

スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る

競争の促進に関する検討会（第3回）議事録

1 日時 令和6年11月28日（木）14:30～17:30

2 場所 対面（中央合同庁舎第8号館特別大会議室）とオンラインの併用

3 出席者

【委員】

依田座長、石井委員、上沼委員、川濱委員、伊永委員、滝澤委員、仲上委員、日高委員、増田委員、榊田委員

【公正取引委員会事務局】

岩成経済取引局長、佐久間官房審議官、稲葉デジタル市場企画調査室長

【オブザーバー】

内閣官房副長官補室、内閣官房デジタル市場競争本部事務局、内閣官房国家安全保障局、内閣官房内閣サイバーセキュリティセンター、個人情報保護委員会事務局、消費者庁、こども家庭庁、デジタル庁、総務省、文部科学省、経済産業省

4 議題

○ ヒアリング

Google LLC からのヒアリング

○依田座長 定刻になりました。ただいまから、第3回スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する検討会を開催いたします。

本日は、山田委員が御欠席です。石井委員、川濱委員、仲上委員、増田委員はオンラインで御出席いただく予定でございます。本日、石井委員は御都合により途中で退席される予定です。川濱委員も、一時離席される御予定です。

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

○稲葉室長 本日は、Google LLC の皆さん、オンラインで御参加いただいておりますが、スマホソフトウェア競争促進法の下位法令、それから運用に対する御意見などについて御発言を頂きまして、委員の皆様と御議論いただきます。

配付資料についてですが、資料2と3については Google の方から非公表としたいとの御要望

がありましたので、非公表とさせていただきます。

本日の議事は非公開で、Google、それから本検討会の委員、公正取引委員会のほか、本検討会のオブザーバーである関係省庁のみが参加しています。

議事録につきましては、いつもどおり発言者の御確認を経た上で公表させていただければと思います。

また、本日も検討会終了後に記者向けのブリーフィングを予定しておりますので、皆様からの御発言の中に、特に記者に対して発言を控えるべき内容などございましたら、その旨おっしゃっていただければと思います。

最後に、本日のヒアリングは冒頭の Google 社からのプレゼンテーションは同時通訳、その後の質疑応答は逐次通訳を入れて実施いたします。オンライン参加の方は、同時通訳の実施中は事前に配付した Webex の操作方法を御参照いただきまして、視聴する言語を選択してください。

また、委員の皆様から御発言を頂く際には、逐次通訳を行いやすいよう、御発言をある程度区切っていただくようお願いいたします。

以上になります。

○依田座長 それでは、本日の議事に進みます。

まずは、資料を基に Google の皆様から 20 分ほどで御説明を頂きます。その後、委員の皆様から御意見や御質問を頂き、Google から御回答いただければと思います。御意見、御質問については名簿順にお願いします。お時間の都合上、委員から御発言は一人当たり通訳を含めて最長 6 分でございます。また、先ほどありましたが、通訳を含みますので、少しゆっくりと分かりやすくお話しいただけると幸いです。

それでは、ここからは同時通訳で進めていきます。オンライン参加の方は視聴言語の設定をお願いいたします。

Google からの御説明をお願いいたします。Google 様、御参加いただき大変ありがとうございます。引き続き、是非ヒアリングに協力ください。

では、Google 様、よろしくお願いいたします。

○Google (斉藤) お世話になっております。Google Japan の斉藤と申します。本日はお忙しい中、貴重なお時間を頂きまして大変ありがとうございます。本日、弊社から説明者として、競争政策のグローバル全体の責任者であります Oliver Bethell、そしてプロダクトの専門家として Christian Veer、そして Alexander Smith、3 名が出席させていただいております。時間も限ら

れておりますことから、早速 Oliver の方から説明を開始させていただければと思います。よろしく願いいたします。

○Google (Bethell) こんにちは。今日はありがとうございます。私は Oliver Bethell と申します。私は Google のコンペティション・アドバイザリーのグローバル責任者でございます。私は以前は欧州における競争政策の責任者でございまして、デジタル市場法のプロセスにはその最初から関わっておりました。そのプロセスには、コンプライアンス・ソリューションを我々のプロダクトチームと一緒に策定するという作業も含まれております。

今回の機会に私どもの初期的な考え方を披露したいと思います。スマホ新法の下の下位規則の策定における我々の初期的見解です。皆様にとって有益な知見を提供できれば幸いに思います。

例えば、策定されるルールが我々が作ってきたオープン・エコシステムにどのようなインパクトがあるのかについて、ほかのプロバイダーが使っているようなウォールド・ガーデンとどう違うのかも踏まえて、我々の見解も披露できると思います。

それから我々のデジタル市場法の経験や、異なるユーザーのグループに対してヨーロッパの介入がもたらしたトレードオフについての話もできるかと思います。

今、デジタル市場法をこの種のデジタル規則の初めてのものとして見る傾向、例えば、日本ですとかイギリス、インド、そのほかの国における似たような体系に先んじるものとして捉える傾向があると思いますけれども、ここで重要なのは、このデジタル市場法にはそれなりの課題もありますし、そこから学びを得る機会もあると思います。ですから、ヨーロッパの経験から学び、そしてよりよい成果をユーザーのために達成する機会があるということを認識すべきだと思います。

デジタル市場法の下でユーザーは Google 検索の精度と、それから有効性において目に見える悪化を経験しました。それからまたホテルやレストランなどのダイレクトなサプライヤーはコストが大幅に上がりました。といいますのも、無償の Google からのトラフィックから、手数料の掛かる仲介業者の方にリダイレクトさせられたからです。こういった事例について、また後でお話をしたいと思います。

また、根本的な違いが日本のスマホ新法と、それからデジタル市場法の間にあると思っております。スマホ新法の方では既存の日本の競争法を明確化しております。他方で、デジタル市場法の方は明示的に競争法の一部ではないとされております。したがって、スマホ新法では、通常その競争法関連の事案で検討する事項を評価していくための、そのスコープが広いと思っております。

ります。例えば、コンシューマーに対するインパクトとかビジネスに対するインパクト、そういったものを評価するスコープが広がっていると思います。

日本におきましては、日本ではやはり独自の考慮すべき経済的な文脈があると思っております、それはヨーロッパと違います。例えば、Apple がスマートフォンの売上げでは非常に大きなシェアを持っているということ、それからヤフー・ジャパンが検索においてローカルの非常に強力な競争相手になっているということ、これらが違います。

ヨーロッパのデジタル市場法における私自身の経験、それからほかの新しい体系でも様々な経験がありますけれども、その中で私どもは五つの基本原則があると思います。こういった基本原則が効果的で競争促進に資する介入に役立つものと思っております。

まず第1に、柔軟で比例的なルール、こういったものがあれば技術の変化にも追いつくことができますし、また意図しない結果を避けることが可能となると思っております。過度に詳細な規制というのは、すぐに陳腐化し、そして我々のイノベーションする能力を損なうことにつながりかねないと思っています。

そして、第2に、やはりルールというのは全てのステークホルダーの利益のバランスを取る必要があると思います。そして、その中で一番大事なのがエンドユーザーの利益ということになります。例えば、アプリストアへの介入、これがディベロッパーに対して有利になるように設計されているものは、不当なコストをユーザーに与えるものであってはならないと思います。もちろん、その中にはセキュリティがそれによって損なわれるようなことがあってはならないことも含まれると思っております。

そして、第3にユーザーの安全、選択肢、それから福祉、こういったものが必ず守られる必要があると思います。ユーザーは、日本では当然シームレスで、安全で、利便性の高い経験をモバイルサービスを活用するときに期待します。ですから、我々は強く、スマホ新法はユーザーからそういった経験を奪うものを企図していないということを期待したいと思っています。

そして、第4の点ですけれども、ルールは常にローカルな要因や特性を考慮すべきだと思います。スマホ新法は独自に日本の市場のために設計されているものです。最初に申し上げましたが、デジタル市場法が必ずしも毎回出発点として捉えられるべきではない理由があると思っております。

そして、最後になりますけれども、様々なプラットフォームが競合する中で平等な競争条件を担保するために、必ず規制の一貫性と公平性があるべきだと思います。スマホ新法とその下

位ルールが規制対象になる企業に適用されるときに、製品が様々異なる中で、それを考慮しながら公平に適用されるべきと考えております。

我々は、我々の製品の開発に対する考え方と、それからオープンエコシステム、スマホ新法で達成しようとしているオープンな選択肢はかなり整合していると考えております。二つ、三つ、事例を申し上げたいと思います。

