

令和４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）

事業報告書

令和５年３月

公益社団法人 日本通信販売協会

1. 事業の目的.....	1
2. 事業内容及び実施方法.....	2
I. 取引先事業者からの相談対応及び相互理解の促進支援	2
(1) オンライン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	2
(1)- 1 相談窓口の設置状況	2
(1)- 2 相談窓口運営の基本原則.....	3
(1)- 3 弁護士相談	4
(2) 取引先事業者とオンラインモール運営者の間の相互理解の促進支援	6
(2)- 1 セミナーの実施（オンラインモール事業者からの説明）	6
(2)- 2 相談内容に基づいたオンラインモール運営者との協議	8
(3) 相談対応の質の向上のための研修制度の充実.....	9
(3)- 1 相談員研修の実施.....	9
(3)- 2 マニュアルの作成.....	11
(3)- 3 オンラインモール利用規約一覧.....	11
II. ヒアリング等を通じた市場における課題収集	13
(1) ヒアリング項目	13
(2) ヒアリングリスト	14
(3) ヒアリングサマリー	14
(4) 課題抽出	14
III. 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	15
(1) 国内／海外の取引先事業者の関係団体概要	15
(2) 国内／海外における関連ニュース収集.....	16
(3) 関係団体との意見交換等.....	17
IV. 相談内容の記録、分析及び報告等.....	17
(1) 相談記録	17
(2) 事例集の作成	17
(3) 相談窓口の利用者満足度についてのアンケート調査.....	18
V. 情報提供等.....	19
(1) パンフレット	19
(2) DM	20
(3) 広告	21
3. その他資料.....	21

1. 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「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「透明化法」という。）」が施行された。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、規律の対象として令和3年4月には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）とアプリストアを指定し、令和4年10月にはデジタル広告を追加した。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。

2. 事業内容及び実施方法

Ⅰ. 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) オンライン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

(1)- 1 相談窓口の設置状況

E Cモールを利用する出店者・出品者である取引先事業者（以下、単に「取引先事業者」という。）からの取引に関連した相談全般（他の支援機関から転送されたものも含む。）を取り扱い、W e b 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無料の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、E Cモールにおける取引に関する相談は広く受け付けた。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下記のとおりである。

<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

F A X : 03-5962-3907

メールアドレス : info@online-mall.meti.go.jp

H P : <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（出店者・出品者）が抱える取引上の悩み相談への対応を行う。

(1)- 2 相談窓口運営の基本原則

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、情報の取り扱いを下記のとおり定め、取り扱い方法を相談窓口 HP (<https://www.onlinemall.meti.go.jp/handling/>) 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り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。

(1)- 3 弁護士相談

相談窓口には、E Cモールにおける取引に精通した相談対応者を配置した。また、E Cモールにおける取引及び独禁法等の法律に精通した弁護士と契約を交わし、必要に応じて相談者又は相談対応者が弁護士による情報提供をうけた。弁護士費用については経産省で負担した。弁護士相談にあたった弁護士は以下の 3 名である

・岡本健太弁護士（光和総合法律事務所）

岡本弁護士の専門はデジタルプラットフォームビジネスに関連する競争法及び企業法務である。総務省へ出向し、透明化法の前身である「デジタル・プラットフォーマーを巡る取引環境整備に関する検討会」の運営に携わった後、総務省、経産省、公取委、デジタル市場競争本部事務局を併任し、デジタルプラットフォーム取引透明化法の法案作成業務に携わった経験がある。

