

**令和3年度  
特定デジタルプラットフォーム提供者による  
定期報告書（抜粋）**

**アマゾンジャパン合同会社  
提出資料**

(注) 本資料は、「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律」第9条第1項の規定に基づき経済産業省に提出された定期報告書から、アマゾンジャパン合同会社において現時点で対外公表可能と判断した情報を抜粋したものである。

# 定期報告書（抜粋）

## 目次

### 1. 事業の概要に関する事項

- (1) 事業概要..... P2
- (2) 事業に関する数値..... 【記載なし】

### 2. 苦情の処理及び紛争の解決に関する事項

- (1) 利用事業者からの苦情及び紛争の件数..... P4
- (2) 当該苦情及び紛争の主な類型..... P4
- (3) 当該苦情及び紛争の処理期間の平均期間..... P5
- (4) 当該苦情及び紛争の結果の概要..... P5
- (5) その他苦情の処理及び紛争の解決に関する事項..... 【記載なし】

### 3. 取引条件等の開示の状況に関する事項

- (1) 開示した提供条件の内容..... P6
- (2) 省令に定める開示の方法に沿って開示されたこと..... 【記載なし】

### 4. 利用事業者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために必要な措置に関する事項 (具体的な内容及び及び当該措置が適切かつ有効なものとする理由)

- (1) 公正性を確保するために必要な体制及び手続の整備に関する事項..... P6
- (2) 苦情の処理及び紛争の解決のために必要な体制及び手続の整備に関する事項..... P12
- (3) 関係者と緊密に連絡を行うために国内において必要な業務の管理を行う者の選任に関する事項..... P13
- (4) 商品等提供利用者の意見その他の事情を十分に考慮するために必要な措置に関する事項  
(上記項目以外) ..... P14
- (5) その他利用事業者との相互理解の促進を図るために講じた事項..... 【記載なし】

### 5. 自ら行った評価に関する事項

- (1) 苦情の処理及び紛争の解決に関する事項について自ら行った評価に関する事項..... P15
- (2) 取引条件等の開示の状況に関する事項について自ら行った評価に関する事項..... P16
- (3) 利用事業者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために必要な措置に関する事項について自ら行った評価に関する事項..... P16
- (4) 特定デジタルプラットフォームの事業の運営実態を踏まえ、透明性及び公正性の観点から特に留意して講じた措置に関する事項がある場合は、当該事項及びその評価..... P17
- (5) その他5.(1)から5.(3)の自己評価に関する事項..... 【記載なし】

定期報告書（抜粋）

令和 4 年 5 月 31 日

経済産業大臣 殿

住 所 東京都目黒区下目黒 1 丁目 8-1  
法 人 名 アマゾンジャパン合同会社  
法人番号 3040001028447  
代表者の氏名 ジャスパー・チャン

特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律（以下「法」という。）第 9 条第 1 項の規定に基づき、次のとおり報告します。

1 デジタルプラットフォームの名称

Amazon 出品サービス

2 デジタルプラットフォーム提供者及びその代表者の氏名※<sup>2</sup>

提供者：アマゾンジャパン合同会社

代表者氏名：ジャスパー・チャン

3 デジタルプラットフォーム提供者の主たる事業所の所在地※<sup>2</sup>

東京都目黒区下目黒 1 丁目 8-1

## 1. 特定デジタルプラットフォームの事業の概要に関する事項

### (1) 特定デジタルプラットフォームの事業の概要

Amazon は、2000 年に日本や海外の書籍を販売するショッピングサイトとして日本で Amazon.co.jp を開設しました。その後 2002 年に Amazon マーケットプレイスを立ち上げ、販売事業者（商品等提供利用者）様も Amazon.co.jp を利用して商品を販売していただくことが可能になりました。

Amazon は、「地球上で最もお客様を大切にせる企業になること」をミッションとして掲げています。このミッションを実現するために、お求めやすい価格、豊富な品揃え、利便性の高いサービスの提供に努めており、Amazon.co.jp における品揃えの拡充や、よりお求めやすい価格での購入機会の拡大を目指し、販売事業者様にもご参加いただけるよう門戸を開きました。Amazon マーケットプレイスは、その立上げ以来順調に成長しており、直近数年間は、全世界における販売事業者様による流通取引総額は、Amazon による直販事業の流通取引総額を上回っています。

「地球上で最もお客様を大切にせる企業になること」というミッションにおいて、「お客様」という言葉には、消費者だけではなく販売事業者様も含まれています。Amazon は、Amazon と販売事業者様が共に成功するためには、販売事業者様と長期的な信頼関係を構築し維持することが不可欠であり、販売事業者様の長期的な成功を支援することは事業の根幹であると考えています。この考え方の下、Amazon では、販売事業者様の事業の成長を支援する様々な施策に、継続的かつ多大な投資を行ってきました。以下、具体例をいくつかお示しします。

