

2024 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

意見とりまとめ

(アプリストア分野)

(案)

令和 6 年 (2024) 年 11 月 29 日

目 次

| | |
|--|-----|
| 1. はじめに | 1 |
| 2. 提供条件等の開示 | 2 |
| 2-1. 提供条件の開示内容の改善 | 2 |
| 2-2. 提供条件の変更や措置の実施の際の手続の改善 | 26 |
| 2-3. 苦情処理等の状況に関する報告及び開示の状況 | 39 |
| 3. 利用事業者との相互理解を促進する取組み | 49 |
| 3-1. 審査・エンフォースメントについて | 49 |
| 3-1-1. 拒絶措置（アカウント停止・アプリ削除措置等）の手続 | 49 |
| 3-1-2. アプリ審査 | 64 |
| 3-1-3. 返金の取扱い | 70 |
| 3-1-4. 不正行為の取締り | 82 |
| 3-2. 自社優遇等に係る不透明性・取引環境への影響に関する懸念への対応について | 85 |
| 3-3. 苦情対応の改善 | 96 |
| 3-4. プラットフォーム利用の対価（手数料等）に関する懸念への対応について | 101 |
| 3-5. 国内管理人の役割について | 114 |
| 3-6. その他の利用事業者の意見を踏まえた運営改善について | 120 |
| 4. おわりに | 124 |

1. はじめに

「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律」（以下「透明化法」又は「法」という。）第9条第2項により、経済産業大臣は、同条第1項の規定に基づき特定デジタルプラットフォームにより提出された報告書の内容その他の事実に基づいて特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性について評価を行う。

当該評価に向けて、有識者や利用事業者の意見を聴取するために開催されたのが、「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」である。

当該会合では、これまで、特定デジタルプラットフォーム提供者から提出された報告書や特定デジタルプラットフォーム提供者からのヒアリング、デジタルプラットフォームを利用する事業者の声などに基づき、議論を行ってきた。本文書は、当該会合としての意見をとりまとめたものである。

本年度のとりまとめでは、特定デジタルプラットフォーム提供者による自主的かつ積極的な運営改善をより一層促すために、以下の点に着目した。特定デジタルプラットフォーム提供者に対する運営改善への示唆において根拠規定を明示するため、事務局である経済産業省が根拠規定について注書きを行った。次に、事業者・消費者向けアンケート結果などを踏まえた、幅広い視点から議論の上、不正行為を行う利用事業者のリスクを加味する等、よりバランスの取れた指摘とした。最後に、各指定事業者における各論における取組みの進捗を踏まえ、個社に対する指摘を中心に議論を行った。

本とりまとめにおける意見や指摘が「経済産業大臣による評価」にあたって十分考慮されることを期待する。また、本会合の意見が、特定デジタルプラットフォーム提供者による運営改善や、市場関係者間の相互理解促進、特定デジタルプラットフォームを巡る取引環境の改善につながっていくことを期待する。

透明化法上、特定デジタルプラットフォーム提供者は、大臣評価の結果を踏まえ、自主的に運営改善を図る努力義務がある。今年度の会合では、本年2月の大臣評価を踏まえた各社の取組状況を中心に確認しつつ、評価に向けた議論を行った。さらに、デジタルプラットフォーム事業者による自主的な取組を後押しする観点から、透明化法の趣旨に照らして好ましいと考えられる取組例を取り上げている。

議論の対象である特定デジタルプラットフォームは以下のとおりである。

| 事業の区分 | 対象となる事業の内容 又は特定デジタル プラットフォーム | 特定デジタルプラットフォーム提供者 |
|-------------------------------|------------------------------------|--|
| 総合物販オンライン モール ¹ | Amazon.co.jp | アマゾンジャパン合同会社（以下「Amazon」という。） |
| | 楽天市場 | 楽天グループ株式会社（以下「楽天」という。） |
| | Yahoo!ショッピング | LINE ヤフー株式会社（以下「LINE ヤフー」という。） |
| アプリストア ² | App Store | Apple Inc. 及び iTunes 株式会社（以下「Apple」という。） |
| | Google Play ストア | Google LLC（以下「Google」という。） |

¹ 特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律第4条第1項の事業の区分及び規模を定める政令（令和3年政令第17号。以下「令」という。）第1項の表第1号の中欄に規定する事業の区分を指す。以下同じ。

² 令第1項の表第2号の中欄に規定する事業の区分を指す。以下同じ。

2. 提供条件等の開示

2-1. 提供条件の開示内容の改善

2-1-1. 問題の所在

開示情報の充実

メールやウェブページ等において、デジタルプラットフォームの提供条件やその運用に係る事項が適切に開示されておらず、当該開示の不十分な状況により、利用事業者の利益が阻害されていることがある。

デジタルプラットフォームにおいて、重要な提供条件について明確かつ平易な表現を用いて記載し、いつでも容易に参照可能な状態にすることは、利用事業者やユーザーが自主的・合理的な選択を行うために不可欠である。そのため、特定デジタルプラットフォーム提供者は、提供条件の透明化に積極的に取り組み、デジタルプラットフォームの品質、利便性、安全性等を巡って競争していくことが望ましい。

提供条件の明確化のためには、例えば、あいまいな表現を避けて十分に理解できる内容で開示すると共に、提供条件の内容について相談をする機会を設けるなど利用事業者の理解を手助けする取組・工夫が必要である。また、提供条件を容易に参照可能なするためには、例えば、提供条件が記載されている利用規約等が膨大な分量となる場合は、その中に利用事業者にとって重要な情報が埋もれてしまうことがないように、わかりやすく開示する取組・工夫が必要である。

アプリストア上での表示順位等の決定要素

表示順位やおすすめ等の強調表示は、ユーザーの購買行動等に大きな影響を及ぼすことから、利用事業者にとっては商品等の提供量（売上額等）に直接影響を与える重要な事項である。利用事業者においては、これらの表示がなされる基準に注目して、自ら提供するアプリがより上位で、かつ強調される形で表示されるように創意工夫を行う。そのため、これらの表示が恣意的に行われ、その基準が開示されないなど、利用事業者に予見性なく行われることは、利用事業者の当該デジタルプラットフォーム上での事業活動を不安定にする。したがって、表示順位やおすすめ等の強調表示を決定する主要な事項を利用事業者にわかりやすく開示することが重要である。

2-1-2. 該当法令及び昨年度の大蔵省評価における指摘事項

開示情報の充実

透明化法及びこれに基づく省令は、特定デジタルプラットフォーム提供者に提供条件として一定の事項を開示すること、及び、当該事項を含め提供条件を開示するに当たっては、日本語で明確かつ平易な表現を用いて記載し、いつでも容易に参照可能な状態にすることを義務付けている（法第5条第1項、第2項、省令第5条）。

2023年度大臣評価では、重要な情報が埋もれてしまうことがないように、わかりやすく開示する取組・工夫の継続に加え、重要な情報については、利用事業者が頻繁にアクセスする画面（例：アカウント画面）に表示する、プッシュ型での通知を行う、利用事業者向けヘルプページ等情報を集約したページに表示し、当該ページに検索機能を設けるなど、実際に利用事業者の目に留まる取組・工夫や探したい情報を容易に見つけられる取組・工夫が求められる、とした。

また、利用事業者の理解が進まない原因として、利用規約等が難解であることも挙げられることから、利

用事業者の声を確認し、利用事業者が利用規約等の内容を十分に理解できていない場合には、関係箇所を明確化するなどの取組みが求められる、とした。

アプリストア上での表示順位等の決定要素

法は、特定デジタルプラットフォーム提供者に対し、商品等の検索結果やランキングを表示する場合等における表示順位を決定する主要な事項を開示することを義務付けている（法第5条第2項第1号ハ）。当該商品等に係る情報には、検索結果やカテゴリーごとのランキングに加え、ホームページ上でお勧めとして特定の商品等の情報が目立つ形で表示されるものも含まれる。

2023年大臣評価では、アプリの検索結果やカテゴリーごとのランキングについては、その主要な構成要素は開示されているところではあるが、恣意的な運用を行っていないことの説明を行うなど、透明性・公正性の確保につながる追加的な取組や説明を行うことが求められる。また、実際に恣意的な運用がなされていないかを注視していく。

また、特定デジタルプラットフォーム提供者には、アプリに順位を付して表示する様々な「おすすめ」については、それらの表示の決定に用いられる主要な事項を開示し、その内容について利用事業者に対して更に周知することが求められる。

2-1-3. 各特定デジタルプラットフォーム提供者における取組み内容

■Apple

開示情報の充実

- Appleは、透明性、デベロッパに対する公平性、懸念の効率的かつ効果的な解決への長期的な取組の一環として、デベロッパがAppleに問い合わせを行い、問題を解決するために、デベロッパに対して以下のような窓口を複数用意しています。

デベロッパサポート：

以下のカテゴリの問題については、多くの場合デベロッパサポートでサポートを得ることができます。

メンバーシップおよびアカウント、開発や技術面の問題、アプリの設定と配信、レポートと支払い、イベント、問題の報告、フィードバックやその他のトピック

フィードバックアシスタント：

デベロッパは、iPhone、iPad、およびMac向けのネイティブアプリであるフィードバックアシスタントアプリや、フィードバックアシスタントのWebサイトを使ってフィードバックをAppleに提出することができます。デベロッパがフィードバックを提出するとフィードバックIDが発行され、フィードバックアシスタントアプリ内やWebサイト上でフィードバックの処理状況を追跡できるようになります。

・・・

ガイドラインの変更の提案：

Apple の目標は、App Review ガイドラインを公正に、かつ一貫性を持って適用することです。アプリが却下され、デベロッパが App Review とのやり取りで問題を解決できない場合は、ガイドラインの変更を提案できます。

...

App Review の日本語でのコミュニケーション :

App Review の日本語によるコミュニケーションは、デベロッパが App Review のプロセスの理解を深めるサポートとして、最も多く見られるアプリ却下の理由を日本語に翻訳し、アプリ承認の道筋を妨げる可能性のある問題点についてデベロッパが理解を深める機会を提供しました。

Ask Apple :

Apple は新しいシリーズのインタラクティブな Q&A セッションや一対一のコンサルティングにより、デベロッパが Apple のエキスパートと直接つながり、洞察、サポート、フィードバックを得るためのさらに多くの機会をもたらしました。[以上、定期報告書 P8-10]

- Apple は、デベロッパから積極的にフィードバックを求め、(適切な場合) デベロッパの懸念やリクエストに対処するために行動しています。例えば、日本のデベロッパ向けに Apple が開催したイベントにおいて、Apple の担当者は、新たなテクノロジー、機能、メリット、デベロッパからのフィードバック、懸念、リクエストなど様々なトピックについてデベロッパと直接対話します。[定期報告書 P10]
- 本報告期間中に、Apple は、「Apple のエキスパートに相談」を開始しました。「Apple のエキスパートに相談」は、Apple のデベロッパのコミュニティにとって、セッション、ワークショップ、ラボ、1 対 1 のコンサルテーションなどを見つけやすく、また、参加しやすくするためのグローバルでの新しいリソースです。これらのプログラムは、デベロッパが Apple の最新のツールとリソースを学習してアプリをレベルアップさせるお手伝いをします。「Apple のエキスパートに相談」は、Apple が昨年の報告書において取り上げた一連の情報提供の場である「Ask Apple」および「Tech Talks」での成功をもとに構築されています。「Ask Apple」および「Tech Talks」のプログラムで提供されるトピックは、「Apple のエキスパートに相談」でも提供されています。

「Apple のエキスパートに相談」は日本語で利用可能となっており、デベロッパが母国語で学習することができます。さらにインパクトがあるのは、デベロッパが App Review 担当者と直接やり取りできるようになったことでしょう。本年、デベロッパは App Review に直接フィードバックを求めることができるようになり、日本のデベロッパは日本語での返答を求めることもできるようになりました。この新しく直接的なコミュニケーション機能は、日本のデベロッパに最高のサービスを提供し、力を与えようとする Apple のコミットメントの証拠であるといえます。

「Apple のエキスパートに相談」は以下のリンクから簡単にアクセスすることができます。

<https://developer.apple.com/jp/>



「Apple のエキスパートに相談」のページ [以上、定期報告書別紙 P5、P6]

- さらに本年、(技術文書でありながら) ヒューマンインターフェイスガイドラインが日本語化され、日本のデベロッパが利用および参照しやすいように日本語で公開されています。ヒューマンインターフェイスガイドラインは、下記にて閲覧が可能です。

<https://developer.apple.com/jp/design/human-interface-guidelines/>

ヒューマンインターフェイスガイドラインには、デベロッパがどの Apple プラットフォームでも優れた体験を設計できるようにするためのガイドとベストプラクティスが含まれています。[定期報告書別紙 P8]

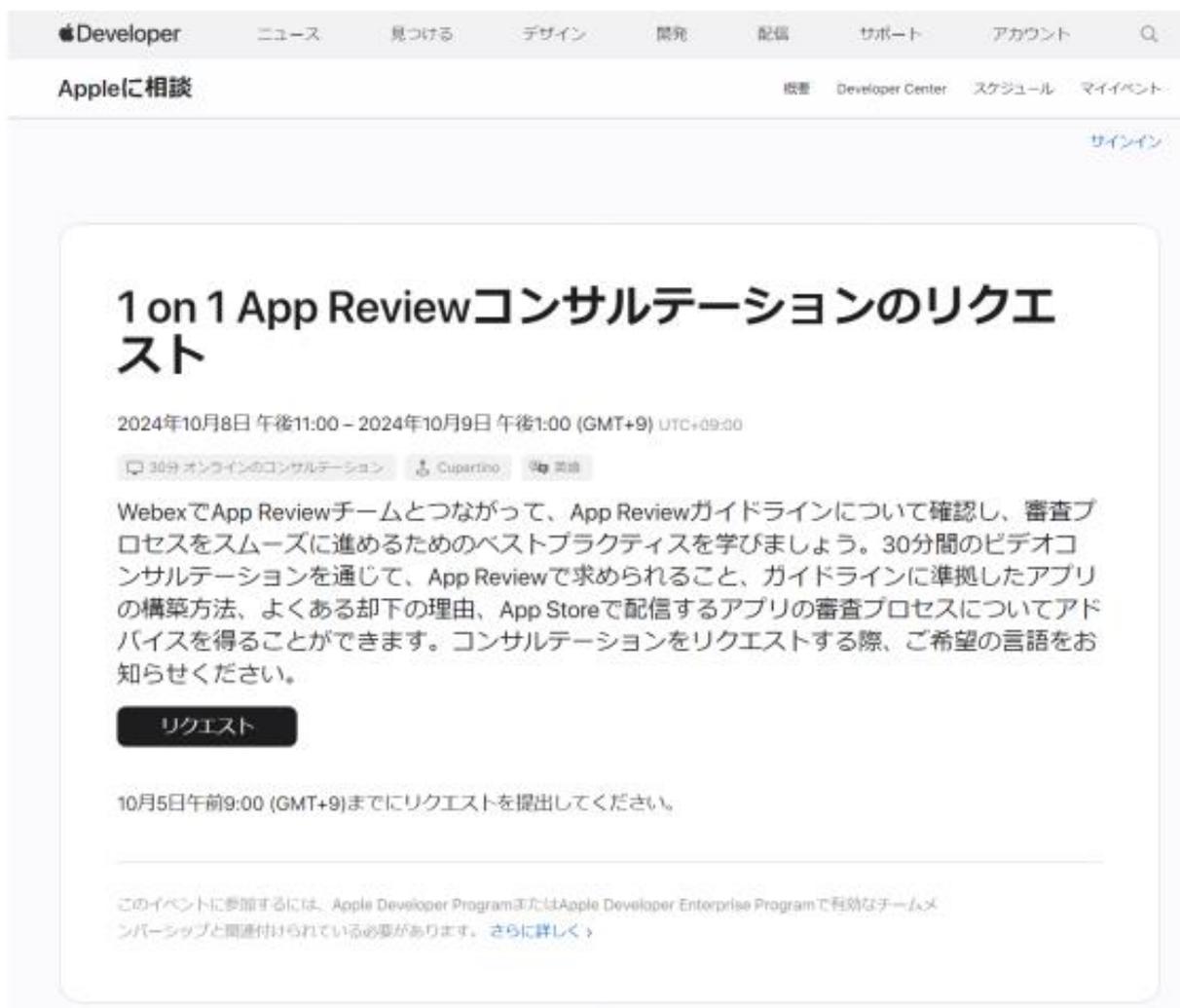
- ガイドライン 4.3(a)では、デベロッパは、同じアプリの複数のバージョンを提出すべきではないという一般原則が定められています。例えば、ガイドライン 4.3(a)は、「特定の場所、スポーツチーム、大学などに向けた異なるバージョンが存在するアプリの場合は、単一のアプリを提出し、異なるバージョンはアプリ内課金で提供する方法を検討してください」と具体的に記載されています。ガイドライン 4.3(a)は、ガイドラインの「はじめに」の部分に記載されるとおり、「高度にキュレーション」された App Store の提供という Apple の目標の達成に役立ちます。上記の 2 つのご質問については、アプリが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せん。[第9回モニタリング会合【資料2】P2]

- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P2]
- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P2]
- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P2]
- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P3]
- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P3]
- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P3]
- ご指摘のガイドライン³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。[第9回モニタリング会合【資料2】P3]
- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P3]
- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P3]

³ 事務局注：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)）

- 「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 features a navigation bar with 'Developer', 'ニュース', '見つける', 'デザイン', '開発', '配信', 'サポート', and 'アカウント'. Below the navigation bar, the page title is 'Appleに相談'. The main content area has a large heading '1 on 1 App Reviewコンサルテーションのリクエスト' and a sub-heading '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'. There are also icons for '30分 オンラインのコンサルテーション', 'Cupertino', and '英語'. The text describes the event: '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得ることができます。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。' Below the text is a 'リクエスト' button and a 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。' At the bottom, there is a note: '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 >'

「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。[第9回モニタリング会合【資料2】P5-6]

| 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 |

アプリストア上での表示の決定要素

- Apple メディアサービス利用規約には、ランキングにおいて使用される主要なパラメータに関する条項が含まれています。セクション N「検索結果およびランキング」にあるこの条項は、「検索結果における App の表示順序を決定する際に考慮される主なパラメータは、App プロバイダが提供するメタデータ、お客様が App や App Store をどのように利用しているか、および App Store での App の人気度です。これらの主なパラメータにより、お客様の検索クエリに最も関連性の高い結果が返されます。」と規定しています。App Store で入手可能なアプリが 180 万を超えるため、Apple は、最も関連性の高いアプリがユーザーに表示されること、ユーザーが楽しい App Store 体験をできるようにするためのポリシーとプロセスの実装を目指しています。

検索結果およびランキングに関する情報は、Apple のデベロッパとの契約、特にランキングで使用されるパラメータに言及している DPLA の別紙 1 に対する添付書類 D に記載されている情報と類似しています。デベロッパは、DPLA に組み込まれたリンク (<https://developer.apple.com/app-store/discoverability/> (日本語版 (<https://developer.apple.com/jp/app-store/discoverability/>))) より該当する情報を直接入手できます。

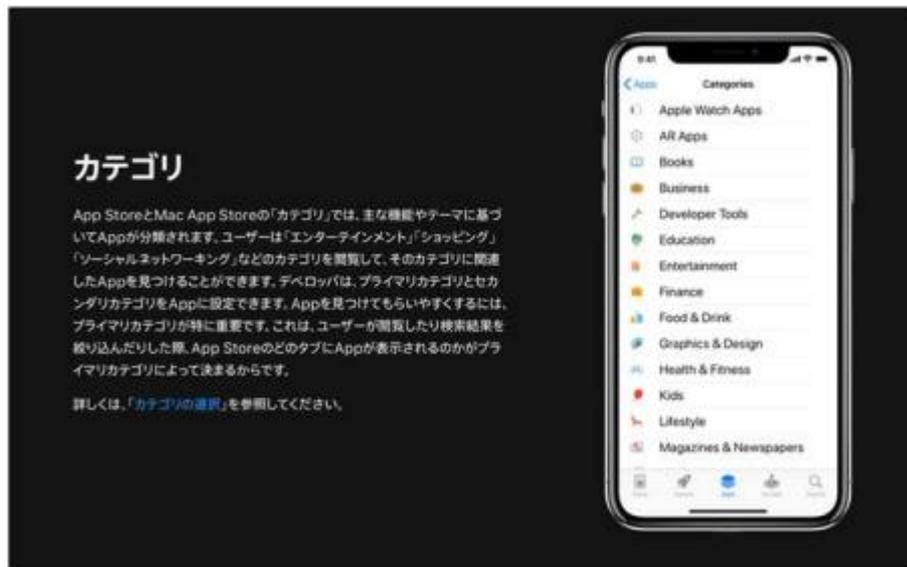
App Store の見つけやすさに関するページには、検索、カテゴリ、「Today」タブ、およびフィーチャーに関する情報が含まれています。

App Store での検索によって、ユーザーはアプリ、ゲーム、ストーリー、カテゴリ、アプリ内課金、デベロッパを見つけることができます。「検索」では、デベロッパのプロダクトページのアプリやアプリ内課金のメタデータが使用され、最も関連性の高い結果が表示されます。Apple では、ユーザーが入力する内容に対して最も的確な結果が表示されるよう、「検索」を常に改善しています。App Store でユーザーがアプリを検索すると、テキストの関連性 (アプリのタイトル、キーワード、プライマリカテゴリとの一致) やユーザーのアクティビティ (ダウンロード数、評価数とレビュー内容) など、複数の要素に基づくランキングが付されたアプリのリストが表示されます。特定の検索クエリに対する検索結果に加え、探しているものをより見つけやすくするための検索ワードも表示されます。



App Store の見つけやすさ - 「検索」ページ

App Store の「カテゴリ」では、主な機能やテーマに基づいてアプリが分類されます。ユーザーは「エンターテインメント」「ショッピング」「ソーシャルネットワーキング」などのカテゴリを閲覧して、そのカテゴリに関連したアプリを見つけることができます。デベロッパは、プライマリカテゴリとセカンダリカテゴリをアプリに設定できます。アプリを見つけてもらいやすくするには、プライマリカテゴリが特に重要です。これは、ユーザーが閲覧したり検索結果を絞り込んだりした際、App Store のどのタブにアプリが表示されるのかがプライマリカテゴリによって決まるからです。



App Store の見つけやすさ - 「カテゴリ」ページ

App Store の「Today」タブには、世界中の Apple のエディターによるオリジナルのストーリーが日替わりで掲載され、独占初公開の新作、新着アプリ、定番アプリの新しい一面、「今日のアプリ」、「今日のゲーム」などについて特集が組まれます。「Today」タブでは、ユーザーがアプリを革新的に利用するためのヒントやハウツーガイドが紹介されるほか、注目のデベロッパに対するインタビューが掲載されます。ストーリーでは、アートワーク、ビデオ、デベロッパのコメントを通じてアプリやゲームをいきいきと紹介し、アプリが生活をどのように変えているか Apple 独自の視点で紹介します。



App Store の見つけやすさ - 「Today」 ページ

Apple のエディターチームが、各 Apple プラットフォームに合わせて App Store でのセレクションを選んでいるため、適切な地域の適切なユーザーに、適切なタイミングでアプリやゲームの情報が表示されます。新規アプリやゲームのほか、大幅なアップデート、アプリ内のスペシャルイベント、限定コンテンツ、文化や季節にちなんだコンテンツなども取り上げています。また、ユニークなストーリーを持ったアプリにもスポットライトを当てています。たとえば、デベロッパがリリースしたアプリがどのように業界に変革をもたらしたか、どのようにコミュニティをサポートしたか、アプリによってユーザーが抱える固有の課題をどのように解決したか、といった舞台裏を紹介します。



App Store の見つけやすさ - 「フィーチャーについて」 ページ

確かなこととして申し上げますが、アプリのランキングおよび検索結果は、恣意的なものではありません。ユーザーの App Store での体験を向上させるため、パーソナライズされたおすそめを生成する目的で、機械学習モデルが使用されており、パーソナライズをオプトインしたユーザーには、機械学習モデルによるおすそめが提供されます。

この機械学習モデルによるパーソナライズされたおすそめ技術は、デモグラフィック、App Store での購入・利用活動から推測される特徴、解析信号およびアプリ・ゲームの利用セグメントなど、ユーザーに関する事実情報を含みます。これらのデータポイントは、ユーザーに対し、そのニーズや好みに基づいてパーソナライズされたおすそめを確実に提供するのに役立っています。[定期報告書別紙 P22-25]

■Google

開示情報の充実

➤ デベロッパーポリシーセンター：

- Google Play は、明確な外部ポリシーを維持し、[デベロッパーポリシーセンター](#)において一般公開しています。これにより、デベロッパーは、アプリが Google Play ストアで承認され、アクティブな状態であり続けるために期待される行動規範を予め知ることができます。そして、Google Play は、デベロッパーが新たなポリシーのエンフォースメントを確認し、理解しやすくなるよう、追加の対応をいたしました。
- 2023 年 4 月、Google Play は[ポリシーの期限ページ](#)をリリースしました。これは、従前の「[更新 \(Updates\)」ページ](#)（英文のみ）を改良したものです。この改訂されたページは、デベロッパーに対し、ポリシー期限をより迅速に確認できる手段及びポリシー変更をよりよく理解し、次のステップを明確に理解することを支援するリソースを提供することで、ポリシーセンターでのデベロッパーのエクスペリエンスを向上させます。これらの取り組みは、新しいポリシーの更新が発表された後、デベロッパーがその遵守期限を把握することに手間取っているというフィードバックに対応して行われました。

ポリシー・ウェビナー：

- Google Play の昨年度の透明化法に基づく定期報告書で述べたとおり、日本のデベロッパーマーケティング担当チームは、日本のデベロッパー向けに、ポリシーウェビナーシリーズを日本語で開催し、今後の Google Play のポリシー変更の予定と遵守期限の周知に務めています。この取り組みは、2023 年を通して引き続き行われ、また、同チームは、参加者向けに、日本語でポリシーの主要なアップデートを要約した「[ポリシーハンドアウト](#)」を配布しました。これらのポリシー・ウェビナーの開催は、Google Play のポリシーに関するコミュニケーションの明確さについてのデベロッパーのフィードバックに直接対応するものです。ウェビナーの主な目的は、今後導入される Google Play のポリシー、製品の変更、及び今後の遵守期限についてデベロッパーに周知することにより、関連するポリシーの違反を減らすだけでなく、Google Play ポリシーについて透明性のある対話を通じてデベロッパーの信頼を得ることです。

また、Google Play の Trust & Safety 担当チームは、Android デベロッパー向けの [YouTube チャンネル](#)上で、新たなポリシーの更新について説明する 3 つの日本語の動画を追加で公開しました ([2023 年 4 月](#)、[2023 年 7 月](#)、[2023 年 10 月](#))。[定期報告書 P14-15]

- 特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律（「透明化法」）に基づく 2024 年度の定期報告書において報告したとおり、対象期間中、Google は Google Play のポリシー又は手続に関して 177 件の苦情を受けました。多くの苦情は個々の事例に固有のものであるため、177 件の苦情全てが「明確性の欠如」に関するものであるとは推測できません。実際、これらの苦情は、多数の異なるポリシーに関連して広範な事項に関してなされたものであり、提供条件の明確性には無関係である可能性があります。透明化法の適用範囲を踏まえると、要求されている具体的な情報は、提示するために多大な負担を

伴い、また、先に述べたとおり、通常の業務過程では保持されていないものであるため、かかる情報を提示することは妥当ではないと考えます。[第4回モニタリング会合【資料2】P1]

- そのため、デベロッパーに包括的なツールと情報を提供するための積極的な措置を講じ、Google のポリシーや今後のポリシーの変更がデベロッパーにどのような影響を与えるかを理解できるようにしています。また、デベロッパーのフィードバックを募るための適切な窓口を提供しているのもそのためです。

この報告期間中にデベロッパーがコンプライアンスの潜在的な問題を簡単に特定し、今後のポリシー変更に対応するために必要なアクション項目とタイムラインを把握できるように Google はアプリコンテンツページを再設計しました。この更新はポリシーの変更の詳細と理由を分かりやすく説明することを確保させる大臣評価における求めと一致しています。

これに加えて、Google は定期的にライブポリシーウェビナーを開催し、今後のポリシー変更について、デベロッパーに周知するためにユーチューブビデオをアップロードしました。

デベロッパーが必要とする情報を提供し、議論やフィードバックの機会を確保することで、Google の取組は Google Play のポリシーに関して、デベロッパーとの間で透明性と相互理解を促進します。[第4回モニタリング会合議事録 P4]

- 本報告年度における Google の取組は、経産大臣により指摘された改善すべき分野とも一致しています。ポリシーの変更を分かりやすく伝え、説明することについて、アプリコンテンツページを再設計し、デベロッパーが重要なアクションアイテムやポリシーの期限を迅速かつ明確に把握できるようになりました。

デベロッパーがアプリ内課金の代替的な決済方法をより利用しやすくすることについて、ユーザー選択型決済の試験運用において、Google Play の課金システムと並行して代替的な課金システムの提供を希望するデベロッパーが導入プロセスを合理化できるよう、代替的な課金 API を導入しました。

アプリのランキングやお勧めに影響を与える主な要素の開示については、ランキングやお勧めに影響を与える主な要素に関する、明確で詳細な情報を含むアクセスしやすい一般向けのヘルプページを提供しています。[第4回モニタリング会合議事録 P6]

アプリストア上での表示の決定要素

Google は Google Play における表示順位に関して自社優遇を行っておらず、全てのアプリ（サードパーティー製や Google のアプリを含む）は同じ方針に従って Google Play でプロモーションされます。これについては「[機能とサービスの提供状況](#)」と「[アプリの検出とランキング](#)」のヘルプページで説明されています。これには以下が含まれます。

- ユーザーとの関連性：ユーザーにとって最も関連性の高いアプリは、ユーザーが閲覧している場所や検索で使用しているクエリによって異なります。
- アプリのエクスペリエンスの品質：一般に、技術的なパフォーマンスが高く、ユーザーエクスペリエンスに優れたアプリは、品質の低いアプリよりも優先されます。
- エディターによる評価：Google Play は、厳選されたおすそめを提供することで、ユーザーが注目のコンテンツや面白いコンテンツを見つけられるようにしています。
- 広告：デベロッパーは、他の Google サービスと同様に Google Play にも広告を掲載できます。これらの広告は、明示されたセクションに、他のコンテンツと一緒に表示されます。
- ユーザーエクスペリエンス：Google Play は、ユーザーが利用可能な幅広いアプリを快適に探索

できるよう取り組んでいます。

これらの主要な事項は、ユーザーが Google Play のどこを見ているか、使用しているデバイス及び個人の好みに基づいて異なる重み付けがされます。

アプリランキングは、Google の自社アプリを優先するために手動で調整されることはありません。むしろ、ランキングのプロセスは高度なアルゴリズムによって自動化されており、恣意的なランキング決定のために操作することはできません。

Google は、ランキングに関するポリシーを含む Google Play の全ての観点において、消費者利益やその他の考慮事項に配慮しながら、デベロッパー及びアプリを平等に扱うよう努めています。[第4回モニタリング会合【資料2】P15]【3-2-3においても掲載】

- Google Play は、自社優遇を行っておらず、デベロッパーを公平かつ公正に扱うよう努めており、全てのアプリ（サードパーティー製アプリ及び自社アプリを含みます。）は同じ原則に従って Google Play ストアで販売されます。

Google Play 上でのユーザーエクスペリエンスの向上のため、Google はユーザーに対して、アプリについてのパーソナライズされたおおすすめ表示を行うことがあります。Google Play Console のウェブサイト上の「アプリの検出とランキング」ページで開示されている主要な事項は、おおすすめの生成にも関連します。

おおすすめに関して、同ページでは（とりわけ）以下のように説明しています。

- 「おおすすめ (For You)」クラスタにアプリのおおすすめを生成するために、収集した情報（ユーザーが以前にインストールしたアプリなど）が使用される場合があります。
- 手動のシグナル⁴とアルゴリズム方式の両方を用いることで、ユーザーにおおすすめされるアプリが質の高いものになるようにしています。
- Google [プライバシーポリシー](#)では、Google がどのようにサービスをパーソナライズしているかについてや、ユーザーによるプライバシー管理について詳しい情報を提供しています。

Google Play の最初のページに表示されるおおすすめアプリの大部分（約 90%）は、自動化されたプロセスによってユーザーに提案されます。おおすすめアプリは、Google の自社アプリを優遇するために手動で調整されることはありません。[第4回モニタリング会合【資料2】P15-16]【3-2-3においても掲載】

- Google Play でのユーザーエクスペリエンスを向上させるため、Google は、ユーザーにパーソナライズされた推奨アプリを表示する場合があります。[アプリの検出とランキング](#)のページで概説されているとおり（また、上記の質問 10(i)(d) に対する回答で説明されているとおり）、おおすすめは以下の影響を受ける可能性があります。
 - 収集した情報（ユーザーが以前インストールしたアプリ等）は、「おおすすめ」クラスタにアプリのおおすすめを生成するために使用される場合があります。
 - 手動シグナルとアルゴリズム手法の両方を使用することで、ユーザーにおおすすめするアプリが質の高いものになるようにしています。
 - Google がどのようにサービスをカスタマイズしているか、及びユーザーによるプライバシー管理について詳しくは、[Google プライバシー ポリシー](#)に記載されています。

⁴ 「手動のシグナル」、「手動シグナル」について、Google から次の説明があった：「Google Play でおおすすめ表示されているアプリの大多数（約 90%）は、自動化されたプロセスによってユーザーに提案されています。しかし、ユーザーにおおすすめ表示するアプリが高品質であり、また、注目され面白いものであることを担保するため、一定の場合には手動による評価基準も設けられています。手動のシグナルには、アプリの品質、目新しさ、デザイン、有用性、及び訴求力の評価が含まれる場合があります。」

また、Google Play は、ユーザーのインストール済みアプリに関する情報を使用して、推奨アプリが既にインストールされていないことを確認します。

Google Play の初期ページで推奨されるアプリのほとんど（約 90%）は、Google Play が開示している要因を採用した自動プロセスによってユーザーに提案されます。全てのアプリは、同じ原則に従って Google Play ストアでプロモーションされます

- 残りの 10 パーセントの「おすすめ」アプリは、Google チームの意見を受けてから選ばれます。これらのアプリは通常、パートナーシップチームによって推薦され、コンテンツレビューチームによってレビューされ、マーチャンダイジングチームによって評価されます。このプロセスを通じて、アプリの品質、関連性及びパフォーマンスが考慮されます。[第 4 回モニタリング会合【資料 2】P26-27]【3-2-3 においても掲載】

2-1-4 利用事業者の状況等⁵

利用事業者の声 [第 1 回モニタリング会合【資料 1-1】P155-157]

開示情報の充実

■Apple

「App Review ガイドライン 4.3（スパム）」について

- （ゲームアプリ事業者）App Store でリリースしている他のアプリとテーマや画像などが異なるだけで、基本的な内容は類似しており、スパムの一種と見做せるためという理由で複数のアプリがリジェクトされた（4.3(a)）。確かに、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ったり、自分でリリースしているアプリの数が多いという事情はあるが、「同一のアプリ」ではない。
- （脱出ゲームアプリ事業者）脱出ゲームを多くリリース出来ている方々がいる中で、一部にだけスパムを突きつけられるのは公平性を考えると納得はできない。
- （パチンコ／パチスロアプリ事業者）パチンコ／パチスロは様々な機種があるにもかかわらず、機種ごとにアプリを配信することはスパムであるとしてリジェクトされた。リジェクトされないためには、同一のアプリの中で複数の機種をまとめて配信することを求められている。一本にコンテナ化してアプリを詰め込む形なので、容量が増えたり、メモリの使用量が高くなり、ストアに上げられる最大 4GB を超えてしまうと、どうしようもなくなってしまふ。これについては、解決策が出ていない状態であり、困っている。他のパチンコ／パチスロアプリでは、機種単位で配信できているアプリも存在している認識。

⁵ 以下、利用事業者の声は、2024 年 6 月 28 日第 1 回モニタリング会合後に追加で得られた声も含めて記載している。なお、利用事業者の取引経験やその際の理解に基づくものであり、その性格上、特定デジタルプラットフォーム提供者としての状況認識や規約等の理解とは齟齬があり得る。また、各利用事業者がその判断で経済産業省に対して任意に情報提供をしているため、個別具体的な状況の詳細について経済産業省に情報が提供されていないケースも含まれていることに留意する必要がある。

事務局注）

App Review ガイドライン 5.1.2 (i) ⁶の元のバージョンは、旧 App Review ガイドライン 3.2.2 (vi) ⁷であるところ、ガイドライン 5.1.2 (i) の「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。」との文言において、旧ガイドライン 3.2.2 (vi) により禁止されていた広告閲覧等のデジタルタスクの実行により金銭その他の報酬を受け取る行為が禁止されているのか不明確であるとの利用事業者の声が寄せられていた。

- （ポイ活アプリ事業者）アプリストア上に、タスクをこなすことで報酬を獲得できるアプリは他にも存在している（例：レシートを撮影することで報酬獲得、アンケートに答えることで報酬獲得など）が、なぜ当社のアプリがポリシー違反と判断されるのか詳細が開示されないため、不公平感がある。
- （ポイ活ゲームアプリ事業者）リジェクトの理由については、「Task for Cash」「取って付けたようなゲームに懸賞をつけたアプリについて Apple は認めない」といったことのみでの回答である。「ちゃんとした RPG であれば許可する場合がある」といったことも電話口で回答された。「取って付けた」「ちゃんとした」というものに対して具体的回答を求めたところ言葉を濁し、Apple では総合的に判断している旨返答された。
- （変更後のガイドラインの記載について）この表現では、広告閲覧含む簡単なデジタルタスクの実行により、金銭その他の報酬をユーザーに支払うことを主目的としているアプリが禁じられているとは理解できない。

■Google

「非アクティブなデベロッパーアカウントの閉鎖」について

- 小規模なアプリ事業者からは、1000 件以上のインストールがないとアカウント閉鎖の可能性があるとの読み、そうだとすると、厳しい条件であるとの声⁸

利用事業者向けアンケート調査の結果

開示情報の充実

■共通

⁶ App Review ガイドライン 5.1.2（データの使用と共有）(i)（一部抜粋）：

「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。」

⁷ ※旧 3.2.2 (vi)（2024 年 1 月 25 日同ガイドライン変更前）：

「アプリでは、ユーザーが対価を支払ったコンテンツを、追加作業（ソーシャルメディアへの投稿、連絡先のアップロード、アプリを特定の回数開くことなど）を実行しなくても入手できるようにする必要があります。アプリは、ユーザーに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、トラッキングの有効化を求めるべきではありません。また、機能やコンテンツへのアクセス、アプリの利用、（ギフトカードやコードを含むがこれに限らない）金銭やその他の報酬を受け取るために、同様のアクションを取ることもユーザーに求めるべきではありません。」

⁸ 事務局注：これに対し、Google からは、インストール数が 1000 件未満という事実だけでアカウント閉鎖を行うことはないとの説明。

- 利用しているアプリストアの規約等が書かれたウェブページは、規約等を確認する必要が生じた際に、その必要な規約等の必要な条項が見つかりやすい場所にあるかとの問いに対して、App Store、Google Play ストア共に、利用事業者の3割前後が利用規約が見つかりにくいと回答した。

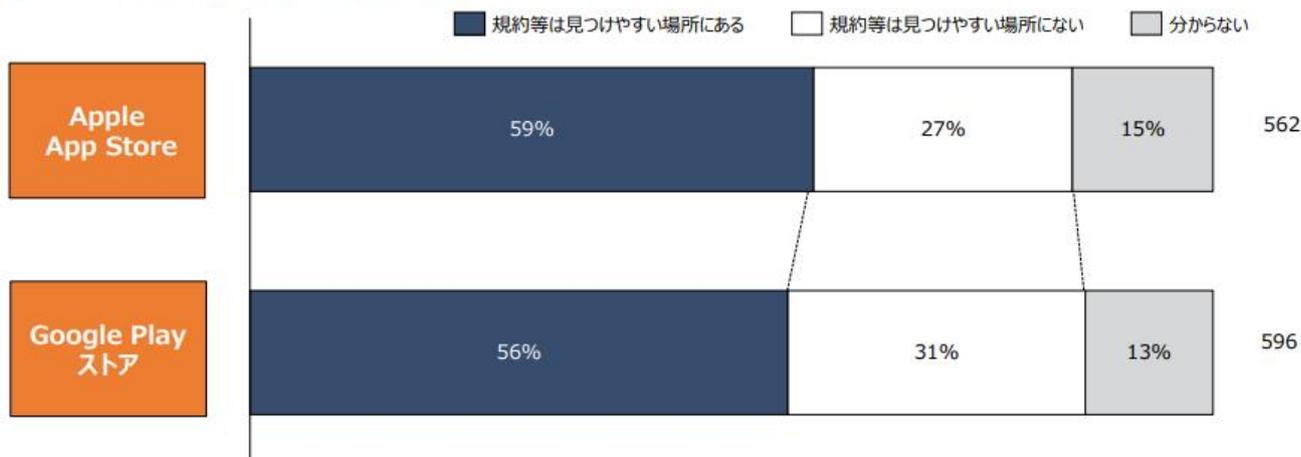
1 (1) 提供条件等の情報開示

アプリストア利用事業者アンケート

両アプリストアとも、利用事業者の3割前後は利用規約が見つかりにくいと回答

利用しているアプリストアの規約等が書かれたウェブページは、規約等を確認する必要が生じた際に、その必要な規約等の必要な条項が見つかりやすい場所にありますか。

※「規約等」とは、アプリストアの利用に関連する貴社とアプリストア運営事業者との間の取り決めやルールであり、契約・規約・ガイドライン等の名称を問いません。(以降も同様)



※事務局注：利用事業者アンケート調査概要（実施時期：2024年1月）

※以降本資料における「アプリストア利用事業者アンケート」は、下記にて実施されたものを指す。

| | | | |
|------|--|------|--|
| 回答件数 | ・アプリ配信事業者50000人を対象にアンケートを送付。スクリーニングの結果、712件を分析対象としている。 | 調査対象 | ・Apple App Store・Google Playストアを利用している事業者を抽出の上、アンケート調査に対する回答の信頼性が高いと想定される対象者を選定。 |
| 調査方法 | Webアンケート調査（大手Webリサーチ会社を利用） | | |

159

第1回モニタリング会合【資料1-1】P159⁹

- アプリ開発者が利用するアプリストアの規約等は、容易に理解できる内容だと思うか、または、あいまいな表現等により、ルールの解釈で悩むことはあるかとの問いに対して、App Store、Google Play ストア共に、約7割の利用事業者が、利用規約の理解が容易ではない、または、あいまいな表現のために解釈に悩むことがあると回答した。

⁹ 利用事業者向けアンケートの調査概要は、第1回モニタリング会合【資料1-1】P159記載の表のとおりである。なお、アプリストア利用事業者向けアンケートは、国内で、アプリ配信事業に従事している/していた可能性が高いと想定される事業者50000人を対象に送付し、そのうち現にアプリストアでアプリを配信する事業を行っている者を抽出し、さらにそのうち当該事業の主担当者及び副担当者を抽出し、さらにそのうちApp Store及びGoogle Playストアの利用事業者を抽出した712名を分析対象利用事業者とした。