・染谷隆明弁護士（池田・染谷法律事務所）

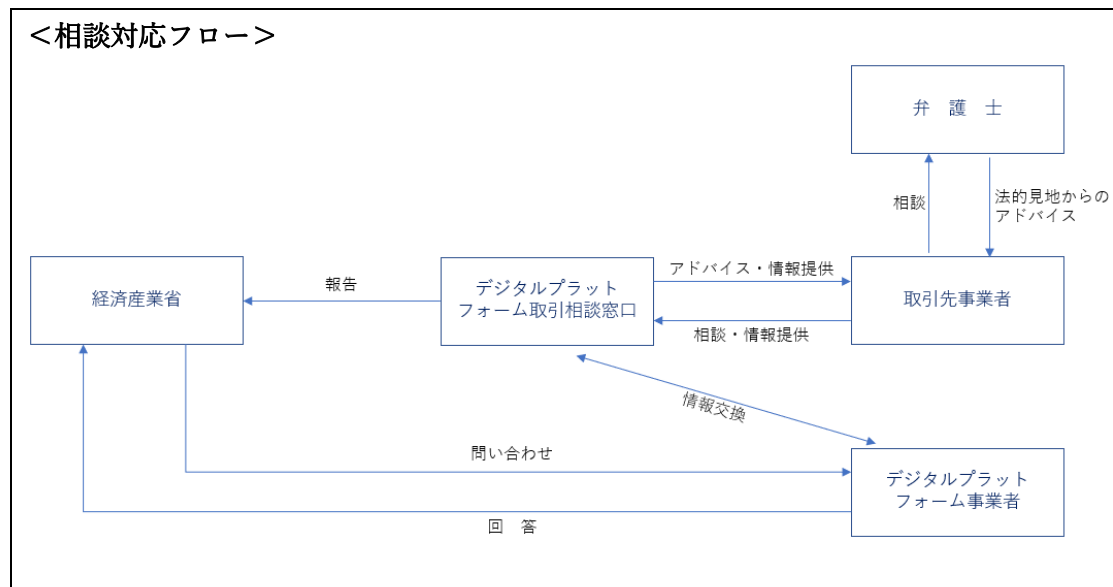
染谷弁護士は、消費者庁・表示対策課に勤務した経験を持ち、景品表示法に課徴金制度を導入する改正法や、課徴金制度のガイドライン等の立案を担当するなど、消費者行政実務について深い知見を有している。また、大手 IT 企業内弁護士を経験してきたことにより、EC モールにおける取引に関しても精通している。

・高橋善樹弁護士（太樹法律事務所）

高橋弁護士の専門は流通における独占禁止法分野であり、約 30 年間弁護士業に携わってきた。また、取引に関する法律にも精通し、これまで、経済産業省、中小企業庁内に設置された委員会の委員を歴任、下請かけこみ寺本部の助言弁護士を務めるなど官公署の様々な業務に携わっている。

(1)-4 相談対応フロー

取引先事業者からの相談は、相談対応フローにそって対応した。相談対応フローは以下の通りである。



(2) 取引先事業者とオンラインモール運営者の間の相互理解の促進支援

(2)-1 セミナーの実施（オンラインモール事業者からの説明）

法や利用規約への理解が不十分な相談者に対して法や利用規約の内容等を適切に説明し、課題解決に向けた妥当な解決案を提示するため、取引先事業者向けのセミナーを計2回開催した。

・第1回セミナー 「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

取引先事業者へ透明化法の周知を図るため、オンライン説明会を開始した。経済産業省、相談窓口、特定 DPF3 社が登壇した。セミナー参加者へアンケートを行った。開催概要及びアンケート内容は次のとおりである。アンケート結果は非公表資料として納品している。

<開催概要>

日時：令和4年6月28日

内容：第一部「取引透明化法の概要について」

経済産業省デジタル取引環境整備室 神代氏

第二部「各プラットフォームの利用にあたっての留意点等」

特定 DPF3 社 ご担当者

第三部「デジタルプラットフォーム取引相談窓口の利用法について」

DPCD 相談窓口 石川

<アンケート質問項目>

Q1. 説明会の開催をどこでお知りになりましたか。

(DPCD 事務局/楽天グループ/ヤフー/アマゾン/メディア/経済産業省/知人/その他)

Q2. 講演プログラムについてお聞かせください。(各部毎)

評価(満足・やや満足・普通・やや不満足・不満足・視聴しなかった)

講演の評価理由やご感想についてご記入ください。(自由回答)

Q3. その他事務局へのご要望等がございましたらご記入ください。(自由回答)

Q4. 事務局より、ヒアリング調査ご協力をお願い(匿名であれば可能/可能/不可)

・第2回セミナー 「透明化法の運用状況と出店者が気をつけたい法律知識（商標権について）」 オンラインセミナー

透明化法施行後初となる「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」が取りまとめられ、公表されたことを受けセミナーを開催した。また第2部では、出店者が気をつけたい商標権について弁護士より解説した。詳細は下記にまとめている。

