

デジタル市場競争会議ワーキンググループ（第31回）

1. 開催日時：令和3年12月10日（金）13：00～17：00

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

川濱 昇 京都大学大学院 法学研究科 教授

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

森川 博之 東京大学大学院 工学系研究科 教授

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）プラットフォーム事業者からヒアリング

Apple

Google：Kareem Ghanem, Director, Government Affairs & Public Policy（当時）

Amazon：Ryan McCrate, バイスプレジデント・アソシエイトゼネラルカウンセル（法務担当）

5. 配布資料

資料1 Apple提出資料（非公表）

資料2 Google提出資料（非公表。後日、公表できるものを入手次第、公表予定）

○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」を開始いたします。

本日、上野山議員、川本議員は御欠席です。

伊永議員は途中退席と伺っております。

増島議員、森川議員は途中参加されます。

また、デジタル市場競争会議から泉水議員にも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。小林様は、御都合により途中退席されると伺っております。

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。事務局の成田でございます。

本日は、Apple、Google、Amazonの皆様にお越しいただき、モバイルエコシステム、ボイスアシスタント、ウェアラブルにつきましてヒアリングをお願いしたいと考えております。

Apple、Google、Amazonの皆様には、事務局から質問事項を送付し、御回答に御協力いただいております。こちらの御回答内容などを踏まえながら、資料に沿って事業者からの御説明をいただき、その上で質疑をいただければと思っております。

事業者の皆様におかれましては、一部海外からの御出席もいただいております。遅い時間に御協力をいただいている格好になっております。ありがとうございます。

ヒアリングにつきましては、Apple様、Google様、Amazon様の順番で、完全入替え方式で実施いたします。

本日の資料につきましては、事業者の方から出されたものについては開示をお認めいただいたもののみ公表という扱いになってございます。

本日の議事録につきましては、通常どおり事業者の方も含めて発言者の確認を経た上で公表とさせていただきます。

なお、事業者からの皆様の御発言内容につきましては、コンフィデンシャルなものも含まれる可能性があるということで、ブリーフィングの際にブリーフすることは差し控えるということにさせていただこうと思っております。

私のほうからが以上でございます。

Appleの皆さんには、もう入っていただいてよろしいかと思えます。

(Apple入室)

○依田座長

ありがとうございます。

それでは、まず、Apple様からモバイルエコシステム、ボイスアシスタント、ウェアラブルの事業戦略等について、資料に基づいて25分ほどで御説明をいただいた後、質疑応答を行います。

質疑応答は、生貝議員から名簿順に、その後に泉水議員、小林様の順番で御発言を伺い、

議員の御発言ごとにApple様から御回答いただきます。

それでは、Apple様から御説明をお願いいたします。

○Apple

弊社の観点を皆様と共有することができる機会を与えていただき、感謝申し上げます。また、いただいたご質問につきましても、これらのご質問の多くについて、弊社からの見方をお伝えできますことを感謝申し上げます。

まず私からお伝えさせていただきたいのは、ご質問の一部が・・・いえ、一部というよりほとんどのご質問がAppleに対する誤解から発生したクレームがベースになっていることです。その理由の一つは、データ及びプライバシーに対する弊社の捉え方です。弊社は、プライバシーを大変真剣に受け止めており、それが弊社の行動の多くに影響を与えております。残念ながら、他社の多くは異なった捉え方をしており、弊社が会社としてユーザーのプライバシーを保護するために行っている多くのことが、他社を動揺させているのだと思っております。

このような状況下において、他社の多くが弊社の方針及び実務を誤って描写し、まるで弊社が何らかの反競争的な活動を行っているのではないかということを示唆しているのです。ユーザーデータに依存しない弊社のプライバシー及びビジネスモデルが、弊社の行動の多くに影響を与えていることを理解していただくことが、大切であると考えます。

それでは、弊社のビジネスモデルについて少し説明させていただければと思います。

弊社はデバイスを販売しています。我々はデバイスの会社です。弊社は、デザイン、ハードウェア、ソフトウェア、そしてサービスを統合したデバイスを販売しています。弊社は確かに様々なサービスを展開しており、そして、それらのサービスを成長させようとしています。それらは未だ弊社のビジネスの小さな部分にしか過ぎません。

弊社の収益の約75%から80%は、Mac、iPhone、iPad等のハードウェアの販売によるものです。この事実は、弊社の収入源が、例えばデジタル広告、ソフトウェアのライセンスやクラウドサービスに基づいたビジネス・モデルを擁する他社とは異なるものであることを意味します。弊社が販売したいのは、かかる種類の製品であるため、弊社は、それら他社とは大きく異なるインセンティブを有しているのです。

しかし、既に触れましたように、弊社は独自のサービスも提供しています。当初のiPhoneを思い返す必要があります。多くの人々は忘れてしまっていますが、iPhoneの第1号の時にはApp Storeは存在していませんでした。ネイティブAppを得る唯一の手段は、弊社が端末上で使用可能としていた弊社のネイティブAppの一つを使用するというものでした。それらには、弊社のメールApp、天気App、写真App、そしてiTunesも含まれていました。

App Storeは2008年まで実際に導入されることはありませんでした。App Storeを導入することで、弊社のAppの代替品、あるいは競合品とも言える製品が出現することになることを弊社は認識していましたが、弊社は、それがよいことであると考えたのです。アプリ開発者（デベロッパ）はネイティブAppを提供することを望んでおり、弊社は消費者もAppの

選択肢を有することを望んでいると考えたので、決断をし、App Storeを開放したのです。当初は弊社のAppしかなかったことは忘れられがちですが、弊社は消費者に選択肢を与えるという意識的な決断をし、2008年にApp Storeを導入したのです。

現時点で、App StoreはAppleの製品ポートフォリオの中で、どのような位置づけにあるのでしょうか。それは弊社のエコシステム内の何処に位置付けられているのでしょうか。弊社のApp Storeの目的は、iPhoneに付加価値を与えるというものです。これは実際にスティーブ・ジョブズからの引用ですが、これがApp Storeの置かれるべき位置、そして、弊社の広範囲に及ぶ製品ポートフォリオの中での位置づけを示唆しているように思います。先ほど申し上げましたとおり、弊社はデバイスを販売しており、最良のアプリを提供することを通じて、ユーザーのためにAppの強固なエコシステムを持つことが、そのエコシステムを、弊社のデバイスを、より魅力的とするのです。

それでは、これは何を意味するのでしょうか。これは、Appleには、弊社のプラットフォームでユーザーに最良のAppを提供することを確実にするためのあらゆるインセンティブがあり、そして、弊社はそれを実現し、様々な事を実行する、ということの意味しているのです。弊社は、アプリ開発者が素晴らしいAppを作成することを助けるための投資を行います。弊社は、アプリ開発者を弱体化させる事を行いません。弊社は、アプリ開発者を害する事を行いません。弊社の仕事は、それらのAppを素晴らしいものとするのであり、素晴らしいAppを作るためにアプリ開発者と協力して優れたAppを作成できるようにすることです。

それと同時に、弊社はまた、ユーザーに非常に良い体験を持ってもらいたいと望んでおり、したがって弊社は、アプリ開発者が彼らの素晴らしいAppによって、ユーザーを利用することがないことを確実にするためのルールを設けています。

弊社がApp Storeについて考える際に目を向けるのは、次の2点であり、一つはユーザーエクスペリエンスで、もう一つは素晴らしいAppを作るアプリ開発者の能力です。場合によってはこの2つの間のバランスを図ることが必要となります。それは、アプリ開発者にとって良いことが消費者にとっては良くないことである場合があるからであり、そのために弊社は一定のルールを設けているのです。しかし、一般的に言って、Appの強固なエコシステムは、Appleにとって素晴らしいことです。

今回このプレゼンテーションのやり方の一つとして私が考えたのは、いくつかの誤解、すなわち言われてはいるが事実でないことについて検討を加えて行くという方法です。それらに対する弊社の回答を述べたいと思っております。

人々が言っていることの一つは、App Storeが、アプリ開発者がiPhoneのユーザーに接触できる唯一の手段であるということです。しかし、これは事実ではありません。

ソフトウェアアプリケーションについて考えると、アプリ開発者が消費者に接触する方法と、消費者がアプリ開発者に接触する方法は、多々存在します。例えばアプリ開発者であれば、もちろんモバイルAppがありますが、iPhoneのようなモバイルデバイスもあれば、

スマートTV、ゲーム機もパソコンもあるわけです。これらは全て、アプリ開発者がユーザーに接触する手段となるのです。

これについて考える一つの方法としてゲームをとり上げてみましょう。今、マルチプラットフォームゲームが台頭しております。iPhoneでゲームをプレイしているときに、同じゲームをXboxでプレイしている人と対戦し、更に同じゲームを同時に、任天堂を使用している人とプレイする、という状況があり得るのです。すなわち、クロスプラットフォームプレイは、ユーザーが同じAppを異なるデバイス間でいかに使用できるのかを示す良い例です。

このもう一つの特徴は、多くの異なるプラットフォーム間で取引を実行することができるというものです。例えば、ユーザーはXbox上で行っているゲームの中でコインを買い、その同じコインを、iOS App Store上で同じゲームを行う際に使用することができます。すなわち、消費者には様々なオプションがあり、アプリ開発者が消費者を獲得できる方法は、App Storeのみではないのです。

もう一つの誤解は、Appleは競争を妨げるために、iPhone上でサードパーティーのApp Storeを認めないというものです。

ここでは、iPhoneについて考えてみる必要があると思います。これは、どこへでも携帯できるデバイスであり、そこには個人情報全ての記録されていて、常にネットワークに接続されている、というものです。したがって、これは当時入手可能であった他の製品とは大きく異なっていました。

すなわち、サードパーティーAppのサイドローディングを含むサイドローディングは、当初からiOS上で一度も認められたことはなく、その理由は、ユーザーの保護にあるのです。それがユーザーのプライバシー、ユーザーのセキュリティ、その他多くの理由に基づいたものであったということが、お解りいただけるはずですが、これは弊社がiPhoneを設計した際に決定した事項であるという事実にご留意下さい。これは時の経過と共に変更されたものではないのです。弊社が、パソコンは提供していたものの未だMacは提供していなかった当時、パソコンへのサイドローディングは可能でした。弊社はその経験から学びたいと考え、実際にその経験から学んだのです。

ご存じのように、パソコンには様々なマルウェアが存在します。弊社のMacは他のパソコンと比べて大幅に安全であると思っており、事実そうですが、ただ、未だに多くの問題が存在しています。iPhoneの設計に当たって、それらの問題を回避したいと考えました。その考えが、弊社の製品をより安全なものとし、消費者によってより良い選択肢とするのに役立ったと私は考えます

現在、サイドローディングがないことで、弊社は全てのAppを審査することが可能となっています。弊社にはApp Reviewというものがあります。App Reviewの目的は、ユーザーのダウンロードのためにApp Store上で提供される前に、全てのAppを審査する機会を弊社に与えることにあります。更に弊社は、弊社に役立つこれらのApp Store Review Guidelines

を作成しており、これらはアプリ開発者や消費者が見ることができるように公表されていますが、弊社がアプリ開発者に対して基準を設定するのに役立っています。

では、なぜこれらのガイドラインを作成しているのでしょうか。なぜ、弊社はAppを審査するのでしょうか。それは、ユーザーを搾取から守りたいからです。弊社の審査の対象とする不適切な内容が、実際に存在しています。弊社は、マルウェアからユーザーを守りたいのです。弊社は、法令への準拠を確実としたいのです。しかし、そこには品質を管理するという側面もあります。弊社によるAppのリジェクトのほとんどは、App Reviewプロセスの早い段階でなされています。

App Reviewに関する統計的なお話をいくつかいたします。弊社は、時間とともに審査担当者の数を増やし、更に、一部自動化された審査の補助を得て人間による審査を拡充させました。しかし、全てのAppは人間によって審査されており、また一方で、時間の経過と共に弊社はApp審査の効率性を相当向上させてきました。

現在、サイドローディングをさせないという弊社の決断が、弊社によるApp Reviewの実施と全てのAppの審査を可能としており、その成果を上げております。それによってiOSは最も完璧なものとなったのでしょうか？もちろん違います。しかし、これは、弊社がやっていることが遥かに良いことであることの証明だと思います。弊社のモデルは、代替手法と比べて、遥かに良いものであると確信しております。

私はプライバシーについて多く言及し、また、話してまいりました。プライバシーは多くの場合、弊社が行う事柄の決定要因となっていると思いますが、一部には懐疑的な意見もあります。一部の人は、弊社のプライバシーに対するコミットメントは口実であり、言い換えると、弊社がそれを単なる言い訳として利用していると考えています。しかし、それは事実ではありません。

スティーブ・ジョブズが以前述べた内容に言及したいと思います。彼は、プライバシーについて弊社はシリコンバレーの同僚達とは非常に異なった見解を有している、と言ったのです。これは2010年の話です。これは、プライバシーが消費者にとってこれほどの重要事項となる遥か前のことであり、プライバシーは今日の方が当時に比べて遥かに重要視されていることを念頭に置いて下さい。

したがって、10年以上の間、弊社は様々なことを実施し、時間をかけて多くのものを導入し、消費者のデータが保護されることを確実とすること、及び消費者が自分のデータがどのように利用されるのかについて、確実に情報を得ることができるように、かなり強力な実績を上げています。

これらは、直近ではユーザーがApple製Appを含むそれぞれのAppがユーザーのデータをどう扱っているかを把握することを可能とするNutrition Labels Appを含む、ほんの2、3の例に過ぎません。弊社は広告業者と同じく、製品の統合によってプライバシー保護を実施しています。弊社のOSをアップデートすることによって、弊社はプライバシーの保護を実施することができます。弊社が新しい製品やサービスを創り出すことができる場合、デ

ータの最小化は必須です。弊社はデバイス上で処理する機能を有しているため、ユーザーのデータは弊社に送られることはなく、デバイス内に留まります。また、弊社は、先ほど申し上げましたように、様々なプライバシー管理手法を有しております。

「Appのトラッキングの透明性」について少しお話をさせて下さい。皆様からこれについていくつかのご質問をいただいています。

これは、弊社が今年から市場に投入した新しい機能です。発表は昨年行いましたが、一部のアプリ開発者がもう少し時間が欲しいとのことだったため、少々遅れて本年の実施となりました。しかし、これは消費者に対して、自分のデータがどのように使われているかについて、より高い透明性とより強い管理手段を与えることを意図した、新しい機能です。この機能は、アプリ開発者が異なるAppまたはウェブサイト全体に渡ってユーザーの追跡を行う前に、ユーザーの許可を得る義務をアプリ開発者に負わせるものです。繰り返しになりますが、Appleがここで決定することはありません。Appleは単に、ユーザーに尋ねることをアプリ開発者に要求しているだけです。その決定をするのは、ユーザー自身です。

「Appのトラッキングの透明性」がAppleには適用されないということが一部で示唆されていますが、適用されます。Appleが、もしトラッキングをしようとするのであれば、もしインターネット全体、弊社のApp全体、及びサードパーティーApp全体に渡ってユーザーを追跡しようとするのであれば、弊社はこのプロンプトを表示することが要求されます。しかし、Appleはトラッキングを行っていないため、今日弊社はこのプロンプトを出しておりません。

しかし弊社は、業界内のどこよりも高い基準を有していると自負しておりますので、ファーストパーティーデータに関しても独自のプロンプトを提示しています。すなわち、弊社がトラッキングを行っていないとしても、パーソナライズされた広告を提供するためにのみ、弊社のファーストパーティーデータを使用しています。それにもかかわらず、弊社は、当該データの使用を認めることをユーザーに求めることに決めました。弊社は、ユーザーが弊社と共有することを望むか否かをユーザーに尋ねることになります。繰り返しますが、これはトラッキングやサードパーティーデータではなく、弊社自身のデータであるファーストパーティーデータについての話であるため、「Appのトラッキングの透明性」とは異なるものです。

ほとんどの広告業者はファーストパーティーデータを使用することについてユーザーの許可を求めないという意味で、弊社は非常にユニークだと思っております。例えば大手の広告業者の多くはやっておりませんが、もちろん弊社は、ユーザーのデータがどのように使用されるかをユーザーが見えるようにし、ユーザーに決断してもらうことに決めました。

皆様のご質問の中で多く取り上げられているもう一つの問題は、App Storeの手数料30%ですが、弊社が決済処理に対してこれを課しているという言及もなされております。

まず、最初にほとんどのアプリ開発者は何の手数料もAppleに対して支払っていないという事実を言わせていただきます。App Storeのアプリ開発者の84%は、Appleに手数料を

一切払っておりません。手数料を支払っているアプリ開発者のほとんどが、わずか15%の手数料しか払っておりません。そのため、30%の手数料を実際にAppleに支払っているアプリ開発者の数は非常に僅かです。

AppleはそのApp内購入、またはIAPシステムを通して、決済処理に対して30%の手数料を取っているということが、弊社を中傷する者の多くの人々によって示唆され、または少なくとも誤解されています。

米国のある裁判官が、Epic Games対Appleの裁判で、この問題を検証しました。同裁判官は全ての事実関係を精査し、証拠を吟味し、IAPは決済処理ではないと判断しました。同裁判官は、IAPはそれ以上のものであり、弊社がApp Storeに対する報酬の支払いを受領するためのデジタル・キャッシュ・レジスターにより近いものであると認識しました。

それでは、なぜ弊社は30%を課すのでしょうか。なぜ弊社は30%の手数料を課しているのでしょうか。これは決済処理に対するものではありません。これは、App Storeを利用するアプリ開発者に対して弊社が提供しているあらゆるものに対する手数料です。つまり、それは弊社の技術、ツールおよびサービス、ツールやサービスに関する技術であり、知財であり、配信といった、弊社がアプリ開発者に提供しているもの、アプリ開発者のために弊社が創り出したもの、そして弊社が何十億ドルも投資したものの、全てなのです。これが、弊社がApp Storeに対して手数料を課す理由なのです。繰り返しますが、これはクレジットカードを読み取り機に通すことに対する手数料ではないのです。

そして、ここにApple及びApp Storeと決済処理業者との違いが集約されていると思います。

決済処理業者は、知的財産をライセンスしているわけではありません。彼らはAppを創り出すための技術をアプリ開発者に提供しているわけではありません。彼らは175ヶ国に向けた配信を提供しているわけでもありません。App Reviewも行いません。ディスカバリーや、App購入に対するカスタマー・サポートもありません。これらのために、弊社は手数料を課しているのです。ですから、「Appleは30%も手数料を課しているのに、Stripeはたったの3%から4%しか課していない」と人が言っても、弊社が述べているように、それはリンゴとオレンジのように2つの異なるものを比較しているのであって、極めて誤解を招きやすい発言です。これらの2社は完全に異なる市場に属しているのです。そのため、決済処理業者が2、3%の手数料しか課していないのだから、弊社もそれと同等の手数料しか課すべきでないとする提案は、極めて誤解を招きやすい事例です。

