

**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）**

ヤフー株式会社

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、ヤフー株式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..... P3
- (2) 当該苦情及び紛争の主な類型..... P5
- (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..... P6
- (5) その他苦情の処理及び紛争の解決に関する事項 P6

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..... P8
- (2) 省令に定める開示の方法に沿って開示されたこと..... P8

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..... P36
- (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..... P39
- (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..... P40
- (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） P41
- (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..... P42

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..... P46
- (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..... P47
- (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..... P48
- (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..... P49
- (5) その他 5.（1）から 5.（3）の自己評価に関する事項..... P51

定期報告書（抜粋）

提出日：2022年5月31日

目次

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.....	2
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	3
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〔提供条件開示・行為時開示の状況〕	7
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〔相互理解促進のための自主的体制の整備について〕	35
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〔苦情処理、情報開示、自主的体制整備の自己評価〕 (1)苦情処理 (2)情報開示 (3)相互理解のための自主的体制整備 (4)適宜 (5)総合評価	45

※ この「定期報告書（抜粋）」は、経産省に提出した定期報告書から対外秘情報を削除したものです。

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

Yahoo!ショッピング(以下、「当社オンラインモール」)は、ヤフー株式会社（日本本社）（以下、「当社」）が1999年9月より提供しているEコマース事業です。当社は、出店者と消費者がインターネット上で売買契約を締結し、実行するためのシステムを構築・提供しています。

なお、一定の条件・基準に該当する出店者は、審査を経てPayPayモールプランに加入することができます。「PayPayモール」のサイトには、これら厳選された出店者の商品のみの表示されています。

(2) 特定デジタルプラットフォームの事業に関する数値（省略）

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

② 国内の商品等提供利用者の数

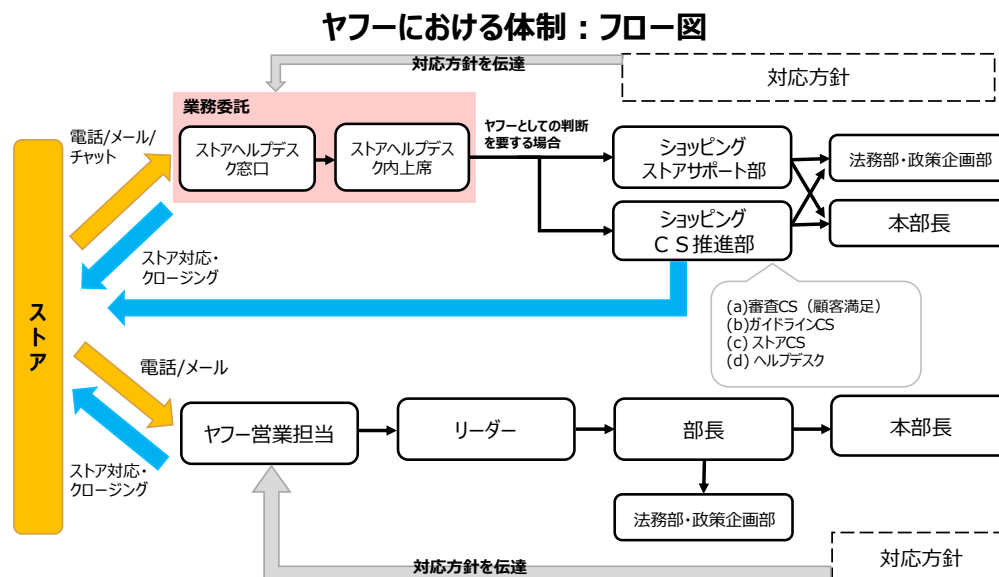
③ その他特定デジタルプラットフォームの事業に関する数値（任意）

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

● 当社オンラインモールにおける問い合わせ・苦情対応フロー

当社では、下図に示したフローに従い、出店者からの問い合わせに対応しています。すなわち、出店者から見た問い合わせ先は「ヘルプデスク窓口」または「営業担当」となりますが、ヘルプデスク窓口に寄せられた問い合わせのうち、マニュアルで対応できないものや、当社としての個別判断が必要なものは、その内容に応じて、社内の適切な部署にエスカレーションされます。具体的には、(a)出店時の審査に関する「審査CS（顧客満足）」部門、(b)出店後のガイドライン違反に関する「ガイドラインCS」部門、(c)出店後のお客様対応等、モール運営に関する「ストアCS」部門、(d)その他出店後の一般的な問い合わせに関する「ヘルプデスク」部門に振り分けられます。



各部門に振り分けられる問い合わせの中には、定型的に回答が可能な質問のほか、例えば「ここが使いにくいので、改善してほしい」「このように改善してはどうか」といった改善要望やご意見もごさいます。これらの声は、苦情ではなく、出店者から寄せられた重要なご意見としてエスカレーションされ、当社オンラインモールの改善に繋げるフロー（4（1）③アで後述）の中で検討されます。

一方で、苦情とは、前記(a)~(d)の各部署及び営業部門において以下のように分類されたものを指します。苦情以外の問い合わせとの違いは、当該苦情を申し入れた出店者の問題意識や不利益に鑑み、当社の判断を再検討する必要があるかという点にあります。

(a) 審査CS部門

審査結果に対する問い合わせのうち、安全対策部門にエスカレーションされた案件の内容を目検で確認し、審査に対する不服申し立てにあたりと判断したもの。

(b)ガイドラインCS部門

問い合わせカテゴリの中で「ガイドライン違反」に該当する問い合わせの内容を目検で確認し、ガイドライン違反判断に対する不服申し立てにあたると判断したもの。

(c)ストアCS部門

ストアCS部門によるメール対応のうち、出店者から返信があった案件の中身を目検で確認し、出店者向けツール「ストアクリエイターPro」（以下、「ストアツール」）の機能等に関する苦情にあたると判断したもの（単なる要望を除く）。

(d)ヘルプデスク

ヘルプデスクに寄せられた問い合わせのログにおいて、ヘルプデスク担当者がその温度感から「苦情」カテゴリを選択したもの。

(e)営業部門

営業の出店者対応ログから、「苦情」や「クレーム」の文字列に該当する案件を抽出し、問い合わせ内容を目検で確認し、不服申し立てや不満の表明にあたると判断したもの。また、大きな事故の発生時に設置する専用フォームに寄せられた問い合わせのうち、不満の表明にあたると判断したもの。

- 各部門において集計された問い合わせ**348,500件**のうち、苦情の件数は、**123件**です。

<数値の取得方法に係る説明>

苦情の数値は、上記各部門における分類をもとにログから抽出したものです。

- 紛争に至ったケースはありません。

上記「紛争」とは、当社オンラインモールと出店者の間のトラブルが、訴訟・調停等の法的手段により解決すべき状態に至ったケースをいいます。

<数値の取得方法に係る説明>

紛争の件数は、安全対策部門または法務部門において把握されます。社内ルール上、各窓口を経由して発生した当社オンラインモールと出店者との間の取引上のトラブルは、全て安全対策部門に報告されるため、その後、訴訟・調停等の法的手段により解決すべき状態に至った場合も、安全対策部門において管理・把握されます。安全対策部門に報告されない法的紛争については、法務部門が管理・把握します。

(2) 苦情及び紛争の主な類型

それぞれの部門において、以下の類型ごとに集計しています。

・[審査部門]

- └ 出店審査の結果に関して：6件
- └ 不具合に関する不利益：1件

・[ガイドラインCS部門]

- └ ガイドラインの基準について：1件
- └ 違反ではないとの主張：19件
- └ ガイドラインへの説明が不足しているという主張：3件
- └ 他店も違反ではないかという主張：4件

・[ストアCS部門]

- └ お見舞い制度等による当社からの請求に関して:2件
- └ 強制休店または強制解約の措置について：16件

・[ヘルプデスク]

- └ サービスに関して：17件
- └ ストアツールに関して：12件
- └ 出店者対応に関して：2件
- └ マニュアルに関して：1件

・[営業部門]

- └ 機能に関して：15件
- └ 対応に関して：15件
- └ ガイドラインに関して：10件
- └ モール方針に関して：6件

(3) 苦情及び紛争の処理期間の平均期間

<苦情・紛争の平均処理時間>

案件クローズまでの平均処理時間は、次のとおりです。

- ・電話での問い合わせに対する一次対応完了まで、10分
- ・メールでの問い合わせに対する一次回答は、受信より48時間以内

<数値の取得方法>

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

（４）苦情及び紛争の結果の概要

- ア．当社オンラインモールに寄せられた苦情は、必ず当社からの返信で終了することとしています。最終的には当社の回答にご満足いただけたか、少なくとも追加の対応が不要となったと判断すれば、社内ログにおいて「クローズ」に分類しています。現在の運用上、全ての苦情が「クローズ」に至るまで対応を行っています。
- イ．満足度調査をアンケート形式で実施しているヘルプデスクでは、**85%**から、満足した旨の回答が得られています。

（５）その他苦情の処理及び紛争の解決に関する事項

<苦情管理のための新体制の整備について>

●基本的な考え方、課題認識、今後の取組み（確認事項2-1①②③¹）

当社オンラインモールにおける基本方針として、出店者の声は、苦情であるか否かにかかわらず、問題解決やサービスの改善に繋げていくことを目指しています。そのために、ヘルプデスク窓口に加えて、ストアツール上での告知内容それぞれに要望フォームを設け、個別の要望や苦情を寄せることができるようにしています。

もっとも、2021年度、当社には出店者からの問い合わせを判断する部署が複数存在しており（2（1）参照）、各部署における苦情の定義が明確に統一されていないという課題がありました。2022年3月実施の内部監査においてもこの点につき指摘を受け、速やかに体制改善を実施しました。

2022年度より、苦情案件のより円滑な集計や苦情処理の事後検証を可能とするため、各部署間で、以下のように苦情の定義及び類型を統一し、一括管理する新体制を整備しました。（そのため、2021年度とは数値の取得方法に多少の変化が見込まれます。）

ア． 苦情紛争の定義

①当社の措置や行為（事故等も含む）により出店者が不利益、あるいは運営上経済的損害等を受けた場合

かつ

②当社の規約、約款及びガイドラインを適用して適切な措置を講ずることによって解決できるもの

イ． 苦情の類型

出店または開店審査の進捗、結果、救済に関して
強制休店または強制解約の措置に関して
事故や不具合等による不利益に関して
お見舞い等による当社から請求に関して

¹ 経産省より受領した「質問・確認事項」のナンバリングに対応

サポート体制（営業担当、表現、時間、品質等）に関して
ユーザー（消費者）の不当評価に関して
ガイドライン違反に関して
ストアツールや仕様による不利益に関して
広告、販促企画に関して
その他

<消費者からの苦情の対応について>

- ア. 当社オンラインモールでは、消費者からの問い合わせのうち、現状によって不利益を受けていることにつき不満を表明し、改善を求めるものを、苦情として振り分け、集計しています。すなわち、例えば「説明が分かりにくい」という単なる不満の表明や、「このように改善してはどうか」という要望のように、不利益の主張を伴わない問い合わせは、ご意見として受け止め、社内での検討に役立てています。
- イ. このような振り分けのもとで、当社オンラインモールにおけるおすすめ順の開示に対する苦情はありませんでした。なお、求めている商品が見つからないという問い合わせに対して検索方法のアドバイスをするケースや、無関係の商品がヒットするというご指摘を当社サービス部門にエスカレーションし、改善に繋げるケースがありました。
- ウ. データの取り扱いに関する開示に対する苦情もありませんでした。なお、出店者が消費者のデータを取得できるかという問い合わせをいただく場合がありますが、取得できるもの、できないものを実態に即してご説明しています（例えば、Yahoo! IDは取得できません）。
- エ. なお、消費者向け問い合わせの一部は、電話窓口でも受け付けておりますが、消費者の苦情の申し入れをより容易にするため、苦情窓口の場所や申し入れ方法の分かり易さの工夫を続けてまいります。

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〔提供条件開示・行為時開示の状況〕

（１）利用者に開示した提供条件の内容（添付資料 省略）

（２）法第5条第3項及び第4項の規定に基づき開示された事項その他同条第1項から第4項までの規定に基づく開示の状況に関する事項〔行為時開示の状況・理由開示や事前開示の例外規定の適用状況〕

●商品の削除にとどめる場合とアカウントの停止まで行う場合の基準の違い（確認事項2-2-3①）

処分の重さは、違反の重大性や反復継続性に応じて異なります。

当社がガイドラインで定めた禁止事項に該当する商材の場合は、商品を削除のうえ対象出店者に通知を行い、改善に十分な期間経過後も同様の出品が確認される場合や、同一の出店者が繰り返し商品削除の対象となる場合は、休店措置のうえでアカウント停止（退店処分）を行うこととしています。

また、法令に反する出品や、出店を継続することが当社オンラインモールまたはその利用者に不利益を及ぼすおそれがあると認められるような重大な違反であれば、商品削除にとどめず直ちにアカウント停止（退店処分）を行う場合があります。

