

## S O F T I C判例ゼミ 第5回 (2021年11月19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 (令和3年9月2日)

2021年11月19日

金本忍／浅野達哉

#### 1 事案の概要

アップル・インク（以下「アップル」という。）は、iPhone向けアプリケーションを掲載するApp Storeの運営にあたり、デジタルコンテンツの販売等について、アプリケーション（以下「アプリ」という。）を提供する事業者（以下「デベロッパー」という。）の事業活動を制限している疑い等（※）があった。そのため、公正取引委員会（以下「公取委」という。）は独占禁止法の規定に基づき審査を行ってきたが、この点について、App Storeにおけるルールを定めるApp Store Reviewガイドライン（以下「ガイドライン」という。）を改訂する等の申し出がアップルからなされたため、当該審査を終了することについて公取委が公表したものである。

※ 独占禁止法第3条（私的独占）又は第19条（不公正な取引方法第12項（拘束条件付き取引））の規定への違反の疑い

##### (1) アップルについて

アップルはスマートフォン「iPhone」を製造・販売している。

日本におけるスマートフォンの年間出荷台数は約3000万台であり、アップルのここ数年における端末シェア（出荷台数ベース）は1位である。

表1 国内スマートフォン市場に占める端末出荷台数上位5位の推移<sup>1</sup>

	平成30年	令和元年	令和2年
1位	Apple (44.1%)	Apple (42.1%)	Apple (46.5%)
2位	シャープ	シャープ	シャープ
3位	ソニーモバイルコミュニケーションズ	サムスン電子ジャパン	サムスン電子ジャパン
4位	サムスン電子ジャパン	ソニーモバイルコミュニケーションズ	ソニーモバイルコミュニケーションズ
5位	華為技術日本	富士通コネクテッドテ	富士通コネクテッドテク

<sup>1</sup> 公正取引委員会「携帯電話市場における競争政策上の課題について (令和3年度調査)」(令和3年6月) 3・4頁

		クノロジーズ	ノロジーズ
--	--	--------	-------

(2) App Storeについて

App Storeは、アップルがiPhone等のために提供するアプリストアである。デベロッパーが開発したアプリはApp Storeに掲載することで、iPhone等利用者が当該アプリをダウンロードできるようになる。

アップルは、App Storeに掲載するアプリが遵守すべきガイドラインを公表しており、これに基づいてアプリの審査を行っている。審査に合格したアプリはApp Storeに掲載することができるが、アップルがガイドラインを遵守していないと判断したアプリは審査を通らずApp Storeへ掲載することができない。

iPhoneでは、基本的にApp Storeからしかアプリをダウンロードすることができない。(Googleの提供するAndroid OSの場合、Googleにより運営されるアプリストア(Play ストア)以外のアプリストアからのアプリのダウンロードが可能である。)これについては、アプリの安全性や利用者のプライバシーリスクがないか等の審査を経ていないアプリを利用可能とすると、利用者の体験を毀損し自社のブランドを損なってしまうからだと説明されている<sup>2</sup>。

また、アップルは、デベロッパーがアプリ内でデジタルコンテンツの販売等をする場合、アップルが指定する課金方法(以下「IAP」という。)の使用を義務付けており、ガイドラインに以下のとおり定められている。

App Store Review ガイドライン日本語版<sup>3</sup>

3.1 支払い

3.1.1 App内課金：

Appのコンテンツまたは機能(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、**App内課金(発表者注：IAP)**を使用して解放する必要があります。コンテンツや機能を解放するため、ライセンスキー、拡張現実マーカ、QRコードなど、App独自の方法を用いることはできません。**App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Appやメタデータに含めることはできません。(強調は発表者に**

<sup>2</sup> 公正取引委員会「デジタル・プラットフォーマーの取引慣行等に関する実態調査報告書」(令和元年10月) 52頁

<sup>3</sup> <https://developer.apple.com/jp/app-store/review/guidelines/#in-app-purchase>, (2022年1月5日)

よる)