もう一つ、IAPについて理解しておくべきことは、それが実際には決済処理以上のものであるということです。それは、単に弊社が手数料を徴収することを可能とするものというだけでなく、繰り返しとなりますが、それは、弊社が手数料を徴収する手段なのです。そして、ここで明確にしておきたいのですが、30%とは、IAPの利用に対するものではありません。IAPそのものは無料です。IAPはApp Storeに対する補償として手数料を徴収するための仕組みです。しかし、IAPはまた、App Storeにおけるユーザーエクスペリエンスの中



核でもあります。言い換えれば、それらの取引がIAPを介するため、弊社がカスタマーに対していくつかの重要な機能を提供することができるのです。サブスクリプション管理、ファミリーシェアリング、購入履歴、購入記録の復元、この前端的な管理機能である「承認と購入のリクエスト」、これらは全てApp Store体験の中核を成すものであり、消費者が望むものなのです。IAPがなければ、これらのいずれも提供することができないのです。もしも弊社が取引を見ることができないと、弊社はその記録を有さず、これらの機能を提供することができないのです。

多くのアプリ開発者はIAPを使いたがりませんが、その理由の一つは、もちろんAppleに手数料を支払いたくないからです。もう一つの理由は、彼らはこれらの機能の多くを好ましく思っていないからです。例えば、弊社は、カスタマーがサブスクリプションを非常に簡単にキャンセルできるようにしているからです。文字通り、3回か4回iPhoneをクリックすれば、サブスクリプションをキャンセルできるようになっています。アプリ開発者には、それでは簡単過ぎると思っている方々もいます。彼らは、それよりは、ユーザーが彼らに電話をかけ、待たされ、そして電話上でサブスクリプションをキャンセルするために営業員と話をしなければならぬという方法を望んでいます。このように、アプリ開発者の一部がIAPを好ましく思わないいくつかの理由が存在しているのです。

最後に、弊社は、IAPは非常に安全で非常に機密性が高いと考えています。ユーザーは単に、プライバシーが強化された単一の方法で自分の支払の詳細をAppleに伝えるだけでよく、ユーザーはそれを複数のサードパーティーと共有する必要はありません。

これは、IAPによって可能とされた様々な機能の一部の例です。繰り返しますが、デジタルコンテンツの販売にIAPが使用されないと、弊社はこれらの機能を提供することができないのです。

WebKitも、弊社に対するご質問のいくつかの中で取り上げられていた問題の一つで、AppleのWebKitの要件はブラウザの競争を低減させることを意図したものであるものだという指摘もありました。これもまた事実ではありません。

WebKitは不可欠なものです。それは、サイドローディングとApp Reviewに関する弊社の規則と共に、iOS上の安全性の基準、データの安全性、そしてプライバシーを維持するために不可欠である、プライバシーや安全性を確保するための大きな柱の一つであります。

Appleは、AppとブラウザにWebKitを使用することを要求しています。これらは、モバイルデバイス上で高い性能を発揮するために組み込まれ最適化された、プライバシーと安全性の機能を有する、WebKitブラウザ・エンジンを使用しています。弊社がこの措置を講じている理由は、ブラウザエンジンが、iOS上で深刻な脅威の侵入経路となるからです。これは、マルウェアがデバイスに感染する可能性がある主な方法の1つです。全てのブラウザがWebKitの使用を強制されれば、弊社が安全性やプライバシーへの脅威を認識した時に、弊社のエコシステム全体に渡りその脅威を早急に取り除くことが可能となるのです。WebKitを排除すれば、そのようなことができなくなり、弊社にとって非常に重要なセキュリテイ

一ツールが損なわれることになってしまいます。

それでもなお、様々なブラウザが存在しており、ユーザーは多くのブラウザの選択肢を有しております。すなわち、SafariとWebKitは選択肢の一つですが、ほかにも多くのブラウザの選択肢が存在しています。iOS上の他のブラウザもWebKitを使用しなければならないことは確かですが、iOS以外にも利用可能なブラウザエンジンが複数存在していますが、それでも、それらはブラウザエンジン間の競争を促進します。

WebKitはオープンソースであり、Appleは常に業界とともにその改良に努めています。それと同時に、WebKitと競合する、GeckoやBlink等の他のブラウザエンジンもあります。BlinkはChromeなどと連携していたものです。WebKitは、こうした他のブラウザエンジンとの競争の中で、弊社が常に改良しようとして努めているものです。

本日、私が触れたい最後の点はテクノロジーです。

弊社に対してなされた主張の一つは、Appleは自社の技術へのアクセスを提供してくれないというものです。Appleは自社の技術を自社のみで抱え込んでいる、というものです。しかし、これも正確ではありません。

Appleのインセンティブは、アプリ開発者が素晴らしいAppを創り出すために、アクセスし取り入れることができる技術を創造することです。これが私が冒頭で申し上げたことに繋がるのです。アプリ開発者を支援することで弊社のデバイスを魅力的なものとするのが、弊社にとって非常に重要なことです。そのため、弊社には、アプリ開発者が素晴らしいAppを創り出すことができるように、彼らに最新技術へのアクセスを与えるというインセンティブがあるのです。そして、弊社には、定期的にサードパーティーに対して技術を開放していることを示す実績があります。

弊社がこれまでに何をしてきたかを考えていただきたいのですが、App Storeを立ち上げて以来、弊社は15万ものAPIをアプリ開発者のために作成してきたのです。Appleが技術をサードパーティーに開放しない唯一の場合は、ユーザーのプライバシー、安全、セキュリティに対してリスクがある場合です。そのリスクがある場合には、Appleは当該技術を開放しないか、または限定的に開放できる方法を見つける努力をします。

これらは、アプリ開発者が素晴らしいAppを創り出せるよう彼らに最上の技術を与えるために弊社が行ってきたハードウェアとソフトウェアのほんの一部の例ですが、ご理解いただけることと思います。弊社が提供したハードウェアの一部、例えば、Bluetooth、Ultra Wide Bandチップや、ジャイロスコープ、高度計を含む弊社のスマートフォンに内蔵されている全てのセンサー、APIを通してアプリ開発者が利用できるように公開されているデバイスの様々なセンサーやTouch ID等を考えれば、ご理解いただけるでしょう。現在、弊社は、LiDARという拡張現実に利用されている技術を有していますが、これも公開しました。弊社が今までに作成したソフトウェア・キットの全てについて考えてみると、機械学習、拡張現実、Siri、Metalフレームワークによる3Dアニメーションに至るまで、これら全てはAppleによって作り出されたものです。サードパーティーのアプリ開発者と共有できるように、

弊社は自分たちでこれらの技術を作り出すことに投資を行ったのです。

これで弊社の持ち時間である 25分から30分となると思いますが、ご質問があれば喜んでお答えしたいと思います。

○依田座長

どうもありがとうございました。

それでは、まずモバイルシステムについて、議員お一人の御質問ごとにApple様から御回答いただきます。

それでは、生貝議員からお願いいたします。

○生貝議員

貴重なお話をありがとうございました。一橋大学の生貝です。

私のほうは、モバイルアプリだけに関わるかどうか、閉じるかどうか分からないのですけれども、規制枠組みの在り方ということについて、事前に御質問への御回答をいただいたことに関して、2点ほど御質問をさせていただきたいと思います。

まず、1点目に関しまして、事前の御回答のモバイルOS 19.1で御質問と回答をいただいた、検索エンジンの選択制を我が国のiPhoneで実現することに関して、御社の見解をいただきたいという御質問を日本のほうからさせていただいております。

そうしたときに、御社の回答ですと、全ての検索画面でポップアップ式の設定、選択画面が出てくることは、ユーザーエクスペリエンスを損ねるという回答をいただいておりますが、ここで想定しているのは、全ての選択画面という極端な設定ではなくて、iPhoneを起動するときにSafari利用することができる検索エンジンを選択することができるという限定的な状況を想定しているものです。こうした方法について、御社のお考えや競争の確保に対する影響というものを、御教示いただければありがたいです。

それから、もう一点でございますけれど、別途、事前に事務局から御質問をお送りしている27.3の部分に関して、御承知のとおり、今、ヨーロッパのDigital Market Actをはじめとして巨大なデジタルプラットフォームに対して、一定の強固な事前の（ex ante）レギュレーションを設けようという動きが非常に活発です。

その中で、自社優遇を禁止する規制の是非について御質問をさせていただいておりますけれども、ここでは、Appleさんが自社優遇をしていないということについてはお答えをいただいているのですが、自社優遇を禁止するという姿勢の在り方についての御質問にはお答えいただけていないかと思っております。自社優遇を禁止する規制の賛否ということについて、ぜひお考えをお聞きしたいです。よろしく申し上げます。

○依田座長

生貝議員、ありがとうございました。

それでは、Apple様から御回答お願いいたします。

○Apple

はい。私は一定程度お答えできると思います。最初のご質問は、ポップアップスクリー

ンに関して、どこで線引きをするかという問題と考えています。例えばスマートフォンを起動するときに、デバイスの様々な設定についてポップアップスクリーンを表示させることもできます。それぞれの設定に対して、文字通り何百ものポップアップスクリーンを表示させることもできます。弊社は、最も優れたユーザーエクスペリエンスを実現するようにデバイスを設計しており、利用可能な全ての検索エンジンを検討した上で、検索エンジンを選択し、ユーザーに選択するオプションを与えていると考えています。その上で、弊社は、最も優れたユーザーエクスペリエンスが得られると思うものを選び、ユーザーがSafariで利用できるようにしています。

それと同時に、弊社は、ユーザーが、場合によってはほかのオプションを求める可能性があることを認識しています。そこで、ユーザーに、他の選択肢、すなわち利用可能なオプションのリストを選択し、デフォルトとして設定することを可能にしています。

その選択で、弊社は十分だと考えております。弊社の観点からすると、消費者が望むと考える方法で、弊社のデバイスを設計したいというユーザーエクスペリエンスの問題であると思っています。弊社は、消費者が、スマートフォンを起動する度に、あらゆる選択肢のポップアップスクリーンが表示されることを望んでいるとは考えていません。

自社優遇を禁止する規制に関する2つ目のご質問についてですが、弊社はDigital Market Actがどのようなものになるのか存じておりませんので、自社優遇扱いに関するご質問に回答することが難しいと思います。いくつかの提案は拝見しています。私の観点から言えば、繰り返しとなりますが既に述べたように、全てのアプリ開発者のために弊社のプラットフォームを成功させることは、Appleにとっても有益であるため、そうすることが弊社のインセンティブであると私は考えます。

そのため、サードパーティーAppに対して厳しい扱いをするインセンティブは弊社にはありません。確かに、弊社は自社のAppやサービスを提供していますが、それらのAppに対しても、できる限りいつでも、同じルール、同じ原則を適用しています。

自社優遇に関する提案の中には、実際に消費者を害し、Appleがユーザーの利益のために実施できることを望む素晴らしいことを妨げるようなものも、いくつか存在していると思います。弊社が新しい技術を創造することを妨げることとなる提案が存在していると思います。なぜなら、例えば弊社が重要な技術をサードパーティーと共有しなければならないような方法で、それらの新しい技術を作らなければならないかもしれないからです。そして私が有する疑問は、果たして弊社はそうしたいか、というものです。それらの技術を開放することで、セキュリティーやプライバシーの問題が生じかねない場合は特にそのように思います。

繰り返しになりますが、具体的な提案を見るまでは、このご質問に回答することは困難ですが、ただ、それらが実際に消費者を害することとなる可能性があるという懸念は抱いております。

更に、弊社がApp Storeを所有し運営しているという事実が、弊社のサービス提供にお

いて何らかの形で弊社の役に立っていることを示唆する証拠は何ら存在しないと考えています。この指摘は、弊社がプラットフォームを所有しているので、川下市場の全てを支配することができる、というものです。それでは、誰か弊社が支配しているという川下市場を示すことができる方はいらっしゃるでしょうか。弊社は支配などしていません。例として電子書籍を挙げることができます。

弊社は世界の電子書籍市場の約2%のシェアを有しています。これは非常に低い数字です。したがって、弊社がプラットフォームを所有しているから川下市場を支配するという指摘は、全く事実と反します。

○依田座長

ありがとうございました。

それでは、続きまして、川瀨議員、よろしく願いいたします。

○川瀨議員

すばらしいプレゼンテーションをありがとうございます。

私もユーザーとして、Apple様の優れた製品に親しんできました。しかし、消費者は欲深いもので、さらによりよいものを求めてしまいます。

また、消費者の要求への対応こそが市場経済への原動力であり、イノベーションのきっかけにもなるものだと考えます。

消費者のウェルフェアが競争法の唯一の目的かどうかについては論争がありますが、消費者の選択機会の確保こそが競争にとって重要であることは否定できません。それには十分な選択肢と選択能力の確保が必要だということも異論のないところかと思われま

ここで、もう既に生貝議員から質問のあった欧州で敷かれている検索エンジンの選択制というのは、ユーザーの選択能力を実質的に確保するし、検索市場における競争の可能性を確保するのに有益なのではと考えているところでございます。

既に御回答のあったところですが、ポップアップの選択画面を使うことのネガティブな効果というのは分からないでもないですが、あらゆる選択の機会を保障しろと言っているわけではなくて、我々の重要な競争の機会となる部分に関して、消費者の注意を喚起することが、消費者の利益にもつながるのではないかという観点からこれを申し上げているわけです。

よく言われることですが、選択の自由の確保が競争にとって重要だと言っても、あらゆる選択肢をメニューとすることは実質的には選択の自由を否定することになるという事は重々承知しているわけです。

それで言いますと、今の問題というのは実は消費者に関するユーザー側の選択する能力に関わる問題でもございます。そんな能力がなければ競争促進されず、消費者のウェルフェアも向上しません。

これは私の個人的な経験ですが、デジタル関連ではしばしば有益な選択肢に長年気づかずに後で後悔するということがあります。もちろん、私の個人的な無能ゆえのせい

かも分かりませんが、しばしばございます。

先ほどのように、要するに欧州で考えられているように、現実には選択肢があったとしても、ユーザーの中にはそもそも検索エンジンやブラウザなどのアプリに選択肢があるのか、あるいは選択肢になるアプリにはどのような特徴があるのが気づいていない者がかなりの程度存在すると考えられます。

そのような者に対しては、要求がなくても端末またはOSの機能としてアプリの選択肢の存在を分かりやすくユーザーに提示するという事は、先ほどの私の経験からしても、ユーザーにとっても、より多くの情報を得た上で選択することができ、よりよいモバイル体系が実現できるのではないかと考えています。

また、これは欧州で選択制が導入されたことが、単なる競争政策ではない、消費者に対するエンパワーメントという観点からの正当化の一因だろうとも考えております。

このようなユーザー側のメリットがあることが想定されることも踏まえて、改めて検索エンジンやブラウザ、App Storeについて、上記のようにユーザーからの求めがなくとも、重要な選択肢に関して表示するような、EUで考えられているような選択制をApple様のスマートフォンに実装することについて、Apple様の御見解をお聞かせいただければと思います。

以上でございます。

○依田座長

川瀆議員、ありがとうございました。

Apple様から御回答いただきます。よろしく願いいたします。

○Apple

承知しました。消費者が選択肢を持つべきであるという点で、私たちは同意見であると思っておりますし、弊社はそれらの選択肢を消費者に提供しております。しかし、どのようにユーザーに対してそれらの選択肢を知らせるかという点について、私たちの意見は恐らく異なると思われれます。利用可能な選択肢と、ユーザーが望む場合に自身のスマートフォンのデフォルト設定を変更する方法をユーザーに知らせることについては、弊社は十分な対応をしていると考えております。ブラウザに関しても、ユーザーは選択肢を有していると思っております。

また、ユーザーはプラットフォームの選択肢も有しています。ユーザーは、ユーザー自身又はAppleによるiPhoneの扱い方が気に入らなければ、Androidに乗り換えることができることを知っています。Androidは全世界で85%のシェアを有しており、ほとんどのユーザーはAndroidを選んでおります。弊社のスマートフォンは日本では、日本のその市場においては、より人気が高いと理解しておりますが、ユーザーは選択肢を有しており、実際に乗り換えています。この事実は弊社の念頭に置かれ、行動の決定要素となっております。

○依田座長

ありがとうございました。

続きまして、伊永議員、よろしく願いいたします。

○伊永議員

ありがとうございます。東京都立大学の伊永と申します。競争法を専門としております。私のほうからは2点、お伺いしたいと思います。

まず、1点目ですけれども、私もAppleのハードユーザーなのですが、Apple製品というのは、デザインだけではなくて、プライバシーやユーザーエクスペリエンスを非常に重要視しているといった側面から選ばれていると思います。IAPにつきましては、プレゼンの中で、効率的かつ効果的、それからユーザーフレンドリーだということは理解したのですが、このIAPのメリットを多くのユーザーに対して生かしながら、一部のユーザーはそれ以外の決済手段を望んでいる場合もありますので、そういったユーザーに対してはその選択に委ねていただくことはできないかと思っています。必要な情報は出していいと思いますので、Appleの決済を使った場合にはこういうメリットがある、それ以外の決済を使った場合にはこういう可能性もあるということは示唆してもいいかもしれませんが、いずれにしてもユーザーエクスペリエンスを追求すれば、その選択肢というものを確保していくことが結局大事なのではないかと思っています。この点は、サイドローディングの禁止などとは質的に異なりますので、ぜひ御検討いただきたいと思っています。

この点については、韓国の電気通信事業法では、アプリ内課金において特定の支払方法を強制してはならないという規定があり、本年9月にもう施行されていますが、この規制に対してどのように対応されているかということと併せてお聞きできればと思います。

以上が1点目です。

2点目は、立証負担の問題です。我々も規制によってイノベーションを阻害したくないと思っています。イノベーションを阻害しないためには、客観的な正当化事由をきちんと検討しなくてはいけないとも思っています。

客観的な正当化事由を誰がうまく整理して主張できるかということ、やはり事業者が一番よく分かっているわけです。これを当局側が立証しようとする、結局、かなり広範にディスカバリーといった調査をかけたことになり、むしろ事業者の負担になると思っています。

正当化事由に関しては、立証責任を転換して、事業者側が負うほうがむしろ効果的な防御ができるのではないかと考えておりますが、この点はいかがでしょうか。

以上の2点になります。

○依田座長

伊永議員、どうもありがとうございました。

Apple様のほうから御回答いただきます。

○Apple

はい。2番目のご質問は理解できなかったため、最初のご質問に回答させていただきます。翻訳上の問題があったものと思われます。1つ目のご質問に関しまして、IAPをチェッ

クアウト、デジタルレジ又はお店のレジとして見れば、それが、セブンイレブンに入って、商品を取って、レジで支払うことと全く違いが無いことにお気付きになると思います。商品を取って、別の場所に行ってその支払いをするということはしません。

そのため、もし弊社が、「IAPを利用することができますし、別のものを利用することもできます」と言えば、アプリ開発者の99%は、例えばリンクアウトして、Appleには何も支払わないと決めるでしょう。それにもかかわらず、弊社は、多くのアプリ開発者に対してIAPを使わないという選択肢を提供しています。既に述べたように、ほとんどのアプリ開発者はIAPを使用しておらず、その理由の一部は、ユーザーがApp Storeの外で何かを購入することを弊社が認めているからです。しかし、その購入したものが何であろうと、ユーザーはそれをApp内で使用することができるので、多くのアプリ開発者はこの選択肢を巧みに利用しています。