私どもは Android を最初からオープンなオペレーティングシステムとして構築し、誰もがダウンロードして使えるようなものとして設計してまいりました。我々が主要なアプリケーションストアとして初めて決済のオプションを 2022 年に開始しました。これは UCB パイロットプログラムを通じて最初に行ったものです。Android は既に今日、複数の配信チャンネルに対応しております。その中にはサードパーティのアプリケーションストアやサイドローディングも含まれます。

また、サードパーティのアプリケーションストアのトピックに関してですが、Android では、サードパーティのアプリケーションストアに完全な裁量を与えられておりまして、自分たちのポリシーですとか、アプリケーションの審査プロセスですとか、クレーム対処システム、そういったものを決める権限が全て裁量として与えられております。Google は、ポリシーに対する変更ですとか、サードパーティのアプリケーションストアが決めたものをレビューしたり、あるいは変更することをリクエストしませんし、またサードパーティアプリケーションストアに関するクレームの対処も私どもはいたしません。

同時に、我々は継続的に投資をして、イノベティブなプロダクト機能を、例えば Chrome ですとか検索のような製品に対して、設計し、展開しております。もちろん、私どもは日本でも一定のプロダクトの変更が必要になるということも認識しております。それは正しいですし、適切なことだと思います。

我々は、我々が行っている変更については透明性を持って対応し、そして日本の公正取引委員会及びほかのステークホルダーと我々のコンプライアンスプランについて、エンゲージメントを図っていききたいと思います。何がうまくいっていて、何がうまくいかないか、そして常に改善していくようにエンゲージメントを図っていききたいと思います。

同時に、我々はよく考え抜かれた下位規則があれば、スマホ新法の目標を悪影響なく、そして意図しない結果を招くことなく達成することに資するだろうと考えております。

ここからは主要な義務についてお話をしたいと思います。

まず最初が、選択画面の話です。

既に我々はユーザーが Android 上でデフォルトを切り替えるのを簡単にできるようにしていますけれども、やはり選択画面が必要になるということも認識しております。選択画面のルールを策定するに当たって、以下の点が特に重要であると考えます。

まず第1に、先ほども申し上げたように、ユーザーはモバイルデバイス上でシームレスなエクスペリエンスを期待しております。しかし、選択画面はそれを阻害します。余りにも多くのプロンプト、通知、あるいは強制された選択ということになりますと、ユーザーはいらつき、そして使うのをやめてしまうということになります。これは我々みんなが経験している、なじみのあることです。ですから、規則は私どもの考えでは、選択画面のデザイン、頻度、そして情報を合理化して、そしてユーザーの選択肢に資するものであって、損なうものであってはならないと思っています。ほかの法域でも要求されているように、選択画面というのは一度のみ表示されるべきものだと考えております。

そして、第2になりますけれども、是非皆様には選択画面に関する求めを限られた数少ないアプリケーションのカテゴリーのみに課すことをお願いしたいと思っています。

公正取引委員会の調査でも分かっているように、日本の Android ユーザーは、検索やブラウザサービスに関する選択画面の質問を受けたときに、60%相当が「望まない」、若しくは「分からない」と回答しました。ですから、同じような反対、若しくはより大きな反対が出てくることが、例えばバーチャルアシスタントのような、まだ黎明期にあるようなアプリケーションについて予見されます。

第3ですけれども、我々は、ルールはユーザーが非常に質の高い限られた選択肢を見せられて、そしてユーザーが圧倒されないということが担保されるべきだと思っています。EUのユーザーに対する調査で分かったのは、ユーザーの大多数が選択画面が欲しくない、あるいは三つないしそれ以下のオプションを見せられるだけの方が良いと回答しました。

最後になりますけれども、一貫した原則、規律が、選択画面の設計において全てのプロバイダーに適用されるべきだと思います。それによって競争の公正性を促進するべきだと思います。ですから、規制の公正性というのが主要な要素となります。これらが私どもの選択画面に関する初期の見解です。

しかし、この選択画面のリスクな性質を考えまして、是非私どもも皆様と、公正取引委員会さんとこの下位ルールを決めるに当たって、更に協力を深めたいと思っています。

では、代替決済とステアリングの要件について少しお話ししたいと思います。

2022年、私たちは、どのように決済の選択性を支持することができるのか、ディベロッパーとユーザーの両方のために模索を始めました。これをUCBパイロットプログラムを通じて行いました。私たちは決済の選択性を強く支持しています。しかし、ユーザーの安全性と選択を保護するために、適切なセーフガードも必要であると思っています。

また、非常に良い御質問が未成年による代替決済システムでの支払に関してありました。これについて御説明申し上げたいのは、ディベロッパーは代替決済システムを提供しているときには、これは完全にGoogleとは独立して行っています。私たちは未成年による支払や不正な支払を取消しすることができない状況になっています。これはディベロッパーの独立した代替決済システムでの所掌範囲ということになっています。決済の選択はリスクを内在しています。ユーザーと青少年の保護に対してです。そのために、合理的な適格要件が必要です。

そして、重大な懸念として、下位規則がアプリストアからユーザーのGoogle Playの決済システムを使う選択肢を奪い、またディベロッパーの独自の決済システムのみ表示されるということを懸念しています。

私どもが持っている懸念は、理論上のものだけではないと思っています。世界中で捜査や、また執行の措置が大手のディベロッパーに対して採られてきているのを見てきています。詐欺行為に従事していたり、また、お客様を陥れたり、また、子供たちを陥れ、意図しない購買を進めようとすることにに対してです。これを防いでいくためには、ユーザーには選択権が必要です。取引をするための決済システムの選択権が必要です。

ステアリングの要件についてですが、公正取引委員会は第8条第2号によってリンクアウトを必要としていると理解をしています。これについては、公正取引委員会と是非ソリューションを作っていきたいと考えています。純粋なセキュリティ、リンクアウトに関するユーザー体験の懸念を最小化していきたいと考えています。

下位規則に関しましては、合理的な制限について許容が必要であると思っています。ユーザーセキュリティ、安全性、また、利便性を保護するためにです。また、ユーザーに対して選択とコントロールを与えるべきであると考えています。加えて、既存の柔軟性、もう既に私どものアプリストアやエコシステムで提供されているものは考慮すべきであると考えていますし、また、アプリストアは提供する価値に基づいて公正に報酬を受けるべきであると考えています。

Playストアに関してですが、私どもはディベロッパーが成功することを手助けすることにコミ

ットしています。そのために、ディベロッパーに対して定期購入製品を提供するときのサービス料金を減額しています。また、Play Media Experience や 15% のサービス料金の減額プログラムに登録しているディベロッパーに対してもサービス料金を減額しています。非常に前向きなフィードバックを業界やこのプログラムに参加しているディベロッパーから得ています。

また、いわゆる区別のされた処遇というのは競争を促進し、よりよい結果をもたらすということが考えられます。ディベロッパーにとって、このような料金の減額は適切です。それは様々な業界やアプリモデルの経済性とディベロッパーの異なる立場を反映しているからです。

では、次に例外について触れたいと思います。

私どもは、また私自身は、例外を設けていくということを歓迎しております。代替決済のリンク義務に関して、また、その他の第 7 条、第 8 条の義務に関してもです。国会の附帯決議の精神にのっとりするために、例外は、安全性、プライバシー、消費者利益を保護するように設計された行為を認めるべきであると考えています。サイバーセキュリティ、プライバシー、青少年保護の例外については、ランディングページの合理的な制限を認めるべきであり、リンクアウトのセキュリティリスクを最小限にするべきです。また、代替決済のベースライン適格要件、ユーザー同意アラートもです。

ほかの質問において、その他どのような行為に例外を拡大するべきかというのがありましたが、我々の初期的な見解は、競争促進的な行為や、またユーザーの利便性に資する行為に対して政令は例外の範囲を拡大するべきです。例えばアプリストアは、ユーザーに対して必要としている情報を提供し、十分に情報を与えられて選択ができるようにするための情報スクリーンを表示することを認められるべきです。また、ユーザーが期待するシームレスな体験に対する混乱を最小限にするために、アプリでリンクアウトはどこに表示するのかについて合理的な要件を設けるべきです。

私たちは、例外を適切にスコーピングすることは重要であると考えていますが、ここで明確に申し上げたいのは、例外はコンプライアンスを免れるようにするために使われるべきものではないと考えていますし、反競争的行為に使われるべきものではないと考えています。必要に応じて有意義な製品変更を行う用意があります。