<開催概要>

日時：令和5年2月10日

内容：第一部「透明化法の運用状況～大臣評価の内容を中心に～」

経済産業省デジタル取引環境整備室 皆川氏

第二部「商標権について（デジタルプラットフォームにおいて注意すべき点）」

内田・鮫島法律事務所弁護士 稲垣氏

また、セミナー参加者へアンケートを行った。アンケート内容は下記のとおりである。アンケート結果は非公表資料として納品している。

<アンケート質問項目>

Q1. 説明会の開催をどこでお知りになりましたか。

(DPCD 事務局/経済産業省/検索フォーム/メディア(新聞・広告など)/知人/その他)

Q2. 講演プログラムについてお聞かせください。(各部毎)

評価(満足・やや満足・普通・やや不満足・不満足・視聴しなかった)

講演の評価理由やご感想についてご記入ください。(自由回答)

Q3. 今後希望するセミナーがあればお聞かせください。

Q4. その他事務局へのご要望等がございましたらご記入ください。(自由回答)

Q5. 事務局より、ヒアリング調査ご協力をお願い(匿名であれば可能/可能/不可)

(2)- 2 相談内容に基づいたオンラインモール運営者との協議

デジタルプラットフォーム事業者と情報交換を行うため、ミーティングの機会を設けた。デジタルプラットフォーム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デジタルプラットフォーム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。ミーティングの日時は下記に示した。また、各ミーティングの議事録を非公表資料として納品している。

<実施したミーティング>

- ・アマゾンジャパン合同会社 （運営モール：Amazon）

令和4年4月27日

令和4年6月22日

令和4年8月30日

令和4年11月9日

令和5年2月1日

- ・楽天グループ株式会社 （運営モール：楽天市場）

令和4年11月16日

- ・ヤフー株式会社 （運営モール：Yahoo!ショッピング）

令和4年6月27日

(3) 相談対応の質の向上のための研修制度の充実

(3)- 1 相談員研修の実施

相談に関する業務を円滑かつ的確に実施するため、相談対応者のスキルアップ等を目的としたセミナーを計4回開催した。

・第1回セミナー 「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」説明会

令和4年5月1日に「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」（以下、取引DPF消費者保護法）が施行されたことを受けて、説明会を実施した。取引DPF消費者保護法が制定された背景にあるデジタルプラットフォームで起きている消費者問題や、同法の条文、概要等について消費者庁の石橋氏よりオンラインにて説明を受けた。当日は22名（経産省3名、一般社団法人モバイルコンテンツフォーラム（以下、MCF）12名、当協会7名）が参加した。

<開催概要>

日時：令和4年6月9日(木)14時～15時

講師：消費者庁 消費政策課 政策企画専門官 石橋氏

開催方法：Teamsを使用したオンライン開催

・第2回セミナー “相談対応”の基本的考え方～現場と考える相談対応～

相談員の相談対応の質の向上を図るべく、「“相談対応”の基本的考え方～現場と考える相談対応～」と題してセミナーを行った。当相談窓口のアドバイザーであり、長年相談対応にあたってきた、やしろ消費者情報研究所の八代氏より、相談対応の基本姿勢や相談員の果たす役割等について説明を受けた。当日は16名（経産省1名、MCF7名、当協会8名）が参加した。

<開催概要>

日時：令和4年7月14日(木)13時～14時

講師：やしろ消費者情報研究所 八代氏

開催方法：Teamsと会場でのハイブリッド開催

・第3回セミナー 独占禁止法セミナー

高橋弁護士を講師に迎え、独占禁止法セミナーを開催した。日々の相談の中で、独占禁止法について取引先事業者の話題に上る場面が多いため、基本的な独占禁止法の知見を得るための機会を設けた。当日は16名（経産省1名、MCF7名、当協会8名）が参加した。

<開催概要>

日時：令和4年12月14日(木)13時～14時

講師：太樹法律事務所弁護士 高橋氏

開催方法：Webexを使用したオンライン開催

・第4回セミナー Amazon セミナー

国内で最も規模の大きいデジタルプラットフォームであるAmazonの、取引先事業者向けコンサルタントを行っているアグザルファ（株）の米川氏を講師に招き、「Amazon セミナー」を行った。セミナーでは、取引先事業者から相談窓口へ多数寄せられる質問を中心にAmazonのシステムについて説明を受けた。当日は6名（経産省1名、当協会5名）が参加した。

