

令和３年度デジタル取引環境整備事業（ＥＣモールを利用
する出店者・出品者向け相談窓口の設置等を通じた課題
収集・整理に関する事業）
実績報告書

令和４年３月
公益社団法人 日本通信販売協会

I. 事業の目的

情報通信技術やデータを活用して第三者に「場」を提供するいわゆる「デジタルプラットフォーム」は、経済社会にとって不可欠な存在となりつつある。デジタルプラットフォーム事業者は、革新的なビジネスを生み出すイノベーションの担い手であり、中小企業やベンチャー企業等による国内外の市場へのアクセスの可能性を飛躍的に高め、消費者の便益を向上させるなど、国民生活及び国民経済にも多くのメリットをもたらしている。

他方、デジタルプラットフォームの市場においては、ネットワーク効果や規模の経済性等を通じて独占化・寡占化が進みやすいとされ、一部の市場では、規約の変更や取引拒絶の理由が示されないなど、取引の透明性が低いことや、取引先事業者の合理的な要請に対応する手続・体制が不十分であることといった懸念が指摘されている。

こうした状況に対応するため、令和3年2月には「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」が施行されたところである。デジタルプラットフォームの市場は多種多様に存在するところ、それぞれの市場において、利用する主体や取り扱われる商品等をはじめ、市場構造や特性等が全く異なる。こうした背景を踏まえ、同法及び関連法令では、当面の規律の対象として、具体的な取引上の懸念がみられる大規模な総合物販オンラインモール（ECモール）とアプリストアをその規律の対象として定めている。政府として同法を適切に執行し、かつ、変化の激しいデジタル市場の諸問題について適時に把握し、政策を検討する必要性は高まっている。

本事業の目的は、同法の規律の対象とされるデジタルプラットフォーム市場のうち、ECモールを利用する出店者・出品者からデジタルプラットフォーム提供者との間の取引上の課題等の相談を受け付ける窓口を設定し、当該相談に適切に対応することに加え、共通的な課題を集約して関係者間での適時共有等を行い、変化の激しいデジタル市場の諸問題について適時に把握することである。なお、本事業で想定される「ECモール」とは、同法第2条第1項に規定するデジタルプラットフォームであって、事業者である出店者・出品者が、消費者に対して、日用品等の多様な商品等を提供することを可能とする目的で構築されたオンライン上の場を意味するものである。

Ⅱ. 事業内容及び実施方法

1. 取引先事業者からの相談対応及び相互理解の促進支援

(1) ECモールを利用する取引先事業者が抱える取引上の悩み相談への対応

ECモールを利用する取引先事業者からの取引に関連した相談全般を取扱い、WEBサイト上のフォーム、メール、電話、面談等により相談者の悩み事を親身になって聞き、適切な助言等を常時行える相談窓口を設置した。取り扱う相談は、透明化法及び独禁法に関するもののほか、ECモールにおける取引に関する相談も幅広く受け付けた。

なお、当該相談については、全て無料で受け付けており、相談者の希望や必要性に応じて弁護士も紹介できる体制を整えた。また、設置した相談窓口の名称、連絡先及び相談対応実施日時は以下のとおりである。

<相談窓口概要>

名称 : デジタルプラットフォーム取引相談窓口
対応日時 : 平日 9 時～12 時、13 時～17 時
※土日・祝日・年末年始（12 月 29 日から翌年の 1 月 3 日まで）等を除く。
電話番号 : 0120-088-004
FAX : 03-5962-3907
メールアドレス : info@online-mall.meti.go.jp
HP : <https://www.online-mall.meti.go.jp/>

<相談窓口HP>



デジタルプラットフォーム運営事業者とデジタルプラットフォームの利用事業者間の取引の透明性と公正性確保のために必要な措置を講ずる「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」に関連した取組として、デジタルプラットフォームを利用する事業者の相談に応じ、解決に向けた支援を行うための相談窓口を設置しました。

デジタルプラットフォーム取引相談窓口とは

取引透明化法の実効的な運用を図るための取組の一つとして、デジタルプラットフォームを利用する事業者

また、相談窓口運営の基本原則として、法律で定められた特定プラットフォーム事業者に出店する事業者の相談だけでなく、EC モールに出店する事業者の相談の悩み事を親身になって聞くこととした。