では、このプレゼンテーションのまとめに入るに当たって、自社優遇の制限についての考えを触れたいと思います。正当な事由がない場合においてです。また、ケーススタディーとして、皆様になぜデジタル市場法が出発点であるべきではないのかということについて触れたいと思いま

す。

公正取引委員会ではよく御存じかと思いますが、デジタル市場競争本部、また世界中の規制当局は Google 検索の工夫のされた結果がもたらすメリットと、また、競争促進的な影響について認識をしています。Google 検索の目標は、常にユーザーに最も関連性があり、また有意義な検索結果を秒単位で提供することです。これについては表示を非常に豊富な工夫された形式で提供することによって実現してきました。例えば、ユーザーが、羽田からパリ、JALと検索のクエリを入力すると、単純に青いリンクのリストがウェブサイトに表示される代わりに、ユーザーはこのルートの次の直近のフライトを見ることができる。そのほかにも、定刻どおりのフライトなのか、予定到着時間などの有意義な情報を見ることができます。全て非常に見やすい形で、ユーザーに対して最も求めている情報が提供されています。

ヨーロッパにおいては、デジタル市場法の下、私どもは変更を加えることが求められています。これは検索結果のデザインに関してです。その中には、ユーザーがこういった選択肢があるのか速やかに確認することができるような非常に有意義なフライトに関する情報を排除することが含まれています。その結果、人工的に仲介サイトの視認性が増やされています。このような変更は、最も正確で、関連性があり、利便性の高い結果を提供する私たちの検索に関する能力を損ねています。その結果として、重大な損害がヨーロッパで生じています。

私たちの初期のデータでは、ユーザーが手動で絞り込まなくてはいけなかった状況、検索のクエリに関して、例えば検索ワードの追加をしたり、求めているものを検索するために行うことが22%増加しています。時にはこのようなデータが実際には何を意味しているのか完全に理解することは難しいです。また、ユーザー体験にどのくらい重大な損害があるのか、理解することは難しいです。しかし、文脈的にはGoogleで1,300人以上のエンジニアがイノベーションに従事し、このような手動での絞り込みを最小限にとどめようとしています。そして、これは少なくとも1%であったとしても改善が見られれば成功であると考えています。この22%までの増加は、ユーザーの数を考えたときには迅速で正確な検索結果に依存して日常的なタスクを遂行しようとしている人たちにとっては、非常に大きな影響です。このような大きな非効率が生産性を妨げます。その結果として、日本のデジタル経済の発展を減速させます。

私たちはフィードバックを受領しています。私自身もフィードバックを受けています。直接のサプライヤーへの直接のトラフィック、例えばウェブサイトとしては地元のホテルや航空会社への直接的なトラフィックがヨーロッパでは減っています。手数料を請求する仲介業者にリダイレ

クトされています。これは業界や団体が非常に幅広く、それも公の場でデジタル市場法の影響は直接のサプライヤー、例えば地元の小規模なビジネスホテルのコスト増につながるということを伝えています。それは、デジタル市場法によって、仲介業者への依存が高まっているからです。ホテルの団体である Mirai は、予約のクリックが 30%減少したと言っています。デジタル市場法による変更以降のことです。

是非、このような意図しない結果を避けるために、検討会と公正取引委員会と日本において密接に協力をさせていただきたいと考えています。革新的な変更を、検索エンジンに今後も行っていきたいと考えています。これによって迅速性、正確性、利便性が検索結果で改善されると思いますし、またスマホ新法と国会の附帯決議に一貫する形で行っていききたいと考えています。

全般的にヨーロッパでのデジタル市場法の結果として今、目の当たりにしていることは、私たちにとって恥ずべきことであります。多くのテック企業は革新的な製品変更の導入を EU で遅らせている、若しくは拒否しています。それは規制の不確実性によるものと、また、意図しなかった結果によるものです。ユーザーの安全性と経験は損なわれています。Apple や Meta のような企業は、新たな料金、若しくはビジネスモデルの変更を導入しています。それによって、企業にとってのコストが更に上がっています。日本はデジタル市場法から教訓を学ぶ機会があり、また、落とし穴を回避することができます。私たちの経験を、また、デジタル市場法から得たデータをお見せし、また、この機会を是非活用していただいて、考慮され、バランスが整えられた下位規則を作っていただき、日本のユーザーと企業の皆様によりよい成果をもたらしていただきたいと思っています。

以上で発表を終了させていただきます。

もし何か追加で御質問がございましたら、本日、また今後でもかまいませんので、お受けしたいと思います。ありがとうございます。

○依田座長 どうもありがとうございました。

ここからは逐次通訳で進めてまいります。委員の皆様からお一人、通訳も含めて最長 6 分程度で御発言ください。御発言は通訳の都合上、普段よりはゆっくりめに、ある程度区切って御発言いただけると助かります。

では、石井委員からお願いいたします。

○石井委員 中央大学の石井です。

私からは、まず、「コンプライアンスに対する考え方と価値観」と書いてあるスライドについて

て御質問いたします。

Android に関してはユーザーが約1億のアプリにアクセスできるとされています。これはオープンなエコシステムを開発されてこられた Google さんの特徴だと思いますが、ユーザーに選択肢を与えるといっても、1億のアプリにさらされるということはリスクもそれだけ高くなるということの意味していると思います。

その1億ものアプリにさらされるユーザーが、セキュリティ、プライバシー、青少年保護、経済的な被害を受けるリスクが生じた時に、どのように対処すべきであるのか。他のアプリストアに対して完全な裁量を与えられているという御説明でしたが、Google さんとして対処すべき責任があるというようにお考えであるのか、それは逆にトレードオフの問題だというようにお考えであるのか、お聞きしたいと思います。

○Google (Bethell) 石井先生、ありがとうございました。非常に良い例を指摘くださったと思います。これはヨーロッパでも目にできてきて、非常に難しいトレードオフだと思いますし、それからまた Google と Apple の大きな違いを示す一つの良い例だとも思っております。

この難しいトレードオフに対して、我々がどのように取り組むかという、我々の業界を主導するようなテクノロジーがございますので、そちらについては同僚の Chris さんの方から説明させてもらいたいと思います。

○Google (Veer) 私は Chris と申します。今日はありがとうございます。やはり私ども Android といたしまして、オープン性というのを非常に重要視しておりまして、それを包含してまいりました。ですから、我々はオープン性と、それからセキュリティ、それからイノベーティブなシステムのバランスを取ることが非常に重要だと思っておりまして、その様々なレイヤーでのセキュリティを担保するためのイノベーティブなシステムソリューションをこれまで開発してまいりました。

ですから、私どもはそのユーザーのオープン性を担保するための、様々なプロテクションレイヤーを用意しております。まず最初に、そのユーザーエクスペリエンスの中で体験するのが、私どもはそのユーザーに対していつもAPKをダウンロードするソース元を信頼するかどうかということを、ユーザーに対して質問します。ですから、知っているソースからソフトウェアを意識してダウンロードしているかどうかを質問するためのポップアップが出てきて、unknown ソースからのダウンロードであるということを表示して、意識させます。

それに追加しまして、今言ったような透明性に加えて、私どもはそのデバイスでダウンロ

ードしたソフトウェアをスキャンする自動化されたスキャン技術があります。Google Play プロテクションと呼ばれているものですが、この Google Play プロテクションでは毎日 1,250 億個のアプリケーションがスキャンされております。

この Google Play プロテクションでは、私どもは今言ったように、1 日当たり 1,000 億以上のアプリケーションのスキャンを行っております。そして、既知のマルウェアなどが入っているかどうかをそれによって検出いたします。それに対する反応は二つありまして、もしそれが有害だと分かっているアプリケーションであれば、疑いがあるということが確実にあれば、ユーザーに対して非常に有害な結果になるということが分かれば、そのインストールをブロックする仕組みが働きます。これは AI によって制御されております。

最後に申し上げたいのは、今の御質問によって、クローズドエコシステムと、それから我々 Android のようなオープンエコシステムの大きな違いがハイライトされたと思います。この違いに基づいて、やはりユーザーをセーフガードする、そのコンプライアンスに対する対応も異なってくると思います。ですから、我々の防御するポリシーもそれに従って変わりますし、またデジタル市場法の成果といたしまして、アプローチが変わってくるということは申し上げたいと思いました。