一点目は、安心なお取引環境の整備です。Amazon は、お客様（以下一般利用者を指して「お客様」といいます）や販売事業者様と長期的な信頼関係を構築するには、サイトの健全性を守り、お客様にも販売事業者様にも安心してお取引を行っていただけるようにすることが重要と考えております。この考え方に基づき、不正行為を禁止する明確な規約を定めており、違反する行為が確認された場合は、厳正に対処しています。不正行為の取締りについては、世界中に配備された専門チームが、最先端技術を活用したツールなどを活用し、対応しています。この専門チームでは、例えば、販売事業者様の本人確認や、1 日 50 億件以上に上る商品詳細ページに加えられた変更の不審な点がないかといった検査を行っております。また、Amazon は、製造事業者様等のブランドや知的財産権を守り、これらを侵害する詐欺や不正行為等を防止するため、「Amazon ブランド登録」「Transparency」「Project Zero」「IP アクセラレーター」などといった様々なプログラムやツールを開発し、製造事業者様等に提供しております。このような詐欺や不正行為を防止す

る施策のため、2020年においては、全世界で年間7億ドルを投資し、10,000人以上を雇用しています。

二点目は、販売事業者様に向けたサービスの拡充です。Amazonでは、販売事業者様の事業の成長をサポートするため、販売事業者様に向けたサービスや機能・ツールの拡充・改善に日々取り組んでおります。

例えば、2008年には、販売事業者様の在庫の保管や発送、カスタマーサービス業務を代行する「フルフィルメント by Amazon (FBA)」の提供を日本で開始しました。併せて、物流拠点の拡大を継続的に行い、現在日本国内では、20カ所以上、総在庫保管容量が約42万立方メートルに上るフルフィルメントセンターと、約30カ所のデリバリーステーションを有しています。また、FBAを利用されず、自社で在庫を保管・発送される販売事業者様の配送コストの削減等を支援するため、主要な配送業者様と連携し、特別運賃を提供するといった施策も行っております。

また、販売事業者様がより便利に出品できるよう、販売事業者様向けの機能・ツールなどの開発や改善も継続して実施しております。販売事業者様は、「セラーセントラル」というポータルサイトを通じて、在庫管理、支払処理、出荷商品の追跡、レポート作成、プロモーション実施、海外への販売など、販売活動を一括して管理することができます。セラーセントラルにおける機能・ツールも日々拡充しており、例えば、Amazon.co.jp上でお客様が対象商品を注文された際に貯まり、商品購入時にご利用いただけるポイントプログラムを「Amazonポイント」といいますが、2021年には、Amazonポイントの適用率を簡単に数回のクリックで設定できるなど、販売事業者様がより効果的なマーケティング活動を行えるようにすることを目的としたAmazonポイントの管理ツールの提供を開始しています。このほか、各商品の販売状況などに応じ、売上増加のための方法を自動的に提案する情報一覧表示（ダッシュボード）の機能も2021年より提供しています。

さらに、一点目とも関連しますが、Amazonは、不正行為の取締りを積極的に行う一方で、正当に販売活動を行う販売事業者様の商品が継続して販売されることは、販売事業者様にとっても、お客様にとっても極めて重要なことと認識しています。そのため、Amazonでは、販売事業者様ご自身で課題をご解決いただく機会を提供することを目的として、アカウントの健全性維持をサポートするチームが販売事業者様に電話をかけ、改善方法等について相談しています。また、販売事業者様がサポート窓口へのご連絡やその後のやりとりをスムーズに行えるよう日々改善を進めております。

最後に、日本の中小規模の販売事業者様への支援です。Amazonでは、日本の中小企業の皆様への支援も強化しています。例えば、2021年には日本貿易振興機構（JETRO）様と共同して「JAPAN STORE」を開

設し、日本の販売事業者様の海外での販売を推進しています。また、日本の中小規模の販売事業者様のストーリーを伝えるテレビコマーシャルや新聞広告を制作しており、2021年には、約40社の販売事業者様を紹介しております。

## (2) 特定デジタルプラットフォームの事業に関する数値

### ①法第4条第1項の事業の規模を示す指標に係る数値として十分に合理的なもの

概要版では非公開とさせていただきます。

### ②国内の商品等提供利用者の数

概要版では非公開とさせていただきます。

## 2. 特定デジタルプラットフォームについての苦情の処理及び紛争の

### 解決に関する事項

#### (1) 商品等提供利用者からの苦情及び紛争の件数

苦情について：2021年4月1日から2022年3月31日までの期間（以下「前年度」といいます）における苦情の件数は、56,910件でした。これは、同期間における販売事業者様からの全てのお問合せ（苦情を含みますが、これに限られません）件数の2%程度に相当します。苦情の件数には、弊社の判断やサービス、お問合せ対応、規約変更などに関し不満や苦情を申し出られた場合が含まれます。

紛争について：前年度における紛争の件数は、45件でした。紛争の件数には、販売事業者様が、弊社を相手方として、訴訟、仲裁、調停その他の法的な紛争解決手続を提起・申立てられた場合、並びにそれを示唆する書簡が弊社に送付された場合が含まれます。

#### (2) 苦情及び紛争の主な類型

苦情について：前年度における苦情の主な類型は、商品の表示や出品関係（50%）、注文・梱包・配送関係（29%）、アカウントの登録・ログイン・設定関係（6%）、広告・付加的サービス関係（4%）でした。

紛争について：前年度における紛争の主な類型は、売上金の支払い関係（24件）、アカウント停止関係（13件）、返品関係（4件）でした。なお、上記件数は累計数です。すなわち、1つの紛争において売上金の支払いとアカウント停止の双方が争点となった場合、売上金の支払いに関する紛争1件とアカウントの停止に関する紛争1件としてそれぞれカウントしています。