さらに、EC モールに出店する事業者向けにデジタルプラットフォーム取引透明化法や本相談窓口の周知を図ることを目的として、セミナーを複数回開催した。

<開催したセミナー>

- ・令和3年5月21日 「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」に関するオンライン説明会 参加人数 約160名
※EC モール運営者とも協力し、各 EC モールへの出店に当たって理解すべき事項等についても解説された。
- ・令和3年7月28日 オンラインモール活用セミナー～アマゾン編～
参加人数 78名
- ・令和3年11月26日 オンラインモール活用セミナー～Yahoo! ショッピング編～ 参加人数 12名
- ・令和3年12月9日 オンラインモール活用セミナー～楽天市場編～ 参加人数 15名

(2) 取引先事業者とデジタルプラットフォーム事業者の間の相互理解の促進支援

取引先事業者とデジタルプラットフォーム事業者の間の相互理解の促進支援を目的として、EC モール事業者との情報交換及び相談内容に基づいた EC モール運営者との協議を実施した。

EC モール事業者との情報交換では、多数の取引先事業者が関わる課題等につき、取引先事業者からの相談内容を集約して EC モール運営者に伝えるなどして、取引先事業者と EC モール運営者との間の相互理解の促進を支援した。また、相談内容に基づいた EC モール運営者との協議では、相談対応者だけで対応できない相談に関して、EC モールに直接、問い合わせを行い、解決方法について協議した。

なお、取引先事業者から情報提供や相談を受け付けるにあたり、情報の取り扱いを以下のとおり定め、当該取り扱い方法を相談窓口 HP において公表した。

＜ご相談情報の取り扱いに関して＞

相談窓口としては、相談者の方々に安心して相談してもらえるような体制を整備することが極めて重要だと考えております。その観点から、相談窓口に寄せられた相談情報に関しては、相談者の利益が害されないよう、細心の注意を払いながら取り扱っています。

具体的には、

- 相談の受付時に、相談者の承諾を得ない限り経済産業省以外の第三者に情報を共有することはない旨を予め説明した上で、
- 相談対応を行う中で、課題解決にあたって必要と判断される場合において、相談内容や相談者に係る情報を、対象となる特定デジタルプラットフォーム提供者に伝えて良いか、匿名化した形で伝えても良いか、といった点を常に確認するよう、相談対応マニュアルを整備しています。
- その上で、相談者情報の特定デジタルプラットフォーム提供者への提供可否にかかる確認結果や特定デジタルプラットフォーム提供者への照会内容については、経済産業省にも報告する運用としています。
- また、こうした方針を徹底すべく、相談員に対する研修等も取引相談窓口内で定期的に実施しています。
- さらに、相談窓口事業を受託している公益社団法人日本通信販売協会においては、相談窓口事業と、その他の事業とは、物理的・システムの分離した上で、専門の相談員を配置し、相談者から提供された情報が外部に漏れぬよう、相談室内部で厳重に管理することとしています。

すなわち、相談内容に応じて、特定デジタルプラットフォーム提供者への照会を行うこともあります。が、相談の解決や事実関係の把握のために特に必要な場合に限って行うこととしています。また、照会するにあたっては、相談者の了解を事前に得た上で行うなど、相談者の方々に配慮した運用としております。

（３）相談対応の質の向上のための研修制度の充実

相談対応者のスキルアップ等を目的とした勉強会(独禁法、EC モールセミナー等)を開催した。また、円滑かつ的確に相談者からの相談に対応するため、相談対応者向けのマニュアルを作成した。

<勉強会概要>

令和3年12月21日 独占禁止法セミナー（基礎編）参加人数6名

令和4年2月24日 ECモールセミナー 参加人数6名

<相談対応者向けマニュアルの目次>

1. デジタルプラットフォーム取引相談窓口（DPCD）とは
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関する法律の概要
3. デジタルプラットフォーム取引相談窓口の役割
4. プラットフォームを利用する商品提供者からの取引相談
5. プラットフォーム事業者と商品提供者の相互理解促進
6. ヒアリングを通じた市場の課題収集
7. 説明会・相談会の実施
8. DPF法、相談窓口の広報・周知活動
9. 国内及び海外の関係団体とのネットワークの構築
10. ADRによるプラットフォーム事業者と商品等提供者間の問題解決
11. 相談内容・ヒアリング結果の記録、分析、報告
12. 週次報告書の作成
13. 月次報告書の作成
14. 週次・月次報告書の送付先

