

**第2回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（2023年度）
事務局提出資料①**

【総合物販オンラインモール・アプリストア分野】

令和5(2023)年8月18日

経済産業省 商務情報政策局

本日の議題（総合物販オンラインモール・アプリストア分野）

- モニタリング・レビューの目指すところは、
 - ・ 関係者間での課題共有や相互理解を促すとともに、
 - ・ 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つなげていくことにあり、前回会合では、昨年度の大臣評価等も踏まえ、今年度の本会合の進め方についてご議論いただいた。
- 本日は、特定デジタルプラットフォーム提供者から提出された報告書（資料3）や利用事業者から寄せられている声等を踏まえ、特定デジタルプラットフォームの透明性・公正性にかかる評価の方向性や、次回以降に予定されているヒアリングに向けた視点について、ご議論いただきたい。

（参考）全体スケジュール

- | | |
|-----------|---|
| 前回（6/29） | ： 「モニタリング・レビューの進め方」について議論 |
| 本日（8/18） | ： 定期報告書等を踏まえた議論（評価に向けた議論開始） |
| 2023年8月末～ | ： ・ 特定デジタルプラットフォーム提供者からのヒアリング
・ 会合としての意見とりまとめ
⇒ 年内目途で、大臣評価のとりまとめ・公表 |

【参考】第1回会合におけるご指摘事項（概要）

評価に向けた視点

- 前年度の指摘について、体制整備を含めてどのような対応がなされたのか、客観的に検証可能な形で説明がなされることを期待する。具体的にどう改善されたのか（されていないのか）、各種取組の実効性について内部監査等によるエビデンスに基づくかたちで確認したい。
- 昨年度の取組を振り返り、継続的な改善が期待される項目を特定したい。事業者のグッドプラクティスは積極的に評価していくことを心がけ、事業者側の継続的な行動変容に繋げていきたい。
- 問題の根本を解決するような積極的な取組を支援し、広げていくことが重要。透明化法で定められた義務の履行有無だけではなく、より広い運営改善や中長期的な技術革新の視点も含め、他社の先進的な取組を自社に取り入れる、他社に先駆けてクリエイティブな改善措置に取り組む場合は、積極的に評価したい。
- 大臣評価からの改善を検証するにあたり、この1年間に新たに導入された利用事業者向けのルールがあれば、その周知時期、方法、利用事業者への影響のアセスメントやその説明、導入された後での利用事業者の理解度や苦情の状況等、具体的な例をもって報告いただくことを提案する。
- 相互理解を向上する観点からはコミュニケーションの充実が大切。利用事業者に対する一方通行のものになっていないか、コミュニケーションの実務を担っている従業員に対し、透明化法の理念・内容についての社内教育・研修においてどのような工夫をしているか、説明を求めたい。
- アカウント停止等、利用停止をされた利用事業者からの不服申し立てについて、異議や苦情を申し立てることを躊躇させるような仕組みが残っていないかなど、手続き、判断内容の適正性の観点から検討したい。
- 規定で返品不可としている商品をプラットフォーム事業者が一方的に返品を受け、消費者に返金してしまうという声がある。DPFのサポート窓口で苦情・相談を持ち込んでも一律的な定型文の回答しかなく、解決に至らないといった情報提供が繰り返し寄せられている。
- プラットフォーム事業者にどのような内部統制があり、それが十分に機能しているかどうかの確認が重要。特に、データの取り扱いやその管理体制は重要な観点。
- 消費者はランキングで上位にあるものを良い商品、事業者と認識しがちであるとの観点からも、検索順位の透明性や自社優遇等の公正性は重要。
- 消費者保護の取組をはじめ、関係省庁の取組動向について、利用事業者との規約へどのように反映されたり、説明されるかなどについて注視したい。また、その際に重要な存在となる国内管理人の権限についても注目したい。
- プラットフォーム事業者の自己評価と利用事業者からの見え方は異なる可能性があり、事業者側の報告と、相談窓口に入った声を照らし合わせて両面で見られるように情報提供をお願いしたい。

特定デジタルプラットフォーム提供者の役割

取引条件等の情報の開示

利用者に対する**取引条件の開示や変更等の事前通知**を義務付けることで、取引の透明性を向上させる。

【開示項目の例】

- ✓ 取引条件変更の内容及び理由の事前通知
- ✓ 他のサービスの利用を有償で要請する場合に、その内容及び理由
- ✓ データの利用範囲
- ✓ 出品の拒否・停止の理由
- ✓ 検索順位を決する基本的な事項

