

スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る 競争の促進に関する検討会

2024年10月25日

一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム

モバイルコンテンツ業界25年の知見

- ▶ 競争環境を維持するためには、「相互運用性の確保」「多様性の確保」が重要である。
 - ▶ 総務省（通信プラットフォーム研究会）（2009/1）
 - ▶ 総務省「モバイルコンテンツビジネスを促進するプラットフォームのオープン化等に関わる技術要素及び制度の調査研究」（2015 MCF受託）
- ▶ 日本において、行政、プラットフォーム事業者とコンテンツ事業者による対話型協議（モバイルプラットフォーム協議会）によって、標準ガイドラインを取りまとめてiモード等の公式サイトのオープン化を実現した。
 - ▶ コンテンツ掲載基準（リンクアウト含む）
 - ▶ 認証課金

社会全体の利益向上のため
エッセンシャルファシリティのオープン化が必要

共同規制の取り組み

- ▶ 著作権等管理事業法における指定管理事業者「JASRAC」等との使用料規定の改定（利用者代表「NMRC」）
- ▶ キャリアのフィルタリング（青少年保護機能）における第三者機関「EMA」の認定、カテゴリー基準の反映（総務大臣要請、青少年インターネット環境整備法）
- ▶ 透明化法での相談窓口（経産省からの委託事業「DPCD」）の運営
- ▶ EMA、MCFにおけるiOSでの青少年保護の取り組み
 - ▶ EMAにおいて、いわゆる出会い系サービス等（実態上出会い系として運営されているサイト含む）で適正なレーティングのためAppleにモニタリング情報を提供。アプリストアのアップデートを実現した。
 - ▶ MCFにおいて、iOSの青少年保護機能でもあるスクリーンタイムで、日本の青少年向け「おすすめリスト」（Webコンテンツ）を提供。iOSのアップデートを実現した。

エンフォースメント（安定性）と
インセンティブ（柔軟性）のバランスが必要

課題意識

- ▶ 一方的な返金、アカウント停止、アプリのリジェクト
- ▶ 自社ビジネスを優先したイノベーションの阻害
- ▶ 高額な手数料によるコンテンツ産業及び我が国の発展の阻害
- ▶ 消費者及び事業者利益の阻害
 - ▶ リンク制限等の利便性の阻害
 - ▶ コンテンツ・サービスの高額化
 - ▶ プライバシ、セキュリティ、青少年保護を理由とした過度な阻害
 - ▶ 西洋の価値観による青少年保護、クールジャパン等の我が国文化の阻害
- ▶ 寡占による弊害
 - ▶ 搾取
 - ▶ 意思のコントロール
 - ▶ 自社優遇によるイノベーションと国家戦略の阻害

IT分野での競争法によるイノベーション例

▶ マイクロソフトに対する反トラスト法裁判

- ▶ ジョナサン・カンター司法次官補は記者会見で、アップルは20年以上前のマイクロソフトに対する反トラスト法裁判の「重要な受益者」であり、それによって競争とイノベーションが可能になり、アップルは繁栄できたのだと説明している。