<開催概要>

日時：令和5年2月16日(木)15時～16時

講師：アグザルファ株式会社 米川氏

開催方法：Teamsを使用したオンライン開催

(3)-2 マニュアルの作成

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、相談者及び相談対応者向けのFAQを作成した。当該マニュアルとFAQは、非公表資料として納品している。

(3)-3 オンラインモール利用規約一覧

下記のURLより各デジタルプラットフォームの規約を入手・日々確認し、相談員は各デジタルプラットフォーム事業者の規約について理解を深め、相談に役立てた。当該URLとそのスクリーンショットを以下に記載している。

<デジタルプラットフォーム事業者出店規約掲載URL>

・Amazon

https://sellercentral.amazon.co.jp/help/hub/reference/external/?ref=efph_2_bred_G201074400&locale=ja-JP

The screenshot displays the Amazon Seller Central help page. The left sidebar contains navigation links for 'Amazon 出品者のヘルプ' (Amazon Seller Central Help), 'アカウント設定' (Account Settings), '規約、ガイドライン' (Policies and Guidelines), '販売の向上' (Improving Sales), 'Amazonグローバルセリング' (Amazon Global Selling), 'ペイメント' (Payments), '在庫管理' (Inventory Management), '注文管理' (Order Management), '返品、返金、キャンセル、および申請' (Returns, Refunds, Cancellations, and Claims), '評価・パフォーマンス' (Feedback and Performance), and 'Amazon Business'.

・楽天市場

<https://www.rakuten.co.jp/ec/open/attention/>

The screenshot shows the '店舗運営ガイドラインについて' (About Store Operation Guidelines) page on Rakuten Market. It includes a red header with the title, a sub-header '楽天市場の規約やガイドラインをご案内します。' (We will guide you to the rules and guidelines of Rakuten Market.), and a section '詳細はこちら' (Details here) with a link. Below this, it states 'それぞれをクリックするとPDFがダウンロードできます。' (Click each one to download the PDF). A list of links follows: 01. 楽天市場宣言・楽天市場出店規約, 02. 安心・安全なショッピング環境をつくるためのガイドライン, 03. 店舗運営に関するガイドライン, 04. 各ジャンルに関するガイドライン, 05. その他各種規約・ガイドライン等, 06. 規約・ガイドライン関連情報, 07. その他.

・Yahoo！ショッピング

<https://business-ec.yahoo.co.jp/shopping/regulation.html>

約款・ガイドライン

[Yahoo! JAPANでネットショップ開業](#) > 約款・ガイドライン

出店のご契約に関する各種約款をダウンロードできます。お申し込み時にご確認のうえ同意いただく内容です。出店のご検討にお役立てください。

資料区分	資料名	形式	
約款	ショッピングストア利用約款	PDF	ダウンロード
約款	オークションストア利用約款	PDF	ダウンロード
ガイドライン	Yahoo!ショッピングストア運用ガイドライン	PDF	ダウンロード
ガイドライン	ヤフオクストア運用ガイドライン	PDF	ダウンロード
約款	併売プラン規約	PDF	ダウンロード

※資料の開覧には、Adobe Readerが必要です。Adobe Readerのインストールは下記をご参照ください。

II. ヒアリング等を通じた市場における課題収集

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等を抽出し、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に資する望ましい対応を明らかにすること及び相談対応業務を補完することを目的として、取引先事業者等に対してヒアリングを行った。

ヒアリングを通じて収集したデジタルプラットフォーム事業者によるポリシー変更や取引に関する動向については、毎週、経済産業省へ報告した。ヒアリングはオンライン会議ツールや電話で実施した。

