざまご懸念も頂戴したと思います。入れられるものは入りたいと思います。特に、最後の評価のところ、これは書きぶりですが、しっかりと判断したいと思います。ありがとうございます。

○岡田座長 評価できる点は評価できないという趣旨のご意見などについての書きぶりはどうなるのかなと思います。

○岩谷室長 別の点を書くか、削除するかということになるかと思います。

○椋木補佐 貴重なご意見、ありがとうございます。段階的な措置のところは、新たな取組みが見られないというのは、段階的取組みと申し上げておりますが、透明化法のアカウント一部拒絶、全拒絶に沿った取組みしかされていないという趣旨で合っておりますか。

○岸原オブザーバー もともと、段階的拒絶措置をするというのは、Google が当初から主張してきたことだったと思います。当時は、アプリ削除する段階を、いくつかの段階で、踏まえて行っていますということで、その点は、前向きに評価されるということだったと思うのです。その後、アプリ削除の事前通知に関しては、透明化法の義務ではないという主張を繰り返すばかりでした。

一方で、アプリ事業者にとっては、とても負担であることは Google は認識しながら、改善されてきていないと思います。ただ、実際の相談事案を見ると、事前通知が、一部ではあるが実施されて改善が進んでいるのではないかということでしたが、Google 自体が、それ

に対して、一切認めていないということは、改善が進んでいないと判断できるのではないかと思います。

○椋木補佐 承知いたしました。ありがとうございます。

○伊永委員 先ほどの岸原さんのご意見と私の質問とは、趣旨が同じ方向であると思うのですが、段階的拒絶措置自体は、お題目としては非常に素晴らしくて、比例的な対応を取るということです。いきなり極端な対応措置を取らないということを宣言したにもかかわらず、実際の運用を見ると、極端な対応をかなり取っていて、しかもそれが不透明になっているというところに、名目と実際とのギャップが大きくあります。むしろ、評価するに値しない運用がされているのではないかという理解を、先ほどの岩谷室長からのご回答から、私も感じました。名目だけで実際が伴っていなければ、評価できない、あるいは、課題に回されると思いました。

○岩谷室長 承知いたしました。ありがとうございます。そうすると、この部分は、ひとまず3行は削除することのほうがよいでしょうか。

○岡田座長 あるいは、意見案のほうで、もっと実態のある段階的措置をお願いしますという趣旨を書くのか。あるいは、完全に削除するのかということですが、ご検討いただければと思います。

○岩谷室長 わかりました。

○岡田座長 続いて、若江委員、お手が挙がっています、お願いいたします。

○若江委員 よろしく願いいたします。意見と質問になります。
まず、最初、先ほど、平山先生がおっしゃっていたことと同じかもしれません。書いてあるところが消してあるのは、最終的に、同じような形で出るのかどうか気になりました。紫色で消されている部分が、回答が非公開であるということがわかるように出るのか、それとも、このまま消えてしまうのか、気になっています。平山先生がおっしゃったように、どうということについて回答を答えずにしているのかということがわかるようにしてもらいたいということが1点です。

あと2つあります。とりまとめ案にどう反映してよいかわからないのですが、質問のところ、Amazonの8ページでも、利用事業者や一般利用者からの情報提供があった場合の対応について、さまざまなルートでの対応が用意されていることはよくわかったのですが、こういう対応が、全体のトラブルのうち、どの程度カバーしているのか、よくわからないのです。そのようなことを、ある程度明らかにしてもらいたい必要があると思ったのです。

例えば、ここでも、不正または違反の報告のほか、知的財産権の侵害を申告とあります。そうすると、担当部署に情報が直接共有されて、速やかに対応できるようにすると記載されていますが、実際には、苦情の中で、どのぐらいが、どのぐらい速やかに対応されているのか、よくわからない。少なくとも、例えば、東京高裁で係争中ですが、パルスオキシメーターの相乗り出品事件の場合は、都道府県知事の販売許可の、特定の医療機器の偽物の相乗り出品のように、購入者にも危険な医療機器の販売であっても、正規販売者が何度も対応を求めたけれど、なかなか対応されず、結局、正規品も一緒に、商品ページごと削除されてしまいました。ここに書かれている対応が、ちゃんと活かされて、どの程度になっているのかと思いました。