アップルは、IAPを使用したデベロッパーの売上の15%又は30%を手数料として徴収している。

- (3) スマートフォンへの音楽配信事業、電子書籍配信事業及び動画配信事業（以下総称して「音楽配信事業等」という。）及びリーダーアプリについて

スマートフォンへの音楽配信事業等においては、著作権料等の負担が大きく、デベロッパーの努力によって費用を圧縮することが難しい状況にあるとされている。一例ではあるが、ある事業者は、平均して、コンテンツの販売価格の約60%を、音楽等コンテンツの権利者に対して支払っており、コンテンツ運営事業者に販売価格の30%を支払うことで、事業者の手元には販売価格の約10%の金額しか残らないことになるケースがあるという。また、当該事業者は自前でウェブ決済を導入しており、その決済手数料は数%に過ぎないという<sup>4</sup>。

しかしながら、前記(2)のとおり、アプリ内でコンテンツを販売する場合にはIAPを用いなければならない、またアプリ外（ウェブブラウザ等）で別途デベロッパーがコンテンツを販売していたとしても、デベロッパーウェブサイト等へ利用者を誘導するためのリンクをアプリ上に掲載する（以下「アウトリンク」という。）ことも認められていない。

これに対し、音楽配信事業等においては、アプリ内でデジタルコンテンツを販売等せず、利用者がウェブサイトなどで購入したデジタルコンテンツを専ら視聴することに用いられるアプリ（以下「リーダーアプリ」という。）が用いられることがある。この形式のアプリを用い、デジタルコンテンツはアプリ上でなく自らのウェブサイトのみで販売等することにより、アプリ上での課金とこれに伴う手数料を回避するデベロッパーも存在する。リーダーアプリを用いる事業者としては、例えばAmazon（Kindle）やNetflix が挙げられる<sup>5</sup>。

---

<sup>4</sup> 公正取引委員会「デジタル・プラットフォーマーの取引慣行等に関する実態調査報告書」（令和元年10月）75頁

<sup>5</sup> Netflix がアプリ上での販売を回避することでアップルへの支払いを免れる金額は、年間2億5600万ドルにもものぼると報じるものがある。<https://boingboing.net/2019/01/05/spotify-too.html>, (2022年1月5日)

図1 iPhoneのKindleアプリにおける購入制限



KindleアプリはAmazonが運営する電子書籍アプリである。図1の中段に記載されているとおり、Kindleアプリ上で電子書籍を購入することはできず、アプリ上から当該書籍を購入するページに直接遷移することもできない。しかしながら、Amazonで購入した書籍をiPhoneのKindleアプリで閲覧することは可能である。

なお、音楽配信事業等における市場規模は、それぞれ以下のとおりであるが、スマートフォンにおける市場規模との関係は必ずしも明らかではない。

音楽配信事業：783億円

電子書籍配信事業：4569億円

動画配信事業：3200億円

(4) 独占禁止法上問題となった行為

前記(3)のとおり、デベロッパーがアプリ内でデジタルコンテンツの販売等を行う場合、IAPを使用しなければならないこと、またアウトルックを行ってはならないことがガイドラインに定められている。この点、デジタルコンテンツ等はウェブサイト等アプリ以外の媒体でも配信され、消費者は当該コンテンツ等を配信するデベロッパーのウェブサイトなどを訪れて決済することができる。IAP以外の課金による販売方法という選択肢があることは、デジタルコンテンツなどの価格を引き下げる効果を持ち得、消費者の利益となりうる。にもかかわらず、アウトルックを禁止する行為は、IAP以外の課金による販売方法を十分に機能しなくさせたり、デベロッパーがIAP以外の課金による販売方法を用意することを断念させたりするおそれがあるとして、独占禁止法上問題があるとされた。

## 2 本被疑事件に関わる独占禁止法の概説

### 2.1 私的独占

(1) 趣旨

不当な人為的手段によって新規事業者の市場参入を妨げるなど競争者の事業活動を困難にしたり、他の事業者の事業活動を自己の意思に従わせたりすることにより、市場における競争機能が損なわれるとき、その行為を独占禁止法上規制する必要がある。

