

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9回）議事録

- 1 日時 令和7年3月10日（月）14:30～16:30
- 2 場所 対面（中央合同庁舎第8号館特別中会議室）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、
山田委員

【公正取引委員会事務総局】

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

○ 討議

法第9条及び第12条に係る規定についての討議

○依田座長 ただいまから、第9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、増田悦子委員、榊田佳江委員が御欠席です。石井委員、仲上委員、山田委員はオンラインで御出席いただいております。なお、石井委員は15時30分頃に御退席される予定です。また、川濱委員は15時頃にオンラインにて途中参加される予定です。

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

○稲葉室長 本日は、法第9条と第12条の論点について、2つのパートに分けてそれぞれ事務局から説明し、委員の皆様に御議論いただきます。

本日の議事録につきましては、いつもどおりですが、発言者の御確認を経た上で公表いたします。

また、本日も記者ブリーフィングを予定しておりますので、本日の皆様からの御発言の中に記者に対して発言を控えるべき内容がありましたら、その旨おっしゃってくださいますようお願いいたします。

以上となります。

○依田座長 それでは、これから新法の第9条、第12条に係る規定について、資料1に基づき2つのパートに分けて事務局から御説明いただきます。

各パートの説明の終了後、御意見や御質問のある委員の皆様から御発言を頂きます。

それでは、最初に法第9条の論点について、事務局からの御説明をお願いいたします。

○稲葉室長 それでは、資料1の3ページを御覧ください。

まず、1つ目の議題といたしまして、法第9条の規定であります、こちらは検索結果の表示における、いわゆる自社優遇を禁止する規定となっております。

この条文のうち、「利用者が検索により求める商品又は役務に係る情報を表示する際に」と規定されておりますので、こちらとの関係でどの表示部分がこの9条の対象とすべきかということ、1つ目の御議論いただきたい事項として挙げております。また、2つ目といたしまして、「競争関係にある他の商品又は役務よりも優先的に取り扱」うということについて、どのような整理が可能かということ、更に3つ目としまして「正当な理由がないのに」という規定との関係で、この正当な理由についてどのように考えられるか。この3つについて論点を整理しております。

4ページを御覧ください。

まず、1つ目の、この9条の規制対象となる検索結果の表示部分をどのように考えるかという点になります。9条の規定の趣旨といたしましては、検索結果の表示において自己優遇を禁止することで、競争環境のイコールフットィングを図るというものとなっております。

この規制の対象とすべき検索結果の表示に関しましては、この条文を踏まえたと、いわゆる検索連動型広告に当たる部分を除いた表示を対象とすることが適当ではないかと考えております。なお、いわゆる検索連動型広告については、現行のデジタルプラットフォーム取引透明化法の規制の対象となっているところです。

他方で、広告と表示される場合であっても、指定事業者等の商品、役務に係る情報のみが表示される場合には、実態を踏まえて個別に判断をしていくことが適当ではないかと考えております。

5 ページを御覧ください。

検索結果の表示に関して、検索連動型広告以外は規定の対象とすることが適当と申し上げましたが、一番左側の青い点線で囲んでいる、こういった部分がいわゆる検索連動型広告に当たる部分となります。

次に 6 ページを御覧ください。

広告と称するものであっても個別に対象となるか検討すべきと考えられる事例といたしまして、ある特定の社の検索役務において他社の検索役務の名称を検索した結果として、その他社の検索役務を想起させるようなデザインで特定の社の検索役務が広告として表示される場合があります。このような場合にはいわゆる優先的取扱いに当たるかどうかということを個別に見て、この 9 条の規制の対象とするかどうかを判断していくべきと考えているところです。

次に 7 ページを御覧ください。

2 つ目の論点といたしまして、優先的取扱いの考え方についてです。

この優先的な取扱いは様々な方法によって行われ得るものですが、典型的には恣意的な検索アルゴリズムの設定、また、指定事業者などの商品、役務のみを表示する別枠を設置する、このようなことによって利用者に認識又は選択されやすい位置に表示をする方法で行われるような場合が、優先的取扱いに該当すると考えられるのではないかと考えております。

他方で、この検索アルゴリズムの設定につきましては、公正かつ非差別的に行われた結果として指定事業者等の商品、役務に係る情報がよりよい位置で表示されたものということであれば、この優先的な取扱いには当たらないという整理をすることができるのではないかと。

このようなことを含めて、ガイドラインで明確化を図っていったらどうかと考えております。

次に、8 ページを御覧ください。

優先的取扱いに関する別枠の表示についての考え方ですが、まずこの別枠を設けること自体は本条に違反するものではないとしつつ、別枠として本来の検索結果よりも上位又は目立つような形で配置するといった形で行われる場合には、この優先的取扱いに該当するという整理が可能ではないかと考えております。

こうした基本的な考え方に加えまして、この優先的取扱いの想定例として、資料にも挙げておりますように、例えばニュースを表示する別枠を設置して、その別枠において指定事業者のニュースサービスのみを表示して、その他のニュースを提供するウェブページは表示されないようにする、このようなことが典型的にこの優先的取扱いに該当すると言えるので

はないかと考えております。

先ほど御説明をしましたように、この優先的取扱いに該当する場合であって、かつ正当な理由がない場合に9条の問題となるわけですが、正当な理由について9ページ以下で考え方を整理しております。

まず、初めに、この正当な理由の基本的な判断の枠組みといたしましては、新法は独占禁止法を補完するものですので、基本的には独占禁止法と同様に優先的取扱いを行う目的の合理性、そして手段の相当性に照らして判断することが適当ではないかと考えております。

この考え方を個別のケースに当てはめた場合のより詳細な考え方といたしまして、まず10ページですが、1つ目のケースとして特定のウェブページの表示を制限する場合についての考え方になります。利用者の安全性を害する可能性が高いといったことなどを理由として、特定のウェブページの表示を制限する場合につきましては、その可能性が高いと客観的に認められる場合であって、こうした対応よりもより競争制限的でない他の代替的な手段がない場合には、通常9条との関係で問題とならないと考えられるところです。こちらについても、下に幾つか具体例を挙げております。

次に、11ページを御覧ください。

2つ目のケースとしまして、指定事業者等の商品、役務を本来よりも上位又は目立つ形で取り扱うといった場合についてですが、先ほども御説明をしました優先的な取扱いとして、例えば検索アルゴリズムの設定ですとか、それから別枠を設置する、こうしたことによって行われることが通常想定されるわけですが、そうした対応を採る目的の合理性と手段の相当性に照らして問題とならないかを判断をしていくべきではないかと考えております。

この合理的な目的としましては、例えばスマートフォンの利用者の安全性を確保するために緊急時に正確な情報を提供する必要がある場合が考えられるのではないかと考えております。

12ページを御覧ください。

検索役務を提供する事業者の役務だけが表示される別枠の例といたしまして、まず先ほど合理的な目的として御説明したようなケースになりますが、災害時に指定事業者等が提供する地震や津波といった情報を表示する場合が挙げられると考えております。一方で、例えば、検索役務を提供する事業者の地図情報提供サービスのみを表示する場合については個別にその影響など含めて評価をしていくことが適当ではないかと考えております。

13ページを御覧ください。

こうした別枠表示について、欧州では昨年３月からデジタル市場法の本格的な施行が開始されまして、それを受けて事業者の方で検索レイアウトの表示について一部修正が加えられているところです。更にその後も、別枠表示を全て取りやめるといったテストを一部の国で実施するなどされているところですが、こうした事業者からは、特にホテルや航空会社などにおいて、検索サービスからのトラフィックが減る一方で、オンライン旅行代理店サイトに対する手数料の支払いが増加しているですとか、またユーザーにおいても検索の手間が増加しているといった主張がなされているところですので、このような先行するＥＵの状況ですとか、更には事業者の説明などを踏まえまして、このような別枠を設けることについては、個別に判断していくということを考えているところです。

したがって、14ページになりますが、こうしたスマートフォンの利用者にとっての検索役務の質の向上に係る説明が行われるようなことも想定されるところですが、そうした説明を含めて、検証可能な形でできるだけ定量化して説明いただくということが重要だと考えておりまして、法第14条の遵守報告書などを通じて具体的かつ詳細に公正取引委員会に対して説明をする必要があるということを、ガイドラインで明らかにしていってはどうかと考えております。

９条については、以上になります。

○依田座長 どうもありがとうございました。

それでは、最初に、本日御欠席されている増田悦子委員から意見書が出されておりますので、事務局に代読していただきます。

○稲葉室長 代読いたします。

第９条、第12条についての考え方に賛成します。その上で以下のとおり意見をお伝えします。

まず、第９条についてであります。資料の４ページについて、広告、ＰＲと表示されていてもそれを理解していない消費者がまだ多くいます。初めに表示されるものに誘引され選択した結果、自身が希望していたものと異なる商品、サービスを契約してしまい、あるいは被害に遭い、相談が寄せられています。それについては、もちろん消費者のリテラシーの向上が求められます。しかし、第９条の問題ではないと思いますが、広告、ＰＲを出稿する際の審査を適切に実施していただくこと、さらに広告、ＰＲであることの表示をより分かりやすくすることが必要と考えます。

次に、資料７ページについてですが、検索エンジンを用いた検索結果が適切なものであるかどうか、消費者はおよそ知ることができません。そのため、主要なパラメーター等を含め、検

