

デジタル市場競争会議ワーキンググループ（第47回）

1. 開催日時：令和5年3月29日（水）9：30～12:00

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 教授
川濱 昇	京都大学大学院 法学研究科 教授
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	東北大学大学院 法学研究科 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 ICTメディアコンサルティング部 グループマネージャー
仲上 竜太	(一社)日本スマートフォンセキュリティ協会 技術部会長
日高 正博	一般社団法人 DroidKaigi 代表理事 株式会社メルペイ
増田 悦子	(公社)全国消費生活相談員協会 理事長

(Google)

河本 雄	上級執行役員（政策・政府渉外担当）	グーグル合同会社
Aaron Stein, Senior Manager, Government Affairs & Public Policy		
Alexander Smith, Senior Manager, Government Affairs & Public Policy		

4. 議事

(1) プラットフォーム事業者からヒアリング

● Google

## 5. 配布資料

資料 1 事務局提出資料

資料 2 Google提出資料

○依田座長

それでは、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。

本日は上野山議員が御欠席です。

森川議員は11時頃に途中退席の御予定です。

また、デジタル市場競争会議の泉水議員、オブザーバーの小林様、仲上様、日高様、増田様にも御出席いただいています。

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、お願いいたします。

○成田審議官

事務局の成田でございます。

本日はお集まりいただきましてありがとうございます。

本日は、Googleの皆様にお越しいただきまして、これまでのワーキンググループ等で御議論いただいてきております論点や今後の対応の方向性に対する御意見などを御説明いただき、議員の皆様と御議論いただければというように考えております。

本日の資料2につきましては、Google様より非公表との御要望がございましたので非公表とさせていただきます。ただ、公表できる範囲の資料を頂いて、そちらのほうを公表させていただく予定でございます。資料の取扱いにつきましては御注意いただければと思います。

それから、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御確認を経た上で公表させていただく予定でございます。

それから、本日もこのワーキンググループ終了後、本日の午後になりますけれども、記者ブリーフィングを予定しておりますので、本日、皆様から御発言をいただく際に、もしブリーフィング等で発言を控えるべき内容がございましたら、その旨をおっしゃっていただいた上で御発言をいただければと思います。

私から以上でございます。

○依田座長

ありがとうございます。

それでは、本日の議題に進みます。

まずは資料を基にGoogleの皆様から、これまでのワーキンググループで議論した論点や今後の対応の方向性に対する御意見などについて45分ほどで御説明いただきます。その後、議員の皆様から御意見や御質問をいただき、Google様から回答いただければと思っています。

御意見、御質問については、まず途中退席される森川議員から御発言いただき、その後、生貝議員から名簿順、その後、泉水議員、そして、五十音順にオブザーバーの皆様からお願いします。御意見、御質問については、範囲も広く、議員の御専門によっては御指摘すべき点が多かろうと思いますが、お一人当たり2問程度、最長で3分程度でお願いできれ

ばと思います。質問が一巡した後、時間があれば追加の質問をしていただくお時間も設けたいと思います。

また、今回は同時通訳の対応となりますので、通訳の正確性を期すため、Googleの皆様及び議員、オブザーバーの皆様におかれましては、適宜発言を短く区切っていただき、また、少々ゆっくりめに御発言いただけますように御協力をお願いいたします。

それでは、Googleの皆様のほうから御発表、御説明をお願いいたします。

○Google（河本氏）

おはようございます。本日はデジタル市場競争本部ワーキンググループに弊社、Googleをお招きいただきまして、誠にありがとうございます。

私、グーグル・ジャパンで上級執行役員を務めております河本でございます。本日の発表全体の取りまとめを担当させていただきます。

私に加えて、弊社から個別の製品・サービスを専門とする主に検索を担当するAlexander Smith、また、Android、Play、Chromeを担当するAaron Steinもオンラインで出席をしております。よろしく願い申し上げます。

まず初めに、デジタル市場競争本部ワーキンググループの皆様のこれまでの御検討に敬意を表しますとともに、このようにワーキンググループで御説明する機会をいただいた点に感謝を申し上げます。

スライド、ありがとうございます。

Googleも同じくイノベーション、消費者の選択及び効果的な競争を実現するモバイル・エコシステムを構築するというビジョンを共有しております。ですけれども、これを実現するためには、新たな規制はイノベーションの阻害、日本のユーザーへの不利益などの意図せぬ結果をもたらさないように慎重に考案されなければならないというように考えておまして、本日はそうした観点から我々の問題意識を踏まえて発表をさせていただきたいと思います。

本日は、最初に私のほうから規制のアプローチ、そして、次に、規制の適用範囲について説明をさせていただきます。その後、Alexander Smith、Aaron Steinからいただいている規制案のうち、幾つかの例について個別の製品・サービスの立場から想定される懸念について御説明をさせていただきます。そして、最後にまた私のほうから今後の協議の継続の重要性についてお話をさせていただきますたいと思います。

まず初めに、規制のアプローチについてでございます。

ここにいらっしゃる議員の皆様、全員御存じのとおり、現在、世界の様々な国、法域で様々な規制のアプローチが検討されているところでございます。まず、EUでございますけれども、DMAという形で厳格な規制を導入しています。Googleとしては、革新的で消費者に寄り添った、消費者にとって便利な製品・サービスを開発し続けることができるかどうかについては懸念を抱かざるを得ないものであると捉えております。

一方で、英国やオーストラリアについては、まだ多くの不確実な面が残されているもの

の、より柔軟性のある取組、プライバシーやセキュリティー保護と競争の促進とのバランス、これを取る試みがなされているものと認識しております。

米国においては、議会において議論がなされているものの、意見の一致、総意は形成されておらず、新たな規制も導入されていない状況でございます。

こうした中で日本での規制のアプローチを考えるに当たっては、日本がこれまで世界のイノベーションリーダーとして長年培ってきた地位、これを今後も維持、強化していくためにユーザー便益や投資に与える影響といった観点もしっかり考慮に入れて適切な形の規制にするべきだと考えております。

規制を設計するに当たってどういう観点が必要かという点について、こちらのスライドにまとめております。

まず初めに、特定の競争相手の利益のためではなくて、消費者厚生向上を目的とすべきであること。また、規律が必要かつ相応な範囲のものであること。つまり、過剰なものでないことということが重要でございます。これらに加えまして、企業側の行為について、セキュリティーや消費者の便益の確保のために一定の正当化が認められるべきこと。規制権限が過度にならないようにすること。手続上の手当てや、今後、将来的な見直しが確保される点、これらについても重要な点であると考えております。

次に、規制の適用範囲についてでございます。このたびいただきました提案の中では、デジタル市場競争本部は、本規制を一定以上の規模のモバイルOSの提供者に適用されるものであると位置づけております。もしそうであれば、規制はモバイル・エコシステム内のみで運営されるサービスだけに適用されるべきと考えております。これは2月に公表された公正取引委員会のモバイルOSに関する報告書の範囲がモバイルOSでのみ提供されるサービスに限定されていることとも整合的でございます。

もし、検索、ブラウザ及びボイスアシスタントといったものを規制の対象とする場合には、モバイルOS提供者でない者が提供しているそれぞれのサービスも含めて対象とし、規制の対象となる個別の客観的基準を設けるべきと考えます。

以上が私からでございまして、ここからは幾つかの個別の提案に関する懸念について意見を述べさせていただきたいと思っております。

まずは検索を担当するAlexander Smithのほうから説明をさせていただきます。

アレックス、よろしく申し上げます。

○Google (Alexander Smith氏)

ありがとうございます。また、ワーキンググループの皆様方、おはようございます。Alexander Smithと申します。

渉外、広報の仕事をしております。アジア太平洋地域の担当をしております。検索、広告、マップ、ニュースなどのシステムの担当をしております。

まず初めに、先ほど河本氏のほうからもお話し申し上げましたけれども、ワーキンググループの皆様方には、本日、Googleに時間をいただきましたことを御礼申し上げます。

私どものフィードバックを今後の提案に反映させたいというお考えでいらっしゃることを大変にうれしく思っております。

さて、これらの問題、我々の検索エンジンについて影響を与えるような話についてお話をしたいと思いますが、コンテキストから申し上げます。

まずGoogleの検索についての過去の状況ですけれども、左側にあるのが、Googleが初めてローンチしたとき、当初は基本的なブルーリンクだけを何かクエリに対して表示していました。しかし、だんだんと我々のほうのプロダクトイノベーションというのを継続的に行った結果、全てのユーザーに対してもっと使いやすい、意味のある経験を提供したいと考えるようになってきました。

例えば病院、現在、東京で開いている病院というクエリがあった場合には、単なるブルーリンクをウェブサイトに表示するだけではなく、実際に東京にある病院の場所、問合せがあった時間に空いている場所を示す、そういった形で地図を示しています。しかし、こういった情報というのは、ただクローズされたウェブデータからは得られません。ウェブで例えば病院という言葉があったときに、それがQ&Aメッセージなのか、病院のウェブサイトなのか、それとも単なる例えば病院に資金提供する、何かそういった団体の話なのかは分かりません。ですので、そういった問題に対応するため、2000年代の初め、我々のような検索エンジンのほうでは新たなテクノロジーを開発しました。それによって結果をリンクづけ、そして、ランクづけするようなものを開発しました。

例えばYahoo!のほうでは、こういったいろいろな差別化された結果というのをマップに出しています。これは2003年ぐらいのことです。Microsoftも同じようなものを2006年以降、出しています。有用な検索エンジンサービスを日本の皆様に御提供するために、Googleのほうでもほかの検索エンジンと同様に我々の検索結果を差別化する必要があります。つまり、いろいろなフォーマットでいろいろなクエリに対してこの検索結果を表示する必要があるということです。

例えばですけれども、実際のところは、この検索結果については何が正しいのかという回答というのはありません。この検索エンジンオペレーターの課題としては、最も意味のある結果を表示することです。そして、できるだけ早くそういった検索結果を表示することが大切になってきます。例えばこちらですと「奈良」というクエリに対しての結果を出しています。このユーザーはいろいろなものを探している可能性があります。多大な投資を行って、世界中のユーザーにこの検索サービスというのは人気を博しています。日本でもそのような状況です。

この対応案では、我々の検索結果を変更するというものですが、それに対して正当化される根拠というのがありません。そういったイノベーションを無視するものだというように思っています。こういったものは、マーケットベースの競争を無視するものだと思います。新しいプロダクトやサービスを開発するような投資意欲をそぐものだというように思いますので、日本のユーザーにとっては便益になりません。

また、正当な利益のある検索結果を阻害してはいけないと思います。そういった設計を阻害するという事は、20年にもわたるサーチに関するイノベーションを逆戻りさせてしまうと思います。我々がまた単純なブルーリンクを示すだけになってしまいます。それは日本のユーザー、そして、事業者にとって非常な不利益になると考えています。

これは例えば検索結果の地図を表示することも含んでいます。我々の検索エンジンの非常に重要な部分を占めています。ワーキンググループメンバーの皆様にご検討いただきたいのは、地図を表示するという事は、この別のプロダクトを示す、表示するという事ではなく、カタログ的な、あるいはマップのようなフォーマットでこのクエリに対して回答を示しているということです。その場所を示しているわけですから。ですので、地図を表示するという事は何か別のサービスを優先的に取り扱っているということではないと考えます。これについては次のスライドで詳しく説明したいと思います。

Googleは、この検索エンジンのルールが差別を排除しているということ、そして、バイアスを排除しているということ、そして、この重要性に基づいて表示するという事を大事に考えています。

