

令和 3 年度

特定デジタルプラットフォーム提供者による
定期報告書概要

楽天グループ株式会社

(注) 本資料は、「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」第 9 条第 1 項の規定に基づき楽天グループ株式会社から経済産業省に提出された定期報告書について、経済産業省との協議を経て、楽天グループ株式会社において公表可能と判断した内容をまとめたものである。

令和3年度 定期報告書概要 目次

1. 事業の概要に関する事項	
(1) 事業の概要.....	P2
(2) 事業に関する数値	
① 事業の規模を示す指標に係る数値.....	【非公開】
② 国内の商品等提供利用者の数.....	【非公開】
◆③ その他事業に関する数値.....	【記載なし】
2. 苦情の処理及び紛争の解決に関する事項	
(1) 利用事業者からの苦情及び紛争の件数.....	P3
(2) 当該苦情及び紛争の主な類型.....	P3
(3) 当該苦情及び紛争の処理期間の平均期間.....	P3
(4) 当該苦情及び紛争の結果の概要.....	P3
◆(5) その他苦情の処理及び紛争の解決に関する事項.....	【記載なし】
3. 取引条件等の開示の状況に関する事項	
(1) 開示した提供条件の内容.....	P4
◆(2) 提供条件の開示の方法、行為時開示の状況等.....	P16
4. 利用事業者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために必要な措置に関する事項 (具体的な内容及び当該措置が適切かつ有効なものとする理由)	
(1) 公正性を確保するために必要な体制及び手続の整備に関する事項	
① 告示2. 1①に関する事項.....	P18
② 告示2. 1②に関する事項.....	P18
③ 告示2. 1③に関する事項.....	P19
(2) 苦情の処理及び紛争の解決のために必要な体制及び手続の整備に関する事項	
① 告示2. 2①に関する事項.....	P19
② 告示2. 2②に関する事項.....	P19
(3) 関係者と緊密に連絡を行うために国内において必要な業務の管理を行う者の選任に関する事項	
① 告示2. 3①に関する事項.....	P20
② 告示2. 3②に関する事項.....	P20
(4) 商品等提供利用者の意見その他の事情を十分に考慮するために必要な措置に関する事項 (上記項目以外)	
① 告示2. 4①に関する事項.....	P20
② 告示2. 4②に関する事項.....	P21
◆(5) その他利用事業者との相互理解の促進を図るために講じた事項.....	P22
5. 自ら行った評価に関する事項	
(1) 苦情の処理及び紛争の解決に関する事項について自ら行った評価に関する事項.....	P23
(2) 取引条件等の開示の状況に関する事項について自ら行った評価に関する事項.....	P23
(3) 利用事業者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために必要な措置に関する事項について自ら行った評価に関する事項.....	P24
(4) 特定デジタルプラットフォームの事業の運営実態を踏まえ、透明性及び公正性の観点から特に留意して講じた措置に関する事項がある場合は、当該事項及びその評価..	【記載なし】
◆(5) その他5. (1) から5. (3) の自己評価に関する事項.....	【記載なし】

注：◆は任意的記載事項であることを意味する。

定期報告書

令和4年5月31日

経済産業大臣 殿

住所：東京都世田谷区玉川一丁目14番1号

法人名：楽天グループ株式会社

法人番号：9010701020592

代表者：三木谷 浩史

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「法」という。）第9条第1項の規定に基づき、次の通り報告します。

- 1 デジタルプラットフォームの名称
楽天市場
- 2 デジタルプラットフォーム提供者及びその代表者氏名
楽天グループ株式会社
代表取締役会長兼社長 三木谷 浩史
- 3 デジタルプラットフォーム提供者の主たる事業所の所在地
東京都世田谷区玉川一丁目14番1号

1 特定デジタルプラットフォームの事業の概要に関する事項

楽天市場は、楽天グループ株式会社が運営するインターネット・ショッピングモールである。

マーケットプレイス型（B2B2C 型）のビジネスモデルを採用しており、5 万を超える個性豊かな出店事業者が、幅広い品揃えにより、様々な商品・サービスを提供している。

出店事業者は、楽天市場に出店することにより、自身の商圈を日本中に拡大し、従来考えられなかったようなビジネスチャンスを掴むことが可能となり、消費者は、多様な選択肢の中から自分のニーズに最も合った商品やサービスを容易に入手することができるようになっている。

当社は 1997 年の創業以来、「エンパワーメント」という言葉を、その事業の基本となる価値観として掲げており、インターネットによってすべての消費者や事業者に対して公平・フェアに提供された機会を、イノベーションの創出を通じて、少しでも手軽に、便利にご利用いただくための後押しができればと考えている。

また、当社は、楽天市場を通じて、出店事業者・消費者が、中長期的に恩恵・便益を受けられるような持続可能なプラットフォーム構築を目指しており、「消費者保護・便益」と「出店事業者の個性・発展」との間のバランスを取り、不断の見直しを行いながら、様々な取り組みを行なっている。

消費者のライフスタイルやニーズは時代とともに変化するものであり、EC の選択肢も多様化している現在の状況においては、日々進化をし続けていかなければ持続的な成長は困難である。当社は、今後も出店事業者をはじめとする各種ステークホルダーとの丁寧な対話を積み重ねながら、出店事業者とともに、成長を続けていきたいと考えている。

2 特定デジタルプラットフォームについての苦情の処理及び紛争の解決に関する事項

(1) 商品等提供利用者からの苦情及び紛争の件数

2021年4月1日～2022年3月31日の間に、苦情・紛争窓口寄せられた申請件数は21件であった(※1)。

(2) 苦情及び紛争の類型

類型
「共通の送料込みライン」適用対象外申請
「共通の送料込みライン」施策に対するご意見
営業活動に対する苦情
「共通の送料込みライン」施策の改善要求
手数料等の返還請求
出店契約解除の取り下げ要求
「共通の送料込みライン」施策内容に関する問い合わせ
規約の解釈に関する説明要求
他の出店者の違反是正要求