分析対象者の配信しているアプリの分野（重複あり）は、ゲームが26%、仕事効率化が25%、ショッピング（BtoC・CtoC含む）が20%、ソーシャルが18%、ファイナンスが16%、写真・動画エンタメが15%、書籍（ブック・雑誌・新聞・参考書・マンガ・辞書・辞典等）が14%、グルメが12%、スポーツ・健康・美容が10%、教育が10%、音楽が10%、旅行・地図が7%、ニュース・転記が6%、その他が5%となっている。また、アプリ全体の売上（アプリのダウンロード販売+アプリ内課金+アプリを通じた広告収入）が100万円未満は24%、100万～5,000万円未満は42%、5,000万円以上は35%となっている。

アプリストア利用事業者アンケート

両アプリストアとも、約7割の利用事業者は、利用規約の理解が容易ではない、または、あいまいな表現のために解釈に悩むことがあると回答

貴社が利用するアプリストアの規約等は、容易に理解できる内容だと思いますか。
また、あいまいな表現等により、ルール解釈で悩むことはありますか。

- 容易に理解でき、表現も明確であるため解釈で悩むことはない
- 理解に時間を要するが、表現は明確であり、解釈で悩むことはない
- 容易に理解できるが、あいまいな部分があり、解釈に悩むことがある
- 理解に時間を要する。あいまいな部分があり、解釈に悩むことがある



第1回モニタリング会合【資料1-1】P160

- アプリストアの規約等で、どの部分があいまいで解釈に悩むか、また、どのようなところで理解に時間がかかるかとの問いに対して、App Storeにおいては、日本語翻訳に問題がある、文言があいまいという意見が複数あり、Google Play ストアにおいては、規約の文言が冗長という意見が複数あった。

Appleは日本語翻訳に問題がある、文言があいまいという意見が複数ある

Googleは規約の文言が冗長という意見が複数ある

アプリストアの規約等で、どの部分があいまいで解釈に悩むと感じますか。また、どのようなところで理解に時間がかかりますか。

Apple App Store

- 文言が難しい、難しく書いてある、難しいワード
- 遠回しな表現で言いたいことがわからない
- 課金に関する部分、課金制度、どの種類のアプリ内課金が許可されるのか
- 広告順位、広告ID、広告規約
- 和訳しているようで足りない部分がある、英語の和訳のような曖昧な表現
- 英語で記載されているので、理解するのに時間がかかる
- 説明が簡潔すぎる
- 全体的に概要レベルでしか書いていないため、具体的な事例を積み重ねていかないと判断が出来ない
- 変更部分が判りづらい

Google Play ストア

- 見つけにくい
- 複数の解釈ができ、曖昧であった
- 文章が長すぎる、文章が長大
- 利用規約が非常に冗長で、複雑な文書である場合、読者は全体を理解するのが難しくなります。
- プライバシーに関する取扱い、個人情報保護
- 必要な情報が掲載されていない

第1回モニタリング会合【資料1-1】P161

アプリストア上での表示の決定要素

■Apple

- アプリの表示順位を決定する主要要素の開示内容について、掲載位置、内容の明確さ、実際の表示位置・検索順位との差異について、それぞれどのように感じているかとの問いに対して、8割以上が主要要素の開示内容を見つけやすいと回答する一方で、おすすめを決定する主要要素が明確でないという回答が3割であった。

2 (5) アプリの表示順位等の決定要素

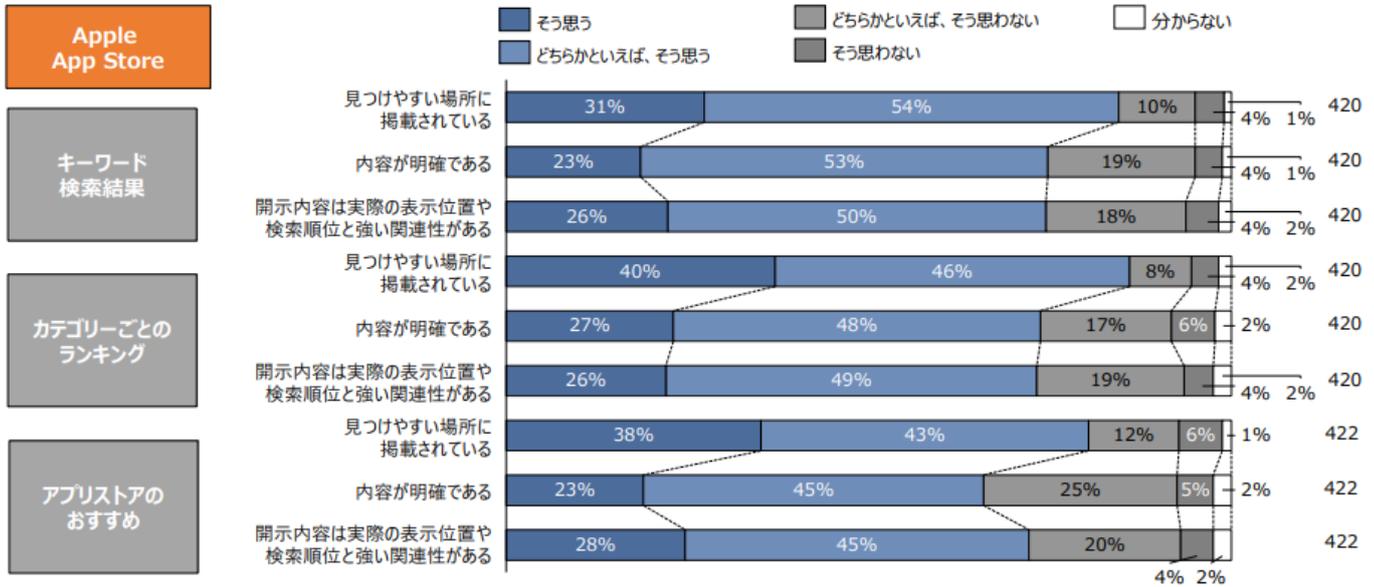
アプリストア利用事業者アンケート

両アプリストアとも、8割以上が主要要素の開示内容を見つけやすいと回答

一方、おすすめを決定する主要要素が明確でないという回答が3割

(Apple App Storeを利用しており、アプリストア運営事業者による検索順位等を決定する主要要素の開示内容を知っている方にお伺いします。)

【Apple App Store】についてお伺いします。アプリの表示順位を決定する主要要素の開示内容について、掲載位置、内容の明確さ、実際の表示位置・検索順位との差異について、それぞれどのように感じていますか。それぞれについてお答えください。



第1回モニタリング会合【資料1-1】P220

■Google

- アプリの表示順位を決定する主要要素の開示内容について、掲載位置、内容の明確さ、実際の表示位置・検索順位との差異について、それぞれどのように感じているかとの問いに対して、8割以上が主要要素の開示内容を見つけやすいと回答する一方で、3割がおすすめを決定する主要要素が明確でないと回答した。

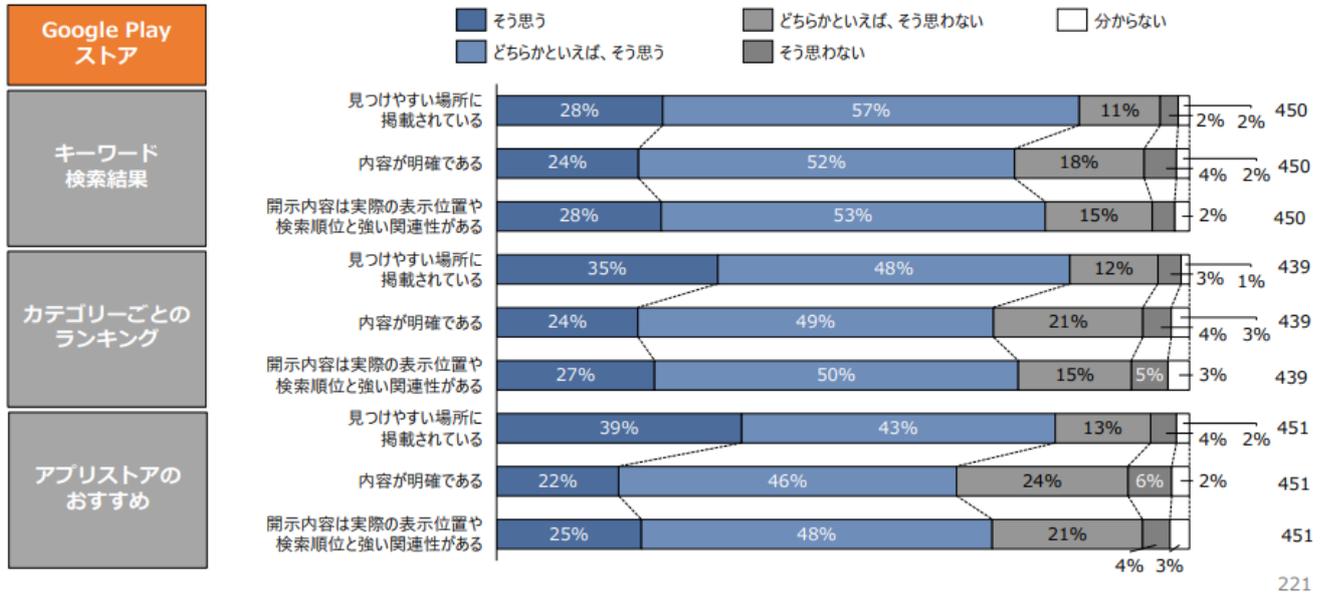
2 (5) アプリの表示順位等の決定要素

アプリストア利用事業者アンケート

両アプリストアとも、8割以上が主要要素の開示内容を見つけやすいと回答
一方、おすすめを決定する主要要素が明確でないという回答が3割

(Google Playストアを利用しており、アプリストア運営事業者による検索順位等を決定する主要要素の開示内容を知っている方にお伺いします。)

【Google Playストア】についてお伺いします。アプリの表示順位を決定する主要要素の開示内容について、掲載位置、内容の明確さ、実際の表示位置・検索順位との差異のそれぞれについて、どのように感じていますか。それぞれについてお答えください。



第1回モニタリング会合【資料1-1】P221

■ 共通

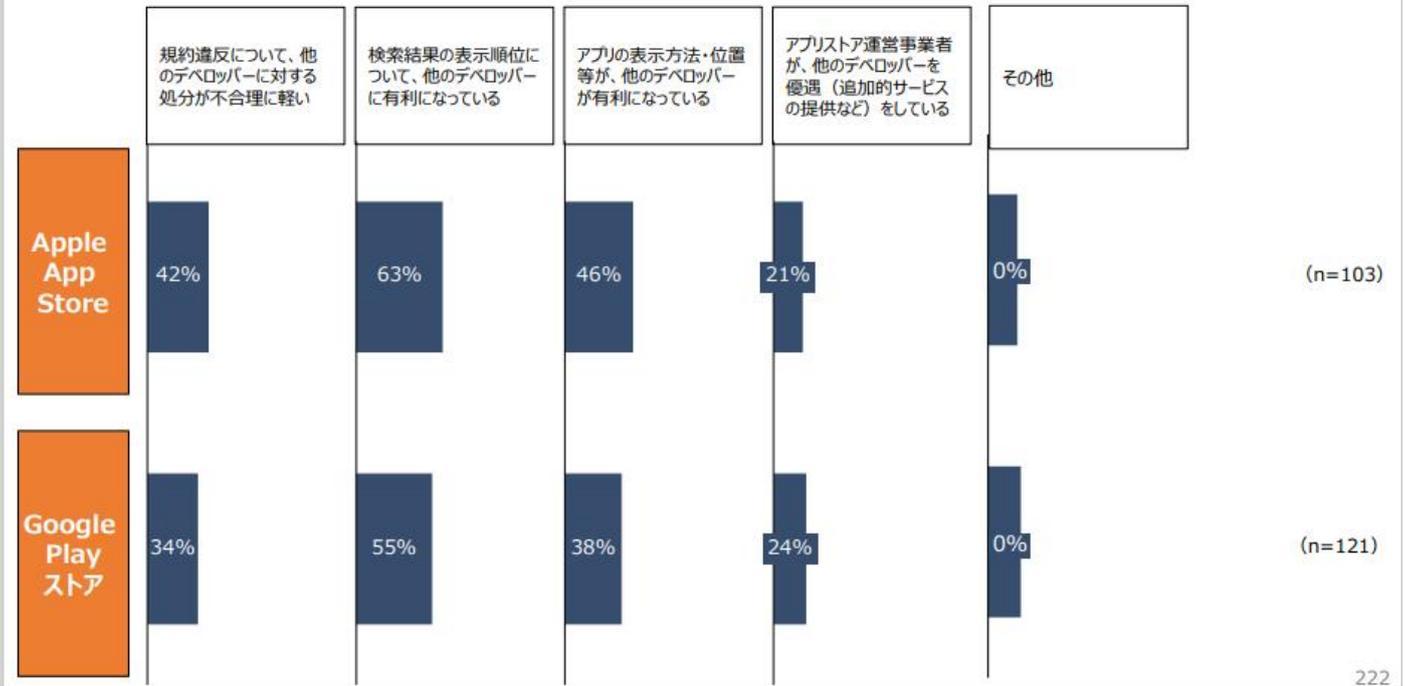
- 他のアプリ開発者との間で不公平な取扱いを受けていると感じたことがある事業者において、どのような不公平な取扱いを感じたかとの問いに対して、App Store、Google Play ストア共に、6割前後が検索結果の表示順位について、4割前後がアプリの表示方法・位置等について不公平を感じたと回答した。

2 (5) アプリの表示順位等の決定要素

アプリストア利用事業者アンケート

両アプリストアとも、検索結果の表示順位、アプリの表示方法・位置、規約違反への処分の順に、事業者が不公平を感じたと回答

(貴社と【他のデベロッパー】との間で不公平な取扱いを受けていると感じたことがある方にお伺いします。) どのような不公平な取扱いを感じましたか。(それぞれいくつでも)



第1回モニタリング会合【資料1-1】P222

222

消費者向けアンケート調査の結果¹⁰

開示情報の充実

■ 共通

- アプリストアで検索ワードを入力して商品・アプリを検索する際に、デフォルトの表示順を利用するか、それとも自ら設定する表示順を利用するかとの問いに対して、App Store、Google Play ストア共に、7割を超える消費者がデフォルトの表示順を利用すると回答した。

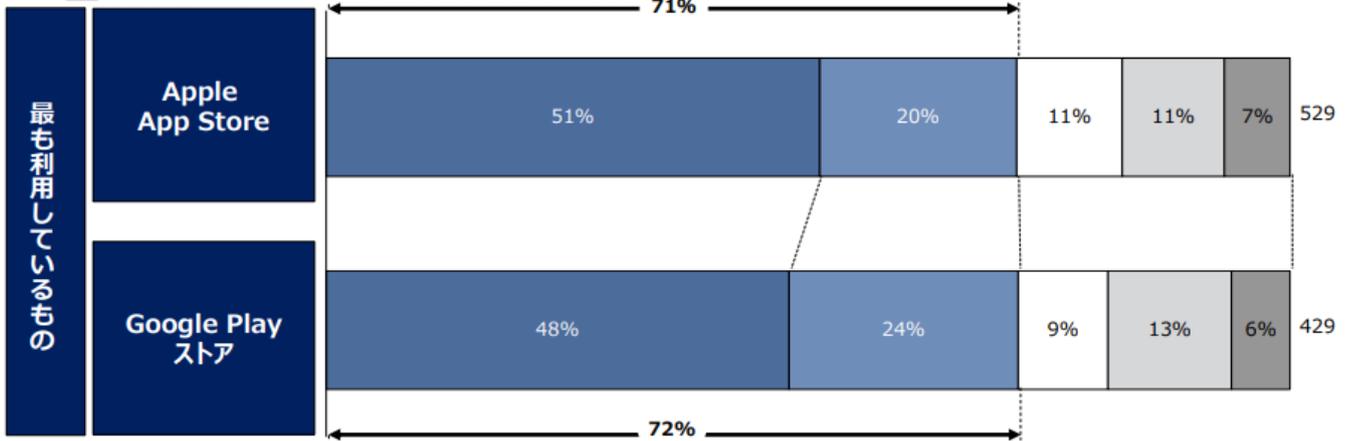
¹⁰ 消費者アンケートは、2023年12月に、10000人に対して調査票を送付し、回答の信頼性が高いと想定される対象者などを選定し、1008件を分析対象としたものである。

消費者アンケート

両アプリストアで、デフォルトの表示順を利用することが多い消費者が7割を超えている

あなたは、オンラインモール、アプリストアで検索ワードを入力して商品・アプリを検索する際に、どのような表示順を利用していますか。
 デフォルトの表示順：オンラインモールやアプリストアが標準やおすすめとして表示する順番
 自ら設定する表示順：価格やレビュー数、評価の高さ、検索ワードとの関連度の高さなどにに基づき自ら設定して表示する順番

- ほぼ毎回、デフォルトの表示順を利用する
- どちらかといえば、デフォルトの表示順を利用することが多い
- デフォルトの表示順と自ら設定する表示結果を同じくらい利用する
- どちらかといえば、自ら設定する表示順を利用することが多い
- ほぼ毎回、自ら設定する表示順を利用する



※事務局注：消費者アンケート調査概要（実施時期：2023年12月） ※以降本資料(アプリストア部分)における「消費者アンケート」は、下記にて実施されたものを指す。

| | | | |
|------|--|------|---|
| 回答件数 | ・10000人に対して調査票を送付し、オンラインサービスの利用経験を聴取。回答にオンラインモール、アプリストアが含まれる対象者の内、回答の信頼性が高いと想定される対象者を選定し、1008件を抽出。 | 調査対象 | ・日本在住の10代から60代の男女の内、オンラインモール及びアプリストアを利用したことがある層 |
| 調査方法 | Webアンケート調査（大手Webリサーチ会社を利用） | | |

第1回モニタリング会合【資料1-1】P224

- アプリストアでキーワード検索をしてアプリを探すとき、検索結果で表示されているアプリを平均して何番目まで確認しているかとの問いに対して、約3割の消費者が、画面をスクロールせず、はじめに表示された画面上のアプリのみ確認すると回答した。

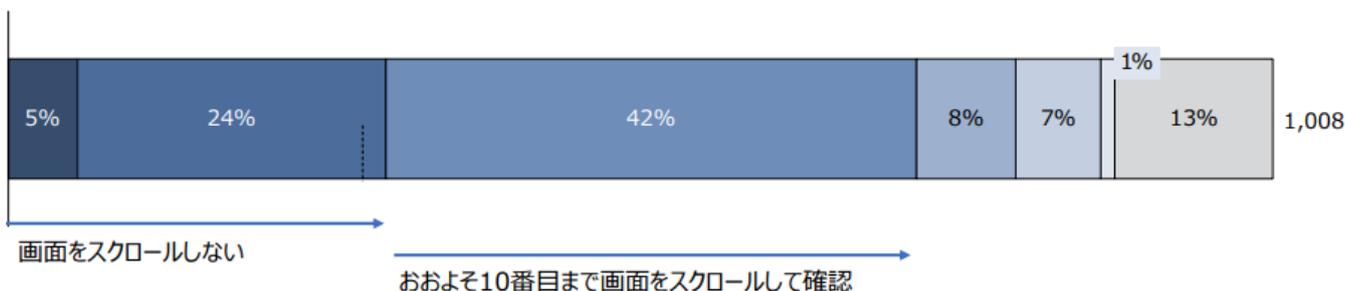
消費者アンケート

約3割の消費者は、画面をスクロールせず、はじめに表示された画面上のアプリのみ確認している

あなたはアプリストアでキーワード検索をしてアプリを探すとき、検索結果で表示されているアプリを平均して何番目まで確認していますか。

アプリストア (単一回答)

- 検索結果で一番上に表示されているアプリのみ確認する (画面のスクロールはしない)
- 検索結果ではじめに表示された画面上の複数のアプリのみ確認する (画面のスクロールはしない)
- おおよそ10番目までに表示されているアプリまで画面をスクロールして確認する
- おおよそ15番目までに表示されているアプリまで画面をスクロールして確認する
- おおよそ20番目までに表示されているアプリまで画面をスクロールして確認する
- おおよそ25番目までに表示されているアプリまで画面をスクロールして確認する
- 25番目以降も、画面をスクロールして確認する



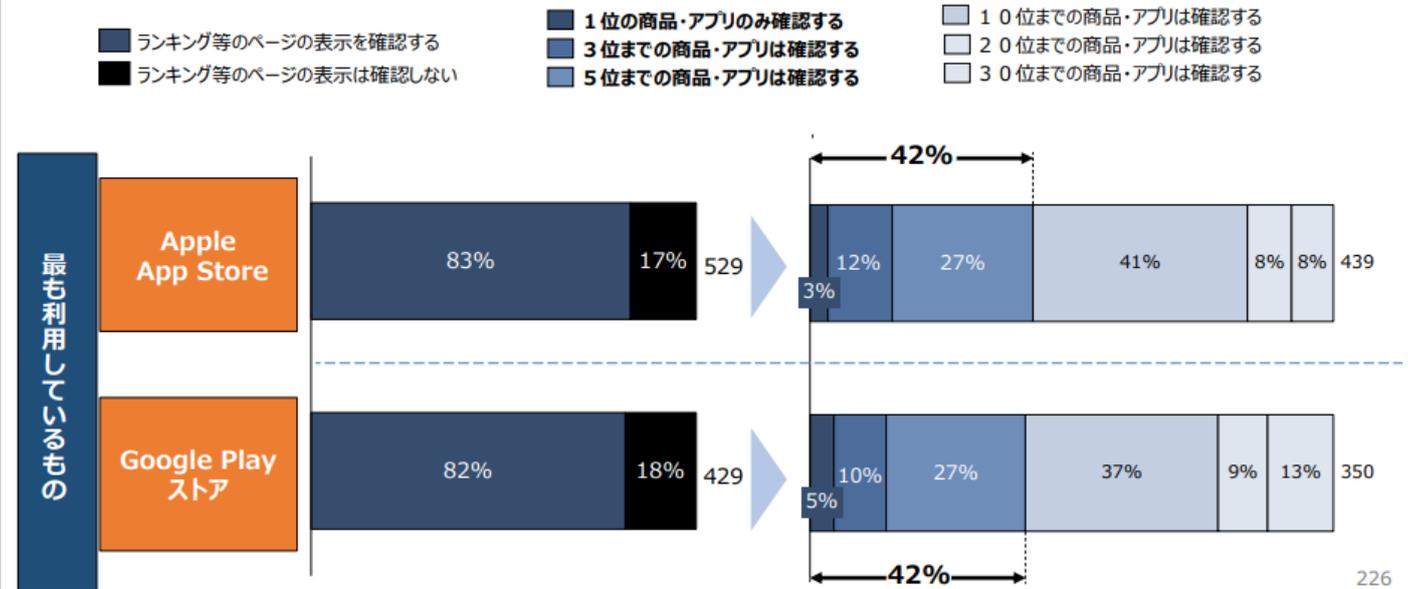
第1回モニタリング会合【資料1-1】P225

- ランキングページで商品・アプリを選ぶ場合、平均して、商品・アプリを何位程度まで確認しているかとの問いに対して、約8割の消費者が、アプリ購入の際に、ランキングページを確認していると回答し、その内、約4割の消費者が5位まで商品を確認していると回答した。

消費者アンケート

**約8割の消費者は、アプリ購入の際に、ランキングページを確認している
その内、4割程度の消費者は5位まで商品を確認している**

売行きの良い商品・アプリのランキング等のページもあります。あなたはランキングページで商品・アプリを選ぶ場合、平均して、商品・アプリを何位程度まで確認していますか。



第1回モニタリング会合【資料1-1】P226

- アプリストアが開示している【1】商品等のランキング・検索の表示順位の決定に用いられる主要な事項、及び【2】商品等の検索・閲覧・購入に関する消費者の履歴データが取得・使用される場合のデータの「内容」や「取得・使用の条件」について、これらの情報を見たことがあるかとの問いに対して、約6割の消費者がこれらの情報を見たことがないと回答した。

消費者アンケート

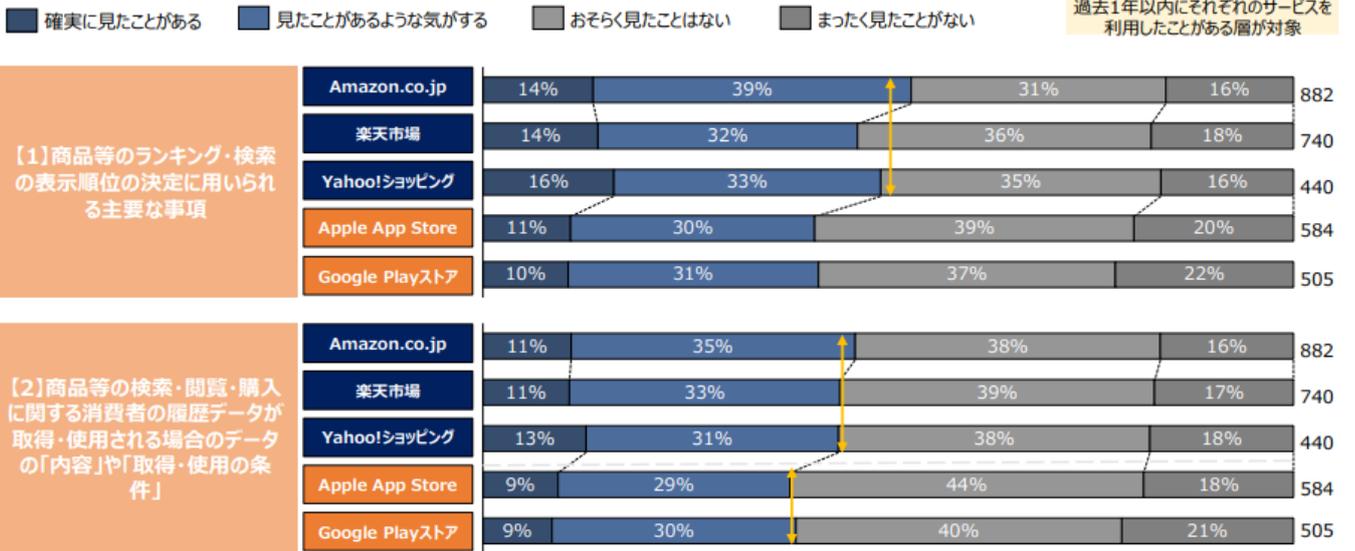
6 割近くのアプリストアユーザーが当該事項に係る情報を見たことがないと回答

特に、取引透明化法では、下記のオンラインモールやアプリストアに対し、サービスを利用する消費者の方に対して、以下の情報を開示することを求めています。あなたは、以下の各オンラインモールやアプリストアで、これらの情報を見たことがありますか。

【1】商品等のランキング・検索の表示順位の決定に用いられる主要な事項（例：直近の販売数、購入者からの評価、広告費の支払いの有無 等）

【2】商品等の検索・閲覧・購入に関する消費者の履歴データが取得・使用される場合のデータの「内容」や「取得・使用の条件」

（例：同意がある場合に商品を購入したユーザーの連絡先を取得し、当該ユーザーに関連商品の広告メールの配信を行うことがある 等）



第1回モニタリング会合【資料1-1】P227

2-1-5. 大臣評価に向けての提案

開示情報の充実

Apple、Google 共に、日本語でのコミュニケーションを充実させ、利用事業者が理解していない規約等の内容については、一対一のコンサルティングやグループセミナー、解説動画の配信を行うなど、利用事業者が重要な情報を入手できるようにする取組みが見られる。

一方で、アンケート調査結果において、利用事業者の3割前後から利用規約が探しにくいとの回答がなされているところであり、自社ウェブサイトでの検索窓から、利用事業者向けヘルプページ等情報を集約したページを容易に検索できるようにするなど、利用事業者が探したい情報を容易に見つけられる取組み・工夫がなされることを求めるべきと考える。

また、アンケート調査結果において、約7割の利用事業者から、利用規約の理解が容易ではない、又は、あいまいな表現のために解釈に悩むことがあると回答があった。

さらに、App Storeにおいては、日本語翻訳に問題がある、文言があいまいという意見が複数あった。加えて、経済産業省が設置したデジタルプラットフォーム取引相談窓口においては、App Reviewガイドラインの4.3及び5.1.2について、解釈があいまいという意見が複数寄せられた。

Google Playストアにおいても、アンケート調査結果において、規約の文言が冗長という複数の声が寄せられている。

アプリストアの規約等については、詳細に規定しすぎると悪意ある一部の例外的な利用事業者により不正行為が行われるリスクを孕むことからすれば、例えば、具体的な事例を記載するなど、利用事業者が利用規

約等の内容を十分に理解することができる取組み・工夫を行うことを求めるべきと考える。

アプリストア上での表示の決定要素

Appleについては、アプリの検索結果の表示順位を決定する要素を公開し、検索結果が恣意的でないことについてデータを開示しつつ説明していることは一定程度評価すべきと考える。

Google については、アプリの検索結果の表示順位を決定する要素を公開しているものの、検索結果が恣意的でないことについて自社も他社と同じポリシーに準拠しているとの説明があった限りであることから、データを開示することや内部での検証結果など外部検証が可能となる説明をすることを求めるべきと考える。また、おすすめ表示については、「アプリの検出とランキング」のヘルプページ開示されている主要な事項は、おすすめの生成にも関連すると説明されているが、検索結果の表示とおすすめ表示とを決定する主要な要素が全く同じでないのであれば、どのようなおすすめ表示があり、それぞれの表示を決定する主要な要素を分けて記載することを期待すべきと考える。さらに、同ヘルプページでは、「エディターのおすすめ」について手動でコンテンツが選択されることがある旨記載されているが、手動で選択する場合には、どのような基準にしたがってコンテンツを選択しているか等について情報を開示することを期待すべきと考える。

2-2. 提供条件の変更や措置の実施の際の手続¹¹の改善

2-2-1. 問題の所在

提供条件やその運用に係る事項の変更は、多くの利用事業者に一斉に適用されるため、潜在的にその影響が広範であり、変更の内容次第では小規模の利用事業者はその対応に多くの期間を要する可能性がある。また、当該行為は、あらかじめ約していた利用事業者の権利義務の内容を直接変動させるものであることから、潜在的にその影響が甚大であり、変更の内容・理由によっては、利用事業者が不合理と判断して協議の申入れ等を行うことが適当である可能性も想定される。

したがって、当該行為の潜在的な広範さ及び甚大さを踏まえれば、利用事業者の利益を適切に保護するために、変更内容を開示してから当該行為が行われるまでの間に一定の猶予期間を設ける必要がある。

また、提供条件の変更等を行うに当たっては、利用事業者の事情を勘案し、十分な猶予期間を設けるとともに、変更内容や理由をわかりやすく説明する必要があると考えられる。その上で、利用事業者との対話プロセスをより実効あるものとする必要もある。

2-2-2. 該当法令及び昨年度の大臣評価における指摘事項

法は、特定デジタルプラットフォーム提供者が利用事業者に対し提供条件を変更する場合に、変更される提供条件により契約を行った相手方に対し、15 日前までに（当該変更により生じる作業又は調整のために15 日より長い日数を要することが見込まれる場合には、当該作業又は調整のために要すると見込まれる合理的な日数を確保した日までに）その内容及び理由を開示することを求めている（法第5条第4項第1号、省令第11条第1項第1号、同第2号）。

また、法は、特定デジタルプラットフォーム提供者に利用事業者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために必要な措置を講じることを義務付けている（法第7条第1項）。当該措置の適切かつ有効な実施に資するよう、経済産業大臣の指針が定められており（法第7条第2項）、特定デジタルプラットフォーム提供者は、当該指針の「基本的な考え方」に示された望ましい取組みの方向性を実現するために講じた

¹¹ 提供拒絶措置の手続については、後記 3-1-1. で評価するものとする。

具体的な措置を定期報告書において説明することが求められている（法第9条第1項第4号）。当該指針における具体的な措置としては、特定デジタルプラットフォーム提供者が利用事業者に対して提供条件の変更等の行為を行う前に、適切に評価を行い、当該評価を踏まえて（当該行為を行う場合でも）利用事業者の利益に配慮した適切な対応を行うことを定めている（指針2.1.1）。

2023年度大臣評価では、提供条件の変更等を行うに当たっては、利用事業者の事情を勘案し、十分な準備期間を設けるとともに、変更内容や理由をわかりやすく説明することが求められた。その上で、例えば、提供条件の変更案の策定時や変更の実施後に利用事業者やその事業者団体から意見を聴取し、こうした意見を踏まえた改善や検討の結果を利用事業者等にフィードバックするなど、利用事業者との対話プロセスをより実効性があるものとするとも求められた。

2-2-3. 各特定デジタルプラットフォーム提供者における取組み内容

■Apple

➤ Appleでは、新しいリリースに関するデベロッパの理解を促進するために、日本のデベロッパが利用可能な新機能に関するセミナーを定期的に開催しています。これらのライブセミナーは約1時間の長さで、デベロッパがAppleの担当者に直接質問できる質疑応答セッションも含まれています。本報告期間中、Appleの担当者は日本のデベロッパ向けに以下のセミナーを開催しました。

- ユーザー獲得の測定と改善のためのAppアナリティクス（2回開催）
- App Storeの価格設定機能アップグレード
- アプリの見つけやすさとマーケティングの概要
- 発見とエンゲージメントを促進するGame Centerの利用（2回開催）
- TestFlightの概要

ライブセミナーでの質疑応答セッションに加え、App Reviewの担当者は研修を受けてガイドラインの適用に関する問題に精通していることから、デベロッパは、直接App Reviewの担当者に問い合わせることでアプリの提出に関するサポートを受けることもできます。[定期報告書別紙P10]

➤ Appleが規約を更新するプロセスは、告示に定められた具体的な取組に一致したものです。Appleでは、地域の法規制の変更、技術の高度化、変更の必要性、ユーザーおよびデベロッパの利益および影響など、様々な要因を慎重に検討した上で、変更を実施しています。

規約の改定予定を発表する際、Appleは変更の理由を説明しています。例えば、2024年3月5日にガイドラインを変更した際、Appleは、下記Apple Developerの「ニュースとアップデート」に記載のとおり、デベロッパに対して変更に関する説明を提供しました。

<https://developer.apple.com/jp/news/?id=f1mb6ri3>

App Reviewチームは、デベロッパがアプリ提出においてこの要件を遵守できるように、引き続きサポートします。

Appleはこれらの措置について、告示第3.1項に記載されている具体的な取組例に一致しており、したがって適切かつ効果的であると考えています。[定期報告書P15]

➤ Appleは、標準化されたワークフローと手続を利用してデベロッパへの対応に一貫性、透明性、および公正性を維持しています。例えば、App Reviewのプロセスをとりあげると、App Review Webサイトは、デベロッパにApp Reviewプロセス全般を伝え、よくあるApp Reviewの却下について開示しています。Appleは、Apple Developer Programへの登録時に、すべてのデベロッパに対し、規約、特にガイドラインの対象となり、遵守しなければならないことを開示しています。

デベロッパがガイドラインに同意しない場合、下記の「ガイドライン変更の提案」機能によりガイドラインの変更を提案することができます。また、Apple は、デベロッパに App Review の決定への異議申し立て、App Review Board へのアプリの優先処理のリクエストを認めています。Apple は、App Review チーム全員が、標準化された方針およびプラクティスを遵守し、初期および継続的なトレーニングを受けて統一的なガイドラインを適用するように徹底させることで、App Review のプロセスの全体での一貫性を維持しています。Apple はこれらの措置が、告示第 3.1 項に記載されている具体的な取組例に一致しているため、適切かつ効果的であると考えています。[定期報告書 P15]

- Apple の取組においては、デベロッパの意見および提案を検討することが鍵となります。Apple はデベロッパにコミュニケーションのための多数のチャンネルを提供しています。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。例えば、あるデベロッパによって、ガイドライン 1.4 の変更が提案されました。

ガイドラインの提案は、ユーザーへの潜在的な物理的危険の防止に関する保護の明確化を中心としたもので、この提案は Apple において現在検討されており、デベロッパの提案をふまえたガイドライン 1.4 の更新が検討されています。

Apple は、デベロッパとのコミュニケーションおよびそのフィードバックの収集のための多数のチャンネルを維持しています。すべてのデベロッパに適用されるガイドラインを変更するリクエストは、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、デベロッパに平等に対応するものであり、ユーザーおよ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に役立ち、したがってすべてのデベロッパに対し適切、効果的かつ公平なものです。[定期報告書 P15-16]

- 関係者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。[第 9 回モニタリング会合【資料 2】 P4]

- Apple の規約が変更される場合、デベロッパに対して DPLA の更新に関する書面による事前の通知が 15 日以上前に行われます。さらに、デベロッパのアプリは、新しいアプリまたはアプリのバイナリの更新のいずれかを審査に提出するまでは、更新された App Review ガイドラインの対象となりません。本年、Apple は、規約更新の日本語の翻訳版を英語による規約の公表から 30 日以内に公表することを、より目立つ形で注意喚起しました。

Apple は、ガイドラインの更新に関するデベロッパとのエンゲージメントの向上を常に追求しています。このため、Apple は、「ガイドライン変更の提案 (Suggest a Guideline Change)」機能により、デベロッパによるアイデアの提供を奨励しています。Apple の目標は、App Review ガイドラインが公正かつ一貫性を持って適用されることです。デベロッパはいつでもガイドラインの変更を提案することができ、また、そうするよう奨励されています。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。提案は、定期的にレビュー、検討され、適切な場合には、ガイドラインの変更が行われます。この報告期間中に提出された 2 つの提案のうち、1 つはアプリの提出に対する異議申し立てを意図するものであったため、無効でした。もう 1 つの提案は、ガイドライン 1.4 の明確化と、ユーザーへの潜在的な身体的危険の防止に関するセーフガードを中心としたもの

でした。この提案は現在 Apple によって検討されており、この提案を踏まえてガイドライン 1.4 の更新が検討されています。[定期報告書別紙 P10]

- 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。[第 9 回モニタリング会合【資料 2】P4]

- 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。[第 9 回モニタリング会合【資料 2】P4-5]

| | |
|-------------|-------|
| 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 |

➤ さらに、App Review Business Excellence チームが品質管理と監査を実施し、App Review のツールや審査担当者のパフォーマンスについて、改善が必要な点を分析しています。

もちろん、App Review チームもデベロッパからのフィードバックをモニタリングして、パフォーマンスを評価しています。

Apple は、日本においてデベロッパコミュニティやその他の関係者と積極的に関わっています。

Apple は、日本に拠点を置くデベロッパを対象とした日本向けイベントやセッションを日本語により開催しており、これによって、デベロッパは App Store での体験に関する質問やコメントを伝えることが可能となります。

さらに、Apple は、業界団体や、DPCD などの相談窓口と協力し、規約に関する質問やアプリの個別の問題など、さまざまなトピックに関する問い合わせに対応しています。

今夏、Apple のローカルビジネスチームは、日本のデベロッパ対象のワークショップを実施し、アプリのプロモーション機能、新しいマーケティング資産、App Review サポート、Refund API を利用した返金処理などの関連トピックを取り上げました。

参加者 176 名を対象に実施したアンケートでは、86%のデベロッパがイベントに満足し、89%のデベロッパが自分の関心に関連したトピックだったと感じ、93%のデベロッパが貴重な知識を得たと回答しました。[第 9 回モニタリング会合議事録 P4-5]

■Google

➤ Google Play では、デベロッパーの皆様が公正な対応を受けられるよう、ポリシーの策定、公開、更新方法に至るまで、数多くのシステムと手順を整備しております。[定期報告書 P11-12]

- 新たなデベロッパーポリシーが導入される場合、又は既存のポリシーが新たな要件を課す形で更新される場合、全てのデベロッパーに、変更内容の公表から遵守期限までに最低 30 日の猶予期間を設けております。この事前通知により、デベロッパーがこれらのアップデートに対応するための十分な時間を確保することができます。
- 新たなポリシーを作成・更新する際には、実装前にデベロッパーのフィードバックを必要に応じて収集し、デベロッパーの利益を考慮しております。新たなデベロッパーポリシー又は既存のポリシーの更新を検討するたびに、Google Play のポリシー担当チームは、新規ポリシー又はポリシー改定の背景にある主要な情報を把握し、新規ポリシー又はポリシー改定がユーザー及びデベロッパーのコミュニティに与える影響を明らかにします。特に、この影響分析には、日本のデベロッパーからのフィードバックを取りまとめることに関して、ポリシー担当チームへの具体的な指示が含まれています。

- また、ポリシーの適用開始後も、デベロッパーからのフィードバックは随時考慮されます。その結果として、ポリシーを再検討し、要件を追加又は緩和する場合があります。
- 例えば、昨年度の透明化法に基づく定期報告書に記載されているように、以前の Google Play のポリシーはリアルマネーゲームの配信を禁止していました。しかし、日本のデベロッパーや業界からのフィードバックや協議を経て、2022 年 7 月、Google Play は、リアルマネーゲームアプリにおけるユーザー保護対策の有効性を評価するため、日本でオンラインのクレーンゲームアプリの配信を許可するパイロットプログラムを策定しました。このプロセス全体を通して、Google 合同会社の担当者は、JOCA（日本オンラインクレーンゲーム事業者協会）並びに経済産業省・消費者庁と定期的な会議や随時連絡を通じて連携し、緊密に連絡を取り合い、相互理解を深め、アイデアを共有し、共通の目的に沿うよう努めました。この協働的なアプローチとパイロットプログラムの成功の結果、Google は新しいポリシーを策定し、2023 年 7 月にプログラムをグローバルに展開しました。このポリシー変更は、Google Play とオンラインクレーンゲーム業界にとって大きな前進であり、業界や利害関係者のフィードバックによって形成されたもので、デベロッパーとユーザーの双方にとって有益な結果をもたらしました。これにより、デベロッパーは、より幅広いユーザーにアプリを届けることができるようになり、ユーザーにとっても、オンラインクレーンゲームの選択肢が増え、安全性を確保しながらプレイできるようになるという有益な結果をもたらしました。Google Play チームは、オンラインクレーンゲームのパイロットプログラムを促進した、日本のデベロッパー、業界及び政府機関との協力とフィードバックに感謝しており、今後もユーザーに素晴らしいエクスペリエンスを届け続けたいと考えています。
- 2024 年、Google Play は、アプリデベロッパーとの相互理解をさらに促進するためのいくつかの取り組みを発表しました。その一例が、Google Play Console のダッシュボードの「アプリのコンテンツ」ページのデザイン変更です。改訂されたページでは、デベロッパーが実行しなければならない未処理のタスクを見つけやすくなり、また、期限を把握するための新しいタイムラインビュー、なぜアプリが特定の申告の対象となるのかについての情報、関連ポリシーの遵守に関する潜在的な問題の特定方法や迅速に問題を解決するためのリソースについての情報など、デベロッパーにとって役立つ追加情報を提供します。さらに、Google Play は、サードパーティのソフトウェア開発キット（Software Development Kit, SDK）に関する詳細情報を提供し、どのバージョンの SDK が Google Play ポリシーに違反する可能性があるかについて、デベロッパーがより多くの情報を得た上で判断できるようにする予定です。これらの取り組みは現在進行中であり、2025 年までに完全な実装を見込んでいます。
- デベロッパーのエクスペリエンスを向上させるため、Google Play は、デベロッパーが Play Console やポリシーの更新などのトピックについて互いに質問できる [デベロッパーヘルプコミュニティ](#) を開設しました。さらに、2022 年に試験的に開始された [Google Play ポリシー違反免除プログラム](#) は、アプリの停止措置を受けた特定のデベロッパーが、違反処分の免除が受けられる可能性のあるステップを取ることを支援します。このプログラムにより違反の再発が減少したため、2023 年には全てのデベロッパーが利用できるものとされました。