【行政措置・罰則】

- ✓ 勧告・公表で改善を促す。
- ✓ 是正されない場合に限り措置命令
- ✓ 措置命令違反には罰則

自主的な 手続・体制の整備

特定デジタルプラットフォーム提供者は、**指針**に基づいて必要な措置をとり、**公正な手続・体制の整備**を行う。

【指針の内容の例】

- ✓ 取引の公正さを確保するための手続・体制の整備
- ✓ 苦情処理・紛争解決のための体制整備
- ✓ 関係者と緊密に連絡を行うための体制整備（国内管理人の選任）
- ✓ 利用事業者の事情等を理解するための仕組構築

【行政措置】

- ✓ 措置の適切・有効な実施のため特に必要な場合は、勧告・公表で改善を促す。

運営状況の報告書

報告書の内容

- (1)事業の概要
- (2)苦情処理の状況
- (3)情報開示の状況
- (4)自主的な手続・体制整備の状況
- (5)自己評価結果

※不提出、記載事項漏れの場合には罰則

評価結果を公表

※特定デジタルプラットフォーム提供者は、**評価結果を踏まえ、運営改善に努める義務がある**

（透明化法第9条第6項）

モニタリング・レビュー

行政庁の役割

レビュー（評価）の実施

特定デジタルプラットフォーム提供者の運営状況について、**利用事業者や消費者、学識経験者等も関与してレビュー**を行い、結果を公表する。

①報告書の受理

②運営状況の評価

行政庁
（経産大臣）

利用事業者、消費者、
学識経験者等の関与

③評価結果及び 報告書概要を公表

公取委への措置請求

独占禁止法違反のおそれがあると認められる事案を把握した場合、経産大臣は公取委に対し、同法に基づく対処を要請する。

<モニタリング・レビューに関する根拠規定>

○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

(特定デジタルプラットフォーム提供者による報告書の提出、評価等)

第九条 **特定デジタルプラットフォーム提供者は、毎年度、経済産業省令で定めるところにより、次に掲げる事項を記載した報告書を経済産業大臣に提出しなければならない。**

- 一 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
- 二 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
- 三 第五条第一項から第四項までの規定に基づく開示の状況に関する事項
- 四 第七条第一項の規定に基づき講じた措置に関する事項
- 五 前三号に掲げる事項について自ら行った評価に関する事項

2 経済産業大臣は、前項の規定による報告書の提出を受けたときは、**当該報告書の内容及び次条第一項の規定により申出のあった事実その他の経済産業大臣が把握する事実に基づき、指針を勘案して、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を行うものとする。**