(3) 苦情及び紛争の処理期間の平均期間

苦情及び紛争の平均処理期間は、8.53日(※2)となっている。

(4) 苦情及び紛争の結果の概要

苦情・紛争窓口は、他部署等から独立した窓口として、申立て事項について客観的に第三者的な立場で公平に対応を行っている。窓口申請のあった案件については、全件事実確認を行い、判断結果及び判断理由を個別に申請者へ回答している。

※1 当社では、従前より出店事業者からの様々なご要望やご意見等を含め、ECコンサルタントやコールセンター等で広く受け付け、内容に応じ対応を行っている。その上で、取引透明化法の施行に伴い、①出店者との間で相互理解の促進を図るための自主的取組の一環として、これらのうち一定の要件を満たすものについては、より厳密な対応を行うため、また、②報告書において苦情及び紛争の件数等を報告する必要性が生じたことに伴い、カウント対象の定義を明確化するため、「苦情・紛争窓口」を新たに設置するとともに、この窓口で対応を行ったものについて件数のカウントを行う方針としている。なお、ECコンサルタントやコールセンター等で受け付けている問い合わせについては、日々膨大な件数が寄せられており、かつ、内容面でもご意見や問合せ的なものと苦情・紛争を明確に区別することも困難であることから、このような取扱いとしている。

※2 窓口申請があったから当該申請者に最終回答を行うまでの平均日数(休日・祝日含む)

3 法第5条第1項から第4項までの規定に基づく開示の状況に関する事項

(1) 利用者に開示した提供条件の内容

ア 商品等提供利用者に対する開示（法第5条2項1号）

(ア) 当該特定デジタルプラットフォームの提供を拒絶することがある場合における拒絶するかどうかを判断するための基準（法第5条2項1号イ）

a 楽天市場サービスの一時停止を行う場合

下記に該当する場合、楽天市場出店規約「第21条（出店停止等）」および「違反点数制度に関するガイドライン」に基づき、出店停止等の措置を講じることがある。

分類	主な判断基準	措置の目的/理由
ページ表記	景品表示法、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（薬機法）等の重大な表記違反が生じた場合	・ 誤情報を元にした購入被害拡大防止、消費者保護のため ※誤情報に基づく健康被害リスクなども含む ・ 楽天市場全体としての健全な運営を阻害し、信用を毀損させないため
商品品質	商品品質に重大な欠陥が生じた場合や、それに伴う消費者被害が生じた場合	・ 問題が生じている商品の購入被害拡大防止、消費者保護のため ※商品使用による健康被害リスクなども含む ・ 楽天市場全体としての健全な運営を阻害し、信用を毀損させないため
店舗運営	商品不着、遅延、返金、連絡不平等の苦情が頻発した場合	・ 売買契約不履行等の被害拡大防止、消費者保護のため ・ 楽天市場全体としての健全な運営を阻害し、信用を毀損させないため
その他	違反点数制度における違反レベルIV（累積80点）、V-A（累積100点）に該当する累積違反が生じた場合、次表の契約解除事由に該当する場合	・ 生じた違反に対する店舗様の運営改善 ・ 生じた違反行為による被害拡大防止、消費者保護のため ・ 楽天市場全体としての健全な運営を阻害し、信用を毀損させないため

b 契約解除を行う場合

下記に該当する場合、楽天市場出店規約「第26条（甲による解除・解約）」および「違反点数制度に関するガイドライン」に基づき、出店契約解除の措置を講じることがある。

分類	主な判断基準	措置の目的/理由
請求未払い、 差押え・仮差 押え、破産・ 民事再生、信 用不安、事業 停止、債権譲 渡	以下のいずれかに該当する場合 ・楽天から店舗様宛の請求に対し、支払期限内にご入金を確認できなかった場合 ・楽天から店舗様宛の振込に対して差押え又は仮差押えを受けた場合 ・店舗様が破産手続を申し立てた又は破産手続開始決定がなされた場合 ・店舗様が民事再生手続を申し立てた又は民事再生手続開始決定がなされた場合 ・代理人弁護士から受任通知（債務整理）が到着した場合その他信用状態に重大な変化が生じたことを楽天が確認した場合 ・事業停止状態であること又は法人の解散を楽天が確認した場合 ・出店契約に基づく債権が第三者に譲渡されたことを楽天が確認した場合	・信用状況に疑義が生じ取引の継続が困難なため
行政処分その 他出店継続困 難、違反点数 制度の適用、 契約解除店舗 の再出店、逮 捕、改善報告 書・誓約書違 反	以下のいずれかに該当する場合 ・監督官庁からの行政処分を確認した場合 ・店舗運営状況に重大な変化が生じモールにふさわしくない状態であることを確認した又は出店審査時点との運営状況変化を楽天が確認し再審査を要する場合 ・違反点数制度に関するガイドラインの適用により契約解除事由に該当する場合 ・過去に出店契約解除になった事実を確認した場合 ・法人または代表者が逮捕されたことを楽天が確認した場合 ・ユーザクレーム多発等の対応により提出された改善報告書・誓約書違反を確認した場合	・楽天市場全体としての健全な運営を阻害し、信用を毀損させないため
連絡不通	登録された店舗情報にて連絡が取れない状態を確認した場合	・取引関係が継続困難なため
店舗未オープ ン	アカウント発行日から6ヶ月以内に第6条3項に基づく出店（出店ページをモール上に公開する）許可がなされない場合	・出店審査時の運営状況に変化が生じたおそれがあるため ・取引先としての信頼関係の継続が困難なため
カード会社か らの契約解除	カード会社判断による契約解除通知が楽天に到着した場合	・出店に必須の決済機能の提供が不可能なため

