

デジタル市場競争会議ワーキンググループ（第27回）

1. 開催日時：令和3年10月13日（水）10：00～12：00
2. 開催形式：通信システムを用いた遠隔開催
3. 出席者：
 - 依田 高典 京都大学大学院 経済学研究科 教授
 - 生貝 直人 一橋大学大学院 法学研究科 准教授
 - 上野山勝也 (株)PKSHA Technology 代表取締役
 - 川本 大亮 PwCあらた有限責任監査法人 パートナー
 - 伊永 大輔 東京都立大学大学院 法学政治学研究科 教授
 - 塩野 誠 (株)経営共創基盤 共同経営者/マネージングディレクター
 - 増島 雅和 森・濱田松本法律事務所 パートナー弁護士
 - 山田 香織 フレッシュフィールドズブルックハウスデリンガー法律事務所 パートナー
一弁護士
(デジタル市場競争会議 構成員)
 - 泉水 文雄 神戸大学大学院 法学研究科 教授
(オブザーバー)
 - 小林慎太郎 野村総合研究所 上級コンサルタント

4. 議事

- (1) 公正取引委員会による調査について
- (2) これまでのヒアリングの状況について事務局より御報告

5. 配布資料

- 資料1 本日御議論いただきたい事項
- 資料2 事務局提出資料（非公表）

○依田座長

ただいまから「デジタル市場競争会議ワーキンググループ」を開催いたします。

本日は、川瀨議員、森川議員は御欠席です。

上野山議員は、途中参加されると伺っております。

また、デジタル市場競争会議から、泉水議員に御参加いただきます。

さらに、野村総合研究所の小林様にもオブザーバーとして御参加いただきます。

それでは、本日の議事や資料の取扱いについて、事務局から説明をお願いいたします。

○成田審議官

ありがとうございます。事務局の成田でございます。本日もよろしく申し上げます。

本日は、まず、公正取引委員会のほうから、先週発表されておりますけれども、モバイルOSに関する調査について簡潔に御説明をいただきます。

その後、本日の議論でありますけれども、資料に沿って事務局から、これまで様々、内外の事業者からヒアリングを行ってきておりますけれども、その状況について御報告をさせていただき、その後、ディスカッションをいただければと思っております。

ディスカッションは大きく2つに分けて、まず、今のモバイル・エコシステムをめぐる市場のあるべき姿がどうなのか、あるべき姿と現状のギャップをどう評価するかという点について御議論いただき、次に、そういったあるべき姿と現状のギャップが起こっている原因について御議論いただければと思っております。

最後に、時間があればですけれども、ヒアリング等で引き続き確認すべき事項や、プラットフォーム事業者に確認すべき事項についても御意見をいただければと思っております。

資料の取扱いでございますけれども、本日、ヒアリングでお聞きした内容を報告させていただいておりますが、誰にお聞きしたのかが分かってしまうような部分も残っておりますので、御協力いただいた事業者の方々に御迷惑をおかけしないように、本日の資料は、資料1を除いて非公表とさせていただきますので、御理解、御協力のほど、よろしくをお願いいたします。

また、本日の議事録につきましては、いつもどおり、発言者の皆様の確認を経た上で公表させていただければと思っております。

私からは、以上でございます。

○依田座長

ありがとうございます。

それでは、まず、公正取引委員会からモバイルOSに関する調査について簡単に御説明をお願いいたします。

○公正取引委員会

公正取引委員会でございます。

私からはモバイルOS等を対象とした実態調査を当委員会で開始したことについて、御

報告をさせていただきたいと存じます。

先週になります、新規のデジタル分野の実態調査といたしまして、モバイルOS等を対象とした調査を開始した旨を公表いたしました。

こちらの調査は、既に御案内のことと思いますが、当委員会がこれまで一連で行ってきたデジタルプラットフォーム事業者に関連する調査として、オンラインモール、アプリストアに関するもの、それから、デジタル広告分野に関するものがございまして、さらに現在は、クラウドサービスについて調査中ですが、それに続く新しい実態調査と位置づけております。

背景と調査内容については、委員の皆様も御案内のことも多いかと思いますが、念のため御説明をさせていただきます。

消費者にとって、スマートフォンは生活必需品になっておりまして、消費者は様々なサービスをスマートフォン上のアプリストアであるとか、ブラウザを通じてアクセスするようになってきているという背景がございまして。

また、ウェアラブル端末など、スマートフォンの周辺においても、新たな商品、サービスの開発が拡大しているということでございまして。

このようにスマートフォンを通じて提供されるアプリであるとか、サービスであるとか、そういったものの多様化、それから、スマートフォン周辺における新たな商品、サービスの開発が進むといった状況におきまして、こうしたサービスなどの提供のために必須となるのがモバイルOS、あるいはアプリストアなどの流通ルートであるということでございまして、こういったものの競争の実態というものを把握することが、これらの市場に加えて、スマートフォン上あるいはスマートフォン周辺で提供されるサービスなどの市場における競争環境を整備するために、極めて重要であると考えておりまして、本件の実態調査を開始することとしたということでございまして。

調査の具体的な内容ですが、我が国におけるモバイルOS市場とアプリの流通市場、それぞれについて、市場構造や競争圧力の有無といったものを調査するとともに、これらの分野において、有効な競争が働いていないとすれば、その原因がどこにあるのか、それによって、どのような弊害が生じているのかといった点についても調査を進めていこうと考えております。

こちらのモバイルOS等に関する実態調査は、当委員会の調査として実施するものでございまして、当然のことながら、こちらのワーキンググループにおいて、モバイルOSを基盤とするレイヤー構造についての競争評価の議論が行われているということは承知してございまして、今回、当委員会で開始した調査が、こちらの御議論にも貢献することができればと考えてございまして、内閣官房の事務局とも十分に連携しながら進めてまいりたいと考えてございまして。

簡単ですが、私からは、以上でございます。ありがとうございました。

○依田座長

どうもありがとうございました。

座長として個人的に気になっているのは、公正取引委員会が実施してくださると聞いている消費者アンケート調査のところまでございまして、これは座長としてではなくて、専門家として、もし、質問票等何か、私のほうでもお役に立つことがございましたら、何なりと、お尋ねください。

○公正取引委員会

恐れ入ります、力強いお言葉をありがとうございました。適宜、御相談させていただければと存じます。

○依田座長

ありがとうございます。

では、続きまして事務局から資料について、30分ほどで御説明をいただいた後、1つ目のトピックの①番、モバイル・エコシステムをめぐる市場のあるべき姿と現状のギャップ、現状をどう評価するかについて、意見交換を行います。

意見交換ではいつもとおり、生員議員から、ワーキング名簿順どおりに御発言いただきます。

それでは、事務局のほうから、まず御説明をお願いいたします。

○成田審議官

ありがとうございます。

そうしましたら、資料の2-2を開いていただいていいですか。

こちらは、先ほど冒頭申し上げましたように、非公表の資料として取り扱わせていただければと思っております。よろしくをお願いいたします。

それで、事前にもお送りしておりますので、ちょっとかいつまんでの御説明になりますが、まず、この資料の構成でございますけれども、目次を御覧いただければと思いますが、まず、このヒアリングですけれども、事務局のほうで、国内外の事業者や有識者の方々から幅広くいろいろとお聞きしてきている、それをまとめたものでございます。なお、プラットフォーム事業者からのヒアリングはこれからになりますので、今回は、プラットフォーム事業者からの指摘は含まれておりません。

まず、最初のところで、今のモバイルのエコシステムが今のような状態になってきている沿革について、いろいろな方々のコメントがございましたので、そこでまとめさせていただいております。

2点目が、各レイヤーの特性ということで、レイヤーごとにOS、アプリストア、ブラウザ、それから検索、アプリやウェブサービスのレイヤーでありますけれども、検索のところも、かなり意見が多かったということで、それぞれのところについての特性をまとめております。

これは、6月の末の当方の事務局の資料でもお示ししていたように、スイッチングコストが高いとか、ネットワーク効果が効いているとか、開発投資の規模が大きいという

様々な参入障壁の議論があったわけですが、そういったことについての裏づけになるようなお話をお伺いしているところをまとめているというような形になっております。

それから、ずっと下のほうに行っていただいて、3番目の塊、ここが特にメインのところになってくるわけですが、そういったお話をお聞きする中で幾つか出てきている競争上の懸念について、ここでは我々のほうで、いろいろなレイヤーでいろいろな行為が行われて、いろいろな懸案が出てきているということでもありますけれども、4つのカテゴリーで分けて整理させていただいております。

1つ目が、エコシステム内のルール設定とか、運用解釈、運用のありように関する懸念でございます。これについて、それぞれOSのレイヤーのところについてどうなのか、ブラウザのところはどうなのかといった形でレイヤーごとに分けております。

それでOSのところについて、少し簡単に目次に沿って触れさせていただきますと、1つはOSのアップデートがアプリ、ブラウザ開発に影響を与えていると、コストの問題も含めて、それから、コードの開示の内容とか、タイミングで、若干差異のある取扱いがあるといったような話。

あと、黄色のところを書いてあるのは、各レイヤーで、いろんな行為が行われて、複雑化していますので、少し分かりやすくするために、どこのレイヤーで行われている行為かというのが、矢印の左側、それによって、どこのレイヤーに影響があるか、矢印の右側、最初のものであれば、OSでの行為が、アプリとかブラウザに影響があると、そんなような趣旨で書いてございます。

仕様変更に対応するコストであるとか、アップデートに関する問い合わせ対応の状況に関する問題点、それから、アプリ開発で、結局、プラットフォーム事業者、OSを握っている事業者が時間的に優位になるといったお話。

それから、OSの機能がミドルウェアのところに移管していった、そこはプロプライエタリで、クローズで行われているがゆえに、それに従わざるを得ないアプリがかなりロックインされているといったようなお話。

それから、もともと競争相手のアプリの機能がOSのほうに統合されて、競争相手が排除されるといったような話が出てきております。

アプリストアのところは、最近もいろいろな動きがございますけれども、アプリ審査に関する懸念、これは、透明化法で対応しているわけですが、引き続き、この声は多々出てきております。

それから、手数料率自体について、レベルの問題、課金決済の拘束の問題、決済拘束手段で、よくセキュリティ、プライバシーの理由とか、回収をする手段が必要だということに対する主張がプラットフォーム事業者側からあるわけですが、それに対する反論というか、見方、意見なども、出てきております。