Googleは、この反競争的な自社優遇はしていません。我々の検索を提供することにおいてそういったことはしていません。我々の検索結果において、このレlevance、重要度に基づいて表示結果を出しています。一貫した尺度の下にそれを出しています。

そして、品質、コンテキスト、利用可能性を考慮いたしますし、また、ユーザーのクエリの背景にある意味も考えるようにしています。また、市場に対しても、ユーザーに対しても、私たちのアプローチは透明性を確保しています。また、私たちのシステムがどのように機能しているか、広範に情報を提供しています。そして、私たちが様々な差別化された検索結果を提供できるように、今、お話ししたような結果を提供することによって、ユーザーのためになるような検索結果を提供することができなくなるような提案には反対しております。

また、この提案を見ますと、DMA規定の適用範囲を超えています。これにつきましては、また後でお話をしたいと思います。

これまで主としてユーザーにとっての便益についてお話をしました。差別化があることの有益性でありますけれども、このような結果というのは中小企業にとっても日本において有益であることとお話ししたいと思います。現実を考えると、各地域での結果というのは、その地域の事業者にとってよいものでありますし、また、中でも特にウェブサイトを確認していない、あるいはオンライン用のプレゼンスが大きい企業にとっては有益なものであると考えています。この情報は無料で提供されていて、私たちは何も費用を取っていません。私たちのローカルな結果で出てくる事業体の大半はビジネスのウェブサイトを持っていません。したがって、このような企業にとっては特に重要であります。

Googleが行っていることは、全て私たちが検索のイノベーションを行うときには、その原動力となっているのは一つの質問です。それは、本当に我々のユーザーにとって最も

よいものであるかということです。その推進力になっているのは、ほかの製品あるいはサービスにとって有益かということではありません。私たちの企業は、その理念上、常にこれまで革新してきましたけれども、ユーザーの利益を考えると、それには長期的な成績がついてくる、業績がついているということでもあります。

今回の提案につきましては、OS、プロバイダがそれぞれ自社のサービスを優遇してサードパーティーを優遇しないということに反対しているものでありますけれども、そういたしますと、ユーザーとしては、どのマップ、サービスがディスプレイされているのか、これをフレームの中でサーチ結果というようなところで選択しなければならなくなります。

しかし、この提案では、どのような一般的な禁止が実践的にどのように導入できるかを説明していません。ただ、禁止を行う、非常に厳密に行う。我々の場合は差別化された結果を示すわけですが、そうすることによって、非常に困難な技術的な品質の問題を検索に来すこととなります。これは簡単に申し上げるものではありません。技術的な観点から非常に重要であると申し上げられます。

サードパーティーのマップを我々の検索のページの結果に載せるということ、これはユーザーにとって実際に害があると考えておりますし、また、日本のユーザーにとってはマイナスの影響になると考えられます。申し上げましたように、技術的にもこれは不可能であると考えています。

簡単にまとめてその理由を御説明いたします。

まず最初に理解しておくべき点でありますけれども、我々はサードパーティーのマッププロバイダの質を検証することができません。そして、信頼性を持ってローカルな企業の位置、これを確認することができません。これまで多大な投資、イノベーションを行うことによって、我々は確実に我々のローカルなデータベースに入っているデータが正確であることを確認することができるようになりました。また、包括的、厳密であり、きちんと構造化されたものであるように確認してきました。しかし、これはサードパーティーの単位であれば、このような確信ができません。それは我々が全てのサードパーティーのマッププロバイダから提供されたデータの確認を行うことができないからであります。

つまり、メタデータというのはプロバイダによって、企業によって異なっています。近くの病院ということでも情報が違います。そういたしますと、そこにはリスクが生じてユーザーに提供する結果に不正確な、あるいは有害な情報が提供されるかもしれません。

2つ目の点としましては、このユーザーのクエリに対する回答時間が大幅に遅れる可能性があります。

サービス提供者がどのようなクエリに対して回答を表示するのかというのは分かりません。重要なのは、こういった結果、マップというのは日々刻々と変わります。我々の世界が刻々と変化するのと同様です。つまり、我々がその結果を表示するときに、それがサードパーティーのサービスによって生成されるということになりますと、まずGoogleからそのサービスに対してクエリを行わなくてははいけません。サードパーティーのほうがそこ



でそれぞれの結果をそれぞれのアルゴリズムに基づいて生成した後に我々に戻すこととなります。その行き来するプロセス、そして、ホワイトサードパーティーに対してを送るということになりますと、結果を表示するまでに大きな遅延が生じることとなります。これは検索エンジンにとって大きな品質の課題になってきます。

もう一つ重要なのが、この画一されたやり方でマップのプロバイダ、地図のプロバイダの表示の仕方を理解することは難しいです。例えば表示の仕方ですとか地図の表示の仕方というのが違います。マップのプロバイダによってそれが違ってきますので、特定するのが不可能ではないにしても難しくなります。ですので、サードパーティーのレレバンスというのをまず検討してから表示しなくてははいけません、それが非常に難しくなるわけです。

最後に、プライバシーの問題というのがこの提案には関わってくると考えています。もし、この提案が可能だったとして、我々、ユーザーのクエリのデータをサードパーティーのプロバイダにまず送ることになります。そうすると、クエリのデータそのもの、非常にセンシティブな内容が入ってくると思います。例えば健康ですとかパーソナル個人情報というのが入ってくると思いますけれども、そのIPアドレスというの、あるいはその場所というのサードパーティーに渡すこととなります。これは非常にプライバシー的な観点で問題だというように考えています。

ファーストパーティーサービスの表示に関して、一部の法域ではルールというのを導入しています。この消費者の便益に基づいて制度化をするという場合もありますけれども、この場合は様々な正当な差別化というのを認めています。例えばオーストラリアの場合は、このオーストラリアの競争委員会のほうでは自社優遇行為というのが無害である場合が多いというように言っています。弊害が発生する場合は競争促進的な根拠により正当化されない場合だというように言っています。

また、強調している点としては、自社優遇行為の中には効率性の向上ですとかセキュリティーやプライバシーの懸念の対応といった正当化事由のあるものもあるというように言っています。

同様に、イギリスにおいて当局のほうで明らかにしているのは、政府の介入というのは結果に不当な影響を与える自社優遇のみを対象にすると述べています。つまり、客観的な正当化事由がない場合に限定されるというように言っています。

この対応案のほかの点として、例えば通知や様々な要件について開示すること。例えば検索ですとかChromeに関して言っていますけれども、こういった変更というのは構造的な違いを理解していないと考えると、プロダクト間の違いです。ですので、このワーキンググループに対しては一律的な画一的なアプローチは取らないでほしいというように考えています。これは機能しないと思っています。この検索あるいはChromeにおいて事前通知を求めることは、このプロダクトのイノベーション、そして、開発において非常に弊害だと考えています。ですので、我々が事前通知をプロダクトのアップデートについて行う

ということはその制限になるというように考えています。

先ほどのスライドに戻っていただけますでしょうか。

検索というのは常に変化し、進化しています。我々、常にイノベーションを行って日本の消費者、そして、事業者の経験を改善しようとしています。例えばなのですけれども、検索だけにおいても1年で5,000回以上の変更というのを実施しています。そのために80万回以上の品質テストを行っています。それに関しては1万6000人の独立した品質評価者というのがあります。こういった変更というのは、継続的なウェブサイトの検索結果を、かえってそれぞれのウェブサイトを改善しようとするものです。

この規模で実施しますのでアップデートがどのようなものであるか、あらかじめ提供することは大変に困難でありますし、それが必要な場合には日本の事業にとって何らベネフィットなしに大変に大きな問題のみを持つ、起こすものになります。同じような規制が構造的に異なるプロダクトに適用されることも適切ではありません。というのは、この提案においては重要な構造的な違い、プロダクト間の構造の違いが言及されていないからです。例えば契約関係がない相手は何億ものウェブサイトオペレーターとの間にあって、これらがサーチ、Chromeを利用しているわけですが、契約は結んでいません。

サーチ、検索についてですけれども、このコンテキストではビジネスユーザーは存在しない、ウェブサイトのみが存在しています。ウェブサイトオーナーはこのサイトをインデックス化しないようにということはできますけれども、しかし、ランキングした検索結果について、また、様々な規制条件について導入することは困難であります。

一般的に検索、サーチしますと、これらは公的にアクセス可能なリンクで、これはユーザーのクエリにとって有益なものであります。また、そのほかの規制区域では、構造的な違いに言及しているところがあります。例えばサーチエンジンの場合ですけれども、ヨーロッパにおいてはP2Bの枠組みがあって、その中では適切にこの違いを認識しています。また、異なる規制を導入してオンラインの中間サービス、アプリストアのようなサービスで、ここであれば開発者と契約関係があるかもしれませんが、こことオンラインサーチエンジンとの間に適用される規制があります。

この規制においては、あらかじめ通知をする、あるいは取扱いについてこの規模のサービスについては要件を設けていません。この後、同僚、Aaron Steinにマイクを渡しますけれども、その前に申し上げたいのは、ウェブサイトのオペレーターというのは多くの場合、相反する場合があります、変更ができるのは包括的な判断のみになります。

それぞれ個々のウェブサイトのオーナーの関心に耳を傾けることはできません。ウェブサイトのオーナーは自由に競争しています。よりよいランキングあるいは結果に対して支払うことはできませんし、また、商業的な関係性に基づくことはできません。このようなタイプの提案に従うということであれば、このシステムの公平性を損なうリスクがあります。検索エンジンプロバイダ、Googleなどは個々の好みを考えなければならない、ユーザー全体の利益を考えることができなくなってしまいます。

また、我々のシステム、製品がどのように機能しているのかということについては情報がありますのでワーキンググループの皆様にご提供することができます。主立ったパラメーターについて、どのような要件が考慮されているか、どのようにサーチエンジンが運用されているのか、オンラインでアクセスすることができる方のための情報の包括的なものがありますので御提供できます。

それでは、Steinのほうにマイクを渡します。

○Google (河本氏)

アレックス、どうもありがとうございます。

途中で日本語の訳が聞こえなかった部分がありますけれども、よろしいでしょうか。もしよろしければ、次にAndroid、Play、Chromeを担当するAaron Steinに説明をさせます。よろしいでしょうか。

○依田座長

はい。結構です。

○Google (河本氏)

では、Aaron、よろしくお願いいたします。

○Google (Aaron Stein氏)

皆様、お時間ありがとうございます。

それでは、次のスライドをお願いします。

ありがとうございます。皆さん、本日はお時間をありがとうございます。Aaron Steinと申します。Googleのカリフォルニアにあります公共政策と渉外を担当しております。本日は私どもにお話をする機会を与えてくださいましたことにお礼を申し上げます。

それでは、まずGoogle Playがどのように日本のデベロッパをサポートしているのか、また、世界のデベロッパをサポートしているのかをお示しします。

Google Playですけれども、これがあることによってデベロッパは人々にサービスを提供することができますし、ユーザーと安全にトランザクションを行うことが可能であります。特に日本におきましては9万以上のデベロッパがPlayを使って自社ビジネスを發展させています。そのほとんどがサービス手数料の支払いを求められておりません。Play及び関連するツール、サービスへのアクセスを得るため、彼らは単に一度限りの登録費用を支払う必要があります。サービス手数料を支払う必要のある残りのデベロッパーについても、そのほとんどが15%以下のサービス手数料の適用を受ける資格を持っています。