c 開示方法について

出店事業者が契約後に閲覧可能な出店者向けポータルサイト「店舗運営 Navi」及び、出店希望事業者が契約前でも閲覧可能な「出店案内」ページ

(<https://www.rakuten.co.jp/ec/digitalplatform/>) にて、開示を行っている。

(イ) 当該特定デジタルプラットフォームの提供に併せて商品等提供利用者に対して自己の指定する商品若しくは権利を購入すること又は自己の指定する他の役務の有償の提供を受けることを要請する場合におけるその内容及び理由（法第5条2項1号ロ）

a 販売における出店事業者への要請事項について

楽天市場の店舗運営において出店事業者に要請する事項については、規約・ガイドラインにて定めており、規約・ガイドラインに記載のない事項について出店事業者に対応を強制・要請する事はない。

以下、特に①商品の販売価格や販売条件、②広告その他 Optional サービスの利用、③返品・返金等の対応について記載する。

①商品の販売価格や販売条件について

楽天市場では、売上向上のためのアドバイスや、セール実施の際の目玉商品として出店事業者に値引きやその他条件の優遇について提案を行うことはあるが、提案を受けるかどうかは出店事業者の判断であり、強制する事はない。

同様に、商品価格や送料その他の条件について、楽天市場と出店事業者のその他販売チャネルの価格・条件を比較し楽天市場の販売条件を有利なものにするよう要請する事はない。

②広告その他 Optional サービスの利用について

楽天市場の店舗運営において、広告や、楽天スーパーロジスティクスなど販促・店舗業務支援に関する有料のサービスを出店事業者に提供している。これら有料の Optional サービスの利用に関して、売上の向上や出店事業者の課題解決のために提案を行うことはあるが、提案を受けるかどうかは出店事業者の判断であり、強制する事はない。また、これら広告など Optional サービスの利用有無が検索順位やその他サービスの利用に影響を与えることはない。

③返品・返金等の対応について

楽天市場では、特定商取引に関する法律に基づき、返品・返金等のルールは出店

事業者ごとに定めることとしており、ユーザーから返品・返金等の申出があった場合には、出店事業者ごとに定められたルールに基づいて対応しているため、楽天市場から特定の対応を要請する事はない。

なお、楽天市場がユーザー向けに提供している「楽天あんしんショッピングサービス」においては、原則楽天市場がユーザーに対して補償を行うが、ユーザーとの取引において商品が偽物であった場合や、商品に不具合や破損があった場合等については出店事業者に対して補償費用を請求する場合がある。

b 開示方法について

出店事業者が契約後に閲覧可能な出店者向けポータルサイト「店舗運営 Navi」及び、出店希望事業者が契約前でも閲覧可能な「出店案内」ページ
(<https://www.rakuten.co.jp/ec/digitalplatform/>) にて、開示を行っている。

(ウ) 当該特定デジタルプラットフォームにより提供される場において、一般利用者が検索により求める商品等に係る情報その他の商品等に係る情報に順位を付して表示する場合における、当該順位を決定するために用いられる主要な事項（法第5条2項1号ハ）

a 検索順位を決定する基本的な事項について

楽天市場の商品検索においては、主に①自然言語処理による検索キーワードと商品の関連性、②検索キーワードごとの商品の人気度をスコアリングして検索順位を決定している。また、上記要素を常にモニタリング、反映しているため検索順位は常に変動する。なお、商品検索結果上に検索キーワードと関連性の高い商品を広告表示させる場合には、[PR] 表記を行うことにより、広告であることを明確にしている。

①検索キーワードと商品の関連性

検索キーワードと、商品の説明に出てくるキーワードの出現頻度や希少性を加味して商品のスコアリングを行っている。例えば、「軽い」という検索キーワードに対して、商品名や商品説明文で複数回商品の軽さについて説明されていた場合、「軽い」というキーワードに対して関連性が高いとみなしている。

また、例えば「超軽量」というキーワードがついている商品が全商品に対して数が少なく希少だった場合、それらの商品は「超軽量」と検索された場合、よりスコアが高くなる。

②検索キーワードごとの商品の人気度

検索を行ったユーザーが、各商品にどう反応したかをモニタリングしユーザーが支持した商品に対して検索キーワードのスコアリングを高く評価している。

例えば、「マグカップ 軽量」と検索したユーザーが多く支持した商品に対して、「マグカップ 軽量」と検索された場合にスコアは高くなるが、「マグカップ かわいい」と検索された場合支持されていない際は「マグカップ かわいい」という検索ではスコアを加点していない。

b 開示方法について

出店事業者が契約後に閲覧可能な出店者向けポータルサイト「店舗運営 Navi」及び、出店希望事業者が契約前でも閲覧可能な「出店案内」ページ

(<https://www.rakuten.co.jp/ec/digitalplatform/>) にて、開示を行っている。

(エ) 当該特定デジタルプラットフォーム提供者が商品等提供データを取得し、又は使用する場合における当該商品等提供データの内容及びその取得又は使用に関する条件
(法第5条2項1号ニ)

a 楽天市場による、出店事業者のデータの利用について

楽天市場では、出店事業者の販売データを下記のような用途で利用している。

①特定出店事業者の個別販売データ

特定出店事業者に対して、EC コンサルタントが売上向上のための提案を行う際に、当該特定出店事業者の状況を把握し、より精度の高い提案を作成するため利用・分析を行っている。

また、当該出店事業者の了承を得たうえで、出店事業者向け広報誌および出店事業者向けイベントなどにおいて、当該出店事業者の状況や成功事例を取り上げ、シェアする事がある。