それから、ユーザーに情報提供を制限するといったこと、アプリストア自体を拘束し

ていると、認めていないというようなこと。

それから、アプリストアの中で、これはOS、ブラウザでもあるわけですがけれども、自社にはルールが適用されないとか、あるいは一部の大きな事業者だけは緩いルールになっているといった意味でも差別的な取扱いになっているのではないかとといったことも出てきております。

それから、全体として、自社のアプリを優遇しながらユーザーをロックインして、引き続き、自らのOSで買い替えてもらうといったような動きになっているのではないかと、アップルとグーグルの間の競争の問題で、結局、アップルが何かすると、グーグルが追随するという一方で、お互いに競争がうまく機能していないといったお話もございました。

それから、アプリストアの絡みでは、サイドローディングの話もあるわけですがけれども、これについてももうまく機能していないということも出てきております。

今のお話絡んで、ウェブアプリとネイティブアプリの関係ということで、なかなかウェブアプリに対するサポートがないのではないかとというお話、結果的にネイティブアプリのほうに寄せていって、そこでアプリストアで課金をするというようなことになっているのではないかとというようなお話が幾つか出ております。その塊でございます。

ブラウザのレイヤーでございますけれども、OSがブラウザの拡張機能をサポートしないことによって弊害を受けているといったような話。

ブラウザの変更自体が、ウェブサービスにもいろんな負担をかけているといったような話も出てきております。

標準の設定のところでの事実上の、標準の設定は関係者が皆で決めることになるわけですがけれども、事実上の力関係、支配力などについての御指摘も出てきております。

それから、ブラウザエンジンが制限されている、それによって、ウェブの発展が阻害されているといったような話も出てきております。

最後に、有力コンテンツと書いてあるところ、これは、ウェブサービスのレイヤーの力を使って、他のブラウザなどのレイヤーに対しての競争阻害があるのではないかとということで、他のブラウザ、サードパーティーのブラウザに対して、低機能のものを出しているとか、機能制限をしているのではないかとといったお話であります。

それから、2つ目のカテゴリー、大きな塊がデフォルト設定、プリインストール、配置、あるいはプロモーションなども含めたものでございます。

このところは、御存知のように、広告のところでもいろいろ御議論をいただいたところでもありますけれども、ブラウザのデフォルト設定について、様々な事業者がどのように見ているのか、検索のデフォルト設定あるいはマップについてもいろいろ指摘が出てきておりますが、いずれにしても、共通して言えるのは、デフォルト設定などがされてしまっていると、これをひっくり返すのが民衆ではなかなか難しいと、お金を払ってということでも、とても、それがペイするようなことにはなっていないというところで

の懸念が言われております。

それから、収益配分、RSA (Revenue Share Agreement) とか MIA (Mobile Incentive Agreements) に関しての話。

あと、検索を使って自らのサービスをプロモーションするといったようなことの話も出てきております。

選択画面については、期待が、特に検索ブラウザのレイヤーのところが多いのかなという印象を受けておりますけれども、EUで行われているところは、なかなか効果が出てきていないという声も出てきております。何らかの対応が要るのではないかという懸念が出てきております。

3つ目のカテゴリーがデータの取得とか活用ということで、いろいろなレイヤーで、いろいろなデータが取れるというわけですけれども、それに伴って、イコールフッティングになっていないといったようなお話、あるいはシャーロックキングと言われているように、競合のウェブサービスなりブラウザのいろんな挙動、ユーザーがどういうことに関心を持っているのかとか、どういう機能が好まれているのかといったことについてのデータを取得して、それを使っているのではないかとといったような話。

それから、ソーシャルログインとか、自動ログインということで、結局、IDを連携させるとか、いろいろなサービスを連携させることによって、データの統合みたいなことが行われているという話も出ております。

4つ目のカテゴリーが、データとか諸機能へのアクセスを第三者に対して制限しているということで、これもいろいろなレイヤーで、特にOS、ブラウザについても出てきているということで、いろいろなレイヤーのプレイヤーから不満が出ているということで、OSの機能のブラウザに対するアクセス制限であったりとか、iOSでブラウザのエンジンが限定されているといったような話です。

それから、アプリに対してもアクセス制限といったような話もございます。

それから、通信機能に対するアクセス制限の話も出てきております。それから、NFCチップの話、決済のときの機能へのアクセスの制限なども出てきております。

それから、ブラウザから自分のサイトにだけ、特別にトラッキングできるようなデータが送られているという話も出ているということでございます。

あと、最後に考えられる対応の方向性、アイデアなども幾つか出てきております

ということで、本体のほうは、かなり飛ばしながら、御説明をこれからいたしますが、まず、全体はこういうこととございますけれども、5ページ目からが、今のモバイルOSができてきた経緯についてのお話であります。

アンドロイドが出てきて、広告収益で賄って、無料で配付するというところで、ほかのOSをやろうとしている人たちだと対抗できない状態になったといったような話であるとか、ライセンス型のPCのときのWindowsと違って、上のレイヤー、アプリのところを囲い込むというところがあるとか、OSにアプリが、ウェブベースというよりは、アプリ

ベースのサービスが多いので、OSに依存される形になっているといった経緯が書いてございます。

6 ページ目でございますけれども、日本でiOSが強かった、その背景などについての記述がございます。

それから、下半分ですけれども、アンドロイドOSが選ばれていった経緯が書いてございます。

7 ページ目でありますけれども、やはりプラットフォームだけではなくて、チップセットメーカーの動きも影響しているというお話もございました。

9 ページ目以降が、各レイヤーの特性の話でございますが、OSについて大規模な開発リソース、参入障壁が高いというお話、それから、やはりマストアイテムのような人気アプリ、それを持ってこられないとOSとしては戦えないという中で、その人気アプリが必ずしも皆が公平に取り入れられるのかということでは、実態としてはそうになっていないというようなお話がございます。

10 ページ目の下の辺りから、消費者にとってなかなかスイッチングコストが高い、OSについてですね、といったお話が、この辺りで書いてございます。

次のページですけれども、アプリストアのところは、これはネットワーク効果などの話、それから、ブラウザのところの特性であります。これは、ウェブサイトの互換性がブラウザの参入にとって非常に重要なわけですけれども、必ずしも互換性のところが、スムーズに行かないという意味で、結果として、強いブラウザが有利になって、サードパーティーのブラウザが、なかなか参入が難しいといったようなお話がございます。

12 ページです。真ん中やや下、デフォルトの優位性ということで、やはりブラウザについて、デフォルトによる影響が大きいといったお話でございます。

それから、スイッチングコストということで、ユーザーは、様々ブラウザに登録をしたりとか、データ連携の関係で、結局、連携がしやすいプラットフォーム事業者のものが選ばれるといったような話が出ております。

次のページ、ブラウザの参入障壁として、継続的な開発投資が必要だということも大きな参入障壁だという話。

それから、少しアングルが違う話、次のところですが、ブラウザというのは、かなりメンテナンスが大変だという意味で、複数のものをプリインストールすることに対してのメリットというところで、なかなか難しいところがあるといったような話も出てきております。

いずれにしても、こういった参入障壁の中で、今、エンジンとしては3つに絞られてきているというお話でございます。

検索のところの特性でありますけれども、検索の性格として、やはり公共性、広範な影響がある、ビジネスで相当影響があるという話で、検索エンジンの競争力の源泉も参入障壁のところなのですけれども、データの話もあるわけですけれども、それ以外に付

加的なナレッジボックスとか、地域の天気、翻訳等の付加機能のスキルみたいなものもあるということ。

あと、検索結果の正確性の問題は、そこに書いていないですけども、要はロングテールの対応というのは、やはりデータ力で圧倒的に対抗できなくなってしまうといったような話もあります。

サイト側でつけられるクローलに対するブロッキングコードも、サードパーティーの検索ベンダーにとっては非常にハードルになっているといったような話もございました。

16ページ目に飛んでいただきまして、ここからがエコシステムに関する懸念の具体的な話でありますけれども、やはりOSの最初の総論にあります、多大なる影響を与え得る立場にいるという総論の話から、アップデートの話として、OSのところのアップデート、ブラウザも含めてでありますけれども、いろんなところで影響があると、その上に乗っかっているアプリとかブラウザ事業者、ウェブサービス事業者からすると、それを追いかけていくのにかなり負担が重いといったような話が、この辺りで出てきております。

それから、OSの仕様変更に対するコストということで、仕様がころころ変わるが詳細の説明がなかなかないということが書かれております。

その結果、詳細仕様を読み解くのが非常に困難であるとか、周知方法も非常に粗いので、追従するのが大変だといったようなお話。

それから、トラッキングのルール変更、一部のルール変更については、プラットフォーム事業者には、影響を与えないという意味で、差別的ではないかという競争上の問題があるというような指摘も出てきております。

これは、そのほかのところでも、ところどころ似たような話、差別的な取扱い、自社にルールはかからないとか、一部の大規模事業者に対してはゆるくなっているという話は、ぼろぼろといろいろなところから出てきております。

問い合わせ対応に対しても、非常に不満があるということで、この辺りに書いてありますけれども、問い合わせてもほとんど回答がないみたいな話が、この辺りで書かれてございます。

それから、OSアップデートに伴って、アプリを開発する際に、OSをやっている人たちは、ベータ版の際にアプリもアップデートできるということで、明らかにサードパーティーはそれはできないわけですから、そこでの競争優位が明らかにあるといったような話がございます。

20ページでございましてけれども、クローズドミドルウェアということで、これは、アプリに対して、本来であれば、認証、連絡先の同期、プライバシー設定、現在地情報など、かなりコアな機能が、本来OSでオープンにされてもおかしくないようなものについて、ミドルウェアに移行されて、プロプライエタリでクローズドになっているということで、多くのアプリは、それを使わなければいけないということで、結果的にアプリの

困り込みにつながっているのではないかというお話でございます。

それから、このページ、下のほうからですけれども、それまで他の事業者のアプリが提供されていたものをOSが取り込んで、それをデフォルト化して、競争相手を排除するという話の例示も出ております。