▶ 司法省によるAT&Tの会社分割

- ▶ AT&Tは7つの地域電話会社（通称「ベビーベル」）に分割され、その後の通信産業における競争と革新を促すきっかけとなった。

▶ NTT東西の不可欠設備の開放

- ▶ 我が国において、新たな通信事業者及びISPが参入することが可能となり、消費者は低廉で多様なITサービスを享受できるようになった。

アプリ・サービスについて

〔値段の真相 番外編〕アプリで購入3割増し
サイトと一物二価 「アップル税」で

2024/05/18 読売新聞

高額な手数料のため、Web等での販売が増えているが、
一部を除きアプリ内で案内（リンク等）できないため
消費者は高額な商品を購入している。



アプリストア、決済手段、購入ルートが多様化することで、
消費者は多様で低廉な商品・サービスを
選択することが可能になる。

新法で実現したいオープンモデル例

事例①-1

外部のウェブサイトにおいて、アイテム等の販売を行うモデル。

アプリにおいて、外部サイトの情報、URLリンク等によって外部サイトの認知と誘導を行いたい。

外部サイトでは、アプリで販売していない限定のゲームアイテム販売を行いたい。

【阻害している規定】

Apple reviewガイドライン

<https://developer.apple.com/app-store/review/guidelines/>

- 。 3.1.3 その他の購入方法：次に挙げるAppでは、App内課金以外の購入方法を利用することができます。
3.1.3 (a) の条件を満たす場合を除き、このセクションで挙げるAppでは、App内課金以外の購入方法の利用をApp内でユーザーに促すことは許可されません。Appとは無関係の手段で、デベロッパがユーザーベースに対してApp内課金以外の購入方法に関するコミュニケーションを送信することは許可されます。
 - ・ 3.1.3 (a) 「リーダー」App
 - ・ 3.1.3 (b) マルチプラットフォームサービス：複数のプラットフォームで動作するAppでは、マルチプラットフォームのゲームにおける消耗アイテムなどを含め、別のプラットフォーム上のAppやデベロッパのWebサイトでユーザーが入手したコンテンツ、サブスクリプション、機能へのアクセスを許可することが可能です。ただし、そうしたアイテムは、App内のApp内課金アイテムとしても購入可能でなければなりません。
 - ・ 3.1.3 (c) エンタープライズサービス
 - ・ 3.1.3 (d) 個人対個人のサービス
 - ・ 3.1.3 (e) Appの外部で使用する商品やサービス
 - ・ 3.1.3 (f) 無料のスタンドアロンApp

事例①-2

【阻害している規定】

Google Playポリシー
支払いポリシー

<https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/9858738?hl=ja>

Google Play で配信しているアプリにおいて、アプリ内の機能やサービスへのアクセス（すべてのアプリ機能、デジタル コンテンツ、デジタル商品を含み、「アプリ内購入」と総称する）に対する支払いを必要とする、または受け付けている場合は、第3項、第8項、または第9項に該当する場合を除き、それらの取引には Google Play の課金システムを使用する必要があります。

【EUの新規約】

- ・経済的メリットがない手数料体系（別紙参照）

事例②

アプリと実サービスの融合、外部（書籍、玩具等）のバーコードを読み取ってサッカー選手を生成するようなサービス、アプリとおもちゃ等を融合したサービスを実現したい。

グッズ購入者やイベント、映画来場者にシリアルコードを渡してゲーム内でアイテム配布する施策に対して、iOSのみがこれを禁止している。メディアミックスやクロスメディア展開はIPの育成に有効であるが、デベロッパーのそういったIPビジネスをAppleはガイドラインにより阻害している。

【阻害している規定】

3.1.1 アプリ内課金

アプリ内の機能（例:サブスクリプション、ゲーム内通貨、ゲームレベル、プレミアムコンテンツへのアクセス、フルバージョンの利用）は、アプリ内課金を使用してアンロックする必要があります。コンテンツや機能をアンロックするため、ライセンスキー、拡張現実マーカー、QRコード、暗号通貨、暗号通貨ウォレットなど、アプリ独自の方法を用いることはできません。

3.1.4 特定のハードウェアを必要とするコンテンツ:

アプリのある機能の動作に特定のハードウェアが必要である場合など、いくつかの限られた状況でのみ、アプリ内課金を使用しなくても機能をアンロックすることができます（たとえば、望遠鏡と同期することで機能が追加される天文学のアプリなど）。オプションとして物理的製品（玩具など）と連動するアプリの機能では、アプリ内課金のオプションが提供されていることを前提に、当該機能をアプリ内課金を通さずにアンロックすることができます。ただし、アプリの機能をアンロックするために無関係の商品の購入を条件としたり、広告またはマーケティング活動を行うようユーザーに要求したりすることは認められません。

事例③

アプリで選択したアイテム、商品について外部決済を利用する場合に、外部のWeb等で新たに選択することなしに、一気通貫で決済を完了したい。

【阻害している規定】

Webサイトへのリンクを含む「リーダー」アプリの配信

- <https://developer.apple.com/jp/support/reader-apps/>
- クエリパラメータを含まないこと。
- 「アプリ内モーダルシートの実装」の硬直的な運営
- 「リーダーアプリ」の定義と仕様が不明確であり、リーダーアプリでないとリジェクトされる。
(例：リーダーアプリはログインしないと何の機能も利用できないアプリである必要があり、ログインしなくてもお試しで一部機能が利用できるような仕様が有るとリーダーアプリではないと判断された。)