索アルゴリズムによる処理等が公正かつ非差別的に行われていることについて、法第14条の遵守報告書等により公正取引委員会に対して説明する必要があることをガイドラインで明らかにすることに賛成します。また、疑義があることの申出があった場合には、公正取引委員会として確認することができるようにしていただきたいと思います。

次に、資料10ページ及び13ページについてですが、セキュリティの確保、偽情報・誤情報対策、その他法令違反等の場合に、そのウェブページの表示を制限することは必要な措置です。その結果として、当該商品又は役務と競争関係にある指定事業者等の商品又は役務を提供するウェブページが相対的に上位に表示されたとして問題にならないことは、ガイドラインに示す必要があると考えます。

また、災害時等、緊急時に正確な情報を提供することを目的に、指定事業者等が提供する地震や津波等に関する情報を目立つように表示することは必要なことです。

以上となります。

○依田座長 ありがとうございます。

それでは、これから御質問を承っていききたいと思います。事務局には2、3名の委員の御発言に対してまとめて御回答いただきますので、委員の皆様の中で御意見や御質問等ございましたら挙手をお願いいたします。オンラインの参加の方は挙手機能を使用してください。

今日はどうなただからでも結構ですので、御意見がある方から進めてまいりたいと思います。

では、伊永委員からお願いいたします。

○伊永委員 ありがとうございます。私は全般的に事務局案に賛成ですけれども、幾つかはつきりさせておきたいところがありますので、それを中心にコメントいたします。

まず、4ページの論点のところだと、検索連動型広告が本条の規制対象に基本的にはならないというのはおっしゃるとおりかと思うのですが、その理由として「検索により求める商品又は役務に係る情報」ではないからという解釈だと、少し語弊があるかと思いました。条文では「情報を表示する際に」となっていますので、この情報についてという形で限定はされていません。したがって、情報を表示する際に問題になる場合には、どのような情報であったとしても対象となり得るように条文上読めるような気がします。

事務局資料では、その後に広告に名を借りて実際には自社優遇をしている場合の例が出てきますが、まさに広告かどうかということでアプリオリに対象から外すというよりは、広告の体を取っていたとしても自社優遇になっている場合にはやはり対象にする必要があるということ

と理解しました。そこに実質的な判断が伴うということであれば、特定の情報に当たらないから検討の最初の段階から外すというよりは、結果として自社優遇につながっていないものであれば対象から外れるということではないでしょうか。

ガイドラインには原則として検索連動型広告は対象外ということは書かれたらどうかと思うのですが、その理由となる解釈については、もう一度見直した方がいいかと思います。

もう1点は9ページです。9ページは正当化理由について書かれた部分で、こちらの正当な理由が「独禁法において正当化される範囲内で認められる」というと、少し広いかもしれないと懸念を覚えましたので、お伝えします。

まず、優先的に取り扱ってはならないという、その優先的というのが公正かつ非差別的なものではないことになっていますので、正当化理由の場面までくるには、不公正か、差別的か、あるいはそのいずれにも該当する行為に限っています。そのような行為を指定事業者が行っている場合ですので、例えばユーザビリティだとか、効率性のような独禁法で加味されるような事項であっても、ここでは加味しなくてもいいのではないかと思います。

公正かつ非差別的というのがどのくらいリジッドなものかとかいうことに、正当化される範囲とのバランスがありますので、その辺り適宜判断していただきながら、独禁法において正当化されるものは全て認められますと書くのではなくて、やはりこのスマホ法の目的に従って正当化される範囲を決めた方がいいと考えます。

公正取引委員会が立証責任を負いますので、このユーザビリティや効率性向上というのと競争への弊害というもののどちらを取るかという比較衡量の問題になると難しい問題が生じそうですので、表現ぶりだけでも御検討されたらどうかと思いました。

○依田座長 どうもありがとうございました。

まず最初に、伊永委員が口火を切ってくださいましたので、それに関連して自社優遇と正当化理由について御意見がございましたら、伺ってから事務局の御返答を頂きたいと思います。

では、滝澤委員、お願いします。

○滝澤委員 ありがとうございます。私も基本的には事務局の原案に賛成するところですが、伊永先生が指摘されたのと同じようなところで、私も2点、意見を申し述べさせていただきます。

1点目は、広告枠についてです。指定事業者は別枠も広告枠も操作可能ですので、結局、それらを操作して全体として検索結果を表示するのだと理解しています。したがって、全体の中

でのその広告枠や別枠の位置次第で競争者が見えにくくなることもあるかもしれません。このようにモバイルの画面全体における表示状況を見る必要がある場合には、検索連動型広告も入りうるというのは、伊永委員御指摘のとおりだと思います。

もう1つは、正当化理由です。特に別枠が問題になると理解しており、先ほどの事務局からの御説明では個別で判断するということだったと思います。ここは事業者側もヒアリングで力を入れて説明されていたところであり、国会の付帯決議もありますので、少し丁寧に考えておく必要があるかと思います。正当化理由としてどこまで勘案するかという観点からしますと、まず9条に関しては指定事業者が行う特定の行為が抽出されており、違法性の推定が働くように思いますので、正当化理由については、その内容を限定するかどうかはともかく、立証責任を指定事業者側に負わせられないだろうかと個人的には考えます。つまり、9条に定められた行為に当てはまったら原則として違法性が推定される、したがって正当な理由があるという点については、指定事業者側に立証してもらうという枠組みがよいのではないかと。そうしないと、どこかに書いてありますけれども、アルゴリズムの中身などは外から見ても結局分からないということがありますので、事業者側にきちんと説明責任を果たしてもらう必要があると思います。

その内容、正当化理由としてどこまで勘案するのかという点に関しましては、私は通常どおり、一般的に認められるものと同一でよいのではないかと考えております。一番大きい問題は、スライド13枚目にありますような、別枠で、例えばGoogle MapとかGoogleフライトをどうするかというものと認識しております。この点はやはりユーザビリティの問題が入らざるを得ないのではないかと思いますのと、もう1つ、Googleがヒアリングの際に主張していた点としては、EUで別枠を厳格に規制したことによって、例えばBooking.comとかExpediaといったOTAに予約がいつてしまい直接予約が減ってしまったという指摘がありました。このように、新法が問題にしているのとは異なる競争がゆがめられる可能性があるかもしれません。この点も指定事業者からきちんと立証されれば、これはどのように勘案するのかについては難しい問題だと思いますけれども、そこも取り入れる余地があるのではないかと。

それから、手段の相当性についても、同じくヒアリングにおける事業者側からのプレゼンでは、自分で変えようと思えばGoogle Mapではないようなものが出るようにすることもできるというようなことを言っていたような記憶がございます。もしそうであるならば、手段についてもある程度最小限の範囲にやっているのかについて、この辺は全体的に指定事業者側の守備範

囲内にある事柄ですので、立証責任を負わせるという形で解決するのが当局としてもやりやすいのではないかという印象を受けました。

以上になります。

○依田座長 お二方から大変重要な指摘を頂戴しました。

それでは、事務局からお願いいたします。

○稲葉室長 ありがとうございます。

伊永先生、滝澤先生からのそれぞれの1点目の御指摘、この9条の規制の対象をどうすべきかというところに関しましては、基本的に我々と考えていることは余り大きく変わらないかと考えております。我々も特にこの広告と称する場合であっても個別に判断をしていくケースがあると申し上げましたが、そのような場合については、よくその実態を踏まえて対応していく必要があると思っています。したがって、ガイドラインにどのように書いていくかというところで、御意見を踏まえながら考えていければと思っています。

それから、2点目の正当な理由でどのような点を評価すべきかというところに関しまして、まずその内容についてでありますけれども、伊永先生から御指摘を頂いたように、検索アルゴリズムの設定に関しては、表示順位が公正、非差別的ということは比較的その優先的取扱いと言えるかどうかというところで評価しやすい一方で、別枠表示については同様に評価することが難しいということもありまして、必ずしも表示順位が不公正かつ差別的なものだけが正当な理由のステージに来て評価をしていくということにも、ならないかもしれないと思っています。

したがって、まずは事務局の打ち出しとしては、この資料のとおり独禁法と同じような枠組みで評価してはどうかということで提起をさせていただいたところです。こちらについては滝澤先生からも、逆にこのようなユーザビリティみたいな点も含めて評価せざるを得ないケースがあるのではないかという御指摘を頂いたところですが、正にこうした点について今回の検討会で御議論いただければということで論点設定をしておりますので、もしほかの先生方からもこの点について御意見あれば、それもお伺いした上で最終的にどのようにしていくことが適当か検討していければと思っています。

さらに、立証責任の点についても御指摘いただきましたが、ここについては、その訴訟上の立証責任という意味で厳密な立証責任の転換をこの法律上どこまでできるかという問題があるかもしれませんが、少なくともこの資料にも書いてありますとおり、例えば第14条に基づいて

公取に対して報告をするということが義務付けられておりまして、そうした手続を通じて指定事業者の方にまずはしっかりと説明をしていただくと。そのようなところについては、この規則とガイドラインの規定を通じてしっかり担保していければと考えております。

以上になります。

○依田座長　ありがとうございます。

こちらの議題については3時10分過ぎまで予定しておりますので、時間の許す限り委員からなるべく多くの御意見を伺えればと思っています。どのような御意見でも結構です。

では、上沼委員、お願いします。

○上沼委員　自社優遇のところで、6ページのところですけれども、この6ページの問題と4ページの2ポツとの関係が分からないというか、本来2ポツに入るものだと思います。だとすれば、あえてこれを外出しにしなくてもいいかと思います。あえて想起させるということだと、場合によっては別の法律—不競法など—に引っ掛かるような話だと思います。この例だと抵触というのは少し無理かと思いますが。いずれにせよ、それを広告と称するから駄目というとなんか本来的に違うかという気もするので、もう2ポツの中に含める形でいいかと思いました。