➤ デベロッパーポリシーセンター：[定期報告書 P14-15]

- Google Play は、明確な外部ポリシーを維持し、デベロッパーポリシーセンターにおいて一般公開しています。これにより、デベロッパーは、アプリが Google Play ストアで承認され、アクティブな状態であり続けるために期待される行動規範を予め知ることができます。そして、Google Play は、デベロッパーが新たなポリシーのエンフォースメントを確認し、理解しやす

くなるよう、追加の対応をいたしました。

- 2023年4月、Google Playはポリシーの期限ページをリリースしました。これは、従前の「更新 (Updates)」ページ (英文のみ) を改良したものです。この改訂されたページは、デベロッパーに対し、ポリシー期限をより迅速に確認できる手段及びポリシー変更をよりよく理解し、次のステップを明確に理解することを支援するリソースを提供することで、ポリシーセンターでのデベロッパーのエクスペリエンスを向上させます。これらの取り組みは、新しいポリシーの更新が発表された後、デベロッパーがその遵守期限を把握することに手間取っているというフィードバックに対応して行われました。

ポリシー・ウェビナー：

- Google Playの昨年度の透明化法に基づく定期報告書で述べたとおり、日本のデベロッパーマーケティング担当チームは、日本のデベロッパー向けに、ポリシーウェビナーシリーズを日本語で開催し、今後のGoogle Playのポリシー変更の予定と遵守期限の周知に務めています。この取り組みは、2023年を通して引き続き行われ、また、同チームは、参加者向けに、日本語でポリシーの主要なアップデートを要約した「[ポリシーハンドアウト](#)」を配布しました。これらのポリシー・ウェビナーの開催は、Google Playのポリシーに関するコミュニケーションの明確さについてのデベロッパーのフィードバックに直接対応するものです。ウェビナーの主な目的は、今後導入されるGoogle Playのポリシー、製品の変更、及び今後の遵守期限についてデベロッパーに周知することにより、関連するポリシーの違反を減らすだけでなく、Google Playポリシーについて透明性のある対話を通じてデベロッパーの信頼を得ることです。
 - また、Google PlayのTrust & Safety担当チームは、Androidデベロッパー向けの[YouTubeチャンネル](#)上で、新たなポリシーの更新について説明する3つの日本語の動画を追加で公開しました(2023年4月、2023年7月、2023年10月)。
- Google Playは、エコシステム全体にわたってデベロッパーのフィードバックを考慮するよう努めており、これを実現するため、それらのフィードバックを収集するためのさまざまな方法を実施しました。デベロッパーはGoogleのサービス、プロダクト、ポリシーや手続について、さまざまなチャンネルを通してフィードバックを提供することができます。これは、Google Play内の複数のチームが関与してフィードバックの収集、結果の集約及び見いだされたニーズに対する戦略的解決策の構築を行う、機能横断型の取り組みです。これらのチームは、それぞれターゲットを絞ったフィードバックの収集方法(アンケートなど)を構築し、一般的なフィードバックや特定のテーマに関するフィードバックを集め、これを当該チームの目的や優先順位の設定プロセスに直接反映させます。日本のパートナーシップ担当チームが管理する、日本のデベロッパーとの直接的なコミュニケーションの例 [定期報告書 P18-23]

- 日本のパートナーシップ担当チームは、約120の日本のデベロッパー(2023年12月現在)と定期的にコミュニケーションを取り、Google Playのポリシー及び製品に関するフィードバックの収集及び調整を行っています。
- 日本のパートナーシップ担当チームは、Google Playの製品、ポリシー及び運用に関する日本のデベロッパーからのフィードバックを集約し、集約したフィードバックをGoogle Playの製品及びポリシーの担当者を含む社内に関連ステークホルダーと共有しました。

業界団体を通じたフィードバックの収集の例

- 2021年以降、Googleは、業界団体であるモバイル・コンテンツ・フォーラム(MCF)及びDPCDに寄せられたデベロッパーからのすべての関連フィードバックを確実に把握するために、MCFと定期的な会合を行っています。2023年には、5回の会合と合同ウェビナーを開催し、会合を

通じてデベロッパーからそれぞれの個別事情に基づく懸念についてのフィードバックを受けました。これらのデベロッパーを支援するため、Google はデベロッパーの懸念や問い合わせを、解決や調査のための適切なチャンネルに誘導しました。

- 2023年10月、Google は正式メンバーとして MCF に参加し、また 2023年10月には、一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会（CESA）の正式メンバーにもなりました。

パブリック エンゲージメント

- Google Play パートナーシップチームは、日本のデベロッパー向けに、Google Play の最新情報やベストプラクティスに関するインタラクティブな Q&A セッションを提供するウェビナーシリーズ「Play on Air」を 2023年1月に開始しました。ウェビナーのトピックとしては、ゲームやアプリのリリースを成功させる方法、Google Play ストアの便利な機能を活用して成長を最大化する方法、及びゲームやアプリのビジネスを海外に拡大する方法が挙げられます。
- Google Play は、Google のアプリやゲームデベロッパーのコミュニティを称え、日本中のデベロッパーの取り組みと成功を紹介する[#WeArePlay Japan](#) キャンペーンを開始しました。2023年末までに、合計 49 のストーリーが公開されました。そのうちの 1 つのストーリーはグローバル [YouTube チャンネル](#) で英語で紹介された後、210 万ビューを獲得しました。このキャンペーンは、岸田内閣総理大臣をはじめ、19 の都道府県知事と国会議員から賛同を得ており、日本政府内におけるデベロッパーの功績と努力の認知度を効果的に高めることができました。
- Google Play は、Google のデベロッパー向けのテクノロジーについて世界中で対面のコミュニティ主導の会合を行い、これを通じてデベロッパーに関心を持ってもらうためのグローバルプログラムである [Google デベロッパーグループ](#) (GDG) の支部と協力して、2023年7月11日に [Google I/O Extended Japan](#) を開催しました。Google の I/O グローバルデベロッパーカンファレンスで発表された Android、ウェブや AI/ML などの最新ツールやアップデートについて、デベロッパーに関心を持ってもらい、よく知ってもらうことができました。
- Google Play は、マンガアプリカテゴリーの成長を支援するため、2023年9月に、市場動向、市場拡大のベストプラクティスや大画面への最適化などのトピックをカバーするマンガアプリ Day を開催し、その後、ネットワークセッションを開催しました。このイベントは、大手漫画出版社が他の業界関係者との関係を強化する機会となり、また Google がコンテンツの著作権侵害に取り組むための企業間提携関係を構築する機会となりました。
- Google Play は、小規模のデベロッパーのビジネス成長を支援し、加速させるために、スタートアップ Day と [インディー ゲーム フェスティバル](#) のファイナルイベントという 2 つのイベントを 2023年9月に日本で開催しました。スタートアップ Day イベントでは、Google のさまざまなチームが、アプリビジネスのさらなる発展を目指すスタートアップ企業の開発を支援する、有益なプログラムやツールを紹介しました。インディーゲームフェスティバルのファイナルイベントの中で、Google Play は経済産業省とのパネルディスカッションを開催し、デベロッパーが海外進出のために資金援助を受けられることができる経済産業省のコンテンツ海外展開促進・基盤強化（J-L0D）プログラムを紹介しました。
- Google Play は、日本のデベロッパーからの要望を受け、日本のデベロッパーが開発したアプリ、ゲームや書籍の中から、さまざまな部門にまたがり、その年の最も優れたアプリ、ゲームや書籍にスポットを当てるための「Google Play ベストオブ」2023年の授賞式を開催しました。その成功をより多くの人に広めるためにメディアも授賞式に参加し、河野太郎デジタル大臣が開会の挨拶を述べました。また、Google Play は、受賞者をユーザーに紹介する[特設ページ](#)も Google Play ストアに設けました。

➤ アンケート調査：[定期報告書 P22-23]

● デベロッパー満足度調査：

- ・ 四半期ごとに、Google Play Console などを通じて調査目的でコンタクトを受けることに同意した全世界（日本を含む）のデベロッパーを対象に、デベロッパー意識調査を実施しています。この調査は、Google Play におけるデベロッパーのエクスペリエンス全般に関する一般的な意識を調査するものです。この調査は、Google Play Console に関する認知度、利用及び満足度についてもカバーしています。2023 年の調査では、各四半期において、デベロッパーから 1,000 件を超える回答が得られました。結果は集約され、レビュー及び検討のために、デベロッパーへのサービス提供や対応を行う機能横断的なチームの中の関連性の高いものと共有されます。
- ・ また、Google は [MTM](#) と提携し、日本のさまざまな業種や規模の企業を含む 285 名のデベロッパーに対し、アプリストア、課金サービス及びアプリストアのビジネスモデルに対する経験と認識を問う [調査](#) を実施しました。当該調査では Google Play 又は Apple アプリストアで少なくとも 1 つのアクティブなアプリ又はゲームを提供しているアプリ及びゲームデベロッパーが、第三者リクルーターの手を借りたオンライン調査に 2024 年 1 月に回答しました。調査結果は肯定的なものであり、デベロッパーの 94% が配信プラットフォームとしての Google Play に満足又は非常に満足していること、Google Play デベロッパーの 88% が自身がプラットフォームに支払うのと同等の価値を Google Play から提供されていると考えていること、デベロッパーの 88% が、アプリのインストールから維持にかけてのユーザーライフサイクル全体にわたって Google Play が価値を提供していると考えていること、デベロッパーの 94% が Google Play の課金システムに満足又は非常に満足していること、などが明らかになりました。デベロッパーの種別（アプリ又はゲーム、収益化方法、企業規模／ユーザー基盤）で上記の割合に大きな差はありませんでした。

● Google Play Console のアンケート調査：

- ・ 昨年度の定期報告書で述べたとおり、Google Play は、Play Console において、Play でのアプリやゲームの公開におけるデベロッパーの意識とエクスペリエンスを把握するため、5 つのアンケートを 2022 年第 3 四半期に開始しました。Google Play Console にこれらのアンケート調査が追加されたことで、一元化された手法で Google Play におけるアプリの公開（及びアップデート）に関するデベロッパーの満足度をより詳細かつ継続的に測定することができるようになりました。この調査により、デベロッパーは全体的な満足度について Google にフィードバックを提供する機会を与えられ、自身の満足度レベルに影響を与えた問題の性質についてより良く理解することができるようになります。質問は、一般的なデベロッパーの意識（例えば、デベロッパーが、Google Play がエンドユーザーの安全とセキュリティに対するリスクに即した形でポリシーのエンフォースメントを行っているか）とプロセス（例えば、デベロッパーが、Google Play がアプリの審査に要する時間を予見できるか）を中心としています。Google はこれまでにデベロッパーから 1 万件以上の回答を得ています。これらの回答は、Google がデベロッパーの認識や傾向を把握するのに役立っています。例えば、2022 年第 4 四半期以降、審査時間の予測可能性に対する意識がポジティブな傾向にあることが確認されています。これは、一件あたりの審査時間を最小限に抑えるための Google Play の取り組みが成功を収めていることを示すものです。

- Google Play は、デベロッパー及びユーザーに提供される一般向け開示において、日本のデジタルプラットフォーム取引透明化法に基づき透明性を要するすべての点に対処するよう尽力しております。

Google Play は、Google が開示について求められている水準を満たしていることを確保するよう努めてきました。このことは、明確かつ平易な言葉を利用するようにし、ユーザーのプラットフォームの利用前及び利用中を通じて簡単にアクセスできるように変更を行った、デベロッパーポリシーセンターの改善にも表れています。上記 4. に記載したとおり、追加的な改善には、デベロッパーが未完了のタスクとともに関連するポリシーを確認し、問題をより迅速に特定・解決できるようにするための [Google Play Console のアップデート](#)、デベロッパーがポリシー変更を理解する上で役立つリソースを提供する [ポリシーの期限ページ](#)（英語版は[こちら](#)）、今後の Google Play のポリシー変更の予定と遵守期限について日本のデベロッパーに周知するためのポリシー・ウェビナー及び「[ポリシーハンドアウト](#)」の他、多くの内容が含まれています。

Google は引き続き、Google の利用規約の変更の際は少なくとも 30 日前までにデベロッパーに対し日本語による事前通知を行っていきます。

したがって、Google は、現在行っている開示は、Google Play がどのように機能しているかについてデベロッパーが明確に理解することを可能にするとともに、デベロッパーとの相互理解を促進しているものと考えています。[定期報告書 P26]

➤ Google は、全てのデベロッパーがビジネスの成長を成功させるために必要なツールや機能を利用できるように努めています。Google がこれを実現する方法には、次のようなものがあります。[第 4 回モニタリング会合【資料 2】P8-9]

- **デベロッパーであれば誰でも登録でき、質問を投稿できるポリシーウェビナー**：日本のデベロッパーマーケティングチームは、今後の Google Play ポリシーの変更やコンプライアンスへの対応期限について日本のデベロッパーに周知するため、日本語による一連のポリシーウェビナーを実施しています。このウェビナーの主な目的は、今後の Google Play ポリシー、製品の変更、ポリシーの変更及びポリシー違反を減らすために必要な対応の期限についてデベロッパーに周知することのみならず、Google Play ポリシーに関する透明性の高い会話を通じてデベロッパーの信頼を築くことも含まれています。
- **デベロッパー向けアンケート**：デベロッパーからのフィードバックを総合的に認識し、トレンドを把握し、Google の製品やポリシーを変更するために、Google はデベロッパー向けアンケートを定期的かつ積極的に実施しています。例えば、Google Play では、四半期ごとに、日本を含む全世界のデベロッパーに対し、デベロッパー満足度アンケートを送付しています。このアンケートでは、デベロッパーの Google Play での全体的な経験や Google Play Console の満足度について調査しています。2023 年のアンケートでは、四半期ごとに 1,000 人以上のデベロッパーから回答を得ました。Google では、Play Console に関するアンケートも定期的実施しており、Play のアプリやゲームの公開に関するデベロッパーの感想や経験を収集しています。これまでのところ、1 万人以上のデベロッパーから回答を得ています。
- **業界団体を通じたフィードバック収集**：Google は、業界団体を通じてデベロッパーとのコミュニケーションも促進しています。例えば、以下の取組みを行っています（2024 年の透明性レポートにも記載されています）。
 - A. 2023 年 10 月、Google は、業界団体であるモバイル・コンテンツ・フォーラム（MCF）の正式メンバーとなり、MCF とデジタルプラットフォーム取引相談窓口（DPCD）に寄せられたデベロッパーからの関連する全てのフィードバックを確実に把握するようにしました。
 - B. DPCD からアプリデベロッパーへ問い合わせを受けており、事案への回答や関係者からの情報収集について、DPCD と連携して対応しました。
 - C. また、2024 年 3 月に DPCD から要請があったことを受けて、FAQ セクション（日本に特化）

の地方自治体のアカウント認証プロセスに関する説明を更新しました。

D. 2021年以降、GoogleはMCFと定期的なミーティングを行い、関連する全てのデベロッパーのフィードバックを確実に把握するようにしています。2023年には、5回のミーティングと合同ウェビナーを開催し、その中でデベロッパーからの、それぞれの状況に応じた懸念事項についてのフィードバックをいただきました。

- **フィードバック及びサポートフォーム**：アプリの公開やデベロッパーアカウント情報の管理で問題が発生した場合には、デベロッパーは一般向けのサポートフォーム（[日本語/英語](#)）又は日本のローカルパートナーシップチームを通じて問題を報告できます。この苦情チャンネルの目的は、デベロッパーからの製品、ポリシー又は技術的な問い合わせにすぐに回答することです。より複雑な問題は、必要に応じて、よりシニアの担当者にエスカレートされます。Googleでは、支払手続や苦情に関する専用のサポートチャンネルも提供しています。

2-2-4. 利用事業者の状況等

利用事業者の声 [第1回モニタリング会合【資料1-1】P158]

■共通

- スケジュール的にタイトな場合もあるが、アプリ事業者が非常に困るようなことがないようにしているという感覚にはなっている。大きな変化はないが、困ることもない。
- 取引条件の大きな変更のタイミングで事前にプラットフォームの営業から話があることはある。すべてがいきなり、ということではない。

■Apple

- ほとんどのデベロッパーが利用しているAPIを、セキュリティ上の理由で廃止しなくてはならないといった事態は起こることがあるが、ここ数年のケースを見ると、6月のWWDCにおいて、「来年には廃止する」といったアナウンスがあり、その後年末くらいに最初のウォーニングの連絡が来る。Appleは廃止状況をモニタリングしていると思われるが、あまり置き換えが進んでいない場合は、3か月ないしは半年延長するといった形となり、デベロッパー側を考慮しながら対処しているという印象を持っている。

■Google

- 担当がついたことによって、提供条件変更の対応期限等についての相談ができるようになった。規約変更に対してエンジニアがどう対応して良いかについて確認するためのミーティングを担当者と持つことができた。
- 提供条件変更の対応条件について、当社はアプリの数も多く、概ね初回のスケジュールでは対応しきれない。苦情も多いのか、期限が一律延期になるケースや、個別のアプリごとに期限延長申請を受け付けると案内が来るケースが多い。できれば最初から円滑に対応できるように余裕を持った期限で設定してほしい。直近では、データセーフティを詳しく書いてくれ、という要請があったが、数が多すぎて対応が遅れており、保留しているものがある。
- 違反ユーザーをレポートする機能が付いていないという理由でアプリがリリースできなくなった。規約が追加されたことが原因。Googleから半年前に情報は来ていたがキャッチアップできていなかった。

た。アプリストア側も段階を追いながらやっているが、アプリ事業者側はその情報が埋もれてしまう場合がある。規約は改訂時期の予測が立たないので、重要な情報提供のメールに気付けないで埋もれてしまうことがある。

利用事業者向けアンケート調査の結果

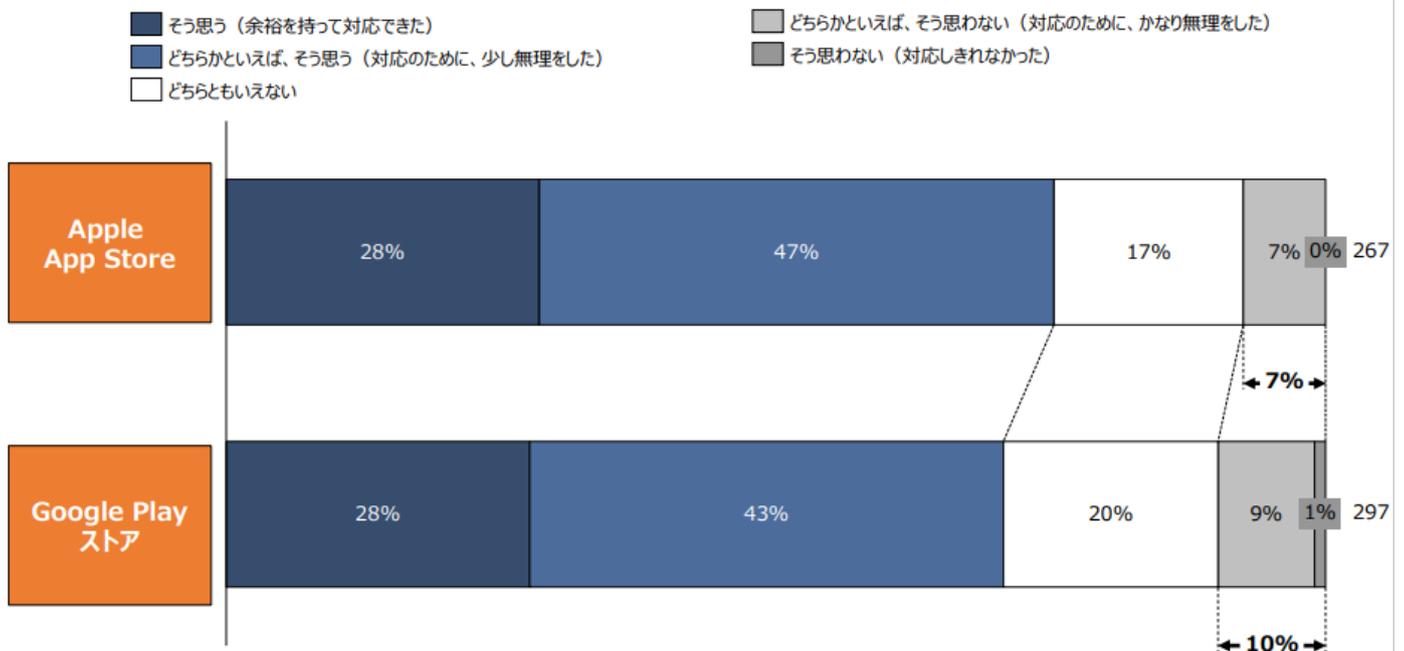
- 規約等の変更の連絡・通知は、当該アプリデベロッパーにとって規約変更に対応するために十分な時間が確保されていたと思うかについての問いに対して、App Store については 28%、Google Play ストアについても 28%の事業者のみが「余裕を持って対応できた」を選択した。

1 (1) 提供条件等の情報開示

アプリストア利用事業者アンケート

両アプリストアとも、「余裕を持って対応できた」と回答した事業者は3割に満たない

(先ほどアプリストアの規約等の変更・通知について、規約等の変更前または変更後に連絡・通知があった回答した方にお伺いします。) その規約等の変更の連絡・通知は、貴社にとって規約変更に対応するために十分な時間が確保されていたと思いますか。



162

第1回モニタリング会合【資料1-1】P162

- 規約変更に関する連絡に関してアプリストア運営事業者に対する不満や困っていることや、逆に、アプリストア運営事業者による対応で良かったことなどがあるかとの問いに対して、App Store、Google Play ストア共に、「説明はとても丁寧でわかりやすい、丁寧に教えてもらった」、「説明を受けることで問題を知るきっかけに、なった」などの良い点と「変更が急、規約の変わることが多い」、「専門性の有無での優位性が決定されそれ以上の問題解決への意欲が喪失した」などの悪い点を指摘する両方の意見があった。

アプリストア利用事業者アンケート

両アプリストアとも、変更に関する説明対応の良い点と悪い点の両方について意見があった

その他、規約変更に関する連絡に関してアプリストア運営事業者に対する不満や困っていることや、逆に、アプリストア運営事業者による対応で良かったことなどがあればそれぞれ記載ください。

| 良かったこと | 不満や困っていること |
|--|--|
| <p>■ Apple App Store</p> <ul style="list-style-type: none"> とても信頼できるかなと思いますとてもわかりやすいかなと思います。親切丁寧かなと思います。 説明はとても丁寧でわかりやすい、丁寧に教えてもらえた 事前に問題を解決することができた。 <p>■ Google Playストア</p> <ul style="list-style-type: none"> 一応最低限の対応はしていた 分かりやすい丁寧な説明でよかったことがあった 対応が親切 対応が定型的というよりは、比較的フレキシブル 説明を受けることで問題を知るきっかけに、なった 理解度確認を都度入れてくれた | <p>■ Apple App Store</p> <ul style="list-style-type: none"> 変更が急、規約の変わることが多い 高圧的な感じがする、一方的である 運営の日本語がふわふわしていてよく分からない部分があった 連絡が直前となることもある、担当者の返信が遅い、レスポンスが悪い、サポートの返答が遅い 問い合わせてもつながらない、連絡が繋がりにくい <p>■ Google Playストア</p> <ul style="list-style-type: none"> 直ぐにレギュレーションを変える 連絡が遅い、対応が少し遅かった 連絡先がわかりにくい 専門性の有無での優位性が決定されそれ以上の問題解決への意欲が喪失した |

第1回モニタリング会合【資料1-1】P163¹²

2-2-5. 大臣評価に向けての提案

Apple については、Apple の規約が変更される場合に、利用事業者のアプリを、新しいアプリまたはアプリのバイナリの更新のいずれかが審査に提出されるまでは、更新された App Review ガイドラインの対象としないことについて、猶予期間を設ける取組みとして評価すべきと考える。また、「ニュースとアップデート」において利用事業者に対して規約等の変更に関する説明記事を掲載し、ワークショップを開催するなど、変更内容をわかりやすく説明するための取組みとして一定程度評価すべきと考える。

また、Apple は、「ガイドライン変更の提案 (Suggest a Guideline Change)」機能により、利用事業者によるガイドラインの変更の提案を募ること、ガイドライン変更提案の状況を開示するなど、利用事業者から意見を反映して提供条件を変更する仕組みを用意しており、評価すべきと考える。

Google は、全ての利用事業者に対して、変更内容の公表から遵守期限までに最低 30 日の猶予期間を設け、猶予期間中、利用事業者からのフィードバックを収集・評価し、ポリシーの修正や更新の可能性を検討しており、評価すべきと考える。また、ウェビナーの開催や、ポリシーの更新などのトピックについて利用事業者が互いに質問できる、デベロッパーヘルプコミュニティを開設、さらに、新たなポリシーの更新について説明する動画の公開を行うなど、ポリシーの変更内容や理由をわかりやすく説明する取組みも一定程度評価すべきと考える。

¹² 利用事業者向けアンケートのうち、利用事業者の自由回答である。なお、利用事業者の取引経験やその際の理解に基づくものであり、その性格上、特定デジタルプラットフォーム提供者としての状況認識や規約等の理解とは齟齬があり得る。また、各利用事業者がその判断で経済産業省に対して任意に情報提供をしているため、個別具体的な状況の詳細について経済産業省に情報が提供されていないケースも含まれていることに留意する必要がある。(以下同様)

さらに、Google は、ポリシーの期限ページをリリースし、変更予定のポリシーが有効となる期限を示す取組みを始めた。加えて、利用事業者のアプリが Google のポリシーを遵守しているか確認すること、利用事業者がポリシー変更に対応するための所要日数を把握すること、遵守に関する問題を迅速に解決するために追加情報にアクセスすることを可能とするために、Play Console Dashboard 上でアプリのコンテンツページを再設計するなどしており、評価すべきと考える。

Apple、Google 共に、提供条件変更までの猶予期間を設け、変更内容や理由をわかりやすく説明すること並びに提供条件の変更案の策定時や変更の実施後に利用事業者やその事業者団体から意見を聴取することに取り組んでおり、改善傾向が見られる。

もっとも、アンケート調査結果において、3割未満の利用事業者のみが、規約の変更に余裕をもって対応できたと回答している。また、利用事業者から、依然として規約が難解である、問い合わせてもつながらない等の声が寄せられている。このため、提供条件の変更等を行うに当たっては、利用事業者の事情を勘案し、引き続き昨年度大臣評価において指摘した点について取り組むことを求めるべきと考える。

2-3. 苦情処理等の状況に関する報告及び開示の状況

2-3-1. 問題の所在

利用事業者からは、デジタルプラットフォームの提供に必要な体制や手続が不十分であるなど、公正性の欠如が指摘されている。こうした課題に対応するため、透明化法では、特定デジタルプラットフォーム提供事業者において必要な体制・手続の整備を図るなど、当事者間の取引関係における相互理解の促進を求めている。

苦情や紛争は、利用事業者やユーザーが特定デジタルプラットフォーム提供者との間で抱える問題点が表面化したものである可能性が高いため、これらの事項に関する報告は、当該特定デジタルプラットフォーム提供者の透明性及び公正性が十分な水準にあるかを図るための検討材料として有益である。しかしながら、一部の特定デジタルプラットフォーム提供者においては、報告の対象とする利用者とのコミュニケーションの種類を限定しているため、結果として、利用事業者や一般ユーザーがどういった点について、どの程度の規模で、特定デジタルプラットフォーム提供者との間で問題を抱えているかについての検討材料としては、苦情の概要が明快に把握できるような形での報告が行われているとは言い難い。¹³

2-3-2. 該当法令及び昨年度の大 臣 評 価 に お け る 指 摘 事 項

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

透明化法は、特定デジタルプラットフォーム提供者に利用事業者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために必要な措置を講じることを義務付けている（法第7条第1項）。当該措置の適切かつ有効な実施に資するよう、経済産業大臣の指針が定められており（法第7条第2項）、特定デジタルプラットフォーム提供者は、当該指針の「基本的な考え方」に示された望ましい取組みの方向性を実現するために講じた具体的な措置を定期報告書において説明することが求められている（法第9条第1項第4号、省令第14条第4項）。

2023年度大臣評価では、次のことを求めた。

2022年度大臣評価で示されているように、特定デジタルプラットフォーム提供者が、利用事業者や社会全体から信頼を確保していくに当たっては、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

¹³ 法第9条第1項第2号に基づく報告に限定すると、例えば特定デジタルプラットフォーム提供者の苦情処理が年間を通して1桁の件数というのは、検討材料として、苦情の概要が明快に把握できるような形での報告が行われているとは言い難い。

は重要である。そのためにも、次回の定期報告書並びに对外説明等において、

i) 定量的な実績、課題への対処に至った具体例、改善を実効的に進めるための工夫等、各種取組の実効性をその根拠資料とともに示すこと、その際、独立した部署による内部監査や外部機関による監査結果があるものについては、これを添付すること

ii) 既の実施した改善措置に限らず、現状の課題と考えている事項及び今後の対応方針について説明することで、自主的かつ積極的に運営改善を行う姿勢を示すこと

苦情処理・紛争解決の状況

法は、利用者からの苦情の処理及び紛争の解決に関する事項として、苦情の件数、当該苦情の処理状況、紛争の解決状況等についての報告（法第9条第1項第2号）を義務づけている。

2023年度大臣評価では、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を求めた。個別には、Appleについては、Appleが苦情の件数としてカウントしているウェブフォーム以外でも利用事業者が苦情を寄せることは十分に考えられることから、苦情の件数を当該ウェブフォームに限定してカウントした理由（運営実態等に応じた適切かつ合理的な理由）に加え、すべての苦情処理の状況を明らかにすることを求めた。

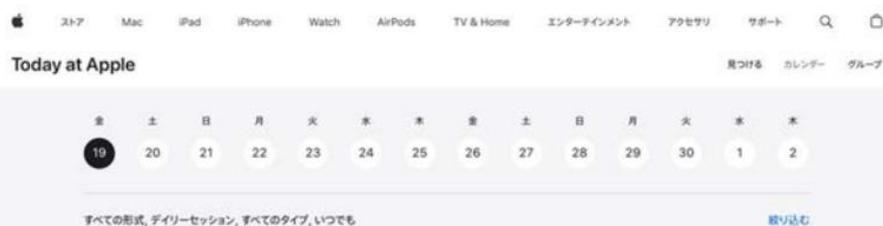
2-3-3. 各指定事業者における取組み内容

■Apple

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

➤ 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、Today at Apple用の日本対応を開始しました。写真、ビデオ、音楽、プログラミング、アート&デザインなど幅広い分野で、Appleの実店舗で開催される新しい講座を紹介しています。この実践的な講座は高度なトレーニングを受けたチームメンバーにより指導され、日本のデベロッパに、デベロッパとしてのスキルを向上させるためのセッションおよびレッスンを提供します。

Today at Appleのページの日本対応により、日本のデベロッパは、Appleのこれらの取組を母国語である日本語で体験できる機会が増えました。[定期報告書別紙 P6]



- Appleは、経済産業省、そして日本政府全体が、障がい者のアクセシビリティの向上に関心を持っていることを理解しています。障がい者のアクセシビリティを向上させる取組として、Appleはアクセシビリティ監査を実施し、Appleのユーザーインターフェイスにおけるアクセシビリティ機能をテストするための調査に参加するよう、日本在住の方を招待しました。Appleの新たなアクセシビリティ機能の一例が視線トラッキング（Eye Tracking）であり、これは、iPhoneやiPadに搭載されたフロントカメラとデバイス上の機械学習を組み合わせることで、身体に障がいのあるユーザーが目だけでデバイスを操作できるようにする革新的なテクノロジーです。日本のユーザーには、視線トラッキングやその他の機能を実際に試してもらい、Appleが障がい者のためのアクセシビリティのオプションを改善するためのフィードバックを提供してもらいました。

特に日本のマーケットに向けては、視覚に障がいのあるユーザー向けの点字画面入力を利用した日本語機能が提供され、より迅速な操作とテキスト編集が可能になる予定です。[定期報告書別紙P7]

- 「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。

1 on 1 App Review コンサルテーションのリクエスト

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

30分 オンラインのコンサルテーション

Cupertino

英語

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することができます。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。

リクエスト

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。

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 >

「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 | 登録者数 |
|---------------------------------------|----|----------|---|------|
| 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 | AppVition 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 |

- 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います
(<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。[以上、第 9 回モニタリング会合【資料 2】P5-6】【2-1-3 においても掲載】

苦情処理・紛争解決の状況等

苦情・紛争処理の状況 (App Store)

体制の概要

- Appleは、法に基づき、日本のデベロッパが (1) 制限・停止・終了 (2) 技術的な問題 (3) 法令遵守 (4) 支払いのカテゴリで苦情を申し出ることができるウェブフォームを提供。苦情は社内責任者に確実に伝わる。
- 利用事業者の苦情に対処し、紛争解決に必要なシステム及び手続の整備に関する考え方及び具体的な取組をレビュー・検討。透明化法指針中の具体的な取組例に一致した措置を実施。苦情及び紛争への対応は、おおむねAppleの既存の内部プロセスの明確化と改善、既存の透明性に向けた取組のタイムラインの迅速化に資するもの。利用事業者に対する通知の更新に時間とリソースを投入。
- App Storeコンテンツに掲載されているアプリ等により自身の知的財産権が侵害されていると考える場合や、App Storeで自身の商標をアプリ名として使用する権利が侵害されていると考える場合、アプリの却下や削除に至る審査結果に同意しない場合に関し、異議申し立て窓口を設置。

苦情紛争処理の実績 (令和 5 年度)

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 苦情・紛争の件数 【苦情】 4件 ※下記ウェブフォーム経由で寄せられた申し立てをカウント。 https://developer.apple.com/contact/p2b/ ● 苦情・紛争の主な類型 【苦情】 いずれも不正による利用事業者のアカウント終了または知的財産に関する紛争によるアカウント制限による「制限・停止・終了」カテゴリに該当。 ● 平均処理期間 【苦情】 苦情の申出から、利用事業者への決定の連絡まで3日間。 | <ul style="list-style-type: none"> ● 結果の概要 いずれのケースも、利用事業者がAppleユーザーを危険にさらし他の利用事業者に不利益を被らせることとなる不正行為を行って、App ReviewガイドラインやDPLA (使用許諾契約) に繰り返し違反したことを理由として、利用事業者の契約解除措置を維持。 <p>なお、上記ウェブフォーム経由で寄せられた苦情以外に、Appleが本報告期間中に、Appleワールドワイド・デベロッパ・リレーションズチーム経由でデベロッパから受け取った問い合わせ (苦情以外の一般的な問い合わせも含む。) の概要も説明</p> |
|--|--|

(出所) Apple Inc.及びiTunes株式会社から提出された定期報告書 (抜粋) 等に基づき経済産業省作成。

17

第 1 回モニタリング会合【資料 1-1】P17

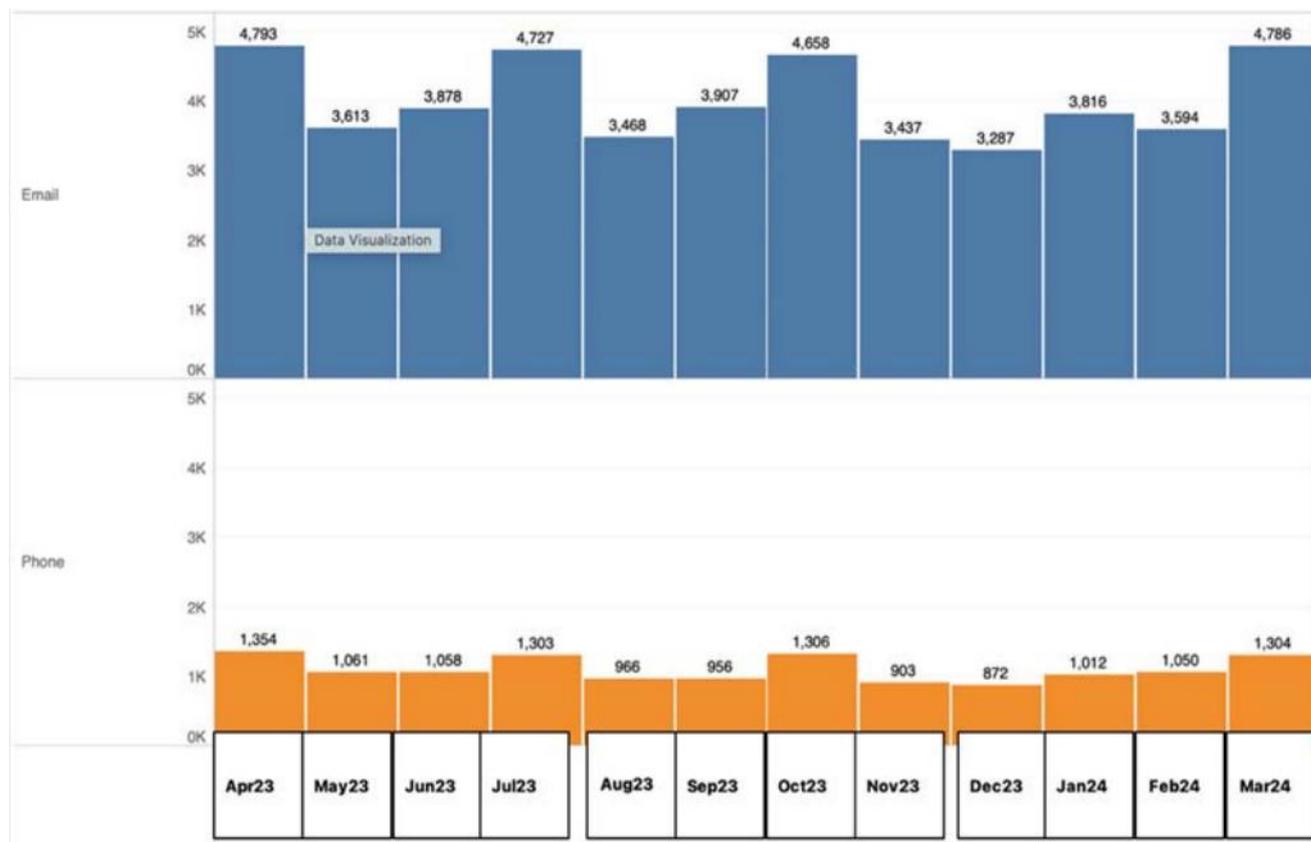
- Apple の苦情総数には、日本における公式のプラットフォームからビジネスへの (Platform to Business; 以下 P2B) 苦情ポータルを通じて提出された苦情のみがカウントされています。App Review チームとデベロッパ・リレーションズチームは、デベロッパと常にコミュニケーションを取っています。そのため、公式の JP2B 苦情ポータルを通じて提出された苦情や紛争を明確に区別することは、Apple の担当者が、法に基づき提出された苦情と、通常の App Review の業務の過程で提出された意見や問い合わせとを区別する上で役立ちます。[定期報告書別紙 P11]

➤ 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

本報告期間中、ワールドワイド・デベロッパ・リレーションズチームは合計 47,964 件の Eメールによる問い合わせ、13,145 件の電話による問い合わせを受け、本報告期間中の電話および Eメールによる問い合わせ数の合計は 61,109 件でした。



本報告期間中にワールドワイド・デベロッパー・リレーションズが受けた Eメールおよび電話での問い合わせ

以上の数値は、日本市場のみを対象として集計したものです。[定期報告書別紙 P12、第 9 回モニタリング会合【資料 2】 P7]

➤ 本報告期間中、ワールドワイド・デベロッパー・リレーションズの担当者がデベロッパとのコミュニケーションにおいて扱ったサポートトピックの上位 5 つは以下のとおりです。

1. 契約手続きを実施するためのアカウント利用者権限の確認（必要な登録についての問い合わせ）
2. チームにおける役割の割当/メンバーシップに関する問い合わせ
3. 住所の更新
4. 組織名の変更または更新
5. メンバーシップの更新に関する問い合わせ

デベロッパがワールドワイド・デベロッパー・リレーションズに Eメールで問い合わせをした 91% のケースで、デベロッパは受付後 24 時間以内に Apple から回答を受け取りました。ワールドワイ

ド・デベロッパ・リレーションズが電話で受けた問い合わせの100%は、6分以内に回答されました。

また、デベロッパは、フィードバックアシスタントを利用して、API、ツール、サービスに関する問題を報告したり、機能強化を要求したりすることができます。本報告期間中、日本を拠点とするデベロッパは、1,352件のフィードバックアシスタントに関する問い合わせを行いました。フィードバックアシスタントの詳細については、[リンク](#)にて日本語で閲覧が可能です。

全体として、Appleが受け取った1,716件のアンケート回答のうち、77.8%のデベロッパがワールドワイド・デベロッパ・リレーションズの対応に満足していると回答しています。[定期報告書別紙P12-13]

- 従前ご説明しているとおり、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」であると考えています。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経済産業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。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。[第9回モニタリング会合【資料2】P7-8]

■Google

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

- 2023年10月、Googleは正式メンバーとしてMCFに参加し、一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会（CESA）の正式メンバーにもなりました。[定期報告書P19]
- Googleのアプリやゲームデベロッパーのコミュニティを称え、日本中のデベロッパーの取り組みと成功を紹介する[#WeArePlay Japan](#)キャンペーンを開始しました。[定期報告書P19]
- デベロッパー向けのテクノロジーについて世界中で対面のコミュニティ主導の会合を行い、これを通じてデベロッパーに関心を持ってもらうためのグローバルプログラムである[Google デベロッパーグループ](#)（GDG）の支部と協力して、2023年7月に[Google I/O Extended Japan](#)を開催しました。[定期報告書P20]
- マンガアプリカテゴリーの成長を支援するため、2023年9月に、市場動向、市場拡大のベストプラクティスや大画面への最適化などのトピックをカバーするマンガアプリDayを開催しました。[定期報告書P20]
- 小規模のデベロッパーのビジネス成長を支援し、加速させるために、スタートアップDayと[インディーゲームフェスティバル](#)のファイナルイベントを2023年9月に日本で開催しました。[定期報告書P20]
- 日本のデベロッパーからの要望を受け、日本のデベロッパーが開発したアプリ等の中から、その年の最も優れたアプリ等にスポットを当てるための「Google Play ベストオブ」2023年の授賞式を開催しました。受賞者をユーザーに紹介する[特設ページ](#)も設けました。[定期報告書P20]
- 日本のゲームカテゴリーのトップデベロッパー等において、アプリ開発パートナー企業のエンジニアが技術的な品質を向上させるためのアプリのバイタルデータを閲覧できるようにしつつ、ビジネスやファイナンスに関する指標は見られないようにしたいとの要請がありました。このフィードバッ

クを受けて、GoogleはGoogle Play Consoleをアップデートし、Google Play Consoleの管理者がConsoleユーザーにアプリの品質データのみ限定したアクセスを許可することができるようになりました(Android vitalsと同様の機能)。[定期報告書 P20]