●アカウント停止の基準やプロセスについて、DPF提供者が定めるルールを理解した上で利用してくださいというコミュニケーションを利用事業者との間でどのように行っているか（確認事項2-2-3②）

出店申込みの際、Webページ上で、ストア利用約款（以下、「約款」）・ガイドラインを遵守する必要があることについて十分な告知を行っている上、出店前から利用約款・ガイドライン自体をご確認いただくことができます。また、出店後も、ストア運営に関するマニュアル等において、利用約款・ガイドライン違反となる行為等について詳細に説明するページを設けることで、遵守を促しております。

● 行為時開示（事前開示を除く）の主な類型、類型ごとの開示の例は以下のとおりです。

1. 提供条件によらない取引要請（4条3項1号）

当社オンラインモールではそのような取引要請をしていないため、該当しません。

2. 一部拒絶（5条3項2号）

●アカウント停止処分の理由について、どの程度具体的に開示しているか（ガイドラインの該当条項、問題がある商品/行為、当該商品/行為が問題となる理由）（確認事項2-2-3③）

以下の開示例の本文中に、該当部分を記しました。

●AIを利用したアカウント停止判断（確認事項2-2-3④）

当社ではアカウント停止の判断にAIを利用しておりませんが、今後の取組みとして検討しております。

●アカウント停止に対する異議申立手続において、利用事業者が適正に反論出来る機会が設けられていないという声について（確認事項2-2-3⑦）

当社では、休店措置に対する異議申し立てを受けた場合、かかる申し立てがガイドラインに照らして正当である場合は、休店措置を解除することとしています。このような異議申し立ては、休店措置の通知メールに返信をするか、営業担当者がいる場合は、営業担当者を通じて行うことができ、休店措置に対する反論は容易だといえます。

アカウント停止処分（退店処分）を行う場合は、必ず60日前に通知することとしているため、退店処分に対する異議申し立ての機会は確保されているといえます。

●アカウント停止に対する異議申立プロセスにかかる予見性確保のための取組み・工夫（確認事項2-2-3⑧）

アカウント停止に対する異議申立プロセスにかかる予見性確保のための取組みとして、よくあるご質問や想定されるご意見等に対する回答については、ストアツール上のお知らせページ等へ適宜掲載しております。

●誤ってアカウント停止処分を行った場合の救済の取組み（確認事項2-2-3⑩）

アカウント停止処分（退店処分）に対する反論や不服申し立てのご連絡を受領し、誤認による措置であったことや、救済が必要な場面であることが確認された場合は、速やかに措置を解除し、お詫びのご連絡をすることとしています。

類型（１）休店処分

ア. 開示例１：ガイドライン違反行為（自己注文）を理由とする休店処分をした場合に使用するメール文面

件名：

【重要】【Yahoo!ショッピング】ストア一時停止措置のご連絡<●●様>

本文：

株式会社●●

ご担当者様

いつもお世話になっております。

Yahoo!ショッピング ガイドライン担当でございます。

このたび、貴社ストア運営に使用するYahoo! JAPAN IDと購入者のアクセスログが

一致する自己注文と判断せざるを得ない以下注文を確認いたしました。【当該商品/行為が
問題となる理由】 【問題がある商品/行為】

<注文番号>

●●●-●●●

●●●-●●●

●●●-●●●

自己注文につきましてはストア運用ガイドライン第1章 第3 2項（1）で
お断りしております。【該当条項】
そのため貴社によるストア運営の安全性について確認が必要となるため、
ショッピングストア利用約款第48条第1項第3号に基づき、ストアのご利用を
一時停止（休店）させていただきました。ご了承ください。

■停止したストア

ストアアカウント：●●●

【ご対応のお願い】

当社といたしましては、今回の違反は重大と受け止めており、
誓約書の提出をもってご契約の続行といたしたく存じます。

下記期限日までに誓約書のご提出をお願いいたします。

■■対応期限：本メール送信日の翌日から5営業日以内（土日祝日のぞく）■■

なお、期日までにご対応をいただけない場合、ショッピングストア利用約款に基づき
出店契約の解除措置をとらせていただくことがございますので、あらかじめご承知おきく
ださい。

《誓約書》

当社では「DocuSign」というオンライン上で署名できるサービス
を使用しておりますので、以下の操作手順を参照いただき、貴社代表の方が
誓約書の内容を確認・署名のうえ、ご提出くださいますようお願いいたします。

◇DocuSign操作手順（中略）

書類の到着後、内容を確認のうえ、ストアシステムの再開について 検討させていただきます。

到着後内容の確認等のため、再開までお時間をいただく場合がございます。
ご了承ください。

なお、ガイドライン違反の細かな判断基準についてはご案内しておりません。
ご不明な点は下記ページなどをご参照くださいますよう、お願いいたします。

【Yahoo!ショッピングストア運用ガイドライン】

https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/guideline/shp_guideline_store.pdf

【ショッピングストア利用約款】

https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/provision/provision_store_revision.pdf

以上よろしく願いいたします。

※本メールは貴社の運営されるストアのサービス担当者様に送付させていただきます。ご返信の際は、代表となる担当者よりご返信ください。

■LINE公式アカウントをご利用の方

当社にて検討後、Yahoo!ショッピングの契約が終了と判断した場合、
Yahoo!ショッピングの契約終了をもちまして、LINE公式アカウントも
契約変更いただく、もしくは解約となります。

なお、解約日までに発生した費用については、合わせて請求させていただきますのでご了承ください。

ヤフー株式会社

Yahoo!ショッピングストア ガイドライン担当

メール：yshopping-qc@mail.yahoo.co.jp

営業時間：土日祝日をのぞく平日のみ10:00～18:00

※お問合せの際には、ストアアカウントを必ずご記入下さい。

イ. 開示例2：違反出品（権利侵害品の販売）により強制休店した場合に使用するメール文面

件名：

【重要】【Yahoo!ショッピング】ストア一時停止措置のご連絡<●●●様>

本文：

株式会社●●●

ご担当者様

いつもお世話になっております。

Yahoo!ショッピング ガイドライン担当でございます。

このたび、貴社が運営されるストアにガイドライン違反がありましたので
ご連絡いたします。

そのため大変遺憾ではございますが、ショッピングストア利用約款第48条第1項第1号に基づき貴社ストアシステムの停止措置を取らせていただきました。

■停止したストア

ストアアカウント：●●●

■違反内容

他人の権利を侵害する商品（権利元：●●●からの申告）【当該商品/行為が問題となる理由】

※ストア運用ガイドライン第1章 第3 3項（1）エに違反【該当条項】

⇒Yahoo!ショッピングにおける知的財産権保護の取り組みにつきましては、
下記をご参照ください。

◇知的財産権保護プログラム

<http://topics.shopping.yahoo.co.jp/faq/ppip/index.html>

■該当箇所：●●●【問題がある商品/行為】

■商品タイトル：●●●

※違反が含まれる商品は、ショッピングストア利用約款第25条第2項に基づき、
当社にて非公開または削除いたしました。

ほかの違反商品も、同様に措置する場合がございます。

【ご対応のお願い】

今回の違反は重大と受け止めており、誓約書の提出をもって
ご契約の続行といたしたく存じます。

期日までにご対応をいただけない場合、Yahoo!ショッピング、ヤフオク!ともに
貴社が運営されるすべてのストアについて、出店契約の解除措置を
とらせていただくことがございますので、あらかじめご承知おきください。

■■■対応期限：本メール送信日の翌日から5営業日以内（土日祝日のぞく）■■■

《誓約書》

当社では「DocuSign」というオンライン上で署名できるサービスを
使用しておりますので、以下の操作手順を参照いただき、貴社代表の方が
誓約書の内容を確認・署名のうえ、ご提出くださいますようお願いいたします。

（以下省略、同上）

**ウ、開示例3：連絡不通で強制休店した場合に使用するメール文面（お客様からの問い合
わせを受けて、出店者に「お客様対応のお願い」をしたが、対応や連絡がない場合）**
（例）返品に応じてほしいとの問い合わせを受け、ストアにお客様対応を依頼

件名：【Yahoo!ショッピング：ストア停止措置のお知らせ】<●●●>mmdd【CS】

本文：

●●●（ストアアカウント：●●●）

ご担当者様

お世話になっております、Yahoo!ショッピング CS担当でございます。

下記の内容で、お客様対応のお願いのメールを送信させていただいておりますが、
ご返信の期限を過ぎても、貴社よりご返信をいただけておりません。【当該商品/行為が問
題となる理由】【問題がある商品/行為】

メール送信日:yyyy/mm/dd

メール件名：【要ご返信】Yahoo!ショッピング：お客様対応のお願い●●●-
●●●>mdd 【CS】

大変遺憾ではございますが、ショッピングストア利用約款第48条第1項第2号に基づき
貴社ストアの停止措置を取らせていただきました。【該当条項】

このメールをご覧になりましたら、先日お送りしたメールを確認のうえ
以下の報告期限までにご返信くださいますようお願いいたします。

■■ご報告期限は●月●日（●）とさせていただきます■■

期限までにご報告のない場合、ショッピングストア利用約款第48条第2項に基づき
契約解除とさせていただきますのでご注意ください。

ショッピングストア利用約款は以下をご参照ください。

◇ショッピングストア利用約款

https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/provision/provision_store_revision.pdf

ストア再開の可否に関しましては、ご対応状況により当社内で検討のうえ
ご連絡させていただきます。

なお、期限までにご報告いただきましても、ストアの再開を
お約束できかねる場合もございますので、あらかじめご了承ください。

■LINE公式アカウントをご利用の方

当社にて検討後、Yahoo!ショッピングの契約が終了と判断した場合、
Yahoo!ショッピングの契約終了をもちまして、LINE公式アカウントも
契約変更いただく、もしくは解約となります。

なお、解約日までに発生した費用については、合わせて請求させて
いただきますのでご了承ください。

Yahoo!ショッピングストアヘルプデスク

<https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/apply/helpdesk.html>

※上記にログインできない場合は、以下ページをご参照ください。

▼ログインできない時のFAQ

https://business-ec.yahoo.co.jp/shopping/question/#question_store_tool

類型（２） 商品削除

ア. 開示例1：アダルト関連商品を削除した場合に使用するメール文面

当社オンラインモールでは、下記のような通知メールに加え、ストアツール上で、処分の対象となった商品の一覧が表示され、各商品につきどのような処分がされたか（削除/非公開）、違反条項等が全て開示されます。

商品削除処分の対象商品は、複数存在するのが通常であるため、通知メールにおいては、詳細の記載ミスを防止するために、処分対象や処分内容の特定を最低限にとどめています（「非公開または削除」等）。

件名：【Yahoo!ショッピング】ガイドライン違反のご連絡<●●●様>

本文：

●●●

ご担当者様

いつもお世話になっております。

Yahoo!ショッピング ガイドライン担当でございます。

このたび、Yahoo!ショッピングで貴店が運営されるストア上において
当社運用ガイドライン等への違反がありましたので、ご連絡いたします。

■違反内容

性的好奇心を満たす目的を持った商品

⇒胸や局部の箇所が大きく開いているもの、切り取られている下着など、

画像、商品内容などにより、性的好奇心を満たす目的を持った商品と当社にて判断した
もの については、お取り扱いをお断りしております。

※ストア運用ガイドライン第1章 第3 3項（1）ハに違反

■ストアアカウント：●●●

■該当箇所：●●●

■商品タイトル： ●●●

※違反が含まれる商品は、ショッピングストア利用約款第25条第2項に基づき、当社にて非公開または削除いたしました。

ほかの違反商品も、同様に措置する場合がございます。

上記でご案内したものは一例です。

掲載中の商品は、出店者様の責任で管理いただいております。

違反内容をご確認いただき、同様のガイドライン違反がございましたら、商品取り下げなどの対応を行ってください。

今後もガイドライン違反が確認できた場合は、Yahoo!ショッピング、ヤフオク!ともに貴社が運営されるすべてのストアについて、ストアの一時停止や、出店契約を解除することがあります。あらかじめご承知置きください。

Yahoo!ショッピングの禁止行為や禁止商材は、以下のガイドラインをご参照ください。

▼Yahoo!ショッピングストア運用ガイドライン

https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/guideline/shp_guideline_store.pdf

また、ショッピングストア利用約款につきましては以下をご参照ください。

▼ショッピングストア利用約款

https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/provision/provision_store_revision.pdf