それと、別枠表示ですけれども、これが本当に難しいと思うのは、在るべき市場の姿をどう考えるのかにも、関係してくると思っています。もともと検索エンジンを元のコンテンツに対するアクセス容易性を提供するだけのものだと考えるのであれば、OTAが検索に上がってくるのはある意味当然で、検索でヒットするために様々工夫をしているから、OTAが上がってくることになるので、それが本当に駄目なのかは結構微妙な話だと思います。

それと同じ関係で私が懸念しているのは、バイネームで言ってしまうとGeminiでして、Geminiで検索して終わってしまうと元のコンテンツにアクセスしないことになります。Geminiは参照元の元ネタを出してくれているのですけれども、そこまで行かない人は絶対いると思います。そうすると、本来、元のコンテンツに対してアクセスを容易にするのが検索エンジンの役目だったのに、そこに行かずに全部終わってしまう。つまり、検索機能を提供する事業者が全てのデータを抱えてしまっただけで終わってしまうということになってしまいます。それをどう評価するのか結構難しい問題だと思っています。

これらを考えると、別枠のところでは、向こうからの説明をしてもらうなど、何か融通が利くような形で残しておくというのは賛成と思いました。

以上です。

○依田座長 ただいま生成A I の話題も一部出ましたが、本当に重要な話題で、今議論している中でもう早々にそちらの方の議論も進めないといけないと思っているのですが。それも含めて今日多様な意見を頂戴できればと思っておりますので、御意見ありましたらお願いします。

山田委員、お願いいたします。

○山田委員 ありがとうございます。私も実は生成A I のことを申し上げようと思っていました。今回は対象になっていないということですがけれども、稲葉室長から御説明があったとおり、欧州では、ルールを作ったものの使い勝手が悪いというか、すごい揺り返しがあって、この論点は今、大きく揺れているトピックの1つということで、先ほどの公取からの提案でもこれはもう少し様子を見ながらやりましょうというニュアンスがあったのは重要なコメントだと私も思っています。

検索について、新しい技術進歩の文脈で、「検索」といった場合本当にすごく狭い範囲を指すことになるわけですがけれども、基本的に我々40代、50代とかの世代だと、大学生とか社会人の若い頃に検索という新しい技術が出てきたのでそれに慣れていて、検索用語を打ち込んで、というやり方が当たり前だと思っている。けれども、今の職場の若者とか大学生とか、みんなもう音声入力なのですよね。日本だとChatGPTのシェアがものすごく高いので、ChatGPTを開いて、口頭で質問して、ぱっと出てきたものを聞くあるいは見る。昔は図書館に行くとかそのような話だったものが、今どんどん変わって行って、パソコン上、そのデバイス上でも物を探すという行為のあり方が世代で急速に変わっている。

だから、例えば文字で選択が出てきてというのがその40代、50代、60代の世代が慣れている事象なわけですがけれども、もっと若い世代になると逆に音声とか画像とか、そのような話になってくるわけです。それが今回、余りにもすごく狭い古典的な「検索」のところだけで規制をする結果どうなるのかというのは、私自身にも答えがない。

別枠機能という話がありましたが、今音声等新しい機能にユーザーがどんどん流れていってしまっている。生成A I を使った場合でも、私自身も含めた40代や50代に対する偏見を厭わず言えば、やはり文字でがちっと出てくるものの正確性の価値はある、音で聞くよりも正確性の観点ではいい面もあるのだろうというバイアスがある。

そこを、では検索機能の将来的姿として、音声利用も含めた生成A I との戦いの中で、別枠でこうやってやろうとか、新しい工夫、クリエイティブなフォーマットというものが正に別枠という形を取ったりもするわけですね。だから、それを全部駄目と規制するのも危険だし、他

方でその競争の維持という要請もあるので、おっしゃるとおり公取がその場面場面で決めるということをおっしゃっているわけですがけれども、やはりこの駄目という一律の線引き、これは一番危険だと思います。正に生成AIで、まだそれがどれくらい正確なのか、そこが揺れ動いている中で、ある程度安定感、相場観があるものが古典的な「検索」になるわけなので、そのバランスを考えながら規制を考える必要がある。

あと、自己優遇については、ほかの先生方もコメントされていましたがけれども、何を基準に自己優遇とするのかは難しい。プラットフォームをやっている会社の方が、事実として他の製品より優れている事例も実際にあるわけですね。悪いものもあるだろうし、その基準というのは、正直はつきり分らない。誰も確定的には言えないと。だから、そこはやはりある程度プラットフォーム側が自分で分析して、このような基準でやっていますとして線を引かざるを得ない。

どのトピックでもそうなのですからけれども、やはり変な基準、少し突っ込み過ぎた基準をガイドラインに書いてしまったために、それを使って私訴の乱立みたいなことになるのは、検討会としても本望ではないと思います。

何かその辺りのバランスを考えながら、この論点は、非常に今ビジネスモデルががらがら変わっているだけに、かなりセンシティブだという認識で公取の方々に考えていただくのがいいのではないかと。

すみません、長くなりましたが、それが私のコメントです。

以上です。

○依田座長　ありがとうございます。

伊永委員、どうぞお願いします。

○伊永委員　すみません、確認ですがけれども、この9条が対象としている検索エンジンの定義が2条にありますけれども、こちらで「入力」というのは手入力だけでなくボイスで入力するものも含むし、それからAIによる出力結果も含みうるように読めるのですが、そのような理解でよろしかったでしょうか。

○依田座長　では、一旦ここまで出てきた意見について、事務局からお願いいたします。

○稲葉室長　まず、最後の検索エンジンの定義は法律2条6項でされておりますが、入力された検索情報に対応して当該検索情報が記録された不特定多数のウェブページのドメイン名その他の所在に関する情報を出力するソフトウェアと定義がされておまして、まず、その入力に

については特段条文上は限定されておりません。出力される情報の方については、条文上、今申し上げたように、その「情報が記録された不特定多数のウェブページのドメイン名…その他の所在に関する情報を出力する」というところだけが規定され、それ以上の限定は特段されていないので、これとの関係で解釈の範囲で該当するかどうかという評価をしていくということかと考えておりますが、他方で、この検討会でも何度か生成ＡＩの登場について議論になったことがあります。もともとこの法律を作った段階では余りＡＩについてまで念頭に置いた上でこのような規定をしているわけではなかったということもありますので、基本的にはＡＩについて、もちろんこの法律でカバーできるところは対応していくことができるわけですが、ＡＩの問題そのものについては基本的にはこの法律では今のところ手当てをしていないので、我々としては今後の検討課題であると捉えているところです。

その上でＡＩとの関係については、上沼先生、山田先生からも頂きましたが、その関連でそのＡＩとの競争ですとか、あとＯＴＡとの関係についても御指摘がありました。これについてはプラットフォーム特有の問題ではありますが、異なるレイヤーでそれぞれ競争しているときに、それをどう捉えるべきか非常に難しい問題だと思っております。例えばこの検索サービスについても、検索結果として表示される商品やサービスの間での競争がされている一方で、検索サービス間の競争もされていますので、先ほど山田先生からもあったように、その検索サービス間の競争をするために検索結果の表示において様々な工夫をして、例えば別枠のようなものを設けると。それは検索役務、検索サービス間の競争においては競争促進的な対応である一方で、検索結果に表示される商品や役務における競争について考えてみますと、他の競争事業者がそれによって悪影響を受ける場合もあるということで、そのような異なるレイヤー間の競争についてどのように評価をしていくかというところで、こういった難しい問題もありますので、個別に見ていって判断をしていかざるを得ないかと考えているところです。

○依田座長　ありがとうございます。

お時間が大分迫ってきておりますが、まだ御発言がない委員の方々に、ぜひこの機会にという方がおられましたら、挙手をお願いします。

日高委員、お願いします。

○日高委員　先ほど話題に出たＡＩについての補足にはなるのですが、たしかGoogleが、３月６日ぐらいにＡＩ検索の機能自体をリリースしておりまして画面上でＡＩが回答すると、その文言にブルーリンクが付いていてクリックした場合にGoogle検索結果が見えるということで検

索に該当すると解釈できる可能性がある機能を出しています。

全体の方針としては先ほどまで御議論いただいた内容で私もいいのではないかと感じております。事業者側からの御説明をしていただくというのが、まずは重要ではないかと思うのですが、特に検索アルゴリズムにおいての説明の仕方とA Iにおいての説明の仕方だと全くニュアンスが異なってくるという技術的背景がありまして、特に大きな違いとしては、技術的には検索する場合、単語単位で検索するのは非常にコンテキストが検索文言のみに限られるというものになるのですが、A Iの方では幾つかのコンテキストを連ねることができるので、ユーザーの趣向であったりとか、過去このようなことをA Iに教えた等の履歴の部分に対して高度な推論が働くというような状況になります。これが、いわゆる先ほどまでのO T AのBooking.comやExpediaというような市場の強い立場にいる事業者を優先するのか、若しくは個人の趣味を反映して旅館であったりとか、そのような中小の事業者に対してよい影響を与えるのかというのは、慎重に見ていかないと分からないところではあるので、この辺も今後の施行に合わせて御注意いただければと思います。