2. ヒアリング等を通じた市場における課題収集

(1) ヒアリング項目

デジタルプラットフォーム取引透明化法に添ってヒアリング項目を作成した。

<ヒアリング項目>

- ・取引の全部拒絶に関する事項
- ・取引の一部拒絶に関する事項
- ・検索順位・ランキング等に関する事項、等

(2) ヒアリングリスト

ヒアリングは、当相談窓口にご相談を寄せた方、当相談窓口が実施したアンケートに回答した方の中から希望する方へ実施した。

(3) 課題抽出

ヒアリングを通じて、EC モール側の規約の変更への対応や、EC モール側とのコミュニケーションの困難さなどについて、取引先事業者の生の声を拾うことができた。

また、日々の相談対応やヒアリング等を通じて、EC モールによるポリシー変更等の日々の取引の動向や取引上の課題を抽出した。本相談窓口により抽出された課題等をもとに、デジタルプラットフォームの透明性・公正性に関するモニタリング会合（第 2 回）において経済産業省により、以下の資料が公表されている。

オンラインモール利用事業者の声①

- 透明化法の運用開始以降に寄せられたオンラインモール利用事業者の声^注は以下のとおり。規約等の誤解や認識不足に基づく不満が含まれ得る点に留意する必要がある。

注 2021年4月以降に相談窓口等に寄せられた利用事業者の声をもとに、比較的多く寄せられた内容や多くの利用事業者に影響し得る内容を整理したもの。

1. 返品関係

- ここ最近、お客様都合の返品や悪質な返品に対して、オンラインモール運営事業者がすぐに補てんしてくれた。
- オンラインモール運営事業者が返品ルールや返品受入れを決定しており、出店者に負担が生じている。
 - ・ 購入者が返品を要請した場合、ルール上は返品理由により出品者の負担（返金割合・配送料）が決まることになっているが、オンラインモール運営事業者は、その他の事実関係の確認をせず、購入者のクレームのみに基づき返品受け入れを判断するため、不満がある。
 - ・ オンラインモール運営事業者が提供するオプションサービスを利用していると、当該サービスの対象商品については無条件返品期間を通常の30日から90日に延長するキャンペーンに従わざるを得ず、不満がある。
 - ・ 購入者が購入した商品を安価なものにすり替えて返品するケースがある。このような場合に返品を受け入れると判断したオンラインモール運営事業者から受けられる補償が不十分であると感じる。

2. 規約・ガイドライン等の運用

- オンラインモール内では公平に扱われていると思える。他店舗に比べ優劣のつく扱いを受けたことはない。
- オンラインモールのルールに違反した出店者に対する制裁が等しく行われておらず、恣意的であると感じる。
- オンラインモール運営事業者の関係店舗のルール違反には制裁が行われず不公平だと感じる。

オンラインモール利用事業者の声②

- 透明化法の運用開始以降に寄せられたオンラインモール利用事業者の声^注は以下のとおり。規約等の誤解や認識不足に基づく不満が含まれ得る点に留意する必要がある。

注 2021年4月以降に相談窓口等に寄せられた利用事業者の声をもとに、比較的多く寄せられた内容や多くの利用事業者に影響し得る内容を整理したもの。

3. アカウント停止関係

- 規約をよく理解しておらず違反が累積してアカウント停止になったが、担当部門に違反内容を確認して再発防止策を2週間ほど交渉した結果、アカウント停止は解除され売上の支払も正常になった。
- アカウント停止の理由についてオンラインモール運営事業者から十分な説明を受けられず、対応に困った。
 - ・ ポリシー違反の商品を出品していると指摘され、30日前の通知なくアカウントを停止され、売上金を留保された。身に覚えがなかったので問い合わせたが、オンラインモール運営事業者からは定型文のメール返信が繰り返されるのみで、中味のある回答は得られなかった。その後、何故か突然アカウントが復活した。結局、何が問題とされたのかは分からないまま損失を被った。
 - ・ 「ポリシー違反を行ったアカウントとの関連性が認められた」と指摘され、30日前の通知なくアカウントを停止され、売上金を留保された。通知されたアカウントは見知らぬものであり、関連性がないことをどのように証明すればよいのか分からなかった。そこで、どのような理由で関連性を認めたのかオンラインモール運営事業者に尋ねたが、回答してもらえなかった。

4. 苦情処理・相談体制

- 出品していた商品が削除されたが、カスタマーセンターに理由等を確認できたため、円滑に再出品できた。
- 問合せに対する回答が定型文で問題が解決しない。
- オンラインモール運営事業者が質問に回答せずこちらの主張をきちんと聞いてくれない。
- 担当者とは日本語できちんとコミュニケーションができないことがある。