以上よろしくお願いいたします。

※本メールは貴社の運営されるストアのサービス担当者様に送付させていただきます。ご返信の際は、代表となる担当者よりご返信ください。

ヤフー株式会社

Yahoo!ショッピングストア ガイドライン担当

メール：yshopping-qc@mail.yahoo.co.jp

営業時間：土日祝日をのぞく平日のみ10:00～18:00

※お問合せの際には、ストアアカウントを必ずご記入下さい。

イ. 開示例2：象牙製品を削除した場合に使用するメール文面

件名：【Yahoo!ショッピング】ガイドライン違反による対応のご連絡<●●●様>

本文：

●●●

ご担当者様

いつもお世話になっております。

Yahoo!ショッピング ガイドライン担当でございます。

このたび、Yahoo!ショッピングで貴店が運営されるストアにおいて
当社運用ガイドライン等への違反がありましたので、ご連絡いたします。

■違反内容

象牙製品の販売

⇒下記のお知らせのとおり、象牙が含まれる製品全て（象牙がパーツとして
使われている商品を含みます）の取り扱いはお断りしております。

※ストア運用ガイドライン第1章 第3 3項（1）セに違反

▼ヤフーのeコマースサービスにおいて、全象牙製品の取引を2019年11月1日より禁止し
ます

<https://about.yahoo.co.jp/pr/release/2019/08/28a/>

■ストアアカウント：●●●

■該当箇所：●●●

■商品タイトル：●●●

※違反が含まれる商品は、ショッピングストア利用約款第25条第2項に基づき、
当社にて非公開または削除いたしました。

ほかの違反商品も、同様に措置する場合がございます。

上記でご案内したものは一例です。

掲載中の商品は、出店者様の責任において管理いただいております。

違反内容をご確認いただき、同様のガイドライン違反がございましたら、お取り下げ、修正などの対応をしていただけますようお願いいたします。

今回は警告とさせていただきますが、今後ガイドライン違反がないよう再発防止策をご検討いただき、ガイドラインに則ったストア運営をお願いいたします。

Yahoo!ショッピングの禁止行為や禁止商材は、以下のガイドラインをご参照ください。

▼Yahoo!ショッピングストア運用ガイドライン

https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/guideline/shp_guideline_store.pdf

また、ショッピングストア利用約款につきましては以下をご参照ください。

▼ショッピングストア利用約款

https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/provision/provision_store_revision.pdf

以上よろしくお願いいたします。

※本メールは貴社の運営されるストアのサービス担当者様に送付させていただきます。ご返信の際は、代表となる担当者よりご返信ください。

ヤフー株式会社

Yahoo!ショッピングストア ガイドライン担当

メール：yshopping-qc@mail.yahoo.co.jp

営業時間：土日祝日をのぞく平日のみ10:00～18:00

※お問合せの際には、ストアアカウントを必ずご記入下さい。

ウ. 開示例 3：武器として使用される恐れのある商品を削除した場合に使用するメール文面

件名：

【Yahoo!ショッピング】ガイドライン違反による対応のご連絡<●●●様>

本文：

●●●

ご担当者様

いつもお世話になっております。

Yahoo!ショッピング ガイドライン担当でございます。

このたび、Yahoo!ショッピングで貴店が運営されるストア上において
当社運用ガイドライン等への違反がありましたので、ご連絡いたします。

■違反内容

武器として使用される目的を持つ商品や犯罪に使用されるおそれがある商品

※ストア運用ガイドライン第 1 章 第 3 3 項 (1) ツに違反

■ストアアカウント：●●●

■該当箇所：●●●

■商品タイトル：●●●

※違反が含まれる商品は、ショッピングストア利用約款第 25 条第 2 項に基づき、
当社にて非公開または削除いたしました。

ほかの違反商品も、同様に措置する場合がございます。

上記でご案内したものは一例です。

掲載中の商品は、出店者様の責任において管理いただいております。

違反内容をご確認いただき、同様のガイドライン違反がございましたら、
お取り下げ、修正などの対応をしていただけますようお願いいたします。

今回は警告とさせていただきますが、今後ガイドライン違反がないよう
再発防止策をご検討いただき、ガイドラインに則ったストア運営をお願いいたします。

Yahoo!ショッピングの禁止行為や禁止商材は、以下のガイドラインを
ご参照ください。

▼Yahoo!ショッピングストア運用ガイドライン

https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/guideline/shp_guideline_store.pdf

また、ショッピングストア利用約款につきましては以下をご参照ください。

▼ショッピングストア利用約款

https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/provision/provision_store_revision.pdf

以上よろしく願いいたします。

※本メールは貴社の運営されるストアのサービス担当者様に送付させていただきます。ご返信の際は、代表となる担当者よりご返信ください。

ヤフー株式会社

Yahoo!ショッピングストア ガイドライン担当

メール：yshopping-qc@mail.yahoo.co.jp

営業時間：土日祝日をのぞく平日のみ 10:00～18:00

※お問合せの際には、ストアアカウントを必ずご記入下さい。

エ. 開示例4：検体を郵送等で検査センターに返送するタイプのもので、プライバシーマークまたは ISMS 認証の取得が確認できない商品を非公開にした場合に使用するメール文面

件名：

【Yahoo!ショッピング】ガイドライン違反のご連絡<●●●様>

本文：

株式会社○○○

ご担当者様

いつもお世話になっております。

Yahoo!ショッピング ガイドライン担当でございます。

このたび、Yahoo!ショッピングで貴店が運営されるストア上において当社運用ガイドライン等への違反がありましたので、ご連絡いたします。

■違反内容

取り扱い禁止商材（身体検査キット）

※ストア運用ガイドライン第1章 第33項（1）タに違反

■ストアアカウント：●●●

■該当箇所：●●●●

■商品タイトル：●●●●

※違反が含まれる商品は、ショッピングストア利用約款第 25 条第 2 項に基づき、当社にて非公開または削除いたしました。

ほかの違反商品も、同様に措置する場合がございます。

上記でご案内したものは一例です。

掲載中の商品は、出店者様の責任で管理いただいております。

違反内容をご確認いただき、同様のガイドライン違反がございましたら、商品取り下げなどの対応を行ってください。

今後もガイドライン違反が確認できた場合は、Yahoo!ショッピング、ヤフオク!ともに貴社が運営されるすべてのストアについて、ストアの一時停止や、出店契約を解除することがあります。あらかじめご承知置きください。

Yahoo!ショッピングの禁止行為や禁止商材は、以下のガイドラインをご参照ください。

▼Yahoo!ショッピングストア運用ガイドライン

https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/guideline/shp_guideline_store.pdf

また、ショッピングストア利用約款につきましては以下をご参照ください。

▼ショッピングストア利用約款

https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/provision/provision_store_revision.pdf

以上よろしくお願いいたします。

※本メールは貴社の運営されるストアのサービス担当者様に送付させていただきます。ご返信の際は、代表となる担当者よりご返信ください。

ヤフー株式会社

Yahoo!ショッピングストア ガイドライン担当

メール：yshopping-qc@mail.yahoo.co.jp

営業時間：土日祝日をのぞく平日のみ 10:00～18:00

※お問合せの際には、ストアアカウントを必ずご記入下さい。

オ. 開示例 5：賞味期限切れの商品（食品）を削除した場合に使用するメール文面

件名：

【Yahoo!ショッピング】ガイドライン違反のご連絡<●●●様>

本文：

●●●

ご担当者様

いつもお世話になっております。

Yahoo!ショッピング ガイドライン担当でございます。

このたび、Yahoo!ショッピングで貴店が運営されるストア上において
当社運用ガイドライン等への違反がありましたので、ご連絡いたします。

■違反内容

取り扱い禁止商材（開封済み・期限切れ食品）

※ストア運用ガイドライン第1章 第33項（1）ノに違反

■ストアアカウント：●●●

■該当箇所：●●●

■商品タイトル：●●●

※違反が含まれる商品は、ショッピングストア利用約款第25条第2項に基づき、
当社にて非公開または削除いたしました。

ほかの違反商品も、同様に措置する場合がございます。

上記でご案内したものは一例です。

掲載中の商品は、出店者様の責任で管理いただいております。

違反内容をご確認いただき、同様のガイドライン違反がございましたら、
商品取り下げなどの対応を行ってください。

今後もガイドライン違反が確認できた場合は、Yahoo!ショッピング、
ヤフオク!ともに貴社が運営されるすべてのストアについて、ストアの一時停止や、
出店契約を解除することがあります。あらかじめご承知置きください。

Yahoo!ショッピングの禁止行為や禁止商材は、以下のガイドラインを
ご参照ください。

▼Yahoo!ショッピングストア運用ガイドライン

https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/guideline/shp_guideline_store.pdf

また、ショッピングストア利用約款につきましては以下をご参照ください。

▼ショッピングストア利用約款

https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/provision/provision_store_revision.pdf

以上よろしく願いいたします。

※本メールは貴社の運営されるストアのサービス担当者様に送付させていただきます。ご返信の際は、代表となる担当者よりご返信ください。

ヤフー株式会社

Yahoo!ショッピングストア ガイドライン担当

メール：yshopping-qc@mail.yahoo.co.jp

営業時間：土日祝日をのぞく平日のみ 10:00～18:00

※お問合せの際には、ストアアカウントを必ずご記入下さい。

3. 代金留保（5条3項3号）

商品代金を受け取ったのに商品を発送しない等、詐欺の恐れがある場合に使用するメール文面

件名：【重要】Yahoo!ショッピング：支払留保通知<●●●>mddd【CS】

本文：

●●●（ストアアカウント：●●●）

ご担当者様

お世話になっております、Yahoo!ショッピングでございます。

以下の通りショッピングストア利用約款（同約款に規定する指定決済会社が決める規約等を含みます）に基づき、貴社へのストア決済サービス売上代金のお支払いを留保いたしますので、ここに通知申し上げます。

<支払留保措置事由>

ショッピングストア利用約款

第2編第1章第9条第3項

第2編第2章第1款第10条第1項第5号

第1編第48条第3項

<判断事由>

同約款に基づく確認・調査が必要と判断したため

<支払留保期間>

同約款に基づく確認・調査の完了まで

<支払留保金額>

本日以降のすべての貴社へのお支払い分

詳細は、ビジネスセンター>利用明細>受取明細の画面からご確認ください

今後については別途ご連絡させていただきます。

なお、既にお客様との間で成立している売買契約については、
通常と変わらず履行の義務がございます。

商品の発送、お問い合わせへの回答など、誠意をもって
ご対応いただけますようお願いいたします。

ご不明な点は本メールに返信の形でお問い合わせください。

■LINE公式アカウントをご利用の方

当社にて検討後、Yahoo!ショッピングの契約が終了と判断した場合、
Yahoo!ショッピングの契約終了をもちまして、LINE公式アカウントも
契約変更いただく、もしくは解約となります。

なお、解約日までに発生した費用については、合わせて請求させて
いただきますのでご了承ください。

Yahoo!ショッピング ストアヘルプデスク

<https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/apply/helpdesk.html>

※上記にログインできない場合は、以下ページをご参照ください。

▼ログインできない時のFAQ

https://business-ec.yahoo.co.jp/shopping/question/#question_store_tool

- .
- 一部拒絶について、例外的に理由開示をしなかった場合の主な類型、類型ごとの例は以下のとおりです。

ア. 出店者が反復して提供条件違反をした場合（施行規則8条1号）

2021/4/1以降に例外的に理由を開示しなかった事案は発生していません。

イ. 出店者が反社関係者であった場合（施行規則 8 条 2 号）

2021/4/1以降に該当する事案は発生していません。

ウ. ほか法令等に対応するための措置であって、理由開示により特定プラットフォーム提供者当の利益を害するおそれがある場合（施行規則 8 条 3 号）

2021/4/1以降に例外的に理由を開示しなかった事案は発生していません。

- 代金留保について、例外的に理由開示をしなかった場合の主な類型、類型ごとの例は以下のとおりです。

ア. 出店者が反復して提供条件違反をした場合（施行規則 8 条 1 号）

2021/4/1以降に例外的に理由を開示しなかった事案は発生していません。

イ. 出店者が反社関係者であった場合（施行規則 8 条 2 号）

2021/4/1以降に該当する事案は発生していません。

ウ. ほか法令等に対応するための措置であって、理由開示により特定プラットフォーム提供者当の利益を害するおそれがある場合（施行規則 8 条 3 号）

2021/4/1以降に例外的に理由を開示しなかった事案は発生していません。

- 事前開示の主な類型や類型ごとの開示の例、日数の例は以下のとおりです。

<事前開示の日数・方法について>

約款及びストア運用ガイドラインを改定する際は、変更による影響が重大でない場合は15日前までに、影響がより大きい場合は3か月前から1か月前までに、メールとストアツール上で、全ての出店者に対して事前通知をしています。その際、改定理由、改定日、改定前後の新旧対照表を記載し、例えば「改定に伴って、現在ご利用いただいている〇〇への影響はございません。」というように、出店者への影響をできる限り分かり易く説明しています。

