

別添 2 :

特定デジタルプラットフォーム提供者による苦情・紛争処理の状況（令和4年度）

1. オンラインモール・アプリストア分野の特定デジタルプラットフォーム提供者が開設している苦情相談対応窓口の例

オンラインモール

アマゾン	楽天	LINEヤフー
<p>○テクニカルサポート セラーセントラルの「お問い合わせ」を通じ、以下のとおり連絡可能。 メール：24時間365日受付 チャット・電話：毎日午前9時から午後9時 ※日本語で問合せ可能。</p> <p>○措置を実施したチームへの直接の連絡 アカウント停止等の措置については、措置を実施したチームに直接の連絡及び異議申し立てが可能</p>	<p>○苦情・紛争窓口 出店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。他部署から独立した窓口として、第三者的立場から公平に対応。</p> <p>○ECコンサルタント 売上向上のための相談や提案を行う。利用事業者ごとに付く担当者。</p> <p>○コールセンター・チャット窓口 店舗運営システムの操作やキャンペーンなどの問合せを受け付ける。</p>	<p>○ヘルプデスク ・ショッピングヘルプデスク電話窓口（10時～18時 ※年末年始のぞく） ・ショッピングヘルプデスクお問い合わせフォーム（24時間受付 ※返信は年末年始のぞく10時～18時） ・ストアAIチャットサポート（自動応答 24時間365日対応）</p> <p>○Yahoo!ショッピング営業担当 平日 10時～18時（※年末年始のぞく）</p>

アプリストア

Apple	Google
<p>○苦情申立てwebフォーム https://developer.apple.com/contact/p2b/ ※日本語で問合せ可能。</p>	<p>○苦情窓口 ・複数の苦情窓口からの選択を可能にするともに、Googleが行った決定についてデベロッパーからの異議申し立ても可能。（施行措置に関する苦情窓口・技術的な問題に関する苦情窓口・決済に関する苦情窓口・法的苦情に関する窓口） ・再審査請求フォームや、異議申し立てフォームも整備 ※全て日本語で問合せ可能。</p>

（出所）特定デジタルプラットフォーム提供者から提出された定期報告書（概要）等に基づき経済産業省作成。

2. オンラインモール・アプリストア分野の苦情・紛争処理の状況

苦情・紛争処理の状況（アマゾン）

体制の概要	
<ul style="list-style-type: none"> ● 利用事業者が、可能な限り自ら出品アカウントに関連する問題を解決できるよう支援。 ● 利用事業者からの問合せ対応のため、テクニカルサポートという専門部署を設置。想定される問合せに対する対応方法を定めた手順書と遵守すべき対応時間等を定めたサービス基準書に従って対応。対応品質の改善に向け、販売商品当たりのケースの数や、平均対応時間等様々な指標に基づいて問合せに対する対応品質をモニタリング。 ● 異議申し立てを受領した場合、措置を実施したチームが異議の内容を丁寧に検討。措置の判断が誤っていた場合、再発防止に向け、措置の実施条件等を修正。マネジメントチームによる定期的な精査と改善措置を実施。 	
苦情紛争処理の実績（令和4年度）	
<p>● 苦情・紛争の件数 【苦情】 49,903件、【紛争】 36件 ※苦情の件数については前年度における利用事業者からの全問合せ件数の2%程度に相当。 ※苦情の件数には、弊社の判断やサービス、お問合せ対応、規約変更などに関し不満や苦情を申し出られた場合が含まれる。 ※紛争の件数には、利用事業者が、弊社を相手方として、訴訟、仲裁、調停その他の法的な紛争解決手続を提起・申立てられた場合、並びにそれを示唆する書簡が弊社に送付された場合が含まれる。</p> <p>● 苦情・紛争の主な類型 【苦情】 商品の表示や出品関係（54%）、注文・梱包・配送関係（26%）、アカウントの登録・ログイン・設定関係（7%）、広告・付加的サービス関係（3%） 【紛争】 売上金の支払い関係（24件）、アカウント停止関係（2件）、在庫返還関係（4件） ※紛争の件数は累計数。</p>	<p>● 平均処理期間 ※下記期間は、利用事業者からの返答を待つ期間も含む。 【苦情】 平均で6.1日。全ての苦情のうち、約50%を24時間以内に、約71%を3日以内に解決。 【紛争】 書簡による異議の処理に要した期間は、平均で約32日。</p> <p>● 結果の概要 ✓ 苦情のうち約71%は、追加的な説明やサポート、これらに基づく利用事業者様による改善等を経て、結果的に利用事業者様のご意向に沿う形で解決。 ✓ 紛争手続のうち、前年度末日時点までに解決したケースは7件（内5件は利用事業者による取下げ、2件は裁判所による請求棄却判決で終了）。 ✓ 前年度に提出された書面による異議については、前年度に解決されたもののうち約43%はAmazonの判断を維持する形で解決。</p>