### (3) 苦情及び紛争の処理期間の平均期間

苦情について：前年度において、苦情の処理に要した期間は、平均で4.4日でした。全ての苦情のうち、約52%を24時間以内に、約75%を3日以内に解決しています。処理期間は、販売事業者様から最初に連絡を受領した時点から、やりとりが終了するまでの期間をいい、前年度に解決に至ったケースを対象として算出した期間です。

紛争について：前年度において、書簡による異議の処理に要した期間は、平均で50日でした。処理期間は、販売事業者様から書簡を最初に受領した時点から、やりとりが終了するまでの期間をいい、前年度に解決に至ったものを対象として算出した期間です。なお、これらの期間には、弊社による回答に対して販売事業者様が返答されるまでの期間も含まれているため、その期間の長短によっても、処理期間が変わることとなります。

### (4) 苦情及び紛争の結果の概要

苦情について：弊社では、販売事業者様からのお問合せ対応の関連部署として、テクニカルサポートという専門部署（以下「テクニカルサポート」といいます）を設けています。テクニカルサポートは、Amazonの規約や法令に違反した不正行為者に対する措置（例えば、規約違反による出品停止、アカウント停止、売上金の留保等を指し、以下、これらを総称して「出品停止等の措置」といいます）を担当する部署とは別の部署として、販売事業者様の声を伺い、販売事業者様からお寄せいただいた課題を解決し、業務の改善につなげる目的で設けられています。前述のとおり、販売事業者様からの全てのお問合せ件数のうち、苦情の件数が占める割合は、前年度で2%程度に相当します。これら苦情の件数のうち、約84%がテクニカルサポートに対して、約16%が出品停止等の措置を担当する部署に対して寄せられたものです。

販売事業者様から寄せられた苦情のうち約74%は、弊社からの追加的なご説明やサポート、これらに基づく販売事業者様による改善等を経て、結果的に販売事業者様のご意向に沿う形で解決されています。

紛争について：前年度に提起・申立てられた紛争解決手続のうち、前年度末日時点までに解決したケースは3件であり、全て販売事業者様による取下げによって終了しています。前年度に提出された書面による異議については、前年度に解決されたもののうち約67%はAmazonの判断を維持する形で解決しています。

3. 法第5条第1項から第4項までの規定に基づく開示の状況に関する事項

る事項

## (1) 利用者に関示した提供条件の内容

販売事業者様向けの提供条件は、販売事業者としてのアカウント作成前でも閲覧可能なセラーセントラルの「規約、ガイドライン」<sup>1</sup>に開示しております。お客様向けの提供条件は、Amazon.co.jp 上の「利用規約」<sup>2</sup>に開示されており、Amazon.co.jp での購入前でも閲覧可能です。

## 4. 法第7条第1項の規定に基づき講じた措置に関する事項

(1) 特定デジタルプラットフォーム提供者が商品等提供利用者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために講ずべき措置についての指針（令和3年経済産業省告示第16号。以下「告示」という。）2. 1に示された方向性を実現するために講じた措置の具体的な内容及び当該措置が当該方向性を実現する上で適切かつ有効なものとする理由

### ①告示2. 1①に関する事項

弊社は、販売事業者様に適用される規約（Amazon サービスビジネスソリューション契約、Amazon での販売及び FBA その他サービスの提供に関して適用される標準的な契約その他の提供条件を含む）が公正であることを担保し、お客様、販売事業者様、知的財産権者その他の関係者の利益を適切に調整することを目指して、それらの規約の評価を、グローバルで継続して行っています。改善の余地があると判断した場合、お客様及び販売事業者様に対する公正性を高めるために、規約の修正を行っています。

規約を変更するにあたっては、変更理由や目的（例えば、法律上の必要性、詐欺行為の防止、安全性確保、販売事業者様の利便性向上等）、変更により販売事業者様に生じ得る負担等様々な事情を精査し、個別の事案ごとに、サポートの提供等、その影響を軽減する方策を検討しています。さらに、販売事業者様に重大な影響を及ぼす変更については、日本の法務部が適用法令に準拠していることを確認しています。

規約を変更する際の販売事業者様へのコミュニケーションについては、販売事業者様に変更の理由や内容をご理解いただき、変更に対応していただけるようにすることも意識したプランを作成した上で行っています。周知にあたっては、セラーセントラル上でのお知らせや電子メールによる通知を行うなど、販売事業者様に認識していただきやすい方法を心掛

<sup>1</sup> <https://sellercentral.amazon.co.jp/gp/help/external/help-page.html?itemID=SNV3657R94YP9DZ>

<sup>2</sup> <https://www.amazon.co.jp/gp/help/customer/display.html?nodeId=GFYCLDQPMCA6QNGR>

けています。また、販売事業者様のお問合せに対応する担当者が、迅速かつ適切に対応できるよう、詳細な手順書を作成し、教育しています。販売事業者様への周知については、適用法令及び Amazon サービスビジネスソリューション契約に基づき、遅くとも変更の効力発生の 15 日前までに行いますが、販売事業者様への影響が大きい場合には、より長い予告期間を設けています。

規約の変更を通知した後は、販売事業者様からお寄せいただいたご意見、ご質問、苦情等（以下「ご意見等」といいます）に関する指標（お問合せ件数等）や、実際に寄せられたご意見等の例などを丁寧に確認しています。販売事業者様のご意見等に関する指標は、週毎など定期的に精査し、規約の変更内容やコミュニケーションの方法に改善の余地がないか検討を行い、改善のための具体的なアクションや担当者を決定し、定期的に進捗管理をしながら、改善を実行しています。