以上となります。

○依田座長 ありがとうございます。

続きまして、仲上委員、お願いいたします。

○仲上委員 スマートフォンセキュリティ協会、仲上です。

今回御提示いただいた第9条の趣旨については、事務局の御提案の案でよいと思います。

特にセキュリティの観点から、10ページ目でお示しいただいている特定のウェブページ表示を制限する場合においてというところで考慮いただいているのですが、ここは本当に現状、スマートフォン利用者が様々な詐欺コンテンツですとか偽E Cサイトに、検索エンジン経由で誘導されるという問題が発生しておりますので、この部分について考慮されているというのは、非常に利用者にとっても安心していただけるような内容になっているのではないかと思います。

私からは以上となります。

○依田座長 ありがとうございます。

一旦ここまでで、よろしいでしょうか。まだ御発言いただいていない委員もおられますが、2つ目のテーマに移ります。また、何か発言し忘れたことがありましたら、いつでも結構ですので、その旨申し上げて発言してください。

では、本日 2 つ目のテーマである法第12条の論点について、事務局から御説明をお願いいたします。

○稲葉室長 それでは、資料 1 の15ページを御覧ください。

12条の規定につきましては幾つかの義務がありますが、まず 1 つ目といたしまして標準設定、いわゆるデフォルト設定についてスマートフォンの利用者が簡易な操作により標準設定を変更することができるようにするために必要な措置、こちらを「公正取引委員会規則で定めるところにより」と規定をされておりますので、この必要な措置の詳細についてどのように定めていくかという論点がございます。

16ページを御覧ください。

まず、こちらの義務に係る規定の趣旨については、標準設定がなされている役務を容易に切り替えられるようにすることによって、個別ソフトウェアに係る競争を促進することを狙いとしたものになっております。公正取引委員会規則で定める事項といたしましては、こちらに幾つか記載をしておりますように、例えば①標準設定を変更するための操作画面を 1 か所に集約すること、②利用者がその操作画面を容易に見つけることができるようにすること、③操作画面においてユーザーがどのようなことができるかということをしかり説明を行うということ、④ユーザーが必要な最小限度の操作で標準設定を変更することができるようにすること、このようなことなどを規則で定めてはどうかと考えております。

こうした規則で定めた事項について、17ページになりますが、それぞれガイドラインで考え方の明確化を図っていったらどうかと考えております。

例えば先ほどの 2 つ目の、ユーザーが容易に見付けることができるようにするという点に関しては、具体的には設定アプリを開いた際ですとか、またアプリの一覧画面を開いた際に、その上の方に標準設定の変更のための操作画面を配置するといったことを求めている、そのような旨を明確化してはどうかということですか、それから 3 番目といたしましてユーザー向けの説明について、どのようなものであっても操作画面において利用者が行えることを理解できるような内容とすることと、こうしたことをガイドラインの方で明確化してはどうかと考えております。

18ページを御覧ください。

iPhoneやAndroid端末でも、このような標準設定の変更について既に一定の対応が採られてきているという状況になっております。

続いて19ページを御覧ください。

12条の2つ目の議論といたしまして、選択画面の表示に関する義務になります。こちらは、個別ソフトウェアなどについて、スマートフォンの利用者の選択の機会が特に確保される必要があるものとして政令で定めるものについて、選択画面の表示義務などが規定されているところです。

したがって、まず大きな論点の1つ目といたしまして、この選択画面の表示義務の対象とすべきアプリやサービスとしてどのようなものを政令で定めていくかということがございます。これについては、20ページを御覧ください。

まず、選択画面の表示義務の規定の趣旨であります。ユーザーに対して選択する機会を確保することによって、ユーザーによる選択を通じて個別ソフトウェアなどに係る競争を促進しようとするものになっております。条文上、義務の対象とするものについては、利用者の選択の機会が特に確保される必要があるものとされておりますが、この必要性については利用者における利用状況、我が国における事業者のシェアなどを考慮するとともに、選択する対象が多くなることに伴って利用者において選択疲れといったことが発生するおそれもありますので、そうしたことも含めて考慮しながら、この対象について検討していくことが適当ではないかと考えております。

ちなみに、選択画面の表示義務の対象につきましては、デジタル市場競争会議の最終報告において検索エンジン、ブラウザ、ボイスアシスタント、この3つを対象とするという方向で最終的な結論が取りまとめられたところです。他方で、ボイスアシスタントの利用状況に関しましては足元の状況を見てもブラウザや検索アプリと同等の水準には至っておらず、選択の機会が特に確保される必要性があるとまでは言えないのではないかと考えております。したがって結論といたしましては、まずはブラウザと検索、これについて政令で定めて対象としていくことが適当ではないかと考えております。

21ページを御覧ください。

ボイスアシスタントの利用状況につきましては、昨年末に実施をいたしました消費者アンケートの結果では約7割のユーザーが日常的には使っていないという状況になっております。

次に、23ページを御覧ください。

こうした選択画面の表示義務の対象となるアプリなどについて、具体的にどのように選択画面を表示するかという詳細な実装方法について、規則で定めることとされております。

まず、選択画面に表示される選択肢については、その選択肢の選定については公平性が確保される必要があると考えております。したがって、選択肢の選定基準については客観的かつ合理的な基準に基づくことが適当ではないかと考えております。加えて、この選択肢に表示される選択肢の数ですが、競争を促進するために十分な数の選択肢が設けられる必要がある一方で、選択肢が多過ぎるとユーザーにとって自律的な選択の阻害につながる可能性もあることを踏まえ、諸外国の例も踏まえながら、利用者における自律的な選択の機会を確保するという観点から検討していくことが適当ではないかと考えておるところです。

24ページを御覧ください。

諸外国の状況については、例えば欧州ではブラウザは選択肢が12個、検索エンジンは8個ということで、いずれも小さいスマホの画面においてはスクロールをしないと全ての選択肢が見切れないという状況になっておりまして、これだと少し多いのではないかとということで、スマホの画面に収まり切るぐらいの数が適当ではないかと考えているところです。

次に、25ページを御覧ください。

選択画面の詳細な設計であります、こちらについては最低限求められる要素を公正取引委員会規則で定めた上で、デザインの詳細については指定事業者に一定程度の裁量を与えることが適当ではないかと考えております。

最低限求められる要素といたしましては、先ほどの客観的かつ合理的な基準に基づき選定をするということに加えて、表示される選択肢について、その名称やその説明を表示をするということですか、また表示される場合の順番について無作為に並び替える、こうしたことを定めていってはどうかと考えております。このほか表示のタイミングについては、スマートフォンの初回起動時、ここで様々な設定がなされますので、この設定をする際に選択画面についても併せて表示をするということを念頭に置きつつ、引き続きスマホの利用者における自律的な選択の機会を確保するという観点から、こちらについては事業者ともよく調整をしながら、公正取引委員会規則などで具体的にどこまで定めていくべきかという検討をしていくことが適当ではないかと考えております。

最後、26ページからですが、デフォルト設定、選択画面以外の義務といたしまして、2つの義務があります。

まず、1つ目が、指定事業者が提供するアプリについてOSアップデートとともにスマホに追加的にインストールされる場合がありますので、こうした場合においてスマートフォンの利

利用者の同意を得るために必要な措置を講じるということ。2つ目といたしまして、指定事業者が提供する個別ソフトウェアについて、スマートフォンの利用者が簡易な操作によって消去することができるようにすること。こうした義務についても、その詳細を公正取引委員会規則で定めることとされているところです。

27ページを御覧ください。

まず、1つ目の、アプリを追加インストールする場合のスマホの利用者の同意を得るために必要な措置については、利用者が適切に決定するためには、追加的にインストールされる個別ソフトウェアの名称や機能をしっかりと認識した上で判断を行えるようにすることが重要ではないかと考えております。したがって、そうした観点から公正取引委員会規則では、追加的にインストールされる個別ソフトウェアについて、その名称ですとか、また機能の概要を示すということ、また個別ソフトウェアを追加的に組み込むことに係る同意の有無を確認する、こうした点を定めてはどうかと考えております。

28ページですが、簡易な操作によってユーザーが指定事業者の個別ソフトウェアを消去するためには、操作画面を容易に見つけて少ない手順で消去を可能にするということが必要かと思いますので、規則の方では、消去するための操作画面を容易に見つけることができるようにするという、それから必要最小限度の操作で消去をすることができるようにする。こうしたことを定めていってはどうかと考えておるところです。

事務局からの説明は以上になります。

○依田座長　ありがとうございました。

指定事業者がアプリを追加する際に同意が必要とされる点について、石井委員のお考えをお聞きしたく存じます。石井委員はこの「同意」の問題に非常にお詳しく、事前同意（オプトイン）か事後同意（オプトアウト）か、一括同意か個別同意か、といった観点からも御見識をお持ちと承知しております。

この点を申し上げたのは、コロナ禍の際の接触確認アプリCOCOAの事例が念頭にあったためです。当時、GoogleとAppleがアプリを配信するにあたって、厳格な事前同意を求めたことから、2つの大きな壁に直面したという経緯があります。したがって、厳格な事前同意を求めるべきか、それとも緩やかな事後同意で足りるのかは、ケース・バイ・ケースで判断されてもよいのではないかと考えておりました。そうした理由から、今回は「同意」というやや緩やかな表現を用いた次第です。