※EUにおけるAppleの新規約のうち外部決済を利用する場合も同様の阻害要因がある。

事例④

アプリ内でブロックチェーンゲーム等のNFTビジネスを行いたい規定によって阻害されている。

- ・アプリ内の機能をアンロックできず閲覧のみ。
- ・アプリ内でユーザー同士でNFTアイテムを売買する場合でもアプリ内課金の使用を強制。
- ・アプリから外部の取引用Webサイトへの誘導も禁止。

【阻害している規定】

3.1.1 アプリ内課金

アプリは、アプリ内課金を利用して、非代替性トークン（NFT）およびNFTに関連するサービス（ミンディング、リスティング、譲渡など）を販売することができます。アプリでは、NFTを所有することによってアプリ内の機能がアンロックされないことを条件として、ユーザーが自分のNFTを確認できるようにすることが可能です。アプリ内課金以外の方法で、ユーザーを何らかの購入に誘導するボタン、外部リンク、その他の機能をアプリに含めないことを条件として、他のユーザーが所有するNFTコレクションを閲覧することをユーザーに許可することも可能です。

3.2.1 許容される行為

（vii）アプリでは、ユーザーがアプリ内課金以外の方法で別のユーザーに金銭を贈与できる方法を提供する。これは、（a）贈与の有無は贈り手側が決定できるものとし、かつ（b）受け手側がその贈与額の100%を受け取る場合に限られます。ただし、その金銭が、受け手側に渡る際のどの段階においても、デジタルコンテンツやサービスを経由するか、デジタルコンテンツやサービスの提供と関連付けられている場合は、必ずアプリ内課金を使用する必要があります。

事例⑤

アプリでのゲーム内通貨について、有効期限を設定したい。

【阻害している規定】

Apple reviewガイドライン

3.1.1 アプリ内課金

- アプリ内課金で購入されたクレジットやゲーム内通貨に有効期限を設定することはできません。
また、返還可能なアプリ内課金を導入する場合は返還のメカニズムを実装する必要があります。

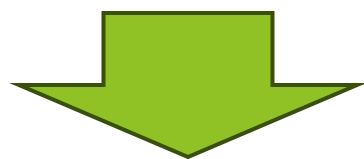
【8条の政令、委員会規則（案）】

政令：書籍、玩具、イベント、チケット等、その他準ずるもの

公正取引委員会規則：検索キーワード、**URL**リンク、コンテンツ**ID**等、その他準ずるもの

サードパーティの参入における プライバシー・セキュリティ・青少年保護の問題

OSがクローズで、サードパーティが利用できないことで
プライバシー・セキュリティ・青少年保護の問題が発生している。



OS機能をオープン化することで問題解決へ

青少年保護の国際レーティング機関「IARC」とは

						
 Amazon Luna			✓		✓	✓
 Epic Games Store	✓	✓	✓		✓	✓
 Fortnite	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 Google Play	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 Meta Quest Store	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 Microsoft Store for Windows and Xbox	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 Nintendo eShop	✓	✓	✓	✓	✓	✓
 Pico Store			✓		✓	✓
 PlayStation Store	✓	✓	✓	✓	✓	✓

大手アプリストア事業者と
レーティング評価機関が参加している。

レーティングの基準と各国の文化にあわせて
評価する監視機能を提供している。



第三者機関が関与した公平性が担保された
グローバル基準のレーティングシステム

Appleの提供する青少年保護と
同等の機能を提供可能となる。

出典：IARCホームページ

RCSやSMSメッセージングに関して

iMessage



SMS/MMS



iPhoneから送信されるiMessageの吹き出しは**ブルー**、Androidから送信されるメッセージの吹き出しは**グリーン**、という色分けがされている。

アメリカでは、iPhoneユーザーの割合が70%以上と高い18歳～24歳の若者の間で、グループメッセージに**グリーンの吹き出しでメッセージを送ると仲間外れにされる「iPhone同調圧力」**と呼べる問題が指摘されています。