8

オンラインモール利用事業者の声③

- 透明化法の運用開始以降に寄せられたオンラインモール利用事業者の声^注は以下のとおり。規約等の誤解や認識不足に基づく不満が含まれ得る点に留意する必要がある。

注 2021年4月以降に相談窓口等に寄せられた利用事業者の声をもとに、比較的多く寄せられた内容や多くの利用事業者に影響し得る内容を整理したもの。

5. 商品の検索順位

- あるオンラインモールは、数年前から検索順位を決める基準をオープンにしている。
- 商品の検索順位を決定する仕組みが不明瞭・恣意的・不公平だと感じる。
 - ・ オンラインモールで商品が検索結果の上位に表示される基準が分かりにくい。
 - ・ オンラインモール上で商品を検索すると、オンラインモール運営事業者の販売商品がずらりと並んでいるという感否めず、不公平に感じる。
 - ・ 検索結果が1ページ目に表示されていた商品が、ある日突然5ページや7ページに表示されたり、表示されなくなったりする問題が多数発生した。表示結果が人為的に操作されているのではないかと感じる。

6. オンラインモール運営事業者によるデータ利用

- オンラインモール運営事業者がデータをノウハウとして他店に流用しているような印象を持ったことはない。
- オンラインモール運営事業者が自身の販売活動にモール上で得た他の出店者データを利用していると感じる。
 - ・ オンラインモール運営事業者が人気商品の類似品を自社で開発して直接販売している。商品を検索すると（従前の人気商品よりも）上位に当該類似品が表示される。
 - ・ オンラインモール運営事業者に仕入先の情報を提供しなければならない。オンラインモール運営事業者が、売れ筋商品の仕入先に直接営業し、直接販売するよう声をかけているように感じる。

※ その他、「オンラインモールに集客力があるので、自社ブランドの認知度が低くても、店舗を目にもらえることができる」「規約等の変更について、最近では十分な期間をもって分かりやすく通知されているように思う。透明化法ができたおかげで3社とも丁寧に対応してくれているように感じる」との声も寄せられている。

9

3. 国内及び海外の関係団体とのネットワークの構築及び情報収集

(1) 国内／海外の取引先事業者の関係団体との連携

国内及び海外の取引先事業者の関係団体とのネットワークを構築し、情報交換を行い、相談窓口対応や市場における課題の抽出の観点等から有益な情報を収集した。

独立行政法人中小企業基盤整備機構及び公益財団法人全国中小企業振興機関協会の主催する中小事業社等向けの各種説明会において、当相談窓口の説明を行うことにより、本事業の効率的な周知を図った。

(2) 国内／海外における関連ニュース収集／課題抽出

関係団体と直接情報交換したほか、新聞や雑誌等から広く情報を収集した。

(3) 関係団体との意見交換等

複数の国内及び海外の団体と意見交換を行った。特に海外団体との意見交換では、海外の EC モールの問題点と日本のそれが同様であることを理解できたとともに、当該海外団体との継続した連携に向けた関係を構築することができた。