膨大な処理について、人と機械を合わせて実施体制を敷いていると思うのですが、どの程度がカバーできていないのかを把握して、今後、それを、間違いが起きて損害が生じたところには、ちゃんと損害を補填するような体制が取れているのかということについても、明らかにしてもらいたいと思いました。

もう1点、気になったのが、Amazonの17ページの手数料変更のところです。去年の勧告を見ていると、通知文による開示を含めて、手数料カテゴリーを変更する場合は、事前に内容を開示すると書いてあります。単にAmazonのウェブサイト上で、こういう販売手数料の変更をしましたと書くだけではなく、利用事業者事前に通知すると受け止めたのですが、それは、事務局に確認させていただきたいと思いました。というのも、前回も言いましたが、その後、確認してみたのですが、やはりそうだとやっているのですが、今年度以降も、事前に通知されないものにカテゴリーが変更されていて、気がついたら手数料が変わっていたという利用事業者がいます。ここで社名を明らかにするのは差し控えますが、一応、事務局にお伝えします。通知が、利用事業者に対する事前の通知ということを求めているのかどうか、それをちゃんとやっているのか、Amazonの回答ではよくわからないのです。それを確認させていただきたいと思いました。

カテゴリー変更による販売手数料の話だと思っています。Amazonが、同一商品を同じ出店ページで販売して、一番競争力のある商品がカートを取るスタイルも取っている以上、場を提供するAmazonが、関連の商品を出品して、Amazonは、自己優遇はないとしていますし、しかも、自己優遇に目を光らせていますという回答がありましたが、関連商品に販売手数料はかからないと思うのですが、それで、他社の手数料がかかるのだとしたら、Amazonが、他社の商品の販売手数料を頻繁に変える可能性があるというのは、かなり競争力に大きく関わっています。場合によっては、Amazonの自己優遇になる可能性があるということで、すごく重要なことだと思うのです。販売手数料のカテゴリーについては、本当に事例を見ているのであれば、確認した上で、意見を入れたほうがよい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。3点、ご意見を頂戴したと思います。Amazonについて、カテゴリー変更など、具体的なご指摘をいただきましたが、もう少し取り上げて

ほしい、書き込んでほしいということですか。

○若江委員 そうですね。もし、私の理解が正しいのであれば、事前の利用事業者への通知はないのではないかと思います。その部分が、回答でもスルーされているのです。もし、そのようなことであれば書き込んでほしいと思いました。

○岡田座長 これは、とりまとめ案では、触れられていないということですか。事務局から、例えば、手数料変更、カテゴリー変更についてのご意見ですが、書きぶりの変更の余地はありますか。具体的にあれば、その箇所を含めて教えていただければと思います。

○岩谷室長 ありがとうございます。カテゴリー変更の事前通知については、勧告でも求めているところです。Amazon からは、事前通知の通知文ももらっている、そのような運用がなされていると認識しています。もし、通知がなされていないという件をご存じであれば、JADMA による相談窓口まで繋いでいただき、どういうケースかを見させていただき、必要に応じて事実関係の把握をさせていただきたいと思います。われわれに伝えていただくのもよいのですが、利用事業者さんにお伝えいただき、利用事業者さんから相談窓口にご連絡していただくことが、一番、利用事業者さんとしては、事情も踏まえた上で、Amazon に紹介できるという環境になっております。そのようにしていただくともよいのではないかと考えております。

そのような状況ではあるので、とりまとめ案の中で、手数料カテゴリーの部分については、ご質問のやり取りの中で回答のあった点については記載しております。基本的には、しっかりと、利用事業者の苦情等も踏まえて、改善していくという指摘の中に含んでいることと認識しております。何か、特段追加したほうがよいということであれば、追記いたしますが、いかがでしょうか。19 ページの囲みの中にあると思います。下線を引いておりますが、「利用事業者から寄せられた苦情等を分析し、分析結果を規約の変更や措置の改善等に活かすためのさらなる自主的取組みを求めることが適切と考えられる」。手数料カテゴリーについては、その前の18 ページ中段に、Amazon からの回答を記載しております。