日本では、そもそもAndroidに送信できるグループメッセージ機能が有効になっていないようです。

RCSやSMSメッセージングに関して

【ソリューション】

RCSやSMS機能のオープン化等でセキュアな多要素認証や、リッチなメッセージングが実現すれば、プライバシー・セキュリティレベルが向上する

Appleは自社のメッセージアプリにおいて、iMessage、RCS、SMS／MMSを用いてメッセージの送受信を行っています。一方、iOSでは、サードパーティに対してこれらの機能へのアクセスを認めていません。（電話の機能などについても同様です。）

また、iOSとAndroidの間でのメッセージの送受信に関しては、基本的にはRCSでなくSMS／MMSを用いてメッセージの送受信を行うため、リッチなメッセージング体験がユーザーに提供されていません。

今後、世界で用いられているメッセージ送受信の標準規格RCS（Rich Communications Services）に、2024年後半に対応すると発表しました。

しかし、iPhoneなどから送信されるiMessageの吹き出しはブルー、Androidから送信されるメッセージの吹き出しはグリーン、という色分けは続けるとも言われています。

スマホソフトウェア競争促進法

第7条、第8条

- 代替アプリストア、代替決済手段の情報提供・リンク等の提供を妨げてはならない。
- OSの機能を公平に利用することを妨げてはならない。

政令・規則・ガイドラインの考え方について

- エンフォースメントと柔軟性のバランスが必要
- 手続き等の透明性、報復されない規定、規約・手数料等で利用が妨げられないことが必要。

EU等のグローバル基準と最低限同等の条件であるべき
(日本だけ不利益な条件が課されないことが必要)

正当化事由を適用する考え方について

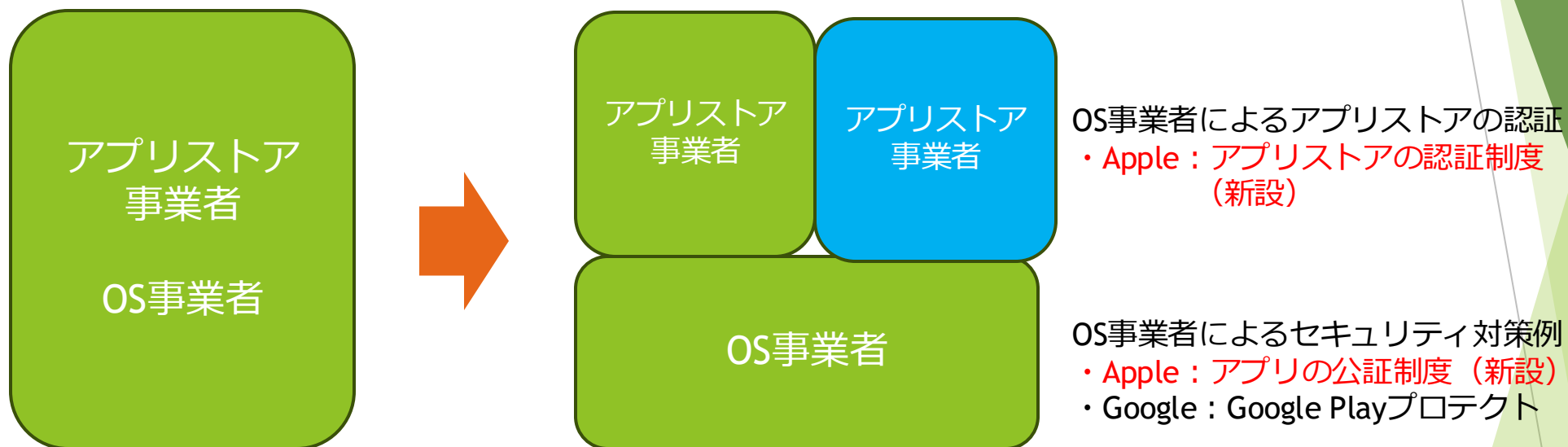
第七条（第八条）

指定事業者は、・・・次に掲げる行為を行ってはならない。ただし、・・・サイバーセキュリティの確保等のために必要な行為を行う場合であって、他の行為によってその目的を達成することが困難であるときは、この限りでない。

