

# 令和6年度 デジタルプラットフォームの透明性・公正性に関するモニタリング会合 事業者ヒアリングに向けた質問事項に対する Apple 回答

2024年7月24日付け「令和6年度 デジタルプラットフォームの透明性・公正性に関するモニタリング会合 事業者ヒアリングに向けた質問事項（アプリストア分野）」に記載された各ご質問事項に対して、以下のとおり回答申し上げます。

## 1. 大臣評価「1（1）提供条件等の情報開示」に係る質問事項（P164-165）

### 1-1. 提供条件の関係箇所の明確化に関する質問

1-1-1. 提供条件（特に Apple の App Review ガイドライン、Google のデベロッパープログラムポリシー）が不明確であるとの苦情はどの程度来ているのでしょうか。具体的には、どの条項または文言に関する苦情が多いのでしょうか。

デベロッパは、App Review ガイドラインを明確化する必要があると考える場合には、下記の質問 1-2-3 において説明するとおり、ガイドラインの変更を提案することができます。ガイドライン変更の提案のリンクを通じて、デベロッパはガイドラインの不明確さに関する苦情や提案を含めることができますが、これまでの経験では、通常、このリンクを通じてガイドラインが不明確であるという苦情を受けることはありません。

2024年には、日本のデベロッパアカウントから合計5件のガイドライン変更の提案が寄せられましたが、これらはすべて、ガイドラインの変更を提案するというよりも、特定のアプリ却下に対処することを目的としたものでした。2024年4月1日以降、世界中で約400件のガイドライン変更の提案が提出されました。これらの提案のうち、日本のデベロッパから提出されたのは4件のみで、そのすべてがガイドラインの変更を提案するというよりも、特定のアプリ却下に対処することを目的としたものでした。

1-1-2. アプリ審査の（内部的な）解釈基準は存在するかご教示いただけますでしょうか。恣意的に審査・判断されているのではとの懸念もあるところ、当該基準、または、準ずるメカニズムがある場合は情報提供いただけますでしょうか。

App Reviewには、担当者が、アプリ審査の過程において、公平性・一貫性のある判断を行うための指針となる多くの内部プロセスと確立された基準があります。App Reviewのスペシャリストは、対面で実施される講師によるトレーニングと、バーチャルな学習プラットフォーム上でのトレーニングで構成される、広範なトレーニングプログラムを受講しています。これらのトレーニングの一環として、スペシャリストは、提供された情報を理解していることを確認するための評価（テスト）を完了します。トレーニングプログラムの最後に、スペシャリストは最終評価を完了しますが、合格するには80%以上の正確な回答が求められます。トレーニングはすべて App Review ガイドラインに基づいて行われ、App Review ガイドラインに含まれていないことや不明な点がある場合、スペシャリストは、公平かつ公正な解決を確保するためのエスカレーションパスに従うよう指示されます。

また、App Reviewのスペシャリストが、公正かつ公平な決定を行っていることを確認するために設けられた App Review の監査プロセスも存在します。この監査プロセスは、通常の審査チームと新規採用者の双方を評価する2部構成のプロセスです。通常の審査チームは、ランダムに抽出されたアプリのサンプルを使用して毎週監査されます。

これらのアプリは、4つの主要な正確性に関する基準に基づいて評価されます。

- ・ ポリシーの正確性 - 該当するガイドラインの違反が審査中に把握されたか否か
- ・ プロセスの正確性 - 文書化されたプロセス要件が審査中に遵守されたか否か
- ・ コミュニケーションの正確性 - 文書化されたコミュニケーション基準が審査中に遵守された

か否か

- ・ 顧客サービスの正確性 - 文書化された顧客サービス基準が遵守されたか否か

さらに、App Review には、審査のプロセスやツールを改善することを目的として、ミスやエラーが指摘された場合に、個人を積極的に指導してフィードバックを提供するためのプロセスが設けられています。App Review は、また、週次のチームミーティングにおいて、審査チームが新しいトレンドやベストプラクティスを確実に認識するようにしています。

1-1-3. [Apple] App Review ガイドライン 4.3 (スパム) について、下記質問にご回答ください。

1-1-3-1. (a)の「同一のアプリ」の「同一」はどの程度の同一性を指すのか可能な限り具体的にご教示いただけますでしょうか。例えば、同一のゲーム制作ツールを利用しているため素材や企画にそれぞれ共通する箇所があることや、自分でリリースしているアプリの数が多きことは、「同一のアプリに対して複数のバンドル ID を作成」したと評価しているのでしょうか。

ガイドライン 4.3(a)では、デベロッパは、同じアプリの複数のバージョンを提出すべきではないという一般原則が定められています。例えば、ガイドライン 4.3(a)は、「特定の場所、スポーツチーム、大学などに向けた異なるバージョンが存在するアプリの場合は、単一のアプリを提出し、異なるバージョンはアプリ内課金で提供する方法を検討してください」と具体的に記載されています。ガイドライン 4.3(a)は、ガイドラインの「はじめに」の部分に記載されるとおり、「高度にキュレーション」された App Store の提供という Apple の目標の達成に役立ちます。

上記の 2 つのご質問については、アプリがガイドラインに準拠しているか否かの判断においては、それぞれのアプリ提出の個別具体的な状況を考慮する必要があります。そうした背景なしに、ガイドラインの一般的な解釈を示すことは困難です。しかしながら、ご質問にある 2 つの状況は、ガイドライン 4.3(a)が意図するものではないと言えます。「共通する箇所がある」アプリは、一般的には、「同一のアプリ」には当たらないと解されます。さらに、多くのデベロッパは、App Store 上で複数のアプリを配布しており、中には、数百ものアプリを配布しているデベロッパも存在します。これは、それらのアプリが「同一のアプリ」であることを意味するものではなく、したがって、ガイドライン 4.3(a)に違反することにはなりません。

ガイドライン 4.3(a)は、模倣や知的財産の盗用からデベロッパを保護することを目的としています。この 2 つの基本的な要素を踏まえて、デベロッパは一般的にこのルールを支持しており、模倣や知的財産の盗用をより効果的に阻止するために Apple が行う改善を歓迎していると理解しています。

1-1-3-2. (b)の「すでに飽和状態のカテゴリ」は、「おなら、げっぷ、懐中電灯、占い、デート、宴会用ゲーム、カーマ・スートラ」の他にどのようなカテゴリが存在しますか。例えば、脱出ゲームは「すでに飽和状態のカテゴリ」に当たりますか。

ガイドライン 4.3(b)に明確に記載されているアプリのカテゴリのみが「飽和状態」として指定されています。したがって、「脱出ゲーム」は飽和状態のカテゴリとはみなされません。

1-1-3-3. 「すでに飽和状態のカテゴリ」を理由にリジェクトするのであれば、その飽和状態のカテゴリを明確にしておかない場合、アプリ事業者はそれを知らずに新規アプリを作成するコストを無駄に負うことになる懸念があります。「すでに飽和状態のカテゴリ」における既存のアプリと新規のアプリとの関係はどのように考えていますか。

上記 1-1-3-2 で触れたとおり、「飽和状態」のアプリはガイドライン 4.3(b)で明確に示されています。そのため、デベロッパには、それらの飽和状態のカテゴリにおいて新しいアプリを作成すべきではない旨が示されています。

1-1-3-4. 「ユニークで高品質な体験を提供するアプリ」とは、具体的にどういった基準を求めるのでしょうか。

アプリは飽和状態のカテゴリに属してはならず、他のアプリと同一であってはなりません。アプリはまた、最低限の機能に関するガイドライン 4.2 も遵守しなければなりません。

1-1-3-5. アプリ開発者が「ユニークで高品質な体験を提供するアプリ」や「すでに飽和状態のカテゴリ」を開発段階で知るための方法にはどのようなものがありますか。

Apple の基準は、デベロッパに対して十分な情報を提供していると考えています。デベロッパは、App Store のアプリが飽和状態のカテゴリに属してはならないこと、他のアプリと同一であってはならないこと、及び最低限の機能に関するガイドライン 4.2 を遵守しなければならないことを理解しています。

1-1-3-6. 異なる機種のパチンコやパチスロであれば、特に日本市場にローカライズした視点を持たば、「同一のアプリ」ではないと考えられます。この場合、「ユニークで高品質な体験を提供するアプリ」に当たるのではないのでしょうか。

異なる機種のパチンコやパチスロのゲームを提供するアプリは、それぞれ異なるアプリとみなされる可能性があります。アプリがユーザーにユニークで高品質な体験を提供しているかどうかは、アプリ審査において判断されます。パチンコやパチスロのアプリには、ギャンブルとの関連性という独特の課題があり、App Review のスペシャリストは、誤解を招くようなギャンブル関連の懸念事項やユーザーへの悪影響の可能性を特定します。

1-1-3-7. 上記を踏まえて、ガイドライン 4.3 の文言を明確化することは可能でしょうか。

Apple としては、ガイドライン 4.3 は明確で理解しやすいものと考えており、このことは、ガイドライン 4.3 の不明確さについてデベロッパコミュニティから広く苦情が寄せられていないことから示されているものと考えています。

1-1-4. [Apple] App Review ガイドライン 5.1.2(i) (データの使用と共有) (旧 : 3.2.2(vi) その他のビジネスモデルの問題 - 許容されない行為) について、下記質問にご回答ください。

1-1-4-1. 「ユーザーが機能やコンテンツにアクセスしたり、アプリを利用したり、金銭やその他の報酬（ギフトカードやコードを含むが、これらに限定されない）を受け取ったりする際に、アプリがシステム機能（プッシュ通知、位置情報サービス、トラッキングなど）の有効化をユーザーに求めることは認められません。」は、そもそもユーザーが「アプリの評価やレビュー、ビデオの視聴、他のアプリのダウンロード、広告のタップ」（旧ガイドライン 3.2.2(vi) 参照）といったタスクをこなすことで金銭やその他の報酬を獲得できることを禁じていないように読めますが、いかがでしょうか。

ご指摘のガイドライン変更後は、ユーザーがタスクをこなすことで報酬を獲得することは許可されていますが、アプリの主な目的が、ユーザーに対し、報酬と引き換えにデジタルタスクをこなすよう働きかけることにある場合には、そのアプリは App Store にふさわしくないと考えられます。

1-1-4-2. ゲームをプレイすることで報酬を獲得するアプリについては、どのようなゲームや報酬であればリジェクトの対象とならないのでしょうか。

アプリの主な目的が、デジタルタスクを完了したユーザーに対し報酬を支払うことにある場合には、そのようなアプリは却下の対象となります。このようなアプリは、単に、ユーザーに広告のインプレッションを増加させたり、その他のマーケティング指標を増加させたりしようとしているだけであることがよくあります。これに対して、ユーザーに物理的な作業を行わせ、アプリ経由で報告させることで報酬を支払うアプリは、ユーザーが報酬のために物理的な作業を行っているため、通常は却下の対象とはなりません。

1-1-4-3. 上記を踏まえ、ガイドライン 5.1.2(i) の文言を明確化することは可能でしょうか。

ガイドライン 5.1.2(i) については修正の必要はないと考えておりますが、ガイドライン変更の提案リンクを通じて提出された変更の提案については、検討いたします。