音楽会社として世界最大で最も成功を収めているSportifyのような会社について考えてみると、SportifyはIAPを利用しないことを選択し、その全てのサブスクリプションをApp Storeの外で販売しておりますが、それがSportifyの成功する能力を阻害したでしょうか。そのようなことはありません。

しかし、弊社は、アプリ開発者がユーザーに、App Storeの外でも購入できるということを知らせることも認めております。アプリ開発者は消費者にeメールを送ることができます。アプリ開発者は「App Storeで購入しないでください。ウェブサイト上で購入してください。」という巨大な広告を出すことができます。アプリ開発者が、このようにすることを妨げるものは何もありません。弊社は非常に限定的な規則を設定しているだけであり、それは単に、アプリ開発者がそのAppの中で、弊社の手数料を回避できるように、他の場所に行って支払うようユーザーを促すことを禁止しているだけです。弊社は、これはとてもフェアな規則だと思っています。

韓国に関するご質問ですが、この法律に関する弊社の姿勢は、法律を遵守するというものであると考えています。同法を読むと、弊社はアプリ開発者に特定の決済手段を強制することができないと書かれています。繰り返しとなりますが、App Store上のアプリ開発者の84%から85%はIAPを使っていません。弊社は、いずれのアプリ開発者に対しても、IAPの使用を強制していません。ほとんどのアプリ開発者はIAPを使用しないことを選択しました。そのため、弊社の観点からは、弊社は現在、同法を遵守しています。

カスタマーエクスペリエンスという点では、消費者は決済方法を「どのクレジットカードを使おうか？どのデビットカードを使おうか？この支払に自分の携帯電話のキャリア決済を使えるのかな？」というように捉えていることを念頭に置くことが有用であると思っています。そのため、弊社は一つの支払方法しか提供していないが消費者は他の方法で支払うことを望んでいる、という苦情を耳にする時、私は、消費者がその支払と取引を実行するのはどのコマースエンジンであるのかということに気にはしていません。弊社がIAPに関して議論していることは実はそのようなことなのです。



App Storeで、「私は本当に別のコマースエンジンを使いたいです」と言う消費者はいないと考えられます。消費者が懸念しているのは、「自分の銀行のクレジットカードを使えるだろうか？ソフトバンクまたはNTTドコモの携帯電話キャリア決済を使えるのだろうか？」ということなのです。実際に、IAPではこれら全ての支払方法が使えるのです。なぜなら、IAPは、アカウント内に保存されている支払方法に請求され、ユーザーは様々な種類の取引から、異なる支払アカウントや支払方法を選択することができるからです。消費者は、完全な柔軟性を有しているわけです。例えば、中国においても、ギフトカードも使うことができるのです。

消費者は、非常に多くの支払方法を利用することができるようになっています。消費者はそこに関心を持っているわけで、決済エンジンの処理及びトランザクション機能や当該Appの基盤となるコマースシステムがどのように機能するのかという点ではないのです。消費者が知りたいのは、自分のポケットの中にあるカードで支払うことができるのか、という点です。そして、それが、弊社が消費者に提供しているものであり、私は、この議論の本質はそこにあると考えています。ありがとうございました。

申し訳ございませんが、2点目のご質問を理解することができませんでした。もう一度ご質問を繰り返していただけますでしょうか。

○依田座長

伊永先生、2点目の質問をもう一回お願いいたします。

○伊永議員

分かりました。

2点目は、客観的な正当化理由の立証責任の転換に関する話です。我々はイノベーションを大事にしたいと真剣に考えておりました、そのためには客観的な正当化理由がある部分については手を出さないというように、規制枠組みをちゃんと考えたいわけです。そのためには、誰がその負担を負うのが最もイノベーションを阻害しない規制にできるかということを考えておりました、政府がイーディスカバリーみたいなものを広範にかけて緻密に調査をするというよりも、立証責任を転換してしまっ、Apple側、事業者側が正当化理由をまとめて立証したほうが、むしろイノベーションへの阻害が起こりにくいのではないかと考えています。互いにウィン・ウィンになるのではないかと考えていて、ドイツの競争制限禁止法などでも正当化事由の立証責任の転換を図っておりますように、むしろ過剰規制にならないようにするための仕組みとしてそのようなものを導入することについて、御社の御意見を伺いたいというのが質問になります。

○依田座長

Apple様、2つ目の質問はクリアになりましたでしょうか。御回答をお願いいたします。

○Apple

立証責任を企業側に転換する必要があるかどうか、その点は私にははっきりと申し上げられませんが、ただ、世界各地の規制当局からの質問を今日担当している者として申し上

げると、もう既に立証責任はこちら側に移っているように見受けられます。弊社の正当性の分析にかかるデータ及び書類など、これらはその趣旨で変更される必要があります。米国でのEpicとの裁判を考えると、弊社が提出したものは弊社の内部資料の全てであり、それらはインターネット上で議論されました。誰もがそれらを見ました。誰もが弊社の理由付けを見たのです。

そのため、今日存在する実務は、既に多くの重要な分析を提供していると私は考えます。

○伊永議員

依田先生、すみません。1点目についてちょっとだけ確認したいことがあるのですけれども、よろしいですか。

○依田座長

どうぞ。手短にお願いいたします。

○伊永議員

最初のほうの質問、IAPに関する質問ですが、Spotifyで行われているように、音楽配信事業についてはアンチステアリング条項の適用が外れていると理解しましたが、同じことがゲーム市場でできない理由を教えてください。

以上です。

○依田座長

Apple様のほうで御回答をお願いいたします。

○Apple

弊社は実際にそれを許しています。弊社はマルチプラットフォームルールと呼ばれる規則を設けており、それはゲームに適用されます。この規則を設けたのは、「Minecraft」というゲームのためでした。マイクロソフトが弊社がそうすることを希望したため、弊社はこの規則を設けました。それによって、ユーザーがコインをXbox上で購入すると、ユーザーはApp Storeの外で購入した場合はAppleに何の手数料も支払わず、ユーザーがそれらのコインをiOS App内で使用することができるようになりました。

そのため、ゲームに適用される代替案があるのです。例えば、EpicがIAPを利用していた時も、私の理解では、iOS上の購入のほとんどは当該Appの外で行われていました。

したがって、ゲームに対しても、弊社は選択肢を提供しています。

○依田座長

ありがとうございました。

では、時間が押していますので、続きまして、塩野議員、お願いいたします。

○塩野議員

塩野と申します。よろしく申し上げます。本日はプレゼンテーションいただき、ありがとうございました。私はApple IIからのユーザーです。

時間もないので短く。規制当局のコミュニケーションにつきまして、本日は日本から話をお伺いしていますけれども、この競争法であつたり規制当局とのコミュニケーションと

というのは、米国のヘッドクォーターというか、そういったところと例えば日本の規制当局とされるのか、それともローカルオフィスを経由してされていくのか、どういうコミュニケーションプロセスになっていらっしゃるのでしょうか。御教示いただければと思います。

○依田座長

ありがとうございます。

Apple様、御回答をお願いいたします。

○Apple

それら両方を組み合わせることが多いです。規制当局とやり取りをするローカルの社員もおりますし、私のようにカリフォルニア本社の社員もいます。その理由の一つは、弊社のビジネスの設計のされ方であり、つまり、これらの決定の多くが、カリフォルニアにおいて決定され、行われるというものです。App Storeもカリフォルニアで運営されています。弊社はグローバルなStoreを175ヶ国で運営しておりますが、App Store規則及びガイドラインはカリフォルニアにおいて作成され、実行されています。

同時に、弊社はApp Storeに関して、アプリ開発者と連携するためのチームを各国に置いています。例えば、弊社には対アプリ開発者関係の担当者がおりますし、日本のアプリ開発者のためには日本国内の社員がおりますが、ご承知のように多くの判断はカリフォルニアにおいてなされていますので、両方の組合せといえるでしょう。

○依田座長

ありがとうございました。

続きまして、増島議員、お願いいたします。

○増島議員

いろいろ御説明をいただきまして、ありがとうございます。増島といいます。

もともとウィルソンソンシーニという法律事務所に勤めておりまして、今は別のところにいますが、クパチーノにも友人が多く勤めております。

先ほどから御説明の中で、今回いただいたもので最も重要なのは、我々がいろいろと誤解しているのではないかという質問をいっぱい頂いたと思ひまして、いろいろなことを勉強させていただいたということだと思っています。

他方で、ユーザー側というのはインターフェースしか見えていないということですし、当局もしくは政治家もそうだと思いますけれど、ディベロッパーではないので、インターフェースしか見えていない人がいるのです。こういう状態になっています。

システムで何が行われているのか、もしくは社内のガバナンスがどうなっているのかというのがよく分からないという状況の下で、多くのディベロッパーの方がAppleに依存しているという中で、いろいろな不満が出ています。そして、ユーザーも何か気持ち悪いという感覚的な気持ち悪さを感じている。こういう状況になっている。

だからこそ、これが今、政治問題という形に現になってしまっているというのがあり、

我々の立場は、これを何か解決しなくてはならないという立場なのですということでございます。

この観点からの御質問を少しさせていただきたいのですけれども、まずエコシステムの調整者であるところのAppleさんは、まず、日本が今持っているこの社会の問題意識を共有していただけるのかどうかというのが第1点です。

第2点に、もしこれが共有可能だとすると、我々もこれを解決したいと思っているのですけれども、我々とコラボレートして解決をしようというおつもりがあるのかどうかというのが2点目であります。

3点目に、様々な誤解があるというお話がありました。その誤解を解消しなくてはならないというこういうことなのではないかと思うわけですが、解消によって課題が解決できるのであれば、それがまさに課題の解決手段ということになるわけだと思のですが、そのためにはお金がかかるわけです。日本市場に何か投資をしていただかないといけないのではないか。要するに、説明をもっとすることなのかもしれないですし、何かほかの方法なのかもしれないのですけれども、いずれにせよそれは投資の問題だと思います。

逆にそれをしないと、変な規制ができてしまうという政治状況にあるということなので、Appleさんとして、今後、手を打たずに規制ができてしまうのであれば、それはそれで法律を守るよという話なのか、それとも、よく分からない人が変なルールをつくるのを防止するために、何か日本社会に投資をして手を打つというようなことをされるつもりがあるのか。あるとすれば、どんな方法があり得るのかということをお教えいただけますと、我々として、それにどうやって協力をするかということが考えられていいのかなと思いました。

以上です。

○依田座長

ありがとうございました。

Apple様のほうから御回答をお願いいたします。

○Apple

まず、1番目の問題、と言いますか、私が敢えて1番目と言う問題、すなわち、弊社が言及した誤解を取り上げたいと思います。なぜそれらが誤解でないと言わなければならないのかというと、私は、より広い意味で皆様にそれらを提示したと考えており、増島委員が考えられているような誤解であると私は申し上げたわけではありません。

しかし、ユーザーに関してご指摘された点については、同意しかねるところがあります。私は、これはユーザーに関係したものではなく、ユーザーが望んでいるものではないと考えています。ユーザーはIAPに関して弊社に苦情を述べておりません。ユーザーは「Appのトラッキングの透明性」に関して弊社に苦情を述べておりません。ユーザーは、マルチプルApp Storeが欲しいなどと、弊社に述べておりません。そのようなことは述べていないのです。これらの苦情を言っているのは、消費者のデータを求めている企業なのです。それら

の企業がストアへの自由なアクセスを望んでいるのです。それらの企業が、Appleに関する多くの虚偽の主張を絶えず広めているのです。

そのため、人々に「ユーザーがこういうことを求めている」と言われても、私の目からすると、正直なところ、それらの主張を述べているのはユーザーではない、ということです。よって、規則や、規則を推進している人、新しい規則を作るために規制当局に働きかけている人に目を向けると、それはユーザーではなく、企業なのです。とても裕福な企業なのです。これに資金提供しているのは、何十億ドルもの資産を有する複数の企業なのです。

ただ、弊社は、自分達がしていること、そしてなぜそれをしているのかを、もっと上手に説明する必要があるという点には同意いたしますし、弊社がこのことを過去数年の間に認識し、自身の透明性を高めるべく取り組んできたことを、お解りいただけるようになると思っております。弊社はウェブサイト上で、App Storeの説明資料やなぜ弊社がこのようなことを行っているのかについて、説明する資料を提供しております。例えば、文書を公表するなど、弊社は、これまで以上に説明をしております。弊社は、サイドローディングに関する弊社の姿勢を説明するという目的のみのために、それに関する文書を公表しました。弊社は多くのことをしてまいりましたが、恐らくそれらでは不十分であり、更に行う必要があるのでしょうか。しかし、誤解があるということには同意いたします。誤解の多くは、弊社を中傷する人たちによって広められてきましたが、私は増島委員がご指摘されたことは正しいと考えています。弊社は積極的に取り組む必要があります。取り組むことがとても重要であるということを考え続けることが弊社に必要であり、それが、弊社が今日ここにいる理由、そして今まで皆様の多くに対してお話をしてきたことの理由の一つでもあるのです。なぜならば、これがとても重要なことだからです。

弊社のこれまでの数年間に及ぶ規制当局との対話とともに、ユーザーのみに対してではなくアプリ開発者に対しても、かかる取り組みが増えてきたと思います。特に日本国内ではそうです。契約の変更やガイドラインの変更についてアプリ開発者に対してより多くの情報を提供しています。ガイドラインを公開し、アプリ開発者が公正でない、又は修正が必要であると考えるガイドラインについて、アプリ開発者が異議申立てを行えるプロセスを明確にしました。また、アプリ開発者から受領したこの種の提案やフィードバックのいくつかについては対応を講じております。更に、フィードバックに対するお礼と、それに従い規則を修正した旨をアプリ開発者に伝えるために、アプリ開発者に確実に連絡をするようにしています。

そして、App Storeは常に流動的です。これは実際に、とても新しい事業なのです。現時点で10年ほどしか経過しておらず、毎年劇的な改良を遂げており、透明性に関する弊社のこれらの取組は、弊社の顧客基盤そして特にアプリ開発者基盤によって高く評価されていると私は考えています。

○増島議員

日本のマーケットは、もちろんAppleさんの市場がすごく高いマーケットなのですが、日本のマーケットは面倒くさいのは、英語が分かる人があまりないマーケットというように多分なっていて、日本語のコミュニケーション量が多くないと、誤解が続いたままになるマーケットのようにすごく感じています。たかが1億2000万人しかいないマーケットなので、Appleさんからすれば面倒くさい話だという形になるかもしれないのですが、このマーケットとうまく付き合うためには、やはり日本語によるコミュニケーションが思っていたより重要で、Epicのものはもちろんネットに出ているわけですが、全部英語なので、多分誰もそれにアクセスできない、こんな状態が発生しているように思われて、この辺の言語の問題が結構大きなミスコミュニケーションもしくはミスコンセプションの理由なのかなと感じるところがあるということでした。

ありがとうございます。

○依田座長

ありがとうございました。

○Apple

どういたしまして。とても良い点をいくつか指摘いただいたと思います。例えば、私にご指摘は正しいと思いますし、弊社もその点を改善しようと努めてきたと考えています。例えば、数年前までは、弊社はアプリ審査ガイドラインを日本語で提供していなかったと思いますが、今は提供しております。そして弊社は、その改善を継続しております。

○依田座長

どうもありがとうございます。

続きまして、山田議員、お願いいたします。

○山田議員

ありがとうございます。

私のほうからは、法律事務所のプライベートプラクティショナーなので、その視点から質問させていただきます。

日本とアメリカ、歴史的にこの2か国はある意味企業のビジネス活動の自由という発想が非常に強くて、abuse of dominant positionのうちのabuseというところをなかなか認めないという当局の運用カルチャーがあったわけです。

プライバシーとかApp Storeのベンダーとの関係とかプライバシーもありますし、日本もabuse of dominant positionというドミナンス規制の話ではない整理も存在するわけですが、ドミナンス規制という一番強い規制をかけられるかという観点からは、既存の独禁法のままだと執行が難しいという意見もあるわけです。

今、オペレーティングシステムのエコシステムをもっとオープンにしようという議論が進んでいる中で、誰もAppleのイノベーションの価値を認めない人はいない、重々承知しているわけです。逆に言えば、どこに落としどころを見つけるかということを探している。

何か新しい政策が必要になった場合、2つオプションがあると思います。1つは欧州の

ようにプラットフォームに向けてだけ、ある意味、電気、ガスみたいな独禁法を超えた新しい規制ということで境界線をはっきりさせてしまうというオプション。もう一つは、そのプラットフォームだけの特別法はつくらないで、独禁法の解釈をこの時点から急激に広げて、積極的に介入できるようにする。より当局の裁量をここへ来て急に広げるのだけでも、逆に言えばプラットフォームの反論の余地も残す。要はグレーゾーンをたくさん残しておくというオプション。

難しいですが、この2つのオプションについて、Appleとしてはどちらがいいと思いますかというのが私の質問です。

○依田座長

ありがとうございました。

Apple様のほうから御回答をお願いいたします。

○Apple

回答するのが難しいご質問ですね。もちろん、超えてよい線と超えてはならない線が明確であれば、物事は簡単になりますが、もちろん、人は色々な事、イノベーションの実現を可能とする能力が欲しいため、このご質問に回答することは容易ではありません。

私は、現在ある規制の多くに関して、規制は企業がイノベーションを実現し、様々な事を行い、差別化を行うことを可能とする自由を企業に認めるべきであると言っています。私が意味するところは次のことです。

世界中で弊社が目にする規制の多くは、例えばヨーロッパもそうですが、Apple及びiOSをAndroidのようにすることを望んでいます。これらの規制は、弊社をAndroidに非常に近い存在にしたいのです。これらの規制は、弊社がAndroidのようにオープンであること、Androidと同じように多くの選択肢を提供することを望んでいます。弊社は、それらに必ずしも賛同していません。なぜならば、これらの規制が必ずしも最高の製品を創り出すことにはならないと弊社は考えているからです。これらの規制は弊社をそのようにしようとしているのです。そして、弊社が提示したい質問は、皆さんは本当に2つのAndroidを望んでいるのでしょうか、それとも、消費者に選択肢を与え、Androidに対してiOSがあるという状態を望んでいるのでしょうか、というものです。

弊社はAndroidとは異なる存在であり、それが多くの点で消費者、特定のタイプの消費者を、弊社の方に向かわせていると考えています。弊社は、それがより良い製品を創り出すと考えています。規制の一部は、両者を同じようにしようとしていると弊社は考えていますが、弊社の見地からは、差別化は競争を助長するものであり、もしも両者が同じようにされたならば、それは競争にとって良いことではありません。

そのため、規制は、企業が異なることを行い、イノベーションを実現できる余地を企業に与える必要があると考えています。

○依田座長

山田議員、よろしいでしょうか。

○山田議員

大丈夫です。ありがとうございます。

○依田座長

ありがとうございます。

続きまして、泉水議員、お願いいたします。

○泉水議員

泉水と申します。

私のほうからは3点御質問したいと思います。

第1点は、質問状では3.1、3.2関係なのですが、OSにおけるトラッキングルールの変更の点について、トラッキングルールに限らず、OSの仕様の変更について質問したいと思います。