指定事業者の行うプライバシー、セキュリティ、青少年保護を理由とした妨げる行為に正当性があるかが論点

指定事業者は、代替手段では達成困難なことを説明する責任（アカウンタビリティ）がある

新たなフレームワークに対応した社会制度



基礎的なセキュリティ等をOS事業者が対応する新たなフレームワークに対応した社会制度の創出が必要

EUと米国の状況

2024/03/07 EUのデジタル市場法が本格運用 巨大企業を規制、義務の履行を評価

(朝日新聞)

欧州連合（EU）のデジタル市場法（DMA）の本格的な運用が、7日に始まった。DMAは自社サービスの優遇の禁止や、ターゲット広告のために有効な同意を得ずに、自社サービス外で利用者を追跡することの禁止など、約20個の「すべきこと」「してはいけないこと」を定めており、規制対象となる企業は対応を迫られる。

2022年発効のDMAは、圧倒的な規模と資金力を持つ巨大IT企業による市場の独占を防ぐのが狙い。巨大企業が法に基づく義務を履行しているか評価される。EU域内の月間利用者数が4500万人以上、域内の年間売上高が75億ユーロ（約1兆2218億円）以上などの条件を満たした巨大企業を「ゲートキーパー」として指定する。

これまでに指定された米グーグルの親会社アルファベットやアップルなど6社が運営する22サービスは、今月6日までに対応策を講じる必要があった。

2024/8/15 Googleに事業分割案 米当局、40年ぶりの「解体」視野

(日経新聞記事：[リンク](#))

米グーグルのインターネット検索が独占に当たると米裁判所が判決を出した訴訟で、米独占禁止当局の司法省などがグーグルの分割を含む是正策を計画していることが14日、明らかになった。実現すれば巨大テクノロジー企業の支配力を弱める強力な手法となるが、グーグルは控訴を予定し、決着までは時間がかかるとみられる。

米ブルームバーグやニューヨーク・タイムズが司法省の関係者の話として報じた。

アンドロイドやクロームが対象

報道によると、司法省などは約30億人が使うスマートフォンの基本ソフト（OS）「アンドロイド」やブラウザ（閲覧ソフト）「クローム」の事業売却を柱にする案を検討している。文字広告の配信に使う基盤の「アドワーズ（現グーグル広告）」なども対象という。

検索に関するデータを競合他社に提供するように促すことも求める。米アップルに対価を支払ってiPhoneにグーグル検索を標準搭載する契約の破棄や、人工知能（AI）製品で不当に優位に立つことを未然に防ぐ措置も要求する。

米連邦地方裁判所は5日、グーグルの検索や文字広告が市場を違法に独占していたと認める判決を出した。反トラスト法（独占禁止法）に違反しているという司法省や米各州の主張を認めた形だ。

EUでの新たなアプリストアの登場

Altstore PAL

<https://altstore.io/>

2024年4月17日に AltStore が初めて誰でもサイドローディングできる代替アプリストアをローンチした。

Altstoreは、2人のエンジニアによって開発されたオープンソースプロジェクトです。

まずは、オールインワンの Nintendo エミュレーター Delta (つまり、AltStore を最初に構築した理由) とクリップボード マネージャー Clip (バックグラウンドで実際に実行できる本物のクリップボード マネージャー)。

App Store のルールにより存在できない小規模なインディー アプリには、AltStore が最も適していると思います。 何らかの理由で App Store で許可されていないアプリの例は無数にあります。これらの貧弱なアプリを配布するオプションがこれまで存在しなかったため、私たちがそれらについて知らないだけです。

つい最近、AppleはApp Reviewガイドラインを更新し、Deltaのようなレトロゲームエミュレーターを正式に許可しました。これは競争市場の完璧な例です。

エピック・ゲームズ・ストア

日経新聞記事：[リンク](#)

<https://youtu.be/-qB3n8ZpG58>

2024年8月16日米エピックゲームズが16日、スマートフォンのアプリストアを開いた。フォートナイトなどまず3つの自社ゲームを配信する。iPhoneではEU域内のみの提供で、米グーグルの「アンドロイド」対応のスマホ向けは全世界で提供する。年内に1億人の利用を目指す。エピックのティム・スウィーニー最高経営責任者（CEO）は日本経済新聞の単独取材に応じ、**2025年初めには外部のゲームも取り扱いを始め、将来的に数千のアプリ配信を目指すことを明らかにした。**