次のスライドをお願いします。

これまでアプリストアに関していろいろな議論が行われました。アプリによる定期購入が話題になっていますけれども、それにつきまして御説明をいたします。御覧いただいているようにユーザーは日経のアプリをGoogle Playからダウンロードしています。Google Playの支払いの画面見ますと、ここにはサブスクリプションについて全ての情報、定期購入についての情報が入っています。フリーの無料のトライアルがある。いつ課金が

始まるのか、どのようにキャンセルできるのか、全ての情報が提供されています。まず最初の段階で情報が提供されていて、アプリ間で一貫性を持っています。デジタルコンテンツを使う人たちがこれを決定、判断することができます。プラットフォームは信用できます。

さて、このポリシーに関する幾つかの細かい点に入っていきたいと思います。現在、課金ポリシーというのは公正であり、消費者、デベロッパ、そして、Androidのエコシステムに資するものだと思っています。サービスフィーというのは単なる処理手数料ではございません。これは様々なディベロッパーがGoogle Playで利用できるものに対する手数料です。例えばアプリの配信と発見、セキュリティープロテクション、アプリの開発、そのほかのいろいろなツールが用意されています。我々のビジネスというのは、このデベロッパのビジネスを反映しているものです。多くのものがフリーミアムサービスがありますが、我々の場合はデベロッパのうち97%は実際にフィーを払っていません。払っている者のうち、99%は15%以下のサービス利用料を払うというような形になっていて、このフィーの割合を上げたことはありません。

そして、アプリストア内の決済の選択肢についてもあると思いますけれども、まず、ここにおいてはユーザー選択型決済というものを日本も含めていろいろな国で施行しました。このプログラムに参加するデベロッパは、Google Playの決済システムに加えて独自の決済システムを導入することができ、ユーザーが彼らの課金システムを利用する場合は、デベロッパはGoogleに対して減額されたサービス手数料を支払うことになります。これはユーザーにとっても、デベロッパにとってもいいことだと思っています。Androidのエコシステムにとっても非常に資するものだと思っています。

ですので、この対応案の中でアプリストアに課されるアプリの課金システムの利用を求めることを禁止して、ここに対するFRAND義務を導入するということは我々が反対するものです。この対応の中では、FRANDの義務が何なのかということについての具体的な内容を示していません。しかし、Google Playにおいては、FRANDの条件というのをこのデベロッパのアクセスについて既に適用しています。例えば我々のものを含めていろいろなものにアクセスできます。非常にアプリのレビューのプロセスというのも適用しています。それは安全な環境を提供するものです。また、このレビューの基準についてビジネスユーザーにとって分かりやすいものになっています。

次に、このアンチステアリング条項についてお話をします。

ユーザーのセキュリティーというのは我々にとっての中心的な部分になってきます。ほかの決済方法ですと決済情報、例えばクレジットカード番号といったものの安全性を担保できません。あるいはサードパーティーの決済フローが詐欺に該当するかどうかも担保できません。ですので、我々のガードレールというのは非常に重要だと思っています。

この安全なGoogle Playの安全な操作ということに対しても弊害をもたらします。また、デベロッパはこのアプリからほかのアウトリンクはできませんけれども、アプリ外での代

替的な決済オプションについてできます。例えばCATマネジメントページですとかプライバシーポリシーですとかヘルプセンターとか、そういったものを載せることもできますし、別の決済方法に行かない場合ですとそういったものを提供することができます。また、ほかのやり取りも自由にすることができます。

そして、ここで重要なのが、このサービス料金というのは継続的にAndroidエコシステムの開発を可能にするものです。それによって、様々な電話からいろいろな価格帯のものを選ぶことができます。100ドル以下のものもあれば2,000ドルのものまで含まれます。何十億という人々が、こういったインターネットにアクセスできない人々は、AndroidとGoogle Playというのはそういった意味で非常に多くの人を支えているというように考えています。

次に、アプリの代替流通経路についてです。

Androidでは複数のアプリの配信の経路というのを可能にしています。Androidエコシステムの中でいろいろなアプリストアがあります。Androidのデバイスは、1つ以上のアプリのプリインストールされたものがあります。ですので、そういった意味で端末メーカーとアプリメーカーのほうでそういったものが既に合意されています。これはサイドローディングも含まれています。

こういった様々なディストリビューションチャンネルが共有されているわけです。このDMCのほうではサードパーティーのソースをGoogle Playの中でも表示させるべきだというように言っています。これは我々にとって非常に大きな懸念になると思っています。既に健全な競争がこのアプリの配信においては可能になっています。そのような対応案ですとEUのDMAを大幅に超える内容になると考えています。

また、Androidユーザーにとってもセキュリティーリスクとなります。Google Playのデバイスポリシーはアプリが実施可能なコード、Google Play以外のコードのダウンロードを禁止しています。安全性のためです。そして、セキュリティーシステムは実際にその構想上、自動的に悪意のある行動を認識することができるようにしています。そうすることで、ユーザーがそれにさらされないことが可能です。

しかし、これが可能になってしまうとストアの全てのアプリはPlayのポリシーの対象になります。Playを通して配信されるからです。非常に高い安全性を維持するということ、これは全く新しい技術テクノロジー、セキュリティーテクノロジーを開発しなければならない。全てのアプリ、Androidアプリストアに必要なって、自動的に導入しなければなりません。今、Playで提供されているものほどよいものであるという保証はできません。消費者にとってはより悪い結果につながる可能性があります。

また、最後に、サイドローディングについてお話をしたいと思いますけれども、Google Playはアプリをダウンロードするのに最もよい、安全な場所だと思いますが、しかし、アプリ、ソフトウェアはAndroidでダウンロードする自由があるときにどのようなアプリかを情報を得た上でダウンロードをしています。サイドローディングの警告という

のは、したがって、非常に重要でありますけれども、サイドローディングをデフォルトで行いたいという人にとっては、これは外すことも可能です。

次のスライドをお願いします。

これまでのところ、お話をしてきたのは消費者にとってよくないと考えていた提案ですけれども、しかし、ほかにももう一つ取り組むべき重要な問題があります。相互運用性について、そして、安全性についてであります。これらの問題に取り組むことによって、セキュリティあるいは日本の消費者にとってのウェルフェア、厚生もよくなります。

テキストですけれども、今、毎年、人々は何兆ものテキストメッセージを送信していますが、その安全性というのはほかの一般的なメッセージアプリに比べて低くなっています。それは多くのテキストサービスがSMSのスタンダードを使っているからであります。30年前からの標準であって、基本的な暗号化すら提供されていません。

この問題について、解決策があります。全てのモバイルユーザー、モバイル・エコシステム全体にとってよいものであります。それをより新しい、リッチコミュニケーションサービスと呼ばれる、RCSと呼ばれる基準を導入することです。テキストメッセージサービスが主導だったモバイルOSの中でRCSを使うようになれば、全てのユーザーがメッセージを交換するのに当たってエンド・ツー・エンドの暗号化が可能になり、安全性が高まります。この点について、より検討していただければと思いますし、また、このトピックについて私どものほうからさらに追加でフォローアップさせていただければと思います。ありがとうございました。

○Google（河本氏）

Aaron、ありがとうございます。

それでは、最後に、私のほうからさらなる議論、協議の重要性についてお話をさせていただきます。

改めまして、このたび規制提案について弊社の意見を述べる機会を頂戴したことにについては深く御礼を申し上げます。そして、今後とも、特にさらに詳細が決まり次第、引き続きGoogleとの議論、協議の機会、そして、場を頂戴できればということをお願い申し上げます。と申しますのも、こうした協議は規制が意図しない悪影響を及ぼすことを回避する、そういうために重要なものであると思っておりますし、実際、他国でも同じようにさせていただいております。ぜひ、特に事務局の皆様には御認識いただければというように思っております。

以上をもちましてGoogleのほうからの発表とさせていただきます。御清聴いただきまして誠にありがとうございました。よろしくお願いたします。

○依田座長

どうもありがとうございました。

それでは、議員の皆様からの御意見、御質問をお願いいたします。お一人当たり3分程度で、大体2問程度でお願いしたいと思います。お一人の御意見、御質問ごとにGoogle

様に御回答いただいています。

それでは、森川議員から始めていきたいと思えます。では、森川議員、お願いいたします。

○森川議員

では、森川です。

Googleの皆様、本当にありがとうございます。今、依田先生から2問と言われて、ちょっとどうしようかなと思ったのですけれども、4問ぐらいあってしまったので、話の中で考えます。

まず、検索サービスのことで、スライドで言うと14ページだったと思えますけれども、これは強く反対されるということなのですが、内容は理解できますが、技術的に何が問題なのか、技術的な問題のところを改めて、できない技術的な課題を教えてくださいかというのが1点目です。

2つ目は、これもDMAの規定の適用範囲を超えているというのがこの前か何かにあったと思うのですけれども、こちらですね。これはどういうことなのかというのを具体的に教えてくださいかということで、欧州委員会は、では、これに対してどのように考えているのかということになります。

次に、決済・課金システムに関して教えてください。

User Choice Billing、ありがとうございます。これは日本での利用件数みたいなものが分かればちょっと教えてくださいか。ただ、このUser Choice Billingはいろいろな方々のヒアリングでも、なかなかまだデベロッパとユーザーの双方に決済の選択肢を提供するという状況には至っていないような感じもしています。まだまだ高いということで、これについてどのようにお考えになっているのかということが2つ目か3つ目の質問になります。

最後、今回のスライドにはなかったのですけれども、別途頂いている資料で、規律を設定する機関と規制を執行する機関の分離、そういったものも御指摘いただいているかと思えます。これの趣旨と理由を参考までに教えてくださいか、あと海外でこのような事例があるのか、ないのかということも教えてくださいかということになります。

以上です。ありがとうございます。

○依田座長

森川議員、ありがとうございました。合計で4つ質問がありましたので、1つずつ御回答いただければと思います。また、質問のところ、もう一回繰り返していただきたい場合は改めてまたそこを森川議員にGoogle様から御確認いただいても結構です。

では、Google様、お願いいたします。

○Google (Alexander Smith氏)

ありがとうございます。

私のほうから、まず検索関連の質問について回答させていただきます。

例えばイギリスとかアメリカとかインドですとか台湾とかカナダ、ドイツといった法域でもこういったものを認めています。つまり、直接的な検索結果、例えば地図のようなものを表示させることは消費者にとって有益である、そして、助けになるということです。イギリスの高等裁判所は、この場所に関するクエリに対してマップを表示することがこのプロダクトの改善であり、これは競争促進的であると言っています。

もしかしたら私のプレゼンの最中で通訳が切れていたと思いますけれども、皆様にお伝えしたかった点の一つとして、技術的な観点から、マップの結果というのはGoogle検索の別のシステムではなく中心的な部分であるということです。このローカルエンティティに対して結果を示すときは、その結果をマップという非常に分かりやすい感じで形で示しています。ブルーリンクではなく、そういったマップを示すことによってこの地域を出すこと、地域を示すことができる、場所を示すことができるわけです。

次の質問なのですけれども、このサードパーティーのサービスをGoogleの検索に組み込むことが技術的になぜ難しいのかなという話をしたいと思います。いろいろな技術的な懸念というものがあまして、サードパーティーのサービスを組み込むということが検索結果に直接はできないと思っています。

これは我々の提出文書にも含まれています。（保秘のため発言を一部非開示）

○Google (Aaron Stein氏)