さらに、約款及びストア運用ガイドラインの改定日当日にも、改めてお知らせを行っています。

1. 取引条件変更（5 条 4 項 1 号）

類型（1） ストア利用約款の改定の場合に使用するメール文面

事前通知の日数：15日

件名： [10/15改定] ショッピングストア利用約款改定のご案内：Yahoo!ショッピング
本文：
Yahoo!ショッピングストア
出店者様

お世話になっております。Yahoo!ショッピングです。

2021年10月15日（金）に、ショッピングストア利用約款の改定を予定しています。

当社以外の一部企業様においても「モールクーポン」を発行できるようになるため、モールクーポンの定義を修正いたします。詳細は下記よりご確認をお願いいたします。

▽ショッピングストア利用約款

https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/provision/provision_store_revision.pdf

■改定日

2021年10月15日（金）

■改定内容

=====

第1編 基本約款

第1章 本サービスの利用

第1条（用語の定義）

【改定前】

（22）「モールクーポン」とは、当社がお客様に対して発行する、お客様が注文総額の全部または一部の支払に利用することができるクーポンをいいます。

【改定後】

（22）「モールクーポン」とは、当社が発行する、または、当社が認めた第三者が当社のシステムを介して発行する、お客様が注文総額の全部または一部の支払に利用することができるクーポンをいいます。

=====

第1編 基本約款

第1章 本サービスの利用

第9条（ポイント、PayPayボーナスおよびモールクーポンによるプロモーション）

【改定前】

1. 出店者は、当社が以下の方法による商品等のプロモーションを行うことをあらかじめ承諾するものとします。

- (1) 当社の設定するポイント付与率（以下「ポイント付与率」といいます）を注文額および注文額に賦課される消費税および地方消費税の合計金額に乗じて算定したポイントをお客様に付与する方法
 - (2) 注文総額の全部または一部の支払にポイントの利用を認める方法
 - (3) モールクーポンを発行する方法
 - (4) モールクーポンの利用条件に従って注文総額の全部または一部の支払にモールクーポンの利用を認める方法
2. 出店者は、前項第1号のプロモーションに加えて、当社が別途定める範囲内で任意にお客様にPayPayボーナスを付与する方法により、商品等のプロモーションを行うことができるものとします。
 3. 当社は、当社の任意の判断と負担により、お客様にPayPayボーナスを付与することができるものとします。
 4. モールクーポンの発行時期、購入に利用できる商品等やモールクーポンの種類、利用対象となる出店者などモールクーポンの利用条件は、当社が任意に設定します。

【改定後】

1. 出店者は、当社（第3号および第4号に関しては当社が認めた第三者を含みます）が以下の方法による商品等のプロモーションを行うことをあらかじめ承諾するものとします。
 - (1) 当社の設定するポイント付与率（以下「ポイント付与率」といいます）を注文額および注文額に賦課される消費税および地方消費税の合計金額に乗じて算定したポイントをお客様に付与する方法
 - (2) 注文総額の全部または一部の支払にポイントの利用を認める方法
 - (3) モールクーポンを発行する方法
 - (4) モールクーポンの利用条件に従って注文総額の全部または一部の支払にモールクーポンの利用を認める方法
 - (5) PayPayボーナスを付与する方法
2. 出店者は、当社が別途定める範囲内で任意にお客様にPayPayボーナスを付与する方法またはストアクーポンを発行し利用条件に従って注文総額の全部もしくは一部の支払にストアクーポンの利用を認める方法により、商品等のプロモーションを行うことができるものとします。
3. モールクーポンの発行時期、購入に利用できる商品等やモールクーポンの種類、利用対象となる出店者などモールクーポンの利用条件は、当社または当社が認めた第三者が任意に設定します。

=====

Yahoo!ショッピングは、これからもご利用の皆様により良いサービスを提供してまいります。

今後ともYahoo!ショッピングをよろしくお願いいたします。

■Yahoo!ショッピングストアヘルプデスク

<https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/apply/helpdesk.html>

※「ヘルプデスク電話混雑予想」もあわせてご確認ください。

<https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/topics/konzatsu.html>

※上記にログインできない場合は下記をご確認ください。

https://business-ec.yahoo.co.jp/shopping/question/#question_store_tool

※お知らせ内容に関するご意見・ご要望はGood/Badボタンをご利用ください。

<https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/toolmanual/dictionary/k/3123.html>

類型（２） ストア運用ガイドラインの改定の場合に使用するメール文面

事前通知の日数：15日

件名：[10/15改定] ストア運用ガイドライン改定に関するご案内：Yahoo!ショッピング

本文：

Yahoo!ショッピングストア

出店者様

お世話になっております。Yahoo!ショッピングです。

2021年10月15日（金）に、Yahoo!ショッピング ストア運用ガイドラインの改定を予定しています。

当社以外の一部企業様においても「モールクーポン」を発行できるようになるため、モールクーポンの定義を修正いたします。詳細は下記よりご確認をお願いいたします。

▽Yahoo!ショッピング ストア運用ガイドライン

https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/guideline/shp_guideline_store.pdf

■改定日

2021年10月15日（金）

■改定内容

=====

第5章 ショッピングクーポン

第2 ショッピングクーポンサービスの内容

2 ショッピングクーポンの種類

【改定前】

出店様が発行できるクーポン（以下、ストアクーポンという）と、当社が発行するクーポン（以下、モールクーポンという）があります。

【改定後】

出店様が発行できるクーポン（以下、ストアクーポンという）と、当社が発行する、または、当社が認めた第三者が当社のシステムを介して発行するクーポン（以下、モールクーポンという）があります。

=====

第5章 ショッピングクーポン

第4 モールクーポンについて

1 モールクーポンとは

【改定前】

当社は、一定の商品やカテゴリ等を対象として、注文金額の定額値引きや定率値引き等で利用できるモールクーポンを発行する場合があります。モールクーポンが利用された注文について、出店様はモールクーポン利用後の金額でお客様と取引を行いますが、モールクーポンによる値引き額は当社が原資負担するものとして、次項の定めにより当社から出店様へ支払います。

【改定後】

当社または当社が認めた第三者は、一定の商品やカテゴリ等を対象として、注文金額の定額値引きや定率値引き等で利用できるモールクーポンを発行する場合があります。モールクーポンが利用された注文について、出店様はモールクーポン利用後の金額でお客様と取引を行いますが、モールクーポンによる値引き額は当社または当社が認めた第三者が原資負担するものとして、次項の定めにより当社から出店様へ支払います。

=====

Yahoo!ショッピングは、これからもご利用の皆様により良いサービスを提供してまいります。

今後ともYahoo!ショッピングをよろしくお願いいたします。

■Yahoo!ショッピングストアヘルプデスク

<https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/apply/helpdesk.html>

※「ヘルプデスク電話混雑予想」もあわせてご確認ください。

<https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/topics/konzatsu.html>

※上記にログインできない場合は下記をご確認ください。

https://business-ec.yahoo.co.jp/shopping/question/#question_store_tool

※お知らせ内容に関するご意見・ご要望はGood/Badボタンをご利用ください。

<https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/toolmanual/dictionary/k/3123.html>

2. 全部拒絶（5条4項2号）：退店処分の場合に使用するメール文面

事前通知の日数：60日

件名：【重要】【Yahoo!ショッピング】ご契約終了のご連絡<●●●様>

本文：●●●様

いつもお世話になっております。

Yahoo!ショッピング ガイドライン担当でございます。

このたび、貴社が運営されるストアにてガイドライン違反を確認しました。

ガイドライン違反については当社としても重大に受け止めており、誠に遺憾に思います。

今回の件で、貴社についてはガイドラインを遵守していただく事が難しい状態であると判断させていただきました。

つきましては、ショッピングストア利用約款に基づき、

下記ご契約終了日をもって貴社とのご契約を終了させていただきます。

< 契約解除事由 > **【該当条項】**

ショッピングストア利用約款 第48条第3項第1号

< 判断事由 > **【該当条項】**

2021年9月13日に、ストア運用ガイドライン第2章 第1 3項 (3) および (4) に違反するが
あり、

以降ショッピングストア利用約款に違反しないことを誓約する旨の書面をご提出いただきました。

しかしながら、2021年11月5日にストア運用ガイドライン第1章 第3 3項 (1) エに
違反した事実を確認したため、契約解除相当と判断しました。

【ガイドライン違反について】

■違反ストア

ストアアカウント：●●●●

■違反内容 **【当該商品/行為が問題となる理由】**

他人の権利を侵害する商品（権利元からの申告）

※ストア運用ガイドライン第1章 第3 3項 (1) エに違反

■該当商品コード **【問題がある商品/行為】**

●●●●

■商品タイトル **【問題がある商品/行為】**

●●●●

【ご契約終了ストア】

■Yahoo!ショッピング

ストアアカウント：●●●●

■ご契約終了日

2022年1月31日

なお、ガイドライン違反の細かな判断基準についてはご案内しておりません。

ご不明な点は下記ページなどをご参照くださいますよう、お願いいたします。

【Yahoo!ショッピングストア運用ガイドライン】

https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/guideline/shp_guideline_store.pdf

【ショッピングストア利用約款】

https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/provision/provision_store_revision.pdf

以上

【追伸】

■債務履行義務について

上記通知により、これより販売停止の処理を進めさせていただきます。
既に顧客との間で成立した売買契約への対応、システム利用料等の債務に関しては履行義務がございますので申し添えさせていただきます。

■ご契約終了後の店舗ページについて

ご契約終了日に、店舗トップページへストア閉店のお知らせ（当社規定の文章）を掲載いたします。ご契約終了日が休日にあたる場合は繰り上げて掲載、また12月末日解約の場合は12月29日に掲載いたします。
なお、店舗ページはご契約終了日から3ヶ月程で削除いたします。

■ストアクリエイター Pro・ストアマネージャーへのログインについて

ストアクリエイター Pro・ストアマネージャーについては、
本契約の終了と同時に各種設定の編集ご利用不可となります。
ただし、「注文管理」の情報はストアクリエイター Pro・ストアマネージャーでは閉店後 25 日間、確認が可能です。

それ以降は、ログインができなくなりますので注文処理等の作業がある場合はこの期間内に完了してください。

なお、ストアを開店されていない場合はご契約終了日翌日よりログインができ

なくなります。

■注文ステータスの更新について

注文ステータス（『完了』『新規注文』『処理中』『保留』）はご契約終了月の翌月16日までに、適切に注文処理を行っていただくようお願いいたします。

■ストアエディターについて

ストアエディターは、ご契約終了日以降作業不可となります。
商品データなどを保存される場合は、ご契約終了日までに行ってくださいようお願いいたします。

■LINE公式アカウントをご利用の方

Yahoo!ショッピングのご契約終了後も、継続してLINE公式アカウントをご利用希望の方は、

Yahoo!ショッピング契約終了月の15日までに、契約変更のお手続きをお願いします。
契約変更は、お客様より、LINE株式会社へのご申請が必要となります。
契約変更のお手続き方法は、以下ページをご確認のうえ、ご対応ください。

◇Yahoo!ショッピングご解約に伴うLINE公式アカウントの契約変更手続き（商流変更）
<https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/apply/close-lineoa-contract-change.html>
※「商流変更申請フォーマット」のパスワードは【●●●】です。

なお、指定の日付までにお手続きを完了いただけない場合は、
Yahoo!ショッピング契約終了日をもって、LINE公式アカウントにつきましても、
解約となりますのでご注意ください。

例)

●契約変更手続きを行う場合

Yahoo!ショッピング契約終了日：7月末日
LINE株式会社への契約変更締め切り日：7月15日
契約変更開始日：8月1日

●契約変更手続きを行わない場合

Yahoo!ショッピング契約終了日：7月末日

LINE公式アカウントの解約日：7月末日

ご不明な点はヘルプデスクまでお問い合わせ下さい。

◇Yahoo!ショッピング ストアヘルプデスク

<https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/apply/helpdesk.html>

※時間外のお問い合わせは翌営業日以降のご回答になりますことを
あらかじめご了承ください。

ヤフー株式会社

Yahoo!ショッピングストア ガイドライン担当

メール：yshopping-qc@mail.yahoo.co.jp

営業時間：土日祝日をのぞく平日のみ10:00～18:00

※お問合せの際には、ストアアカウントを必ずご記入下さい。

- **取引条件変更について、例外的に理由開示をしなかった場合の主な類型、類型ごとの例は以下のとおりです。**

ア. 軽微な変更（施行規則 11条1項1号）

2021年4月1日以降に実施した約款とストア運用ガイドラインの改定において、例外的に理由を開示しなかった案件はありません。

イ. 法令等に速やかに対応する場合（施行規則 11条1項2号）

2021年4月1日以降に実施したストア利用約款とストア運用ガイドラインの改定において、例外的に理由を開示しなかった案件はありません。

ウ. サイバーセキュリティ確保、詐欺等対応のため、速やかに対応する場合（施行規則 11条1項3号）

2021年4月1日以降に実施したストア利用約款とストア運用ガイドラインの改定において、例外的に理由を開示しなかった案件はありません。

- 全部拒絶（当社における退店処分）について、例外的に理由開示をしなかった場合の主な類型、類型ごとの例は以下のとおりです。

ア. 出店者が反復して提供条件違反をした場合（施行規則11条2項1号）

2021年4月1日以降に例外的に理由を開示しなかった事案は発生していません。

イ. 出店者が反社関係者であった場合（施行規則11条2項2号）

2021年4月1日以降に該当する事案は発生していません。

ウ. ほか法令等に対応するための措置であって、理由開示により特定プラットフォーム提供者の利益を害するおそれがある場合（施行規則11条2項3号）

2021年4月1日以降に例外的に理由を開示しなかった事案は発生していません。

エ. 法令等に速やかに対応する場合（施行規則11条2項4号）

2021年4月1日以降に例外的に理由を開示しなかった事案は発生していません。

オ. サイバーセキュリティ確保、詐欺等対応のため、速やかに対応する場合（施行規則11条2項5号）

2021年4月1日以降に例外的に理由を開示しなかった事案は発生していません。

●透明化法上の事前通知の例外事由（緊急性、詐欺等のリスク、セキュリティリスク等）について、どのような基準で判断しているか（確認事項2-2-3⑤）

当社では法令の文言通りに判断することとし、内部基準は定めていません。もっとも、例外事由に該当するかの判断にあたっては、政策渉外部門や法務部門に個別に相談し判断することとしています。