この点も含め、石井委員から御意見を頂ければ幸いです。どうぞ、全体についても御発言いただければと存じます。

○石井委員　ありがとうございます。

そうですね。座長から今、御質問のありましたスマートフォンの利用者の同意に関しまして、個人情報の取扱いの同意の場合は、事後同意だと緩い場合、事前同意が望ましい場合が特に昨今の状況ですと増えているという理解でおります。その文脈と、個別ソフトを追加的に組み込む場合の利用者の同意は別になります。先生がおっしゃったように接触確認アプリの時に同意のハードルが上がってしまったということもありますので、文脈は個人情報の取扱いとは違う形で捉えても良いのではないかと考えているところであります。

そのオプトインでないと駄目とか、そのように制限を掛けてしまうと弊害の方が生じることも増えてしまうのではないかと思います。今の文言については解釈の余地を残しておくというのが解としては妥当ではないかというのが、現時点の私の考えでございます。

意見の方を申し上げたいと思います。

1つ目はボイスアシスタントのところですが、御説明いただいたように、12条1号と2号から外すという御方針で賛成いたしますが、理由としてはユーザーの利用率を勘案した断定的なものという扱いになりそうですので、セキュリティやプライバシーから見たときに、やはりボイスアシスタントは、少し違う理解しておいた方がいいのではないかと考えているところであります。

ボイスアシスタント自体はOSに深く組み込まれているということとの関連で、そのように言われているソフトが個別ソフトに入るのかどうかという問題がまだ残されていると思います。ブラウザや検索アプリと比べると大分違った性質を持つのではないかというのが、そもそもの問題意識としてありまして、そうしたソフトの性格を踏まえてセキュリティ、プライバシーの観点から見ると、ボイスアシスタントは対象外に今後もしておいた方がいいのではないかと思います。意見です。

具体的には、人の声や会話等を無断で集める危険がある、そういうソフトですので、プライバシーやセキュリティが担保されているということは特に重要というものでありますし、他社のボイスアシスタントをその指定事業者を受け入れさせて選択対象に含めるように義務付けるということをしてしまうと、そのプライバシー、セキュリティのリスクが高まるであろうと。さらに、そのボイスアシスタントがOSの深いところに触れるということになると、そのOSの安

全性の観点からもリスクが深刻化してしまう可能性がある。アプリの性格とか、そのリスクを考えると、今後も対象外にしておくことが必要ではないかと思ったというのが1点目です。

2点目は、選択画面の設計のところになります。最低限の要件を公正取引委員会の方で定めて、デザインの詳細については指定事業者に一定程度の裁量を与えるという方針については、私も賛成です。

問題は個数ですが、ブラウザ検索アプリの表示の具体的な個数は、確かに多過ぎるとユーザーの利便性を害してしまうので避けた方がいいと思いますし、他方、選択個数が少ないことが結果的に妥当な場合もあるのではないかと。私の理解が間違っていたら御指摘いただきたいのですが、アプリを審査した結果そのようになってしまうこともあるのではないかと思います。一定個数以上でないと駄目と書いてしまうと、それはそれで何か危ないものを入れなければいけなくなってしまう可能性はないのかということで、具体的な個数は示さない方がいいかと思っています。

次が、ブラウザの選択です。現在、ChromeとSafariはシェアが拮抗しているんですかね。Safariの方はサードパーティーになることはない。Chromeはファーストパーティーになる場合もありサードパーティーになる場合もあるということだと思いますが、シェアの面で1社を利用することにならないようにした方がいいのではないかと思います。法律の規制でその1社が、特にChromeの方が有利になってしまう結果をもたらすと、またそれはそれでバランスが悪いので、Chromeがサードパーティーになる場合もその選択画面を出させるとか、そのバランス考えていただくというのではないかと思います。

それから、表示タイミングです。これは、ユーザーの利便性を考えると、その初期設定で一定選択をさせるという方針が逆にそのユーザーの利便性を害する可能性はないのかということです。表示タイミング自体もユーザーの選択に委ねるですとか、指定事業者の方で何が一番デザイン的にいいのかというのをよく内部で検討してもらって、設計のサイド辺りとかですね。初期設定で絶対やらせるとなると、せつかく一定程度の裁量を与える方針が損なわれる可能性があるのではないかと思ったということです。

あと、最後、文言です。消去という概念は、ここの法律の文脈ではどう捉えておいたらいいか、念のためお聞きできればと思いました。個人情報保護法は消去と削除で概念が異なったりしますので、念のため文言の解釈についてお聞きしたいという辺りになります。

すみません、長くなりましたが、私からは以上になります。

○依田座長 ありがとうございます。

できる範囲で結構でございますので、リプライを事務局からお願いいたします。

○稲葉室長 ありがとうございます。

たくさんの御指摘を頂きましたが、まず1点目の同意については、おっしゃるような様々な影響もあるところかと思えますし、また事業者の方で現実的にどのような対応が技術的にも可能かというところもあろうかと思えますので、引き続き事業者ともよく調整をしながら、具体的に規則でどこまで書くかということを考えていきたいと思っております。

それから、ブラウザの選択についての御意見もありましたけれども、基本的にはこのような形で指定を受けた事業者については同じような形で義務に従って対応していただくということで、ある程度同じような対応をしっかりと統一的に取られるようにしつつ、他方で、事業者に一定程度の裁量を残しながらということになります。そのような形でやっていくということを考えているところです。

それから、表示のタイミング、こちらについても初期設定でユーザーに、特にこの選択画面については法律上もユーザーの選択の機会を特に確保する必要があるものとされておりますので、もちろんユーザーにとって使い勝手のよいような形でやっていくということは重要だと思っておりますが、他方でユーザーがいつまでも選択できないような形になってしまうと、それはそれでこの趣旨が損なわれるというところもありますので、ここもユーザビリティの点を考慮しながら、具体的に規則でどこまで書いていくかということを考えていきたいと思っております。

最後の消去については、これはいわゆるアンインストールを念頭にこのような文言を使っているところですが、一方で条文上も、26ページを御覧いただければと思いますが、「スマートフォンの設定を操作する個別ソフトウェアその他のスマートフォンの動作に不可欠であり、かつ、他の事業者が技術的に提供できない個別ソフトウェアにあつては」、消去に相当する操作ということで、例えば典型的な設定アプリのようなものを法律上も例示をしておりますが、そうしたもののについてはアンインストールではなくて、ユーザーが使わない場合には例えばアイコンを見えなくするだけとか、そのような対応でもよいとしているところです。

以上になります。

○依田座長 ありがとうございます。

続きましては、本日御欠席されている増田悦子委員及び榊田佳江委員から御意見、御質問が

提出されていますので、事務局に代読いただきます。

○稲葉室長 それでは、まず増田悦子委員からの御意見を代読させていただきます。

第12条について、スマートフォンの利用者が簡易な操作により当該標準設定を変更することができるようにするために必要な措置は、競争を促進するものであることは理解していますが、現状スマートフォンを利用する消費者の多くは、そのスマートフォンに標準設定されている役務をそのまま使うことに問題意識はありません。そのため殊更に変更しなくてはいけないような誘導は、むしろ利用者に混乱を招きます。変更したい人は変更に必要な方法を見つけやすくするということを前提にしてください。

また、選択のリストは安全が確保された多くの人による利用の実績があるもので選択しやすい数のリストであること、新たにダウンロードしなくてはいけないものは、その旨記載する必要があります。そして、それらの特徴等に関する説明が必要だと考えます。そのためアンケート等に基づいた利用者における利用状況、我が国における事業者別のシェア等を考慮するという考え方には賛成します。

以上です。

続いて、梶田佳江委員の御意見を代読いたします。

今回の議論の中では、第12条のスマートフォンの利用者が簡易な操作により当該標準設定を変更することができるようにするために必要な措置についての意見です。本項目は青少年保護のペアレンタルコントロールと関連性も深いのではと捉えたのですが、保護者が青少年の標準設定を容易に変更できることは大変有り難いことであり、重要な内容であると考えます。

そこで質問ですが、キッズスマホを利用する場合は、例えば選択可能なブラウザー一覧にキッズ用ブラウザも選択できるようになるのでしょうか。一般向けと青少年対応としてのキッズ向けでどのように対応するのか、また、どのように記述される予定なのかなど、お教えいただければと思います。

以上です。

○依田座長 事務局から、ただいまの御質問に対して御回答があればお願いいたします。

○稲葉室長 まず、最初の増田悦子委員の御意見については、御意見を拝読しますと、恐らく選択画面を念頭にこういった御意見を頂いたと理解をしております。いずれについても、先ほどの繰り返しになりますが、利用者にとっても使い勝手のよいものになるように、この具体的な実装方法について考えていければと思っておるところです。

それから、梶田佳江委員の御意見については、キッズ用ブラウザ、確かにありまして、そうしたものを子ども向けには表示をするというのは理想的ではあるとは思いますが、他方で、選択画面を実装する上では事業者側にも非常に大きなコストがかかってくるということだと理解をしておりますので、ユーザー、対象者によって異なる選択画面なり異なる選択肢を用意するという事まで義務付けるというのは、なかなか難しいのではないかと考えているところです。

以上になります。

○依田座長 ありがとうございます。

それでは、法第12条について、委員の皆様から御意見を伺えればと思います。

今、山田委員から手が挙がりましたので、山田委員、お願いいたします。

○山田委員 ありがとうございます。標準設定、デフォルトのところは、多分、欧州でそれに特化した規律は入っていないくて、欧州は何でもいいから基本的にチョイスができるということで、標準設定とその後というのを分けてないのですね。だから、どちらかというと日本の書きぶりの方がすごく細かく様々な要求をしているように読めると思って、拝見していました。今、正に会社側と調整中でいらっしゃるのかもしれないのですけれども。