## 1-2. 提供条件の変更等に関する質問

1-2-1. 提供条件の変更を行う際は、原則的な社内フローとして、どのようにして提供条件変更の意思決定が行われ、どのようにして提供条件変更のリリースがなされるのでしょうか。

ガイドラインは、消費者及びデベロッパに対する新たなリスクに対応して、随時アップデートされ

ます。変更案の作成については、Apple の法務チームがリードを取り、社内の関係者から成る部門横断的なグループに対して承認を求めます。すべてのデベロッパに適用されるガイドラインの変更案は、App Review の方針に精通した専門の担当者、App Review Board の担当者、App Review の意思決定担当者、App Store、デベロッパリレーションズ、および法務チームによって評価されます。このプラクティスは、デベロッパを平等に取り扱い、ユーザー及びデベロッパに対して価値のある App Store の運営を総合的に改善することに役立つことから、適切かつ効果的なものであり、すべてのデベロッパに対しても公平なものです。関係者の間で合意に達した場合、ガイドラインの変更は、Apple Developer の「ニュースとアップデート」ウェブページに公開され、影響を受けるデベロッパには電子メールが送信されます。

1-2-2. 提供条件の変更を行う際、社内意思決定に至るまでの間や、リリース後～施行の間において、アプリ事業者等の意見を聴く体制・手続は整備されているのでしょうか。

Apple は、デベロッパとのコミュニケーションおよびフィードバック収集のための多数のチャンネルを維持しています。Apple は、デベロッパと常にコミュニケーションを行っており、それらのやり取りを、利用規約の更新に関する意思決定プロセスに情報を提供するために活用しています。ガイドラインの変更の多くは、デベロッパからの意見やリクエストによる直接の結果です。例えば、「ガイドライン変更の提案 (Suggest a Guideline Change)」機能を使用すると、デベロッパはガイドラインへの変更の提案を提出できます。App Review チームや関連するその他のチームは、あらゆる変更の評価に使用する基準と同じ基準に基づいてデベロッパのフィードバックおよび提案された変更を検討します。

長年にわたって、デベロッパとのコミュニケーションの直接的な結果として、多くのガイドライン変更が行われました。これには、リーダーアプリに関するルール、マルチプラットフォームに関するルール、ギフトに関するルール、そして最近では、単一のアプリにおけるストリーミングゲームを許可するガイドライン 4.7 の変更などが含まれます。

1-2-3. [Apple] 「ガイドライン変更の提案 (Suggest a Guideline Change)」機能は、日本のアプリ事業者に広く認知されているのでしょうか。根拠となる事実等と併せて回答ください。

日本のデベロッパは、Apple のウェブサイト上で、「ガイドライン変更の提案」機能を容易に見つけることができます。この機能は、App Review ガイドラインの「提出後」セクションに記載されており、「また、ガイドライン自体の変更を提案することもできます。これは、Apple が App Review プロセスを改善し、ポリシーのどのような点を明確にする必要があるかを特定するのに役立ちます。」という文言と、提案フォームへのリンクが付されています。「ガイドライン変更の提案」のリンクは、App Review ウェブページおよび入力フォームにも掲載されています。本報告期間中、日本のデベロッパから 2 件の提案が寄せられました（別紙 10 頁参照）。

全世界のデベロッパに提供されているものと同じドキュメントとリソースが、日本のデベロッパにも提供されています。[App Review ガイドライン](#)および [App Review](#) のウェブページには、ガイドラインの提案と関連するリンクが含まれています。これらのウェブページは、日本語にも翻訳されています。さらに、審査中にアプリがガイドラインへの違反で却下された際の却下のメッセージには、サポートセクションが含まれており、デベロッパに対し、「ガイドライン変更の提案」に関する情報提供が行われるとともに、デベロッパがこのプロセスの利用を希望する場合のために、リンクも提供されています。

2024 年には、日本のデベロッパアカウントから合計 5 件の提案が寄せられましたが、これらはすべて、ガイドラインの変更を提案するというよりも、特定の却下に対処することを目的としたものでした。これは、他の地域のデベロッパアカウントでも一貫して見られる一般的な行動です。

2024 年に寄せられた 417 件のガイドライン変更の提案のうち、23 件のみが実際にガイドラインの変更を要請するものであり、その他の提案は、いずれもガイドラインの変更を提案するというよりも、特定の却下に対処することを目的としたものでした。日本のデベロッパから寄せられた提案の中に、実際にガイドラインの変更を要請するものは含まれていませんでした。

以下のグラフは、「ガイドライン変更の提案」のウェブページへのアクセス数（全世界ベース）を示しています<sup>1</sup>。

<sup>1</sup> 2024 年 9 月のグローバル訪問者数は、9 月のデータ処理の締め切り日の関係で、チャート上では少ないように思われるかもしれませんが、2024 年 9 月全体のデータは、それ以前の月と同水準になる見込みです。

1. Jan 2024		100
2. Feb 2024		89
3. Mar 2024		521
4. Apr 2024		1,524
5. May 2024		1,424
6. Jun 2024		1,259
7. Jul 2024		1,381
8. Aug 2024		1,540
9. Sep 2024		151

## 2. 大臣評価「1 (2) 利用事業者との相互理解を促進するための手続・体制整備」に係る質問事項 (P171)

### 2-1. 外部から検証できるような形で、自社の取組を説明していくことに関する質問

2-1-1. [Apple]「エキスパートに相談」の取組みを報告されたが、この制度を導入した経緯、日本のアプリ事業者による利用状況、日本のアプリ事業者による評価などについてご教示いただけますでしょうか。

「Apple のエキスパートに相談」プログラムは、現在は「Apple に相談」に名称を変更していますが、デベロッパの緊急の質問に回答するため、Apple の担当者とデベロッパコミュニティをつなぐ新たな機会として開始されました。「Apple に相談」プログラムは、開始以来、デベロッパのために重要な質問に回答し、大きな成功を収めてきました。「Apple に相談」プログラムを通じて、デベロッパは、App Review の担当者に 1 対 1 のコンサルテーションをリクエストすることができ、また多くのトピックに関するグループセミナーに参加することができます。1 対 1 のコンサルテーションのリクエスト画面の例は以下のとおりであり、Apple Developer のポータルサイトからアクセスすることができます。

The screenshot shows the Apple Developer portal page for a 1-on-1 App Review consultation request. The page is titled "1 on 1 App Review コンサルテーションのリクエスト" (1 on 1 App Review Consultation Request). It includes the following information:

- Event Details:** 2024年10月8日 午後11:00 – 2024年10月9日 午後1:00 (GMT+9) UTC+09:00
- Format:** 30分 オンラインのコンサルテーション (30-minute online consultation)
- Location:** Cupertino
- Language:** 英語 (English)
- Description:** WebexでApp Reviewチームとつながって、App Reviewガイドラインについて確認し、審査プロセスをスムーズに進めるためのベストプラクティスを学びましょう。30分間のビデオコンサルテーションを通じて、App Reviewで求められること、ガイドラインに準拠したアプリの構築方法、よくある却下の理由、App Storeで配信するアプリの審査プロセスについてアドバイスを求めることができます。コンサルテーションをリクエストする際、ご希望の言語をお知らせください。
- Request Button:** リクエスト (Request)
- Deadline:** 10月5日午前9:00 (GMT+9)までにリクエストを提出してください。
- Requirements:** このイベントに参加するには、Apple Developer ProgramまたはApple Developer Enterprise Programで有効なチームメンバーシップと関連付けられている必要があります。さらに詳しく (For more details, see the link).

「Apple に相談」の取組みを通じて開催されるグループセミナーも、効果的なものであり、デベロッパコミュニティにおいて好評であることが証明されています。日本で実施された最近の「Apple に相談」イベントに対するレビューは、これらのイベントが、デベロッパコミュニティにより堅調に活用されていることを示しています。

ダイジェスト	国	日付	セッション	登録数
Apple のエキスパートに相談 - ダイジェスト 2023 年 11 月	日本	11/19/23	Apple Vision Pro チャレンジ (パート 1) (JP231120-21, チャレンジ)	362
Apple のエキスパートに相談 - ダイジェスト 2023 年 11 月	日本	11/27/23	App Store セッション Q124 - 113 - 1128 - Game Center を利用した発見とエンゲージメントの促進 (日本語) (T	20
Apple のエキスパートに相談 - ダイジェスト 2023 年 11 月	日本	11/29/23	App Store セッション Q124 - 113-1130 - TestFlight を始めよう (日本語) (東京)	35
Apple のエキスパートに相談 - ダイジェスト 2023 年 11 月	日本	12/03/23	AppVision Pro チャレンジ (パート 2) (JP231204-05)	272
Apple のエキスパートに相談 - ダイジェスト 2023 年 10 月	日本	10/31/23	Apple Vision Pro デベロッパラボ - 東京 (Wave 4a)	73
Apple のエキスパートに相談 - ダイジェスト 2023 年 9 月	日本	09/27/23	ゲームのグローバル展開戦略を構築 (JP230928, App Store)	121

2-1-2. 自社で開催する説明会等のイベントに相当する第三者のイベントが開催可能となるような環境整備を行っていますか。具体的にはアプリ開発者向けの情報提供を行う事業者からストアルール等の改定に関する問い合わせが行われた際に、自社と同様の結論に到達することが可能な情報提供を行っているかご教示いただけますでしょうか。

ご質問の趣旨を正確に理解できていないかもしれませんが、Apple は、デベロッパおよび一般ユーザーに対して、App Store のルールに関する情報を、以下の「ニュースとアップデート」ウェブページで公開しております (<https://developer.apple.com/jp/news/>)。第三者は、Apple が公開した情報を自由に利用することができます。ただし、Apple は、デベロッパではない第三者が、Apple のワールドワイド・デベロッパリレーションズ部門と同様のサービスを提供することを支援する義務を負いません。

## 2-2. 国内管理人の役割に関する質問

2-2-1. 国内管理人として指定している日本法人の社内情報（機関構成、役員員数（特に、日本法人専属者数）など）について、可能な範囲で開示していただけますでしょうか。

Apple が初めて日本にオフィスを開設してから、昨年で 40 周年を迎えました。Apple は、オフィスの開設から、日本でのビジネスを拡大するに伴い、日本におけるデベロッパコミュニティのサポートに専念する社員を含めて、従業員数を増加させてきました。日本における App Store は、Apple のエコシステムに不可欠な要素であり、Apple は、事業開発、エディトリアル及び運用に対するサポートを含め、日本のデベロッパ及び日本において配信されるアプリを支援するため、多数の社員を日本に配置しており、日本のデベロッパコミュニティと緊密に連携して、Apple が提供する様々なサービスをサポートしています。

2-2-2. 日本法人与本社との連携フロー（特に、苦情処理のフロー）について、具体的にご教示いただけますでしょうか。

国内管理人は、本社とデベロッパや規制当局を含む日本の関係者との間の円滑なコミュニケーションをサポートします。日本の関係者から連絡を受けた場合、国内管理人は、本社の担当チームとの内部コミュニケーションが促進されるようリーダーシップを発揮するとともに、本社が背景をよりよく理解し、取引慣行や現地の規制を考慮した上で、苦情に対して妥当な結論を導くことができるよう、追加の情報を提供します。中には、日本の関係者とのコミュニケーションが、[developer.apple.com/jp/](https://developer.apple.com/jp/) のサポートページからの問い合わせなど、通常のコミュニケーションチャンネルの中で開始される場合もあります。国内管理人は、本社からの問い合わせに対して、必要に応じて適切な提案も行います。問い合わせの内容は様々であり、国内管理人は、個々の問い合わせ