○若江委員 そもそも JADMA さんに教えてもらいたいのですが、通知がないまま、変更になったという苦情や相談は、来ていないのでしょうか。

○万場オブザーバー 最近、通知はしているのだろうと思うのですが、利用事業者側が気付かないことが多いということがあります。様々なやり取りのある中で、紛れてしまうということはありません。ただ、変更の理由については明示されていないので、納得感がないということとはたしかにあります。なぜ、そのカテゴリーを変更されたかという理由が明示されていないというご意見もあります。現状はそのような状況です。

○若江委員 今年度に入ってから、個々の利用事業者は通知を受けているということですか。

○万場オブザーバー それはしているのだろうと思います。ただ、それがわかりにくいということはあるかもしれません。

○若江委員 では、間違えているかもしれないので、後ほど、JADMA さんに具体的な事例をお送りしたいと思いますので、また相談させてください。

○万場オブザーバー はい。

○岡田座長 では、その辺の事実関係もご確認の上で、事後的に事務局とやり取りしていただき、本当に修正の必要があるかどうか、その時点でご判断いただくということでしょうか。

○若江委員 はい、そうしてください。

○岩谷室長 承知いたしました。ありがとうございます。

○岡田座長 沢田オブザーバー、手が挙がっていますね。お願いいたします。

○沢田オブザーバー とりまとめ、お疲れ様でした。私は、現時点で、とりまとめ案に、特に修正等の意見はありません。感想だけです。オンラインモールについて、総論的なコメントをさせていただきます。

2020 年に透明化法ができ、それによって、モールと利用事業者との関係に一定のルールが置かれ、利用事業者の不満が可視化されたことは、とてもよかったと思います。それまでは、独禁法以外に明確な規律がない分野だったので、あるべき姿が見えていなかったのですが、関係者の皆様のご努力のおかげで、モール 3 社が、それぞれ、自社のポリシーや個性を守りながら、利用事業者との関係を見直し、対応を改善してきたことは、大きな変化だと思っています。

法施行から 4 年が経過した現在では、利用事業者に対する透明性、公正性という点で、クリティカルな問題は、ほぼなくなったのではないかと感じています。今日も言及されていたように、細かい課題は残っていますし、今後も生じ得ると思いますが、今後は、ちょっとフェーズを変えて、相談窓口を主なセンサーとしてモニタリングし、そこに寄せられる利用事業者の声を該当するモールに適時適切に、具体的にインプットして、運営改善に活かしてもらうことに注力するのがよいのではないかと思います。

EC 市場を巡る環境は、日々変化していますし、市場が直面する課題という観点では、大

規模モールと利用事業者との健全な関係という視点は、多くの課題のうちの1つに過ぎず、重要な課題かということ、皆様のご努力のおかげで、そうでもなくなってきたのではないかという気がしています。今回の意見案の中でも、悪意のない利用事業者への丁寧な説明が、継続的改善事項として求められていますが、利用事業者にとっても、モールにとっても、消費者にとっても、より重要なのは、悪意ある者を確実にモールから追い出すことであり、それとともに、大手モールを追い出された者が、別のところで悪事を働くことを阻止することではないかと思います。マーケット全体にとっては、そちらの方が大事で、そのために、行政を含む関係各主体が何をすべきかを考える必要があるのではないかと思います。

その際に、以前、委員からご指摘があったと思いますが、AIによる不正検知に伴う課題にも、当然、注目すべきだと思います。それは、誤検知の責任問題ということもありますが、データ連携に伴う課題も別途あります。AIによる商品のリコmendが一般化してきたときには、いま、非常に注目されている検索順位、検索そのものの位置付けも変わってくると思います。市場環境としても、中国系ECやTikTokの参入もあり、国内EC市場の競争環境自体がどんどん変わりつつある中、モールに限らず、プラットフォームを利用して、広告や販売を行う真面目なEC事業者が、世界との競争に負けないように、どう戦っていけるのか、このあたりを、経産省には考えていただきたいということで、かなり透明化法から離れましたが、コメントさせていただきました。ありがとうございます。特にお答えは結構です。