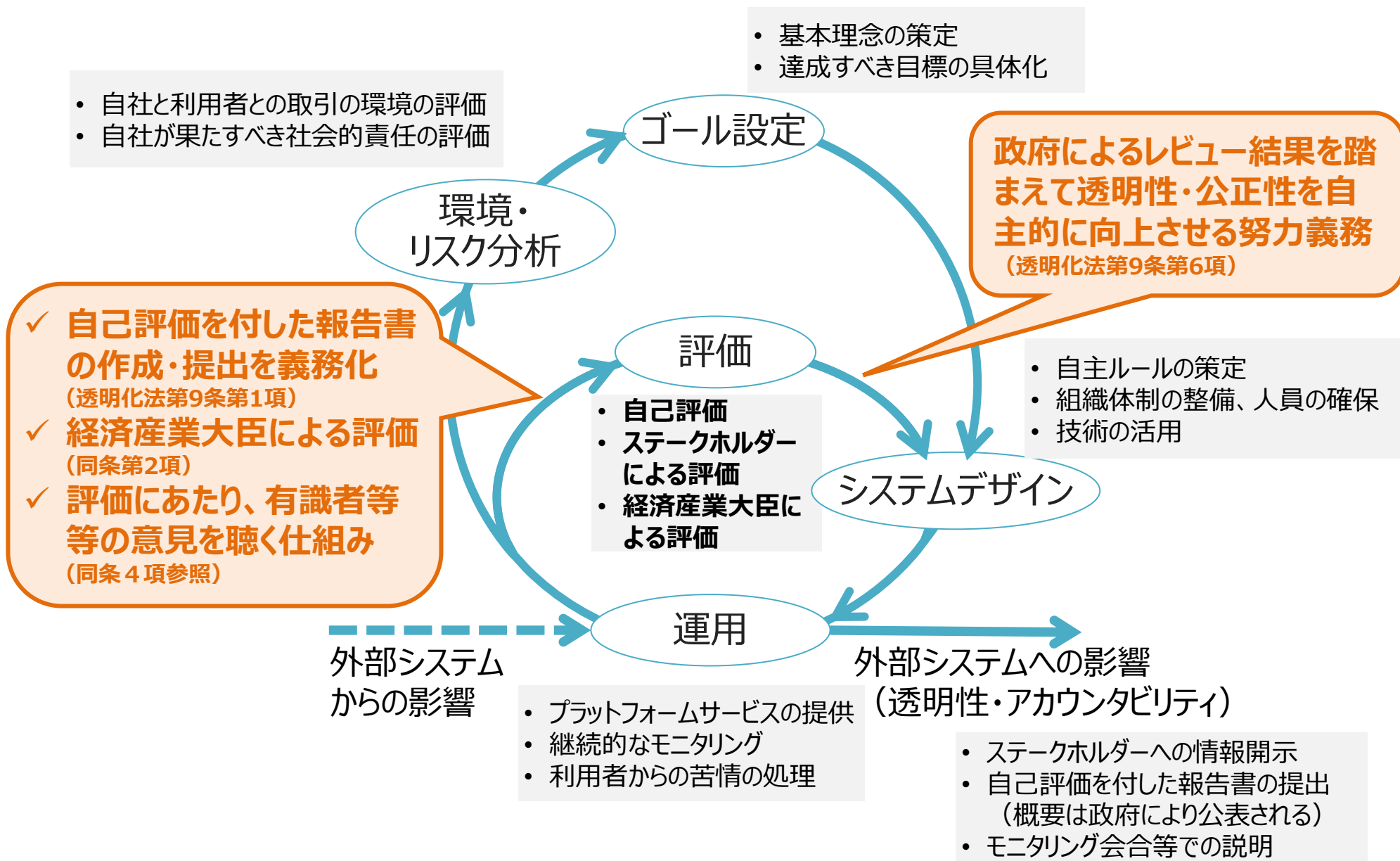
3 経済産業大臣は、前項の評価を行うときは、あらかじめ、総務大臣に協議しなければならない。

4 経済産業大臣は、第二項の**評価を行うときは、あらかじめ、利用者又はその組織する団体、学識経験者その他の経済産業大臣が必要と認める者の意見を聴くことができる。**

5 経済産業大臣は、第二項の規定による評価の結果を第一項の報告書の概要とともに公表しなければならない。

6 **特定デジタルプラットフォーム提供者は、前項の規定により公表された評価の結果を踏まえ、特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の自主的な向上に努めなければならない。**

特定デジタルプラットフォーム提供者による改善サイクルと モニタリング・レビューの位置づけ（イメージ）



1. 特定デジタルプラットフォーム提供者による 報告書の概要

- ① 大臣評価を踏まえた取組状況（資料 1－2）**
- ② 取引条件等の開示の状況**
- ③ 苦情・紛争処理の状況**

2. 利用事業者からの声

- ・デジタルプラットフォーム取引相談窓口の
運用状況（令和 4 年度）**
- ・オンラインモール利用事業者の声**
- ・アプリストア利用事業者の声**

1. 特定デジタルプラットフォーム提供者による報告書の概要

① 大臣評価を踏まえた取組状況

- 各社における大臣評価等を踏まえた運営改善につなげていると考えられる主な取組については、資料1－2のとおり。

※ 詳細については、各社の定期報告書（抜粋）の該当ページを参照。

② 取引条件等の開示の状況

- 各社における取引条件等の開示の状況（主なもの）については、p8～9のとおり。
- 提供条件の表示方法について、各社で新たな工夫（ページ構成の変更やFAQの作成等）の実施や予定が挙げられた。
- 取引条件を変更する場合においては、利用事業者に与える影響を考慮して、1年前にアナウンスを開始している例もあった。