21ページ目以降が、アプリストアの話でございます。

アプリ審査に対する不満というのは、引き続き多いということで、この辺りは、少し説明を省略しますが、様々出ております。

いずれにしてもイノベーションが阻害される、アプリでバンされるのを懸念して、すごく保守的にならざるを得ないので、イノベーションを阻害しているという声でございます。

それから、手数料率そのもので30%というのは高いというのは、様々なところから意見があって、キャリア決済であれば10%ぐらいだとか、その辺が妥当ではないかとか、規模の経済が働いているのだから、変わっていないというのはおかしいといった話が出ております。

23ページ目以降が、アプリ内課金・決済に対する拘束、これも皆さん、よく御存知の話だと思えます。

25ページ目でありますけれども、そもそも拘束している理由として、セキュリティとかプライバシーとか言われていますけれども、キャリア決済のほうが劣っているという理由はないのではないかと、回収できないから拘束しているのだと言っていますけれども、例えば、ケーブルテレビなどのプラットフォームは、わざわざ決済を拘束せずに、取引ごとに決済するのではなくて、定期定額で回収するという方法は幾らでも行われているはずだみたいな話が出てきております。

それから、ユーザーへの情報提供の制限がその下のところであります。これは、皆さん、御存じの話だと思えます。

それから、アプリストアの拘束ですね。アプリストアの拘束ですけれども、プライバシー、セキュリティが理由としてよく言われるわけですけれども、最初のポツ、ほとんどセキュリティみたいなものは、ハードウェアに組み込まれた対策が多いのではないかと、アプリの審査というのは、事実上、コンテンツの審査のチェックで、機能していないのではないかみたいなことが言われている。いずれにしても、このように縛ることによって、むしろセキュリティ、プライバシーの競争が行われていない、そういう競争圧力になっていないということの指摘がなされております。

それから、28ページ目ですか、サイドローディングができるということについても、結局、いろんな警告があるのでワークしていないというお話であります。

28ページの下辺りからは、ウェブアプリとネイティブアプリの関係ということで、一言でいえば、ウェブアプリが、いろんな技術革新もあって、ネイティブアプリと同等レベルのものができるようになってきているにもかかわらず、ブラウザのところのサポートを

プラットフォーム側がしないために、ウェブアプリがなかなかそのよさを活かさないで、結局、ネイティブアプリが有利になっているというようなお話が、この辺りでずっと28、29、30ページ辺りで出てきているところでございます。

32ページ以降がブラウザに関する話でございます。冒頭の目次のところで言いましたけれども、OSがブラウザの拡張機能をサポートしないとか、3つ目でありますように、サードパーティーブラウザに対して、機能が制約されているようなものしか使わせてくれないという意味でのイコールフットイングに対する問題意識が書かれております。

次の33ページ、ブラウザの機能変更自体もいろいろ問題が起こっているという話がこのところでございます。

35ページ目、有力コンテンツということで、ウェブサービス・レイヤーで有力なサービスが第三者のブラウザに対して低機能なものしか提供しないといったような動きについてのお話が、この辺りで出てきています。その結果、ブラウザの競争のところではイコールフットイングになっていないみたいな話が、この辺りでございます。

36ページ目以降がデフォルト設定の話でございます。この辺りは、もう既に御存知の話ばかりだと思えますけれども、ブラウザ、検索、マップのデフォルトについてのコメントが、この辺りで書かれております。

共通して言えるのは、結局、デフォルト設定、プリインストールを取ろうと思うと、相当お金を払わなければいけないけれども、それは、なかなか経済合理的にはペイしないので、これをひっくり返すのは困難なので、選択できるようなことにすべきではないかという意見が多いのかなということでございます。

40ページ目のところで、自動ログイン、これは、デフォルトと少し違いますけれども、同じような囲い込み、自社優遇的な話としてあるということです。

先に行きまして、43ページのところから、選択画面の話も若干出ていますけれども、43ページの下の方から、データの取得についての話でございます。ここは各レイヤーで、様々なデータが取れてしまうということで、44ページ目、上のほうのアプリストアとか、ブラウザでユーザーの興味、関心とか、位置情報とか、スケジュール、様々なデータが取れてしまって、ほかのサードパーティーは、そういうものにはなかなかアクセスできないので、明らかにアプリのところでイコールフットイングになっていないという話が出てきているということと、シャーロックの話、同じようにカスタマーがどういうカスタマーなのか、どういうことを望まれているかというのが取られてしまうと、企業秘密で本来であれば、公開しないような情報が、彼らは取れてしまうというお話でございます。

45ページ、ソーシャルログインとか、46ページにかけて、先ほどの自動ログインみたいなところで、データを統合できてしまうというお話でございます。

46ページ目下半分から、最後のカテゴリ、4つ目のデータ、諸機能へのアクセス制限ということで、サードパーティーのブラウザに対して限定的な機能しか提供しないと

か、47ページ目、拡張機能に対してサポートしないとか、アプリに対してもアクセス制限があるとか、通信機能へのアクセス制限、UltraWideBandの話が47ページ目以降、48ページ目が決済、NFCチップに対してのアクセスの話も出てきております。といったようなことでございます。

最後に50ページ目以降でございますけれども、対応の方向性ということで、幾つかアイデアとしていろいろ出てきておりますけれども、一番上のところにありますように、総論として、自己規制、自主規制とかと言っているけれども、それでワークしてこなったので、やはり何らかの介入がいるという御意見が出てきているということ。

それから、透明性、公正性ということで、透明化法というもので求めているようなことをより厳格な形で適用することが必要ではないかといった話。

それから、デフォルト設定などをにらんで、自社優遇をにらんで、機会の公平性を確保することが必要ではないかということで、先ほどお話ししたように、デフォルト設定をひっくり返すのは、事実上無理なので、何らかの介入でユーザーが選べるような選択の機会を与えるべきでないかといったようなお話、そのときには、デザインが重要なので、政策介入が要るといったような話が出てきております。

51ページ目の下の辺りから、公平性の確保ということで、APIとか諸機能へのアクセスの話でありますけれども、52ページが一番上の辺りですね。事前告知、こういうルールにするという告知だけではなくて、明らかに相手に不利になるようなことはしてはならないという規制が要るのではないかと、あるレイヤーで強いところが、ほかのレイヤーで自社のサービスを優遇するようなものはやってはいけないという規制が、やはり要るのではないかといったようなこと。

それから、やり方について、52ページの中ほどでありますけれども「手続については」と書いてあるところです。被害者などから違反の疑いや事実の報告があったときは、立証責任はプラットフォーム事業者側に負わせて、行政庁が、それについて内容を開示させて、検証できるように、レビューできるようにするといったようなこと、開示しない場合のサンクションをきちんと整えるということで、そうすることによって、不公正と思われるような契約を結ばないような抑止力にもなるのではないかという御指摘なども出てきております。

53ページが一番下で、データの確保についての公平性の問題、54ページで標準のところの設定についても、これは規制とはいかないかもしれないけれども、何らか牽制できないのかという話。

それから、OSを意識してでありますけれども、本来、OSのようなものが担うべき不可欠性とか、代替が難しいということに関していったときに、どこまでをやってもらうべきなのか、やり過ぎてしまって、取り込み過ぎてしまっているところみたいなことをどう考えるべきなのかみたいな線引きの話も出てきている、線引きの延長として、やはり機能分離、レイヤーごとにアンバンドリングしたりとか、あるいは公開を公平にしない

のであれば、その上のサービスをさせないというようなことを考えたほうがいいのではないかとごさいます。

駆け足で恐縮ですが、以上であります。

最後に、本日、ご議論をいただきたいことでもありますけれども、こういう現状があり、もちろん、これは事実、プラットフォーム側にも、いろいろこれから聞いていかなければいけないわけですが、本来、モバイル・エコシステムをめぐるデジタル市場というのは、どうあるべきなのか、そのあるべき姿と、今、いろいろ言われているような現状をどう評価するかということ、前半御議論いただければと。

例えば、OSのようなところは、競争が機能しないという前提で設計を考えるべきなのか、ブラウザのところは、もう少し競争させるべきということ、アプリストアのところはどうなのかといったような話、どこをどういうものとして捉えるのか、どうあるべきものとして追求すべきなのかということなどについて御議論をいただければと思っております。

また、議論に当たっての視点の例として、各レイヤーでの自社の立ち位置をレバレッジにして、他のレイヤーを強める形にして、ここの行為で事実上、自社優遇などにつながるようなことで、全体としても自社の地位を強化して、アップルとグーグルで全然やり方、追求していることも違うと思われるわけですが、この辺りの、この部分の評価をどういうふうに見るのかとか、消費者の利益と取引先事業者の利益のバランスという意味で、プライバシー、セキュリティなどが言われていますし、消費者は満足しているのではないかと、実態として消費者の利益を言いながら、取引先がかなり苦しい状況に置かれている、そのバランスをどう考えるべきか、その辺りのあるべき姿について、あるいはそれとのギャップについて御議論いただければというのが一巡目。

二巡目で、今お話ししたようなことが生じている原因について、あるいはそれが続くのかどうかといったようなことについて御議論いただければと思っております。

すみません、ちょっと超過してしまいましたが、私からは、以上でございませう。よろしくお願ひします。

○依田座長

ありがとうございました。

それでは、まず、1番、モバイル・エコシステムをめぐる市場のあるべき姿、あるべき姿と現状のギャップ、現状をどう評価するかについて、コメントを伺い、事務局からさらにコメントをお願いしたいと思っております。

○成田審議官

すみません、今日、お休みの方からのコメントを御紹介するのを忘れていました。

申し訳ございませう、本日、川濱議員と森川議員が御欠席で、事前に一言コメントをいただいておりますので、御紹介申し上げます。

川濱議員からでありますけれども、この問題は非常に複雑だけれども、明らかに言え

るのは、エコシステム間における競争ということは、いろいろその議論もあるけれども、少なくともエコシステム内では非常に強固で、競争が行われる場合もあるかもしれないけれども、内部としては、完全に強固な独占力があって、独占力の拡張が起きないという仮説に立った70年代、80年代にかけてのシカゴ学派的な発想は当てはまらないのではないかと、各レイヤーにおける力を行使することが可能であるというこの状況をどのように捉えるかということではないかというコメントをいただいております。

森川議員からのコメントが2点ございます。

1点、やはりウェブアプリというものをどう推進できるのか、そこをこのところを考えてみる必要があるのではということが1点。

2点目でありますけれども、例えば、通信の分野であれば、電気通信事業法で通信事業に関する報告義務があって、かなり強い規制がかかっていると、これは、国民に対して、非常に多大な影響を及ぼすためということで、ユーザー数とか、数などで区分して規制をしっかりとかけているということがあるけれども、国民に対して大きな影響を及ぼすという流れで、何かできないかということを考えてみたいといったような御指摘がございました。