(1) ヒアリング項目

ヒアリングの際には下記のヒアリング項目に沿って取引先事業者から聞き取りを行った。

<ヒアリング項目>

- ・ 御社の従業員は何名ですか。
- ・ 御社の全体の売上を教えてください。
- ・ ECの売上について教えてください。全体の売上のうち、ECの売上は何%位ですか。
- ・ どちらのデジタルプラットフォーム(以下:DPF)に出店していますか(特定 DPF 以外も確認)。
- ・ ECの売上のうち、楽天、アマゾン、ヤフー各 DPF の売上の割合を教えてください。
- ・ 各 DPF のメリットを教えてください。
- ・ 各 DPF のデメリットを教えてください。
- ・ アカウント停止を経験したことはありますか。
- ・ 出品停止を経験したことはありますか。
- ・ 広告枠の購入要請、決済手段等の取り入れを強制されたことはありますか。
- ・ 検索順位の決定の仕方やプラットフォーム上の商品の表示の仕方に、DPF 側から説明がありましたか。検索順位とランキングがおかしいと感じたことはありますか。
- ・ 御社の取引データを利用して各 DPF 側が御社のお客様(購入者)に直接販売した。このようなことを経験されたことはありますか。
- ・ 各 DPF 内の御社のお客様と直接やりとりしたことはありますか。また、各 DPF で御社の商品を購入された方のデータを利用できますか。
- ・ 各 DPF の相談窓口及び連絡先は、把握されていますか。各 DPF 内で困ったことがあったときに、すぐに対応してくれる担当者及び窓口の連絡先はわかっていますか。
- ・ DPF から取引条件を他 DPF の販路経路におけるものと同じ、および有利なものにするような要請を受けたことはありますか。自己とは、例えば、アマゾンや楽天のよ

- うに、DPF を運営者であり、かつ、自らも出店していることを指します。
- ・ 購入者からの返品について、納得のいかない返品を受け入れたことはありますか。また、意に副わない負担させられたことはありますか。
 - ・ 御社の売上の支払が留保されたことはありますか(あった場合、理由をお聞かせください)。
 - ・ 各 DPF 内倉庫内における商品の破損紛失等でトラブルが発生した場合に、費用を負担させられたことはありますか。
 - ・ DPF から事前に連絡がないのに、規約の一方的変更による取引条件の変更を経験したことはありますか(経験した場合は、理由の説明があったのか教えてください)
 - ・ 最後に、各 DPF に対して、ご意見等ある場合は、お聞かせください。(自由回答)

(2) ヒアリングリスト

ヒアリングは、当相談窓口に相談を寄せた方、当相談窓口が送付した DM に回答した方、昨年度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電話またはオンラインミーティングにて実施した。ヒアリングを行った事業者のリストを非公表資料として納品している。

(3) ヒアリングサマリー

ヒアリング結果をサマリーとしてまとめた。当該サマリーとヒアリング記録は非公表資料として納品している。

(4) 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。詳細は非公表資料として納品している。

III. 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概要

相談事例の共有や、デジタルプラットフォーム市場における課題及び論点に関する情報交換を行うため、国内及び海外の取引先関係団体と交流を図った。

取引先関連団体は下記の通りである。

・ 中小企業基盤整備機構

中小企業やベンチャー企業等の事業者への助言や研修、中小企業者向けの高度化融資、小規模企業共済、中小企業倒産防止共済、中小企業総合展の開催、中小企業大学校の運営等を通じて、中小企業者等の事業活動の活性化のための基盤整備を行う独立行政法人である。

・ 全国中小企業団体中央会

中小企業組織化の支援、連携の促進を目的として設立された組織で、全国を地区とする協同組合等の設立と運営に関する相談窓口を行っている。

・ SMEunited

SMEunited は欧州の同業組合と SME（中小企業）で作る企業連合会で、欧州 30 ヶ国から 70 社あまりの団体が参加する、公認業界団体である。SMEunited は、欧州の同業組合・中小企業連合会として、中小企業に影響を与えるすべての EU 政策において、EU 機関と直接コンタクトを取り、「課題設定者」としての役割を果たしている。

・ ASBFEO (Australian Small Business and Family Enterprise Ombudsman)

ASBFEO はオーストラリアの中小企業および家族経営の企業を支援するための組織で、2016 年 3 月 11 日に発足した。この組織は支援チームと、アドボカシーチームの二つのチームから成り立っており。支援チームは他の企業や連邦政府機関との紛争にある中小企業や家族経営企業を支援しており、アドボカシーチームは中小企業を擁護するために政府機関へ働きかけや発信を行なっている。

・ BVOH (Bundesverband Onlinehandel e.V)

BVOH は 2006 年 4 月 8 日にドレスデンで設立された協会であり、オンライン取引に携わる中小企業の代表として、ドイツ国内のオンライン取引の公正化に向けて活動する団体である。

(2) 国内／海外における関連ニュース収集

国内及び海外におけるデジタルプラットフォーム事業者の動向や各国のデジタルプラットフォーム事業者に対する規制などについて把握するため、以下の紙媒体やネット媒体から関連情報を収集し、日々の相談業務に役立てた。収集した情報は非公表資料として納品している。