(2) 成立要件

「私的独占」とは、事業者が、単独に、又は他の事業者と結合し、若しくは通謀し、その他いかなる方法をもつてするかを問わず、他の事業者の事業活動を排除し、又は支配することにより、公共の利益に反して、一定の取引分野における競争を実質的に制限することをいう(2条5項)。

①行為主体が事業者であること

②他の事業者の事業活動を排除し、または支配すること

③一定の取引分野における競争を実質的に制限すること

④前記②と③に因果関係があること

⑤公共の利益に反していること

(3) 排除行為

他の事業者の事業活動の継続を困難にさせたり、新規参入者の事業開始を困難にさせたりする行為であって、一定の取引分野における競争を実質的に制限することにつ

ながら様々な行為をいう<sup>6</sup>。

(4) 排除行為の種類

ア コスト割れ供給

イ 排他的取引

ウ 抱き合わせ

エ 供給拒絶・差別的取り扱い

(5) 排他的取引

事業者が、相手方に対し、自己の競争者から商品の供給を受けないことを取引の条件としたとしても、競争者がその相手方に代わり得る取引先を容易に見いだすことができる場合には、競争者は、価格、品質等による競争に基づき市場での事業活動を継続して行うことができる。しかし、競争者がその相手方に代わり得る取引先を容易に見いだすことができない場合には、その事業活動を困難にさせ、競争に悪影響を及ぼす場合がある。このように、相手方に対し、自己の競争者との取引を禁止したり、制限することを取引の条件とする行為をいう。

(6) 考慮要素

①商品市場全体の状況（市場集中度、商品の特性、規模の経済、商品差別化の程度、流通経路等）

②行為者と競争者の市場における地位（商品のシェア、その順位、ブランド力、供給余力等）

③行為の期間と相手方の数・シェア

④行為の態様（取引の条件・内容、行為者の意図・目的等）

総合的に考慮

## 2. 2 不公正な取引方法

(1) 不公正な取引方法の行為類型

公正取引法 19 条は、「事業者は、不公正な取引方法を用いてはならない。」と定められている。

不公正な取引方法とは、

①取引拒絶型（取引拒絶、差別的取扱い）

②不当対価型（不当廉売、差別対価）

③拘束条件型（排他条件付取引、再販売価格拘束、拘束条件付取引）

④搾取濫用型（優越的地位の濫用）

⑤取引強制型（不当顧客誘引、抱き合わせ販売）

⑥取引妨害型（不当干渉、取引妨害、内部干渉）

---

<sup>6</sup> 排除型私的独占ガイドライン第2の1（1）

(2) 共通の成立要件

- ①主体要件（事業者性）
- ②行為要件
- ③公正競争阻害性

のすべての要件が充足されなければ、独占禁止違反とはならない。

(3) 拘束条件型

ア 相手方の事業活動を不当に拘束する条件をもって取引する行為

イ 趣旨

取引の対価や取引先の選択等は、取引の本質的内容をなすものとして、当該取引の当事者が経済効率を重視し自由な判断によって個別的に決定すべきものである（明治商事事件（最高裁判決昭和 50 年 7 月 11 日）。

相手方の事業活動を拘束する条件を付けて取引すること、とりわけ、事業者が自己の取引とは直接関係のない相手方と第三者との取引について、競争に直接影響を及ぼすような拘束を加えることは、相手方が良質廉価な商品・役務を提供するという形で行われるべき競争を人為的に防げる側面を有しているからである。」（資生堂東京販売時件（最高裁判決平成 10 年 12 月 18 日）。

ウ 判断基準

取引の形態や拘束の程度等に応じて公正な競争を阻害するおそれを判断し、それが公正な競争秩序に悪影響を及ぼすおそれがあると認められる場合に、はじめて相手方の事業活動を「不当に」拘束する条件を付けた取引に当たる（資生堂東京販売時件）。