- 2022年5月、デベロッパー（日本のデベロッパーを含む）からの強い要望に応える形で、Flutter用のカジュアルゲームツールキットをローンチしました。Flutterは、マルチプラットフォームのアプリケーションを迅速かつ簡単に構築するためのGoogleのポータブルUIフレームワークです。[定期報告書 P21]
- 日本でのデベロッパーからのフィードバックに基づき、2023年11月にGemini in Android Studioが日本を含む170以上の国と地域で展開されました。[Gemini in Android Studio](#)は、Android Studioから直接アクセスできるAI搭載のコーディングアシスタントであり、アプリのコードの生成、質問への回答、関連リソースの検索などを支援し、デベロッパーが高品質なアプリをより迅速に開発できるよう支援するものです。[定期報告書 P21]
- 最も高性能な基盤モデルである[Gemini](#)を発表しました。Geminiはマルチモーダルであり、テキストと画像の両方の入力を受け付けることができます。また、Googleは、デベロッパーがオンデバイスで動作する最小モデルである[Gemini Nano（英文のみ）](#)を活用する方法も導入しました。これは、モデル管理、ランタイム、安全機能などを処理するシステムサービスである[AI Core（英文のみ）](#)を通じて、一部のデバイスで利用可能です。AI Coreはデベロッパーの作業を簡素化します。[定期報告書 P21-22]
- 日本の書籍やコミックにおいて、文化的に許容される性的コンテンツを許可するというポリシーアップデートに関連する日本のデベロッパーからのフィードバックを受け、書籍や映画のカタログアプリに関するポリシーの解釈を拡大し、2024年4月から海外での販売を許可するようになりました。このアップデートによっても、デベロッパーは、日本国外でアプリ内のデジタルコンテンツを公開し、販売する場合、依然として現地の法律を準拠する責任があります。[定期報告書 P22]
- このアップデートは、海外進出を目指す日本のデベロッパーの意見を反映したものであり、日本のデベロッパーにとって素晴らしいデベロッパー支援の取り組みであるとGoogleは考えています。ポリシーの拡大は2024年4月に発効したばかりであるため、Googleは、個々のデベロッパーが今回のポリシーアップデートをどのように評価しているかについてコメントする立場にありません。しかし、一般的には、カタログアプリ（より広範なコンテンツカタログの一部として書籍／動画のタイトルのリストを表示するアプリをいいます。）デベロッパーがこのポリシーの拡大を支持し、Google Playのポリシーが日本の文化や伝統を考慮に入れている点を評価していることを示す肯定的なフィードバックが届いています。Googleは、引き続きデベロッパーからのフィードバックのモニタリングを行い、必要かつ適切な場合にはポリシーのアップデートを行います。[第4回モニタリング会合【資料2】 P4-5]

苦情・紛争処理の状況（Google Play ストア）

体制の概要

- チームの運営を改善し、デベロッパーにより良いエクスペリエンスを提供するために、苦情や紛争から得られる情報を継続的に検証。
- デベロッパーは、ポリシーセンターに記載された[各種サポート窓口](#)を利用して、Google Playに苦情を申し立てることもでき、このような仕組み等を通じて、デベロッパーからの苦情を有効かつ公正に取り扱い、特定デジタルプラットフォームの運営を改善している。

苦情紛争処理の実績（令和5年度）

● 苦情・紛争の件数

【苦情】9,809件 【紛争】0件

※「苦情」は、ヘルプセンター、電子メール窓口、デベロッパー向けサイトを含む、利用規約に記載された所定の窓口を通じて受けた苦情の総数。件数のカウントにあたり、日本を拠点とするデベロッパーに関連する全てのアプリを特定し、対象期間中に、これら特定のアプリに関して、上記の所定の窓口を通じて提起された全ての苦情を特定。

※「紛争」は、裁判や仲裁等の紛争解決機関に係属した請求事件。

● 平均処理期間

24時間未満： 6,141件（63%）

24～48時間： 1,510件（15%）

48時間超かつ1週間未満： 1,560件（16%）

1週間以上： 574件（6%）

※苦情の処理は、「解決策提示後、48時間が経過したとき」、「問題が解決されたことを顧客が確認したとき」、「顧客が担当者へ謝辞を述べる返信をしたとき」を含む様々な事情で終了する。

● 苦情の主な類型

アプリ／プラットフォームの技術的問題： 4,196件

異議申立： 4,915件

利用事業者の認証プロセス： 303件

ユーザーアカウントの管理： 218件

プラットフォームのポリシー又は手続： 177件

● 結果の概要

エンフォースメント決定の維持： 2,338件（24%）

エンフォースメント決定の取消し： 1,228件（13%）

問題の解決： 5,948件（61%）

その他： 295件（3%）

※利用業者にサポートを提供した場合、「問題の解決」として記録。

（出所）Google LLCから提出された定期報告書（抜粋）等に基づき経済産業省作成。

18

【第1回モニタリング会合【資料1-1】P18】

- 透明化法に基づく定期報告書のために2024年の報告年度に寄せられた苦情の件数を特定するため、Googleはまず、[Google Play デベロッパー販売／配布契約](#)を締結している日本を拠点とするデベロッパーに関連する全てのアプリを特定しました。次に、Googleは、指定されたヘルプセンター、電子メール窓口及びデベロッパー向けサイトを含む、苦情（例えば、Googleが行った措置が誤っているというデベロッパーの懸念、アプリが知的財産を侵害しているというデベロッパーの懸念等）を受け付けるために指定されたユーザー向けのサポートチャンネルを通じて、指定された期間に特定のアプリに関して提起された全ての苦情を特定しました。
- Googleは苦情を、Google Playが行った措置（例えば、エンフォースメント措置）によりデベロッパーが提起した事項と、技術的な問題に関する事項に分類した。苦情をアプリ／プラットフォーム、異議申立、アカウント管理、ポリシー及び認証の5つの「種類」に分類しました。
- 全てのデベロッパー又は一部のデベロッパーのエコシステムを改善する機能又はプロセスを追加する提案又は求めに関するデベロッパーからの一般的なフィードバックやエンゲージメントは、苦情とは区別されます。一般的な情報を求めるようなデベロッパーからの問い合わせも、苦情に含んでいません。[第4回モニタリング会合【資料2】P6-7]

2-3-4. 利用事業者の状況等

利用事業者の声[第1回モニタリング会合【資料1-1】P177]

■Apple

- アプリストアとは数々のやり取りをしてきたが、このページ（P2B 窓口）が案内された認識はなく知らなかった。¹⁴

会合での主な指摘

- 苦情の件数は、各社の集計の仕方が違うために、Google が 1 万件近いのに Apple が 4 件という数字になるなど、実態が比較しにくいということもあるし、表に出てくる数字が小さ過ぎると、その会社の取組みの結果を示す経年の変化なども分かりにくいというので、どうなのかと思っていたところ、今回 Apple が公式な苦情ポータルに寄せられた 4 件のほか、問合せが 6 万件ぐらいあるのだと教えてもらい、すごく参考になると思った。[第 1 回モニタリング会合議事録 P12-13]

2-3-5. 大臣評価に向けての提案

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

Apple からは、主に「Apple に相談」の取組みといった改善が行われ、本取組みにおけるセミナーセッション各回の具体的な登録数まで報告がなされた。透明性の高い報告がなされたことは、評価すべきと考える。

Google からは、利用事業者の要望を受けた改善に関する多数の取組みの報告がなされ、利用事業者との相互理解を促進しようという意欲は感じられる。もっとも、それらの定量的な実績、それらの取組みの効果としての課題への対処に至った具体例等、各種取組みの実効性に関する報告はなされていないため、取組みが利用事業者との相互理解の促進に資するものとして検証することはできない。

Apple、Google 共に、引き続き、真に利用事業者との相互理解に資する取組みを実施し、その取組みを客観的に検証できる情報の報告をすることを期待すべきと考える。

また、現状の課題と考えている事項及び今後の対応方針について説明することで、自主的かつ積極的に運営改善を行う姿勢を示すことを期待すべきと考える。

苦情処理・紛争解決の実績

アプリストア分野に限らず、特定デジタルプラットフォームによって、苦情処理の実績の件数が大きく差が開いている。利用事業者とのコミュニケーションにおいては、その内容及び連絡経路は多様である。内容については、一般的な問い合わせから、相談、苦情までの様々なものがあり、どこまでを苦情と捉えて、情報開示を行うのかといった点が論点となる。この点、提供拒絶などの措置に対する日本の利用事業者による不服申立てなど、取引上重要なケースについて集計することは、運営実態等に応じた適切かつ合理的なものであり、必要と考えられる。また、ウェブフォームや電話、営業担当との日々のコミュニケーションなど、様々なチャネルにおいて利用事業者とのコミュニケーションが発生する。こうしたコミュニケーションについてすべての内容を記録し、集計を行うことは、現在のオペレーション上、困難な場合もあると考えられる。このため、苦情の集計方法については短期間では変更できない場合もあることにも考慮する必要がある。こうしたことから、コミュニケーションのチャネルごとにどういった記録が現在なされているのか、今後どの

¹⁴ こういった声について、Apple から次の説明があった：「Apple のすべてのデベロッパは、P2B 窓口へのリンクを明記した Apple Developer Program 使用許諾契約（別紙 1 に対する添付書類 D 第 3 項参照。）を締結したうえで App Store においてビジネスを行っており、また、Apple は、アプリのリジェクトの場合など、デベロッパに通知を行う際には、根拠となる提供条件や次のステップについてのガイダンス、オンライン上のリソースへのリンク及びアプリ審査への異議申し立ての方法等、必要な情報をデベロッパに提供している（例えば、アカウント停止の際のデベロッパ向けの通知に P2B 窓口へのリンクが記載されている。）」

ように変更され得るのか、といった情報を加味して、可能なものから動的に情報開示が改善されることが考えられる。利用事業者との取引上重要な事項に関する問題についての、利用事業者とのコミュニケーションについての開示が十分とは考えられない場合には、例えば、情報開示の範囲となるコミュニケーションチャネルや内容、集計の基準の見直しなど、苦情処理の実績の件数に関する情報開示の改善やそのための計画が観測されることが重要である。

苦情処理の実績の件数の情報は、利用事業者が必要に応じて円滑に苦情又は協議の申入れを行うことができる環境にあるのか、また、こうした利用事業者の声を基に、特定デジタルプラットフォームにより開示された提供条件又はその提供に関する運営の改善を図ることができる環境にあるのか等を検討するための重要な情報である。利用事業者とのコミュニケーションにおいて、その内容及び連絡経路が多様となっている現状を踏まえると、利用事業者との取引上重要な事項に関する問題についての利用事業者とのコミュニケーションが、どういったチャネルでどのような頻度で行われているのか、という点に着目して、「苦情処理の実績の件数」の集計方法について見直しが必要と考えられる。

こうしたことから、苦情処理・紛争解決の実績に関してこれまで報告されてきた内容では、特定デジタルプラットフォーム提供者の透明性及び公正性が十分な水準にあるかを図るための検討材料として十分とは言えず¹⁵、大臣評価によって改善が見込まれない場合には、この状況を改善するための何らかの措置が必要である。

Google は、苦情処理の実績について、特定デジタルプラットフォーム提供者の透明性及び公正性が十分な水準にあるかを図るための検討材料として十分な情報開示を行っているといえ、評価すべきと考える。

Apple は、問合せ対応の実績を開示したことは、利用事業者の問合せに関する透明性を向上する取組みとして、評価すべきと考える。しかしながら、サポートトピックの上位を見る限り、利用事業者からの苦情とは言い難いトピックがその多くを占めており、この開示をもってしても法第9条第1項第2号に基づく苦情処理実績の開示を十分補強しているとはいえない。加えて、App Storeに参加している日本を拠点とする利用事業者の数¹⁶を踏まえると、例えば、アプリの審査結果やアカウント・アプリに対する措置に関する異議申立てなど、明らかに苦情に該当する利用事業者からのコミュニケーションの申出の相当数を受け付けているとは考えにくい。実際、例えばアカウント停止措置に関する2023年における異議申立ての件数は29件あったとの報告も受けている。こうしたことから、苦情処理の実績としては、限られた情報しか開示していない状態が継続しているといえる。苦情の件数を特定のウェブフォームに限定して集計していることについては、結果として、苦情の概要が明快に把握できる状況になっているとは言い難い。**提供拒絶措置に対する日本の利用事業者不服申立てなど、少なくとも明らかに苦情に該当するものについては、特定のウェブフォームに寄せられたものに限定せず、例えば、何らかの工夫によってその概要が分かるようにするなど、少なくとも法第9条第1項第2号の趣旨に反しない程度に十分な情報開示を行うことを求めるべきと考える。**

3. 利用事業者との相互理解を促進する取組み

3-1. 審査・エンフォースメントについて

3-1-1. 拒絶措置（アカウント停止・アプリ削除措置等）の手続¹⁷

3-1-1-1. 問題の所在

アプリ削除措置などの取引の一部拒絶について、ひとつの特定デジタルプラットフォーム上の売上に依存

¹⁵ 例えば、アマゾンやGoogleは、検討材料として十分な苦情処理の実績の報告をしていると評価できる。

¹⁶ 2019年3月時点 (<https://www.apple.com/jp/job-creation/>)

¹⁷ アプリストアにおける拒絶措置は、「問題の所在」に記載しているとおり、一部拒絶であるアプリ削除措置等についても利用事業者への影響が比較的大きいことを踏まえ、拒絶措置全般を本項で取り上げている。

して事業が成り立っている利用事業者もいる中で、利用事業者が提供する商品等の出品の拒否・停止が特定デジタルプラットフォーム提供者により一方的に行われ、その理由が通知されないなど、利用事業者に予見性なく行われることは、利用事業者の当該特定デジタルプラットフォーム上での事業活動を不安定にする。さらに、恣意的に当該拒絶が行われることで、利用事業者の予見可能性が阻害され過度な負担が生じるおそれや、ビジネス上の不確実性から利用事業者の事業活動に委縮効果を及ぼすおそれがある。

さらに、アカウント停止措置などの取引の全部拒絶について、特定デジタルプラットフォームの利用そのものを拒絶するような行為が利用事業者の予見性なく行われることは、不意打ちを受ける利用事業者の利益を著しく阻害しかねない。当該行為は、継続して当該特定デジタルプラットフォームを利用する利用事業者の契約関係を一方的かつ強制的に解消し、事業そのものの継続を困難とするような致命的な損害を与えるものであることから、商品等の出品を拒絶する場合（第3項第2号）と比べて利用事業者に与える影響が非常に大きい。また、当該行為を受けた場合に当該特定デジタルプラットフォームから閉め出されてしまった後では、苦情申立て等の復帰を争う手段も利用できなくなる可能性もある。

透明化法は、アカウント停止等の措置（取引の全部拒絶）を行う場合、原則として30日前に、その内容と理由を通知することを義務付けている（法第5条第4項第2号、省令第11条第1項第3号）。これにより、利用事業者は、措置の理由を事前に把握することができるので、必要に応じて事業の見直しを行ったり、協議を申し出たりすることが容易になると期待される。

他方、特定デジタルプラットフォーム提供者が、違反行為を行った利用事業者のアカウントを停止する場合があるところ、利用事業者からは、「アカウント停止理由について説明がなく、どのように対応したらよいかわからない」、「アカウント停止に対する問合せの回答が定型文の繰り返しとなっている」、「身に覚えのない違反アカウントとの関連性を理由にアカウントを停止されたが、関連性がないことの証明が困難」、「停止されたアカウントを復活させたいが対応方法がわからない」などの声が寄せられている。このような利用事業者の声が寄せられる背景には、理由の説明が不十分である場合や誤検知等によりアカウント停止措置等が行われた対応の場合、また、セキュリティ確保や迂回行為の予防等の要因で理由を詳細に通知することが困難である場合等があると考えられる。

アプリストア上で提供されているアプリがストアから削除される場合、当該アプリを提供する利用事業者のみならず、当該アプリを利用している既存ユーザーにも影響が生じ得る。

健全な取引環境は利用事業者及び特定デジタルプラットフォーム提供者のみならず、ユーザーへの便益をもたらすもの。特定デジタルプラットフォーム提供者によるアカウント停止措置については、正常な取引からの便益を三者が得られるよう、日々変化する取引環境において取引拒絶により利用事業者が被る不利益との適切なバランスを取り続ける必要がある。

アプリストアの提供条件においては、特定デジタルプラットフォーム提供者の補償・賠償の上限は特約のない限り50米ドルを超えないまたは全部免責される、カリフォルニア地方裁判所・連邦裁判所等を独占的裁判地とするとされている。そのため、誤ったアプリ削除があった場合、アプリの回復まで相当程度の期間を要した場合においても、その間に利用事業者が生じた損害について、利用事業者が特定デジタルプラットフォーム提供者から賠償を受けることは困難であるといえる。他方で、アプリの削除から改修まで相当の時間を要することから、その期間に生じる利用事業者の損失も少なくないと考えられる。

3-1-1-2. 該当法令及び昨年度の大蔵省評価における指摘事項

法は、継続して当該特定デジタルプラットフォームを利用する利用事業者に対する当該特定デジタルプラットフォームの提供の拒絶（当該提供の全部を拒絶する場合を除く。）を行うときの内容及び理由の開示を義務付けており（法第5条第3項第2号）、さらに、当該提供の全部を拒絶する場合には、原則として最短

でも 30 日前の日までにこれらを事前に開示することを義務付けている（法第 5 条第 4 項第 2 号、省令第 11 条第 1 項第 2 号）。なお、それらの開示の方法は、その開示の相手方にとって明確かつ平易な表現を用いて記載しなければならない（省令第 8 条第 1 項）。ただし、開示することによりユーザーの利益を害する場合その他の省令で定める場合は、例外的に事前の開示等は義務付けられない（省令第 9 条第 1 項、第 12 条第 2 項）

さらに、利用事業者に対する特定デジタルプラットフォームの提供が公正に行われることを確保するために必要な体制及び手続の整備を義務付けており（法第 7 条第 3 項第 2 号、同条第 2 項、同条第 1 項）、具体的な措置としては、特定デジタルプラットフォーム提供者が利用事業者に対して提供条件の変更等の行為を行う前に、適切に評価を行い、当該評価を踏まえて（当該行為を行う場合でも）利用事業者の利益に配慮した適切な対応を行うこと、並びに個々の行為を行うに当たって、一貫性・公平性のある判断がなされる適切な仕組みを構築することと定めている（指針 2.1.1）。

2023 年度大臣評価では、下記のとおり求めた。

アカウント停止措置

アカウント停止等の措置を行うに当たって、ユーザー等の利益保護とのバランスを図りつつ、適正なプロセスを確保するとともに、継続的に対応改善を図っていくことを求めた。

具体的には、事前通知のない即時のアカウント停止措置を行うことについて、透明性・公正性の向上につながる追加的な取組・説明や、アカウント停止措置の適切性について、外部検証ができるような異議申立ての件数や事例等の追加的な説明をはじめとして、2022 年度大臣評価で示された対応を更に進めることが求められる。

※2022 年度大臣評価で具体的に求めたこと

- i) アカウント停止措置を行う必要性及び相当性を慎重に判断する必要がある。特に、事前通知のない即時のアカウント停止措置を行う場合には、その必要性及び相当性を含め、透明化法上の例外事由への該当性を慎重に判断する必要がある。
- ii) アカウント停止措置を行う場合には、原則として、利用事業者が実質的に異議申立てを行うことができる程度に具体的な理由を事前に開示することが求められる。
- iii) 利用事業者からの異議申立て等を通じて、誤ったアカウント停止措置であったことが判明した場合、速やかなアカウントの回復、補償の要否の検討等、利用事業者の利益に十分配慮した取組を行うことを期待する。特に、AI を利用するなどして個々のアカウント停止措置を自動的に実施するような場合、一定の割合で誤った判定が生じ、結果的に多数の利用事業者に不利益が生じ得るという事情に鑑み、補償の仕組みを充実させるなど、事後的な救済措置の在り方を検討することが重要となる。

アプリ削除措置

特定デジタルプラットフォーム提供者には、上記（アカウント停止措置）と同様の法令の趣旨、また、アプリ削除は透明化法上の全部拒絶には該当しないものの、アカウント停止に準じて利用事業者への影響が大きい措置であり、削除されたアプリを利用していたユーザーへの影響も少なくないことを踏まえ、ポリシー違反の程度やユーザーへのセキュリティ上の影響が軽微である等、一定の条件を定めた上で（当該条件については、利用事業者に明らかにすることが望ましい。）当該条件を満たす場合にはアプリ削除の事前通知及び具体的な削除理由の開示を行うことで、利用事業者がアプリ削除前に修正対応や異議申立てができるようにするなど、利用事業者の事業運営にも配慮した取組を行うことを求めた。

併せて、利用事業者からの異議申立て等を通じて、誤ったアプリ削除措置であったことが判明した場合に

は、速やかなアプリの回復、補償の要否の検討等、利用事業者の利益に十分配慮することを求めた。

3-1-1-3. 各指定事業者における取組み内容

拒絶措置を行う必要性（提供条件違反の程度、ユーザー等の利益保護など）及び相当性（措置の程度、誤った措置の可能性など）の慎重な判断

■Apple

- 日本のデベロッパに対する透明性と公正性を維持するために、日本のデベロッパのアカウント停止件数と、アカウント停止に対して提出された異議申し立ての件数を引き続き開示します。2023年には、日本を拠点とするデベロッパのアカウント停止は121件ありました。これらのアカウント停止は、すべて不正なアカウント活動の発見に基づくものです。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し立てがありました。[定期報告書別紙 P20]
- 違反が軽微な場合には、コンプライアンスのためにデベロッパと協力します。不正行為の場合など、違反が深刻なときには、Appleは、即座に当該アプリを削除し、デベロッパのアカウントを停止します。なお、2023年には、日本政府から受けた削除要請は0件、削除されたアプリは3,226件でした。これらのアプリ削除の主な理由は、アプリのアプリ設計上の欠陥、不正行為、そして知的財産権の侵害です。[定期報告書別紙 P20]
- 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し立てがありました。[第9回モニタリング会合【資料2】P13-14]
- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P14-15]
- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P15]

■Google

- アプリの削除及び誤って削除が行われた場合の回復の透明性と公平性を向上させるため、審査担当者らに適切な訓練を受けさせ、適切な品質保証手順を実施するなどによって、誤ったエンフォースメント措置が取られるおそれを最小限に抑えるための努力を行っています。[定期報告書 P13]
- Google は、全てのユーザーとパートナーにとって安全で信頼できる環境を作ることに深くコミットしています。Google は、停止や削除などのエンフォースメント措置が、デベロッパーとそのビジネスに大きな影響を与える可能性があることを理解しています。
- Google の目標は、Google の措置が正確かつ公正であることを確保することであり、誤ったエンフォースメント措置の影響を最小限に抑えるために、エンフォースメントのプロセスを継続的に改善するよう努めています。Google は引き続き、消費者とデベロッパーの利益のバランスを考慮した、エンフォースメント措置の手順の適切な更新を検討し、評価していきます。[第 4 回モニタリング会合【資料 2】 P16-19]
- Google は、ポリシーの一貫した公正な適用を促進するため、一連の社内ガイドラインに基づき、訓練を受けた経験豊富な審査担当者がエンフォースメント決定を行うようにしています。さらに、Google は、アプリデベロッパーやデベロッパーアカウントに対するエンフォースメント措置を決定する前に、徹底的な審査プロセスを実施しており、これは誤った決定を下す可能性のあるリスクを軽減するのに役立っています。

透明化法で義務付けられているとおり、Google は、エンフォースメントの決定のうち、異議申し立てにより覆った決定はわずか 13%であったことを報告しました。透明化法の適用範囲を考慮すると、要求された情報は通常の業務過程では保持されておらず、提示することは非常に負担が大きいいため、情報提示は妥当ではないと考えます。¹⁸
- Google は、各異議申し立てがどのようなエンフォースメント決定に関するものなのかについて具体的な内訳を提供することはできませんが、Google がデベロッパーに提供した支援の効果もあり、（報告期間中に）異議申し立ての 61%が解決されました。[第 4 回モニタリング会合【資料 2】 P16-19]
- 2024 年の透明性レポートで報告されているとおり、Google は、デベロッパーアカウント又はアプリに関するエンフォースメント決定に関連して 4,915 件の異議申し立てを受けました。この数字には、申請が却下され、デベロッパーが異議を申し立てた場合も含まれます。

異議申し立てがあった際、Google がデベロッパーに提供している支援もあり、エンフォースメントの問題の大半が解決されていることにご留意ください。透明化法の適用範囲を考慮すると、事前通知の前年比の値は通常の業務過程では管理されておらず、情報開示の負担が大きいいため、情報開示は妥当ではないと考えます。¹⁹

異議申し立てで覆される判断はごく少数です（具体的には、2024 年の透明性レポートで報告されている通り前回の報告期間中は 13%）。一般的には、異議申し立てで判断が覆される理由はさまざまです。公開されているヘルプページで説明されているとおり、Google は、誤判断がなされ、デベロッパーのアカウントが Google Play のプログラムポリシーや[デベロッパー販売/配布契約](#)に違反していないことが判明した場合など、適切な状況下ではデベロッパーのアカウントを復活させます。

Google は、誤ったエンフォースメント措置の理由の具体例や、事前に提供された通知の件数を示すことはできません。これは、異議申し立てによって最初の決定が覆された特定のケースの詳細は、特定のデベロッパーに関連するものであり、機密であるためです。[第 4 回モニタリング会合【資料 2】 P16-19]

- 2024年の透明性レポートで報告されているとおり、デベロッパーのアカウント又はアプリに関するエンフォースメント決定に関連して受けた異議申し立ては4,915件でした。Googleは、透明化法の適用範囲を考慮すると、作成の負担が大きいデータについては、作成することは妥当ではないと考えます。これらの異議申し立ての大部分は、Googleがデベロッパーに提供する支援もあって、解決に至りました。[第4回モニタリング会合【資料2】P16-19]
- 消費者の利益の保護等とのバランスを保ちつつ、アカウント停止に際して適切なプロセスが取られることを確保し、継続的な改善に努めています。[定期報告書P13]
- Google Playがユーザーとデベロッパーの両方にとって革新的で活気のある魅力的なプラットフォームであることを確保するため、Google Play デベロッパーアカウントは、アプリを公開し、積極的に維持管理しているアクティブなデベロッパーを対象としています。また、不正利用を防止し、プラットフォームの安全性を促進するため、Googleは、休眠状態のアカウント、利用されていないアカウント、又は通常のページで有意なエンゲージメントのないアカウントを閉鎖しています。[第4回モニタリング会合【資料2】P19-20]
- Googleでは、全てのユーザーにとって安全かつ安心な環境の構築に尽力しており、児童ポルノを含む違法コンテンツの問題を極めて深刻に受け止めています。

Googleのポリシーでは、Googleのプラットフォームにおけるあらゆる形態の児童性的虐待コンテンツ（Child Sexual Abuse Material、CSAM）を厳しく禁じており、そのようなコンテンツの拡散の防止に絶えず取り組んでいます。例えば、Googleの現在の[児童を危険にさらす行為に関するポリシー](#)では、児童の搾取又は虐待を助長するコンテンツの作成、アップロード、配布を禁止していないアプリは、Google Playから即時に削除されることがあります。これには、全てのCSAMが含まれます。

Google Playでアプリを配布するためには、全てのデベロッパーは、[デベロッパー販売／配布契約](#)を締結し、[デベロッパープログラムポリシー](#)に明記されている上記の禁止事項を含むGoogleのポリシーを遵守する必要があります。

さらに、2025年1月31日以降、Googleは、ソーシャルアプリ及び出会い系アプリに対し、特定の基準に従うことと、公開前にGoogle Play Consoleで準拠を自己認定することを義務付ける[子どもの安全基準に関するポリシー](#)を導入しています。

Googleは、デジタル空間における警戒が極めて重要であることを理解し、自社のエンフォースメント手続を常に改良しています。

透明性は、Googleの中核的な価値観であり、CSAM及びその他の虐待を防ぐためのGoogleの取り組みが詳述された透明性に関する報告書を定期的に公開しています。Googleは、ユーザー及び利害関係者に対して説明責任を負い、継続的な改善に取り組んでいます。Googleは、児童を危険にさらす行為に関する情報提供に対する社内の対応については情報を提供する立場にありません。これは、かかる情報の開示が、関連するエンフォースメント手続の完全性を損なうおそれがあるためです。[第4回モニタリング会合【資料2】P20-21]

¹⁸ 「苦情処理のうちエンフォースメント決定の取消しが1,228件（13%）と報告しています。このうち、御社が当初誤ってアカウント停止又はアプリ削除措置をしてしまった（アプリ事業者側で特段の改善措置をすることなく、不服申立てを認めたケース）件数はどの程度ありますでしょうか。」という質問に対して

¹⁹ 「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。」という質問に対して

■Apple

- 通常、不正行為の有無に基づいてアカウント停止の事前通知の必要性を判断しています。不正の兆候がある場合に、App Store の完全性と影響を受ける消費者を保護するために、事前通知なしにアカウント停止を進めることは認められています。[定期報告書別紙 P19]
- 不正行為に関して、不正行為の事例を処理する手順をより詳細に説明することは適切ではありません。そのような詳細な説明は、悪意のある者に審査を回避する手がかりを意図せず与えてしまう可能性があるからです。[定期報告書別紙 P20]
- App Review でのリジェクトに関するデベロッパの理解促進に向けた Apple のコミットメントを示す例として、Apple は、2023 年に開始した日本語によるコミュニケーションプログラムを全面的に導入しました。Apple は、日本語によるコミュニケーションプログラムの初期的な導入でみられた肯定的な結果に基づいて、日本語によるコミュニケーションプログラムを全面的に採用することを決定しました。Apple は、引き続き、上位のリジェクト理由のスニペットを日本語に翻訳する予定です。日本語によるコミュニケーションプログラムの一環として、Apple の App Review チームには、日本語が流暢または堪能なスタッフが配置され、提出されたアプリのトリアージや日本語での回答に対応します。[定期報告書別紙 P25]
- 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ています。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。[定期報告書別紙 P26]
- 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。[第 9 回モニタリング会合【資料 2】 P21]
- 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みます。繰り返すが、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。
- 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。

- 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る。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。
- 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。[以上、第9回モニタリング会合【資料2】P13-14]

- App Store で詐欺行為や違法行為の証拠を発見した場合には、デベロッパに通知しないという点から始めたいと思います。Apple は、ユーザーへの被害を防ぐため、また法を遵守するデベロッパとの公平性のために、そうしたアプリが、App Store から削除されるようにしたいと考えています。違法性や詐欺性は伴わないものの、デベロッパが Apple のガイドラインに違反している場合は、Apple は、そのアプリが App Store に残ることができるよう、デベロッパが遵守できるようにしたいと考えています。アプリを App Store から削除することは、極端な措置であり、デベロッパが Apple のルールを遵守するための手段が本当はない場合にのみ行われるべきものです。そのため、Apple は、デベロッパがそのアプリを遵守させるために十分な通知と時間を与えるようにしています。14日間との違いは、状況、違反の重大性、問題を是正するためのデベロッパの計画などによって決まります。また、デベロッパが誠意を持って Apple と協力し、アプリを理解し改善しようとしている場合は、この期間もそれほど厳密なものではありません。30日という期限を越えることもよくあります。それはデベロッパにとってのスタート地点に過ぎません。繰り返しになりますが、Apple はデベロッパと協力して、デベロッパのアプリを App Store に残すことを望みます。それが Apple の目標です。[第9回モニタリング会合議事録 P15]

■Google (アプリストア)

- 2022年に試験的に開始された [Google Play ポリシー違反免除プログラム](#)は、アプリの停止措置を受けた特定のデベロッパが、違反処分の免除が受けられる可能性のあるステップを取ることを支援します。このプログラムにより違反の再発が減少したため、2023年には全てのデベロッパが利用できるものとされました。[定期報告書 P12]

- デベロッパーは、Google の措置が誤りであると考え、アカウント停止の通知メールに記載されている異議申立の権利に関する説明に従って、又は [Google Play Console ヘルプページ](#) のオンライン異議申立フォームから、決定に対しいつでも異議を申し立てることができます。[定期報告書 P13]
- アプリを削除する場合、[Play Console ヘルプ](#)において、さまざまなポリシー審査結果や、フラグを立てられたアプリやゲームについて Google Play におけるアクセスを復元するための手順について説明することで、透明性と公平性を提供するよう努めています。[定期報告書 P13]
- アプリの否認の理由についての理解を深めてもらうため、新しいアプリやアプリのアップデートが否認となった場合、否認に関する関連情報をデベロッパーにメールで提供しています。このメールにおいて Google はスクリーンショットかポリシー違反に該当するコンテンツ又は行為に関する具体的な説明のいずれかを提供するよう努め、デベロッパーが問題を解決するために何をすべきかを明確に理解できるようにしています。また、そのメールには異議申立の方法と、異議申立プロセスを開始するためのリンクが記載されています。アプリの審査及びエンフォースメントのプロセスについて予測可能性を提供し、以下のような方法でデベロッパーの異議申立をサポートするよう努めています。[定期報告書 P13-14]
 - デベロッパーポリシーセンターの外部向けポリシーにおいて、Google のエンフォースメントのプロセスに関する情報ははっきりと提供すること。
 - 削除などのエンフォースメント措置が取られたときに、デベロッパーにいつそれが行われたか、及びその理由を通知すること。
- 可能な限り、アプリが削除される前に、デベロッパーに通知し、問題を修正する機会を提供します。Google は、透明化法省令第 11 条第 2 項に規定されている状況において、標準の 30 日間の事前通知期間を提供した後のみ、デベロッパーアカウントを停止します。[第 4 回モニタリング会合【資料 2】 P16-19]
- デベロッパーを支援しサポートするために、デベロッパーがエンフォースメント措置に対して異議を申し立てる方法について、明確で透明性のある情報を公開しています。この情報は、[Play Console ヘルプページ](#)で簡単に入手できます。

上記に加えて、エンフォースメント措置が取られた場合、Google はその旨をデベロッパーに電子メールで直接通知します。Google は、デベロッパーに送信される電子メールにおいて、メールに記載されている手順に沿って、又は Google の一般向けの[異議申し立てサポートフォーム](#)を通じて、エンフォースメント決定に対して異議を申し立てることができることをデベロッパーに通知します。デベロッパーは、[ポリシー違反の管理ページ](#)を通じて、エンフォースメント決定がどのように行われるか、かかるエンフォースメントに対応する方法、アカウントに対する特定の措置（拒否、削除、停止、終了）が取られた場合に予想されること、及びデベロッパーのアカウントに対して Google Play が行った特定の決定について異議を申し立てる方法を理解することができます。[第 4 回モニタリング会合【資料 2】 P16-19]
- Google は、Google Play でデベロッパーに対してエンフォースメント措置が実施されるたびに、事前にデベロッパーに通知していないし、通知することを期待されるべきではありません。この原則は、日本や、透明化法により違反アプリの削除に事前通知が要求されていない欧州連合などの他の法域でも受け入れられています。

デベロッパーは、Google の判断に誤りがあると考え、Google Play からアプリを削除するという Google の決定に異議を申し立てることができます。異議申立ての方法は、デベロッパーにメールで案内されます。[第 4 回モニタリング会合【資料 2】 P19]

- Google Play Console ヘルプページには、デベロッパーアカウントが非アクティブかどうかを判断する方法と、デベロッパーにおいて休眠アカウントの閉鎖を防ぐ方法が明確に記載されています。アクティブでないことを理由にアカウントが閉鎖対象となった場合、Google はデベロッパーの Google Play Console ページと電子メールの両方でその旨を明確に通知します。デベロッパーに十分な予告を行うため、60 日前、30 日前及び 7 日前にリマインドメールが送信されます。休眠アカウントの閉鎖によって、デベロッパーが将来 Google Play での公開を決めた場合に新しいアカウントの作成を制限されることはありません。[第 4 回モニタリング会合【資料 2】P19-20]
- Google は、透明性や公平性への継続的なコミットメントにおいて、アプリ審査プロセスの向上のためのいくつかの主要なイニシアティブを実施しました。Google の目標は、デベロッパーとユーザーの双方が当社の手順を明確に理解し、Google Play の全てのアプリが最高水準の品質とセキュリティを満たすようにすることです。
例えば、
 - Google Play Console ダッシュボードの「アプリのコンテンツ」ページを再設計しました。改訂されたページでは、関連するポリシーの遵守に関する潜在的な問題を特定する方法や、これらの問題を迅速に解決するためのリソースに関する情報を表示する等して、デベロッパーにとって未解決のタスクが強調されています。
 - 2022 年に試験的に開始された、Google Play ポリシー違反免除プログラムは、アプリに対して停止措置を受けた一部のデベロッパーが、当該措置から免除されるための対応方法を支援しています。このプログラムは反復違反の減少につながり、その結果、2023 年には全てのデベロッパーが利用できるようになりました。[定期報告書 P12-13、第 4 回モニタリング会合【資料 2】P29-30]

誤った拒絶措置をした場合の利用事業者の利益に十分配慮した取組み

■Apple

- 状況を総合的に判断し、デベロッパアカウントの停止を撤回することが妥当であると判断した場合には、不当な遅延なく、デベロッパアカウントを回復させます。[定期報告書別紙 P20]
- 状況を総合的に判断し、アプリの削除を撤回することが妥当であると判断した場合には、不当な遅延なく、App Store に当該アプリを復帰させます。[定期報告書別紙 P20]
- 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ありました。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。[第 9 回モニタリング会合【資料 2】P14]

■Google

- Google の[公開されているヘルプページ](#)で説明されているとおり、誤った決定がなされ、デベロッパのアカウントが Google Play プログラムポリシーや[デベロッパ販売/配布契約](#)に違反していないと判断された場合など、適切な状況下ではデベロッパのアカウントを復活させます。[第 4 回モニタリング会合【資料 2】P16-19]

■共通

- リジェクトについての判断はとにかくルールであるし、言いなりになるしかないという感じであった。合わせるのが非常に難しいが、どうしたらいいかわからないといった事態にまでは至っていないので、何とかなっているという感じである。リジェクト理由を明確にするには、行間を読む能力が必要で、個人差があるとも思われる。

■Apple

- いきなりアカウントを停止するという事はないし、連絡もあるが、(異議申立てを行っても)こちらの言い分を聞いてくれるということはないという印象。
- リジェクトされた理由が分からないことが多い。フィードバックに具体性が薄いことがあり、他社事例も参考にしながら対処せざるを得ない。
- リジェクトの理由についての説明は、App Review ガイドライン〇〇違反が理由であり、そのガイドラインを見てくれのみだった。同業他社のアプリが通っているのになぜ当社のアプリはダメなのか、という質問をしたが、回答が得られなかった。

■Google

- Playに登録しているアカウントとGoogleに登録しているお支払いプロフィールが一致していないので正しく回答し直してください、それが確認できないと1か月後にアカウントをバンします、という警告が出た。両者の情報は一致していたため、何が問題なのかは分からなかったが、とりあえず登記簿謄本を送ると、警告が表示されなくなった。
- 警告が来ていたことに気づかずアプリ削除されたことがある。事前通知は、メール1本と管理画面での警告表示があり、気が付かなかったのは、メールが正しく受信できておらず、また、その1週間管理画面にログインしていなかったためである(ログインすると比較的目立つ警告が表示される仕組みになっている)。日常的にログインして管理画面を確認するかは、事業規模次第かと思われる。上場企業でチームが10人くらいの規模であれば、2、3日に一回くらいはログインすることはないか。しかし小規模の事業者は1週間、2週間、あるいは月に1回程度ということもあるかもしれない。用がなければそれほど見ない。日常的に見る必要のある売上やDL数は管理画面にログインする必要が無くAPI経由で取れる。アプリをアップデートする、ユーザーレビューに返信するなどの目的がないと管理画面には入らない。
- 配信していたゲームアプリがポリシー違反(マルウェア、モバイルの迷惑ソフトウェア、および動作の透明性に問題があること)を理由に事前の通知なく削除され、デベロッパーアカウントも停止された。これにより、全ユーザーのサブスクリプションが強制的に解除された。ポリシー違反に該当する覚えがなかったため、直ちに再審査請求を行ったが、その1か月後に再審査請求の承認の連絡が届き、アカウントが復旧した。しかし、その2か月後に再度アカウントが停止された。直ちに再審査請求を行ったところ、その1週間後にアカウントが復旧した。Googleに理由を聞いても、アプリに違反がないことが判明したとの回答しか得られなかった。
- ポリシー違反により停止されたアカウントに関連するアカウントであることを理由に、事前の通知なく、アカウント停止がされた。全く身に覚えがなくえん罪である。

- (SNS アプリ事業者) 当社は Google Play で約 10 年前から SNS アプリをリリースし運営している。2023 年、Google から、「【虚偽の振る舞い】ポリシーに準拠していないコンテンツが含まれていること」を理由に、詳細の内容説明及び事前通知なく、突然当社の該当アプリの削除措置をされ、配信と課金が停止された。異議申立てを行い再審査請求したところ、Google からアプリに関連すると思われる当局に対する法的文書の届出を求められ、当局へ届出が証明できるまで再審査を行わないと事実上の予備審査の通告があった。当該アプリについては、以前から当局及び弁護士に相談し、口頭ながら法的に問題ないとの回答を得ており、ポリシー違反の再審査の前に、ポリシー違反とは全く無関係の届出を求められ、非常に困惑した。その後、弁護士と法的な問題がない旨の文書を作成し、Google 審査チームに届出が一切必要ないことを説明したが、回答は得られず再審査は再開しなかった。そこで、経済産業省の相談窓口にご相談し、Google 側と本件について連絡を取ってもらったところ、再審査に向けてのポリシー違反の説明もないまま、アプリ削除措置は撤回され、アプリは配信再開された。当該アプリに指摘されたポリシー違反に関する修正をすることなく配信再開となったことを考えると、Google 側の審査フローにおいてなんらかの誤解や誤謬があったと思われるが、当社のアプリ停止期間中に多大な損害が発生した。一定の売上があり、一定のユーザー数を確保している場合、突然、アプリを削除するといった対応をとらないよう、例えば 1 か月といった予告期間を設けてほしい。また、アプリ事業者側に過失がないにもかかわらず、アプリストア側の判断でアプリを削除した場合は、アプリストア側がアプリ事業者に対しある程度の補償をしてほしい。
- 画像に印をつけてここが問題点だということが分かるようになった。
- ポリシー違反の場合の通知にスクリーンショットが付いてくるようになったため、改善したと感じている。このため、以前よりも、自分たちで修正しやすくなった。これまでは第何条何項に違反しているとの情報のみだったが、添付されているスクリーンショットにより、アプリ内のどの画面が当該条項に抵触しているかが分かるようにはなった。とはいえ、具体的にどこが悪いということが言及されているわけではない。これによって、ポリシー違反の該当箇所が分からず解決できなくて困ることが減った。
- アプリ審査の異議申立先が不明瞭。リジェクト時の窓口やお問い合わせ先が明記されておらず、迅速に動けなかった。Google Console に問い合わせたら担当が違うので回答できないと言われ、リジェクト通知メールに返信したところ、一週間後に英語で返答が来た。リジェクトの理由については、何が違ってリジェクトなのかわからないところがある。以前、アプリがクラッシュするということでリジェクトとなった。これについては Google 側でなぜクラッシュするのか分からなかった。Google のテスト環境でクラッシュしているようである。「この端末でクラッシュした」という情報は来るのだが、その端末でも当社ではクラッシュしない。同じバイナリーを再提出すると、一日くらいたって審査に通ったりする。当社のアプリはセキュリティを固めている部分があり、外部からアプリを何かしようとする、ガードする機能を入れている。それでクラッシュしているのかとも思う。一時期よりは少なくなったものの、現在でもクラッシュ起因でリジェクトされることがある。