○石井委員 大変ありがとうございます。丁寧に御回答いただき、よく分かりました。

次に、取引が行われる場所に関係なく、アプリストアは公正に報酬を受ける権利があるという御説明に関しての御質問です。先ほどクローズなエコシステムであるのかオープンなエコシステムであるのか、企業の方針の違いによると御説明があったところですが、実際に公正な報酬を受けるときの「公正」というのが、プラットフォーム事業者としてどのような貢献を行うことに伴う対価であるとお考えであるのか、これが 2 点目の質問になります。

アプリの審査を厳格に行うということであれば、人員や技術のコストが掛かるであろうということは容易に想像できるわけですが、オープンなエコシステムな場合は、どういうコントリビューションがその報酬の対価となっているのか、という点をお聞きできればと思います。

○Google (Bethell) それでは、Christian の方からまた回答させてもらいたいと思いますけれども、ヨーロッパからの視点からまず一つ二つ考察を申し上げたいと思います。

この Play のエコシステムないし Play に関するバリューに関する理解ということの協議は非常に詳細にわたって重要な点がありますので、これがもっと早く始まっていればというのが私の経験上感じていることです。

最初にそのプロセスの早い段階では、Playに関する誤解がございまして、単に二つの当事者を結び付けているだけというのが Play の役割だという誤解がありました。ですから、この数か月間、ずっとその説明を一生懸命、欧州委員会の方に対して行ってきましたが、やはりそのディベロッパーとの関わりが非常に密にあるということを、我々はこれが本質的な点であるということを説明してまいりました。

では、ここから Christian の方に我々が提供するバリューの主要な柱が何であるかということの説明し、それが Android エコシステムの今後の生き残りにどう関わるかという話をしてもらいたいと思います。

○Google (Veer) こちらも非常に良い御質問だと思っております。コストも関連していきませんが、機械だけではなく人も審査に関わってくるわけですので。ただし、これはライフサイクルを通じての価値を生み出すと考えております。

そして、まずディベロッパーのために非常に多くのアプリをテストするためのツールが開発されておりますし、また 190 か国以上での 25 億を超えるユーザーの人たちに対してのものでもあります。

二つ目としましては、アプリの質を高めることによって、ユーザーのエンゲージメントを高めるということです。ツールやプログラム、プロジェクトにユーザーと一緒に関わられるようにすることによって、新たな機能を持つことによって、ユーザーが更にエンゲージメントを高めたり、また、マネタイズをすることが可能になったり、また、ビジネスを高めていくために最適化を図ることが可能となります。

また、次にセキュリティですが、ディベロッパー側でバグの修正をすることができるようしております。何百、何千といったセキュリティに関するバグが発生しても、それを修正できるようにするという事は、エコシステム全体に対して価値を提供していくことになりますし、これはセキュリティだけではなく、ライフサイクル全体に通ずることであると考えています。

また、最後の点となりますが、マーケットの方から価値が示されております。二つ例を挙げたいと思うのですが、まず一つ目といたしましては、モバイルであったとしても、またゲーム機であったとしても、業界の中で見たときに私どものサービス料金が一番低いということが分かっております。また、2 点目としては、アンケート調査に基づきますと、90%以上の日本のディベロッパーが Play ストアに関してライフサイクルを通じた価値に関して満足をしているというお答えを頂いております。そういった意味では御満足を頂いているということが料金だけでなくも

分かることが言えると思います。

また、最後のコメントですけれども、Play ストアはオープンなエコシステムでありながら、非常に安全性が高いということが言えます。セキュリティだけではなく、未成年に対するコンテンツなどに対しての保護もあります。これは i O S などとも異ならない水準のものであるということが言えます。

それに対して、オペレーティングシステムでは複数のアプリストアやサイドローディングなども可能ということになっておりますので、Play ストアはオープンなエコシステムでありながらも安全であるということが言えます。

○石井委員 ありがとうございます。非常に多岐にわたる観点の価値があるということを御説明いただき、よく理解できました。ありがとうございます。

○依田座長 石井委員、どうもありがとうございました。

では、2 番目として上沼委員から御質問、お願いいたします。

○上沼委員 プレゼンテーションありがとうございました。

私からまず一つ目の質問ですが、サードパーティのアプリストアの審査には関与していないというお答えを頂戴しました。そうだとすると、サードパーティのアプリストアからのアプリに対する Google 側の関与というのは、Google Play プロテクトだけになると理解してよろしいでしょうか。

○Google (Bethell) ありがとうございます。Christian に答えてもらおうと思いますが、一つ非常に重要な一般的な原理原則についてだけ触れておきたいと思います。

欧州委員会との間のディスカッションを通じて、非常に明確にしておきたいと考えたのは、皆様には是非ここには実践的な制約、限界があるということを理解してもらいたいということです。

非常に重要なのは、Android のオープンエコシステムにおいては、セキュリティと、それからディストリビューションの間にトレードオフが存在するということです。

では、それを踏まえて Christian の方から具体的に Android のサードパーティのところで、私たちが提供することのできる具体的な保護についてお話しいただけますか。

○Google (Veer) おっしゃるとおり、私どもはサードパーティの審査には関わっておりません。サイドローディングに似たようなものになっておりまして、Google Play プロテクトでマルウェアのスキャンを行うということと、またユーザー側においては、そのアプリストアについて信頼をしてもらいたいということがまずあります。

ただ、これはウイルスやマルウェアのチェックに限定されているもので、コンテンツや決済ポリシーなどには関わっていないので、それはユーザー側で信頼をしなくてはならないということになります。コンテンツなどについては、こちらの方で実際に執行することもできないということとは、先ほど Oliver も触れていたとおりです。

○上沼委員 ありがとうございます。今、説明のあった Google Play プロテクトに関連してですけれども、既知のマルウェア、ウイルス等についての審査というのか、検査というのか分かりませんが、それだけなのだとすると、それがアップデートされる間隔というのはどのくらいの間隔になるのでしょうか。

○Google (Veer) このプロテクトはコンスタントにアップデートをしています。既知のマルウェアであれば、すぐにその新しいものを発見するとカタログに加えられまして、そしてダウンロードするごとにスキャンが掛かります。また、AI も使って、その似たようなパターンというものを探し出します。まだ分かっていない場合、ウイルスですとかマルウェアの場合には、そのような AI 判定を行っています。ですから、常にアップデートをしているものです。

○上沼委員 ありがとうございます。取りあえず、私からは以上です。

○依田座長 ありがとうございます。

3 番目になります。伊永委員、どうぞお願いいたします。

○伊永委員 私の方から、まず 1 問だけ質問させていただければと思います。

スマホ新法の第 7 条第 2 号というのがありまして、OS オペレーターと同等の性能で OS 機能にアクセスさせることを義務付けています。日本では iOS が抱える市場が特に大きいので、Google 社としても、参入して競争的に活動することを予定していることと思います。アプリディベロッパーとしての Google 社として、iOS 機能の中で具体的にどのような機能が同等の性能で開放されるべきものと考えておられるのでしょうか。

補足しますと、どのような機能かというところを具体的に教えていただきたいと思います。例えば NFC であるとか、それから SMS であるとか、そういった OS 上の機能を想定していますが、具体的な機能の名前を挙げながら、また、これまでの経験から同等の性能でのアクセスが保証されなかった事例などがあれば、これも併せて教えていただければと思います。よろしくをお願いします。

○Google (Bethell) 全くそのとおりでして、スマホ新法があれば、その規制の公平性が担保されている限りにおいては、我々はもっと効果的に競争できるようになると信じております。

また、どのようなプラットフォームであれ、インターオペラビリティという問題は非常に難しいトレードオフを課すことになると思っております。

ただ、我々は i O S に比べて、よりオープンなインターオペラビリティに対するアプローチを持っているというところが幾つかあるという事例をお示しできると思っております、その事例を紹介して、その後、Christian にまた補足をお願いしようと思っておりますが、今これから示す事例は、全て重要な消費者向けの機能に関わっているところです。つまり、自分たちのスマホで日常的に使うものに関わることです。

五つ例を申し上げたいと思います。

まず一つは、決済のために N F C チップにアクセスするところ。それから二つ目に、i O S デバイスで異なる種類のマップを使う能力です。それから、三つ目が Apple 以外のウェアラブルデバイスとのインターオペラビリティです。四つ目が、Apple 以外のメッセージングの使用です。五つ目が、自前の内部テクノロジーを使った、それぞれ異なるブラウザをデバイスで使う機能です。これについては固有のルールがあると認識しておりますが。今の事例を基に、Christian の方から一つ二つ例を取ってもう少し深掘りをしてもらいたいと思います。

