

**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基づく
特定デジタルプラットフォームに対する経済産業大臣による評価(案)
に対する意見公募の結果について**

令和7年12月17日
経済産業省

令和7年10月24日から令和7年11月24日まで、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基づく特定デジタルプラットフォームに対する経済産業大臣による評価(案)に対する意見募集を行った結果、15者から86件のご意見をいただきました。

本件に関してお寄せいただいたご意見及びご意見に対する考え方を別紙のとおり、とりまとめましたので、公表いたします。

なお、本意見公募とは直接関係のないご意見につきましては、ご意見に対する考え方をお示しておりますが、承っております。また、一部、提出意見は整理又は要約しております。

今回、ご意見をお寄せいただきました方々のご協力に厚く御礼申し上げます。

1. 意見公募の実施方法

(1) 意見公募期間

令和7年10月24日(金)～令和7年11月24日(月)

(2) 資料入手方法

電子政府の総合窓口「e-Gov」における掲載

(3) 意見提出方法

電子政府の総合窓口「e-Gov」の意見提出フォーム、電子メール、郵送

2. 意見公募の結果

意見提出者数 15者

提出意見数 86件

3. お寄せいただいたご意見の概要及びご意見に対する考え方

別紙のとおり

以上

提出意見者一覧

意見番号	意見提出者
1	個人
2	個人
3	個人
4	個人
5	匿名
6	個人
7	個人
8	個人
9	個人
10	個人
11	個人
12	個人
13	個人
14	個人
15	個人
16	個人
17	個人
18	個人
19	個人
20	LINE ヤフー株式会社
21	LINE ヤフー株式会社
22	LINE ヤフー株式会社
23	LINE ヤフー株式会社
24	LINE ヤフー株式会社
25	LINE ヤフー株式会社
26	LINE ヤフー株式会社
27	LINE ヤフー株式会社
28	LINE ヤフー株式会社
29	LINE ヤフー株式会社
30	LINE ヤフー株式会社
31	一般社団法人日本新聞協会
32	一般社団法人日本新聞協会
33	一般社団法人日本新聞協会
34	一般社団法人日本新聞協会
35	一般社団法人日本新聞協会

36	一般社団法人日本新聞協会
37	一般社団法人日本新聞協会
38	一般社団法人日本新聞協会
39	一般社団法人日本新聞協会
40	一般社団法人日本新聞協会
41	一般社団法人日本新聞協会
42	一般社団法人日本新聞協会
43	一般社団法人日本新聞協会
44	一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム
45	一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム
46	一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム
47	一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム
48	グーグル合同会社
49	グーグル合同会社
50	グーグル合同会社
51	グーグル合同会社
52	グーグル合同会社
53	グーグル合同会社
54	グーグル合同会社
55	グーグル合同会社
56	グーグル合同会社
57	グーグル合同会社
58	グーグル合同会社
59	グーグル合同会社
60	グーグル合同会社
61	グーグル合同会社
62	グーグル合同会社
63	グーグル合同会社
64	楽天グループ株式会社
65	楽天グループ株式会社
66	楽天グループ株式会社
67	楽天グループ株式会社
68	楽天グループ株式会社
69	楽天グループ株式会社
70	楽天グループ株式会社
71	楽天グループ株式会社
72	楽天グループ株式会社

73	楽天グループ株式会社
74	楽天グループ株式会社
75	楽天グループ株式会社
76	楽天グループ株式会社
77	楽天グループ株式会社
78	楽天グループ株式会社
79	楽天グループ株式会社
80	楽天グループ株式会社
81	個人
82	個人
83	個人
84	匿名
85	匿名
86	匿名

(別紙)

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
1	個人	モール	その他	<p>昨年12月にも同種の意見公募があった。</p> <p>先ず初めに、特定デジプラに、メルカリ（メルカリ Shops を含む）、Yahoo! オークション（Yahoo! オークションストアを含む）、eBay、TikTok（TikTok Shop を含む）、Shein、TEMU、AliExpress を追加すべきだと考える。CtoC プラットフォームにおいても、「隠れ B」と呼ばれる個人を装って個人アカウントで登録・利用をする業者が多数おり、CtoC プラットフォームだからという理由で特定デジプラの登録から除外するのは安易な考えだと思う。</p>	<p>ご指摘の事業者の規制対象への追加等については、「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四条第一項の事業の区分及び規模を定める政令」に基づき、適切に対応してまいります。なお、ご指摘の TikTok については、本年6月27日に特定デジタルプラットフォーム提供者に指定しております。</p>
2	個人	モール	その他	<p>さて、昨年と比べて、対象の特定デジプラで悪質な出品者・行為が減っているように感じられるため多少は改善されていると思われるが、未だには悪質な出品者は多数おり、また昨年猛威を振るった SNS の詐欺広告なども未だに見受けられる。</p> <p>1社ずつ現在の状況を書いていきたい。 [Amazon]</p> <p>Amazon.co.jp のサードパーティ販売者には引き続き多くの問題があると考える。詐欺的な行為を行う出品者、詐欺的な出品が多く見られる。例えば、インボイス対応をしていないと思われる中国の出品者がインボイス対応と記載、特定商取引法に基づく表記欄に虚偽の情報を掲載、模倣品や不良品を販売、Amazon 上で注文をキャンセルしながら代引きで模倣品を発送する代引き詐欺、虚偽のレビューを依頼するサクラレビュー、別サイトで販売されている商品画像などの無断盗用（無在庫販売）、などである。これらの問題のすべての根元は、サードパーティ販売者の特定商取引法に基づく表記欄に虚偽の情報が掲載されていることが許容されていることだと考える。具体的には、お問い合わせ先の電話番号が繋がらない、住所が虚偽の住所、運営責任者名には責任者の個人名ではなく苗字だけ（実際の苗字かは不明）あるいは商号が掲載されてたりする。これらは、Amazon がサードパーティ販売者の出店審査を</p>	<p>Amazon に関していただいた様々なご指摘については、今後の法執行、モニタリングプロセスにおける検討の参考とさせていただきます。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				する際に、登録された電話番号に電話する、住所に本人限定受取郵便を送る、運営責任者名が氏名の形式を保っているのか確認する、といった最低限の手続きをするだけで良いはずである。毎年このことに言及しているが、未だに改善されることは理解に苦しむ。	
3	個人	モール	その他	[楽天市場] 楽天市場のショップには引き続き多くの問題があると考える。詐欺的な行為を行う出品者、詐欺的な出品が多く見られる。例えば、Amazon.co.jp の商品情報を無断転載し、楽天市場で注文が入ると注文者の個人情報を無断で使用し、Amazon でギフト注文、特定商取引法に基づく表記欄に虚偽の情報を掲載、配送期日の超過、などである。ショップに問い合わせても問題が解決しないため、楽天市場に問い合わせをすると、「取引に関するトラブルはショップと話し合ってください」と言われるだけでショップに何らのペナルティも課された形跡がない。これらの問題のすべての根元は、サードパーティ一販売者の特定商取引法に基づく表記欄に虚偽の情報が掲載されていることが許容されていることだと考える。具体的には、お問い合わせ先の電話番号が繋がらない、住所が虚偽の住所で登録されていたりする。これらは、楽天がショップの出店審査をする際に、登録された電話番号に電話する、住所に本人限定受取郵便を送る、といった最低限の手続きをするだけで良いはずである。毎年このことに言及しているが、未だに改善されることは理解に苦しむ。	楽天市場に関していただいた様々なご指摘については、今後の法執行、モニタリングプロセスにおける検討の参考とさせていただきます。
4	個人	モール	その他	[Yahoo!ショッピング] Yahoo!ショッピングについては、一昨年頃から大いに改善が見られる。以前は、Amazon.co.jp の商品情報を無断転載する無在庫ショップだらけであったが、個人事業主の出品数を原則 500 点に制限したり、商品カテゴリーによっては正規の仕入れ明細を出した事業者にのみ販売を認めたりするなどし、プラットフォームの健全化に真摯に取り組んでいるように感じる。一方で、同じ会社が運営する Yahoo! オークションでは、模倣品や詐欺的な商品が届く被害が未だに多くあり、被害者は 1 年間で 1 万円相当の PayPay ポイントを上限とした補償しか受けられず泣き寝入りしている。CtoC	Yahoo!ショッピングに関していただいた様々なご指摘については、今後の法執行、モニタリングプロセスにおける検討の参考とさせていただきます。 なお、指定対象の追加に関する御意見については、今後の運用・検討の参考とさせていただきます。

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>プラットフォームの Yahoo! オークションの悪評をかき消すために、せめて BtoC プラットフォームの Yahoo! ショッピングは厳しく運用をしているだけのように思える。</p> <p>現在、上記 3 つの取引プラットフォームを追われた悪質な販売者が、別の取引プラットフォームやフリマサイトに流れている。それが前述のサイトである。今後は、他の取引プラットフォームやフリマサイトも特定デジプラに追加することをご検討いただきたい。</p>	
5	匿名	広告	その他	<p>デジタル広告などに対する規制が謳われていますが、それを扱う SNS 業者に対する規制が見られない様に思います。</p> <p>SNS では大量の bot アカウントを使ったステルスマーケティング（ステマ）などが確認されていて、明らかな「広告」との区別が出来ない状況です。</p> <p>ステマ対策として、SNS 書き込みに対する、「ボット・チャレンジ」設置の義務化を提案します。</p> <p>Web 上で、フォーム送信が自動プログラムではなく人間が行っている事を確認する手順です。（いわゆる「私はロボットではありません」のステップ）</p> <p>パズル解答、数字判読などのチャレンジが有りますが、近年ではユーザーの動作（behavior）を認識して、自動で判別・チェックするチャレンジが出来ており、導入が容易になっています。</p> <p>SNS の書き込みに人間によるものである確認を義務付けることで、ステマ広告以外にも、デマ拡散、犯罪準備アカウントの作成にも歯止めがかけられると見込みます。</p> <p>ご検討を願いたいです。</p>	<p>透明化法のデジタル広告分野の規制は、「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四条第一項の事業の区分及び規模を定める政令」に基づき、広告主が一般ユーザーに対して商品等に係る情報を「広告として」表示する事業を対象としております。具体的には、デジタルプラットフォーム提供者が検索サービスの検索結果画面やポータルサイトの画面、SNS の画面などに設けた広告用の表示枠に対し、広告主が広告として情報を表示する取引が規律対象となります。</p> <p>ご指摘のステルスマーケティングは、販促活動であること等を隠して広告表示枠とは別の SNS 書き込み箇所に記載するものですので、「広告として」表示する事業には当たらず透明化法の規律対象外となります。デマや犯罪準備アカウント等に関しても同様に透明化法の規律対象外となります。</p>
6	個人	共通	その他	本評価案は、「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」（以下「透明化法」）に基づき、特定デジタル	賛同いただくご意見として承りました。

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				ルプラットフォームの取引環境を可視化し、事業者の自主的な改善を促す制度的枠組みとして、重要な意義を持つものと受け止めています。	
7	個人	共通	その他	また、昨年度の評価に対するフォローアップが詳細に記載されている点は、制度が一過性の指摘で終わることなく、継続的な対話と改善を志向していることを示すものであり、制度の誠実さと信頼性を支える重要な要素と考えます。特定事業者ごとの対応状況だけでなく、共通課題に対する横断的な視点が盛り込まれている点も、制度の公平性と包摂性を高めるものです。	賛同いただくご意見として承りました。
8	個人	共通	その他	一方で、評価項目の記述が専門的かつ技術的であるため、一般の利用者や中小事業者にとっては、制度の意図や評価の意味が十分に伝わりにくい可能性があります。制度の透明性を高めるためには、評価の根拠や判断基準、モニタリング会合での議論内容などについて、可能な範囲での情報公開と、平易な言葉による説明が求められます。特に「期待する取組みの方向性」については、事業者の自主性を尊重しつつも、最低限の基準や説明責任の枠組みを明示することが重要です。	いただいたご意見につきましては、今後の法執行、モニタリングプロセスの参考とさせていただきます。
9	個人	共通	その他	また、評価対象となるプラットフォーム事業者の選定基準や、今後の追加・変更の方針についても、透明性のある運用が望されます。市場の変化に応じた柔軟な対応は必要ですが、その都度の判断が恣意的と受け取られないよう、制度設計の段階で一定の方針を示すことが制度への信頼につながります。	ご指摘の「評価対象となるプラットフォーム事業者の選定基準」につきましては、「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四条第一項の事業の区分及び規模を定める政令」で定められております。経済産業省では、同政令に基づき透明性のある運用を行っており、また今後制度改正の必要が生じた際は、適切に対応してまいる所存です。
10	個人	共通	その他	制度の運用にあたっては、技術的な課題への対応と同時に、制度の理念や社会的意義を丁寧に伝える姿勢が求められます。特定デジタルプラットフォームは、私たちの生活に深く関わる情報流通の基盤であり、その透明性と公正性は、利用者の安心と市場の健全性を支えるものです。 なによりも、制度は未来への信頼を築くための贈り物であると信じています。制度の改正と整備が、文化の継承と創造、そして情報	いただいたご意見につきましては、今後の法執行、モニタリングプロセスの参考とさせていただきます。

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				社会における公正な取引環境の実現に向けた契機となることを、心より願っております。	
11	個人	広告	I. 1-1-4-2. モニタリング・レビューのプロセスにおける議論	5 頁箇条書きの下から 2 番目 > 特に、詐欺、詐欺行為に関しては、重複直す。	ご指摘の記載は、経済産業省からの書面での質問に対する Meta の回答から抜き出して記載したものですので、元案のとおりとさせていただきます。
12	個人	広告	I. 1-2. なりすまし広告への対応状況について	7 頁以降 Meta (Facebook, Instagram) の利用者として言うと、指摘されているように、最近は怪しい広告が多い。なりすましの他にも、会社名不明、日本の投資広告なのになぜか住所や電話番号が諸外国、売春広告（を装った詐欺かもしれないが不明）、デマウイルス感染表示、有名人逮捕のフェイクニュース等もある。注意をコメントしても通報しても連日に渡って怪しい広告が現れ、Facebook に広告が載っていること自体が怪しいと思うくらいになってきている。	透明化法は、特定デジタルプラットフォーム提供者と利用事業者の間の取引関係を保護しており、直接的には、正当な広告主の保護という観点からアプローチを行っています。 いただいたご意見につきましては、今後の透明化法のなりすまし広告に関するモニタリングの中で可能な範囲で参考にさせていただくとともに、他の観点からアプローチを行っている関係省庁とも共有いたします。
13	個人	広告	その他	本件評価(案)に関し、利用者の自己決定と事業者間の公正競争を阻害しうる設計・運用が未だ残存している点を指摘し、実効的な是正方策を求める。第一に、広告表示のユーザーインターフェース設計である。閉じる操作やスキップ操作のタップ領域が極端に小さい、あるいは他要素に近接し誤タップを誘発しやすい配置となっている事例が散見される。これは実質的に「視聴の強要」や「意図しない遷移」を生み、時間的・金銭的コストの外部化(利用者側への一方的負担転嫁)を招く。ヒトの知覚・運動特性を踏まえれば、操作の成否はボタン寸法・間隔・視認性・動線に強く依存するため、最小タップ面積、最小間隔、最短到達距離、誤タップ率の上限など、客観測定可能な閾値で基準化すべきである。単なる「ガイドライン」では実効性に乏しいため、プラットフォームに対し定期的なヒューリスティック評価とログに基づく誤操作率の開示、ならびに改善サイクルの証跡提示を義務づけることが必要と考える。 第二に、広告の拘束秒数とスキップ可否の不統一が、利用者体験の予見可能性を損ねている問題である。再生時間やスキップ解放秒がまちまちである結果、利用者は毎回の学習コストを強いられ、回避可能な時間損失が累積する。ここでは、形式横断での上限値設	透明化法では広告主と特定デジタルプラットフォーム提供者の関係を規律しているところ、いただいたご意見は一般ユーザーにコストとなるユーザーインターフェイスに係るものですので、透明化法の対象外となります。

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				定、スキップ解放の最長秒数、年齢層や端末特性に応じた上限調整の枠組み、ならびに広告冒頭への明確な「残り拘束時間」の表示といった、操作前に把握できる情報開示が不可欠である。さらに、インスタティシャルやリワード広告等、誤認・誤操作のリスクが高いフォーマットに対しては、ラベル表示・音量初期値・閉じる操作の優先度など、フォーマット別の追加安全要件を課すべきである。	
14	個人	広告	その他	<p>第三に、アルゴリズム運用の透明性である。可視性（インプレッション）を左右するランキングや配信ロジックの変更が、画像・動画等の特定フォーマット偏重を実質的に強め、テキスト中心の利用者や事業者が不利になるという訴えが多い。表現形式の選好は各主体の自由であるべきで、単一指標最適化が多様性を圧迫すると、情報生態系の健全性が損なわれる。したがって、プラットフォームには少なくとも、重要なアルゴリズム更新の頻度・更新意図・主要指標の重み付けの方向（上げた／下げた）、影響を受ける代表的ユースケースの例示、ならびに配信結果のばらつきに関する統計的区間推定の公開を求める。併せて、当該更新により可視性が一定閾値以上低下した利用者・事業者が、原因を把握し是正計画を得られる簡易な異議申立て経路（説明請求→技術的根拠の要約提示→再評価の期限付き実施）を制度として整備すべきである。</p> <p>以上を踏まえ、評価（案）に対しては、1. 広告UIの最小操作基準と誤操作率KPIの継続開示、2. 拘束秒数とスキップ条件の上限・表示義務の明確化、3. アルゴリズム更新の開示と影響評価・異議申立ての制度化、という三層の是正策を明記し、遵守状況を年次フォローアップで数値・監査証跡とともに検証する枠組みへの強化を求める。収益最大化と利用者保護はトレードオフに見えるが、操作可能性・予見可能性・説明責任という三原則を数値で担保すれば、プラットフォームの信頼性向上、健全な滞在時間の創出、クリエイターの多様な表現の維持という正の和に転じうる。立法趣旨である透明性・公正性の実質化のため、定性的表現に留まらず、測定可能な指標と検証手続の明文化をご検討いただきたい。</p>	<p>このご意見は、ユーザーの検索に対する基本検索結果（いわゆるオーガニック検索結果）やその表示順序についての指摘と理解致します。</p> <p>透明化法のデジタル広告分野の規制は、「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四条第一項の事業の区分及び規模を定める政令」に基づき、広告主が一般ユーザーに対して商品等に係る情報を「広告として」表示する事業を対象としております。具体的には、デジタルプラットフォーム提供者が検索サービスの検索結果画面やポータルサイトの画面、SNSの画面などに設けた広告用の表示枠に対し、広告主が広告として情報を表示する取引が規律対象となります。</p> <p>したがって、ユーザーの検索に対する基本検索結果の箇所については、「広告として」表示する事業には当たらず透明化法の規律対象外となります。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
15	個人	モール	その他	1. 総合物販オンラインモールの対象に au PAY マーケット・Qoo10・ZOZOTOWN・temu(危険性が高いと言われている)を追加してほしい。	ご指摘の事業者の特定デジタルプラットフォーム提供者への追加につきましては、「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四条第一項の事業の区分及び規模を定める政令」に基づき、適切に対応してまいります。
16	個人	アプリ	その他	2. アプリストアの対象に、Samsung Galaxy Store を追加してほしい。	アプリストア分野は、2025年12月18日に完全施行される「スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律」(通称：スマホ法)の規律の対象となることに伴い、二重行政を避けるため透明化法の規制対象から外れます。このため、いただいたご意見はスマホ法を所管する公正取引委員会に共有いたします。
17	個人	広告	その他	3. デジタル広告は、マイナー事業者も追加対象にすべき。	透明化法では、デジタルプラットフォーム事業者が透明性及び公正性の向上のための取組を自主的かつ積極的に行うことを基本とし、国の関与その他の規制を最小限とすることが基本理念として定められています。この観点から、一定の事業規模以上の事業者を規律の対象とすることとされています。その具体的な基準は、「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四条第一項の事業の区分及び規模を定める政令」で定められています。ご指摘については、今後の参考とさせていただきます。
18	個人	共通	その他	本評価(案)は、特定デジタルプラットフォーム提供者からの定期報告書や利用事業者アンケート、相談窓口に寄せられた声を踏まえ、アプリストア、デジタル広告、オンラインモールそれぞれについて透明性および公正性の評価を行っている点で、現状の把握という観点から一定の意義があると考えます。	賛同いただくご意見として承りました。
19	個人	共通	その他	一方で、各分野の記述を通読すると、相談件数やアンケート結果に表れている課題が、分野ごとに個別に発生しているのではなく、同一の構造的問題として繰り返し現れていることがうかがえ	透明化法は、特定デジタルプラットフォーム提供者による自主的かつ積極的な取組みを促すべく実施するものです。

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>ます。すなわち、国内管理人の機能やエンゲージメントの不足、苦情処理の遅さや不透明さ、アカウント停止やコンテンツ削除等の判断プロセスの不明確さ、不正行為への対処の後追い化といった問題が、事業者や分野を問わず共通して指摘されています。</p> <p>現実の利用場面においても、アプリではスパム的挙動を示すものや、過剰な権限要求を行うものが依然として流通しており、デジタル広告では景品表示法に抵触し得る誇大な表示、利用者の意思に反してブラウザやアプリストアに自動遷移させる広告、いわゆるなりすまし広告が散見されます。総合オンラインモールにおいては、同一商品について明らかに市場実勢から乖離した高額転売が常態化し、場合によっては民法上の信義則や、特定商取引法、景品表示法等の趣旨に反する販売形態が放置されている事例も見受けられます。本評価（案）でも、こうした問題に対応するための取組として、事前審査や不正検知システムの強化、苦情対応プロセスの改善などが挙げられていますが、利用事業者アンケートや相談窓口の結果を見る限り、利用者および利用事業者の体感としては「依然として解決には至っていない」という状況が続いているように読み取れます。</p> <p>このことは、現行の透明化法および大臣評価の枠組みが、主として「情報開示や運営改善を促すソフトロー」として設計されているのに対し、対象となるデジタルプラットフォームが、国民生活と事業活動において事実上のインフラ的地位を占める段階にまで成長しているというギャップを示していると考えます。つまり、個々のプラットフォームの自主的取組と行政によるモニタリングだけでは、市場全体としての不公正な取引慣行や利用者被害の発生を抑止するには不十分であり、構造的な市場失敗に対して、より明確なルールと実効性ある執行を伴う法制度が求められていると理解します。</p> <p>理論的に見れば、アプリストア、デジタル広告、オンラインモールはいずれも、多数の利用者と事業者を結び付け、アルゴリズム</p>	<p>ご記載いただいている「より明確なルールと実効性ある執行を伴う法制度」ですが、立法時において、特定行為の禁止規定が必要との意見もあった一方で、イノベーションとのバランスも考慮し、デジタルプラットフォーム事業者が透明性及び公正性の向上のための取組みを自主的かつ積極的に行うことを基本とし、国の関与その他の規制を最小限とすることを基本理念とされることになりました。「法制度全体の見直しや新たな横断法制の検討」につきましては、上記の観点から、まずは、現行法制度下のもと、モニタリングプロセスや法執行の強化を通じて改善を図ってまいりたいと考えております。いただいたご意見は今後の参考とさせていただきます。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>や審査基準を通じて取引条件や露出機会を支配する「ゲートキーパー」として機能しています。このようなプラットフォームは、個々の契約当事者間の交渉によって条件が決まるという前提に基づいた従来型の民法や個別業法だけでは、情報の非対称性や交渉力の格差を是正しきれない構造を持っています。本評価（案）で示されているように、苦情や不服申立てがあっても、グローバル本社の判断や内部ポリシーを理由に長期間解決しない、あるいは画一的な定型回答に終始する事例が複数存在するという事実は、まさにこの構造的非対称性の表れであり、個別改善に委ねるだけでは限界があることを示していると考えます。</p> <p>また、デジタル広告におけるなりすましや虚偽・誇大広告、オンラインモールにおける違法性の疑いのある転売や不当表示は、個別の事業者の問題であると同時に、プラットフォーム側が広告枠や出品枠を販売し、その品質管理と事後対応に責任を負うべき立場にあるという点で、構造的なリスクでもあります。にもかかわらず、評価（案）に示された現状では、被害の発生後に通報や苦情を受けてから対応する後追い型の運用が中心であり、利用者保護の観点からは、予防的かつ横断的な規律が不足しているように感じられます。</p> <p>以上を踏まえると、特定デジタルプラットフォームの透明性および公正性を真に確保するためには、現行の透明化法に基づく評価・自主的取組の促進にとどまらず、アプリストア、デジタル広告、オンラインモールといった分野を横断して適用される、より包括的な法整備の検討が必要と考えます。具体的には、プラットフォームによる苦情処理と是正措置の手続および期限を一定水準以上に統一すること、不正アプリ、不適切広告、違法性の疑いのある転売商品について、プラットフォーム側に一定の調査義務と削除義務を課すこと、そして景品表示法、特定商取引法、民法その他の関連法令と整合的に機能する横断的なルールを設けることなどが検討し得る方向性ではないかと考えます。</p>	

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>さらに、評価（案）で蓄積されつつあるアンケート結果や相談窓口への通報データは、各社の個別改善に資するだけでなく、デジタル市場全体の構造的課題を把握し、今後の立法事実を整理するうえで極めて重要な基礎資料となり得ます。この貴重な知見を、毎年度の評価における指摘とフォローアップにとどめるのではなく、一定の時点で総括し、法制度全体の見直しや新たな横断法制の検討につなげていただきたいと強く希望いたします。その際には、経済産業省のみならず、消費者庁、総務省、公正取引委員会など関係機関と連携し、利用者保護とイノベーションの両立を図る観点から、実効性ある制度設計を行っていただきたいと考えます。</p> <p>以上の理由から、特定デジタルプラットフォームに対する経済産業大臣による評価を、単なるモニタリングにとどまらない、将来の法整備へと橋渡しするプロセスとして位置付けていただき、本評価（案）で明らかになった共通課題を踏まえた制度的対応の検討をお願い申し上げます。</p>	
20	LINE ヤフー株式会社	共通	その他	<ul style="list-style-type: none"> ・該当箇所 2025 年度は原則としてヒアリングは実施せず、特定デジタルプラットフォーム提供者各社に対する事実関係や取組み内容の確認については、質問票を特定デジタルプラットフォーム提供者各社に対して送付し、書面での回答を求める形で二往復のやりとりを行った。（p1） ・意見内容及び理由 今年度の大蔵評価のプロセスに関しては、事業者ヒアリングを行わず、書面での質問・回答のやりとりとした上で、重点テーマとそれ以外に整理をして運用していただきました。この点は、指定事業者の負担軽減を図りつつ、効率的な運営が行われたものと考えており、次年度以降もこの運用を基本としていただければ大変ありがたく存じます。 	賛同いただくご意見として承りました。次年度以降の評価プロセスの在り方については、いただいたご意見も踏まえ、今後検討してまいります。
21	LINE ヤフー株式会社	共通	その他	<ul style="list-style-type: none"> ・該当箇所 全体 	利用事業者向けアンケートの結果は、利用事業者の取引経験やその際の理解に基づくものであり、その性格上、特定デジタルプラットフォーム提供者における状況認識

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<ul style="list-style-type: none"> ・意見内容及び理由 利用事業者からのアンケートを引用している箇所が多数ありますが、このアンケートで述べられている事柄は、経済産業大臣が認定した事実として取り扱っているのか、単にアンケート結果として示しているに過ぎないのか明らかにしていただきたく存じます。 仮に上記がアンケートで書かれている内容そのものを認定事実としているならば、それらを認定するプロセスについては、今後透明性を持った形で運用していただきたい。仮に、認定事実としていないのであれば、内容そのものが事実であるか明確でないものを大臣評価の前提とすることは適切ではないと考えますが、この点についてのご見解を明らかにしていただけますでしょうか。 	<p>や規約等の理解とは齟齬があり得えます。また、各利用事業者がその判断で経済産業省に対して任意に情報提供をしているため、個別具体的な状況の詳細について経済産業省に情報が提供されていないケースも含まれていることに留意する必要があると認識しております。</p> <p>大臣評価において利用事業者アンケートは取引環境における概況を把握する上で有用と考えておりますが、その際に上記の留意点を十分考慮すべきと認識しております。「認定した事実」というのが具体的にどこまでのことを指すのか明らかではありませんが、アンケートは利用事業者の生の声として受け止めるべき重要な意見と捉えております。</p> <p>取引の透明性及び公正性の一層の向上に向け、御社とも引き続き情報交換、意見交換をさせていただきながら、アンケートの検討及び結果の分析、適切なモニタリングプロセス並びに法執行に取り組んでまいりたいと考えております。</p>
22	LINEヤフー株式会社	モール	I. 3-2-4. 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	<ul style="list-style-type: none"> ・該当箇所 悪意のある利用事業者が真摯な対応をしている利用事業者かを見極め、後者の場合には不測の損害が生じることのないよう丁寧な説明をすること、また、具体的な取組み状況について定期報告書に記載することを期待する。 (p45) ・意見内容及び理由 「悪意のある利用事業者が真摯な対応をしている利用事業者を見極め」に関し、違反を確認して事前の理由通知を行う段階で、どのような要素を、どのように判断することで両者を見極めることができると考えているのか例示で構わないのでお示しいただけないでしょうか。 また、「一定数の利用事業者は異議申立て先が明確でない」ことが課題意識であるならば、実務上困難と思われる利用事業者の見極めではなく、次項で挙げられている苦情等の円滑な申し出を可 	ご質問については、対象となる利用事業者の過去の提供条件違反の有無、同者と御社との過去の取引履歴、コミュニケーションの状況等によって見極めがある程度可能であるものと考えております。

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				能とすることも解決策となると考えますが、ご見解をいただく存じます。	
23	LINE ヤフー株式会社	モール	I. 3-2-4. 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	<ul style="list-style-type: none"> ・該当箇所 誓約書提出を求める基準や退店措置に至るプロセスの開示を求めると共に、利用事業者との相互理解促進の観点から、誓約書提出の基準に達しそうか否か確認すること等違反状態を確認することができる仕組みの構築を期待する。(P. 45-46) ・意見内容及び理由 個々の違反行為のペナルティの軽重を明らかにすることは、潜脱行為を惹起するおそれや、軽微な違反であれば繰り返し違反しても構わないなどの誤ったメッセージになる懸念があり、ひいては一般消費者の利益を損なうおそれがある点には留意が必要と考えます。本来規約・ガイドラインに違反する行為は全て禁止されているところ、それを遵守できることを誓約していただくことで、プラットフォーマーと販売者の相互理解を促進し、一般消費者の利益とのバランスを図るために取組であると考えております。 	誓約書は、誓約書提出後の提供条件違反行為によって全部拒絶となることを条件付けるもので、利用事業者にとって影響の大きいものと認識しています。誓約書提出後の全部拒絶の条件が明確でない場合には、無期限に、軽微な違反行為でも誓約書提出後には全部拒絶に至ると利用事業者側が認識する可能性があり、利用事業者に対して注意義務を促す措置としては過大である可能性があります。こうした観点も踏まえて、「個々の違反行為のペナルティの軽重を明らかに」するべきと主張しているものではなく、誓約書の提出を求めるに際し、その考え方や退店措置に至るプロセスをできる限り丁寧に利用事業者に伝達するとともに、先方の意見や希望をできるだけ取り入れる運用をお願いしたいというものです。
24	LINE ヤフー株式会社	モール	I. 3-3-5. 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	<ul style="list-style-type: none"> ・該当箇所 有償サービスの検索結果への影響度をより具体的にコミュニケーションするなど、Yahoo!ショッピングにおける検索順位について利用事業者との相互理解を促進するために、引き続き、更なる自主的な取組みを行い、取組み内容について定期報告書に具体性を持って記載することを求める。 (p51) ・意見内容及び理由 検索順位の決定要素に関し、ご指摘の自主的な取組みは引き続き検討していく所存ですが、本件について「求める」とされていくことの趣旨をご教示ください。前年度までは、法令的な義務を「求める」と表現し、それ以外は「期待する」との表現と整理していたものと認識しておりますが、今回のご指摘は法令的な義務ではないと理解しているところ、過去の記載の整理との整合性および上記の見解について確認させてください。 	昨年度の整理と変わらず、本評価において、評価として記述している「求める」は透明化法令及び指針に具体的な義務として規定されているものについて自主的取組みを促すもの、「期待する」は透明化法令及び指針の具体的な規定に基づくものではないが、透明化法9条6項に基づき、透明性及び公正性の自主的な向上が期待される自主的取組みを促すものとして記載しています。なお、「求める」、「期待する」の意味合いにつきましては、大臣評価p. 1に注記を付させて頂きました。 ご指摘の記載は、以下の条項に基づき、「求める」としております。 ・法5条2項1号ハ、5条2項1号ト、省令6条2・3号、指針2.2②・2.4②