上記措置が適切かつ有効と考える理由：弊社では、法の定めに従い、規約への変更がもたらす販売事業者様への影響を分析し、販売事業者様の反応に関連する指標や実際に寄せられたご意見等の例などを用いて定期的に精査し、必要に応じて適切な改善策を検討・実施する仕組みを構築するなどのプロセスを導入しています。関連する指標だけでなく、販売事業者様から実際に寄せられたご意見等も確認しており、また、改善策を講じる場合には、確実に実行されるよう定期的にその進捗を確認しています。販売事業者様にとって規約がより分かりやすいものとなるよう、また、その変更にあたっては販売事業者様への影響にも配慮し、販売事業者様が適切に対応できるよう、引き続き改善に尽力して参ります。

## ②告示 2. 1 ②に関する事項

以下、4 点についてご説明します。

まず、一点目として、上記 1. (1) のとおり、「地球上で最もお客様を大切にできる企業になること」が Amazon のミッションですが、このミッションを達成すべく、弊社では、販売事業者様が Amazon.co.jp 上で簡単に商品を販売でき、容易に遵守すべき規約をご理解いただけるよう、様々な方法を提供している点が挙げられます。様々な方法の具体例としては、以下のとおり、①セラーセントラル、②セルフラーニングのツール、③各種イベントやセミナー及び④その他の取組み（ニュースレター、専用アプリ等）があります。

まず、セラーセントラルにおいて、販売事業者様は、遵守すべき全ての規約をいつでも閲覧することができます。さらに、販売事業者様が規約への理解を深め、弊社のサービスを有効活用し、事業を成長させるための情報を掲載した数多くのヘルプページを設けています。これらの規約やヘルプページについては、販売事業者様が知りたい内容がどこに掲載されているか直感的に分かるよう、セラーセントラル上で整理され、また、検索しやすいようになっています。

次に、弊社では、販売事業者様向けにセルフラーニングのツールを提供しています。例えば、「Amazon 出品大学」というサイトを設け、規約の理解やツールの使用方法の習得、事業の成長などを目的とした様々なトレーニングの動画等を提供しています。Amazon 出品大学では、約400のコンテンツを提供しており、これらのコンテンツは、2021年には101万回以上閲覧されています。

さらに、弊社では、販売事業者様にご参加いただき、ご質問やご意見を寄せていただける、様々なイベントやセミナー等をオンラインやオフラインで提供しています。2021年では、このようなセミナーを年間を通して120回以上開講しており、11,000以上の販売事業者様がオンラインや対面で参加されました。さらに2021年には、2日間にわたって「Amazon EC サミット」を開催し、販売事業者様の事業の成長を支援するべく、30以上の無料セミナーや講義を行いました。

そのほかにも、セラーセントラルやニュースレター、専用アプリなどを通じて、新たな法規制や規約の変更を通知するとともに、販売事業者様のAmazonでの販売体験をより良いものにするためのアドバイス等を提供する取組みを日々拡大しています。

二点目は、販売事業者様が、可能な限り自ら出品アカウントに関連する問題を解決できるよう支援している点です。

まず、販売事業者様が、規約違反やアカウントの健全性に関する情報を簡単に確認し、自ら問題を解決できるよう、セラーセントラル上でアカウントに関する情報を簡単にご確認いただける様々なダッシュボードを提供しています。

また、Amazonでは、専門のチームが販売事業者様のパフォーマンスをモニタリングし、必要な指標を満たし、規約を遵守しているかについて、ガイダンスを提供しています。この取組みの一環として、専門のトレーニングを受けた担当者が、販売事業者様に電話で連絡を取り、出品アカウントにおける問題や、関連する規約などについて説明したうえで、原因の特定や解決を支援しています。

三点目は、出品停止等の措置の一貫性・公平性を担保するため、Amazonでは措置の実施について具体的に記載した手順書を作成し、措置の実施後も異議申立ての機会を提供しその内容を再度精査している点です。

Amazonは、販売事業者様やお客様の信頼を維持するため、お客様、ブランド、販売事業者様等を詐欺や不正利用から守ることにより信頼性の高いお取引の場を提供し、販売事業者様に十分な支援を行うことを目的とした「ワールドワイド・セリング・パートナー・サービス」（以下「SPS」といいます）という専門部署を設けています。利益相反を防止し、販売事業者様に対する公正性を確保するために、SPSは、Amazon

マーケットプレイスや直販事業を担当する事業組織とは別組織として構成されています。また、日本をはじめ世界中の販売事業者様に対して十分な対応ができるよう、関係部署は世界各地に配備されています。

出品停止等の措置を実施するにあたっては、措置の一貫性・公平性を担保するため、その実施について具体的に記載した手順書を作成しています。それらの手順書は、販売事業者様、お客様、知的財産権者、及びその他関係者の利益を適切に保護していることを確認するために、SPSのマネジメントチームの適切な者により精査、承認されます。また、販売事業者様への新しい措置の導入にあたっては、措置を実施するための条件が想定どおりに機能し、十分なレベルの正確性を達成していることを確認するため、本格的な実施前に短期間の試験的な実施や、段階的な導入を行っています。なお、出品停止等の措置を担当するチームに対しては、特定の措置の実施前にも担当者にトレーニングを行うとともに、定期的なトレーニングも行っています。