に関連するチームと調整し、本社と連携しながら、適切に問題を解決します。

- 2-2-3. 日本法人が、運営改善（特に従前の大臣評価との関係で行った取組み）に向けて中心的な役割を果たした事例があればご教示下さい。

国内管理人は、日本に所在する Apple の社員及び本社と緊密に連携し、日本のデベロッパが、App Store を通じて、アプリを開発し、マーケティングし、販売する際に役立つさまざまなツールに慣れ親しんでもらうことを目的としたセミナーを開催しました。最新のセミナーは日本語で開催され、日本のデベロッパの懸念に対処するために、さまざまな返金 API を紹介する内容となりました。セミナーの内容は、デベロッパが、自社のアプリのビジネスモデルに役立つ API を理解できるように、日本のデベロッパが通常採用している様々な利用シナリオに対応できるように設計されました。セミナーに参加した 173 名を対象に実施したアンケートでは、約 90% という非常に高い満足度が示されました。これは、前回の大臣評価に関連する取組において、国内管理人が中心的な役割を果たした例の 1 つであると考えています。

- 2-2-4. 日本法人は、具体的にどのような権限が与えられているのでしょうか。特に、利用事業者を含む関係者とのコミュニケーションのために運営改善に向けた中心的な役割を果たすことができる権限は与えられているのでしょうか。

Apple は、本社も含めて、透明化法の趣旨を理解し、高く評価しています。前述の通り、国内管理人は、日本のデベロッパに対する透明性の向上と公正性の確保、及び Apple とその他の関係者との間の円滑なコミュニケーションの促進において、中心的な役割を果たしています。一方で、Apple は、Apple のデベロッパコミュニティは、単一かつ統一されたプラットフォーム上で、摩擦なくグローバルにアプリを提供することのできるマーケットプレイスとしての App Store を、高く評価しているものと考えています。このような App Store の価値を維持するためには、日本に所在するデベロッパおよび国内管理人を含む社員のために、Apple の本社が可能な限りグローバルに統一された方法でサービスを運営し続け、日本のデベロッパが本国内および世界市場の両方で成功できるよう、引き続き支援し続けることが適切であると考えています。

### 3. 大臣評価「1 (3) 苦情処理・紛争解決の状況」に係る質問事項 (P178)

- 3-1. 苦情処理・紛争解決に係る取組みの客観的な評価に資する情報を積極的に開示することに関する質問

- 3-1-2. [Apple] 苦情の報告とは別に、問合せ件数及びその類型が報告されました。これは全世界を対象として集計された情報ですと考えられますが、日本市場に限定すると、どのような問合せ件数及び類型となりますか。

別紙 12 頁に記載された数値は、日本市場のみを対象として集計したものであり、全世界を対象として集計したものではありません。別紙記載のとおり、本報告期間中、Apple のワールドワイド・デベロッパリレーションズチームは、毎月平均して、以下のとおりデベロッパからの問い合わせを受けました。

- ・ 月平均 (2023 年 4 月 1 日から 2024 年 3 月 31 日)
  - ・ E メール：問い合わせ 3,997 件/月
  - ・ 電話：問い合わせ 1,095 件/月
  - ・ 合計：サポート問い合わせ 5,092 件/月

- 3-1-3. [Apple] 苦情含む問合せ件数・類型をカウントしているのであれば、そのうち苦情にあたるものを類型化してカウントして報告することは可能と考えられます。何か障害となることはありませんでしょうか。

従前ご説明しているとおり、ご報告している苦情ポータルサイトを通じた「苦情」のみが、透明化法において報告が義務付けられている真の「苦情」であると考えております。しかし、前回の会議において、その他の数値も年次ベースで提供することを貴省にお伝えしました。Apple は、デベロッパがガイダンスや支援を受けるために、Apple とコミュニケーションを取るための複数のチャネルを提供しています (報告書 16 頁参照)。また、Apple の App Review チームとデベロッパ・リレーションズチームは、デベロッパと常にコミュニケーションを取っています。これらのチャネルを通じて、デベロッパは、Apple に対し、質問、フィードバック、提案および苦情を伝えることができます。Apple は、デベロッパとのコミュニケーションを苦情・紛争または質問・フィードバック・提案に区別していません。そのような区別を行うことは、非常に大きな負担を伴うものであり、事

実上、そのような対応は不可能です。

3-2. 潜在的な苦情及び紛争をそうなる前に解消する観点も踏まえ、利用事業者の苦情を分析し、その結果を踏まえて継続的に運営改善を図っていくことに関する質問

3-2-1. 各アプリ事業者に対する担当者の有無はどのような基準で決めているのか、ご教示いただけますでしょうか。

App Review プロセスに従い、言語スキルや主題に関する専門知識に応じて、様々なエスカレーション、苦情または紛争について、担当者を割り当てることがあります。Apple は、いかなるデベロッパに対しても、「担当」となる従業員を割り当てことはありません。代わりに、Apple は、適切と判断される場合において、デベロッパに対し、特定のスキルと専門知識を持つ従業員を、特定の問題の解決を支援するために手配することがあります。

Apple は、Apple の代表として第三者の経営陣との関係を構築し管理するパートナーシップマネージャーを雇用しています。パートナーシップマネージャーは、ユーザーに楽しく魅力的なアプリ、ゲーム、体験を提供するために、市場のデベロッパやパブリッシャーに直接協力しています。しかし、パートナーシップマネージャーは、ガイドラインに基づいてデベロッパのアプリが評価される基準に何ら影響を与えたり、変更を加えたりすることはありません。

3-2-2. 特に苦情のケースにおいて、担当者の有無によって、アプリ事業者が得られる情報に差が生じることがあるのかにつきご教示下さい。

デベロッパが利用できる情報に違いはありません。Apple は、ガイドラインの下で、すべてのデベロッパを平等に扱っています。他者とは異なる、より充実した情報基盤にアクセスすることができるデベロッパは存在しません。

3-2-3. 担当者がいないアプリ事業者について、担当者を付す代わりに、苦情・紛争含むコミュニケーションをとりやすくする取組みは可能でしょうか。

質問 3-2-1 において説明したとおり、Apple は、いかなるデベロッパに対しても、「担当」となる従業員を割り当てことはありません。パートナーシップマネージャーが存在することや、習得した知識と専門分野の知識を備えているために、医療用アプリなどの特定のアプリのサブセットを審査する App Review 担当者が存在することによって、不利益を被るデベロッパは存在しません。

#### 4. 大臣評価「2(1)手数料・課金方法」に係る質問事項 (P194)

##### 4-1. 手数料に関する質問

4-1-1. 「現行の仕組みやその説明では、利用事業者との相互理解を深めるのは難しいとの認識の下、利用事業者からなる団体と協議を進めること等を通じて、追加的な取組を検討すること」(大臣評価 P. 52) に対応して、日本市場において取り組んでいる内容または今後計画していることがあればご教示いただけますでしょうか。

大臣評価での要請に応じ、Apple の現地チームは 2024 年 7 月にデベロッパ向けセミナーを開催しました。セミナーでは、ビジネスモデル、返金、API の利用、App Review サポートなど、重要なトピックが数多く取り上げられました。イベントに参加したデベロッパから寄せられた 56 件のフィードバックでは、86%のデベロッパがプログラムに満足し、93%のデベロッパが貴重な知識を得たと回答しました。Apple の国内チームは、日本のデベロッパコミュニティが希望する場合は、今後も同様のセミナーを開催していく予定です。

##### 4-2. 課金方法に関する質問

4-2-1. 御社が提供されているアプリ内課金システム以外のアプリ内課金システムが、サードパーティのアプリにおいて利用できるようになる場合、こういった課題があるとお考えでしょうか。

Apple が提供するアプリ内課金（以下「IAP」といいます。）は、ユーザーがデバイスを設定する際に、Apple に一度だけ提供した支払い情報に基づいて、あらゆるアプリ内での購入に対して、安全で使いやすい単一の支払い方法を提供します。IAP は、App Store のユーザー体験の中心となる多くの機能を実現します。例えば、Apple の「ファミリー共有」機能では、最大 6 人までの家族において、App Store 上での購入やサブスクリプションを共有することができます。これにより、未成

年者も、その家族と共通の支払い情報を利用して、アプリ内課金を行うことができます。また、IAP は「承認と購入のリクエスト」機能も備えており、これにより、子供によるアプリ内課金を保護者による承認制とすることができます。IAP を単一の集中型支払いメカニズムとして利用している App Store のその他の機能として、Apple のサブスクリプション管理ページ、購入履歴、購入の復元機能などがあります。また、IAP は、ユーザーがサブスクリプションを簡単にキャンセルできるようにするワンストップショップ機能も提供しています。

ユーザーが、IAP の代替決済手段を使用した場合、Apple のプライベートで安全な取引システムを通じてこれまで享受してきた保護や便益を享受することができなくなります。例えば、ユーザーは、簡単にサブスクリプションをキャンセルできること、購入履歴を一元管理できること、「承認と購入のリクエスト」のようなペアレンタルコントロール機能の利用、商品について広告と異なる金額をユーザーに支払わせようとするような詐欺的な手口からの保護といった便益を享受することができなくなります。AppleCare の担当者の、代替決済手段を使用するユーザーを支援する能力は限定的である(または全くない)ことから、ユーザーは、どのような利点や保護が利用可能か、また、取引に問題が生じた場合に誰に問い合わせればよいかについて、アプリごとに自分で判断しなければならなくなります。

IAP の代替決済手段が利用可能になり、デベロッパが同じアプリで IAP と代替決済手段の両方を使用することを選択できることとなると、エンドユーザーは、そのアプリについて、Apple とデベロッパのいずれによって管理されているのか混乱する可能性があります。例えば、IAP を利用して商品を購入したエンドユーザーは、Apple の管理下に置かれることとなりますが、代替決済サービスを利用して商品を購入した場合は、デベロッパの管理下に置かれることとなります。これにより、エンドユーザーが、適切な相手の管理を受けたり、カスタマーサポートを受けたりすることが難しくなることが考えられます。

サードパーティのアプリのデベロッパが、ユーザーをアプリの外に誘導して購入を促すリンクを組み込むのを許可することも、さまざまなリスクを伴います。Apple は、iOS 上のすべてのアプリが、一回避を試みることなく Apple のすべてのデバイスに組み込まれ、その完全性にとって不可欠なプライバシー機能を適切にサポートすることを求めています。App Store から入手できるアプリは、追加のプライバシー基準を満たす必要があります。オープンウェブには、このようなプライバシーやユーザー教育、情報に関する要件はありません。ユーザーが、App Store から入手したアプリにおいて期待するプライバシーやデータの保護については、ウェブでは期待することはできません。例えば、デベロッパは、購入リンクの URL に追加のパラメータを挿入することが可能です。アプリ上で、リンクアウト用の URL を開き、それに追加のパラメータが含まれている場合、アプリのユーザーに関する個人情報がオープンウェブ上のウェブサイトに提供され、ユーザーはその情報がその後どのように使用されるかについて一切の保証を得ることはできません。このような形式でのリンクの追跡は、ウェブ上で個人を追跡する代表的な手段です。追加パラメータ付きのリンクを許可すると、デベロッパが追加パラメータを挿入し、それによって URL のアクセス先を変更することが可能となり、ユーザーがアクセスするウェブサイトを選択する権利を奪うことにもなりかねません。また、この点は App Review に追加されることになり、デベロッパがリンクに挿入する追加パラメータをすべて検証し、例えば、エンドユーザーのプライバシーを侵害していないことを確認する必要が生じることとなります。