エ 類型

a 再販売価格の拘束

b 排他条件付取引（一般指定 11 項）

c 拘束条件付取引（一般指定 12 項）

(4) 拘束条件付取引

ア 一般指定 12 項「相手方とその取引の相手方との取引その他相手方の事業活動を不当に拘束する条件をつけて、当該相手方と取引すること」

イ 要件

事業者が、

- ①相手方の事業活動を拘束することで、
- ②公正競争阻害性（「不当に」）が認められる

※拘束とは

「必ずしもその取引条件に従うことが契約上の義務として定められていることを要せず、それに従わない場合に経済上なんらかの不利益を伴うことにより現実とその実効性が確保されていれば足りる」（和光堂判決（最高裁判決昭和 50 年 7 月

10日)。

ウ 類型

a 販売地域の制限

b 販売先の制限

c 販売方法の制限

エ 販売方法の制限

広告・表示の方法、商品の説明販売、品質管理、商品の陳列場所等について、取引の相手方に制限を課すこと。

商品・役務の価格表示についての制限を行うことは、事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定するという事業活動において最も基本的な事項に關与する行為であるため、「再販売価格の拘束」に準じて取り扱われ、原則として違法となる<sup>7</sup>。

事件例)

①映画館の入場料を配給会社が定めていた 20 世紀フォックス事件（勧告審決平成 5 年 11 月 25 日）

②ジョンソン・エンド・ジョンソン事件（排除措置命令平成 22 年 12 月 1 日）

自社のコンタクトレンズの販売に関して、取引先小売業者に対して、広告において販売価格の表示をしないようにさせていた。

③松下エレクトロニクス事件（勧告審決平成 5 年 3 月 8 日）

グループ会社が製造した家電製品について、家電量販店に対し、参考価格を下回る価格での価格表示を行わせないようにしていた。

オ 公正競争阻害性

「価格維持効果が生じる場合」や「市場閉鎖効果が生じる場合」に公正競争阻害性が認められる。

①ジェイフォン事件（勧告審決平成 15 年 9 月 4 日）

店頭やチラシ広告において一般消費者に対する販売価格の目安として定めた参考価格等を表示するよう拘束していた。

②全国農業協同組合連合会事件（勧告審決平成 2 年 2 月 20 日）

青果用段ボール箱等の製造業者が定められた供給経路以外のルートを通じて販売しないようにさせていた。

③山口県経済連事件（勧告審決平成 9 年 8 月 6 日）

競争者が代替的な流通ルート確保することが困難となるおそれが問題。

※「価格維持効果が生じる場合」とは、行為の相手方とその競争者間の競争が妨げられ、行為の相手方がその意思で価格をある程度自由に左右し、商品の価格を

---

<sup>7</sup> 流通・取引慣行ガイドライン第 1 部第 2 の 6 (3)

維持または引き上げることができるような状態をもたらすおそれが生じる場合をいう<sup>8</sup>。「市場閉鎖効果が生じる場合」とは、新規参入者や既存の競争者にとって、代替的な取引先を容易に確保することができなくなり、事業活動に要する費用が引き上げられる、新規参入や新商品開発等の意欲が損なわれるといった、新規参入者や既存の競争者が排除されるまたはこれらの取引機会が減少するような状態をもたらすおそれが生じる場合をいう<sup>9</sup>。

考慮要素として、

- (ア) ブランド間競争の状況（市場集中度、商品特性、製品差別化の程度、流通経路、新規参入の難易性）
- (イ) ブランド内競争の状況（価格のバラツキの状況、当社商品を取り扱っている流通業者の業態等）
- (ウ) 行為者の市場における地位（市場シェア、順位、ブランド力等）
- (エ) 対象となる取引先事業者の数および市場における地位が総合的に考慮される。

### 3 デジタル・プラットフォームにおける競争政策上の問題

デジタル・プラットフォーム（App Storeはアプリケーションストアの一つとして<sup>10</sup>、これに属するといえる）については、典型的に以下のような特徴が指摘される。