ある事業者から聞いた話で、高齢者の方とかはシンプルであればあるほどいいと。だから、チョイススクリーンなどがあると、チョイススクリーンが出てしまった、特に最初のデフォルト設定のときにチョイススクリーンの画面とかが出ると、壊れていると言ってお客様サービスセンターに電話が掛かってきてしまうから、とにかく選択は一切やめてほしいという、今公取がやろうとしていることと逆のコメントがあって、そのような要請もあるのだなと思いました。

なので、そのようなことを考えると、後の論点とリンクするのですけれども、何か同意とか、ある程度シンプルなもの、選択できさえすれば余り複雑にしないでいいのではないかと。日本のメーカーがやりたいと言っている内容と逆行することに抵抗を感じる。彼らは高齢者等特定のユーザーにとっての使いやすさということで生き残っているわけではないですか。その芽を潰してしまうのはどうかというのが、私は今の話を伺って思いました。

最初の初期設定のところでも全部に当てはまる話だと思うのですけれども、リコメンデッドとして選択対象にする他社を何社にするかというところで、たくさんあると複雑で選びにくいからという論点、それもそうなのだけれども、結局そのちゃんと信頼できるものでないところを載せることによるプラットフォーム側のリスクというのは無視すべきではない。よほど信

頼できる場所でないと、変なところを載せてしまって、詐欺とか、何かよくない業者だったことが後から分かったときに、それをプラットフォームが乗せたということで、要はプラットフォームが訴訟の対象になってしまうわけですね。だから、彼らとしては、損害賠償リスクとかを考えると、結局落ち着くところとしては、公取の方がおっしゃっていたようにある程度絞るというところにならざるを得ないのかと思いました。

以上です。

○依田座長 ありがとうございます。

どうぞ、上沼委員。

○上沼委員 榊田佳江委員の青少年の話は実は私も気にしておりまして、特にブラウザに関してですけれども。ペアレンタルコントロールを使っているときのスクリーンタイムによるウェブのコンテンツフィルタリングが、もしかしてブラウザを替えると利かなくなるのではないかとといったことを心配しており、Appleの方がヒアリングに来たときにも、WebKitを使ったらどうなるのでしょうかといった質問をしました。

そういう意味で、やはりペアレンタルコントロールを使っている場合には例外にするとか、そういう配慮をしていただいた方がいいかと思った次第です。特に、Safariもそうですけれども、安心フィルターという、ブラウザを殺してわざわざ使い勝手の悪い青少年保護のためのブラウザを入れていたりとかしていたりすることもあるので、そこを選択したときにどうなるかまではユーザーが理解できないのではないかと思いますし、そのような何か特別な例外みたいなことを御検討いただければと思いました。

○依田座長 まず一通り広く意見を伺ってから、事務局に御回答いただければと思うので、どんどん様々な意見を伺えればと思います。ここについては多様な意見があり得ると思いますので、どうぞ。

では、委員の皆様にお考えいただいている間に、行動経済学者としての見解を申し上げます。

一般論として、選択肢が2つだけだと、選択者、特に消費者にとって不満が残りやすく、3番目の選択肢があることで消費者便益は高まります。たとえその3番目が「とりあえず選ばない」という選択であっても、選択肢が増えること自体に価値があります。

一方で、人間の情報処理には限界があり、短期記憶に保持できる選択肢の数は最大で7つ程度とされます。しかし、実際に7つから選ぶのはかなり困難で、3～5程度が選びやすい範囲と言われています。さらに、選択肢の表示順がランダムであったり、期待と異なる順序で並ん

でいると、たとえ5つでも選びにくさを感じることがあります。

御指摘もあったように、選択肢の数と並び順の妥当性にはトレードオフがあり、この点は設計を誤ると、かえって消費者の不満を招きかねません。競争促進の観点から導入したつもりでも、結果として批判される可能性もあります。そのため、このあたりは事業者側の裁量に委ねた方がよいのではないかという印象も持っています。

以上を踏まえ、この点についても委員の皆様から御意見を頂ければ幸いです。

では、日高委員、お願いします。

○日高委員 標準設定の部分に関しましては、基本的には設定がまず何かされた状態で出荷されるという現状があるかと思っておりますというのと、AndroidにおいてはGoogle以外のいわゆるベンダーの方で独自に何かアプリの追加や設定を行うことはよくあるケースではございますので、選択肢の設計に関してはベンダーも関与できるような形にするというのが、先ほどのペアレンタルコントロールのような部分だったり等の話であるかと思います。

ペアレンタルコントロールに関しては、ブラウザが全て対応しているという状況ではやはりありませんので、その部分を踏まえて消費者が正しい選択というか、自分が望む選択を選べるみたいなところが求められます。

製品の特徴を説明するにはブラウザ名だけではなくて、どのようなポイントがあるか説明文が必須にはなってくるのですけれども、3つ、4つという選択肢の対象に上がる数が増えていくと、1つの画面上にどうしても全部が出ない選択肢の項目が出てくるかと思います。スマートフォンの画面サイズも今は様々ですので、例えばスクロールが必要とかになると、それは注目されづらい選択肢となる可能性がある。この辺はバランスだとは思うのですけれども、先ほどあったその初期設定画面で丁寧な説明をするというのも1つですし、初期起動時とか、使う際においてそのような説明を行っていただくなど、ただ選んでくださいという画面を出すだけでは、やはりユーザーメリットがないものになってしまいますので、丁寧な解釈を事業者とともに作り上げるというのが大事かと考えます。

以上です。

○依田座長 ありがとうございます。

引き続き、委員の皆様、何か御意見等ございましたらどうぞ。

競争政策上、この選択肢の数というのは、公正という考え方の中で今まで競争政策の中でどう取り入れてきましたか。近年、行動経済学を入れるような観点、この競争政策に入っていま

すが、いかがですか。

伊永委員、消費者厚生観点で選択肢の数が幾つあることが望ましいか、事業者の数がマーケットで3つあるとかが望ましいという研究はあるのですが、選択肢の数などについて、先生方の観点で何かありますか。

○伊永委員 ありがとうございます。競争が働くという点からいうと、結論からいえば依田座長が言われた数とかなり近いと思うのですが、3は必要で4あればいいと論文上言われていたと思います。4つぐらい選択肢があれば競争がうまく働く可能性があるわけですが、最低でも3つは必要であり、2つだと働かないといえますので、結果として同じような結論になりますが、その辺りが確保してほしい数であって、それより多くなる分には競争政策上は望ましいという形になります。一方で認知限界もありますので、表示数にキャップがはめられてもいいかと思っています。

○依田座長 滝澤委員、どうぞ。

○滝澤委員 特に付け加えるところはございませんが、競争政策上の観点から、何社がいいというのは特定できない、市場ごとの競争という形で今まで議論しているという理解です。むしろ消費者から見て選びやすいという観点ですと、3から5というのはそのとおりだろうと直感的には思います。

むしろ、スライドの23枚目にありますように、その選択肢をどうやって選んだかということの方が、競争政策上は重要で、選択肢に入るか入らないかというところには大きな落差ができてしまいますので、客観的かつ合理的な選定基準を指定事業者側から説明してもらうようにする必要があります、そうでないと、選択肢に入らなかったものには強い排除効果が生じてしまうこととなりますので、競争政策的にはそこが大事で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。

ほかの委員の先生方、何か今の論点について、どんな観点でも結構ですが、何かございますか。

では、一旦ここまでで事務局の方から何か御意見や、あるいは逆に聞きたいこと等がありましたら、お願いいたします。

○稲葉室長 御意見ありがとうございました。

まず、多くの先生方から御指摘を頂いています選択肢の数については、そのキャップをはめるかどうかということも含めて検討しているところです。様々な先生方から、例えばよくな

いアプリが入ってくるリスクといった御指摘もあるところですが、数がある程度絞れば、かつその選択基準について合理的な基準に基づいて選択をするということがしっかり確保されれば、余りそのようなリスクは生じないのではないかと考えているところです。

その上で、キャップをはめない場合には、その書き方にもよるとは思うのですが、結果として2つだけとか、場合によっては選択肢が表示されなくて1つしかないとか、そのようなことになってしまうことは避けたいと思っております、それを避けるために具体的にどのような書きぶりでこの規則なりガイドラインに落とし込んでいくことが適切かということを検討しているところですので、もし今日これに関して追加で御意見を頂ければ、それも参考にしながら引き続き検討を進めたいと思っております。

それから、利用者に対する説明については、何名かの委員から御指摘を頂きましたが、おっしゃるように、これは新しいことを始めるということ、今まで見たことがないような画面が出てくると、それだけで苦情のようなものも含めて、ユーザーの方でなかなか理解が進まないといったような声も我々としても聞いているところですので、それはこの実装していく中で、例えば設定画面の中で分かりやすい表示をしていただくということに加えて、ユーザー向けに新法によって様々な変化があるということを周知していく中で、こうした選択画面についても何らかの方法で分かりやすく伝わるような形で、うまく周知を進めていくことができないかと考えているところです。