当社では例外事由の適用は慎重に判断しており、個別判断の結果、法令の例外事由を狭めに適用することもあります。すなわち、法令によれば事前通知が不要だと思われる場合であっても、個別事情に照らして事前通知するべきと判断する場合があります。この方針及びプロセスは、法令が定める他の事前通知の例外事由（法5条4項1号、省令11条1項）についても同様です。

●令和3年度に実施したアカウント停止措置の件数、そのうち透明化法上の例外事由があると判断した件数または割合（確認事項2-2-3⑥）

2021年度に実施したアカウント停止措置（退店処分）のうち、透明化法の理由開示や事前通知の例外事由があると判断したのは0件です。強制退店処分をする場合は、いかなる場合も、退店理由を通知した上で、翌々月末を退店日とすることとしているためです。

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〔相互理解促進のための自主的体制の整備について〕

（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●年経済産業省告示第●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

※ 適切かつ有効なものとする理由は、「→」マークの後に記載

① 告示2. 1①に関する事項

＜約款・ガイドライン変更、処分が出店者に与える影響への配慮＞

ア. 約款・ガイドライン変更の前：出店者に対する不利益の多角的な検討

当社では、約款やガイドラインの変更を決定する一連のプロセスにおいて、出店者の利益に対する影響を検討しています。まず、企画部門において、当該約款・ガイドライン変更の適否を、出店者にどの程度の利益・不利益があるのかを含めて検討・立案した上で、事業部とは独立した法務部門や政策渉外部門に対して相談を行うこととしています。

法務部門や政策渉外部門は、既存の約款・ガイドライン及び関係法令の理解を前提に、当該約款・ガイドライン変更の趣旨や当該行為が出店者に及ぼす具体的な影響に照らして、当該行為の実施が適切であるかを共に検討します。その後、事業部側で、相談の結果を踏まえて、実施するか否かの最終判断を行います。

当社では、こうした多角的な検討プロセスが決裁に確実に反映されることが重要であると捉え、今般、社内決裁システムに上記検討結果を記載する運用を新たに開始し、出店者に与える影響に対する配慮等の一連の検討プロセスを決裁者が一元的に確認できるようにしました。

→ このように、事業部とは独立した部署においても約款・ガイドライン変更の影響を検討することで、出店者の利益に十分に配慮した、より慎重かつ多角的な判断が可能となると考えています。

イ. 約款・ガイドライン変更の際：出店者に対する十分な情報提供

約款・ガイドライン変更をする場合は、上記の事前評価を踏まえて、当該行為を実施する理由や経緯等について、出店者に対して事前・事後に丁寧な情報提供を行っています。

→ このような情報提供は、出店者が対応を検討するために必要十分な考慮材料を提供するものであるため、出店者の利益に配慮する上で、適切かつ有効なものと考えています。

また、情報提供をする時期は、法令の定める事前告知期間を最低限のものと捉える方針のもと、出店者が新しい約款・ガイドラインに対応するために必要な期間の確保や、実施前に出店者からの個別の問い合わせに一通りお答えできるかといった観点から、変更によ

る影響が重大でない場合は15日前までに、影響がより大きい場合は3か月前から1か月前までに、事前告知をしています。

→ このように出店者に対して十分な猶予期間を与えることは、出店者の利益に配慮する上で、適切かつ有効なものと考えています。

ウ. 処分が出店者に与える影響への配慮

商品の削除または非公開措置を行う際には、出店者の利益を不当に害することがないよう、商品の削除と非公開のいずれが妥当であるのかを個別に検討しています。また、違反出品を検知したパトロール部門と協議し、本来処分対象とすべきでない商品を巻き込んでいないかの再検討を行っています。

法が事前告知を義務づけていない行為であっても、事前告知をすべき場合でないかを、政策渉外部門と協議し検討しています。例えば、出店者に十分な対応期間を与える必要や、あらかじめ説明や弁明の機会を設ける必要等を考慮して判断しています。

アカウント停止（退店処分）については、その影響の大きさに配慮した厳格な基準や運用ルールを定め、それを遵守しています。

② 告示2. 1②に関する事項

<一貫性・公平性のある判断をするための仕組み>

退店処分や休店処分の判断は、それぞれ公開の審査基準に従って行います。また、詳細な内部判断基準も作成しています。さらに、審査基準の変更時は、審査担当者に対して研修を実施しています。

→ この措置は、審査基準の運用が担当者ごとに判断のばらつきが生じることのないようにするものであり、一貫性・公平性のある判断を実現する上で適切かつ有効なものと考えています。

●公平なルール適用を行う観点から、ルール違反を行った利用事業者を把握し、処分するか否かを判断するプロセス（確認事項2-2-2①）

当社では、公開のガイドラインが定める違反内容ごとに、商品削除や休店措置等の各処分の判断について内部基準を設けています。パトロールによって違反事実を検知した場合は、当社内で出店者ごとにその違反の重大性や反復の程度に応じて違反回数をカウントし、内部規則に従い、休店措置や退店処分を行っています。

●ルール違反の処分における自社優遇の有無・その内容及び理由（確認事項2-2-2②③）

ルール違反に対する処分において、自社優遇に該当する事項や取り決め等はございません。全ての出店者は上記プロセスに従いルールの適用を受けるため、自社グループ企業優遇は行っておりません。

● **自社優遇の基準、当該「自社優遇」を行わないことを客観的に担保・説明するための取組み（確認事項2-2-2④）**

ルール違反の処分における自社グループ企業優遇とは、自社グループ企業ストアでなければ処分をする場合において、処分をしないことをいいます。当社では、このような自社グループ企業優遇を行わないことを客観的に担保・説明するために、ガイドライン違反を検知するプロセスにおいて、自社グループ企業ストアとそれ以外を区別しないこととしているほか、自社グループ企業優遇を内部監査の対象としています。実際に、自社グループ企業ストアに対して商品削除や休店措置等の処分を行っています。

具体事例や自社・関連会社に対する処分件数について、それ以外の出店者と個別に比較するようなことは行っておりません。また、違反商品のパトロールや商品削除の基準に、自社グループ企業優遇に該当する基準は存在しません。

● **自社販売について（確認事項2-2-2⑤）** 当社では直販事業を営んでいないため、該当しません。

● **その他、ルール運用の公平性を高めるために自主的に行っている取組み（確認事項2-2-2⑦）**

2022年3月に実施された内部監査報告において、休店措置や退店措置等の強制処分の「事後検証・分析・改善の体制が無く、一貫性・公平性を高める体制が必要」との指摘を受けました。これを受け、退店等の判断の妥当性を社内で事後確認・事後検証する体制の構築を検討中です。

③ 告示2. 1③に関する事項

<プラットフォームの公正性を自主的に高めるための仕組み>

ア. 出店者の要望を改善につなげるプロセス

出店者から届く要望は、全て専用フォームを通じて記録しています。要望のうち、運用改善を求める意見に関しては、企画部門であるプロダクション本部、マーケティング本部でも隔週の会議体において漏れなく回覧しています。その上で、要望の数や、改善による出店者の運用工数削減の程度等を総合的に判断して、要望に応えるような改善を実施できるかを判断します。改善を実施した場合は、ストアツール上で周知しています。

→ このように、オンラインモールの利用者たる出店者の声を出発点とすることで、真に出店者の利便性向上の観点から優先度の高い改善を実施できるため、プラットフォームとしての公正性の向上を図るために適切かつ有効であると考えています。

イ. 出店者の声に対する回答の公開

従来から、ストアツール上に、当社オンラインモールからのお知らせに対するGood/Badのリアクションやコメントを投稿できる仕組みや、出店者向けの問い合わせフ

フォームを設置しています。2022年2月より、これらの窓口に掲載される出店者からのご要望・ご意見に対する当社開発担当者からの回答を、ストアツール上で公開しています（月に1度程度の更新）。

→ これにより、出店者の要望に基づいて自主的により良いプラットフォームを作っていくという意識を維持できるため、公正性の自主的な向上を図る上で適切かつ有効なものと考えています。

（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２．２①に関する事項

ア．苦情処理体制

出店者は、以下の電話窓口（ナビダイヤル）や問い合わせフォームを通じて、当社オンラインモールに対して直接苦情を申し入れることができます。

- ショッピングヘルプデスク電話窓口（10時～18時 ※年末年始のぞく）
- ショッピングヘルプデスクお問い合わせフォーム（24時間受付 ※返信は年末年始のぞく10時～18時）
- Yahoo!ショッピング営業担当（平日 10時～18時 ※年末年始のぞく）
- ストアAIチャットサポート（自動応答 24時間365日対応）

出店前の苦情は、出店審査に関する不服申し立てが主となるため、審査部門CSで受け付けています。

出店後の苦情は、通常、営業部門経由またはヘルプデスクでお受けしています。その後、ガイドラインに関する苦情はガイドライン部門CSが専門的に対応し、お客様対応等モール運営に関する苦情はストアCS部門が対応することとしています。

そして、これらの苦情は、性質に応じて、段階的に、上層部や企画部門にエスカレーションされます。

→ このような体制は、苦情・紛争の原因となった事象を、重要度・複雑さに応じて、必要な権限と専門性を持った部署が対応するようにするものです。そのため、苦情・紛争の原因となった事象を、重要性和複雑さに応じて、適切・迅速に処理・解決する上で、適切かつ有効なものと考えます。

●利用事業者からの苦情について判断を行っている主体（確認事項2-2-4③）

利用事業者からの苦情については、日本本社において判断を行っています。当社は海外支社を有していません。

イ. 処理・解決の方針

●「定型文が返ってきて個別の回答をしてもらえない」という利用事業者の声に関して、個別対応の状況や考え方（確認事項2-2-4①）

当社オンラインモールでは、迅速な苦情の解決のために、典型的な苦情類型についてはマニュアルを設け、それに沿って回答することを基本としつつ、事案の複雑さによって個別に確認の上、回答をしています。

→ 一次的には迅速に回答することが出店者の不安の解消につながる一方で、事案の重要性・複雑さによっては個別対応が必要な場合がございます。そのため、上記のような二段階の仕組みは、出店者の納得を得るという苦情対応の目的の一つを果たすために適切かつ有効だと考えています。

なお、当社では、お問い合わせフォームに寄せられた苦情を含む全ての問い合わせに対して、48時間以内に1次回答を行うという目標を定めています。

② 告示2. 2②に関する事項

<苦情を運営改善に生かす方法>

(2) ①で述べたように、当社では出店前と出店後で異なる問い合わせ窓口を設け、さらに出店後の問い合わせはその内容に応じて異なる部署で対応をしています。各窓口に寄せられた出店者からのご意見は、全て当社内部の管理ツールで記録し、同ツール上で部門間が連携をとることによって、最適な部署から出店者に回答できるようにするとともに、効率的なナレッジの共有も行っています。

→ このような仕組みは、迅速かつ適切な回答や対応を行うことを可能にするだけでなく、出店者の声を正しく運用部門に届け、より良いオンラインモール運営につなげるために必要です。そのため、苦情・紛争を端緒として、苦情・紛争に関する情報を有効に利用して特定DPFの提供に関する運営を改善する上で有効適切であると考えます。

(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

当社オンラインモールは日本国内に本社（ヤフー株式会社）を有し、全ての業務を国内において行っているため、本項目は該当しません。

② 告示2. 3②に関する事項

当社オンラインモールは日本国内に本社（ヤフー株式会社）を有し、全ての業務を国内において行っているため、本項目は該当しません。

(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. 4 ①に関する事項

<出店者の意見・事情を聞く仕組み>

当社オンラインモールでは、以下のような取組みにより、出店者の意見その他の事情を理解する機会を設けています。

ア. 地域ごとの意見交換会

当社オンラインモールでは、出店者の声を聞くイベントとして、各地域の出店者との意見交換会を実施しています（2021年度はオンラインで実施）。近い距離での対話が可能となるため、より出店者の要望に合致した改善策に繋げることができると考えています。