※ 詳細については、各社の定期報告書（抜粋）の該当ページを参照。

アマゾン: p8、楽天: p4～18、ヤフー: p8～33、Apple: p5～15、Google: p4～8

③ 苦情・紛争処理の状況

- 各社における苦情・紛争処理の体制及び実績については、p10～15のとおり。

※ 詳細については、各社の定期報告書（抜粋）の該当ページを参照。

アマゾン: p5～7、楽天: p3～4、ヤフー: p5～7、Apple: p4～5、Google: p2～4

1. 特定デジタルプラットフォーム提供者による報告書の概要

②取引条件等の開示の状況（法第5条第2項に基づく提供条件開示）

※以下の表は各社による開示内容の一部を紹介したもの。全体については各社の定期報告書（抜粋）を参照。

開示事項	アマゾン	楽天	ヤフー	Apple	Google
①取引拒絶の判断基準	「Amazon サービスビジネスソリューション契約」 https://sellercentral.amazon.co.jp/help/hub/reference/external/G1791 3.期間および終了 等	「出店案内」 https://www.rakuten.co.jp/ec/digitalplatform/ 7. 楽天市場サービスの一時停止及び契約解除を行う場合について 等	ショッピングストア利用約款 https://business-ec.yahoo.co.jp/shopping/regulation.html 第2条（契約の成立および開店審査）等	「Appleデベロッパプログラム使用許諾契約」 https://developer.apple.com/jp/support/terms/ 2.8 Appleサービスの利用 等	「施行プロセス」 https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/9899234?hl=ja&ref_topic=9877468 等
②有償サービス受け入れ要請の内容・理由	該当なし	「出店案内」5. 販売における店舗様への要請事項について 等	「透明性向上のための取組みのご紹介」2. (2) 出店者様への要請事項について 等	「Appleデベロッパプログラム使用許諾契約」 2.8 Appleサービスの利用 等	該当なし
③検索順位等の決定に用いられる主要な事項	「検索およびブラウズに関する出品情報の最適化」等 https://sellercentral.amazon.co.jp/gp/help/external/G10471	「出店案内」2. 検索順位を決定する基本的な事項について 等	「透明性向上のための取組みのご紹介」2. (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 等	「Appleデベロッパプログラム使用許諾契約（別紙1に対する添付書類D）」1. App Storeでの見つけやすさ 等	「アプリの検出とランキング」 https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/9958766?hl=ja
④商品等データを取得・使用する場合内容・条件	「Amazon サービスビジネスソリューション契約」4. 使用許諾 等	「出店案内」3. 楽天市場による、店舗様のデータの利用について 等	「透明性向上のための取組みのご紹介」2. (4) 当社による出店者様の販売データの利用について 等	「Appleデベロッパプログラム使用許諾契約」14.2.D. Appleサービス 等	「データへのアクセス」 https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/9959470?hl=ja 等
⑤利用事業者による商品等データの取得可否等	「Amazon サービスビジネスソリューション契約」S-1.2 商品の販売、販売促進および注文処理 等	「出店案内」4. 店舗様及び第三者による、楽天市場データの利用について 等	「透明性向上のための取組みのご紹介」2. (5) 出店者様による、販売データの利用について 等	「Appleデベロッパプログラム使用許諾契約（別紙1に対する添付書類D）」2. App Storeデータへのアクセス 等	「レポート、統計情報、分析情報を確認する」 https://support.google.com/googleplay/android-developer/topic/3450942 等
⑥苦情・協議申し出の方法	「Amazonテクニカルサポートへのお問い合わせに関するガイドライン」等 https://sellercentral.amazon.com/gp/help/external/help.html?itemID=K3V2JYCN2P28BFX&language=ja-JP&ref=efph_K3V2JYCN2P28BFX_relt_200285230	「出店案内」8. 楽天市場への苦情・紛争の申し立てについて 等	「透明性向上のための取組みのご紹介」2. (7) 当社への苦情・紛争の申し立てについて 等	「Appleデベロッパプログラム使用許諾契約（別紙1に対する添付書類D）」3. 苦情および調停に関するP2B規則 等	「デベロッパーヘルプセンター」アプリのポリシー ステータスを確認する https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/9842754?hl=ja&ref_topic=3453554 等