以上になります。

○依田座長 ありがとうございます。

ただいまの標準設定と選択画面の議題について、まだ引き続き何か御意見等があればと思いますが、一度もう一回戻って、最初に口火を切ってくださった山田委員、今まで様々な委員の意見を聞いて、この選択画面の問題あるいは例えば選択肢の個数の問題について、何か山田委員、御意見はありますか。

○山田委員 ありがとうございます。

これは難しいですね。独禁法上、企業結合だとフォー・トゥー・スリーはそれだけで問題で、4というのはまだ少ないというような感じで我々は普通捉えるのですが、なかなかその4社でかつ信頼できる業者を出すというのは結構きついと思うのですよね。リライアブルかどうかは、検索エンジンも、ブラウザもたくさんありますけれども、しっかりプラットフォームとしてお勧めできるという基準で集めるというと、やはりかなり絞られるのかなと。先ほど、

ほかの先生方もおっしゃっていたみたいに、やはりどのような基準で選びましたということさえしっかりと開示があれば、3とかでもおかしくはないのかなと。

ただ、純粋に独禁法上の通常のロジックで考えると、多分5とかなのかも知れないですね。ファイブ・トゥー・フォーとは言わないのですよね、問題がある案件で企業結合のときに。でも、フォー・トゥー・スリー、スリー・トゥー・トゥーというのは言葉としてあるぐらいなので。ただ、そこは今回様々な事情があるので、どこかで線は揺るがしていいのではないかというのが私の感覚ですけれども、いかがですかね。

○依田座長 仲上委員、少し技術的な観点で、今議論している問題、何か御意見とかありますか。何か、このような選択画面の選択肢の数について。

○仲上委員 そうですね。サイバーセキュリティの観点では特にコメントはないところではあるのですが、ユーザーの利便性と考えると本当に多過ぎるとよく分からないというのは既に経験のある話かと思いますので、今議論されているような3つか4つ辺りというのが最適なのではないかと思います。

○依田座長 ほか、いかがでしょう。

上沼委員、どうぞお願いします。

○上沼委員 ペアレンタルコントロールの話の追加ですけれども、スクリーンタイムがOS依存になっているので、それでペアレンタルコントロールをしている機種について選択画面を入れると、時間制限とかも利かなくなる可能性があるかもしれません。その辺の特別扱いができないのなら、その辺の注意書きを相当丁寧にしないと、後でえっこんなこととは知らなかった、みたいなことになりかねないので、その点への懸念をコメントとして追加します。

○依田座長 ペアレンタルコントロールに関連して委員の先生方、ほか何かありませんか。

なかなかここは難しいところですね。事務局に1回持ち帰ってもらうか、今何か、ペアレンタルコントロールで何かありますか。

○稲葉室長 そうですね、具体的にどのような影響が生じるのかということも含めて、今、事業者と様々な実装方法についても調整をしているところですので、そのような過程でよく確認をしながら、できるだけ問題が生じないような形でうまく実装していけないかと考えております。

○依田座長 ありがとうございます。

ほか、いかがでしょう。もしよろしければ、次の26ページ、28ページで、石井委員にも大分

御意見を聞きましたが、同意の有無の辺りも含めて広く委員から御意見を伺えればと思います。
石井委員は、この辺、非常に強かったです。

競争政策の観点から、同意について何か一言ありますか、伊永委員。同意、オプトイン、オプトアウト、一括、競争政策に何か関係してくるでしょうか。

でも、随分ここは違うと思っていて、やはり事前合意と事後合意では消費者選定が全く違ってくるので、競争政策上の帰結も大いにここは依存してくるところだと思うので、是非、何か御意見あるならお願いします。ただ、この問題でそこをきつく何か区別をするべきかどうかは、また違う問題ではありますよね。何か広く意見がありましたら、お願いいたします。

○伊永委員 プリインストールとアンインストールが、やはりセットだということだと思えます。同意が事前であれ事後であれ、その撤回ができるようになっているというのが非常に重要なフェアネス・バイ・デザインだと思うのですけれども、プリインストールの同意の撤回というのがアンインストールだと思えますので、アンインストールが基本的に重要だと思っています。

アンインストールの設計につきましては、消去するというのが、つまりデータ上から消してしまうというのがやはりまずは第一選択肢になると思うのですけれども、それが不可避の事情でできない場合に、そのアプリの表示が出なくするというのはいいのですが、またすぐに表示を復活させて使えるようになるのとすると、これはイコールフットINGの観点からやはり少し有利だと思うのです。ほかのものについてはアプリストアへ行ってダウンロードしてということをしなればいけないところ、自社アプリについてはすぐに復活できるということでは十分にこの条文の趣旨を全うできないような気がします。プリインストールの同意の撤回ということであれば、アプリの表示を消す場合であったとしても、その機能をオフにし、再び機能をオンにする際には「消去」の場合と同じような作業を必要とするというくらいのことがあってもいいかと思いました。

以上がコメントになります。

○依田座長 滝澤委員、何かこの同意について御意見ございますか。

○滝澤委員 ありがとうございます。先ほどの石井委員の御意見を聞きながら考えていたのですけれども、追加的に組み込む場合については、どのような個別ソフトウェアかによって違ってくるのではないかと想像します。追加的に組み込むといっても、多くの人が必要とするアップデートのようなものであれば、オプトインにしてしまうとユーザーが実際に利便性を得られ

ない、よく分からないので同意せず、古いバージョンのままになってしまうという問題が生じてしまう可能性がありますので、石井委員がおっしゃった内容に賛成いたします。

そうではなくて、新しいアプリをデベロッパーが追加的に開発して、それを指定事業者が組み込んでしまうような場合には競争法上は大きな問題があり、この場合にはオプトインにすべきではないかと考えます。したがって、個別ソフトウェアの種類、内容によって、同意の在り方を変える必要はないのかという問題意識を持ちました。

○依田座長 この同意辺りのことについて、なかなか難しいところではあるのですが、事務局の方で何か考え等がございましたらお願いいたします。

○稲葉室長 まず、この規定の趣旨については、今、滝澤先生からも最後ありましたように、典型的にはサードパーティーが提供していたアプリと同じようなものを後から開発をして、OSのアップデートと併せて自社のファーストパーティーのアプリを追加インストールするような場合を念頭に置いた規定になっているところです。

したがって、そういうこともありますので、このような同意を取るという義務を課しているところですが、他方で、今申し上げたようにOSのアップデートと併せてインストールをしますので、技術的にはOSのアップデートとその追加でインストールするアプリというのは一体不可分のものと理解しております。そうすると、OSのアップデートも含めて同意を求めるということになる、OSがアップデートされない場合はセキュリティ上も問題が生じ得るかと思いますので、このようなOSのアップデートの際に行われる追加インストールについて、現実的にどのような方法で同意を取ることができるのかというところで、事業者とも調整を続けている状況です。

○依田座長 ありがとうございます。

ほか、どのような論点でも結構でございますが、いかがでしょう。

日高委員、仲上委員、この辺について何か技術的観点から、気になる点がございましたら御指摘ください。

○日高委員 では、私の方から失礼します。OS、基本ソフトウェアのアップデート等に関しましてですけれども、ある程度、事業者同士の競争という意味で基本的な機能を作っていくというのは、必要なタイミングなどをみて事業者が実施しておりまして、Googleが特定の機能を作ればAppleも似たような形で模倣する、お互いが良いところを取り入れてよりよいものを、という関係の先に技術的な進歩があるというのは、たくさん事例があるかと思います。

先ほどおっしゃられたようなサードパーティーが開発しているものを取り込んでしまうみたいな事例に関しては、確かにこちらに書いてあるOSアップデートへの同意の有無というのは必要だろうとは思いますが、現状の技術的なところでいいますと、同意をしないとしたときOSをアップデートするときに選択的にアップデート対象を選ぶ機構というのは現状、見当たりませんので、やはり一度アップデート時に追加機能が消費者のデバイスに入ってしまうというのは、セキュリティ上の必要性などもあり、避けられないというのはあるのかと思います。

いわゆるオプションのように選べるのが一番いい形ではあるかとは思いますが、そうでない場合においても、アンインストールですね。伊永先生がおっしゃっていただいたアンインストールに関しては、ユーザーの強い意思表示に当たると思います。ですのでユーザーの利便性を最大限確保して、アンインストールしやすいようにする方式は技術的にも妥当であるという意見と、アンインストールに関する規定にも書いていただいているのですが、どうしてもできないものに関しては、ソフトウェアが動作しないようにする、例えば個人情報等を収集しないように不活性するところまで、できるといいかと思います。その不活性の状態でセキュリティパッチが必要等になれば、またインストールやアップデートが発生する可能性は出てくるかもしれないのですが。多分に技術者の観点ではこのような手段が取り得るかという部分がございます。

以上となります。

○依田座長　ありがとうございました。

セキュリティの観点で、仲上委員、何か御意見ございますか。

○仲上委員　アプリケーションを追加的に組み込む際に同意を得るところにつきましては、利便性が向上するとか新しい機能が提供されるというときに勝手に入ってくるというのが今までだったと思うのですが、ここについてはどんなものが入ってくるのかというところについて利用者が選択できるというのは、在るべき考え方かと思います。

今、日高委員からも御指摘がありましたけれども、アプリケーションというか、スマートフォンのOSについてはアップデートによってセキュリティ対策が組み込まれるというのが基本的には大原則というか、大きなOSアップデートの1つの目的でもあると思いますので。そのような部分が選択的になるのではなくて、必ずセキュリティ対策として組み込まれるというところが担保できるのだということが在るべき姿かと考えております。