すみません、以上でございます。

○依田座長

ありがとうございました。

生貝議員、お願いします。

○生貝議員

大変多岐にわたる論点について、詳細な御説明をありがとうございました。

まさしく、このエコシステム全体の中で、各レイヤー、OSを中心とした強みといったようなものをほかのレイヤーに対して及ぼすという形で、各レイヤーの力の再強化というものが行われてきているといったときに、そういったようなものをどのように抑止していくのかということを考えなければ、各レイヤーにおける競争は、特に少なくとも翻って、OS自身に対する競争というの、なかなか促進はされてこないのだろうということを改めて感じているところです。

まさに、アップルの場合、そして、ユーチューブとか、検索を含めたグーグルの場合というもの、それぞれのレイヤーの力の行使の仕方というものは異なるわけですが、もちろん、まさにそれらの行為というものを、どういった部分を押さえていって、全体の競争を促進していくのかということを考えなければならないのだと考えております。

ひとまず、以上でございます。

○依田座長

ありがとうございました。

上野山議員、お願いいたします。

○上野山議員

上野山でございます。

私から2点ほどお伝えできればと思いますけれども、まず、前提として、具体としての整理として、非常にこのレベルで具体化されているドキュメント、非常に有用だなと思いつつ見ておりましたところでございます。

1点目は、その中で、この具体をこのように抽象化して捉えるという整理学は重要なところを1つ御紹介するのですけれども、まず、各事業者のスタンスとか振る舞いとかとは別の話として、そもそもいろんなソフトウェアがこのドキュメントに出てきますけれども、ソフトウェアが持つ特性とか立ち位置そのものに、既に類型が存在していると思っています。

ですので、その類型が適切に類型化するということが議論の重要な出発点の1つにもなるのかなというところでの1つの御紹介でございます。

大きく4つの観点で、その4つの観点がある、ないというオン、オフで類型化できるのかなと思っていますけれども、まず、特徴1としては、これは、ほぼ全部今のドキュメントに出ているプロダクトに共通するものかもしれないけれども、特徴1が、ユーザーの粘着性が高く、特定の機能においての寡占が起こりやすいもの、検索エンジンやブラウザなどですね。それが特徴の1。

特徴2は日常接点において、使うユーザー側に最も近くて寡占が起こるレイヤー、この特徴2と特徴1というのは、少し違うものだとするとらまえる必要があると思っています。

特徴2に該当するソフトウェアは、時代によって切り替わっていく、一昔前は検索だと、今ではアップストアだったり、未来的には、ボイスアシスタントだったりということになるかもしれないのですけれども、一番ユーザー側に近いところで寡占が起こるレイヤー、これは特徴1と異なるものとして、まず、捉える必要があるのかなと思っています。

特徴3は、現状はほぼOSの話なのですけれども、同一レイヤーに他のレイヤーとの共存が実質的には不可能なもの、例えば、アンドロイドのデバイスの中に、iOSが入るといのは、技術的にはできるのですけれども、実際的に難しいと、1つしか選べない系のものというのが、そもそもあると、これが特徴3です。

特徴4は、隣接レイヤーの使用の決定権限があるレイヤー、OSがイメージしやすいですがOSだけでなく、先ほどから議論に出ているブラウザであるとか、アップストアみたいなものというものは、APIなどを決定する権限があったり、外部リンクを制限したりもできますし、クラウドから自分たちだけをアップデートしたりできるという意味で、これはOSだけの特徴ではなくて、隣接レイヤーの使用の決定権限があるソフトウェアというのもあると思っています。

この大きく4つの観点は、各事業者のスタンスとかではなくて、そもそもソフトウェアが持つ立ち位置の違いなので、これは分けて議論していくということが重要かと思

ます。以上が例えば一点目のコメントです。

ちょっと長くなって恐縮ですが、2点目は、非常に大きな論点ですが、今回やっていますモバイルOSとかモバイルデバイスというものにおける寡占というものが、そもそも従来型の寡占とどのように異なるのかをクリアにすることが大切かと思えます。

その際に、先ほどの4つの特徴の特徴2に着目する必要があると思えます。モバイルOSは、今までのマイクロソフトのOSの話とかと違って、人と常時接点するために、大きく以下2点においてユニーク、これまでの議論と異なるという視点が重要かなと思っています。

1つ目は、購買のゲートウェイになるというか、日々、今、携帯を持っているわけです。これは、どんどん身体側に近づいてくるので、日々つながりそれが商圈と同義になると言う話です。つまり、これは説明が難しく、長くなって申し訳ないのですが、ほとんどの購買が、ここのゲートウェイになってしまう可能性があるのも、これはある種、国土の、いわゆる物を買うというのは、現実空間だと、物理的に空間が分かれているので、あまり独占は起こらないのですが、デジタルの領域で全部購買が起ると、国土の独占が起こり得ると解釈できます

2個目は、通貨というか、決済とひもづくので、通貨がデジタル化されていってしまうようなたぐいの 이슈が絡んでいるのは、このモバイルOSの話です。

ですので、この2個の話においては、今までの独占の議論とは異なる観点が必要だと思っていますし、今までの旧来型の構成概念だけで語り切れないものが、この2点の話において潜んでいるというような解釈のビューを持ちながら議論していくことが重要かなと思ったのが、2個目のコメントでございます。

ちょっと長くなりましたけれども、以上でございます。

○依田座長

ありがとうございました。

伊永議員、お願いいたします。

○伊永議員

ありがとうございます。

私のほうから、まずは一般論で恐縮ですが、これまでお話ししてきたように、競争者だけから牽制力を及ぼすということでは、このモバイル・エコシステムに対する競争は働かないということで、ユーザーと取引先事業者、要は水平、垂直、上下、左右、いずれからも牽制力を及ぼしていくことが重要だということところが基本認識としてあります。そのときの取引先事業者であるとか、潜在的競争者をどう考えるかという点では、結局のところ、先ほどの上野山議員の御発言にもありましたが、アプリであるとか、ブラウザといった別の隣接レイヤーにあるプレーヤーから、潜在的競争者として牽制力が及ぶということも、今後考えられるということです。彼らの技術革新の芽を摘ませないようにすることが大事であると、このたびの報告書を読ませていただいて感じました。

もちろん、ユーザーからも、その選択を通じて一定の牽制力を及ぼすということは重要です。そのためには、認知の問題であるとか、インターフェースであるとか、選択が機能することが課題となりますが、技術革新の芽という観点からいうと、上部レイヤーのブラウザであるとか、アプリとかが多様な機能を担い始めている今、そこをつぶされないようにするというところが、ユーザーの選択肢を増やす意味でも1つ重要な点かなと思っております。

そこで、レバレッジによる隣接レイヤーの排除の問題が出てくるわけですが、自社優遇もレバレッジの一種だと思いますが、OSであるとか、アプリストアからのレバレッジをどのように防いでいくのかというのは、かなり困難な話になると思っていて、その点を、また、二巡目にお話ししようと思いますが、ヨーロッパでどのような工夫がされているかということを少し御紹介したいと思います。

とりあえずは、以上です。

○依田座長

ありがとうございました。

ここまでで、事務局のほうからリプライはございますか。

○成田審議官

いいえ、特段ございません。また、議論を続けていただければと思います。

○依田座長

了解しました。川本議員、お願いいたします。

○川本議員

よろしくお願いいたします。

様々なヒアリング結果を、各レイヤーごとに整理をいただきまして、本当にありがとうございました。

本来的には、モバイル・エコシステム上のどのレイヤーでも自由な競争、選択肢があるということが当然望ましいとは思いますが、現状は、各レイヤーごとに参入障壁がある状況で、それに対して、プラットフォーマー側も自主的な規制やルールの整備を行っていますが、その対象範囲だったり、運用の有効性という面で、必ずしも十分に機能しているとは言えないがゆえに、結果として、各レイヤーにおいて、今回見ているようなクリティカルな課題が散見している状況なのだと思います。

ですので、そこだけに頼っていくということが続くと、この状況は、今後も変わらないのかなと思います。

特に、今回の整理でより鮮明になったとおり、OSレイヤーでの課題、例えば、アップデートの問題、コードの開示、拡張機能の制限、API制限などの問題が、他のレイヤーにおける開発の競争力にも大きな影響を与えておりますし、それは、多分現状だけではなくて、今後、エコシステムが拡大していく局面で、新たなサービスだったり、レイヤーが追加されていく段階においても、スタート時点で、現在のプラットフォーマーが優

位性を保つことができる状況にあることを意味するので、この優位性をうまく活用しながら今後もプラットフォームが優位性を保っていく状況は、このままだと継続していくと思います。現状の自主規制だけではなくて、何かしらの対策、ガイドライン、規制などを検討していく必要もあるのではないかと考えております。

以上になります。

○依田座長

ありがとうございました。

塩野議員、よろしく願いいたします。

○塩野議員

ありがとうございます。

非常になかなか世の中にない詳細なまとめと思ひまして、極めて有意義と思っております。ありがとうございます。

ここで展開されているお話をなぞってしまうのですが、まず、モバイルOS、ブラウザというものが、やはり変わらないのか、これでもうゲーム終了なのか否かというのは大事だと思ひまして、やはり消費者側は、一般個人ユーザーは、かなり利便性を享受してしまっていますと、そこで特に不満はないのが現実であって、一方で、ID、決済、位置情報というものを渡しているということがあると思ひます。

では、何か害が出ているかという点、やはりそのサードパーティーの事業者が、これはヨーロッパでも言われていますけれども、イノベーションの阻害をされているのではないかと、2点ありまして、もう一つが、大きく見れば、そのレイヤーで消費者の選択肢が制限されている。もうこれは満足しているのですけれども、制限されていると。

そうすると、問いとしては、このレイヤーは、もうこれでゲーム終了か否かで、レイヤーは交換可能かどうか、ここは、先ほど上野山議員がおっしゃっていましたが、レイヤーは、もうほかに代替できないのかということを見ると、結構、現実的には、厳しいところまで来ているかなという感覚を持っております。