御質問ありがとうございました。

私のほうから最近の数字について、手元にはないものもありますけれども、この課金の利用について御質問いただきましてありがとうございました。今、手元には持っておりませんので、また後でお答えしたいと思います。

4番目の御質問もあったと思います。

○Google (河本氏)

4番目として、規律と施行の分離についての御指摘、御質問がございました。ありがとうございます。こちらについては、このたびお示しいただいた意見の中で特段、何か個別具体的な懸念があるというわけではございませんで、立法権限と施行権限が同一であるべきではないという一般論を書かせていただいたということでございます。よろしく申し上げます。

○依田座長

どうもありがとうございました。

森川議員、こちらの回答でよろしいでしょうか。

○森川議員

分かりました。ありがとうございます。

○依田座長

ありがとうございます。

では、続きまして、2番目、生貝議員、お願いいたします。



○生貝議員

どうも大変貴重な御説明をいただき、ありがとうございました。

私から2点、御質問でございます。

まず第1点目につきまして、スライドの5ページのところで特に2パラグラフ目で英国とオーストラリアの例を挙げて、プライバシーやセキュリティー保護と競争の促進とのバランスを取る取組、試みがなされていますと書かれております。私としても例えば英国ですと、デジタルマーケットユニットの議論の中でアプリストアの行動規範といったようなものをつくったり、だんだん様々な取組が進められているところと認識していますけれども、こういった諸外国の例を見て、まさしく競争とプライバシー、セキュリティー保護の両立を図る上で重要だというようにGoogle様が考える取組、ぜひ我が国でも参考とするべきだと考える取組というのがあれば教えていただきたいというのが1点目です。

それから、2点目といたしまして、スライドの22ページのところ、アプリストアの代替流通経路というところにつきまして、ここで特にサードパーティーアプリストアのGoogle Playからの提供を義務づけることについてもデジタルマーケットアクトの規定を超えているという御指摘があったかなというように思います。恐らくDMAの6条4項のことを指しているかというように思うのですが、この点について、Google様としては6条4項、DMAの規定というものをどのように解釈してどのように実行されようとしているのか。そして、今のGoogleの取組にDMAの6条4項の規定というのが影響を与えるのか、あるいはこのままのビジネスの形で続けていくのかということについて、もし分かることがあれば教えていただければと思います。よろしく願いいたします。

○依田座長

ありがとうございます。

ただいまの2つの質問について、Google様のほうから御回答をお願いいたします。

○Google (河本氏)

どうもありがとうございます。

まず1問目について、私、河本のほうからお答えします。

まさに英国、オーストラリアでの取組についてでございますけれども、議員が御指摘のとおり、イギリスでは企業ごとにオーダーメイドの行動規範が設けられることというのが想定されておまして、他の状況では禁止されている行為も差引きの末に消費者の利益となる場合は例外的に許されるという方針で議論が進められていますので、まさに柔軟性を含んだ措置と我々は受け止めておまして、そういうことで我々も対応について建設的、生産的に検討していきたいというように思っております。

2問目。

○Google (Aaron Stein氏)

2つ目の質問、私のほうから回答します。

もう少し一般的に、なぜ我々がサードパーティーのアプリストアをGoogle Playで見せ

ることの要件について懸念しているかなのですけれども、理由としては、我々のGoogle Playのポリシーとしては、このアプリのほうで実施できるコードというのはGoogle Playだけに限定しているということです。これはセキュリティーの観点です。我々のセキュリティーシステム、特にGoogle Playプロテクトというのは、マルウェアのようなコードを検知することができますので、実際にユーザーのデバイスにそれが到達する前にそれを発見することができます。

そして、高度なセキュリティーをGoogle Playで担保するためには、サードパーティーのアプリストアがこのPlayで可能だとすると、それぞれのアプリのほうがそのポリシーに従わなくてはいけないということになるのですけれども、そういったアプリを事前にスキャンする、そして、マルウェアコードがないかということを見つけておくべきではないということになってしまいます。それは我々Playにとっても非常に難しいですし、それを大規模にやるということになるとサードパーティーのアプリストアに関しては非常に難しいというように考えています。

これは大枠の大局的な回答になります。もちろん個別の詳細というのはあると思います。

○依田座長

生貝議員、今の回答について、何か追加で聞きたいことはございますか。

○生貝議員

ありがとうございます。

DMAの規定については今後の議論の中でもし詳しいことが分かればというところでございますけれども、一般的なサードパーティーアプリストアをウェブからのダウンロードから認めるよりも、まさにGoogle Playを経由する形で何かしらの安全性を図ることのほうがもしかすると消費者の利益に資する部分はあるのかなというように考えていることもございまして、諸外国の議論等を見ながら最もユーザーのためになるような仕組みということに関する議論が進んでいくことを期待しています。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。

それでは、3番目に参ります。川濱議員、お願いいたします。

○川濱議員

今日は詳細なプレゼンテーション、ありがとうございました。

私のほうから最初に、これは意見というか感想ですが、スライドで表されていますような基本的な目的を我々と共有しているということに感銘を受けました。

また、我々は基本的なアプローチとしても、敵対的な形での規制ではなくて、コンサルテーションを通じた形で内容を活用していくという方針に関しても賛同いただいていることと存じます。本日のプレゼンテーション自身がその一環だという形で理解しております。

その上で、私のほうから2点。一つは総論に関する問題ですけれども、スライドの8番、8ページ目、規制はモバイルOSの提供者にのみ適用されるものであり、そこで運営され

ているサービスにのみ適用されるべきであるとして、検索、ボイスアシスト及びブラウザサービスなどはモバイルOSから独立して提供されておることから除外するようという御示唆について、その真意というか趣旨をお聞かせていただきたいと思います。

公正取引委員会の調査の結果の報告書の中でも、やはりスマートフォン用で提供されている機能と連携しているようなサービスに関して、やはりモバイルOSの提供者が持つ影響力が大きいことから、懸念というのは表明しているところでございます。確かに検索の場合、検索独自の市場としての重要性があり、それ自身、今後検討していく課題だとは理解しておりますけれども、特にモバイルなどで特化した形で行われているようなサービスであったり、モバイルで提供する形で必要な状況があるならば、これはやはり今回、モバイルOSのエコシステムの中の問題として考えていきたいというのが中間報告の立場であり、また、公正取引委員会のレポートもその趣旨だと考えております。具体的に言いますと、これは結局、検索なんかの場合にモバイル・エコシステムにおけるサービス提供に特化した対応というのは現に存在しているのではないかということに関する確認をさせていただければと存じます。

また、それ以外においてもモバイル・エコシステムのサービス提供に特化したような形での対応を行っているならば、そういったことがないというのなら別ですけれども、あるならばそれをちょっと確認させていただきたいと思っております。これが基本的に公正取引委員会のレポートの中でも取られた立場だと理解しております。この点がまず第1点でございます。

それから、第2点、これはスライドの17であり、ブラウザや検索についてのアップデートに関する情報開示や問合せへの対応に関してなのですが、これに関しては御指摘のようにこれは頻繁に行われていて、それによって開示しているということは、これ自身は我々としても全く異論のないところで、それは当然のことなのだろうと考えております。また、全てに対応することが当然必要な訳では全くありません。そんなことは到底できないし、必要もないと考えております。

他方で、これも従来から指摘されているところでございますけれども、ブラウザや検索については多くの事業者やビジネスに影響を与える変更もあり、その点で事業者の中で多数の者のビジネスに影響することから懸念を持たれているということも確か。今回の調査でというか、それ以前からの事実認識として分かっているところでございます。こういった方々に関しては、やはり適切な情報開示や説明が求められていると考えております。これも先ほど申しましたようにコンサルテーションのプロセスが必要だということから、その内容に関しては事務局と要するにどのようなものがそれに該当するかに関する認識というのは当然のことながら自明な形で出てくるわけではないわけですから、コンサルテーションのプロセスの中で絞っていく必要があるかと思っておりますけれども、このような形で対応を考えていることに対する御協力をいただけるのかどうかということをちょっと確認させていただきます。

私から、以上2点でございます。

○依田座長

ありがとうございました。

ただいま川瀆議員から2点質問がありました。Google様のほうから御回答いただきたいと思っておりますし、もし質問の点について確認したい点があればまた併せてお願いします。どうぞ、お願いいたします。

○Google（河本氏）

河本でございます。

川瀆議員、御質問ありがとうございます。まず1点目の規制の対象範囲についてでございますけれども、仮に我々のようなモバイルOS提供者に対して規制を加えるにしても、その場合はモバイル・エコシステム内でのみ運営されるサービスだけに適用されるべきだということ考えております。なぜなら、御指摘、例示いただきましたけれども、例えば同じ検索サービスをモバイルOS提供者が提供する場合とモバイルOS提供者でない者が提供する場合とで規制のかかり方が異なるというのは公平性の観点も含めて適切な在り方ではないと考えるからでございます。もし検索、ブラウザ及びボイスアシスタントといったものを規制の対象とする場合には、モバイルOS提供者でない者が提供しているそれぞれのサービスも含めて対象とし、規制の対象となる個別の客観的基準を設けるべきだということ考えております。

この点と2つ目の質問についてアレックスのほうからお願いしたいと思っております。

○Google（Alexander Smith氏）

御質問ありがとうございます。

1つ河本さんのコメントを強調したいのですけれども、ボイスシステム、ブラウザのサービスというのは、この規制からは外すべきだということ考えています。これはモバイルOSシステムを中心にしてからです。この対応案は検索、ボイスアシスタント、ブラウザに適用されるべきだと、これはモバイル・エコシステムの内外でということになってきますと、別の客観的な基準を設けてその規制を適用するべきだと思っています。そのプロセスにおいて日本が同じ土俵で競争ができるようにということを担保するためです。

それから、先ほどのシステムの透明性、そして、事前通知の話ですけれども、この機会を得まして幾つかコメントしたいと思います。先ほど申し上げましたように様々な情報を提供しています。ポリシー、このオペレーションに関してのシステムについての情報を提供しています。重要な変更に関しては通知をしています。例えばランキングに供するようなもの、Google、ウェブ、マスターブラウザに載せています。これはワーキンググループメンバーにも示しますことはできますけれども、一般に公開されています。何点という投稿というのでも載せています。このオペレーションに関しても入っています。

このサイトのオペレーター、そして、アプリ会社にとっては、この大枠の原則が何なのかというのは議論が重要だと思います。そうすることによってビジネスの最適化も図るこ

とができます。我々の検索エンジンがよい結果を出すことができるからです。このコンセプトは、欧州のP to B規制において、よく捉えられていると思います。この規制では、ランキングの主要なパラメータの公表を義務付けていますが、そのパラメータがどのように実装されているかという詳細については、きめ細かく開示する必要はありません。ですので、これに関しては我々の取ったアプローチについて共有させていただき、このアプローチを事業者にとってより理解されやすいようにするにはどうすればいいかということをお話していきたいと思っています。

しかし、重要なのは、意図しない結果というのがこの対応案には出てくると考えています。透明性を無制限に適用していくこと、そして、事前通知を行うことになると、例えば検索結果についてどうするのかということをお事前に通知してしまうと、様々な悪影響を及ぼすと考えています。例えばウェブサイトの運用者は我々のシステムを操作して、実際に関連があるよりもっと関連度が高いように見せることができます。例えばウェブの中には何兆というウェブページというのが存在しています。何百という様々な機会があって、それがどんどん増えています。40%以上の新しいウェブサイト、Googleがウェブでインデックスしているものに関してはスパムになっています。つまり、非常に品質の低い、関連度の低いものだけということです。