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
25	LINE ヤフー株式会社	広告	その他	<ul style="list-style-type: none"> ・該当箇所全体 ・意見内容及び理由 昨年度までの大臣評価と比較し、重点テーマを設定した形での記載がなされたことで、委員や経産省の問題意識と、それに基づく事業者への期待・要求事項が明確となったことを評価いたします。 また、大臣評価に至るモニタリング会合のプロセスにおいても、重点テーマとして論点が明確化されたことで、透明化法の趣旨に照らして適切かつ、効率的な議論がなされたことが伺え、この点も評価いたします。 	賛同いただきましたご意見として承りました。
26	LINE ヤフー株式会社	広告	I. 2-1-5. 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	<ul style="list-style-type: none"> ・該当箇所 例え、金融の領域では今日、多くが「『苦情』とは不満足の表明である」と定義して、広く苦情を拾った上で PDCA サイクルの中で苦情となるべく減らしていくと処理しているところ、LINE ヤフーは、苦情を狭くして件数を減らし、ほとんどを意見・問い合わせに落としてしまうモデルになっているように思われ、苦情ではないから単に記録するだけなどの処理に落ちていなかを懸念する指摘や、問い合わせの中にはかなりの部分、苦情が含まれ、LINE ヤフーの苦情の捉え方は甘すぎるのではないかなどの指摘があった。(p. 19) ・意見内容及び理由 金融業界の事例を参照されている点につき、比較の前提となる評価軸が示されていない状態で他業界の慣行を引用することは、その比較が適切なのかの検証ができない点、また、任意の規制が強い業界の事例を参考することで、結果として過度な規制を正当化し得る点で懸念があります。他業界の事例を参考する場合には、デジタルプラットフォーム業界にそのまま当てはめることの妥当性について、慎重な検討が必要であると考えます。 当該記述については、そのような検討は見受けられないこと、また、当該記述を削除したとしても全体の結論には影響しないと考えます。 	<p>当該記載は、2025年7月31日に開催された第2回モニタリング会合において、構成員から「金融業界では『苦情とは不満足の表明である』と大体落ち着いている。この考え方であれば、(PDCAサイクルに活用可能な声の大体が拾える(議事録p.16))」といった主旨で指摘された事項であり、御社の取組みに関する議論内容として記録されております。そのため、削除せず存置することが適当と考えております。この指摘の問題については、「苦情の定義を厳格にすることにより、苦情の件数を減らし、『うちは苦情が少ないです』という物言いをするのが民間の人たちの常套手段になっている。そんな苦情の定義で本当に大丈夫なのか」(議事録同ページ)という点になりますので、この趣旨も含めてご理解いただけますと幸いです。</p> <p>なお、他業界で取り組まれている事例であるということでもって、直ちにデジタル広告分野のデジタルプラットフォームにおいても取り組まれるべきものとは認識しておりません。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				えられることから、当該金融業界の参照部分は削除することが適当と考えます。	
27	LINE ヤフー株式会社	広告	I. 2-1-5. 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	<ul style="list-style-type: none"> ・該当箇所 このような観点から、LINE ヤフーに対しては利用事業者の声の内容・趣旨に即して、「苦情」の定義を拡張する等再考を求める。 (p. 19) ・意見内容及び理由 「苦情」件数の提出を求める趣旨は、苦情の申し立てがなされても十分に解決されないことを懸念してのものと理解いたしました。 一方で、MR 会合第1回資料に引用された広告主向けアンケート結果を確認する限り、LINE ヤフーにおける苦情・紛争の解決状況が、他社と比較して特段に劣後しているとは言い難い状況と見受けられます。例えば、「アカウント停止」や「広告配信の停止」に関して「適切に対処されなかつたうえ、解決にも至らなかつた」と回答した割合は、3 社の中で最も低い水準にあります。このことから、苦情の定義の狭広と、苦情の解決の間の関係性が不明瞭に思われます。 また、「苦情」への対応においては、その定義の狭広よりも、寄せられた苦情一件一件に丁寧に向き合い、適切な対応を行うことが重要であると考えているところです。 以上を踏まえたうえで、「苦情の定義」が狭いことによって、苦情が解決されないという趣旨の記述につき、両者の間にどのような関連性を想定されているのか、具体的な事実関係を示していくだくことが適当と考えます。 	<p>ご指摘の「苦情」件数の提出を求める趣旨については、苦情の申し立てがなされても十分に解決されないことを懸念しているものではございません。</p> <p>透明化法7条1項に基づく、利用事業者との相互理解の促進を図るために必要な措置として、指針により苦情の処理及び紛争の解決のための体制の整備も求められており（透明化法7条3項3号、指針2.2）、これも踏まえて定期報告書においても、「苦情及び紛争の結果の概要」を含め、苦情の処理及び紛争の解決に関する事項の記載が求められています（透明化法9条1項2号、省令14条2項4号）。「苦情」に当たらない利用事業者の声にも対応することは好ましい取組みではありますが、「苦情」の定義を絞ることによりそのように対応される場合には、透明化法が利用事業者との相互理解のための体制の一環として位置付けた苦情処理の枠外で対応され、定期報告書での報告からも外れる形となりますので、透明化法が相互理解のための体制整備を求めている趣旨からして懸念が持たれるところです。</p> <p>このことを踏まえ、本記載は、御社による個別の行為に対して利用事業者が不平を申し出る場合には、現在の御社の苦情の定義よりも広く苦情として捉えることについての検討を求めているものです。</p>
28	LINE ヤフー株式会社	広告	I. 2-2-5. 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	<ul style="list-style-type: none"> ・該当箇所 LINE ヤフーに対しては、利用事業者の苦情等のより積極的・具体的な分析及びその内容の定期報告書での報告を期待すること、一般利用者の声もより広く聞くこと、また、当該分析結果を踏まえて継続的に運営を改善する取組みを求める。 (p. 23) ・意見内容及び理由 	<p>昨年度の整理と変わらず、本評価において、評価として記述している「求める」は透明化法令及び指針に具体的な義務として規定されているものについて自主的取組みを促すもの、「期待する」は透明化法令及び指針の具体的な規定に基づくものではないが、透明化法9条6項に基づき、透明性及び公正性の自主的な向上が期待される自主的取組みを促すものとして記載しています。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>デジタルプラットフォームの事業改善にあたり一般利用者の意見を把握することは、不正対策の観点等から重要な取組であると考えており、LINE ヤフーにおいても、例えば、なりすまし広告に対するユーザーからの申告に迅速に対応できるよう、なりすまし通報窓口を設け対応を行う等の取組を行っているところです。</p> <p>一方で、当該記述について、「求める」としている趣旨については、確認させてください。昨年度のパブリックコメント回答から、法令的な義務に関する内容を「求める」と表現し、それ以外は「期待する」との表現と整理していたものと認識しております。他方で、透明化法上、「一般利用者の声」については集計分析の対象としては定められておらず、「苦情」についても、法的義務が課されるのは「商品等提供利用者」の苦情件数の集計に限られていると理解しております。</p> <p>以上から、当該箇所の後段における「一般利用者の声」に係る部分については、過去の記載・回答との整合性から「期待する」とするのが適当ではないかと考えています。</p>	<p>ご指摘の「一般利用者の声もより広く聞くこと、また、当該分析結果を踏まえて継続的に運営を改善する取組みを求める」旨の記載については、法7条2項に基づく指針2.4②において「商品等提供利用者の意見その他の事情を踏まえて商品等提供利用者に対して適切な対応を行うとともに、当該事情を特定デジタルプラットフォームの提供に関する運営改善の端緒として有効に利用する適切な仕組みを構築すること」が求められていることを根拠としております。御社のご認識の通り、デジタルプラットフォームの事業改善にあたり一般利用者の意見を把握することは、不正対策の観点等からも、指針における「その他事情」として重要であると認識しております。</p>
29	LINE ヤフー株式会社	広告	I. 2-2-5. 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	<ul style="list-style-type: none"> ・該当箇所 LINE ヤフーに対しては、「分かりにくい」とする声がどのような基準の説明において、何に起因しているのかにつき、ユーザーからの声（問合わせ相談窓口のみならず自社の営業担当から直接拾った声を含む）や苦情等を積極的に分析し、継続的に改善していくことを引き続き求める。（p. 23） ・意見内容及び理由 引き続き利用事業者の声に向き合い、必要な改善を実施する所存ですが、本件について「求める」とされていることの趣旨をご教示お願いします。法令的な義務に関する内容を「求める」と表現し、それ以外は「期待する」との表現と整理していたものと認識しており、昨年度大臣評価においても本指摘は「期待する」とされておりました（昨年度のパブリックコメント回答を参照しています）。今回のご指摘は法令的な義務ではないと理解しているところ、過去の記載・パブリックコメント回答との整合性から「期待する」とするのが適当と考えます。 	<p>ご指摘の点ですが、昨年度の大臣評価の当該箇所（デジタル広告分野、p5）では、「『分かりにくい』とする声がどのような基準の説明において、何に起因しているのかにつき、ユーザーからの声（問合わせ相談窓口のみならず自社の営業担当から直接拾った声を含む）や苦情等を積極的に分析し、継続的に改善していくことを求める。」としており、本指摘は「求める」との記載になっております。</p> <p>特定デジタルプラットフォーム提供者においては、利用者にとって明確かつ平易な表現を用いて提供条件を開示いただく必要があり（透明化法5条1項、省令5条1項）、また指針2.2.2②では、苦情及び紛争を端緒として、苦情及び紛争に関する情報を有効に利用して特定デジタルプラットフォームの提供に関する運営を改善することを求めており、当該記載はこちらに依拠しています。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
30	LINE ヤフー株式会社	広告	II. 2. 2024 年度大臣評価項目 3-1-1. 事前・事後審査	<p>・該当箇所</p> <p>LINE ヤフーからは、定期報告書において、前年度の定期報告書に記載のものと同様の通知文の例の提供があった。なお、リスクの高低に応じた理由の粒度の工夫などへの言及はなかった。</p> <p>(p. 56)</p> <p>・意見内容及び理由</p> <p>「リスクの高低に応じた理由の粒度の工夫」とのご指摘については、事業者側において、潜脱・迂回行為を行う事業者を事前に識別することは実務上困難である点にご留意いただきたく考えます。また、DPF を利用する一般利用者の安全確保や、他の利用事業者のブランドセーフティ等の観点からも、不正者による潜脱行為・迂回行為を避けるために一定程度リスク回避的な理由通知の対応を行う必要もあるところです。</p> <p>この点、利用事業者が修正対応等を行うための相互理解促進の手法は、「通知文におけるリスクの高低に応じた理由の粒度の工夫」に限らず、掲載基準の情報開示の拡充等もあるところ、そのような事業者による柔軟な取り組みを含めてご理解いただけますようお願いします。</p>	<p>不正者による潜脱行為・迂回行為を避けるために一定程度リスク回避的な理由通知の対応を行う必要があることも認識しておりますが、リスク回避のために拒絶理由の通知内容を限定する対応が広く取られると、不正を意図しない正常な利用事業者が拒絶措置を受けた際に、是正の対応や異議申立てを困難にするという問題もあります。このような正常な利用事業者の利益も考えますと、潜脱行為・迂回行為の防止ともバランスしつつ、停止措置の通知に関してリスクの高低に応じて理由の粒度を工夫する等の対応は必要であり重要と考えております。</p> <p>拒絶措置に伴う通知を行うにあたって、対象となる利用事業者による取引履歴、過去の提供条件違反の履歴、御社や一般利用者とのコミュニケーションの履歴を踏まえて、対象となる提供条件違反行為が故意によるものか、または、提供条件に沿った取引を行おうとしたが意図せざる結果によって引き起こされたものか、について一定程度判断することも可能ではないか考えております。提供条件に沿った取引を行おうとしたが意図せざる結果によって引き起こされたものと判断できる場合には、対象となる利用事業者が改善のための取組みを行えるよう、通知内容を工夫いただきたいということを意図しております。こうした観点も踏まえて、検討していただき、取組み内容について次年度の定期報告書に記載いただけますと幸いです。</p> <p>ご指摘の掲載基準の情報開示の拡充等も是非進めていただきたく存じますが、取引拒絶時の相手方への理由通知はそれ自体で透明化法上の義務となっている点ですので（透明化法5条3項、4項2号）、こちらの点も併せて取り組んでいただけますと幸いです。</p>
31	一般社団法人日本新聞協会	広告	I. 1-1. 国内管理人について	<p><Meta 国内管理人について></p> <p>・利用規約や広告審査、契約条件などは、全世界で共通のものを採用するのではなく、サービスを提供する各国・各市場の事情に合</p>	いただいたご意見につきましては、今後の法執行、モニタリングプロセスの参考とさせていただきます。

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				わせてローカライズされるべきと考える。モニタリング結果からは、日本国内の事業者が本国に対してエスカレーションする体制の整備が進んでいるように読めるが、判断を委ねているだけで日本政府に明確に返答する権限は与えられていない印象も受ける。特にMetaは、大臣評価に「取組みの実態を確認することができない」(p6)との指摘があり、体裁を整えただけで実効性がない。	
32	一般社団法人 日本新聞協会	広告	I. 1-1. 国内管理人について	<ul style="list-style-type: none"> ・国が求めて定期報告書でMeta社の積極的な情報開示が得られない状況において、必要な情報を入手するため強い姿勢を求めたい。 ・定期報告書は、回を重ねるごとに内容がおざなりになることのないよう国が見極め、多方面の意見に基づき公正な評価を行うよう求めたい。 	ご指摘を踏まえ、適切な法執行、モニタリングに取り組んでまいります。
33	一般社団法人 日本新聞協会	広告	I. 1-2. なりすまし広告への対応状況について	<p><Metaなりすまし広告への対応状況について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・事後的な検出や削除の改善にとどまらず、広告主の本人確認を徹底するなど、詐欺広告を広告掲載の事前段階で防ぐ仕組みの構築を義務付けるべきである。人物や組織のなりすましに限らず、広告情報を構成する部分などにおけるなりすまし的偽情報の存在など、問題は複雑化している。未然の防止に軸足を置き、人的リソースと機械審査によって、より踏み込んだ仕組みを研究、導入することを期待する。 ・著名人や信頼性の高いメディアのブランドを悪用した広告に対しては、デジタルプラットフォーム側が被害拡大の「加担者」として法的責任を負う可能性もあることを示し、根本的な対応を促すべきである。 ・なりすまし広告への対応について「回答が抽象的な内容にとどまって」(p11)いるとの指摘がある。日本法人が取り組んでいないのか、本国から取り組まなくてよいとの指示が出ているのか、実態が分からない。 ・「日本語・日本文化への理解を踏まえた実効性のある審査の観点も含め、審査のための人的リソースの拡充の要請について検討し、その検討結果と理由について説明すること」「機械による審査のエラー率等の情報開示及び説明」(p12)を求める大臣評価 	いただいたご意見については、今後の法執行、モニタリングの参考とさせていただきます。 なお、他の観点からアプローチを行っている関係省庁にも共有させていただきます。

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>の指摘は評価できる。日本の法規類に対応したルールを有し、長年広告に関する訴訟などにも対処してきた既存の媒体社の審査手法を参考にすることも求めたい。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広告主の損害について議論する上では、その先にあるユーザーの被害の視点を持つことが必須である。 	
34	一般社団法人日本新聞協会	広告	I. 1-3. 一般利用者や利用事業者から提供のあった情報の活用について	<p><Meta 一般利用者や利用事業者から提供のあった情報の活用について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・確実な実行を担保するため、寄せられた提供情報にどのように対応し、結果としてどのような改善があったか、データ公開や評価を受けることで、取り組みが適切であるかを判断したい。 	ご意見を踏まえ、適切な法執行、モニタリングに取り組んでまいります。
35	一般社団法人日本新聞協会	広告	I. 2-1. 提供拒絶の措置への異議申立てなど明らかな苦情を計測する取組みについて	<p><LINE ヤフー 提供拒絶の措置への異議申立てなど明らかな苦情を計測する取組みについて></p> <ul style="list-style-type: none"> ・大臣評価には「苦情（の定義）を狭くして件数を減らし、ほとんどを意見・問い合わせに落としてしまう」（p19）との指摘もある。積極的に苦情を回避する策を用いて、苦情対応をコストと捉えており「LINE ヤフーに対しては利用事業者の声の内容・趣旨に即して、『苦情』の定義を拡張する等再考を求める」（p19）との評価を支持したい。 	賛同いただくご意見として承りました。
36	一般社団法人日本新聞協会	広告	I. 2-2. 一般利用者や利用事業者から提供のあった情報の活用について	<p><LINE ヤフー 一般利用者や利用事業者から提供のあった情報の活用について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・苦情の受け付けに関する対応はその性質から、事業者の自主努力に頼るだけでなく、実情に応じた義務的なルール作りや関係する既存の法規類による規制の検討を国に求めたい。 	透明化法は、デジタルプラットフォーム事業者が透明性及び公正性の向上のための取組を自主的かつ積極的に行うことを基本とし、国の関与その他の規制を最小限とすることが基本理念として定められています。規制の大枠を法律で定めつつ、詳細を事業者の自主的取組に委ねる「共同規制」の規制手法を採用しています。まずは、現行法制下のもと、法に基づくモニタリングプロセスや法執行の強化を通じて改善を図ってまいりたいと考えております。
37	一般社団法人日本新聞協会	広告	I. 3-3. 広告媒体の審査における慎重な判断を行う仕組みについて	<p><Google 広告媒体の審査における慎重な判断を行う仕組みについて></p> <ul style="list-style-type: none"> ・アカウント停止、広告配信停止につながる Google などデジタルプラットフォームの媒体審査は理由や基準が曖昧なことが多く、健全なパブリッシャーである新聞社の広告収益を不安定にし 	透明化法は、デジタルプラットフォーム事業者が透明性及び公正性の向上のための取組を自主的かつ積極的に行うことを基本とし、国の関与その他の規制を最小限とすることが基本理念として定められています。規制の大枠を法律で定めつつ、詳細を事業者の自主的取組に委ねる

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				ている。媒体審査の判断基準、特に「無効なアクティビティー」「コンテンツポリシーへの抵触」と判断した根拠を、パブリッシャーが納得できる水準で具体的に開示するよう義務付けるべきである。苦情対応が長期化するケースも多い。アカウント停止や収益減額といった重大な措置については、業界団体や法務専門家などプラットフォーム外の第三者機関による異議申し立てと検証のプロセスを導入し、公正性を担保すべきである。	「共同規制」の規制手法を採用しています。まずは、現行法制下のもと、モニタリングプロセスや法執行の強化を通じて改善を図ってまいりたいと考えております。
38	一般社団法人 日本新聞協会	広告	I. 3-3. 広告媒体の審査における慎重な判断を行う仕組みについて	<ul style="list-style-type: none"> ・「自動化プロセスによる判定には誤判定を相当数含むことも考慮し、引き続き広告枠の停止措置にあたっては誤判定が最小化されるよう取り組むとともに、新たなシステムによる場合を含め、Google 側に誤りはないとの前提に立たず媒体社の異議申立ての内容を検討して対応」(p36) するよう求めるとの評価を支持したい。広告媒体としての新聞は、広告掲載で誤った判断が生じないよう、人的リソースによる慎重な事前審査を行うことで、媒体責任を回避している。 ・Google についてはp36 の指摘にあるように「利用事業者（媒体社）からの問い合わせや苦情への対応を丁寧に行っているかという観点では、懸念のある回答」がみられる。事業モデルが本質的にロングテールで利用事業者も星の数ほどいと考えられる以上、それらすべてに細かく対応することは不可能であり、抜本的な対応手法の見直しが必要なのではないか。 ・デジタルプラットフォームが身を切る覚悟で、なりすまし広告や低品質広告を排除する具体的なアクションを起こさないと、今の状況は変わらない。悪意のある広告主にコストが跳ね返る仕組みを創出するなど、発想を変える必要がある。 	いただいたご意見につきましては、今後の法執行、モニタリングプロセスの参考とさせていただきます。
39	一般社団法人 日本新聞協会	広告	I. 3-4. 「デジタル広告の質」に係る課題について	<p><Google 「デジタル広告の質」に係る課題について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「デジタル広告の質」を向上させるため、プラットフォームに対してアドフラウド率、ブランドセーフティー違反率、ビューアビリティー率など、具体的なKPIを設定し、その進捗を定期報告書で開示するよう義務付けるべきである。特に、ヘイトスピーチや差別的なコンテンツへの広告配信を防ぐための具体的なコンテンツ審査体制と技術投資の状況について、踏み込んだ情報開示を 	透明化法は、デジタルプラットフォーム事業者が透明性及び公正性の向上のための取組を自主的かつ積極的に行うことを基本とし、国の関与その他の規制を最小限とすることが基本理念として定められています。規制の大枠を法律で定めつつ、詳細を事業者の自主的取組に委ねる「共同規制」の規制手法を採用しています。まずは、現行法制下のもと、モニタリングプロセスや法執行の強化を通じて改善を図ってまいりたいと考えております。

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				求めるべきである。これは、信頼性の高い新聞媒体への広告出稿を促す上でも重要な論点となる。	
40	一般社団法人日本新聞協会	広告	I. 3-4. 「デジタル広告の質」に係る課題について	・広告の種類を問わず、アドフラウドの問題は深刻であり、Google広告への適用を急ぐよう求めることは適切と考える。	賛同いただくご意見として承りました。
41	一般社団法人日本新聞協会	広告	I. 3-4. 「デジタル広告の質」に係る課題について	・カテゴリー分類やブロックを行うテクノロジーは、Google広告の配信を受ける新聞社の実感として改善の余地が大きいと考える。どのような問題が発生しているかについて媒体社へのヒアリングなどを積極的に行い、より適切な仕組みを整えるよう期待したい。その技術が深化すれば、必要最低限のブロックで適切な広告が確実に配信されるようになる。Googleと媒体社両方の機械ロスを防ぎ、ユーザーに正しく、安全な広告を届けることにつながるはずである。	いただいたご意見につきましては、今後の法執行、モニタリングプロセスの参考とさせていただきます。
42	一般社団法人日本新聞協会	広告	I. 3-4. 「デジタル広告の質」に係る課題について	・第三者アドテク事業者に加え、最終的に広告が掲載される媒体社も巻き込み、必要な技術の検討を進めてほしい。	いただいたご意見につきましては、今後の法執行、モニタリングプロセスの参考とさせていただきます。
43	一般社団法人日本新聞協会	広告	その他	<全体を通して> ・前年度の政府側の取り組み、大臣評価の内容と比べると、多少ではあるが状況が前進している印象はある。ただし、「場」のみを提供しているというデジタルプラットフォームの立場は変わらず、レガシーメディアと同様の管理体制を求めている新聞社側との溝は、変わらず埋まっていない。特にMetaについては、実効性の高い規制を適用すべき時期が近付いているのではないか。	いただいたご意見につきましては、今後の法執行、モニタリングプロセスの参考とさせていただきます。
44	一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム	アプリ	その他	総論 本評価を行うに当たり、特定デジタルプラットフォーム提供者から提出された2025年度定期報告書等の内容、デジタルプラットフォーム取引相談窓口に寄せられた情報、その他アンケート調査等の情報を分析するとともに、「モニタリング会合」では、質問票を特定デジタルプラットフォーム提供者各社に対して送付し、書面での回答を求める形で二往復のやりとりを行ったことで、重点事項について委員による議論が深まり、網羅的、体系的にデジ	賛同いただくご意見として承りました。 スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律」(通称:スマホ)法施行後も、関係省庁と連携して必要な対応を行ってまいります。

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>タルプラットフォームの利用に関する論点が明らかになり改善方針が示されたことは、大きな前進であり評価させていただきます。</p> <p>また、経済産業省様には、これまで4年に渡り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ご尽力いただいたことにアプリ事業者を代表して感謝申し上げます。</p> <p>透明化法のアリストア分野については、本年12月28日スマホ法の全面施行にともない公正取引委員会様に移管されます。デジタルプラットフォームに関する施策は非常に専門的な知識と深い洞察が必要な分野となっております。そのためスマホ法への移管に当たっては、継続的で実効ある運用が実現できるよう経済産業省様の絶大なるサポートをいただきますようお願い申し上げます。</p>	
45	一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム	アプリ	I. 1-1-5. 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	<p>1. Appleについて 1-1-5. 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</p> <p>透明化法施行規則8条2項における法的な義務を超えて広い範囲で「Appleでは利用事業者が日本語でのコミュニケーションを希望する場合には、選択可能との運用になっているとの説明もあった。」という方向性が示されたことは大変評価したい。</p> <p>一方で、日本語対応する特定デジタルプラットフォームの担当者が、アプリ事業に関する知識が十分でないことが散見されており、アプリ事業に精通した相談に対応できる能力のある日本語対応者の整備を期待する。</p>	<p>本評価においてAppleに対しては、個別の利用事業者の理解が一層促進されるよう、国内管理人による適切な調整や運営改善のための仕組みの運用において、更なる自主的な取組みを求めていきます。アプリ事業者との日本語でのコミュニケーションにおけるご指摘の可能性も踏まえて、継続的・自主的に改善に対して取り組むことが重要と考えられます。アリストア分野は、2025年12月18日に完全施行される「スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律」(通称:スマホ法)の規律の対象となることに伴い、二重行政を避けるため、透明化法の規制対象から外れます。 いただいたご意見は、スマホ法を所管する公正取引委員会に共有させていただきます。</p>
46	一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム	アプリ	I. 1-3-4-2. モニタリング・レビュープロセスにおける議論	<p>1-3-4-2. モニタリング・レビュープロセスにおける議論 「いずれの場合であっても、二重返金やこれに関連するユーザーおよびデベロッパ双方のリスクや複雑な問題の発生を避けるために、Appleがエンドユーザーに対して返金を行い、デベロッパが直接払い戻しを行うことはできないこと（Apple Developer Program 使用許諾契約の付属書2・第3.4条）」 「そのため、デベロッパは、エンドユーザーから直接返金に必要</p>	<p>不正な返金と疑われるケースやご指摘の可能性も含めデベロッパが返金を希望するケース等において、引き続き、利用事業者が提供する情報が適切に加味され、返金判断がなされるかについて、一般ユーザーの利益にも配慮しつつ、利用事業者の声に着目して、注視していくことが重要と考えております。アリストア分野は、2025年12月18日に全面施行される「スマートフォンにお</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>な情報（口座情報など）を取得する必要はなく、また、二重返金の問題も発生しないこと」との Apple の説明について、意見を提出する。</p> <p>アプリ事業者に対しては、民法による未成年者取り消し等の法的義務が課されており、Apple の使用許諾契約において、返金が禁止されていたとしても、Apple が法的義務を免責することがなければ、返金に応じなければならない場合がある。そのため二重返金の問題が発生する可能性があることを理解した上で、問題解決に当たる必要があると考える。</p>	<p>て利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律」（通称：スマホ法）の規律の対象となることに伴い、二重行政を避けるため、透明化法の規制対象から外れます。</p> <p>いただいたご意見は、スマホ法を所管する公正取引委員会に共有させていただきます。</p>
47	一般社団法人 モバイル・コンテンツ・フォーラム	アプリ	I. 1-3-5. 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	<p>1-3-5. 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</p> <p>返金に関する問題を解決するために、各種 API が提供されるようになったことは、評価したい。</p> <p>一方で、各種 API をサーバーに実装するには、コストと時間がかかるため、特に小規模事業者にとっては負担が大きい。そのため Apple が提供するコンソール等で簡単に利用できるように改善が進むことを期待する。</p>	<p>ご指摘の点に関しては、本評価において、Apple に対して、例えば、返金 API の利用に関する認知の向上並びに利用事業者の声も踏まえたツールの改善など、返金 API の利用拡大のための自主的な取組みを求めているところです。アプリストア分野は、2025 年 12 月 18 日に全面施行される「スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律」（通称：スマホ法）の規律の対象となることに伴い、二重行政を避けるため、透明化法の規制対象から外れます。</p> <p>いただいたご意見は、スマホ法を所管する公正取引委員会に共有させていただきます。</p>
48	グーグル合同会社	共通	その他	<p>1. はじめに</p> <p>1.1 Google 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」（以下「透明化法」）に基づく 2025 年度の経済産業大臣による評価（案）（以下「本評価案」）に至るまでの、貴省、モニタリング会合の委員およびオブザーバーの皆様の継続的な取り組みに、深く感謝申し上げます。また、これまでと同様に、Google は、アプリストア分野（以下「アプリストア分野評価案」）およびデジタル広告分野に関する評価案（以下「デジタル広告分野評価案」）について意見を述べる機会を頂戴し、感謝申し上げます。</p> <p>1.2 透明化法の目的に沿って、Google は常に、すべての Google の製品についてその透明性を高め、利害関係者との相互理解を改善することに取り組んできました。透明化法に基づく</p>	<p>賛同いただくご意見として承りました。また、透明化法に対する理解と協力に感謝を申し上げます。なお、いただいたご意見のうち、「スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律」（通称：スマホ法）に関する部分は、公正取引委員会に共有させていただきます。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>Google の自主的な開示や評価プロセスへの参加は、こうした目標を追求するための数ある手段の一つです。また、Google が利用事業者、消費者、業界団体、政府を含む多くの異なる利害関係者にサービスを提供し、協力していることに留意いただくことも重要であり、透明性と相互理解の促進という重要な目的は、アリストア分野およびデジタル広告分野全体のより広い範囲において評価されなければなりません。</p> <p>1.3 アリストア分野に関して4期、デジタル広告分野に関して3期の報告期間における経験を踏まえ、Google は、特にデジタル広告に関して、今後、透明化法の目的をより効果的に達成するために、透明化法の運用と実施をどのように改善することができるかを検討するにあたり適切な時期にあると考えています。この点に関する Google のフィードバックおよび提案を建設的な示唆として受け止めて頂ければ幸いです。</p> <p>(A) 以下のセクションAでは、透明化法の実施に関する Google の一般的なフィードバックを述べています。</p> <p>(B) 以下のセクションBでは、デジタル広告分野評価案とアリストア分野評価案における特定の求めおよび推奨事項の一部に対する Google の回答を述べています。</p> <p>1.4 また、公正取引委員会が所管する「スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律」（以下「スマホソフトウェア競争促進法」）に基づく規制への移行を控え、本評価が透明化法に基づくアリストア分野に対する最後の評価となることも認識しております。Google は、スマホソフトウェア競争促進法を遵守し、透明性と相互理解を促進するための Google Play の取り組みについて、公正取引委員会と協議を進めていく所存です。</p> <p>1.5 Google は、今後も貴省と建設的な形で協働していく所存です。Google は、本書において提起されるトピックや提言のいずれに関しても、貴省と更なる意見交換による連携を行うことを歓迎いたします。Google は、アリストアとデジタル広告の分野における透明性および相互理解を促進するための貴省の継続的なご支援とご尽力に改めて感謝いたします。</p>	

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>2. セクションA：透明化法の実施に対するGoogleからのフィードバック</p> <p>Googleは、貴省およびモニタリング会合による、本年度の評価における思慮深く、的を絞ったアプローチを高く評価いたします。</p> <p>2.1 Googleは、今回の報告期間で採用された手続きが、有意義な情報交換と意見交換をもたらしたという貴省の見解に賛同いたします。モニタリング会合のヒアリングに代えて書面によるやり取りを採用し、また特定の重点テーマに焦点を当てたことが、効率的かつ対象を絞った方法での充実した情報の提供を促進するのに役立ったことに、Googleは同意いたします。</p> <p>2.2 Googleは、共同規制を通じて透明性と相互理解を促進するという透明化法の目的に照らし、貴省が評価プロセスを継続的に評価し、改善に取り組んでいることに感謝いたします。このことは、本制度の基本理念（透明化法第3条に規定）である、「...国の関与その他の規制を必要最小限のものとすることによりデジタルプラットフォーム提供者の創意と工夫が十分に発揮されること及びデジタルプラットフォーム提供者と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ことを旨として、行われなければならない。」という点に鑑みると、特に重要です。</p> <p>2.3 評価プロセスの有効性をさらに高めるために、Googleは、合意された「重点テーマ」に議論と情報提供を集中させた本年度のアプローチが非常に有益であったと考えています。このアプローチを継続することで、貴省とデジタルプラットフォーム提供者は、プラットフォームのコンプライアンスに関するあらゆる質問に対して、それぞれの事業に最も関連性の高いものに焦点を当てて対処することができ、また、評価報告書における貴省の結論が、すべての関連するステークホルダーから提供された情報に基づいて十分な裏付けを持つことが保証されます。</p>	
49	グーグル合同会社	広告	I. 3-4-5. 特定デジタルプラットフォームの透	<p>2.4 加えて、透明化法の基本理念に鑑み、その目的がより効果的に達成されるよう、透明化法の実施は以下の側面においてさらなる改善が可能であるとGoogleは考えます。</p> <p>利用事業者へのアンケート調査は、プラットフォームビジネスの</p>	利用事業者へのアンケート調査は、プラットフォームビジネスの慣行を多角的に評価する要素のひとつとして考慮しております。

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
			明性及び公正性についての評価	<p>慣行を多角的に評価する上で、一つの要素としてのみ考慮されるべきです。</p> <p>2.5 Google は、貴省の意見や提言が、全体として、利用事業者のアンケート調査から収集された回答に大きく影響を受けていると認識しています。いくつかの事例において、貴省の結論は、ほぼ全面的に利用事業者のフィードバックに基づいており、関連する問題に関して Google から提供された情報への考慮は限定的でした。Google は、当該アンケート調査を通じて提供された利用事業者からのフィードバックを心から尊重しています。しかしながら、これらの結果を解釈し、Google のプラットフォーム運営の実態を評価する際には、いくつかの補完的な視点を考慮に入れることが、より建設的な相互理解に繋がると確信しています。例として、以下の点が挙げられます。</p> <p>(A) デジタル広告分野評価案において、貴省は、Google が無効なトラフィックとその対策について、広告主とパブリッシャーに詳細な説明を提供していることを認識しているにもかかわらず、以下の利用事業者へのアンケート調査から得られたフィードバックのみに基づいて、さらなる開示が必要であると結論付けています。すなわち、広告主と広告代理店の約 20%が Google の対策について、「内容は知らないが、言葉は聞いたことがある」、広告主の約 17%と広告代理店の 8%がアドフラウドや無効なトラフィックについて知らない、そしてパブリッシャーの約 20%が Google のアドフラウドへの取り組みについて「分からない」というフィードバックです。¹</p> <p>1 デジタル広告分野評価案 3-4-5 を参照。</p>	<p>当省としては、利用事業者からのフィードバックと御社からのご説明の双方を念頭に、モニタリング会合での議論を踏まえ、総合的な判断を行って大臣評価案を示しております。</p> <p>いただいたご意見については、今後のモニタリングプロセスの参考とさせていただきます。</p>
50	グーグル合同会社	アプリ	I. 2-1-5. 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	<p>(B) アプリストア分野評価案において、貴省は、Google が Google Play の改善を目的として、国内のステークホルダーとの密なコミュニケーションを適切に管理する仕組みを確立していることを認識しています。²しかしながら、利用事業者へのアンケート調査から得られたフィードバックに基づき、国内管理人が個々の利用事業者に対する理解をより促進するためのさらなる措置を</p>	<p>国内管理人の仕組みについて、利用事業者アンケート結果は、一定の割合の利用事業者について御社への問い合わせの後、理解の上の課題を抱えている可能性や問い合わせにおいて十分な回答が得られなかった可能性を示唆していました。また、「日本国内の Google の担当者と直接話す機会があつても、アプリの審査はアメリカ本</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>求めています。一方で、Google Play の利用規約変更を経験した回答者のうち、問い合わせに対して回答が得られなかつたと答えたのはごく少数でした。また、回答者の約 40%は、問い合わせに対する回答を受け取った後も「問い合わせに対して、説明やアドバイスを受けたが、よく分からぬ点も残つた」と回答しています。しかし、この回答の範囲は曖昧であり、これらの「よく分からぬ点」が Google の説明に起因するものなのかといった点や、その後の再度の問い合わせによって解決されたものなのかといった点は明らかではありません。</p> <p>2 アプリストア分野評価案 2-1-5 を参照。</p>	<p>国で行われており、連絡をとることが難しいと言われる。リジェクトされた案件について、考慮すべき事由などを審査担当に交渉する権限がないと思われる」等といった声が相談窓口に寄せられてございます。これらを踏まえて、本評価では、構築された国内管理人の仕組みを運用する点に関して、昨年度の大臣評価に続いて、継続的自主的な取組みを求めております。</p>
51	グーグル合同会社	共通	その他	<p>2.6 より一般的な観点から、Google は、以下の理由により、利用事業者へのアンケート調査の結果が、デジタルプラットフォーム提供者と利用事業者が事業運営を行うにあたっての商業的な実態を、常に完全に正確に、あるいは十分に反映しているとは限らないことを謹んで申し上げます。</p> <p>(A) 貴省のアンケート調査に回答した利用事業者の数は、Google が日々サービスを提供している実際の利用事業者の総数と比較して、比較的限られています。</p> <p>(i) たとえば、デジタル広告に関する調査は 1,000 社の広告主および広告代理店を対象に実施されました。これは、日本における Google の広告主の総数よりもはるかに少ない数です。</p> <p>(B) さらに、回答者の利用事業者は、プラットフォーム上のさまざまなタイプの利用事業者全体を代表しているとは限らず、利用事業者はそれぞれ独自の優先事項や商業的利益を有しています。Google は非常に多くの異なるタイプの利用事業者と協働しているため、そのような異なるタイプの利用事業者からフィードバックを求め、その視点を考慮に入れることで、Google から高品質なサービスを受けられていることを確認する必要があります。</p> <p>(i) たとえば、アプリストアの利用事業者を対象とした調査では、年間収益が 300 万円未満である回答者はごく少数でした。³ 実際にには、Google Play がサポートしているデベロッパーの多くは、アプリを通じて得る収益がほとんど、あるいは全くありません</p>	<p>利用事業者向けアンケートの結果は、利用事業者の取引経験やその際の理解に基づくものであり、その性格上、特定デジタルプラットフォーム提供者における状況認識や規約等の理解とは齟齬があり得えること、また、各利用事業者がその判断で経済産業省に対して任意に情報提供をしているため、個別具体的な状況の詳細について経済産業省に情報が提供されていないケースも含まれていることに留意する必要があると認識しております。</p> <p>大臣評価において利用事業者アンケートは取引環境における概況を把握する上で有用と考えておりますが、その際に上記の留意点を十分考慮すべきと認識しております。こうした認識に基づき、大臣評価では利用事業者アンケートの結果を示しております。</p> <p>取引の透明性及び公正性の一層の向上に向け、御社とも引き続き情報交換、意見交換をさせていただきながら、アンケートの検討及び結果の分析、適切なモニタリングプロセス並びに法執行に取り組んでまいりたいと考えております。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>ん（例：ユーザーベースの構築を目指す小規模なデベロッパーがリリースする無料アプリ、またはより広範な公共サービスの一環として提供されるアプリなど）。これらのデベロッパーは、Google Play 上のアプリの選択肢と品質の向上に重要な役割を果たしており、それが利用者を惹きつけることで、収益化しているデベロッパーの利益にもつながります。しかし、これらのデベロッパーは、Google が Google Play プラットフォームを運営する上で考慮しなければならない、異なる関心や視点を持っています。</p> <p>(C) 貴省のアンケート調査に対して回答した各利用事業者の代表者が、必ずしも Google のサービスを日常的に利用している人物であるとは限らないため、すべての利用事業者を代表して十分な情報に基づいた見解を提供するために必要な知識や経験を有しているかは不明確です。</p> <p>(D) アンケート調査の性質や設計（多肢選択式の質問票であること）を考慮すると、回答者が最適な回答を提供したり、フィードバックの完全な背景情報を提供したりすることができない可能性があります。</p> <p>(E) さらに、Google には、フィードバックが Google のサービスを利用する際の利用事業者の体験を正確かつ公平に反映していることを確認するために、回答者のフィードバックを検証したり、それに対応したりする機会が一切与えられていません。</p> <p>(i) たとえば、デジタル広告分野評価案において、貴省は、Google が関連する国内外のチームとの連携と協力を通じて国内管理人としての機能行使するための仕組みを確立していると認識しつつも、「広告審査における拒絶等の各テーマにおいて適切に対応されなかった利用事業者が2～4割存在するところ」と指摘しています。⁴Google は、このアンケート調査が、利用事業者からの問い合わせや苦情に「適切に」対応したかどうかを客観的に判断するための適切な仕組みではないと、ここに謹んで申し上げます。その理由としまして、このアンケート調査では、貴省が問い合わせや苦情の特定の状況における Google の対応を適切に評価するために必要な背景情報が提供されておら</p>	