#### (1) 両面市場性

一般に、プラットフォーム・ビジネスは、プラットフォームの下に企業や消費者という異なる複数の層が存在する両面市場（多面市場）である。両面市場とは、属性の異なるグループ間で取引を行い利益を得、かつその取引には必ず仲介者が存在する市場を指す。

図2 アプリケーションストア（アプリストア）における市場の関係<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> 流通・取引慣行ガイドライン第1部3(2)イ

<sup>9</sup> 流通・取引慣行ガイドライン第1部3(2)ア

<sup>10</sup> 公正取引委員会「デジタル・プラットフォームの取引慣行等に関する実態調査報告書」（令和元年10月）6頁

<sup>11</sup> 公正取引委員会「デジタル・プラットフォームの取引慣行等に関する実態調査報告書」（令和元年10月）19頁

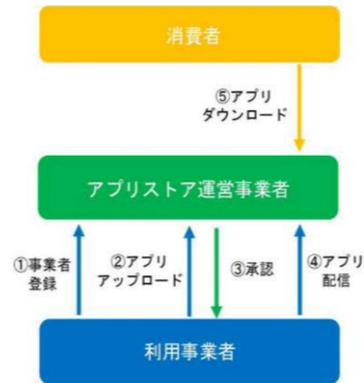
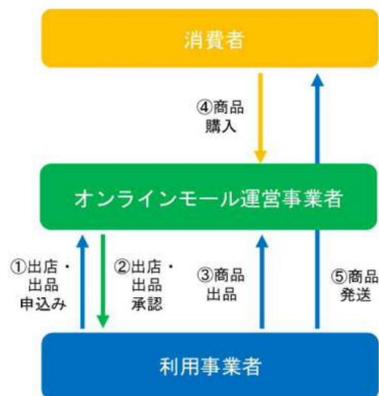


図2は、消費者（アプリストアのユーザ）、アプリストア運営事業者及びアプリストア利用事業者（デベロッパ）の関係を示している。アプリストアのユーザがデベロッパの開発したアプリを選定・利用するにあたり、アプリストア運営事業者の仲介が必ず伴うことになり、アプリストアは両面市場性を有している。

なお、アプリストアと同様のデジタル・プラットフォーマーとしてオンラインモール（Amazon、楽天等）運営事業者が挙げられることがあるが、図3に示すとおりその取引の様子は類似している。

図3 オンラインモールにおける市場の関係<sup>12</sup>



アプリストア市場・オンラインモール市場は、共通して、ユーザ・プラットフォーマー・プラットフォーム利用事業者の間で以下のような競争がある。

- ・ユーザがどのプラットフォーム利用事業者のサービスを利用するかという、利用事業者間の競争
- ・ユーザがどのプラットフォームを利用するかという、

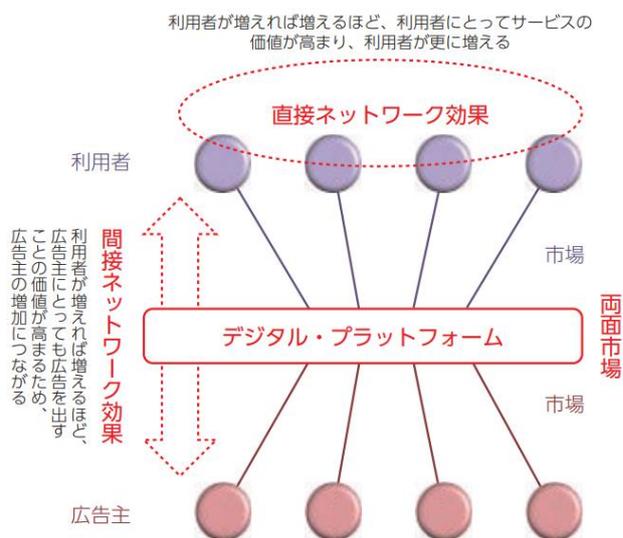
<sup>12</sup> 公正取引委員会「デジタル・プラットフォーマーの取引慣行等に関する実態調査報告書」（令和元年10月）16頁