上記以外で、特定出店事業者の個別販売データを第三店舗（当社もしくはその関連会社が運営するファーストパーティー事業を含む）のために利用する事はない。

②楽天市場全体のマーケットデータ

EC コンサルタントによる、特定出店事業者の売上向上のための提案を作成するため、各出店事業者の販売データを集約した楽天市場全体のマーケットデータの分析を行うことがある。

イベント、マーケティングその他楽天市場全体の流通向上の目的のため、各出店事業者の販売データを集約した楽天市場全体のマーケットデータを利用する事がある。

消費財メーカーなど、楽天市場に出店という形ではなく、広告の出稿や商品の提供を行う場合に、別途守秘契約を締結の上、楽天市場全体のマーケットデータを提供する事がある。

b 開示方法について

出店事業者が契約後に閲覧可能な出店者向けポータルサイト「店舗運営 Navi」及び、出店希望事業者が契約前でも閲覧可能な「出店案内」ページ (<https://www.rakuten.co.jp/ec/digitalplatform/>) にて、開示を行っている。

(オ) 商品等提供利用者が当該特定デジタルプラットフォーム提供者の保有する商品等提供データを取得し、又は当該特定デジタルプラットフォーム提供者をして当該商品等提供データを他の者に提供させることの可否並びに当該商品等提供データの取得又は提供が可能な場合における当該商品等提供データの内容並びにその取得又は提供に関する方法及び条件（法第5条2項1号ホ）

a 出店事業者および第三者による、楽天市場データの利用について

出店事業者においては、楽天市場出店規約第16条（顧客情報）に定めるとおり、楽天市場の運営のために必要な受注処理・発送・ユーザー問い合わせ対応などの業務を行うために、ユーザーの個人情報を含むデータを利用する事が可能となっている。ただし、クレジットカード情報とメールアドレスに関してはユーザーのプライバシー保護および楽天市場の信頼性向上の観点から出店事業者に開示は行っていない。

なお、楽天市場では、「R-Karte」という出店事業者向けデータ分析機能を提供している。R-Karteでは出店事業者ごとの売上やアクセス人数、転換率、客単価といったデータにはじまり、自店舗にユーザーがどこからどのような検索キーワードで訪問しているか、サイト上でどのような行動をしているかなどのデータを提供している。また、自店舗のデータだけではなく、楽天市場全体のマーケットデータ、自店舗で購買したユーザーの楽天市場全体での購買傾向なども提供しており、店舗運営の改善に役立つ様々なデータを提供している。

各出店事業者においては、これら利用可能なデータに関して決済や配送の業務を委託する場合に必要な範囲を除いて、第三者に漏洩・開示・提供する事はできない。

b 開示方法について

出店事業者が契約後に閲覧可能な出店者向けポータルサイト「店舗運営 Navi」及び、出店希望事業者が契約前でも閲覧可能な「出店案内」ページ

(<https://www.rakuten.co.jp/ec/digitalplatform/>) にて、開示を行っている。

(カ) 商品等提供利用者が当該特定デジタルプラットフォーム提供者に対して苦情の申出又は協議の申入れをするための方法（法第5条2項1号へ）

a 楽天市場への苦情・紛争の申し立てについて

(a) 出店事業者からの苦情・紛争の申し立てについて

前述、「2 特定デジタルプラットフォームについての苦情の処理及び紛争の解決に関する事項」に記載のとおり、楽天市場では、出店事業者の声を聞くために多様なチャネルを用意している。出店事業者ごとに担当として付き、売上向上のための相談や提案を行う EC コンサルタントや、店舗運営システム（RMS）の操作やキャンペーンなどの問い合わせを受けるコールセンター・チャット窓口をはじめとして、新春カンファレンスや楽天 EXPO などのイベント、出店事業者と意見交換を行う「楽天市場サービス向上委員会」など、出店事業者のニーズに合わせて多様なチャネルを設けている。

また、出店事業者が楽天市場に対して苦情・紛争の申請を行うための専用窓口を設置しており、当該窓口は、他部署等から独立した窓口として、申立て事項について客観的に第三者的な立場で公平に対応を行っている。

(b) 出店希望事業者からの相談窓口について

出店希望事業者が当社に相談等を行うための専用窓口を設置しており、当該窓口において相談対応等を行っている。

b 開示方法について

(a) 出店事業者からの苦情・紛争の申し立てについて

出店事業者が楽天市場に対して苦情・紛争の申請を行うための専用窓口については、契約後に閲覧可能な出店者向けポータルサイト「店舗運営 Navi」にて、開示を行っている。

(b) 出店希望事業者からの苦情・紛争の申し立てについて

出店希望事業者の相談窓口については、出店希望事業者が契約前でも閲覧可能な「ネットショップ運営サポート」ページ

(<https://www.rakuten.co.jp/ec/open/support/>) において公開している。

(キ) イからへまでに掲げるもののほか、商品等提供利用者に対する当該特定デジタルプラットフォームの提供条件のうち開示することが特に必要なものとして経済産業省令で定める事項（法第5条2項1号ト）

a 商品等提供利用者が当該特定デジタルプラットフォームを利用して提供しようとする商品等の提供価格、送料その他の商品等の提供に係る条件について、当該特定デジタルプラットフォーム以外の提供経路におけるものと同等又は有利なものを付すことを求める場合におけるその内容及び理由（規則第6条1号）

(a) 商品価格や送料その他の条件について、楽天市場と出店事業者のその他販売チャネルの価格・条件を比較し楽天市場の販売条件を有利なものにするよう要請する事はない。

(b) 開示方法について

出店事業者が契約後に閲覧可能な出店者向けポータルサイト「店舗運営 Navi」及び、出店希望事業者が契約前でも閲覧可能な「出店案内」ページ

(<https://www.rakuten.co.jp/ec/digitalplatform/>) にて、開示を行っている。

b 特定デジタルプラットフォームを利用して商品等提供利用者により提供される商品等に係る決済手段その他の商品等の提供に関する条件が、令第一項の表第一号の下欄ロ及び第二号の下欄ロに定める事業において一般利用者に対して提供する商品等に関するものと異なる場合におけるその内容及び理由（規則第6条2号）

