

研究員 の眼

特定デジタルプラットフォームの 年次評価⑧

商品・アプリの表示順位の決定要素等

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について第八回（最終回）の紹介をすることとしたい。今回は各論の「(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」である（図表1）。

【図表1】評価の項目立て（網掛け部分が今回）

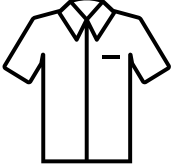



| 総論 | 各論 |
|--------------------|-------------------------------------|
| (1)提供条件等の情報開示 | (1)アプリストアの手数料・課金方法 |
| (2)相互理解のための手続・体制整備 | (2)自社及び関連会社の優遇 |
| (3)苦情処理・紛争処理の状況 | (3)アカウント停止・アプリ削除措置の手続 |
| | (4)返品・返金の取扱い |
| | (5)商品・アプリの表示順位の決定要素、 アプリ審査の予見可能性 |

透明性評価では、商品・アプリの表示順位の決定要素と、アプリ審査の予見可能性を一つの項目として取りまとめている。順に解説を行う。

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。

まず一点目、商品・アプリの表示順位ということのイメージは図表2の通りである。

【図表2】比較アプリの商品表示順位の例

| | | |
|------|---|-------|
| お勧め！ |  | ¥〇〇〇〇 |
| 1 |  | ¥〇〇〇〇 |
| 2 |  | ¥〇〇〇〇 |
| 3 |  | ¥〇〇〇〇 |

法は、一般利用者が検索により求める商品等に係る情報その他の商品等に係る順位を付して表示する場合における、その順位を決定するために用いられる主な事項をDPF提供者が開示すべきことを求めている(法5条2項1号ハ)。

この点にかかわる事案として、本シリーズの [5回目](#) で紹介した Amazon の確約計画がある²。「商品の表示順位」に関しては、目立つ位置に配置される等のメリットがある Buy Box(または Featured Offer) 欄に自社あるいは自社の保管・運送サービスである (Fulfilment By Amazon、FBA) を契約している第三者販売業者を優先的掲載しているとの暫定的評価 (preliminary assessment) を欧州委員会が発出した。これに対して、自社優先を行わず、かつ FBA を利用しているかどうかを表示順位決定の要素としないとの確約計画を Amazon が提出し、これを欧州委員会が了承している。

ところで、i) Amazon の検索順位決定では、単なる自社優遇という形式面だけでなく、商品の質・価格、在庫の有無、お届けまでにかかる時間など様々な要素が勘案されている³。この観点から即日配送にも一部対応する FBA を契約している利用事業者が上位に来ることはある程度は自然なことでもあるように思われる。また、別途、ii) Google の見解として、ランク付けする方法について情報を過度に提供すると、利用事業者がルールを操作して (又は「裏をかいて」) 実際よりも関連性が高いように見せることを可能にする恐れがあるとする⁴。

これら i) ii) の事情・見解にも一定の合理性が認められると考えられることから、ある程度の客観的ではあるが抽象的な基準を開示する以上のことを求める (=完全な公平性を客観的に実現する) ことは難しいようにも思われる。この点、ヤフーについて透明性評価が『『おすすめ順』の表示順位を決定する主要な事項をどのように抽出したか具体的に説明するとともに、これら主要事項を利用事業者が閲覧可能な数値等とできる限り一致するかたちで項目化するなど、利用事業者の理解増進に資する取組を行っており、高く評価できる⁵』としているように相互の意思疎通により改善を図ることが重

² 基礎研レポート「EUにおける Amazon の確約計画案—非公表情報の取扱など競争法事案への対応」

https://www.nli-research.co.jp/files/topics/73040_ext_18_0.pdf?site=nli 参照

³ 前掲注1 別添2：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 (詳細) p20 参照

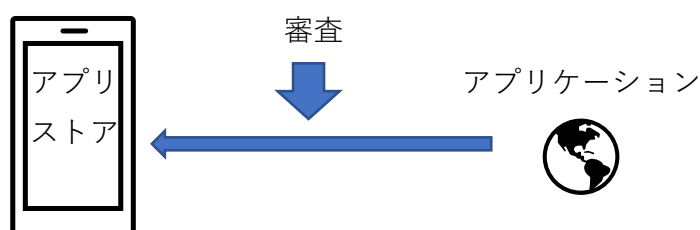
⁴ 同上 p21 参照。

⁵ 前掲注1 p10 参照

要と思われる。

次に二点目、アプリ審査（の予見可能性）のイメージについては図表2をご覧ください。スマートフォンでいえば、アプリストア、すなわち、iPhoneのApp StoreとAndroid端末のGoogle Playに採用されるかという問題である（図表3）。

【図表3】アプリの審査



この点について参考になるのはEUのデジタル市場法(Digital Market Act, DMA)の6条4項である⁶。DMA6条4項ではアプリ(またはアプリストア)のインストールをGK(=DPF提供者)が当然に認めるべきことを定めている。ただし、GKがハードウェアやOSの完全性を危険にさらすことのないように手段を採ること、およびエンドユーザーのセキュリティ確保のための手段を採ることは否定されていない。ただし、これらの手段は比例的でGKによって正当化される必要がある(同項)。

DMAが掲げる項目のほかに、知的財産権を侵害するアプリや、過剰な性的あるいは暴力といった不適切なアプリを規制するといったこともアプリ審査基準として合理的であると考えられる。

透明性評価では、「アプリ審査の手续や体制については、利用事業者から一定の改善を指摘する声がある一方で、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もある。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ものであるところ、Apple及びGoogleには、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期待する」⁷としている。

アプリ事業者のなかにはAppleとGoogleに受け入れてもらえなければ事業展開がそもそもできないという事業者もあると思われる。その意味では、AppleとGoogleには重大な責務が課されていると考えられる。

⁶ 基礎研レポート「EUのデジタルサービス法施行—欧州における違法コンテンツへの対応」
<https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=74016?site=nli> 参照

⁷ 前掲注1 P10 参照