出品停止等の措置を実施する際のコミュニケーションについては、措置の目的、対象となる行為、売上金が留保される場合にはその金額と留保期間、異議申立てを希望する場合の連絡先などを記載した通知を販売事業者様に送っています。弊社では、このようなコミュニケーションが販売事業者様にとって分かりやすいものになるよう努めています。また、コミュニケーションの一貫性・公平性を保つため、その文面については、マネジメントチームの適切な者が事前に精査し承認し、日本の法務部が適用法令を遵守していることを確認したものを使用しています。この所定の文面を使用することによって、一貫性・公平性を担保し、販売事業者様に対する恣意的な取扱いを防止しております。そして、販売事業者様は、弊社からの案内の文面に従って措置を実施したチームに直接連絡をとり、異議を申立てたり、質問したり、問題解決について相談したりすることができます。弊社では、コミュニケーションに用いる文面を定期的に見直し、販売事業者様に寄り添い、内容が明確であり、かつ実行すべき行為が分かりやすくなるよう、改善を続けています。

販売事業者様から出品停止等の措置に対して異議申立てがあった際には、措置を実施したチームが再度調査し、内容を丁寧に検討したうえで、適切と認められる場合には実施前の状態に回復させます。異議申立ての対応にあたっては、迅速な対応のために目標時間を設定しています。また、事実関係等が複雑なケースについては、適切な対応がされるよう、十分な経験と能力を有する担当者が分析や対応にあたります。異議申立てに対応する過程で、一定の事実関係の下では誤った措置が生じることが確認された場合、再発防止のため、速やかにその措置の実施条件を更新しています。

四点目として、出品停止等の措置の運用をモニタリングし、改善するための様々な仕組みを構築している点も挙げられます。

出品停止等の措置の正確性についても、弊社は様々な方法でその担保に努めています。各々の措置の実施条件が適切に機能しているかについては、様々な指標や販売事業者様から寄せられたご意見等の精査により管理され、それらの指標やご意見等を運用の改善に繋げる仕組みを設けています。各々の措置には、SPSのマネジメントチームによる承認のもとそれらの指標の目標値が設定され、その推移は監視され、定期的にSPSのマネジメントチームに報告されます。また、各措置に関する指標やご意見等は、SPSのマネジメントチームによって定期的（例えば、週ごと、月ごと、あるいは四半期ごと）に精査され、精査の際には、改善に向けての具体的な方策を特定し、各改善策の担当者を決め、その進捗を確認しています。また、各措置の担当者は、関連する指標を改善するよう具体的な目標が設定され、その進捗も管理しています。重大なエラーが確認された場合は、再発防止のプロセスを実施しています。また、出品停止等の措置を実施するチームのアクションや決定は、措置の実施に関与しない独立したチームが定期的に監査しています。この監査を通して、措置の正確性が継続的に改善されるよう、さらに担保しています。

異議申立てに対する弊社の対応にご納得いただけない場合などには、販売事業者様が弊社に郵便で連絡される場合もあります。これらの販売事業者様からの郵便でのご連絡については、更なる調査のため日本の法務部が対応しています。法務部では、異議申立ての内容や証拠を精査し、弊社の措置が規約や適用法令に則ったものであるかを確認し、紛争が適切に解決されるよう販売事業者様と協議します。その過程で弊社の措置に不備が確認された場合には、措置を実施したチームにその事実を共有し、措置を実施するための条件等の改善を行っています。

上記措置が適切かつ有効と考える理由：弊社は、販売事業者様がAmazonの規約をいつでも容易に確認できるよう、様々な方法を提供しています。また、販売事業者様のパフォーマンスをモニタリングするとともに自ら解決できるよう支援しています。さらに、措置の一貫性・公平性を担保するため、措置の実施について具体的に記載した手順書を作成し、措置の実施後も異議申立ての機会を提供しその内容を再度精査しています。また、出品停止等の措置に対する異議申立てがあった場合、適切と認められる場合には実施前の状態に回復しており、規約を遵守すべく改善を行う機会が販売事業者様に与えられています。さらに、弊社では措置の運用をモニタリングし、改善するための様々な仕組みを構築しています。前述のとおり、各措置の実施状況は、関連する指標や販売事業者様から寄せられたご意見等を含め、SPSのマネジメントチームにより定期的に精査され、そこで必要な改善策や担当者が決められ、その進捗が管理されています。措置の運用と同様に、販売事業者様へのコミュニケーションの文面を定期的に見直す仕組みも構築しています。

販売事業者様やお客様の利益を保護しつつ、措置における正確性を担保し、迅速に対応するために、弊社は、出品停止等の措置や異議申立てのプロセスの改善に引き続き努めて参ります。

### ③告示2. 1 ③に関する事項

弊社では、販売事業者様からのご意見等は、より良いサービスやサポートを提供するための課題の特定・解決に資することから、非常に大切にしています。販売事業者様は、セラーセントラルを通じ、24時間365日電子メールで、また毎日午前9時から午後9時の間はチャット又は電話で、フィードバック、意見、質問、苦情などをテクニカルサポートに寄せることができます。また、販売事業者様とのコミュニケーションを通じて明らかとなった、販売事業者様の事業の成長を妨げる問題点を適切に社内で共有できるよう、テクニカルサポートの担当者にはツールが提供されています。各ケースの解決後は、弊社の対応についてのフィードバックを求めるアンケートが販売事業者様に自動送信されます。