<紙媒体一覧（50 音順）>

朝日新聞	日刊工業新聞
産経新聞	日経 MJ
ジャーナリスト新聞	日本経済新聞
織研新聞	日本流通産業新聞
ダイヤモンドチェーンストア	販促会議
通販新聞	毎日新聞
東京新聞	読売新聞

<ネット媒体一覧（50 音順）>

ITmedia NEWS	Congress.gov
ITmedia PCUSER	産経新聞
ITmedia Bussiness	ZDnetJapan
ITMedia モバイル	CNET Japan
朝日新聞デジタル	JBPress
あたらしい経済	JCAST ニュース
AMP	JDIR
ECCLAB	時事通信社
Impress Watch	DIAMONDSIGNAL
Web 担当者フォーラム	ダイヤモンド・オンライン
THE WALL STREET JOURNAL	DIGIDAY
ASCII	TECHNO EDGE
Oricon News	日本ネット経済新聞
Gigazine	ネットショップ担当者フォーラム
GIZMODOJAPAN	PC Watch
共同通信社	BCN+R
ケータイ Watch	Bussiness Insider
幻冬舎 GOLDONLINE	ビジネス+IT
Courrier JAPAN	PhileWeb

Forbus Japan	マネーポスト Web
BloomBerg	Yahoo!ニュース
弁護士ドットコムニュース	読売新聞オンライン
毎日新聞	ロイター

(3) 関係団体との意見交換等

海外の関係団体と意見交換会を行った。昨年に引き続き ASBF と SMEUnited 情報交換を行うことで、欧州圏やオーストラリアでのデジタルプラットフォームに対する規制状況の変化の把握に努めた。また、ドイツでアマゾンとの調停や調査を積極的に行う BVOH と今年度新たにコンタクトを取り、情報交換を行った。詳しい会議内容は非公表資料として納品している。

また、BVOH によるドイツ国内での調査をまとめた「Amazon に関する 111 の質問」を受領し、和訳した。当該資料は非公表資料として納品している。

IV. 相談内容の記録、分析及び報告等

(1) 相談記録

窓口に寄せられる取引先事業者からの相談を記録した。取引先事業者からの相談は電話によって寄せられた。2022 年 4 月から 2023 年 3 月 22 日までの間に計 191 件の相談が寄せられた。この 1 年間に寄せられた相談の記録は非公表資料として納品している。

(2) 事例集の作成

相談記録を元に、事例集を作成した。当該事例集は非公表資料として納品している。

(3) 相談窓口の利用者満足度についてのアンケート調査

相談窓口を利用した取引先事業者に利用者満足度についてのアンケート調査を実施した。相談窓口の HP 上 (<https://www.online-mall.meti.go.jp/question>) にアンケートフォームを掲載した。アンケートの質問項目は以下の通りである。

また、アンケート結果は非公表資料として納品している。

<アンケート項目>

1. 事業の形をお教えてください。
(個人事業主/有限会社/株式会社/持ち分会社/その他)
2. 当相談窓口をどこでお知りになりましたか？
(経産省・日本通信販売協会のホームページ/他の相談窓口からの紹介/WEB 検索/報道・広告記事/当窓口のチラシ (アンケート同封等) /知人の紹介/その他)
3. 相談の対象となったデジタルプラットフォーム (EC モール) をお答えください。
(Amazon.co.jp/楽天市場/Yahoo!ショッピング/その他)
4. 相談内容についてお答えください。
(出店停止/出品停止/利用規約・条件変更/返品・商品紛失/支払留保/検索ランキング/その他・情報提供等)
5. 当相談窓口へのご要望や感想を以下よりお選びください。
(窓口の対応のおかげで問題解決に至った/解決には至らなかったが、参考になるアドバイスや情報が得られた・対応に満足した/特に有益な情報は得られなかった/窓口が権限を持ちモール事業者に解決・申し入れをして欲しい/このような窓口がなかったので相談窓口があって助かった/他にどのような相談が来ているか FAQ などて開示して欲しい/その他)
6. 当窓口にご相談いただいておりますに当窓口の利用を薦めたいと思いますか？
(薦めたい/やや薦めたい/普通/やや薦めたくない/薦めたくない)
7. 上記5のご要望・感想、および上記6の回答についてその理由をご自由にお書きください。
8. 当窓口の対応として、どのような連絡方法が良いと感じますか？
(メール/電話/FAX/その他)
9. その他、デジタルプラットフォーム (EC モール運営事業者) にご意見等があればご自由にお書きください。