- 4-2-2. 「アプリ内課金の代替決済手段や当該手段に至るまでの経路について、利用事業者にとってアプリ内課金との比較で実質的な選択肢となる仕組みとすること」(大臣評価 P. 53) に対応して、日本市場において取り組んでいる内容または今後計画していることがあればご教示いただけますでしょうか

Apple は、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法律の遵守に向けて重点的に取り組む方針です。

- 4-2-3. [Apple]アウトラックの申請・認定件数の報告がされていました。Apple では、こうした件数についてアウトラックの利用が進んでいると自己評価されていますでしょうか。

デベロッパによる外部リンクアカウントエンタイトルメントの採用は続いています。以前ご説明したとおり、App Review ガイドライン 3.1.3(a)にあるように、リーダーアプリは「以前購入したコンテンツまたはコンテンツのサブスクリプション(具体的には、雑誌、新聞、書籍、オーディオ、音楽、ビデオ)に、ユーザーがアクセスできるようにすることは許可されています」。言い換えれば、リーダーアプリとして適格なアプリは、雑誌、新聞、書籍、オーディオ、音楽またはビデオを

提供するアプリに限られます。リーダーアプリを提供するデベロッパは、多くのコンテンツの権利者からライセンスを取得し、それらの権利者にロイヤリティを支払い、魅力的なコンテンツのラインナップを展開し、それらのコンテンツをホストし、配信するコストを負担しなければなりません。そのため、リーダーアプリは、一般的には大規模なデベロッパによって運営されています。

## 5. 大臣評価「2(2) 自社及び関係会社の優遇」に係る質問事項 (P201) <sup>2</sup>

### 5-1. 内部ポリシーに関する質問

5-1-1. [Apple] 「App Store のデータを自社アプリの開発に役立てたいというリクエストは、Apple のポリシーにより却下される。」と報告がなされました。そのポリシーの内容や実効性について、下記質問にご回答ください。

5-1-1-1. App Store における閲覧や個々のアプリの取得などのデータそのものの他、それらのデータを元に解析し抽出されたデータについても、非公開のものについては、当該ポリシーの対象となるデータに含まれていますでしょうか。

Apple が上記のポリシーの対象としているデータには、集計データおよび非集計データだけでなく、個々のアプリの閲覧やインストールなどのユーザーの活動から推測されるデータも含まれます。

5-1-1-2. 今後、Apple Intelligence の導入により、AI によってサードパーティのアプリの取得やサービスの利用をユーザーに勧めることなども考えられます。こうした AI とユーザーの相互作用に関するデータであって、サードパーティのアプリやサービスに関するものも含めて、「アプリ解析とプライバシー」でいうところの「独自のアプリやその他の類似アプリ、製品、サービスに関連する解析情報の一部やそれらの使用方法に関する統計情報や、集約された形式または個人が特定されない形式で提供」されるデータを、御社は取得すると考えられます。こうしたデータも当該ポリシーの対象となって管理されるのでしょうか。

Apple は、他のデベロッパのアプリと併用する場合を含め、ユーザーが Apple Intelligence を今後どのように使用するかについてはまだ把握しておりません。もっとも、Apple は、デベロッパのアプリに関連する範囲において、上記のポリシーがデバイスの分析データにも適用されることを確認しております。

5-1-1-3. 当該ポリシーの対象となるデータに対して、御社及びその関連会社のどの者がアクセスできる権利を持ち、アクセスした場合にはその目的とともに記録をしているのでしょうか。

Apple でのデータの使用は、データガバナンスとデータの使用に関する最高水準のコンプライアンスを確保するための厳格なポリシーの対象となります。つまり、データは、それを知る必要がある場合に限り、内部でのみアクセスおよび共有され、また、データの処理は所定の使用目的のために必要なものに限定されます。これらの原則は、特に、ポリシーの対象となるデータに適用されます。

例えば、App Store 上のユーザーによるアプリの閲覧やインストールに関するデータは、広く利用可能とされることはなく、App Store での技術的な問題の解決や App Store のパフォーマンスの測定、デベロッパへの報告といった使用目的のために必要な場合にのみアクセスが許可されます。関係するデータセットへのアクセスは、承認プロセスと従業員によるアクセスの両方を記録する専用システムによって管理されます。

5-1-1-4. 当該ポリシーに違反した者はどのように取り扱われるのでしょうか。

Apple はこれらのポリシーを重視しており、関係するデータにアクセスできる者が、その権利を濫用することはできません。しかしながら、違反の正確な帰結は、当然のことながら、個々のケース、特に問題となる違反行為や、適用のある雇用関連法の遵守などといった法令上の要件によって異なります。

5-1-1-5. 当該ポリシーの内容について責任を持つ部署はどちらの部署であり、対応する役員

<sup>2</sup> 本項については、「管理は適切に行われている」などの説明では十分ではないと考えられるため、説明の方法については特に工夫していただけますでしょうか。

はどういった責任をお持ちの役員なのでしょうか。

Regulatory, Compliance & Policy および Competition Legal（並びに関係するデータの担当チーム）が、ポリシーの内容について責任を負います。対応する役員は、それぞれの組織内でポリシーが遵守されることを確保する責任を負います。

## 5-2. データ以外の自社及び関係会社の優遇に関する質問

5-2-1. 事業の運営方法及び体制その他当該事業の運営を適切に管理するための措置に関する方針について、以下のようなことはありますでしょうか。ある場合にその内容や実効性は具体的にどのようなもののでしょうか。

5-2-1-1. 自社のアプリ審査と他社のアプリ審査におけるプロセスや審査基準の違い

別紙 18 頁に記載のとおり、違いはありません。

5-2-1-2. アカウント停止・アプリ削除などの違反行為に係る措置における自社と他社の取扱いの違い

別紙 18 頁に記載のとおり、違いはありません。

5-2-1-3. 表示順位（検索結果、カテゴリごとのランキング、おすすめ順表示など）における、自社アプリと他社アプリの取扱いの違い

別紙 18 頁に記載のとおり、違いはありません。

5-2-1-4. おすすめ表示（上記 5-2-1-3. の表示は除く。）における、自社アプリと他社アプリの取扱いの違い

別紙 18 頁に記載のとおり、違いはありません。

5-2-2. [Apple]御社が提供している以外のブラウザエンジンを利用する、サードパーティアプリが利用できるようになると、どのような課題があると考えていらっしゃいますか。

iOS でサードパーティのブラウザ・エンジンを許可することは、iOS プラットフォームと iOS ユーザーに重大なリスクをもたらします。ブラウザ・エンジンは、iOS のようなオペレーティングシステムを攻撃する最も一般的な手段であり、適切な対応策がなければ、サードパーティのエンジンは、iOS プラットフォームの完全性を損なうおそれがあります。

ブラウザ・エンジンには危険な機能があります。非常に高いパフォーマンスの JavaScript コードを実行するために、WebKit のようなブラウザ・エンジンは、ウェブページとやり取りする際に、動的にコードを生成することが許可されています。このコードは未知のものであり、検証なしで変更される可能性があるため、サードパーティのアプリのコードよりもはるかに危険です。実際に、iOS 上のウェブコンテンツ以外のすべてのコードは、作成者、すなわち、Apple またはサードパーティのデベロッパのいずれかに帰属しており、そのコードにより、マルウェアの有無を確認することが可能です。

また、ユーザーがさまざまなウェブコンテンツにアクセスできるようにするため、ブラウザ・エンジンは複雑なユースケースに対応する必要があることから、OS(マイク、カメラ、オーディオ、ストレージなど)への幅広いアクセスが必要となり、その結果、信頼されていないウェブ全体に OS の機能がさらされることは、問題をさらに複雑にしています。ブラウザ・エンジンが広範なアクセスを必要とすることから、悪用された場合の影響は深刻なものとなります。

ブラウザ・エンジンの危険な機能と広範なアクセス性は、オペレーティングシステムを攻撃するうえで、格好の手段となります。好況な市場では、ブラウザ・エンジンを悪用するたびに、悪意のある行為者に最高 50 万ドルが支払われることもあります。各主要ブラウザ・エンジンでは、少なくとも毎月 1 件、重大な悪用事案が発生しています。例えば、ブラウザ・エンジンを通じて、ユーザーを秘密裏に追跡することが考えられます。攻撃者は、デバイス固有の識別子を使用して、ユーザーがどのサイトにいつアクセスしたかを追跡することができます。また、ユーザーの位置情報にアクセスもできます。カメラを制御してユーザーを監視したりすることも可能です。攻撃者は、ユーザーのデータを盗んだり(例：銀行情報の不正入手)、あるいはユーザーを脅迫する場合(例：ランサムウェア攻撃)もあるかもしれません。

このような脅威は避けられませんが、Apple が WebKit の機能を制限するために多大なリソースを投入し、ソフトウェアによる対応策を積極的に開発し、脆弱性を注意深く特定して対策を施すことにより、そのリスクは軽減されています。ブラウザ・エンジンに依存するアプリも、使用するブラウザ・エンジンが、ブラウザ・エンジンベンダーによる最新のソフトウェアとセキュリティアップデートを実装していることを確認する必要があります。そのため、Apple は、Web コンテンツを扱うすべてのアプリが、WebKit のアップデートの恩恵を即座にかつ継続的に受けられるように、iOS を WebKit の単一のインスタンスに基づいて設計しました。

Apple は、これまで年に約 7 回の定期的なリリースと、重大なセキュリティの脅威に対応するための臨時的な緊急なリリースという形で、WebKit のセキュリティアップデートを提供してきました。このため、Apple は、ユーザーにとってデバイスが安全かつ信頼できるものであることを保証し、ユーザーのプライバシーを保護し、高いパフォーマンスを実現するという点において、業界をリードする記録を維持することができました。

iOS にサードパーティ・エンジンを許可すると、新たな「パッチギャップ」の問題が生じます。サードパーティのアプリにサードパーティ・ブラウザエンジンを組み込むと、アプリ内のブラウザ・エンジンのアップデートに受け入れがたい遅延が生じることは避けられません。

また、iOS にサードパーティ・エンジンを許可すると、デバイスのパフォーマンスにも悪影響が及びます。Apple のデバイスでは、WebKit が、業界をリードするブラウザのパフォーマンスと効率性を実現することができるように、入念に最適化されてきました。これにより、iOS デバイスは、ウェブベースのブラウザの性能評価において常に競合他社を凌駕し、業界トップクラスのバッテリー寿命と効率性を実現しています。これに対し、サードパーティ・エンジンを使用するブラウザは、極めて非効率で、デバイスのメモリや電力リソースを過剰に消費する可能性があります。