○依田座長 ありがとうございます。

一通り聞きますと、上沼委員、山田委員、最後の26、28ページのその他について何か御意見があればと思うのですけれども、いかがでございますか。

では、上沼委員、お先にどうぞ。

○上沼委員 同意に関して、皆さんおっしゃるとおりだったのですけれども、ユーザーとして言う意見としていえば、確かに知らないうちに勝手に入っているのは嫌だと思うので、そのような意味でやはり確認できる機会というのがあった方がいいかと思いました。

以上です。

○依田座長 山田委員、御意見ございましたらお願いいたします。

○山田委員 先ほど申し上げたとおり、日本のOEMのメーカーの利益という観点からすると、特にインストールされるアプリの一覧とか、機能の概要みたいなものがすごく細かくガイドラインのドラフトには書いてありますが、彼らにとってはアレルギーがあるわけですね。そんなことをやったら自分の会社の製品がどうなるのか、自分たちではコントロールできないことで、どうするのだみたいな。だから、それは結構重いコメントだと思うのですよね。

私の理解だと、セキュリティのアップデートをするときに全部入らざるを得ないので分けられないということなので、ではよく分からないので全てのアップデートをしないというユーザーが出てきたときのリスクという方が大きい。やはり後で削る仕組みの方がよいのではないかな。逆に言うと欧州ではここまでやってないわけですね。なので、これについては、ほかの部分もそうですけれども、やはり技術的なことがすごくリンクしてくる話なので、先ほど稲葉室長も各社と話されているとおっしゃっていましたが、会社側の技術的なインプットなくしては進めない。そこをやはり余りガイドラインに細かく書き過ぎると、書きたいという気持ちは分かるものの、実際に書き過ぎて技術的にワークしないというのは大いに起こり得る分野で、この部分、特にそうだと思いますので、そこは事業者と話されると同時に、先ほどの日本のOEMの懸念というのは、やはり無視はできないのではないかというのが私の意見です。

以上です。

○依田座長 恐らく、個別のソフトウェアを追加で組み込む際に、かなり厳しめの事前同意、つまりオプトインを求めると、利用者は大きく2つのタイプに分かれると思います。1つは、それを煩わしく感じてアップデートをやめてしまう人、もう1つは、特に気にせず機械的にどんどん同意してしまう人です。どちらの場合も、選択の質という意味ではあまり良い結果には

ならないでしょう。

ただ、その間の層として、少し注意深く選ぶようになる人たちも一定数出てくるとは思います。いわゆる「2・3・3・2の法則」で分かれるかどうか、その比率は分かりませんが、このあたりは非常に難しいところです。

一度、同意の取り方も含めて、まずは事業者側がどう対応してくるかを見てから判断するのがよいかもしれません。そうした点も踏まえたうえで、委員の皆さまからも御意見をいただければと思います。

川濱先生、どんなところでも結構なので、どうぞ御意見がありましたらお願いします。

○川濱委員 どうもありがとうございます。

実は、少し前からここには入っていたのですが、ウェブ会議の画面の設定が分からなくなってしまうと、ミュートを切れなくなってしまう。こういう画面設定が少し変わるだけで対応できない年寄りの目から見ると、確かに選択させ過ぎというのが、選択疲れで選択できなくなってしまうということはあるようです。他方、利用者の同意に関してですが、特にこれまで議論されていた、アップデートの機会に従来は他社が競合している機能をOSの機能の中に組み込むということについては、選択の機会がなくなることは問題だと思います。セキュリティ上を理由としたアップデート時にこれを同時に行われてしまうと対処が困難です。そこもアップデートの際に、機能のアップデートと個別機能とを識別した形でオプトインさせるようなやり方があるのかなのかということが可能であればそのような対応が必要かと思います。公正取引委員会の先ほどおっしゃっているように個別の事業者と対応なさっていることなのだろうと期待しています。その点で、ここで答えというのは出すのは難しいとは思いますが、少なくとも削除の機会はあることとして、オプトインする際もできるだけ重要な事項に関しては意思決定できる方が望ましいのではないかと思います。

それから、先ほどの選択画面を幾つにするかとか、それに乗せる基準をどうするかの問題に関しても、これに関しても既に先生方がおっしゃるとおりだと思います。競争法の観点から、ここで幾つ必要なかに確定的な答えは難しいですが、選択肢の数が多過ぎたらいいというわけでもないということもそのとおりです。先ほど依田先生がおっしゃったように、マジックナンバーセブンとか短期記憶の一般的な限界からしてもそれが少ない人であつたら4つぐらいでアップアップするかも分からないということを考えると、余り多過ぎても困るというのもよく分かります。

他方、3で十分かという不安です。先ほども企業結合規定のことが言及されていましたが、やはり4から3というのはかなり競争が低下する可能性の高い数値として扱うことも多かったことも事実です。この点から考えると、できたら4か5は欲しいというのが、これは従来の消費者の選択肢ないしは競争圧力の掛かり方からすると4、5辺りというのは1つの相場観なのかという気もいたします。この場合の数が何個がいいかというのは数だけでは決定できないというのは滝澤委員がおっしゃったとおりなのですが、やはり4ないし5あった方が技術的な競争圧力が掛かってくるのではないのでしょうか。

他方、実際に安全なものが本当に4つも5つもあるのかという問題もありそうです。ブラウザの中にはペアレンタルコントロールが利いてないようなものもあるならば、そのようなものを外してもらいたい親御さんもおられるだろうし、そうだとしたら例えば子ども用の機器に関してはその選定の画面を限定するような設計方針というのは組み込めるだろうというのを打ち出せるのかどうかも含めて、検討の余地があるのかという印象を抱きました。

以上でございます。

○依田座長 ありがとうございます。

ここを通じて、今、標準設定、選択画面、そのほか通じて、何かほかに御意見があれば何えればと思っておりますが、いかがでございましょうか。

ここまでを通じて、事務局の方から何か御意見やリプライがございますか。

○稲葉室長 本日も様々な御意見を頂きまして、頂いた御意見を踏まえつつ、更に並行して関係事業者とも様々な調整をしているところですので、こうしたことを進めながら、具体的に規則やガイドラインにどのような形で落とし込んでいくかという検討をしっかりと進めていきたいと考えております。

以上になります。

○依田座長 ほか今日全体を通じて、委員の先生方で何かまだ発言し忘れたようなことはございませんか。

伊永委員、どうぞ。

○伊永委員 前半のテーマで別枠の理解ですけれども、ランキングで検索をした部分については公正かつ非差別的という限定が掛かるけれども、別枠にはこの条件が掛かっていないという読み方でよろしかったかという確認になります。

公正かつ非差別なもののみを規制対象行為から外すというか、公正か非差別かいずれかがブ

レークしたようなものしか「優先的」という言葉では読まないようにするということで、絞りを掛ける解釈が問題となったわけですが、私は別枠にも絞りを掛ける方が望ましいと思っていましたので、確認のためお聞きしました。余り広く「優先的」に該当しないように解釈し、この言葉でかなり絞ってしまう方がイノベーションに対する悪影響が少ないかと思います。本来絞る方がいいと思うのですが、別枠に関してはこの絞りが働かないという理解でよろしかったでしょうか。

○依田座長 事務局、お願いいたします。

○稲葉室長 別枠の中に表示されるものが自社のものと他社のものが表示されるというときは、それは検索アルゴリズムを通じたものと同じように、その表示の順番なりが公正、非差別的であるかという観点から見ていくということはあると思っておりますが、その別枠の表示そのものに関して同じような基準を当てはめるとするのはなかなか難しいのではないかと、先ほどのような発言をしたところです。

○伊永委員 では、公正かつ非差別的という絞りは両方に掛かっているけれども、ただ、別枠に関しては、実質的に正当化理由のところでは影響を判断しながら見ていくという形にすることでしょうか。

○稲葉室長 そうですね、正当な理由の有無をよく見ていくということを考えています。

○伊永委員 はい、分かりました。

○依田座長 ほか、委員の皆様、よろしいでしょうか。

本日は、スマホ新法の第9条及び第12条に関し、活発な御議論を頂きました。事務局においては、本日委員から出された御意見等を踏まえながら、引き続き政令及び公正取引委員会規則の制定やガイドラインの策定に向けて具体的にどのように規定するかということを含め検討を進めていただければと思います。

また、昨年来検討会をインテンシブに開催し、委員の皆様には積極的に御議論いただくとともに、事務局において検討会における議論を踏まえ毎回丁寧に論点整理を行ってもらった結果、新法において禁止行為や義務を定める第5条から第13条までの規定に関して、本日をもって一通り議論を終えることができました。

事務局においては、これまでの検討会における議論を踏まえながら下位法令やガイドラインの具体的な規定の検討を進めていただき、次回検討会においては、これらの素案を提示して委員の皆様には御議論いただきたいと考えております。

最後に、事務局から事務連絡等をお願いいたします。

○稲葉室長　今、座長からもありましたように、本日の議論を含めて、これまで御議論いただいた内容を踏まえて、また、並行して進めている事業者との調整も踏まえながら、政令、公正取引委員会規則、ガイドラインについて、具体的にどのような形で定めていくかということで素案を我々の方で作成をさせていただいて、次回検討会ではそちらを提示の上御議論いただければと考えております。次回については4月になるかと思いますが、また追って詳細については事務局の方から御連絡をいたしますので、よろしくお願いいたします。

○依田座長　どうもありがとうございました。

以上をもちまして本日の検討会を終了いたします。