この意見交換会の成果の一例として、この意見交換において、Yahoo!ショッピングの戦略をより高頻度で公開してほしいというご意見をいただいたことを受けて、「ストアフォーラム」²という出店者向け動画配信プラットフォーム上で、当社オンラインモールの戦略を公開する仕組みをリリースいたしました。コロナ禍においては、出店者と当社がオフラインで交流する場の創出が難しいことに鑑み、オンラインに舵を切って、動画を通じて担当執行役員の言葉戦略を伝えることとしました。そして、一つ一つの公開動画にアンケートを設けたことで、各戦略に対する出店者からの要望や意見も収集することができ、出店者の意見を理解するための有効な仕組みとなっています。

イ. Good/ Badボタン・コメント欄の導入

当社オンラインモールでは、従前から、ストアツールのトップページにあるトピックス欄（ルール変更、システム変更、各種販促イベント等についてお知らせする欄）に、Good/Badボタンを設置しています。これは、当社からのお知らせに対して、どのような点がよかったか、あるいは悪かったのかを選択できるチェックボックスや、フリーコメントを投稿できる仕組みです。あわせて、出店者向けの問い合わせフォームも設置しています。これらの投稿内容は、関係部門が全て確認しています。

→ Good/Badボタンは、全出店者が必ず利用するストアツールのトップページに常に表示されるため、出店者はいつでも手軽に意見を投稿することができ、上記仕組みは当社が出店者の意見その他の事情を理解する上で、有効・適切であると考えています。

ウ. 出店者の声に対する回答の公開

当社オンラインモールでは、相互理解の促進のために、2022年2月より、上記イのコメント欄に投稿される出店者からのご要望・ご意見に対する当社開発担当者からの回答を、ストアツール上で公開しています（月に1度程度の更新）。これにより、出店者の要望に

²（参考）ストアフォーラム <https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/storeforum/>

対する当社の対応の進捗を把握していただけるようになりました。（前記(1)③イと同じ）

② 告示 2. 4 ②に関する事項

ア. **要望を述べた出店者に必要な対応が行われるような仕組み**としては、①で出店者からいただいた要望や、その他のお問い合わせを通じていただいた要望は、全て当社内部の管理ツールで記録し、最適な部署から出店者に対応するようにしています。

イ. **要望をプラットフォームの運営改善の端緒として利用する仕組み**としては、出店者からいただいた要望のうち、プラットフォームとしての公正さの観点から特に重要なものに関しては、募った意見を集約し、事業の企画部門にも連携し、関係部署で漏れなく回覧した上で、隔週の会議体にて1つ1つを改善につなげられるかを議論し、運営改善に活かすものと改善の具体的内容を決定しております。また、この改善プロセスを「見える化」し、実際に運用が改善された場合は、ストアツールにおいて全ての出店者にお伝えしています（前記(1)③イ、(2)①ウと同じ）。

例えば、出店者からの苦情を端緒として、以下のような運営改善を行いました。

●苦情・相談内容を踏まえて運営を改善した事例（確認事項2-2-4⑤）

- ① 出品時に取扱ブランドのコードが存在しないという出店者の指摘に対し、早急にブランドコードを新設することで、消費者が当該商品をより探しやすくなるよう改善を行った例（類似の指摘は毎月数件ほどあり、順次対応しています）。
 - ② ストアツールの売上分析機能について、出店者に対するデータの開示項目を増やして欲しいとの苦情を受け、機能改善をして開示できるようにした例があります。
- このように、要望を端緒として運営改善につなげる社内フローが確立されており、これは相互理解の促進に有効かつ適切であると考えています。

（5）その他法第7条第1項の規定に基づき講じた措置に関する事項

<その他出店者との相互理解促進を図るために講じた措置>

ア. 「透明性向上のための取組みのご紹介」³の公開(2021年5月-)

取組紹介ページでは、法の定める開示項目に沿って、透明性向上のための情報開示を可能な限り集約しています。約款・ガイドラインに定めている事項は、より分かり易い表現で記載することで、出店者が分かりにくいと感じる点についての理解を深めていただくことを目指しています。さらに、出店者や消費者の皆様からの日頃の声を踏まえて、説明方法の改善や、開示内容の更新も行っており、当社オンラインモールを利用する皆様との相互理解の一助となるよう工夫を続けています。

³ <https://business-ec.yahoo.co.jp/shopping/digitalplatformer/>

イ. 「利益相反及び自社優遇行為に係る管理方針」⁴の策定・公開（2021 年 3 月策定・2022 年 5 月公開）

オンラインモール事業における利益相反行為及び自社優遇行為に係る管理方針を策定し、公開しました。問い合わせ先も明示することで、出店者との相互理解のきっかけとなることを目指しています。

ウ. Best Store Awards の開催

当社オンラインモールでは、一年を通してお客様に支持され、質の高いサービスをご提供いただいた出店者を対象とした「Best Store Awards」を開催し、表彰式や出店者と意見交換、交流の場を設けています（2020 年度・2021 年度はオンラインにて開催）。

エ. ストアフォーラムの発足(2021 年 9 月-)

従来、当社オンラインモールの事業戦略や重要施策の共有は、売上上位店を対象としたオフラインでの交流の場（上記 Best Store Awards 等）において限定的に行っていましたが、2021 年 9 月より、ストアツール上に「ストアフォーラム」という動画配信プラットフォームを発足し、全出店者向けに当社の戦略を共有する動画等を定期的に配信しています。（(4)①アで前述したものと同一）

<その他 出店者向けの制度・仕組み・情報開示について>

●商品の表示順位を決定する主要な事項を抽出した方法・考え方（確認事項2-2-5②、確認事項2-1①）

当社オンラインモールの「おすすめ順」の表示順位を決定する主要な事項は、表示順位を改善したいと考える出店者に参考にしていただける要素を公開すべきという方針のもとで、約120の要素の中から、順位を左右する度合いの大きい要素を抽出しました。ストアツールにおいて閲覧可能な数値（購入顧客数、注文件数、レビュー数）や、「ストアパフォーマンス」として開示されているスコア（注文件数、ストア評価平均点等）とできる限り一致する形で項目化することで、出店者が改善に繋げやすいようにしています。

表示順位を決定する要素の内容や重みづけは、機械学習により日々変動するため、その全てを常に正確に開示することはほぼ不可能ですが、順位を左右する度合いが大きい主要な要素を新たに追加する場合は、必ず開示内容を更新することとしています。

●商品の表示における自社優遇の有無、その内容及び理由（確認事項2-2-5④⑤）

「ユーザーファーストという理念のもと、お客様が求めている商品が見つかりやすく、かつ、手に入れやすいオンラインモールを目指す」という当社の理念を共有している当社グループ企業ストアについては、ストアとしての実績が蓄積されていない場合であっても、当社において自社優遇をする可能性があります（当社では直販事業を営んでいないため、正確には自社グループ企業ストア優遇となります）。

⁴ https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/management_policy.pdf

●商品の表示順位に関する課題意識、取組み（確認事項2-1②③）

今後の課題は、自社グループ企業ストア優遇を行う場合の透明性の維持であると考えております。すなわち、出店者から見て、どのストアが優遇措置の影響を受けているのかが明らかであることが重要であると認識しています。そのために、当社では、自社グループ企業ストア優遇措置を実施する場合があることについての従来の説明に加え、実施する場合の具体的なストア名を記載する方針です。

当社オンラインモールの「おすすめ順」は、約120種類の指標に基づくアルゴリズムを基準に表示しますが、販売促進費や、当社グループ企業ストアに対する優遇施策の効果が掛け合わされます。

●商品の検索順位：広告表示と検索結果の区分の明確性を高めるための取組み（確認事項2-2-5⑧）

検索結果ページ上の広告には「PR」と表示されます。商品検索結果ページの見方については、ヘルプページにおいて、「『PR』は、Yahoo!ショッピングに出店しているストアが販売促進のためにサイト上部の目立つ箇所などの掲載場所を購入し、表示しています。Yahoo!ショッピングが「おすすめ順」として表示しているものではありません。」と説明しています。

●オンラインモール運営事業者によるデータ利用：どのようなデータをどのように利用しているか（確認事項2-2-6①）

当社オンラインモールでは、「個別の出店者様の販売データ」と、「Yahoo!ショッピング全体のマーケットデータ（各出店者様の販売データを集約したもの）」に区別して、利用方法を定めています。

「データを集約したもの」とは、複数の出店者の販売データを統計化したものをいいます。統計化により、出店者を特定することはできなくなります。新規データ利用の際は社内のデータ管理者がその適否を判断するプロセスとなっており、その後は営業本部において内部ガイドラインに従い利用されています。

「個別の出店者様の販売データ」の用途は、営業担当者から売上向上のためのご提案をする際に、各出店者の状況に即した的確なご提案を作成するためや、レコメンデーションや検索順位等の当社サービス提供、サービス改善、新規サービス検討を行うため等です。

「Yahoo!ショッピング全体のマーケットデータ（各出店者様の販売データを集約したもの）」の用途は、当社の提携メーカー様が、自社の商品の売れ行き状況等を確認できるよう、提携メーカー様に提供するため（守秘契約締結のもと）等です。

これらの用途は、法令に従い出店者に向けて開示されています。

●オンラインモール運営事業者によるデータ利用：基本的な考え方（確認事項2-1①）

データ利用に関するルールを定める上で、当社は、利用するデータを明確に限定すること、そしてそれを現場において厳守することが重視であると考えています。そのために、当社では営業部門から独立したデータ管理者を設置し、中立的な視点からデータ利用の可否を判断することとしています。

●返品関係（●確認事項2-1①、確認事項2-2-1①～④）当社オンラインモールには当社判断による返品の手続きがないため、①～④は当社に該当しません。

●フルフィルメントサービス利用時の特別な返品条件(確認事項2-2-1⑤)

当社オンラインモールでは、ヤマト運輸のフルフィルメントサービスを利用することができますが、当社は返品ルールには関与しておらず、特別な返金条件を求めるといったことはありません。

●利用事業者への情報提供(確認事項2-2-1⑥)

当社オンラインモールでは、利用事業者が返金可能性を踏まえて事業計画を立てることに資する情報を特に提供していません。個別に提供することは可能ですが、情報の提供に関する特段の内部規則は設けておりません。

●消費者の返品希望に関する判断(確認事項2-2-1⑦)

当社オンラインモールでは返品条件を設けていないため、判断の手順はありません。なお、消費者から当社に対して返品の申し出があった場合は、出店者へご連絡いただくようご案内しています。

●返品関係その他(確認事項2-2-1⑧～⑯)

当社は返品条件等を設定しておらず各出店者の判断にゆだねることとしているため、該当しません。

なお、出店者と返品関係でお困りの消費者がいらっしゃれば、当社による未着トラブル・到着後トラブルお見舞い制度を用いて被害分のご返金等の対応をしておりますし、連絡がつく出店者である場合は消費者と話し合っただけのよう、必要に応じ指導もしております。

また、いかなる場面でも、オンラインモール事業者として出店者が消費者に対する訴訟提起を禁止するような規約やガイドラインは設けておりません。なお、消費者の氏名及び住所等の情報は、注文時に出店者側も取得しているものであり、その他訴訟に関連する情報を裁判所等のしかるべき機関から提出・提示を求められた場合は、要請に応じております。

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 行行った評価に関する事項〔苦情処理、情報開示、自主的体制整備 の自己評価〕

(1)苦情処理

(2)情報開示

(3)相互理解のための自主的体制整備

(4)適宜

(5)総合評価

(1) 法第9条第1項第2号に掲げる事項について自行行った評価に関する 事項〔苦情処理・紛争解決についての自己評価〕

<苦情処理・紛争解決の目標と達成度>

ア. 苦情処理状況を概観すると、苦情が深刻化したケースや、紛争に発展したケースは見られなかったことから、迅速な苦情対応を通じて出店者に安心していただくという目的、そして適切な苦情対応を通じて納得していただくという目的は、一定程度達成できていると考えています。

イ. 第一次応答完了までの平均期間は、ヘルプデスクでの電話対応は10分、審査に関するお問い合わせは8時間、ガイドライン違反に関するお問い合わせは12時間でした。対応の速度については、問題なかったと考えています。

ウ. ヘルプデスク経由のお問い合わせについては、アンケート形式での満足度調査において、85%が満足したと回答しました。

<内部監査報告を踏まえた改善>

●令和3年度にルールや体制の設計・運用を改善した取組み（確認事項1-3）

●利用者との取引関係の透明性・公正性についての【課題】と【取組み】（確認事項1-4 ②③）

【課題】前述のように、出店者からの苦情でクロージングできていない案件はないものの、苦情・紛争に対する体制整備については、2022年3月に実施された内部監査において、問い合わせ内容を判断する各部署における苦情の定義が明確に統一されていない点について、「苦情を網羅的に、適切・迅速に処理・解決するための体制と仕組みが必要」だとの指摘を受けました。