○Google (Veer) そうですね、Oliver さん、非常にいいリストだと思います。物事がどれだけ広範なところに関わっているかということを示せたかだと思います。ただ、これは本当にその顕著な例にすぎなくて、包括的な事例を全て列挙することは不可能だと思っております。

一つの例が、ストレージに係る非常に分かりやすい例だと思いますので、申し上げたいと思います。つまり、そのデータを格納する、また、その機種を取り替えたときにまた再度移し直すとか、そういった能力のことです。

また、メッセージングや N F C に加えて、マップが良い例だと思います。他の地図のプロバイダーが Apple のデバイスで同じ地図を表示できないというのが一番顕著な例かだと思います。i O S では他のプロバイダーのマップのアプリケーションを示せない、つまり方向、行き先の経路、これを Apple のデバイスでは示すことができないというのが一番顕著な例かだと思います。ほかのマッピングプロバイダーに対してそれを制限するようなセキュリティに関わるような根拠というのは見出せないのですけれども、これはやはりユーザーの体験が劣化する非常に良い事例かだと思います。

以上となります。ありがとうございました。

○伊永委員 すみません、更問を簡単に。

マップの例を出していただきましたけれども、今おっしゃられたように、マップに同等の性能でアクセスする場合には、それによって侵害されるセキュリティであるとかプライバシーといった価値は存在しないと理解しましたけれども、そのような理解でよろしいでしょうか。実際にGoogle社はNFCであるとかSMSについて対人通信サービスの機能を開放しておられて、サードパーティにアプリで使用することを認めていますけれども、こういった機能開放によってセキュリティの問題その他、特に問題は生じないということになるのかどうかという点、もう一度確認のためによろしくをお願いします。

○Google (Veer) こちらについては機能がオープンにされて、OS上でオープンにされるときには適切な措置を採って、セキュリティ等とオープンであるということの両方を担保していかななくてはいけないと思っております。Androidではそのバランスを取っていこうということを行っておりまして、私自身はこの分野の専門家ではないのですけれども、このバランスの取れる状態ができていると思っております。オープン性を確保するために、セキュリティを犠牲にするということはないと理解をしております。

○伊永委員 マップの接続に関してはセキュリティ上の問題、それからプライバシー上の問題というのは生じないと明言された点、重要だと思いますけれども、今のお話はNFCだとかSMSだとそういった問題は生じ得るので、事前にそれを防いでいるということによろしいでしょうか。

○Google (Veer) Androidにおきましては、NFC、SMSに対してもオープンにするために、セキュリティについても必ずしも私の方から専門家ではないのでどういうステップを取っているのかということは申し上げられないのですが、このオープン性を確保するためにセキュリティを理由にするということはないということをお伝えしたいと思います。

○依田座長 ありがとうございます。

4番目になります。滝澤委員、お願いいたします。

○滝澤委員 本日は貴重な機会をありがとうございます。私も質問を一つに絞りまして、その中身を二つに分けて質問させていただきたくします。

Googleは検索エンジンを提供する事業者だという特徴がありますので、この点に関する質問になります。スマホソフトウェア競争促進法第9条は、検索結果表示において、自社の提供する商品・役務の優先的取扱いを原則的に禁止していますけれども、検索結果表示において、自社の商品・役務を競争関係にある他の商品・役務よりも優先的に取り扱うことについて正当な理由があると考えうる場合はありますでしょうか。もしあるとしましたら、いかなる理由に基づく、どの

ような場合でしょうか、具体的に教えてください。

○Google (Bethell) お答えする前に、私どものページで様々な異なる結果を表示する、その性質についてお話しした方がよろしいかと思います。

ヨーロッパで最近話題になっていましたのは、違う結果を非常にシンプルな形で表示することのメリットについてでした。私どもの考えとしましては、またユーザーも、また企業側もこれに同意してくださっていると思うのですが、ページ全体において違う形式であったり、違う形で表示をしていくということは、経済的にも良いことではないかと考えております。

これをどのように行っていくのかということに関して、二つの非常に重要な原則があります。

まず第1に、日本の検索結果のページの中で表示されるものは、全てこれはユーザーの聞いている内容に基づいて、その関連性に基づいてランク付けされたり表示されているというものです。

また、2点目としましては、違う形で表示をするときには、そのメリットやその理由について説明をしなくてはなりません。そのためにこれを正当化する機会を法律上持っていくということが非常に重要なのです。それは、日本のユーザーに対して、日本の検索結果のページにおいて、新しく、また非常にエキサイティングな機能を立ち上げるような場合には、小規模な企業やユーザーに対して、そのメリットをエビデンスとして伝えていく必要があるからです。

これは Google が独自で発明をしたことを理由に、新しい機能が禁止されないということは極めて重要なことです。これが私たちが正当化ということで焦点を当てている重要な部分です。もしかすると Alex の方から補足があるかもしれません。

○Google (Smith) では、今、Oliver が回答したものに加えて、私、Alex の方から二、三付け足したいと思います。

今おっしゃった質問は、Google の観点から見て非常に重要な指摘だと思っております。このスマホ新法におきまして、自分のサービスを優遇するということに関しまして、日本が非常に思慮深いアプローチを取ってくださっていることに感謝申し上げます。

また、私どもは日本に関しましては、非常に良いバランスを取っていらっしゃるということに関しましては、非常に楽観視しております。特に国会において、公正取引委員会の古谷委員長がコメントされました。有効に正当化できる、正当化事由があるということをコメントされたことに関しましては、すばらしい点だと思っております。

一般的なサーチエンジンにおいて工夫された検索結果が出てくるということは、国会の答弁でもありましたように、これはユーザーの利便性にとって根本的に重要な点かと思っております。

私ども、Oliver さんが言ったように、人工的に我々が我々に有利になるようにその検索結果を操作することは絶対にありません。我々はそういったことは一切いたしません。純粹にその検索結果をその質問に対する関連性に基づいてのみランキングを行っております。

実際、私どもが何年かの経験で見えてきましたのは、やはり工夫されたリッチな検索結果というのは、コンシューマーに対して悪い影響を与えるものでもないし、それからこれが反競争的だと思っております。これは実はビジネスにとっても、企業さんにとっても、消費者にとっても、これは便益になると考えております。

例えば、このマップにその検索結果を表示するということは、これは私どもがそういったサービスを相互運用するということは、実はメリットがあると思っております。例えばローカルエンティティに対する質問を投げ掛けたときに、例えばユーザーがレストランですとか病院が真夜中に開いているところはどこかということが一緒に表示されるということになりますと、直接のメリットをユーザーないし企業に提供できると自負しております。

最後になりますけれども、Oliver さんが言ったコメントに追加して、私どもが申し上げたいのは、やはり今回のヨーロッパでの結果には、私どもは大変失望しております。厳格なルールにおいて、事前にその検索結果に対して手を加えるということは、ビジネスないしユーザーに非常に大きなコストになり、不利益を与えたと思っております。ヨーロッパではそのようになりましたけれども、日本に関しましてはこの点は私どもは大変樂觀視しております。

○滝澤委員 どうもありがとうございました。やや大きい観点からマップのような具体的な点までお答えいただき、ありがとうございます。

関連して、Google サーチの工夫されたデザインは消費者にとって有益であるというお答えでしたが、挙げていただいたマップの例もそうですが、資料に挙げられているフライト等に関する別枠での検索結果表示、こうした表示も全て消費者にとって有益なので、このような表示のまま続けるべきと考えているということによろしいか、という点を確認させてください。それから通常の検索結果、資料では青いリンクの表示と書いてありますけれども、ここでは自社の商品・役務の優先的取扱いはないと理解してよろしいのか、確認させていただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

○Google (Smith) ありがとうございます。1 点目について、まず直接回答したいと思いますけれども、答えはイエスでございます。私どもは今、日本の既存の機能に関しましては、現行のサーチデザイン、サーチ設計を続けていきたいと考えております。

その理由というのは、私ども Google といたしましては、検索結果において、自分たちが有利になるような人工的な手を加えていないからです。といいますのも、Google は年間に 80 万回のいろんなサーチの変更点に関する実験などを行っておりますけれども、そのうち 5,000 が実際に変更に関わります。そのときの大きな原則というのが、Google は自分の検索結果を優先しないということが、そしてユーザーにとって一番有益なヘルプになるということを我々は最大のガイディング・プリンシプルとして開発を行っております。