（出所）アマゾンから提出された定期報告書（概要）等に基づき経済産業省作成。

苦情・紛争処理の状況（楽天）

体制の概要

- 取引透明化法の施行に伴い、「苦情・紛争窓口」を新たに設置。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実施。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。
- 従前よりECコンサルタントやコールセンター等で利用事業者からの様々な要望や意見等を広く受け付け、対応。
- 申立てを棄却する場合であっても十分に事実確認を行った上で、結論に至った具体的な理由を記載するとともに、出店事業者の申立てを実現する代替手段等を提示。提示ができない申立てについては、申立内容に関連する部署へフィードバックを行うことにより、今後の運用等の改善に役立っている。

苦情紛争処理の実績（令和4年度）

● 苦情・紛争の件数

12件

- ※ 「苦情・紛争窓口」で対応を行ったものについて件数をカウント。
- ※ 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、苦情・紛争の件数としてはカウントしていない。

● 苦情・紛争の主な類型

「共通の送料込みライン」関係（2件）
ECコンサルタント関係（2件）
商品レビュー関係（2件）
出店時の対応関係（1件）
決済システム関係（1件）等

● 平均処理期間

15.75日

- ※ 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）

● 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。
- ✓ 窓口申請が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。

（出所）楽天から提出された定期報告書（概要）等に基づき経済産業省作成。

苦情・紛争処理の状況（LINEヤフー）

体制の概要

- 「ヘルプデスク窓口」、「営業担当」または「CS部門」で問合せ・苦情を受け付け、内容に応じて、社内の適切な部署にエスカレーション。具体的には、(a)出店時の審査に関する「審査CS（顧客満足）」部門、(b)出店後のガイドライン違反に関する「ガイドラインCS」部門、(c)出店後のお客様対応等、モール運営に関する「ストアCS」部門、(d)その他出店後の一般的な問い合わせに関する「ヘルプデスク」部門への振り分けを実施。
- 寄せられた苦情は、必ず当社からの返信で終了しており、全ての苦情が「クローズ」に至るまで対応。
- ストアツール上での告知内容に対し、個別要望や苦情を寄せられることができるよう、個別に要望フォームを設置。
- 各部署に寄せられた問い合わせについて、全ての苦情とその対応事例を集め、(a)～(d)の4部門の会議（原則週次開催）において、各窓口の対応が適切であったかを検証。検証の結果、必要がある場合は適切な対応を窓口対応者にフィードバックし、出店者の苦情を元に対応を改善している。

苦情紛争処理の実績（令和4年度）

● 苦情・紛争の件数

【苦情】18件、【紛争】1件

- ※ 各部門において集計された問い合わせは、計329,053件
- ※ 上記「苦情」とは、①当社の措置や行為（事故等も含む）により出店者が不利益、あるいは運営上経済的損害等を受けた場合で、かつ②当社の規約、約款及びガイドラインを適用して適切な措置を講ずることによって解決できるもの
- ※ 上記「紛争」とは、当社と利用事業者の間のトラブルが、訴訟・調停等の法的手段により解決すべき状態に至ったケース。

● 苦情・紛争の主な類型

【苦情】出店または開店審査の進捗、結果、救済に関して（2件）
事故や不具合等による不利益に関して（5件）
サポート体制（営業担当、表現、時間、品質等）に関して（3件）
ユーザーの不当評価に関して（1件）
ストアツールや仕様による不利益に関して（3件）
広告、販促企画に関して（1件） その他（3件）

