

# 「ブロードバンドの普及促進のための 競争政策委員会」提出資料

一般社団法人融合研究所

# 概要(1)

---

- 2009年、課金・認証機能を担うモバイルプラットフォームの相互運用性・多様性を促進するためにモバイルプラットフォーム協議会が開催。一般社団法人融合研究所が事務局。

構成員(敬称略):(株)NTTドコモ、KDDI(株)、ソフトバンクモバイル(株)、(株)ウィルコム、イー・モバイル(株)、モバイル・コンテンツ・フォーラム(MCF)、オープンモバイルコンソーシアム(OMC)

- ・協議会として「モバイルコンテンツにおける課金手段の提供に関するガイドライン」を2009年末に公表。
- ・本日の内容は、協議会コンテンツ系企業等による一般社団法人融合研究所内の勉強会での検討に沿ったもの。
- ・次頁以降で課金関連の課題について詳述。通信事業者とCPとの間、OSレイヤーとCPとの間に分けて課題を記載。方向性としては、別レイヤーの事業者間での諸問題を公平に協議する場や、相談する窓口・制度等の整備を進めるべきと思料。特に、後者においては、日本国内でアプリマーケットの運営事業者と、制限事項に関して事前に協議することが困難となっており問題が深刻。

## 概要(2)

---

- 次頁以降での課金関連以外では、以下の意見があった。
  - LTE、WiMax、3G、PHS等の異なる通信回線をMVNOが一体として利用者に提供可能なように、通信回線を提供する事業者とMVNOとの間の諸条件を整備する。
  - 海外ではテザリングが可能な通信端末に関して、利用者利便に鑑み、国内の利用制限を緩和する。
  - スマートフォン等の初期設定では、プラットフォームサービスのメールアドレスが必要になることがあるが、利用者の同意を得ることなく、プラットフォームが位置情報等を収集していると海外で報道されていることもあり、利用者プライバシー保護等に鑑み、特定のメールアドレス等を入力することなく、スマートフォン等の初期設定が可能となるようにする。
- ・利用者利便等に鑑み、いわゆる「プラットフォーム」事業者への規律を電気通信事業法制は検討すべき段階ではないか。

# モバイルコンテンツ市場における課金関連の課題(背景等)

---

## 背景

- モバイル市場において、コンテンツプロバイダー(CP)は、通信事業者が保有する技術基盤、顧客基盤、プラットフォームを利用し事業展開。
- また、通信事業者が端末/OSに関して強い関与を有しているが、スマートフォン市場のOSは寡占状態。

## 課題

- CPは、通信事業者やOSレイヤー事業者のプラットフォームを利用するが、制約が過度に強まると、取引の自由、ユーザーの選択の自由などを奪う可能性。
- プラットフォーム等で競争が機能しないことで、コンテンツ市場の拡大に影響を及ぼす可能性が生じる。

**※具体的な事象・課題の内容については、次頁に記載。**

## 方向性 (案)

- 別レイヤーの事業者間での諸問題を公平に協議する場や、相談する窓口・制度等の整備を進めるべき。

# モバイルコンテンツ市場における課金関連の課題(一覧)

## 各事象・課題

## 懸念・影響

### ① 通信事業者 - CP間

- 2009年まで、モバイル公式サイトにおいては、携帯電話事業者の決済手段(以下「キャリア決済」という。)以外の決済手段(以下「外部決済」という。)の導入は、携帯電話事業者が認めていなかった。
- 「モバイルプラットフォーム協議会」が「モバイルコンテンツにおける課金手段の提供に関するガイドライン」を公表し、外部決済の導入に一定の方向性が示され、2010年7月から、NTTドコモが外部決済の導入を認めた。
- 一方で、下記の課題が残っている。
  - A) 携帯電話事業者によっては外部決済の導入を容認していない。
  - B) 価格設定の自由度が制限されている。

- A) ユーザーの多様なニーズや利用形態に応えるため、さらなる導入の推進が必要。
- B) CPの価格の自由度が低い。

### ② OS-CP間

- スマートフォンにおいては、グーグル社(Android)、アップル社(iOS)をはじめとしたOSレイヤーを握る事業者が、アプリケーション(以下、「アプリ」)のマーケットを運営するケースが多い。
- アプリマーケットにおいて、以下のような制約・課題が存在する。
  - A) アプリ内での課金は、原則としてアプリマーケット提供の決済手段しか利用できない。
  - B) アプリが、PCや携帯電話のWebサービスにおいて利用される仮想通貨、ポイントと連携することが禁止されている。
  - C) アプリマーケットの規約・ガイドラインの解釈が不明瞭でありながら、事前予告や注意喚起がなく、アプリの掲載停止が行われる。

- A) ユーザーの多様なニーズ、利用形態に応えられていない。
- B) Webサービスを利用してきた、ユーザーの利便が損なわれるおそれがある。
- C) 規約の解釈においては、表現等の萎縮が懸念される。