これは全く新しい問題でも何でもなくて、ほかの例えばイギリス、オーストラリア、アメリカ、そして最近日本でもそうですけれども、話題になりました。特に日本でもデジタル市場競争本部の方で、我々のプロダクト設計が実際本当にユーザーに資するか、競争促進に資するかということで議論されてきましたけれども、必ず毎回、これは競争促進に有効であるという判定になっております。

そういった今言ったような理由から、やはり私ども、今、工夫のされた検索結果ということをやっておりますけれども、これを廃止する意向は全くございません。といいますのも、それを日本でやってしまった場合には、我々の 10 年にわたるクリエーションとイノベーションの歴史が全て逆戻りしてしまうことが行われてしまうわけで、そうすると日本の企業にとっても、ユーザーにとっても、非常に体験としては悪化するというので、ヨーロッパでやったことの二の舞は絶対に避けたいと思っております。

それと、もう一つ最後に申し上げたいのですけれども、私どもは常にイノベーション、そして改善を図るということを Google のサーチ製品で行っております。我々のプロダクト設計におきましては、常にこういったコンポーネントによってユーザーの実際の改善が得られるのかということを見ているわけで、デジタル市場法ですとか、ほかの規制に合致すべく改善を行った結果、そしてそういったコンポーネントが本当にユーザーのベネフィットにつながるということが分かれば、そのマーケットのみならず、例えば日本のような海外マーケットにも展開するというのを常にやってまいりました。

例えば、今モバイルデバイスで検索を掛けた後、マップが表示されている部分をクリックをすると、その部分が拡大する、直接のマップにリンクする前に拡大するというので、新しい機能を入れたのですけれども、それは実際ユーザーに気に入られておりますけれども、それはまだユーザーへの害があるかどうかということを考えて、完全に展開しているわけではありません。

以上となります。

○依田座長 ありがとうございます。

では、お時間が大分経過しておりますので、ここで一回休憩にしまして、日本時間 16 時 25 分から再開したいと思います。

(休 憩)

○依田座長 それでは、お時間になりました。後半、始めたいと思います。

時間が限られておりますので、これから質問に対しての答え、Google 様の方の答えも多少短めをお願いしたいと思います。質問並びに回答で不十分なところは、後ほど書面で質問し、回答していただければと思っております。

では、5 番目になります。仲上委員、お願いします。

○仲上委員 日本スマートフォンセキュリティ協会の仲上と申します。本日は丁寧な御説明を頂き、ありがとうございます。

本日御説明いただいたように、Android におけるエコシステムは従来からオープンであり、ウェブからのアプリケーションのインストール、サイドローディングを含めて、利用者が多くのアプリケーションにアクセスが可能とお示しいただいております。

Google Play 以外でインストールされたアプリケーションにおけるマルウェアの可能性が 19 倍という具体的な数字を示していただきましたが、現状、被害が実際発生しているということを考えると、とても危惧すべき数字であると考えます。多くのアプリが Play ストアで阻止されているという数字もお示しいただいておりますが、このような不正なアプリケーションを阻止する手続をサードパーティアプリストアでも実施されているかということ把握されておりますでしょうか。また、サードパーティアプリストアの義務や役割として、何らかの規定をされておりますでしょうか。

併せて、サードパーティアプリストアがセキュリティ上、果たすべき役割について、どのようにお考えかをお聞きできればと思っております。現実的には、サードパーティアプリストアでの不正アプリの検出という点は、テクニカル面で非常に難しいのではないかと考えております。

質問は以上となります。

○Google (Bethell) 仲上様、ありがとうございます。

Christian に答えてもらおうと思うのですが、その前に私から一言だけ申し上げたいと思います。

今おっしゃった点は、二つの課題を私どもに提起していると思います。

一つ目は、サードパーティのアプリストアが独自にどのような対策を講じることができるのか。そして、2点目としましては、サードパーティのアプリストアをコントロールするために、私どもができることは何かということです。

そのためには、様々なコントロールをしたり、様々な配慮をしなくてはいけないと思うのですが、Christianの方から答えてもらおうと思います。

○Google (Veer) おっしゃっている点というのは、バランスを取るという意味で非常に重要な御指摘だと思いますが、サードパーティのアプリストアは私どもと同様にセキュリティに対して責任を持つべきであると思っています。

おっしゃっているところをお伺いしますと、サードパーティのアプリストアがセキュリティ対策をするというのは難しいように思われるとおっしゃっていましたが、確かに難しくはありますけれども、ただ、これは可能ではあると思っております。

アプリストアですけれども、非常に広範にわたっていますので、オープンウェブと非常に似ていて、中にはサムスングラクシーアプリストアのように、非常に真剣に捉えているところもあります。

その一方、アプリストアといたしましても、不正であったり、ユーザーを陥れるようなところも存在するということは言えます。その中間にはいろいろなセキュリティ対策であったり、また技術レベルを持っているところが存在していたり、また人での審査を行ったりするところが多数存在しています。セキュリティ、またコンテンツに関して重要なことは、スケーラブルであるということと、またオープンエコシステムであるということと、また、ここにおいてはワーニングを提供していくということも非常に重要ですし、また、できる限りスキャンをしていくということも重要な方法の一つです。

ありがとうございます。

○仲上委員 よく分かりました。ありがとうございます。

○依田座長 次に、6番目にまいります。日高委員、お願いいたします。

○日高委員 一般社団法人DroidKaigi、日高です。よろしくお願いします。

ステアリングについて、合理的な適格要件と条件を許容すべきであるということで、例えば、リンクアウトについて適切なタイミングで表示され、ユーザーを適切なランディングページに誘導することができるよう考慮が必要という点について少しお伺いしたいと思います。

この適切という言葉ですけれども、少し背景となるコンテキストがあるかと思っております、

例えば適切なタイミングとはユーザーの意向等を考慮すべきだと当然に思うというところと、適切なランディングページとは詐欺的ではない分かりやすさといった内容を指しているのかというように、解釈が幾つかあるかと考えております。

Google 様の方では、これまで代替課金システム、A B S 等の実績があると伺っておりますし、サードパーティのアプリストアを含め、アプリストアがこういう観点で審査をすべきかなど、様々なアプローチもあるかと思えます。この部分に関して過去の御経験等から、具体的な御提案であったり危惧している項目等があればお伺いしたいと思えます。

○Google (Bethell) 日高さん、ありがとうございます。

私から最初、冒頭の話をして、その後、Christian に渡したいと思えますけれども、私どもが導入しているコントロールの性質という点についての質問だったと理解しましたけれども、それで正しいでしょうか。

○日高委員 はい、そちらでお願いします。

○Google (Bethell) そうですね、リンクアウトに対する適切なセキュリティコントロールという意味では、非常に関連性のあるコメントですけれども、少し広範なコメントということで二つ申し上げたいと思えます。

これは Play についてユニークな点ですけれども、1 点目といたしましては、Play ストアの外に非常に規模の大きなアプリケーションのエコシステムが広がっているという点を申し上げたいと思えます。

もちろん、Google がセキュリティコントロールに対する課題の性質を考えたとき、Apple のものと大きく違います。といいますのは、Apple はウォールド・ガーデンだからです。

我々のようなオープンシステムのランドスケープの中におきましては、こういったエコシステムにおきましてはマルウェアに直面する可能性が 19 倍高いということになります。

今言ったような課題に対処するために、例えば我々の代替課金システムでどのようなプロテクションを掛けられるかということと、それからサイドローディングで我々がやっている取組を今の背景情報を基にこれから Christian の方に説明してもらいたいと思えます。

○Google (Veer) 私が理解している限りでは、その様々なオプションを与えて、そしてその公正な競争のために、そのための支払メカニズムも選択肢を用意するということが趣旨だったと理解しております。ですから、ユーザーが購入をしようという時点でリンクアウトを認めるということは、今言った法の趣旨と合致しているとは理解しております。

その真反対にある、全く制限のないランダムなリンクアウトを認めるということは、ユーザーにとって良くない結果を招くと思います。悪意のあるディベロッパーの場合、アプリのどこかにそのような悪意を持ったリンクを隠し込んでおくことができますし、我々のポリシーですとかセキュリティの観点から、そういった隠されたものを見付けるというのはほぼ不可能に近いと思います。

そして、その一例といたしまして、そういった悪意のあるディベロッパーがターゲットにしやすいのが子供で、アプリケーションの中でそのようなことが行われてしまいますと、ユーザーエクスペリエンスにとっては非常に悪影響がありまして、そういったことは今回の法律では認めていきたくないと理解しております。