もし事前通知をこのような重要な変更に関してしてしまうと、そういったスパムシステム、そして、このならず者に対して事前通知をすることによってシステムがどのような仕組みになっているのかということの情報を提供していくことになってしまいます。毎年500億のインプレッションというのが出ています。その結果、検索結果についての詳細なところは我々のコアビジネスにもなっていますので、そのバランスを取っていかなくてはなりません。こういった詳細をいかに公開するか。

一方で、このイノベーションを単に消費して知的財産を簡単に盗んでしまうというようなことの懸念を考えなくてはなりません。このトピックというのは非常に重要だと思っています。我々としても特に事前通知については大きな懸念を持っています。

○Google (野口氏)

Googleの野口でございます。

川濱先生の御質問の1点目について、多少補足をさせていただければと思います。サーチやChromeは、GoogleがモバイルOSの提供者であるからこそ有利である部分があるのではないかと御質問に對しましては、例えばプリインストールやデフォルトセッティングなどについて言及していらっしゃると思うのですが、もしそれが競争上有利であって懸念があるということであれば、同じ行為をしている人を全員同じように規制することが必要だと我々は考えております。例えばアプリのプリインストールができるのはモバイルOS提供者だけではございませんで、OEMさんやモバイルキャリアさん、と個別に契約をする、もしくはアレンジをすることによって、どのようなサーチの提供者であってもプリインストールをすることが可能でございます。

ですから、プリインストールしている全てのアプリについて同じようにやるということであれば平等ではあるかもしれませんが、現在の御提案はモバイルOSの提供者だけ規律するというので、そのようにいたしますと、ほかのプリインストールしているものとの間に逆差別を生じるのではないかというのが弊社の強い問題意識でございます。補足させていただきました。

○依田座長

どうもありがとうございました。

川瀆議員、ただいまの回答で何か追加でコメントはございますか。

○川瀆議員

Google様の問題意識は非常によく分かりました。他方、我々が考えているのは例えば最初の私の質問に関してですけれども、スライドの8ページにあるとおり、これらのサービスを含む場合は、各サービスについて個別の客観的基準を設けるべきですと書いてあるとおり、これはある種のそのサービスごとにおける当該OS上における提供者の競争阻害をもたらすようなキーになるかどうかということは当然検討された上で規制を導入しようと考えているのだという理解でございます。

質問の2点目でございますけれども、これもほとんどGoogle様と見解が一致するところがございまして、事前通知をすればするほどいいというわけではなく、それはかえって悪質なサービス提供者にとってしやすくなるということは当初から我々も懸念していたところでございます。他方、またGoogle様が何らかの形でやはりユーザーの便宜のために事前通知等々を行っていることも認識しておりますけれども、ただ、現行の状況に関して、それなりに正当性のある不満というのも存在することから、その内容の取り方等々に関して追加的なものの検討、基準が必要なのではないかとというのが我々の問題意識で、そのためにはGoogleさんが出している基準の客観的な正当化等々なんかも含めまして規制主体との間で今後も協議していただくという趣旨でございます。そういったことが可能かどうかということに関する質問でございました。

以上でございます。

○依田座長

ありがとうございました。

それでは、時間も押してきましたので次のほうに移ります。4番目、川本議員、お願いいたします。

○川本議員

よろしく申し上げます。

河本様、Alexander様、Aaron様、丁寧な御説明、ありがとうございました。本日のお答えを含め、この領域に関するこれまでの御社の協力、取組に感謝いたします。先ほどのプレゼンテーションの中でEU、英国、オーストラリア、アメリカなど各国の動向も踏まえた上で規制のアプローチや規制の適用範囲、それから、個別論点についての御社からの

御説明、コメントをいただき、大変参考になりました。それを踏まえて私からは2点、質問させていただきたいと思います。

1つ目は質問というより確認になるのですが、協議の進め方の話になります。最後のスライドのところで、さらなる協議の重要性を強調されていたので念のための確認ですが、我々としても御社との会話、議論の機会を持つことは以前から重要と考えていて、本日、この場も含めて実際これまでも有意義な意見交換ができてきているのではないかなと思っています。今後の協議において、例えば対話の頻度をあげるなど、これまでの協議の進め方にプラスして何か行ったほうがいいのか、もし今後の進め方について特別な御希望や特に気になる点があるのであれば伺いたいというのが1つ目の質問になります。

2つ目の質問は別の論点になりますが、20ページのUser Choice Billingについての質問になります。User Choice Billingモデルは決済の選択肢を増やすという意味で非常に重要で有意義な取組だと認識しておりますが、その中で御社のBillingシステムを必ず選択肢に入れなければならないということについての理由、背景を教えてくださいませんか。User Choice Billingの要件にセキュリティー基準の確認というのは既に入っているという理解なので、その点がクリアされているとすると、それ以外に何か懸念はあるのか、私どもが気づけてない点がある何か懸念としてあるのであればお聞かせいただけますでしょうか。

私から以上2点になります。

○依田座長

Google様、ただいまの御質問の2点について御回答をお願いいたします。

○Google (河本氏)

1点目について、河本のほうからですが、ありがとうございます。重ねて申し上げたとおり、緊密な議論、協議、そして、対話、すり合わせが必要だと思っております、これは最終報告書を仕上げるまでのみならず、そこからさらに法令が実際に成立するまでいろいろ調整をさせていただきたいと思います。

というのも、その方針については我々としてももちろんいろいろ成立するものについては従うわけですが、それを具体的にどういように技術的に解決しなければいけない問題とか課題とか、それは技術的にできる、できないとか、非常にきめ細かいところまで我々、実際現場では調整をしないといけないものですから、その意味で最後のもう一言一句までいろいろ調整させていただいて、むしろ規制の効果も最大限に発揮できるようなものにするという精神でいろいろ相談させていただきたいというように考えておりますので、ぜひよろしくをお願いいたします。

2点目、Aaron、お願いできますでしょうか。

○Google (Aaron Stein氏)

御質問ありがとうございます。

User Choice Billingを推奨するのは、セキュリティーが主要な理由になります。そ

して、Androidのエコシステムにとってもこれがいいと思っているのですけれども、セキュリティだけではなくて、ほかにもこのオプションに組み込むということはよく知られた、そして、信頼されるオプションであるということで、これはデベロッパについてもユーザーについてもそうです。ですので、デベロッパに対してはいろいろな決済システムを使えるようにしていきたいと思っておりますけれども、既に信頼された理解されたものをユーザーとデベロッパに見せるということは有益だというように考えています。その上でそれぞれに選択をしていただきたいと思います。

○依田座長

どうもありがとうございました。

川本議員、今の回答でよろしいでしょうか。

○川本議員

ありがとうございました。

なぜGoogleさんのBillingシステムが必ず選択肢に入っていなければというところに関しては、セキュリティ要件以外に別の要件があるのか、もう一回そこだけ確認させていただいてもいいですか。

○Google (Aaron Stein氏)

そうですね。もう少しお話をします。代替のオプションとして、この代替決済システムだけを見せるということになってしまうと、この選択肢を奪うということになってしまうと考えていまして、我々としましてはユーザー側がいろいろな選択肢を持つことというのが非常に有益だというように考えています。

○Google (野口氏)

多少補足させていただきますと、例えばGoogleが提供している支払い手段は多岐にわたっておりまして、クレジットカードなどを持っていない中高生はGoogle Playカードという、コンビニで買うカードなどで支払いをしたりとかいろいろな手段がございます。そのような支払い方法を例えばデベロッパが同じように提供することがもしできないのだとすると、そのような支払い方法の選択肢がなくなってしまう、ユーザーからすると不便になってしまうということで、ユーザーのチョイスを広げるという意味では両方選択肢があったほうがユーザーの目から見たときには使いやすいシステムになるのではないかとということでございます。

○川本議員

補足説明いただき、ありがとうございます。承知しました。

○依田座長

どうもありがとうございました。

では、続きまして、5番目、伊永議員、お願いいたします。

○伊永議員

丁寧に質問に答えていただいて、どうもありがとうございます。お話を聞いていて、透



明で公正かつ自由な取引が可能となるような競争環境を整えることが重要という我々が持っている価値観、この基本的な価値観を共有できているというように感じました。

一方で、セキュリティーやプライバシーといった価値もまた非常に重要であり、競争環境の整備においても決して無視ができないものであるというように我々も理解しております。要は両者のバランスというのが問題となると思います。我々は現在の状況よりも両者とも向上できる、そのような可能性が十分あるというように考えております。この観点から、Google様の専門性に基づく御意見を伺いたいというように思っています。

第1に、既に森川議員、川本議員からもお話がありました。昨年10月から日本でも行われているUser Choice Billingのパイロット運用についてです。

昨年末の透明化法に基づくアプリストアのモニタリングにおきましても報告対象期間外にもかかわらず、こうした積極的な取組というのを高く評価するという経済産業大臣評価につなげました。一方で、26%ものフィーをデベロッパに課しているということから、多くのデベロッパにとっては利用する金銭的メリットが見いだせないという状況から、利用が進んでいないというように聞いております。これでは、ユーザー、それから、デベロッパの双方にとって実質的な選択肢を提示するものとはなっていないのではないかとこのように考えております。現在の日本の利用件数であるとか利用率というものを示してもらいつつ、この状況をどのようにして打破、改善しようとしておられるのか、今後の具体的な取組についてお伺いできればというのが1点目になります。

2点目は、アプリの代替的流通経路についてです。ここの部分について非常にかたくなな姿勢を示している方もおられるのに比べて、Google様のほうはプリインストールもできるアプリストアも認めていらっしゃるということで、この観点からの御経験をお聞きしたいと思います。

具体的には、セキュリティーやプライバシーなどが一定の水準に達しているということについて審査を行ってプリインストールを認めていらっしゃるのだと思いますが、具体的にどのような審査項目になっているのか、そして、その水準というのをどの辺りに設定されているのかという、アプリストアのプリインストールに対する具体的審査基準についてお聞きできればと思います。

これは今すぐということが無理そうであれば後日でも構いません。具体的な審査項目を我々限りということで御提供いただければ、それを基に考えを深めたいというように思っておりますので、御教示いただければと思います。

以上の2点になります。よろしく申し上げます。

○依田座長

ありがとうございました。

ただいま2点目の質問がありました。特に2点目については、今、ここですぐにお答えできない部分もあるかとは思いますが、可能な範囲でよろしく願いいたします。

○Google (河本氏)

Aaronさん、よろしく申し上げます。

○Google (Aaron Stein氏)

もちろんです。御質問ありがとうございました。

確かにGoogle Playのポリシーセンターがあります。そして、そこで詳細なポリシーに関する情報を提供しています。また、定期的に情報もアップデートしています。また、このようなアップデートを行ったときには一般に通知も行っていますので、これについてはフォローアップをしたいと思います。具体的なポリシーについて、公になっているものがあって、情報については定期的にアップデートをして共有しています。

○伊永議員

具体的な今後の取組について、もしお話しできることがあれば申し上げます。日本でUser Choice Billingの利用率を上げてオープンな選択肢にしていくという価値観をGoogle様とも共有していると思うのですが、実質的な選択肢をデベロッパに提示するという観点からどのような取組を今後考えておられるかという点です。

○Google (Aaron Stein氏)

私どもといたしましても、今後の最もよい進め方というのはモバイル・エコシステムにとってUser Choice Billingであると考えています。このシステムがあることによってユーザーがどのように購入するか、どういうシステムを使うかという選択肢がユーザーの手に委ねられるからです。これでお答えになっていればと思っております。