会合での主な指摘

■ 共通

- アカウントの停止の件について、ある程度機械的に停止せざるを得ないのは分かるし、場合によっては削除もあり得ると思うが、もし間違いだったときの補償問題。例えば 1 時間、2 時間の停止であれ

ば、構わないとは思わないものの、影響は小さいと思うが、これが例えば何日にもわたってアカウントが停止するようなことがあったときに、どのように補償がされているのか。もしくは補償する気がないのか。[第1回モニタリング会合議事録 P8]

■Google

- これは当初から結構言っていますが、Googleに関しては、アプリ削除の事前通知をぜひやっていただきたい。一時期はこれを前向きに対応するというようなコメントもあったが、いまだにこれが行われていないということで、緊急性があるものに関しては事前通知できないというのは分かるが、アプリストア、あるいはアプリ事業者双方にとって、事前通知をやって改善するというのは合理的ではないかと思うので、ぜひ検討いただきたい。[第1回モニタリング会合議事録 P14]
- Googleはアプリ削除について、適切な場合に可能な限り、利用事業者に事前通知を行うと回答している。もっとも、具体的にはどのような場合が、可能な限り適切な場合であって事前通知が行われるケースなのか明らかでない。[第4回モニタリング会合議事録 P10]
- 回答の11.1.に、アプリ削除の前に事前通知を行い、利用事業者の問題を修正するチャンスを与えることと記されていた。しかし、利用事業者とGoogleの意見が違って、利用事業者は問題がないと信じている場合には、利用事業者は問題を修正できないから、そのまま、利用事業者は、対応できないままにアプリ停止の措置を受けてしまうのではないか。[第4回モニタリング会合議事録 P10-11]
- 補償についての質問が行われたが、Googleからの回答には、この質問に対する回答が記されていないと感じた。[第4回モニタリング会合議事録 P11]
- 誤ったエンフォースメントの件数や事前通知の件数を我々に開示することはできないという回答。開示しないことの理由として、Googleからは、特定の利用事業者に関連する内容だから回答できないという説明。しかし、この回答内容は、件数、数字を開示できない理由の回答として適切なものではない。[第4回モニタリング会合議事録 P11]
- Googleの措置に対してアプリ事業者から苦情があって、その結果、措置の決定が取り消されたものが13%の1228件ある。そのうちGoogleの事実誤認、Googleの判断ミスで決定が取り消されたものが何件あるのかという点を質問しているのに対して、Googleの回答というのは、そのような情報は通常の業務過程では保持されておらず、提示することは非常に負担が大きいとして、情報提供を拒否されている。しかし、仮に決定変更の理由がGoogle側の間違いだったとすれば、本来Googleが損失補填を検討すべき対象のはずで、訴訟にもなるかもしれないものなので、その数を把握していないというのは、にわかに信じられない。もし本当に把握していないのだとすれば、Googleが自らの判断ミスでアプリ事業者に損害を与えることに無頓着だと受け止められかねない。本当に自分たちのミスが原因で決定を取り消した数を把握していないのか。[第4回モニタリング会合議事録 P14]

利用事業者向けアンケート調査の結果

- 両アプリストアとも、利用事業者は、不服申立てに関する情報提供がわかりにくいと感じている。

アプリストア利用事業者アンケート

両アプリストアとも、不服申立てに関する情報が不足している傾向にある

貴社がアプリストア運営事業者から受けた措置について、運営事業者からの説明には、次の事項が記載されていましたか。
 (それぞれいくつでも) ※一番直近のことについてお答えください。(%)

| | | 措置の根拠となったアプリストアのガイドライン・ポリシーの条項・文言 | 措置の根拠となった理由・事実関係 | 不服申立てができること | 不服申立て窓口の連絡先 | あてはまるものはなかった | |
|-----------------|------------------------------|-----------------------------------|------------------|-------------|-------------|--------------|---------|
| Apple App Store | アカウントを停止または削除された | 50% | 58% | 40% | 20% | 8% | (n=83) |
| | (配信済みのアプリについて) 配信を停止または削除された | 64% | 53% | 28% | 25% | 13% | (n=50) |
| | アプリのアップデートが承認されなかった | 61% | 63% | 32% | 23% | 8% | (n=145) |
| Google Play ストア | アカウントを停止または削除された | 58% | 54% | 30% | 26% | 4% | (n=97) |
| | (配信済みのアプリについて) 配信を停止または削除された | 63% | 52% | 37% | 26% | 4% | (n=50) |
| | アプリのアップデートが承認されなかった | 63% | 55% | 36% | 23% | 2% | (n=101) |

208

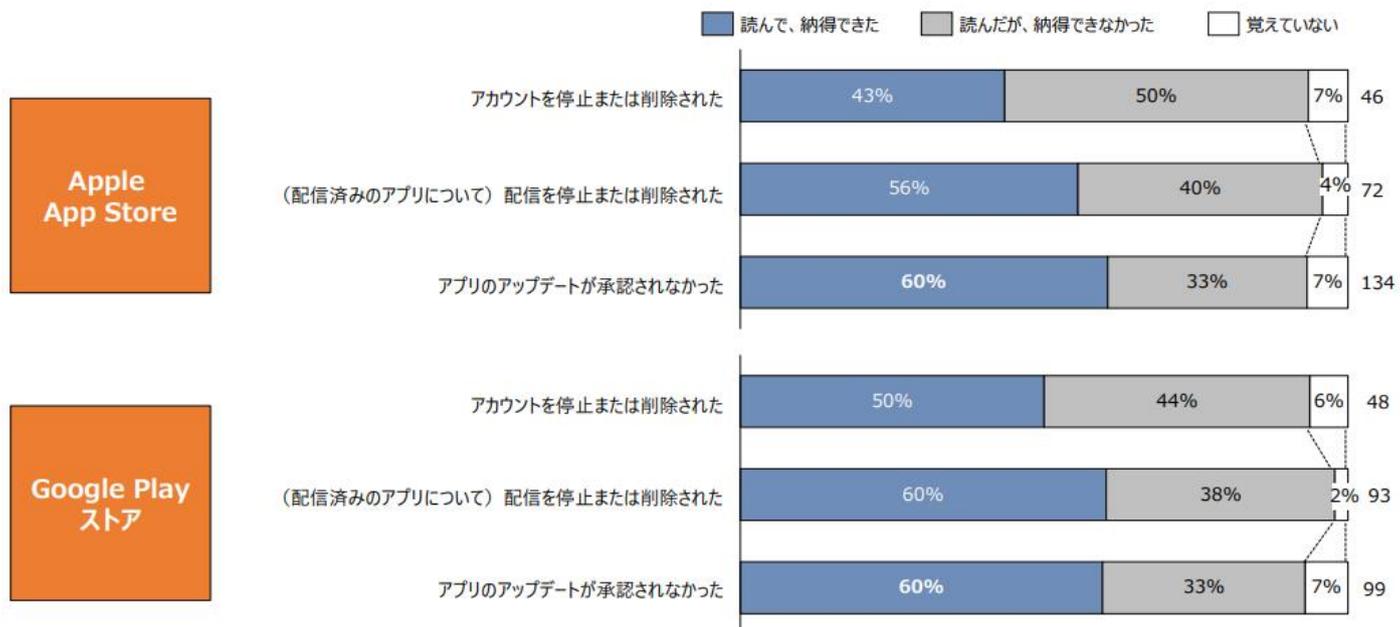
第1回モニタリング会合【資料1-1】P208

- 両アプリストアとも、アカウント停止やアプリ削除についての説明が、利用事業者の納得を得られていない可能性がある。

アプリストア利用事業者アンケート

両アプリストアとも、アカウント停止や削除についての説明が、特に利用事業者の納得を得られていない可能性がある

(アプリストア運営事業者から受けた措置について、事前または事後に説明を受けた方にお伺いします。) それらの記載は、貴社が読んで納得のいく内容でしたか。 ※一番直近のことについてお答えください。



209

第1回モニタリング会合【資料1-1】P209

3-1-1-5. 大臣評価に向けての提案

拒絶措置を行う必要性（提供条件違反の程度、ユーザー等の利益保護など）及び相当性（措置の程度、誤った措置の可能性など）の慎重な判断

Appleは、日本におけるアカウント停止やアプリ削除の件数や、それらに対する異議申立ての件数を説明しており、透明性が高い。また、拒絶措置に関する説明に納得できなかった事業者は相当程度いるものの、相談窓口へ寄せられる声や経済産業省が行ったヒアリング等において、不服のあるアカウント停止措置を受けたとの利用事業者の声が見られないことから、必要性及び相当性を慎重に判断している可能性が高く、評価すべきと考える。

Googleは、日本における拒絶措置に対する異議申立ての件数は説明があったが、その基となる日本における拒絶措置の件数や、誤った拒絶措置であった件数の説明はなかった。この点、Googleは昨年度5000件近い異議申立てをアカウント又はアプリに関するエンフォースメント決定に関連して受けている点を考慮すると、背景として、Googleの拒絶措置の件数又は誤った措置の件数は相当数に及ぶ可能性がある²⁰。実際、相談窓口へ寄せられる声や経済産業省が行ったヒアリング等において、利用事業者からも身に覚えのない措置を受けたとの声が多数見受けられた（一部には、拒絶措置についてGoogleに異議申立てをしたところ申立てが認められなかったにもかかわらず、誤った措置だったことが判明したケースも存在する）。拒絶措置は、ユーザー等の利益保護とのバランスを図る必要があるため、単純に拒絶措置の件数が減少することが望

²⁰ アプリが市場で流通する前の、アプリ審査の厳しさの違いにも起因する可能性もある。

²¹ Appleの異議申立ての件数は、アカウント停止について29件、アプリ削除について9件。

ましいとはいえない。しかし、拒絶措置が利用事業者に与える影響の大きさに鑑み、拒絶措置を行う必要性及び相当性については、更なる慎重な判断が求められる。個別の拒絶措置の必要性と比較して、より制限的でない他の代替手段によって、その拒絶措置の必要性を達成できないかを検討する（例えば、セキュリティ上問題のあるアプリが配信されているとき、その利用事業者が故意にそのようなアプリを配信していない可能性を考慮して、アカウント停止でなくアプリ削除によってセキュリティを確保できないか検討する）など、適正なプロセスを確保するとともに、継続的に対応改善を図っていくことを求めるべきと考える。

拒絶措置の適正手続（理由の事前通知、理由の具体性）

Appleは、各種の規約違反の深刻さに応じて、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るなど、透明化法上の義務にとどまらない事前通知を行うなど、利用事業者との相互理解を促進する取組みがなされており、評価すべきと考える。

他方で、Appleは、リジェクトの理由の明確性については、日本語によるコミュニケーションプログラムの導入、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るなど、一定の評価ができる取組みが見られたものの、リジェクトの理由については、比較的不明確であるとの事業者の声が見受けられる。引き続き、再審査を受ける上での参考となる情報を提供する観点から、リジェクトの根拠となる提供条件に加え、認定した事実関係を十分詳細に利用事業者に示すことを求めるべきと考える。

Googleは、アプリ削除やリジェクトの理由の明確性については、従前から行っているスクリーンショットの添付に加え、「アプリのコンテンツ」ページの再設計や、ポリシー違反免除プログラムなど新規の取組が見られることは、評価すべきと考える。

他方で、Googleは、アプリ削除措置については、可能な限り、アプリが削除される前に、利用事業者に通知し、問題を修正する機会を提供すると説明している一方で、利用事業者に対してエンフォースメント措置が実施されるたびに、事前に利用事業者に通知していないし、通知することを期待されるべきではないとも主張している。しかしながら、上記のとおり、利用事業者の声などによればGoogleによる多数の誤ったアカウント停止、アプリ削除措置が見受けられている。アプリ削除の事前通知は透明化法上の直接の義務では無いものの、現に誤ったアプリ削除措置が複数行われている現状を踏まえ、利用事業者との相互理解を促進するさらなる取組みを求めるべきと考える。なお、少なくとも事前通知がない誤ったアカウント停止措置は最小限にすることを求めるべきと考える。

誤った拒絶措置をした場合の利用事業者の利益に十分配慮した取組み

Apple、Google共に、速やかなアカウントの回復を行っているとの報告がなされているものの、アカウント回復までに要した時間の説明など客観的に検証できるような形での説明はなされていない。また、補償の要否の検討等の取組みまではみられなかった。特定デジタルプラットフォーム提供者の補償・賠償の免責や、カリフォルニア地方裁判所・連邦裁判所等を独占的裁判地とするとされているという問題もある。

例えば、速やかなアカウント回復を行っていることを客観的に検証できる形で説明することや、補償の要否を検討することなど、より利用事業者の利益に十分配慮した取組みを期待すべきと考える。

3-1-2. アプリ審査

3-1-2-1. 問題の所在

アプリ審査の予見可能性は、利用事業者の事業活動や投資判断に影響する。アプリ審査の手続や体制につ

いては、アプリストア上でアプリを配信する際の事前審査において審査結果が担当者によって全く異なるなど、その予見可能性や公平性・公正性について課題を指摘する声がある。

利用事業者にとって、アプリストアへ載せる／載せないの判断が、事実上、サービス提供の可否の決定的な要素となる中で、審査の透明性、公正性についての懸念が指摘され、利用事業者は保守的にならざるを得ず、イノベーションが阻害されている懸念がある。

3-1-2-2. 該当法令及び昨年度の大臣評価における指摘事項

法は、利用事業者に対する特定デジタルプラットフォームの提供が公正に行われることを確保するために必要な体制及び手続の整備を義務付けており（法第7条第3項第2号、同条第2項、同条第1項）、具体的な措置としては、提供条件変更等の個々の行為を行うに当たって、一貫性・公平性のある判断がなされる適切な仕組みを構築することと定めている（指針2.1.1②）。

2023年度大臣評価では、利用事業者と対話しつつ、継続的にアプリ審査プロセスの改善に向けて取り組んでいくことを求めた。具体的には、アプリ審査担当者による判断のばらつきを減少させる観点から、例えば、審査結果のチェックの在り方、審査担当者向けのトレーニングやマニュアルを点検し、必要に応じて充実させる等して、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を求めた。

3-1-2-3. 各特定デジタルプラットフォーム提供者における取組み内容

■Apple

- デベロッパは、App Reviewによって平等でない取扱いを受けたと感じた場合には、その判断に異議を申し立てることができます。App Reviewの担当者は、継続的にトレーニングを受けるとともに、最新のガイダンスを受けています。App Reviewの担当者が、コミュニケーションや異議申立プロセスを通じて、間違っと思われる結果を得たとデベロッパから警告を受けた場合には、App Reviewチームはなぜ間違っ判断が行われたかを調査し、理解し、それを記録に残し、App Reviewプロセスを改善するためのトレーニングに組み込み、当該プロセスの変更がその後に継続的に実施されるようにします。以前に述べたとおり、AppleのApp Reviewチームは、十分な経験を持ち高度な研修を継続して受けている専門家により構成されています。[定期報告書別紙 P26]
- 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しました。
- 第一に、「アプリの類似性改善」の取組は、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」プログラムの中では、審査担当者は、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する。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審査担当者は、プログラムの導入以前は典型的には 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」プログラムの中では、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ないが、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。[定期報告書別紙 P26-27、第 9 回モニタリング会合【資料 2】P21-22]
- 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 プロセスは同一である。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。[第 9 回モニタリング会合【資料 2】P21]
- App Review は人間によって審査が行われますが、ツールやテクノロジーによってサポートされています。最初にバイナリ解析が行われ、App Review 担当者にシグナルが提供されます。これらのシグナルは、スパム、適切な API が使用されているか、アプリの種別に応じたガイドラインを遵守しているかどうかといった点を調査するために提供されており、担当者は、その内容に基づいてアプリを審査します。担当者は、ガイドライン違反の事例をすべて発見できるよう最善を尽くしておりますが、悪意を持った主体は存在し、App Store から削除されるようなアプリの多くは、審査の後に不正行為に及んでいます。たとえば、App Review の通過後に、おとり商法や略奪的価格設定を導入するなどです。しかし、担当者は、Apple の非常に強固な通知と行動の仕組みによって支援されています。規制当局、法執行機関、一般市民、及びユーザーが、Apple に対して、疑わしいアプリについて連絡する手段は多数存在しています。そして、違反行為の可能性を認識した場合には、いつでも調査が実施され、適切な措置が取られます。また、Apple には、知的財産権に関する意見の相違を円滑に解決するための、知的財産権に関する紛争を処理するチームがあります。[第 9 回モニタリング会合議事録 P11]

■Google

- 全ての Google Play アプリには、同じルールとポリシーが適用されます。Google Play の全てのアプリは、制限されたコンテンツ、消費者のプライバシー、マルウェア、望ましくないモバイルソフトウェア等のテーマが網羅されたデベロッパープログラムポリシーにおける客観的かつ明確な基準に照らして審査されます。Google は、当該ポリシー基準のみに基づいてアプリの審査を行い、全てのアプリで公平性・一貫性のある審査を実施しています。
- デベロッパー販売／配布契約に基づき、デベロッパーは、関連する法域において適用される法律、規制、又は一般に受け入れられている慣行若しくはガイドラインに準拠しながら、Google Play を使用することを要求されます。その結果として、デベロッパーは、特定の地域又は国において追加のコンプライアンス要件に従わなければならない場合があります。
- 例えば、日本で消費者に有料アプリを配布したりアプリ内購入を提供したりするデベロッパーは、特

定商取引法により要求されているとおり、特定の情報を消費者に表示する必要があります。これには、事業者の名称と電話番号、及び事業者の物理的な住所が含まれます。

デベロッパープログラムポリシーの適用は、国又は地域の文化的背景を反映することもあります。例えば、性的コンテンツ及び冒瀆に関するポリシーでは、これまで、日本のカタログアプリで提供される書籍や動画内での偶発的な性的描写は許可されていませんでした。しかしながら、このポリシーは、日本におけるアニメ及び漫画に関する文化的規範に対応するために強化されました。[第4回モニタリング会合【資料2】P29]

3-1-2-4. 利用事業者の状況等

利用事業者の声[第1回モニタリング会合【資料1-1】P233-235]

■共通

- 審査のスピードは問題ない。

■Apple

- 改善点としては、アプリの審査期間が大幅に短縮されたこと。かつては1週間程度当たり前のようにかかっていたが1日程度で連絡が来るようになった。リリースのプロセスがスピードアップした。
- 例年、WWDC (Worldwide Developers Conference) の時期になると審査・チェックが厳しくなる傾向にあり、これまで指摘を受けていなかったものに対しても急に厳しくなる印象である。
- レビューの言うことがバラバラ。いい人に当たればすんなり通してくれるし、意地悪な人に当たれば何をやっても通さない。どうやって対策すれば良いかの情報もバラバラなため、対策がほぼ無いというのが我々の理解。こういった理不尽を感じる場面に遭遇した場合、私達は法的にAppleに何を要求できて、何を開示できて、どのように戦えば良いのか、というのは知りたい。
- 一度、了承してもらった内容が次の審査でリジェクトされたり、統一性がないところで困っている。アプリストア側と、これはOKだということを、きちんと握りたい場合の窓口（問い合わせ先）はないか？取引先も、そうした確約がないと実装は難しい、と言っている。たまたま今回は通ったとしても、実装する内容に関しての確約が取れる体制がないと、実装できない、という状況である。審査は、実装したのを見てもらう、という形である。できれば、開発実装前に○×をはっきりさせたい。
- レビューチームの「当たり外れ」は非常にある。審査結果がログとして残ってしまうので、厳しいレビューチームに当たってしまうと、その後の審査でもハードルが上がってしまう。ゴネまくっていたら、審査チームからその事情について電話がくる。例えば、サブスクリプション料金プランの移行に関するAppleの仕様があるのだが、本アプリはそれに則らないまま2年ほど運用していた。すると、いきなりそれ則っていない旨を告げられた。この改修には3か月くらいかかった。Apple側の審査する人によって、ムラがある。単純に見落としも多いと思われる。こちらにも落ち度はあるが、審査側も見落とししていたじゃないか、ということだ。AIを導入する動きはみせておらず、人が審査している印象。
- 審査等のブレについて異議申立てをしたいが対等な関係であるとは言い難い。人によって解釈が異なるところが、不満がたまる原因。改善してほしいところである

■Google

- アプリ審査の公平性の問題は起きていない。
- 他社のアプリを自社に移管するプロセスにおいて、他社のアプリと同じアイコンを使用してはだめだとして、移管後のアプリがリジェクトされてしまった。事前に移管元の会社からアイコン利用許諾の書面を得ており、移管に際して事前にアプリストアに書面を出していたのだが、その書面を見てもらえず、リジェクトされてしまった。再度、利用許諾の書面を提出すると解決した。事前の許諾の申請フォームは何だったのかという気持ちはあるが、そういうものだと思って粛々とやっている。事前の申請内容を確認することなく、アイコンが同じであることだけを自動で判定してポリシー違反を指摘しているのではないか、という感覚を持っている。

会合での主な指摘

- 一般に、デジタルプラットフォームは、中小企業等、例えばアプリ開発者に、新たな取引先を開拓し拡大できるというメリットをもたらすものだと、こんな正当性が言われている。他方で、アプリ審査の公平性や透明性に疑問の声が出ている。アプリの申請が不当に却下されてしまうと、開発者はそのアプリについて新たな取引を一切獲得できないということになるので、開発者がデジタルプラットフォームのメリットを一切享受できないということになってしまいかねない。
そこで、審査プロセスの透明性を一層向上していただきたい。また、そのための取組みについて、利用事業者である開発者に対して具体的に御説明いただきたい。[第1回モニタリング会合議事録 P12]
- ガイドライン的なところで独自性がないといったものにリジェクトが多いが、それ以外に、非常にアプリが増えてきているので、同様の機能を持ったアプリがもう提供されているにもかかわらず、自社のアプリがリジェクトされるという相談が結構増えている。
これは審査の統一性に対する疑義ということで不満だと思うが、こういった件に関して、相談窓口でも、基準に照らして、その会社にガイドラインの解釈について説明するようにはしているが、なかなか説明が難しい例が増えてきている。そういった点で、現在公開されている提供条件であるガイドラインとかポリシー以外に、審査の解釈基準があるのではないか。これが恣意的に判断されているのではないかという疑問もあるので、そこら辺のところはより明確にしていただけるといい。[第1回モニタリング会合議事録 P13]

利用事業者向けアンケート調査の結果

- Google に比べ、Apple の方がアプリのアップデートが承認されないケースが多い可能性がある。

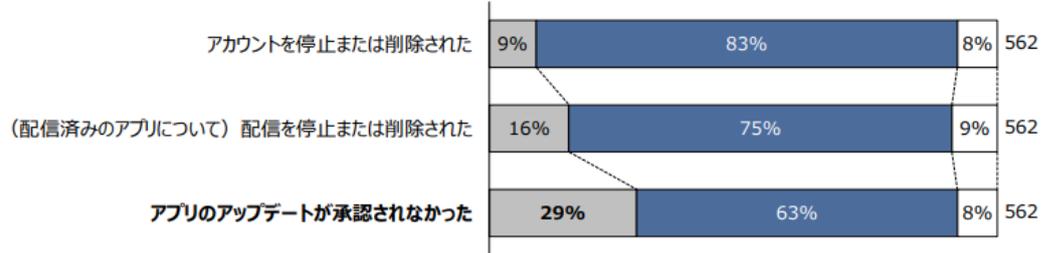
アプリストア利用事業者アンケート

Googleに比べ、Appleの方がアプリのアップデートが承認されないケースが多い可能性がある

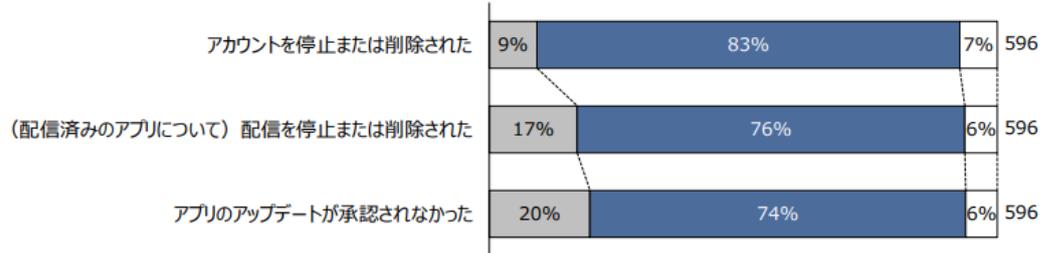
貴社のアプリストアへの配信に関連して、アプリストア運営事業者から、次の措置を受けたことはありますか。

■ 経験したことがある ■ 経験したことはない □ 分からない

Apple
App Store



Google Play
ストア



第1回モニタリング会合【資料1-1】P236

- Appleの方が審査が不満であるという回答が多かった。

アプリストア利用事業者アンケート

Appleの方が審査が不満であるという回答が多かった

その他、アプリ審査に関してアプリストア運営事業者に対する不満や困っていることや、逆に、アプリストア運営事業者による対応で良かったことなどがあればそれぞれ記載ください。

| 良かったこと | 不満や困っていること |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Apple App Store <ul style="list-style-type: none"> • わかりやすいかなと思うし、信頼できる。シンプルスタイル。 • わかりやすい返答だった • セキュリティがしっかり • 事前に報告を受けることができて問題を解決することができた。 ■ Google Playストア <ul style="list-style-type: none"> • 対応がブレていると多少なりとも困惑していたが、最後にはきちんとした説明があった • App Storeよりは緩く作りやすい • 問題無く使えます。 • オープンな感じ • 時間はかかったが誠意ある対応で問題解決に至った • 申請から承認まで割かしスムーズに進行する • 評価を受けることができ、売り上げが増えるきっかけになった • コストパフォーマンスが高いと感じる | <ul style="list-style-type: none"> ■ Apple App Store <ul style="list-style-type: none"> • 審査基準が不透明、曖昧、審査の理由が不明確、要領を得ない、説明がわかりにくい • 審査非承認内容について、他の事業者のアプリでは承認されているケースがある。 • 審査が厳しい • 手続きに時間がかかる • アメリカ時間の対応、そろそろ日本語に対応してほしい • すぐに「アカウントを削除するぞ！」と脅迫してくる。審査内容により担当者のレベル分けがあると思うが、配信中のアプリに機能を追加した際にレベル範囲外の担当者が審査すると該当部分を審査せずに審査をパスしてしまう事がある。更に24時間以内に審査開始という「暗黙のルマ」をクリアする為に平気でインチキ審査を行う。インチキ審査の割合は80%超である。 ■ Google Playストア <ul style="list-style-type: none"> • 審査基準が曖昧 • 審査に時間がかかる場合がある • 情報共有ができていない、風通しが悪い • 機械的に審査を行う為、ポリシー違反等の審査をせずに配信がされる。そして配信してから数日後にポリシー違反判定ボットが動作し、軽微なポリシー違反でも容赦なく「いきなりアプリ削除」をしてくる。更に、新規アプリは1週間程度検索結果に出ない問題もある。 |

第1回モニタリング会合【資料1-1】P237

3-1-2-5. 大臣評価に向けての提案

Googleは、デベロッパープログラムポリシー基準のみに基づいてアプリの審査を行い、全てのアプリで公平性・一貫性のある審査を実施している旨の報告がなされた。

Appleについては、審査結果が担当者によって全く異なるなど、その予見可能性や公平性・公正性について課題を指摘する利用事業者の声がある。もっとも、審査担当者が継続的にトレーニングしていることや、3つの重要な技術的改善など、改善に向けて一定の取組みの報告がなされ、その点は評価すべきと考える。引き続き、さらに一貫性・公平性のある審査がなされるよう、改善を求めるべきと考える。

3-1-3. 返金の取扱い

3-1-3-1. 問題の所在

返金に関する条件の設定や個々の返金に関する判断を、アプリを配信している利用事業者ではなく、特定デジタルプラットフォーム提供者が行う場合がある。²²当該返金の影響を受ける利用事業者にとっては理解できない返金要求や、異議申立てを行うことが容易でない場合もある。

また、特定デジタルプラットフォーム提供者の決済・課金システム上でユーザーの情報や決済情報を登録する仕組みであるために、利用事業者がユーザーの情報や決済情報を把握できず、アプリの解約に伴う返金等の対応に苦慮している利用事業者もいる。

²² 詳細は従前の大臣評価などを参照

さらに、利用事業者にとって、返金について自社で十分に対応できないという事態は、ユーザーからの評価や信頼を損ない、ユーザーが離れることにつながり得るといふ点で不利益となり得る。

一方で、特定デジタルプラットフォーム提供者が間に入ることで、ユーザーが容易に問題を報告し返金を要求することが可能となるなど、アプリや取引プロセスの質の面でのフィードバックを促し、マーケットにおける競争を活性化する効果もあり得る。また、様々な国や地域からなされる返金請求や、問題がない場合にもユーザーによって行われるかもしれない過剰な返金請求など、特定デジタルプラットフォーム提供者が間に入ることで、様々な返金要求に対する利用事業者の対応コストを削減する効果もあり得る。

こうしたことから、バランスの取れた措置や円滑なコミュニケーションが重要となると考えられる。

3-1-3-2. 該当法令及び昨年度の大蔵省評価における指摘事項

法は、特定デジタルプラットフォームに対して利用事業者が提供した商品の返品又は商品等の代金の全部若しくは一部の返金その他の補償を当該利用事業者の負担において行う場合におけるその内容及び条件の開示を義務付けている（法第5条第2項第1号ト、省令第6条第4号）。

また、利用事業者に対する特定デジタルプラットフォームの提供が公正に行われることを確保するために必要な体制及び手続の整備を義務付けており（法第7条第3項第2号、同条第2項、同条第1項）、具体的な措置としては、個々の行為を行うに当たって、一貫性・公平性のある判断がなされる適切な仕組みを構築することと定めている（指針2.1.1②）。さらに、苦情及び紛争の原因となった事象を、重要性と複雑さに応じて適切かつ迅速に処理・解決するための仕組みを構築すること定めている（指針2.2.1②）。

2023年度大蔵省評価では、自らの判断で返金する場合に利用事業者がその返金の妥当性を理解できるよう、利用事業者の求めに応じて、個別の事案における返金要求を認容した理由（例：ユーザーが誤購入を理由に返金要求をした場合に、誤購入であることを認定した理由）を示すことが求められるとし、また、利用事業者がその理由を確認してその返金要求の認容に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を充実させるなどの対応を講じていくことを求めた。

個別には、Appleに対して、返金に関する各種ツール等を提供していることを知らない利用事業者が一定数存在することを踏まえ、当該ツール等を一覧できるような返金処理に関する情報を日本語でまとめたページを作成する、利用事業者に向け返金に関する説明会を行う等、積極的にわかりやすく説明することを求めた。

3-1-3-3. 各特定デジタルプラットフォーム提供者における取組み内容

■Apple

➤ 第一に、(デベロッパではなく) Apple が返金手続を処理することに留意すべきです。Apple は、消費者がアプリまたはアプリ内コンテンツを取得する際に、Apple の名義で消費者と契約します。Apple は、アプリまたはアプリ内コンテンツについて代金を徴収し配信を促進することによって取引を処理します。Apple は支払取引を処理することから、返金手続も処理します。[定期報告書 P10-11]

- 消費者は、受信した電子メールの「問題を報告する」のメニューにアクセスするか、reportaproblem.apple.com のウェブサイトアクセスすることにより、購入に関する問題を Apple に報告し、Apple に返金を要求することができます。ユーザーにとって、デベロッパを個別に特定する必要がなく、一つの窓口で、かつ Apple のような評判の高い企業に対応してもらうことのメリットは非常に大きなものです。Report a Problem は、約束したデジタル商品を

提供しないデベロッパに関してサポートを必要とするユーザーから毎日受け取る何千もの報告に対して Apple が返答することを可能にします。

- デベロッパにとって Apple の返金の決定システムは、デベロッパを保護し、消費者がどのような方法で返金を要求してきても一貫した解決策を提供できるよう設計されています。さらに、Apple は 175 ヶ国で App Store を運営しているため、消費者からの苦情に応じて、それらすべての国のデベロッパに関して返金のサービスを提供することができます。ほとんどのデベロッパは、175 ヶ国でカスタマーサービスを提供し顧客に返金できる、また現地通貨で返金できるインフラを持っていません。これは、Apple がデベロッパに提供している貴重なサービスです。

➤ 第二に、Apple は返金要求に関する最新情報をデベロッパに提供します。App Store は、顧客がアプリ内課金の返金を受け取ると、ほぼリアルタイムでサーバ通知をデベロッパに送信します。デベロッパがゲーム用の宝石やコインなどのコンテンツを複数のプラットフォームにわたり提供し、デベロッパがそのサーバでプレイヤーのアカウントの残高をアップデートする場合、返金の通知の受領が重要となります。デベロッパは、返金の結果デベロッパがとる措置（返金されたコンテンツへのアクセス権の削除など）をアプリ内で顧客に通知することにより、返金の通知に対応することができます。[定期報告書 P11]

➤ 第三に、Apple は、デベロッパに対して、消費者との関係性を管理し、サブスクリプション管理、返金、サービスまたはコンテンツ配信の問題など、そのアプリやサービスに関するシームレスなサポートを提供する方法をより充実させました。これによってすべてのデベロッパが新たな API を利用することが可能となり、デベロッパが消費者にアプローチし、そのビジネスを成長させることをサポートするために、Apple が長年にわたって投資してきた機能が拡大しました。Apple の目標は、デベロッパがアプリやサービスに関する問題について消費者を容易にサポートできるようにすること、そして消費者をサポートする道筋をシンプルにすることです。

さらに、デベロッパは、Request Refund StoreKit API を使用して、消費者が返金を要求できる専用の場所をアプリ内に設けることができます。これには、一貫したインターフェイスと、「問題を報告する」タブを使用して Apple を介して直接返金を要求するときに表示されるのと同じ理由コードが含まれます。

また、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。アプリデベロッパは、消費者が消費型アイテムのアプリ内課金の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、購入した商品が配送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。

最後に、Apple は、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 サーバ 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。[定期報告書 P11]

- 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。
- 返金が発生した場合は、返金の一般的な理由を開示しますが、返金に関する詐欺やその悪用の発生を防止し、お客様のプライバシーを保護するために、特定の詳細を省略しています。規約の記載は具体的、明確かつ分かりやすく開示されており、どのような場合に Apple が税金および調整、ユーザーへの返金、不正行為に対する支払いを留保することがあるかについて説明しています。[定期報告書 P22]
- これまでに指摘しているとおり、返金処理に関する情報は、デベロッパポータルから入手可能です。デベロッパは、消費者の返金手続きをサポートすることを選択できます。返金手続きの方法に関するサポート記事を消費者に示すことにより、デベロッパは消費者の返金手続きのサポートが可能です。さらに、デベロッパは、Request Refund StoreKit API を使用して、アプリ内で返金手続きが可能な Report a Problem へのダイレクトリンクを表示することも可能です。デベロッパは、顧客の返金手続きをサポートするアプリ内の同じ場所で、消費者を満足させるためのアイテムを配付することができます。実際に Apple は、ヒューマン・インターフェース・ガイドライン（「代替となる解決策の提示を検討する。」）において、購入に問題が生じた消費者への最大限のサポートの一環として、デベロッパにこのような対応を検討することを提案しています。例えば、デベロッパは消費者のアカウントに入金することができます。[定期報告書別紙 P21]

払い戻しの表示



日々ユニット数の合計には処理済みの払い戻しが含まれていますが、フィルタを追加することにより、「売上とトレンド」で払い戻しの合計数を確認することができます。

1. App Store Connect ホームページから「売上とトレンド」をクリックします。
2. 右上で日付範囲を選択します。
3. 左上隅の「フィルタの追加」をクリックして、「トランザクションタイプ」を選択します。
4. 「トランザクションタイプ」で、「払い戻し」を選択します。払い戻しは、右側に負の単位値として表示されます。パーセンテージ範囲は、各 App または App 内課金について、前の期間からの払い戻し合計の変化を示します。

- 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。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。[定期報告書別紙 P22]
- 払い戻し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/> [定期報告書別紙 P22]
- 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。[第 9 回モニタリング会合【資料 2】 P15]

- 消費者センター経由での照会に関しましては、機械による判定のみではなくて、相談員の方から御提供いただいた経緯書も踏まえた上で総合的な判断を行った上で返金判断をいたしております。多くの場合、返金の対応を行うということなのですが、残念ながら経緯書で説明されていた購入経緯が我々のシステムが検知している内容と全く異なっているようなケースも多々ございます。
- 他方でそういった詳細な情報提供に関しても難しいところがございます、何分インターネット上でこのような照会を行った結果、返金を得られたというようなノウハウが共有されることによって、返金を受ける権利の濫用が行われるケースもデベロッパをするためには注意深くブロックしていかねばならないという点もございまして、そういったバランスを取りながら、できる限りの情報提供を行いつつ、丁寧な審査を実施しているところでございます。[以上、第9回モニタリング会合議事録 P17-18]
- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P16]
- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P16]
- 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 | https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/get_all_subscription_statuses |
| 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 | https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/look_up_order_id |
| 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 | https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/get_refund_history |

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 |
|-----|----|--|--|
| | | | |

| | | | |
|--------------------------------------|---|-----|---|
| In-App Purchases History API | 自社アプリのアプリ内課金取引の履歴を取得する | 431 | https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/get_transaction_history |
| 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 | 474 | https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/get_all_subscription_statuses |
| 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 | 93 | https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/look_up_order_id |
| 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 | 14 | https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/get_refund_history |
| Consumption API | 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 | https://developer.apple.com/documentation/appstoreserverapi/send_consumption_information |

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。[第9回モニタリング会合【資料2】P16-17]

- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P17]
- 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）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

■Google

- デベロッパーは、Google の決済手続に関連する苦情（支払いの留保、決済サービス又は商品に関する問題等）がある場合、こちらのフォーム（英語版はこちら）および、日本のパートナーシップ担当チームを通じて苦情を申し出ることができます。担当者は、社内の研修及びワークフローガイドラインに従って、苦情を検討します。関連チームが、かかる対応の対象を追跡しており、長期的にそれらを改善するための手続を設けています。
さらに、Google Play では、アプリユーザー向けに専用のサポート窓口を設けております。購入後 48 時間を経過した商品に関する問題や返金に関するお問い合わせにつきましては、デベロッパーに直接ご連絡いただくようご案内しております。ユーザーエクスペリエンスの向上を目的として、Google Play は、デベロッパーによるカスタマーサポートの改善を促進するための新たな取り組みを試験的に導入しております。Google は、日本国外を拠点とするデベロッパーに対応するにはこれが特に重要になると考えています。これらの措置は、日本における消費者保護に関する法令を考慮しながら、既存のデベロッパーポリシーを活用することを目的としています。
最後に、Google によるユーザーへの払い戻しの透明性と公正性を確保できるようにするため、Google Play は、Google Play の払い戻しポリシーや、払い戻しをリクエストし、払い戻しのステータスを確認するのに役立つリンクを含むヘルプセンターの記事を提供しています。また、Google Play は、Play Console ウェブサイト又はアプリを利用してデベロッパーが自身が受けた注文を閲覧し、払い戻しを行い、定期購入キャンセルを管理するのを支援するヘルプセンター記事も提供しています。[定期報告書 P16-17]
- Google は 2023 年 7 月、ユーザーとデベロッパーの間で生じ得る問題の解決を促進するため、日本市場向けに試験的なプログラムを開始しました。これは、ユーザー、Google が提携する決済処理業者、消費者庁及び国民生活センターからのフィードバックなど、Google が注目した幾つかの重要な要因に基づいています。Google Play におけるユーザーサポートの継続的な強化は、円滑な問題解決を実現するために不可欠です。これにより、デベロッパーの利益を守りつつ、Google のプラットフォームにおけるユーザーの信頼と安全を守ることができます。まず、Google は原則として、購入後 48 時間以上が経過している場合は、ユーザーは製品に関連する問題や返金要求について、デベロッパーに直接連絡することを推奨しています。これは、製品及び返金ポリシーがデベロッパーごとに異なる場合があり、Google はデベロッパーの決定を尊重しているためです。また、Google は、ユーザーからの苦情に実効的に対応するために必要な情報を収集するためのツールをデベロッパーに提供しています。しかし、デベロッパーと消費者の間でコミュニケーションの断絶が続いているケースへの対応として、Google は、デベロッパーがカスタマーサポートを求める問い合わせに直接対応するよう促す形で介入する取り組みを試験的に行っています。この試験的なプログラムは、日本独自の文化や市場環境を考慮して、日本向けに特別に設計されたものです。[定期報告書 P22]
- Google Play を通じて払い戻しを要求する際、ユーザーは、以下の 6 つの選択肢から要求の理由を選択します：(1) 誤って購入した、(2) 購入した商品が不要になった、(3) 友だちや家族がユーザーに無断で購入を行った、(4) 購入又は課金に覚えがない、(5) 購入したが受領していない、又は (6) 購入したものに欠陥がある、若しくは宣伝されたとおりに動作しない。また、ユーザーは、テキストボックスにさらに詳しい情報を入力することもできます。

デベロッパーは、ユーザーが払い戻しを要求する理由として選択可能な6つの選択肢を確認することができます。但し、ユーザーとデベロッパー双方の利益のバランスを考慮し、Googleは、個々のユーザーからの払い戻しの要求に関する情報は共有していません。これは、ユーザーがこの情報についての共有を想定していない可能性があるためです。

代わりに、Googleは、デベロッパーがアプリの販売による払い戻しのステータスに関する情報を可能な限り簡単に追跡することができるようにしています。デベロッパーは、この情報を、Google Play Consoleを通じて入手することができます。

払い戻しの対象の注文のステータスには、以下が含まれます。

- 請求可能：注文の処理中の場合。
- キャンセル済み：注文の処理中にユーザーによって、又は支払いに関して問題が発生したため、支払いがキャンセルされた場合。
- 請求済み：支払いが正常に請求された場合。
- 一部払い戻し済み：支払いの一部払い戻しが行われた場合。
- お支払いの不承認：ユーザーの支払い方法が不承認となった場合。
- 払い戻し済み：支払いの全額払い戻しが行われた場合。

Googleを通じて要求された払い戻しについては、グローバルサポートスタッフ（日本語を話すスタッフを含みます。）が24時間365日体制でデベロッパー及びユーザーをサポートしています。[第4回モニタリング会合【資料2】P21]

- Google Playの払い戻しに関するポリシーは、ユーザーとデベロッパーの双方において確認することができるように公開されています。デベロッパーは、全てのデベロッパーがGoogle Playでアプリを配布する前に同意する必要があるデベロッパー販売／配布契約の第3.8項に基づき、GoogleがGoogleの払い戻しに関するポリシーに従ってユーザーへの払い戻しを行うことを承認しています。Googleの払い戻しに関するポリシーに基づき、ユーザーは、購入後48時間以内であればGoogle Playを通じて払い戻しを要求することができます。デベロッパーは、要求が最初の48時間以内に行われた場合、Googleによる返金処理に異議を申し立てることはできません。48時間経過後については、Googleは、デベロッパーに連絡して払い戻しを求めるようユーザーに推奨しており、デベロッパーは、払い戻しに関する独自のポリシー及び法的要件を定めています。