ディベロッパーが様々なオファーをできるようにしながらもプライバシーとセキュリティの観点からもユーザーを守るという、このバランスを取るということが非常に重要ですから、非常に慎重にこのリンクアウトについては合理的な条件を規定した上で認めていくのが大事だと私は思います。それがまとめになります。

○依田座長 ありがとうございます。

では、続きまして7番目の委員になります。増田悦子委員、お願いいたします。

○増田委員 増田でございます。消費者から相談を受ける業務に携わっております。私からは2点お伺いしたいと思っております。

まず、代替決済については、セキュリティのレベルや消費者対応に違いがあると思いますが、アプリ事業者が導入する代替決済について、事前に審査をしたり条件を付けたりするということをするのでしょうか。また、決済画面では代替決済と Google の決済の表示方法について、具体的にどうするか教えていただければと思います。

○Google (Bethell) ありがとうございます。お会いできてうれしいです。

先ほど私、冒頭で申し上げたように、増田さんがやっている仕事の中でコンシューマーの視点というのは非常に重要だと思いますけれども、特に決済という面ではコンシューマーの視点は非常に重要だと思っております。

特にその支払の詳細に関わることであり、また日本の消費者に対して調査を行ったところ、支払の内容に関しましては76%の方が Google Play の支払決済方法を信頼していると回答してくださいました。

ですから、私どもは我々の支払オプションというのは必ず利用可能であるということが必要だ

ということを強く信じておりますが、増田さんのおっしゃった質問というのはサードパーティの決済に関わる、こういったプロテクションがあるかということかと思います。

我々はサードパーティの決済に関しましてはコントロールする立場にはありませんけれども、ただ、ユーザーが支払を行うときには、そのペイメントがちゃんとしているということを担保したいと思っておりますので、それについて何をしているかについて Christian から説明してもらいたいと思います。

○Google (Veer) そうですね、二つあると思います。

まず、1点目に関しましては、代替支払システムに関しまして、私どもは基本的な要件を設定しております。ですから、ディベロッパーがユーザーチョイスビリングに参加するためには、そのベースラインの要件を満たす必要があるということです。

まず1点目に、一つがクレジットカードの取扱いに対する業界規格、これを満たさなければいけません。そして二つ目が、お客様へのサポートを提供しなければいけない。この二つが規定されております。それが重要なセーフガードとしてのベースラインとなっております。

次が代替決済方法のデザインに関する質問だったと思います。それについて私からも一言申し上げたいと思います。

私どもは、その決済方法の選択肢に関しては、フェアで偏りのない方法で表示するように設計しております。私どもはそのビリング API を介しまして、我々は選択肢を提供しておりまして、そこには幾つかの要件があります。

どこかにその偏りが生じないように、Google でも、それから第三者でも偏りがないように、ボタンサイズもテキストサイズもアイコンのサイズも全て同じと規定されております。つまり、偏りのないユーザーチョイスを守るというために、そのような要件をビリングプロバイダーにも設定しております。

○増田委員 すみません、もう1点。複数の決済サービスを提供した場合、消費者がそれを特に高齢者、自分がどの決済サービスを使ったのか分からなくなるというケースが現在もあります。そうしたときの Google 様の方の御対応というのはどのようになりますでしょうか。

○Google (Bethell) 一言私から簡単に、そしてまた Christian に、また細かいことを説明してもらいますが、日本のコンシューマーに対してどのような新しい選択肢を提供した場合にも全般的に当てはまる、良い点を指摘されたかと思います。

消費者は情報をシンプルな形で表示してもらいたいと望んでいます。その選択肢は全て安心・

安全なオプションが含まれていなければいけないと思います。それはどんな選択画面でも我々の場合は該当すると思っております。ですから我々の代替決済サービスに関する取組、それが日本の皆様にとって、消費者にとって分かりやすく包括的で安全だということを示す説明をしてもらえばと思います。

○Google (Veer) 今おっしゃっていただいたことは非常に良い指摘、また御懸念だと思っております。

今、Oliverもコメントをしておりましたが、どのようなものであったとしても導入しているものに関してはそのとおりであります。フリクションも含めて。そういった意味では、スクリーンのデザインをしていく上で、できる限りシンプルに限られた選択肢にしていくということと、また、要件などについてもしっかりと遵守を求めていくということが重要であると思っております。

そこでこのようなユーザーの方で混乱しないようにするためには、バイアスのないデザイン、また、透明性を維持していくことであると思っております。

今、バランスは良く取れていると思っておりますが、時間の関係で、もし更に詳細について御関心があるようでしたら、書面で例などの回答をさせ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す。また書面等で御回答を求めることもあるかもしれません。

8番目になります。梶田佳江委員、お願いいたします。

○梶田委員 私も「ますだ」でございます。東京の公立小学校で校長をしている関係上、エンドユーザーを子供、青少年に特化して質問をしたいと思っております。

子供、青少年がシステムを使う際に、安全性を一番重視しています。学校で使わせるシステムに、Google Workspace for Educationがありますが、ここでは比較的安全に使わせることができます。しかし、Googleの一般市場において、やはりまだ子供たちには危険な面が多いと感じています。オープンになれば、ディベロッパーにとって有益なこともたくさんありますが、危険性も増すのではないかと考えています。

そこで、利便性・安全性を守るという観点において、Google社として子供・青少年に対してどのぐらいのウエートを置いてその措置を講じられるか、そのシステム設計の理念がありましたら教えてほしいと思います。

○Google (Bethell) 御質問ありがとうございます。子供についてお仕事をされているということで、デジタル市場法のところでは実際に子供と関わっている方と触れ合う機会が余りありませんので、私どものようなデジタルの世界、エコシステムの中で仕事をしている中でこういった

機会を頂けて非常にうれしく思っております。

全てのサービスにおいて、例えば検索、Play についても、また YouTube についても、未成年保護というのは極めて重要であると捉えています。Workspace そのものに関しては本日専門家が不在ですので、それについては具体的には書面でお答えさせていただければと思っております。しかし、両親ができるコントロールということで、Android と Play に関してお話しすると、一般的に何が可能かということがお分かりいただけると思いますし、性質がお分かりいただけると思います。

では、Christian の方から少し説明をしていただいて、残りの Workspace や、その他の未成年が学校以外の環境のところで触れ合うときについての内容は、書面でお答えするようにできればと思います。

○Google (Veer) 私もこのようにお話しする機会ができて、非常にうれしく思っております。Oliver も先ほど触れておりましたが、青少年や、また家族の問題に関わるということは、父親としての視点からだけではなく、私自身も小学校の校長の夫でありますので、そういう視点からもうれしく思っております。

Google は真剣に子供と家族の保護に努めております。2 点、Android と Play においてどのように子供と、また家族の保護に努めているのかということについて触れたいと思います。

まず一つ目は、ファミリーリンクという、子供をどうやって保護しているのかという機能についてお話をし、その後に家族と子供をどういう形で Play ストアそのものが保護しているのかお話しします。

ファミリーリンクですが、こちらはツールで両親がコントロールや制限を Android に関して行うことができるというものです。

また、その制限というのはコンテンツに対する制限であったり、危険と思われるもの、また年齢制限が掛かっているようなものや、時間制限のような制限です。これによって両親は子供に対して設定をすることができますし、透明性を保つことができます。面白い事例については触れたいと思います。

私が息子にどうやって制限を掛けるかというのは、三つの方法があります。

まず、一つ目としては全体的に利用できる時間を制限するということと、2 点目としては夕方何時以降は使用不可という制限を掛けるということと、3 点目としては SNS のアプリや、また例えばゲームなどに関しては 30 分や 1 時間などの時間制限を掛けるというものです。

また、ファミリーリンクの機能としては、アプリのダウンロードを親の承認がなければできないように制限を掛けたり、また、必要としていないものの購入ができないようにすることができるといえるものです。

ファミリーリンクそのものにはもっと特徴があるのですが、それについては書面で提供させていただくことにいたしまして、では、Play ストアそのものについてお話ししたいと思います。

Play ストアには二つの方法がありまして、一つ目がカタログ、そしてもう一つが請求と購入のメカニズムについてです。

まず一つ目としては、ディベロッパーは安全性や適切な年齢を示します。そして、私どもとしても人が審査を行うようにして、子供が安全であるということを確認いたします。

また、請求という観点からは、子供を守るために 48 時間以内であれば、意図していないような購入があったり、また、不正な事実があったような場合には返金をするようにしています。