【取組み】これを踏まえ、各部署で受ける苦情を一元的・網羅的に把握する新たな社内体制を構築し、苦情の定義を統一することとしました。これにより、苦情案件のより円滑な集計や苦情処理の事後検証が可能となりました。2022年度より、新体制のもとで苦情管理を実施することとしています。

(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〔提供条件開示・行為時開示についての自己評価〕

<提供条件開示について>

ア. 取引条件の開示の概観

●ゴール（確認事項1-2）を踏まえ、特定デジタルプラットフォームのルールや体制をどのように設計し、運用しているか（確認事項1-3）

出店者に対して、当社オンラインモールの運営ルールを、しっかりと共有するという理念を踏まえ、当社では、できるかぎり分かりやすく具体的な情報開示を実践するために、性質に応じて、適切な場所に開示する工夫をしています。提供条件を複数の場所で開示することで、アクセス可能性やアクセス容易性を高め、より多くの関係者の理解を獲得することができたと考えています。

具体的には、利用約款や運用ガイドラインといった契約関係文書には、権利義務に関する事項を掲載しています。また、消費者を含め誰でも閲覧可能なYahoo!ショッピングヘルプページや出店案内ページには、当社オンラインモールの費用や機能等に関する実務的な解説や、消費者にも開示が必要な項目について掲載しています。さらに詳細な説明、出店者からの「よくある質問」や、出店者に対してのみ開示することが適切な情報については、ストアツール上に掲載しています（閲覧にはログインが必要となります）。そして、これらの情報を一元的に把握できるよう、誰でも閲覧可能な「透明性向上のための取組みのご紹介」ページを新設し、法の定める開示項目に沿って、ポイントをできる限りわかりやすい表現で説明しています（4.(5)アで前述）。当該ページからは、各取組みのより詳細な情報にアクセスできるよう、約款・ガイドラインの条項や、「ヘルプ」ページへの誘導を行っています。

イ. 情報開示状況の不断の見直し

当社オンラインモールでは、利用約款やガイドラインの内容の適切性を常に維持する努力を行うだけでなく、条文にわかりにくい表現を見つけた際は、その都度修正・改善を行っています。情報開示が分かりにくい、どこに開示されているか分からないといった声はなかったため、適切な開示を維持することができたと考えています。

<行為時開示について>

ア. 行為時開示の概観

事前告知の際は、イで後述するような問い合わせを受けることはある程度やむを得ないと考えていますが、多くの出店者が疑問を抱くと思われる点や、特に分かりにくい点については、今後もできる限りあらかじめご説明できるよう工夫を続けるべきだと考えています。

問い合わせ件数が3件と少なかったことから、行為時開示の方法は、出店者にとっておむね明確かつわかりやすかったと考えています。

イ. 開示に対する出店者の反応について（例）

前述のように、当社オンラインモールでは、利用約款及びストア運用ガイドラインを改定する際は、変更による影響が重大でない場合は15日前までに、影響がより大きい場合は3か月前から1か月前までに、メールとストアツール上で、全ての出店者に対して事前通知をしています。

2021年度に行った行為時開示の状況について、出店者から不満の声をいただいた例はありません。

（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〔出店者との取引関係における相互理解を促進するために必要な措置を講じたか、告示を踏まえ評価する。〕

<対話・相互理解の機会>

●ゴール（前記1-2）を踏まえ、特定デジタルプラットフォームのルールや体制をどのように設計し、運用しているか（確認事項1-3）

ア. 当社オンラインモールは、本報告書4(4)(5)に記載した様々な取り組みを通じ、出店者と当社の対話・相互理解の機会を増やすことに注力してまいりました。例えば、オフラインでの会場でのみ発表するというような限定的な発信方法ではなく、どんな出店者でも容易にオンラインでアクセスでき、かつ分かり易い方法で情報を発信していく工夫⁵が、引き続き求められると考えています。

イ. ストアヘルプデスクの適切な対応により、苦情処理・紛争解決体制の整備や改善について前向きな取り組みができたと考えています。2(5)で述べたように、2021年度に苦情管理のための体制を見直したことで、2022年度以降、苦情案件のより円滑な管理や事後検証が可能となります。苦情類型を各窓口で統一することで、出店者の声や問題意識をできる限り正確かつ網羅的に把握することができ、出店者との相互理解を深める端緒となると考えています。

ウ. ストアツール上での改善要望を受け、関係部署で議論、改善状況を開示する取り組みにより、出店者の意見その他の事情を考慮するための措置については、十分な取り組みができたと考えています。

エ. 今後は、これらの取り組み・仕組みをより広く知っていただき、より幅広い出店者と相互理解を深められるようにすることが課題だと感じています。

⁵（参考）ストアフォーラム <https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/storeforum/>

<処分の一貫性・公平性を高める体制>

●利用者との取引関係の透明性・公正性についての【課題】と【取組み】(確認事項1-4②③)

【課題】2022年3月に実施された内部監査において、「事後検証・分析・改善の体制が無く、一貫性・公平性を高める体制が必要」との指摘を受けました。具体的には、提供拒絶処置（出店審査落ち/休店/退店）の記録はあるが、その提供拒絶に対する事後検証・分析・改善をする体制が無いことや、件数把握、事後検証、違反事例の分析を行い、審査基準、社内対応判断、出店者の異議申し立て方法やプロセスの見直し等、自主的な向上に向けた体制が必要であるとの指摘がありました。

【取組み】これらの課題を踏まえ、現在、事後検証・事後分析の体制構築に向け、提供拒絶処分の件数把握の体制作りを進めています。

<提供条件変更時の評価項目の明確化>

●利用者との取引関係の透明性・公正性についての【課題】と【取組み】(確認事項1-4②③)

【課題】内部監査において、「提供条件変更時の評価項目を審議内容（稟議・WFPF）で確認したが一部不明瞭だった。DPF 透明化法施行後、不利益となる条件変更は発生しておらず、現状問題ないが、今後の大きな不利益変更があることを想定し、適切評価と出店者利益に配慮という点で評価項目を明確にし、決裁者が判断しやすい内容に、事後検証可能にすることが望ましい。」という懸念の指摘を受けました。

【取組み】これを受け、4(1)①で述べたような、約款やガイドライン変更を決定する一連のプロセスにおける各検討（企画部門において、当該約款・ガイドライン変更の適否を検討した上で、相談を受けた法務部門や政策渉外部門が既存の約款・ガイドライン及び関係法令の理解を前提に、当該約款・ガイドライン変更の趣旨や当該行為が出店者に及ぼす具体的な影響に照らして、当該行為の実施が適切であるかを共に検討します）が、約款・ガイドライン変更の決裁に確実に反映されるように運用ルールの改善を行いました。

具体的には、社内決裁システムに上記検討結果を記載する運用を開始し、出店者に与える影響に対する配慮等の一連の検討プロセスを、決裁者が一元的に確認できるようにしました。

(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

●特定DPFを提供する環境(確認事項1-1①)

当社は、出店者を、当社オンラインモールと協働して日本中の人々に豊かな“お買い物体験”を提供する大切なビジネスパートナーと捉え、尊重しています。

また、他のデジタルプラットフォームとの競争状況については、非常に競争が激しい領域でビジネスをしていると認識をしており、出店者に安心して当社を選んでいただくためにも、出店者に対する説明責任をしっかりと果たすことが重要であると考えています。

出店者に当社を選んでいただくためには、より多くの消費者に、お買い物の場として当社オンラインモールが選ばれることも必要です。すなわち、当社は、多くの消費者にとって利用しやすいサービス作りに努めるとともに、安心安全な売場を提供する必要があります。

これらを踏まえ、当社に対する社会的要請は、出店者や消費者との相互理解を図る取組みを積極的に行うことによって、出店者が安心してビジネスを営める場・消費者が安心安全にお買い物できる場を提供することであると捉えています。

●特定デジタルプラットフォームを提供するにあたり重視しているリスク(確認事項1-1②)

当社は、「ユーザーファースト」が全社的理念であり、出店者や消費者の信頼を失い、利用いただけなくなることを、防止しなければならないリスクとして重視しております。

●基本理念と、それを実現するための具体的な目標(確認事項1-2①)

●令和3年度のルール・体制の設計・運用により、ゴールはどの程度実現されていると評価しているか(確認事項1-4①)

特定デジタルプラットフォームを提供するにあたり、当社は、以下の基本理念を掲げています。後者の2つを、具体的な目標としても位置付けています。

・協働

「私たちは、出店者様を、Yahoo!ショッピングと協働して日本中の人々に豊かな“お買い物体験”を提供する大切なビジネスパートナーと捉え、尊重します。」

・共有

「私たちは、出店者様に対して、Yahoo!ショッピングの運営ルールを、しっかりと、分かりやすく共有します。」

・協創

「私たちは、出店者様のご意見に真摯に耳を傾け、Yahoo!ショッピングをより魅力的なものにするための改善に活かします。」

ゴールは一定程度実現されているものの、なお一層の取り組みが必要であると評価しております。

●利用者との取引関係に「透明性」と「公正性」がある状態とは(確認事項1-2②)

利用者（出店者）との取引関係に「透明性」と「公正性」がある状態とは、利用者に対して必要な情報を分かりやすく共有した上で、プラットフォーム事業者と利用者の間で、より良いオンラインモールを作っていくための双方向のコミュニケーションが円滑に行われている状態であると考えております。

●基本理念や具体的な目標との関係で、利用者との取引関係の透明性・公正性の向上をどのように位置づけているか(確認事項1-2③)

利用者との取引関係の透明性・公正性の向上を、出店者との約束という形で位置付けたものが、以下の目標です。

・共有

「私たちは、出店者様に対して、Yahoo!ショッピングの運営ルールを、しっかりと、分かりやすく共有します。」

・協創

私たちは、出店者様のご意見に真摯に耳を傾け、Yahoo!ショッピングをより魅力的なものにするための改善に活かします。

(5) その他法第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

本報告書における自己評価は、各取組みの担当部署及び内部監査室が行ったほか、2022年4月27日に当社が主催した有識者会議（デジタルプラットフォーム事業者情報開示の在り方検討会－2021年度オンラインモール事業に係る事業者報告書について）において、当時の報告書案を基に委員から意見を聴取する方法により行いました。委員から聴取した意見は、以下のとおりです。（委員氏名 省略）

・これからのプラットフォーム事業者は、従来よりもプロアクティブに、改善に向けた取り組みをすることが求められる。

・報告書の内容からは、2年前にYahoo!ショッピングの透明性向上のための取組みについて議論した時から確実に進歩を遂げていることが伺われ、関係部署間の密な対話がよく表れている。

・記載内容からは真摯な取組みが伺われ、記載のトーンについても違和感はない。

・出店者・消費者の多様性への配慮

今後、プラットフォーム事業者は、ネットに不慣れな高齢者や、若年層などネットリテラシーが高くても社会常識がまだ十分に身につけていない消費者に対して、さらに積極的に働きかけていく責任を負うことになる。すなわち、受け身になっている出店者や消費者のニーズを、プラットフォーム事業者側がすくい上げ、啓蒙していかなければ、後により大きな問題に発展する懸念がある。

・苦情窓口の切り出し

一般的な問い合わせ窓口では、苦情の声をすくい上げる十分な入口にはならない可能性がある。例えば、苦情対応に特化した窓口を切り出すことで、プラットフォーム事業者に苦情を申し入れたい出店者や消費者の声を確実に汲み上げることができる。

・退店者の声を**改善につなげる仕組み**出店者の声を聞き取る仕組みに加え、強制処分によることなく自らプラットフォームを離れていく退店者の声を今後の改善に繋げることにも有効ではないか。

・ **利用者が疑問を自己解決することを容易にするための仕組み・窓口の多様化の必要性**
苦情処理体制の構築にあたっては、例えば多数の問い合わせがある項目については、自己解決できるように開示を充実させることにより、問い合わせ件数自体を減らすことを検討すべきである。

また、オンラインでの苦情相談が難しい消費者にも配慮し、問い合わせ窓口の多様化を検討すべきである。

・ **休店措置に伴う補償制度の在り方**

休店措置を行う際は、休店措置以前に取引をした消費者の被害回復や損害の防止にも配慮すべきである。例えば、休店措置後に定期便商品が配送されなくなってしまう場合もある。様々なケースを想定して、補償制度の在り方を検討していくべきである。

・ **プラットフォーム事業者主導での透明性向上**

プラットフォーム事業における透明性を高めるためには、消費者の声を待つのではなく、透明化を図るためにより一層開示することが望ましい情報がないかをプラットフォーム事業者自らが検討すべきである。例えば、優良店を明示することと軌を一にするアプローチとして、ヤフーが店舗に対して問題を指摘・指導して改善が行われた件数を開示するなど、ネガティブな評価を消費者からのコメントだけでなく、プラットフォームからの指導歴など含めて複合的に可視化することも、より健全なストア経営や、より健全な購買体験の実現に繋がりうる。