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>ず、また、Google が利用事業者の特定の懸念に対処するために、自社のサービスや内部プロセスを改善できる具体的な領域を特定することもできないためです。</p> <p>2.7 Google は利用事業者の意見を重視しており、それらが Google のサービスの継続的な改善にとって重要であることに同意いたします。しかし、後述のセクションで述べるとおり、利用事業者へのアンケート調査は、多面的なデジタルプラットフォーム提供者が責任を負うべき他の主要なステークホルダー、特に消費者の利益を考慮に入れていません。（必ずしも客観的に検証可能ではない）利用事業者の見解のみに依拠することは、デジタルプラットフォームのニーズと優先順位の評価を不完全なものに導く可能性があります。Google は、広大なデジタル空間における透明性と相互理解を促進するという目的を達成するためには、健全性と長期的な持続可能な成長を確保するために、すべての関係するステークホルダーの多様な利益を考慮し、バランスを取ることが重要であると考えています。</p> <p>プラットフォームのポリシーと透明化法への準拠は、プラットフォームが考慮しなければならないすべてのステークホルダーの利益を含む、商業的な実態に照らして評価されるべきです。</p> <p>2.8 透明化法第 3 条にあるように、デジタルプラットフォームは利用者の利便性の向上に貢献し、日本経済社会の活力と持続的な発展において重要な役割を果たしています。業界における相互理解を促進することは、当該業界および当該製品の実態を考慮に入れつつ、多様で時には相反する可能性のあるすべてのステークホルダー（消費者を含みます）の利益を慎重に考慮し、バランスを取らなければならないことを意味します。</p> <p>2.9 Google は、利用事業者（例：アプリデベロッパー、広告主、パブリッシャー）だけでなく、多数のエンドユーザー（すなわち消費者）に対しても直接サービスを提供しており、また、通常の業務において多くの業界団体と連携しています。さらに、Google は多数の法域において規制要件を遵守することが求められ、時には政府当局と関わることもあります。したがって、Google の事業上の決定が多くの異なるステークホルダー（利用事業者を含むが</p>	

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>これに限定されません)に潜在的な影響を与える可能性があることを認識することが重要です。そして Google は、提供する製品やサービスが、安全で健全なデジタルエコシステム全体の中で発展し、かつそれに貢献できることを確実にするという包括的な目標のもと、これらの多様な利益のバランスを取るように努めています。</p> <p>2.10 たとえば、アプリストアとの関係においては、Google Play はアプリのランキングに関して、プラットフォーム上のステークホルダーの異なる利害を慎重に考慮しなければなりません。アプリストア分野評価案において、Google は、「恣意的な操作」が行われていないことの検証を可能にする説明の提供を含め、アプリストアの検索ランキングにおける透明性と公平性を確保するためのさらなる取り組みを行うよう推奨されています。⁵しかし、このような取り組みは、消費者の利益やランキングシステムの不正操作を防止する必要性を損なうことなく、開発者にランキング要因に関する十分な情報を提供するという、微妙なバランスを取らなければなりません。これが、Google がすでにアプリのランキングに透明性、公平性、および非差別的な条件を適用し、Google Play のヘルプセンターのページで、Play におけるアプリのランキングと整理に影響を与える主要なパラメーターを公開し、⁶利用者が Google Play で検索した際に開発者が自身のアプリの見つけやすさを高める上で役立つ追加情報を提供している理由です。</p> <p>3 「『アプリストア分野』のデジタルプラットフォーム利用事業者 アンケート調査結果報告書」の2ページを参照。</p> <p>4 デジタル広告分野評価案 3-1-5 を参照。</p> <p>5 アプリストア分野評価案 2-1-5 を参照。</p> <p>6 Play Console ヘルプの「アプリの検出とランキング」を参照。</p>	
52	グーグル合同会社	アプリ	その他	2.11 さらに、デジタルプラットフォーム提供者による透明性と相互理解を促進するための自主的な取り組みは、それらが活動する商業的な実態という文脈の中で評価されることも重要です。透	アプリストア分野評価案におけるご指摘は「II. 2. 2024 年度大臣評価項目 3-1-3. 収支の取扱い」に関するものかと思います。該当部分については、「個別の事案

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>明化法の目的は、デジタルプラットフォーム提供者が実行可能かつ実践的で自主的な措置を講じることによってのみ達成することができます。指針において認識されているように、デジタルプラットフォーム提供者を取り巻く事業環境は様々であり、それぞれの特有の事業運営条件に応じて、透明化法が掲げる全体的な目的を達成するための措置を、創造性と創意工夫を凝らして自発的に実施することが期待されています。Googleは、これが共同規制の根底にある重要な基本原則であると考えています。</p> <p>2.12 たとえば、以下の点が挙げられます。</p> <p>(A) アプリストア分野評価案において、Googleは、利用事業者からの依頼に応じて、個々のケースで払い戻しリクエストが承認された理由を開示する自主的な取り組みを検討するよう求められています。Googleは、Google Play の払い戻しポリシーに関する詳細情報を記載したページを公開しており、払い戻しの対象となる購入について説明しています。Google の払い戻しポリシーは、利用者が何を購入したか、いつ、どのように支払ったか、そしてどこにいるかによって異なります。Googleは、すべての払い戻しリクエストの理由を共有することはできません。その理由としては、負担が大きく、リソースの非効率的な配分につながるためです。</p>	<p>における返金要求を認容した理由を示す、Googleにおける自主的な取組みについて、「注視する」こととしております。「注視する」は、過年度の大臣評価の指摘等に対する特定デジタルプラットフォーム提供者における取組みを今後確認していくものとして記載しております。</p> <p>ご記載されているように、Google Play の払い戻しポリシーに関する詳細情報を記載したページを公開するなど御社のGoogle の当該取組みは一定程度評価することができます。一方で、利用事業者アンケート結果等を踏まえると、例えば、不正な返金と疑われるケースやデベロッパが返金を希望するケース等において払い戻しリクエストが承認された理由を開示するなどの利用事業者との相互理解の促進を図るためのさらなる自主的な取組みをできる限り行っていただくことが適切と考えております。</p>
53	グーグル合同会社	広告	I. 3-4-5. 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	<p>(B) デジタル広告分野評価案において、Googleは、利用事業者が頻繁にアクセスする場所（例：管理画面のトップページやレポートなど）における「デジタル広告の品質」に関する情報開示に関して、さらなる自主的な取り組みを期待されています。⁷しかし、Googleは、広告の品質と安全性を確保するために、詳細なポリシー（例：Google 広告ポリシー）をすでに公開し、適用しており、これらは継続的に見直され、更新されています。貴省が認識しているように、Googleは広告主とパブリッシャーに広範な情報を提供しています（広告関連のすべてのポリシーをまとめた一元的なページを含みます⁸）。広告主とパブリッシャーは、Googleの広告サービスを継続的に利用するために、Googleのポリシーを遵守する責任があることを十分に認識しています。これらのポリシーが、多数の広告品質および安全性に関する問題（そのすべて</p>	<p>「デジタル広告の質」に関する課題については、まず利用事業者が当該課題を認識し、リスクを評価した上で適切な対応策を講じることが重要であると考えております。利用事業者への啓発のための対応を期待しているものであり、必ずしもご意見のようなポリシーの開示の問題について指摘しているものではありません。</p> <p>この点、利用事業者アンケートの結果によれば、広告主の約2割が「デジタル広告の質」に関する内容を理解していない、また約2割が知らないと回答しており、媒体社においても約2割がads.txt等の対策を「分からない」と回答しています。これらの状況から、認知向上は依然として課題であると認識しております。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>がデジタル広告の健全性にとって等しく重要です)を網羅する広範な性質を持っていることを考慮すると、利用事業者がGoogleの広告プラットフォームにアクセスする際に、ユーザーインターフェースの最上部にそのような情報を表示することは、現実的でも有意義でもありません。広告主とパブリッシャーは、アカウント内のアラートやメール通知を通じて、重要な情報(ポリシーに関するアラートを含みます)をすでに受け取っており⁹、また、Googleのコミュニティフォーラムやブログを閲覧したり、Googleのニュースレターを購読したりして、重要な製品およびポリシーの更新や業界の動向を把握することができます。Googleは、これらのコミュニケーションの方法が、広告品質の複雑なトピックに関する情報を普及させ、利用事業者と積極的に取り組みを行う上で、より効果的であると考えています。</p> <p>7 デジタル広告分野評価案3-4-5を参照。</p> <p>8 Google Transparency Centerの「Our Policies」を参照(英語版のみ)。</p> <p>9 たとえば、Google広告の利用者には、アカウント内で重要度によって異なる警告や通知のアイコンが表示されます。詳細については、Google広告ヘルプの「アカウントに表示される通知について」をご参照ください。</p>	<p>なお、認知向上のための具体的な手段については、貴社の自主的な判断に委ねるものですが、大臣評価の指摘にも記載の通り、貴社が提供する「デジタル広告の質」に関する情報についての日本国内の利用事業者からの閲覧状況や関連機能の利用状況等を踏まえ、より主体的かつ積極的な情報発信及び利用促進に向けた取組みを期待しております。</p>
54	グーグル合同会社	広告	I. 3-3-5. 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	(C) さらに、デジタル広告分野評価案において、貴省は「自動化プロセスによる判定には誤判定を相当数含むことも考慮し、引き続き広告枠の停止措置にあたっては誤判定が最小化されるよう取り組むとともに、新たなシステムによる場合を含め、Google側に誤りはないとの前提に立たず媒体社の異議申立ての内容を検討して対応すること、また媒体社の異議申立てを封じることとなるない観点から、リスクの高低に応じて粒度は調整しつつ、媒体社に対して措置の理由を開示する体制を検討すること」とコメントしています。 ¹⁰ Googleは、自動化されたシステムが完璧であり、したがってパブリッシャーの異議申し立てが無視される可能性があるという立場をとったことは一度もないことを明確にしたいと考えています。むしろ、いかなるシステムも完璧ではないことを認	Googleが、自動化されたシステムが完璧である可能性があるという立場をとったことは一度もないことについて承知いたしました。また、御社において審査担当者の判断を学習させるなどして恒常的にシステム更新を行っている取組みについては評価しております。他方で、自動化したプロセスでは誤判定も生じ得ることから、誤判定を最小化する取組みと共に、媒体社の異議申立てを困難化しないよう拒絶措置を受ける媒体社に対して措置の理由を説明することが重要であることも本評価では指摘しております。措置理由の説明を受けた媒体社が適切に異議申立てをすることで、誤判定の原因の気づきを得ること

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>識しているからこそ、より複雑で微妙な、あるいは重大なケースを評価するために人間による審査に依存しており、広告主やパブリッシャーの異議申し立てのケースを審査する専門の審査および異議申し立て担当チームを設けています。貴省がご認識のように、Googleは常にシステムを改善しており、これには機械学習モデルの継続的な更新、定期的な人間による審査の品質評価、対象を絞ったポリシーの研修、および曖昧なケースを明確にするための内部リソースの更新が含まれています。Googleのプラットフォーム上で日々行われる膨大な量の取引を考慮すると、デジタル広告空間における数多くの、そして進化する脅威から消費者、広告主、およびパブリッシャーを保護するためには、Googleの防御メカニズムの正確性と効率性の両方を向上させるために、自動化されたシステムが必要不可欠です。</p> <p>10 デジタル広告分野評価案3-3-5 を参照。</p>	とができ、誤判定の最小化の改善に繋げること等も考えられるかと考えます。
55	グーグル合同会社	広告	その他	(D) デジタル広告との関係全般において、Googleは、Googleによるポリシー執行の規模と重要性を認識することが重要であると考えます。2024年には、Googleは日本国内で2億件以上の不正な広告を削除し、100万件以上の広告アカウントを停止しました。Googleは、広告取引の量を増やすことに注力するのではなく、ポリシーの執行と防御システムの強化を通じて、プラットフォーム上の広告の品質を守り、エンドユーザーとインターネットの保護を優先していることは明らかです。広告の品質問題に関する透明性と相互理解を促進するためのGoogleの自主的な取り組みは、このより広範な文脈の中で評価される必要があります。	御社が、自主的な取組みとして、AI等を用いながら大規模なポリシー執行・投資を行っていることは十分認識しております。その上で、さらなる自主的な取組みを期待いたします。
56	グーグル合同会社	共通	その他	2.13 同様に、国内管理人の役割と取り組みは、Googleがグローバルなプラットフォームおよびビジネスであるという文脈の中で評価される必要があります。Google Playとの関係においては、国内管理人の仕組みを通じて、Googleはポリシーの方向性を実施する上で効果的な、コミュニケーションを促進し、育成する複数のチャネルを確立しています。デベロッパー、業界団体、および政府関係者はそれぞれ、必要に応じて懸念事項やエスカレーションを持ち込むための適切な窓口を持っています。デジタル広告と	御社がグローバルなプラットフォームおよびビジネスであるという背景を踏まえ、御社における国内管理人の取組み状況等について評価させていただいていると認識しております。構築された国内管理人の仕組みの運用に関して、継続的、自主的に取り組まれた内容について、次年度にご提出いただく定期報告書に記載いただけますと幸いです。

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>の関係においては、これまでの提出文書で詳細に述べたとおり、また貴省もご認識のように、Googleは国内チームとグローバルチームの連携、および利用事業者からの問い合わせの解決を促進する効果的な内部の仕組みを実装しています。Googleは、国内管理人が引き続き、日本の利用事業者とのコミュニケーションを促進するという重要な役割を果たし、グローバルな事業運営の文脈においてGoogleの製品とサービスの改善に積極的に貢献することを保証すべく、尽力いたします。</p>	
57	グーグル合同会社	広告	I. 3-2-5. 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	<p>3. セクションB：アリストア分野およびデジタル広告分野に関する大臣評価への回答と明確化</p> <p>3.1 Googleは、Googleが一貫して実施している透明化法の特定の要件を超えた様々な自主的な取り組みを貴省が評価してくださったことに感謝申し上げます。アリストア分野とデジタル広告分野の評価案においてGoogleの取り組みが明確に認められたことは、利用事業者を含む業界のステークホルダーとの透明性と相互理解を促進するという透明化法の目的にとって極めて重要です。たとえば、Playの文脈では、Googleは、貴省が運営する相談窓口との連携を強化するために専門の部門横断型チームを組織したり、開発者とGoogleと繋がるための機会を提供するために様々な外部イベントを主催したりすることで、相互理解の促進に努めてきました。</p> <p>3.2 Googleはまた、評価プロセスにおいて貴省およびモニタリング会合から提供された提言と示唆に深く感謝いたします。これらの知見は、貴省が利用事業者と継続的に関わってきたことから得られたものであり、プラットフォームの事業慣行を改善する上で非常に価値あるものです。たとえば、2024年度の評価における、利用事業者がPlayの利用規約の内容を十分に理解できるようさらなる努力を求める要望に対し、Googleは、特に日本の開発者およびユーザーのためにサポート資料のアクセシビリティを強化するため、いくつかの措置を実施しました。Googleは、これらの提言を引き続き評価し、それらを運営に組み込むための適切な手段を検討してまいります。</p> <p>3.3 しかしながら、いくつかの事例において、貴省の提言が、</p>	<p>本評価においては、御社における、ポリシー等の翻訳の分かりやすさ・改善について、広告主等や媒体社からのフィードバックを受け付け改善につなげる仕組みが存在し、幾つかの実施された具体的な改善についても報告されていることについて認識しております。</p> <p>他方で、利用事業者向けアンケート結果においては、一定程度の利用事業者が御社が開示している提供条件の内容について分かりにくいと感じていることが示唆されており、引き続き課題としては存在するものと認識しております。このため、開示された提供条件が「分かりにくい」とする声がどのような基準の説明において、何に起因しているのかの分析やそれに基づく継続的な改善を求めております。</p> <p>また、取引環境は日々変化し、それに応じて提供条件やその開示内容も変化するため、利用事業者と御社の間における開示された提供条件の内容も日々変化するものとも認識しており、この点についても利用事業者の声等を踏まえて継続した自主的な開示内容の改善を行うことが重要と認識しております。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>Google の既存の措置や関連する事業環境を適切に認識または考慮していないと考えております。貴省が提言を策定する際には、全体的かつバランスの取れたアプローチを取り、デジタルプラットフォーム提供者が実際の事業環境に基づいて実施してきた自主的な取り組みを含むすべての関連要素を考慮に入れることが重要です。以下のセクションでは、この点に関し、デジタル広告分野評価案とアプリストア分野評価案における、貴省の提言の中から選んだいくつかの事例に対する Google の回答を記載いたします。</p> <p>デジタル広告分野評価案への回答と明確化</p> <p>3.4 たとえば、デジタル広告分野評価案において、貴省は、利用事業者にとって「分かりにくい」可能性のある開示された提供条件に関して、Google が利用者からのフィードバックや苦情を積極的に分析するよう求めていました。¹¹しかし、年次報告書で述べたとおり、Google はすでに利用事業者に対し、ヘルプセンターページの有用性についてフィードバックを提供するチャネルを提供しており、改善すべき領域を特定するためにそのようなフィードバックを分析しています。このフィードバックのプロセスにより、年次報告書で詳述したとおり、不明確な用語やフレーズを明確にするために、Google のヘルプセンターページの日本語訳に対する様々な更新が行われました。Google は、透明化法の遵守に関する Google の評価が公平かつ完全な評価という文脈の中で行われることを確実にするため、貴省の提言は、ユーザーフィードバックの収集と活用に関する Google の継続的な取り組みを認める形で、より肯定的に表現されるべきであると謹んで申し上げます。</p> <p>11 デジタル広告分野評価案 3-2-5 を参照。</p>	
58	グーグル合同会社	広告	I. 3-3-5. 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	<p>3.5 利用事業者へのアンケート調査のフィードバックが「媒体社からの問い合わせは殆どないという Google の捉え方が実態に即しているかは（中略）懸念のある回答である。」という貴省のコメントに関して、¹²Google は以前の回答で明確にしたとおり、広告配信が制限によってどのように影響を受けるか（2025 年 7 月 25 日付の情報提供依頼書における貴省の質問 5-3 の焦点であった執行措置の影響）についての問い合わせを Google が受けたこと</p>	<p>Google の営業担当が付いている日本の媒体社からは不明点は営業担当宛てに問い合わせるのが自然なアクションでありますし、経済産業省の媒体社向けアンケートでも措置を受けた後の対応として「Google の担当者に問い合わせをした」、或いは「停止措置が誤りと考え、修正対応をせずに異議申立て又は再審査申込みを行った」という回答が一定割合見られることからしても、広告配</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>は一般的ではありません。これは、Google が広範な情報を提供しており、またポリシーセンターにラベルなどの新機能を導入しているためであり、これにより、パブリッシャーに対して、自身の広告枠の収益化が異なる種類の問題によってどのように影響を受けるかを明確に説明しています。しかし、これは、Google がそもそも広告配信が制限される理由（つまり、執行措置の原因）に関するパブリッシャーからの問い合わせを受け付けていないという意味ではありません。Google は、サービスの提供に関して利用事業者に明確さと確実性を提供することの重要性を理解しています。だからこそ、Google は、パブリッシャーが、広告配信がなぜ、そしてどのように影響を受けるかを理解するのに役立つように、可能な限り多くの情報を提供することを目的として、ヘルプセンターの維持とポリシーセンターにおける新製品の機能の開発に多大な投資を行ってきました。たとえば、Google の年次報告書や過去の提出文書で説明したとおり、パブリッシャーが広告配信制限の原因となっている問題を特定し、ポリシー違反をより簡単に修正できるようにするために、スクリーンショットが導入されました。また、Google は、ヘルプセンターのページ（AdSense、AdMob、Ad Manager を含みます）で動画コンテンツを提供し、製品固有の YouTube チャンネルを維持することで、パブリッシャーが Google のポリシーや製品機能をより簡単に理解できるようにしています。¹³</p> <p>12 デジタル広告分野評価案3-3-5 を参照。</p> <p>13 Google アド マネージャー ヘルプの「Google パブリッシャー向けポリシーと制限コンテンツについて」および「広告配信に影響を与えるポリシー違反を解決する」をご参照ください。</p>	<p>信の制限措置の影響について媒体社からの問合せを受けることが一般的ではないとのご説明に関しては懸念が残るところです。</p> <p>また、媒体社アンケートにおいても、利用規約やガイドラインの内容が分かりにくいという声や、利用規約や審査基準・ポリシーの掲載されているウェブサイトの構成・階層が分かりづらいとの声、欲しい情報になかなかたどり着けないとの声、広告枠や媒体社に対する審査基準・ポリシーが分かりづらいという声も多い状況にありますので、御社が広範な情報を提供しており、またポリシーセンターにラベルなどの新機能を導入しているために問合せが少ないという単純な見方をすることも難しいものと考えます。</p> <p>一般的ではないとされつつも、御社では広告配信が制限される理由（つまり、執行措置の原因）に関するパブリッシャーからの問い合わせを受け付けていると認識いたしました。次年度ご提出いただく定期報告書においては、可能な場合には、こうした問い合わせの状況や問い合わせの対象のなった事象の状況、それへの対応状況について、併せて情報提供を頂戴できますと大変有難く存じます。</p>
59	グーグル合同会社	広告	I. 3-3-5. 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	<p>3.6 貴省はまた、措置の決定が取り消された件数について、その取り消しの理由（すなわち、異議申し立てが成功した結果としての取り消しと、関連するポリシー違反の是正後の取り消し）に基づいた件数の内訳を提供するよう Google に求めています。</p> <p>¹⁴Google は、透明化法の要件に従い、利用事業者からの苦情や紛争をどのように扱うかについて正確な情報を提供するために、適</p>	<p>透明化法 7 条 1 項に基づく、利用事業者との相互理解の促進を図るために必要な措置として、指針により苦情の処理及び紛争の解決のための体制の整備も求められており（透明化法 7 条 3 項 3 号、指針 2.2）、これも踏まえて定期報告書においても、「苦情及び紛争の結果の概要」を含め、苦情の処理及び紛争の解決に関する事項の</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>切な体制を確立し、維持するために取り組んできました。これを踏まえ、Googleは貴省の当該追加要求を慎重に検討しましたが、この特定の内訳を提供することは、透明化法第3条および指針第1.2項の原則に反し、過度な負担を課すことになると考えます。</p> <p>14 デジタル広告分野評価案の3-3-5を参照。</p>	<p>記載が求められています（透明化法9条1項2号、省令14条2項4号）。</p> <p>御社は媒体社からの苦情・紛争で当初決定取消しが大半を占める状況（80%以上の数値）を報告されていますが、異議申立てによる当初決定の取消しと媒体社による修正後の再審査による取消しでは大きく状況が異なり、両者を区別せずにこのような数値を報告されるのではなく（苦情及び紛争の）「結果の概要」として本来適切な対応ではないと考えます。法令上「苦情及び紛争の結果の概要」の報告が義務付けられているところでありますので、過度な負担であるから内訳は提供しないとのご議論は適切な法的議論ではないものと考えます。</p> <p>本評価においては、異議申立てによる当初判断の取消しはGoogleの措置の判断のファインチューニングに有用と考えられる一方、媒体社の修正後の再審査によるものは媒体社がポリシーの理解を深めるために有用である媒体社向けの苦情・紛争対応につき、異議申し立てによる当初決定の取消しと再審査による当初決定の取消しの構成割合が把握できるよう分析し、可能な限り説明することについて求めております。こうした観点から、措置の決定が取り消された事案について、その取り消しの理由に基づいて御社における措置の判断のファインチューニングを行うための、御社において取り組まれていらっしゃる分析等の取組み状況やそこで明らかになった状況に関する情報について、可能な限り、次年度ご提出いただく定期報告書において記載いただけますと幸いです。</p>
60	グーグル合同会社	アプリ	I. 2-1-5. 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	<p>アリストア分野評価案への回答と明確化</p> <p>3.7 たとえば、Googleは、専任の担当者が割り当てられていない利用事業者の環境の違いを考慮した自主的な施策を実施するよう期待されています。¹⁵しかし、Googleが現在採用している、あらゆる規模のデベロッパーと連携するためのアプローチとプロセスは、すでにこの提言に対応しています。すべての利用事業者に専任の担当者を割り当てることは不可能ですが、Googleは、各段階</p>	<p>御社の取組みは一定程度評価することができます。一方で、利用事業者アンケート結果や相談窓口に寄せられた声等を踏まえると、担当者のいない利用事業者は担当者が割り当てられている利用事業者と比べて、サポートを受けづらい環境に置かれている可能性があるところです。そのため、担当者が割り当てられていないデベロッパーへの御社におけるアプローチやプロセスの内容に</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>でデベロッパーをサポートするよう設計された多様なコミュニケーションチャネルを通じて、幅広い規模のデベロッパーと連携しています。これらのチャネルには、技術的なサポート、教育リソース、ポリシーフィードバックおよびコミュニケーションチャネル、デベロッパー同士が繋がって知識を共有できるコミュニティフォーラムへのアクセス、そして Google Play の利用に関連する重要なトピックが議論される Google 主催のイベントが含まれます。Google の専任のデベロッパーサポートチームも、Google Play 上のアプリに関する質問に答えるために、すべてのデベロッパーが利用可能です。さらに、Developer Support Resources のページからは、Google グループのフォーラムにアクセスでき、デベロッパーはそこで質問や懸念事項を投稿したり、他のデベロッパーからのフィードバックを得たりすることができます。¹⁶</p> <p>15 アプリストア分野評価案の 2-1-5 を参照。</p> <p>16 Android Developers の「Developer Support Resources」をご参照ください（英語版のみ）。</p>	<p>についての状況や、そうしたデベロッパーから御社に対して提供される、当該アプローチやプロセスに関する様々な意見の内容を加味・分析し、可能な限りご対応いただけますと幸いです。</p>
61	グーグル合同会社	アプリ	I. 2-3-5. 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	<p>3.8 Google は、拒絶措置の必要性および適切性、ならびに事前通知の例外適用の判断に関して、さらなる慎重な判断を行い、また、拒絶措置に関して相互理解を促進することも求められています¹⁷。Google Play のポリシー違反に対応する Google の違反措置は、常に違反の重大性に比例しており、デベロッパーに対して意見を述べる機会や問題に対処する機会を与えています。Google はまた、Google Play のポリシー違反免除プログラムのように、デベロッパーに対する違反措置の影響を軽減するための手段をすでにも講じております。相互理解を促進するために、Google は、ヘルプセンターのウェブフォームや「ポリシー違反の管理」ページ¹⁸などの違反報告の連絡窓口、さらには「アプリの確認」ページで案内される再審査請求の連絡窓口へもユーザーを誘導しています。¹⁹しかし、すべてのステークホルダーの利益のバランスを取るため、悪意のある行為者が Google のプラットフォームとユーザーにもたらす可能性のある重大なリスクも考慮しなければなりません。特に、Google Play のエコシステムを利用者とデベロ</p>	<p>利用事業者アンケートの結果においては一定の利用事業者が提供条件の開示内容の理解において課題を抱えていることを示唆しています。また、「ポリシーに違反しているとの指摘がなされたが、具体的にどの部分が違反しているかが分からず、デベロッパーが説明を求めても DPF から明確な理由説明がなかった。」等といった声が相談窓口に寄せられてございます。これらを踏まえ、本評価では提供条件の開示において、利用事業者が探したい情報を容易に見つけられる取組み・工夫や、利用事業者が利用規約等の内容を十分に理解することができる取組み・工夫を、昨年度に引き続き継続的・自主的に行うことについて求めています。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>ツパーにとって安全に保つことがGoogle の最優先事項であり、Google は、エンドユーザーを含むエコシステムにリスクをもたらすと検出されたアプリに対して、即座に措置を講じる能力を保持する必要があります。たとえば、2024 年だけでも、Google は130万件のアプリが過剰な、または必要な機密性の高いユーザーデータへアクセスすることを防ぎました。</p> <p>3.9 Google は、利用事業者がPlay の利用規約と条件を理解するために求めている情報を容易に見つけられるよう、追加の取り組みを実施するよう求められています。しかし、Google Play はすでにデベロッパー ポリシー センター²⁰を通じて一般公開されている明確な外部ポリシーを維持しており、これはデベロッパーが期待される行動規範の基準を理解し、Google Play 上でアクティブなアプリを維持することに役立っています。Google はまた、新しいポリシーの公開をより容易に特定し、理解できるようにするための追加的な措置を講じています。たとえば、Google Play は、ポリーセンターにおけるデベロッパーエクスペリエンス向上させるために、「ポリシーの期限」ページ²¹を公開しました。このページは、デベロッパーがポリシーの期限をより迅速に確認できるようにし、ポリシー変更をよりよく理解するためのリソースに加えて、より明確な次に取るべきステップを提供しています。</p> <p>17 アプリストア分野評価案 2-3-5 を参照。 18 Play Console ヘルプの「ポリシー違反の管理」を参照。 19 Play Console ヘルプの「アプリの確認」を参照。 20 Google Play の「デベロッパー ポリシー センター」を参照。 21 Play Console ヘルプの「ポリシーの期限」を参照。</p>	
62	グーグル合同会社	アプリ	その他	<p>3.10 Google は、利用規約や条件の大幅な変更が利用事業者に与える影響の評価を行い、受け取った情報に基づいて運用の改善を行うよう求められています。しかし、新しいポリシーまたはポリシーの更新ごとに、Google Play のポリシー担当チームは、影響評価を実施し、ポリシーの策定や更新の背景にある主要な要因を把握し、それが利用者およびデベロッパーのコミュニティに与え</p>	利用事業者アンケートの結果においては一定の利用事業者が提供条件の開示内容の理解において課題を抱えていることを示唆しています。また、提供条件の変更にあたっては、事後に利用事業者の声に基づいて再変更を実施されたケースもあるところです（例えば、個人用デベロッパー向けのアプリテスト要件につきまし

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>る影響を考慮しています。これには、日本のデベロッパーからのフィードバックを集約することも含まれます。また、ポリシーの適用開始後も、デベロッパーからのフィードバックは随時考慮されます。たとえば、Google は、2023 年 11 月に導入されたアプリのテスト要件が、一部の小規模および個人デベロッパーにとっていくつかの課題を提起したことを認識しました。これに応じて、Google は 2024 年 12 月に、必要なテスターの数を 20 人から 12 人に削減しました。アリストア分野評価案が認めているように、この重要な変更は、デベロッパーのフィードバックに耳を傾け、彼らにより良いサービスを提供するためにポリシーを改善しようとする Google の取り組みを示しています。</p>	<p>て、アプリのテスターの人数を 20 名から 12 名としたケース）。これらを踏まえると、御社の取組みは一定程度評価することができますが、提供条件の変更案の策定時や変更の実施後に利用事業者やその事業者団体から意見を聴取し、同意見を踏まえた改善や検討の結果を利用事業者等にフィードバックするなど、利用事業者との対話プロセスをより実効的に行うことなどを通じて、引き続き、利用事業者への影響についても拾い上げていただきたいと考えております。</p>
63	グーグル合同会社	共通	その他	<p>4. 結論 4.1 Google は、これまでの報告期間における貴省の積極的な取り組みと、Google の協調的なアプローチが、アリストアおよびデジタル広告の分野における透明性の向上に大きく貢献したと考えています。上記で述べたフィードバックは、法律の枠組みを支える共同規制の重要な原則を尊重しながら、透明化法の目的をより効果的に達成するために、制度をさらに改善することを目的としています。Google は、日本のデジタル広告分野における相互理解を促進するため、今後も貴省と継続的に連携していくことを期待しています。</p> <p>4.2 また、過去 4 回の報告期間にわたり、アリストア分野に関して Google と密に連携していただいた貴省およびモニタリング会合に感謝申し上げます。今後も、Google はスマホソフトウェア競争促進法への遵守の一環として、この分野における透明性の促進に向けた取り組みを継続していく所存です。</p>	デジタルプラットフォーム市場の透明性と公正性の向上に向けて、引き続き連携させていただければ幸いです。
64	楽天グループ株式会社	共通	その他	<p>第一 総論（評価案全体について） 評価（案）全体について、以下の点を考慮し改善すべきであると考えます。</p> <p>1. 「注視する」との文言等の意義について (1) 意見 評価に係る文言（「注視する」、「期待する」及び「求める」）</p>	本評価において、評価として記述している「求める」は透明化法令及び指針に具体的な義務として規定されているものについて自主的取組みを促すもの、「期待する」は透明化法令及び指針の具体的な規定に基づくものではないが、透明化法 9 条 6 項に基づき、透明性及び公正性の自主的な向上が期待される自主的取組みを促すもの、「注視する」は、過年度の大蔵評価の指摘等に対する特