エピックが決済処理をした場合の手数料を12%に設定し、最大30%だったアップルのストアより安くする。スウィーニーCEOは、「アップルなどが独占してきたアプリストアの競争が促され、業界が活性化する」と強調した。

代替アプリストアを利用するには、Androidでは12ものステップが必要です。iOSはさらにひどく、15ものステップが必要です。

DMAへの各社の対応

Apple

● iOS、Safari、App Storeの変更

- ・ 2024年1月25日、アップルは、EUにおけるDMAへの対応を発表。概要以下のとおり。

<https://www.apple.com/jp/newsroom/2024/01/apple-announces-changes-to-ios-safari-and-the-app-store-in-the-european-union/>

【アプリストア関係】

- 代替アプリストアからのアプリの配布を許容

(上記に付随するリスクに対応して導入予定の保護措置)

- ✓ どの経路からの配信にかかわらず適用される、自動チェックと人間のレビューによるアプリに対する公証（基礎的なレビュー）
 - ✓ ダウンロード前のアプリの概要とその機能について一目でわかるアプリインストールシートの提供
 - ✓ アプリストア提供事業者に対する認証
 - ✓ マルウェアが含まれていることが判明した場合、そのアプリが起動させない等の追加のマルウェア保護
- ※アップルはこれらの措置の導入により、リスクを最大限低減するが、すべてのリスクを回避することはできないとしている。

- アプリ内で代替の課金システムを利用するためのオプションの許容
アプリからウェブサイトへのリンクアウトによる決済処理の許容

【2024/3/12改定】

- 代替アプリストア：デベロッパ自身が提供するアプリのみで構成されるアプリカタログを提供することもできる。
- 購入用Webページへのリンク：外部Webページ上でデザインを自由に設定可能
- Webサイトからの直接配信：2年以上継続しており、前暦年に初回年間インストール数が100万回超えるアプリを所有していること

※内閣官房の資料にMCF追記

DMAへの各社の対応

Apple

【以上の新たなサービスを利用するデベロッパに対する新たな規約】

○ **App Store上のアプリ**は、デジタル商品およびサービスの取引に対して、10%（大半の開発者および初年度以降のサブスクリプション）又は**17%の減額手数料**を支払う。

→ **代替の課金システムやアウトラックを利用しても、最大17%の手数料が課されることに。**

○ App Store上のアプリは、App Storeの課金システムを利用する場合、3パーセントの追加手数料を支払う。

○ **App Store及び代替のアプリストアから配布されるアプリ**について、**年間100万回以上の初回インストール（やアップデート）ごとに0.50ユーロのコア・テクノロジー・フィー**を支払う。（無料のアプリも対象）

【2024/5/2改定】

○ いかなる種類の収益（物理的、デジタル、広告など）を得ていない場合、CTF は必要ない。

○ 小規模開発者（全世界での年間事業収益が 1,000 万ユーロ未満*）には、3 年間の CTF への無償オンランプが提供される。（3 年間のオンランプ期間中に小規模開発者が全世界での収益を 1,000 万ユーロから 5,000 万ユーロに増やした場合、年間インストール数が 100 万件を超えた後、年間上限 100 万ユーロまで CTF の支払いが開始される。）

※ デベロッパは、**従来の規約に留まることもできるが、一度、新たな規約に移行すれば、戻れない。**

【2024/3/5改定】一度だけ戻れるスイッチバック規定を追加

※内閣官房の資料にMCF追記

EU当局の新規約への対応

EU当局

2024年6月24日、欧州委員会はAppleとアプリ事業者との間で締結される契約条項がデジタル市場法(Digital Markets Act)違反であるとの暫定的見解を、同日付でAppleに送付したとのプレスリリースを出した。(欧州委員会は調査開始日である2024年3月25日から12カ月以内に決定する)