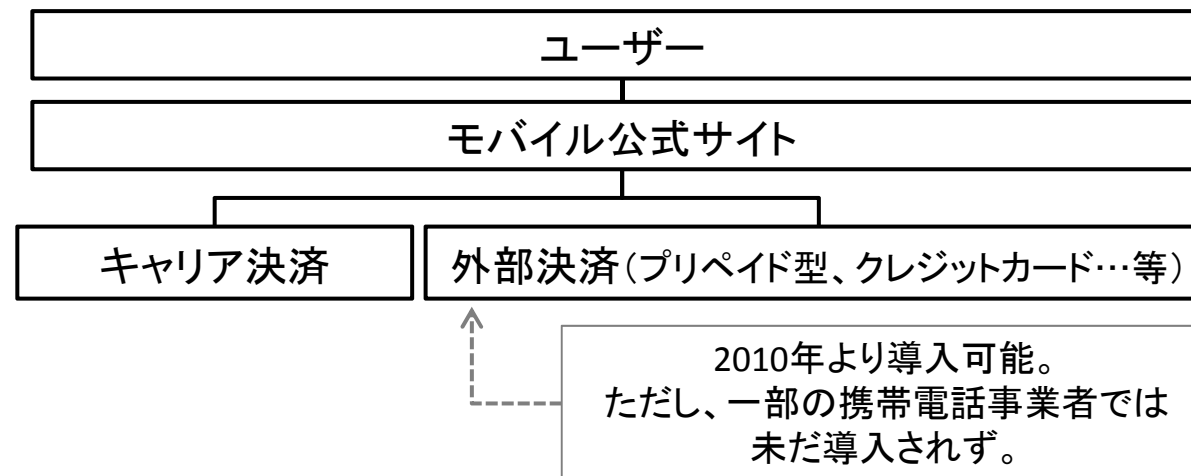
## **【参考】課題の詳細**

# ① A) モバイル公式サイトにおける外部決済の導入

モバイル公式サイトによっては、外部決済の導入が容認されていない。

- モバイル公式サイトにおいては、2009年まで、キャリア決済以外の提供が認められていなかった。
- 2009年12月に、一般社団法人融合研究所が事務局を務めた「モバイルプラットフォーム協議会」が「モバイルコンテンツにおける課金手段の提供に関するガイドライン」を公表し、2010年7月からNTTドコモが外部決済を導入した。
  - モバイルプラットフォーム協議会構成員(敬称略):  
(株)NTTドコモ、KDDI(株)、ソフトバンクモバイル(株)、(株)ウィルコム、イー・モバイル(株)、モバイル・コンテンツ・フォーラム(MCF)、オープンモバイルコンソーシアム(OMC)
- 支払手段を多角化することにより、ユーザーの多様な利用形態・ニーズに応えることができ、コンテンツ市場の拡大にもつながる。
- しかしながら、現時点においても携帯電話事業者によっては、外部決済の導入を容認していないケースもある。

決済手段



ユーザーの多様なニーズや利用形態に応えるため、さらなる導入の推進が必要。

# ① B) モバイルコンテンツの価格設定への制約

携帯電話事業者が、コンテンツ等価格決定に関して一定の強制力を有している。

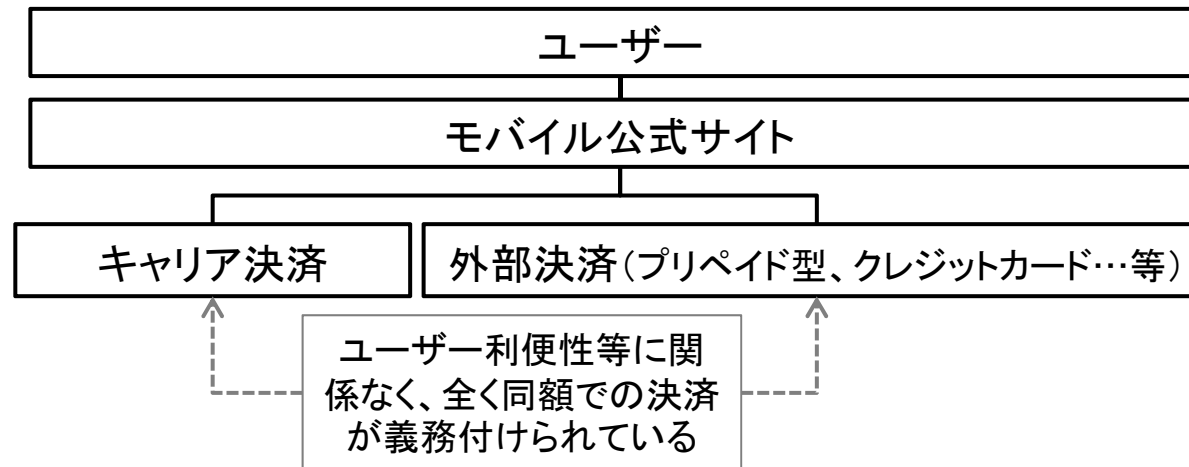
問題と  
なりうる  
事例

- キャリア決済における価格は、従来から総額で1,050円、2,100円等で販売されるケースが多い。
- 一方で、プリペイド型決済については、コンビニエンスストア等での店舗において、総額1,000円、2,000円...等で販売されている。
- モバイル公式サイトにおいて、プリペイド型決済の利便性を考慮した価格設定ができない。