ユーザーがデベロッパーに直接連絡して払い戻しを求める場合について、デベロッパーは、払い戻しの条件を含め、払い戻しに関する独自のポリシーを設定することができます。Googleは、ユーザーがアプリのデベロッパーの連絡先を確認するためのヘルプページを提供しています。

Googleの払い戻しに関するポリシーは、デベロッパーとユーザーの利益のバランスを取るために慎重に検討されています。これは、ユーザーに対しては、Google Playで購入したアプリやコンテンツについて公正な払い戻しを受けられるようにすることを意味し、デベロッパーに対しては、不正な取引や悪意のあるユーザーからの払い戻しの要求（ユーザーが注文のキャンセル後も商品を使用し続けようとする場合等）による損失からデベロッパーを保護することを意味します。[第4回モニタリング会合【資料2】P21]

- 払い戻しを要求する手続きは、ユーザーがGoogle Playの課金システムを利用して購入したか、デベロッパーが提供する代替課金システムを利用して購入したかによって異なります。

Google Playの課金システムを利用するユーザーには、払い戻しを求めるためのさまざまな選択肢があります。これらの選択肢については、Google Playのヘルプページにおいてユーザー向けに分かりやすく説明しています。

ユーザーは、アプリの購入又はアプリ内課金を行ってから 48 時間以内であれば、Google Play を通じて払い戻しを求めることができます。したがって、ユーザーが Google Play の課金システムを利用し、購入から 48 時間以内に払い戻しの要求を行った場合における返金処理のフローについては、Google アプリユーザーとサードパーティアプリユーザーの間に違いはありません。

48 時間経過後については、Google はデベロッパーに連絡して払い戻しを求めるようユーザーに推奨していますが、状況により Google 経由での払い戻しが可能な場合（不正購入等）もあります。デベロッパーは、払い戻しに関する独自のポリシー及び法的要件を定めています。

代替課金システムを利用したユーザーは、デベロッパーに直接連絡して払い戻しを求める必要があります。関連する払い戻しは、全てデベロッパーの払い戻しに関するポリシー及び代替課金システムの取り決めに従うものとしています。

透明化法の範囲を考慮すると、自社アプリと他社アプリそれぞれにおける払い戻しの要求に対する返金の実施割合、及び要求から返金に至るまでの時間は、提示するのに多大な負担を伴い、また、通常の業務過程では記録されていないため、それらを提示することは妥当ではないと考えます。[第 4 回モニタリング会合【資料 2】P22-23]

- Google Play の課金システムを利用した購入の場合、デベロッパーは、Google Play のデベロッパー API 又は Google Play Console のウェブサイト若しくはアプリを通じて払い戻しを行うことができます。

デベロッパーは、Google Play Console 経由でユーザーへの払い戻しを行う場合、以下のとおり案内されます。

- Play Console のウェブサイト又はアプリを開く。
- 左側のメニューから注文管理を選択します。
- （ユーザーのオーダー ID 又はメールアドレスで検索することにより）デベロッパーによる払い戻しの対象となるユーザーの注文を選択します。
- 注文の払い戻しを選択し、払い戻しの適切な割合と金額を入力します。

Google Play Console を通じた払い戻しはポリシーに基づいて処理されます。適応された処理についてデベロッパーが質問がある場合は、Google の公開ヘルプページでサポート対応の問い合わせについての明確な案内を提供しています。

別の方法として、Google Play の API を利用して払い戻しを行いたいデベロッパー向けに、デベロッパーが適用すべきコーディング、パス及びクエリパラメータに関する情報を公開しています。

代替課金システムを利用した購入の場合、ユーザーは、デベロッパーに直接連絡して払い戻しを求める必要があります。関連する払い戻しは、全てデベロッパーの払い戻しに関するポリシー及び代替課金システムの取り決めに従うものとしています。[第 4 回モニタリング会合【資料 2】P23-24]

- 48 時間が経過した後に Google が返金を認める場合もあります。例えば、以下のような場合です。まず、ユーザーが身に覚えのない Google Play での購入をカードやその他の支払方法で見つけた場合、ユーザーは取引から 120 日以内に不正請求を報告することができます。

次に、ユーザーが映画、書籍、その他の厳選されたコンテンツを購入した場合、払い戻しの窓口はコンテンツの種類、生じている問題または購入状況によって異なります。製品の種類によって適用される払い戻しポリシーは、[Google Play ヘルプ](#)に記載されています。例えば、ユーザーが電子書籍を購入し、それが動作しない場合、ユーザーは購入から 65 日以内であればいつでも返金を要求することができます。[第 4 回モニタリング会合【資料 2】P24]

- デベロッパーは、Google Play [デベロッパー販売／配布契約](#)の第 3.8 条に基づき、Google Play の払い戻しポリシーに従ってユーザーに返金を行う権限を Google と合意しています。

Google Play の課金システムを通じて購入がなされた場合、ユーザーはいつでも Google Play およびデベロッパーに対して返金を要求することができますが、取引発生 48 時間経過後は、Google Play ヘルプに概説されている限定的な状況及び上記 16.2 項に記載されている場合を除き、Google はユーザーがデベロッパーに直接連絡することを推奨しています。ユーザーが Google Play に返金を要求した場合、Google は Google Play の払い戻しポリシーに従って返金要求を判断し、返金を承認するかどうかを決定します。Google が返金を承認した場合は、その決定が優先されます。また、Google が返金を拒否した場合でも、ユーザーはデベロッパーに直接返金を要求することができます。ユーザーは、Google Play に返金を要求することなく、いつでもデベロッパーに直接返金を要求することができます。ユーザーからデベロッパーに直接送られた返金要求は、全てデベロッパーの払い戻しポリシーに基づいて処理されます。デベロッパーが返金を承認した場合、その決定が優先されます。売買当事者の癒着などの詐欺や不正行為がなされている等の限られたケースを除き Google Play がデベロッパーに代わってユーザーのために返金処理を行います。

- 別の課金システムで購入された場合、ユーザーはデベロッパーに直接連絡を行い、返金の要求をする必要があります。デベロッパーに直接連絡された返金要求は、完全にデベロッパーの払い戻しポリシーに基づいて処理されるのであり、デベロッパーのみが返金を承認するかどうかの決定権を持ちます。[第 4 回モニタリング会合【資料 2】P24-25]

3-1-3-4. 利用事業者の状況等

利用事業者の声[第 1 回モニタリング会合【資料 1-1】P213]

■Apple

- 返金通知を受け取れるようになり、Apple 側で返金したオーダーが把握できるようになった。
- 障害が発生したタイミングで、エラーが起こり、重複課金が発生した。Apple 側はユーザーに対してそれについて返金できないという回答だったので、こちらで返金対応をやらざるを得なかった。それを Apple 側で対応してもらえると助かる²³。口座番号などの個人情報が分からないので、プラットフォーム側でやってほしい。クレジットキャンセルしてほしい。ユーザーによって返金される、されないが出てしまい、それが弊社へのクレームにつながり、困ったことがあった。弊社はユーザーの口座番号などを知らないで、本人確認を含め、Apple がやってくれるとありがたい。
- こちらに直接キャンセルしたいという連絡が入ることもある。アプリストア側でキャンセル可能な時間を超えた場合、どこにキャンセル要請したらいいかわからず最初にこちらに連絡を取ってくることもある。公式のサイトをユーザーに提示してそれでほとんど解決しているが、解決しない場合、現金でユーザーに振り込んだことがある。ただ最近はそうした問題は起こっていないので、アプリストア側のキャンセルの仕組みが柔軟になっているのかもしれない。
- アプリ内課金の返金に関して、ユーザーに Apple に問い合わせてもらうことになってしまうことは良くないと思っている。ハードルが高くなってしまふ。レシートメールが来るタイミングが遅いため、身に覚えのないコインを買ったといった問い合わせに繋がってしまう（設定画面の購入履歴を見れば

²³ こういった声について、Apple から次の説明があった：「App 内課金においては、Apple が決済を担い、デベロッパは、Apple からの購入の通知に基づき、取引情報を検証した上で、ユーザーに購入アイテムの引渡しを行う。上記利用事業者の声におけるケースは、デベロッパ側で購入アイテムの引渡しシステムに何らかの障害が発生したケースである可能性がある。上記ケースにおける障害の具体的な内容は不明なもの、App Store における決済は正常に完了していると考えられる。なお、該当する Refund に関する API 群を実装していれば、デベロッパは、ユーザーから返金請求を受けた場合に、アイテムの利用実績とともに refund に関する提言を Apple に対して行うことも可能であり、この点については、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も説明されている。」

わかるのだが、分かりにくいところにある)。ユーザーが混乱するのだと思う。この点は改善して欲しい。

- API を利用して、返金通知を受け取れるようになり、Apple 側で返金したオーダーが把握できるようになった。ただ、ユーザーが利用済みのコイン（当社では、コインを利用してコンテンツを購入）に対しても、Apple 側で利用状況の調査をせずに無条件で²⁴返金をしていたので、当社側で利用コインに対するコンテンツ使用料の支払だけが発生しているケースが発生していることが判明した（月数十万円程度の損失）。そもそも問い合わせ先含め分かっていないので、返金理由について問い合わせたことはない。

■Google

- 担当者から Voided Purchases API など個別に教えてもらったことがある。不正返金を防ぐ API だと思う。知らなかったなので、知っていたら利用していた。
- 我々とデータ連携して対応しているので、返金にかかわる問題は起きないと伺っている。
- ユーザーがシステム上でキャンセルできるため、一定数の不正利用があると思っている。現状ではこれには対処していないが、金額が大きくなっていくと問題になるだろう。これについて Google が何か対処しているのかが気になるところである。

会合での主な指摘

■Apple

- 質問状回答 7-1-1 について、消費者支援センターを通じてエスカレーションされてきた未成年者によるキャンセル請求等についても、機械学習モデルによって判断が行われているのか。それとも別のプロセスで処理されているのか。[第9回モニタリング会合議事録 P17]

利用事業者向けアンケート調査の結果

- 昨年度経済産業省が実施したアプリデベロッパー向けのアンケート調査においては、App Store において返金の申し込みを受けた際にリアルタイムで通知を受け取ることができる各種 API を提供していることを知っているか、また、知っている場合に利用しているかとの問いに対して、6～8割前後が知っていると回答したものの、そのうち当該 API の利用経験がある事業者は2割前後であった。

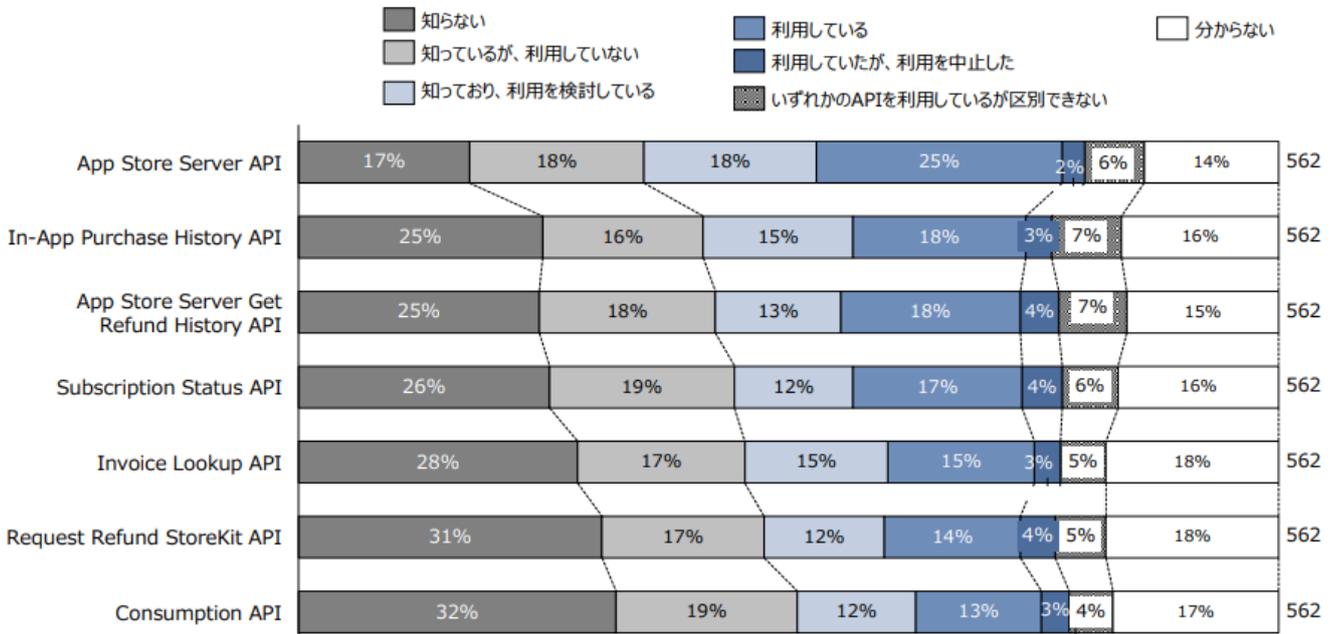
²⁴ こういった声について、Apple から次の説明があった：「ゲームの内データは、サービスの提供者であるデベロッパーに固有のデータであるため、Apple はゲーム内のデータを把握することができない。この点について、デベロッパーが該当する Refund に関する API 群を実装していれば、デベロッパーは、ユーザーから返金請求を受けた場合に、デベロッパーから当ユーザーへの購入アイテムの引渡しの有無やアイテムの利用実績とともに、Refund 可否に関する提言を Apple に対して行うことが可能となる。また、返金を受ける権利を濫用しているユーザーがいる場合、デベロッパーは、それらのユーザーを特定し、サービス提供者として適切な措置を講じる（例えば、デベロッパーが管理するゲーム内のアカウントを停止したり、返金対象となったアイテムの消去を行うこと）ことも可能である。この点については、2024年6月に日本のデベロッパー向けに開催された最近のセミナーでも説明されている。」

2 (4) 返金の取扱い

アプリストア利用事業者アンケート

App Storeの返金に関する各種APIの認知度は6~8割前後であったが、ほとんどのAPIの利用経験がある事業者は2割前後にとどまる

Apple App Storeでは、返金の申し込みを受けた際にリアルタイムで通知を受け取ることができる各種APIを提供しています。次のAPIを知っていますか。また、知っている場合、貴社で利用していますか



214

第1回モニタリング会合【資料1-1】P214

3-1-3-5. 大臣評価に向けての提案

Apple・Google 共に、利用事業者からは、「ユーザーが利用済みのコイン（当社では、コインを利用してコンテンツを購入）に対しても、Apple 側で利用状況の調査をせずに無条件で返金をしていたので、当社側で利用コインに対するコンテンツ使用料の支払だけが発生しているケースが発生していることが判明した（月数十万円程度の損失）。そもそも問い合わせ先含め分かっていないので、返金理由について問い合わせたことはない。」「ユーザーがシステム上でキャンセルできるため、一定数の不正利用があると思っている。現状ではこれには対処していないが、金額が大きくなっていくと問題になるだろう。」という声が昨年に引き続き寄せられていることから、**自らの判断で返金する場合に利用事業者がその返金の妥当性を理解できるよう、利用事業者の求めに応じて、個別の事案における返金要求を認容した理由（例：ユーザーが誤購入を理由に返金要求をした場合に、誤購入であることを認定した理由）を示すことを求めるべきと考える。また、Apple については、利用事業者が Consumption API を使用して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した場合は、不正な返金でないか十分な調査等を行うことを求めるべきと考える。**

個別には、Apple については、昨年度実施したアプリデベロッパー向けアンケート調査においても、App Store の返金に関する各種 API の認知度は 6~8 割前後、各種 API の利用経験がある事業者が 2 割前後にとどまっていたことからすれば、ユーザーからの返金リクエストを受け付ける期間を原則として 90 日（日本においては原則 60 日）と比較的長期に設定しているという事情を踏まえ、**返金に関する各種ツール等を一覧できるように返金処理に関する情報を日本語でまとめたページを作成すること、引き続き、利用事業者に向け返金に関する説明会を行う等、積極的にわかりやすく説明・周知することを求めるべきと考える。**また、昨年

度利用事業者から寄せられた「プロバイダが返金したい案件があっても返金を直接的に実行するツールが提供されていないため、プロバイダ側での処理効率やデータ管理上の不都合が発生している」との声については、利用事業者が主体的に Apple の課金システムを利用して返金する機能を提供する等の改善がなされるか、注視すべきと考える。また、「プロバイダがサブスクリプションの解除を要請する機能が提供されていないため、ユーザーからの問い合わせに十分に対応することができない」との声については、サブスクリプションの状態を確認できるツールが Apple から提供されているものの、大幅な改善が見られていない。このため、新たなシステムの提供等によりこれらの不都合の改善がなされるか、引き続き注視すべきと考える。

3-1-4. 不正行為の取締り

3-1-4-1. 問題の所在

アプリストア上では、あるアプリの広告を入稿する際に、既存のアプリ名や利用事業者名を検索キーワードとすることを認めているとの利用事業者の声がある。

その場合、ユーザーが既存のアプリ名や利用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れるなど、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り得るおそれがある。

3-1-4-2. 該当法令及び昨年度の大蔵省評価における指摘事項

法は、特定デジタルプラットフォームについての利用事業者からの苦情の処理及び特定デジタルプラットフォーム提供者と利用事業者との間の紛争の解決のために必要な体制及び手続の整備を講じることを義務付けており（法第7条第3項第3号、同条第2項、同条第1項）、具体的な措置としては、苦情及び紛争の原因となった事象を、重要性和複雑さに応じて、適切かつ迅速に処理・解決するための仕組みを構築すること、並びに苦情及び紛争を端緒として、苦情及び紛争に関する情報を有効に利用して特定デジタルプラットフォームの提供に関する運営を改善することと定めている（指針2.2.1）。²⁵

3-1-4-3. 各指定事業者における取組み内容

■Apple

➤ 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

²⁵デジタル広告における 2023 年度大臣評価（P72-73）では、検索連動型広告を提供する特定デジタルプラットフォーム提供者には、利用事業者の声などを踏まえ、他社の商標をキーワードとする入札を巡る苦情内容の分析を行った上で、まずは、広告主にこうした入札を回避させるよう周知・啓発を行うことなどが求められた。

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 参照 (<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は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、そのような措置を取ることがほのめかすこともしていません。[第9回モニタリング会合【資料2】P18-20]

■Google

- アプリ広告は、広告購入者が選択したキーワードによってトリガーされません。ただし、除外ターゲティングにキーワードを使用することは許可しています。これは、特定のキーワードと一緒に広告が表示されないようにすることを意味します。

この機能はブランド保護およびユーザーに最も関連性の高い広告を見ってもらうために実装されていて、除外ターゲティングに使用できるキーワードの数に制限はありません。架空の例として、Netflixは「Hulu」、「Disney+」や「Amazon Prime Video」を除外ターゲティングキーワードとして使用することができます。注目すべき点は、広告購入者は通常、広告のために数百の除外ターゲティングキーワードを選択するという点です。

これにより、ユーザーにとって最も関連性が高く、役に立つ結果を表示させることによってユーザーに恩恵を提供していて、このシステムが、ユーザーへの適切な情報提供を妨げたり、検索結果に対する不信感を生じさせたりする等の懸念はないと考えます。[第4回モニタリング会合【資料2】P27]²⁶

3-1-4-4. 利用事業者の状況等

利用事業者の声[第1回モニタリング会合【資料1-1】P219]

■Apple

- Apple Search Ads の Advance において、自社が商標登録済みの名称に対して、他社がキーワードを指定して広告出稿することができ、Apple が利益を上げる仕組みになっている。

会合での主な指摘

- アプリストアの表示のところで、自分の商標を持っている製品について、ほかの会社が検索広告を購入することによって、ほかの会社のアプリが上に出てくるということについて、日本では、比較広告の禁止というような、米国にはない日本独自の価値観や経済環境を反映したルールがある。なので、日本独自の比較広告の禁止というものがある中で、そのような他社の商標を使った宣伝営業活動ができるということが、日本の価値観や社会環境になじまないのではないかとということ踏まえて、このような入札行動ができることをどう考えるか。[第1回モニタリング会合議事録P10]

消費者向けアンケート調査の結果

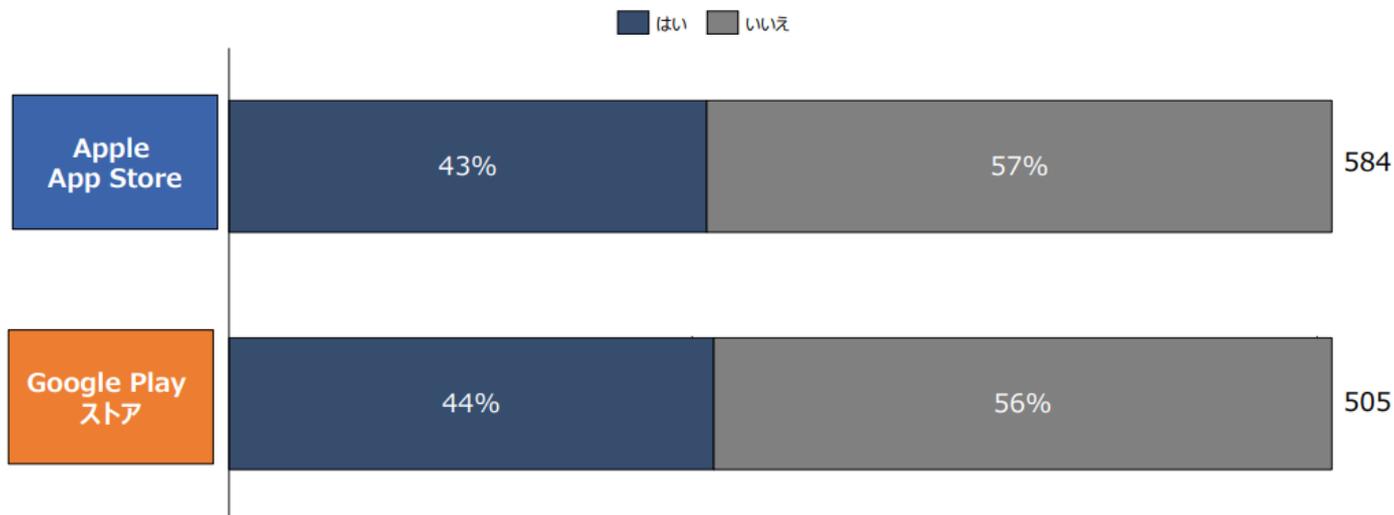
- 4割以上の消費者が検索ワードに一致しないアプリが目立つ形で表示された経験がある。

²⁶ 当該会合の後、Google から説明を修正する旨の申出があったため、当該資料2の記載と一部異なった記載となっている。

消費者アンケート

4割以上の消費者が検索ワードに一致しないアプリが目立つ形で表示された経験がある

アプリストアでのキーワード検索についてお聞きます。アプリ名でキーワード検索したときに、検索ワードに一致するアプリよりも他のアプリが目立つ形で表示されたことがありますか。



228

第1回モニタリング会合【資料1-1】P228

3-1-4-5. 大臣評価に向けての提案

Appleからは、明確に「Ad」（日本語では「広告」）マークを付し、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、はっきりと区別する取組みや、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利用事業者の情報が明確に表示する取組みなど、ユーザーに混乱が生じることを防ぐ取組みが報告された。

Googleからは、そもそもアプリストア内広告においては、広告購入者が選択したキーワードによってトリガーされないという報告された。さらに、ブランド保護及びユーザーに最も関連性の高い広告を見せようという目的で、除外ターゲティングキーワードの利用によって、競合アプリ名や無関係の分野の似ているアプリ名などの特定のキーワードでの検索結果と一緒に広告が表示されないようにすることができる取組みが報告された。

Apple、Google共に、ユーザーへの適切な検索結果が提供されないことは、ユーザーの誤認が生じるだけでなく、利用事業者が自社のアプリで広告キーワードを独占的に利用することができず、検索結果への不信感などにつながりうるため、利用事業者及びユーザーからの評価も含め、今後の動向を注視すべきと考える。

3-2. 自社優遇等に係る不透明性・取引環境への影響に関する懸念への対応について

3-2-1. 問題の所在

デジタルプラットフォーム提供者自ら又はその関連会社がプラットフォーム上で商品等を提供する場合

がある。その場合に、自ら又はその関連会社と利用事業者の間において、プラットフォームを利用する手数料や表示の方法、プラットフォーム上で取得した他事業者の商品又は役務に関するデータの利用等を不公正に取り扱うなどにより、競合する利用事業者とユーザーの間の取引を不当に妨害するおそれがある。

提供条件の開示の目的は、利用事業者の取引に関する予見可能性を向上させるとともに、ユーザーのデジタルプラットフォームに対する合理的・自主的な利用又は選択の促進を通じて特定デジタルプラットフォーム提供者の提供条件等に関する自主的な改善を促し、もって利用事業者の利益の保護を図ることにある。このため、プラットフォーム提供事業者が提供する商品又は役務と比べて、利用事業者が提供する商品又は役務は、プラットフォーム上の取引条件において差をもって取り扱われるのか否か、また、プラットフォーム上において公正に取り扱われることはどのように担保されているか、などに関する情報について開示される必要がある。

3-2-2. 該当法令及び昨年度の大臣評価における指摘事項

法は、特定デジタルプラットフォームに対して自己又は自己の関連会社と異なる取扱いを行う場合は、その内容及び理由の開示を義務付けている（法第5条第2項第1号ト、省令第6条第2・3号）。また、法は、特定デジタルプラットフォーム提供者に利用事業者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために必要な措置を講じることを義務付けている（法第7条第1項）。当該措置の適切かつ有効な実施に資するよう、経済産業大臣の指針が定められており（法第7条第2項）、特定デジタルプラットフォーム提供者は、当該指針の「基本的な考え方」に示された望ましい取組みの方向性を実現するために講じた具体的な措置を定期報告書において説明することが求められている（法第9条第1項第4号）。当該指針における具体的措置としては、特定デジタルプラットフォーム提供者が利用事業者に対して提供条件の変更等の行為を行う前に、適切に評価を行い、当該評価を踏まえて（当該行為を行う場合でも）利用事業者の利益に配慮した適切な対応を行うことや、特定デジタルプラットフォームの公正性の自主的な向上につながる適切な仕組みを構築することを求めている（告示2.1.1）。

2023年度大臣評価では、自社及び関係会社の優遇に対する懸念に応える情報開示、自社優遇措置の管理体制の整備（例：データ利用も含めた社内ルールの整備、関係部署のルール遵守状況を監視する仕組み）を進め、これらの取組内容を客観的に検証できる形で説明していく（例：外部機関による監査や独立した部署による内部監査を実施し、その結果を開示する）ことを求めた。

3-2-3. 各特定デジタルプラットフォーム提供者における取組み内容

■Apple

- すべてのデベロッパは、該当する規約に基づき平等に扱われ、Apple は、Apple のアプリを第三者であるデベロッパのアプリよりも有利な条件で扱うことはありません。別紙2および3に「Apple が開発したライセンスアプリケーションの販売について、Apple は手数料を受け取る権利を有しません。」と規定されている通り、明白な理由に基づき、Apple は Apple の開発チームによるアプリの販売について、手数料を得ていません。[定期報告書 P10]
- ご共有いただいた論文²⁷につきましては、私は、これまでに耳にしたことがなく、内容を把握しておりません。この論文は、2022年に執筆され、それよりも数年前のデータに基づいているように思われますので、この論文の内容の正確性について、私から、いまこの場で何か意見を申し上げることはできません。長年にわたって Apple は、そのようなことは行なっておりませんが、自社優遇について

²⁷ https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4259639

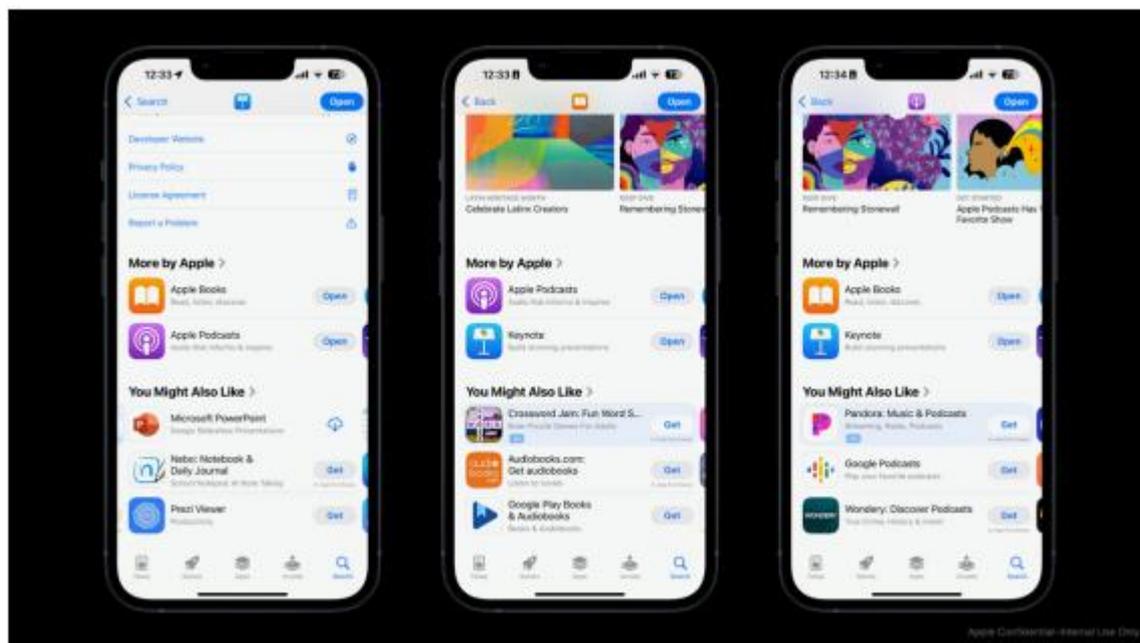
(憶測に基づく) 非難を受けています。Apple は、こうしたご質問に対して、Apple にとって、App Store で自社優遇を行うことが意味のないことであるとご説明してきました。Apple のビジネスモデルは、Apple ではなく、デベロッパの App Store での成功によって成り立っています。自社優遇には経済的合理性がないだけでなく、事実、Apple のアプリは、App Store にあるアプリ全体に対して極めて少数にすぎません。最後に、Apple は、最も検索に合致するアプリとして正しいアプリを表示できるように、検索とエンゲージメントのツールを常に改善しています。検索は、App Store でアプリを見つけるための主要な手段であり、これらのツールがデベロッパのアプリのプロモーションのために機能していることは、回答したとおりです。[第9回モニタリング会合議事録 P8]

- Apple は、自社アプリを優遇するように、App Store を運営することはないからです。App Store のデータ（ユーザーエンゲージメント、財務業績および課金データを含みます。）が、アプリ開発に関する意思決定や検索の順位に影響を与えるために Apple の他のサービスと共有されることはありません。Apple のデータ分析チームは、App Store のデータへのアクセスを一元的に管理しており、必要とされる事前の承認なくデータが広まることを防ぐプロセスを確立しています。データへのアクセスを希望する場合は、Apple における役割（製品またはサービスラインを含む。）およびデータリクエストの理由を明らかにしなければなりません。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ます。分析チームは、データアクセスの承認が確実に適切になされるように、すべての有効な承認を定期的に監査しています。たとえば、Apple は、ISO におけるデータセキュリティ基準に従っており、Apple の担当者は、ISO 基準へのコンプライアンスを確保するためのプロセスを検討し、確立しています。Apple 内で監査にあたるチームは、Apple のサービス事業とは独立しており、Apple のスタッフが行った内部審査によれば、App Store のデータが不適切に使用された形跡はありません。したがって、外部機関による監査や独立した専門部署による内部監査がなくとも、上記の措置は、自社優遇を防ぐ措置として十分なものであると考えます。[定期報告書別紙 P17-19]
- Apple は、App Store 上の他のモバイルアプリと比較して、自社アプリを有利に取り扱うことはありません。App Store の精神は、デベロッパに公正で信頼できる体験を提供することです。Apple 自身のアプリは、App Review のプロセスと App Store での表示に関して、サードパーティのアプリと同じように扱われます。Apple のアプリは、App Review ガイドラインを遵守しなければならず、有利な扱いを受けることは一切ありません。[定期報告書別紙 P18]
- Apple が上記のポリシー²⁸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。[第9回モニタリング会合【資料2】P10]
- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P10]
- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P10]
- 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

²⁸ 「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。」[定期報告書別紙 P18]

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。[第9回モニタリング会合【資料2】P10]

- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P10]
- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P11]
- Appleが自社アプリを有利に取り扱っておらず、むしろApp Store上のすべてのアプリを平等に取り扱っていることは、以下の画像に表れています。サードパーティのアプリは、Appleが開発した様々なアプリの製品ページで、「その他のおすすめ」機能を通じて宣伝されています。以下の画像は、Keynote、Apple Books および Apple Podcasts の各製品検索結果における「その他のおすすめ」が、Apple以外のアプリを表示していることを示しています。これらのおすすめされているサードパーティ製アプリは、純粋にユーザーの購入履歴と選好に基づいて順位付けされており、アプリの選択に際してのユーザーの意思決定プロセスにおける公平性を促進するために表示されています。



Appleのアプリの製品ページで、サードパーティのアプリがおすすめされています。

事実として、Appleが自社アプリを提供しているすべてのカテゴリにおいて、何十ものアプリが消費者に対して提供されています。そのほとんどすべてのケースで、Appleの自社アプリは、当該カテゴリで一番人気のあるアプリではありません。このことは、自社優遇の懸念が根拠のないものであることを示唆しています。[定期報告書別紙 P18-19]

- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P18]

| 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% |

■Google

- Google Play でのアプリの表示方法について自社優遇を行いません。これについては、[ヘルプページ](#)で説明されており、同ページにおいては、すべてのアプリ（Google のアプリを含みます。）が「同じ原則に則って Google Play で宣伝される」ことを確認しています。[第4回モニタリング会合【資料1】P15]

- Google は、サードパーティーのアプリデベロッパーやそのアプリを使用するユーザーから収集したデータを、これらのデベロッパーと不当に競争するために使用していません。限られた状況の下で、より広範なエコシステムの利益となるように（例えば、不正防止及び悪用防止措置に資すること）、Google Play のプラットフォームを改善する目的で、サードパーティーのデータが Google の他の部門と共有されることはあります。

Google の方針は明確であり、実質的に上記を保証します。例えば、全てのデベロッパーが Google Play でアプリを配信する前に同意するデベロッパー販売／配布契約は、Google が Google Play 及びデバイスから一定の使用に関する統計（製品、Google Play 及びデバイスがどのように使用されているかに関する情報を含みますが、これに限られません。）を収集できることを規定しています。Google Play がサードパーティーのアプリデベロッパーやこれらのデベロッパーのアプリを使用するユーザーから収集したデータの共有は、Google Play プラットフォームを利用する全てのデベロッパーにとっての公平な競争の場となるよう促進するための管理と手続の下で行われます。

ユーザーやデベロッパーに質の高いプラットフォームを提供するために、Google は Google Play の改善に向けて継続的に投資やイノベーションを行う必要があります。これらの取り組みの一環として、Google Play はより広範なエコシステムの利益のために Google Play プラットフォームを改善する目的で、通常集約データを使用してサービスを提供します。これには、Google、Google のユーザー、又は公衆に損害を与えるおそれのある詐欺、悪用、セキュリティリスク、技術上の問題の検出、防止及び対応が含まれます。[第4回モニタリング会合【資料2】P13]

- Google Play のポリシーでは、公開されていない、特定可能なデベロッパーデータを Google 製のファーストパーティーアプリデベロッパーと共有して、同デベロッパーらに不当な利益をもたらした

り、Google Play エコシステム（例えば、不正防止機能の開発）の利益になる目的以外で利用することを禁じています。さまざまなポリシーの例については、[データへのアクセスと機能とサービスの提供状況](#)に関する Google Play と Android のポリシー、[Google プライバシーポリシー](#)、及び [Google Play デベロッパー販売／配布契約](#)をご参照ください。

Google はデータ共有に関するポリシーが確実に遵守されるように、承認システムを維持しています。情報管理の具体的なメカニズムには、Google 内のチーム間での異なる報告ラインや、特定のデータの共有に関する制限が含まれます。Google 内の事業／組織に関する具体的な詳細は機密事項となっています。

Google はこれらのポリシーが適切性を維持し、効果的に実施されることを確保するために、定期的な内部レビューを実施しています。Google は有効性の改善のために、必要に応じてこれらのポリシーを更新することも行っています。

日本においては、Google は、Google Play について、透明化法に基づき、貴省に対して年次報告書を提出しています。同報告書には、上記メカニズムが公開されている場所についての詳細とともに、特に Google によるデータ利用に関する透明性を向上させるための取組みなどが記載されています。

[第4回モニタリング会合【資料2】P13-14]

- Google は、アプリ審査プロセスにおいて、いかなる差別的取扱いも行っておりません。ファーストパーティーアプリは、Google Play 上のサードパーティーアプリと同じアプリ審査プロセスを経ます。Google は、そのポリシーに定められた基準に照らしてのみアプリを審査しており、[デベロッパープログラムポリシー](#)で定める同一の客観的かつ明確な基準を全てのアプリに平等に適用しています。

[第4回モニタリング会合【資料2】P14]

- 違反行為に係る措置については、Google Play 上の全てのアプリは、[デベロッパープログラムポリシー](#)に基づいて審査されます。審査担当者が適切に訓練を積むことを確保し、適切な品質保証プロトコルを実装することで、違反行為に係る措置の実施における一貫性と公平性の促進を目指しています。アプリがポリシーに違反していることを発見した場合には、Google は Play Console で説明されているように、段階的に強化される[違反行為に係る措置の適用プロセス](#)に従って適切な措置を講じます。

[第4回モニタリング会合【資料2】P14-15]

- Google は Google Play における表示順位に関して自社優遇を行っておらず、全てのアプリ（サードパーティー製や Google のアプリを含む）は同じ方針に従って Google Play でプロモーションされます。これについては「[機能とサービスの提供状況](#)」と「[アプリの検出とランキング](#)」のヘルプページで説明されています。これには以下が含まれます。

- ユーザーとの関連性：ユーザーにとって最も関連性の高いアプリは、ユーザーが閲覧している場所や検索で使用しているクエリによって異なります。
- アプリのエクスペリエンスの品質：一般に、技術的なパフォーマンスが高く、ユーザーエクスペリエンスに優れたアプリは、品質の低いアプリよりも優先されます。
- エディターによる評価：Google Play は、厳選されたおすすを提供することで、ユーザーが注目のコンテンツや面白いコンテンツを見つけられるようにしています。
- 広告：デベロッパーは、他の Google サービスと同様に Google Play にも広告を掲載できます。これらの広告は、明示されたセクションに、他のコンテンツと一緒に表示されます。
- ユーザーエクスペリエンス：Google Play は、ユーザーが利用可能な幅広いアプリを快適に探索できるよう取り組んでいます。

これらの主要な事項は、ユーザーが Google Play のどこを見ているか、使用しているデバイス及び個人の好みに基づいて異なる重み付けがされます。

アプリランキングは、Google の自社アプリを優先するために手動で調整されることはありません。むしろ、ランキングのプロセスは高度なアルゴリズムによって自動化されており、恣意的なランキング決定のために操作することはできません。

Google は、ランキングに関するポリシーを含む Google Play の全ての観点において、消費者利益やその他の考慮事項に配慮しながら、デベロッパー及びアプリを平等に扱うよう努めています。[第4回モニタリング会合【資料2】P15]

➤ Google Play は、自社優遇を行っておらず、デベロッパーを公平かつ公正に扱うよう努めており、全てのアプリ（サードパーティー製アプリ及び自社アプリを含みます。）は同じ原則に従って Google Play ストアで販売されます。

Google Play 上でのユーザーエクスペリエンスの向上のため、Google はユーザーに対して、アプリについてのパーソナライズされたおおすすめ表示を行うことがあります。Google Play Console のウェブサイト上の「アプリの検出とランキング」ページで開示されている主要な事項は、おおすすめの生成にも関連します。

おおすすめに関して、同ページでは（とりわけ）以下のように説明しています。

- 「おおすすめ (For You)」クラスタにアプリのおおすすめを生成するために、収集した情報（ユーザーが以前にインストールしたアプリなど）が使用される場合があります。
- 手動のシグナルとアルゴリズム方式の両方を用いることで、ユーザーにおおすすめされるアプリが質の高いものになるようにしています。
- Google [プライバシーポリシー](#)では、Google がどのようにサービスをパーソナライズしているかについてや、ユーザーによるプライバシー管理について詳しい情報を提供しています。

Google Play の最初のページに表示されるおおすすめアプリの大部分（約 90%）は、自動化されたプロセスによってユーザーに提案されます。おおすすめアプリは、Google の自社アプリを優遇するために手動で調整されることはありません。[第4回モニタリング会合【資料2】P15-16]

➤ Google Play でのユーザーエクスペリエンスを向上させるため、Google は、ユーザーにパーソナライズされた推奨アプリを表示する場合があります。[アプリの検出とランキング](#)のページで概説されているとおり（また、上記の質問 10(i)(d) に対する回答で説明されているとおり）、おおすすめは以下の影響を受ける可能性があります。

- 収集した情報（ユーザーが以前インストールしたアプリ等）は、「おおすすめ」クラスタにアプリのおおすすめを生成するために使用される場合があります。
- 手動シグナルとアルゴリズム手法の両方を使用することで、ユーザーにおおすすめするアプリが質の高いものになるようにしています。
- Google がどのようにサービスをカスタマイズしているか、及びユーザーによるプライバシー管理について詳しくは、[Google プライバシー ポリシー](#)に記載されています。

また、Google Play は、ユーザーのインストール済みアプリに関する情報を使用して、推奨アプリが既にインストールされていないことを確認します。

Google Play の初期ページで推奨されるアプリのほとんど（約 90%）は、Google Play が開示している要因を採用した自動プロセスによってユーザーに提案されます。全てのアプリは、同じ原則に従って Google Play ストアでプロモーションされます

残りの 10 パーセントの「おおすすめ」アプリは、Google チームの意見を受けてから選ばれます。これらのアプリは通常、パートナーシップチームによって推薦され、コンテンツレビューチームによってレビューされ、マーチャンダイジングチームによって評価されます。このプロセスを通じて、アプリの品質、関連性及びパフォーマンスが考慮されます。[第4回モニタリング会合【資料2】P26-27]