これについては特にディベロッパーからの不満が結構多いと聞いています。そうではないのだという御意見かもしれませんが、例えばOSの仕様の変更がなされた場合、大きな変更等をなさる場合には年2回会議が開かれて、それで公表されているということですが、実際に実装するのが3か月とか4か月先になりますので、3～4か月で対応できるディベロッパーはそんなにはないのではないかと思いますし、日本語の問題もあるのかもしれませんが、質問しても回答が返ってこないという不満が結構出てきています。それが正しいのかどうかは分かりませんが、ただ、確かに仕様の大きな変更がなされた場合に、数か月後ではとても対応できないというのは理解できると思います。

これについてどのようにすればいいのかですが、日本においてはプラットフォーム事業者の取引透明化法というものができておりまして、この中において仕様の変更がなされた場合はそれを事前に告知するとか、変更の理由等について1年に1回開示する、しかもそれを政府に報告してレビューするという仕組みがあるのですが、この透明化法について、今言ったようなOSの仕様変更について透明化法の規制対象にするということがあり得ると思うのですが、これについてどのようにお考えですか。これが第1点であります。

もう一点はちょっと大きくなるのですが、Appleさんは垂直統合モデルをされていて、しかもユーザーに対して非常に優しいというのはよく分かっております。とりわけプライバシーとかセキュリティーの問題は非常によく考えられて、非常に重要視されていることがよく分かるのですが、他方において、ユーザーにとって、あるいは競争にとって、各レイヤー間のiOSを使ったいろいろなアプリ等があります。そのいろいろなレイヤーに競争がなされる、透明あるいは公正な競争がなされる。あるいは、それによって消費者にいろいろなオプションを与えることになる。これは非常に重要なことではないかと私は思っているのですが、今回のApple様のデータで出されたものの中では、こういうディベロッパー間の競争あるいは公正な競争の確保という観点が見られないのですが、この点については必要ではない、重要ではないとお考えなのか、やはり重要なのか、お聞きしたいと思います。



先ほどプレゼンで、ディベロッパーに対してはセキュリティーやプライバシーの問題がない限りは支援するのだ、テクノロジーを提供するのだというお話をされて、それがそうかとは思ったのですけれども、ディベロッパーのレイヤーにおける競争をどう考えているかお聞きしたい。これが第2点であります。

第3点は、先ほどの伊永議員からの質問に関連するのですが、つまり立証責任を転換する、情報が非対称であるとか、あるいは事実にもっと近い人はやはりプラットフォーム事業者だと思いますので、それらの者に正当理由等の立証を負担していただくというのが合理的ではないかと思うのですけれども、これについて先ほどのお答えでは、実際にEpic訴訟とか、EUのいろいろなものでも、実際にAppleさんが負担しているのだということで、今でもそうだというお話だったのですが、そうだとするならば、ドイツの競争法のように、立法として、法律としてそういうものをつくるということも今後あり得るかもしれないと思うのですが、そういう立法については特に抵抗感はない、あるいは一般論としてだと思えますけれども、特に反対はないという理解でよろしいのでしょうか。

私から以上です。

○依田座長

ありがとうございました。

泉水議員、3点のうち1つ目、2つ目、3つ目のポイントだけ伝えていただいて、Apple様から御回答をいただきたいと思えます。

○泉水議員

1点目は、日本の透明化法というのがありますので、OSの仕様の変更等について、仕様の時期あるいは理由について開示する透明化法を適用するというのはどう考えるかという点。

2番目は、ディベロッパー間の競争とか、その結果、あるいはそれによって消費者にオプションがいろいろと出るということについては、どのようにお考えかどうか。

3番目は、立証責任の負担を事業者側に求めるような立法についてどうお考えかということです。

○依田座長

ありがとうございました。

Apple様、ただいまの質問は3点ありました。全てクリアになりましたでしょうか。もし問題がなければ、御回答をお願いいたします。

○Apple

1つ目の問題から説明させていただきます。弊社はアプリ開発者に対してAppを作成するための十分な時間を与えていると思っております。弊社はアプリ開発者がAppをアップデートするために何か月もの時間を与えているだけでなく、彼らがOSへのアップデート版をローンチする前に、ベータソフトを使って作業ができるよう、ベータソフトを利用できるようにしています。新しいOSのローンチにあたって、それら全てのAppが正しくアップデート

されないというような問題は発生しないと思います。それは大きな問題となっていないと思いますので、タイミングについて苦情があるということに少々驚いております。

弊社がどれほどの時間をアプリ開発者に与えなければならないか、どれほどの事前通知を弊社が新しいアップデートをローンチする前に行わなければならないかを、政府が指示するようにならないか懸念しています。それは影響が出そうです。

弊社は世界規模のストアを運営しており、日本のApp StoreのOSのみを運営しているわけではありませんので、例えば一定の何か月前までには日本のアプリ開発者に通知するというようなことを要求されると、結局、日本でのOSアップデートのローンチが遅れることになると思います。日本以外の世界中で先にローンチされるということになるでしょう。日本では、政府の要求を満たすために、適切な時期まで待った後でローンチしなければならないと思います。そのため、日本は世界中のその他の地域より遅れてアップデートが実施されるということになります。

まさにそのとおりだと思います。アプリ開発者に対しては、非常に多くの事前の通知が与えられますが、それは弊社のプログラムでの発表、世界中のアプリ開発者プログラムや夏のカンファレンスに限られず、研究所、アプリ開発者が弊社のチームに提出できる質問、多くのデモンストレーション、大量のビデオや書類を通してなされています。

OSに変更があるたびに、アプリ開発者は時間までに自身の製品を動くようにするために必要なツールの全てを持っているので、そこに時間的規制を設けることは、私の同僚が述べたように、日本のアプリ開発者のコミュニティにとって、何よりも害のほうが大きいように思えます。

「Appのトラッキングの透明性」の点のご指摘に戻りたいと思います。確か2020年の6月のWWDCにおいてだったと思いますが、弊社はそれを発表しました。そしてアプリ開発者からは、もっと時間が欲しいというフィードバックをいただきました。そこで、弊社はそれを6月に発表しましたが、実際にローンチしたのは今年の4月になりました。これは、アプリ開発者の方々がもっと時間が必要だとおっしゃったからです。すなわち、弊社は彼らの意見を聞き入れ、そのローンチを2020年9月ではなく、2021年の4月まで待ったのです。つまり、時間的余裕が深刻に必要とされている場合は、弊社はアプリ開発者の意見にしっかりと耳を傾けております。

2つ目のご質問について、私が理解しているかどうかを確認したいと思います。2つ目のご質問は、アプリ開発者間の競争を促進するためにAppleは何をするべきか、というものでしょうか。それがご質問の趣旨でしょうか。アプリ開発者間の競争を促進するためにAppleはどのような役割を果たすべきか、ということでしょうか。

○泉水委員

そうです。

○Apple

私が疑問に思うのは、Appleにアプリ開発者間の競争を促進する義務があるか、というこ

とです。私には分かりません。しかし、弊社はApp Storeでそうしてきた、と言えると思います。弊社は、App Storeを創り出したことで、競争を生み出してきました。先程述べたように、iPhoneを作った当初は、App Storeは存在していませんでした。単に標準Appがあっただけです。そして弊社は競争を生み出したい、App Storeを開設したいと考え、それを実行しました。このプラットフォームを作り、世界中に低コストで容易に販売されるAppを作成するためのツールをアプリ開発者に与えることによって、競争を促進してきたと考えています。

一つの例を挙げると、10年前の音楽の、デジタル音楽の市場が、どのようなものであったでしょうか。市場はiTunesに支配されていましたが、現在の市場はどうでしょうか。多くの音楽ストリーミング・サービスが存在しています。遥かに激しい競争が今日存在しており、弊社はそのような形でアプリ開発者を支援することによって、App Storeを介して貢献してきたと感じております。

最後のご質問は何だったのでしょうか。失念してしまいました。

○泉水議員

例えばAppleさんの側であれ、プラットフォーム側で立証するのは。

○Apple

立証責任というのは、適正手続の問題にぶつかると思いますし、ドイツの法律は比較的新しく、それがどのように展開されるのかが明確ではないことから、お答えするのが難しいです。しかし、企業に対して、特に僅か数社を標的として、その責任を負わせることの公平性に、弊社は懸念を有していると私は考えています。弊社が有している懸念の一つであると私が考えるのは、なぜこれはごく一部の企業、それもほとんどがアメリカの企業を標的としているのか、という点です。特定の企業の扱いが異なっているという点に、弊社は懸念を持っております。

○泉水議員

ありがとうございます。

○依田座長

ありがとうございました。

続きまして、小林オブザーバー、お願いいたします。

○小林オブザーバー

NRIの小林です。

プライバシーとデータ流通について専門にしている者です。最後の質問者になります。お疲れさまでございます。

2点だけ短く質問します。

回答いただいた20番、データの取得及び活用のところですが、こちらでユーザーデータを取得することはしませんと書いてあって、これは御説明にあったとおりです。その上でAPIを通じて取得したクラウド側に集まるデータであるとか、WebKitを通じて取得し

たデータ、こういったデータもOSではなくて自社の独自アプリの開発には用いないといったような自己規制のようなポリシーは社内にあるのでしょうか。プラットフォームとして、APIを通じて集めてくるデータと自社開発のデータというのは分けて考えるようにしているのか。それとも、これは垂直統合モデルなので、データというものはそのプラットフォームが自由に使える、プライベートブランドを提供する事業者と一緒にというリーズニングで御説明されるのか、ここら辺はどのようにお考えになっているのか教えてください。

2点目は14.2です。ブラウザごとのデータの移行について、連携できる仕組みがあるかというのが質問でした。

これに対する答えは、自社のプラットフォームへの乗換えについての回答になっています。できれば、Appleさんからほかのブラウザなりアプリへのデータの移行についての何か便利なツール、便宜を図るようなことはされているのか。そういう予定があるのか。Appleさんは、データを保有はしないということなのですが、セッティングデータまたはアイデンティフィケーションに係るデータというのはオンデバイスで管理されていますけれども、こういったものもトランスファーできるようにすることは今後予定されているのか。

以上2点、お答えください。

○依田座長

ありがとうございました。

Apple様、御回答をお願いいたします。

○Apple

App Storeからのデータに関する最初のご質問について、弊社はそのデータを取得して、自社のサービスに役立てないというビジネス上の決定をしております。もちろん、弊社は新しいAppを作り出すために、App Storeからデータを取得することはありません。なぜなら、人々がどのようなタイプのAppを使いたいかを知るのに、App Storeのデータは必要ないからだと思います。誰でも入手できるApp Storeのチャートを見れば最も人気が高いAppを確認することができますので、弊社が人気の高いAppを作成したいのであれば、弊社は単にそうすればいいのです。

そのため、ご質問への回答としては、弊社はApp Storeのデータを自社のサービスに役立てるために使用することはありません。そして、そのようなことが起こらないようにするためのポリシーや手続きも存在しております。

それから2番目のご質問は何についてでしょうか

○依田座長

小林様、2番目の質問をもう一回お願いいたします。

○小林オブザーバー

14.2です。データトランスファープロジェクトに参加されているのは知っているのですが、そういった実際のアプリのデータではなくて、セッティング関係、アイデンティフィケーション関係、こういったデータのトランスファーも今後実現することは、ユー

ザーのために何か考えていらしたら教えてください。

○Apple

どのように設定又はその他のデータが別の端末へ移行されることを弊社が確実とすることができるのか、私には定かではありません。なぜならば、ユーザーがどの端末を使用しているかを理解しなければならないからです。私は、弊社には識見がないか、サードパーティーの端末に関する識見がないと思っています。そして、その識見の欠如が、移行させるためのものを弊社が創り出すことを困難とさせるのです。言うまでも無く、ある端末内の設定は他の端末内の設定とは異なることとなります。弊社が言えることは、ユーザーが、例えばiPhone上に保存されたデータをAndroid端末に移行しようとする場合に、弊社はそのためのツールを利用可能にしようとする、ということに限られます。実際にウェブサイトやポータルサイトで、ユーザーは自身の多くの個人情報ダウンロードすることができ、そして、そのデータは当該ユーザーのものであるため、弊社はかかるデータの全てを当該ユーザーに送ります。私はそのデータを忘れてしまいましたが . . . 弊社はその能力を持っています。

○小林オブザーバー

iOSからAndroidへセッティング系のデータをトランスファーする機能またはツールは提供されているのでしょうか。乗換えができるのか。

○Apple

新規ユーザーがAndroidからiOSに移行することを可能とするAppを、弊社は用意しています。iOSからAndroidに移行することを可能とするAppを持っているかと問われれば、答えはノーです。その理由の1つ目は、デバイスのOEMが作成したそれを可能とするAppが、App Store上に数多く存在していることです。理由の2つ目は、例えば、ファーウェイがファーウェイ端末にユーザーが切り替えることを可能とするAppを作成したとした場合、それはファーウェイが知識を有しているものについてのことだということです。弊社は、当該デバイスがどのように機能するかについての識見を有していないため、ユーザーが自分のデータをファーウェイの端末に移行することを可能とするAppを弊社が作成することができるかわかりません。しかし、多くのAppが存在しており、例えば、サムスンには、ユーザーのiOS情報をサムスンの端末に移行するAppがあります。そのため、カスタマーがiOSを離れてAndroidに移行するためのAppを弊社が作成する必要性が存在するのか、私には分かりませんが、弊社はその逆を可能とするAppはあります。

○依田座長

ありがとうございました。

ここまでで時間がもう超過しております。あと残り僅かなお時間でございますが、ボイスアシスタント、ウェアラブルについて御質問をあらかじめ承っている方について、残り少ない御質問を受けたいと思います。

本日欠席の川本議員からレターとして、ウェアラブルあるいはボイスに関わる質問を承

っていますので、それにつきまして成田様、御紹介いただけませんかでしょうか。

○成田審議官

成田です。

森川先生が途中で御参加されておりますので、むしろ森川先生からの御質問で終わらせていただいたほうがいいかと思えます。

○依田座長

分かりました。森川様、何か御質問、ここまでで気になる点はございませんでしょうか。

○森川議員

すみません、先ほど入りましたので、資料を拝見いたしました。

特に質問というか、我が国のディベロッパーからもこれだけいろいろなコメントが来ているということ。そのコメント拝見すると、優越的な地位になっているのではないかというような主張も非常に多いようなコメントが多くあります。そのため、ぜひAppleの皆様方にも、こういう状況になっているということも踏まえてこれから御検討いただきたいなと思いました。

特に質問ではございません。ありがとうございます。

○依田座長

森川議員、どうもありがとうございました。時間が超過しておりますので、以上でApple様へのヒアリングを終了いたします。Appleの皆様におかれましては、本ワーキンググループの開催に当たり、事務局との連絡、御調整を含めて、多大な御尽力を賜ったと伺っています。この場で、改めて厚く御礼申し上げます。

今後も追加の質問事項等への御対応などをお願いすることもあるかと思えますが、引き続き、どうぞよろしく申し上げます。ありがとうございました。

ありがとうございました。

○Apple

このような機会をいただきまして、本当にありがとうございます。今後も喜んで皆様への協力を継続して行きたいと思っております。

(Apple退室)

(Google入室)

○依田座長

どうもこんにちは。10分間時間が遅くなって、大変申し訳ありませんでした。

それでは、次にGoogle様から、モバイルエコシステム、ボイスアシスタント、ウェアラブルの事業戦略について、資料に基づいて25分間で御説明いただいた後、質疑応答を行います。

質疑応答は、先ほどとは逆の順番で泉水議員からお願いしていきます。

それでは、Google様から御説明をお願いいたします。

○Kareem Ghanem 氏

皆様、こんにちは。東京の皆さん、こんにちは。Kareem Ghanem と申します。この場をいただきまして、感謝申し上げます。カリフォルニアのマウンテンビューをベースとして、Android 関連での対外政策なども担当しております。

私のプレゼンテーションは、Android と Google Play についてでありまして、説明後に、質疑応答に移りたいと思います。

では、次のスライドをお願いいたします。

3つの主な領域について、本日お話ししたいと思います。

その中の最初の領域、簡単ではありますが Google の貢献、そして日本経済と日本におけるイノベーションへの貢献、寄与についてお話ししたいと思います。それをベースに、残りの時間の大半を Android と Google Play についてお話ししたいと思います。また、そのようなビジネスやプロダクトを通じて消費者の選択を増やし、参入障壁を下げて日本の市民、企業がテクノロジーにアクセスでき、競争を促進することに弊社が貢献したということについても説明させていただきたいと思います。

では、次のスライドをお願いします。Google では長年、日本に対してコミットしてまいりました。御存じかと思いますが、私どもの日本支社は Google がアメリカ外で開設した初めての支社でございます。今年、開設 20 周年を祝うことができました。

Google は、日本に相当程度、投資を行ってまいりました。デジタルトランスフォーメーションのパートナーとして、日本政府のパートナーとしてデジタルトランスフォーメーションのお手伝いをしております。これは私どもにとって非常に重大な優先課題でございます。

日本の企業の皆様、消費者がデジタルな時代に成功できるようなお手伝いをさせていただいております。

統計によりますと、日本における Google サービスの経済的な恩恵は 3.2 兆円であると言われております。日本の企業に年間 3.2 兆円の経済的恩恵をもたらしたわけです。

また、デジタルスキルトレーニングにも投資してまいりました。

最も目に見える貢献が何かといえば、プロダクトだと思います。Android、Google Play などを通して貢献してきたと思っております。

32 カ国で開始し、現在は 190 カ国、そしてユーザー数は 20 億人以上おります。

では、先ほど申し上げましたとおり、どのような経済的な機会を日本の企業に対して Google は提供しました。また、消費者の支出は 2019 年に 50 億ドルを上回ったわけであり、ですから、様々な形でのステークホルダーが関与していて、デバイスの製造業者、低コストでマーケットにいろいろな商品を提供できる、また、アプリの開発業者がグローバルなオーディエンスにアクセスできる、アクセスも低コストでより簡単にできるようになりました。

また、日本の様々なプロバイダ、ドコモ様、KDDI、ソフトバンクの方々など日本のサービスプロバイダにも経済的に貢献してきたと思っております。

次のスライドを御覧ください。

このような Google の日本への貢献を今回説明したいと思っておりました。今回、Android を紹介する背景として御紹介したかったのです。

どうして違うのか、まさに消費者の選択を非常にユニークな形で拡大していると思っております。

まず、Google が、Android を立ち上げたのは実は開発、モバイル時代の流通の投資に非常に苦勞したから立ち上げたのです。実は Google もいろいろな苦勞を経験いたしました。Google サービスをモバイル端末で利用するということを検討すると、App を経由することがベターなわけです。2008 年のころは App の開発は今とは様相が違っておりました。

Google Play のボタンを 1 つ押すだけで、簡単にディベロッパーの製品を約 119 か国に提供できる今の状況とは違っていたわけです。当時、ディベロッパーは様々な開発をしておりました。当時の開発は非常にコストが高いものでありました。分断されておりました。ですから、App の 1 つのバージョンで複数の企業を横断する形で使うことはできませんでした。デバイスメーカーに応じて、ソフトの開発の加速化が必要でした。