(a) 楽天市場では、楽天市場全体の商品ラインナップの拡充、楽天市場でお買い物いただくユーザーの増加、訪問頻度の向上など、楽天市場全体の流通を成長させるために必要と判断した場合、通常とは異なる取扱いを特定出店事業者に対して行うことがある。

当該出店事業者には当社（関係会社を含む。以下同じ）の直販事業であるファーストパーティー店舗も含まれることがあるが、ファーストパーティー店舗であることを理由として、通常と異なる取扱いを行うことはない。

(b) 異なる取扱いを行う場合について

①料金体系

商品ラインナップの拡充および、楽天市場でお買い物いただくユーザーにより魅力的な価格で商品を提供するため、出店料や販売手数料について、一部の出店事業者と個別の契約を結ぶことがある。

②マーケティング・キャンペーン

楽天市場でお買い物いただくユーザーにとってより訴求力のある商品やブランドをアピールするために、特定の出店事業者・商品・ブランドを対象に特別なキャンペーンを行うことがある。

③商品ページ・店舗ページ・店舗向け機能

楽天市場でお買い物いただくユーザーに特定の商品・ブランドの魅力をより伝えるために、通常の出店事業者とは異なる商品ページや店舗ページの構築、販売方法および店舗向け機能を特定出店事業者に提供する事がある。

④データの利活用

楽天市場全体の流通の拡大に寄与すると判断した場合、特定出店事業者に対して守秘契約などを結んだうえで、楽天市場全体のマーケットデータなどの開示を行うことがある。なお、その場合でも特定出店事業者の個別販売データについては、他の出店事業者（当社の直販事業であるファーストパーティー店舗を含む）に開示する事はない。

(c) 開示方法について

出店事業者が契約後に閲覧可能な出店者向けポータルサイト「店舗運営 Navi」及び、出店希望事業者が契約前でも閲覧可能な「出店案内」ページ
(<https://www.rakuten.co.jp/ec/digitalplatform/>) にて、開示を行っている。

c 関係会社が商品等提供利用者である場合であって、当該関係会社に対する提供条件が

当該関係会社以外の商品等提供利用者に対するものと異なるときにおけるその内容及び理由（規則第6条3号）

(a) bの(a)及び(b)にある通り、楽天市場では、楽天市場全体の商品ラインナップの拡充、楽天市場でお買い物いただくユーザーの増加、訪問頻度の向上など、楽天市場全体の流通を成長させるために必要と判断した場合、通常とは異なる取扱いを特定出店事業者に対して行うことがあり、当該出店事業者には当社（関係会社を含む）の直販事業であるファーストパーティー店舗も含まれることがあるが、ファーストパーティー店舗であることを理由として、通常と異なる取扱いを行うことはない。

(b) 開示方法について

出店事業者が契約後に閲覧可能な出店者向けポータルサイト「店舗運営 Navi」及び、出店希望事業者が契約前でも閲覧可能な「出店案内」ページ
(<https://www.rakuten.co.jp/ec/digitalplatform/>) にて、開示を行っている。

d 商品等提供利用者が提供した商品の返品又は商品等の代金の全部若しくは一部の返金その他の補償を当該商品等提供利用者の負担において行う場合におけるその内容及び条件（規則第6条4号）

(a) 楽天市場では、特定商取引に関する法律に基づき、返品・返金等のルールは出店事業者ごとに定めることとしており、ユーザーから返品・返金等の申出があった場合には、出店事業者ごとに定められたルールに基づいて対応しているため、楽天市場から特定の対応を要請する事はない。

なお、楽天市場がユーザー向けに提供している「楽天あんしんショッピングサービス」においては、原則楽天市場がユーザーに対して補償を行うが、ユーザーとの取引において商品が偽物であった場合や、商品に不具合や破損があった場合等については出店事業者に対して補償費用を請求する場合がある。

(b) 開示方法について

出店事業者が契約後に閲覧可能な出店者向けポータルサイト「店舗運営 Navi」及び、出店希望事業者が契約前でも閲覧可能な「出店案内」ページ
(<https://www.rakuten.co.jp/ec/digitalplatform/>) にて、開示を行っている。

e 商品等提供利用者に対し、当該商品等提供利用者が提供した商品等の対価として特定デジタルプラットフォーム提供者が支払うべき金額の全部又は一部の支払を留保する場合におけるその内容及び条件（規則第6条5号）

(a) 当社が出店事業者に対して相殺権を行使するため、債権金額の確定に一定の期間を経過する必要がある場合、当該期間に限り、当社は出店事業者に対する債務の弁済を留保することがある（楽天市場出店規約第15条4項、5項）。

<楽天市場出店規約 第15条（出店料等の支払い）>

4.甲が乙に債務を負担する場合は、甲は乙に対する債権の弁済期の到来の有無を問わず、いつでも当該債権と甲が乙に対して負担する債務とを対当額にて相殺することができる。

5.前項に規定する相殺権を行使するため、債権金額の確定に一定の期間を経過する必要があるときは、当該期間に限り、甲は乙に対する債務の弁済を留保することができるものとし、当該留保期間中、一切の損害金等は発生しないものとする。

(b) 開示方法について

楽天市場出店規約は、出店希望事業者に対し出店申込フォーム上で開示を行い、確認・同意の上で出店申込を行っていただいている。また、出店事業者が契約後に閲覧可能な出店者向けポータルサイト「店舗運営 Navi」にて開示を行っている。