（出所）LINEヤフーから提出された定期報告書（概要）等に基づき経済産業省作成。

● 平均処理期間

【苦情】電話での問合せ：対応完了まで
108時間37分
メールでの問合せ：対応完了まで
62時間32分

- ※ 外部顧客管理システム及び電話システムでの入電時間計測によって管理している数値を抽出。

● 結果の概要

- ✓ 満足度調査をアンケート形式で実施しているヘルプデスクでは、84.5%から、満足した旨の回答を受領。

苦情・紛争処理の状況（Apple）

体制の概要

- Appleは、法に基づき、日本のデベロッパが（1）制限・停止・終了（2）技術的な問題（3）法令遵守（4）支払いのカテゴリで苦情を申し出ることができるウェブフォームを提供。苦情は社内責任者に確実に伝わる。
- 利用事業者の苦情に対処し、紛争解決に必要なシステム及び手続の整備に関する考え方及び具体的な取組をレビュー・検討。透明化法指針中の具体的な取組例に一致した措置を実施。苦情及び紛争への対応は、おおむねAppleの既存の内部プロセスの明確化と改善、既存の透明性に向けた取組のタイムラインの迅速化に資するもの。利用事業者に対する通知の更新に時間とリソースを投入。

苦情紛争処理の実績（令和4年度）

● 苦情・紛争の件数

【苦情】 4件

※下記ウェブフォーム経由で寄せられた申し立てをカウント。
<https://developer.apple.com/contact/p2b/>

● 苦情・紛争の主な類型

【苦情】 いずれも不正による利用事業者のアカウント終了または知的財産に関する紛争によるアカウント制限による「制限・停止・終了」カテゴリに該当。

● 平均処理期間

【苦情】 苦情の申出から、利用事業者への決定の連絡まで1.75日間。

● 結果の概要

- ✓ 4件中1件においては、利用事業者がAppleユーザーを危険にさらし他の利用事業者に不利益を被らせることとなる不正行為を行って、ガイドラインや使用許諾契約に繰り返し違反したことを理由として、利用事業者の契約解除措置を維持。
- ✓ 残り3件は、Appleが決定を取り消し、利用事業者のAppを復活させたケースであり、利用事業者は自らのガイドライン及び使用許諾契約の違反を認め、速やかに是正措置を講じて違反を解消し、今後の遵守を確保するための措置を実施。

（出所）Apple から提出された定期報告書（概要）等に基づき経済産業省作成。

苦情・紛争処理の状況（Google）

体制の概要

- 苦情の処理は、「解決策提示後48時間が経過したとき」、「問題が解決されたことを顧客が確認したとき」、「顧客が担当者へ謝辞を述べる返信をしたとき」等を含む様々な事情で終了。
- デベロッパーに問題や懸念を提起するための複数の手段を提供（Google Playポリシーセンターに記載された各種サポート窓口）。これらの仕組みを通じて、Googleは、デベロッパーからの苦情を効率的かつ公正に取り扱い、それらの苦情を特定デジタルプラットフォームの運営の改善のために考慮。

苦情紛争処理の実績（令和4年度）

● 苦情・紛争の件数

【苦情】 6,206件、【紛争】 0件

※「苦情」は、ヘルプセンター、電子メール窓口、サイトを含む、利用規約に記載された所定の窓口を通じて受けた苦情の総数。件数のカウントにあたり、Google Playデベロッパー販売/配布契約を締結した日本を拠点とするデベロッパーに関連する全てのアプリを特定。

※「紛争」は、アプリ事業者との間で裁判や仲裁等の紛争解決機関に係属した請求事件。

● 苦情・紛争の主な類型

【苦情】 アプリ/プラットフォーム関係（3,187件）、異議申立関係（2,751件）、アカウント管理関係（129件）、ポリシー関係（71件）、認証関係（68件）

● 平均処理期間

【苦情】 24時間未満：3,561件（58%）、
24～48時間：788件（13%）、
48時間超かつ1週間未満：1,168件（19%）、
1週間以上：644件（10%）

● 結果の概要

- ✓ 施行決定の維持：1,188件（19%）
 - ✓ 施行決定の取消し：600件（10%）
 - ✓ 問題の解決：4,286件（69%）
 - ✓ その他：132件（2%）
- ※Googleがビジネスユーザーにサポートを提供した場合、「問題の解決」として記録。