販売事業者様からのお問合せに対して、一貫性をもって迅速にお問合せに対応し、質の高いサポートを行うため、テクニカルサポートの担当者には、想定される様々な問合せに対する対応方法を定めた手順書が共有されています。そして、担当者は、この手順書と遵守すべき対応時間等を定めたサービス基準書に従って対応します。通常より時間を要する複雑な案件については、最終的な問題解決までの間、販売事業者様に進捗状況を随時報告しています。また複雑な問題については、速やかに十分な経験と能力を有する担当者に対応が報告され、適切な解決を目指す仕組みも設けています。こうした対応の結果は、社内で適切に記録し保存しています。また、テクニカルサポートの担当者に対して定期的にトレーニングを行い、業務への理解の向上に努めています。

テクニカルサポートの問合せ窓口に加え、弊社では、販売事業者様間で意見交換や質問をするための場として、「セラーフォーラム」を提供しています。テクニカルサポートは、セラーフォーラムが健全に運営されるよう、また、弊社が対処すべき問題を発見するために、セラーフォーラムを日々モニタリングしています。

また弊社では、テクニカルサポートの対応品質のさらなる向上を目指し、販売商品当たりのケースの数や、平均対応時間といった指標をモニタリングしています。こうした指標に加え、やりとりの中で確認された問題や、販売事業者様によるアンケートへの回答、セラーフォーラム上のコメントなど様々なご意見等が、テクニカルサポートのマネジメントチームによって定期的（例えば、週ごと、月ごと）に分析・精査されます。そして改善すべき点を特定し、そのための具体的なアクションや担当者を決定し、定期的に進捗管理をしながら、改善を実行しています。また、各担当者に対しては、関連する指標を改善するよう具体的な目標が設定され、その進捗も管理しています。このようなプロセスにより、販売事業者様へのサービスの質を向上させるために、具体的なアクションをとることができます。

またテクニカルサポートでは、販売事業者様のご意見等を集約・保存し、各事業の改善に活用するための取組みを実施しています。販売事業者様のご意見等は、関連する事業の担当者にも共有され、販売事業者様からお寄せいただいた問題点を解決し、お問合せを減らすための改善や、サービスの品質向上に役立てられます。また、テクニカルサポートの担当者間の知識差をなくし、対応についての理解を向上させるためにも、販売事業者様のご意見等は活用されます。さらに、それらのご意見等は、テクニカルサポートのマネジメントチームが定期的に精査し、改善すべき点を特定し、そのための具体的なアクションや担当者を決定し、定期的にその進捗を管理しています。

上記措置が適切かつ有効と考える理由：弊社では、販売事業者様のご意見等を弊社に伝えるための様々な手段を提供しております。テクニカルサポートの対応に関する指標やご意見等を記録し、マネジメントチームとともに精査し、改善点を特定し、具体的なアクションごとに担当者を決め、その進捗を管理する様々な仕組みを構築しています。

販売事業者様が弊社のサービスにより満足できるよう、販売事業者様のご意見等に耳を傾け、引き続き改善に努めて参ります。

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

① 告示 2. 2 ① に関する事項

出品停止等の措置については、上記 4. (1) ② のとおり、措置を実施したチームが販売事業者様からの苦情を受け付け、内容を精査した上で再調査・検討を行い、必要に応じて販売事業者様の出品やアカウント等のステータスを措置の実施前のものに回復させています。各チームは、速やかに苦情に対応するよう、目標となる対応時間を設定しています。また、複雑なケースについては、適切に対応できるよう、十分な経験及び能力を有する担当者が対応にあたります。また、販売事業者様からの苦情内容の精査を通じて弊社の措置が誤っていたと判明した場合、再発防止に向けて速やかにその措置の実施条件等を更新しています。

テクニカルサポートへのお問合せについては、上記 4. (1) ③ のとおり、販売事業者様が苦情を申し立てるための様々な手段を提供しています。一貫性をもって迅速に質の高いサポートを行うため、テクニカルサポートの担当者は手順書に基づき、遵守すべき対応時間等を定めたサービス基準書に従って対応しています。

② 告示 2. 2 ② に関する事項

出品停止等の措置については、上記 4. (1) ② のとおり、販売事業者様からの苦情の検討を通じてその判断が誤っていたことが判明した場合

には、再発防止に向けて速やかにその措置の実施条件等を更新しています。また、措置の正確性の向上に向けた継続的な取り組みを行うなど、出品停止等の措置を実施した後においても業務の改善を行う仕組みを設けています。加えて、出品停止等の措置を実施するチームは、再発防止プロセス等によって課題や原因を特定し、業務改善を実施しています。さらに、措置を実施するチームの決定を独立したチームが定期的に監査し、業務の改善を図っています。

テクニカルサポートへのお問合せについては、上記4．（1）③のとおり、対応に関連する指標や販売事業者様のご意見等を通じて明らかになった課題について、マネジメントチームが定期的に分析・検討し、改善策や具体的なアクションと担当者を決め、進捗を管理しています。またテクニカルサポートは、事業部門が改善を進めることができるよう、販売事業者様のご意見等により発覚した問題点について、担当する事業部門に情報共有を行っています。