大きくこのレイヤーが入れ替わるときは、やはり何か技術革新が起きて社会が変わる、一番分かりやすい例ですと、PCからスマホに移った2007年前後みたいなもので大きく世の中が変わりました。個人の身体にすごい近いところでID、決済、位置情報を渡していて、ある意味、今、スマホを持っていると、ある種、国境が追いかけてくるみたいな状況にもなっています。

そうしますと、これも語られていたけれども、やはり何か害があるという点で、事業者からプラットフォームに対する主張があった際に、プラットフォーム側にコストを払わせる、それが公平性の立証責任をそっちに求めるであったりとか、いろんな課徴金、追徴金とか、いろいろ金銭的成本を払わせると。

やはり、プラットフォーム側が、大きな4つとか、そういうのとかを合わせると、

売上が100兆に届こうというところまで来ている中で、その現実を直視した上で、可能な限りコストを払わせて、先ほどのイノベーションの阻害、消費者の選択肢の制限というものを回避することが現実路線なのかなということをお話をお伺いしている中で思っていますし、そこぐらいしか手当がなくなりつつあるかと考えています。

もしあれば、大きな技術的革新で、もう一回何か変わったとき、ボイスアシスタントとかで変わるかなと思いましたがけれども、今のところ変わっていませんので、そこを現実と見るべきと考えています。

以上でございます。

○依田座長

ありがとうございました。

私自身の現状認識は、今の塩野議員の考えと非常に近くて、現状でひっくり返すのは難しい。かといって、次にそのぐらいの技術革新が、10年後、20年後、いつ来るかわからない、そういう状況において、来ることをいつか信じて、今、できる対処をしていくしかないかなとは思っております。

増島議員、お願いいたします。

○増島議員

増島でございます。どうもありがとうございます。

すみません、ちょっと入るのが遅くなってしまいましたが、キャッチアップできていると思います。

まず、このあるべき姿の話をするに当たって、おそらく2つの検討軸があるかなと思いました。

1つは、ここで書いていただいているとおり、今このWGでストックテイクをしまして、モバイル・エコシステムの個別で問題になっている事象を挙げました。現状これは、点で集めているということだと思うので、これらの点で集めたものをまさに問題点として、これを是正するための方法論を考えましょうと、こういうアプローチが1つあるかと思っています。

問題とされる事象を個別に直していくと、全体がよくなるのではないかと、こういう発想で考える。言い換えるとHarmを中心に考えるといってもいいかもしれませんが、そういうアプローチはあり得るだろうということです。

ただし、モバイル・エコシステム上のデジタルプラットフォームのビジネスモデルが、プレイヤーごとにそれぞれ違いますので、点を集めてルール化するといっても、どのようにルールを通じた是正メカニズムを作るのかというのは、技術的には、存外に難しいところもありそうな予感がいたします。

そこで1つの方法としては、先ほど、上野山議員がおっしゃったように、一定類型を決めて、この類型からアプローチするという方法があると思います。こちらの方法論を採用した場合、事業者の目線で立つと、どうなっていくかということ、基本的には「堀」、

事業創造の領域では横文字でモートなどと呼んでいますけれども、このモートに気づくというのは、競争の基本戦略であるとみんな考えてます。すなわち事業創造はまず、小さな堀を築いて、この堀によってできた一定のパワー、このパワーを使って堀を広げるというのが、基本戦略だと言われています。特にビジネスを作る側のほうの人、すなわちスタートアップ、特に競争が激しいデジタル領域の起業家たちは、みんなそのような発想を持っていて、そのためにどうやるかというのを真正面からベンチャーキャピタリストなどと真剣に議論するというのが実態です。

それをどう評価するのかというのが、私はすごくもやもやして、そのモートそのものが悪いという議論をしているのか、モートをレバレッジしてはあかんという言い方をするのか、読み物などを読みますとスティグリッツがそういうことを言っているようにも聞こえるのですけれども、そういう議論をするのか、もしくは、モートの利用方法の問題だねということであるとすると、どのようにモートを利用するとネガティブに評価をされるのか、もしくは一定の寡占事業者みたいな人たちは、それにあたると急に競争戦略を変えなければならなくなって、これまでやってきたモート拡張行為をやめなければならぬと、こういう議論をするのか、それも、いわゆる市場支配力というのを見るような独禁法的な枠組みの話をするのか、もしくは法令は抽象的に書いておいて、下位法令に基づいて事業者を指定したうえで、事業者Aの場合には、これとこれは駄目、事業者Bはこれとこれが駄目という、こういうルール設計になるのか。Harmなり類型なりで見ていく場合には、この辺りの評価の話と方法論の話は避けられない話だと感じましたというのが1点目です。

もう1つが、このアプローチがあるのか、ないのかよく分からないのですけれども、あるべき姿は何ですかという議論の考え方からすると、あるべき姿を先に考えましょうというアプローチがあり得るのかどうかということです。ちょっと技術が早いとか、ビジネスがどんどん動いていくので、あるべき姿というのが考えられるのかどうか分からないのですが、以前にこのWGでも、いわゆる分散型みたいな議論は、そういうところが若干あったように思います。モバイル・エコシステムの領域においてあるべきアーキテクチャーという議論が定まって、現状起こっているHarmとその対処方法の話をしていくというアプローチ。Harm中心というよりは、日本はどうするべきなのかというものをベースに、施策としてHarmとその解消は議論をするのですけれども、その結果として日本の政策として望ましい状態に導いていくということを考える。おそらくヨーロッパは後者のような発想から様々な領域のルール形成をやられているのではないかという感じがしていることもありまして、日本はこの点どうするのか、モバイル領域は人間を常時インターネットに接続するゲートウェイなわけですので、重要性は引き続き高いとすると、こうした戦略的な発想が必要なのかどうか、そのあたりを考えつつ対応策を考えるというアプローチがあり得るように思いました。以上です。

○依田座長

ありがとうございました。

事務局、ここまでで何かございますか。

○成田審議官

いや、大丈夫です。

○依田座長

山田委員、お願いいたします。

○山田委員

ありがとうございます。

皆さんと重ならないようにということで、私自身は、何か規制をやらないといけないのだろうなというのは感じるのですけれども、どこまで規制を、どうエコシステムをコントロールするのかという介入の程度が難しいと感じています。

最終的には、これは、GAFaを含む大きいプレイヤーのビジネス界における富の再配分の話なのではないかなという気がしてまして、結局、小さいプレイヤーのイノベーションということが、すごく強調されるわけなのですけれども、大きいプレイヤーのイノベーションというのもあるわけで、逆にお金をいっぱい持っている人のイノベーションのほうが起爆剤としては大きいという側面もある、逆に言えば、人類の進歩のスピードみたいな、そういう大きな観点からすると、もっと大きなものが作れる可能性があるという側面も否定できない。

私自身は、独禁法という規制について、会社の皆様に、現実のリスクとしてこれはまずいですか、オーケーですかというのを答える立場にあるので、あえて言えば、GAFaも利益を巨大に上げて、それを無駄に使っているわけではなくて、あまり表面には出てこないような次の、おっというようなところにばんばん巨額な投資をしているわけですね。

逆に、規制上、これは許されるのですかという質問があったときに、できませんよという答えになったときには、やらないという企業カルチャーを持つ場合も少なくないのではないのでしょうか。そうすると、規制上できませんと言ったときに、独占とかいろんな理由で、将来のこういうビジネスモデルは危ないと言われるのだったら、投資回収できないから、これはR&Dとしてやめておこうと、そういう判断につながっていくリスクを、現実の懸念として目配りする必要がある。

その中で、どこまで規制をやるかという話なのだろうなと思います。正直、電気、ガス、ブロードバンドとかとは、少し違う、プラットフォームは補助金とかもなく、一企業が築き上げたものを、フェアなビジネスを促しつつ、イノベーションのインセンティブも維持する、そのバランスをどのように取るのか。私自身は、エコシステムがどうあるべきかという点については、あえて言えば、一連の小さいプレイヤーよりは、ポテンシャルの競争者がおっしゃっていることを聞いて、今の世界中の独禁法の運用でもキャッチできない事例、違法にはならない事例というのがかなりある中、これをどこまで新規制で救うのか、という観点が必要だと考えています。要するに、これが濫用に当た

るのか、因果関係がないと、濫用にはならないという独禁法の運用を何十年とずっとやってきたものを、逆に東南アジアの当局などが、精緻な線引きに失敗したりすると、ものすごい批判されてきたみたいな独禁法の歴史があるわけですね。

だから、この運用の歴史を一気に覆して一般の独禁法の適用で規制するようなエコシステムの作り方はまずいと思っているのです。IT産業特有の問題に対応するためのものなので、ほかの産業に当てはめると收拾が付かなくなってしまうような形で独禁法を適用してはよくない。独禁法の実務の歴史の中で積み上げられた精緻な線引きをがらがらと崩すような解決方法は好ましくない、だから、やはりその線引きを見つけ出すプロセスは、必ずしも独禁法ではないのではないかと。

プラットフォームが次に投資するインセンティブがまだ残るように、新規参入者や競争者の過度のフリーライドは許さない、というぎりぎりの線引きがどこなのかは、正直、本当のことを言ってくれるかというのはあるのですけれども、大きいプレイヤー自身が一番分かっているのです。

だから、そこをどうやって見つけ出せるのか、正解は絶対に出てこないのは分かっているのですけれども、そこに一番近いところを、政府のいろんなプロセスの中で見つけるという努力が必要で、だから、訴訟などは、いろいろ証拠が出てくるので、いいプロセスなのかも知れません。モニタリングなどいいプロセスなのだと思うのですけれども、お門違いなところで政府が線を引かないように気をつけることは常に存在する。

そこは、最初に言った理由で、GAFAも物すごい大きな次の投資をしているという事実を忘れてはいけないのではないかとというのが、若干抽象的ですが、私のコメントです。

○依田座長

ありがとうございました。

泉水議員、お願いします。

○泉水委員

よろしくお願いします。

私も、これまでにできていない意見を言ったほうがいいと思います。これまで、皆さん方がおっしゃったことは、そのとおりだと思うのですが、できていない意見をあえて言わせていただきたいと思います。

今日の一巡目のテーマというか、今回、様々なHarmの候補、あるいは、少なくとも事業者にとっても、こんな困難が生じているというものを丁寧に出されていたわけですが、そうすると、今後、それをつぶしていくという作業になるのかなという気もするのですが、果たしてそうなのかなというところ、必ずしもそうではないかもしれないという点を挙げたいと思います。