（出所）Googleから提出された定期報告書（概要）等に基づき経済産業省作成。

3. デジタル広告分野の特定デジタルプラットフォーム提供者が開設している苦情相談対応窓口の例

デジタル広告

Google	LINEヤフー	Meta
<p>○エンフォースメント措置に関する苦情窓口 ・広告主等は、Google広告アカウントからエンフォースメント決定に対して異議申し立てが可能。 ・パブリッシャー等は、エンフォースメント決定に対して異議申し立てが可能。</p> <p>○技術的な問題に関する苦情窓口 ・一般向けのサポートフォーラム又はサポートフォームを通じて問題を報告可能。</p> <p>○カスタマーサポート及びパートナーソリューションに関する苦情窓口 ・Googleのセールスサポート及びパートナーソリューションチームのアンケート調査を受ける。 ・広告主等がフィードバックや苦情を提供したい場合には、サポートフォーラムやサポートフォームを通じて提供可能。</p> <p>○法的苦情に関する窓口 ・商標権者やブランドの保有者は、広告主等又はパブリッシャー等に対する商標又は偽造品関連の苦情がある場合、商標権侵害申し立てフォーム又は偽造品申し立てフォームを通じて苦情の申し出が可能。 ・広告主等又は商標権者は苦情に対する異議申立手続きを利用出来る。 ・広告主等のアカウント内で問題を解決する機会や、一般向けの法的な理由でコンテンツが削除された場合、再審査請求フォーム及びDCMA異議申し立て通知フォーム経由で異議を申し出る機会を提供。</p>	<p>○お問い合わせ窓口 広告事業へ直接苦情を申し入れ可能。 ・電話・チャット：平日9:30～12:00、13:00～18:00 ・フォーム</p> <p>○営業担当</p> <p>○苦情専用フォーム ・問い合わせと切り分け、集中的に苦情を受け入れる体制を整備。</p>	<p>○ビジネスヘルプセンター ・アカウント概要のアカウント品質セクションにアクセスすることで、決定のレビューを申請したり、申請したレビューのステータスを追跡することが可能。</p> <p>○Metaプロチーム ・過去6ヶ月以内に広告サービスを購入したすべての商品等提供利用者が利用でき、日本語での利用が可能。(i)Metaマーケティングプロ、(ii)Metaテクニカルプロ、(iii)Metaサポートプロの3つの専門サポートグループによる1対1のサポートを無料で提供。</p> <p>○アカウントアクセスライブチャット 商品等提供利用者が遭遇する大きな問題の一つであるアカウントアクセスの問題につき、日本語でサポートを提供。</p>

(出所) 特定デジタルプラットフォーム提供者から提出された定期報告書(概要)等に基づき経済産業省作成。

4. デジタル広告分野の苦情・紛争処理の状況

苦情・紛争処理の状況 (Google)

体制の概要

- 苦情の処理は、「解決策提示後48時間が経過したとき」、「問題が解決されたことを顧客が確認したとき」、「顧客が担当者へ謝辞を述べる返信をしたとき」等を含む様々な事情で終了。
- 「当初決定」はGoogleの利用規約又は製品に関する各種ポリシーの最初のエンフォースメントを意味する。広告主等及びパブリッシャー等は、決定に誤りがあると考えた場合、異議を申し立てることが出来、Googleは追加情報に照らして決定を取り消すこともある。広告主等又はパブリッシャー等が複数の事項に関わる異議申し立てを行うことも可能。

苦情紛争処理の実績 (令和4年度)

● 苦情・紛争の件数

【苦情】 200,973件、【紛争】 1件

広告主等：96,702件 パブリッシャー等：104,185件

※「苦情」は、ヘルプセンター、電子メール窓口を含む、利用規約に記載された所定の窓口を通じて受けた苦情の総数。件数のカウントにあたり、日本国内に請求先住所を有するすべての日本の広告主等及びパブリッシャー等を特定

※「紛争」は、利用者との間で裁判や仲裁等の紛争解決機関に係属した請求事件。

● 苦情・紛争の主な類型

【苦情】(広告主等/パブリッシャー等)
 異議申立関係 (93,648件/104,057件)
 プラットフォーム関係 (1,426件/88件)
 ポリシー関係 (661件/5件)
 アカウント管理関係 (553件/15件)
 認証関係 (0件/1件)
 その他 (414件/19件)