まとめになります。Google におきましては、Android、Play においても子供、家族、青年を保護する様々な措置がされているということを強調したいと思います。新しいリンクアウトであったり代替決済手段などの機能が出てきたときにも、保護がなされるように担保しております。

○依田座長 ありがとうございます。

では、9 番目になります。川濱委員、お願いいたします。

○川濱委員 川濱と申します。経済、競争法を専門にしております。本日は貴重な機会をありがとうございます。

まず最初に、資料の 3 ページ、4 ページにある Google 様が考えておられる基本原則に関しては同感するところが多いことを述べて申し上げておきます。にもかかわらず、若干注意すべき点があるかと存じます。1 点目は、EU のデジタル市場法と日本のスマホソフトウェア競争促進法との違いについてです。

確かに、デジタル市場法が EU 競争法と断絶しているところがあるということは確かであり、かつ、スマホ特定ソフトウェア競争促進法は日本の独占禁止法と連続面が強調されることも確かです。しかしながら、日本の独占禁止法においては、EU 競争法にはない予防原則的な規定がございます。不公正な取引方法、とりわけ優越的地位の濫用でございます。それらを受けた上での規定ということから、実質的な規制範囲に関してはここで強調されているほど大きな違いはないように考えております。

今の不公正な取引方法においても、これらは過重な規制になりそうだということから、その追

求すべき価値との比較考量というのは、日本の独占禁止法でしばしば行われており、今後もこれは続きます。その点では確かに硬直的なルールとは言えません。

他方、今回の日本法はルールを志向するものであり、曖昧なスタンダードに依拠するものではありません。そのため、いわゆる正当化事由に関しても、かなり明確な内容を持つものであることを要求しております。内容と、それからその当該目的との相当性・妥当性判断の双方においてです。

その点に関しまして、具体的な点でお聞きしたい点がございます。

4 ページ目の原則 3 の中で、ユーザーの選択、利便性、安全性及びユーザーエクスペリエンスというものの遵守が書かれております。これは競争法のルールを作る上での重要な考察事項と思われるかもしれませんが、このユーザーの選択、利便性、安全性は基本的に提供するサービスの品質に関わるものとして理解可能ですけれども、ここでユーザーエクスペリエンスというのは何を考えておられるのでしょうか。この内容を明確に定義しないことには、正当化の要因として考えるのは困難ではないかと存じます。

○Google (Bethell) 全てそのおっしゃった点について答えてディスカッションできる機会があれば良かったのですが、今回は最後の部分についてハイライトして回答したいと思います。

つまり、おっしゃっていることはユーザーエクスペリエンスの測定可能性についてという質問だと理解いたしました。その全般的な広範な原則について私の方から申し上げて、同僚の Alex から検索において我々がどういう見立てをしているか、事例を申し上げたいと思います。

おっしゃったように、私どもはユーザーの利便性、ユーザーのエクスペリエンスを今回のスマートフォン新法では正当化事由として特に重要視しています。それが非常にハイレベルな見解となります。私どものユーザーの利便性の議論を裏付けるためには、具体的な事例がないと、これを正当化事由として現実的には認めてもらえないということもきちんと理解しております。

例えば、ユーザーインターフェースとインタラクションをするときにユーザーが感じるフリクション、このようなものがこのような議論をするときに、我々が通常使うメトリックになります。つまり、以前はもっと簡単にアクセスできた情報やサービスを手に入れたと思ったときに、例えばその行動を変えなければいけないなど、そういうことを申し上げております。

例えば、支払、決済の詳細など、一番セキュリティやプライバシーなどに関わるところがユーザーのフリクションに対する一番端的な例になろうかと思います。そのユーザーユーティリティ

を根拠とした正当化事由での我々が使う通常のメトリックについて、今ハイレベルで私の方から申し上げました。

では、ここからは Google サーチの方で具体的に使っているようなメトリックについて、Alex の方から説明してもらいたいと思います。

○依田座長 時間が限られてきましたので、これ以上の詳細については書面でお願いできればと思っております。

○Google (Smith) この重要な情報について我々がどのように考えているかに関しましては、今、書面で回答することができます。実際、私どもは 170 ページの書面を作っております。我々の品質、それからユーザーエクスペリエンスに対するその主要なメトリック、尺度について記述したものがございますので、それを提供することが可能となっております。

以上となります。

○依田座長 どうも Google 様、ありがとうございました。大変長時間にわたってヒアリングをしていただき、私どもの理解も大変進みました。

Google の本日のプレゼンの中で、サードパーティアプリストアにおいて、19 倍のマルウェアのリスクがあるということを教えていただきました。Apple も過去のホワイトペーパーで、Android については Apple の iPhone に比べて 15 倍から 47 倍、マルウェアのリスクが高いということを経験し、それに基づいてサードパーティのアプリストアについて、あらゆるサイドローディングに対して反対だということを述べておりました。

本日 Google の発表において、サードパーティアプリストアについては D P P (Developer Program Policy) の審査は行っておらず、G P P (Google Play Protect) を通じてサードパーティアプリストアから提供されるアプリについて対策を取っているということを御説明いただきました。

最後に教えていただきたいのですが、Google としてはそのサードパーティのアプリストアについて、消費者、エンドユーザーに対して Apple が述べるような深刻な被害は起こっているとお考えでしょうか。それについては Google が今言ったような G P P、あるいは別のセキュリティ対策によって、消費者に対して、エンドユーザーに対しての被害は、実際にはマルウェアは 19 倍あったとしても、消費者被害はそれほど大きなものでないとお考えでしょうか、深刻なものとお考えでしょうか。

○Google (Bethell) Christian をお願いしようと思っておりますが、時間の関係で私からは手

短にお話しします。明らかにオープンであるということとセキュリティの間には、バランスを取る必要性があります。

私たちは歴史としてオープンエコシステムから来ておりますので、オープンであるということ
を安全に行うということにはなじみがあります。Apple はよりクローズドなエコシステムから来
られておりますので、技術的に何が可能かということについては余りなじみが深くないのだらう
と思います。それを踏まえて、Christian の方から、サードパーティアプリストアに関してどの
ようなコントロールを取っているのか、また、代替決済などについてどのように効果的な対策を
取っているのか触れてもらいたいと思います。

○Google (Veer) Oliver が今、触れましたとおり、私どもは適切な措置を取っており、セキュ
リティとオープンネスの間のバランスは取れていると考えております。Apple の提示した数字と
いうのは誤解を招くと思っています。

一つの理由といたしましては、Apple としては、独立したところに対してはマルウェアに対し
てのスキャンを認めていないということがまず一つ挙げられていると思います。

そして、市場では複数の独立した事業者から、i O S よりも Android の携帯電話の方が安全で
あるということが報告されております。そして、このような独立したセキュリティに関する専門
家が複数、Android の方が安全であると伝えていることは非常に強力なメッセージであると考え
ておりますし、これはオープンであることと競争を保つ中で、安全性とセキュリティとのバラン
スを保つことができるということを意味していると思っております。

私どもには何年にもわたる経験がありますので、その中でオープンであることとセキュリティ
のバランスを保ってきたということは、強調させていただきたいと思っております。新たな規制
によってそのバランスが崩されないようにしたいと思っておりますし、セキュリティについては
担保していきたいと思っております。御質問いただきありがとうございます。

○依田座長 ありがとうございます。Oliver さん、Chris さん、Alex さん、大変勉強になりました。

それでは、これで閉会させていただきたいと思いますが、引き続き、スマートフォンについて、
オープンアクセスとプライバシー、セキュリティの最適なバランスを求めていって、世界最高の
バランス水準を実現したいと考えております。

それでは、これで本日は閉会いたします。

最後に、事務局から御連絡をお願いします。

○稲葉室長 それでは、手短に２点だけ御連絡いたします。

１点目が座長からも言及のございました書面による質問と回答についてですが、追って事務局の方から御連絡いたしますが、委員の皆様方、本日時間の都合で質問できなかった点、また、追加で質問されたいという点がございましたら、事務局の方で取りまとめまして、Google に送付をして、御回答いただければと考えておりますので、よろしくお願いいたします。

２点目、既に御案内のとおりですけれども、今回は来週木曜日、12月5日の9時から第4回検討会を開催したいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

以上です。

○依田座長 どうもありがとうございました。

本日は閉会いたします。Google 様、ありがとうございました。