今日のテーマは、モバイル・エコシステムをめぐるデジタル市場のあるべき姿で、あるべき姿、そんなの分からないよと、言われた人が何人かおられました、あるべき姿は何なのかをちょっと考えてみたいのですが、それは、例えば、自己優遇とか、差別的

取扱い、今回、様々な形で、そういう事例が出てきているわけですが、それを考えた場合に、どのような場合に、自己優遇や差別的取扱いがあるべき姿から乖離しているのか、あるいはギャップがあるのかというのを考えてみたいと思うのです。

例えば、検索の場合には、グーグルで検索をすると、最初のところにグーグルのサイトというか、グーグルの広告みたいなものが出てくるのです。ただ、それは広告と書いてあるから、みんな広告と考えるので、最初にグーグルの広告が出てくるけれども、それは、一種の自己優遇だと思いますが、それは問題ないと日本では考えられているのではないかと思います。

では、どのような自己優遇あるいは差別的取扱いが問題なのかなのです。これは、幾つかの考え方があると思うのです。

1つは、OSをめぐる様々なレイヤーがあるわけですが、様々なレイヤーにおいては、常に、完全にみんなレイヤーのプレイヤーはイコールフットイングであるべきだと、そういう考え方があると思うのです。全てのレイヤーにおいて、OSは一種の中立的な存在であって、いろんなレイヤーのプレイヤーはイコールフットイングであるべきだと、こういう立場が、極端な立場かもしれませんが、1つあると思います。

ただ、極端といっても、例えば、技術標準、これは共同行為を伴うので、本件のような単独行為とは異なり、競争法上、大きな違いがあると思います。ただ、共同行為ではありますが、技術標準などは、そういうもので、技術標準を作れば、それを利用する様々なプレイヤーが上や下にいるわけですが、彼らは基本的にイコールフットイングが確保されている。技術標準との関係では、イコールフットイングが求められていると考えられます。

あるいは、アメリカなどでも聞くとところによると、このデジタルプラットフォーム事業者については、かなりいろんな意見があって、例えば、銀行と商業の分離のように、一種の銀行として、商業とは完全に分離するというような考え方も提案されているようで、これも一種のこのような考え方だと思います。

一方で、このような考え方があるわけですが、他方においては、垂直統合モデルというのは、それなりの効率性とか、場合によって競争促進効果があります。他方では、レバレッジが働くので、レバレッジという考え方から言えば、かなり反競争的な効果が発生している可能性もありますが、レバレッジという効果と、他方では効率性、あるいは競争促進効果があるので、そうだとすると、一定の範囲では、自己優遇とか差別取扱いが許容されるのではないかという考え方があると思うのです。

これについて、どの立場を取るのかと問われると困るのですけれども、でも、何かそれについては、ある程度、共通の理解がないと、この問題について、判断ができない、あるいは対応ができないのではないかというむちゃぶりをしているのですが、そういう気がします。

結局は、大きなHarmが発生していて、それが利用者にも事業者にもプレイヤーにも大

きな問題が発生している。そういう事象が出てきて、それに対する対応するというのが、結局は最終的なアプローチになると思うのですが、ただ、その前に差別的取扱い等について、基本的な考え方としてのデジタル市場のあるべき姿を見て、それとのギャップ、どこにギャップがあって、それはどういうHarmなのかというのを、もう少し意識したほうがいいかなと思いました。少し長くなりましたが、私のほうからは、あえて、この場に出てきていない意見を述べさせていただきました。

以上です。

○依田座長

ありがとうございました。

小林野村総合研究所上級コンサルタント、お願いいたします。

○小林野村総合研究所上級コンサルタント

今、お話しいただいたテーマと続けて、あるべき姿についてお話をさせていただきたいのですが、そもそもこのあるべき姿、ギャップということを考えるときに、今、OSが2つありますと、OSが2つあって、この上で動くアプリとか、プレイヤーがどうも、そのOSを提供している事業者と競争環境が同じではないのではないかというのが、多分、一番問題になっているところです。そもそも場を提供している人たちが、その上位のプレイヤーにどこまで関与できるか、関与したときに、その公平性が担保されていないのだったら、それは、制限されてしかるべきではないかというのが、そのあるべき姿の一番当たり前の話なのですけれども、そこが、今、十分に確保されていないのではないかというのがあるのだと思っております。

もう一点だけ、こちらは、私が従来からずっと言っている話なのですけれども、データ発生源の確保ということ、今回も大きなテーマとして挙げていただいているのですけれども、この発生源の確保というのは、OSなり、デバイスを握る事業者がかなり強い立場を得られるというのが、競争性としてはすごく、場の上でプレイする事業者とは、大分差があるところと思っております。そのときに、ちょっと違う視点で申し上げると、アップルとグーグルの間で、そもそもその移動というのが、ほとんど今、行われていないと、日本の市場だと7対3ぐらいですかね、これが何でかという、やはりプライバシー、セキュリティに端を発するセキュリティのポータビリティというか、持ち運びというのが、アンドロイドとiOSの世界で分かれていて、ここの移動がしづらくて、ユーザーが多分制御されているのではないかと、閲覧履歴とか、視聴履歴とか位置情報とかとはまた違うレベルで、セッティングのレベルでのデータの持ち運びというものが、これができるか、できないかというのがあるのですけれども、そこが制約となっていて、OS間の競争というの、また、新たに入ってくる事業者にとっても制約になっているのではないかと。そもそもOS間での移動というのは、今、ほとんどなされていない状況なので、そういったものもできるようにするというのを考えるときには、データ発生源といったときに、単なる日常的にログのように発生しているデータだけではな

くて、認証系のデータも含めて設定に関する情報というのも、相当なポジションを占めているのではないかと思いました。

以上です。

○依田座長

ありがとうございました。

事務局、ここまでで、何かコメントはございますか。

○成田審議官

いや、大丈夫です。

○依田座長

では、次に、2番モバイル・エコシステムをめぐる現在の問題が生じている原因について、コメントをいただきたいと思います。

小林野村総合研究所上級コンサルタント、お願いします。モバイル・エコシステムをめぐる現在の問題が生じている原因、よろしくお願いします。

○小林野村総合研究所上級コンサルタント

今もお話ししたことと、ほとんど変わらないのですが、結局、OSプレイヤーがどこまで上位のアプリなり、サービスのレイヤーとの間の線引きをするかどうかというところが大きいと思っております。

例えば、電力会社とかが電力を提供しますね、その上のサービスというものを提供するとき、自社優遇ですということで、電力をただで使いますということは、多分ないと思うのです。同じ料金で使うわけなのですけれども、そこの親和性というのが、そもそもあまりなかったというところもあるのですが、このモバイルOSの世界ですと、OS提供者が上のアプリを提供する、さらにはサービスを提供するといったところに、ものすごく強い親和性がある、優遇というか、有利になりやすい。

先ほど述べなかった話として、1つ、やはりOSを使い続けることによって、OSなり端末を使い続けることによってデータ発生源を押さえますと、この発生源がどこにあるのですかというのも重要です。グーグルとアップルは全く別で、グーグルは、自分のクラウドにデータを持ってきて、その中で相当程度活用されている。アップルのほうは、自分の端末の中で、オンデバイスインテリジェンスということで、そこでまたさらに自分でいろいろなアルゴリズムでデータを活用している。それが、例えば、プライバシー、セキュリティに寄与するので、個人の消費者構成にも寄与するのですという話があるかもしれないのですが、そこの部分について、やはりOS事業者がかなり優位な立場にあるということはあって、そこへのアクセスというものを、今後どうやって確保していくのか。グーグルの場合は最近ではFlocとか、オンボードインテリジェンスとして使うという場合もでてきていますけれども、グーグル、アップルなりが自社で蓄積しているデータまたはインテリジェンスというものを、どうやってその場でプレイする事業者に対して開放していくのか、提供していくのかというところが重要になってくると思

っています。

○依田座長

ありがとうございました。

泉水議員、お願いします。

○泉水議員

よろしくお願ひいたします。

現状における問題点が発生している原因ですが、これは、先ほどのお話と全く賛成なわけでも、要するにOSにおいて支配的な事業者であるものが、他のレイヤーにも進出して、そこでOSの力をレバレッジとして働かせて、それで他のレイヤーにおいても、囲い込んで支配的な地位を得ると、そういう仕組みができています。それには、いろんな原因があると思いますし、OSで支配的な事業者の場合には、レバレッジを経済的にも働きやすいという面がある一方で、競争上、不当な方法でレバレッジを働かせるということがあって、これがとりわけ問題なのではないかと思います。

不当な方法でのレバレッジの働かせ方には、いろいろなものがあると思うのですが、私は競争法の研究者として最近見た事例とか、今回の資料でもいろいろな事例を見させていただいて、これは本質的なものというよりも、周辺的なものかもしれないのですが、こういう問題があるのではないかという点も1点だけ申し上げたいと思います。

それは、セキュリティとかプライバシーを理由としてお客を囲い込んでしまう、セキュリティ上の問題、プライバシー上の問題だから、これは第三者、競争者には提供できない、川下、川上の事業者には提供できない、あるいは自分がするのだという形で、セキュリティやプライバシーを理由として顧客を囲い込むということが、かなり多く見られている、今回でもそういう事例がかなり多く見られているように思います。

事業者としては、当然、レバレッジを働かせたいというインセンティブは非常に強くあるわけですから、いろんな形で、いろんな名目でレバレッジを働かせる操作をするわけですが、その中の非常に事業者にとって有効な方法、問題のある方法であるのですが、セキュリティ、プライバシーという理由を挙げるとというのがよくある、今回でもそうなっていると思うのです。

これについて、どう対応するか、これから考えていかなければいけないのですが、1つは、もちろん、それについてもHarmとセキュリティとのトレードオフがあるので、Harmが大きければ、例えば、個人情報といった絶対に保護しなければならないものを除けばですが、それはトレードオフの関係にあると思うので、Harmとセキュリティとの関係を、トレードオフを見ながら、Harmのほうが大きければ、それは介入していかなければいけないということになると思うのですが、ただ、その立証が大変で、特に独禁法の競争当局とかが大変なので、これについては、それらの証拠に最も近い位置にいるのは事業者ですので、立証しやすい、事業者の側で、OSの支配的事業者の側で、これはセキュリティとかプライバシーの関係から、こういう措置がどうしても必要なのだと、そ