具体的に問題視されたAppleの契約条項は以下の3点である。

- (1) 外部サイトへ誘導することは一部例外を除き禁止されている。特に、アプリ内で外部サイトでの購入価格表示ができないことが挙げられる。
- (2) 外部サイトへ誘導することが可能になるのは、リンクアウト(link-outs)というAppleの用意した制度に従わなければならない。しかし、この制度にはいくつかの制約があり、実質的に外部サイトへ誘導することが困難である。
- (3) さらにリンクアウトを利用した顧客が7日以内に楽曲等を購入した場合には、アプリ事業者はAppleに手数料を払わなければならないが、この手数料は課すことの合理性を欠く。

欧州委員会はAppleが新たに導入した以下の3つの項目について調査を開始するとした。

- 1) アプリ事業者のアプリそのものがダウンロードされるたびに、アプリ事業者は€0.5をApple Core Technology Fee としてAppleに支払うこととされていること、
- 2) 外部サイトからユーザーがダウンロードする際に、ユーザーが取らなければならない手順、
- 3) 外部サイトに誘導できるアプリ事業者の資格を限定していること、である。

引用元

<https://www.nli-research.co.jp/report/detail/id=79008?site=nli>

EUのプレスリリース

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_24_3433

【2024/8/8改定】

Alternative payment options on the App Store in the European Union

<https://developer.apple.com/jp/support/alternative-payment-options-on-the-app-store-in-the-eu/>

StoreKit External Purchase Link Entitlementに関するアップデート

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

※外部リンクの手数料が2種類の契約に分かれた。

※外部リンクでパラメータの利用が可能となった。(これまではプライバシーを理由に禁止されていた)

※Appleの提供する外部購入APIの利用が必要。

○新契約：Alternative Terms Addendum for Apps in the EU（改定）

初期取得手数料（最初の12ヶ月）は5%、ストアサービス手数料は10%（※軽減料率あり）

+

CTF（100万DL以上 0.5ユーロ/DL）

○既存契約のエンタイトルメント契約：StoreKit External Purchase Link Entitlement (EU) Addendum（新設）

初期手数料は5%、ストアサービス手数料は20%（※軽減料率あり）

【欧州連合における代替アプリの配信について】

<https://support.apple.com/en-gb/118110>

代替アプリストアからアプリをダウンロードする場合、同一のアプリをユーザーが削除しなければならない。

（アプリの移動の自由が阻害されるおそれがあるのでは）

※内閣官房の資料にMCF追記

GoogleのEUにおける外部オフリングの考察（2024年3月6日から）

EEA における Google Play の利用に関する一般条件

Google Play の外部提案プログラム

<https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/14659200?hl=ja>

Google Play の外部提案プログラムは、デベロッパーが独自のサイトで提供する外部提案のプロモーションメッセージやハイパーリンクを Google Play アプリ内に表示し、ユーザーがそのサイトで契約を締結できるようにする仕組みです。外部提案プログラムに参加しているデベロッパー（アプリ内プロモーションでユーザーをアプリ外に誘導する場合を含む）は、ユーザーがアプリ外で取引を行っており、Google Play のセキュリティや安全性が提供されていないことを認識できるようにするための仕組みを実装する必要があります。関連する要件については、[こちら](#)をご覧ください。

デベロッパーが外部提案プログラムに登録しており、ユーザーが Google Play アプリに関連する購入をアプリ外で完了した場合は、2 種類の手数料で構成される新しい手数料モデルが適用されます。

- 「初期獲得」手数料（DMA 備考 40）。ユーザーが Google Play アプリに関連する購入をアプリ外で完了した場合に、**その購入に基づく収益分配率で算出する手数料です。この手数料は2年間限定で**、自動更新の定期購入の場合は 5%、アプリ内で消費可能なその他の提案の場合は 10% が適用されます。

- セキュリティ サービス、アプリ アップデート、収益化サポートなど、Google Play が提供する継続的なサービスについては別途手数料が必要となります。**この手数料は、サービスの期間を通して継続的に発生します**。デベロッパーは、初期獲得期間の 2 年が経過した後、Google Play からの継続的なサービスの利用を停止することを選択できます。ただし、ユーザーがそれに同意し、サービスを無効化していることが条件となります。手数料は、サービスが無効化された時点で発生しなくなります。手数料率は、自動更新の定期購入の場合は 7%、アプリ内で消費可能なその他の提案の場合は 17% となります。