5-2-3. [Apple] (新法施行までの準備の観点の質問として、) トラッキングルールについて、以下の点をご教示いただけますでしょうか。

5-2-3-1. ATT が適用されるトラッキングと Apple が行っているパーソナライズされた広告はどのように違いますでしょうか。

ATT が適用されるトラッキングと、Apple のパーソナライズされた広告は、それぞれの対象範囲において明確に区別できます。

- ATT プロンプトは、広告目的で、極めて詳細なプロファイルを作成されるリスクのある、サードパーティに送信されるデータまたはサードパーティのアプリから送信されるデータの収集を対象としています。
- パーソナライズされた広告は、Apple 独自のエコシステム内での限定的なデータの収集および利用のみを対象としており、パーソナライズされたプロファイルを作成することなく、ユーザーを幅広いセグメントに分類することを目的としています。

ATT の枠組みでは、Apple を含むすべてのデベロッパが、ATT プロンプトを通じてユーザーを追跡することについて、ユーザーから許可を取得することが義務付けられています。Apple は、デベロッパがシステムとデータ処理を更新するために必要な時間を確保するため、ATT プロンプトの技術的な施行を 2021 年春まで延期いたしました。

iOS 14.5、iPadOS 14.5、tvOS 14.5 以降、デベロッパは、ATT プロンプトを通じて、ユーザーの許可を得ることなく、ユーザーのデバイス上の広告識別子 (IDFA) にアクセスすることが技術的に不可能となりました。デベロッパが IDFA へのアクセスを望まない場合でも、アプリ内でデータを収集し、トラッキングに使用したい場合は、App Store ガイドラインにより、ATT の許可を通じてユーザーの許可を求めることが義務付けられていました。

Apple はユーザーをトラッキングしていません。仮に Apple がユーザーをトラッキングする場合、他のデベロッパと同様に、ATT プロンプトを表示することが義務付けられることとなります。もっとも、Apple は、広告目的で、ユーザーの個人情報を第三者と共有したり、販売したりすることはありません。また、第三者から取得した、ユーザーまたはそのデバイスを特定する情報に基づいて、広告を表示することはありません。

Apple は、広告に使用されるユーザーのデータに関して、業界をリードする透明性と管理機能を提供しています。Apple は、トラッキング目的でユーザーデータを使用することはありません。その代わりに、Apple Search Ads は、プライバシー・バイ・デザインのソリューションに依存しており、App Store でパーソナライズされた広告を提供するために、限られたファース

トパーティ・データ(すなわち、デベロッパのアプリを使用するユーザーがデベロッパに直接提供した情報など、企業が独自のサービスを使用して収集したデータ)のみを使用しています。また、それは、Apple が配信するパーソナライズされた広告の受信に同意したデバイスのユーザーのみを対象としています(「パーソナライズされた広告」)。

Apple は、ユーザーがいつでも簡単に切り替え操作でパーソナライズされた広告の設定を管理できるようにしてまいりました。2021 年 9 月、Apple は、iOS 15 のリリースに伴い、パーソナライズされた広告のプロンプトを導入しました。このプロンプトは、新規ユーザーと、App Store の起動時にデバイスの設定が「パーソナライズされた広告」がオンになっている既存ユーザーに対して表示され、Apple がファーストパーティ・データを使用してパーソナライズされた広告を配信することを許可するか否かについて、ユーザーに明示的に選択権を与えるものです。このプロンプトが導入される以前から、ユーザーは、iOS14 の設定で「パーソナライズされた広告」をオフにすることで、Apple が広告目的でユーザーの情報を使用することを防ぐことができました。Apple Search Ads は、Apple が広告のパーソナライズにファーストパーティ・データを使用できるか否かについて、ユーザーに明示的に決定権を与えることにより、広告目的のためのファーストパーティ・データの管理をユーザーが容易かつ透明性をもって行えるようにするという点において、他の多くの広告プラットフォームよりも一歩先を進んでいると考えます。これに対し、他の多くの広告プラットフォームは、広告目的でのファーストパーティ・データの使用を無効にするという選択肢をユーザーに提供することさえしておりません。

5-2-3-2. ATT プロンプトについて、デベロッパにはどこまで表示を編集することが認められているのでしょうか。

ATT プロンプトは、すべてのアプリを対象とした標準化されたオペレーティングシステムレベルのプロンプトです。標準化は、ユーザーが提示された選択肢を理解しやすくするために、個人情報保護当局によって推奨されています。ただし、デベロッパは、ATT プロンプトの説明文のうちの太字でない部分に言語を記入する独自の目的の文字列をプロンプトに含めることができます。デベロッパは、追跡の理由をユーザーに説明するにあたり、相当な柔軟性を有しています。

デベロッパは、任意のタイミングで ATT プロンプトを表示することが可能です。また、ATT プロンプトの前に、独自の画面を表示することもできます。これらの画面は、オペレーティングシステムによって管理されているわけではないため、独自の画面をいつ、どのように、どの程度の頻度で表示するかは、(App Review ガイドラインおよび Apple のデベロッパ契約に準拠している限りにおいて) デベロッパの裁量に委ねられています。

## 6. 大臣評価「2(3) アカウント停止・アプリ削除措置の手続」に係る質問事項 (P210)

### 6-1. 誤った措置に関する質問

6-1-1. アカウント停止・アプリ削除それぞれの事前通知の件数(年間)・その推移(年ごと)、事前通知を行わなかった主な理由、事前通知の有無を問わず誤ったアカウント停止・アプリ削除措置であった件数、誤検知が生じた理由についてご教示いただけますでしょうか。

Apple は、アカウント停止またはアプリ削除が行われる場合には、必ずデベロッパに通知を行います。しかしながら、不正行為や違法行為が関係している場合、Apple はデベロッパに事前通知を行わない場合があります。一般論として、不正行為の証拠や差し迫った公共への危害が問題となる場合、アカウント停止およびアプリ削除について、事前に通知は行われません。誤ってアカウント停止やアプリ削除が行われる事例は極めて限定的です。アカウントが誤って停止された場合、またはアプリが不適切に削除された場合、App Review の担当者は、該当するストアフロントにアカウントとアプリを回復させるために真摯に取り組めます。繰り返しますが、不正行為の証拠がある場合は、公共の安全のために、事前の通知なしにアカウントの停止または削除が行われます。

2023 年、日本のデベロッパから Apple に提出されたアプリのバイナリは 261,968 件でした。52,067 件のアプリの申請が、各種ガイドライン違反を理由に却下されました。この却下は、そのアプリが App Store で公開されないことや、App Store から削除されることを意味するものではありません。むしろ、大半のケースでは、デベロッパが問題を是正し、App Review で申請が承認されています。2023 年には、155 件の日本のデベロッパアカウントが停止されました。全ての 155 件のデベロッパアカウントの停止は、不正行為によるものでした。参考までに、2023 年には、全世界で 117,940 件

のデベロッパアカウントが停止されました。155 件の日本のデベロッパのアカウント停止のうち、29 件はデベロッパによる異議申立てがありました。

- 6-1-2. アカウント停止・アプリ削除に対する不服申立て制度はわかりやすく開示され、実際にアプリ事業者に利用されているかご教示下さい。また、不服申立ての件数はそれぞれ何件でしょうか。

アカウント停止とアプリ削除の両方に対する異議申立ての制度は、the Apple Developer Support website を通じて、わかりやすく開示されています。デベロッパは、下記のリンクより、異議申立てのリンクにアクセスすることができます。

<https://developer.apple.com/contact/app-store/?topic=appeal>

App Review のデータによると、異議申立て制度は、デベロッパにより定期的に利用されているようです。アプリ削除については、今年に入ってから全世界で 372 件の異議申立てがあり、このうち、日本からの異議申立ては 6 件でした。補足すると、昨年 Apple が受けたアプリ削除に対する異議申立ては、全世界では 576 件であり、日本では 9 件でした。別紙 20 頁に記載のとおり、直近の報告期間中に、デベロッパのアカウント停止は 121 件あり、アカウント停止のうち 29 件については、デベロッパからの異議申立てがありました。

- 6-1-3. 誤ったアカウント停止・アプリ削除措置に対する回復のフローはどのようになっていますでしょうか。

### アカウント停止

アカウント停止の決定は、停止後にデベロッパから提供された新しい情報を踏まえて、停止の決定を撤回すべきか否かを判断するために、再検討されることがあります。デベロッパは、アカウント停止の決定に異議申立てを行う場合には、以下の対応が求められます。

- アカウントが App Review ガイドラインを遵守していると考えられる理由を具体的に説明すること。
- 異議申立てを裏付ける資料や書類を提出すること。
- App Review チームから追加の情報提供を求められた場合には、その要求に応じること。

異議申立ての結果に応じて、デベロッパは、電話または文書により、アカウントが審査され、決定が下された旨の連絡を受けます。

### アプリ削除

アプリ削除の決定は、削除後にデベロッパから提供された新しい情報を踏まえて、削除の決定を撤回すべきか否かを判断するために、再検討されることがあります。

デベロッパは、Apple がアプリのコンセプトや機能性について誤解していると感じた場合や、審査の過程において Apple から不公平な扱いを受けたと感じた場合には、App Review Board に異議申立てをすることができます。デベロッパが異議申立てを行う場合には、以下の対応が求められます。

- アプリが App Review ガイドラインを遵守していると考えられる具体的な理由を提示すること。
- 審査を通過しなかったアプリについて、異議申立てを行うのは 1 回限りとすること。
- 異議申立ての前に、追加の情報提供に応じること。

デベロッパは、電話または文書により、異議申立て後の最終決定について通知する連絡を受けます。

- 6-1-4. 誤った措置について、措置期間の長短も踏まえ、補償の可否は個々の事案毎に検討されていますでしょうか。

これまで、App Review でアプリが却下された後に、デベロッパから補償を求められたケースが何件かございました。このようなケースでは、そのような要求は検討されたのちに却下されました。もちろん、デベロッパは、金銭的な損害賠償を請求するため、法的制度を利用することができます。

## 6-2. アプリ削除措置の手続に関する質問

- 6-2-1. [Apple] 「14~30 日間の猶予をデベロッパに与えることがある」と報告されているが、そのような猶予を与えている背景にはどのようなものがありますか。アプリ事業者による評価はどのようなものでしょうか。

各種の規約違反の深刻さに応じて、デベロッパは、Apple からの通知があった日から 14~30 日以

内に違反を是正する機会を与えられる場合があります。この期間は、App Store ユーザーおよびデベロッパに対する危害の可能性と違反の深刻さによって決まります。前述のとおり、Apple の規約の重大な違反の場合、プラットフォーム上の潜在的な危害から App Store ユーザーを保護するため、アプリは速やかに App Store から削除されます。ガイドライン違反のほとんどは、デベロッパによって是正することが可能です。Apple は、デベロッパと協力して、そのアプリを App Store 上に残しておくことを望んでいます。アプリの削除は、解決策が見出せない場合のみに用いられる、極端な措置です。