これはHarmよりも大きなものなのだと、立証を事業者の側に求めなければいけない、事業者の側で立証をされなければいけないと思います。

この後、この会議のプロセスも、そういう形で、やはり事業者の側にそういうセキュリティやプライバシー上の理由があるのであれば、具体的にはどういうものなのか、現在とっている仕組みというのが、それとの関係で妥当なものかということを実証していただいて、判断していくという仕組みにしなければ、到底対応できないのかなと思います。

このあとできる立法を含めた仕組みも、結局は、そのような形で事業者側に開示というか、説明を求めるということになるのかなと考えております。

私のほうからは、以上です。

○依田座長

ありがとうございました。

山田議員、お願いします。

○山田議員

ありがとうございます。

非常に回答が難しいのですけれども、グーグルについては、ただで始めたというオープンでやっていた、ここがやはり、その影響をあまり気づかずに、ぼっといろんな人が集まったと、ここが始まりで、かつ、会社として何でもかような制限を加えなければいけなかったかといったら、やはり、フリーでやるとか、最初、魅力的な製品だけれども、ものすごい投資しているのに、それなりに消費者にアクセスできる価格で売れた理由というのは、その後、やはりお金を回収できるという、そのお金の計算が、そのほかの今後のビジネスで制限を加えるから、そこでお金が回収できると、全部リンクしているわけですね。その全体像が分からない中で、どんどんコンタクトを作ってきた第三者のカウンターパーティーがいた中で、こういうシステムが全体になってきたと、そういうことなのだと思うのです。

可能だったのは、恐らく規制がなかったからで、このいずれの会社も、やはりものすごい厳しく、事前に、これがオーケーかというのは、一応調べているわけですね。あえて言えば、アメリカの独禁法の規制が緩かったからというのが理由なのかもしれないですけれども。

○依田座長

ありがとうございました。

増島議員、お願いします。

○増島議員

ありがとうございます。

問題の原因というところを、これは本来は上野山議員のほうに適任ということだと思うのですけれども、上野山議員も企業を背負っているのです、なかなか言いにくい部分も

あると思いますので、事業者さんと、いつも、特に小さい事業者さんと一緒にやっている立場でお話をさせていただきますと、まず、事業者さん、特にインターネットでビジネスをしている人たちは、このインターネット空間でのビジネスを成功させるためにまず構造から読み解いて、構造上の脆弱性、攻め手を見つけて、そこを突いてどうやって競争優越性を作るかということを考えます。

このようなことをする中で、当然規制は目の前にある場合がありますけれども、規制の手が届かないようにテクノロジーを用いてハックするということを考えて、それを繰り返してビジネスを作っていくのです。これは、エンジニアの人たちがビジネスをやるときは、すごく自然な発想だと思うのですが、現にそのようになっているというのが事実です。

そうすると、テックのほうはハードもどんどん進歩して物理的な限界がなくなり、またソフトウェアもオープンソースのコードがギットハブなんかで次々シェアされたり新しい技術が技術系ウェブサイトでどんどん解説されたりしますので、テクノロジーはどんどん深いところに入っていくのです。これはソースコードのレベルでも、今だとアルゴリズムのレベルでも、そういうことはすごい勢いで起こっていて、他方でユーザを含む我々社会一般に見えているのはインターフェースのみで、その後ろ側は文字通り本当に見えないと、こういう状態になっているということだと思っています。

今、例のフェイスブックの内部告発が注目されていますけれども、やはり中の人でないと本当に分からないことというのがいっぱいあるということです。我々は外から見ていて、「こうしなさい、ああしなさい」というと、事業者は「やりました」と言うのですが、それは、本当に我々が見える表面のみでやっている。技術者のこれはこれまで延々とやってきたハッキングの延長線にあるということです。そうしますと、テックドリブンな会社は、世の中に対して「やりました」と、どうやったら、やったように見えるか、またマスコミがそのように報道するかということを研究して、その施策を打つのです。推測ですが、世間的に問題視されている課題に対する対応策として複数の選択肢を内部で用意して、そのなかでマスコミに最も受けるけれども一番実効性がない、つまり自らのビジネスに影響がない方法はどれか、ということデータをもとに予測するということがすらやっているのではないかと。自らの競争上の支配力の本質がそがれないようなことを、見えない部分でしっかりと確保したうえで、我々に見える表だけが出てくるという、こういうことが繰り返されているのですと、こういうことなので、この行動にどのようにメスを入れますかということをやらない限りは、何かどこまでいっても弥縫策にしかならないという、こんな感じがすごくするのです。

これもちょっと、いつもこの話にどうしてもなってしまうし、EUもそういうふうに見ているし、例のフェイスブックの内部告発をした人も、結局、そういうことを言っているのだと思うのですが、ガバナンスなのだと思うのです。どこまで行ってもガバナンスの問題だと捉えるのが多分正しくて、ガバナンスの部分のどのようにア

アプローチできるのか、要するに根本原因はそこにあるということだと思うので、そこへのアクセスの方法として、どういうやり方があるのか、特にネット企業だと、ヘッドクォーターにしかガバナンスつまり統制する機能がなくて、ローカルは情報収集の拠点、政府とのリエゾン、販売の拠点という話になるので、どこまで行ってもタマネギの皮みたいになかなか根元に迫れないですし、きっとお話を聞いたところで出てくださる人たちというのも、そういうところはしゃべってくれない。しゃべってくれるのは内部告発をしてくれる人だけだと、こんな感じに見えているので、仕組み的には、内部告発に相当するところから出てくるような情報がちゃんと取れるようなモデルがどこかに組み込まれていないと、どこまで行っても実効性があるようなものにならないということなのではないかと思いますということです。

以上です。

○依田座長

ありがとうございました。

塩野議員、お願いします。

○塩野議員

ありがとうございます。

もう皆様、いろいろお話をされていると思うのですが、この問いに関して、OSレイヤーの仕様決定と排除することができるというのが大きく、この状況としては継続すると思います。

山田議員がおっしゃるように、本当にIBMとかの時代から全てはサイクルなので、何か次の革新が起きたときに変わるみたいなのがあると思うのですが、ただ、大きいなどずっと思っているのは、このプラットフォームの持っているものが、やはり人々のコミュニケーションであったり、人間関係を人質にしている面とかが、実際には社会的にあると思っていて、そこで、これを人質にされた際に、満足している個人が変える何かというのは、なかなか難しいのではないかと思います。

少し違う話をあえてすると、グーグルの場合はアンドロイドは買収してきたもので、それをスタートアップのときに買収して、一説には50億円程度と言われているのです。そこで、私も日本の電機業界とか、自動車業界にそこそこの年数、こういうプラットフォームの話とか、プラットフォームの構造、戦略の話をしてきましたけれども、やはり、自分たちには関係ない、できない、そういうのもありますねというようなことが、日本の大企業の経営陣の中にすごくあって、今、ここでお話しされているようなことを完璧に理解されている方は、ほとんど皆無だと思うのです。

そうした企業の理解の中で、ある種の独占というか、新しいタイプの独占が進んで来て、今、ここに至っているように思いますので、ここで話しすべきお話を分からないのですが、日本の意思決定をしているような企業経営者のリテラシーの問題というのは、結構大きいなと思っていて、何でこれが問題なのか、自分たちでできる

ことは何なのですかと、アンドロイドは、そんなに安かったのですねというような話をずっと聞き続けていますので、それは思います。

あと、先ほど、増島議員がおっしゃった内部告発というのは、実際には大きなツールだと思っていて、米国SECが莫大な報奨金、何十億円みたいな話を出していますけれども、ああいったものをせざるを得ないようなガバナンスの状況というのが、私もそこは深く知らないですけれども、あって、それは強烈なインセンティブ設計がされているなど眺めております。

以上でございます。

○依田座長

ありがとうございました。

川本議員、お願いします。

○川本議員

ありがとうございます。

モバイル・エコシステムの現状の問題、発生している原因というのは、皆様、おっしゃられているとおり、プラットフォーマーが各レイヤーの優位性、特にOSレイヤーの優位性をレバレッジにほかのレイヤーに影響を及ぼすことができている点が一番大きいのではないかと思います。

この状況というのは、現状何か変わらない限りは、今後エコシステムを拡大していく中でも続いていくのではないかと思います。

参入障壁をうまく作って企業活動をしていくことは、当然といえば、当然なので、特にプラットフォーマー側も規制の動向などをすごく注視しながら、うまくビジネスの方向を検討してきているというのが現状です。彼らが挙げる制約の1つに、セキュリティやプライバシー対策がありますが、そこを単純に都合の良い理由として使っているのか、実態として、本当にGDPR対応だったり、適切なサイバーセキュリティ対策のため、確かに現状の外部へのアクセス制限などが必要なのかという点は、まだ、本当の実態のところは把握できていないと思っています。

ただ、本当に今のプラットフォーマー側の対応が妥当なのかどうか、ここまで掘り下げてこられていないので、プラットフォーマー側で、実際、自主的に対応できる場所はどこまでなのか、一方、どこまで規制やガイドライン等で制限をかけていく必要があるのかというところを見極めていくためにも、この辺り、今後、プラットフォーマー側にヒアリングを行う際は、テーマの1つとするとよいかなと思います。

あとは、ちょっと話がそれるかもしれませんが、今回のモバイル・エコシステムの中で列挙されている課題の中でも、ことの大小というか、重大性の大小があつて、レバレッジを効かせることによって、別レイヤー、新たなサービス展開においても大きな優位性を持つものや、今後、10年後とかにイノベーションが起きたときにも、ここを押さえられてしまうと、取り返しがつかないというような課題の抽出が必要で、例えば、デ

一タの発生源の確保とか、利活用問題みたいなものが、まさに、この1つだと思うのですが、それ以外にもクリティカルな課題はどこなのかという整理は必要だと思います。

以上です。

○依田座長

ありがとうございました。

伊永議員、お願いします。

○伊永議員

ありがとうございます。

皆さんがおっしゃられること、そのとおりで思っていて、それに加えてという形で、私が今持っている知見の中でお話をしたいと思います。

まず、問題行為の線引きの話ですけれども、これは積極過誤の問題、積極的に違法として取り上げたり、問題行為として取り上げることが、技術革新の芽を摘むことになっているのではないかという問題がありますので、これを避けるためには、問題行為を特定して、その行為について、個別に措置を取っていくというのが基本だとは思いますが、それでも、それでは、ちょっとうまくいっていないというのが、競争法の世界で、EUでは明らかになってきていますので、まずは、それを御紹介したいと思います。