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>の法的意味合いを明確にし、大臣評価の冒頭に記載をするべきです。</p> <p>(2) 理由</p> <p>本年度の大臣評価の評価文言では、新たに「注視する」との文言が加わっていると思いますが、上記評価の文言（「注視する」、「期待する」及び「求める」）の法的意味合いについて大臣評価で触れるではなく、昨年に引き続き意義が不明確となっています（特に「期待する」及び「注視する」の関係が不明確です。）。</p> <p>昨年度の大臣評価のパブリックコメントの公表結果¹（令和7年2月14日付提出意見番号3回答）によれば、回答結果として「求める」「期待する」の文言の意味が説明されているものの、本年度大臣評価案の中で説明の記載がない点で不十分です。</p> <p>デジタルプラットフォーム提供者は大臣評価の評価文言を踏まえ法的リスク、課題を理解し、プラットフォームの改善につなげるものと理解しております（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、「取引透明化法」）9条6項）。したがって、評価文言の記述は、翌年度の改善計画を考えるうえで、重要な意味を持ちますので、評価文言の意味については大臣評価中に記載していただきたいと考えております。</p> <p>殊に大臣評価案の記述にあたって、上記の昨年のパブリックコメントの回答結果に従うのであれば、「求める」とされているものについては、いずれも取引透明化法及び指針から直接的にそのような義務があるとは読み取れないものとなっているので、具体的に法令・指針のどの部分をどのように解釈するとこのような義務につながるのか根拠を明示していただきたいと考えております。</p> <p>また「注視する」という評価文言については、「求める」との評価文言よりニュアンスが弱く感じているものの、取引透明化法の法的義務との関係で違反事実の認定が前提となるのか否か、「期待する」との評価文言の棲み分け、国がデジタルプラットフォーム提供者に改善を期待する期待感の大小が分かりにくく、それぞれの意義を明確に説明いただきたいです（なお、以下では「求める」、「期待する」の意義は昨年のパブリックコメントに従い、</p>	<p>定デジタルプラットフォーム提供者における取組みを今後確認していくものとして記載しています。</p> <p>なお、「求める」、「期待する」、「注視する」の意味合いにつきましては、大臣評価 p. 1 に注記を付させて頂きました。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>「注視する」は語感より「期待する」より改善への期待の程度が軽微であることを前提に本パブリックコメントを記述します。)。</p> <p>1 https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/digitalplatform/pdf/2024_sannkou1.pdf</p>	
65	楽天グループ株式会社	共通	その他	<p>2. モニタリング会合の運営について</p> <p>(1) 意見</p> <p>評価プロセスにおいては、書面の往復による報告書、質問、更問への回答だけでは十分ではないと料する事業者に対しては、希望を確認の上、プレゼンテーションの機会付与を行うべきです。</p> <p>(2) 理由</p> <p>本年度は、従前と異なりモニタリング会合では²、書面2回の往復のみで終わっている一方、大臣評価案の記述の一部についてデジタルプラットフォーム提供者側の認識と異なるようなモニタリング会合の審議や大臣評価案での事実認定が認められました（なお、事実誤認と考える点は各論でそれぞれ記述します。）。</p> <p>この点、書面審理は、国及びデジタルプラットフォーム提供者の工数面で負担軽減に資する取組であった点は評価できるものの、他方で、今年度の大蔵評価案のプロセスを踏まえると今年度のモニタリング会合では昨年に比べ審議が書面の提出のみであったことで、結果として一方的にデジタルプラットフォーム提供者側が批判をされる形となり、必要な補充説明等ができなかった点で行政手続として不備があるものと考えます。そのため各デジタルプラットフォーム提供者側において少なくとも口頭での説明を希望する場合は、プレゼンテーションの機会を付与することが相当と考えます。</p> <p>2 本年度のモニタリング会合の運営状況につき https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_platform_monitoring/index.html</p>	<p>御社から特段申し出やご意見は頂戴しておりませんでしたが、2025年度におけるモニタリング会合においても、特定デジタルプラットフォーム提供者が希望する場合には、ヒアリングを実施することやプレゼンテーションを行うことも可能でした。次年度の運営方法は検討中ですが、今後のコミュニケーションの中で、会合への関与の方法等についてご希望があれば、おっしゃっていただけます。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
66	楽天グループ株式会社	共通	その他	<p>3. 大臣評価案の判断の公正性確保について (1) 事業者アンケート³の活用方法について</p> <p>ア 意見 大臣評価の評価欄⁴の記述の順序を見直し、よりデジタルプラットフォーム提供者の課題が明確に伝わるようデジタルプラットフォーム提供者の具体的な課題をより明確に記述した記述内容となるよう記述を見直し、修正すべきです。</p> <p>イ 理由 本年度大臣評価案では同評価欄（本文の記載中、四角の罫線で囲まれた記述箇所）の大部分について、①定期報告書、モニタリング会合の質問・更問回答の内容（事実及び一部肯定的評価）を記述した上、②事業者アンケートの不満や課題に関する声を引用し、「これを踏まえ」という形で③大臣評価案の指摘を記載する3段階構成となっております。</p> <p>この点、るべき判断の過程は、まず⑦. 事業者アンケート及び定期報告書があり、次に①. これら⑦から抽出される各デジタルプラットフォーム提供者が抱える課題感を踏まえモニタリング会合から質問や更問が発出され、最後に⑦. 上記⑦及び①の分析結果を踏まえた大臣評価案が作成されるものと理解しております。</p> <p>しかしながら、本年度の大蔵評価案では、これら判断過程を踏まえた記述になっていないことから、モニタリング会合からの質問や更問回答結果が、定期報告及びアンケートから導き出された疑問の解消にどの程度役立ち、これらを対照分析した結果、どのような課題を導き出し大臣評価案の指摘に至ったのか記述がなく、判断の道筋が理解しにくいものと考えております。事業者アンケートは本来であれば、その結果を十分審議して、その結果、課題とされた事項の改善をデジタルプラットフォーム提供者に求めることがあるべき姿と考えるもの、現段階ではそういった十分な審議がされておらず、事業者アンケートで不平や不満の声があるから、改善を求められているように読める形式となっております。</p>	<p>モニタリング・レビューは、該当法令、利用事業者の状況、昨年度の大蔵評価の内容等を基に、特定デジタルプラットフォーム提供者からの説明を報告書や質問への回答といった形で聴取した上で、モニタリング会合の構成員による議論を実施しております。本大臣評価は、こうした積み重ねを踏まえたものであり、事業者アンケートの結果のみを踏まえて評価案を作成しているものではありません。</p> <p>また、利用事業者向けアンケートの結果は、利用事業者の取引経験やその際の理解に基づくものであり、その性格上、特定デジタルプラットフォーム提供者における状況認識や規約等の理解とは齟齬があり得ること、また、各利用事業者がその判断で経済産業省に対して任意に情報提供をしているため、個別具体的な状況の詳細について経済産業省に情報が提供されていないケースも含まれていることに留意する必要があると認識しております。</p> <p>大臣評価において利用事業者アンケートは取引環境における概況を把握する上で有用と考えておりますが、その際に上記の留意点を十分考慮すべきと認識しております。こうした認識に基づき、大臣評価では利用事業者アンケートの結果を示しております。</p> <p>なお、日々変化する取引環境においては、利用事業者とデジタルプラットフォームのコミュニケーションの内容も変化するものと考えられ、特定デジタルプラットフォーム提供者における継続的自主的な改善の取組みが重要と認識しております。</p> <p>利用事業者向けアンケート結果において、一定の割合の利用事業者が特定デジタルプラットフォーム提供者との間で課題を持つことを示唆されていることや、モニタリング会合での議論において課題が提起されたことを踏まえ、引き続き、御社においても、自主的運営改善の取組みを加速していただけますと幸いです。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>モニタリング会合では大臣評価を行うため、審議を行った上、評価に必要な意見を提出していることから（取引透明化法9条4項参照）、そこで取りまとめられた各デジタルプラットフォーム提供者の課題を明確に記述した上、評価を行って欲しいと考えております。</p> <p>本年度の評価欄の記述は、デジタルプラットフォーム提供者側において、事業者アンケートである懸念の声について、モニタリング会合の質問等に回答し客観的事実をもって、問題がないことを立証したと考える事実がある中、それでもなお、大臣評価で指摘が付いている項目が散見され（例えば、P31～32における弊社の検証の取組が考慮されていない点やP79～80で自社優遇について懸念払しょくのための弊社の説明が考慮されていない点など。なお、事業者アンケートについては後記第二、各論1、（1）、イに記載の通り、母集団の選定方法に看過し得ないバイアスが含まれたアンケート結果を基礎に大臣評価の指摘がされているものであり、評価自体が失当なものが含まれていると思料）、結果として、具体的に何を改善すればよいのか国側の問題意識が判然としない内容と受け止めております（モニタリング会合の質問等への回答をもって事業者アンケートで指摘するような疑惑が解決したと考える項目の例として、有償サービスの受入要請（P74～75）返品の受入要請（P87）のパブリックコメントなど参照）。</p> <p>取引透明化法は、共同規制構造のもと（取引透明化法3条）、毎年の定期報告に対して、大臣評価を通じ官民共同のもとデジタルプラットフォーム提供者に関する取引環境の改善をはかるものと理解しております（取引透明化法9条6項）。そのため、国の問題意識をよりクリアに捉えられないと適切な運営改善は困難なものと考えております。</p> <p>よって、大臣評価をするにあたり、評価欄の記載を見直し、モニタリング会合の質問及び更問回答結果を分析した結果、デジタルプラットフォーム提供者側にどのような課題があったのかより明確に記述（上記③記述部分の充実化）するよう記載全体を見直し修正すべきです。</p>	<p>いずれにしても、いただいたご意見は来年度のモニタリングプロセスの参考とさせていただきます。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>3 「事業者アンケート」とは、令和6年度経産省作成の「令和6年度『総合物販オンラインモール分野』のデジタルプラットフォーム利用事業者アンケート調査結果」（モニタリング会合第1回 参考資料2-1）。</p> <p>4 大臣評価の「評価欄」とは、「2025年度デジタルプラットフォームの透明性・公正性に関する評価（オンラインモール分野）」の大蔵評価の記載中、I 重点テーマに係る透明性・公正性に関する評価中「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」に係る記載部分及び、II 2024年度評価における指摘事項のフォローアップに関する「デジタルプラットフォーム提供者における取組状況のフォローアップ」に関する記述部分をいう。</p>	
67	楽天グループ株式会社	共通	その他	<p>(2) 消費者保護の位置付けについて</p> <p>ア 意見 大臣評価にあたっては消費者保護関係法令への影響も考慮して、モニタリング会合の審議及び大臣評価を行うべきです。</p> <p>イ 理由 デジタルプラットフォーム提供者は提供条件の開示（作成及び変更）の際は、取引透明化法が規律する、出店事業者の利益保護を考慮するほか（取引透明化法1条）、各種ユーザー（消費者）保護に関する多様な法令等も遵守して（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、特定商取引に関する法律、消費生活用製品安全法、製品安全誓約⁵など）、これらの利害バランスを調整しながらプラットフォームの運営を行っています。</p> <p>この点、プラットフォーム運営にあたり出店事業者保護とユーザー保護については利益が相反することが日々存在するものと認識しています（例えば、様々な商材について商品登録、表示ルールを厳格に定めて、違反に対して厳しく取締りを行う場合、消費者保護は図れる反面、出店事業者には過酷なルールとなります）。これら利害関係人の利益の確保を調和的に実現するのがデジタルプラットフォーム提供者の役割と認識しています。実際、</p>	<p>今年度のモニタリング・レビューでは、不正行為を助長せずに適切にコミュニケーションする工夫についてなど、デジタルプラットフォームを利用する一般利用者にも関係するテーマについても議論を行い、その際、不正利用への対策など、御社を含め特定デジタルプラットフォーム提供者における取引環境の改善のための取組みについての情報提供を受け、議論を重ねたところです。こうしたことを踏まえて、本評価においては、特定デジタルプラットフォームの提供条件違反や不法行為を取り締まるための特定デジタルプラットフォーム提供者における利用事業者の活動に対する取組みを単に減速させることは、かえって取引環境を悪化させ、多数の利用事業者及び一般利用者への利益を害するおそれがあることも認識し、評価を行っております。</p> <p>ご指摘のありました違反点数制度の運用については、取引環境の改善に資する以上の措置を講じていないかという観点から、該当の事案において違約金を賦課する必要があるか、違反点数に比して違約金が利用事業者の過度な負担になっていないかといった事情を考慮し、継続的自主的取組みを求めているところです。例示させていた</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>弊社においても取引透明化法の遵守体制を構築すると同時に、製品安全誓約に署名し消費者庁等と連携しながらユーザーが安心安全にお買い物いただける環境の構築に努めているところです。</p> <p>本評価案の前提となる、モニタリング会合の議論において、非公開の部分もあり審議の全体は不明であるものの、取引透明化法の観点からデジタルプラットフォーム提供者対出店事業者の二項対立の視点から検討がなされている反面、大臣評価で指摘を行うことで消費者行政にどのような影響を及ぼすかについて考慮されている記述は見あたりません。</p> <p>確かに、取引透明化法は概ね前者のルールを規律するものであるから、議論の方向が出店事業者の保護の視点が中心となりやすい点は理解できます。しかしながら、例えば本年の大臣評価案でも、エンフォースメントの実効性等の議論や検討の過程では、消費者保護へ及ぼす影響を十分に検討した過程がなく（詳細は各論に記載しますが、例えば大臣評価案P27では、違反点数制度の運用についてより制限的でない方法の検討を求める記述など）大臣評価案にしたがった運用をする場合は、消費者保護の観点から不十分な運用になると捉えています。</p> <p>今後モニタリング会合の運営にあたっては、一方で取引透明化法が規律する出店事業者とデジタルプラットフォーム提供者との相互理解の促進の取組を通じた出店事業者の保護の視点を中心に捉えながらも、他方で消費者保護等関係法令等も考慮した、多数利害関係人の利害調整を行っているプラットフォーム運営実態に即した、消費者保護の視点も反映されるようなモニタリング会合の体制作り（例えば、委員構成の再考）を行うべきです。</p> <p>5 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/product_safety_pledge</p>	<p>だいたい、より制限的でない他の代替手段を用いること等の方法によって、かえって取引環境の悪化を招いた事案や、招くと判断すべき事実関係の情報がありましたら、次年度ご提出いただく定期報告書において記載していただけますと幸いでございます。</p> <p>いずれにしても、いただいたご意見は来年度のモニタリングプロセスの参考とさせていただきます。</p>
68	楽天グループ株式会社	モール	I. 2-1-5. 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	<p>第二、各論1（重点事項の評価について）</p> <p>1. 苦情の集計（P17～22）（定義関係）</p> <p>（1）意見</p>	<p>ご指摘のとおり、透明化法9条1項2号において利用者からの苦情の処理及び紛争の解決に関する事項として、苦情の件数等の定期報告書への記載を求めている背景は、苦情や紛争は特定デジタルプラットフォーム提供者の抱える問題点が表面化したものである可能性が高いこ</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>ア 大臣評価案の評価欄記載中、「苦情の定義を拡張する再検討を求める」とあるのを「苦情の定義を拡張する等再検討の取組みを注視する」との文言に修正すべきです（大臣評価案P22）。</p> <p>イ 仮に、上記アのとおり修正できない場合、「苦情の定義を拡張する等再検討の取組みを期待する」と修正すべきです（大臣評価案P22）。</p> <p>（2）理由</p> <p>大臣評価案では苦情の再定義の検討を求める根拠として、要旨① DPF相談窓口への相談状況及び②経産省実施のオンライン利用事業者へのアンケート結果をあげて、弊社の苦情の集計に漏れがあると判断し苦情の定義を拡張する旨の再検討を求めております。しかしながら、以下の事実を考慮すると上記大臣評価案の指摘は、正しい事実に基づかず判断しており、必要以上にデジタルプラットフォーム提供者の自律的なプラットフォーム運営に干渉する指摘であることから、法の規定に照らし不相当であり（取引透明化法9条2項、3条、1条）、上記（1）のとおり、評価文言の修正をすべきです。</p> <p>ア 弊社の苦情の定義が合理的なこと</p> <p>（7）弊社は苦情の定義を「①楽天市場への出店に関する当社の行為（作為または不作為）によって、出店契約上の地位やサービス利用に支障が生じ、店舗運営に具体的な経済的損害が発生した場合で、②規約・ガイドラインの公正な適用によって解決可能なもの」と定めております（定期報告書⁶P4）。これに基づき、本年度の定期報告書では、苦情につき144件集計し、これを報告しています（同報告書P6）。</p> <p>（イ）この点、取引透明化法9条1項2号は「苦情の処理及び紛争の解決に関する事項」を定期報告書の記載事項と定め、同法施行規則14条2項1号では、「苦情の件数」の報告を規定しています。同施行規則が定める「苦情の件数」の報告については貴省よりパブリックコメントにおいて「特定デジタルプラットフォームの運営実態等に応じて適切かつ合理的に設定した定義等に基づき集計することが可能」と説明がされています（令和3年2月経済産業省、特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の</p>	<p>とから、苦情の件数等の情報は、当該特定デジタルプラットフォーム提供者の透明性及び公正性が十分な水準にあるかを図るための検討材料として有益であることにあります。2025年度のモニタリング・レビューにおいては、出品停止措置やアカウント削除措置に対する異議申立ては明らかな苦情に該当すると考えられること、また、経済産業省の設置している相談窓口に寄せられた約200件の声の多くは、御社に申し立てても解決に至らなかつた苦情であるため、御社に寄せられている苦情はさらに多いものと考えられることから、適切に利用事業者から寄せられる苦情を把握する観点から、現在の苦情の定義を拡張する再検討を求めました。これは、御社における苦情の定義に該当している利用事業者から御社への申し出（御社の営業担当に申し出のあったものを含む）について、御社において集計漏れがあったとの指摘をしているものではありません。</p> <p>法7条2項に基づく指針2.4②は、商品等提供利用者の意見その他の事情を踏まえて商品等提供利用者に対して適切な対応を行うとともに、当該事情を特定デジタルプラットフォームの提供に関する運営改善の端緒として効率的に利用する適切な仕組みを構築すること、を求めており、2025年度のモニタリング・レビューにおける議論を踏まえた本評価における御社への求めは、こうした規定とも整合的であると認識しております。</p> <p>ご指摘の令和3年2月に公表したパブリックコメントの結果における記載との関係では、御社における苦情の定義については上述のような観点からその適切性に課題があるものと認識しております。</p> <p>また、本評価は、利用事業者向けアンケートの結果のみを踏まえて評価しているものではありません。モニタリング・レビューは、該当法令、利用事業者の状況、昨年度の大臣評価の内容、特定デジタルプラットフォーム提供者からの説明を報告書や質問への回答といった形で聴</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>向上に関する法律施行規則（案）に対する意見公募の結果⁷・コメント43、44回答）。そのため、法が定める相互理解の促進を図るために必要な措置（取引透明化法7条1項）という趣旨に反しない限り、苦情の定義及び集計はデジタルプラットフォーム提供者の自律的判断に委ねられた事項と理解しております（取引透明化法3条、1条）。</p> <p>(ウ) この点、弊社の上記で定義する「苦情」は、例えば出店契約上の地位や経済的損失と関係ない抽象的な規約ガイドラインの解釈や効力に関する主張等を除外する等社内で総合的に検討し、適切かつ合理的と判断した基準として定めた経緯があります。</p> <p>(イ) 本年度大臣評価案では再検討を「求める」と記述がされていますが、この場合、前年度の大臣評価案のパブリックコメントによるとデジタルプラットフォーム提供者側の法律等に違反している事実が前提になるかと思います。しかしながら、弊社の上記苦情の定義の作成の経緯に照らすと、苦情は「適切かつ合理的に設定した定義等に基づき集計することが可能」（上記（イ）令和3年2月パブリックコメント）なわけですから、原則として定義の作成、集計についてデジタルプラットフォーム提供者の自律的判断に委ねられており、「求める」という形であたかも法令で定める義務に違反があったと指摘するのは相当ではないものと考えております。</p> <p>イ 利用事業者へのアンケートの活用に誤りがあること</p> <p>(7) 大臣評価案では、評価根拠の1つとして事業者アンケートを用いていますが、同アンケートの評価については、回答者の約2割が「苦情及び問合せを行ったこと」があること、約1割弱が「出品削除・停止処分に対する異議申立てをしたが納得をしていないこと」をあげ、これが明らかな苦情に該当することを根拠に、苦情の定義の拡張も求めております。しかしながら、アンケートの分析に以下のとおり問題があることから大臣評価の根拠として引用することは不相当であると考えます。</p> <p>(イ) まず、苦情等について、事業者アンケートでは、「アカウント停止または削除について、当てはまると思うものを全て選択してください」という形式で、「問題なかった」という回答が選</p>	<p>取した上で、モニタリング会合の構成員による議論を実施しております。本大臣評価は、こうした積み重ねを踏まえたものとなっております。</p> <p>なお、利用事業者向けアンケート実施方法については、御社の指摘も踏まえて今後改善を講じてまいりたいと存じます。ご指摘ありがとうございます。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>択できないような選択肢を用いて、アカウント停止等に対して異議を申し出た当事者に質問していますが（アンケートP41のQ27）、不満の内容を誘導する形で質問を問う内容となっています。そもそも回答者は処分に対する異議を申し出た事業者に限定されており、これら抽出された回答者に回答前から何らかの不平や不満があることは明らかであり（例えば「違反点数の加点に納得がいかない」など）、必然的にデジタルプラットフォーム提供者の対応に納得感があることは少ないものと思われます。そういった結果を踏まえ、大臣評価案では約1割の出店事業者が異議に対して納得した説明が受けられていないことを摘示しますが、当該数値については上記アンケートの建付け上、不可避な数値と思われます。どのように苦情の定義を拡張しても、現在の質問の建付けでは、この数値がゼロになることは想定されることなく、このアンケート結果をもって、改善を「求める」ことは課題のレベル感に対してデジタルプラットフォーム提供者側に求める要求が過大と考えます。</p> <p>(り) なお、回答者の属性は分かりませんが、回答者の中に、例えば、偽造品などの悪質な違反による解除をされた事業者が含まれる場合は、措置の詳細な理由等の説明は想定されず、全件「納得がいく説明」が受けられないことは当然と考えております。</p> <p>ウ 弊社が把握する課題感と大臣評価指摘の相違及びデジタルプラットフォーム提供者への波及効果について</p> <p>(7) 弊社は、現在、法9条1項2号の趣旨に鑑みて、自主的な取り組みを通じて「苦情」の集計分析を行い、これを通じて年々改善しながら、より効果的な出店事業者との相互理解の取組を実施してきています。大臣評価案が指摘するような、苦情のスコープから漏れたような集計もれ苦情案件があるとすれば、当該集計漏れの案件は、苦情の定義の問題に起因するものではない可能性があるものと分析しています。</p> <p>(イ) 本年10月20日に開催された、第8回モニタリング会合において、本指摘事項の背景事情として楽天のECコンサルタントの苦情集計の精度に課題感があり本指摘がされた旨の言及があつたところです（議事録は公開されていないものの、本大臣評価案</p>	

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>P20「また、経産省の設置」で始まる段落参照）。しかしながら、出店事業者との関わり方もデジタルプラットフォーム提供者ごとに独自性があり異なるところ、本指摘事項は、他のデジタルプラットフォーム提供者も含め一律に苦情の再定義で苦情の集計もれの課題解決を図る方法を選択しており、デジタルプラットフォーム提供者間の差異を考慮していない点で不相当と考えます。少なくとも弊社においてはECコンサルタントについても、出店事業者との関わり方が多様であり、必ずしも全ての不平、不満、ご意見を余すことなく記録化することは困難な側面もありつつ、苦情についてはECコンサルタントにおいて確実に把握し、もれが生じないよう苦情紛争窓口へエスカレーションをはかることが重要と考えております（モニタリング会合の更問⁸ 7回答）。大臣評価案（P20）では「ECコンサルタントへ相談しても件数が46件接到している」と指摘がありますが、そのような事がないよう取引透明化法の苦情・紛争窓口の周知徹底及びサービスや法令等に関するECコンサルタントへの教育を徹底しているところです（モニタリング会合重点事項更問4）。そのため、法9条1項2号の趣旨に鑑みて「苦情」については適正に集計を行っているものと認識しています。</p> <p>(ウ) これに対して、大臣評価案ではECコンサルタントの集計について言及しますが、人と人とのコミュニケーションを重視するビジネスモデルを採用する限り、ご指摘のような集計漏れへの懸念は、継続的改善対応をはかるにしても、およそ消えることはないものと考えております。プラットフォームビジネスの性質上、プラットフォームに対する何らかの不平、不満等が完全に消えることはおよそ想定されませんが、それらすべてを余すことなく「苦情」として捉え、これらすべてを厳正に対応しなければならないという方向で議論を進めることは、デジタルプラットフォーム提供者のビジネスモデルの自律性や独自性を根幹から否定することにつながりかねないと考えます。それでも本指摘を維持するのであれば、当該指摘はもはやデジタルプラットフォーム提供者の改善の問題ではなく、単に国側の「不平や不満等の申立数や内容を知りたい、数字を把握したい」という数値把握や管理の問</p>	

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>題に過ぎないと考えております。現段階では、本年度報告したとおり「苦情」「その他」の声を集計するとともに、各対応窓口においてこういった声（特に「その他」の声を中心に）を分析し改善に役立てております（定期報告書P8）。そのため、大臣評価案記載のDPF相談窓口に相談があった約200件と、弊社の計上した苦情約160件の差約40件については、「苦情」ではなく「その他」でカウントし、集計している可能性が高いものと考えますが、出店事業者との相互理解のため、申出に対応し結果を改善に役立てていることに変わりはなく、把握できていないという問題ではなくカウント上の分類をどうするかの問題に過ぎないと考えています。</p> <p>(I) もとよりデジタルプラットフォーム提供者の人的リソースに限界があり、およそ出店事業者からの何らかの不満の意見の表明、意見など何でも幅広く「苦情」という枠組みで捉え、苦情紛争窓口における厳正な対応を求めた場合、かえって「苦情」件数が従前よりも過多となり、専門窓口で対応できないという弊害を生じうるものと考えています（現に既に一部デジタルプラットフォーム提供者側でそのような問題が生じかかっているものと認識しています。）。</p> <p>6 定期報告書（以下引用する場合は共通） https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_platform_monitoring/pdf/2025_001_s01_02.pdf</p> <p>7 令和3年2月経済産業省、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施行規則（案）に対する意見公募の結果 https://public-comment.e-gov.go.jp/pcm/download?seqNo=0000213871</p> <p>8 モニタリング会合の更問（以下引用する場合は共通） https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_platform_monitoring/pdf/2025_007_02.pdf</p>	
69	楽天グループ株式会社	モール	I. 2-1-5. 特定デジタルプラットフォームの透	2. 苦情の集計（定義の考慮事由関係）（P17～22） (1) 意見	透明化法5条2項1号へにおける苦情は、利用事業者が特定デジタルプラットフォーム提供者による個別の行為に対して不平を申し出る場合を主として含むものであ

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
			明性及び公正性についての評価	<p>ア 大臣評価案の評価欄記載中「『その他』に振り分けられた情報についても、その後の分析や運営改善に資する情報の抽出を視野に入れることも考えられる。」とある部分の記述の削除をすべきです。（P22）</p> <p>イ 仮に、上記アの記載の削除が困難であれば、太字、下線で記載するのは不相当であり訂正すべきです。</p> <p>（2）理由</p> <p>ア 今年度の定期報告書記載のとおり、既に「その他」の意見については出店事業者との相互理解の目的で分析改善に活用しています（定期報告書 P8）。</p> <p>イ 取引透明化法上「苦情」に該当しない、例えば単なる不満、不平やご意見などの「その他」の意見については、取引透明化法の規定上、報告義務がないものと理解しています。現状「その他」意見も各担当部署において独自にデータを集積しているものの、透明化法の定期報告のためにこれを類型ごとに集計して報告書用にデータを作成していない状態に過ぎません。理論上運営改善に資する情報の抽出は可能であるものの、法律の解釈に従い現段階では特に報告は行っていないものです。大臣評価案のうち「その他」の情報を国側からデジタルプラットフォーム提供者に対して、明示的に抽出（提出）を求めるることは、法定の義務以上の点について要求しており、削除相当と考えます。</p>	り、透明化法9条1項2号における苦情についても同様です。このため、単なる不満、不平や意見も苦情に含まれ得ると考えられます。定期報告書に記載する商品等提供利用者からの苦情及び紛争の件数並びに苦情及び紛争の処理期間の平均期間については、特定デジタルプラットフォームの運営実態等に応じて適切かつ合理的に設定した定義等に基づき集計することが可能ですが、2025年度のモニタリングレビューの議論を踏まえると、御社の定義による苦情以外の「その他」の意見につきましても、運営の改善に資する情報が含まれるものと考えられ、そうした情報については透明化法9条1項2号に規定する事項として報告が必要と考えております。
70	楽天グループ株式会社	モール	I. 2-2. 不正者への不要な情報開示を避けつつ、措置理由のコミュニケーションを行う工夫について	<p>3. 不正者への不要な情報開示を避けつつ、措置理由のコミュニケーションを行う工夫について（措置理由の説明関係）（P22～27）</p> <p>（1）意見</p> <p>大臣評価案の評価欄記載中、「措置理由の具体性に関して…丁寧な説明をすること、また、具体的な取組み状況について定期報告書に記載することを期待する」との記述のうち、「期待する」との記載を「注視する」に訂正すべきです（P27）。</p> <p>（2）理由</p> <p>ア 大臣評価案では、弊社においては解除事由について違反事実を可能な限り条項のほか要旨及び違反となる商品のURLを記載するとともに、記載に不明点がある場合は窓口を記載し、認定した</p>	「期待する」は透明化法令及び指針の具体的な規定に基づくものではないが、透明化法9条6項に基づき、透明性及び公正性の自主的な向上が期待される取組みを指すものとして記載しております。日々変化する取引環境においては、利用事業者とデジタルプラットフォームのコミュニケーションの内容も変化するものと考えられ、特定デジタルプラットフォーム提供者における継続的自主的な改善の取組みが重要と認識しております。利用事業者向けアンケート結果において、一定の割合の利用事業者が特定デジタルプラットフォーム提供者との間で課題を持つことを示唆されていることや、モニタリング会合での議論において課題が提起されたことを踏まえ、引き

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>違反事実に対して丁寧に認否の確認を行っています。また解除通知書の記載は事業者の声を踏まえながら定期的に改善、修正を行っているところ（定期報告書P36、モニタリング会合更問17）、今年度大臣評価が求める国への必要な説明を行っているものと認識しており、大臣評価において「引き続き改善の必要がある」と認定した上、改善を「期待する」と記載されるほど重大な違反等はないものと考えています。この点、課題があるのであれば、措置理由の具体性に対して、弊社の報告内容に対して事実ベースで改善が必要な理由、課題（例、●●の通知書面に明確に解除事由が記載されていない等）及び法令上の根拠の記載が必要と考えますが大臣評価案に記載がありません（なお、大臣評価案中に言及のある、事業者アンケートについては後記のとおり）。よって、「期待する」と指摘するのは不相当と考えます。なお、評価欄の記述を維持するのであれば、大臣評価の記述中に指摘理由の補充説明を求めます。</p> <p>イ また、大臣評価案は、楽天に対して、エンフォースメント実施の際、更なる丁寧な説明等を行うよう求める根拠として、事業者アンケートの結果（事業者への説明の理由が具体的でない18%、納得のいく説明が受けられなかった9%）をあげた上、「こうした点を踏まえると」理由の具体性に改善の必要があると説明しています。</p> <p>しかしながら、そもそも以下に記述するとおり、本評価案の根拠となる事業者アンケートの集計方法及び分析・活用に疑問があり、これを大臣評価の根拠とすることは「事実」に誤りがあることから、評価の公正性を欠き不相当であると考えます（取引透明化法9条2項）。</p> <p>すなわち、同アンケートは、要旨、通知書記載の理由の不十分さや説明の納得感の不足を指摘するものですが、同アンケートの回答者はアカウント停止等処分を受けた事業者を対象としており（事業者アンケートP40のQ26）、質問事項は当該不満をもつている事業者を対象に回答の選択肢（リスト）の中から、「不満がない」という選択肢がない中、不満について「当てはまると思うものを全て選択してください（複数回答可能）」と、不満の抽出</p>	<p>続き、御社においても、自主的運営改善の取組みを加速いただけますと幸いです。</p> <p>ご承知のとおり、ご提出頂いた通知書面が全ての類型を網羅するものではなく、また、当該通知書面は個別の事案から離れたものとしてご提出頂いているものであり、これらにつき経産省から具体的に指摘をすることは、必ずしも有益な示唆になるとは限らないものと存じますが、例えば、別紙7-1-1、7-1-2の通知書面につきまして、契約解除の根拠として、「楽天市場出店規約第21条第1項2号、同第26条第1項1号、10号ならびに14号」を記載されておりますが、これらの規定に該当する事実は複数考えられるものの、当該通知書面では具体的な違反事実が記載されていないものと考えられます。</p> <p>事前通知を行うにあたって、対象となる利用事業者による取引履歴、過去の提供条件違反の履歴、御社や一般利用者とのコミュニケーションの履歴を踏まえて、対象となる提供条件違反行為が故意によるものか、または、提供条件に沿った取引を行おうとしたが意図せざる結果によって引き起こされたものか、について判断を行い、後者の場合には、対象となる利用事業者が改善のための取組みを行えるよう、通知内容を工夫いただけますと幸いです。</p> <p>また、利用事業者向けアンケート結果の集計方法及び分析・活用や設問の建付けにつきましてのご指摘ありがとうございます。こうした点も踏まえ、次年度以降の利用事業者アンケートの実施・結果の分析を行ってまいります。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>を誘導する形で実施するものとなっております。そのため、事業者アンケートはおよそ不満の数がゼロにならない形式の設問となっています。その上で、説明に具体性がないと回答した事業者は18%となっておりますが、設問の建付けや回答の評価の面でこの数値を引用して当該評価が直ちに改善を「期待」されるほどデジタルプラットフォーム提供者側に問題（課題）があると評価されるかは疑問があります。このような形式のアンケートを基礎とした場合、デジタルプラットフォーム提供者側がおよそどのような取り組みをしても、出店事業者側の不満がゼロとならない仕組みといえますので、これを評価の根拠として引用することは不相当と考えます。そのため、当該事業者アンケートの質問項目を主要な根拠として導いた大臣評価案は、判断の根拠とした事実の評価に誤りがあり不相当と考えます。</p>	
71	楽天グループ株式会社	モール	I. 2-2. 不正者への不要な情報開示を避けつつ、措置理由のコミュニケーションを行う工夫について	<p>4. 不正者への不要な情報開示を避けつつ、措置理由のコミュニケーションを行う工夫について(違反点数制度関係) (P22~27)</p> <p>(1) 意見</p> <p>ア 大臣評価案の評価欄記載中、「該当の事案において違約金を賦課する必要があるか、違反点数に比して違約金が過度な負担になっていないいか…考慮して、違反点数制度の見直しを行うことや、より制限的ではない他の代替的手段を用いること等によって…継続的に対応改善を図っていくよう求める」との記述の削除をすべきです (P27)。</p> <p>イ 仮に上記アの訂正ができる場合、評価欄記載中「継続的に対応改善を図っていくよう求める」とある部分を、「継続的に対応改善を図っていくよう取組みを注視する」と訂正の上、文末注記を付し、「※本指摘に基づき違約金を賦課することそのものの見直しは含まない。」との注記の記載をすべきです。</p> <p>(2) 理由</p> <p>ア 大臣評価案では、要旨、違反点数制度のもと違約金の賦課について適正なプロセスの確保や継続的な改善の検討を求めています。しかしながら、共同規制構造の下、違反行為抑止のため、どのような手段を取るかは各デジタルプラットフォーム提供者の特性に応じた事業者の自律的な判断に委ねられているところ（取引</p>	<p>違約金及び違反点数制度の経緯につき、補足説明頂きありがとうございます。</p> <p>大臣評価 p27 につきましては、記載の通り、違約金を賦課することそのものの見直しを求めているものではございません。また、記載の通り、必ずしもより制限的でない他の代替手段を用いることを求めるものではなく、違反点数の見直しを行うなどによって改善を達成頂くことも考えられます。</p> <p>違反点数の見直しを行うこと等の改善につきましては、違反点数制度に寄せられた分析結果などを踏まえ、どのような調整を行ったのかなど次年度にご提出いただく定期報告書に記載していただけますと幸いでございます。</p> <p>なお、本評価において、評価として記述している「求める」は透明化法令及び指針に具体的な義務として規定されているものについて自主的取組みを促すものであり、法令の義務を満たしていない場合のほか、継続的自主的改善の取組みを促す場合にも用いられる表現です。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>透明化法3条、1条)、弊社においては、違反点数制度及び同制度に基づく違約金の賦課については、従前出店事業者による違反が反復継続した過去を踏まえ、試行錯誤の結果、最適化した制度として2016年より開始しております。制度の構築、運用にあたっては、制度開始以来、法改正や社会の変化の状況を踏まえながら、違反行為ごとの違反点数の配点を加減調整するなど見直しを行いながら適時適切に制度の改正、運用を行っているものです。(これまで2019年に違反点数の見直し改正をおこなったほか、本年も改正予定)。そのため、かかる運営の現状を踏まえると、大臣評価案において継続的に対応改善を図っていくことを求めているのであれば、大臣評価案では当然のこと(既に実施済みのこと)を確認的に述べているに過ぎませんので、指摘に係る記述の削除をお願いしたいと考えております。なお、仮に「求める」と法的な義務に違反しているような形で大臣評価に記載される場合、弊社のどのような違約金の運用部分が、取引透明化法のどの条文に抵触しているか明らかでなく、当該記載を欠いた状態で大臣評価を行うことは不相当と考えます。そのため、本大臣評価案の指摘を維持されるのであれば、弊社のどのような制度又はその運用がどのように取引透明化法に抵触しているかより具体的に明示していただきたいと考えております。</p> <p>イ なお、念のため補足しますと、上記の違約金及び違反点数制度の経緯は、従前は誓約書制度で違反対応していたところ消費者保護が十分に図れていない実情を考慮して2016年に導入したものとなります。導入にあたっては、違反行為の抑止や再発防止、金額面の相当性、違反と制裁のバランスを十分考慮したうえ、出店事業者向けの説明会での意見聴取や説明の通知文書を発出するなど出店事業者に十分な説明を行い、理解を得て導入したものです。違反点数制度及び違約金の賦課については、消費者(ユーザー)保護の観点から、安心安全な商品を届けるため極めて重要な施策と位置付けております。デジタルプラットフォーム提供者は出店事業者との相互理解のほか、消費者サイドの保護とのバランスをはかり制度を構築する必要があるところ、大臣評価の指摘は、消費者保護の視点が欠落し何ら考慮がされていない点で不相</p>	