#### 6-4. アプリ削除とユーザー保護に関する質問

6-4-1. アプリストアが情報提供を受けていたにもかかわらず児童ポルノが売買されるアプリを容認していたとの報道<sup>3</sup>があったが、ユーザーからのアプリ被害の情報提供に対して、社内でのどのように対応されているのでしょうか。

特定のアプリによる危害の可能性に関する情報がユーザーから提供された場合、Apple の適切な専門チームが徹底的に状況を審査し、評価した上で、必要に応じて迅速な対応を行います。「AlbumCollection」というアプリの事例では、Apple は、当該アプリを独自に調査し、そのアプリ内にポルノの類いの好ましくないコンテンツを発見しました。Apple は、調査の結果、該当するストアから当該アプリを速やかに削除しました。

### 7. 大臣評価「2(4)返金の取扱い」に係る質問事項 (P210)

#### 7-1. 返金要求を認容した理由の説明に関する質問

7-1-1. 返金処理をした際の返金理由はどのようにして説明されているのでしょうか。

返金要求は 2019 年から機械学習モデルによって判断されています。このモデルは、Apple の従業員によって審査された毎月数万件の取引に基づいて学習され、ペアレンタルコントロールやコンテンツの消費から、アカウント履歴や支払い方法の履歴まで、さまざまな要素を考慮しています。デバイスの履歴や購入したコンテンツなどの追加的な特性は、各返金の決定に影響を与える数多くの属性の一部となっています。

別紙 21 頁に記載のとおり、Apple は、デベロッパが Apple とコミュニケーションを取り、返金に関する判断や返金プロセスの改善に役立つ情報を提供することを容易にしています。アプリのデベロッパは、消費者が消費型アイテムのアプリ内課金による購入について返金を請求した際に、新しい Consumption API を使用して Apple に情報を送信できるようになりました。アプリのデベロッパがこの API の使用を選択し、消費者の同意を得た場合、購入した商品が消費されたかどうか、購入した商品が配信されて正常に動作したかどうか、購入前にコンテンツの無料体験やサンプル、情報が提供されたかどうかなどの情報を提供できます。

さらに、Apple は、アプリのデベロッパが情報を入手し、IAP の問題を迅速かつ効率的に解決するための追加的な方法を提供するため、App Store Server API を新たに開発しました。これらの API を使用することで、デベロッパは以下のことが可能になります。

- 新たな In-App Purchase History API を使用して、自社アプリのアプリ内課金取引の履歴を取得すること。
- 新たな Subscription Status API を使用して、サブスクリプションが有効か、期限切れか、課金再試行中か、猶予期間中かを判断すること。
- 新たな Invoice Lookup API を使用して、サポート時に消費者のアプリ内課金状況を確認すること。
- Refunded Purchases Lookup API を使用して、消費者が過去のアプリ内課金の返金を受けたか否かを特定すること。

これらのコミュニケーション手段の追加により、デベロッパは、カスタマーサービスの問題に関してユーザーと効果的に関わるために必要な情報を、容易に得ることができます。また、これらの手段の追加により、Apple の返金プロセスをさらに改善し、ユーザーとデベロッパの双方に便益がもたらされます。

DPLA の付属書 2 の第 3.4 条に基づき、Apple が、DPLA の別紙 2 の条件に従い、自らの裁量で返金

<sup>3</sup> <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20240620/k10014485451000.html>

を行うことを許可されていることは、デベロッパに通知されています。DPLA の付属書 2 の第 3.5 条に基づき、デベロッパは、返金プロセスおよび購入に関する紛争プロセスを改善するために、エンドユーザーの購入情報を、Apple に提供することができます。デベロッパは、REFUND 通知をデベロッパのサーバ上のプレイヤーアカウントにマッピングすることで、返金が何度も繰り返されている購入を特定し、不正な返金を減らすことができます<sup>4</sup>。デベロッパは、データのモニタリングと分析を継続し、不審な返金アクティビティを特定する必要があります。

返金に関する情報は十分に文書化されており、日本のデベロッパはこの情報に容易にアクセスできます。一部の API 情報を除いて、返金に関するドキュメントは次のリンクから日本語でアクセス可能です。<https://developer.apple.com/jp/>

大臣評価における貴省のコメントを受けて、Apple のビジネスチームは、最近、日本のデベロッパ向けのセミナーを開催して、返金プロセスについて説明し、参加者から寄せられた返金に関する質問に回答しました。

## 7-2. 返金処理に対する異議申立てに関する質問

7-2-1. 返金処理について異議申立てを行いたい場合に、簡易・迅速に異議申立てを行うことができる仕組みについてはどのように充実させたのでしょうか。

Apple は、返金の決定について、簡易かつ迅速に異議申立てを行うことに障害があるとは考えておりません。デベロッパは、Apple に連絡し、返金プロセスに関するフィードバックを提供することを推奨されています。Apple のシステムとプロセスは、デベロッパに対して、Apple の返金プロセスを改善し、不正な返金を防止する機会を与えています。

## 7-3. 返金処理の API に関する質問

7-3-1. [Apple]返金処理に関する各 API (Request Refund StoreKit API、Consumption API、App Store サーバ API、In-App Purchase History API、App Store Server Get Refund History API、Subscription Status API、Invoice Lookup API) の利用状況はどうなっているのでしょうか。

利用可能な API のデベロッパによる利用は増加し続けています。参考までに、昨年、2023 年 9 月 20 日から同年 10 月 20 日までの 1 か月の期間について、提供したデータを以下に示します。

API	説明	API を一度でも呼び出したことのある日本のデベロッパの数 9/20~10/20	デベロッパ向けドキュメントおよびヒューマン・インターフェース・ガイドライン・リソース
Subscription Status API	自社アプリのすべての自動更新サブスクリプションのステータスを取得する	57	<a href="https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/get_all_subscription_statuses">https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/get_all_subscription_statuses</a>
Invoice Lookup API	自社アプリについて、デベロッパが Apple のサーバを呼び出して得られる唯一の回答 (1 または 0 - ユーザーにより提供されたオーダー ID が有効であるか否か) を確認する	35	<a href="https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/look_up_order_id">https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/look_up_order_id</a>
Refunded Purchases Lookup API	自社アプリについて、ある顧客が返金を受けたすべてのアプリ内課金に関するページ分割されたリストを取得する	9	<a href="https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/get_refund_history">https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/get_refund_history</a>

以下は、2024 年 8 月 1 日から同年 9 月 1 日までの 1 か月の期間について、更新した API のデータです。

API	説明	API を一度でも呼び出したことのある日本のデベロッパの数 8/1~9/1	デベロッパ向けドキュメントおよびヒューマン・インターフェース・ガイドライン・リソース

<sup>4</sup> [https://developer.apple.com/documentation/storekit/in-app-purchase/original\\_api\\_for\\_in-app-purchase/handling\\_refund\\_notifications](https://developer.apple.com/documentation/storekit/in-app-purchase/original_api_for_in-app-purchase/handling_refund_notifications)

<b>In-App Purchases History API</b>	自社アプリのアプリ内課金取引の履歴を取得する	431	<a href="https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/get_transaction_history">https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/get_transaction_history</a>
<b>Subscription Status API</b>	自社アプリのすべての自動更新サブスクリプションのステータスを取得する	474	<a href="https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/get_all_subscription_statuses">https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/get_all_subscription_statuses</a>
<b>Invoice Lookup API</b>	自社アプリについて、デベロッパが Apple のサーバを呼び出して得られる唯一の回答 (1 または 0 - ユーザーにより提供されたオーダーID が有効であるか否か) を確認する	93	<a href="https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/look_up_order_id">https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/look_up_order_id</a>
<b>Refunded Purchases Lookup API</b>	自社アプリについて、ある顧客が返金を受けたすべてのアプリ内課金に関するページ分割されたリストを取得する	14	<a href="https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/get_refund_history">https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/get_refund_history</a>
<b>Consumption API</b>	消費者が消費型アイテムのアプリ内課金による購入について返金を請求した場合に Apple に情報を送信する	11	<a href="https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/send_consumption_information">https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/send_consumption_information</a>

上記の表から明らかなように、利用可能な API のデベロッパによる利用は、すべてのカテゴリで増加しています。なお、これらの数値は日本を拠点とするデベロッパによる利用のみに限定したものです。

7-3-2. [Apple] 当該各 API 周知のため、デベロッパ向けセミナーや説明資料に組み込むことなどにおいては、具体的にどのような取組み内容だったのでしょうか。また、今後の取組み予定についてご教示いただけますでしょうか。

Apple は、App Store デベロッパが利用可能な API について引き続き強調してお伝えしています。貴省からのフィードバックを受けて、Apple は、返金 API やその他の利用可能な API に関する追加情報をデベロッパ向けセミナーに組み込みました。例えば、2024 年 6 月に日本のデベロッパ向けに開催された最近のデベロッパセミナーでは、Apple の担当者が StoreKit API やその他の Advance Commerce API について詳細に説明しました。参加者を対象に実施した満足度アンケートには、合計 56 件の回答が寄せられました。全体では、86%のデベロッパがプログラムに満足し（「とても満足」25%／「やや満足」61%）、93%が貴重な知識を得たと回答しました（「とても満足」34%／「やや満足」59%）。Apple は今後のデベロッパ向けセミナーにも API 機能に関する情報を引き続き含める予定です。

#### 7-4. その他返金処理に関する質問

7-4-1. 自社の提供するアプリと他社の提供するアプリそれぞれについて、ユーザから返金リクエストがあったときの手続きのフローをそれぞれお示しください。また、自社アプリと他社アプリそれぞれの返金リクエストに対する返金の実施割合・リクエストから返金に至るまでの時間についてご教示ください。

ユーザーは、次のようないくつかの方法で返金をリクエストすることができます。

- ・ Apple カスタマーサポートに問い合わせで返金を依頼する
- ・ Apple のセルフサービスツール ([reportaproblem.apple.com](https://reportaproblem.apple.com)) にログインして、返金をリクエストする
- ・ 支払い方法の発行者に返金を依頼する

App Store サーバは、ユーザーがアプリ内課金の返金を受け取る際、ほぼリアルタイムで通知を送信します。デベロッパは、返金通知に応じて、返金情報の解釈と処理を行い、返金に応じて実行するアクションについて、アプリ内でユーザーに伝えることを求められます。デベロッパは、REFUND 通知をデベロッパのサーバ上のプレイヤーアカウントにマッピングすることで、返金が何度も繰り返されている購入を特定し、不正な返金を減らすことができます。デベロッパは、データのモニタリングと分析により、不審な返金アクティビティを特定することを求められます。

要請されている返金の実施割合やリクエストから返金に至るまでの時間に関するデータは、容易に入手できるものではなく、全体的な返金のスピードに影響を与える様々な要因により左右されます。サードパーティ製アプリと、Apple の自社アプリのいずれに対しても、日本における返金リクエストと意思決定のプロセスは同一です。Apple は、日本の返金プロセスにおいて、Apple の自社アプリとサードパーティ製アプリの間で異なる取扱いを行っていません。

## 8. 大臣評価「2(5)アプリの表示順位等の決定要素」に係る質問事項 (P229)

### 8-1. 開示したパラメータと実際の表示との相関性に関する質問

8-1-1. 検索結果において、開示したパラメータと実際の表示との相関性があることはどのように確認されていますでしょうか。

Apple の担当者は、検索機能が意図したとおりに動作するよう、定期的にシステムを確認・検査しています。以下のデータは、2024年2月23日から2月29日の週に算出されたものですが、Apple の確立されたパラメータに従って、自己優遇が行われていないことを示しています。