<海外団体意見交換>

令和3年12月21日 SMEUniteed

令和3年12月23日 Australian Small Business and Family

4. 相談内容の記録、分析及び報告等

(1) 相談記録

相談内容を効果的に活用するため、相談記録をデータベース化し、経済産業省に提供した。

<集計項目>

- ・取引の全部拒絶に関する事項
- ・取引の一部拒絶に関する事項
- ・検索順位・ランキング等に関する事項、等

(2) 事例集の作成

内容の整理、傾向の分析及び検証並びに事例集の作成を行った。

(3) 相談窓口の利用者満足度についてのアンケート調査

同意をいただいた相談者に対して、相談窓口の満足度アンケートを実施した。

5. 情報提供等

(1) パンフレット

相談窓口の取組状況や活動等の情報提供を行うことで、本相談窓口への相談が必要な取引先事業者にも周知を行った。

情報提供活動の一環として、相談窓口のパンフレットを以下のとおり 25,000部作成し、事業者向けアンケートに同封して送付した。

＜配布したパンフレット＞



(2) 広告

EC モール出店者が閲覧していると思われる全国紙や専門誌、業界紙、およびインターネット媒体に、広告を掲載した。掲載した広告は、以下の通り。

<広告概要>

- ・日本経済新聞 令和4年1月27日朝刊 全5段モノクロ
- ・日本経済新聞 令和4年2月7日朝刊 全5段モノクロ
- ・日本経済新聞 令和4年2月10日朝刊 全5段モノクロ
- ・日本経済新聞 令和4年2月18日朝刊 全5段モノクロ
- ・日本経済新聞 令和4年2月21日朝刊 全5段モノクロ
- ・日本経済新聞 令和4年2月25日朝刊 全5段モノクロ
- ・日経 MJ 令和3年12月3日 全5段モノクロ
- ・日経 MJ 令和4年1月26日 全15段カラー
- ・日経 MJ 令和4年2月16日 全5段モノクロ
- ・日経 MJ 令和4年3月2日 全5段モノクロ
- ・織研新聞 令和4年1月26日 全5段カラー
- ・織研新聞 令和4年2月17日 全5段モノクロ
- ・月刊ネット販売2月号 令和4年1月25日発行 A4モノクロ
- ・月刊ネット販売3月号 令和4年2月25日発行 A4モノクロ
- ・月刊ネット販売4月号 令和4年3月25日発行 A4モノクロ
- ・ネット経済新聞 令和4年2月10日 全3段カラー
- ・ネット経済新聞 令和4年3月17日 全3段カラー
- ・ネット経済新聞 令和4年2月10日から令和4年3月15日 バナー
- ・ネットショップ担当者フォーラム 令和4年2月28日 ネット記事
- ・ネットショップ担当者フォーラム 令和4年3月18日 号外メール
- ・ネットショップ担当者フォーラム 令和4年3月18日 メールマガジン広告
- ・ネットショップ担当者フォーラム 令和4年3月1日から令和4年3月31日 バナー

<全 5 段広告データ>



DPCD デジタルプラットフォーム

取引相談窓口 (オンラインモール)

Digital Platform Consultation Desk
for shop owners on online shopping mall

デジタルプラットフォーム運営事業者とデジタルプラットフォームの利用事業者間の取引の透明性及び公正性確保のために必要な措置を講ずる「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」に関連した取組として、デジタルプラットフォームを利用する事業者の相談に応じ、解決に向けた支援を行うための相談窓口を設置しています。

デジタルプラットフォームを利用する出店事業者の皆様が取引上の課題等に関する悩みや相談に、専門の相談員が無料で応じ、アドバイスいたしますので、お気軽にご相談ください。

提供された情報はデジタルプラットフォーム取引相談窓口で厳密に管理します。また、提供された情報については、相談者の後援を伴ない限り、経済産業省以外の第三者に提供口から転送することはありません。経済産業省で管理された情報は、国の法制度や今後の政策立案のために利用されます。なお、個人情報の取扱いに関しては、経済産業省の個人情報保護方針に準拠し、厳格な取扱いを行うとともに、利用目的のみに使用します。

主な支援内容

- デジタルプラットフォーム提供者への質問・相談方法に関するアドバイス (過去事例も踏まえた対応)
- 弁護士の情報提供・費用補助
- 複数の相談者に共通する課題を抽出し、解決に向けて検討
- デジタルプラットフォーム提供者との相互理解の促進支援
- 利用事業者向け説明会・法律相談会の実施 など

DPCD (オンラインモール利用事業者向け) は経済産業省からの委託を受けてJADMAが運営しています

こんな相談が寄せられています

- ◆ 利用規約の一方的な変更によって手数料が引き上げられた。
- ◆ 利用規約の変更を拒否したら、サービスの利用が制限された。
- ◆ 返品を受け入れないという理由で、デジタルプラットフォームを運営する事業者やその関連会社が侵害されている。
- ◆ デジタルプラットフォームを運営する事業者が出品・出店者の取引データを活用し、出品・出店者が販売する商品と同様の商品を安値で後進的に販売した。
- ◆ 他のデジタルプラットフォームと商品の販売価格を同等または安値にするよう要請された。
- ◆ アカウントを停止され困っている。理由を聞いても定型文しか返ってこない。

下記へアクセスし、フォームからご相談ください。

<https://www.online-mall.meti.go.jp>

※ 電話相談は公益社団法人日本通信販売協会 JADMA へ

☎ 0120-088-004 (平日9時～12時、13時～17時)

「日本通信販売協会 (JADMA) とは」
特定商取引法の施行により、平成 27 年 4 月 1 日より公益社団法人として (1983 年設立)、「誠しく取引し、真
実な情報を提供し、消費者の利益を促進し、事業者の利益を保護するために、アフィリエイトの推進、広告掲載の公正化、
消費者相談窓口の相談と対応、消費者相談や、事業者の消費者窓口などと協力して取り組んでいます。