- デベロッパーと不公正に競争するための目的でサードパーティーのデベロッパー、あるいはユーザーからの情報を使うことはありません。ただ、質問でもおっしゃってくださったように限定的な状況において、サードパーティーデベロッパーの情報がエコシステム全体の利益にかなうために Google Play のプラットフォーム内で共有される事例はございます。これは詐欺防止、詐欺予防策を支援するためというのがその一例です。Google のポリシーは明確であり、それを確保するものであります。例えば、デベロッパーが配信前に合意をするものとなっているデベロッパー・ディストリビューション・アグリーメント、配信合意書、契約書においては、その集合体として、アグリゲートとして使うことを認めるという形の内容になっています。これらの統計として使われる情報は Google Play のプロダクトやサービスの改善、またユーザーやデベロッパーの経験の改善に使われます。これらのサードパーティー・アプリ・デベロッパー、あるいはそのアプリのユーザー、こういったところで収集されたデータは、Google Play を使う全当事者との平等な競争環境を担保する形で使われています。[第4回モニタリング会合議事録 P7]
- Google は、事業を展開する市場の関連法の遵守に努めています。欧州のデジタル市場法（DMA）への対応のため、Google は、透明性と有意義な製品変更を以てコンプライアンスに取り組んでいます。当社が欧州でこうした変更を行ったのは、DMA とその特定の規則を遵守するためであり、当該変更がユーザーやエコシステムにとって望ましいと考えるからではありません。それどころか、当社は、新しい規則の多くは、欧州の消費者、革新性及びダイナミズムを犠牲にする難しいトレードオフを伴うと考えています。当社の目標は常に、便利で革新的かつ安全な製品を構築することでした。しかし、DMA の特定の規則により、この目標を達成する当社の能力が損なわれることとなったため、欧州経済領域（EEA）でのみこれらの変更を展開しました。[第4回モニタリング会合議事録 P16]

3-2-4. 利用事業者の状況等

会合での主な指摘

■Apple

- 質問状回答 5-1-1-4. について、これまでポリシーに違反して責任を問われた事例はあるのか。[第9回モニタリング会合議事録 P7]
- 第4回モニタリング会合【資料1】P16「ストアのデータの利用は、App Store の目的に限定されま

す」という部分についての根拠の1つとして、データへのアクセスについて定期的に監査しているとの説明がなされているが、この監査について実施頻度や実施者、確認しているポイントなど具体的な取組内容を教えていただきたい。自己優遇していたという欧州産業組織学会でヤングエコノミストアワードを取った論文 (https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4259639) によれば、2020年までは第三者が分析すると自己優遇していたと見える検索結果だったとあるが、それが現在変わっているとすれば、どこをどう変えたのか、どうい

うプロセスを経て変えたのかことを説明いただきたい。[第9回モニタリング会合議事録 P8]
- 第4回モニタリング会合【資料1】P16「App Store のデータの利用は App Store の目的に限定されま

す」という部分について、サードパーティーのデータは広告のためにも使っていないのか。[第9回モニタリング会合議事録 P13]

■Google

- 質問状回答 9. i.、9. ii.について、ここではサードパーティーの開発者データの共有について、「詐欺、悪用、セキュリティリスク、技術上の問題の検出、防止及び対応」など「エコシステムの利益となる」場合には、例外的にデータが共有されることがあると書かれているが、このエコシステムの利益というものは、ここで挙げられた詐欺、悪用等に限られるものなのか。エコシステムの利益の内容とは何か。[第4回モニタリング会合議事録 P7]
- 欧州のデジタル市場法第5条第2項(a) (b)に対応するため、Googleが欧州において変更した運用があるのか。仮になんらかの対応をしているなら、日本でも同様の対応変更を行う予定があるか。²⁹
[第9回モニタリング会合議事録 P13-15]

利用事業者向けアンケート調査の結果

- 昨年度経済産業省が実施したアプリ開発者向けのアンケート調査においては、アプリ開発者とアプリストア運営事業者および関係会社との間で不公平な取扱いを受けていると感じたことがある事業者において、どのような不公平な取扱いを感じたかとの問いに対して、App Store、Google Play ストア共に、約6割が検索結果の表示順位について、約4割が検索結果以外の商品の表示方法・位置などについて不公平を感じたと回答した。

²⁹ 該当箇所：

Article 5 (Obligations for gatekeepers)

2. The gatekeeper shall not do any of the following:

(a) process, for the purpose of providing online advertising services, personal data of end users using services of third parties that make use of core platform services of the gatekeeper;

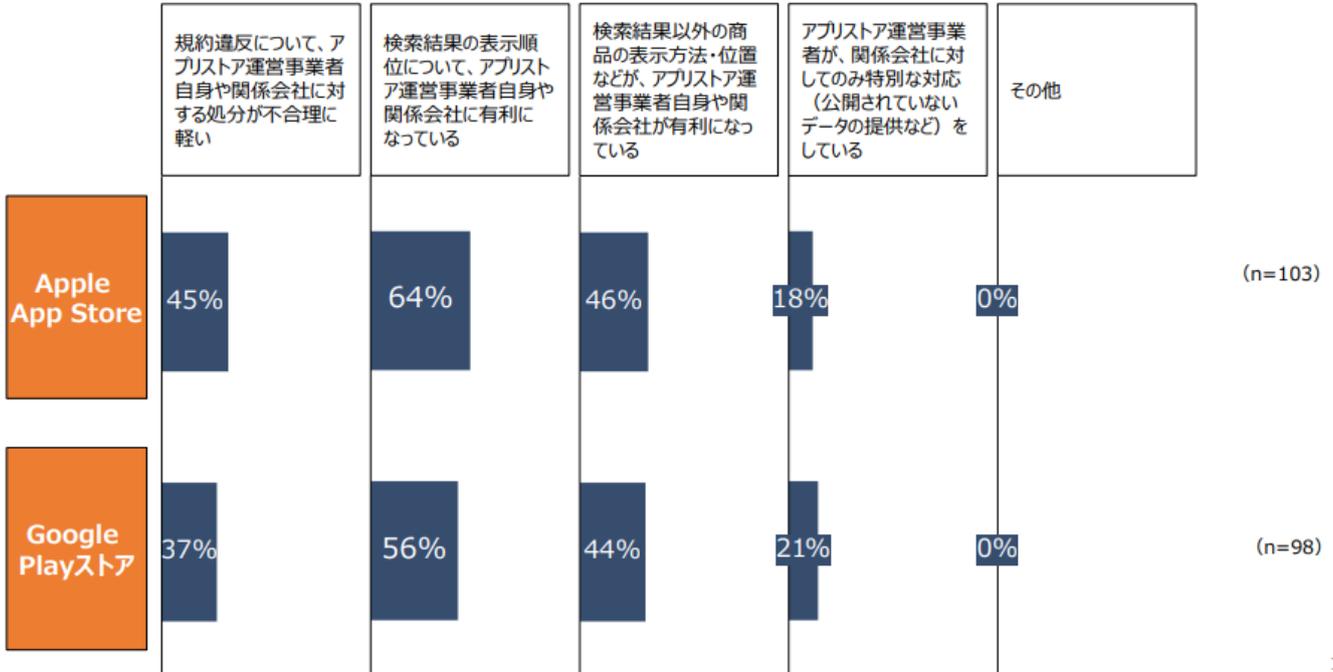
(b) combine personal data from the relevant core platform service with personal data from any further core platform services or from any other services provided by the gatekeeper or with personal data from third-party services;

2 (2) 自社及び関係会社の優遇

アプリストア利用事業者アンケート

両アプリストアとも、約6割が検索結果の表示順位について、
4割前後が規約違反への処分や表示方法について不公平を感じたと回答

(貴社と【アプリストア運営事業者および関係会社】との間で不公平な取扱いを受けていると感じたことがある方にお伺いします。) どのような不公平な取扱いを感じましたか。(それぞれいくつでも)



199

第1回モニタリング会合【資料1-1】P199

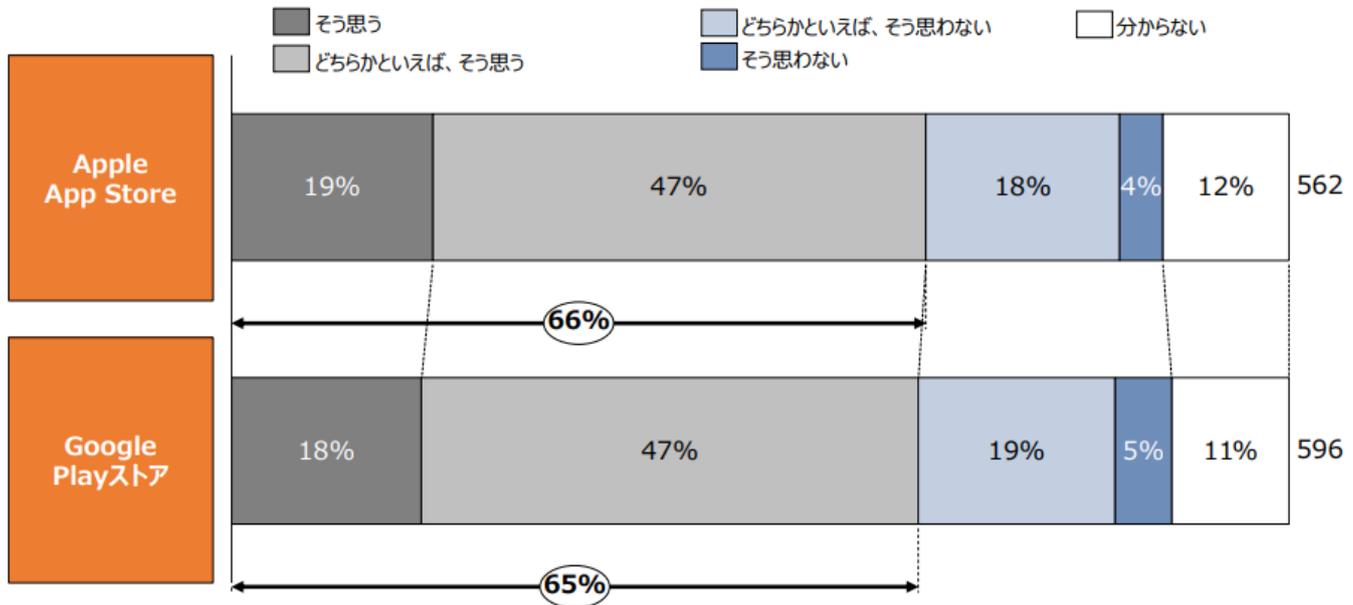
- また、アプリストア運営事業者や関連事業者がアプリ開発者の取引データを利用して取引を行っていると思うかとの問いに対して、約6割が「そう思う」と回答した。

2 (2) 自社及び関係会社の優遇

アプリストア利用事業者アンケート

約6割の事業者が、アプリストア運営事業者が利用事業者の取引データを利用して取引を行っているかについて、「そう思う」と回答

特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律（以下、「透明化法」といいます）は、アプリストア運営事業者が、個々のデベロッパーから、デベロッパーが提供するアプリの売上額の推移などのデータを取得または使用する場合に、その内容及び取得又は使用の条件を開示を義務づけています。アプリストア運営事業者や関連事業者が貴社の取引データを利用して取引を行っていると思いますか。それぞれについてお答えください。例）貴社の人気アプリを模倣したアプリを販売するようになったなど



200

第1回モニタリング会合【資料1-1】P200³⁰

3-2-5. 大臣評価に向けての提案

Appleについては、内部ポリシーを策定し、データへのアクセス権限が限られている等社内管理体制の整備がなされていること、サービス事業とは独立したApple内で監査にあたるチームが内部監査を実施していると説明したことは、一定程度評価すべきと考える。

しかしながら、利用事業者は「アプリストア運営事業者や関連事業者がアプリデベロッパーの取引データを利用して取引を行っている」という懸念を持っているため、当該データの管理に関する方針を開示することを求めるべきと考える。

さらに、例えば、内部監査結果の概要の開示やデータアクセスが拒否又は許容されたケース例、データアクセスを拒否した内部からの申し出の件数など、客観的な検証が可能となる情報を開示することで、より一層の利用者への説明をすると共に、外部機関による監査や独立した専門部署による内部監査がなくとも、自社優遇を防ぐ措置として十分なものであると考える理由を説明することを期待すべきと考える。

Googleについては、他部門とのデータ共有禁止の内部ポリシーを策定しているものの、Apple同様、当該データの管理に関する方針を開示することを求めるべきと考える。また、同ポリシーでは例外的に「Google Playのプラットフォームを改善する目的」でGoogleの他の部門とデータ共有されることがあると説明されているところ、例外的にデータが共有される場合について明らかでない。昨年度のアプリデベロッパー向け

³⁰ 上図のアンケート結果は、「アプリストア運営事業者や関連事業者が貴社の取引データを利用して取引を行っていると思いますか。」という質問に対する回答結果を示すものである。なお、利用事業者の取引経験やその際の理解に基づくものであり、その性格上、特定デジタルプラットフォーム提供者としての状況認識や規約等の理解とは齟齬があり得る。また、各利用事業者がその判断で経済産業省に対して任意に情報提供をしているため、個別具体的な状況の詳細について経済産業省に情報が提供されていないケースも含まれていることに留意する必要がある。

のアンケート調査においても、「アプリストア運営事業者や関連事業者がアプリ開発者の取引データを利用して取引を行っている」との回答が見受けられたところ、例えば、他の Google 以外の事業者との競争のためにデータが使われることがあるのか、など、例外的にデータが共有される場合について説明することを求めるべきと考える。

また、Google 内の事業／組織に関する具体的な詳細は機密事項であると説明しているが、組織構成の具体的な詳細に触れない範囲で、例えば、外部機関による監査や独立した専門部署による内部監査が実施しているか、これらの取組みを実施していないとしたら実施をせずとも十分であるとする理由の説明をすることや、監査結果の概要等実際に行われている取組み内容やその実効性が分かる情報についての可能な範囲での開示を求めるべきと考える。

3-3. 苦情対応の改善

3-3-1. 問題の所在

例えば、特定デジタルプラットフォーム上で提供していた商品等を削除された利用事業者が、そこで開示された当該削除の理由が不合理と感じた場合に、問い合わせを行う窓口が示されていない場合は、苦情の申出又は協議の申入れを行うことができず、これにより、特定デジタルプラットフォームにより開示された提供条件又はその提供に関する運営の改善を図る機会が与えられないおそれがある。

苦情の処理や紛争の解決のために必要な体制や手続が整備されないと、利用事業者と特定デジタルプラットフォーム提供者がコミュニケーションをとることが難しくなり、取引の当事者間の相互理解が図られない懸念がある。

特に、アプリストア分野においては、担当者の有無によって、利用事業者が特定デジタルプラットフォーム提供者との間で、苦情の申出、協議その他コミュニケーションをとることが難しいとの声が上がっている。

3-3-2. 該当法令及び昨年度の大蔵省評価における指摘事項

法は、特定デジタルプラットフォームについての利用事業者からの苦情の処理及び特定デジタルプラットフォーム提供者と利用事業者との間の紛争の解決のために必要な体制及び手続の整備を講じることを義務付けており（法第7条第3項第3号、同条第2項、同条第1項）、具体的な措置としては、苦情及び紛争の原因となった事象を、重要性と複雑さに応じて、適切かつ迅速に処理・解決するための仕組みを構築すること、並びに苦情及び紛争を端緒として、苦情及び紛争に関する情報を有効に利用して特定デジタルプラットフォームの提供に関する運営を改善することと定めている（指針2.2.1）。

2023年度大蔵省評価では、利用事業者の苦情を分析し、結果を踏まえて継続的に運営改善を図っていくことを求めた。具体的には、特定デジタルプラットフォーム提供者が設置した苦情相談窓口の周知や利便性の向上に努めること、並びにデジタルプラットフォーム取引相談窓口や社外のステークホルダーと意見交換し、その声を積極的に取り入れることは、有効な取組みの1つとなることを示した。

3-3-3. 各指定事業者における取組み内容

■Apple

- Appleの担当者は、業界団体や、経済産業省が委託しているアプリストア利用事業者向けデジタルプラットフォーム取引相談窓口（以下「DPCD」といいます。）などの相談窓口から提出された要望および問い合わせを精査します。報告期間中に提出された問い合わせは、経済産業省のサポートのも

と、規約に関する質問やアプリ特有の問題など、幅広いトピックにおよびました。これまでに、DPCDからの少なくとも27件の問い合わせに対応しました。[定期報告書別紙 P13]

- 本報告期間中に、Appleは、「Appleのエキスパートに相談」を開始しました。「Appleのエキスパートに相談」は、Appleのデベロッパのコミュニティにとって、セッション、ワークショップ、ラボ、1対1のコンサルテーションなどを見つけやすく、また、参加しやすくするためのグローバルでの新しいリソースです。これらのプログラムは、デベロッパがAppleの最新のツールとリソースを学習してアプリをレベルアップさせるお手伝いをします。「Appleのエキスパートに相談」は、Appleが昨年の報告書において取り上げた一連の情報提供の場である「Ask Apple」および「Tech Talks」での成功をもとに構築されています。「Ask Apple」および「Tech Talks」のプログラムで提供されるトピックは、「Appleのエキスパートに相談」でも提供されています。「Appleのエキスパートに相談」は日本語で利用可能となっており、デベロッパが母国語で学習することができます。さらにインパクトがあるのは、デベロッパがApp Review担当者と直接やり取りできるようになったことでしょう。本年、デベロッパはApp Reviewに直接フィードバックを求めることができるようになり、日本のデベロッパは日本語での返答を求めることもできるようになりました。この新しく直接的なコミュニケーション機能は、日本のデベロッパに最高のサービスを提供し、力を与えようとするAppleのコミットメントの証拠であるといえます。「Appleのエキスパートに相談」は[リンク](#)から簡単にアクセスすることができます。[定期報告書別紙 P5]

- 「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。

1 on 1 App Review コンサルテーションのリクエスト

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

🗨️ 30分 オンラインのコンサルテーション 📍 Cupertino 🗣️ 英語

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することができます。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。

[リクエスト](#)

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。

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 >](#)

「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。[第9回モニタリング会合【資料2】P5-6]

| ダイジェスト | 国 | 日付 | セッション | 登録者数 |
|---------------------------------------|----|----------|--|------|
| 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 |
|---|----|----------|---|-----|

➤ 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。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ることはありません。代わりに、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 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。

➤ 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。

➤ 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。[以上、第 9 回モニタリング会合【資料 2】P8]

| |
|--|
| <p>■Google</p> <p>➤ Google Play では、チームの運営を改善し、デベロッパーにより良いエクスペリエンスを提供するために、苦情や紛争から得られる情報を継続的に検証しています。</p> <p>例えば、異議申立 CSAT（顧客満足度）アンケート調査は、審査、エンフォースメント及び異議申立の全体的なエクスペリエンスに関するデベロッパーの感情及びフィードバックを把握するため、異議申立に関するやりとりの後に Google Play のデベロッパーに送信されるフォームです。CSAT アンケート調査は、アプリの停止、否認及び削除のエンフォースメントについて異議を申し立てたデベロッパに対して送信されます。CSAT アンケート調査のフィードバック結果を受けて、2023 年には、デベロッパーとのコミュニケーションをより明確にし、ポリシーサポートチームとのより良い対話を促進するため、10 件の定型文回答が改良されました。これらの定型文回答は、ユーザー作成コンテンツ、ユーザーデータ、対象範囲別ストレージ及び定期購入に関するポリシーに関連するものでした。[定期報告書 P18]</p> <p>➤ ユーザーからの苦情に実効的に対応するために必要な情報を収集するためのツールをデベロッパーに提供しています。しかし、デベロッパーと消費者の間でコミュニケーションの断絶が続いているケースへの対応として、デベロッパーがカスタマーサポートを求める問い合わせに直接対応するよう促す形で介入する取組みを試験的に行っています。この試験的なプログラムは、日本独自の文化や市場環境を考慮して、日本向けに特別に設計されました。[定期報告書 P22]</p> <p>➤ Play Console において、Play でのアプリやゲームの公開におけるデベロッパーの意識とエクスペリエンスを把握するため、5 つのアンケートを 2022 年第 3 四半期に開始した。Google Play Console にこれらのアンケート調査が追加されたことで、一元化された手法で Google Play におけるアプリの</p> |
|--|

公開（及びアップデート）に関するデベロッパーの満足度をより詳細かつ継続的に測定することができるようになりました。この調査により、デベロッパーは全体的な満足度について Google にフィードバックを提供する機会を与えられ、自身の満足度レベルに影響を与えた問題の性質についてより良く理解することができるようになります。[定期報告書 P23]

- DPCD からアプリデベロッパーへ問い合わせを受けており、事案への回答や関係者からの情報収集について、DPCD と連携して対応しました。また、2024 年 3 月に DPCD から要請があったことを受けて、FAQ セクション（日本に特化）の地方自治体のアカウント認証プロセスに関する説明を更新しました。[第 4 回モニタリング会合【資料 2】P7-8]

3-3-4. 利用事業者の状況等

利用事業者の声（第 1 回モニタリング会合【資料 1-1】P176-177）

■Apple

- （Apple 側の担当の）人と会う機会が少なく、（対応の改善について）アピールすることもない。暖簾に腕押しになってしまっても、話ができなくてはアクションのしようもない。
- 比較的日本の担当者と会う機会がないが、メールでのやりとりで埒が明かなくなった際に、電話で話す機会が稀にある。
- 担当がおらず、窓口を探さなくてはならないので分かりづらい。
- リジェクトされた場合に申し立てる仕組み・窓口が無いわけではないが、ガイドラインの解釈についてグレーな部分についてはブレがあり、Apple 側からそう言われたら仕方ないと思うしかない。厳密なリジェクトなのか、そうではないのかといった相談ができるところがあるとよい。しかし聞くとやぶへびになるかもしれない、聞きづらいということもある。「〇日以内に対応してください」というリジェクトが来た場合、そのニュアンスをもう少しはっきりと明らかにしてほしい（開発側は開発を進めてしまうので）。ファーストコンタクトでのコミュニケーションの改善が必要であると思う。2 週間以内に作らないと問題が起こるようなこともあるかもしれない（例えば不快なコンテンツを SNS 上にまき散らしてしまうようなことを避けるための違反ユーザーのレポート機能など）が、2 週間以内に対応しなくてはならないものなのかどうかは微妙なところであり、もう少し柔軟に対応してくれるとありがたい。審査のための説明が難しいものがある。「お知らせ」の内容が不適切という理由で落とされたことがあるが、「お知らせ」は都度変わるものであり、先方の審査した人は何か誤解したのだと思われるが、それについて事情を詳細に説明するのはほぼ無理である。そういう場合、相談するところがあると良い。

■Google

- 担当がいるため比較的まだマシではあるが、一般の問い合わせフォーム（メールサポート）から行くとなると、やはり難しく、分かりづらい。
- サポート窓口が用意されているが、完全に形骸化している。こちらの異議申し立てが承認されることは一切ない。それ以前に、どのような質問に対しても（文脈にあってなくても）定型文で返信されるので、コミュニケーションが成立しない。
- 担当がついて以降、説明が受けられるようになり、不透明な部分がだいぶ改善された。事例としては、アダルト色のあるマンガを出す時、日本と海外の感覚が違うため、指摘を受けていたところだっ

たが、いきなりリジェクトということではなく、担当者から事前に指摘が来るようになり、指摘内容についても確認ができるようになった。その際、担当者が審査担当者に確認しているため、より詳細な回答が得られるようになった。担当が付いたのは、当社の売上げレベルもあるが、Googleとしてマンガアプリに力を入れていることもあると思われる。Google主催のマンガアプリのセミナーも行われ、本社の人も来て名刺交換もできる。

- ポリシー違反について、メールで連絡する際に、Google Playの担当者名が記されるようになり、きちんと人が対応してくれることが分かり、かつ、機械的・テンプレート的ではなく、人間味のある・応答がかみ合うコミュニケーションができるようになった。以前は話がかみ合わないこともあったが、最近は少し改善したという感覚である。「担当者に権限がないので、答えられない」という感じになり、暖簾に腕押しだったが、そういうことは以前よりは少なくなった。

会合での主な指摘

- 苦情、紛争や苦情処理について、かなり手こずられているということが感じた。レベル的に大手、GAF A やそういうプラットフォームなのに、随分問題があるのではないかと危機に感じている。(第1回モニタリング会合議事録 P16)

3-3-5. 大臣評価に向けての提案

Apple は、利用事業者からの問い合わせ実績について開示したことについて評価すべきと考える。しかしながら、取引上重要な項目に関するアプリ事業者からの問い合わせ及び連絡を含む、苦情についてその件数を把握し、積極的に分析するような取組みまでは見られなかった。まずは、**利用事業者の苦情を分析することを求めるべきと考える。そのうえで、分析結果を踏まえて継続的に運営改善を図っていくことを求めるべきと考える。**

Google は、アプリの公開におけるアプリ事業者の意識とエクスペリエンスを把握するため積極的にアンケート調査を行うなど、潜在的な利用事業者の苦情を分析しており、評価すべきと考える。しかしながら、その結果を踏まえた具体的な運営改善までは見られなかった。今後は、**苦情分析の結果を踏まえた具体的な運営改善を行うことを求めるべきと考える。**

また、**Apple 及び Google 共に、**担当者の有無によって、利用事業者と特定デジタルプラットフォーム提供者との間で、苦情の申出、協議その他コミュニケーションをとることが難しいとの声が上がっている。**担当者のいない利用事業者との間でも適切なコミュニケーションをとることができる仕組みを構築することを期待すべきと考える。**

3-4. プラットフォーム利用の対価（手数料等）に関する懸念への対応について

3-4-1. 問題の所在

デジタルプラットフォーム間の競争が激しい市場環境においては、デジタルプラットフォームを通じた取引から収益を得ている利用事業者や、当該取引を通じて商品等を購入しているユーザーから、デジタルプラットフォーム提供事業者が一定の手数料を徴収し、それを原資として、サービス改善のための継続的な投資や、質の高いサービスの提供を通じた差別化を行うことなどが考えられる。

一方で、デジタルプラットフォーム提供者が利用事業者に対して優位な立場を持つ場合には、利用事業者

へ高い手数料を設定することで、当該デジタルプラットフォームのサービスに見合わない手数料を徴収することとなる懸念や、利用事業者の収益を大きく圧迫するといった懸念がある。

また、デジタルプラットフォーム提供者がその優位な立場を利用して利用事業者に対して正当な理由なく関連会社が提供する課金システムの利用を要請し、実質的に他の課金システムの利用が認められない場合、利用事業者にとっては、正規の利用料に加えて当該課金システムの利用に伴う高額な手数料が合理性なく徴収されることとなり、利用事業者の利益を阻害しかねない。

このため、透明化法において、特定デジタルプラットフォームの提供に併せ、自己の指定する商品・権利の購入又は有償の役務の提供を受けることを要請する場合に、その内容及び理由の開示を求めている³¹。

3-4-2. 該当法令及び昨年度の大蔵省評価における指摘事項

法は、特定デジタルプラットフォームの提供に併せ、自己の指定する商品・権利の購入又は有償の役務の提供を受けることを要請する場合に、当該特定デジタルプラットフォームの利用者に対して提供条件として、その内容及び理由の開示を義務付けている（法第5条第2項第1号口）。

また、法は、特定デジタルプラットフォーム提供者に利用事業者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために必要な措置を講じることを義務付けている（法第7条第1項）。当該措置の適切かつ有効な実施に資するよう、経済産業大臣の指針が定められており（法第7条第2項）、特定デジタルプラットフォーム提供者は、当該指針の「基本的な考え方」に示された望ましい取組みの方向性を実現するために講じた具体的な措置を定期報告書において説明することが求められている（法第9条第1項第4号）。当該指針における具体的措置としては、①利用事業者の意見その他の事情を理解するための仕組みを構築すること、②利用事業者の意見その他の事情を踏まえて利用事業者に対して適切な対応を行うとともに、当該事情を特定デジタルプラットフォームの提供に関する運営改善の端緒として有効に利用する適切な仕組みを構築することを定めている（指針2.4.1）。さらに、①、②の取組みを実施するにあたっては、グローバルな自社ルールを一律に適用することも考えられる。他方で、当該自社ルールを形式的に一律に適用するのではなく、国内の法令、制度、自主的な規律及び商慣習により当該自社ルールの趣旨・目的が実現されているかを十分に勘案しつつ、利用事業者の利益保護の観点から、必要に応じて適切な対応を行うことが定められている（指針3.4.1②）。

2023年度大臣評価では、手数料に関するデベロッパの理解を促進する措置として、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が求められる、と指摘した。また、課金方法に関するデベロッパの理解を促進する措置として、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が求められる、と指摘した。

3-4-3. 各特定デジタルプラットフォーム提供者における取組み内容

■Apple

手数料に関する利用事業者の理解を促進する措置について

- App Store が作られた当時、Apple は、サードパーティのデベロッパが消費者とつながるための良質なデジタルマーケットプレイスを提供し続けられるように、レベニューシェアポリシーを導入しま

³¹ なお、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第8条第2号においても、他社の課金システムを利用しないことを条件とするなど、他社の課金システムを利用することを妨げてはならない旨が規律されている。

した。App Storeにおける基本的な取り決めはシンプルです。App Storeで購入されたデジタル製品やサービスに対してデベロッパが代金を請求する場合、デベロッパはAppleに対し手数料を支払います。Appleの手数料は、デベロッパのアプリが配信されるためのテクノロジープラットフォームおよびチャネルとしてのApp Storeの価値を反映しています。この手数料は、App Storeを顧客にとって安全で信頼できるマーケットプレイスとし、そしてデベロッパにとって大きなビジネスチャンスを生み出している様々なサービス – その中には、アプリ開発ツール、App Review、マーケティングサービスが含まれます – のコストをカバーしています。

Appleは、DPLA署名後も、Apple Developer Programに参加し、App Storeでアプリを配信することに対して、すべてのデベロッパに、メンバーシップ期間中年99米ドルを請求します。このわずかな料金（2008年以来変更されていません）は、デベロッパがAppleの開発ツールを利用できるようにすると同時に、不正行為の抑止にも役立ちます。

デベロッパは、App Storeを通じた以下のデジタル商品やデジタルサービスの購入に対して、Appleに30%の手数料を支払います。

- 有料アプリの購入
- デジタルコンテンツのアプリ内課金
- アプリで使用するために購入されたデジタルサブスクリプション（デジタルサブスクリプションの2年目以降は、Appleが受け取る手数料はわずか15%です。）

Appleはデベロッパが以下のいずれかの行為を行う場合、デベロッパから手数料を受け取りません。

- アプリの無料提供
- アプリ内広告のみで収益を得るアプリの提供
- アプリ内での物理的な商品やサービスのみの販売
- ユーザーがアプリ外でのみ購入またはサブスクリプションしたコンテンツ（ミュージック、本、動画など）をデバイス上のアプリでアクセス可能とするリーダーアプリの提供

App Storeの手数料は、Apple独自のツール、テクノロジー、サービスの価値、およびデベロッパをユーザーにつなぐApp Storeの価値を含むエコシステムへの投資に対して適正なリターンをAppleに提供するものです。Appleの手数料は、AppleのApp Store開始時の業界における標準的なレベニューシェア（50%から70%）を著しく下回ります。

Appleの手数料は、App Store開始以降増加していません。2年目以降のサブスクリプションや、スタートアップのアプリデベロッパが恩恵を受けることが多いSmall Business Program対象のデベロッパにおいては、むしろ30%から15%に減額しています。Appleの手数料率は相当であり、多くの場合、デジタルコンテンツを販売する他のアプリストアおよびプラットフォームの手数料を下回っています。Appleは、より多くのデベロッパがAppleに支払う手数料を減額したり無料としたりすることのできる「リーダー」や「マルチプラットフォームサービス」といった新しいルールも導入しました。

Appleのデジタルコンテンツ購入のためのアプリ内課金（以下「IAP」といいます。）のメカニズムは、iOSエコシステムの利便性と安全性を維持する2つの中核的機能を果たします。第一に、消費者が単一の安全な支払いメカニズムを介してApp Store上で購入することができる安全で便利なメカニズムを提供します。さらにAppleは、取引に関連したあらゆる問題について、IAPを使用しなければ提供のできないサポートを顧客に提供することができます。第二に、同様に重要な点ですが、IAPは、Appleが売上を記録し、手数料を回収するメカニズムであるということです。手数料は、App Storeの維持、そしてデベロッパが最先端のアプリを生み出すのに役立つべくAppleが提供している独自のツール、技術およびサービスに対する投資に充てられます。IAPがなければ、Appleが効率的に手数料を回収することは極めて困難となります。

AppleのIAPは特殊なものではありません。GoogleのPlay Store、Amazon Appstore、Microsoft Store、そしてXbox、Play Station、任天堂、Steamなどの多くのビデオゲームのデジタル市場には、いずれも類似の手数料と、これらマーケットプレースの正式なアプリ内での購入機能の利用を求める同様の要件が設けられています。

また、App Store Small Business Programに基づいて認定されたデベロッパは、一暦年の売上が100万米ドルを超えるまでは、有料のアプリおよびアプリ内課金に（30%から引き下げられた）15%の減額された手数料率を支払います。競合他社の価格体系を踏まえると、Appleの手数料は適正な市場水準で設定されています。Small Business Programは、透明性および公正性の原則のもとに設計され、App Storeでデジタル商品やデジタルサービスを販売するデベロッパの95%以上に対して適用されています。さらに、Appleは、物理的な商品やサービスを販売したり、無料または広告でサポートされるアプリを配布したりするデベロッパから手数料を一切いただきません。プログラムの特徴、参加資格、登録、よくある質問とその回答を明確に説明した日本語の専用Webサイトを作成しました。Webサイトは下記にて閲覧可能です。[定期報告書別紙P13-16]

<https://developer.apple.com/jp/app-store/small-business-program/>

- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P8]
- Appleは、デベロッパが利用できるさまざまなモデルや、Appleが提供するプログラムによって異なる手数料率全てに関する説明だけでなく、デベロッパに提供するサポートについてのご説明も行いました。プレゼンテーションでご説明したアプリ内課金の利点や、Appleの不正検出エンジン、さらに、Appleのプログラムに参加することでデベロッパが利用することのできるさまざまなツールやテクノロジーについてもご説明しました。また、Appleは、デベロッパが理解できなかったトピックがあれば、特に手数料に関してはAppleに質問する機会が十分に確保されるようにしています。デベロッパから、追加情報やフィードバックに関する要請は寄せられませんでした。恐れながら、Appleは、こうしたプログラムを開催することによって、デベロッパとの相互理解を達成できていると考えており、今後も引き続きこのようなプログラムを開催していきたいと考えています。[第9回モニタリング会合議事録P7]

課金方法に関する利用事業者の理解を促進する措置

- 上記のとおり、Apple の IAP のメカニズムは、iOS エコシステムの利便性と安全性を維持する 2 つの中核的機能を果たします。IAP は、消費者が単一の安全な支払いメカニズムを介して App Store 上で購入を行う安全で便利なメカニズムを提供します。また、IAP は、Apple が売上を記録し、手数料を回収するメカニズムでもあります。手数料は、App Store の維持、そしてデベロッパが最先端のアプリを生み出すのに役立つべく Apple が提供している独自のツール、技術およびサービスに対する投資に充てられます。IAP は、Apple が対象となるデベロッパからユーザーへの売上に関する手数料を回収するために必要なものであり、Apple のビジネスモデルに不可欠なものです。[定期報告書 P16-17]

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。Apple Care 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りません。

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になります。[第9回モニタリング会合【資料2】P8-9]

- デベロッパは、リーダーアプリのエンタイトルメントを申請することもできます。リーダーアプリとは、デジタルな雑誌、新聞、書籍、オーディオ、音楽、動画など、過去に購入したコンテンツやサブスクリプションコンテンツを提供するアプリであり、対象となるデベロッパに対し、ユーザーがアカウントを作成または管理することを目的としたデベロッパのウェブサイトへのリンクをアプリ内に含める方法を提供します。リーダーアプリのエンタイトルメントによりアウトリンクを設定するための条件は合理的です。

リーダーアプリのエンタイトルメントのプログラムの開始から、Apple は、日本のデベロッパから、リーダーアプリの分類を利用し、ユーザーがアカウントを作成・管理できるようアプリ内に自社 Web サイトへのリンクを含めたいというリクエストを約 90 件近く受けました。そのうち、約 50 件のリクエストが承認されました。

本報告期間中、Apple は、約 30 件のエンタイトルメントのリクエストを受け、そのうち 17 件のリクエストが承認されました。

リーダーアプリのエンタイトルメントを受けるために、アプリは以下の条件を満たす必要があります。

- アプリの主要な機能として、雑誌、新聞、書籍、オーディオ、音楽、動画のいずれかのデジタルコンテンツを提供していること。
- アカウントへのサインインを許可していること。
- サインイン後は、アプリ外（デベロッパのウェブサイトなど）で購入されたコンテンツやサービスへのアクセスを許可していること。
- 外部リンクアカウントエンタイトルメントを使用している場合は、アプリ内課金を提供しないこと。
- リアルタイムでの個人対個人のサービス（教育サービス、医療相談、不動産ツアー、フィットネスクラスなど）を提供しないこと。

エンタイトルメントが承認されなかったアプリについては、当該アプリが、①リーダーアプリにおける許可されていない IAP を使用していたか、②リーダーアプリの機能の範囲を超える機能を含ん

ていたか（App Storeで公開されているアプリのうち、雑誌、新聞、書籍、オーディオ、音楽、または動画の配信をメインの目的としているアプリはほとんどないことにご留意ください。）、③エンタイトルメントの申請時に、レビュー用のアプリをデベロッパが提供しなかったものです。[定期報告書別紙 P17]

- 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。[第9回モニタリング会合【資料2】P9-10]
- まず、リーダーアプリとは何か、どのように機能するのかご説明します。リーダーアプリは、音楽、本、映画、新聞などを取り扱う伝統的メディアアプリであることを必要とする、非常に特殊な種類のアプリです。これらのアプリには、デジタルコンテンツを販売するアプリは、アプリ内課金を使用し、Appleに手数料を支払わなければならないという、通常のアプリ内課金ルールの例外が認められています。これらのアプリは、App Store以前から存在するサービスであり、通常、ウェブサイト上で登録してコンテンツをアプリに持ち込む顧客基盤を持っていることから、例外が認められるものです。ユーザーがアプリ内で購入を行わず、デベロッパはアプリ内課金を使用する必要がないことから、デベロッパは、アプリ内でアイテムの価格やウェブサイトへのアクセス方法を示すことができないことに同意しなければなりません。あるアプリが、アプリ内に価格情報を含むならば、それはリーダーアプリではありません。例外が認められませんので、販売を行うウェブサイトへのリンクを直接貼ることはできません。リーダーアプリが、Appleが許可しているリンクを、ウェブサイトに遷移するために一旦使用したなら、当該ウェブサイトの内容について、Appleはルールを定めていません。ユーザーがアクセスしたランディングページに価格を表示することなどどんなことも可能です。これは非常にスムーズなオペレーションだと Appleは考えています。実際に、Appleは、ウェブサイト上でデベロッパが何をすることができるかについて、一切のポリシーを設けておらず、デベロッパからウェブサイト上で可能であることに関して、苦情を受けたことはありません。[第9回モニタリング会合議事録 P9-10]
- スマホソフトウェア競争促進法の話に移ると、これは非常に複雑なトピックです。まず申し上げたいことは、Appleとして公正取引委員会と緊密に連携して参る所存ですが、この法律の下位法令はまだ策定されておりません。App Storeがいつ、どのようにこの法律に基づいて指定されるのかなど、現時点では、この法律に関しては未知の部分が多いものと思います。これはプロセスの重要な部分ですが、まだこれから行われるものです。ヨーロッパのデベロッパは、より低い手数料を利用できるというお話がありました。これは、ヨーロッパにおける Appleの新しい規約を受け入れることを選択したデベロッパのためのものであることを指摘したいと思います。デベロッパは、グローバルに共通する Appleのモデルの一貫性の方を好むことから、この新しい規約を利用しておらず、利用しているデベロッパは現時点で多くないように思います。また、手数料の引き下げのみが、新しいモデルのすべてではありません。デベロッパは、App Storeからのダウンロード数に応じてコ

ア技術料も支払います。新しいモデルは、単なる手数料引き下げより複雑であるというだけでなく、コア技術料により支えられるものでもあることから、日本のストアフロントにとってどのようなモデルが適切かを理解するため、法律と下位法令について、公正取引委員会からより多くのことを学ぶ必要があります。[第9回モニタリング会合議事録 P10]

■Apple

手数料に関する利用事業者の理解を促進する措置

- アプリの開発、ローンチ及びマーケティングに資金が必要であるように、アプリストアの開発、ローンチ及びマーケティングにも資金が必要となります。Google は、現在のサービス手数料は公正で競争力のあるものであると考えていますが、手数料や課金についてデベロッパーと協議し、フィードバックを収集しています。

例えば、Google は MTM 社と提携し、285 の日本のデベロッパーを対象に、アプリストア、課金サービス及びアプリストアのビジネスモデルに関する経験と認識に関する調査を実施しました。その結果、デベロッパーの 88%が、Google Play がプラットフォームへの投資と同等の価値を提供していることに同意していることが分かりました。業界団体との協議については、Google はモバイル・コンテンツ・フォーラム (MCF) と一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会 (CESA) のメンバーです。これらの協会に加盟することで、有意義で建設的な対話を行い、フィードバックを収集することができます。

業界団体から収集したフィードバックを受け、ユーザーやデベロッパーの体験を向上させるための取り組みを行ってきました。例えば、2022 年 7 月、Google Play は、日本の Google Play でオンラインクレーンゲームアプリの配信を許可するための試験運用プログラムを開発し、デベロッパーが提案した当該リアルマネーゲームアプリに関するユーザーの安全対策の有効性を評価しました。このプロセス全体を通じて、Google Japan の代表者は、JOCA (日本オンラインクレーンゲーム事業者協会) や日本の規制当局との間で、相互理解を深め、アイデアを共有し、共通の目標に向かって調整するために、定期的な会合や臨時のコミュニケーションを通じて協力し、緊密に連絡を取り合いました。この協力的なアプローチと試験運用プログラムの成功の結果、Google は新たなポリシーを策定し、2023 年 7 月にプログラムをグローバルに展開しました。[第4回モニタリング会合【資料2】 P9-10]

課金方法に関する利用事業者の理解を促進する措置

- 日本のアプリデベロッパーからの要請に応じて、Google Play の課金システムの定期購入申し込みフローの日本語の最終確認画面に変更を加えました。この変更は定期購入の無料トライアル期間の終了日を明確に示すもので、デベロッパーとエンドユーザーの両方のエクスペリエンスを向上させました。

昨年度の定期報告書に記載されているとおり、Google Play はユーザー選択型決済の試験運用 (UCB) の対象を拡大し、参加資格のあるすべての非ゲームアプリのデベロッパーにも登録が認められることになりました。参加資格のあるデベロッパーは、Google Play の課金システムに加えて代替的な課金オプションを日本のユーザーに提供できるようになりました。この UCB 試験運用プログラムの初期フィードバックに基づき、Google は、本年度の報告対象期間において、日本とその他の

国・地域で代替の課金システムの API を導入しました。これらの API は、デベロッパーのエクスペリエンスを合理化し、ユーザー選択画面を自動的にレンダリングできるようにするものです（すなわち、デベロッパーがこれを手動で構築する必要はなくなります）。また、デベロッパーは、代替課金システムで完了した取引の毎月の請求書を手動で提出する代わりに、自動的に作成される取引レポートを活用することができます。[定期報告書 P21]

- Google のユーザー選択型決済（User Choice Billing、UCB）の試験運用プログラムの下では、要件を満たすデベロッパーは、日本のユーザーに対して、Google Play の課金システムとともに代替課金オプションを提供できるようになりました。