● 平均処理期間 (広告主等/パブリッシャー等)

24時間未満：78,660件(82%)/91,373件(89%)
 24～48時間：8,022件(8%)/5,205件(5%)
 48時間超かつ1週間未満：4,553件(5%)/5,689件(6%)
 1週間以上：4,457件(5%)/870件(1%)

● 結果の概要 (広告主等/パブリッシャー等)

- ✓ 当初決定の維持：59,211件(61%)/14,209件(14%)
- ✓ 当初決定の取消し：21,943件(23%)/88,351件(85%)
- ✓ 当初決定の一部維持：10,546件(11%)/0件(0%)
- ✓ 問題の解決：4,838件(5%)/130件(0%)
- ✓ その他：164件(0%)/1,495件(1%)

※Googleが広告主等又はパブリッシャー等にサポートを提供した場合、「問題の解決」として記録。

(出所) Googleから提出された定期報告書(概要)等に基づき経済産業省作成。

苦情・紛争処理の状況（Meta）

体制の概要

- 商品等提供利用者の苦情を複数の方法で処理し、苦情の種類とその複雑さのレベルに応じて適切に処理できるようにするべく、ビジネスヘルプセンターにおいて、様々な記事を提供している他、直接相談を行う方法として、(i) Metaプロチームへの連絡、または(ii)Metaのアカウントアクセスライブチャットを通じて連絡する等の方法を提供。
- 国内管理人として、日本における商品等提供利用者に対する既存のカスタマーサポート業務をモニターし必要に応じて支援する、機能横断的、組織横断的チームを設立。

苦情紛争処理の実績（令和4年度）

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------|
| ● 苦情・紛争の件数
報告書（概要版）に未記載 | ● 平均処理期間
報告書（概要版）に未記載 |
| ● 苦情・紛争の主な類型
報告書（概要版）に未記載 | ● 結果の概要
報告書（概要版）に未記載 |

（出所）Metaから提出された定期報告書（概要）等に基づき経済産業省作成。

苦情・紛争処理の状況（LINEヤフー）

体制の概要

- 「お問い合わせ窓口」、「苦情専用フォーム」、「営業部門」で問合せを受け付け、内容に応じて、社内の適切な部署にエスカレーション。具体的には、広告のアカウント開設・停止や広告審査等に関するものについては、審査、ポリシー部門、データの利活用に関するものについてはデータガバナンス部門、サービスの機能・仕様等その他一般的な問い合わせに関するものについてはプロダクト部門に振り分けを実施。
- 寄せられた苦情は、必ず当社からの返信で終了しており、全ての苦情が「クローズ」に至るまで対応。
- 一般利用者からの苦情は、個別広告に関するアンケートページ、広告に関する意見フォーム、掲載ガイドライン違反に関する申告窓口を通じて受付。

苦情紛争処理の実績（令和4年度）

- | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ● 苦情・紛争の件数
【苦情】34件、【紛争】0件
※苦情の件数については前年度における利用事業者からの全問合せ件数（21,458件）の0.16%程度に相当。
※「苦情」は、Yahoo! 広告の利用に関して、当社の法令・契約に照らして問題のある行為（不作為を含む）により、広告主等自身に直接的かつ具体的な損害を被ったと訴えているものと定義
※「紛争」は、広告主等との間で訴訟提起又は調停申立がされたものと定義 | ● 平均処理期間
【苦情】77.8時間
※外部顧客管理システム及び電話システムでの入電時間計測によって管理している数値を抽出。 |
| ● 苦情・紛争の主な類型
【苦情】
審査関係（30件）
サービスの仕様/機能/不具合について（4件） | ● 結果の概要
✓ 広告主等に当社からの回答後にアンケートを依頼した結果、2022年10月から2023年3月のNet Promoter Score（NPS）の平均は73。
✓ 透明化法に基づき、特定デジタルプラットフォームに指定される前の2022年6月から2022年9月までの平均NPSは73.7。
✓ 高水準の問い合わせ対応を安定的に提供と評価。 |

（出所）LINEヤフーから提出された定期報告書（概要）等に基づき経済産業省作成。