エリア	インプレッションの合計	自社アプリのインプレッション	自社アプリのインプレッションが占める割合
検索のランディングページ（おおすすめ欄）	5,757,548,301	11	0%
Today タブ	2,399,898,410	13,579,299	0.56%
アプリタブ（人気のアプリ及びその他のおおすすめ）	パーソナライズされたモジュールは、現在自社アプリを表示しないため、算出していません。	0	0%

8-1-2. カテゴリーごとのランキングにおいて、開示したパラメータと実際の表示との相関性があることをどのように確認されていますでしょうか。

Apple の担当者は、検索機能が意図したとおりに動作するよう、定期的にシステムを確認・検査しています。上記 8-1-1 の回答をご参照ください。

8-1-3. おすすめ順表示において、開示したパラメータと実際の表示との相関性があることをどのように確認されていますでしょうか。

Apple の担当者は、検索機能が意図したとおりに動作するよう、定期的にシステムを確認・検査しています。上記 8-1-1 の回答をご参照ください。

8-1-4. その他おおすすめ表示（App Store における「Today」、Google Play ストアにおける「おおすすめ」等）などにおいて、開示したパラメータと実際の表示との相関性があることをどのように確認されていますでしょうか。

Apple の担当者は、検索機能が意図したとおりに動作するよう、定期的にシステムを確認・検査しています。上記 8-1-1 の回答をご参照ください。

8-2. アプリストア内でアプリの広告（アプリ事業者からアプリストア提供者に対する広告宣伝の費用その他の金銭の支払が、アプリストア内の表示に影響を及ぼすもの）に関する質問

8-2-1. 当該アプリの広告を入稿する際に、既存のアプリ名やアプリ事業者名を検索キーワードとすることは認められていますか。

Apple Search Ads は、App Store 内の特定の限られたスペースにおいて、有料広告を通じて、アプリのプロモーションを行う機会を App Store のデベロッパに提供する、Apple のオプションサービ

スです。Apple Search Ads では、広告にキーワードを使用する必要はありません。実際に、現在 Apple Search Ads で利用可能な 4 つの広告掲載枠のうち 3 つは、キーワードの使用オプション自体が提供されていません。

残る 1 つのキーワードが使用可能な掲載枠において、広告主がキーワードの入札を選択する場合には、Apple Search Ads は通常、広告主によるキーワード選択について、個別の義務や禁止事項を課すことはありません。その代わりに、広告主は、すべての適用される法令上の要件を遵守することを含め、適切なキーワードの選択に関する責任を負います。この責任は、Apple 広告サービスサービス規約の第 6 条 (f) (<https://searchads.apple.com/jp/terms-of-service>) に明確に規定されています。

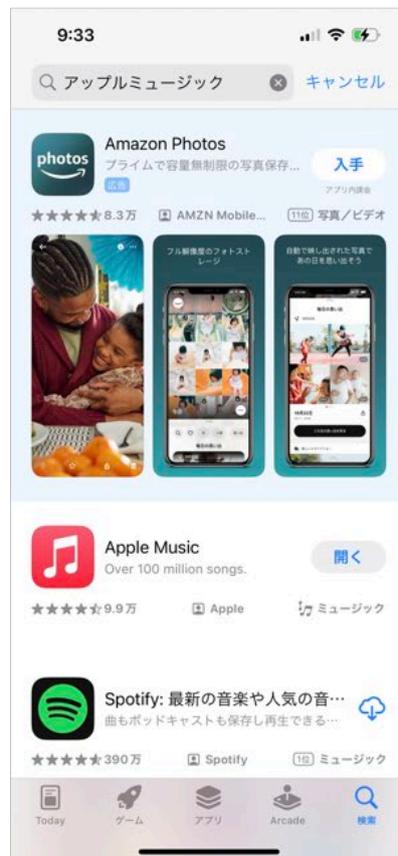
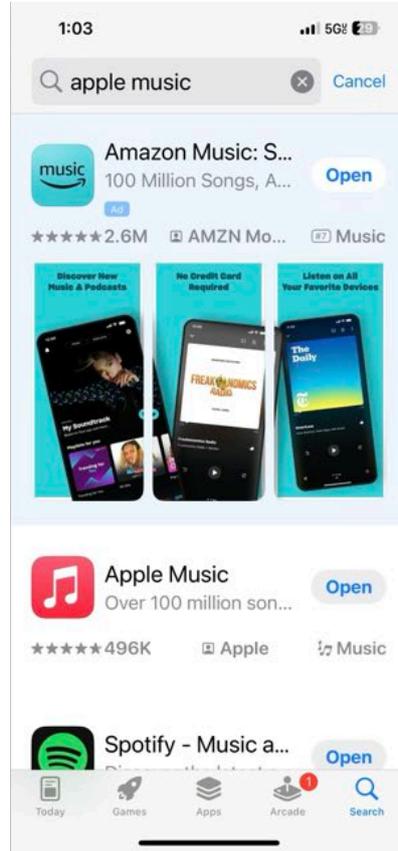
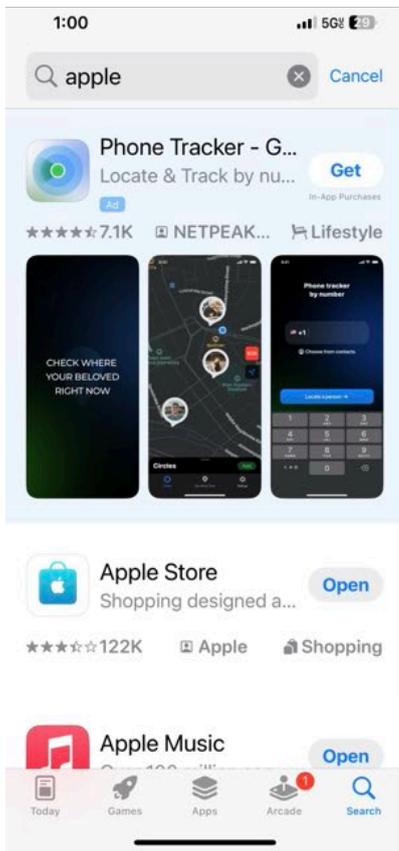
Apple Search Ads は、複数の国や地域で同時にアプリを広告するデベロッパを含む、世界中のデベロッパに向けたグローバルなサービスであるため、そのすべての機能について、あらゆる状況に通用する単一の義務を課すことは現実的に不可能です。そのため、Apple は、広告主が、広告を掲載することを選択した国や地域において、適切かつ法令に準拠したキーワードを選択することを含め、適切かつ法令に準拠した選択を行うことができるよう支援し、広告主を信頼しています。

広告主を支援するだけでなく、Apple は、第三者の正当な知的財産権を保護するために、独自の重要な措置を講じています。例えば、Apple Search Ads のポリシーは、他者の知的財産権を違法に侵害する広告コンテンツを禁止しています (Apple 広告ポリシーの 1.4 をご参照ください (<https://searchads.apple.com/jp/policies#advertiser-responsibilities>))。さらに、App Store のガイドラインは、アプリの素材において他者の商標を不正に使用したり、メタデータに不正に含めたりするなどの、知的財産権侵害の可能性がある行為を禁止しています (App Review ガイドライン 2.3.7 及び 5.2.1 をご参照ください (<https://developer.apple.com/jp/app-store/review/guidelines/>))。したがって、Apple Search Ads により表示される広告結果に、第三者の商標登録されたブランド名が不正に使用されている場合には、Apple の調査次第では、Apple の規約に違反していると判断される可能性があります。

さらに、消費者に生じる混乱が、全ての法域において、商標権侵害の唯一の決定的な要素であるとは限らないものの、多くの法域において、重要な要素であることに変わりはありません。Apple は、Apple Search Ads の広告によって、消費者に混乱が生じることを防ぐために、重要な措置を講じています。全ての Apple Search Ads の広告には、明確に「Ad」(日本語では「広告」) マークが付されており、広告結果と、App Store 上の広告以外の (オーガニックの) 結果とを、はっきりと区別しています。さらに、広告とオーガニックの両方の欄において、表示されたアプリとそのデベロッパの情報が明確に表示されています。

したがって、Apple のユーザーが、App Store で「アプリ A」を検索し、「アプリ A」やその他のアプリを表示するオーガニックの検索結果と同時に、はっきりと区別された「アプリ B」向けの広告を見つけたとしても、その広告は「アプリ B」のデベロッパによって提示されたことが明確に示されており、特に、「アプリ B」はその広告中で「アプリ A」の商標を無断で使用することは認められていないことから、広告の出所や本来的な性質について、ユーザーに合理的な混乱が生じることはありません。

最後に、Apple Search Ads における広告キーワードの使用に関して、Apple は、自社にも同じ競争基準を適用しています。具体的には、Apple は、Apple Search Ads の広告主が、「Apple」やその他の Apple 関連の用語を、広告キーワードとして入札することを禁止していません。以下に、米国及び日本の iOS App Store における例を示しています。また、Apple は、日本において、Apple Search Ads の広告キーワードとして、Apple 関連の用語を使用することを阻止する措置を取ることも、そのような措置を取ることをほのめかすこともしていません。



8-2-2. 認めている場合、ユーザーが既存のアプリ名やアプリ事業者名を検索キーワード入力した際に、意図しない関連性のないアプリへの誘導をさせるなど、ユーザーへの適切な情報提供を妨げ、検索結果への不信感などにつながることを考えられます。御社では、そのような仕組みには

なっていないでしょうか。<sup>5</sup>

上記 8-2-1 の回答をご参照ください。

## 9. 大臣評価「2(6) アプリ審査の予見可能性、公平性・公正性」に係る質問事項 (P238)

9-1. リジェクトの根拠となる提供条件や認定した事実関係を、詳細に利用事業者に示すことに関する質問

9-1-1. [Apple] リジェクト理由の明確化について、例えば、スクリーンショットを添付することで改善することは可能でしょうか。

Apple は、デベロッパとの間の透明性及び公正性を向上させるために、App Review プロセスを改善する機会を継続的に模索しています。App Review チームは、提出されたアプリをリジェクトする際には、常に適用された利用規約の条項および認定された事実関係に関する詳細な説明をデベロッパに提供します。調査の結果は、デベロッパによって特定された問題を解決するために特別に調整されたガイダンスとともに、タイムリーにデベロッパに個別に返送されます。デベロッパのためにプロセスを明確にし、デベロッパと App Review の相互理解を深めるため、Apple はアプリをリジェクトする際にスクリーンショットを提供する場合があります。

9-2. 一貫性・公平性のある審査がなされる適切な仕組みを構築することに関する質問

9-2-1. 日本のデベロッパのアプリを審査する体制は、その他の国や地域のデベロッパのアプリの審査体制と比べて、担当者数などの観点で、どう異なっているのでしょうか。

日本のデベロッパのアプリと、その他の国や地域のアプリに関して、いずれも App Review プロセスは同一です。すべてのアプリは同じ基準のセットにより審査されます。日本語のスキルを有する地域のスペシャリストは、必要に応じて、日本のデベロッパのアプリについて、重点的に取組み、審査を行うよう依頼されます。