イ 一般利用者に対する開示（法第5条2項2号）

(ア) 当該特定デジタルプラットフォームにより提供される場において、一般利用者が検索により求める商品等に係る情報その他の商品等に係る情報に順位を付して表示する場合における、当該順位を決定するために用いられる主要な事項（法第5条2項2号イ、法第5条2項1号ハ）

a 楽天市場の商品検索における検索順位の決まり方について

楽天市場の商品検索においては、主に①自然言語処理による検索キーワードと商品の関連性、②検索キーワード毎の商品の人気度をスコアリングして検索順位を決定している。また、上記要素を常にモニタリング、反映しているため検索順位は常に変動

する。

①検索キーワードと商品の関連性について

検索キーワードと、商品の説明に出てくるキーワードの出現頻度や希少性を加味して商品のスコアリングを行っている。例えば、「軽い」という検索キーワードに対して、商品名や商品説明文で複数回商品の軽さについて説明されていた場合、「軽い」というキーワードに対して関連性が高いとみなしている。

また、例えば「超軽量」というキーワードがついている商品が全商品に対して数が少なく希少だった場合、それらの商品は「超軽量」と検索された場合、よりスコアが高くなる。

②検索キーワード毎の商品の人気度とは

検索を行ったユーザーが、各商品にどう反応したかをモニタリングし、ユーザーが支持した商品に対して検索キーワードのスコアリングを高く評価している。

例えば、「マグカップ 軽量」と検索したユーザーが多く支持した商品に対して、「マグカップ 軽量」と検索された場合にスコアは高くなるが、「マグカップ かわいい」と検索された場合、支持されていない際は「マグカップ かわいい」という検索ではスコアを加点しない。

b 開示方法について

楽天市場「ヘルプ・問い合わせ」ページ

(<https://ichiba.faq.rakuten.net/detail/000017557>) にて開示を行っている。

(イ) 当該特定デジタルプラットフォーム提供者が商品等購入データを取得し、又は使用する場合における当該商品等購入データの内容及びその取得又は使用に関する条件
(法第5条2項2号ロ)

a 商品等購入データの内容及びその取得又は使用に関する条件について

利用目的の達成に必要な範囲で、一般利用者の個人データを、楽天グループ各社間で共同利用している。

詳細は、当社 HP の個人情報保護方針「お客様の個人情報の利用について」も参照のこと。(<https://privacy.rakuten.co.jp/use.html>)

b 開示方法について

楽天市場「ヘルプ・問い合わせ」ページ

(<https://ichiba.faq.rakuten.net/detail/000006705>) にて開示を行っている。

(2) 法第5条第3項及び第4項の規定に基づき開示された事項その他同条第1項から第4項までの規定に基づく開示の状況に関する事項

ア 商品等提供利用者に対する当該特定デジタルプラットフォームの提供条件によらない取引の実施の要請 その内容及び理由（法第5条3項1号）

楽天市場の店舗運営において出店事業者に要請する事項については、規約・ガイドラインにて定めており、規約・ガイドラインに記載のない事項について出店事業者に対応を強制・要請する事はない。

イ 継続して当該特定デジタルプラットフォームを利用する商品等提供利用者に対する当該特定デジタルプラットフォームの提供の拒絶（当該提供の全部を拒絶する場合を除く。） その内容及び理由（法第5条3項2号）

本報告書3-(1)-ア-(ア)-aに記載する「サービス一時停止」を行う場合には、当該出店事業者に対して、電子メール等の手段を用いて、措置内容と理由の通知を実施している。

ウ 当該特定デジタルプラットフォームの提供条件により行われる行為のうち、当該行為の相手方の利益を損なうおそれがあるため、その内容、理由その他の事項を開示することが特に必要であるものとして経済産業省令で定める行為 その内容、理由その他の経済産業省令で定める事項（法第5条3項3号）

本報告書3-(1)-ア-(キ)-e-(a)に記載のとおり、出店事業者に対して相殺権を行使するため、債権金額の確定に一定の期間を経過する必要がある場合、当該期間に限り、当社は出店事業者に対する債務の弁済を留保することがある（楽天市場出店規約第15条4項、5項）。

かかる弁済の留保を行う場合には、当該出店事業者に対して、電子メール等の手段を用いて内容及び理由の通知を実施している。

エ 商品等提供利用者に対する当該特定デジタルプラットフォームの提供条件の変更 その内容及び理由（法第5条4項1号）

規約やガイドラインの変更等、提供条件の変更を行う場合には、変更内容に応じた事前告知期間を設けたうえで、店舗運営システム（RMS）上の「店舗様向け情報」内において、改定内容及び適用開始時期の告知を実施している。

違反点数制度の導入（2016年）や、共通の送料込みライン施策の導入（2020年）等、出店事業者への影響が大きい変更を行う場合には、新春カンファレンスや楽天EXPO、楽天タウンミーティング等の出店事業者向けイベントにおいても説明を実施する等して、丁寧なコミュニケーションを心がけている。

オ 継続して当該特定デジタルプラットフォームを利用する商品等提供利用者に対する当該特定デジタルプラットフォームの提供の全部の拒絶 その旨及び理由（法第5条4項2号）

本報告書3-（1）-ア-（ア）-bに記載する「契約解除」を行う場合には、法令例外事由に該当する場合を除き、当該出店事業者に対して、30日以上的事前告知期間を設けたうえで、電子メール等の手段を用いて、措置内容と理由の通知を実施している。

4. 法第7条第1項の規定に基づき講じた措置に関する事項

(1) 特定デジタルプラットフォーム提供者が商品等提供利用者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために講ずべき措置についての指針2.1に示された方向性を実現するために講じた措置の具体的な内容及び当該措置が当該方向性を実現する上で適切かつ有効なものとする理由