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>当と考えております（この点、大臣評価案の結果から振り返ってみると、モニタリング会合のプレゼンテーションにおいて、こういった弊社の取組や考えを説明させていただく機会があれば認識の相違が生じなかつたのではないかと考えております（上記第1の2及び3（2））。）。</p> <p>ウ また、大臣評価案は「より制限的ではない他の代替的手段を用いること等によって」と記述がありますが、違反点数制度のもと違反行為の抑止のために違約金の賦課は必要と考えており、両者不可分一体と捉えております。違反点数等の加減等の見直しを行う中、どのような理由で違約金の賦課の見直しをする必要があるか、消費者保護への影響についてどのように考えているか等具体的な理由の説明がなく違約金の賦課に代わる代替的手段の検討に言及することは不相当と考えます。</p> <p>なお、違約金は弊社と出店事業者との合意によって課しており、民法等の法律の規定に照らし問題がないものと整理しております。また上記イで説明した導入の趣旨に照らし、違反の重大さに応じて金額の多寡を定めております。また、額面において公序良俗に反する額を定めるものではなくデジタルプラットフォーム提供者において制度として運用することは何ら問題がないものと理解しております。</p> <p>エ 出店事業者保護と、違反抑止の実効性のバランスをとるのであれば、違約金の運用面において弾力的な運用を行えば足りるものと考えております。一部の行為については、そもそも違反点数に加点猶予の規定を設けているほか、実際、違約金の措置の実施については弾力的に行う旨の開示を行っております（非公開で提出した違反点数制度に関するガイドライン記4注意事項2）。</p> <p>オ 上記を踏まえると、大臣評価が指摘するような法令に違反する状態は生じておらず、違反に係る事実の摘示がないまま、大臣評価において改善を「求める」と指摘することは、評価の基礎となる事実に脱漏及び誤認があり、当該事実に基づく大臣評価は法令の規定に照らし不相当であると考えます（法9条2項）。よって、上記（1）意見のとおり修正をすべきです。</p>	

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
72	楽天グループ株式会社	モール	I. 2-3. 検索順位の決定要素について	<p>5. 検索結果の決定要素（懸念の払拭関係）（P27～32）</p> <p>（1）意見</p> <p>大臣評価案の評価欄記載中、「検索結果における取扱いに関する懸念に対応した…取組み内容について定期報告書において具体性を持って記載することを求める。」との記述の文末を「記載することを期待する。」に修正すべきです（P32）。</p> <p>（2）理由</p> <p>ア 大臣評価案においては、要旨、出店事業者において検索結果における取扱いに関する懸念が生じていることを理由に改善を求めています。</p> <p>イ この点、改善を「求める」と強く指摘をするのであれば取引透明化法に違反する程度の懸念が必要と解されるところ、楽天市場については、例えば楽天ファンションなどファーストパーティが上位表示されるなどの懸念が示されている点は承知しています。</p> <p>ウ しかしながら、モニタリング会合の重点事項の更問回答（更問31）でも説明した通り、表示の仕組みは非公開情報で経産省に説明したほか、ファーストパーティが上位表示される事実はございません。また、ファーストパーティの取扱については適正に運営が行われているか監査を行っている点も定期報告書に記載しています。</p> <p>エ また、大臣評価案の評価欄で引用する事業者アンケート結果では、なぜそう考えるかの理由（例えば「他の出品者の広告が理由なく上位に表示される」とする回答であれば、どういった広告において、「なぜ理由なく上位」と考えるか等）が全く明らかになつておらず、出店事業者の声が単なる憶測に基づくものか合理的な根拠に基づくものか不明確で、弊社の認識と異なり、現にアンケートの回答のような課題が生じているか否か検証が困難であり、プラットフォーム提供者側として改善を行う端緒とはなり得ないものと考えております。</p> <p>オ とすれば、出店事業者側の事実誤認を前提として、「およそ何か懸念がある」ということを理由に、「求める」という強い形式で、デジタルプラットフォーム提供者側に更なる「ないこと」</p>	<p>利用事業者向けアンケート結果において、一定の割合の利用事業者が特定デジタルプラットフォーム提供者との間で課題を持つことを示唆されていることや、モニタリング会合での議論において課題が提起されたことを踏まえ、「検索結果における取扱いに関する懸念に対応した…取組み内容について定期報告書において具体性を持って記載することを求める。」については、本評価では告示2.4②に基づき、自主的改善の取組みについて求めております。御社においても告示2.2②に基づき、利用事業者からの声を踏まえて利用事業者との相互理解を促進する取組みを加速いただけますと幸いです。また、「検索の運用が設計した通りに行われているかについて…定期報告書に記載することを期待する。」については、法5条2項1号ハに基づく開示内容について法9条1項5号に基づく自己評価として求めております。引き続き、御社においても、自主的運営改善の取組みを行っていただけますと幸いです。</p> <p>なお、利用事業者向けアンケートの結果は、利用事業者の取引経験やその際の理解に基づくものであり、その性格上、特定デジタルプラットフォーム提供者としての状況認識や規約等の理解とは齟齬があり得ます。また、各利用事業者がその判断で経済産業省に対して任意に情報提供をしているため、個別具体的な状況の詳細について経済産業省に情報が提供されていないケースも含まれていることに留意する必要があると認識しております。大臣評価において利用事業者アンケートは取引環境における概況について認識する上で有用と考えておりますが、当該留意点は考慮されるべきと認識しております。こうした認識に基づき、大臣評価では利用事業者アンケートの結果を示しております。</p> <p>また、利用事業者向けアンケート実施方法については、御社の指摘も踏まえて改善を講じてまいりたいと存じます。ご指摘ありがとうございます。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>の説明を要求することは、不可能を強いるものであり不相当であると考えます。</p> <p>6. 検索順位の決定要素について（検証結果の開示関係）（P27～32）</p> <p>（1）意見 大臣評価案の評価欄記載中、「検索の運用が設計した通りに行われているかについて…定期報告書に記載することを期待する。」との記述を「検索の運用が設計した通りに行われているかについて…定期報告書に記載する取組みを注視する。」に訂正すべきです（P32）。</p> <p>（2）理由 ア 大臣評価案では、法9条1項3号及び法5条2項1号ハは「検索により求める商品等の情報その他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用いられる主要な事項」を開示しなければいけないとし、同法省令14条3項は、定期報告書の記載事項として、法9条1項3号に掲げる事項として、利用者に開示した提供条件の内容、及びこれが省令第5条各項に定める方法により開示されたことを示す内容の記載を求めるものとなっています。 イ この点、弊社では、上記法律に基づく主要な事項の開示を行っているほか、検索順位の検証は、プラットフォーム運営のPDCAサイクルの一つとして当然行われている旨報告済みであり（本年度モニタリング会合の更問25参照）、検索順位の決定要素の主要な要素に付加して、検索順位開示後事後検証の仕組みの報告という法律の要請を超える要請をしているのは、どういった根拠や理由に基づいているのか明らかにしていただきたいと考えます。 ウ なお、仮に本大臣評価案を、デジタルプラットフォーム提供者の改善のための提言と捉えた場合でも、「検索の運用が設計した通りに行われていない」と推測させるような具体的かつ合理的な根拠が示されておらず、プラットフォーム提供者側としてもこれを改善対応に生かすのが困難な状況です。</p>	

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				エ よって、これを取引透明化法が求める、定期報告の記載事項のように大臣評価案に要求する形式で記載することは不相当と考えます。	
73	楽天グループ株式会社	モール	II. 2. 2024年度大臣評価項目 3-1-1. 事前・事後審査	<p>第三、各論2（重点事項以外について）</p> <p>1. 提供条件の開示内容の改善（P74）</p> <p>（1）意見</p> <p>大臣評価案の評価欄記載中、「楽天における、全ての提供条件をそれが全てであると分かるように開示する、自主的取組みについて引き続き注視する。」との記述を削除すべきです（P74 評価欄上段）。</p> <p>（2）理由</p> <p>ア 大臣評価案では「契約更新規約」の定期報告書への添付漏れをあげ本件指摘を行っています。</p> <p>この点、運営Naviに掲載しているなど事業者向けの規約（限定公開のもの）については添付をしないと内容が分からず、指摘がつく点は理解ができるものと思われます。</p> <p>しかしながら、「契約更新規約」については、楽天市場のホームページに常に最新版の内容を誰でも見られる形で公開しており、いつでも入手可能です。</p> <p>（https://www.rakuten.co.jp/ec/open/attention/）</p> <p>（「店舗運営ガイドラインについて」の01参照）</p> <p>イ もとより、提供条件の開示の評価においては、国に正しく報告することより、提供条件がもれなく開示されていることが重要と考えます。そういうた事情を踏まえると、「定期報告書に記載の規約については全て提出されたものと考えられる」（P74）のであれば、意図的に情報を隠した等の特段の事情がなければ、国が「注視する」必要は乏しいものと考えます。</p>	<p>透明化法9条1項3項に基づき、特定プラットフォーム提供者は開示内容のすべてを報告する必要があります。御社との関係では、ご承知の通り、経済産業省では楽天市場の出店者アカウントが付与されておらず、また、「契約更新規約」に関わらず利用事業者向けのポータルサイトで限定公開されている提供条件も多いため、御社から提供条件の写しを提供されない限り、その内容を把握することは困難な状況にございます。</p> <p>提供条件が利用事業者に開示されていなければ、利用事業者において予測可能性なく営業に不利益が生じるものでありますため、特段の事情の有無に関わらず、常に利用事業者に開示されていることが必要であり、経済産業省は楽天市場において利用事業者に対して提供条件が開示されていることを確認する必要があります。このためには、御社の協力が不可欠であり、引き続き、全ての提供条件を経済産業省にご提供頂けますと幸いです。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
74	楽天グループ株式会社	モール	II. 2. 2024 年度大臣評価項目 3-1-1. 事前・事後審査	<p>2. 有償サービス受入要請 (P74~75)</p> <p>(1) 意見</p> <p>大臣評価案の評価欄記載中「こうした点も踏まえ」から「引き続き注視する」までの記述の削除すべきです (P75 上部評価欄中末尾のパラグラフ部分)。</p> <p>(2) 理由</p> <p>ア 本評価項目では要旨、事業者アンケートによると RSL や広告サービスなど有料サービスを利用しないと出店事業者が不利益な取扱を受けるのではないか懸念の声が寄せられていることを理由に、大臣評価案記載のとおり弊社の取組を「注視する」と指摘がされています。</p> <p>イ これを受けモニタリング会合からも上記取扱の疑惑について質問等を受けたものと理解していますが、そこで回答として RSL 利用の有無で検索順位が下がらないこと、当該検出結果の監視体制など、出店事業者において有償サービスを受け入れざるを得ない状況が発生していない客観的事実は十分説明したものと認識しています (モニタリング会合重点事項の更問 27、28 回答)。この回答について、本大臣評価案では評価がされておらず、結果として何が課題か具体的な指摘を行わないまま、上記指摘を行うことは不相当と考えます。</p> <p>ウ 大臣評価案の中で「有料サービスを利用している事業者へのラベル付与率が高い」とアンケート結果を分析し、当該分析結果を踏まえて結論を出していますが、非公開の回答として、有料サービスである RSL 利用者と非利用者の配送ラベル取得者の割合を回答し、そのようなことがないことは客観的事実として説明しております (モニタリング会合重点事項の更問 30)。当該回答が検討・考慮されておらず誤った分析結果に基づいて評価の結論を導いている点で本大臣評価は不相当と考えます。</p>	<p>本評価において、評価として記述している「求める」は透明化法令及び指針に具体的な義務として規定されているものについて自主的取組みを促すもの、「期待する」は透明化法令及び指針の具体的な規定に基づくものではないが、透明化法9条6項に基づき、透明性及び公正性の自主的な向上が期待される自主的取組みを促すもの、「注視する」は、過年度の大臣評価の指摘等に対する特定デジタルプラットフォーム提供者における取組みを今後確認していくものとして記載しています。</p> <p>本年度は、ご意見にご記載の通り説明がされていますが、次年度以降も透明化法に基づく義務の履行状況を改めて確認するため注意深く見ていく予定であることから、記載はそのままといたします。</p>
75	楽天グループ株式会社	モール	II. 2. 2024 年度大臣評価項目 3-1-1. 事前・事後審査	<p>3. 最惠国待遇 (同等性条件) 条項の内容・理由 (P77~78)</p> <p>(1) 意見</p> <p>大臣評価案の評価欄記載中「なお、一般論として」から「捉えられる可能性がある」まで削除すべきです (P78 評価欄最終パラグラフ)。</p>	<p>ペル付与の条件として、価格や配送の品質の面で他のオンラインモールと同等またはより優れた水準を求めていなければ、最惠国待遇を要求していると評価できる可能性があることには注意が必要です。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>(2) 理由</p> <p>本記述は、弊社の評価の末尾のみに一般論として記載されていますが弊社の評価欄のみに記述されており、他のデジタルプラットフォーム提供者 (P96~97 等参照) に記述がないものとなっております。この点を踏まえると、弊社に違反がないのであれば余事記載であり、また一般論の記載位置が誤解を招くものであるから削除をお願いしたいと考えます。なお、弊社の配送ラベルについては、貴省にも提供（付与）条件を開示しており、他のデジタルプラットフォーム提供との対比において付与するものではないことを念のため申し添えさせていただきます。</p>	<p>利用事業者向けアンケートの結果等を踏まえますと、楽天におけるラベル付与の条件が不透明な可能性や、条件通りに運用がなされていない可能性を払拭できないものと考えられます。</p> <p>「なお、一般論として」から「捉えられる可能性がある」までの一文は、ラベル付与の条件の設定や運用において最惠国待遇の要求がなされる可能性があることを示唆するものであり、楽天の更なる自主的取組みを注視する際の視座について記載したものです。</p> <p>本評価において、その時点での取引環境上の課題や懸念について記載することは特定デジタルプラットフォームにおける自主的な取組みを促すため、また、利用事業者をはじめ多様なステークホルダーとの相互理解を促進する観点から、適切と考えられることから、違反がなければ余事記載であるとのご指摘は当たらないものと考えます。</p>
76	楽天グループ株式会社	モール	II. 2. 2024 年度大臣評価項目 3-1-1. 事前・事後審査	<p>4. 自社優遇の内容・理由 (P78~80)</p> <p>(1) 意見</p> <p>ア 大臣評価案の評価欄記載中「こうした点を踏まえ」から「といったことが考えられる」まで削除すべきです。（評価欄の記載中 P79 最後のパラグラフから P80 上段の評価欄の文末まで）</p> <p>イ 仮に上記アの削除ができないのであれば、評価欄中「以下の視点を持つことが考えられる」との記述の直前に「例えば、参考として」と付記をすべきです。</p> <p>(2) 理由</p> <p>ア 本評価項目につき、2024 年度の大臣評価において、「内部監査の場合、依然と不透明な点が残るため…外部性を導入することを期待する。」とあるのを受けて、本年度定期報告の評価等がされた結果、大臣評価案において「開示の取組み又は当該開示を行わない場合の判断に十分な理由があったかの自己評価を定期報告書に記載する取組みについて…注視する」旨の評価が行われています。</p> <p>しかしながら、今年度は弊社において、昨年度の大臣評価の内</p>	<p>定期報告書に盛り込んでいただきありがとうございます。具体的な監査方法についての情報は、御社が非公開を希望されたことから、本評価では、「非公開情報として具体的なレビューの実施方法など新たに報告されたところ…こうした取組みは、大臣評価の指摘を踏まえた取組みと評価できる。」と記載したものであり、「この点の取組の評価に言及することなく上記評価（指摘）が行われています」とのご指摘は当たらないものと考えます。</p> <p>次に、①～③の監査の視点につきましては、今年度の御社からのご報告を踏まえて、更なる透明性及び公正性を図るためにより説得的な説明を行うための視座として記載させて頂きました。これらは、より説得的な説明を行うための視点の例としてお示ししたものであり、これらの視点以外で更なる透明性及び公正性を持ったご説明頂くことを否定するものではありません。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>部監査の透明性の疑義に答えるべく、監査の外部性について、外部の専門家の介入を行い、客觀性を確保した形で内部監査を行った旨の定期報告を非公開の情報で行っています（定期報告非公開部分のP73）。このように、大臣評価の指摘に応じる形で改善対応を行っているにも関わらず、この点の取組の評価に言及することなく上記評価（指摘）が行われています。</p> <p>イ なお、本評価の中で①～③の監査の視点を掲示していますが、大臣評価案の中でこれらがどのような理由で定められたか説明がなく、そのような状態でデジタルプラットフォーム提供者に提示することは不相当と考えます。この点、上記監査の視点は、一般的な記述として記載されているものと思われますが、その点を踏まてもなお以下の理由のとおり、実務的に見て現実的な監査基準ではなく、削除が相当と考えます。</p> <p>具体的には、①については「定量的な指標に基づき選定」とありますが、弊社では、流通総額以外にも、楽天市場全体の活性化などのためPoCなどの検証を行うこともあります、必ずしも定量的に判断できないものと考えています。また③の基準についてはどのような基準で監査が必要となるか、具体的な説明がなく基準として不明瞭と考えております（なお②の視点に対しては意見なしとなります）。</p> <p>ウ 仮に、上記結論のとおり削除ができない場合、①～③の基準を立てた理由が説明されていないことを踏まえ、なぜこの基準で監査を行う必要があるか説明を追記した上、大臣評価案を「例えば、参考として、その際には、以下の視点を持つことが考えられる。」と修文をするべきです。</p>	<p>なお、監査の視点①につきましては、定量的な指標を用いることでより説得的な説明を行うことができると考えられるものであり、定性的な指標を交えて説明頂くことを排するものではございません。また、監査の視点③につきましても、定性的な指標及び定量的な指標を用いて御社での内部監査の結果をご説明頂くことが考えられます。</p>
77	楽天グループ株式会社	モール	II. 2. 2024年度大臣評価項目 3-1-1. 事前・事後審査	<p>5. 返品受入要請の条件 (P80～81)</p> <p>(1) 意見</p> <p>大臣評価案の評価欄記載中「こうした点も踏まえ」から「確認することが考えられる」までの記述を削除すべきです (P81 上部評価欄中末尾のパラグラフ部分)。</p> <p>(2) 理由</p> <p>ア 本評価項目では、大臣評価案では要旨、返品受入要請の評価の中で、ユーザー補償について開示の理由や説明の改善の取組に</p>	<p>省令6条では、「商品等提供利用者が提供した商品の返品」を行う場合の内容及び条件に加えて、「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の内容及び条件」の開示を義務付けております。</p> <p>御社が「不着」「遅延」「著しく異なる商品・欠陥品が届いた」「ブランド模倣品であった」等が生じたと判断し、あんしんショッピングサービスによる消費者への補</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>について注視をするものとなっております。</p> <p>しかしながら、以下のとおり弊社では返品受入要請が起こりえないほか、あんしん補償サービスとの議論の混同があり、本評価項目において指摘が付くこと自体が不相当であり削除相当と考えます。</p> <p>イ すなわち、まず前提として弊社は、返品については出店事業者ごとに定められたルールに基づき各自対応しており（本年度大臣評価P80）、弊社から出店事業者への返品受入要請は行いえない状況です。</p> <p>ウ その上で、あんしんショッピングサービスによる消費者への補償は「不着」「遅延」「著しく異なる商品・欠陥品が届いた」「ブランド模倣品であった」等が生じた場合、ユーザーおよび出店事業者に対して確認・調査を行い、当社所定の条件等を満たしていることを前提に、弊社が補償手続きをおこなうことを内容としたユーザー保護のためのサービスであり、当該補償は、消費者と出店事業者間の返品、解約の有無に関わらず、損害の補償として行うものです。返品・解約に関する消費者と出店事業者との間の協議は、あんしんショッピングサービスとはまったく別のものとなります。そのため、あんしんショッピングサービスによる補償が返品の当否に影響を及ぼすことはございません（モニタリング会合の大臣評価に対する重点テーマ以外の事務局質問Q5、6、なお、Q5添付資料として提出した非公開で提出した楽天あんしんショッピングサービスに関するガイドライン3(2)※2つ目参照）。</p> <p>エ このように、返品受入要請と補償は関係がなく、本評価項目で評価するのは相当ではありません。弊社は、あんしんショッピングサービスを通じて事実上返品受入を強制することはありませんので、本評価は事実誤認に基づく評価であり、返品受入要請項目での本評価の削除を強く求めます。</p>	<p>償を行い、かつ当該補償金額を利用事業者に求償する場合があるものと考えられます。</p> <p>また、仮に、利用事業者が消費者との協議の結果、返品を受け入れないと判断したとしても、御社による消費者への補償が実施される場合には、利用事業者に商品代金相当額等の負担が生じるものと考えられます。</p> <p>当該大臣評価では、省令6条の開示の透明性向上及び運用の公正性向上を企図したものであり、「このように、返品受入要請と補償は関係がなく、本評価項目で評価するのは相当ではありません。弊社は、あんしんショッピングサービスを通じて事実上返品受入を強制することはありませんので、本評価は事実誤認に基づく評価であり、返品受入要請項目での本評価の削除を強く求めます。」とのご指摘は当たらないものと考えられます。</p>
78	楽天グループ株式会社	モール	II. 2. 2024年度大臣評価項目 3-1-1. 事前・事後審査	<p>6. 提供一部拒絶の開示(P83~84)</p> <p>(1) 意見</p> <p>大臣評価案の評価欄記載中「こうした点も踏まえ、楽天においては、メールに」から「取組みがなされることを注視する。」まで</p>	<p>本評価の趣旨としましては、提出頂いた資料では、連絡先は記載されてるもの、メールへの返信や電話をすることで苦情の申し出ができることが必ずしも明確でないとお見受けされたものがございましたため、連絡先に加</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>の記述を削除すべきです（P84 上部評価欄中、末尾のパラグラフ部分）。</p> <p>（2）理由</p> <p>本指摘は要旨、規約等違反対応窓口（以下「違反対応窓口」という）の通知文に、「店舗運営 Navi」記載の苦情・紛争窓口の案内の記載を求める内容となっていますが、当該大臣の評価案に係る記述は、以下のとおり取引透明化法に違反することから上記（1）の意見のとおり削除いただきたいと考えております。</p> <p>ア まず前提として、本年度定期報告に添付した、提供の一部拒絶に関する違反対応窓口からの通知書面は、いずれについても違反対応窓口が送信したメールに返信する方法又は専用ダイヤルに電話する方法の案内がされています（非公開で提出した一部拒絶の通知に関する証拠資料参照）。そのため、通知文に対する、苦情の申入れ先は明確であると思われます。通知文に対する苦情の申出対応は、一次的には内容をよく理解した違反対応窓口で適切な対応がなされることが期待されることから、通知文に「店舗運営 Navi」の苦情・紛争窓口の案内を記載する方法での弊社の取組みを注視することに疑問があります。</p> <p>イ もとより、一次的な苦情の申立先については、申出内容に応じた交通整理が必要であるところ、相互理解の促進のための苦情申立先及びそのエスカレーション体制の構築は各デジタルプラットフォーム提供者の自律的判断に委ねられているものと理解しております（透明化法3条、同指針1-1）。</p> <p>弊社においては、まずは上記アのとおり違反対応窓口（専門窓口）が対応すべきであると設計しており（定期報告書P8~9）、当該専門窓口で通知文に対する苦情が対応困難と判断する場合は、「店舗運営 Navi」の「苦情・紛争窓口」にエスカレーションされるように設計されています。また、本指摘では、窓口の併記が必要な理由は何も説明されておりません。その上で、仮に通知文の申出先に専門窓口に追加して「店舗運営 Navi」の「苦情・紛争窓口」を追加記載した場合、2つの窓口が記載されることとなり、出店事業者にとってどちらの窓口にどのような申出ができるか棲み分けが分からず、例えば両窓口に同じ申出をする場合があ</p>	<p>え、苦情の申し出ができるることをより明確にして頂くことが考えられる旨を記載したものになります。</p> <p>次年度ご提出いただく定期報告書においては、違反対応窓口と「店舗運営 Navi」の棲み分けについてのご説明や、どのような場合にどのような窓口にエスカレーションされるのかといった説明について、可能な限り記載いただけますと幸いです。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>るなどかえって混乱が生じるおそれがあるものと考えます。専門窓口で対応が困難な場合、「店舗運営Navi」記載の「苦情・紛争窓口」にエスカレーションするよう弊社社員に社内周知しているところですので（モニタリング会合の質問Q3-1、3-2）、大臣評価案で記述するような、殊更に苦情・紛争窓口への申出を促すのは相当ではないと考えております。</p> <p>よって、本指摘は、上記弊社の定期報告を十分検討しておらず、デジタルプラットフォーム提供者の自律的判断を阻害するものといえることから、法律の規定に照らし不相当であり削除をすべきです（取引透明化法9条2、1項2号、3条）</p>	
79	楽天グループ株式会社	モール	II. 2. 2024年度大臣評価項目 2-2. 提供条件の変更や措置の実施の際の手続きの改善	<p>7. 補償（P86～87）</p> <p>（1）意見</p> <p>大臣評価案の評価欄記載中「こうした点を踏まえると、例えば」から「注視する。」までの記述を削除すべきです（P87上部評価欄中、末尾のパラグラフ部分）。</p> <p>（2）理由</p> <p>本指摘は、以下のとおり大臣評価案に記載の事実に誤りがあり、これに基づく大臣評価は不相当であることから削除をすべきです。</p> <p>ア 本大臣評価案の指摘は要旨、事業者アンケートにおいてアカウント停止/削除を経験した37%の事業者のうち、9%の事業者が当該処分に「納得のいく説明が受けられなかった」ことを根拠に、補償の考えをヘルプページに掲載する等拒絶等の措置の際の利用者の事情を考慮する取組の注視を行う旨指摘を行っています。</p> <p>イ しかしながら、上記「利用者の事情の考慮」は、既に定期報告書及びモニタリング会合での質問及び更問への回答で報告したとおり、措置の理由の要旨と根拠については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ほか（定期報告書P34～35）、楽天市場から違反が認められた出店事業者へ違反行為の指摘及び違反の修正対応依頼を行うとともに、通知に基づき意見聴取を行うことで（モニタリング会合からの質問Q4-2の2）、拒絶措置について過誤を防止するとともに、拒絶措置に納</p>	<p>御社の当該取組みは一定程度評価することができます。他方、停止・削除処分に対する異議申立てを利用事業者が行っても納得のいく説明を受けることができない場合には、仮にプラットフォーム側による誤った判断による停止・削除処分があった際に、十分なコミュニケーションができない可能性もあるところ、利用事業者アンケート結果等を踏まえると、今後、こうした可能性も踏まえた上で、御社における自主的取組みを当局として引き続き注視することが必要と考えています。</p> <p>予めの補償基準につきましては、どのようなケースにおいては補償を実施する可能性があると例示頂くなどの方法もあるところです。次年度ご提出いただく定期報告書においてこうした観点から取り組まれた内容があれば記載いただけますと幸いです。追加の取組みがない場合には、特に、透明化法9条1項5号に基づく評価における7条1項の規定に基づき講じた措置に関する事項の取組み状況に関する評価として、現在の利用事業者とのコミュニケーションの状況や御社における取組み状況に関する評価を併せて記載いただけますと幸いです。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>得感が得られるよう利用事業者の事情を勘案する取組みを行っています。</p> <p>ウ また、大臣評価案記述の「補償の考え方」の開示に関しては、弊社の判断の誤りによるアカウント停止等による補償実施件数は非公開の方法で回答済みであるほか（モニタリング会合重点事項以外の事務局からの質問 Q15）、予め補償基準を定めて開示できない理由について、具体的に根拠の説明を行っています（同 Q14）。これらを総合すると、大臣評価案で示す「納得のいく説明が受けられなかった」とする事業者アンケートの回答結果と、弊社の判断誤りによるアカウント停止は関係がない事が明らかであると思います。加えて、大臣評価案での指摘は補償基準を開示できない理由の弊社の説明に対する評価を踏まえておりません。</p> <p>エ 大臣評価案の引用する同評価項目の事業者アンケートでは、アカウント停止・削除を行った事業者のうち9%が納得のいく説明が行われなかつたとしている点を大臣評価欄で引用し評価しています。しかしながら、上記のアカウント停止件数に照らすと、ここで引用されている事業者の声はアカウント停止、削除措置とは関係ない回答である可能性が極めて高いものと推認可能かと考えます。</p> <p>オ 他方、事業者アンケートによると90%以上もの多数の事業者は、アカウント停止等の理由の説明に明確な不満の声は寄せていません。</p> <p>カ よって、上記イ～オまでの評価を行わず、記載された本大臣評価案は「報告書の内容」及び「経済産業大臣が把握する事実に基づき」大臣評価を行ったとはいえず（法9条2項）、本評価項目における指摘は不相当と考えます。</p>	
80	楽天グループ株式会社	モール	II. 2. 2024年度大臣評価項目 2-2. 提供条件の変更や措置の実施の際の手続きの改善	<p>8. 提供条件に関する利用事業者とのコミュニケーション (P88) (1) 意見 大臣評価案の評価欄記載中1、2段落目各「LINE ヤフー提出」と記述があるところは、「楽天提出」と修正すべきです。 (2) 理由 上記はいずれも誤記と考えられるため。</p>	ご指摘を踏まえ、大臣評価では「楽天提出」に統一させていただきます。

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
81	個人	広告	その他	<p>アフィリエイト広告を中心に、デジタル広告業界には1999年から26年以上にわたり関わっております。2025年1月のパブコメにも提出させて頂きましたが、改めて「2025年デジタルプラットフォームの透明性・公正性に関する評価（デジタル広告分野）（案）」に関して感想と意見を述べさせて頂きます。</p> <p>まずは経済産業省商務情報政策局情報経済課デジタル取引環境整備室、そしてモニタリング会合に参加・協力された委員とオブザーバー、関係者の皆様に、長年デジタル広告の健全化活動に取り組むものとして、心より御礼申し上げます。</p> <p>また、本年1月のパブコメで指摘させて頂きました「TikTok for Business」（バイトダンス社）を特定デジタルプラットフォームに追加頂きましたことにも御礼申し上げます。</p>	賛同いただきましたご意見として承りました。
82	個人	広告	その他	<p>デジタルプラットフォームの透明性・公正性に関する評価は主に事業者（広告主）側の視点で書かれているため仕方のない部分もあるかと思いますが、SNSや動画サイト等のプラットフォーム上に現在も大量に表示されている著名人なりすまし投資詐欺広告やニセ通販サイト広告、虚偽・誇大な美と金ジャンルのネット広告などは、真っ当な事業者の広告出稿枠の減少や入札単価の高騰、何よりデジタル広告に対する消費者のイメージ悪化にもつながってしまうことを、今以上にモニタリング会合や評価の中でも触れて頂きたく思います。</p> <p>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（案）中では、特定デジタルプラットフォームの対応を一部評価するようなコメントも見受けられますが、なりすまし投資詐欺広告やおためし商法広告の消費者被害が過去最悪を更新し続けている現状において、彼らの現在の対応は全く評価に値しないと考えます。</p> <p>デジタル広告プラットフォーム事業者の自主的な取り組みには一ミリも期待できないため、違法なデジタル広告の排除をデジタル</p>	<p>ご認識の通り、透明化法は、特定デジタルプラットフォーム提供者と利用事業者の間の取引関係を保護しており、直接的には、正当な広告主の保護という観点からアプローチを行っています。</p> <p>大臣評価は特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性を評価するものであるため、ご指摘の法整備や国際条約について記載することは困難ですが、その余のいただいたご意見については、透明化法のなりすまし広告に関するモニタリングの中で可能な範囲で参考にさせていただくとともに、他の観点からアプローチを行っている関係省庁とも共有いたします。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>広告プラットフォームに義務付けるための法整備、ならびに国際条約の締結が必要不可欠と考えます。この点をぜひ評価（案）にご掲載頂けますと幸いです。</p> <p>なりすまし広告をはじめとした虚偽・誇大なデジタル広告は、各デジタル広告プラットフォームの現在の技術と体制で十分排除が可能です。デジタル広告プラットフォームに違法な広告を排除させるための法律を整備することで、日本のデジタル広告市場はより健全な成長を遂げることが可能となります。デジタル広告プラットフォームに特化した法整備が日本ですぐにでも必要である旨を、ぜひ評価案に盛り込んで頂けますようお願い申し上げます。</p>	
83	個人	広告	その他	<p>SNS の代表格である『X（エックス）』も透明性や公正性の評価対象に加えられないでしょうか？</p> <p>理由としては以下の通りです。特定の投稿に対して、有志によるコミュニティノートが付与されてより正確な情報を見ている方へ示す機能があります。ただ有志とは有識者ではなく、X のユーザーで『X のルールへの違反についての通知を最近受け取っていないこと』、『X にユーザー登録から 6 ヶ月経過している』、『認証済みの電話番号が信頼できるものである』という条件であり、投稿した情報に対して正しい知見を持ち、かつ正しい内容を投稿してくれる保証がありません。やろうと思えば正しい情報に対して間違った情報をさも正しいかのように、コミュニティノートとして投稿する事が可能だからです。</p> <p>オーストラリアでは 16 歳未満、デンマークでは 15 歳未満の SNS 利用を禁止にすると発表するほど取り扱いに注意すべきデジタルプラットフォームと認識されています。</p> <p>また SNS の投稿の狭間に、いい加減な広告や有害なサイトへの誘導も可能である事や、広告のようなディープフェイクが簡単に蔓延しやすい環境ですので評価の対象すべきだと判断します。</p>	<p>ご指摘の事業者の特定デジタルプラットフォーム提供者への追加につきましては、「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四条第一項の事業の区分及び規模を定める政令」に基づき、適切に対応してまいります。</p> <p>なお、いただいたご意見、ご指摘につきましては、今後の法執行等の参考とさせていただきます。</p>
84	匿名	広告	その他	<ul style="list-style-type: none"> Meta/1-2.なりすまし広告への対応状況についてに関して 11/8 ロイター記事、「米メタ、詐欺広告などで巨額収益か 1 日 150 億件表示=内部文書」 https://jp.reuters.com/markets/global/ 	いただいたご意見、ご指摘につきましては、今後の法執行、モニタリングプロセスの参考とさせていただきます。

