

研究員 の眼

特定デジタルプラットフォームの 年次評価④

アプリストアの手数料・課金方法

保険研究部 常務取締役研究理事 松澤 登
(03)3512-1866 matuzawa@nli-research.co.jp

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、単に法という）では、経済産業大臣によって指定された特定デジタルプラットフォーム提供者（以下、DPF 提供者）からの報告書の提出を受けて経済産業大臣が透明性及び公正性についての評価を行う（法9条2項）ことについては、本シリーズ初回の[研究員の眼](#)で触れた通りである。

当該規定に基づいて、Amazon、楽天、ヤフー、Apple、Google からの報告書を基にした「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の評価（総合物販オンラインモール及びアプリストア分野）」（以下、透明性評価）¹が2022年12月22日に公表された。この内容について四回目の紹介をするのが本稿である。今回は各論の「(1)アプリストアの手数料・課金方法」である（図表1）。該当するのはAppleとGoogleである。

【図表1】評価の項目立て（網掛け部分が今回）

総論	各論
(1)提供条件等の情報開示	(1)アプリストアの手数料・課金方法
(2)相互理解のための手続・体制整備	(2)自社及び関連会社の優遇
(3)苦情処理・紛争処理の状況	(3)アカウント停止・アプリ削除措置の手続
	(4)返品・返金の取扱い
	(5)商品・アプリの表示順位の決定要素、 アプリ審査の予見可能性

アプリストアの手数料・課金方法については法令・指針には特段の記載がされていない。ただし、アプリストア利用に係る手数料や制限はアプリストアにおける中心的な提供条件にかかわるものであり、法の言うDPF提供者と利用事業者の相互理解の核になるものと言えるだろう。

¹ 特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性についての評価
<https://www.meti.go.jp/press/2022/12/20221222005/20221222005.html> 参照。

ところで欧米では①アプリで利用するデジタルコンテンツのアプリ内での販売にあたっては、アプリストア提供者による決済手段を利用することを義務化しており、そしてその際に原則として30%と比較的高額ともいえる手数料を徴収すること（＝アプリ内決済手段の限定）、および②アプリストア外（たとえばゲーム会社のHP）でのコンテンツ購入への誘導（アウトリンク）をアプリで行うことを禁止すること（＝アンチステアリング条項）が競争法との関係で問題視されてきた。これらのことから日本のモニタリング会合でも重要な課題として議論されたものである。

ここで Apple と Google のアプリ内決済手段の限定とアンチステアリング条項の強制について、経産省から行った質問への回答を要約して紹介する。まず、Apple は、イ) アプリ内で徴収する手数料はそもそも決済処理手数料ではなく、より広い意味で、Apple が App Store を運営することに対する対価を得るための手段である。その中には Apple がデベロッパーに提供するツールの開発コスト、知的財産利用なども対価のうちに含まれる。ロ) Apple の手数料は常にデジタルコンテンツの販売についてのみ請求してきたが、購入されるデジタルアイテムは主にデバイス（iPhone 等）上で体験されるものであり、デバイス上でのユーザーの体験に非常に大きな影響を及ぼす。ハ) デジタルコンテンツには30%の手数を課しているが、2年目以降のサブスクリプションには15%としている。二) アウトリンク（アプリストア外でのコンテンツ購入）については、Apple は支払の安全性、消費者のプライバシーを保護することはできないため制限しているというものである²。

次に Google であるが、i) アプリ内手数料は Android と Google Play が提供している価値を反映しており、OS やアプリストアの開発、公開及びマーケティングにもコストが必要である。ii) Google Play 上でアプリを配信しており、アプリを有料で提供したり、デジタル商品やサービスのアプリ内購入を提供したりすることを選択したデベロッパーに対して Google Play の課金システムを利用することを義務付けている。iii) Google は登録手数料のほか30%の手数を徴収するが、12カ月を超えて継続されている定期購入に対して15%のサービス手数料を導入するなどいくつかの段階的な手数料水準を設定している。iv) アウトリンクの禁止とされているのは、アプリ内において代替的なオンライン支払とオプションに誘導するウェブページのリンクを張ることができないということにとどまる（＝アプリ外での誘導は禁止されない）。なお、上記 ii) に関して、Google は User Choice Billing パイロットプログラムを試験的に導入している。これはアプリのデベロッパーがアプリ内課金について Google による課金システム以外の支払方法を利用できるようにしたものである³。

これらに対して透明性評価は批判的である。Google の User Choice Billing パイロットプログラムは好意的に評価したものの、原則30%という手数料について競争が十分に働いていると認めるのが難しいとし、また、手数料支払の有無により利用事業者と Apple の間で公正な競争が歪められないか、15%ないし30%の手数が科されるアプリと課されないアプリ（＝デジタルコンテンツの購入が行われないアプリは手数料もない）との区別は合理的なのかといった疑問も指摘している。これらの疑問から、DPF 提供者に対して、アプリストアの運営に係る費用と手数料との関係性や費用負担の在り方

² 「特定デジタルプラットフォーム提供者に対する質問・確認事項について（各社からの回答）」令和4年8月25日
https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_platform_monitoring/pdf/004_s02_00.pdf p 43 以降参照

³ 前掲注2 p87 以降参照

について詳しく説明すること、利用事業者からなる団体等と協議を進めること等、利用事業者との相互理解に向けて取り組んでいくことを期待するとし、また、決済手段に関するルール変更については実際に利用事業者に利用されるようになることが重要であり、利用事業者からの評価も含め、今後の動向を注視していくとの評価を行っている⁴。

ところで、アプリ内決済手段の限定とアンチステアリング条項の2点に関してEUのデジタル市場法(Digital Market Act、DMA)は、明確な判断を示している。①アプリ内課金システムの利用強制は禁止されており(DMA5条7項)、②アウトラック、具体的にはアプリストア外での取引を容認するとともに、コンテンツをアプリ内で利用できるようにすることを認めなければならないとするところまで踏み込んでいる(DMA5条4項、5項)。

そうすると問題は、日本におけるような利用事業者との相互理解というソフトな対応策だけでよいのか、ということである。筆者の現段階の意見としては、DPF提供者がアプリストア運営のために料金を徴収することには合理性がないとは言い切れないことから、EUのように割り切ることにはいまだ躊躇を覚える。EUでのDMAの本格適用はこれからであり、本格適用までには紆余曲折があると想定される。そのため、EUでのアプリストアに関する議論状況も参考にしつつ、日本における対応を考えざるを得ないと考える。

⁴ 前掲注1 p6参照。