ア 告示2.1 ①に関する事項

提供条件の変更等の行為を行うに際しては、消費者保護の観点、楽天市場全体の流通成長に資するものかという観点、出店事業者への影響等の要素を比較考量したうえで、実施の可否を判断している。

実施に際しては、変更内容に応じた事前告知期間を設定したうえで、出店事業者向けの店舗運営システム(RMS)上の「店舗様向け情報」内において、変更内容及び適用開始時期の告知を実施している。

また、出店事業者への影響が大きい変更を行う場合には、新春カンファレンスや楽天EXPO、楽天タウンミーティング等の出店事業者向け各種イベントにおいても説明を実施する等して、丁寧なコミュニケーションを心がけている。

イ 告示2.1 ②に関する事項

提供条件の変更、サービスの一時停止、全部拒絶を行うに際しては、それぞれ、所定の社内フローに基づき、関係各部署による合議体において公正かつ慎重な検討を実施している。

提供条件の変更に際しては、4-(1)-アに記載のとおり、消費者保護の観点、楽天市場全体の流通成長に資するものかという観点、出店事業者への影響等の要素を比較考量したうえで、実施の可否を判断している。また、出店事業者への影響が大きい変更を行う場合には、出店事業者向け各種イベントにおいても説明を実施する等して、出店事業者の意見を傾聴しながら、丁寧なコミュニケーションを心がけている。

サービスの一時停止、全部拒絶については、3-(1)-ア-(ア)に記載のとおり、どのような場合に、どのような措置が行われるのかを明確化し、開示することによって、出店事業者の予測可能性を担保している。また、個別具体的な当社の措置に対して、出店事業者より意見等が寄せられた場合には、それらを傾聴の上、個別具体的な対応を取っている。

ウ 告示2.1③に関する事項

提供条件の変更、サービスの一時停止、全部拒絶に関する内容、判断の根拠、決裁取得履歴及び出店事業者から寄せられた意見等は、担当部署が社内データベースに記録・保管しており、判断が属人的にならず、担当者変更等があった場合にも同じ基準で検討・判断が出来るような仕組みを構築している。

(2) 告示2.2に示された方向性を実現するために講じた措置の具体的な内容及び当該措置が当該方向性を実現する上で適切かつ有効なものとする理由

ア 告示2.2①に関する事項

2及び3-(1)-ア-(カ)でも記載のとおり、楽天市場では、出店事業者の声を聞くために多様なチャネルを用意している。出店事業者ごとに担当として付き、売上向上のための相談や提案を行うECコンサルタントや、店舗運営システム(RMS)の操作やキャンペーンなどの問い合わせを受けるコールセンター・チャット窓口をはじめとして、新春カンファレンスや楽天EXPOなどのイベント、出店事業者と意見交換を行う「楽天市場サービス向上委員会」など、出店事業者のニーズに合わせて多様なチャネルを設けている。出店事業者が楽天市場に対して苦情・紛争の申請を行うための専用窓口も設置しており、当該窓口は、他部署等から独立した窓口として、個別具体的な申立て事項について客観的に第三者的な立場で公平に対応を行っている。窓口に応じた案件については、全件事実確認を行い、判断結果及び判断理由を個別に申請者へ回答している。

苦情・紛争窓口に応じた事案については、特段の事情の無い限り、1ヶ月以内を目安に可及的速やかに対応する旨と、関係各所との調整が必要な事案については対応完了までの期間が延長する場合ある旨を、出店事業者が契約後に閲覧可能な出店者向けポータルサイト「店舗運営 Navi」及び、出店希望事業者が契約前でも閲覧可能な「出店案内」ページ(<https://www.rakuten.co.jp/ec/digitalplatform/>)にて、開示している。

イ 告示2.2②に関する事項

苦情紛争窓口寄せられた苦情内容及び判断結果については、担当部署がデータベースとして記録・保管している。また、出店事業者よりいただいた声は貴重なご意見として承り、適宜社内関係部署への周知等を実施している。

(3) 告示2.3に示された方向性を実現するために講じた措置の具体的な内容及び当該措置が当該方向性を実現する上で適切かつ有効なものとする理由

ア 告示2.3①に関する事項

社内外関係者との円滑なコミュニケーションを図るために、業務管理者（国内管理人）を選任し、業務管理者が必要な業務の管理を実施する体制を構築している。

イ 告示2.3②に関する事項

2021年2月に、円滑な業務遂行のために社内の体制整備を実施し、楽天市場のルール作成責任者、弁護士資格を持つ実務担当者などで構成する新組織「コマース渉外室」を設置し、業務管理者の監督のもと取引透明化法対応等を実施している。

業務管理者は、コマースカンパニーのコンプライアンス責任者も兼ねており、特定デジタルプラットフォームの提供に関する運営の改善に関して、業務管理者を中心として適切な社内調整を行うことが出来る体制が構築されている。

また、業務管理者は必要に応じ、出店事業者や外部有識者との様々な情報共有・意見交換の場（詳細は、後述4-(4)参照）において重要施策の説明や各種ステークホルダーとの意見交換を行っており、社外のステークホルダーの声を傾聴し、適宜必要な調整を行うことが出来る体制も構築されている。

(4) 告示2.4に示された方向性を実現するために講じた措置の具体的な内容及び当該措置が当該方向性を実現する上で適切かつ有効なものとする理由

ア 告示2.4①に関する事項

楽天市場では、出店事業者との相互理解促進のために、様々な情報共有・意見交換の場を設けている。具体的には、下記のような取り組みを継続的に実施しており、それらを通じて、出店事業者との双方向のコミュニケーションを積極的に行うとともに、出店事業者の意見を踏まえ、日々楽天市場の改善に取り組んでいる。