同じメーカーであっても、モデルによって違ったものもありました。例えば Google は、過去 Symbian OS という当時主流であったモバイルプラットフォームに向けて 300 以上のバージョンの Google マップを立ち上げたことがあります。

また、モバイルキャリア、そして OS のプロバイダは、自分のサービスと競合するサービスを提供するものに対して差別化を行ったということがあり、App の開発はよりリスクになるわけです。

ディベロッパーのためによりよい OS を開発しようとして、それで Android が始まったわけでありませぬ。

では、次のスライドに行きたいと思っております。

モバイルプラットフォームで成功するためには、様々なステークホルダーにそれぞれ異なったニーズに機能を提供しなければなりません。Android が革新的だったのは、モバイルプラットフォームの機能を高度化し、現在でも非常にユニークな機能を提供しているからです。

ほかのオペレーティングシステムと異なり、非常に高いライセンスフィーをデバイスメーカーに課すことなく、弊社の場合、Android を無料で提供しました。ということは、デバイス製造業者は OS のために支払ったり、自分たちのオペレーティングシステムをつくらなくても済んだわけです。それによってデバイスのコストが下がったわけです。デバイスの製造業者にとっても、またアプリに関しても、デバイスメーカーに対して要求するのは互換性、コンパティビリティの基準を守ってほしいということだけであります。ディベロッパーは、これによってなるべく多くの消費者に機能を提供することができるわけです。デバイスの製造業者はカスタム化することができますし、追加的なソフトウェアをプリロードすることもできますし、差別化された商品のエクスペリエンスに基づいて競争するこ



とができるわけです。

もともと Android Market と言われていたストアですけれども、後ほどこれが Google Play になったわけです。これが重要なのは、デバイスを選択するときに最も重要な消費者にとっての課題は、一番好きなアプリやゲームがそのデバイスでできるかどうかということです。

したがって、Google Play を提供することで、デバイスメーカーの方々も、コンシューマーのトラッキングができるようになりました。消費者の方々も安心してデバイスを選択できるようになりました。どのような Android 端末であったとしても、好きなアプリが必ず入手できる、そして使えるという安心感をいただくことができたからです。

これらをうまく機能するためのテーマは何と言っても安全性です。消費者の方々はマルウェアがない端末も持っています。また、その他の有害なソフトがないものを消費者は求めておられます。安全性を担保できなければ、消費者はほかに行ってしまうのです。Google は安全性に関して、非常にしっかりとした評価をいただいております。

私どもの投資も着実に、Android、セキュリティー、そして安全性に関してどんどん増大してまいりました。

また、マルウェアスキャンサービスがあります。これは Google Play Protect という名前のサービスです。1000 億ものアプリを毎日スクリーニングしております。Google Play であろうと、ほかのストアであろうと、様々なアプリをスクリーニングしています。Google Play Protect を通して、私どもはマルウェアの 99% を、それが発生する前に止めることができます。デバイスでマルウェアを検知すると、ユーザーに通知いたします。そして、それを削除できるようにさせていただいているわけです。

さて、Google のアプローチの一つの特長があります。まさにこれは他社との大きな差別化なのですが、何かといえば透明性です。私どもは、オープンソース、OS です。ですから、グローバルのセキュリティーリサーチャーの認証を得ております。Android がリサーチされる。そして、それを公表してくださるのです。彼らは、私どもとその発見を共有してくださいませ。我々も、脆弱性に関してセキュリティーなどいろいろ共有させていただいております。

透明性の高いアプローチのメリットが何かといえば、そのメリットが実は消費者に転換されるのです。消費者はより安全なサービスを楽しむことができるのです。

これらのイノベーションはまさに非常に盛況な、Android のエコシステムにつながってまいりました。これらの要素が導入されたがために、モバイルネットワークのオペレーターの方々も、モバイルキャリアの方々も Android デバイスを經由してくださるようになりました。これは大変重要であるわけです。

次のスライドをお願いします。

10 年前の、Android が始まって時から、先送りをして考えますと、イノベーションがどのような影響を及ぼしたのかが分かります。何千という企業が何万という Android のデバ

イスを市場に提供することができたわけです。これは消費者の選択が爆発的に増えたという事で、30億以上のアクティブな Android デバイスが世界中で使われているわけです。消費者の選択がこれだけ拡大したということで、新しい商品の機能も追加されました。Android デバイスは安い場合、50ドルとか100ドル相当で販売されているわけでありまして。テクノロジーなど世界各地にデバイスが提供されることになりました。先進国なども含めて、本来デバイス、特に高いものは買うゆとりがない人たちが買えるようになったわけでありまして。

それと同時にサムスン、ソニーなどのデバイス製造業者はテクノロジーの境界線をさらに拡大し、先端的なものを製造しておられます。プレミアムなカメラ技術もあれば、スクリーンを織り込むことができるなど、様々な技術が開発されておりまして、技術の境界線、フロンティアをさらに拡大し、Android はモバイルの開発をより安くできるようにしたので、これだけの発展を遂げることができたわけです。

では、次のスライドを御覧ください。

さて、イノベーションは新たにスマホだけではなく、デバイスでもしかりです。

ウェアラブルも発展しております。というのも、消費者が物を買うときに一個のデバイスということだけではなく、そのデバイスが、ほかのデバイスとのペアリングがいかにかまくいくか、すなわちデバイス本体というよりも広く捉えたデバイスのエコシステムを選択しているわけでありまして。ここでも、様々なウェアラブルデバイスとの統合を Google はサポートしております。我々はその分野では主要なプレーヤーではないわけです。私どもの願いとしては、Fitbit、ヘルス、ウェルネスというものを Google のソフトにおける強みと組み合わせることでぜひイノベーション、そして競争を促進したいと考えております。より多くのデバイスに、より手頃な価格でアクセスできるようにしたいと思っております。

複数デバイスとのペアリングを通じて Android のオープンな性質を再確認し、消費者の選択にたいするコミットを表すことができました。Google では、Android の API に対するアクセスを担保すると発表しました。その結果、サードパーティーのデバイスが Android との相互運用性を確保しております。Fitbit のユーザーも、サードパーティーのサービスにつなげる選択を与えることができました。

また、この業界ですけれども、ウェアラブルに対する関心が高まっております。弊社も大変関心を寄せているところです。まだ立ち上がったばかりの産業でございますが、非常に関心を集めている産業でもあります。

では、次のスライドを御覧ください。

さて、Android ですけれども、消費者の選択をさらに高めているところです。ボイスアシスタントの選択を高めております。Android のデバイスであれば、デフォルトのアシスタントを Google Assistant から Amazon Alexa ないしはほかのサードパーティーにシフトすることができるのです。それはデフォルトのテキストメッセージあるいはデフォルトの電話ダイヤルの App に替えることができるようになっているわけです。

Google Assistant ですけども、確かに様々なライバルがおります。したがって、ここでもまだまだ立ち上がったばかりのマーケットです。非常に競争が厳しいマーケットでもあります。Android の Assistant のディベロッパーの方々は、Android API、Google が使っている同じ API にアクセスしております。これは消費者の選択を増やすということ、そして新しい技術をマーケットに導入する非常にいいやり方ではないかと自負しているところ です。

次を御覧ください。

Android の競合他社との最も大きな違いは何かといえば、ソフトウェアの配信に係る部分ではないでしょうか。Google Play ですけども、これは私どものビジョンなのです。我々はこういったものだというビジョンが私どもの Store です。確かに Android も素晴らしいコンテンツだけではありません。担当者のディベロッパーが消費者を認知するだけではありません。Google Play 自体はディベロッパーに関してエンパワーメントすることができる非常にユニークな形でディベロッパーをエンパワーしている。それについてお話をしたいと思っております。

先ほど申し上げましたけれども、消費者の方々にとって重要なのは何か。モバイルデバイスを選択するに当たって何が大事かといえば、好きなアプリがそこにインストールされているか、そしてデバイスで機能するかということでもあります。Android デバイスの場合は、消費者の方々は好きなアプリを探す上で様々な選択があるわけです。ディベロッパーの方々も同じく様々な選択があるということなのです。そして、リーチする上で、ディベロッパー側にもあるのです。なぜか。Android があくまでもオープンな OS だからです。

そして、他のプラットフォームは制限がないのです。グローバルに見て、Android のデバイスの半分以上が実は2つ以上の App Store がプリインストールされているのです。初期段階で、既にそうなっているのです。したがって、Android のデバイスメーカーの方々も、App Store をプリインストールできます。直接 Google と競合するものを導入することができるのです。プリインストールできるのです。

消費者の方々も、たくさんの App Store をそのデバイスに好みに応じて導入することができます。

非常に分かりやすいプロセスで、100 を超えるほかの App Store を導入することができます。Amazon、NTT ドコモが提供するものももちろんです。もし、消費者の方々がディベロッパーに対して非常に信頼を寄せているのであれば、例えばそのディベロッパーのウェブサイトから直接インストールすることもできます。

また、オープンなプラットフォームでございますので、Android はデバイスメーカーに対して、また、モバイルキャリアの方々に対して直接 App のディベロッパーとの契約を認めているわけです。

Google Play が独立してインストールできるようなアグリーメントを可能としています。ほかのプラットフォームとは違いまして、Google では、ソフトの配信に当たっては

コントロールしておりません。消費者をめぐる、競争すべきであると思っております。また、安全に係るもので競争すべきだと考えております。

次のスライドを御覧ください。

消費者が行く先、そしてソフトウェアの配信チャンネル内、ディベロッパーのためのチャンネルとしまして Google は競争に直面しております。Android、そしてマイクロソフトは Windows 上、主要なゲームコンソール、それから、Apple の App Store も競合であります。その結果、我々は継続的にサービスを改善し、そして説得力のある消費者が行きたいと思う場所でなければならないわけです。ディベロッパーにとってもいろいろな選択肢を提供し、どのプラットフォームの開発時間をかけたいのか、その先として Google Play を選んでいただかなければならないので、努力をしております。

よく誤解されるのは、このようなビジネスは簡単に運営できるのではないかと。でも、非常に複雑でお金もかかります。我々は無料なオープンソースのオペレーティングシステムで、毎年改善も加えているわけです。ディベロッパーがシームレスにグローバルなオーディエンスにリーチできるように、190 か国、また 30 億のデバイスで使えるように、オンデマンドで開発できるように提供しているわけです。Consumer Store Front にコンテンツを提供し、多くの消費者が何回も何回もこのストアに戻ってきてもらって、素晴らしいコンテンツをここで見つけてほしいと思うからであります。

安全性に関しても、アプリを審査し、消費者の決済情報も確保する。それによって新しいコンテンツを試し、我々のストアでディベロッパーの商品を買おうとするわけです。

ディベロッパーでもデジタルコンテンツをアプリで提供しようとする人たちにとって重要でありまして、このような環境は絶対に必要なわけです。もちろんディベロッパーはほかの選択肢もあるので、Google Play を必ず使わなければならないというわけでもありません。

次のスライドをお願いします。

いろいろなサービスを提供しておりますが、その中でもより詳細に説明したいのが Google Play の課金システムであります。各国の政府や政策立案者は、よりよくこのシステムを理解しようとされておりまして。全体の App Store やグローバルエコシステムの中で課金システムがどういうものなのか関心をお持ちなので、Google Play の課金システムについてもう少し説明させていただきたいと思っております。この課金システムは2つの主な機能を持っております。

まず第1に、消費者を保護しております。消費者が実際にデジタルコンテンツをアプリで買う時に、守っております。またディベロッパーサービスに対する代金としてどのように課金をしているか。

この2つの別個の機能が誤解されたり、混乱されているわけです。一緒に考えてしまう傾向がありますけれども別のものなので、まず消費者の安全性についてお話ししたいと思います。

Google Play は、アプリの中でデジタルコンテンツをディベロッパーが販売しなければならないということではないのです。でも、もし販売するならば、Google Play の課金システムを使ってくださいと言っております。ユーザーはアプリに自分の個人情報を直接入力しなくてもいいからです。様々な決済方法を選定することができます。クレジットカード、モバイルの課金制度、ギフトカードが選択肢に含まれます。

また、消費者に対して購入したものについての情報も Google は提供しております。一貫した形でデジタルコンテンツを販売している全てのアプリに一貫しております。明確な情報、何を購入しているのかについて、どのぐらいのコストがかかっているのか、返金をどうやってやるか、カスタマーサポートをどうやって得るのか。また、いつ、そしてどのような頻度で消費者が課金するのかについての情報も提供しております。サブスクリプションやほかのものにとって特に重要であります。

またほかの機能、予算を立てて使用する、また子供の使用に対する親の管理も重要であります。アプリの中で課金の乱用があるのではないかと、特にサブスクリプションに関して乱用があるのではないかとという指摘も出てきておりますので、一貫した安全な方法を確保しなければなりません。消費者だけが裨益するのではなく、Google Play の課金システムは、アプリやゲームの業界全体の信頼度を挙げております。それによって消費者は買いたいと思うわけです。特に初めてアプリを使う場合、また、ディベロッパーになじみを持っていない消費者にとって信頼がある。ディベロッパーとしての評判がまだ出来上がっていない人たちにとっても重要であります。Google Play のシステムによって、消費者は信頼するわけです。Google Play に信頼を持っているので、ディベロッパーにも信頼することになるわけです。ですから Google は消費者を守るためにこの課金システムは本当に重要だと考えております。

では、次のスライドをお願いいたします。

Google Play の課金システムは別の機能を持っております。これについてもお話ししたいと思えます。いかにディベロッパーが我々が提供するサービスに対して課金しているかということです。これが重要であります。我々のビジネスモデルにとって鍵となっております。

ビジネス事項としまして、Google は、ディベロッパーが成功することによって、我々も成功すると考えております。ですから、我々のサービスに一貫してるのは、ディベロッパーがデジタルコンテンツの販売によって利益を上げたとき、収入を得たときのみ課金をいたします。Google Play のディベロッパーの 97% は、コンテンツを販売しておりませんので、サービスフィーを払っておりません。残りの 3% のみのデジタルコンテンツを販売している業者が手数料を支払っております。ここでもよく見られる誤解があるのですけれどもディベロッパーは収益の 30% をサービスフィーとして Google Play に支払っているのではないかと思われているわけですが、実際ディベロッパーの 99% は 15% またはそれ以下しか支払っていないということでもあります。継続的に我々の手数料構造を改善し、デ

イベロッパーからのフィードバックを反映してまいりました。

ディベロッパーから聞いておりますのは、ビジネスの形は必ずしもフリーサイズではない。1つのサイズがみんなのためにはならない。ですから、ニーズがディベロッパーによってその規模、どのような業種なのかによって異なるということです。ですから、様々なプログラムを導入し、我々の手数料を構造ディベロッパーのニーズに合わせております。例えば全てディベロッパーは最初の1百万ドルの収益に関して払うサービスフィーは、15%に減額されています。我々のサービスフィーを15%に、すべてのサブスクリプションに関して下げております。そして、コンテンツやライセンスのコストがセールスの大半を占める電子書籍やオンデマンドの音楽ストリーミングサービスの場合は、サービスフィーを最低10%まで下げることができるわけです。ですから、常にディベロッパーと関与し、彼らが直面する挑戦や機会について我々も知るようにしております。ですから、我々の課金する手数料は、Androidの他のアプリストアや我々にとってのすべての競合他社のそれと競合的であるか、それらよりも低い手数料になっております。

よく聞く点で、もともと手数料なんてなぜチャージするのか、Google Playは決済機能だけ提供している業者ではないかと見られるわけです。Google PlayのようなApp Storeは、決済機能进行处理しているだけであるから、手数料は少なくてもいいのではないかという誤解があります。ただ、我々はグローバルなゲームのアプリストアを提供しているわけがあります。消費者に様々なゲーム、素晴らしいアプリを提供しているわけで、知識も提供して、ディベロッパーはその結果、イノベーションを実施し、発展し、シームレスにグローバルな市場にアクセスすることができるわけです。Android、そしてGoogle Playに弊社は大きな投資をしてきたわけです。

どのようなビジネスでも、今後モバイルの分野で投資を続けなければならないので、Android、そしてGoogle Playは今後も維持し、しなければならないサービス手数料に基づいたモデルで、今までも生存してきましたし、今後もそうでなければならない。ですから、選択や経済発展の可能性をディベロッパーに提供し、また、選択肢をより多く消費者にも提供しながら、コストを下げたこのビジネスモデルでエコシステムが維持されております。

では、次のスライドをお願いしたいと思います。

ここで終わりにしたいと思うのですが、我々は最初から信念として、プラットフォームとして成功するためには、Googleのプラットフォームを利用いただいているパートナーを成功させなければならない、それを支援しなければならない、その理由のために、Googleチームは世界各地からいただいておりますフィードバック、大小のアプリの開発業者からいろいろな言葉をいただいております。ソーシャルネットワーク、メディアの反応も我々のサービスフィーストラクチャーの変更などに関していろいろとお褒めの言葉、いいフィードバックをいただいております。

私からのプレゼンは以上でございます。皆様からの御質問を楽しみにしております。

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。

それでは、モバイルエコシステムについて、泉水議員から順番に御質問いただきたいと思っております。

それでは、最初に泉水議員、お願いいたします。

○泉水委員

ありがとうございます。泉水と申します。

では、質問したいと思います。

第1点は、立証責任を行為者側に負担させるということは、憲法に違反するかどうかという論点があります。

具体的に述べますと、例えば情報が非対称であって、事業者側が非常にたくさんの情報を持っていて、ユーザーは情報を持っていないという面がありますし、同じことですが、証拠に最も近いのはプラットフォーム事業者であるという点、証拠の近さ問題があります。

これらから、かなり一般的に世界的に事業者側に正当理由等の立証負担を求める、あるいは事実の立証責任を求めるということが多いのではないかと思っております。例えば、EUの新しい法律では正当理由の立証責任を事業者に求めておりますし、いろいろな訴訟においても、事実上、事業者側に正当理由等の負担を求めることが多いと思っております。そういう意味で、憲法違反とは言えないのではないかと思っていますが、いかがでしょうか。これは第1点であります。

データについてお聞きします。御社では、OSやアプリストアやブラウザで様々な重要なデータを取得して入手されていると思っておりますが、これらのデータは、御社の他のレイヤー、いろいろなアプリ等が提供されていますが、他のレイヤーでどのように利用されていますでしょうかという点です。

公正かつ自由な競争がいろいろなレイヤーでなされていることは非常に重要だと思えますし、消費者の選択、オプションを与えるという点でも重要だと思えますが、もしOSなどで得られたデータをこのようなレイヤーでGoogleさんだけが利用するとなると、それは公正な競争上問題ではないか。イコールフットィングがなされていないのではないかという意見もあるところですが、この点についてどのようにお考えでしょうか。

私から以上です。

○依田座長

泉水委員、ありがとうございました。

Google様のほうから、2つの質問について御回答いただけますでしょうか。お願いいたします。

○Kareem Ghanem氏

御質問に感謝いたします。

まず、1点目の御質問なのですけれども、規制当局が、競争法の違反の下に示すべき挙証責任に絡む問題だと思えます。これが憲法の原則はどうか、適切な手続はどうかということ。もう少しこの御質問に関して考えてみたいと思っております。書面の形でよろしいでしょうか。お答えしたいと思います。