○岡田座長 コメントとして受け止めさせていただきます。検索順位等、AIを活用してというような話になってくると、AIバーサスAIというか、悪意ある利用事業者もAIを使うので、なかなか大変難しい課題かなと受け止めました。

○岩谷室長 沢田オブザーバー、ありがとうございます。いただいたコメントに対してのご質問なのですが、もし、よろしければお願いします。

1つ、AI検知に注目するとよいのではというご示唆がありました。その中で、データの連係の課題というものもあるとおっしゃっていましたが、例えば、どういうデータで、誰が持っていて、それを、何のために、どう連携することが課題なののでしょうか。

○沢田オブザーバー ご質問、ありがとうございます。1つのプラットフォーム、モールの中では、そこに持っているたくさんの情報をもとに、様々な不正検知をされていると思いますが、モールから追い出された不正者が、次に、別のプラットフォームで悪いことをする可能性は非常に高いわけです。審査の緩いところを狙って、そこを舞台に不正を働くということが、すでに見られているところです。

それを避けるためには、1つのモールが持っている情報を、ほかのプラットフォームに対して、「こういう不正者がいるから、気をつけろ」と言うことで、ある程度情報を流さないと、つまりデータを連携して共有しないと効果が得られない。マーケット全体で、そのような不正行為者を排除するためには、ブラックリスト等の情報連携が不可欠だと思っています。

す。他の分野では、ある程度、クレジットカードなどでは進んでいるところですが、やはり、個人情報保護法の壁があります。間違えて、真面目な人の情報を流してしまうと、同意のない第三者提供になってしまうこともありえます。不正者の情報であれば同意なく提供して良いのかなど、制度的に考えなければいけない問題がたくさんあって、そのような部分こそ、経産省がバックアップしていく必要があるのではないかという問題意識です。

○岩谷室長 わかりました。ありがとうございます。

○岡田座長 続きまして、万場オブザーバー、お願いいたします。

○万場オブザーバー 先ほど、苦情のお話がありました。苦情は、件数というよりも、やはり、内容が重要ではないかと思います。相手方が納得していないものは、やはり、苦情なのだろうと思いますので、計数が少ない、多いということではないのではないかと、私は思います。感想めいたことですが、以上です。

○岡田座長 ありがとうございます。特に、表現の修正のご提案というわけではなくてということでもよろしいですか。文言を含めて、具体的な案をお持ちであればお願いします。

○万場オブザーバー いえ、先ほど、苦情のことが出たので、感想を申し上げました。

○岡田座長 承知いたしました。ありがとうございます。では続いて、平山委員、お願いいたします。

○平山委員 たびたび失礼いたします。アプリストア分野の Google についてです。資料5の Google 更問回答の最初のページの追加質問1です。利用事業者との定期的コミュニケーションによって、サポートを利用事業者に与えることについて、対象となる利用事業者はどのように選定するかという基準の透明性について質問をしたところ、回答1では、Google Play ストアのエコシステムにおける重要性などが考慮されるという回答がありました。この回答が十分具体的であり透明であると言えるか、疑問があります。

関連するとりまとめ案の記載は、とりまとめ案、資料8の26ページ項目番号2-1-4-2の部分です。例えば、27ページの上から10行目を見ると、いま、読み上げた更問回答が引用されています。

このことに対応するモニタリング会合の意見案は、28ページ以下、とりわけ29ページであると認識しています。コミュニケーションにはレベルがあり、更問にあった120のデベロッパーとの定期的コミュニケーションとが記されており、29ページの上から6行目には、約4割の利用事業者に個別の担当者が割り振られていないという記載もあります。その他の利用事業者は、個別の担当者が割り振られているけれど定期的コミュニケーション

はないということです。つまり、コミュニケーションの程度が3段階あるのかなと思いました。

29ページの上から7行目をみなすと、これらのデベロッパーの間には、担当者のいない利用事業者は、割り当てられている利用事業者と比べてサポートを受けづらい環境に置かれている可能性があり、差別が生じていることが会合の意見として示唆されています。