・ **自社グループ企業ストア名の明記**

優遇対象である優良店に印をつけて明示しているように、優遇対象となる自社グループ企業ストア名を明記すべき。

・ **応答が継続するケースの追跡の必要性**

問い合わせに対する一次回答の後も応答が継続するケースは、紛争に至らない場合であっても、どの程度継続した末にクローズしたかを追い、分析する必要があるのではないか。

・ **体制整備に関する開示の姿勢**

苦情処理体制の整備については、誰が判断・処理するかだけでなく、どれくらいの規模で対応しているか、どのようなルールのもとで体制が構築されているかを明らかにすることも重要である。

以上

Yahoo!ショッピング 2021年度定期報告書

添付資料：提供条件の開示状況を示す資料②

相手方	内容	細目	法	ストア利用約款・ストア運用ガイドライン（一般公開PDF）	その他一般公開ページ （ヘルプページ、よくある質問、出店案内ページ、取組紹介ページ）	出店者限定公開ページ （ストアクリエイターPro）
利用事業者				■出店審査基準 ・ストア利用約款 第1編 基本約款＞第1章 本サービスの利用＞第2条（契約の成立および開店審査）＞第1項～第3項	■出店審査基準 ・取組紹介ページ 2. 提供条件等＞(1) 出店審査、契約の履行停止および契約の解除の基準について＞出店審査の基準	■出店審査について ・開店までのステップ＞開店前のQ&A＞開店申請はいつまでに行わなければならないか 「出店契約の成立日より1か月以内に…開店審査の申請が無い場合、または一度申請いただいても不備が解消されない等により、開店を認められない場合、出店契約を終了します」
				・ストア運用ガイドライン 第1章 基本ルール＞第3 出店・出品基準＞1 出店について＞（1）～（4）		
				■開店審査基準 ・ストア利用約款 第1編 基本約款＞第1章 本サービスの利用＞第2条（契約の成立および開店審査）＞第3項ただし、第6項～第9項	・出店紹介ページ「お申込み時に必要な情報」	
				・ストア運用ガイドライン 第1章 基本ルール＞第3 出店・出品基準＞1 出店について＞（5）～（7）		
				■休店基準 ・ストア利用約款 第1編 基本約款＞第3章 出店者の義務＞第25条（当社の行う措置）＞第2項、第4項、第5項	■休店基準 ・取組紹介ページ 2. 提供条件等＞(1) 出店審査、契約の履行停止および契約の解除の基準について＞契約の履行停止・解除の基準	
				・ストア利用約款 第1編 基本約款＞第6章 一般条項等＞第35条（反社会的勢力との取引拒絶）＞第3項 ・ストア利用約款 第1編 基本約款＞第6章 一般条項等＞第48条（契約の履行停止・解除等）＞第1項、第2項、第3項 ・ストア運用ガイドライン 第1章 基本ルール＞第5 お客様対応＞第4項、第12項		

提供拒絶基準（＝出店審査基準、開店審査基準、休店基準、退店基準）	511①イ	・ストア運用ガイドライン 第1章 基本ルール>第7 その他、ご利用にあたっての注意事項>6注文が急激に増加した場合の対応について>（2）～（4）		
		■その他一部提供拒絶基準 ・ストア利用約款 第1編 基本約款>第1章 本サービスの利用>第3条（アクセス権限情報の管理）>第4項 アクセス権限停止 ・ストア利用約款 第1編 基本約款>第3章 出店者の義務>第22条（特定商品の取扱い）>第4項 ・ストア利用約款 第1編 基本約款>第3章 出店者の義務>第22条（特定商品の取扱い）>各項 ■退店基準 ・ストア利用約款 第1編 基本約款>第1章 本サービスの利用>第2条（契約の成立および開店審査）>第9項 ・ストア利用約款 第1編 基本約款>第3章 出店者の義務>第22条（特定商品の取扱い）>第4項、第5項 ・ストア利用約款 第1編 基本約款>第3章 出店者の義務>第25条（当社の行う措置）>第4項、第5項 ・ストア利用約款 第1編 基本約款>第6章 一般条項等>第35条（反社会的勢力との取引拒絶）>第3項 ・ストア利用約款 第1編 基本約款>第6章 一般条項等>第48条（契約の履行停止・解除等）>第2項、第3項 ・ストア運用ガイドライン 第1章 基本ルール>第2 運営理念>第1項、第3項 ・ストア運用ガイドライン 第1章 基本ルール>第3 出店・出品基準>1 出店について>（7） ・ストア運用ガイドライン 第1章 基本ルール>第3 出店・出品基準>3 取扱商品・販売形態について>（5）ブランド品の取り扱いについて ・ストア運用ガイドライン 第1章 基本ルール>第5 お客様対応>第4項、第12項 ・ストア運用ガイドライン 第1章 基本ルール>第7 その他、ご利用にあたっての注意事項>第3項 ・ストア運用ガイドライン 第2章 特別ルール>第2 開運、魔よけ等の効果を標榜（ひょうぼう）する商品に関するルール	■退店基準 ・取組紹介ページ 2. 提供条件等>（1）出店審査、契約の履行停止および契約の解除の基準について>契約の履行停止・解除の基準	

特定DPFの提供に併せてストアに対して以下を要請する場合 ・指定する商品・権利の購入 ・指定する他の役務の有償の提供を受けること	内容	511①ロ	・ストア運用ガイドライン 第2章 特別ルール>第3 生体に関するルール>第1項>(3)		
			■その他全部拒絶基準 ・ストア利用約款 第1編 基本約款>第6章 一般条項等>第46条 (有効期間)>2項、4項		
			・ストア利用約款 第1編 基本約款>第2章 対価および費用の支払>第14条(費用負担)	・取組紹介ページ 2.提供条件等> (2) 出品者様への要請事項について	
			■アフィリエイト報酬原資およびアフィリエイト手数料 ・ストア利用約款 第1編 基本約款>第1章 本サービスの利用>第8条(アフィリエイトプログラムを利用したプロモーション)>1項	・出店案内ページ「料金・費用について」	
			■ポイント相当額 ・ストア利用約款 第1編 基本約款>第1章 本サービスの利用>第9条(PayPayクーポンストアポイントおよびモールクーポンによるプロモーション)>1項2項	・出店案内ページ「決済方法について」 (「PayPay残高払い」「クレジットカード」の導入が必須となること)	
			■負担費用の支払い手数料(14条6項) ・ストア利用約款 第1編 基本約款>第2章 対価および費用の支払>第14条(費用負担)>6項	・よくある質問「出店すると料金はいくらかかりますか？」	
			・ストア利用約款 第2編 スタア決済サービス>第1章 スタア決済サービス基本約款>第5条(ストア決済サービス利用の対価)→決済手数料の中身は個別規定にゆだねられている		
			■PayPay残高払いのシステム利用料 ・ストア利用約款 第2款PayPay利用特約>第1条PayPayに関する定め>1項	・PayPayシステム利用料「料金表」	・ツールマニュアル>注文管理>Yahoo!ショッピングが提供するお支払い方法 PayPay残高払いの概要
			L・PayPay残高加盟店規約>第11条 決済システム利用料等>1項		・マニュアル>Yahoo!ショッピングが提供するお支払い方法 入金と請求のスケジュール>「請求について」 (PayPay残高払いとクレジットカード払いの手数料)

			■PayPayポイントの原資負担 ・ストア運用ガイドライン 第3章PayPayポイント　>第2　基本事項> 3 PayPayポイントの原資負担(1)(2)(4)ポイント・キャンペーン原資		
			■アフィリエイト原資・手数料 ・ストア運用ガイドライン 第4章アフィリエイト>第 6 報酬原資負担分および手数料について		
	理由				■PayPay残高払いについて ・ツールマニュアル>注文管理>Yahoo!ショッピングが提供するお支払い方法 PayPay残高払いの概要 「お客様（購入者）のメリット」「出店者様のメリット」
検索結果等の順位	主要パラメータ ※広告宣伝費等の支払の影響も	5II①ハ		・取組紹介ページ（3）検索順位やランキングの決定の仕組み、各表示枠について	・売上アップノウハウ>検索対策　Yahoo!ショッピング検索結果とカテゴリリストの表示順位
				・ヘルプページ「検索順位について」	・売上アップノウハウ>初心者のための読上セミナー　プロが指南！　「検索対策」に力をいれたい理由【前編】
商品等提供データの取得・使用	商品等提供データの内容	5II①ニ	・ストア利用約款 第1　編　基本約款>第1章　本サービスの利用>第1条　（用語の定義）>第13項、第15項	・取組紹介ページ 2.提供条件等> （4）当社による、出品者様の販売データ利用について	
	取得・使用の条件		■注文情報の同時取得 ・ストア利用約款 第1編　基本約款>第4章　情報管理>第26条（出店者の情報管理）>1項	・取組紹介ページ 2.提供条件等> （4）当社による、出品者様の販売データ利用について	
			■当社が取得した注文情報の利用条件 ・ストア利用約款 第1編　基本約款>第4章　情報管理>第27条(当社の情報管理）>2項		
			■ストアが入稿する出店者情報の利用条件 ・ストア利用約款 第1編　基本約款>第4章　情報管理>第28条（出店者情報の扱い）>各号		

	データ・ポータビリティ (=商品等提供データについて、ストアの取得/DPFから他の者に提供させること)	可否	5Ⅱ①ホ	■注文情報の同時取得 ・ストア利用約款 第1編 基本約款>第4章 情報管理>第26条(出店者の情報管理)>1項	・取組紹介ページ 2.提供条件等> (5) 出店者様による、販売データの利用について (6) 出店者様が、当社に対して、出店者様の販売データを第三者に提供しよう依頼することについて	
		商品等提供データの内容	5Ⅱ①ホ	・利用約款 第1編 基本約款>第1章 本サービスの利用>第1条(用語の定義)>第15項 ただし、15項が規定する「注文情報」のうち、出店者が取得できる「お客様の個人情報」とは、購入した消費者のメールアドレスおよび通信ログ(デバイス情報、直前URL)に限られる。		
		取得・提供の方法及び条件	5Ⅱ①ホ			・よくある質問>注文管理>注文データのダウンロード ・ツールマニュアル>注文管理>注文データのダウンロード ・ツールマニュアル>設定>外部サーバ連携設定 外部サーバ連携を設定する
	ストアが苦情の申出又は協議の申入れをするための方法		5Ⅱ①ヘ		・取組紹介ページ 2.提供条件等>(7) 当社への苦情・紛争の申し立てについて	・ヘルプデスクの問合せ先 各種申請>ヘルプデスクからのご案内>Yahoo!ショッピングストアヘルプデスクへのお問い合わせ方法
	最恵国待遇条項	内容	5Ⅱ①ト	該当なし		
		理由	一省令			
	直販事業優遇	内容	5Ⅱ①ト	該当なし		
		理由	一省令			
	グループ優遇	内容	5Ⅱ①ト 一省令		・取組紹介ページ 2.提供条件等>(8) 特定の出店者様に対して、他の出店者様と異なる取扱いを行う場合について	・ツールマニュアル>ストアパフォーマンスストアパフォーマンスを確認する (「優良店評価」の項目でグループ優遇について言及)
		理由	5Ⅱ①ト 一省令		・同上 ・オンラインモール事業における利益相反行為および自社優遇行為に係る管理方針	
	ストアの負担による返品・返金その他の補償	内容	5Ⅱ①ト 一省令	・ストア利用約款 第1編 基本約款>第3章 出店者の義務>第23条(クレーム対応等)>第4項	(関連)・ヘルプページ「未着トラブルお見舞い制度について」	(関連)・トピックス>お客様向けに提供しているお見舞い制度の規定改定のご案内
			5Ⅱ①ト 一省令		(関連)・ヘルプページ「到着後トラブルお見舞い制度について」	
		条件	5Ⅱ①ト 一省令		同上	

	商品等の代金の支払を留保	内容	511①ト 一省令	・ストア利用約款 第2編 ストア決済サービス>第1章 ストア決済サービス基本約款>第9条（注文総額の返還等）>第3項 ・ストア利用約款		
				第2編 ストア決済サービス>第2章 カード決済サービス>第1款 カード決済サービス利用約款>第10条（注文総額を立替払いしない場合等）>第4項		
		条件		同上		
ユーザ	検索結果等の順位	主要パラメータ ※広告宣伝費等の支払の影響も	511②イ		・ヘルプページ「商品検索結果ページの見方」 ・取組紹介ページ 2.提供条件等> （3）検索順位やランキングの決定の仕組み、各表示枠について	
	商品等購入データ（※5）の取得・使用	商品等購入データの内容	511②ロ		・ヘルプページ「Yahoo!ショッピングの個人情報の取り扱い」	
		その取得				