御質問なのですけれども、これはデータへのアクセスにかかるものです。Googleが例えばブラウザなどを運営しておりますので、そういったものを通して得られるデータに関する御質問だと思えます。ユーザーの方々がデータを管理できるよう提供しています。例えばどのデータを収集するのか、私どものプロダクトを使うときに、データをどうやって使うのかということに関しても、ユーザーが管理できます。非常に細かい形で、データの削除の権限もユーザーの方々に委ねているわけです。

以上です。

○依田座長

どうもありがとうございます。

泉水委員、どうぞ。

○泉水委員

例えばデータを匿名化して、匿名化したデータについても利用されていないということでしょうか。

○Kareem Ghanem 氏

御質問を確認したいのですけれども、いかに Google が匿名化されたデータ、ユーザーの行動についてのデータを収集しているかどうかということですか。

○泉水委員

そうです。収集しているかどうかと、もし利用されていたら、どのように利用されているかという点です。

伝わっていないですか。

○Kareem Ghanem 氏

様々な商品を横断して Google のプライバシーポリシーがありまして、ユーザーに対してどのデータが収集されて、我々の商品を使うときにどういうデータが収集し、そのデータがどう利用されているか、管理するか、そしてデータの削除の方法も伝えております。ですから、匿名化してユーザーデータを特定の目的、例えば詐欺や濫用の回避のためにそのデータを使うこともあります。

ただ、我々の商品に限ったことでは決していないと思えます。ほかのウェブブラウザで消費者が誓うところもプライバシーポリシーに関して共通していると思えますし、ほかの業者も基本的には同じようなデータのプライバシーの規定があると思えます。

○泉水委員

ありがとうございます。

○依田座長



ありがとうございました。

続きまして、山田議員、お願いいたします。

○山田議員

ありがとうございます。

スライドでも少し言及いただいたのですが、もう少しオペレーティングシステムの市場の将来について御質問できればと思います。

私は独禁法のプライベートプラクティショナーなので、いろいろな業界のシェアの数字、順位はいつも気になるのですが、同じ業界の中でも、以前は断トツの独占製品だったものが、10年後にはもう跡形もなく姿を消しているなんてことも珍しくないわけです。

特にIT分野はそれが顕著で、中国メーカーが来ないなんて言っていた10年前がうそのようだったりとか、日本語で言う諸行無常という言葉がよく当てはまる業界だなといつも感じています。

今、iOSとAndroidしかないというシンプルなアサンプションをベースに、まずOSのエコシステムをオープンにしようということで、各国でいろいろなプロセスが動いているわけです。

Androidは日本だと、iOSのシェアが非常に大きいので、過去数年で見ると50%より大分低いところで推移しているわけなのですが、正直なところ、この先、10年、20年先に、このオペレーティングシステムの市場がどうなるのか。我々法律関係者には予想がつかないというわけなのです。今のスナップショットだけを見て将来の予想がつかないのに、やみくもにルールをつくるというのは、我々の業界だと「お化けが出る」などと言うのですけれども、危ないアプローチだというのは誰もが感じるころだと思っています。

どんな業界でも10年先、20年先のプロスペクトが悪いのであれば、そうならないように頑張る、だからイノベーションに投資するというサイクルが不可欠で、結局それが競争を生む好循環にもなるわけなのですが、恐らくGoogleの中でも長期のOS市場の見通し、Googleへの脅威は何なのかみたいな議論はあると思います。なので、今後あり得るOS市場の将来の競争状況のシナリオということで、Googleはどのような見通しを持っているのかというところをスライドに追加してお話できる範囲で教えていただければと思います。

○依田座長

ありがとうございました。

Google様、御回答いただけますか。

○Kareem Ghanem 氏

御質問ありがとうございます。

みんなにとってどういう将来が来るのか、私も知りたいと思います。現実的には2021年の終わりに迫っているわけですが、15年前、遡って過去を振り返ってみますと、Androidは存在もしていなかったわけです。ですから、将来の予想をするというのは本当に難しいです。状況が15年後、今からどう変わっているのか、予想は本当に難しいと思

ます。

短期的に予想できること、少なくともウェアラブルに関しては、モバイル電話、デバイスは我々の役割、今のものと違うと思います。生活、経済における役割というのは異なってくるのではないかと思います。競争テクノロジーの進化はあまりにも早いので、本当に難しいです。10年後または15年後を予想するのは非常に難しいわけで、それが現実だと思います。

○依田座長

ありがとうございました。

続きまして、森川議員、お願いいたします。

○森川議員

御丁寧に御説明いただきまして、ありがとうございます。

質問は2つということなので、排他的な協定とかではなくて、柔軟い質問を2つほどさせてください。

1点目はスライドの6ページだったかと思いますが、全てを変えたAndroidというスライドがありまして、まさに御指摘のとおりで、物すごい価値を創出されたと思いますが、逆にこのスライドを拝見すると、ちょっと皮肉なのですが、これをすばらしくやられていただいたおかげで、Androidが登場する前の時代の方が、競争環境はあったのではないかという、そういうような指摘もできるのかなとこれを見て思いましたので、そこについて正確な答えというか、感想みたいなもの、そういうコメントが来たときにどのようにお答えになれるのかということをお伺いしたいというのが1点目です。柔軟い質問です。

2つ目は、アメリカだけではなくて欧州、あるいは今回のような日本とかお隣の韓国とか、いろいろなところで皆さん非常に厳しい対応が求められています。

アメリカだけではなくて、欧州、日本あるいはお隣の韓国とかもグローバルに皆さん非常に厳しい大変な対応をされておられると思います。裁判とかもいろいろなところで起こっていますので、皆さん大変なのかなと思っています。

裁判への対応とか、そういう守りの対応とかではなくて、例えばこのような問題が起きないような、あるいはよりよい健全な市場みたいなものがあるとしたら、そういったものをプロアクティブに考えていくような部隊とかチームというのはGoogleの社内にあるのかどうかといったところがあれば、お知らせいただきたいというものになります。

ありがとうございます。

○依田座長

ありがとうございました。

Google様のほうでお答えいただけますでしょうか。

○Kareem Ghanem 氏

ありがとうございます。

最初の御質問は、私の理解が正しければ、Android が結果的に競合、競争をなくしてしまっただのか、Android 前の環境に、その当時あった環境を抹殺してしまっただのではないかという御指摘ですけれども、答えはノーです。というのも、何社かモバイルデバイスを製造しているわけですけれども、そのデバイスメーカーの数なども増えておりますし、世界各地で 2008 年と現在を比べますと、間違いなく Android は競争を促進したと思います。価格は下げました。そして、テクノロジーに対する障壁などもなくしたと思います。競争は促進され、世界各地の企業や事業者、アップディベロッパーは国際市場にリーチすることができたわけです。大手の企業などでも、以前でしたらば物、サービスなどを市場に届けるのが難しかったと思います。プラットフォームがなければできなかったことを、Android がプラットフォームとして存在しているので現在提供できるわけです。スライドではお見せしなかったのですが、時々オーディエンスと共有したいと思うのは、このようなお話をされる際によくお見せするのは、モバイル電話、2007 年、2008 年の携帯電話の状況がどうだったのか、その値段がどのぐらいで、その外見をお見せして、今と比較していただくということをよくやっているのですけれども、Android の結果、競争が減ったという御指摘は間違っていると思います。

2 番目の御質問は、Google が規制上の懸念に対してより積極的に取り組む体制を持っているかどうか、例えば政府などから我々の商取引の慣行について潜在的な（問題）点の指摘があったときにどう対応しているかということですが、Google は建設的な対応をしてきたと思います。プロアクティブで実りの多い前向きな姿勢で外国政府と対応してきたと思います。

ということは、ときには意見を異にすることもあるかもしれませんが、常に連携協力、そして前向きなアプローチの精神に基づいていたと思います。時間とともにその姿勢はさらに強くなっているわけで、その結果、業界は成長してきたと思います。

○依田座長

ありがとうございました。

よろしいでしょうか。

続きまして、増島議員、お願いいたします。

○増島議員

御説明をいただきまして、どうもありがとうございます。

Google のサービスも非常にいろいろなところで使わせていただいて、日本を大きく変えた、世界を大きく変えたサービスだと思っております。

御質問は大きく 1 つでございます。現状の Google さんの日本社会における今の立ち位置というところでいきますと、我々がいろいろヒアリングをしている中では、システムですかコードのレベル、コードというのはソフトウェアコードです。あとはポップアップとかそういうインターフェースのレベルなど、様々な点で利用者も、そしてディベロッパーのほうからもいろいろな声が上がっていて、それが結局政府としても解決をしなければい

けないという形で、政治問題になってしまっているという状況だと思っています。

Googleさんは長く日本にコミットいただいていますので、課題を共有して、解決に向けて政府と協調いただけるということは、今まで日本のリージョンの方からもお伺いをしておりまして、それは大変ありがたいことだと思っています。

今回の問題は小さなものがすごく積み重なっている結果、それがよりハイレベルでの競争環境に影響を与えたり、プライバシーの話にはね返ったりとこういうことになっているように見えるので、ヘッドクォーターでの大きな意思決定はもちろんなのですが、もっと下のレイヤーの決定でも常に競争の問題を考えて物事を意思決定していかなければいけないということなのではないかという感じがしております。

その意味で、組織全体がいろいろな意思決定をするときに競争上のこの公正性ということを考えなければ、物事が解決していかないのではないかと思うわけですが、Googleという大きな組織の中で、そういうものがちゃんと規範、ノームになっていたり、ルールとしてビルトインされているのかどうかというのが、ここでの御質問ということになっています。

少し短く要約しますと、Googleが政府から様々な干渉を受ける立場にあるというのが現状です。これを受け止めた上で、組織の様々なレベルでのこの意思決定の中で、自らがこの支配的な力を用いているとみなされないように活動しようという活動、これは一般的なコンプライアンス研修をしていますとか、そんな話を聞きたいのではなくて、独占の問題に対して、意思決定のレベルで細かい意思決定をきちんと行うような仕組みがあるのかどうか、あるとすれば、それはどのように行っているのだろうかというところを教えてください。

○依田座長

ありがとうございました。

Google様のほうから御回答をお願いいたします。

○Kareem Ghanem氏

御質問に感謝いたします。

私の理解では、意思決定に係る御質問ですね。特に商品開発に係るものですね。

その中でも特に地域のローカルマーケットにおけるもの、例えば商品開発のプロセスにちゃんと反映されているのかということにも関わっている御質問だと思います。

歴史的に見て、Googleは常にプロダクトにしても、機能にしても、フィーチャーにしても、全世界で共通のものを提供させていただいてまいりました。それが大事なのです。Google Play や Android の場合、非常に重要なのは、各機能が同じ形で国を超えて利用できなければいけないと思っています。時間の経過とともに、Googleとしてはますますプロダクト開発をカスタム化しようとしています。これは今後のマーケットのニーズに合わせる試みも行っているわけです。

しかしながら、いかにグローバルに利用できるプロダクトでありながら、ローカルなマ

一ケツでもちゃんと使える、グローバルマーケットのイシューにはちゃんとセンシティブなプロダクトであるということは取り組んでいるところです。

○増島議員

そういう各国の構成もしくは今回のような競争の公正性を保つという部分に、ローカルな人がどのようにインセンティブを与えられているのかという部分が知りたいということでした。

○依田座長

よろしいでしょうか。

ありがとうございました。

○Kareem Ghanem氏

お答えいたします。

フォローアップの御質問、感謝いたします。

今も十分考慮していると思っております。ますますそうなっていると思っております。ローカルのチームにビジネス、プロダクト開発に関しての意思決定をどんどん委譲しているところです。ローカルマーケットのニーズが様々にあると思っております。なかなか一般化していません。例えば一般論としてこういうことをしているということを申し上げることは難しいのですが、大事なものは、私どものユーザーの方々から直接いただくフィードバックが大変重要だと思っております。ディベロッパーからのフィードバックも非常に重要だと思っております。

Google Play、そしてAndroidがどうしてほかと違うのか。その大きな差別化要因が何かといえば、しっかりとしたチームが各主要な地域に導入されているということです。こういったチームはそれぞれのマーケットのニーズを本当に深く理解している、ビジネスも理解している、そしてフィードバックを受け止めて、活用して、さらに私どもの商品の進化、改善に反映しているということです。

プレゼンテーションで一番最後に触れた点の一つがあります。それは私どものサービスフイーをいかに変えたかということなのですが、これもまさに皆様の声を伺ってから変えたわけなのです。Googleのチームはまさにディベロッパーの方々がしっかりエンゲージしているわけです。そして、どうやってプレッシャーにディベロッパーの方々が立ち向かっているのか。ビジネスと現実は何なのかということをやちゃんと直接伺っているわけです。グローバルにいろいろな声を聞いているということだと思います。そしてそれをちゃんとまとめて、私どもはそれを受け止めて、どうやって自分たちがよりよいパートナーとして進化できるだろうかということも十分検討しているわけです。ですから、商品開発のプロセスが大事だと思っております。そして、ローカルチームにエンパワーを与えて、重要な意思決定をお願いしている。多くの会社とパートナー関係にありますので、自然派生的に進んでいる側面はあると思っております。

○依田座長

どうも、ありがとうございました。

続きまして、塩野議員、お願いいたします。

○塩野議員

プレゼンテーションいただき、ありがとうございます。

私からは質問が2点ございまして、1点目がユーザーによるデータコントロールにつきまして、ユーザーは自分のデータコントロールが選択的に可能ということで理解しております。このデータをコントロールですけれども、サードパーティーに対するプライバシーであったりのデータコントロールも、Android OSのレイヤーにおけるデータコントロールで既になされているということでよろしいでしょうか。その時点で既に解決しているということでもよろしいでしょうか。御教示いただければと思います。

2点目が、位置情報と検索データの連携についてです。

位置情報と検索データを連携することで、様々なコンテンツサービスを提供していると思います。これに関して、例えば位置情報と検索データを合わせることで、実際のお店であったりレストランであったりをサジェスチョンするというのは理解しているのですが、こういった情報をGoogleさんのほかの新しいサービスを開発するために使っているのでしょうか。

もう一つは、こういったことで、ユーザーコードに対して何らかの何時またはサジェスチョンを与えることで、自社の広告のコンバージョンレートの向上であったりとか、ユーザーからえられる利益のライフタイムバリューを向上させるようなことというのはしていますでしょうか。

私からの質問は、以上2点でございます。

○依田座長

ありがとうございます。

塩野議員から2つの質問がございました。Google様から御回答をお願いいたします。

○Kareem Ghanem氏

最初の御質問に関して確認をさせていただきたいと思います。

2番目の御質問は、Googleのサービスについてのデータを収集した場合、そのデータを活用してGoogleの商品の改善に使うかどうかということです。

その御質問に対しては、イエスであります。ユーザーに対しても明確にしておりますが、ユーザーに対してよりよいサービスを提供するために、そして常に進化させるプロダクトにするためには、どうやってプロダクトが使われるかというインサイト、増設を得て、それを活用する、そして改善をするわけです。ユーザーがもちろんどういうデータを収集しているのか確認してもらいます。そしてサーチデータについて言及されましたが、ユーザー側が管理をするわけです。どういう種類の位置データをGoogleサービスを使う際にGoogle側が取得しているのか。また、ユーザー側、どのような検索データを収集しているのかどうか、ユーザー側が管理して許可するわけでありまして。

ユーザー側が許可をした場合、そのデータを収集して、我々のサービスの改善のために活用いたします。

すみません、もう一度最初の御質問をお願いします。

○塩野議員

ユーザーが自分で、どんなデータか選択していると思うのですが、それをサードパーティーに渡すときに、サードパーティーが使うと仮定したときに、サードパーティーに渡すときに既に選択されているので、ユーザーはサードパーティーに渡すときに選択されたデータ、許諾したデータを渡しているという理解でよろしいでしょうか。もう既にユーザーの許諾は済んでいる、サードパーティーに渡されているという立つけになるのでしょうか。

○Kareem Ghanem氏

Googleにはプライバシーポリシーがあり、どういう状況の下でGoogleがユーザーの個人情報を第三者に共有するかということを決めております。Googleはどのような状況下でも情報を販売することはしません。限定的な条件の下で個人情報をサードパーティーに渡すこともあります。例えば正当な法律的な手続があった場合、それを渡さなければならないこともあります。ただ、第三者と許諾なしを許容しているわけではありません。

これもはっきりとGoogleのプライバシーポリシーに記述してあります。かなり厳しく管理しております。というのは、このようなデータは適切な開示または許諾がなければ、我々の商品に対するユーザーの信頼感が少なくなるわけです。

○依田座長

ありがとうございました。

続きまして、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。競争法専門としている伊永と申します。

私からも2点です。1点目はアプリ内課金についてなのですが、お話を伺って、Google Playの中でのアプリ内課金というのが安全や確実な決済を目的としていて、ユーザーフレンドリーな内容になっているということだと理解しました。

一方で、サイドローディングについてもAppleと違って認めているということから、特にアンチステアリング条項のようなもの、要はアプリ内にアウトリンクを張ったり、アプリ以外での決済に導くようなボタンを設けたりといったような行為は禁止していないと理解していたのですが、これについて実態はどうなっているのかを教えていただけますでしょうか。

特に韓国の新立法で、アプリ内課金において特定の支払方法を強制することができないとされましたので、それに対する対応について我が国でも同様の対応を取っていただけるかという点からお答えいただければと思います。これが1点目になります。

2点目は、既に泉水先生のほうからもお聞きした立証責任の話です。このburden of proof

をなぜ事業者側に転換する必要があるのかという点について我々が考えているのは、イノベーションやプライバシーの障害となるような規制をなるべく行うべきではないと考えておりまして、そのために当局側が幅広いディスカバリーをかけて網羅的な調査をするのは、お互いにとってより負担となるということです。それよりも、事業者側から正当化理由をまとめて主張立証してもらったほうが、手続の早い段階で処分をしなくて済む判断につながると考えるからなのですが、そういった面から正当化理由の立証責任の所在を事業者側に移すということについての御意見をいただけたらと思います。

以上です。

○依田座長

ありがとうございました。

Google様から御回答をお願いいたします。

○Kareem Ghanem氏

分かりました。御質問に感謝いたします。

では、1点目の御質問にお答えいたしましょう。私どもがいかに韓国の新しい法律に対応しようとしているかということです。App Storeにおける課金をどうやって考えているかということです。

Googleといたしましては、韓国の国内実態とかその経過について意思決定を尊重しております。私どもは建設的にもやり取り重ねてまいりました。私どもは明らかにしております。その法律の精神並びに情報を遵守する用意があるということを申し上げてまいりました。したがって、ディベロッパーの方々に関して、コンシューマーに対して調査を与えるということを認めるということです。もしそれを望むのであれば、デジタルコンテンツの購入をGoogle Play以外の方法を認めるということです。これGoogleにとって非常に大きな一歩でございます。大きなステップなのです。

したがって、ちゃんと確認をしたいと思っていますのです。これを行うに当たって、あくまでも安全上のリスクは最小限に抑えたいと思っています。消費者の方々には安全性のリスクを最小限に抑える、これが大変重要だと思っています。非常に深刻な点であると思っています。そういった意味で現在、ディベロッパーの方々に対する安全基準やインストラクション、技術的なガイダンスをまとめようとしているところです。Google Playの課金以外の選択肢について、私どもとしても対話を重ねていきたいと思っています。