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>markets/6Y0FDGODVFMYZEG2M4S705LEVU-2025-11-08/ を鑑みると、全てのヒアリング内容が META が認識している通りの事実であるか、再確認が必要であると考えられる。</p> <p>当該記事および関連する複数の記事を総合すると、Meta の内部文書によると、不正広告である可能性が極めて高いと認識できていた広告も掲載を続け、2024 年収益の 10%は不正な広告からの収益だと考えられる。のことであった。</p> <p>(統計によると詐欺広告は一件あたりの被害額が高く、推測ではあるが詐欺広告主は非常に高い tRoa で運用し、Meta に多額の利益を支払っていたのでは無いか?)</p> <p>当該記事の掲載後、国内広告代理店に対して、経産省を見下ろす虎ノ門ヒルズビズタワーにオフィスを構える FacebookJapan から発せられたコメントでは、詐欺広告主を強く非難する言葉ばかりで自社が不正広告の掲載を行なっていることについての反省は僅かで、記事は断片的で誤解を招くとのことであったが、記事は事実では無いとのコメントはなかった。</p> <p>META はヒアリングで犯罪的な広告主の数の多さを対策が仕切れない理由としていたが、利益のために、不正を認識しつつも判定する閾値を上げていた可能性も高く、もしそうならばヒアリングに虚偽回答していた可能性が否定できない。</p>	
85	匿名	広告	I. 1-2-4. なりすまし広告問題に関する取組み状況について	<ul style="list-style-type: none"> 各論であるが Meta の回答、「Meta では安全とセキュリティの問題を担当する人員を 40,000 人配置し日本語を含む 80 の言語においてコンテンツの監視を実施。」について、日本市場に主に対応している人数および日本語、日本文化に対応できている人数を正確にスキルレベルと合わせて、報告させるべきである。簡単な研修でドラえもんとホリエモンの区別ができるようになったオフショアの人員を日本文化に精通した人員と報告させないヒアリングの仕組み構築が必要。 最後に、そもそも透明性ヒアリングの枠組みについて意見す 	<p>1 点目のご指摘については、本年度のモニタリングの中でも、日本の言語や文化的背景も踏まえた日本向けの審査人員の増強の有無などについて人数など定量的な情報も含めて Meta に質問しており、Meta からは「単なる人間による審査担当者の増員ではなく、ポリシー、検知システム、分類器、執行慣行の改善を優先する場合がある」等として具体的な回答は得られていないところであり、この点は引き続きの課題と認識しております。ご指摘の点は、今後のモニタリングで参考とさせていただきます。</p>

意見番号	意見提出者	分野	大臣評価のセクション	お寄せいただいたご意見の概要	ご意見に対する考え方
				<p>るが、2025年11月現在もInstagram、Youtubeなどには著名人、財界人、政治家、大臣の成りすましを含む詐欺広告は継続的に掲載されている状況であることを考えると、本モニタリングによりPFの対応状況を可視化し、自主的な改善を促す、という取り組み自体が失敗していると考えられるので、罰則規定の制定を含めた次のフェーズに速やかに移行し、被害者を保護すべきである。</p> <p>国内で数千万人が利用するPFに大量掲載される詐欺広告は「著名なメディアに載っている広告はある程度信頼できる」という長年の取り組みの中で形成されてきた日本の消費経済の土壌を破壊し、我が国の経済の信頼の根幹を揺るがす大問題であり、我が国の厳しさを増す安全保障環境で政治家の成りすましが野放しであることは安全保障上の重大なリスクである。</p>	2点目のご指摘については、透明化法は、特定デジタルプラットフォーム提供者と利用事業者（広告主）の間の取引関係を対象に規律するものですので、ご指摘のような著名人、財界人、政治家、大臣の成りすましを含む詐欺広告による安全保障上のリスクの点は透明化法の射程外であり、これらの問題に係るご指摘の罰則規定などの検討も大臣評価の対象外です。いただいたご意見については、他の観点からアプローチを行っている関係省庁とも共有いたします。
86	匿名	広告	その他	<p>評価（案）を支持しますが、大手プラットフォームの広告収入・手数料の透明性をさらに強化し、節税対策の塞ぎと適切な課税を推進すべきです。</p> <p>Google・Metaなどの広告収入（2025年国内市场5兆円超）はほぼシステム自動化で高収益なのに、海外法人経由の節税で実効税率10%未満（国税庁2025年データ）と低く、国内中小事業者・消費者に不公平。</p> <p>手数料（アプリストア30%、広告30%など）もシステム運用なのに高額で、競争を歪めています。評価で広告収入の実効課税率開示と節税ルートの詳細報告を義務化し、手数料の原価開示（システムコストは1%程度）を求め、過剰手数料の是正を指導してください。</p> <p>これで税収増と格差是正を実現し、持続可能なデジタル経済を構築できます。評価（案）に反映を求める。</p>	デジタル広告分野の、特定デジタルプラットフォームによる広告料金や手数料については透明化法のモニタリングで扱っている論点ですので、いただいたご意見につきましては、今後の法執行、モニタリングプロセスの参考とさせていただきます。また、アプリストア分野は、2025年12月18日に全面施行される「スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律」（通称：スマホ法）の規律の対象となることに伴い、二重行政を避けるため、透明化法の規制対象から外れます。このため、いただいたご意見はスマホ法を所管する公正取引委員会に共有いたします。なお、プラットフォーム事業者への節税対策防止や課税施策等に関するご意見につきましては、透明化法では規制対象外となります。

「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基づく特定デジタルプラットフォームに対する経済産業大臣による評価（案）」に対する意見

氏名	LINE ヤフー株式会社 担当者 :
住所	
電話番号	
FAX 番号	
電子メールアドレス	

意見（モール分野に関するもの）

・該当箇所

2025 年度は原則としてヒアリングは実施せず、特定デジタルプラットフォーム提供者各社に対する事実関係や取組み内容の確認については、質問票を特定デジタルプラットフォーム提供者各社に対して送付し、書面での回答を求める形で二往復のやりとりを行った。(p1)

・意見内容及び理由

今年度の大蔵評価のプロセスに関しては、事業者ヒアリングを行わず、書面での質問・回答のやりとりとした上で、重点テーマとそれ以外に整理をして運用していただきました。この点は、指定事業者の負担軽減を図りつつ、効率的な運営が行われたものと考えており、次年度以降もこの運用を基本としていただければ大変ありがたく存じます。

・該当箇所

全体

・意見内容及び理由

利用事業者からのアンケートを引用している箇所が多数ありますが、このアンケートで述べられている事柄は、経済産業大臣が認定した事実として取り扱っているのか、単にアンケート結果として示しているに過ぎないのか明らかにしていただきたく存じます。

仮に上記がアンケートで書かれている内容そのものを認定事実としているならば、それらを認定するプロセスについては、今後透明性を持った形で運用していただきたい。仮に、認定事実としていないのであれば、内容そのものが事実であるか明確でないものを大臣評価の前提とすることは適切ではないと考えますが、この点についてのご見解を明らかにしていただけますでしょうか。

・該当箇所

悪意のある利用事業者か真摯な対応をしている利用事業者かを見極め、後者の場合に

は不測の損害が生じることのないよう丁寧な説明をすること、また、具体的な取組み状況について定期報告書に記載することを期待する。(p45)

・意見内容及び理由

「悪意のある利用事業者か真摯な対応をしている利用事業者を見極め」に関し、違反を確認して事前の理由通知を行う段階で、どのような要素を、どのように判断することで両者を見極めることが可能であると考えているのか例示で構わないのでお示しいただけないでしょうか。

また、「一定数の利用事業者は異議申立て先が明確でない」ことが課題意識であるならば、実務上困難と思われる利用事業者の見極めではなく、次項で挙げられている苦情等の円滑な申し出を可能とすることも解決策となると考えますが、ご見解をいただきたく存じます。

・該当箇所

誓約書提出を求める基準や退店措置に至るプロセスの開示を求めると共に、利用事業者との相互理解促進の観点から、誓約書提出の基準に達しそうか否か確認すること等違反状態を確認することのできる仕組みの構築を期待する。(P. 45-46)

・意見内容及び理由

個々の違反行為のペナルティの軽重を明らかにすることは、潜脱行為を惹起するおそれや、軽微な違反であれば繰り返し違反しても構わないなどの誤ったメッセージになる懸念があり、ひいては一般消費者の利益を損なうおそれがある点には留意が必要と考えます。本来規約・ガイドラインに違反する行為は全て禁止されているところ、それを遵守できることを誓約していただくことで、プラットフォーマーと販売者の相互理解を促進し、一般消費者の利益とのバランスを図るための取組であると考えております。

・該当箇所

有償サービスの検索結果への影響度をより具体的にコミュニケーションするなど、Yahoo!ショッピングにおける検索順位について利用事業者との相互理解を促進するために、引き続き、更なる自主的な取組みを行い、取組み内容について定期報告書に具体性を持って記載することを求める。(p51)

・意見内容及び理由

検索順位の決定要素に関し、ご指摘の自主的な取組みは引き続き検討していく所存ですが、本件について「求める」とされていることの趣旨をご教示ください。前年度までは、法令的な義務を「求める」と表現し、それ以外は「期待する」との表現と整理していたものと認識しておりますが、今回のご指摘は法令的な義務ではないと理解しているところ、過去の記載の整理との整合性および上記の見解について確認させてください。

意見（広告分野に関するもの）

・該当箇所

全体

・意見内容及び理由

昨年度までの大臣評価と比較し、重点テーマを設定した形での記載がなされたことで、委員や経産省の問題意識と、それに基づく事業者への期待・要求事項が明確となつたことを評価いたします。

また、大臣評価に至るモニタリング会合のプロセスにおいても、重点テーマとして論点が明確化されたことで、透明化法の趣旨に照らして適切かつ、効率的な議論がなされたことが伺え、この点も評価いたします。

・該当箇所

例えば、金融の領域では今日、多くが「『苦情』とは不満足の表明である」と定義して、広く苦情を拾った上で PDCA サイクルの中で苦情をなるべく減らしていくと処理しているところ、LINE ヤフーは、苦情を狭くして件数を減らし、ほとんどを意見・問い合わせに落としてしまうモデルになっているように思われ、苦情ではないから単に記録するだけなどの処理に落ちていないかを懸念する指摘や、問い合わせの中にはかなりの部分、苦情が含まれ、LINE ヤフーの苦情の捉え方は甘すぎるのではないかなどの指摘があつた。(p. 19)

・意見内容及び理由

金融業界の事例を参照されている点につき、比較の前提となる評価軸が示されていない状態で他業界の慣行を引用することは、その比較が適切なのかの検証ができない点、また、任意の規制が強い業界の事例を参照することで、結果として過度な規制を正当化し得る点で懸念があります。他業界の事例を参照する場合には、デジタルプラットフォーム業界にそのまま当てはめることの妥当性について、慎重な検討が必要であると考えます。

当該記述については、そのような検討は見受けられないと、また、当該記述を削除したとしても全体の結論には影響しないと考えられることから、当該金融業界の参照部分は削除することが適当と考えます。

・該当箇所

このような観点から、LINE ヤフーに対しては利用事業者の声の内容・趣旨に即して、「苦情」の定義を拡張する等再考を求める。(p. 19)

・意見内容及び理由

「苦情」件数の提出を求める趣旨は、苦情の申し立てがなされても十分に解決されないことを懸念してのものと理解いたしました。

一方で、MR 会合第1回資料に引用された広告主向けアンケート結果を確認する限り、LINE ヤフーにおける苦情・紛争の解決状況が、他社と比較して特段に劣後しているとは言い難い状況と見受けられます。例えば、「アカウント停止」や「広告配信の停止」に関して「適切に対処されなかったうえ、解決にも至らなかった」と回答した割合は、3社の中で最も低い水準にあります。このことから、苦情の定義の狭広と、苦情の解決の間の関係性が不明瞭に思われます。

また、「苦情」への対応においては、その定義の狭広よりも、寄せられた苦情一件一件に丁寧に向き合い、適切な対応を行うことが重要であると考えているところです。

以上を踏まえたうえで、「苦情の定義」が狭いことによって、苦情が解決されないという趣旨の記述につき、両者の間にどのような関連性を想定されているのか、具体的な事実関係を示していただくことが適當と考えます。

・該当箇所

LINE ヤフーに対しては、利用事業者の苦情等のより積極的・具体的な分析及びその内容の定期報告書での報告を期待すること、一般利用者の声もより広く聞くこと、また、当該分析結果を踏まえて継続的に運営を改善する取組みを求める。(p. 23)

・意見内容及び理由

デジタルプラットフォームの事業改善にあたり一般利用者の意見を把握することは、不正対策の観点等から重要な取組であると考えており、LINE ヤフーにおいても、例えば、なりすまし広告に対するユーザーからの申告に迅速に対応できるよう、なりすまし通報窓口を設け対応を行う等の取組を行っているところです。

一方で、当該記述について、「求める」としている趣旨については、確認させてください。昨年度のパブリックコメント回答から、法令的な義務に関する内容を「求める」と表現し、それ以外は「期待する」との表現と整理していたものと認識しております。他方で、透明化法上、「一般利用者の声」については集計分析の対象としては定められておらず、「苦情」についても、法的義務が課されるのは「商品等提供利用者」の苦情件数の集計に限られていると理解しております。

以上から、当該箇所の後段における「一般利用者の声」に係る部分については、過去の記載・回答との整合性から「期待する」とするのが適當ではないかと考えています。

・該当箇所

LINE ヤフーに対しては、「分かりにくい」とする声がどのような基準の説明において、何に起因しているのかにつき、ユーザーからの声（問合わせ相談窓口のみならず自社の営業担当から直接拾った声を含む）や苦情等を積極的に分析し、継続的に改善していくことを引き続き求める。(p. 23)

・意見内容及び理由

引き続き利用事業者の声に向き合い、必要な改善を実施する所存ですが、本件について「求める」とされていることの趣旨をご教示お願いします。法令的な義務に関する内容を「求める」と表現し、それ以外は「期待する」との表現と整理していたものと認識しており、昨年度大臣評価においても本指摘は「期待する」とされておりました（昨年度のパブリックコメント回答を参照しています）。今回のご指摘は法令的な義務ではないと理解しているところ、過去の記載・パブリックコメント回答との整合性から「期待する」とするのが適当と考えます。

・該当箇所

LINE ヤフーからは、定期報告書において、前年度の定期報告書に記載のものと同様の通知文の例の提供があった。なお、リスクの高低に応じた理由の粒度の工夫などへの言及はなかった。（p. 56）

・意見内容及び理由

「リスクの高低に応じた理由の粒度の工夫」とのご指摘については、事業者側において、潜脱・迂回行為を行う事業者を事前に識別することは実務上困難である点にご留意いただきたく考えます。また、DPF を利用する一般利用者の安全確保や、他の利用事業者のブランドセーフティ等の観点からも、不正者による潜脱行為・迂回行為を避けるために一定程度リスク回避的な理由通知の対応を行う必要もあるところです。

この点、利用事業者が修正対応等を行うための相互理解促進の手法は、「通知文におけるリスクの高低に応じた理由の粒度の工夫」に限らず、掲載基準の情報開示の拡充等もあるところ、そのような事業者による柔軟な取り組みを含めてご理解いただけますようお願いします。

2025年11月21日

「2025年度 デジタルプラットフォームの透明性・公正性に関する評価（デジタル広告分野）（案）」に対する意見

一般社団法人日本新聞協会

当協会は「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」での議論を踏まえて公表された「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基づく特定デジタルプラットフォームに対する経済産業大臣による評価（案）」のうち「2025年度 デジタルプラットフォームの透明性・公正性に関する評価（デジタル広告分野）（案）」に対し、下記の意見を述べる。

デジタル広告エコシステムの課題をめぐるデジタルプラットフォームの対応では、前年度の大蔵評価以降、多少の前進は見られるものの、管理体制の強化を求める新聞社側との溝は依然として埋まっている。なりすまし広告の問題に対応し、デジタル広告の質を高めるには、広告事前審査の強化が必要である。一方では健全なパブリッシャーの事業活動を不安定にしないよう誤判定の最小化、苦情対応の適正化が求められる。

以下、大臣評価案の項目立てに基づき、個別の論点に対する考え方を述べる。

<Meta 国内管理人について>

- ・利用規約や広告審査、契約条件などは、全世界で共通のものを採用するだけでなく、サービスを提供する各国・各市場の事情に合わせてローカライズされるべきと考える。モニタリング結果からは、日本国内の事業者が本国に対してエスカレーションする体制の整備が進んでいるように読めるが、判断を委ねているだけで日本政府に明確に返答する権限は与えられていない印象も受ける。特にMetaは、大臣評価に「取組みの実態を確認することができていない」(p6)との指摘があり、体裁を整えただけで実効性がない。
- ・国が求めても定期報告書でMeta社の積極的な情報開示が得られない状況において、必要な情報を入手するため強い姿勢を求めたい。
- ・定期報告書は、回を重ねるごとに内容がおざなりになることのないよう国が見極め、多方面の意見に基づき公正な評価を行うよう求めたい。

<Meta なりすまし広告への対応状況について>

- ・事後的な検出や削除の改善にとどまらず、広告主の本人確認を徹底するなど、詐欺広告を広告掲載の事前段階で防ぐ仕組みの構築を義務付けるべきである。人物や組織のなりすましに限らず、広告情報を構成する部分などにおけるなりすまし的な偽情報の存在など、問題は複雑化している。未然の防止に軸足を置き、人的リソースと機械審査によって、より踏み込んだ仕組みを研究、導入することを期待する。
- ・著名人や信頼性の高いメディアのブランドを悪用した広告に対しては、デジタルプラットフォーム側が被害拡大の「加担者」として法的責任を負う可能性もあることを示し、根本的な対応を促すべきである。

- ・なりすまし広告への対応について「回答が抽象的な内容にとどまって」(p11) いるとの指摘がある。日本法人が取り組んでいないのか、本国から取り組まなくてよいとの指示が出ているのか、実態が分からぬ。
- ・「日本語・日本文化への理解を踏まえた実効性のある審査の観点も含め、審査のための人的リソースの拡充の要請について検討し、その検討結果と理由について説明すること」「機械による審査のエラー率等の情報開示及び説明」(p12) を求める大臣評価の指摘は評価できる。日本の法規類に対応したルールを有し、長年広告に関する訴訟などにも対処してきた既存の媒体社の審査手法を参考にすることも求めたい。
- ・広告主の損害について議論する上では、その先にあるユーザーの被害の視点を持つことが必須である。

<Meta 一般利用者や利用事業者から提供のあった情報の活用について>

- ・確実な実行を担保するため、寄せられた提供情報にどのように対応し、結果としてどのような改善があったか、データ公開や評価を受けることで、取り組みが適切であるかを判断したい。

<LINE ヤフー 提供拒絶の措置への異議申立てなど明らかな苦情を計測する取組みについて>

- ・大臣評価には「苦情（の定義）を狭くして件数を減らし、ほとんどを意見・問い合わせに落としてしまう」(p19) との指摘もある。積極的に苦情を回避する策を用いて、苦情対応をコストと捉えており「LINE ヤフーに対しては利用事業者の声の内容・趣旨に即して、『苦情』の定義を拡張する等再考を求める」(p19) との評価を支持したい。

<LINE ヤフー 一般利用者や利用事業者から提供のあった情報の活用について>

- ・苦情の受け付けに関する対応はその性質から、事業者の自主努力に頼るだけでなく、実情に応じた義務的なルール作りや関係する既存の法規類による規制の検討を国に求めたい。

<Google 広告媒体の審査における慎重な判断を行う仕組みについて>

- ・アカウント停止、広告配信停止につながる Google などデジタルプラットフォームの媒体審査は理由や基準が曖昧なことが多く、健全なパブリッシャーである新聞社の広告収益を不安定にしている。媒体審査の判断基準、特に「無効なアクティビティー」「コンテンツポリシーへの抵触」と判断した根拠を、パブリッシャーが納得できる水準で具体的に開示するよう義務付けるべきである。苦情対応が長期化するケースも多い。アカウント停止や収益減額といった重大な措置については、業界団体や法務専門家などプラットフォーム外の第三者機関による異議申し立てと検証のプロセスを導入し、公正性を担保すべきである。
- ・「自動化プロセスによる判定には誤判定を相当数含むことも考慮し、引き続き広告枠の停止措置にあたっては誤判定が最小化されるよう取り組むとともに、新たなシステムによる場合を含め、Google 側に誤りはないとの前提に立たず媒体社の異議申立ての内容を検討して対応」(p36) するよう求めるとの評価を支持したい。広告媒体としての新聞は、広告掲載

で誤った判断が生じないよう、人的リソースによる慎重な事前審査を行うことで、媒体責任を回避している。

・Googleについてはp36の指摘にあるように「利用事業者（媒体社）からの問い合わせや苦情への対応を丁寧に行っているかという観点では、懸念のある回答」がみられる。事業モデルが本質的にロングテールで利用事業者も星の数ほどいると考えられる以上、それらすべてに細かく対応することは不可能であり、抜本的な対応手法の見直しが必要なのではないか。

・デジタルプラットフォームが身を切る覚悟で、なりすまし広告や低品質広告を排除する具体的なアクションを起こさないと、今の状況は変わらない。悪意のある広告主にコストが跳ね返る仕組みを創出するなど、発想を変える必要がある。

<Google 「デジタル広告の質」に係る課題について>

・「デジタル広告の質」を向上させるため、プラットフォームに対してアドフラウド率、ブランドセーフティー違反率、ビューアビリティ率など、具体的なKPIを設定し、その進捗を定期報告書で開示するよう義務付けるべきである。特に、ヘイトスピーチや差別的なコンテンツへの広告配信を防ぐための具体的なコンテンツ審査体制と技術投資の状況について、踏み込んだ情報開示を求めるべきである。これは、信頼性の高い新聞媒体への広告出稿を促す上でも重要な論点となる。

・広告の種類を問わず、アドフラウドの問題は深刻であり、Google広告への適用を急ぐよう求めることは適切と考える。

・カテゴリー分類やブロックを行うテクノロジーは、Google広告の配信を受ける新聞社の実感として改善の余地が大きいと考える。どのような問題が発生しているかについて媒体社へのヒアリングなどを積極的に行い、より適切な仕組みを整えるよう期待したい。その技術が深化すれば、必要最低限のブロックで適切な広告が確実に配信されるようになる。Googleと媒体社両方の機械ロスを防ぎ、ユーザーに正しく、安全な広告を届けることにつながるはずである。

・第三者アドテク事業者に加え、最終的に広告が掲載される媒体社も巻き込み、必要な技術の検討を進めてほしい。

<全体を通して>

・前年度の政府側の取り組み、大臣評価の内容と比べると、多少ではあるが状況が前進している印象はある。ただし、「場」のみを提供しているというデジタルプラットフォームの立場は変わらず、レガシーメディアと同様の管理体制を求めていた新聞社側との溝は、変わらず埋まっていない。特にMetaについては、実効性の高い規制を適用すべき時期が近付いているのではないか。

以上

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基づく
特定デジタルプラットフォームに対する経済産業大臣による評価（案）に対する意見

2025年11月21日

経済産業省商務情報政策局情報経済課デジタル取引環境整備室
パブリックコメント御担当 御中

郵便番号 [REDACTED]

住所 [REDACTED]

名称一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム

[REDACTED]
電話番号 [REDACTED]

電子メールアドレス [REDACTED]

この度は、意見を表明する機会をいただき誠にありがとうございます。
関係者各位のご尽力で、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」）に基づく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（案）が取りまとめられたことに感謝申し上げます。
以下のようにアリストア分野について意見を提出させていただきますので、何卒ご査収の程
お願い申し上げます。

総論

本評価を行うに当たり、特定デジタルプラットフォーム提供者から提出された2025年度定期報告書等の内容、デジタルプラットフォーム取引相談窓口に寄せられた情報、その他アンケート調査等の情報を分析するとともに、「モニタリング会合」では、質問票を特定デジタルプラットフォーム提供者各社に対して送付し、書面での回答を求める形で二往復のやりとりを行ったことで、重点事項について委員による議論が深まり、網羅的、体系的にデジタルプラットフォームの利用に関する論点が明らかになり改善方針が示されたことは、大きな前進であり評価させていただきます。

また、経済産業省様には、これまで4年に渡り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ご尽力いただいたことにアリストア事業者を代表して感謝申し上げます。

透明化法のアリストア分野については、本年12月28日スマホ法の全面施行にともない公正取引委員会様に移管されます。デジタルプラットフォームに関する施策は非常に専門的な知識と深い洞察が必要な分野となっております。そのためスマホ法への移管に当たっては、継続的で実効ある運用が実現できるように経済産業省様の絶大なるサポートをいただきますようお願い申し上げます。

以下、個別論点について提案と意見を提出させていただきます。

1. Appleについて

1-1-5. 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

透明化法施行規則8条2項における法的な義務を超えて広い範囲で「Appleでは利用事業者が日本語でのコミュニケーションを希望する場合には、選択可能との運用になっているとの説明もあった。」という方向性が示されたことは大変評価したい。

一方で、日本語対応する特定デジタルプラットフォームの担当者が、アプリ事業に関する知識が十分でないことが散見されており、アプリ事業に精通した相談に対応できる能力のある日本語対応者の整備を期待する。

1-3-4-2. モニタリング・レビュープロセスにおける議論

「いずれの場合であっても、二重返金やこれに関連するユーザーおよびデベロッパ双方のリスクや複雑な問題の発生を避けるために、Appleがエンドユーザーに対して返金を行い、デベロッパが直接払い戻しを行うことはできないこと（Apple Developer Program 使用許諾契約の付属書2・第3.4条）」

「そのため、デベロッパは、エンドユーザーから直接返金に必要な情報（口座情報など）を取得する必要はなく、また、二重返金の問題も発生しないこと」

とのAppleの説明について、意見を提出する。

アプリ事業者に対しては、民法による未成年者取り消し等の法的義務が課されており、Appleの使用許諾契約において、返金が禁止されていたとしても、Appleが法的義務を免責することがなければ、返金に応じなければならない場合がある。そのため二重返金の問題が発生する可能性があることを理解した上で、問題解決に当たる必要があると考える。

1-3-5. 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

返金に関する問題を解決するために、各種APIが提供されるようになったことは、評価したい。

一方で、各種APIをサーバーに実装するには、コストと時間がかかるため、特に小規模事業者にとっては負担が大きい。そのためAppleが提供するコンソール等で簡便に利用できるよう改善が進むことを期待する。

2025年度の経済産業大臣によ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(案)に対するGoogleの意見及び透明化法に関するGoogleのフィードバック

1. はじめに

- 1.1 Google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」(以下「透明化法」)に基づく2025年度の経済産業大臣による評価(案)(以下「本評価案」)に至るまでの、貴省、モニタリング会合の委員およびオブザーバーの皆様の継続的な取り組みに、深く感謝申し上げます。また、これまでと同様に、Googleは、アリストア分野(以下「アリストア分野評価案」)およびデジタル広告分野に関する評価案(以下「デジタル広告分野評価案」)について意見を述べる機会を頂戴し、感謝申し上げます。
- 1.2 透明化法の目的に沿って、Googleは常に、すべてのGoogleの製品についてその透明性を高め、利害関係者との相互理解を改善することに取り組んできました。透明化法に基づくGoogleの自主的な開示や評価プロセスへの参加は、こうした目標を追求するための数ある手段の一つです。また、Googleが利用事業者、消費者、業界団体、政府を含む多くの異なる利害関係者にサービスを提供し、協力していることに留意いただくことも重要であり、透明性と相互理解の促進という重要な目的は、アリストア分野およびデジタル広告分野全体のより広い範囲において評価されなければなりません。
- 1.3 アリストア分野に関して4期、デジタル広告分野に関して3期の報告期間における経験を踏まえ、Googleは、特にデジタル広告に関して、今後、透明化法の目的をより効果的に達成するために、透明化法の運用と実施をどのように改善することができるかを検討するにあたり適切な時期にあると考えています。この点に関するGoogleのフィードバックおよび提案を建設的な示唆として受け止めて頂ければ幸いです。
- (A) 以下のセクションAでは、透明化法の実施に関するGoogleの一般的なフィードバックを述べています。
- (B) 以下のセクションBでは、デジタル広告分野評価案とアリストア分野評価案における特定の求めおよび推奨事項の一部に対するGoogleの回答を述べています。
- 1.4 また、公正取引委員会が所管する「スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律」(以下「スマホソフトウェア競争促進法」)に基づく規制への移行を控え、本評価が透明化法に基づくアリストア分野に対する最後の評価となることも認識しております。Googleは、スマホソフトウェア競争促進法を遵守し、透明性と相互理解を促進するためのGoogle Playの取り組みについて、公正取引委員会と協議を進めていく所存です。
- 1.5 Googleは、今後も貴省と建設的な形で協働していく所存です。Googleは、本書において提起されるトピックや提言のいずれに関しても、貴省と更なる意見交換による連携を行うことを歓迎いたします。Googleは、アリストアとデジタル広告の分野における透明性および相互理解を促進するための貴省の継続的なご支援とご尽力に改めて感謝いたします。

2. セクションA: 透明化法の実施に対するGoogleからのフィードバック

Googleは、貴省およびモニタリング会合による、本年度の評価における思慮深く、的を絞ったアプローチを高く評価いたします。

- 2.1 Googleは、今回の報告期間で採用された手続きが、有意義な情報交換と意見交換をもたらしたという貴省の見解に賛同いたします。モニタリング会合のヒアリングに代えて書面によるやり取りを採用し、また特定の重点テーマに焦点を当てたことが、効率的かつ対象を絞った方法での充実した情報の提供を促進するのに役立ったことに、Googleは同意いたします。
- 2.2 Googleは、共同規制を通じて透明性と相互理解を促進するという透明化法の目的に照らし、貴省が評価プロセスを継続的に評価し、改善に取り組んでいることに感謝いたします。このことは、本制度の基本理念(透明化法第3条に規定)である、「...国の関与その他の規制を必要最小限のものとすることによりデジタルプラットフォーム提供者の創意と工夫が十分に発揮されること及びデジタルプラットフォー

ム提供者と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ことを旨として、行われなければならない。」という点に鑑みると、特に重要です。

2.3 評価プロセスの有効性をさらに高めるために、Googleは、合意された「重点テーマ」に議論と情報提供を集中させた本年度のアプローチが非常に有益であったと考えています。このアプローチを継続することで、貴省とデジタルプラットフォーム提供者は、プラットフォームのコンプライアンスに関するあらゆる質問に対して、それぞれの事業に最も関連性の高いものに焦点を当てて対処することができ、また、評価報告書における貴省の結論が、すべての関連するステークホルダーから提供された情報に基づいて十分な裏付けを持つことが保証されます。

2.4 加えて、透明化法の基本理念に鑑み、その目的がより効果的に達成されるよう、透明化法の実施は以下の側面においてさらなる改善が可能であるとGoogleは考えます。

利用事業者へのアンケート調査は、プラットフォームビジネスの慣行を多角的に評価する上で、一つの要素としてのみ考慮されるべきです。

2.5 Googleは、貴省の意見や提言が、全体として、利用事業者へのアンケート調査から収集された回答に大きく影響を受けていると認識しています。いくつかの事例において、貴省の結論は、ほぼ全面的に利用事業者のフィードバックに基づいており、関連する問題に関してGoogleから提供された情報への考慮は限定的でした。Googleは、当該アンケート調査を通じて提供された利用事業者からのフィードバックを心から尊重しています。しかしながら、これらの結果を解釈し、Googleのプラットフォーム運営の実態を評価する際には、いくつかの補完的な視点を考慮に入れることが、より建設的な相互理解に繋がると確信しています。例として、以下の点が挙げられます。

(A) デジタル広告分野評価案において、貴省は、Googleが無効なトラフィックとその対策について、広告主とパブリッシャーに詳細な説明を提供していることを認識しているにもかかわらず、以下の利用事業者へのアンケート調査から得られたフィードバックのみに基づいて、さらなる開示が必要であると結論付けています。すなわち、広告主と広告代理店の約20%がGoogleの対策について、「内容は知らないが、言葉は聞いたことがある」、広告主の約17%と広告代理店の8%がアドフラウドや無効なトラフィックについて知らない、そしてパブリッシャーの約20%がGoogleのアドフラウドへの取り組みについて「分からぬ」というフィードバックです。¹

(B) アプリストア分野評価案において、貴省は、GoogleがGoogle Playの改善を目的として、国内のステークホルダーとの密なコミュニケーションを適切に管理する仕組みを確立していることを認識しています。²しかしながら、利用事業者へのアンケート調査から得られたフィードバックに基づき、国内管理人が個々の利用事業者に対する理解をより促進するためのさらなる措置を求めています。一方で、Google Playの利用規約変更を経験した回答者のうち、問い合わせに対して回答が得られなかつたと答えたのはごく少数でした。また、回答者の約40%は、問い合わせに対する回答を受け取った後も「問い合わせに対して、説明やアドバイスを受けたが、よく分からぬ点も残った」と回答しています。しかし、この回答の範囲は曖昧であり、これらの「よく分からぬ点」がGoogleの説明に起因するものなのかといった点や、その後の再度の問い合わせによって解決されたもののかといった点は明らかではありません。

2.6 より一般的な観点から、Googleは、以下の理由により、利用事業者へのアンケート調査の結果が、デジタルプラットフォーム提供者と利用事業者が事業運営を行うにあたっての商業的な実態を、常に完全に正確に、あるいは十分に反映しているとは限らないことを謹んで申し上げます。

(A) 貴省のアンケート調査に回答した利用事業者の数は、Googleが日々サービスを提供している実際の利用事業者の総数と比較して、比較的限られています。

(i) たとえば、デジタル広告に関する調査は1,000社の広告主および広告代理店を対象に実施されました。これは、日本におけるGoogleの広告主の総数よりもはるかに少ない数です。

(B) さらに、回答者の利用事業者は、プラットフォーム上のさまざまなタイプの利用事業者全体を代表しているとは限らず、利用事業者はそれぞれ独自の優先事項や商業的利益を有しています。

¹ デジタル広告分野評価案3-4-5を参照。

² アプリストア分野評価案2-1-5を参照。

Googleは非常に多くの異なるタイプの利用事業者と協働しているため、そのような異なるタイプの利用事業者からフィードバックを求め、その視点を考慮に入れることで、Googleから高品質なサービスを受けられていることを確認する必要があります。

(i) たとえば、アプリストアの利用事業者を対象とした調査では、年間収益が300万円未満である回答者はごく少数でした。³実際には、Google Playがサポートしているデベロッパーの多くは、アプリを通じて得る収益がほとんど、あるいは全くありません(例: ユーザーベースの構築を目指す小規模なデベロッパーがリリースする無料アプリ、またはより広範な公共サービスの一環として提供されるアプリなど)。これらのデベロッパーは、Google Play上のアプリの選択肢と品質の向上に重要な役割を果たしており、それが利用者を惹きつけることで、収益化しているデベロッパーの利益にもつながります。しかし、これらのデベロッパーは、GoogleがGoogle Playプラットフォームを運営する上で考慮しなければならない、異なる関心や視点を持っています。