定期的サポートが与えられたり与えられなかったりする中で、担当者を割り当てる基準はGoogle Playストアのエコシステムに対する重要性などであるという説明しかない状況です。ここからは推測を交えてお話しますが、例えば、代替的なアプリストアを利用しないことや、代替的な決済手段を利用しないことを、利用事業者が明示的あるいは暗黙のうちにGoogleに対して約束するということを条件として、定期的コミュニケーションなどのサポートが与えられることとなるような、飴と鞭で言えば飴が与えられるという事態が生じかねないと思います。また、利用事業者であるデベロッパーの間でこのことについて噂や憶測が広がることを完全に避けることができないとすると、エコシステムの運営に対して疑義が生じかねないと思いました。

そうだとすると、せっかく更間で聞いているにもかかわらずこのような回答しか得られていないということをふまえて、とりまとめ案の中で、サポートを与える利用事業者の選定基準がより透明であることが望ましい旨の意見を加えていただいてもよい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。追記のご意見だと思います。事務局、今のご意見について、意見があればお願いします。

○岩谷室長 平山先生、ありがとうございます。ご指摘のあった回答についてですが、担当が付いているかどうかという部分は、120のデベロッパーに担当が付いているというものではなく、もともと、定期報告書の中で、Googleは、デベロッパーの声を拾うという取り組みの1つとして、120のデベロッパーと定期的にコミュニケーションしていると言っています。選ばれているデベロッパーが、選ばれていないデベロッパーと比べて、問題が起きたとき、声を聞いてもらいやすいということを示しているというわけでもないと思っております。120に選ばれる基準が、完全に透明であれば、差別は起きないのだということでもないのではないかと考えております。あくまで、Googleがプラス要素として、われわれはデベロッパーの声を聞いています、という部分について、その部分、どうやって選んでいるのですかということについて伺いましたということです。

もちろん、担当が付いていない方と、担当が付いている方と、差がないように、Googleには対応していただきたいということが、意見案として、われわれのスタンスではあったのですが、その担当が、どう選ばれているのかということについて、基準を明確にせよということですか。

○平山委員 2つの問題が混在しており、混乱を招いているのは私なのですが、定期的コミュニケーションの相手である120のデベロッパーに選ばれるか否かというレベルと、個別の担当者が割り振られているか否かという、2つのレベルがあります。資料8の29ページ、上から6行目7行目あたりでは、4割対6割の問題すなわち個別担当者が付くのか付かないのかということについて、会合の意見として、サポートの受けやすさ、受けづらさに差が生じている可能性があると書いてあります。

差別を解消する方法を29ページで提言されているものと理解していますが、他方で、別の視点として、餡が欲しいあまりに、Google Play ストアが提示する何らかの契約条件を利用事業者が受入れざるを得ない、あるいは強く誘引される環境に置かれることとなるのかどうか。置かれるとすれば、その何らかの契約条件とは何だろうということが、次に気になりますので、コメントを差し上げた次第です。このコメントは、適宜、取捨していただければと思います。

○岩谷室長 ありがとうございます。承知いたしました。問題意識を踏まえて、修文案を考えてみたいと思います。

○岡田座長 では、事務局で、修文案をご検討いただければと思います。若江委員、お願いいたします。

○若江委員 感想なのですが、先ほど、沢田オブザーバーから、だいぶ、関係者の努力により、状況は収束しているのではないかと思います。丸めて言って、誤解を招くかもしれませんが、収束しているのではないかというご意見がありました。もしかすると、これからは相談窓口の対応等からやっていけばよいのではないかということだったかもしれません。

もちろん、色々なことが改善されてきたと思いますし、意見も言いやすくなり、風通しもよくなってきたというよいところはあるのかなと思うのですが、あまり、本質的な、モールがすごく大きな力を持っていて、データの問題や、自己優遇の問題など、見えにくい本質的なところには、ほとんど手を突っ込めていないのではないかと思います。もしかすると、この法律を、より強く、当初検討されていたような、取引上の不当行為のようなものを禁じる、自己優遇を禁じるなどというところに、むしろ、切り込まない、そのような時間がないから、切り込めなくて、問題が見えていないだけなのかなという感想を持ちました。もし見直すのであれば、むしろ、より強い法律にしたほうがよいのではないかと思います。以上、意見です。