9-2-2. アプリ審査の透明性や公正性の向上のための取組みについて追加的な取組みがあれば、具体的にご教示いただけますでしょうか。

Apple は、App Review プロセスの透明性と公平性の向上に継続的に努めています。定期報告書および別紙に記載のとおり、App Review プロセスをデベロッパにとってより分かりやすくするための新しい取組みが定期的に導入されています。App Review により導入された最近の取組みについては、9-2-3 の回答をご参照ください。

9-2-3. [Apple] 「日本のデベロッパの App Store における体験を向上させるために、3つの重要な技術的改善を導入」と報告されています。これはどういう経緯で導入することになったのでしょうか。日本のアプリ事業者の評価はそれぞれどのようなものなのでしょうか。

Apple は、本報告期間中に、3つの重要な技術的改善を導入しました。第一に、「アプリの類似性改善」の取組みは、App Store で提供されているアプリのなりすましの可能性を特定するのに役立ちます。この取組みは、日本のデベロッパがマーケットリーダーであるゲーム分野において、非常に効果的であることが示されています。「アプリの類似性改善」は、他の悪意のある主体によるアプリコンテンツのなりすましから、ゲームのデベロッパを保護することに役立てるべくリリースされました。

第二に、「コンセプト検出」の取組みは、審査に提出されたアプリのコンセプトを認識するために Apple のモデルを訓練することで、提出されたアプリごとの変化を理解し、審査プロセスをさらに合理化するために、機械学習技術を利用しています。機械学習モデルは、アプリを可能な限り迅速に App Store に掲載するための取組みの一環として、審査担当者がアプリのコンセプトを素早く

<sup>5</sup> 特に、アメリカでは、自己の商品等の内容・品質が著名な競業者の商品等と同一であると主張し、自己の商品等に対する評価を高めることを目的とした広告（以下「寄生的比較広告」という。）についても、その内容が適正なものであって、混同のおそれを生じない限り、著名商標を使用することが許されている。他方で、欧州では、寄生的比較広告は内容が適正なものであっても、それに著名商標を使用することは著名商標の名声を不正に利用するものとして一般に禁止されている（他人の商標が著名でない場合でも、商標の機能を害する態様で使用する行為は禁止される）。また、日本では、寄生的比較広告が商標権侵害を構成すると判断した裁判例が存在し（東京地判平成5年3月24日判時1457号137頁）、学説では、比較広告における商標の使用が出所の混同を生じない場合にも商標の重要な機能が害される場合には商標権の行使の余地を認めるべきとする見解が主張されている状況にある（土肥一史『商標法の研究』（中央経済社・2016年）29～30、35～36、218～219頁など）。このような地域的な比較広告に対する考え方の違いも考慮して説明すること。

理解するのに役立つものであることから、ここでも、ゲーム分野はこの取組みの重要なユースケースとなっています。

最後に、「マイナーな変更」の取組みは、デベロッパがアプリを可能な限り迅速かつ効率的に App Store に掲載することに役立てるべく、アプリ審査のプロセスを合理化することを目的としたもう一つのプログラムです。「マイナーな変更」プログラムの下では、App Review のスペシャリストは、デベロッパによる変更点の説明に基づいて、アプリに加えられたアップデートのみを審査します。指標的な観点からみると、「マイナーな変更」プログラムを利用する App Review のスペシャリストは、プログラムの導入以前は通常 1 日あたり 70 件のアプリを審査していたところ、1 日あたり 400 件のアプリを審査することが可能となりました。これは、「マイナーな変更」プログラムの下では、アプリが App Store に掲載されるまでの時間は、標準的な審査プロセスの下では 14 時間から 17 時間であったところ、約 4 時間から 6 時間となることを意味しています。

これらの機能の導入は最近のことであるため、デベロッパの満足度に関する指標を収集することは今のところできていませんが、App Review の作業処理時間の効率性が向上したことにより、審査結果がより短期間でデベロッパに返送されるようになったことは強調したいと思います。

- 9-2-4. [Apple] 審査の公平性・公正性について、App Review チームがトレーニングを受けている旨の報告がされています。その他、アプリの過去の審査結果を共有する体制なども重要と考えられますが、トレーニング以外ではどのようなことに取り組んでいらっしゃいますか。審査マニュアルの充実などにより、審査の公平性・公正性を向上させる取組は行っていらっしゃいますか。

上記 1-1-2 の回答をご参照ください。

## 10. 「自社ログインサービスの利用強制【Apple】」に係る質問事項 (P216)

### 10-1. 現行ガイドライン 4.8 の文言に関する質問

「ユーザーの同意なく広告目的でアプリとのインタラクションに関わるデータを収集することがない」との条件について、下記質問にご回答ください。

- 10-1-1. 「広告目的」とは具体的にどのような場合が含まれますか。例えば、サービスの改善目的や、データを分析して信用スコアを算出して当該スコアを第三者へ提供する目的など、「広告目的」ではなく、ユーザーの同意なくアプリのインタラクションに関わるデータを収集する場合には、本条件を満たすのでしょうか。

App Review ガイドライン 4.8 は、サードパーティの又はソーシャルログインサービス（たとえば、Facebook でログイン、Google でログイン、Twitter でログイン、LinkedIn でログイン、Amazon でログイン、あるいは WeChat でログイン）を使用して、アプリでユーザーのプライマリアカウントを設定又は認証するアプリに関するものです。「広告目的」とは、一般的には、関心、エンゲージメント及び売上を得るために、製品、ブランド又はサービスの宣伝を行うことを指します。ガイドライン 4.8 にいう「広告目的」とは、広告を表示したり、広告測定を実施したりすることを指します。デベロッパがデータを収集する法的根拠及び当該種類のデータ収集に対する同意の有無は、デベロッパの判断に委ねられています。サードパーティの又はソーシャルログインサービスを使用するアプリは、それが運営されている地域の法令および App Review ガイドライン（5.1.1（データの収集および保存）及び 5.1.2（データの使用と共有）を含む）を遵守している限り、非広告目的で、データを収集及び使用することができます。一般的に、デベロッパは、データの収集、保存、使用及び共有に関するプラクティスを開示し、そのようなプラクティスについて消費者の同意を得る必要があります。

- 10-1-2. プライバシー保護との関係では、なぜ「広告目的」に限定した収集を禁止しているのでしょうか。

上記 1-1-3-1 の回答をご参照ください。

- 10-1-3. 「アプリとのインタラクションに関わるデータ」とは具体的には、例えば、ユーザーのアプリ上での行動を観測したデータや、使用した API、クラッシュ等に関するデータなどが推察されるところ、こういったデータを指していらっしゃいますか。

上記 1-1-3-1 の回答をご参照ください。

- 10-1-4. これにあたらぬデータであればどんなデータをユーザーの同意なく広告目的で収集して

も本条件をみたすのでしょうか。

上記 1-1-3-1 の回答をご参照ください。

## 10-2. 現行ガイドライン 4.8 の具体例に関する質問

10-2-1. 「Apple でサインイン」以外に 3 条件を満たす、サードパーティのログインサービスやソーシャルログインサービスを把握されていらっしゃいますか。また、もしそうであれば、その名称・提供事業者名および当該サービスの現利用者数・利用状況について把握している内容をご教示いただけますでしょうか。なお、当該サードパーティのログインサービスやソーシャルログインサービスの現時点での提供範囲は日本市場に限るものではございません。

最近の調査によれば、以下のサードパーティのサービスでは、ユーザーが自分のメールアドレスを非公開とすることが可能です。しかし、各サービスがガイドライン 4.8 の要件を満たしているかを確認するためには、追加の検証が必要となると考えられます。これらのサービスが日本において現在提供されているかどうかは、把握しておりません。

- Fastmail - <https://www.fastmail.com>
- Firefox Relay - <https://relay.firefox.com/>
- DuckDuckGo Email Protection Privacy - <https://duckduckgo.com/duckduckgo-help-pages/email-protection/what-is-duckduckgo-email-protection/>
- 33Mail - <https://33mail.com/>
- Simple Login - <https://simplelogin.io/>
- AnonAddy - <https://addy.io/>
- IronVest - <https://ironvest.com/masked-email/>
- NordPass - <https://nordpass.com/email-masking/>
- StartMail - <https://www.startmail.com/features/>

## 10-3. 現行ガイドライン 4.8 の合理性に関する質問

10-3-1. 3 条件を満たすログインサービスをオプションとして導入することを義務付ける合理的な理由（3 条件の各内容がプライバシー保護の観点から必要最低限の条件であると考えられる理由）はどのようなもののでしょうか。

ガイドライン 4.8 の要件は、ユーザーの安全とデータセキュリティの観点から、Apple でサインイン (SIWA) 以外のログインサービスについて、満足できる水準の保護を実現することを目的として規定されています。2024 年 1 月のガイドライン 4.8 の更新により、SIWA の規則は再構成され、同等のプライバシー機能を持つ他のログインサービスが利用可能になりました。この変更は、ヨーロッパにおけるデジタル市場法に基づく特定の要件に対応して行われました。

10-3-2. 3 条件を満たすログインサービスをオプションとして導入することを義務付ける以外の方法で、ユーザーのログインにおけるプライバシー確保することはできないのでしょうか。

質問 10-3-1 で説明したとおり、Apple は、これらの 3 条件はユーザーの安全とデータセキュリティに資するものであり、これらの条件を要求することは、SIWA 以外のログインサービスにおいて満足できる水準のユーザー保護を実現するために不可欠であると考えています。現行ガイドラインに代わる明確な代替案は認識しておりませんが、現行 App Review ガイドライン 4.8 は今年導入されたばかりであるため、Apple は引き続きこの規定の利用状況を監視し、デベロッパからのフィードバックや提案に耳を傾けてまいります。

## 10-4. 現行ガイドライン 4.8 の変更の経緯に関する質問

10-4-1. 3 条件を決めるにあたり、利用事業者等とコミュニケーションをとったことがあれば、どのような者とどういった機会だったのでしょうか。

質問 1-2-2 においてご説明のとおり、Apple は App Review ガイドラインの変更を行う際に、デベロッパからのフィードバックおよび提案、ならびにその他の要因を常に考慮しています。しかしながら、ガイドライン 4.8 に定められた 3 つの条件を決定するにあたり、デベロッパとのコミュニケーションがあったかどうかは確認できません。Apple は広範な調査を行いました。SIWA の利用について、デベロッパが苦情を申立てた記録や記憶は確認できませんでした。サービス向上のためにユーザーの個人情報（例えば、配送先住所として、ユーザーの氏名）にアクセスすることに関するデベロッパからのフィードバックを受け、Apple は、通知を行って同意を得た上で、ユーザーから

個人を特定できる情報を収集することを認める Apple の一般的なプライバシーポリシーに従い、デベロッパが、SIWA でログインしたユーザーに対して、追加情報を別途求めることができるようにしました。Apple の知る限り、Apple は変更されたガイドライン 4.8 に関する苦情を受けていません。

10-4-2. コミュニケーションをとったのであればどのような内容だったのでしょうか。

上記 10-4-1 の回答をご参照ください。