いずれにしても、こういったリスクがあり得るのか、どうやったら消費者の方々を安全にできるのかということをごをこれからますます学ぶことができるだろうと思っています。

全ての規制当局、そして全ての意思決定の方々で、実際にこのテーマに関心がある方々であれば、そしてしかも課金政策、ビジネスモデルについて関心がある方々、規制当局、政策立案者の方々におかれましては、ぜひ真剣に考えていただきたいと思っています。消費者の安全を十分考慮していただきたいと思っています。いずれにしても、多くのことが学べると考えております。



2点目の御質問ですけれども、挙証責任がいかに規制当局の調査から見てシフトしているかということです。挙証責任のシフトに関しては、もう少しちゃんと考慮してお答えできればと思っております。

この段階の考えとして申し上げるならば、あらゆるビジネスにとって、特に弊社のようなモバイルプラットフォーム事業者にとってはどういったルールなのかを明確に理解する必要があると思っております。そして、しっかりとしたルールがあって、そうすることで私どもの事業運営に当たっても法的にちゃんと遵守したいと思っているわけですし、ディベロッパーの方々、消費者の方々に対しても、一貫性のある形で対応したいと思っております。

また後日、しっかりとした回答をさせていただきたいと思えます。

以上です。ありがとうございます。

○依田座長

ありがとうございました。

続きまして、川濱議員、お願いいたします。

○川濱議員

先ほどはすばらしいプレゼンテーションをありがとうございます。

Google様が優れた製品で日本経済に大きな貢献をされていること、それから日々、Googleの製品になじんでいる者としては、非常によく分かります。

他方、ある意味ではこれは消費者がよりよいものを望んでいくことによってさらに改善されていくことがあるし、今、Googleの製品を使っている者とする、Googleの中のエコシステムに一旦入ってしまった場合、エコシステム内における選択肢や、あるいはその中で選択する能力が非常に重要な意味を持つこともあります。

私は競争法を専攻しておりますが、消費者のウェルフェアが競争法になじむかどうかという大論争がありますが、その論争と無関係に、消費者に十分な選択肢が与えられ、選択能力が確保されることが競争の前提条件だということでは争わないところなのだ。

それは具体的な競争法違反があるか、ないかではなくて、そういった選択肢が確保され、選択能力が確保されている状況が作り出されていることが好ましいのではないかとということがあります。

26.1及び26.4のところ、欧州で実施されている検索エンジンの選択性について、検索サービスの市場における競争の可能性を確保する上では有効なのではないかということは考えております。

EUにおいては競争法批判への懸念からそうされているというのは分かるのですが、それがあろうがなかろうが、実際にユーザーの中で検索エンジン、ブラウザなどのアプリに選択肢があるということ自身を十分認識していない。これは選択する能力の限界から十分な選択肢が供給されていることが分からないことから、競争が活発でないということに対しての懸念はかなり広範にこの問題に関心のある方々であれば共有されると思うのですけれ

ども、その改善としては、選択肢の中にはどのような特徴があるのかということをはかるような形で、アプリの選択肢の存在と特徴を分かりやすくユーザーに提示するということが、ユーザーにとってもユーザーのウェルフェアを直接的に向上させるし、競争を向上させるポイントにもなるのではないかと。

この点で、改めて検索エンジンやブラウザやアプリストアで上記のようなユーザーからの求めがなくとも選択肢等を表示する選択制を実装するということが非常に有効なものではないかと考えているのですけれども、これに関する問題点等々に関して、お考えをお聞かせいただければと思います。

もう一点、既に競争法を専攻するほかの先生方からも出されておりました挙証責任の問題なのですけれども、あとで御回答いただけるということですので、御回答して下さるであろう方々への問題点の正確な伝達という形で私のほうで補足説明をさせていただきますと、いわゆる客観的正当化の問題に関しては、挙証責任が企業側がないということは、EUでもアメリカでもそのような形で運営されているということはほとんど共通になっているので、その点から、これが突然出てきたように感じたので、競争法の専門家の方から大きな疑問がなされているわけなのです。

恐らく、これに対する問題点は、悪影響があるかないかの立証をスキップして、いきなり客観的な正当化だけを要求するようなことを念頭に先ほどの回答らしきものがあつたのではないかと感じております。これは101条、102条の立証責任を政府側ないしは原告側が負うというのは当然のことだけれども、しかし、反競争効果ができているのであれば、客観的正当化は企業側がしなければいけないと思う。これもまた競争法を学ぶ者にとっては常識の話で、例えばドイツのように、場合によっては悪影響の立証をある程度スキップした上で、ある特定のカテゴリーの行為に関して全般的にその正当性を示さない限りは行為をしてはならないという立法に関する立場の問題だと考えているので、101条、102条などが本来、一般法として平等に適用されなければいけないのに、一部の業者だけの差別的に適用するということを行っているのではなく、特定のカテゴリーの業者に対して、いわば予防原則として、反競争効果のありそうな行為を一般的に規定した場合に、他方、客観的な正当化等々があれば、容易にそのような立法があつた場合は、どう考えますかという趣旨なのだろうと私は理解しております。そうでないと恐らくかみ合わない。

少なくとも客観的正当化に関する立証責任を企業側が負わないというのは、そういったコメンテーターがいることは確かですけれども、一般に当局は立っていないし、裁判所も立てない立場なのでちょっとかみ合わないところがあり、御回答もそんなことを言っているのではないという整理がある。

後ろのほうのコメントに今、回答していただくのではなく、これから書面でまとめていただけるということですので、書面に関する注意点として発言させていただきました。

以上でございます。

○依田座長

ありがとうございました。

川濱議員から2つ質問がございまして、2つ目の質問は今日ここで御回答いただく必要はございません。

第1点目の質問のほうは、検索エンジンやブラウザのデフォルトの設定について、消費者の合理性が限定的である、限られている中において、選択肢をスマートフォンの立ち上げの初期段階において提示することによって、消費者は選択肢があることを発見することによって、消費者のウェルフェアあるいはサープラスが上がることもあり得るし、消費者の合理的な選択を助けるという意味においても価値があるのではないかという趣旨の御質問だったと思います。

それについて、Google様の御回答をよろしくお願いいたします。

○Kareem Ghanem氏

ありがとうございます。依田先生もありがとうございました。

これでどうやったら消費者の方々がちゃんと選択肢があるということをちゃんと伝えられるかということです。

まず、最初に申し上げたい点があります。Androidは実はまさにモバイルプラットフォームとして、OEM等の方々が実際に開発することを可能にしたものであると思っております。どのアプリがデバイスに搭載されているのか、また、例えばデフォルトとしてどうやって機能が設定されているのか、デバイスでどういった機能があるのか、そういう選択肢はちゃんとあるわけです。なぜそのチョイスがあるか。Androidがオープンだからです。

デバイスメーカーとしては、どなたも御自由に好きなアプリをインストールしていただけるわけなのです。たとえGoogleのプロダクトと競合するものであったとしても、プリインストールできるのです。Androidのエコシステムではよくあることで、実際にデバイスとして直接競合するものが導入されたものもあるわけです。例えばサムスンのデバイスがそのよい例で、Chromeと同時並行で導入されているわけです。サムスンの決済システムもプリインストールされている。サムスンのeメールサービスも、Gmailと同時並行で導入されている。そういった事例は多々あるわけです。

ですから、ほかのプラットフォームと違って、ほかのプラットフォームの場合は唯一のプロバイダのものしか出てこない。ところが、Androidの場合はデバイスメーカーであっても、デバイスを出荷するに当たって、ちゃんと選択肢があるものを差し上げているわけなのです。ユーザーがデバイスを買った後、彼らは自由に別のチョイスを探しているわけなのです。インストールされたものを探しているわけです。

そこで、消費者の方々がどういったオプションがあるかが分からないという前提については、ちょっと反論したいと思います。消費者の方々はApp StoreであろうとGalaxy Storeであろうと、いろいろなアプリストアがあるわけです。そこに行って、簡単に探すことができるわけです。自分たちのニーズを満たしてくれるアプリを探すことができるわけです。

消費者の方々が知らなかったというエビデンスは今のところはないわけなのですが、こ

ういったオプションがあったということを知らなかったというエビデンスは、私どもはいただいております。目の当たりにしていないということです。

サーチエンジンに係るチョイススクリーンが我々と欧州委員会との間で、彼らが抱いていた一つの懸念に絡む形で出てきたことであるわけです。申し上げられるとすれば、そもそもユーザーにとっての過剰な選択、そしてユーザーにとっての負担も考えなければならなくなると思います。例えばユーザーがサーチエンジンを選ぶということと、デバイスを設定するに当たってサーチエンジンをこうしようとか、ウェブブラウザの選択もある。4つのカテゴリーのアプリを選ばなければならないとなった場合、誰の利益を考えるべきなのか、どういった形で利益を考えるべきなのかということだと思います。場合によっては、十分な正当化なくして、消費者の方々の負担になってしまうのではないかと思います。ですから、ユーザーに選択肢があるということを知らないという前提は違っております。

ユーザーの方々が実際にどのデバイスを購入するかという判断のときに、どういったアプリを購入しているのか、大体分かっていると思います。どういったアプリを探すのかは分かっていると思うのです。後でデバイスを選ぶのは、少なくとも Google のサービスを経験してから選んでいただけるのではないのでしょうか。

挙証責任に係るものでございます。御説明いただきまして、私どもとしても書面で回答できればと思います。

ありがとうございました。感謝申し上げます。

○依田座長

どうもありがとうございます。

続きまして、最後の議員になりますが、生貝議員、御質問をお願いいたします。

○生貝議員

生貝です。情報法律を専攻しています。今日は貴重なお話をありがとうございました。

2点、少し大卒の御質問をしたいのですが、事前にお送りした質問の中で、諸外国では一定の要件を満たす大規模プラットフォームビジネスを対象にして、例えば自社優遇を規制するような法規制が既に実施されていたり、検討されている。これは象徴的には、デジタル市場法でございます。このことに関しては、御社も今、欧州連合と様々なディープなやり取りをしていると認識しているところでございますけれども、こういった規制強化というのは当然、IT企業としては望ましいものではないと考える。

しかし他方で、デジタル市場法も来年早々には恐らく成立して、施行されることになることではございましょうし、当然日本としてもそれに類するものを考えなければならないのではないかと議論は既に出てきているし、これからはそういうことを考えるのであれば、もっと深く考えていかなければならない。

そうしたときに、この御質問に対して、一般的にこういう規制はどうかという質問に対して、強い規制はイノベーションを殺すからよろしくないといったようなくらの回答はいただいているのですが、可能であればもう一步スペシフィックに、例えばデジ

タル市場法を念頭に、こういう特定の情報、あるいはこういう特定の考え方というのは、特に慎重に検討する必要があるといったようなお考えを教えていただければ、今後より詳細な検討をしていく上で非常に有意義なのではないかと思います。

それから、2つ目は関連してすごく細かいところなのですが、やはり自社優遇というのが非常に様々なところで問題になっている。

それに関しては、まさに各国のレギュレーションの大きな主題になっているわけですが、御社のお話を伺っていても、ほかの大手様を伺っていても、うちはやっていないとおっしゃるところが基本的に全てであるといったときに、例えばまさにこういった自社優遇と呼ばれるものを事前規制で禁止することによって、何か不都合は起こり得るのか。いやもちろんやってはいけないのだから、こういうところにはちゃんと気をつけて規制してくれないといけないよといったような部分があれば教えていただきたいです。

よろしく願いいたします。

○依田座長

ありがとうございました。

Google様、御回答をお願いいたします。

○Kareem Ghanem氏

御質問ありがとうございます。

これらの政策に関するディスカッションの中で重要なのか、どうやって競争の政策などを改良していくのか、より具体的に話し合うことが重要だと思います。そしてこの法案などが何に対応しようとしているのか、具体的に検討することが重要だと思います。おっしゃるとおりです。

というのは法律があまりにも強くなって、イノベーションを抑え込んでしまうということのみならず、あまり明確ではない、そして企業としては商品を出そうとしてもどうやっていいかわからない、ディベロッパーなどにとっても問題になると思います。自己優遇の問題を例として申し上げますと、非常に幅広い用語であると認識しております。

Googleでは、Androidなどのプラットフォーム、Google Playなどでも非常に長い実績を持っておりまして、イノベーションを促進しようとしてきたわけです。競合他社の機能も、

我々のものと同様に提供しております。それによって消費者は選択し、どのサービスを使いたいのか選べるわけです。

自己優遇、セルフプレファレンスの問題は、ディスカッションしていく中で危険になりますのは、商品の部分部分であります。オペレーティングシステムなどの場合、自己優遇を避けるためにサービスと緊密につながった他の部分を、部分的にのみ使えるかどうかを慎重に検討されるべきです。ですから非常に大ざっぱに捉えるのではなく、より具体的に法律を討議していかなければならないと思います。

自己優遇に関しても同じですけれども、何が問題なのか、何を解決しようとしているの

か、具体的に検討する必要があると思います。

○生貝議員

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。

まだ議員のほうから御質問したいこともあるとは思いますが、時間のほうが押しております。以上でGoogle様のヒアリングを終了したいと思います。

Googleの皆様におかれましては、本ワーキンググループの開催に当たって、事務局との調整を含めて多大な御協力を賜ったと伺っております。この場で、改めて厚く御礼申し上げます。

今後も追加の御質問事項等、御対応をお願いすることもあると思いますので、引き続き、どうぞよろしくお願ひします。どうもありがとうございました。

(Google退室)

○成田審議官

どうもありがとうございます。お疲れさまでございます。

最後にAmazon様でございます。

(Amazon入室)

○依田座長

どうもありがとうございます。

これから、Amazon様について、最後に、ボイスアシスタントの事業戦略等について、資料に基づいて10分間御説明をいただきます。Amazon様におかれましては、遅くなって、お待たせして申し訳ございませんでした。

それでは、準備ができましたら、Amazon様のほうから御説明をお願いいたします。

○Ryan McCrate氏

皆さん、ありがとうございます。ワーキンググループの皆様、ありがとうございます。Ryan McCrateでございます。

本日は日米のチームとともに出席させていただいております。ワーキンググループに感謝申し上げます。

Amazon Echoスマートスピーカーの開発、そしてAlexaへの投資、これはボイスアシスタントやスマートホームにおける競争を促進するために行っているわけであります。

お客様の選択肢が増えたことで、オンラインサービスにリーチする新たなチャンネルを提供することになり、サードパーティのサービスやデバイスメーカーにとっても新たな成長の機会がもたらされました。

さて、10年前に我々はAlexaを立ち上げたわけですが、スタートレックのコンピューターからインスピレーションを得たのです。音声だけでお客様がインターネットにアクセスできるというサービスです。Alexaを生み出すに当たって、以前には解決されていなかった

様々な技術的な問題に当たりながら我々のやり方を発明しなければなりません。また、お客様のプライバシーを保護する新たな方法を生み出す必要がありました。

私どもはAlexaの改善に常に取り組んでおります。お客様には他の選択肢があることを私たちは理解しているからです。

Alexaは、最もより多くのお客様に利用されているボイスアシスタントというわけではありません。Google AssistantないしAppleのSiriの方がより多くのお客様に利用されています。ボイスアシスタントが最も利用されるのはスマートフォン上なのです。そして、日本で現在販売されているスマートフォンのほとんどすべてにGoogleないしAppleのOSシステムがインストールされており、両社のボイスアシスタントが使われているわけです。

Alexaはお客様に対してボイスへの新たなアクセス方法をご提供する形となりました。つまり、スマートフォン上でOSがコントロールしない形のボイスアシスタントなのです。

お客様にとってのオプションはますます増えている状況でございます。新たなボイスサービスを立ち上げるのは、当初は大変なことでした。10年前のことです。しかしながら、今はより簡単にスタートすることができるわけです。音声に係る科学は急速に進化しているところです。重要なボイスサービスの構成要素は、簡単にライセンスできる、ないしはAmazon、マイクロソフト、IBM、東芝、Google、Nuanceなどが提供するクラウドサービス経由で入手できます。したがって、数多くの会社が独自のボイスアシスタントを開発するようになりました。サムスン、Facebook、LG、サウンドハウンド、NTTドコモ、LINE、そしてヤフージャパンなどが行っているわけです。

ボイスアシスタントは今、幅広いデバイスで提供可能となっております。スマートスピーカーももちろん、スマートテレビ、ラップトップもあります。

さて、ボイスアシスタントが増えると、お客様がいくつものボイスアシスタントから選べる自由があり、用途に合わせて自分の好きなボイスアシスタントを選択することが大変重要になってくると思っております。それが、Amazonがボイスインターオペラビリティイニチアティブを立ち上げた理由です。これは80社を超える企業が参加する連携で、お客様が複数の同時並行のボイスサービスに1つのデバイスでアクセスできるようになり、自分たちの好きなサービスを入れることができ、簡単にサービスの名前を言うだけ使えるようになることをビジョンに掲げています。Amazonは、AlexaやEchoの開発のためリスクを取って投資を行ってきたわけですが、これは消費者の皆様にも競争にとっても重要であったと思います。

Amazonは、長年にわたり、サードパーティーが独自のビジネスを立ち上げ、成長させるために、彼らとのエンパワーメントを図ってまいりました。Alexaにおいても同じです。

当時のメールベースのボイスアシスタントとは違って、我々はサードパーティーのデベロッパーやメーカーの方が我々の技術をお使いいただけるようにしました。そうすることで、サードパーティーが自身の商品やサービスにボイスの機能を反映いただけるようにしたのです。例えばサードパーティーの音楽サービス、スポティファイ、Apple Music、dHits、

AWA、TuneIn、これらはAlexaを通して提供することができるわけです。デベロッパーの方々も音声ベースのゲームであったり、教育向けスキルなどの新しいサービスを生み出すことができるわけです。

また、Alexaの技術をサードパーティーやデバイスメーカーに対しても排他的な条件やライセンスフリーなしに提供しております。これによって、多くのデバイスメーカー様が音声の機能などを直接デバイスに入力できるようになり、デバイスがより価値が高く、魅力的なものになります。我々が初めてやったことで、顧客の選択肢やボイスアシスタントへのアクセスの方法が拡大することになりました。

最後に、Alexaのスマートホームプログラムを通じて、スマートホームのメーカーが、例えばライト、プラグ、施錠、室内カメラなどをお客様に音声でコントロールいただけるようになり、そのデバイスの価値や利便性を上げていただくことができたわけです。結論として、我々は現在、ボイスアシスタントやスマートホームデバイスに関して、まだ始まったばかりでございます。そして競争が激しくイノベティブな分野であり、Amazonがデベロッパーやメーカーの方とのエンパワーメントにむけた取組やお客様の選択肢を増やす取組によってその傾向は高まっていると思います。

私たちは、この分野において日本政府がやっておられる取組に感謝いたしますし、日本政府が目指されているところは、すべては消費者のためにイノベーションを促進し、競争を確保し、デジタルの未来を考えるという、我々が向かう方向と同じだと感じております。我々のビジョンを共有するこの機会をくださったことに感謝を申し上げます。ご質問があればお願いいたします。