上記措置が適切かつ有効と考える理由：弊社は、苦情を一貫して迅速に処理するために、手順書やサービス基準を設けるとともに、様々な指標を用いて対応の品質を精査し、改善につなげています。また、テクニカルサポートのマネジメントチームは定期的に指標や販売事業者様のご意見等を精査し、改善点を特定し、改善に向けての具体的なアクションと担当者を決め、その進捗を管理しています。

今後も販売事業者様から頂いたご意見等をより効果的に活用し、処理時間や業務の正確性などの改善を推進して参ります。

### （3）告示2．3に示された方向性を実現するために講じた措置の具体的な内容及び当該措置が当該方向性を実現する上で適切かつ有効なものとする理由

#### ①告示2．3①に関する事項

弊社では、法に基づき特定デジタルプラットフォーム提供者に指定された後、速やかに国内管理人を選任し、その指揮下にコンプライアンスを担当するチームを編成しました。国内管理人と同チームは日本に所在し、マーケットプレイスに関連する特定の法令遵守を職責としています。

このチームは、SPSの一部であり、日本国内外のSPSの各チームやその他の社内関係者と連携し、販売事業者様に対する透明性・公正性を高め、Amazon.co.jpでの販売体験を向上させるために様々なプロジェクトを主導しています。貴省や公益社団法人日本通信販売協会（JADMA）様など外部関係者とのコミュニケーションや協議を通じて明らかとなった課題を調査し、業務の改善に繋げることも活動の一環です。

加えて同チームは、社内の関連するマネジメントチームとの定例会議を実施し、法の遵守状況を確認するとともに、販売事業者様への透明性・公正性を高めるために必要な対応やその進捗を把握・検討しています。

#### ②告示2. 3②に関する事項

弊社では、法を遵守するために、国内管理人が、必要に応じて関連する業務の改善を適切に主導できる仕組みを構築しています。例えば国内管理人は、販売事業者様からのご意見等に対応するチームと連携し、販売事業者様と弊社との間の相互理解をさらに深め、より効果的なコミュニケーションを実現するための指導を行います。出品停止等の措置に問題が発覚した場合には、その原因や販売事業者様の事業の成長を妨げる問題を把握し、透明性・公正性の向上に向けた解決策に取り組んでいます。

特に国内管理人及び同チームは、JADMA様においてデジタルプラットフォーム取引相談窓口が設置されて以来、JADMA様との密接な関係を構築してきました。具体的には、JADMA様の相談窓口に寄せられた販売事業者様のご意見等を伺い、また、JADMA様におけるAmazonの規約の理解促進のための会議を毎月実施しています。JADMA様から弊社の課題について指摘があった際には、速やかに関連部署と連携し、原因の特定と改善措置の実施を推進しています。また、JADMA様を通して販売事業者様に提供できるよう、様々な情報の共有も行っています。

また、国内管理人及び同チームは、貴省が収集した販売事業者様のご意見等について、渉外本部や法務部とともに積極的に貴省と協働しています。JADMA様に寄せられた販売事業者様のご意見等と同様に、速やかに社内の関連部署と連携して弊社における課題を把握し、原因を特定し、必要に応じて是正措置の実施を行っております。また、貴省に対して、それらの課題に対する改善計画書を提出し、再発を防止すべく速やかに改善措置を講じております。

上記措置が適切かつ有効と考える理由：上記のとおり、国内管理人の選任とそのチームの設立により、既存の仕組みに加えて、更に業務を見直し、改善を推進するための新たな仕組みが追加されました。同チームは、JADMA様と協力関係の構築・強化を進めており、JADMA様や貴省から提供された販売事業者様のご意見等を通じて明らかとなった課題の改善にも取り組んでいます。

今後も、販売事業者様に対する透明性・公正性の向上のため、収集した情報をより効果的に活用できるよう改善を進めて参ります。

(4) 告示2. 4に示された方向性を実現するために講じた措置の具体的な内容及び当該措置が当該方向性を実現する上で適切かつ有効なものとする理由

#### ①告示2. 4①に関する事項

上記4.(1)と4.(3)のとおり、弊社では、販売事業者様が弊社にご意見等を伝えるための様々な手段を提供しています。販売事業者様への措置については、販売事業者様に異議申立ての手段を提供し、また、弊社からの通知においてその手段が分かりやすく伝わるようにしています。また販売事業者様は、電子メール、チャットや電話により、テクニカルサポートにお問合せをすることができます。加えて、弊社では、セラフォーラム等を通じて寄せられた販売事業者様のご意見等も活用しています。さらに、様々なイベントやセミナーを開催し、販売事業者様がオンライン又は対面で参加して、ご意見等をお寄せいただけるようにしています。また、弊社では、JADMA様と定期的な会議を実施したり、貴省と協働したりすることで、JADMA様や貴省に寄せられた販売事業者様のご意見等の把握に努めています。

#### ②告示2.4②に関する事項

上記4.(4)①で述べた、これらの方法を通じて寄せられた販売事業者様のご意見等は、上記4.(1)と4.(3)で説明したとおり、Amazonの課題を把握し改善するために、速やかにかつ定期的に検討・分析しています。