外部提案プログラムへの登録

<https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/14372887?hl=ja-jp>

- 外部提案に沿ってアプリ外で成立した Play アプリに関連する取引について、適用される手数料を Google に支払うこと。標準のサービス手数料と同様に、外部提案プログラムに関連する手数料は、Android と Google Play が提供する価値を反映するものであり、Android と Google Play への継続的な投資を支えるものです。外部提案プログラムに関連する新しい手数料は、Google Play がもたらす価値に関する 2 つのコンポーネントで構成されます。1 つは (a) 最初の獲得に対する 2 年間の期間限定の手数料、もう 1 つは (b) Google Play がデベロッパーに提供し続ける継続的サービス（Google Play のセキュリティ サービスやアップデート サービスなど）に対する手数料です。

- **ユーザーの外部取引から 2 年間、以下の手数料が適用されます。**

- **初回獲得手数料:** 自動更新による定期購入については 5%、アプリ内のデジタル機能とサービスのその他の提案については 10%。
- **継続的サービス手数料:** 自動更新による定期購入については 7%、アプリ内のデジタル機能とサービスのその他の提案については 17%。

- 初回獲得期間（2 年間）を過ぎると、デベロッパーは特定のアプリについて Google Play の継続的サービスを終了することを選択できます。ユーザーは、保護者による使用制限、セキュリティ スキャン、不正行為防止、アプリの継続的なアップデートなどのサービスを想定して Google Play からアプリを獲得しているため、**サービスを終了するにはユーザーの同意も必要になります。終了後、これらのユーザーには、継続的サービスと関連する手数料は適用されなくなります**。Google Play の継続的サービスを引き続き利用するユーザーが関わる取引については、デベロッパーが引き続き報告する必要があります。

	条件	初回獲得手数料	継続的サービス手数料	合計
初回獲得期間 2年間		①自動更新による定期購入については5% ②アプリ内のデジタル機能とサービスのその他の提案については10%。	①自動更新による定期購入については7% ②アプリ内のデジタル機能とサービスのその他の提案については17%。	① 12% ② 27%
3年目以降	※1にユーザーが同意した場合	① 0% ② 0%	①自動更新による定期購入については0% ②アプリ内のデジタル機能とサービスのその他の提案については0%。	① 0% ② 0%
	※1にユーザーが同意しなかった場合	① 0% ② 0%	①自動更新による定期購入については7% ②アプリ内のデジタル機能とサービスのその他の提案については17%。	① 7% ② 17%

外部オフリングを通じて決済したユーザー毎にカウントが始まり、3年目以降ユーザーが同意した場合にユーザー毎に手数料は終了する。
初回獲得期間の手数料は、実質27%でUCBと同率である。

※1
ユーザーは、保護者による使用制限、セキュリティスキャン、不正行為防止、アプリの継続的なアップデートなどのサービスを想定して Google Play からアプリを獲得しているため、サービスを終了するにはユーザーの同意も必要

ユーザーが同意することは、考えられないため、実質継続的サービス手数料はかかる。

EUにおける新規約に関する評価

①外部課金の手数料について

- 現状と同等の手数料が課されるため経済的メリットがない。

②CTFについて

- 悪影響を受けるアプリビジネス
 - メガビジネス(売上が増減するトータルの影響として)
 - メディアビジネス
 - カジュアルゲーム
 - フリーミアム
 - 売り切りアプリ(ダウンロード課金のみ)
- 影響を受けないアプリビジネス
 - 小規模で成長を望まないアプリビジネス
- 阻害されるモデル(3類型)
 - ビジネスの成長
 - グローバル展開
 - 多様なビジネスモデル

※すべてのアプリ事業者の将来的な可能性が阻害される。

※定額手数料は、限界費用の上昇によって一般的に価格が高くなるため消費者に不利益となる。

※売上が減少傾向になるとCTFの負担が増大するため、アプリを削除してサービス停止せざるを得なくなるのは、事業者だけでなく消費者にも不利益となる。

変えられるものを変える**勇気**を、
変えられないものを受け入れる**冷静さ**を、
そして両者を識別する**知恵**を与えたまえ

ラインホールド・ニーバー
アメリカの神学者、