○Google (野口氏)

具体的な日本のデベロッパの参加率とかでは、また後ほどコンフィデンシャルな部分もごございますのでフォローアップさせていただければと思います。

○Google (Aaron Stein氏)

はい。そのとおりです。

○依田座長

承知しました。2点目のほうの質問で、Appleのところに関わる場所もありましたが、そちらはお願いできますか。差し支えない範囲で結構です。また、コンフィデンシャルな部分がありましたら後日での提供でも結構ですが、いかがでしょうか。

伊永先生、少し2点目のところの質問、もう一回申し上げます。

○伊永議員

分かりました。

Google様のほうでプリインストールを認めているアプリストアがあると思います。その際のアプリストアを認証する際の審査項目であるとか、その審査水準について具体的な詳細を教えていただければと思います。よろしく申し上げます。

○依田座長

そこのところも、もし今日、可能なところで回答いただける部分があればお願いいたします。

○Google (Aaron Stein氏)

御質問ありがとうございます。

公開できるものというのはセキュリティーに関しても限定されているのですけれども、悪意のある者がこういったところを有利に使わないようにという意味で公開を限定されていますが、またフォローアップのところでこちらの詳細をお話しできればというように思います。

○依田座長

どうもありがとうございました。2点目のところも事務局を通じてフォローアップという形でやり取りさせていただければと思いますので、また御協力をお願いいたします。

では、続きまして、6番目になります。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。

塩野と申します。本日は御参加いただきありがとうございます。

決済・課金システムの情報管理について、1点お伺いさせていただきます。

これまでのところ、御社のほうで、デベロッパはユーザーの名前であったりとか電話番号、メールアドレスといった個人情報を御社が収集したとしても、そういった情報をデベロッパが受け取らないとされていたと思います。しかしながら、ユーザーの返金処理をするときにユーザーがデベロッパに直接連絡して返金を請求するということになっていると御説明されていまして、ここにおいて、この課金システムにおいてユーザーとデベロッパの情報の取扱いの御社の考え方について教えていただければと思います。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。

御回答、お願いいたします。

○Google (野口氏)

申し訳ありません。御質問の趣旨について少し御確認をさせていただきたいのですが、ユーザーがデベロッパに直接連絡をして返金を請求する場合には、Googleとデベロッパの間で個人情報のやり取りがなければならぬのではないかと趣旨の御質問と理解してよろしいでしょうか。

○塩野議員

結構です。その際の情報の取扱いがどうなっているかということですね。結構でございます。

○Google (野口氏)

ありがとうございます。

○Google (Aaron Stein氏)

はい。私のほうから回答します。

御質問ありがとうございます。我々はデベロッパとアプリやトランザクションに関して広範な情報を共有しています。それによってカスタマーとのやり取りを可能にしています。例えばGoogle PlayのほうがおオーダーマネジメントサービスでこのカスタマーサービスをGoogle Playでなされた注文に対してできるようにしています。例えば個人ですとか、そのアプリからアクセスできるようにしています。例えばオーダーIDでオーダーを検索したりできますし、Eメールアドレスなども検索をすることによって返金をしたり、あるいはそのサービスのキャンセル等ができるようになっていきます。そのほかにデベロッパのほうでは、無効になった理由などを分かるようにしています。ユーザーのほうで直接デベロッパにコンタクトをして返金を求めることはできますし、そういった場合はデベロッパのほうはこの返金ポリシーというのを独自に設定して、なぜ返金をするのかという理由を聞くことも可能です。ですので、そういった形で広範な情報を共有しています。

○塩野議員

ありがとうございます。

その際に、デベロッパ側はユーザーの承諾も得てユーザーの情報をデベロッパは認識しているということになりますでしょうか。

○Google (Aaron Stein氏)

恐らくそうだと思いますけれども、確認いたします。

○Google (野口氏)

個人情報の保護関連の御質問かと思えますけれども、シェアしていることがどこまで個人情報にひもついているかとか、その辺りはかなり細かい法律の議論になりますので確認をさせていただきます。また折り返しをさせていただければと思います。

○塩野議員

承知いたしました。ありがとうございました。

○依田座長

今のところも細かく正確性を期さないといけない質問になっていますので、では、またGoogle様にお手数ですが確認の上、事務局とやり取りをしてまた回答をお願いいたします。

○塩野議員

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。

7番目になります。増島議員、お願いいたします。

○事務局

申し訳ございません。入室されていないようです。

○依田座長

承知しました。

8番目になります。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。

技術的な規制対象のファインチューニングについては、DMAとのアラインメントも含めて引き続きコンサルテーションが必須だと思うのですが、今日はビッグピクチャーポイントを2つ伺いたいと思います。

まず1つ目は、ルールの枠組み、それから、規制当局を誰にするかといったレギュラトリーメントロジーについて伺えればと思っています。欧米の当局は日頃から企業の幹部、それから、当局のエグゼクティブがお互いの理解のために会社の方針とか事業展望とか幅広い意見を交換しているというのはむしろ通常だと思うのですが、私自身が中にいたときの経験からしても、日本の役所は非常に慎重であったり、あるいは今度は逆にオープンオケーションの会話にし過ぎて中身が骨抜きになってフォーマリティーに終始したりで、英語で言うところの、discrete but open dialogueということだと思うのですが、これが欠如しているという場面が少なくない。

デジタル分野の業法規制、インダストリーレギュレーションを行うべきなのではないかなんていう意見もある中で、EUははっきりと競争当局がメインであるという方針をもう示しているわけです。Googleのほうは日本でも公正取引委員会、内閣官房、経産省、様々な文脈で接点を持たれてきているわけなのですが、これまでのGoogleのレギュラトリーエクスペリエンスから、日本では業界横断的な公正取引委員会がよいのか、あるいは経産省がよりデジタル分野で専門性を積み上げていったほうがいいのか、あるいはミックスがよいのか。はたまた、やり方も事前相談のようなプロセスだと事実上、デュープロセスが全くゼロということになるわけなのですが、それでもフレキシビリティが大事なのか。それとも、デュープロセス、また客観性もより保証されることにはなるポストファクトの調査とかあるいは訴訟が望ましいのか、これらに関する意見を伺えればと思います。これが1つです。

2つ目は、若干コントラバーシヤルなのですが、非常に重要なポイントだと思いましたが、今、ChatGPTなどのAIが出てきて、このところ、突然様々な議論を呼んでいます。この先10年間、検索業界、それから、Google自身の与える影響がどうなるか、この辺りを伺いたいです。

ここまで20年、Googleのサーチビジネスは大きなサクセスだったと思うのですが、社会的な知的前進という意味があったわけなのですが、これに対して一部の外国当局などは、ともするとオーバーヒートしたような規制政策につながるような文脈も出てきているわけなのです。正直、今、デジタル業界の関係者の方々から聞くと、もうAIがあまりにも急速に飛躍して、今ある業界図が今後ドラスチックに変わると皆さん思っているわけなのですよね。新しい法律を今、ドラフトしている間にGoogleでもAppleでもない全然

違う企業がもうビッグサクセスを達成して、できた頃には新ルールがイレバントになってしまうというリスクを正直私自身、心配しています。なので、AIによる今の業界図のドラスチックトランスフォーメーションの可能性があるかについて、難しいと思うのですが、ご意見を伺えればと思います。

以上です。

○依田座長

ありがとうございました。

Google様のほうも回答が難しい質問だったと思うので、クリアにしたいところがあれば聞いてもらって、その上でまた回答していただいて結構です。2点、お願いいたします。

○Google（河本氏）

山田議員、どうもありがとうございます。

大変2つとも大きな大所高所の御質問をいただきまして、どこまでお答えできるかあれなのですけれども、政府の体制、どうあるべきかについては、我々、一民間企業の立場から申し上げる立場にはないのですが、例えば透明化法とかでも取り組みましたが、いわゆる官民と一緒に共同規制、スマートレギュレーション、こういう方針については、むしろ2点目にも関わりますが、技術革新が物すごく速い世界では重要で有効な取組ではないかというように実際に思っております。

あとは共同規制の精神の下ですけれども、今日もその一環ではありますが、事前によく協議をさせていただく。これは別に何か業界利益のためというよりは、まさに規制の効果が意図せぬ結果をもたらさないように、そして、規制が効果的なものとなるようにという意味からも事前に調整、相談をさせていただくということは非常に重要だというように考えております。

2点目のAIについてですけれども、まさに昨年末からChatGPTが登場してから大変話題になっておりまして、我々の世界でも毎日のように議論をしておりますが、実はGoogleもちょうど1週間前ですが、Bardという生成系AIの試験版を英国、米国、アメリカとイギリスで公開をしました。Googleはこうした生成系AIのみならずですけれども、こうした人工知能の活用によってユーザーの利便性を高め、そして、人々の暮らしを向上させることができるというように考えていますので、社としても非常に注力をしている分野でございます。

他方で、弊社のCEO、スンダー・ピチャイも申し上げているとおり、AIは規制しないでおくには重要過ぎると言っています。まさにこういうもう技術革新が目覚ましい、それこそGoogleもAppleも10年後にどうなっているか分からないという世界の中でAIを見ますと、まさに規制を設計するに当たっては、技術進歩の内容とその速さを十分に踏まえたものにする必要があるということを改めて強く感じる次第でございます。まさに今回の皆様の規制の議論、今回の議論においてもそういう視点を十分に持って御検討いただきたいというように考えております。

以上でございます。

○依田座長

分かりました。

山田議員、今の回答で一旦のところはよろしいでしょうか。

○山田議員

はい。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 (Alexander Smith氏)

1つ、2つ補足させていただければと思います。

まず1つ目は、プロセス、その協議の観点ですけれども、私たちが強調したいのは、私たちは日本での経験だけではなく世界にも経験があつて、そこにおいては十分な時間を企業として取ることが重要であると考えています。これもただ交渉を行う、対話を規制当局と行うということも重要ですが、同時に十分に時間を取ってシステムの準備をし、ビジネスもこのような変化に対応していくことが重要となります。

特に、検索や広告ビジネスにおいて私たちが見ている感覚をお伝えすると、2年のリードタイムなしに大規模な変更を行うことは非常に困難です。私たちの経験では、世界のほとんどの地域で2年のリードタイムが標準です。それは、私たちは現地の法律を遵守したいからであり、複雑なシステムを持っており、新しいプロセスを導入するには時間がかかるからであります。

サーチに関する御質問について、少し私からもコメントを付け加えたいと思いますけれども、実際、日本のユーザーは今、いろいろな方法で情報の検索ができるようになっていきます。エビデンスを見ますと、日本のユーザーは一般的に今のサーチサービス、今、日本にあるもので満足しているということです。また、情報の検索を行うに当たって、これまでの従来の検索以外のものも使うようになっていきます。Google、Yahoo!だけではありません。今よく見られるのはユーザー、特に若い日本のユーザーの間では、簡単にAlexaでキッチンから質問することができる、ニュースの結果をツイッター、フェイスブックで聞くこともできる。フレンズで、あるいはWhatsAppで情報を聞くこともできる。TikTok、Snapchat、Instagramなどでいろいろな場所を検索することができます。

AIがサーチの将来にどのような影響を与えるかということですが、私のある同僚が言っていたのは、AIにとってエキサイティングな時期である。我々、Googleとしては、この瞬間に備えていたと言えらると思います。我々の会社、数年前にAIに向けて方向を転換しました。というのは、やはり最も強力な方法になるであろうと。我々のミッションを実現して世界に情報提供して、誰もが入手できるようにするためには重要なものであると確信したからです。