V. 情報提供等

(1) パンフレット

相談窓口のパンフレットを各関係団体に配布し、事業者への周知を図った。
配布先は下記の通りである。

<配布先一覧>

(公財)全国中小企業振興協会(下請かけこみ寺) 25 部

(公財)奈良県地域産業振興センター 30 部

覇商工会議所 20 部

千葉県内各商工会議所 (21 か所) 1×21 部

北海道内各商工会議所 (42 か所) 10×42 部

計 516 部

<配布したパンフレット>

オンラインモールの出品・出店事業者の皆様へ

ご相談ください!

デジタルプラットフォーム取引相談窓口

(Amazon.co.jp・楽天市場・Yahoo!ショッピング等)

公益社団法人 日本通信販売協会(JADMA)では、「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」の適用開始に伴い、経済産業省の委託を受け、オンラインモール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。

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)
- 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
- 弁護士の情報提供・費用補助(初回)

公益社団法人 日本通信販売協会が経済産業省の委託を受けて運用しています。

デジタルプラットフォーム取引相談窓口

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

対応日時 平日9時～12時、13時～17時(土日・祝日・年末年始等を除く)

お問い合わせ 0120-088-004 E-MAIL info@online-mall.meti.go.jp

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内で厳密に管理します。また、提供された情報については、相談者の承諾を得ない限り、経済産業省以外の第三者に漏洩口から共有することはありません。経済産業省に提供された情報は、国の法律や今後の経費立戻等のためにも共有されます。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て管理し、委託先も遵守する旨のみに使用します。

資料へ→

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、サービスの利用を制限された。
- 商品の受入を事実上強制された。
- 検索表示や決済方法で、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優遇されている。
- 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された。
- 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ている。理由を聞いても定型文しか返ってこない。

法律・窓口設置の背景

■近年、デジタルプラットフォームが利用者の市場アクセスを大幅に向上させ、競争を促進していますが、慣行、慣習、一部の事業者による不当な差別や不当な優遇等が指摘され、取引の透明性及び公正性の向上が図れないまま、事業者の利益が保護されている状況が懸念され、「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」(令和2年法律第38号、以下「取引透明法」といいます。)が、2020年5月に成立し、2021年2月1日に施行されました。

■取引透明法の実効的な適用を図るための取り組みの一つとして、デジタルプラットフォームを利用する出品・出店事業者向けに、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、アドバイスをするための窓口を設置しました。

公益社団法人日本通信販売協会 (略称:JADMA・ジャドマ)

公益社団法人日本通信販売協会(Japan Direct Marketing Association 業界光栄会長、正会員434社:2021年10月30日現在)は、特定商取引法の第30条に位置づけられた通信販売業界を代表する公益法人です(1983年設立)。消費者の信頼を得るためと業界の健全な発展のために、アフターケアの徹底、広告表現の適正化、消費者相談室での消費者からの相談対応などを、消費者団体や、官公庁の消費者窓口などと協力して進めています。

(2) DM

特定デジタルプラットフォーム広告窓口の周知を図り、ヒアリングを希望する取引先事業者を確保するため、取引先事業者へ DM を 3 回に分けて送付した。計 2 万件送付し、94 件の返送があった。配布した DM の内容は以下のとおりである。

<送付した DM>

オンラインモールの出品・出店事業者の皆様へ

デジタルプラットフォーム取引相談窓口のご案内

Amazon.co.jp・楽天市場・Yahoo!ショッピング等が対象です。

公益社団法人 日本通信販売協会（JADMA）では、特にデジタルプラットフォーム事業者と出品者の間における不透明な取引の増加に伴い、消費者被害の発生を予防、インセンティブを有効にするための取組に力を入れ、解決に向けた支援を行うための相談窓口を開設しています。

ご相談ください！

- 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ため、サービスの利用を制限された。
- 商品の受入を莫算上強制された。
- 検索表示や決済方法で、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優遇されている。
- デジタルプラットフォームを運営する事業者が出品・出店者の取引プログラムを適用し、出品・出店者が販売する商品と同様の商品を安価で盗用している状態が確認された。
- 他のデジタルプラットフォームと商品の販売価格を不当なままに設定されていると苦情された。
- アカウントを停止されている理由を聞いても説明が通らずに放置されている。