○依田座長

どうもありがとうございました。

それでは、これから議員の先生方から御質問いただきたいと思います。

川瀆議員から御質問をお願いいたします。

○川瀆議員

私のほうからも2点で、今もう既に御質問があったモバイルシステム上での音声の重要性というのは当然のこととして、ただし、ボイスアシスタントの市場は今後様々な側面に広がっていくということが想定され、今後もしばらくの間、この3社のみのイノベーションしか期待できないのではないかという感じがする中、ボイスアシスタントの今後の利用の拡大を考えると、スマートフォンに加えてウェアラブルにおける利用も大きな割合を占めていくというような認識をお持ちなのかどうかということでございます。

特にウェアラブルに関してはどのようなデバイスが想定されているのか。また、マーケットとして、スマホを凌駕するような規模になることもあり得るのか。これは非常に長期にわたる予想で、答えにくい問題だと思うのですが、今後のことを考える上で重要な課題だと思いますし、また、音声の持つ位置づけというのは、単にスマホを超えた形で



我々の生活の中に浸透していくことも期待されるということから、お聞きしたいと思えます。

もう一点、音声における提示順位の自社優遇の点を御質問します。音声の場合とは大きく即時的な対応が必要な場合が多いということから、提示順位の与える影響は極めて大きいと思うのですが、Amazon様の場合は公正に対応しているというお話しではあるのですが、例えば提示順位の決め方がどのようになっているとか、決め方について開発者や消費者に対して開示がなされているのかどうかとか、あるいはどのような形で開示がされているのかについて、もう少し具体的にお話を伺えればと思うのですが、この2点をよろしく願いいたします。

○依田座長

ありがとうございました。

○Ryan McCrate氏

すみません、2つ目の質問がよく聞こえなかったのですが、もう一度、2つ目の御質問を繰り返していただいてもいいでしょうか。

○川濱議員

提示順位に関する決め方の問題です。

音声の場合、提示順位が与える影響が大きいところ、その順位をどのように決められているのかということに関して、公正に決められているということだったのですが、もう少し決め方について、あるいは決め方が開発者や消費者に対してどのように開示されているのか。されているとしたら、どのような形でされているのかということに関して、もう少し具体的な説明を問題のない範囲でお聞かせいただければということでございます。

○Ryan McCrate氏

ありがとうございました。感謝申し上げます。

大変重要な御質問でございます。感謝申し上げます。

まず、1点目にお答えしたいと思っております。おっしゃったとおり、今後お客様がボイスアシスタントを使う上でウェアラブルのセグメントは大きな意味を持つてくると思っております。お客様はボイスアシスタントを屋内外どこであろうとどこでもアクセスしたいとお考えになるのではないのでしょうか。もちろんモバイル端末もこれからも重要だと思っております。でも、ウェアラブルも増えていくと思うのです。

御存じだと思いますが、ほとんどのウェアラブルデバイスというのは、モバイル端末に依存しているわけです。ほとんどのウェアラブルの場合、モバイル通信コネクションを持っておりませんので、先生から御指摘があったとおり、モバイルOSに対する依存がウェアラブルの場合には大きな意味を持っているわけです。したがって、サードパーティーのウェアラブルデバイスのメーカー、ウェアラブルデバイス上で利用可能なサードパーティーのボイスアシスタントにとって、お客様にとってしっかりと機能するプロダクトが必要なわけです。

でも、それは結局、モバイルOSに依存しています。ウェアラブルデバイスの機能もそれによって左右されてしまう。また、サードパーティーのアシスタントへのアクセスも、結局、モバイルOS次第ということもあるかと思っております。お客様には、ボイスアシスタントのフルファンクションのケーパビリティをお楽しみいただく必要があると思っております。

では、ボイスアシスタントの競争にどういった影響を及ぼすのかということなのですが、冒頭で申し上げたとおりでございます。ボイスアシスタントをつくる多くの技術がどんどんコモディティー化されている、どんどんアクセスができるようになっていくわけなのです。したがって、実際にボイスアシスタントをつくるというプロセスもどんどん簡単にはなっている。しかしながら、ボイスアシスタントに投資するかを考える上で、会社としてはボイスアシスタントをいかに効果的にお客様にご利用可能とし、流通させるか。それが重要だと思っております。

せっかく開発したボイスアシスタントをモバイル端末で利用できなければ、企業の投資する意欲や参入する意欲にも影響すると思うのです。したがって、流通をどうするかが大きなポイントであると確かに思います。

2つ目の御質問にお答え申し上げます。AmazonがAlexaにおいて、どのサービスをお客様のリクエストに対して応えるべきかということなのですが、まず、その1つの要素は何かといいますと、リクエストです。お客様が求めるサービスについてリクエストを送るわけです。

どのサードパーティーのサービスにもお客様がリクエストする際に呼ぶ名前があります。お客様が、あるサードパーティーの提供する音楽スキルを音楽サービス名で呼ぶと、リクエストを出すわけです。お客様のリクエストを常に尊重いたします。お客様がどのサービスを求めているのか、お客様のリクエストを尊重するわけです。

音楽サービスの場合、お客様に対してデフォルトサービスの設定を可能にしております。リクエストが例えばサービス、名称を特定しなくても、例えばデフォルトの音楽サービスをサードパーティーのサービスと設定するならば、「Alexa、音楽をかけて」と言えば直ちにつながる。それがデフォルト設定で可能です。

お客様が具体的にサービスを特定しない場合どうするかというと、まず、正確なしつかりとしたレスポンスをお客様に提供したいと考えております。一般的に提示順番ですけれども、サーチエンジンとは異なります。サーチエンジンの場合はその他のオプションが出てきます。私たちの場合、1つのサービスを選んでレスポンスをするわけなのです。その中でも、最も質の高い、最も有益にレスポンスのできるサービスを選ぼうということになっております。

○依田座長

ありがとうございました。

○成田審議官

依田先生、伊永先生にまだお待ちいただいています。気づきませんで、申し訳ありませんでした。

○依田座長

伊永先生、御質問をお願いできますか。

○伊永議員

手短に話して、退出させていただきたいと思います。

私のほうからは1点で、AppleのSiri、Googleアシスタントに対抗する第3軸としてAmazonのAlexaに大きな期待を寄せています。3社で競争するというのが唯一競争が機能する方法、道だと考えておりますので、大きな期待を寄せています。

その上で、自社優遇の禁止であるとか、ボイスアシスタントのチェンジだとか、そういったものを導入していくと、エコシステム全体をレイヤーごとに輪切りをして選択適用していくという形になると思うのですけれども、具体的にはAlexaを使ったらプライムビデオやプライムミュージックにつながりやすくなるということは逆に言うとなくなるわけですが、そういったエコシステムの横割り、レイヤーごとに割ってしまうことの何か懸念がありましたらお伝えいただければと思います。

以上です。

○依田座長

伊永先生、ありがとうございます。

Amazon様、今の質問について御回答をお願いいたします。

○Ryan McCrate氏

もし的を射ていないお答えをしてしまったならば、御指摘ください。

顧客がサービスにアクセスできるために、デフォルトがどのぐらい重要なのかということかと思うのですけれども、顧客はボイスアシスタントを選べるのが大事だと思います。しかもウェイクワードで簡単にアクセスできることが重要だと思います。

特定ボイスサービスで関心のあるものを出す、例えば携帯電話でスポティファイが独自のボイスアシストを載せることができ、そして「スポティファイ」と言うことで起動することができれば、Amazon、Google、Siriに依存することなく、直接音声でスポティファイやほかのベンダーにアクセスできるわけです。ですから、Amazonはそのようなことをボイスインターオペラビリティイニシアチブで促進しようとしているわけです。3社だけ、4社だけではなく、十数社のボイスアシスタントがあればいいと思います。シームレスに顧客がウェイクワードを使うことによって、ボイスアシスタントを切り替えられることが理想だと思います。

○依田座長

よろしいでしょうか。

ありがとうございました。

続きまして、塩野議員、お願いいたします。

○塩野議員

ありがとうございます。

私からの質問は1点のみになります。音声による提示順位などにおける自社の優遇について、ボイスアシスタントのビジネスモデルについてお伺いいたします。

自社の優遇に関しては、スキルだけではなくて御社の扱っている商品、例えばAmazonベーシックなどのような自社のプライベートブランドがあると思うのですが、そういったものを優先的に提示することは特に問題ないと考えていらっしゃるかをお伺いさせていただきたいと思い

○依田座長

ありがとうございました。

今の御質問に対して、Amazon様、御回答をお願いいたします。

○Ryan McCrate氏

今おっしゃったのは、お客様のフィジカルなプロダクトの購入におけるAlexaを通じたショッピングの経験ということでしょうか。Alexaでは例えばウェブサイト、モバイルアプリと同様で、私どもの目的は何かといえば、お客様に対して、お客様が求めているプロダクトを提供するという事です。価格もすばらしい、そして非常に簡単、便利に買えるものを提供したいと思っております。お客様がショッピングについて様々な選択肢をお持ちであることは分かっております。私どものストアに戻ってくださるのも一貫性のある形で、そのプロダクトを低価格で提供しなければならぬ。便利な SHIPPING を提供しなければ駄目だということも承知しております。

私どもは、お客様にそれを提供しているわけなのです。それが私どものフォーカスしているところです。Amazonのプロダクトを販売するという事はポイントではありません。そうではなく、お客様にとって買いやすいものを提供することがポイントなのです。だからこそ、私どものストアに戻ってくれるわけです。

実際に私ども小売の本質が何かといえば、お客様は簡単にストアをスイッチできます。簡単にスイッチングできる、自分の好きなプロダクトを探さなければ、正しいセレクトションを提供することできなければ、お客様は簡単に別のところでショッピングすることになってしまうと思っております。

○塩野議員

そういう意味ではショッピングエクスペリエンスにおいて、Amazonベーシックみたいなものは平等に扱われているということですか。

○Ryan McCrate氏

そうですね。私自身は直接リテールビジネスは担当しておらず、例えばプロダクトを提供するのかということを決定している部門の者ではございませんので、Amazonベーシックがほかのプロダクトと比較してどうかということを直接申し上げることはできないのですが、ウェアラブルと全く同じで、目標が何かといえば、その高いプロダクトを提供するこ

とです。便利のいい形で提供するという事です。だからこそ、繰り返し戻ってきていただけると思っております。

○依田座長

ありがとうございました。

続きまして、増島議員、お願いいたします。

○増島議員

ありがとうございます。

西海岸にいらっしゃるとすると、もうすぐ12時になるように見えまして、遅い時間までありがとうございます。

私からの質問は1つだけでございます。

先ほどのボイスアシスタント、現状のデバイスはスマートフォンへの接続が非常に重要だという御説明でありました。

実際、Alexaを使ってみて、このことは非常によく理解をしているつもりなのですが、今後スマートフォンへの接続がクリティカルに重要だという状況が変わってくる可能性をどのように考えたらよろしいのでしょうか。どのような形になっていくのかということでもありますけれども、デバイスの御移行が生じる、例えばヘッドセットみたいなものがあるかもしれないですが、こういうものが生じたときに、スマートフォンでの現状の取扱いに競争上の課題があるということが、デバイス移行が発生した後にも尾を引くといいますか、悪い影響を及ぼすというような見立てをされているのかどうかというのを教えてください。

以上です。

○依田座長

ありがとうございました。

Amazon様のほうから御回答をお願いいたします。

○Ryan McCrate氏

携帯電話、そして携帯電話に接続するアクセサリーのデバイスでボイスアシスタントにアクセスするというのは今後もお客様にとって非常に重要だと思います。全てのオンラインサービスにおいて重要であると同じように、多くの顧客にとって携帯は主要な、唯一のデバイスとしてインターネットにアクセスしておられるわけですから、あまり預言者の役割はしたくないのですが、将来あまり変わらないのではないかと思います。

○依田座長

増島先生、これでよろしいですか。

○増島議員

大丈夫です。理解しました。

○依田座長

ありがとうございました。

あとお二方になります。山田議員、どうぞお願いします。

○山田議員

ありがとうございます。

私からは2つ。1つはシンプルで、Alexaについて、特に子供の使用の安全性についてどういう措置をされているか。2つ目は、ほかのプラットフォームでもペイメントが問題になっていまして、特にAmazonは日本最大のeコマース、プラットフォームということで取引額も大きいので、ペイメントに質問したいということです。

今、Amazon Payとか、あとMaster Cardと組んだAmazonクレジットカードなどもありますので、有力な競争者をピンポイントで排除するとか、今、欧州で話題になっている自己優遇の問題がレレバントではある。

今、何かAmazonについてペイメントで大きな調査があるという話は、私は承知していませんので、あくまで一般論として、自社のプラットフォームで自社のペイメントシステムを使う技術的なメリットについて、抽象的な安全性という話はよく聞くのですけれども、具体的にどういうメリットがあるのか、あるいは、もうAmazonから見るとそういうメリットそもそもないということなのか、お考えを伺いたいと思います。

○依田座長

ありがとうございました。

Amazon様のほうから御回答をお願いいたします。

○Ryan McCrate氏

御質問に感謝いたします。非常に重要なテーマを取り上げていただいたと思います。

まず1点目です。Alexaの開発の段階から我々は承知しておりますが、家族向けに安全にしなければならないと分かっておりました。ほかのデバイスは大体一人で使うものですが、Echoは場合によっては共用で使うものです。ですから、デバイスに発言している人だけではないわけです。Alexaのレスポンスを受けたその人だけではない可能性は分かっていた。

そこで、Alexaが返すコンテンツが適切なものであるということを非常に気にかけておりました。デバイスによっては、家族のキッチンないしリビング、応接間に置かれる可能性があると思っておりました。また、ペアレンタルコントロールを十分提供しているわけです。実際にこのデバイスを通してアクセスし続けるAmazonサービスに関しても、ペアレンタルコントロールができるようにいたしました。例えば、Amazon Musicにおいては、性的又は暴力的な内容を含む歌詞へのアクセスをブロックできる。また、子供たちがAlexaに対して何かを購入してとお願いできないようにブロックする方法も提供しているわけです。

あとは、組合せです。まず第1に、実際にコンテンツが適切であるということを担保するという。デバイスが介在する環境によって、適切なコンテンツにするということ。そのためにペアレンタルコントロールをさらに強化いたしました。

私どもがAlexaで提供している多くのサービス、ミュージックサービス、スポティファイとかApple Musicといったもの、それらの決済はAlexaはありません。それらのサービスの

場合は、お客様が既存のやり方で行うわけです。Appleであろうと、スポンティファイであろうと、直接払うということです。iPhone、Googleの決済システムとして払っているかもしれない。Alexaはあくまでもこれらのコンテンツにアクセスできる補完的なプロセスと考えていただきたいと思っております。

以上です。

○依田座長

ありがとうございました。

それでは、最後になりますが泉水議員、お願いいたします。

○泉水議員

ありがとうございます。泉水と申します。競争法を専門としております。

先ほどの山田議員の質問とも関係するのですが、Alexaを使って商品を購入する場合に、今も説明がありましたとおり、デジタルコンテンツについてはAmazonさんの決済手段を選ぶしかないとお聞きするのですが、他方では、理由は今お聞きしたのですが、デジタル商品以外のものについては他の決済手段が認められているとお聞きするのですが、この違いというのはどこにあるのでしょうか。デジタル商品と他の商品とで決済手段が違う。デジタルに限定されている。他のものは限定されていない理由はどこにあるのでしょうか。

次に、Alexaを使って、Alexaに接続するメーカーでスキルの提供者がいるわけですが、Alexaによっていろいろな情報データが得られると思うのです。この中には個人情報があるので、それについての取扱いは非常に慎重にされているとお聞きしますが、個人情報以外で慎重に扱う必要がないデータというのは、Amazonさんでどのように活用されていますかということと、スキル提供者にも共有されているのか。共有された方が広くデータが活用できると思うのですが、Amazonさんでのみ使用されているのか、あるいはスキル提供者にもデータ等はシェアされているのか。

以上3点お聞きします。

○依田座長

泉水先生、もう一回、質問について簡単にその項目を復習していただけますか。

○泉水議員

分かりました。

デジタルコンテンツを購入する際にはAmazonの決済手段が必須で、デジタルコンテンツ以外は他の決済手段があるとお聞きするのですが、その理由はなぜでしょうか。

次にボイスアシスタントで得たデータというのは、どのように利用されていますか。それから、スキル提供者にシェアされているのでしょうかということです。

○依田座長

Amazon様、いまの質問を全てクリアに御理解いただけましたでしょうか。

可能でしたら、御回答をお願いいたします。

○Ryan McCrate氏

我々の目標は2つあると思うのですけれども、まず顧客の信頼を確保すること、それからデベロッパーに対してよりよいサービスや商品を開発できるためのデータを提供するということでもあります。ですから、我々が注目しておりますのは顧客がAlexaを利用するときに、ランタイムデータですけれども、テキスト上の形でどのような要請を顧客がしたのかということ共有することもあります。ですから、それに対して、リアルタイムでデベロッパーにその情報を提供するわけですが、実際の音声は提供しません。顧客のプライバシーの問題も出てきますので、ほとんどのデベロッパーは技術的な能力という意味で、音声の記録をテキストにするという能力がない場合が多いので、我々のほうで音声をテキストに替えて請求したほうが有益なわけです。

ただ、データの利用メトリクスという情報を、様子に対するランタイムデータ、それから集積したデータをデベロッパーのポータルを通じて共有いたします。デベロッパーが理解しやすくなりますので、どのような要求が彼らのスキルに対して行われているのか。また、デベロッパーがもし問題に気づくのであれば、それを是正できるように、そのようなデータはデベロッパーと共有しております。

○泉水議員

よく分かりました。ありがとうございました。

○依田座長

よろしいでしょうか。

Amazon様へのヒアリングをこれで終了いたします。お時間を最初お待たせしてしまいまして、申し訳ございませんでした。

Amazonの皆様におかれましては、本ワーキンググループの開催に当たって、事務局との調整や連絡を含め、多大な御尽力を賜ったと伺っております。この場を借りて、改めて厚く御礼申し上げます。どうもありがとうございました。

今後も、追加の御質問事項等の対応をお願いすることもあるかと思っておりますので、引き続きどうぞよろしくお願いいたします。

本日は誠にありがとうございました。センキューベリーマッチ、Ryan。

○Ryan McCrate氏

こちらこそありがとうございました。感謝いたします。

この機会に感謝を申し上げます。

○依田座長

それでは、これで本日のヒアリングを終了いたします。

Amazon様から御退出していただきまして、最後に事務局のほうから連絡をお願いしたいと思います。

(Amazon退室)

○成田審議官



皆様、本当に長時間、本日もありがとうございました。

次回のワーキンググループの日程は追って御連絡をいたしますので、よろしくお願いたします。

私からは以上でございます。ありがとうございました。

○依田座長

了解です。

それでは、大変長時間にわたって御苦勞をかけました。また、こういう日米を通じてのやり取りですので、多少のトラブルやいろいろなどたばたもありましたが、ほぼ定時で終わることができました。御協力いただき、ありがとうございました。

これで本日のワーキンググループを終了いたします。