(C) 貴省のアンケート調査に対して回答した各利用事業者の代表者が、必ずしもGoogleのサービスを日常的に利用している人物であるとは限らないため、すべての利用事業者を代表して十分な情報に基づいた見解を提供するために必要な知識や経験を有しているかは不明確です。

(D) アンケート調査の性質や設計(多肢選択式の質問票であること)を考慮すると、回答者が最適な回答を提供したり、フィードバックの完全な背景情報を提供したりすることができない可能性があります。

(E) さらに、Googleには、フィードバックがGoogleのサービスを利用する際の利用事業者の体験を正確かつ公平に反映していることを確認するために、回答者のフィードバックを検証したり、それに対応したりする機会が一切与えられていません。

(i) たとえば、デジタル広告分野評価案において、貴省は、Googleが関連する国内外のチームとの連携と協力を通じて国内管理人としての機能行使するための仕組みを確立していると認識しつつも、「広告審査における拒絶等の各テーマにおいて適切に対応されなかつた利用事業者が2~4割存在するところ」と指摘しています。⁴Googleは、このアンケート調査が、利用事業者からの問い合わせや苦情に「適切に」対応したかどうかを客観的に判断するための適切な仕組みではないと、ここに謹んで申し上げます。その理由としまして、このアンケート調査では、貴省が問い合わせや苦情の特定の状況におけるGoogleの対応を適切に評価するために必要な背景情報が提供されておらず、また、Googleが利用事業者の特定の懸念に対処するために、自社のサービスや内部プロセスを改善できる具体的な領域を特定することもできないためです。

2.7 Googleは利用事業者の意見を重視しており、それらがGoogleのサービスの継続的な改善にとって重要であることに同意いたします。しかし、後述のセクションで述べるとおり、利用事業者へのアンケート調査は、多面的なデジタルプラットフォーム提供者が責任を負うべき他の主要なステークホルダー、特に消費者の利益を考慮に入れていません。(必ずしも客観的に検証可能ではない)利用事業者の見解のみに依拠することは、デジタルプラットフォームのニーズと優先順位の評価を不完全なものに導く可能性があります。Googleは、広大なデジタル空間における透明性と相互理解を促進するという目的を達成するためには、健全性と長期的な持続可能な成長を確保するために、すべての関係するステークホルダーの多様な利益を考慮し、バランスを取ることが重要であると考えています。

プラットフォームのポリシーと透明化法への準拠は、プラットフォームが考慮しなければならないすべてのステークホルダーの利益を含む、商業的な実態に照らして評価されるべきです。

2.8 透明化法第3条にあるように、デジタルプラットフォームは利用者の利便性の向上に貢献し、日本経済社会の活力と持続的な発展において重要な役割を果たしています。業界における相互理解を促進することは、当該業界および当該製品の実態を考慮に入れつつ、多様で時には相反する可能性のあるすべてのステークホルダー(消費者を含みます)の利益を慎重に考慮し、バランスを取らなければならぬことを意味します。

³ 「『アプリストア分野』のデジタルプラットフォーム利用事業者 アンケート調査結果報告書」の2ページを参照。

⁴ デジタル広告分野評価案3-1-5を参照。

- 2.9 Googleは、利用事業者(例:アーリデベロッパー、広告主、パブリッシャー)だけでなく、多数のエンドユーザー(すなわち消費者)に対しても直接サービスを提供しており、また、通常の業務において多くの業界団体と連携しています。さらに、Googleは多数の法域において規制要件を遵守することが求められ、時には政府当局と関わることもあります。したがって、Googleの事業上の決定が多くの異なるステークホルダー(利用事業者を含むがこれに限定されません)に潜在的な影響を与える可能性があることを認識することが重要です。そしてGoogleは、提供する製品やサービスが、安全で健全なデジタルエコシステム全体の中で発展し、かつそれに貢献できることを確実にするという包括的な目標のもと、これらの多様な利益のバランスを取るように努めています。
- 2.10 たとえば、アーリストアとの関係においては、Google Playはアプリのランキングに関して、プラットフォーム上のステークホルダーの異なる利害を慎重に考慮しなければなりません。アーリストア分野評価案において、Googleは、「恣意的な操作」が行われていないことの検証を可能にする説明の提供を含め、アーリストアの検索ランキングにおける透明性と公平性を確保するためのさらなる取り組みを行うよう推奨されています。⁵しかし、このような取り組みは、消費者の利益やランキングシステムの不正操作を防止する必要性を損なうことなく、デベロッパーにランキング要因に関する十分な情報を提供するという、微妙なバランスを取らなければなりません。これが、Googleがすでにアプリのランキングに透明性、公平性、および非差別的な条件を適用し、Google Playのヘルプセンターのページで、Playにおけるアプリのランキングと整理に影響を与える主要なパラメーターを公開し、⁶利用者がGoogle Playで検索した際にデベロッパーが自身のアプリの見つけやすさを高める上で役立つ追加情報を提供している理由です。
- 2.11 さらに、デジタルプラットフォーム提供者による透明性と相互理解を促進するための自主的な取り組みは、それらが活動する商業的な実態という文脈の中で評価されることも重要です。透明化法の目的は、デジタルプラットフォーム提供者が実行可能かつ実践的で自主的な措置を講じることによってのみ達成することができます。指針において認識されているように、デジタルプラットフォーム提供者を取り巻く事業環境は様々であり、それぞれの特有の事業運営条件に応じて、透明化法が掲げる全体的な目的を達成するための措置を、創造性と創意工夫を凝らして自発的に実施することが期待されています。Googleは、これが共同規制の根底にある重要な基本原則であると考えています。
- 2.12 たとえば、以下の点が挙げられます。
- (A) アーリストア分野評価案において、Googleは、利用事業者からの依頼に応じて、個々のケースで払い戻しリクエストが承認された理由を開示する自主的な取り組みを検討するよう求められています。Googleは、Google Playの払い戻しポリシーに関する詳細情報を記載したページを公開しており、払い戻しの対象となる購入について説明しています。Googleの払い戻しポリシーは、利用者が何を購入したか、いつ、どのように支払ったか、そしてどこにいるかによって異なります。Googleは、すべての払い戻しリクエストの理由を共有することはできません。その理由としましては、負担が大きく、リソースの非効率的な配分につながるためです。
- (B) デジタル広告分野評価案において、Googleは、利用事業者が頻繁にアクセスする場所(例:管理画面のトップページやレポートなど)における「デジタル広告の品質」に関する情報開示に関して、さらなる自主的な取り組みを期待されています。⁷しかし、Googleは、広告の品質と安全性を確保するために、詳細なポリシー(例:Google 広告ポリシー)をすでに公開し、適用しており、これらは継続的に見直され、更新されています。貴省が認識しているように、Googleは広告主とパブリッシャーに広範な情報を提供しています(広告関連のすべてのポリシーをまとめた一元的なページを含みます⁸)。広告主とパブリッシャーは、Googleの広告サービスを継続的に利用するために、Googleのポリシーを遵守する責任があることを十分に認識しています。これらのポリシーが、多数の広告品質および安全性に関する問題(そのすべてがデジタル広告の健全性にとって等しく重要です)を網羅する広範な性質を持っていることを考慮すると、利用事業者がGoogleの広告プラットフォームにアクセスする際に、ユーザーインターフェースの最上部にそのような情報を表示することは、現実的でも有意義でもありません。広告主とパブリッシャーは、アカウント内のアラートやメール通知を通じて、重要な情報(ポリシーに関する

⁵ アーリストア分野評価案2-1-5を参照。

⁶ Play Console ヘルプの「[アプリの検出とランキング](#)」を参照。

⁷ デジタル広告分野評価案3-4-5を参照。

⁸ Google Transparency Centerの「[Our Policies](#)」を参照(英語版のみ)。

アラートを含みます)をすでに受け取っており⁹、また、Googleのコミュニティフォーラムやブログを閲覧したり、Googleのニュースレターを購読したりして、重要な製品およびポリシーの更新や業界の動向を把握することができます。Googleは、これらのコミュニケーションの方法が、広告品質の複雑なトピックに関する情報を普及させ、利用事業者と積極的に取り組みを行う上で、より効果的であると考えています。

- (C) さらに、デジタル広告分野評価案において、貴省は「自動化プロセスによる判定には誤判定を相当数含むことも考慮し、引き続き広告枠の停止措置にあたっては誤判定が最小化されるよう取り組むとともに、新たなシステムによる場合を含め、Google側に誤りはないとの前提に立たず媒体社の異議申立ての内容を検討して対応すること、また媒体社の異議申立てを封じることとなるべき観点から、リスクの高低に応じて粒度は調整しつつ、媒体社に対して措置の理由を開示する体制を検討すること」とコメントしています。¹⁰ Googleは、自動化されたシステムが完璧であり、したがってパブリッシャーの異議申し立てが無視される可能性があるという立場をとったことは一度もないことを明確にしたいと考えています。むしろ、いかなるシステムも完璧ではないことを認識しているからこそ、より複雑で微妙な、あるいは重大なケースを評価するために人間による審査に依存しており、広告主やパブリッシャーの異議申し立てのケースを審査する専門の審査および異議申し立て担当チームを設けています。貴省がご認識のように、Googleは常にシステムを改善しており、これには機械学習モデルの継続的な更新、定期的な人間による審査の品質評価、対象を絞ったポリシーの研修、および曖昧なケースを明確にするための内部リソースの更新が含まれています。Googleのプラットフォーム上で日々行われる膨大な量の取引を考慮すると、デジタル広告空間における数多くの、そして進化する脅威から消費者、広告主、およびパブリッシャーを保護するためには、Googleの防御メカニズムの正確性と効率性の両方を向上させるために、自動化されたシステムが必要不可欠です。
- (D) デジタル広告との関係全般において、Googleは、Googleによるポリシー執行の規模と重要性を認識することが重要であると考えます。2024年には、Googleは日本国内で2億件以上の不正な広告を削除し、100万件以上の広告アカウントを停止しました。Googleは、広告取引の量を増やすことに注力するのではなく、ポリシーの執行と防御システムの強化を通じて、プラットフォーム上の広告の品質を守り、エンドユーザーとインターネットの保護を優先していることは明らかです。広告の品質問題に関する透明性と相互理解を促進するためのGoogleの自主的な取り組みは、このより広範な文脈の中で評価される必要があります。

- 2.13 同様に、国内管理人の役割と取り組みは、Googleがグローバルなプラットフォームおよびビジネスであるという文脈の中で評価される必要があります。Google Playとの関係においては、国内管理人の仕組みを通じて、Googleはポリシーの方向性を実施する上で効果的な、コミュニケーションを促進し、育成する複数のチャネルを確立しています。デベロッパー、業界団体、および政府関係者はそれぞれ、必要に応じて懸念事項やエスカレーションを持ち込むための適切な窓口を持っていました。デジタル広告との関係においては、これまでの提出文書で詳細に述べたとおり、また貴省もご認識のように、Googleは国内チームとグローバルチームの連携、および利用事業者からの問い合わせの解決を促進する効果的な内部の仕組みを実装しています。Googleは、国内管理人が引き続き、日本の利用事業者とのコミュニケーションを促進するという重要な役割を果たし、グローバルな事業運営の文脈においてGoogleの製品とサービスの改善に積極的に貢献することを保証すべく、尽力いたします。

3. セクションB: アプリストア分野およびデジタル広告分野に関する大臣評価への回答と明確化

- 3.1 Googleは、Googleが一貫して実施している透明化法の特定の要件を超えた様々な自主的な取り組みを貴省が評価してくださったことに感謝申し上げます。アプリストア分野とデジタル広告分野の評価案においてGoogleの取り組みが明確に認められたことは、利用事業者を含む業界のステークホルダーとの透明性と相互理解を促進するという透明化法の目的にとって極めて重要です。たとえば、Playの文脈では、Googleは、貴省が運営する相談窓口との連携を強化するために専門の部門横断型チームを

⁹ たとえば、Google広告の利用者には、アカウント内で重要度によって異なる警告や通知のアイコンが表示されます。詳細については、Google広告ヘルプの「[アカウントに表示される通知について](#)」をご参照ください。

¹⁰ デジタル広告分野評価案3-3-5を参照。

組織したり、デベロッパーにGoogleと繋がるための機会を提供するために様々な外部イベントを主催したりすることで、相互理解の促進に努めてきました。

- 3.2 Googleはまた、評価プロセスにおいて貴省およびモニタリング会合から提供された提言と示唆に深く感謝いたします。これらの知見は、貴省が利用事業者と継続的に関わってきたことから得られたものであり、プラットフォームの事業慣行を改善する上で非常に価値あるものです。たとえば、2024年度の評価における、利用事業者がPlayの利用規約の内容を十分に理解できるようさらなる努力を求める要望に対し、Googleは、特に日本のデベロッパーおよびユーザーのためにサポート資料のアクセシビリティを強化するため、いくつかの措置を実施しました。Googleは、これらの提言を引き続き評価し、それらを運営に組み込むための適切な手段を検討してまいります。
- 3.3 しかしながら、いくつかの事例において、貴省の提言が、Googleの既存の措置や関連する事業環境を適切に認識または考慮していないと考えております。貴省が提言を策定する際には、全体的かつバランスの取れたアプローチを取り、デジタルプラットフォーム提供者が実際の事業環境に基づいて実施してきた自主的な取り組みを含むすべての関連要素を考慮に入れることが重要です。以下のセクションでは、この点に関し、デジタル広告分野評価案とアプリストア分野評価案における、貴省の提言の中から選んだいくつかの事例に対するGoogleの回答を記載いたします。

デジタル広告分野評価案への回答と明確化

- 3.4 たとえば、デジタル広告分野評価案において、貴省は、利用事業者にとって「分かりにくい」可能性のある開示された提供条件に関して、Googleが利用者からのフィードバックや苦情を積極的に分析するよう求めています。¹¹しかし、年次報告書で述べたとおり、Googleはすでに利用事業者に対し、ヘルプセンターページの有用性についてフィードバックを提供するチャネルを提供しており、改善すべき領域を特定するためにそのようなフィードバックを分析しています。このフィードバックのプロセスにより、年次報告書で詳述したとおり、不明確な用語やフレーズを明確にするために、Googleのヘルプセンターページの日本語訳に対する様々な更新が行われました。Googleは、透明化法の遵守に関するGoogleの評価が公平かつ完全な評価という文脈の中で行われることを確実にするため、貴省の提言は、ユーザーフィードバックの収集と活用に関するGoogleの継続的な取り組みを認める形で、より肯定的に表現されるべきであると謹んで申し上げます。
- 3.5 利用事業者へのアンケート調査のフィードバックが「媒体社からの問い合わせは殆どない」というGoogleの捉え方が実態に即しているかは(中略)懸念のある回答である。」という貴省のコメントに関して、¹²Googleは以前の回答で明確にしたとおり、広告配信が制限によってどのように影響を受けるか(2025年7月25日付の情報提供依頼書における貴省の質問5-3の焦点であった執行措置の影響)についての問い合わせをGoogleが受けすることは一般的ではありません。これは、Googleが広範な情報を提供しており、またポリシーセンターにラベルなどの新機能を導入しているためであり、これにより、パブリッシャーに対して、自身の広告枠の収益化が異なる種類の問題によってどのように影響を受けるかを明確に説明しています。しかし、これは、Googleがそもそも広告配信が制限される理由(つまり、執行措置の原因)に関するパブリッシャーからの問い合わせを受け付けていないという意味ではありません。Googleは、サービスの提供に関して利用事業者に明確さと確実性を提供することの重要性を理解しています。だからこそ、Googleは、パブリッシャーが、広告配信がなぜ、そしてどのように影響を受けるかを理解するのに役立つように、可能な限り多くの情報を提供することを目的として、ヘルプセンターの維持とポリシーセンターにおける新製品の機能の開発に多大な投資を行ってきました。たとえば、Googleの年次報告書や過去の提出文書で説明したとおり、パブリッシャーが広告配信制限の原因となっている問題を特定し、ポリシー違反をより簡単に修正できるようにするために、スクリーンショットが導入されました。また、Googleは、ヘルプセンターのページ(AdSense、AdMob、Ad Managerを含みます)で動画コンテンツを提供し、製品固有のYouTubeチャンネルを維持することで、パブリッシャーがGoogleのポリシーや製品機能をより簡単に理解できるようにしています。¹³
- 3.6 貴省はまた、措置の決定が取り消された件数について、その取り消しの理由(すなわち、異議申し立てが成功した結果としての取り消しと、関連するポリシー違反の是正後の取り消し)に基づいた件数の内

¹¹ デジタル広告分野評価案3-2-5を参照。

¹² デジタル広告分野評価案3-3-5を参照。

¹³ Google アドマネージャー ヘルプの「[Google パブリッシャー向けポリシーと制限コンテンツについて](#)」および「[広告配信に影響を与えるポリシー違反を解決する](#)」をご参照ください。

訳を提供するようGoogleに求めています。¹⁴Googleは、透明化法の要件に従い、利用事業者からの苦情や紛争をどのように扱うかについて正確な情報を提供するために、適切な体制を確立し、維持するために取り組んできました。これを踏まえ、Googleは貴省の当該追加要求を慎重に検討しましたが、この特定の内訳を提供することは、透明化法第3条および指針第1.2項の原則に反し、過度な負担を課すことになると考えます。

アリストア分野評価案への回答と明確化

- 3.7 たとえば、Googleは、専任の担当者が割り当てられていない利用事業者の環境の違いを考慮した自主的な施策を実施するよう期待されています。¹⁵しかし、Googleが現在採用している、あらゆる規模のデベロッパーと連携するためのアプローチとプロセスは、すでにこの提言に対応しています。すべての利用事業者に専任の担当者を割り当てることは不可能ですが、Googleは、各段階でデベロッパーをサポートするよう設計された多様なコミュニケーションチャネルを通じて、幅広い規模のデベロッパーと連携しています。これらのチャネルには、技術的なサポート、教育リソース、ポリシーフィードバックおよびコミュニケーションチャネル、デベロッパー同士が繋がって知識を共有できるコミュニティフォーラムへのアクセス、そしてGoogle Playの利用に関連する重要なトピックが議論されるGoogle主催のイベントが含まれます。Googleの専任のデベロッパーサポートチームも、Google Play上のアプリに関する質問に答えるために、すべてのデベロッパーが利用可能です。さらに、Developer Support Resourcesのページからは、Google グループのフォーラムにアクセスでき、デベロッパーはそこで質問や懸念事項を投稿したり、他のデベロッパーからのフィードバックを得たりすることができます。¹⁶
- 3.8 Googleは、拒絶措置の必要性および適切性、ならびに事前通知の例外適用の判断に関して、さらなる慎重な判断を行い、また、拒絶措置に関して相互理解を促進することも求められています¹⁷。Google Playのポリシー違反に対応するGoogleの違反措置は、常に違反の重大性に比例しており、デベロッパーに対して意見を述べる機会や問題に対処する機会を与えています。Googleはまた、Google Playのポリシー違反免除プログラムのように、デベロッパーに対する違反措置の影響を軽減するための手段をすでにも講じております。相互理解を促進するために、Googleは、ヘルプセンターのウェブフォームや「ポリシー違反の管理」ページ¹⁸などの違反報告の連絡窓口、さらには「アプリの確認」ページで案内される再審査請求の連絡窓口へもユーザーを誘導しています。¹⁹しかし、すべてのステークホルダーの利益のバランスを取るため、悪意のある行為者がGoogleのプラットフォームとユーザーにもたらす可能性のある重大なリスクも考慮しなければなりません。特に、Google Playのエコシステムを利用者とデベロッパーにとって安全に保つことがGoogleの最優先事項であり、Googleは、エンドユーザーを含むエコシステムにリスクをもたらすと検出されたアプリに対して、即座に措置を講じる能力を保持する必要があります。たとえば、2024年だけでも、Googleは130万件のアプリが過剰な、または不必要な機密性の高いユーザーデータへアクセスすることを防ぎました。
- 3.9 Googleは、利用事業者がPlayの利用規約と条件を理解するために求めている情報を容易に見つけられるよう、追加の取り組みを実施するよう求められています。しかし、Google Playはすでにデベロッパー ポリシー センター²⁰を通じて一般公開されている明確な外部ポリシーを維持しており、これはデベロッパーが期待される行動規範の基準を理解し、Google Play上でアクティブなアプリを維持することに役立っています。Googleはまた、新しいポリシーの公開をより容易に特定し、理解できるようにするための追加的な措置を講じています。たとえば、Google Playは、ポリシーセンターにおけるデベロッパー エクスペリエンスを向上させるために、「ポリシーの期限」ページ²¹を公開しました。このページは、デベロッパーがポリシーの期限をより迅速に確認できるようにし、ポリシー変更をよりよく理解するためのリソースに加えて、より明確な次に取るべきステップを提供しています。

¹⁴ デジタル広告分野評価案の3-3-5を参照。

¹⁵ アリストア分野評価案の2-1-5を参照。

¹⁶ Android Developers の「[Developer Support Resources](#)」をご参照ください(英語版のみ)。

¹⁷ アリストア分野評価案2-3-5を参照。

¹⁸ Play Console ヘルプの「[ポリシー違反の管理](#)」を参照。

¹⁹ Play Console ヘルプの「[アプリの確認](#)」を参照。

²⁰ Google Playの「[デベロッパー ポリシー センター](#)」を参照。

²¹ Play Consoleヘルプの「[ポリシーの期限](#)」を参照。

3.10 Googleは、利用規約や条件の大幅な変更が利用事業者に与える影響の評価を行い、受け取った情報に基づいて運用の改善を行うよう求められています。しかし、新しいポリシーまたはポリシーの更新ごとに、Google Playのポリシー担当チームは、影響評価を実施し、ポリシーの策定や更新の背景にある主要な要因を把握し、それが利用者およびデベロッパーのコミュニティに与える影響を考慮しています。これには、日本のデベロッパーからのフィードバックを集約することも含まれます。また、ポリシーの適用開始後も、デベロッパーからのフィードバックは随時考慮されます。たとえば、Googleは、2023年11月に導入されたアプリのテスト要件が、一部の小規模および個人デベロッパーにとっていくつかの課題を提起したことを認識しました。これに応じて、Googleは2024年12月に、必要なテスターの数を20人から12人に削減しました。アピリストア分野評価案が認めているように、この重要な変更は、デベロッパーのフィードバックに耳を傾け、彼らにより良いサービスを提供するためにポリシーを改善しようとするGoogleの取り組みを示しています。

4. 結論

- 4.1 Googleは、これまでの報告期間における貴省の積極的な取り組みと、Googleの協調的なアプローチが、アピリストアおよびデジタル広告の分野における透明性の向上に大きく貢献したと考えています。上記で述べたフィードバックは、法律の枠組みを支える共同規制の重要な原則を尊重しながら、透明化法の目的をより効果的に達成するために、制度をさらに改善することを目的としています。Googleは、日本のデジタル広告分野における相互理解を促進するため、今後も貴省と継続的に連携していくことを期待しています。
- 4.2 また、過去4回の報告期間にわたり、アピリストア分野に関してGoogleと密に連携していただいた貴省およびモニタリング会合に感謝申し上げます。今後も、Googleはスマホソフトウェア競争促進法への遵守の一環として、この分野における透明性の促進に向けた取り組みを継続していく所存です。

経済産業省商務情報政策局情報經濟課デジタル取引環境整備室

パブリックコメント御担当者様

「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基づく特定デジタルプラットフォームに対する経済産業省大臣による評価（案）」に対する意見

[氏名]	楽天グループ株式会社 [REDACTED]
[住所]	[REDACTED]
[電話番号]	[REDACTED]
[FAX番号]	
[電子メールアドレス]	[REDACTED]
[意見]	
別紙記載のとおり	

別紙

第一 総論（評価案全体について）

評価（案）全体について、以下の点を考慮し改善すべきであると考えます。

1. 「注視する」との文言等の意義について

（1）意見

評価に係る文言（「注視する」、「期待する」及び「求める」）の法的意味合いを明確にし、大臣評価の冒頭に記載をするべきです。

（2）理由

本年度の大蔵評価の評価文言では、新たに「注視する」との文言が加わっていると思いますが、上記評価の文言（「注視する」、「期待する」及び「求める」）の法的意味合いについて大臣評価で触れることはなく、昨年に引き続き意義が不明確となっています（特に「期待する」及び「注視する」の関係が不明確です。）。

昨年度の大蔵評価のパブリックコメントの公表結果¹（令和7年2月14日付提出意見番号3回答）によれば、回答結果として「求める」「期待する」の文言の意味が説明されているものの、本年度大臣評価案の中で説明の記載がない点で不十分です。

デジタルプラットフォーム提供者は大臣評価の評価文言を踏まえ法的リスク、課題を理解し、プラットフォームの改善につなげるものと理解しております（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、「取引透明化法」）9条6項）。したがって、評価文言の記述は、翌年度の改善計画を考えるうえで、重要な意味を持ちますので、評価文言の意味については大臣評価中に記載していただきたいと考えております。

殊に大臣評価案の記述にあたって、上記の昨年のパブリックコメントの回答結果に従うのであれば、「求める」とされているものについては、いず

¹ https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/digitalplatform/pdf/2024_sannkou1.pdf

れも取引透明化法及び指針から直接的にそのような義務があるとは読み取れないものとなっているので、具体的に法令・指針のどの部分をどのように解釈するとこのような義務につながるのか根拠を明示していただきたいと考えております。また「注視する」という評価文言については、「求める」との評価文言よりニュアンスが弱く感じているものの、取引透明化法の法的義務との関係で違反事実の認定が前提となるのか否か、「期待する」との評価文言の棲み分け、国がデジタルプラットフォーム提供者に改善を期待する期待感の大小が分かりにくく、それぞれの意義を明確に説明いただきたいです（なお、以下では「求める」、「期待する」の意義は昨年のパブリックコメントに従い、「注視する」は語感より「期待する」より改善への期待の程度が軽微であることを前提に本パブリックコメントを記述します。）。

2. モニタリング会合の運営について

（1）意見

評価プロセスにおいては、書面の往復による報告書、質問、更問への回答だけでは十分ではないと思料する事業者に対しては、希望を確認の上、プレゼンテーションの機会付与を行うべきです。

（2）理由

本年度は、従前と異なりモニタリング会合では²、書面2回の往復のみで終わっている一方、大臣評価案の記述の一部についてデジタルプラットフォーム提供者側の認識と異なるようなモニタリング会合の審議や大臣評価案での事実認定が認められました（なお、事実誤認と考える点は各論でそれぞれ記述します。）。

この点、書面審理は、国及びデジタルプラットフォーム提供者の工数面で負担軽減に資する取組であった点は評価できるものの、他方で、今年度の大蔵評価案のプロセスを踏まえると今年度のモニタリング会合では昨年に比べ審議が書面の提出のみであったことで、結果として一方的にデジタ

² 本年度のモニタリング会合の運営状況につき

https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_platform_monitoring/index.html

ルプラットフォーム提供者側が批判をされる形となり、必要な補充説明等ができなかった点で行政手続として不備があるものと考えます。そのため各デジタルプラットフォーム提供者側において少なくとも口頭での説明を希望する場合は、プレゼンテーションの機会を付与することが相当と考えます。

3. 大臣評価案の判断の公正性確保について

(1) 事業者アンケート³の活用方法について

ア 意見

大臣評価の評価欄⁴の記述の順序を見直し、よりデジタルプラットフォーム提供者の課題が明確に伝わるようデジタルプラットフォーム提供者の具体的な課題をより明確に記述した記述内容となるよう記述を見直し、修正すべきです。

イ 理由

本年度大臣評価案では同評価欄（本文の記載中、四角の罫線で囲まれた記述箇所）の大部分について、①定期報告書、モニタリング会合の質問・更問回答の内容（事実及び一部肯定的評価）を記述した上、②事業者アンケートの不満や課題に関する声を引用し、「これを踏まえ」という形で③大臣評価案の指摘を記載する3段階構成となっております。

この点、るべき判断の過程は、まず⑦.事業者アンケート及び定期報告書があり、次に①.これら⑦から抽出される各デジタルプラットフォーム提供者が抱える課題感を踏まえモニタリング会合から質問や更問が発出され、最後に⑨.上記⑦及び①の分析結果を踏まえた大臣評価案が作成されるものと理解しております。

³ 「事業者アンケート」とは、令和6年度経産省作成の「令和6年度『総合物販オンラインモール分野』のデジタルプラットフォーム利用事業者アンケート調査結果」（モニタリング会合第1回 参考資料2-1）。

⁴ 大臣評価の「評価欄」とは、「2025年度デジタルプラットフォームの透明性・公正性に関する評価（オンラインモール分野）」の大臣評価の記載中、I 重点テーマに係る透明性・公正性に関する評価中「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」に係る記載部分及び、II 2024年度評価における指摘事項のフォローアップに関する「デジタルプラットフォーム提供者における取組状況のフォローアップ」に関する記述部分をいう。

しかしながら、本年度の大臣評価案では、これら判断過程を踏まえた記述になつてないことから、モニタリング会合からの質問や更問回答結果が、定期報告及びアンケートから導き出された疑問の解消にどの程度役立ち、これらを対照分析した結果、どのような課題を導き出し大臣評価案の指摘に至ったのか記述がなく、判断の道筋が理解しにくいものと考えております。事業者アンケートは本来であれば、その結果を十分審議して、その結果、課題とされた事項の改善をデジタルプラットフォーム提供者に求めことがあるべき姿と考えるもの、現段階ではそういった十分な審議がされておらず、事業者アンケートで不平や不満の声があるから、改善を求められているように読める形式となっております。

モニタリング会合では大臣評価を行うため、審議を行った上、評価に必要な意見を提出していることから（取引透明化法9条4項参照）、そこで取りまとめられた各デジタルプラットフォーム提供者の課題を明確に記述した上、評価を行って欲しいと考えております。

本年度の評価欄の記述は、デジタルプラットフォーム提供者側において、事業者アンケートである懸念の声について、モニタリング会合の質問等に回答し客観的事実をもって、問題がないことを立証したと考える事実がある中、それでもなお、大臣評価で指摘が付いている項目が散見され（例えば、P31～32における弊社の検証の取組が考慮されていない点やP79～80で自社優遇について懸念払しょくのための弊社の説明が考慮されていない点など。なお、事業者アンケートについては後記第二、各論1、(1)、イに記載の通り、母集団の選定方法に看過し得ないバイアスが含まれたアンケート結果を基礎に大臣評価の指摘がされているものであり、評価自体が失当なものが含まれていると思料）、結果として、具体的に何を改善すればよいのか国側の問題意識が判然としない内容と受け止めております（モニタリング会合の質問等への回答をもって事業者アンケートで指摘するような疑念が解決したと考える項目の例として、有償サービスの受入要請（P74～75）返品の受入要請（P87）のパブリックコメントなど参照）。

取引透明化法は、共同規制構造のもと（取引透明化法3条）、毎年の定

期報告に対して、大臣評価を通じ官民共同のもとデジタルプラットフォーム提供者に関する取引環境の改善をはかるものと理解しております（取引透明化法9条6項）。そのため、国の問題意識をよりクリアに捉えられないと適切な運営改善は図れないものと考えております。

よって、大臣評価をするにあたり、評価欄の記載を見直し、モニタリング会合の質問及び更問回答結果を分析した結果、デジタルプラットフォーム提供者側にどのような課題があったのかより明確に記述（上記③記述部分の充実化）するよう記載全体を見直し修正すべきです。

（2）消費者保護の位置付けについて

ア 意見

大臣評価にあたっては消費者保護関係法令への影響も考慮して、モニタリング会合の審議及び大臣評価を行うべきです。

イ 理由

デジタルプラットフォーム提供者は提供条件の開示（作成及び変更）の際は、取引透明化法が規律する、出店事業者の利益保護を考慮するほか（取引透明化法1条）、各種ユーザー（消費者）保護に関する多様な法令等も遵守して（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、特定商取引に関する法律、消費生活用製品安全法、製品安全誓約⁵など）、これらの利害バランスを調整しながらプラットフォームの運営を行っています。

この点、プラットフォーム運営にあたり出店事業者保護とユーザー保護については利益が相反することが多々存在するものと認識しています（例えば、様々な商材について商品登録、表示ルールを厳格に定めて、違反に対して厳しく取締りを行う場合、消費者保護は図れる反面、出店事業者には過酷なルールとなります）。これら利害関係人の利益の確保を調和的に実現するのがデジタルプラットフォーム提供者の役割と認識しています。実際、弊社においても取引透明化法の遵守体

⁵ https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/product_safety_pledge

制を構築すると同時に、製品安全誓約に署名し消費者庁等と連携しながらユーザーが安心安全にお買い物いただける環境の構築に努めているところです。

本評価案の前提となる、モニタリング会合の議論において、非公開の部分もあり審議の全体は不明であるものの、取引透明化法の観点からデジタルプラットフォーム提供者対出店事業者の二項対立の視点から検討がなされている反面、大臣評価で指摘を行うことで消費者行政にどのような影響を及ぼすかについて考慮されている記述は見あたりません。

確かに、取引透明化法は概ね前者のルールを規律するものであるから、議論の方向が出店事業者の保護の視点を中心となりやすい点は理解できます。しかしながら、例えば本年の大臣評価案でも、エンフォースメントの実効性等の議論や検討の過程では、消費者保護へ及ぼす影響を十分に検討した過程がなく（詳細は各論に記載しますが、例えば大臣評価案 P27 では、違反点数制度の運用についてより制限的でない方法の検討を求める記述など）大臣評価案にしたがった運用をする場合は、消費者保護の観点から不十分な運用になると捉えています。

今後モニタリング会合の運営にあたっては、一方で取引透明化法が規律する出店事業者とデジタルプラットフォーム提供者との相互理解の促進の取組を通じた出店事業者の保護の視点を中心に捉えながらも、他方で消費者保護等関係法令等も考慮した、多数利害関係人の利害調整を行っているプラットフォーム運営実態に即した、消費者保護の視点も反映されるようなモニタリング会合の体制作り（例えば、委員構成の再考）を行うべきです。

第二、各論 1（重点事項の評価について）

1. 苦情の集計（P17～22）（定義関係）

（1）意見

- ア 大臣評価案の評価欄記載中、「苦情の定義を拡張する再検討を求める」

とあるのを「苦情の定義を拡張する等再検討の取組みを注視する」との文言に修正すべきです（大臣評価案 P22）。

イ 仮に、上記アのとおり修正できない場合、「苦情の定義を拡張する等再検討の取組みを期待する」と修正すべきです（大臣評価案 P22）。

（2）理由

大臣評価案では苦情の再定義の検討を求める根拠として、要旨①DPF相談窓口への相談状況及び②経産省実施のオンライン利用事業者へのアンケート結果をあげて、弊社の苦情の集計に漏れがあると判断し苦情の定義を拡張する旨の再検討を求めております。しかしながら、以下の事実を考慮すると上記大臣評価案の指摘は、正しい事実に基づかず判断しており、必要以上にデジタルプラットフォーム提供者の自律的なプラットフォーム運営に干渉する指摘であることから、法の規定に照らし不相当であり（取引透明化法 9 条 2 項、3 条、1 条）、上記（1）のとおり、評価文言の修正をすべきです。