○岡田座長 意見というか、コメント、感想という趣旨のご発言として受け止めました。ありがとうございます。その他、ご意見はいかがでしょうか。

私から1つ、よろしいですか。LINE ヤフーの更問21、資料3の9ページに、検索アルゴリズムの質問がありました。その回答で、評価される点として記載されているのですが、

LINE ヤフーのとりまとめ案、例えば、資料6のポンチ絵の5ページ、評価できる点として、検索順位決定要素の開示で、設計どおりの表示がABテストによる指標の評価や、サンプリング調査による評価を実施しているとのこと。これは、LINE ヤフーの回答にそのような記載があったので、評価しているという趣旨なのですが、これで、本当に、意味のある情報が開示されていると言えるのかなと思いました。ABテストという言い方自身が、ある意味、茫漠としているというか、ごく普通の話というか。中身がよくわからないのです。通常、誰でもやっていることなのです。要するに、A群とB群の違い、平均や分散が違うという程度の話です。そのようなレベルのテストをやっていますということで、本当に意味のある情報開示として、これで満足できる内容を開示しているのかなというのは、読んで、ちょっと私は疑問を感じました。

もうちょっと、具体的な。設計どおりに表示されていることや、開示内容との整合性に関する確認の手法について、ABテスト、サンプリング調査というのが、回答として十分かというところは、ちょっと過剰な評価かなと印象を受けたところです。その点、いかがでしょうか。

○岩谷室長 ありがとうございます。ということであれば、例えば、評価手法について、一部回答があったことについては、評価できるというような。つまり、それ自体に評価しているというよりは、どういう評価をやっていますかと問うたときに、回答が、各社さんと比べたときにも、LINE ヤフーの回答は、比較的具体性があったという。

○岡田座長 これでも、具体的だという評価になるということですね。

○岩谷室長 そうですね、チェックしていますという回答は。抽象的な回答が多い中では、手法について書いています。逆に、裏から言えば、そのような手法は採っているけれど、それ以外の手法は採っていない可能性があるということを示唆している点でも、より、取組みが明らかになったことは、1つ、前進なのかなと思っておりますが、先生がおっしゃることも、そのとおりだと思いますので、評価できる点というところまでは、入れないほうがよいかなと思います。

○岡田座長 一応、回答があったということは記載してよいと思います。ABテストをやっていることは書いてもよいと思うのですが、それをもって、素晴らしいという評価ではないのではかという印象です。

○岩谷室長 承知いたしました。

○岡田座長 ありがとうございます。そのほか、ご質問、ご意見等はいかがでしょう。特に手は、いま、私が確認する範囲では挙がっておりませんが、よろしいでしょうか。

今日は、欠席者も多かったせいか、時間が余り気味でしたが、それでは、お時間が近づいてまいりましたので、本日の議論はこれにて終了とさせていただきたいと思います。委員、および、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、コメント等をたくさんいただき、ありがとうございました。ご意見がおっしゃりきれなかったところもあるかと思っています。あるいは、本日のやり取りの中で、追加でまた、事務局と個別に情報をご提供いただくような必要がある部分もあったかと思っています。そのような点も含めて、事務局にメールでご意見をお寄せいただければと思います。

なお、とりまとめ案について、可能な限り具体的な修正文言案をお伝えいただけると、次回のとりまとめ最終案に向けて、スムーズに進むかと思っています。事務局は、モニタリング会合とりまとめ案への反映をお願いいたします。いったん、事務局にお返しします。

3. 閉会

○岩谷室長 岡田先生、ありがとうございます。最後に事務連絡をさせていただきます。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。次回の日程は、10月20日（月）を予定しております。詳細等につきましては、改めてご連絡申し上げます。どうぞ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。それでは、若干時間が余っていますが、以上をもちまして、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、お忙しい中、お集まりいただき、誠にありがとうございました。お疲れ様でした。

以上