GAFAL隆盛の1つ前にマイクロソフトがOSの世界ではウィンドウズで支配的な力を持っていたわけですが、そのウィンドウズと別の商品を抱き合わせした事件というのが、EUで2000年代に2件取り扱われていまして、それが、ウィンドウズとメディアプレイヤーの抱き合わせと、それから、ウィンドウズとインターネットエクスプローラー、ブラウザの抱き合わせの2つ事件になります。どちらの事件もEU競争法で違反にして措置が取られたのですが、実は、その措置自体が迂回されてあまり意味がなかったという調査が最近出てきまして、特にブラウザのほうは、マイクロソフトに選択画面を作らせて、それで選択をさせるという形のインターフェースに変えさせたのですが、それでも意味がなかったとされています。これまでも、措置に違反しないかたちで様々な嫌がらせが可能であるということが分かっていますので、そういった迂回が可能な措置というのは、特に問題行為を特定した場合には弱いということが分かっていたのではないかと思います。

問題行為を特定した上で、問題となる市場であるとか、レイヤーも特定していますので、そことは違うところで嫌がらせが起きてしまって、その結果、以前とは違う形で、結局選べないような状況が続いているというような状況では、意味がありません。結局のところ、問題行為をせつかく特定したにもかかわらず、その問題が解消しないということが起きているのだとすれば、同じ轍を踏む限り、根本的には問題は解決しないと思っています。

では、どうすればいいかという点については、極論からいえば、問題解消をさせる措置を、要は構造措置にしてしまう、分割であるとか、上下レイヤーを別の会社にしてし

もうというのが1つあります。それが、欧米で分割論が、今、盛んに行われていることの1つの理由だと思っておりますが、分割という措置だけでは、様々なところに波及する問題でもありますし、ちょっと極論過ぎます。そのため、もう少しソフトな方法がないかというところで、レイヤーを限定しないで、理念型ですけれども、非差別的な取引を行うことというような内容で縛っていくというのが、例えば、DMA（デジタル市場法）なのではないかなと思っております。

レイヤーを限定しない、それから、行為を具体化しない理念的な形で抽象的に縛るといふことなので、それは、積極過誤も起こり得ることになると思うのですが、それでも消極過誤よりはましだという判断をするかどうか、というところにかかっているのかと思います。この点で、競争法、独禁法も含めて、問題行為を特定して行う、行為規制の限界もあろうかと思っております。しかし、透明化法が適当なのかどうかは分かりませんが、特定のデジタルプラットフォームに限定して、事業分野も限った上で、上下レイヤーを問わずに問題行為を規制するというようなやり方も十分検討に値するように思いました。

以上です。

○依田座長

ありがとうございました。

生貝議員、お願いします。

○生貝議員

ありがとうございます。

ここでお書きいただいているような原因ですとかが継続するのということについては、まさしくほかの議員がおっしゃっていただいたとおりで思いますが、やはりこうして具体的な状況を見ていると、改めて伊永議員から御紹介いただいたような、例えば、構造分離でございますとか、あるいは特にヨーロッパのDMAをはじめとしたような関与の在り方というものの理由は、改めてよく分かってくるなと感じております。

あと、抽象的に3点くらい、特に競争以外のデジタルプラットフォーム規制を見ても重要だと感じることを手短になのですけれども、1つは、まさに山田議員が一巡目でおっしゃっていたことと関係して、やはりこのデジタルプラットフォームの特性、今回でいえば、モバイルコンテンツ独特の特性といったようなものを特に抽出して、その枠組みというものを考えていく必要があるのだろう。

やはり、このレイヤー構造、そして、それ同士の結びつきというのが極めて常態的であって、そして、データの集積や、そのスイッチングやインターオペラビリティ、ポータビリティというところが極めて重要であって、あるいはセキュリティ、プライバシーの議論というのが、常について回るといったような特性というものをどう捉えて、そこでデジタル分野特有のルール形成というものをどのように考えていくかというのが大変重要なのであろう。

2点目については、関与の迅速性というところでございます。やはり、新しいレイヤーでプレイヤーが参入してきたとしても、それが市場を取る前に、まさに事前に芽を摘んでしまうことが事実上可能なポジションにいらっしゃる方々がいると、それをどう積極的に迅速に対応していくかということと同時に、また、当然新しいプレイヤーが参入するかどうかという判断も、例えば、そういったインフラのリソースにどの程度アクセスできるのか、あるいはルール of 明確性、透明性というものに対する、当然、事前の計算というものが参入の是非というものの判断になるわけでありますから、事前の明確なルール、できれば、事前規制というところも含めた対応の在り方というものを考えていく必要があるのだろう。

3点目としては、やはりお話に出てきたところも関わって、知識ギャップというところでございますね。立証責任の在り方というのは、当然、極めて重要になりましょうし、また、増島議員がおっしゃっていたようなこととも関連して、例えば、実際の行為というものが、こういった規律を守るに当たって、本当にそのように対応しているのかということ、例えば、外部から、政府当局等がデータアクセス可能にするとか、あるいは、これはヨーロッパのほうでは、デジタルサービス法のほうでありますけれども、外部監査の人間というものを年に1回入れて、そのレポートを作らなければならないといったようなことも、別の文脈では検討されているところでございます。

まさに、外と中の知識ギャップをどう埋めていくかのということも、この分野では重要なのだろうということを感じたところです。

以上です。

○依田座長

ありがとうございました。

ここまで2点にわたって御議論いただきました。

ここで簡単ですが、私の個人的な意見をつけ加えたいと思っております。

まず、OS、ブラウザ、アプリストアというものを垂直に独占する、その独占の仕方がアップルとグーグルでは違って、アップルは、ブランド力で、垂直統合に芯を通しています。グーグルは、両面市場という収益的なモデルを、無料ビジネスを展開する形で成功した。

その前提には、検索エンジンというすばらしい技術があったわけですが、それぞれが違った形で2大帝国を作っています。

彼らは、それぞれ20兆円、30兆円の売上を持っていて、企業価値は200兆円まで達している、そういう意味においては、企業としての収益力は、世界でかつてない巨大なものを持っていますが、Harmが大きいかということ、まだ大きくないけれども、これから顕在化して大きくなると思っています。

彼らは、まだ本当の意味でマネタイズできる人間や世界を支配できるほどの個人情報を持って、かつ使っていない。24時間接点を握られていて、我々以上に我々を知ってい

る存在としてグーグルもアップルも存在してきまして、我々がどこにいるかという位置情報、そして、我々が一番気にする健康情報、そして、我々が、どういうものに価値を見出してきたかという金融決済情報、この3つを取られて、彼らが本気で使ってきてマネタイズしてくると、もう我々は何もできません。

そういうようなマネタイズされたとき、パーソナルデータを全部取って行って、彼らが本気で使うようになってくると、我々はもう抵抗できません。

経済法の根幹にあるのは、消費者主権で、消費者が合理的であって、選択の自由が社会厚生あるいは消費者余剰を最大化するという考え方があるわけですが、そういう考え方が成り立ちません。そうすると、反トラスト法などというのも机上の空論で成り立ちません。

ちょうど50、60年前にハーバード大学の異端の経済学者ガルブレイスが予言したように、依存効果で、消費者の価値観そのものが、GAFA、端的にグーグルとアップル等に作られて、意のままに操られる存在になっていきます。20世紀に我々は、帝国主義の対決で地獄を見たわけで、21世紀に、また、違った形の地獄を見る可能性もあると思っていて、ジョージオーエルが描いた世界というのは、今でも勉強になっていて、彼が1984の中に描いたテレスクリーンという双方向性モニターで、絶えず市民がビッグブラウザという独裁者ににらまれている世界観が1984から数十年経ってかなり来ている。

そういう中で、スマホ問題というのは大きくて、でも実際できることは非常に少なく消費者が選ぼうと思っても選べません。でも、何もしないわけにもいかないのだから、我々としても、国民の負託を受けている立場ですので、考えていきたいと思っております。

ヒアリング等で確認すべき事項や、プラットフォーム事業者の確認すべき事項というのがございまして、非常に重要なヒアリングになっていると思う。特にGAFA、グーグル、アップルにヒアリングをしていくときに、何を聞いていけばいいのかというのは、議員一人一人考えていただく必要があると思っていて、時間は、今日はもうございませぬので、どういう事項をヒアリングをすればいいのかのところを、事務局のほうで立ててもらって、ヒアリングが有意義なものになるように、筋道を描いていただければいいかな、と考えています。

事務局のほうで、成田さんのほうに、そこら辺のところに戻します。御連絡等をお願いいたします。

○成田審議官

本日は、2時間にわたり、非常に示唆に富む御議論をいただきまして、ありがとうございました。

ヒアリング等で確認すべき事項について、我々のほうでも今、整理しておりますが、まず、事務局ベースでも、彼らからも当然細かいところまで含めて、いろいろ聞いていこうと思っておりますし、そういう中で、ワーキンググループでもということになって、二層で考えていますが、もしよろしければ、今週、15日金曜日辺りまでに、これは聞いて

ておくべきではないかというコメントがあれば、メールで事務局の中川までお知らせいただければと思っております。ヒアリング自体は先になると思いますけれども、早目に送らなければいけないという事情もあるので、少し急なお願いでありますけれども、よろしく願いいたします。それが1点であります。

あと今、座長からありましたように、ヒアリング内容については、ちょっと我々のほうでも整理をしていきたいと思えます。

それから、あと事務的な話もついでに、そのままお話しさせていただきますけれども、次回は、10月27日の10時から12時で、次回はボイスアシスタントとウェアラブルについての話、プラスちょっともう一点お願いするかもしれません。

私から、以上であります。

○依田座長

どうもありがとうございました。

このワーキンググループも、かれこれ今日が27回目、ずっとやってきて、いよいよ本命本丸の一番大事なところ、21世紀の我々の生きる社会に関わるところに差しかかっているかなという印象を経済学者としては感じております。

ぜひ、事務局も議員の先生方も、このヒアリングをしっかりとしたものにしていきましょう。それが座長からのお願いでございます。

それでは、以上をもちまして、本日のワーキンググループを終了いたします。

ありがとうございました。