ア 弊社の苦情の定義が合理的なこと

（ア） 弊社は苦情の定義を「①楽天市場への出店に関する当社の行為（作為または不作為）によって、出店契約上の地位やサービス利用に支障が生じ、店舗運営に具体的な経済的損害が発生した場合で、②規約・ガイドラインの公正な適用によって解決可能なもの」と定めています（定期報告書⁶P4）。これに基づき、本年度の定期報告書では、苦情につき 144 件集計し、これを報告しています（同報告書 P6）。

（イ） この点、取引透明化法 9 条 1 項 2 号は「苦情の処理及び紛争の解決に関する事項」を定期報告書の記載事項と定め、同法施行規則 14 条 2 項 1 号では、「苦情の件数」の報告を規定しています。同施行規則が定める「苦情の件数」の報告については貴省よりパブリックコメントにおいて「特定デジタルプラットフォームの運営実態等

⁶ 定期報告書（以下引用する場合は共通）

https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_platform_monitoring/pdf/2025_001_s01_02.pdf

に応じて適切かつ合理的に設定した定義等に基づき集計することが可能」と説明がされています（令和3年2月経済産業省、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施行規則（案）に対する意見公募の結果⁷・コメント 43、44 回答）。そのため、法が定める相互理解の促進を図るために必要な措置（取引透明化法7条1項）という趣旨に反しない限り、苦情の定義及び集計はデジタルプラットフォーム提供者の自律的判断に委ねられた事項と理解しております（取引透明化法3条、1条）。

- (ウ) この点、弊社の上記で定義する「苦情」は、例えば出店契約上の地位や経済的損失と関係ない抽象的な規約ガイドラインの解釈や効力に関する主張等を除外する等社内で総合的に検討し、適切かつ合理的と判断した基準として定めた経緯があります。
- (エ) 本年度大臣評価案では再検討を「求める」と記述がされていますが、この場合、前年度の大臣評価案のパブリックコメントによるデジタルプラットフォーム提供者側の法律等に違反している事実が前提になるかと思います。しかしながら、弊社の上記苦情の定義の作成の経緯に照らすと、苦情は「適切かつ合理的に設定した定義等に基づき集計することが可能」（上記（イ）令和3年2月パブリックコメント）なわけですから、原則として定義の作成、集計についてデジタルプラットフォーム提供者の自律的判断に委ねられており、「求める」という形であたかも法令で定める義務に違反があったと指摘するのは相当ではないものと考えております。

イ 利用事業者へのアンケートの活用に誤りがあること

- (ア) 大臣評価案では、評価根拠の1つとして事業者アンケートを用いていますが、同アンケートの評価については、回答者の約2割が「苦情及び問合せを行ったこと」があること、約1割弱が「出品削除・停止処分に対する異議申立てをしたが納得をしていないこと」

⁷ 令和3年2月経済産業省、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施行規則（案）に対する意見公募の結果 <https://public-comment.e-gov.go.jp/pcm/download?seqNo=0000213871>

をあげ、これが明らかな苦情に該当することを根拠に、苦情の定義の拡張も求めております。しかしながら、アンケートの分析に以下のとおり問題があることから大臣評価の根拠として引用することは不相当であると考えます。

- (イ) まず、苦情等について、事業者アンケートでは、「アカウント停止または削除について、当てはまると思うものを全て選択してください」という形式で、「問題なかった」という回答が選択できないような選択肢を用いて、アカウント停止等に対して異議を申し出た当事者に質問していますが（アンケート P41 の Q27）、不満の内容を誘導する形で質問を問う内容となっています。そもそも回答者は処分に対する異議を申し出た事業者に限定されており、これら抽出された回答者に回答前から何らかの不平や不満があることは明らかであり（例えば「違反点数の加点に納得がいかない」など）、必然的にデジタルプラットフォーム提供者の対応に納得感があることは少ないものと思われます。そういう結果を踏まえ、大臣評価案では約 1 割の出店事業者が異議に対して納得した説明が受けられていないことを摘示しますが、当該数値については上記アンケートの建付け上、不可避な数値と思われます。どのように苦情の定義を拡張しても、現在の質問の建付けでは、この数値がゼロになることは想定されることではなく、このアンケート結果をもって、改善を「求める」ことは課題のレベル感に対してデジタルプラットフォーム提供者側に求める要求が過大と考えます。
- (ウ) なお、回答者の属性は分かりませんが、回答者の中に、例えば、偽造品などの悪質な違反による解除をされた事業者が含まれる場合は、措置の詳細な理由等の説明は想定されず、全件「納得がいく説明」が受けられないことは当然と考えております。
- ウ 弊社が把握する課題感と大臣評価指摘の相違及びデジタルプラットフォーム提供者への波及効果について
- (ア) 弊社は、現在、法 9 条 1 項 2 号の趣旨に鑑みて、自主的な取り

組みを通じて「苦情」の集計分析を行い、これを通じて年々改善しながら、より効果的な出店事業者との相互理解の取組を実施してきています。大臣評価案が指摘するような、苦情のスコープから漏れたような集計もれ苦情案件があるとすれば、当該集計漏れの案件は、苦情の定義の問題に起因するものではない可能性があるものと分析しています。

(イ) 本年 10 月 20 日に開催された、第 8 回モニタリング会合において、本指摘事項の背景事情として楽天の EC コンサルタントの苦情集計の精度に課題感があり本指摘がされた旨の言及があったところです（議事録は公開されていないものの、本大臣評価案 P20 「また、経産省の設置」で始まる段落参照）。しかしながら、出店事業者との関わり方もデジタルプラットフォーム提供者ごとに独自性があり異なるところ、本指摘事項は、他のデジタルプラットフォーム提供者も含め一律に苦情の再定義で苦情の集計もれの課題解決を図る方法を選択しており、デジタルプラットフォーム提供者間の差異を考慮していない点で不相当と考えます。少なくとも弊社においては EC コンサルタントについても、出店事業者との関わり方が多様であり、必ずしも全ての不平、不満、ご意見を余すことなく記録化することは困難な側面もありつつ、苦情については EC コンサルタントにおいて確実に把握し、もれが生じないよう苦情紛争窓口へエスカレーションをはかることが重要と考えております（モニタリング会合の更問⁸ 7 回答）。大臣評価案（P20）では「EC コンサルタントへ相談しても件数が 46 件接到している」と指摘がありますが、そのような事がないよう取引透明化法の苦情・紛争窓口の周知徹底及びサービスや法令等に関する EC コンサルタントへの教育を徹底しているところです（モニタリング会合重点事項更問 4）。そのため、法 9 条 1 項 2 号の趣旨に鑑みて「苦情」については適正に集計

⁸ モニタリング会合の更問（以下引用する場合は共通）

https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_platform_monitoring/pdf/2025_007_02.pdf

を行っているものと認識しています。

- (ウ) これに対して、大臣評価案では EC コンサルタントの集計について言及しますが、人と人とのコミュニケーションを重視するビジネスモデルを採用する限り、ご指摘のような集計漏れへの懸念は、継続的改善対応をはかるにしても、およそ消えることはないものと考えております。プラットフォームビジネスの性質上、プラットフォームに対する何らかの不平、不満等が完全に消えることはおよそ想定されませんが、それらすべてを余すことなく「苦情」として捉え、これらすべてを厳正に対応しなければならないという方向で議論を進めることは、デジタルプラットフォーム提供者のビジネスモデルの自律性や独自性を根幹から否定することにつながりかねないと考えます。それでも本指摘を維持するのであれば、当該指摘はもはやデジタルプラットフォーム提供者の改善の問題ではなく、単に国側の「不平や不満等の申立数や内容を知りたい、数字を把握したい」という数値把握や管理の問題に過ぎないと考えております。現段階では、本年度報告したとおり「苦情」「その他」の声を集計とともに、各対応窓口においてこういった声（特に「その他」の声を中心に）を分析し改善に役立てております（定期報告書 P8）。そのため、大臣評価案記載の DPF 相談窓口に相談があった約 200 件と、弊社の計上した苦情約 160 件の差約 40 件については、「苦情」ではなく「その他」でカウントし、集計している可能性が高いものと考えますが、出店事業者との相互理解のため、申出に対応し結果を改善に役立てていることに変わりはなく、把握できていないという問題ではなくカウント上の分類をどうするかの問題に過ぎないと考えています。
- (エ) もとよりデジタルプラットフォーム提供者の人的リソースに限界があり、およそ出店事業者からの何らかの不満の意見の表明、意見など何でも幅広く「苦情」という枠組みで捉え、苦情紛争窓口における厳正な対応を求めた場合、かえって「苦情」件数が従前より

も過多となり、専門窓口で対応できないという弊害を生じうるものと考えています（現に既に一部デジタルプラットフォーム提供者側でそのような問題が生じかかっているものと認識しています。）。

2. 苦情の集計（定義の考慮事由関係）（P17～22）

（1）意見

- ア 大臣評価案の評価欄記載中「『その他』に振り分けられた情報についても、その後の分析や運営改善に資する情報の抽出を視野に入れることも考えられる。」とある部分の記述の削除をすべきです。（P22）
イ 仮に、上記アの記載の削除が困難であれば、太字、下線で記載するのは不相当であり訂正すべきです。

（2）理由

- ア 今年度の定期報告書記載のとおり、既に「その他」の意見については出店事業者との相互理解の目的で分析改善に活用しています（定期報告書 P8）。
イ 取引透明化法上「苦情」に該当しない、例えば単なる不満、不平やご意見などの「その他」の意見については、取引透明化法の規定上、報告義務がないものと理解しています。現状「その他」意見も各担当部署において独自にデータを集積しているものの、透明化法の定期報告のためにこれを類型ごとに集計して報告書用にデータを作成していない状態に過ぎません。理論上運営改善に資する情報の抽出は可能であるものの、法律の解釈に従い現段階では特に報告は行っていないものです。大臣評価案のうち「その他」の情報を国側からデジタルプラットフォーム提供者に対して、明示的に抽出（提出）を求めるることは、法定の義務以上の点について要求しており、削除相当と考えます。

ウ 。

3. 不正者への不要な情報開示を避けつつ、措置理由のコミュニケーションを行う工夫について（措置理由の説明関係）（P22～27）

(1) 意見

大臣評価案の評価欄記載中、「措置理由の具体性に関して…丁寧な説明をすること、また、具体的な取組み状況について定期報告書に記載することを期待する」との記述のうち、「期待する」との記載を「注視する」に訂正すべきです（P27）。

(2) 理由

ア 大臣評価案では、弊社においては解除事由について違反事実を可能な限り条項のほか要旨及び違反となる商品の URL を記載するとともに、記載に不明点がある場合は窓口を記載し、認定した違反事実に対して丁寧に認否の確認を行っています。また解除通知書の記載は事業者の声を踏まえながら定期的に改善、修正を行っているところ（定期報告書 P36、モニタリング会合更問 17）、今年度大臣評価が求める国への必要な説明を行っているものと認識しており、大臣評価において「引き続き改善の必要がある」と認定した上、改善を「期待する」と記載されるほど重大な違反等はないものと考えています。この点、課題があるのであれば、措置理由の具体性に対して、弊社の報告内容に対して事実ベースで改善が必要な理由、課題（例、●●の通知書面に明確に解除事由が記載されていない等）及び法令上の根拠の記載が必要と考えますが大臣評価案に記載がありません（なお、大臣評価案中に言及のある、事業者アンケートについては後記イのとおり）。よって、「期待する」と指摘するのは不相当と考えます。なお、評価欄の記述を維持するのであれば、大臣評価の記述中に指摘理由の補充説明を求めます。

イ また、大臣評価案は、楽天に対して、エンフォースメント実施の際、更なる丁寧な説明等を行うよう求める根拠として、事業者アンケートの結果（事業者への説明の理由が具体的でない 18%、納得のいく説明が受けられなかった 9%）をあげた上、「こうした点を踏まえると」理由の具体性に改善の必要があると説明しています。

しかしながら、そもそも以下に記述するとおり、本評価案の根拠となる事業者アンケートの集計方法及び分析・活用に疑問があり、これ

を大臣評価の根拠とすることは「事実」に誤りがあることから、評価の公正性を欠き不相当であると考えます（取引透明化法9条2項）。

すなわち、同アンケートは、要旨、通知書記載の理由の不十分さや説明の納得感の不足を指摘するものですが、同アンケートの回答者はアカウント停止等処分を受けた事業者を対象としており（事業者アンケートP40のQ26）、質問事項は当該不満をもっている事業者を対象に回答の選択肢（リスト）の中から、「不満がない」という選択肢がない中、不満について「当てはまると思うものを全て選択してください（複数回答可能）」と、不満の抽出を誘導する形で実施するものとなっております。そのため、事業者アンケートはおよそ不満の数がゼロにならない形式の設問となっています。その上で、説明に具体性がないと回答した事業者は18%となっておりますが、設問の建付けや回答の評価の面でこの数値を引用して当該評価が直ちに改善を「期待」されるほどデジタルプラットフォーム提供者側に問題（課題）があると評価されるかは疑問があります。このような形式のアンケートを基礎とした場合、デジタルプラットフォーム提供者側がおよそどのような取り組みをしても、出店事業者側の不満がゼロとならない仕組みといえますので、これを評価の根拠として引用することは不相当と考えます。そのため、当該事業者アンケートの質問項目を主要な根拠として導いた大臣評価案は、判断の根拠とした事実の評価に誤りがあり不相当と考えます。

4. 不正者への不要な情報開示を避けつつ、措置理由のコミュニケーションを行う工夫について（違反点数制度関係）（P22～27）

（1）意見

ア 大臣評価案の評価欄記載中、「該当の事案において違約金を賦課する必要があるか、違反点数に比して違約金が過度な負担になっていないか…考慮して、違反点数制度の見直しを行うことや、より制限的ではない他の代替的手段を用いること等によって…継続的に対応改善を図っていくよう求める」との記述の削除をすべきです（P27）。

イ 仮に上記アの訂正ができない場合、評価欄記載中中「継続的に対応改善を図っていくよう求める」とある部分を、「継続的に対応改善を図っていくよう取組みを注視する」と訂正の上、文末注記を付し、「※本指摘に基づき違約金を賦課することそのものの見直しは含まない。」との注記の記載をすべきです。

(2) 理由

ア 大臣評価案では、要旨、違反点数制度のもと違約金の賦課について適正なプロセスの確保や継続的な改善の検討を求めてています。しかしながら、共同規制構造の下、違反行為抑止のため、どのような手段を取るかは各デジタルプラットフォーム提供者の特性に応じた事業者の自律的な判断に委ねられているところ（取引透明化法3条、1条）、弊社においては、違反点数制度及び同制度に基づく違約金の賦課については、従前出店事業者による違反が反復継続した過去を踏まえ、試行錯誤の結果、最適化した制度として2016年より開始しております。制度の構築、運用にあたっては、制度開始以来、法改正や社会の変化の状況を踏まえながら、違反行為ごとの違反点数の配点を加減調整するなど見直しを行いながら適時適切に制度の改正、運用を行っているものです（これまで2019年に違反点数の見直し改正をおこなったほか、本年も改正予定）。そのため、かかる運営の現状を踏まえると、大臣評価案において継続的に対応改善を図っていくことを求めているのであれば、大臣評価案では当然のこと（既に実施済みのこと）を確認的に述べているに過ぎませんので、指摘に係る記述の削除をお願いしたいと考えております。なお、仮に「求める」と法的な義務に違反しているような形で大臣評価に記載される場合、弊社のどのような違約金の運用部分が、取引透明化法のどの条文に抵触しているか明らかでなく、当該記載を欠いた状態で大臣評価を行うことは不相当と考えます。そのため、本大臣評価案の指摘を維持されるのであれば、弊社のどのような制度又はその運用がどのように取引透明化法に抵触しているかより具体的に明示していただきたいと考えております。

イ なお、念のため補足しますと、上記の違約金及び違反点数制度の経緯は、従前は誓約書制度で違反対応していたところ消費者保護が十分に図れていない実情を考慮して 2016 年に導入したものとなります。導入にあたっては、違反行為の抑止や再発防止、金額面の相当性、違反と制裁のバランスを十分考慮したうえ、出店事業者向けの説明会での意見聴取や説明の通知文書を発出するなど出店事業者に十分な説明を行い、理解を得て導入したものです。違反点数制度及び違約金の賦課については、消費者（ユーザー）保護の観点から、安心安全な商品を届けるため極めて重要な施策と位置付けております。デジタルプラットフォーム提供者は出店事業者との相互理解のほか、消費者サイドの保護とのバランスをはかり制度を構築する必要があるところ、大臣評価の指摘は、消費者保護の視点が欠落し何ら考慮がされていない点で不相当と考えております（この点、大臣評価案の結果から振り返ってみると、モニタリング会合のプレゼンテーションにおいて、こういった弊社の取組や考えを説明させていただく機会があれば認識の相違が生じなかつたのではないかと考えております（上記第 1 の 2 及び 3 (2)）。）。

ウ また、大臣評価案は「より制限的ではない他の代替的手段を用いること等によって」と記述がありますが、違反点数制度のもと違反行為の抑止のために違約金の賦課は必要と考えており、両者不可分一体と捉えております。違反点数等の加減等の見直しを行う中、どのような理由で違約金の賦課の見直しをする必要があるか、消費者保護への影響についてどのように考えているか等具体的な理由の説明がなく違約金の賦課に代わる代替的手段の検討に言及することは不相当と考えます。

なお、違約金は弊社と出店事業者との合意によって課しており、民法等の法律の規定に照らし問題がないものと整理しております。また上記イで説明した導入の趣旨に照らし、違反の重大さに応じて金額の多寡を定めています。また、額面において公序良俗に反する額を定めるものでもなくデジタルプラットフォーム提供者において制度として運用することは何ら問題がないものと理解しております。

- エ 出店事業者保護と、違反抑止の実効性のバランスをとるのであれば、違約金の運用面において弾力的な運用を行えば足りるものと考えております。一部の行為については、そもそも違反点数に加点猶予の規定を設けているほか、実際、違約金の措置の実施については弾力的に行う旨の開示を行っております（非公開で提出した違反点数制度に関するガイドライン記4 注意事項2）。
- オ 上記を踏まえると、大臣評価が指摘するような法令に違反する状態は生じておらず、違反に係る事実の摘示がないまま、大臣評価において改善を「求める」と指摘することは、評価の基礎となる事実に脱漏及び誤認があり、当該事実に基づく大臣評価は法令の規定に照らし不相当であると考えます（法9条2項）。よって、上記（1）意見のとおり修正をすべきです。

5. 検索結果の決定要素（懸念の払拭関係）（P27～32）

（1）意見

大臣評価案の評価欄記載中、「検索結果における取扱いに関する懸念に対応した…取組み内容について定期報告書において具体性を持って記載することを求める。」との記述の文末を「記載することを期待する。」に修正すべきです（P32）。

（2）理由

- ア 大臣評価案においては、要旨、出店事業者において検索結果における取扱いに関する懸念が生じていることを理由に改善を求めています。
- イ この点、改善を「求める」と強く指摘をするのであれば取引透明化法に違反する程度の懸念が必要と解されるところ、楽天市場については、例えば楽天ファッショなどファーストパーティが上位表示されるなどの懸念が示されている点は承知しています。
- ウ しかしながら、モニタリング会合の重点事項の更問回答（更問31）でも説明した通り、表示の仕組みは非公開情報で経産省に説明したほか、ファーストパーティが上位表示される事実はございません。また、フ

アーストパーティの取扱については適正に運営が行われているか監査を行っている点も定期報告書に記載しています。

エ また、大臣評価案の評価欄で引用する事業者アンケート結果では、なぜそう考えるかの理由（例えば「他の出品者の広告が理由なく上位に表示される」とする回答であれば、どういった広告において、「なぜ理由なく上位」と考えるか等）が全く明らかになっておらず、出店事業者の声が単なる憶測に基づくものか合理的な根拠に基づくものか不明確で、弊社の認識と異なり、現にアンケートの回答のような課題が生じているか否か検証が困難であり、プラットフォーム提供者側として改善を行う端緒とはなり得ないものと考えております。

オ とすれば、出店事業者側の事実誤認を前提として、「およそ何か懸念がある」ということを理由に、「求める」という強い形式で、デジタルプラットフォーム提供者側に更なる「ないこと」の説明を要求することは、不可能を強いるものであり不相当であると考えます。

6. 検索順位の決定要素について（検証結果の開示関係）(P27～32)

(1) 意見

大臣評価案の評価欄記載中、「検索の運用が設計した通りに行われているかについて…定期報告書に記載することを期待する。」との記述を「検索の運用が設計した通りに行われているかについて…定期報告書に記載する取組みを注視する。」に訂正すべきです (P32)。

(2) 理由

ア 大臣評価案では、法9条1項3号及び法5条2項1号ハは「検索により求める商品等の情報その他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用いられる主要な事項」を開示しなければいけないとし、同法省令14条3項は、定期報告書の記載事項として、法9条1項3号に掲げる事項として、利用者に開示した提供条件の内容、及びこれが省令第5条各項に定める方法により開示されたことを示す内容の記載を求めるものとなっています。

- イ この点、弊社では、上記法律に基づく主要な事項の開示を行っているほか、検索順位の検証は、プラットフォーム運営の PDCA サイクルの一つとして当然行われている旨報告済みであり（本年度モニタリング会合の更問 25 参照）、検索順位の決定要素の主要な要素に付加して、検索順位開示後事後検証の仕組みの報告という法律の要請を超える要請をしているのは、どういった根拠や理由に基づいているのか明らかにしていただきたいと考えます。
- ウ なお、仮に本大臣評価案を、デジタルプラットフォーム提供者の改善のための提言と捉えた場合でも、「検索の運用が設計した通りに行われていない」と推測させるような具体的かつ合理的な根拠が示されておらず、プラットフォーム提供者側としてもこれを改善対応に生かすのが困難な状況です。
- エ よって、これを取引透明化法が求める、定期報告の記載事項のように大臣評価案に要求する形式で記載することは不相当と考えます。

第三、各論 2（重点事項以外について）

1. 提供条件の開示内容の改善（P74）

（1）意見

大臣評価案の評価欄記載中、「楽天における、全ての提供条件をそれが全てであると分かるように開示する、自主的取組みについて引き続き注視する。」との記述を削除すべきです（P74 評価欄上段）。

（2）理由

ア 大臣評価案では「契約更新規約」の定期報告書への添付漏れをあげ本件指摘を行っています。

この点、運営 Navi に掲載しているなど事業者向けの規約（限定公開のもの）については添付をしないと内容が分からず、指摘がつく点は理解ができるものと思われます。

しかしながら、「契約更新規約」については、楽天市場のホームページ

ジに常に最新版の内容を誰でも見られる形で公開しており、いつでも入手可能です。（<https://www.rakuten.co.jp/ec/open/attention/>）

（「店舗運営ガイドラインについて」の 01 参照）

イ もとより、提供条件の開示の評価においては、国に正しく報告することより、提供条件がもれなく開示されていることが重要と考えます。そういう事情を踏まえると、「定期報告書に記載の規約については全て提出されたものと考えられる」（P74）のであれば、意図的に情報を隠した等の特段の事情がなければ、国が「注視する」必要は乏しいものと考えます。

2. 有償サービス受入要請（P74～75）

（1）意見

大臣評価案の評価欄記載中「こうした点も踏まえ」から「引き続き注視する」までの記述の削除すべきです（P75 上部評価欄中末尾のパラグラフ部分）。

（2）理由

ア 本評価項目では要旨、事業者アンケートによると RSL や広告サービスなど有料サービスを利用しないと出店事業者が不利益な取扱を受けるのではないか懸念の声が寄せられていることを理由に、大臣評価案記載のとおり弊社の取組を「注視する」と指摘がされています。

イ これを受けてモニタリング会合からも上記取扱の疑念について質問等を受けたものと理解していますが、そこでの回答として RSL 利用の有無で検索順位が下がらないこと、当該検出結果の監視体制など、出店事業者において有償サービスを受け入れざるを得ない状況が発生していない客観的事実は十分説明したものと認識しています（モニタリング会合重点事項の更問 27、28 回答）。この回答について、本大臣評価案では評価がされておらず、結果として何が課題か具体的な指摘を行わないまま、上記指摘を行うことは不相当と考えます。

ウ 大臣評価案の中で「有料サービスを利用している事業者へのラベル付

与率が高い」とアンケート結果を分析し、当該分析結果を踏まえて結論を出していますが、非公開の回答として、有料サービスである RSL 利用者と非利用者の配送ラベル取得者の割合を回答し、そのようなことがないことは客観的事実として説明しております（モニタリング会合重点事項の更問 30）。当該回答が検討・考慮されておらず誤った分析結果に基づいて評価の結論を導いている点で本大臣評価は不相当と考えます。

3. 最恵国待遇（同等性条件）条項の内容・理由（P77～78）

（1）意見

大臣評価案の評価欄記載中「なお、一般論として」から「捉えられる可能性がある」まで削除すべきです（P78 評価欄最終パラグラフ）。

（2）理由

本記述は、弊社の評価の末尾のみに一般論として記載されていますが弊社の評価欄のみに記述されており、他のデジタルプラットフォーム提供者（P96～97 等参照）に記述がないものとなっております。この点を踏まえると、弊社に違反がないのであれば余事記載であり、また一般論の記載位置が誤解を招くものであるから削除をお願いしたいと考えます。なお、弊社の配送ラベルについては、貴省にも提供（付与）条件を開示しており、他のデジタルプラットフォーム提供との対比において付与するものではないことを念のため申し添えさせていただきます。

4. 自社優遇の内容・理由（P78～80）

（1）意見

- ア 大臣評価案の評価欄記載中「こうした点を踏まえ」から「といったことが考えられる」まで削除すべきです。（評価欄の記載中 P79 最後のパラグラフから P80 上段の評価欄の文末まで）
- イ 仮に上記アの削除ができないのであれば、評価欄中「以下の視点を持つことが考えられる」との記述の直前に「例えば、参考として」と付

記をすべきです。

(2) 理由

ア 本評価項目につき、2024 年度の大臣評価において、「内部監査の場合、依然と不透明な点が残るため…外部性を導入することを期待する。」とあるのを受けて、本年度定期報告の評価等がされた結果、大臣評価案において「開示の取組み又は当該開示を行わない場合の判断に十分な理由があったかの自己評価を定期報告書に記載する取組みについて…注視する」旨の評価が行われています。

しかしながら、今年度は弊社において、昨年度の大臣評価の内部監査の透明性の疑義に答えるべく、監査の外部性について、外部の専門家の介入を行い、客観性を確保した形で内部監査を行った旨の定期報告を非公開の情報で行っています（定期報告非公開部分の P73）。このように、大臣評価の指摘に応じる形で改善対応を行っているにも関わらず、この点の取組の評価に言及することなく上記評価（指摘）が行われています。

イ なお、本評価の中で①～③の監査の視点を掲示していますが、大臣評価案の中でこれらがどのような理由で定められたか説明がなく、そのような状態でデジタルプラットフォーム提供者に提示することは不相応と考えます。この点、上記監査の視点は、一般的な記述として記載されているものと思われますが、その点を踏まえてもなお以下の理由のとおり、実務的に見て現実的な監査基準ではなく、削除が相当と考えます。

具体的には、①については「定量的な指標に基づき選定」とありますが、弊社では、流通総額以外にも、楽天市場全体の活性化などのため PoC などの検証を行うこともあり、必ずしも定量的に判断できないものと考えています。また③の基準についてはどのような基準で監査が必要となるか、具体的な説明がなく基準として不明瞭と考えております（なお②の視点に対しては意見なしとなります）。

ウ 仮に、上記結論のとおり削除ができない場合、①～③の基準を立てた

理由が説明されていないことを踏まえ、なぜこの基準で監査を行う必要があるか説明を追記した上、大臣評価案を「例えば、参考として、その際には、以下の視点を持つことが考えられる。」と修文をするべきです。

5. 返品受入要請の条件 (P80～81)

(1) 意見

大臣評価案の評価欄記載中「こうした点も踏まえ」から「確認することが考えられる」までの記述を削除すべきです (P81 上部評価欄中末尾のパラグラフ部分)。

(2) 理由

ア 本評価項目では、大臣評価案では要旨、返品受入要請の評価の中で、ユーザー補償について開示の理由や説明の改善の取組について注視をするものとなっております。

しかしながら、以下のとおり弊社では返品受入要請が起こりえないほか、あんしん補償サービスとの議論の混同があり、本評価項目において指摘が付くこと自体が不相当であり削除相当と考えます。

イ すなわち、まず前提として弊社は、返品については出店事業者ごとに定められたルールに基づき各自対応しており (本年度大臣評価 P80)、弊社から出店事業者への返品受入要請は行いえない状況です。

ウ その上で、あんしんショッピングサービスによる消費者への補償は「不着」「遅延」「著しく異なる商品・欠陥品が届いた」「ブランド模倣品であった」等が生じた場合、ユーザーおよび出店事業者に対して確認・調査を行い、当社所定の条件等を満たしていることを前提に、弊社が補償手続きをおこなうことを内容としたユーザー保護のためのサービスであり、当該補償は、消費者と出店事業者間の返品、解約の有無に関わらず、損害の補償として行うものです。返品・解約に関する消費者と出店事業者との間の協議は、あんしんショッピングサービスとはまったく別のものとなります。そのため、あんしんショッピングサー

ビスによる補償が返品の当否に影響を及ぼすことはございません（モニタリング会合の大蔵評価に対する重点テーマ以外の事務局質問 Q5,6、なお、Q5 添付資料として提出した非公開で提出した楽天あんしんショッピングサービスに関するガイドライン 3(2)※2つ目参照）。

エ このように、返品受入要請と補償は関係がなく、本評価項目で評価するのは相当ではありません。弊社は、あんしんショッピングサービスを通じて事实上返品受入を強制することはありませんので、本評価は事実誤認に基づく評価であり、返品受入要請項目での本評価の削除を強く求めます。

6. 提供一部拒絶の開示（P83～84）

（1）意見

大臣評価案の評価欄記載中「こうした点も踏まえ、楽天においては、メールに」から「取組みがなされることを注視する。」までの記述を削除すべきです（P84 上部評価欄中、末尾のパラグラフ部分）。

（2）理由

本指摘は要旨、規約等違反対応窓口（以下「違反対応窓口」という）の通知文に、「店舗運営 Navi」記載の苦情・紛争窓口の案内の記載を求める内容となっていますが、当該大臣の評価案に係る記述は、以下のとおり取引透明化法に違反することから上記（1）の意見のとおり削除いただきたいと考えております。

ア まず前提として、本年度定期報告に添付した、提供の一部拒絶に関する違反対応窓口からの通知書面は、いずれについても違反対応窓口が送信したメールに返信する方法又は専用ダイヤルに電話する方法の案内がされています（非公開で提出した一部拒絶の通知に関する証拠資料参照）。そのため、通知文に対する、苦情の申入れ先は明確であると思われます。通知文に対する苦情の申出対応は、一次的には内容をよく理解した違反対応窓口で適切な対応がなされることが期待されることから、通知文に「店舗運営 Navi」の苦情・紛争窓口の案内を記載する

方法での弊社の取組みを注視することに疑問があります。

イ もとより、一次的な苦情の申立先については、申出内容に応じた交通整理が必要であるところ、相互理解の促進のための苦情申立先及びそのエスカレーション体制の構築は各デジタルプラットフォーム提供者の自律的判断に委ねられているものと理解しております（透明化法3条、同指針⁹1-1）。

弊社においては、まずは上記アのとおり違反対応窓口（専門窓口）が対応すべきであると設計しており（定期報告書 P8～9）、当該専門窓口で通知文に対する苦情が対応困難と判断する場合は、「店舗運営 Navi」の「苦情・紛争窓口」にエスカレーションされるように設計されています。また、本指摘では、窓口の併記が必要な理由は何も説明されておりません。その上で、仮に通知文の申出先に専門窓口に追加して「店舗運営 Navi」の「苦情・紛争窓口」を追加記載した場合、2つの窓口が記載されることとなり、出店事業者にとってどちらの窓口にどのような申出ができるか棲み分けが分からず、例えば両窓口に同じ申出をする場合があるなどかえって混乱が生じるおそれがあるものと考えます。専門窓口で対応が困難な場合、「店舗運営 Navi」記載の「苦情・紛争窓口」にエスカレーションするよう弊社社員に社内周知しているところで（モニタリング会合の質問 Q3-1、3-2）、大臣評価案で記述するような、殊更に苦情・紛争窓口への申出を促すのは相当ではないと考えております。

よって、本指摘は、上記弊社の定期報告を十分検討しておらず、デジタルプラットフォーム提供者の自律的判断を阻害するものといえることから、法律の規定に照らし不相当であり削除をすべきです（取引透明化法9条2、1項2号、3条）

7. 補償（P86～87）

⁹ 「指針」とは、「特定デジタルプラットフォーム提供者が商品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すべき措置についての指針」をいう。

(1) 意見

大臣評価案の評価欄記載中「こうした点を踏まえると、例えば」から「注視する。」までの記述を削除すべきです（P87 上部評価欄中、末尾のパラグラフ部分）。

(2) 理由

本指摘は、以下のとおり大臣評価案に記載の事実に誤りがあり、これに基づく大臣評価は不相当であることから削除をすべきです。

ア 本大臣評価案の指摘は要旨、事業者アンケートにおいてアカウント停止/削除を経験した 37% の事業者のうち、9 % の事業者が当該処分に「納得のいく説明が受けられなかった」ことを根拠に、補償の考え方をヘルプページに掲載する等拒絶等の措置の際の利用者の事情を考慮する取組の注視を行う旨指摘を行っています。

イ しかしながら、上記「利用者の事情の考慮」は、既に定期報告書及びモニタリング会合での質問及び更問への回答で報告したとおり、措置の理由の要旨と根拠については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ほか（定期報告書 P34～35）、楽天市場から違反が認められた出店事業者へ違反行為の指摘及び違反の修正対応依頼を行うとともに、通知に基づき意見聴取を行うことで（モニタリング会合からの質問 Q4-2 の 2）、拒絶措置について過誤を防止するとともに、拒絶措置に納得感が得られるよう利用事業者の事情を勘案する取組みを行っております。

ウ また、大臣評価案記述の「補償の考え方」の開示に関しては、弊社の判断の誤りによるアカウント停止等による補償実施件数は非公開の方法で回答済みであるほか（モニタリング会合重点事項以外の事務局からの質問 Q15）、予め補償基準を定めて開示できない理由について、具体的に根拠の説明を行っています（同 Q14）。これらを総合すると、大臣評価案で示す「納得のいく説明が受けられなかった」とする事業者アンケートの回答結果と、弊社の判断誤りによるアカウント停止は関係がない事が明らかであると思います。加えて、大臣評価案での指摘は

補償基準を開示できない理由の弊社の説明に対する評価を踏まえておりません。

- エ 大臣評価案の引用する同評価項目の事業者アンケートでは、アカウント停止・削除を行った事業者のうち 9 %が納得のいく説明が行われなかったとしている点を大臣評価欄で引用し評価しています。しかしながら、上記のアカウント停止件数に照らすと、ここで引用されている事業者の声はアカウント停止、削除措置とは関係ない回答である可能性が極めて高いものと推認可能かと考えます。
- オ 他方、事業者アンケートによると 90%以上もの多数の事業者は、アカウント停止等の理由の説明に明確な不満の声は寄せていません。
- カ よって、上記イ～オまでの評価を行わず、記載された本大臣評価案は「報告書の内容」及び「経済産業大臣が把握する事実に基づき」大臣評価を行ったとはいえず（法 9 条 2 項）、本評価項目における指摘は不相当と考えます。

8. 提供条件に関する利用事業者とのコミュニケーション（P88）

（1）意見

大臣評価案の評価欄記載中 1、2 段落目各「LINE ヤフー提出」と記述があるところは、「楽天提出」と修正すべきです。

（2）理由

上記はいずれも誤記と考えられるため。

以上