上記措置が適切かつ有効と考える理由：弊社では、販売事業者様のご意見等を弊社に伝えるための様々な手段を提供しています。また、テクニカルサポートの業務を指標を用いてモニタリングし、販売事業者様からのご意見等についてもマネジメントチームとともに定期的に精査しています。そのような精査を通して、改善すべき点を特定し、具体的なアクションごとに担当者を決め、その進捗を確認するメカニズムを構築しています。販売事業者様がAmazonのサービスにより満足できるよう、お寄せいただいたご意見等に耳を傾け、引き続き運用の改善を推進して参ります。

### 5. 法第9条第1項第2号から第4号までに掲げる事項について自ら

#### 行った評価に関する事項

#### (1) 法第9条第1項第2号に掲げる事項について自ら行った評価に関する事項

出品停止等の措置に関する苦情については、4.(1)②のとおり、販売事業者様からの異議申立てを受領次第速やかに、措置を実施したチームが異議の内容を丁寧に検討します。そして、販売事業者様の出品やアカウント等のステータスを、措置実施前のものに回復させるべきか再度精査・検討し、適切な場合には回復させています。その過程で弊社の判断が誤っていたと判明した場合、再発防止に向けて速やかにその措置の実施条件等を修正しています。

また、弊社は、措置を行うにあたって一貫性と正確性の担保に努めており、マネジメントチームによる定期的な精査と改善措置の実施を通して、透明性と公正性の改善を図っています。

異議申立てに対する弊社の対応にご納得いただけない場合等には、販売事業者様が弊社に郵便で連絡される場合もあります。これらの郵便については、日本の法務部が対応しており、異議申立ての内容や証拠を精査し、弊社の措置が妥当であったか否かを判断します。弊社はこの段階で適切に紛争を解決し、法的な紛争解決手続を経ることなく誤った判断を是正できるように努めています。

販売事業者様からの一般的なお問合せについては、上記4. (1) ③のとおり、販売事業者様のご意見等を弊社に伝えるための様々な手段を提供しています。また、販売事業者様の事業の成長を妨げる問題を理解し業務の改善に活用するため、寄せられたご意見等を定期的に精査し、解決策を策定し、その進捗を管理しています。

加えて、様々な指標に基づいてお問合せに対する対応品質をモニタリングし、改善すべき点がある場合には具体的に必要なアクションを特定し、担当者を決め、その進捗を管理しています。弊社では、引き続き販売事業者様からのご意見等に耳を傾け、苦情や紛争対応の改善に努めて参ります。

#### (2) 法第9条第1項第3号に掲げる事項について自ら行った評価に関する事項

弊社は、販売事業者様及びお客様に弊社の規約をご理解いただけるよう明確かつ平易な表現を用いることに努めています。お客様向けの規約は全て Amazon.co.jp 上で、販売事業者様向けの規約は全てセラーセントラルで閲覧でき、いずれも知りたい内容がどこに掲載されているか直感的に分かるよう整理して表示され、検索できるようになっています。

また、弊社による出品停止等の措置が、法が定める開示義務の例外に該当するかどうかを判断するにあたっては、その判断に適切な根拠があることを確認するため、日本の法務部を中心に丁寧かつ詳細に検討を行い、合理的な理由があることを確認しています。

販売事業者様とのコミュニケーションの内容や、法の例外規定に基づき販売事業者様への開示なしに措置を実施する場合の判断の妥当性については、引き続き改善に努めて参ります。

#### (3) 法第9条第1項第4号に掲げる事項について自ら行った評価に関する事項

上記4. のとおり、弊社では、販売事業者様が適切に販売活動を管理できるように、セラーセントラルを設けています。セラーセントラルでは、

販売事業者様がご自身のアカウントの健全性を確認し、パフォーマンス改善を図るためのダッシュボードなど様々なツールを提供しています。販売事業者様が遵守すべき規約についても、全てセラーセントラルでいつでも閲覧可能です。またヘルプページや Amazon 出品大学というセルフラーニングのツールを提供し、販売事業者様が弊社の規約への理解を深め、弊社のサービスを有効活用し事業の成長を導くための情報を掲載しています。さらに、弊社は、販売事業者様がご意見等を弊社に伝えるための様々な手段を提供しています。寄せられたご意見等は、販売事業者様の事業の成長を妨げている問題を理解し、解決策を策定するために活用し、業務の改善につなげています。さらに弊社では、様々なイベントやセミナーを開催しており、販売事業者様はオンライン又は対面で参加し、ご意見等を弊社に伝えることができます。

また、弊社では、貴省及び JADMA 様に寄せられた販売事業者様のご意見等を理解するために、貴省及び JADMA 様と協力関係を構築してきました。このような協力関係を通じて得られたご意見等については、明らかになった課題に対処するために、評価と分析を行い改善につなげています。

今後も Amazon のサービスへの理解促進、そして一層のサービス改善に活かすため、販売事業者様のご意見等の傾聴に努めて参ります。

(4) 特定デジタルプラットフォームの事業の運営実態を踏まえ、透明性及び公正性の観点から特に留意して講じた措置に関する事項がある場合は、当該事項及びその評価

弊社では、貴省や JADMA 様に寄せられた販売事業者様のご意見等を伺い、内容を検討・分析し、サービス改善に向けた取組みを説明する月次定例会議、臨時会議を開催するなど、貴省及び JADMA 様と緊密な協力関係を構築しています。今後も弊社のサービスへの理解促進、そして一層のサービスの改善に活かすため、引き続き販売事業者様のご意見等を伺う機会を拡大して参ります。

以上