考え方

- 決済手段ごとにユーザーの購入・利用形態は違い、それに合わせて、ユーザーの利便性を考慮した価格設定にすることが適当。
- 決済手段間で競争が生じることが、最終的に消費者にとってのメリット。
- 同じ商品を購入する場合に、購入方法においても価格設定が異なるものは存在する。
  - 代引決済、デリバリー／テイクアウト、家電量販店のポイント付与率 ... etc

決済手段



CPの価格決定の自由度が低い。



## ② A) アプリマーケットの課金にかかる制約

アプリ内での課金は、原則アプリマーケット提供の決済手段しか利用できない。

- アプリ内で、外部決済を利用していたため、マーケットでの掲載が停止される事例が存在する。
- モバイル公式サイトと同様に、スマートフォンのアプリマーケットにおいても、ユーザーの多様なニーズや、利用形態に応えるべく、様々な決済手段を提供する必要がある。

- Android Market

3.2 デベロッパーが設定した対象製品の価格に基づいて、デベロッパーが受け取る金額が決まります。販売価格に対して販売手数料(下記で定義)が課され、支払い処理業者、および認定携帯通信会社(該当する者が存在する場合)に分配されます。販売価格から販売手数料を差し引いた残額が、デベロッパーに送金されます。

[引用: Developer Distribution Agreement]

- App Store

11.2: InAppPurchaseを用いずに課金する機能やサービスはリジェクトされる。  
11.3: InAppPurchaseで、リアルなモノや、アプリ外のサービスを販売するアプリはリジェクトされる。  
11.4: バーチャルマネーを購入させるアプリは、その貨幣の使用をアプリ内に限定する必要がある。

[要約: App Store Review Guidelines]

ユーザーの多様なニーズ、利用形態に応えられていない。

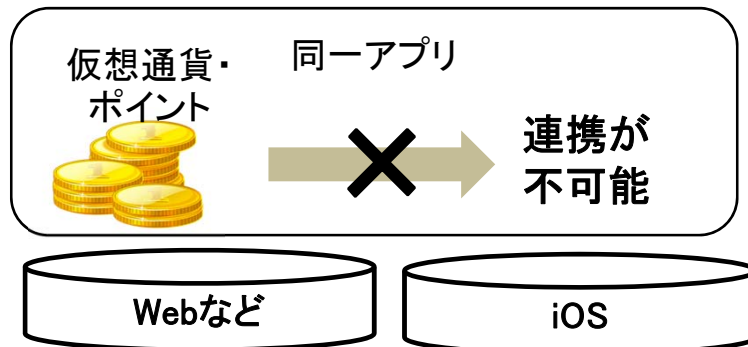
## ② B) 仮想通貨等にかかる制約

Webサービスで利用される仮想通貨、ポイントと連携することが禁止されている。

- アプリマーケットに掲載されるアプリは、PCや携帯電話のWebサービスにて利用される仮想通貨、ポイントと連携することが禁止されている。
- App Store

11.3: **InAppPurchase**で、リアルなモノや、アプリ外のサービスを販売するアプリはリジェクトされる。  
11.4: バーチャルマネーを購入させるアプリは、その貨幣の使用をアプリ内に限定する必要がある。

[要約: App Store Review Guidelines]



### ➤ 禁止される例

- 携帯電話からの移行アプリで、通貨等を継承不可
- Web版ゲームからアプリ版への移行についても同様
- 既存スマートフォン所有者が、他OSスマートフォンへ端末変更をした際も通貨の継承不可

- Webサービスを利用していたユーザーが、これまで蓄積した仮想通貨・ポイントを、iOSでは使用することができない。

Webサービスを利用してきたユーザーの利便が損なわれるおそれがある。

## ② c) アプリの掲載停止

解釈が不明瞭な規定について、突如掲載停止となることがある。

- アプリマーケットの規約・ガイドラインの解釈が不明瞭でありながら、事前予告や注意喚起がなく、アプリの掲載停止が行われる。
- また、日本国内においては、アプリマーケットの運営事業者と、制限事項に関して事前に協議することが困難となっている。

### 事例

- Android Marketにおいて、掲載済みアプリの紹介がなくなり、アプリをユーザーに提供することが不可能となることがあった(猶予期間も与えられない)。
- App Storeにおいて、掲載済みのアプリにつき、不具合改修やバージョンアップ時の申請に対して、申請が否認されることがあった。

### 影響

- CPとしては、規約への適合性を確認できないまま、突如停止されるリスクを抱えながら、コンテンツを提供することとなる。
- ユーザーとしては、利用していたアプリがマーケットから削除され、更新されたバージョンを利用することができなくなることがある。

規約の解釈によっては、表現等の萎縮が懸念される。