- プラットフォーム間の競争
- ・利用事業者がどのプラットフォームを利用するかという、プラットフォーム間の競争

(2) 両面市場とネットワーク効果

両面市場においては、ネットワーク効果が働く。ネットワーク効果には、直接ネットワーク効果と間接ネットワーク効果がある。直接ネットワーク効果とは、同じネットワークに属する参加者が多ければ多いほど、それだけ参加者の効用が高まる効果である。また、間接ネットワーク効果とは、同じネットワークに属する参加者グループが複数存在し、一方のグループの参加者が増えれば増えるほど、他方のグループの参加者の効用も高まる効果である。

図4 直接ネットワーク効果と間接ネットワーク効果<sup>13</sup>



(出典) 各種公表資料より総務省作成

本件に照らすと、例えば家族・友人がiPhoneを使っているからiPhoneを選択する、という理由でiPhoneのシェアが拡大していくことが直接ネットワーク効果であり、iPhoneのユーザが増加することで、iPhoneのアプリの開発市場により多くのデベロッパが参入していくこと、さらにiPhoneのアプリの数が増えより便利になることでiPhoneユーザがいつそう増加することが間接ネットワーク効果として考えられるだろう。

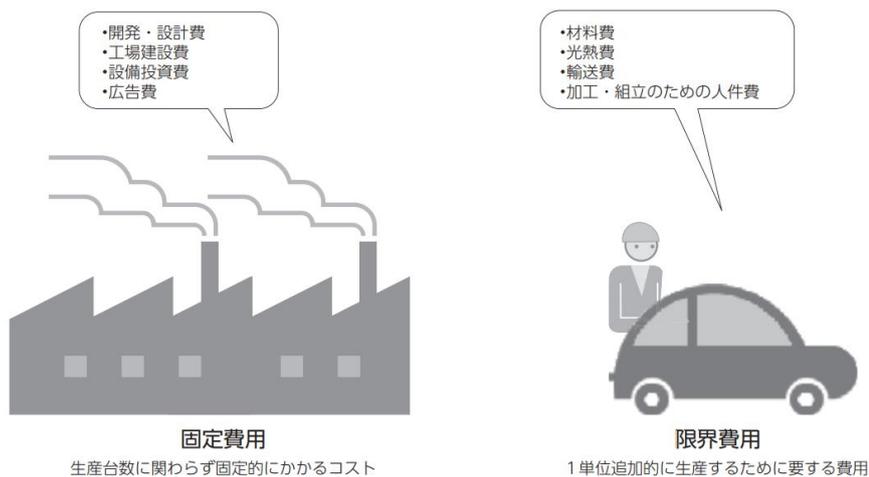
<sup>13</sup> 総務省「令和元年版 情報通信白書」(2019年7月) 71頁

(3) 低い限界費用と規模の経済性

デジタル・プラットフォームでは、情報通信技術やデータを用いた取引の場であるため、サービスの提供にかかる限界費用が低いといわれる。

限界費用とは、ある財・サービスを一単位増やすために要する費用のことを指す。

図5 限界費用の例<sup>14</sup>



(出典) 各種公表資料より総務省作成

デジタル・プラットフォーム上において提供されるアプリ・コンテンツは、デジタルデータであるために追加的費用がほぼゼロで複製することができるとともに、通信技術の発展により伝達・提供するための追加的費用もほぼかからないことから、限界費用が低い。したがって、ネットワークの規模を効率的に拡大していくことができる。

(4) 集中化・スイッチングコスト・ロックイン

デジタル・プラットフォームは限界費用が低く規模の経済性が強く働くために、特定のデジタル・プラットフォームへの集中が生じやすく、独占・寡占にいたることがあるといわれている。