しかし、様々なテクノロジー、ChatGPTなどについてのテクノロジーのディスカッショ

ンが行われていますけれども、我々が長期的な開発を考えたときに理解しておかなければならないのは、AIはまだ新しい技術だということです。生まれたばかりの新しい技術というのは非常に大きなチャンスにもなりますけれども、リスクも伴っています。

いろいろなところで今、作業が進んでいますけれども、Googleで行われているプラットフォームの活動もありますが、これが責任ある基盤を提供した者である。また、今のような言語のモデルも提供しています。これからもやはりGoogleからこの1年間、いろいろな発表があります。この分野での投資を進めていますし、また、将来の情報発展の分野においても期待をしていますけれども、この分野における進歩のためには、十分に考慮した責任感を持ったアプローチが必要となります。そのために対話が重要です。世界中の規制当局との対話、日本ももちろんそうですけれども、これが極めて重要であります。しかも、Googleだけではなくエコシステム全体で議論を進めることによって責任ある新しいアプローチを取ることができます。間違ってしまうと規模を考えましても大変に深刻な問題になるからです。御質問ありがとうございました。

○山田議員

ありがとうございました。御回答ありがとうございました。

○依田座長

ありがとうございます。

では、続きまして、9番目、泉水議員、お願いします。

○泉水議員

泉水です。よろしく申し上げます。

今日のGoogleさんの説明をお聞きしまして、この問題について、いろいろな問題について真面目に取り組んでおられ、また協議、対応もされているということで感謝を申し上げます。私から2点、既に出てきている部分もありますが、2点質問させていただきたいと思います。

第1点は、既に出ていましたスライドの12ページでして、検索した場合にその枠というのが出て、そこにGoogleさんの地図が出てくるという、そういうものですが、これについての御説明がございました。これについては、このような枠を設けるということ自身はDMAには違反しないのだというのがGoogleの見解だということをお聞きしたのですが、他方では、消費者の側で別の枠にしたい、別のものを表示したいとか、消費者が望んだときにそれに応じて別のものを設定する。消費者に選択を与えるということ自身もこれはされないのかどうかですね。消費者に選択を与えることをどのように考えておられるのか、これをお聞きしたいと思います。

今日のお話では、この枠については技術的な問題があるということで、とりわけ表示が遅延するという問題とか、それから、サードパーティーに対して情報を提供する場合、プライバシー等の情報提供をできないので表示される情報が限られる、こういった御説明があったと思うのですが、それはそうであったとしても、消費者がそれでもやはり別の枠を



選択したいということは考えられると思います。

ちょっと思いつきなのですが、例えば日本においては住宅地図については非常に精緻な住宅地図を提供している会社、オンラインでは提供していませんがありますが、そうすると、医者、病院を選択するのではなくて不動産を選択、検索する場合にこういう地図の枠があって、そこに表示されると非常に優れた消費者にとってもいいものができると思うのですね。例えばですけれども、こういうような形で消費者に選択させるということを消費者が望めば多少提供されるのが遅延したり、あるいは情報が限られるとしても消費者が選択をすることができるようにするという自身は消費者の厚生にも資すると思うのですが、それもできない、無理だというお考えかどうかをお聞きしたいと思います。これが第1点です。

もう一点は、スライドの19ページなのですけれども、アプリをダウンロードするときに課金がされるという、それにさらにコンテンツを購入する際に課金が同様にされるわけですが、アプリについては確かにGoogleさんが提供されているいろいろな技術とかいろいろなツールを使っているんで、それに対して例えば30%あるいは15%、コストがかかっている、それを提供されるというのは理解できるのですが、コンテンツについては様々ですけれども、この日経さんのニュースの場合には、ニュース自身、これは継続性、毎月払っていくわけですよ。これに対するGoogleさんの貢献というのはそんなに大きくないのではないかと気がいたします。

さらに、例えば小説、リードアプリ、小説を読むというような場合については、小説を読む際には文字情報しかコンテンツは提供されませんので、文字情報を表示することに対するGoogleさんの貢献というのはそんなに大きくないのではないかとと思うのですが、このようにアプリをダウンロードすることとコンテンツを購入することについてはかなり評価が違う。これはもちろんコンテンツの内容によっても違うと思いますけれども、これについて一律に課すのではなくて、むしろもう少しファインチューニングしていろいろな形で課金するという方法、手数料を課すという方法がより合理的なのではないかと思うのですが、この点、いかがでしょうか。

以上です。よろしくお願ひいたします。

○依田座長

ありがとうございます。

2点質問がございました。もしクリアにしたいところがあればGoogle様から御質問いただいても結構です。御回答をお願いいたします。

○Google (Alexander Smith氏)

質問ありがとうございます。私のほうからは、まず1つ目の質問にお答えしたいと思います。

考えなくてはいけないのは、Googleのサーチ、検索のようなプロダクトについては何十億というユーザーがいて、このサービスに世界中で毎日アクセスしています。サービス

にアクセスするのは、彼らを選んでいるからです。サービスというのは世界でオープンウェブで提供されているものにアクセスするというコンセプトに基づいているからです。その際に我々は何も制限していません。ユーザーに対して情報リソース、オンラインで提供されているものに対するアクセスを制限していません。例えば日本のユーザーが特定のマップを表示させたいといったときには、そういったプロバイダを我々のサーチシステムで探して見せることができます。そういったところに関して、我々は何も制限を設けていません。

しかし、我々ができないのは、先ほど説明したところにもありましたけれども、技術的な障壁があるということです。サードパーティーのサービスを直接我々のサーチ結果に表示させるということになるといろいろな障害があります。それをお話ししました。

ここで申し上げたいのは、この状況を考えますと、我々はユーザーの選択肢を制限することはしていません。例えば不動産サービスのようなマップにアクセスしようと思えばすることができます。直接、そのサービスに行くこともできますし、サーチを使ってこのようなリソースを見つけることができます。1つクリックするだけでこれは可能です。ただ、技術的なバリアがありますので、これを直接、我々の検索結果のページに入れることはできませんというのがお答えになります。

2つ目の御質問については、同僚のほうから答えてもらいます。

○Google (Aaron Stein氏)

アレックス、ありがとうございました。

2つ目の御質問についてですけれども、これは我々がどのようにPlayサービスのフィーを見ているかということです。ただ単なる支払いの処理ということではありませんで、非常に多くのツール、サービスが使われて、そうすることでGoogle Playがつくられています。

したがって、今の御質問のPlayというのはダウンロードを行った後にやっていることが非常に多くあって、アプリのホストを行う、それをほかでも発信するということもありますし、アップデートもある、非常に重要なセキュリティーの補正を行っているということで、継続的にこのようなことを行う、またデベロッパに新しいツールも提供して新しいアプリの開発ツール、新しくビジネスをつくる方法を提供するというようなことを行っています。ですから、先生の御質問の意図は分かりますけれども、ただ、最終的に私たちが見ているのは、サービスフィーというのはただ単に処理をするだけではなくて、その瞬間のことだけではなくて、ユーザーが買ったときにかかる手数料ということではなく、デベロッパ全体にとって有益であるということをお話しします。

○Google (野口氏)

若干補足させていただきますと、弊社では、アプリのアップデートについても全て細かく審査をしております。例えば一番最初のダウンロードだけ弊社のストア上ですけれども、その後のアップデートは全部弊社のストア外でできるということになりますと、ア

アップデートのときはもう弊社の審査を通らないわけですから、悪いデベロッパさんは、そこにセキュリティーの悪いものを仕込んだりとかいろいろできることになってしまいますので、セキュリティーをチェックしてユーザーのセーフティーを保護する必要性があるというのは一番最初のダウンロードに限られず、アップデートも含めて全部である点、ぜひ御理解いただければと思っております。

○依田座長

ありがとうございます。

少しお時間が押してまいりましたので、では、続けていきます。10番目になります。小林様、お願いいたします。

○小林オブザーバー

御説明ありがとうございました。

野村総合研究所の小林と申します。データ利活用とプライバシーを中心に担当している者になります。

本日の質問は2点ありまして、資料では御説明のなかったものになります。情報の利用及び遮断に関する取組についてと、それから、2番目はデータポータビリティに関する意見に関する御質問となります。

先にまずデータの遮断、データのポリシーについての御質問になります。こちらの意見では、サードパーティーなりアプリストアから収集したデータなりを競争上の問題があるような利用をすることについては社内でポリシーを定めて厳しく制限しているという意見が述べられておりました。これは大変すばらしいことだと思うのですが、一方で、それを実際にポリシーがどのように運用されているのかというのが外部から観測することができません。こちらのポリシーが例えば組織的措置、技術的措置でこういったものが定められていて、それをどのように監督、監査しているのかといったことを例えば当局、規制当局とあらかじめ確認をしておいて、それを定期的に報告するといったような共同規制の枠組みをこの部分について適用することが可能なかどうかということについて御意見をいただきたいです。これが1点目。

それから、2点目、こちらは少し小さいお話になりますが、データポータビリティについては、我々の理解としては、データポータビリティはGoogleさんのChromeからブックマークを乗換え先に移そうとする場合にスマートフォンでは完結せずにパソコンを経由する必要があるようになっていくように理解しています。これをスマートフォン上で完結するということが消費者としては理想かなと思うのですが、これについて対処というのはできるものなのか、御回答をお願いいたします。

○依田座長

ありがとうございました。

御回答、お願いいたします。

○Google (Aaron Stein氏)

まず1つ目に関して。我々、社内のポリシーがありまして、我々が収集したサードパーティーのデータは、サードパーティーに対して不正な競争に使われないようにしています。我々は非公開の特定できるデベロッパデータ、ほかのGoogleのものと共有しないと言っています。AndroidですとかGoogleのエコシステムに裨益する場合だけです。例えば詐欺があったようなときにそれを守るといったような理由があれば別です。あるいはこの情報が適切に扱われるようにするためにはチームごとに別々のレポートラインを設けていますので、Googleチームの中でそのデータの共有に関しても制約を設けています。

それから、2つ目の質問に関して、データのポータビリティに関してですけれども、これに関してはもう少し詳細を確認してからお答えしたいと思います。

○依田座長

ありがとうございます。

小林様、今の回答で何か追加で聞きたいことはございますか。

○小林オブザーバー

できれば1点目については、行政庁と連携した検討というものができるとかどうなのかというについては後日でもいいので回答いただくとありがたいです。

○依田座長

それについては今日のところで何か御回答できるところはございますか。

○Google（野口氏）

時間も押しておりますので、後日、また回答させていただきます。ありがとうございます。

○依田座長

承知しました。では、よろしく願いいたします。

では、11番目になります。仲上様、お願いいたします。

○仲上オブザーバー

お世話になっております。JSSECの仲上と申します。

本日は大変丁寧な御説明をいただき、ありがとうございます。

1点、お聞きしたいのですが、生員議員と重複する部分もありますが、プリインストールのアプリストアを許容されているというようにお聞きしたわけですが、そちらのプリインストールアプリストアでのアプリの検査体制というところについてはどのように行われている、もしくは何らかのレギュレーションがあってプリインストールアプリストアを提供している側で検査を行わせているのかといったところについてお聞きしたいと思います。

私はこちらの1点でお願いいたします。

○依田座長

ありがとうございました。

ただいまの質問について、御回答をお願いいたします。

○Google (Aaron Stein氏)