最近では、UCB の試験運用プログラムの対象範囲をより多くのデベロッパーに拡大しました。2023 年 5 月 31 日に貴省に提出した透明性レポート（2023 年透明性レポート）で記載しているように、Google Play は UCB 試験運用登録を拡大し、資格のある全ての非ゲームデベロッパーが申請できるようにしました。これはまだ試験運用プログラムであるため、ユーザーの安全性、選択肢、エクスペリエンスを保護しながら、デベロッパーにより多くの選択肢を安全に提供する方法について、継続的に改善と学習を続けています。

Google が UCB の試験運用プログラムへの関心の表明を求めていた当初は、デベロッパーの適格性の基準は「Google Play の課金システム外において確立された課金機能」でした。これは、参加デベロッパーが優れたユーザーエクスペリエンスのために十分な課金機能を提供できるようにすることを目的としていました。しかし、2022 年 11 月に Google は既存の UCB の試験運用を拡大し、全ての非ゲームデベロッパーが参加でき、日本を含む 35 カ国以上のユーザーに代替課金システムを提供できるようにしました。

また、Google Play の代替課金システムの API に関する認識を広め（質問 8(iii) への回答をご参照ください）、デベロッパーにその使用を周知するための措置も講じています。例えば、2023 年 12 月 4 日、Google Play のフラッグシップイベントである Playtime を東京で開催しましたが、その際には日本において API が利用可能であることをリマインドすることを含め、Google Play からの最新情報を案内しました。このイベントでは、プロダクトや機能のアップデート、アプリの成長に焦点を当てた分科会セッションやパネルディスカッションが行われ、約 350 のデベロッパーパートナーが出席しました。

デベロッパーによる UCB の統合方法を支援するために、段階的な指示を含め、幅広く指南もしています。例えば、Google は UCB に関心のあるデベロッパーを支援するために、以下のヘルプページを公開しています。

- WebView で web アプリを作成する：WebView のセットアップに関する詳細な指示
- Play ユーザー選択型決済の試験運用：プログラムの目標、参加資格及び要件
- ユーザー選択型決済のアプリ内統合のガイダンス：API の統合のための包括的なガイダンス
- Google Play でのユーザー選択型決済について及び ユーザー選択型決済の試験運用プログラムに登録する：日本語で記載された 2 つの公式ヘルプページ

Google Play Policy Bytes：例えば、UCB の始め方及びポリシーの更新についての説明ビデオ

収益化のためにアプリを最適化する：Google の年次開発者会議及び最大のユーザー・デベロッパー・エンゲージメントフォーラムにおけるプレゼンテーションの録画 [第4回モニタリング会合【資料2】P10-11]

- UCB の試験運用からの初期的なフィードバックに基づき、Google は 2023 年 11 月に 代替の課金システムの API を導入しました。その目的は、手動レポート作成の要件をなくし、ユーザー選択画面を自動的に表示するようにすることで、デベロッパーエクスペリエンスを向上させることです（つまり、デベロッパーは手動で構築する必要がありません。）。

API により、デベロッパーは Google Play の課金システムとの既存の統合を拡張して、代替課金システムの API を活用することが容易になります。代替課金システムの API は、Google Play Billing Library や Play Developer API と同じ設計パターンと原則に基づいて構築されています。これは、デベロッパーの既存の設計と互換性があり、デベロッパーのエンジニアリングチームにとってなじみがあることを意味し、デベロッパーによる取り込みの動機付けや利用促進に役立ちます。

これはまだ試験運用プログラムであるため、参加の詳細は機密事項となっています。試験運用プロセスにより、Google はさまざまな実装をテストして反復し、この試験運用がどのように進化し、どのように新たな参加を促すのかについて決定するためのデベロッパーやユーザーにおけるエクスペリエンスに関する知見を収集することができます。Google は、これらの取組みの初期的な結果を確認しつつ、UCB への参加を望むデベロッパーを支援する新たな措置を評価し、適切な場合には導入し続けています。[第4回モニタリング会合【資料2】P11-12]

3-4-4. 利用事業者の状況等

利用事業者の声（第1回モニタリング会合【資料1-1】P182-184）

手数料に関する利用事業者の理解を促進する措置について

■共通

- プラットフォーム手数料 30%に相当する便益を受けていないという認識である。30%の料率に見合う価値を感じていないというのが現状である。場所代（住民税）を 30%取られているようなイメージである。現状のアプリストアのサービスでは、15%程度が適正ではないか。
- アプリ内課金の手数料が割高かつ、他の決済手段が（実質的に）認められていない点は問題だと感じている。
- 日本においてもアプリ外決済を認めるか、アプリ内課金の手数料を 10%程度の水準にしてほしい。
- サブスクリプション、及びアプリ内課金の手数料引下げを、引き続き要望する。
- 手数料 15%が適用されており、決済まわりのビジネス規模が小さいので、PF の決済を使うことが合理的で楽であるという感覚。但し、手数料が 30%になると、選択型の決済があることがありがたいということにもなるだろう。
- アプリ内課金の最大のデメリットは手数料である。メリットとしては、実装やメンテナンス、トラブル対応のしやすさがある。また、ユーザー体験がプラットフォーム側で担保されているところがあり、体験として課金しやすく、パッケージとなっているので、ユーザーにとっても個別にクレジットカードを管理するより圧倒的に安全なところ。

■Google

- 電子書籍のビジネス自体が薄利多売である。権利者へ高い料率のロイヤリティを払わなくてはならず、その上にさらにプラットフォームの手数料をのせると、ビジネスを成立させるのが難しくなる。サービスは全体としてどうあるべきかを検討し、今のところは、Google の内部課金は導入していない。Google の内部課金を導入している電子書籍アプリも配信しているが、大まかにいえば、コンテンツの仕入れ値がそこまで高くないものに限定して配信している。(Google の課金システムを使用しなければいけないというポリシーの変更の影響について) もともとアプリ内において、Google の課金システムは利用していなかったため、アプリ内でコンテンツを購入することができなくなった。そのため、Web 版のストアで購入を行ってもらい、アプリ上でコンテンツを見てもらうかたちである。ユーザーは慣れたという感じではない。以前のようにアプリ内で決済できていた方が良かったという意見が非常に多い。昔から使っていたユーザーから、内部課金が使えなくなったことに関する不満を書かれるようなケースが定期的にある。
- 電子書籍業界に対しては比較的少し優しい対応をしてくれている。メンテナンスを含め一定の基準を満たした事業者に対しては、手数料の 30%を 15%に下げるメディア・エクスペリエンス・プログラムを設けており、この適用を受けている。Google は決済の外部リンクについては厳しくするという方向になったかと思うが、このプログラムの適用で手数料が下がっている分、こちらで十分メリットが出ている。携帯キャリアの手数料 10%程度に比べればまだ高いが、十分メリットがあるものとなっている。もっとも、メディア・エクスペリエンス・プログラムは、要件がそれなりにきびしいものなので、規模の小さいアプリには適用できていない。プログラムの適用要件として月間の DL 数があり、そこまでの広告宣伝費をかけられないようなアプリは適用外になっている。

課金方法に関する利用事業者の理解を促進する措置について

■Apple

- リーダーアプリのアウトリンク³²は、ガイドラインで「URL に付加的なパラメータを渡さない」ということになっているので、そこからの流入数が正確にわからない。
- リーダーアプリのアウトリンクのエンタイトルメントを申請したが、外部リンクが複数個所あったためリジェクトとなった。「アプリの 1 ページにつき 1 回のみ表示し、各インスタンスで同じメッセージを表示する」とガイドラインにあるので、1 つの画面のみリンクを用意し、複数個所からその画面に遷移する方式をとったが NG だった。この箇所の解釈については、アプリ内に複数個所リンクの設定できるのか、できないのかが不明瞭。この時、審査に 1 か月かかり、催促してもすぐ確認してもらえない状況であったことから、細かなやり取りはせず、リンクを 1 か所にして審査提出した。
- 確かにアウトリンクだと手数料が 0%にはなるが、ユーザーにとっては、わざわざ外部に飛ばすという手間を考えれば、追加のインセンティブが必要だろう。

³² Apple は、アプリ内でユーザーにアプリ外でのデジタル商品の購入を促す表現を使用することや、アプリ内にリンクを掲示するなどの方法で、ユーザーをアプリストア外での取引（ウェブ課金等）に誘引することを制限していたが、公正取引委員会による審査を経て、2022 年 3 月、App Store Review ガイドラインを改正し、リーダーApp（雑誌、新聞、書籍、オーディオ、音楽、動画などのデジタルコンテンツの提供を主な目的とした App）に限り、上記の情報提供や誘導等を認めた。この変更は、日本に限らず、グローバルに適用された。

<https://developer.apple.com/jp/support/reader-apps/>（公正取引委員会「(令和 3 年 9 月 2 日)アップル・インクに対する独占禁止法違反被疑事件の処理について」参照)

<https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2021/sep/210902.html>

■Apple

- 質問状回答 4-1-1 の手数料については、大臣評価において利用事業者から成る団体との協議が期待されていた。そして、利用事業者、デベロッパー向けセミナーを開催した旨の報告がなされている。ここではビジネスモデル、返金、API の利用、App Review サポートなどのトピックが取り上げられたと報告されているが、これらの事項は大臣評価で求められていた手数料について相互理解を深める内容に直接なっていないように思われる。[第9回モニタリング会合議事録 P6-7]
- リーダーアプリによるアウトリンクの普及について、現状、アウトリンクが認められるための条件として、アウトリンク先のアイテム等の価格表示をしないことなどが条件づけられており、利用事業者による円滑な活用が妨げられている状況にある。アウトリンクを認めている趣旨に基づき、ユーザーの実質的な選択肢となるよう、差別的な条件を削除していただきたい。[第9回モニタリング会合議事録 P9]
- 本年6月に成立した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について、法律の規律が全面適用されるのは来年末になるが、アプリストア分野における新法の趣旨に沿った取組というのは、法律の施行前であってもこのモニタリングレビューの評価対象になると考えており、積極的な取組みを後押しできればと思う。
具体的には、EU のデジタル市場法、DMA は既に本年3月から施行されているので、EU での DMA の対応、例えば IAP の手数料率の引下げなどを日本でも行っていただくということを想定している。新法の先取りについて、Apple の具体的な計画はあるのか。[第9回モニタリング会合議事録 P9]
- 質問状回答 4-2 について、もともとユーザーから見ると、アプリの利用に関してプラットフォーム等、各デベロッパーの責任分解点というのは、消費者から見ると非常に分かりにくいものであったが、代替決済手段の導入によってこれまで以上に分かりにくくなるなという感想を持っている。消費生活センターが日本には相談機関としてあるが、相談機関に決済に関するトラブルの相談が寄せられたときに、相談員が適切な御案内ができるかどうか少し不安である。[第9回モニタリング会合議事録 P16]

■Google

- 質問状回答 7. i. において、Google はモバイル・コンテンツ・フォーラム (MCF) と一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会 (CESA) に加盟することで、利用事業者と有意義で建設的な対話を行っていると書かれているが、この対話の中に具体的な手数料にかかる協議が含まれるのだろうか。[第4回モニタリング会合議事録 P7]
- 2年前のユーザー・チョイス・ビリングのパイロット運用開始以降、残念ながら利用が進んでおらず、ユーザーから見て代替的な課金手段を提供できていない状況が続いている。このたび重要な取組みとして、代替的な課金 API を導入したとの報告があったが、これによりユーザー・チョイス・ビリングの利用ハードルが下がって、想定どおり利用が広がったと考えられるのだろうか。[第4回モニタリング会合議事録 P9]
- 本年6月に成立した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について、法律の規律が全面適用されるのは来年末になるが、アプリストア分野における新法の趣旨に沿った取組というのは、法律の施行前であってもこのモニタリング・レビューの評価対象になると考えており、積極的な取組みを後押しできればと思う。

具体的には、EUのデジタル市場法、DMAは既に本年3月から施行されているので、EUでのDMAの対応、例えばIAPの手数料率の引下げなどを日本でも行っていただくということを想定している。新法の先取りについて、Appleの具体的な計画はあるのだろうか。[以上、第4回モニタリング会合議事録P9]

3-4-5. 大臣評価に向けての提案

手数料に関する利用事業者の理解を促進する措置について

特定デジタルプラットフォーム提供者からは、手数料について、機会を捉えて利用事業者への説明を行った等の報告がなされた。

また、Googleからは、アプリストア及び課金サービスに関するアンケート結果の共有があった。利用事業者がアプリストアのベネフィットとしてユーザー基盤の拡大、維持、サポートの面などを評価する旨を示す結果であった³³。

一方で、手数料を負担する利用事業者からは、引き続き、「プラットフォーム手数料30%に相当する便益を受けていないという認識である。30%の料率に見合う価値を感じていないというのが現状である。場所代（住民税）を30%取られているようなイメージである。現状のアプリストアのサービスでは、15%程度が適正ではないか。」「アプリ内課金の手数料が割高かつ、他の決済手段が（実質的に）認められていない点は問題だと感じている。」「サブスクリプション、及びアプリ内課金の手数料引下げを、引き続き要望する。」といった声が寄せられている。

手数料水準について利用事業者との相互理解を深める点においては、デジタルコンテンツの売買に係る手数料その他アプリ内課金の手数料の内訳について開示することが考えられる。例えば、公正取引委員会の調査により発表に至った国際ブランドのインターチェンジフィー³⁴については、Mastercardの日常利用（コンビニエンスストア、電話・情報通信、スーパーマーケット等）であれば、0.85～1.30%の幅にある。また、アプリ外決済においては、アプリ内課金よりも安価でデジタルコンテンツを購入することができる³⁵。これらの事実も参考に、アプリ内課金手数料について、デジタルコンテンツの売買の媒介に必要なサービス費用の要素について説明するということが考えられる。

特定デジタルプラットフォーム提供者には、運営改善の端緒として利用事業者の意見その他の事情を有効に利用する適切な仕組みを構築するために、例えば、デジタルコンテンツの売買に係る手数料その他アプリ内課金の手数料の内訳を開示した上で、費用負担の在り方について利用事業者からなる団体と協議を進めるなど利用事業者との相互理解に向けて取り組むことを求めるべきと考える。

課金方法に関する利用事業者の理解を促進する措置について

課金方法については、Appleが、アウトリンクを含むリーダーアプリの配信実績、リーダーアプリの申請を承認しなかった理由、リーダーアプリの申請数が伸びない理由を説明したことは評価すべきと考える。

また、Googleは、試験運用を行っている代替課金システムUser Choice Billing（以下「UCB」という。）

³³ <https://wearemtm.com/wp-content/uploads/2024/05/%E6%97%A5%E6%9C%AC%E7%89%88-%E3%82%A2%E3%83%97%E3%83%AA%E3%82%B9%E3%83%88%E3%82%A2%E3%81%AB%E5%AF%BE%E3%81%99%E3%82%8B%E9%96%8B%E7%99%BA%E8%80%85%E3%81%AE%E5%AE%9F%E6%85%8B%E8%AA%BF%E6%9F%BB.pdf>

³⁴ 公正取引委員会 ニュースリリース <https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2022/nov/221130creditcard.html>

³⁵ 株式会社MIXI <https://mixi.co.jp/news/2024/0808/34426/>

株式会社デジタルガレージ <https://app-pay.jp/>

³⁶について、代替の課金システムの API を導入したこと、UCB に関心のあるデベロッパーを支援するためにヘルプページを公開することなどの取組みを行ったことは評価すべきと考える。

しかしながら、Apple については、利用事業者から、「リーダーアプリのアウトリンクは、ガイドラインで「URL に付加的なパラメータを渡さない」ということになっているので、そこからの流入数が正確にわからない。」などの声が寄せられた。

アウトリンクが認められるためには、様々な条件が課されている。例えば、対象 Web サイトで提供されているアイテムの価格を含む表現を使用できないことや、利用事業者が所有する又は利用事業者がアカウントの作成や管理の責任を保持する Web サイトにリンク先が限定されていることなどが挙げられる。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には、こうした条件付けがハードルとなっているとも考えられる。リーダーアプリのアウトリンクは、利用事業者における状況を加味して、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を求めるべきと考える。

次に、Google については、Google の UCB は、代替の課金システムの API を導入するなどの実験的取組みがなされてはいるものの、API 導入前後の代替課金システムの利用者数の推移や現在の UCB の利用状況（申請・認定件数等）が開示されておらず、UCB の利用が進んでいることを客観的に検証できない。したがって、UCB が利用事業者にとってアプリ内課金と並ぶ実質的な選択肢になるよう、UCB の普及・浸透の状況や、UCB を利用する場合に減額されるアプリストア手数料の額（4%）の影響などを加味して取り組んでいくことを求めるべきと考える。

3-5. 国内管理人の役割について

3-5-1. 問題の所在

特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性を向上させるためには、特定デジタルプラットフォーム提供者が、利用事業者やその他の関係者（例：利用者の組織する団体、経済産業大臣）と緊密なコミュニケーションをとることにより、国内に所在する多数の関係者の多様な事情を効率的に把握し、当該関係者の意見や知見を踏まえて、適切な対応を行うことが重要である。

3-5-2. 該当法令及び昨年度の大蔵省評価における指摘事項

法は、特定デジタルプラットフォーム提供者が利用事業者その他の関係者と緊密に連絡を行うために国内において必要な業務の管理を行う者（以下「国内管理人」という。）を選任すること等を義務付けており（法第 7 条第 3 項第 4 号、同条第 2 項、同条第 1 項）、具体的な措置としては、特定デジタルプラットフォーム提供者が関係者と緊密に連絡を行うために国内管理人を選任すること、並びに関係者とのコミュニケーションの管理及び当該コミュニケーションを通じた特定デジタルプラットフォームの提供に関する運営の改善に関して、必要に応じて適切な調整を国内管理人が行うことができる仕組みを構築することと定めている（指針 2.3）。

2023 年度大蔵省評価では、利用事業者を含む関係者とのコミュニケーションを担う国内管理人が、運営改善に向けた中心的な役割を果たすことを求めた。

³⁶ Google は、2022 年 11 月、ゲーム以外のアプリを対象として、Google Play 課金システムに加えて代替の課金システムをユーザーに提供することができるプログラムの試験運用を開始した。ユーザーが提供されている代替の課金システムにより決済することを選択した場合、利用事業者が Google に支払うサービス手数料が 4%減額される。

<https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/12570971?hl=ja&sjid=7405562415059320762-AP>

■Apple

- 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。

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/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。

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、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。

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。[第 9 回モニタリング会合【資料 2】P6-7]

- 国内管理人を含む Apple の日本のチームと従業員は、特に日本のストアフロントにおいて、Apple がアプリを調査する上で重要な情報源となっています。これらは、調査が必要なアプリやデベロッパに関する Apple の唯一の情報源ではありませんが、そのプロセスにおいて重要な部分となっています。[第 9 回モニタリング会合議事録 P13]

■Google

- デベロッパー／業界団体／政府関係者とのコミュニケーションを担当する国内管理人として、グーグル合同会社が選任されています。

前回のモニタリング・レビュー期間中、グーグル合同会社は、Google LLC 及びその他の Google 関連会社とコミュニケーションを取り、透明性及びデベロッパーとの相互理解を促進するための改善点が検討されるよう、尽力しました。

以下は、そのレポートサイクルにおいて講じられた措置の一例です。

- デベロッパーが重要なタスクやポリシーの期限を確認しやすくするため、Google Play ダッシュボードの「アプリのコンテンツ」ページのデザインを変更しました。
- ユーザー選択型決済（User Choice Billing、UCB）に登録されたデベロッパーに関するプロセスを合理化するための代替課金システムの API を導入しました。
- デベロッパーとのコミュニケーションをより明確にし、Google Play ポリシーサポートチームとのより良い対話を促進するために、異議申立 CSAT（顧客満足度）調査の結果を活用して、返信定型文を改良しました。かかる返信定型文は、ユーザー生成コンテンツ、ユーザーデータ、対象範囲別ストレージ及び定期購入に関する Google Play のポリシーに関連するものでした。

Google LLC とその他の Google 関連会社の間のやりとりに関する詳細、並びにグーグル合同会社の従業員に関する情報及び社内情報は機密事項です。[定期報告書 P18 及び第 4 回モニタリング会合【資料 2】 P5-6]

- Google Japan GK の企業構造、そして、従業員の数といった詳細は機密情報になっております。Google Japan GK は、チーム、そして、個々人とパートナーシップ、連携をする形で直接デベロッパー、あるいは産業界グループ、そして、政府の担当者とやり取りをしています。必要な場合には、そのチームがデパートメント、部門のより高い上位の部分にその情報を共有したり、エスカレーションをしています。

現時点で、国内管理人の機能は十分に機能していると考えています。 [第 4 回モニタリング会合議事録 P8-9]

- グーグル合同会社は、効果的なコミュニケーションを促進する複数のチャネルを確立しており、当該チャネルには、デベロッパー、業界団体及び政府関係者が必要に応じてフィードバックや懸念を提起しエスカレーションするための道筋が含まれています。グーグル合同会社は、所定のチームや個人と協力して、デベロッパー、業界団体及び日本の政府関係者と直接取組みを行っています。必要に応じて、他の適切な個人や部署と問題を共有したり、エスカレーションを行って、問題解決に努めております。フィードバックの内容によっては、プラットフォームの改善など、具体的な対応を検討しております。このようにモニタリング委員会の皆様からいただいたコメントとは異なり、当社は日本のデベロッパー特有の状況を深く理解し、皆様からのフィードバックに対してタイムリーかつ建設的な対応を心がけております。

以下は、国内管理人が効果的に日本でデベロッパー及び業界のフィードバックを収集し反映していることを示す取組みの例です。

- 日本のアプリデベロッパーからの要望に応え、日本語の Google Play Billing の定期購入登録フローの最終確認画面を修正しました。この変更により、定期購入の無料トライアル期間の終了日が明確に示されるようになり、デベロッパーとエンドユーザーの両方のエクスペリエンスが向上しました。

- 2024年3月のデジタルプラットフォーム取引相談窓口（DPCD）からの要請に応じ、地方自治体のアカウント認証プロセスに関するFAQ（日本向け）の説明を更新しました。
- さらに、2021年以降、業界団体であるモバイル・コンテンツ・フォーラム（MCF）との定例会議を継続的に開催しており、MCF及びDPCDが受領した関連デベロッパーからのフィードバック情報の把握を徹底しております。2023年の報告期間においては、5回の会議と1回の合同ウェビナーを開催いたしました。これらの場では、デベロッパーの皆様からそれぞれの状況に基づいた懸念事項のご意見を頂戴しました。いただいたご懸念事項やお問合せにつきましては、適切な解決あるいは調査に至るよう、関係部署への回付等、必要な対応を行っております。[第4回モニタリング会合議事録 P22-23]

3-5-4. 利用事業者の状況等

利用事業者の声[第1回モニタリング会合【資料1-1】P169-170]

■Apple

- 案内されている問い合わせ先に申し立てても何も解決しない。メールサポートの方に言っても対応されず、App Store Connectから申し立てても、「プロモーションコードが発行できません」と言われた（先方のシステム障害かと思われる）。急ぎで解決してほしいと問い合わせてもダメで、直ったことがこちら側で確認できたタイミングになってからやっと「直りました」という返事が来たりもした。その間のレスポンスは自動受付で「受け付けました」という返事しか来ないような状態であった。以前に、個別に相談しても、最終判断は本社なので、こちらではどうしようもない、という回答が来たことがある。そうなるとうとうどうしようもない。
- 担当（Appleの日本側のデベロッパーサポート）がおり、ルール変更の際に連絡をくれたり、コミュニケーション面では良い関係性が持てている。しかし、アドバイスはくれるが、米国での審査チームはそれとは別であり、分断されている。
- 日本にはテクニカルエバンジェリストはいるが、APIの実装の話など、非常に詳しいことは米国のエンジニアに聞かないと分からないことがある。レビューチームの人々は米国にいるという認識である。

■Google

- 様々な角度から質問・相談しても、単に形式的にこのポリシーに違反しているからダメだ、という言い方に行きついてしまう。担当者は詳細については話す必要がないのか、権限がないのか、会話が進まなくなる。例えば、日本の担当者とは直接話す機会があっても、ポリシー違反の審査担当はアメリカであり、連絡の取りようがない、と言われる。ポリシー違反と出ている案件について、例外として考慮すべきであるといったことを本部に掛け合うことは行われていないように思われる。日本には審査担当の直接の窓口がなく、どうすることもできない。日本にいる担当者が対応した件について、日本以外にエスカレーションされることはない、という理解である。本部の決定を各国の事情に応じて変更する権限がないところが問題であると思う。また、アプリストアにおけるユーザー向けアプリ紹介文について、一般的な日本語表現であるにもかかわらず、機械的にNGであると判定され、担当者とメールでやりとりしても、その判定が覆らない。日本語が正しく理解されず、エラーが出るものと推測。英語で理解できるような、英語交じりの微妙な日本語の表現（不自然な日本語だが伝わらないわけではない）に変更することで解決した。

- 対応については、全般的に Google の方が比較的マシである。困った時だけだが、日本法人の方もかなり動いてくれる印象を持っている。当社の場合、日本法人経由で行ったときは全て解決に至っている。ただ、担当がいない他社の場合、難しいのではないかな。

会合での主な指摘

■共通

- 国内管理人に選定された方々は、職務を全うしようと一生懸命に御対応くださっているのだと思うけれども、そもそも国内管理人として十分に役割を果たせるような権限を与えられているのか。(第1回モニタリング会合議事録 P8-9)

■Apple

- 不正とか違法のアプリに関して外部から情報提供や問題の通報があったときに、国内の体制がどのような役割を果たして、どんなエスカレーションの仕組みになっているのか知りたい。2024年6月にNHKがオンラインメディアのTansaと共同で取材して報道していた、ある画像共有アプリの問題で気になったことがある。

このアプリは、画像を投稿して誰かが閲覧すると、投稿者が閲覧者からお金をもらえる仕組みのようだが、NHKの報道によると、それが児童ポルノ画像のやりとりの温床になっていたという内容だった。

気になったのは、NHKの報道によると、Appleの日本支社に対して質問状を送ったが返事はなく、その後アメリカのティム・クックに直接メールを送ったら、3日後にアプリが削除されたという内容だった、という点である。それは事実なのかどうか。もし事実だとしたらどうしてそうなってしまったのか、そして、外部から不正に関する情報提供があった場合にどのようなエスカレーションすることになっているのか。

利用事業者からの問合せについても、利用事業者の事前のアンケート結果でもレスポンスが自動受け付けで受け付けましたという返事しか来ないとか、相談しても最終判断は本社なので、こちらではどうしようもないという回答が来たという声が寄せられていたので、国内の体制は十分に機能していないのではないかな。[第9回モニタリング会合議事録 P12-14]

■Google

- 国内管理人として活動されている専任者の人数と裁量権が与えられている範囲の説明が必要。国内管理人がその役割を果たすのに十分な体制や権限を与えられていないことによるのではないかと疑念を持っているため。社内情報は機密情報と伺っていますが、こうした疑念を晴らすためにも可能な範囲で説明が必要。具体的な人数構成や役職を開示することが難しい場合は、専任者が1名なのか、あるいは複数なのかとか、そういったある程度の規模感が分かる範囲で構わないし、裁量範囲については国内管理人に持たせている責任という形でも良い。[第4回モニタリング会合議事録 P8]
- 国内管理人は十分に機能しており、課題はないとの回答だったが、こちらから見えている景色としては十分に機能していないと考えている。例えば、何か対応を依頼したときのレスポンスがやはり本国のほうに確認して返ってくるためタイミングが遅いところがあると聞いている。[第4回モニタリング会合議事録 P21-22]

- 日本語と英語というギャップもあって、利用事業者の声としては日本語が分かりにくいとか、長いとか、意味があいまいだとか、そのような意見もいろいろ出ている。[第4回モニタリング会合議事録 P22]
- 比較的 Google は日本側で日本語対応という範囲が非常に広いので、ある程度、本国とコミュニケーションを取られて進めるといふところはうまくいっているのではないかと。ただ、一部のエンフォースメントの処置とかが日本と海外の実情、利用事業者の実情が違うということが本国側であまり理解がされないということで、そういった点は日本の利用事業者の状況とくい違いがあるので、そういった点が円滑になるといい。[第4回モニタリング会合議事録 P23]

利用事業者向けアンケート調査の結果

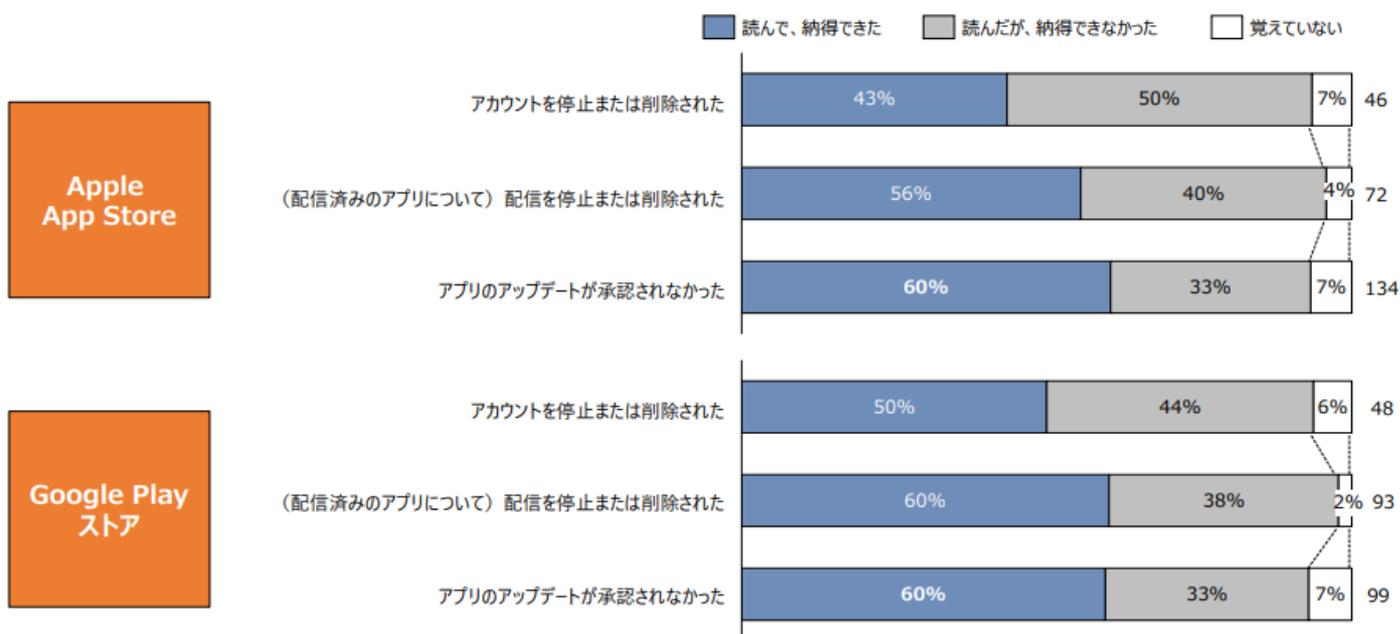
- App Store 及び Google Play ストアともに、アカウント停止や削除についての説明について、3～5割の利用事業者は納得できていない。

2 (3) アカウント停止・アプリ削除措置の手続

アプリストア利用事業者アンケート

両アプリストアとも、アカウント停止や削除についての説明が、特に利用事業者の納得を得られていない可能性がある

(アプリストア運営事業者から受けた措置について、事前または事後に説明を受けた方にお伺いします。) それらの記載は、貴社が読んで納得のいく内容でしたか。 ※ 一番直近のことについてお答えください。



209

第1回モニタリング会合【資料1-1】P209

3-5-5. 大臣評価に向けての提案

Apple は、国内管理人の取組みとして、関係者とのコミュニケーションの管理内容を報告し、日本の利用事業者向けにセミナーを開催するなど、国内管理人による運営改善の取組が複数実施されているといえ、評価すべきと考える。なお、セミナーの開催という情報収集を行うことに加え、国内管理人が当該情報を有効

に利用して運営改善に反映していることを、取組例を示すなどの方法で開示すれば、評価すべきと考える。

Google は、国内管理人が本社とのコミュニケーションを取る中でのレポートサイクルにおいて相互理解促進のための措置を複数講じており、評価すべきと考える。

もっとも、利用事業者の声を踏まえると、特にアプリ審査の場面において、アプリ審査が米国本社において実施されていることもあり、国内の利用事業者と緊密なコミュニケーションをとることに支障が生じているおそれがある。例えば国内管理人が本国にエスカレーションした案件の数や割合を説明するなど、Apple、Google 共に、個別の利用事業者の理解が促進されるよう、国内管理人は引き続き、適切な調整を行うことや運営改善に向けた中心的な役割を果たすことを求めるべきと考える。

3-6. その他の利用事業者の意見を踏まえた運営改善について

3-6-1. 問題の所在

Apple は、2024 年 1 月から、下記の App Store の提供条件を開示している (App Review ガイドライン 4.8)。

ユーザーのプライマリアカウントをアプリで設定、または認証する際に、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 (Facebook でサインイン、Google でサインイン、X でサインイン、LinkedIn でサインイン、Amazon でログイン、WeChat でログインなど) を使用するアプリでは、同等の代替オプションとして、以下の特徴を備えた別のログインサービスも組み込む必要があります。

- データ収集をユーザーの名前とメールアドレスに限定したログインサービス
- アカウント設定の一環として、ユーザーが自分のメールアドレスを非公開にできるログインサービス
- 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のないログインサービス

しかし、ガイドライン上で例示されているサードパーティのログインサービスは、これらの「特徴」(以下「条件」又は「要件」ということがある。)を備えたものとはいえない可能性が高く、これらの条件を満たすのは事実上、「Apple でサインイン (Sign in with Apple : SIWA)」という自社で提供しているログインサービスに限られるのではないかと懸念されている [第 1 回モニタリング会合【資料 1-1】P242-254]。

仮にそうだとすると、自社のログインサービスを使用することを利用事業者に対し事実上強制している状態と考えられ、その場合には、本来的には利用事業者が自由にログインサービスを選択することができるはずのところを、App Review ガイドライン 4.8 により制限されている懸念がある。³⁷

ログインサービスについては、ユーザーから取得するデータの種類などのプライバシーの面や、セキュリティの面での影響もあることから、バランスの取れたアプローチが必要である。

3-6-2. 該当法令及び昨年度の大蔵省評価における指摘事項

法は、利用事業者に対する特定デジタルプラットフォームの提供が公正に行われることを確保するために必要な体制及び手続の整備を義務付けており (法第 7 条第 3 項第 2 号、同条第 2 項、同条第 1 項)、具体的

³⁷ なお、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 (令和 6 年法律 58 号) においては、指定事業者 (アプリストアに係る指定を受けたものに限る。) が、その指定に係るアプリストアに関し、個別アプリ事業者に対し、当該個別アプリ事業者が提供する個別ソフトウェアに係る利用者確認 (スマートフォンの利用者が個別ソフトウェアを利用する際に符号その他の情報により当該スマートフォンの利用者を他の者と区別して識別することをいう。) の方法について、当該指定事業者が提供するものを当該個別ソフトウェアの作動中に表示することを当該アプリストアを通じて個別ソフトウェアを提供する際の条件とすることを禁止している (8 条 4 号)。影響力の大きいアプリストア提供事業者によるこうした条件付けは、一般的に、取引環境へのその影響が懸念されている。

な措置としては、特定デジタルプラットフォーム提供者が利用事業者に対して提供条件の変更等の行為を行う前に、適切に評価を行い、当該評価を踏まえて（当該行為を行う場合でも）利用事業者の利益に配慮した適切な対応を行うことと定めている（指針 2.1.1①）。

3-6-3. 各指定事業者における取組み内容

■Apple

- 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。
- 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-helppages/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/>
- 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。

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。

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。[以上、第9回モニタリング会合【資料2】P22-24]

3-6-4. 利用事業者の状況等

利用事業者の声（第1回モニタリング会合【資料1-1】P239）

- サードパーティのソーシャルログインサービスを使ってログイン認証する機能を今回追加して、AppStoreへ申請を出したところ、リジェクトされた。Apple IDでの認証でもログインできるようにとのことだが、どのIDで認証できるかは本来利用事業者が決めるもので、Appleに強制されるものではないと思う。当該サードパーティの企業ページで認証が取れているお客様へ機能を提供するものであり、Apple IDでは特に企業側で認証が取れているわけではないため、認証すべきとは思われない場合もあると思う。これを行わないと公開できないとするのは不当ではないか。

会合での主な指摘

- スマホソフトウェア競争促進法が成立したが、これの施行が1年半後になっているので、今回の話でいうと、アプリの分野につきましては、このスマホ新法が施行されるまでは、やはりこの透明化法が重要になってくる。その意味で、Sign in with Appleについても今回取り上げたということなので、この1年半の間に取引透明化法がやれることをきちっとやってつないでいくということが重要。[第1回モニタリング会合議事録P11]
- Appleでサインインのところで、第1回モニタリング会合【資料1-1】P242とそれに対するコメントというところで、今回の件はプライバシーに対する対応ということかと思うが、実はこれに対するユーザー、あるいは利用事業者双方がメリット、あとはコミュニケーションロスが発生しているというようなデメリットがほとんど理解されないまま、実質上強制されているということがあってはならないか。こういった基準を考える上で、プライバシーを守る手段は様々あるかと思うので、これが独善的で過度な規制になっているのではないか。[第1回モニタリング会合議事録P14]

3-6-5. 大臣評価に向けての提案

Apple が、App Review ガイドライン 4.8 の内容や目的について説明し、また、同ガイドラインが求める 3 条件のうち「データ収集をユーザーの名前とメールアドレスに限定したログインサービス」を満たしうるサードパーティのログインサービスの具体例を多数説明したことは、評価すべきと考える。

もっとも、3 条件すべてを満たすサードパーティのログインサービスの具体例の説明まではなされていない。

App Review ガイドライン 4.8 が自社のログインサービスを事実上強制している仕組みになっていないかについては、今後の動向を注視すべきと考える。

また、App Review ガイドライン 4.8 に定められた 3 条件を決定するにあたり、利用事業者とのコミュニケーションがあったかどうかは確認できないとの説明があった。App Review ガイドライン 4.8 に限らず、特定デジタルプラットフォーム提供者が利用事業者に対して提供条件の変更等の行為を行う前には、適切に評価を行い、当該評価を踏まえて（当該行為を行う場合でも）利用事業者の利益に配慮した適切な対応を行うことを求めるべきと考える。

4. おわりに

総合物販オンラインモール・アプリストア分野については、3回目のモニタリング・レビューとなった。これまで2回の大員評価における改善や情報開示の求めを経て、特定プラットフォーム提供者の運営に一定の改善が見られたところ、本年度は、個社ごとに残っている課題への対応改善等を中心に指摘した。

また、本年度は、モニタリング会合のヒアリングに加えて、事前の質問状のやりとりを介した委員・オブザーバーと特定デジタルプラットフォーム提供者との議論を通じ、特定デジタルプラットフォーム提供者から数多くの情報が提供されたことは有意義であった。また、本会合におけるヒアリングでは、質問状への回答に対する追加情報が提供されたことに加え、委員・オブザーバーとのコミュニケーションを通じて、関係者間で議論を深めることができた。各社のモニタリング・レビューに対する継続的な協力姿勢は、共同規制の趣旨や相互理解の促進という観点から評価できる。

一方で、昨年度の大員評価で改善が求められた取組みや透明性・公正性を高めるため一層の対応が求められた内容につき、必ずしも改善が見られなかった内容や十分な説明が尽くされなかった部分も存在した。

特定デジタルプラットフォーム提供者においては、本会合の意見や今後公表される経済産業大臣による評価の各項目について、一層の取組みがなされることを期待する。

最後に、本年度の会合では、委員・オブザーバーよりモニタリング会合の運営方法に関する指摘があった。例えば、ヒアリングの運営方法について、報告書・質問状を通じて提供された数多くの情報を議論するためには、委員・オブザーバーの持ち時間が十分ではないことや、一部デジタルプラットフォームからの質問状の回答が遅く十分な議論を行えなかったことが挙げられた。また、大員評価に向けた提案の根拠としている利用事業者の状況について、事実関係の確認の必要性が挙げられた。本論点については、本年度と同様に、相談窓口の利用事業者の声に限らずヒアリング等幅広く情報収集を行い、プラットフォームの見解も踏まえて公平に事実関係を精査することを期待する。これらの指摘が、来年度の運営に生かされることを期待する。

以上

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 開催経緯

| | |
|------------------|---|
| 第1回 2024年6月28日 | 特定デジタルプラットフォーム提供者から提出された報告書等と各社に説明を求めたいことについて（ディスカッション） |
| 第2回 2024年8月30日 | デジタルプラットフォーム提供者からのヒアリング① 楽天グループ株式会社（オンラインモール） |
| 第3回 2024年9月3日 | デジタルプラットフォーム提供者からのヒアリング② LINE ヤフー株式会社（オンラインモール） |
| 第4回 2024年9月5日 | デジタルプラットフォーム提供者からのヒアリング③ Google LLC(アプリストア) |
| 第5回 2024年9月9日 | デジタルプラットフォーム提供者からのヒアリング④ LINE ヤフー株式会社（デジタル広告） |
| 第6回 2024年9月10日 | デジタルプラットフォーム提供者からのヒアリング⑤ Meta Platforms, Inc |
| 第7回 2024年9月11日 | デジタルプラットフォーム提供者からのヒアリング⑥ アマゾンジャパン合同会社 |
| 第8回 2024年9月13日 | デジタルプラットフォーム提供者からのヒアリング⑦ Google LLC(デジタル広告) |
| 第9回 2024年9月27日 | デジタルプラットフォーム提供者からのヒアリング⑧ Apple Inc. 及び iTunes 株式会社 |
| 第10回 2024年11月29日 | 会合意見とりまとめ（案）について |

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委員等名簿（五十音順）

<座長>

岡田 羊祐 成城大学社会イノベーション学部 教授

<委員（両分野共通）>

高倉 弘喜 大学共同利用機関法人情報・情報システム研究機構 国立情報学研究所
アーキテクチャ科学研究系 教授

武田 邦宣 大阪大学大学院法学研究科 教授

百歩 路子 PwC Japan 有限責任監査法人 ディレクター

<専門委員>

黒田 敏史 東京経済大学経済学部 准教授

伊永 大輔 東北大学大学院法学研究科 教授

平山 賢太郎 平山法律事務所 弁護士／筑波大学ビジネスサイエンス系 准教授

若江 雅子 読売新聞東京本社 編集委員

<オブザーバー>

岸原 孝昌 一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム 専務理事

沢田 登志子 一般社団法人ECネットワーク 理事

万場 徹 公益社団法人日本通信販売協会 専務理事

和知 雅樹 公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 ICT委員会 委員長

<関係省庁等>

内閣官房 デジタル市場競争本部 事務局

公正取引委員会 事務総局 経済取引局 総務課 デジタル市場企画調査室

個人情報保護委員会 事務局

消費者庁 取引デジタルプラットフォーム消費者保護室

総務省 情報流通行政局 参事官室

総務省 情報流通行政局 情報流通振興課 情報流通適正化推進室

総務省 総合通信基盤局 電気通信事業部 利用環境課

経済産業省 経済産業政策局 競争環境整備室

経済産業省 商務・サービスグループ 文化創造産業課

<事務局>

経済産業省 商務情報政策局 情報経済課 デジタル取引環境整備室