また、データの集積・利活用が更なるサービスの拡充をもたらすことから、デジタル・プラットフォームの参加者には高いスイッチングコストが生じ、ロックイン効果が働くことがある。スイッチングコストとは、ある製品・サービスからほかの代替的な製品・サービスに乗り換える際に発生する金銭的・手続き的・心理的負担のことをいう。iPhoneの例では、端末自体に記録されている写真や連絡先などの情報をAndroid OSのスマートフォンに移行することは必ずしも容易ではない。また、Apple ID というIDに紐づけて各種サブスクリプション・サービスの支払いを行っていた

<sup>14</sup> 総務省「令和元年版 情報通信白書」(2019年7月) 129頁

り、アプリやwebサイトの会員IDとパスワードをiPhone・Apple IDに記録させていたりするような場合には、とくに移行への障壁があるといえよう。

上記のようなネットワーク効果・規模の経済性等が働くことを通じて、データがデジタル・プラットフォームに集中することにより、参加者の効用が増加していく一方、デジタル・プラットフォーム間におけるスイッチングコストは増加しやすくなる。

#### (5) デジタル・プラットフォームにおける他の事例

(ア) Amazonによる「価格等の同等性条件」及び「品揃えの同等性条件」の設定が問題となった事例<sup>15</sup>

アマゾンジャパン合同会社がAmazonマーケットプレイスの出品者との間の出品関連契約において設定していた以下の条件が、不公正な取引方法のうち拘束条件付き取引に違反するという疑いがあった事例。

##### ①価格等の同等性条件：

出品者がAmazonマーケットプレイスに出品する商品の販売価格および販売条件について、購入者にとって、出品者が他の販売経路で販売する同一商品の販売価格及び販売条件のうち最も有利なものと同等又はそれより良いものとする条件

##### ②品揃えの同等性条件：

出品者が他の販売経路で販売する全商品について、色やサイズ等の全バリエーションにわたり、Amazonマーケットプレイスに出品する条件

公取委の調査によれば、アマゾンジャパン合同会社は、①・②の条件の遵守状況について調査を行うことがあり、調査の結果遵守がされていないことが確認されたときには、①について出品者に対し当該義務の説明を行ったり、②について出品者に対し品揃えの拡大を求めたりすることがあると認められた。

公取委によれば、①・②の条件により以下のような競争への影響が懸念される。

- 他の販路で商品の価格引き下げ・品揃え拡大といった出品者の事業活動を制限する
- 競争上の努力を要することなく、Amazonマーケットプレイスにおいて最も安価・最も品揃えのよい状態となり、オンラインモール間の競争をゆがめる
- 他のオンラインモールの運営事業者による手数料引下げが出品者の商品の価

---

<sup>15</sup> アマゾンジャパン合同会社に対する独占禁止法違反被疑事件の処理について(平成 29 年 6 月 1 日) <https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/h29/jun/170601.html>

格引下げ・品揃え拡大につながらなくなるなど、他のオンラインモールの運営事業者のイノベーションや新規参入を阻害する効果がありうる

アマゾンジャパン合同会社は、審査の過程において①・②の条件を破棄することとした。

(イ) 楽天による送料無料化施策が問題となった事例<sup>16</sup>

楽天株式会社が、楽天市場において1回の合計の注文金額が税込み3,980円以上（沖縄・離島宛ては9,800円以上）の場合には「送料無料」と表示させたうえで出店者が送料を負担することとなる施策を実施しようとしたことに対し、不公正な取引方法のうち優越的地位の濫用（※）に該当するとして公取委が当該行為の緊急停止命令の申立てを東京地裁に行った事例。

※独占禁止法第2条第9項第5号：

自己の取引上の地位が相手方に優越していることを利用して、正常な商慣習に照らして不当に、次のいずれかに該当する行為をすること。

ハ 取引の相手方からの取引に係る商品の受領を拒み、取引の相手方から取引に係る商品を受領した後当該商品を当該取引の相手方に引き取らせ、取引の相手方に対して取引の対価の支払を遅らせ、若しくはその額を減じ、その他取引の相手方に不利益となるように取引の条件を設定し、若しくは変更し、又は取引を実施すること