御質問ありがとうございます。

Androidのほうには非常にセキュリティーに関して高い標準を設けています。ユーザーにAndroidで提供されるアプリストアに関しては、Google Playであったとしても、ほかのサードパーティー製のものであったとしても、ユーザーがAndroid上で安全にしていけるということを基本にしています。

デバイス上で、どのアプリストアからインストールしたいのかというのは基本的には自由に選べます。もちろんAndroidのエコシステム上に安全性を担保する。(保秘のため発言を一部非開示) Google Playの主要なプロテクションになっていますけれども、それによってユーザーのほうをほかのところでダウンロードしたものについても安全性を担保するというようなことを仕組みとして持っています。

○依田座長

仲上様、何か追加でお聞きになりますか。

○仲上オブザーバー

ありがとうございます。

サードパーティーの運営者に対して何らかのセキュリティークリアランスを配布するアプリケーションに求めるということはレギュレーションとしてされているということでしょうか。

レビューしている主体はGoogle Playではないと思うのですが、必要なレビューするガイドラインですとかレビューすべき項目等をプリインストールのアプリストアに対して、主体者に対して求めているかどうかというところをお聞きしたいなと思いました。

○Google

(保秘のため発言を一部非開示)

○仲上オブザーバー

なるほど。承知いたしました。そこが明確になればよいかなと思います。ありがとうございます。

○依田座長

ありがとうございます。

では、12番目になります。日高様、お願いいたします。事務局、日高様のマイクはお話できる状況でしょうか。

○事務局

はい。いらっしゃって、ミュートも解除はされているのですが、音声聞こえてない。

○日高オブザーバー

聞こえてますでしょうか。

○依田座長

はい。聞こえております。

○日高オブザーバー

すみません、お待たせしました。1点目は、まずは検索の部分での地図の部分について技術的なバックグラウンドをもう少し聞ければなというところがございます。

1つ目なのですが、サードパーティーの地図を使うことについて御検討いただいていたとは思いますが、こちら、結果的には現実的には困難ではないかというコメントと内容を聞かせていただきました。特にメタデータとかプロバイダごとの部分でのプライバシーの懸念というのはお伝えいただいたとおりなのかなと思うのですが、実際に検討された際にどういう条件を設定されていたか、技術的な背景を少しお伺いしたくて、例えば完全に置き換える形ではないパターン、ユーザーが理解できるアウトリンクを設定するようなパターンではどうかとか、以前はGoogleさんは日本では多分ゼンリンの地図等を利用されていた、過去、形跡があったとは思いますが、そのような背景からすると他社の地図を使うということ自体は可能なのかなとは思っておりまして、それを第三者提供において外出しできるような簡単なプラグイン構造ではないというお話もあったのですが、その部分についてもどのような背景を設定した上で御検討いただいたかというところを確認したいですというのが1つ目。

2つ目に関しては、AndroidのPlayサービスの背景の部分で、1%の事業者が残りの99%の課金対象となっていない開発者をカバーしているというような少し非対称な構造の部分ですね。事業者の支払いの不均等があるのか、この2つを確認できればと思うのですが、いかがでしょうか。

○依田座長

ありがとうございます。

ただいまの質問、いかがでございましょうか。

○Google (Alexander Smith氏)

御質問ありがとうございます。

まず初めに、マップの御質問にお答えして、同僚のほうから2つ目の御質問に答えさせていただきますけれども、マップについてまず最初にサーチは過去20年の間に大きく進化してきました。プレゼンテーションの中でもお話ししましたけれども、各地でマップの結果、どのようなものが出てくるかを考えるときに理解すべき重要なことは、サーチページを見るとき、検索ページを見るときに重要なのは、これがサーチの本質的な機能の一つであるということです。各地域の結果、これを我々のサーチインデックスに入れて、これをビジュアルなカタログ的なフォーマットで提供しています。

ほかのサービスプロバイダへのリンクアウトの話、御質問がありました。これはワーキンググループのほかの先生の御質問にもお答えしましたが、ほかのアクセスやリンク、ほかのマップサービスプロバイダへのアクセスを私たちが制限しているわけではありません。例えばユーザーがある特定のマップサービスを求めているのであれば、何か特定のバーティカルサーチのサービスを探しているのと同じですけれども、これはインデック

スに入っています。サードパーティーサービスのプロバイダがその結果を我々のChromeから切り離す、サーチインデックスから切り離すという判断を下さない限りはそのリンクはサードパーティーサービスの結果、我々のほうから提供される情報の中に入ってくるわけです。ただ、単にビジュアルなディスプレイを出して、それをさらに一步進めるという、これはDMCの提案にありましたけれども、こうではなく、その結果を検索ページそのものに組み入れるというのはまた概念として全く異なるものであって、そこに入れられるということになると技術的な問題に直面することになります。

この技術的なサイドについてのテクニカルな質問ということであれば、またこれは別にお答えすることはできますけれども、今、御説明したことでお答えになればと思います。

○Google (Aaron Stein氏)

ありがとうございます。

少し確認ですけれども、99%というところですが、全体としてデベロッパの3%だけがサービスフィーといったものを払っています。サービス手数料を払っている者のうちの99%は15%以下のサービス料を払うということですね。少しここを補足させていただきました。

○依田座長

日高様、今の回答について何か追加で聞きたいことはございますか。

○日高オブザーバー

ちょっと技術的なところについてはまた別途というお話ですね、わかりました。今の部分に関しても、ほかの方々の費用のコスト、Playサービスを運営するに当たって発生したコストというのは有償の方々から徴収しているという理解で間違いのな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す。

13番目、最後になりますが、大変お待たせしました。増田様、お願いいたします。

○増田オブザーバー

いろいろ御説明、ありがとうございました。

私は消費生活相談員ですので、ユーザーの方からの御相談を受け、返金を求めるということをしております。デベロッパはユーザーの個人情報や利用日とか利用金額が分からないということで、デベロッパと話し合いをするということが事実上できない状況があります。先ほど塩野議員のほうから御質問されたときに、デベロッパのほうにはIDであるとかメールアドレスとかそういうものによって検索ができるシステムがあるというように御回答されたというように理解したのですけれども、今、既にそれはデベロッパのほうとしては十分に活用ができていのでしょうかという点。そして、もしそれが分かりませんという回答があった場合は、デベロッパが使ってない、もしくはうそをついているということな

のか、きちんとデベロッパに周知がされているのかどうかという点についてお伺いしたいと思います。

○依田座長

どうもありがとうございました。

こちらの質問、お願いいたします。

○Google (Aaron Stein氏)

もう一度、質問していただいてよろしいでしょうか。

○依田座長

もう一度、質問、お願いいたします。

○増田オブザーバー

プラットフォームとの話合いではなく、デベロッパと直接話合いをするケースというのが必要な場合があります。そうしたときにユーザーの個人情報や利用日や利用金額などが分からないために返金には応じられないという回答をされることがあります。既に先ほどお伺いしたときにはそういうことがデベロッパのほうで分かるようなシステムになっているというようにお聞きしたように思うのですけれども、それが現実的にもう広く活用されているのか、周知されているのか、その辺のところをお伺いしたいと思いました。

○Google (Aaron Stein氏)

もう少し詳しい内容を聞かなくてはいけないかもしれませんが、ウェビナーをしたりですとか、デベロッパにいろいろな周知をしています。定期的にあウトリーチ活動なんかもデベロッパに対して行っています。もう少し活用に関して具体的なところを知りたいということでしたら、また確認の上、御連絡します。

○依田座長

分かりました。ただいまの質問について、もう少し内容がどうなっているか、後日でも結構ですので分かったところがあったら教えてください。

○増田オブザーバー

それから、すみません、先生、この点については、消費生活相談で非常に重要ですので、もし可能であれば相談現場に情報を伝えたいと思うのですが、それができるかどうかについても後ほど教えてください。

○依田座長

承知しました。では、ここのところは質問とその回答と得た情報についての利用可能性に対して、事務局のほうで間に入っていて、また後日、フォローアップをさせていただきます。では、そういう形で取り扱います。

一通り13人の方々から御質問いただきました。何か追加で御質問や御意見、議員のほうからございますか。大変長時間、Google様からも丁寧に回答いただき、また、本日回答できなかった部分に対しては、後日、またフォローアップの回答をいただくことをお約束いただきました。議員の皆様、よろしいでしょうか。本当に長時間にわたり長い質問に



ついて丁寧に答えていただき、Googleの皆様方には大変感謝いたします。どうもありがとうございます。

皆様も御承知のとおり、つい先日になりますが、日本の公正取引委員会がモバイルOSの消費者アンケート調査を実施いたしました。質問の一つに、過去、ブラウザを経由してアプリをダウンロードしたことがあるかどうかという質問がございました。あると答えた方は30%、ないと答えた方が50%でございました。

したがって、まだブラウザ経由してアプリをダウンロードされたことがないという方のほうが多い。ないという方に対して、もしどういう条件があればブラウザ経由でアプリをダウンロードするかという質問に対しては、セキュリティーが守られるならば利用したいと回答された方も40%いました。ユーザーはモバイルについてセキュリティーやプライバシーを重視しているというのが、Googleも御指摘されたとおり、この質問から回答が得られているかと思えます。

もう一つ、大変興味深い質問がございました。スマートフォンのデバイスを起動するときブラウザをユーザーが自分で選択したいと思うかどうか。これに対しては、望むと回答した人が40%から50%おられました。同じように検索エンジンについても、起動時に自ら自分で選択をしたいかという質問もあって、やはり40%から50%の方が自分で起動時にスクリーンで選択をしたいと回答しておられます。この質問からうかがえることは、ユーザーは起動時に一度は自分でスクリーンを選びたいという意思は持っているということも確認できます。

したがって、一方で、セキュリティー、プライバシーを重視すること、他方で、やはり一度は自分で、デフォルトにおいて選択をしたいということ、この両面性がございますので、こういったところを、今後、官民の共同の協議を通じて追求していきたいと思えます。そうした一つの表れがGoogle様のUser Choice Billingになってくると思えますので、今後、普及動向について我々も注視していくとともに、そうしたよい取組を今後も広げていければと考えています。

では、私からは以上でございます。

では、事務局のほうから何か最後、御連絡はございませんでしょうか。

○成田審議官

皆様、長時間、本当にありがとうございました。それから、Googleの皆様も本当に時差もおありのところ、長時間お付き合いいただきましてありがとうございました。私のほうからは特にございませんので、いずれにしても、今日、議論ありましたように引き続き協議をさせていただきながらいい結果が出せるように引き続き御協力いただければというように思っております。

私からは以上であります。

○依田座長

それでは、本日の質疑、議題は全て終わります。

改めますが、GoogleのAaron様、アレックスさん、河本さん、ノグチさんほか、全てのGoogleの皆様、今日は御協力をいただきましてどうもありがとうございました。

○Google（河本氏）

どうもありがとうございました。

○成田審議官

すみません、1点だけごめんなさい、事務局からです。

○依田座長

どうぞ。

○成田審議官

冒頭にも申し上げましたけれども、この後、しばらくしてから記者の皆様へのブリーフィングをやりますので、今日のディスカッションの中でここはしゃべらないでほしいといったようなことがあればGoogle様のほうからもいただければ、それを踏まえてやりたいと思っていますので、お知らせいただければと思います。すみません、追加でございますが、よろしく申し上げます。

○依田座長

ありがとうございました。

それでは、本日のワーキンググループを終了いたします。