(ア) 楽天タウンミーティング

出店事業者との関係性強化を目的とし、楽天経営陣が47都道府県の出店事業者のも

とを訪問し、出店事業者との意見交流をはじめ、楽天の方針や方向性を案内する場として 2018 年 10 月より実施。出店事業者と楽天経営陣との Q&A セッションや、出店事業者から多くお問い合わせをいただいている案件やサービスについての勉強会を実施する等、出店事業者と対面でのコミュニケーションを実施している。

(イ) 楽天市場サービス向上委員会

楽天市場の運営について出店事業者と意見交換を行う場として 2021 年 3 月より開催。年に数回の楽天市場サービス向上委員会と、個別の議題について協議する「分科会」によって構成されている。

初年度は出店事業者団体である「楽天市場出店者 友の会」と「物流」「システム」「地域・コミュニティ」「サステナビリティ・SDGs」の 4 つの分科会を実施した。

(ウ) 楽天新春カンファレンス/楽天 EXPO

楽天経営陣から半期の戦略をお伝えするとともに、店舗運営を好転させるための情報共有、出店事業者同士、出店事業者と楽天のコミュニケーションのための場として、年 2 回（楽天新春カンファレンス：毎年 1 月頃、楽天 EXPO：毎年 7～9 月頃）開催している。

イ 告示 2.4② に関する事項

(ア) 楽天市場サービス向上委員会での提案内容を踏まえた改善活動

2022 年 1 月、4 分科会より計 17 の提案を受領しており、今後、提案内容を精査し、サービス改善に向けた様々な取り組みを検討していく予定となっている。

(イ) 「楽天市場品質向上委員会 アドバイザリーパネル」による外部有識者からの意見の傾聴

サービスのさらなる向上を目的に、外部有識者からの客観的な意見を取り入れる場として、「楽天市場品質向上委員会 アドバイザリーパネル」を 2019 年 2 月より定期的に開催。

議事要旨と、有識者よりいただいたご意見、当該ご意見を踏まえた改善活動内容については、出店事業者が契約後に閲覧可能な出店者向けポータルサイト「店舗運営 Navi」において公開している。

(5) その他法第7条第1項の規定に基づき講じた措置に関する事項

取扱禁止商材や禁止行為等、楽天市場の規約・ガイドラインの多くは各種法令に基づき定められたものであり、それらルール根拠となる各種法規制（景品表示法、特商法、薬機法等）の内容や規制趣旨を正しく出店事業者に理解いただくことは、出店事業者との相互理解のためにも重要であると考えます。

そのため、2022年3月より、出店事業者の法令理解を深めるための自主的取り組みとして、月1回程度を目安に、行政庁担当者を講師に招き、オンラインにて出店事業者向け法令勉強会を開催している。

5. 法第9条第1項第2号から第4号までに掲げる事項について自ら行った評価に関する事項

(1) 法第9条第1項第2号に掲げる事項について自ら行った評価に関する事項

苦情・紛争対応について

楽天市場では、従前より出店事業者からの様々なご要望やご意見等を含め、EC コンサルタントやコールセンター等で広く受け付け、内容に応じ対応を行っていたが、2021年4月1日に、出店事業者との相互理解促進のために、苦情紛争受付専用窓口を新設している。

営業部門等の他部署から独立した苦情紛争受付専用の窓口を新設したことで、苦情紛争事案に対して、客観的な立場で公平な判断を実施することが可能な体制が構築できている。また、テンプレートをを用いた定型的な回答ではなく、個別具体的な申立て内容に対して丁寧な回答を実施することができている。

(2) 法第9条第1項第3号に掲げる事項について自ら行った評価に関する事項

ア 提供条件の開示について

2021年4月1日に、開示事項を取りまとめた専用コンテンツを作成し、出店事業者が契約後に閲覧可能な出店者向けポータルサイト「店舗運営 Navi」及び、出店希望事業者が契約前でも閲覧可能な「出店案内」ページにて公開している。これにより、出店事業者及び出店希望事業者に対して、楽天市場のプラットフォーム運営における基本的な方針を明瞭かつ容易に示すことが出来ていると考える。

具体的な開示内容については、本報告書3（法第5条第1項から第4項までの規定に基づく開示の状況に関する事項）を参照のこと。

イ 提供条件の変更について

規約やガイドライン変更等、提供条件の変更を行う場合には、変更内容に応じた事前告知期間を設けたうえで、RMS上の「店舗様向け情報」機能等を用いて、変更内容及び適用開始時期の告知を実施している。

また、出店事業者への影響が大きい変更を行う場合には、新春カンファレンスや楽天EXPO、楽天タウンミーティング等の出店事業者向けイベントにおいても説明を実施する等して、丁寧なコミュニケーションを心がけている。

ウ 提供の全部拒絶について

提供の全部拒絶を実施する場合には、30 日前告知及び理由の通知を行っている。

(3) 法第9条第1項第4号に掲げる事項について自ら行った評価に関する事項

本報告書に記載のとおり、楽天市場では、従前より各出店事業者に対して専任の EC コンサルタントを用意し、出店事業者のパートナーとして店舗運営のアドバイスや企画の提案等を行っている。また、出店事業者との相互理解促進のために、様々な情報共有・意見交換の場を設けている。

本年度も、楽天新春カンファレンス、楽天 EXPO、楽天タウンミーティング、楽天市場サービス向上委員会等、多様なチャネルを用いた出店事業者とのコミュニケーションを実施している。また、行政庁担当者を講師に招いてオンラインで開催した出店事業者向け法令勉強会も、これまで行政庁担当者より直接話を聞くことが難しかった地方の出店者等から好評をいただいております、今後も継続的に開催していきたいと考えている。

これらの出店事業者との多様なコミュニケーションは、楽天市場創設以来の当社の強みであると認識しており、今後も出店事業者のニーズや環境の変化を踏まえながら、日々コミュニケーション面での進化を継続し、出店事業者との相互理解を深めていきたいと考えている。

以上