上記申立てを受け、楽天は上記施策への参加を出店者が自らの判断で選択できるようにすること等を公表したため、公取委は申立てを取り下げた<sup>17</sup>。

(6) 『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』の制定（別紙参照）

デジタル・プラットフォームにおける取引の透明性と公正性の向上を図るための法律が制定された。これは、デジタル・プラットフォーム提供者に対し、取引条件等の情報の開示、運営における公平性確保、運営状況の報告を義務付けるものであり、経産省は評価・評価結果の公表等の必要な措置を講じるものである。

規制の対象となるデジタル・プラットフォーム提供者は、現時点において以下の事

---

<sup>16</sup> 楽天株式会社に対する緊急停止命令の申立てについて（令和2年2月28日）  
<https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2020/feb/200228.html>

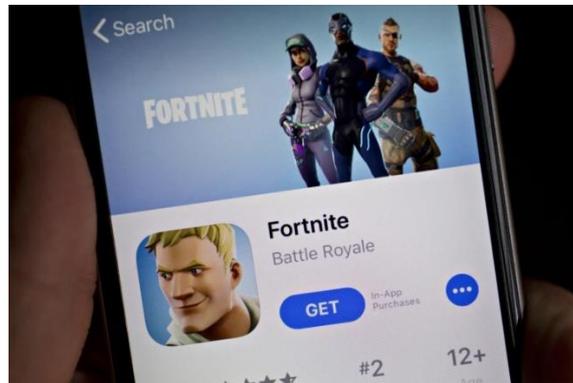
<sup>17</sup> 楽天株式会社に対する緊急停止命令の申立ての取下げについて（令和2年3月10日）  
<https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2020/mar/200310.html>

業者である。（括弧内は提供するサービス）

アマゾンジャパン合同会社	(Amazon.co.jp)
楽天グループ株式会社	(楽天市場)
ヤフー株式会社	(Yahoo!ショッピング)
Apple Inc. 及びiTunes株式会社	(App Store)
Google LLC	(Google Playストア)

#### 4 関連紛争

Epic Games (エピックゲームズ) 対 Apple (アップル)



カリフォルニア州で行われている Epic Games 対 Apple の訴訟において、米国時間 9 月 10 日朝、判事がサードパーティによる支払いに関して「Fortnite」のメーカーに味方する判決を下した。事実上、判事は Apple が開発者に対して、Apple は App Store ベースの収益化以外の代替決済のリンクを追加することを禁止することはできないという判決を下している。

しかし「独占」とみなされなかったという意味では、Apple の勝利だ。Yvonne Gonzalez Rogers (イボンヌ・ゴンザレス・ロジャース) 連邦地裁判事は、モバイルゲームのデジタル取引において、Apple は独占していないと述べている。

「法廷は、Apple が 55%以上というかなりの市場シェアと非常に高い利益率を享受していることを認めているが、これらの要素だけでは反トラスト行為であると示すことはできない。成功は違法ではない」とロジャース氏は述べている。Apple の広報担当者は「本日、裁判所は App Store が独占禁止法に違反していないという、我々がずっと知っていたことを確認した」と述べている。「裁判所が認めたように『成功は違法ではない』のです。Apple は、事業を展開するすべての分野で厳しい競争に直面していますが、お客様や開発者が Apple を選ぶのは、Apple の製品とサービスが世界で最も優れているからだと思っています。私たちは引き続き、App Store が安全で信頼できる市場であり、繁栄する開発者コミュニティと 210 万人以上の米国内の雇用を支え、ルールが誰にでも平等に適用されるよう尽力していきます」という。

TechCrunch Japan

2021 年 9 月 11 日 by [Brian Heater \(@bheater\)](#), [Sarah Perez](#), [katsuyukiyasui](#)

<https://jp.techcrunch.com/2021/09/11/2021-09-10-apple-prohibited-from-blocking-outside-payment-in-epic-ruling/>