主な支援内容

- デジタルプラットフォーム提供事業者の規約、拒否方法に関するアドバイスを（違反事項が確認された場合、デジタルプラットフォーム提供者と相互理解促進等）
- 取引の拒否がもたらす影響を抽出し、解決に向けて検討
- 事業者向け苦情対応の取組
- 有識者の技術支援・費用助成（初回のみ）

相談料を無料と併せて相談に当たります。この費用が今後の取組に活用されるための権利とさせていただきます。

デジタルプラットフォーム取引相談窓口
<https://www.informall.meti.go.jp>

受付時間：平日9時～12時、13時～17時（土日・祝日・年末年始等を除く）
 問い合わせ先 0120-088-004 E-Mail: info@informall.meti.go.jp

デジタルプラットフォーム取引相談窓口への情報提供内容

令和3年度～令和4年度 3月31日までの間に1,294件の情報が窓口へ寄せられました。
 その内容は多岐にわたっています。

1	取引の全部拒絶（アカウント削除等）に関する事項	10%
2	取引の一部拒絶（出品禁止等）に関する事項	6%
3	プラットフォーム事業者が提供する別の有料サービスの利用要請に関する事項	3%
4	検索順位・ランキング等に関する事項	10%
5	プラットフォーム事業者によるデータの利用に関する事項	3%
6	商品等提供利用によるデータの取扱いに関する事項	4%
7	商品等提供利用から苦情の申出又は協議の申入れをするための方法に関する事項	7%
8	景品当選に関する事項	1%
9	自己又は自己の関連会社と異なる取引に関する事項	1%
10	一般利用者からの連絡等に関する事項	7%
11	売上金の支払関係に関する事項	1%
12	取引条件によらない取引の実施要請に関する事項	1%
13	取引条件の変更に関する事項	10%
14	提供条件等の開示（明細、訳文、書類）に関する事項	1%
15	その他の事項	35%

「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」
 （デジタルプラットフォームの取組の透明性及び公正性の確保に関する法律）

この法律は、デジタルプラットフォーム事業者の取組の透明性及び公正性の確保に関する事項を定めることにより、消費者被害の発生を予防し、消費者の権利の保護を図ることに資することを目的として制定されたものである。

この法律に基づき、デジタルプラットフォーム事業者は、取引の透明性及び公正性の確保に関する事項を定めることにより、消費者被害の発生を予防し、消費者の権利の保護を図ることに資することを目的として制定されたものである。

相談窓口設置の背景

消費者が安心して取引を行うためには、事業者の取組の透明性及び公正性の確保が不可欠である。デジタルプラットフォーム事業者は、取引の透明性及び公正性の確保に関する事項を定めることにより、消費者被害の発生を予防し、消費者の権利の保護を図ることに資することを目的として制定されたものである。

公益社団法人 日本通信販売協会（略称：JADMA・ジャドマ）

公益社団法人 日本通信販売協会（Japan Direct Marketing Association） 理事長 菅原 正彦（2022年10月24日現在）は、東京都港区三軒30番に所在する公益社団法人として公益法人として（1983年設立）。消費者の信頼を得るための取組の推進を図るために、アフターケア制度、苦情相談の窓口、消費者被害対策の消費者からの相談対応など、消費者の権利の保護を図るための取組を実施しています。

(3) 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、以下の通りである。また、当該広告は非公表資料として納品している。

<掲載媒体一覧>

- ・ ネットショップ担当者フォーラム 2022 年秋号 記事広告（紙媒体・ネット媒体）
- ・ 2022 年 12 月 20 日 ネットショップ担当者フォーラム メールマガジン
- ・ 2023 年 1 月 1 日～1 月 31 日 ネットショップ担当者フォーラム バナー広告掲載
- ・ 2023 年 1 月 10 日～2 月 10 日 日経電子版 記事広告・誘導枠
- ・ 2023 年 1 月 11 日 日経 MJ 記事広告
- ・ 2023 年 1 月 18 日 日経 MJ 全 5 段広告
- ・ 2023 年 1 月～2 月 日本流通産業新聞 記事広告 全 4 回

10. その他資料

デジタルプラットフォーム事業者と取引先事業者間の紛争の仲裁を可能にするため、ADR 申請を行ったが、諸事情により取り下げた。ADR 申請の際作成した ADR 規則を、非公表資料として納品している。