注：「該当なし」は提供条件として開示事項に該当するものがないという意味。

（出所）特定デジタルプラットフォーム提供者から提出された定期報告書（抜粋）等に基づき事務局作成。

1. 特定デジタルプラットフォーム提供者による報告書の概要

②取引条件等の開示の状況（法第5条第2項に基づく提供条件開示）

※以下の表は各社による開示内容の一部を紹介したもの。全体については各社の定期報告書（抜粋）を参照。

開示事項	アマゾン	楽天	ヤフー	Apple	Google
⑦最恵国待遇条項の内容・理由	該当なし	該当なし	該当なし	該当なし	該当なし
⑧自社優遇の内容・理由	該当なし	「出店案内」6. 特定の店舗に対して、他の店舗様と異なる取扱いを行う場合について	・自社優遇は該当なし ・関係会社の優遇は、「透明性向上のための取組みのご紹介」2. (8) 等で開示	該当なし	「機能とサービスの提供状況」 https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/9959788?hl=ja&ref_topic=9958765 等
⑨返品受入れ要請の条件	「Amazon サービスビジネスソリューション契約」S-2.2 キャンセル、返品および返金	該当なし ※商品が偽物・不良品であった場合は利用事業者に補償費用を請求する。	ショッピングストア利用約款第23条（クレーム対応等）	「Appleデベロッパプログラム使用許諾契約（付属書2）」3.4デベロッパの責任 等	「Google Play デベロッパー販売 / 配布契約」 https://play.google.com/intl/ALL_jp/about/developer-distribution-agreement.html 3. 取引関係、価格、支払い、および税金 等
⑩支払留保の条件	「売上金の留保に関するポリシー」等 https://sellercentral.amazon.co.jp/gp/help/external/help.html?itemID=9RA9LYBJ3QP27M6&ref=efph_9RA9LYBJ3QP27M6_cont_G2	楽天市場出店規約、店舗運営 Navi（※契約後に閲覧可能なサイト）	ショッピングストア利用約款第2編第1章第9条（PayPay ポイント、ストアクーポンおよびモールクーポンによるプロモーション）等	「有料App契約（DPLAの別紙2および3）およびその添付書類B」2 https://developer.apple.com/jp/support/terms/ 等	「Google Play デベロッパー販売 / 配布契約」8. 対象製品の削除 等
【消費者向け開示】 ①検索順位等の決定に用いられる主要な事項	「商品の検索および閲覧」 https://www.amazon.co.jp/gp/help/customer/display.html?nodeId=GSUNWNFT2ALMPR3L	「ヘルプ・問い合わせ」楽天市場の商品検索における検索順位の決め方について https://ichiba.faq.rakuten.net/detail/000017557	「Yahoo!ショッピングヘルプ」商品結果検索ページの見方 https://support.yahoo-net.jp/PccShopping/s/article/H000005932 等	「App StoreとMac App Storeでの見つけやすさの向上」 https://developer.apple.com/jp/app-store/discoverability/ 等	アプリの検出とランキング
【消費者向け開示】 ②消費者による商品等の閲覧・購入等のデータを取得・使用する場合の内容・条件	「Amazon.co.jpプライバシー規約」 https://www.amazon.co.jp/gp/help/customer/display.html?nodeId=GX7NJQ4ZB8MHFRNJ	「ヘルプ・問い合わせ」個人情報の取り扱いについて https://ichiba.faq.rakuten.net/detail/000006705	「Yahoo!ショッピングヘルプ」Yahoo!ショッピングの個人情報の取り扱い https://support.yahoo-net.jp/SccShopping/s/article/H000011874	「Apple メディアサービス利用規約」 https://www.apple.com/jp/legal/internet-services/itunes/jp/terms.html B. 本サービスの利用 プライバシー 等	「プライバシーポリシー」 https://policies.google.com/privacy?hl=ja&gl=gb 等

注：「該当なし」は提供条件として開示事項に該当するものがないという意味。

（出所）特定デジタルプラットフォーム提供者から提出された定期報告書（抜粋）等に基づき事務局作成。

1. 特定デジタルプラットフォーム提供者による報告書の概要

③苦情・紛争処理の状況：各社が開設している苦情相談対応窓口の例
オンラインモール

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

アプリストア

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

③ 苦情・紛争処理の状況 (Amazon.co.jp)

体制の概要

- 利用事業者が、可能な限り自ら出品アカウントに関連する問題を解決できるよう支援。
- 利用事業者からの問合せ対応のため、テクニカルサポートという専門部署を設置。想定される問合せに対する対応方法を定めた手順書と遵守すべき対応時間等を定めたサービス基準書に従って対応。対応品質の改善に向け、販売商品当たりのケースの数や、平均対応時間等様々な指標に基づいて問合せに対する対応品質をモニタリング。
- 異議申立てを受領した場合、措置を実施したチームが異議の内容を丁寧に検討。措置の判断が誤っていた場合、再発防止に向け、措置の実施条件等を修正。マネジメントチームによる定期的な精査と改善措置を実施。

苦情紛争処理の実績 (令和4年度)

● 苦情・紛争の件数

【苦情】 49,903件、【紛争】 36件

※苦情の件数については前年度における利用事業者からの全問合せ件数の2%程度に相当。

※苦情の件数には、弊社の判断やサービス、お問合せ対応、規約変更などに関し不満や苦情を申し出られた場合が含まれる。

※紛争の件数には、利用事業者が、弊社を相手方として、訴訟、仲裁、調停その他の法的な紛争解決手続を提起・申立てられた場合、並びにそれを示唆する書簡が弊社に送付された場合が含まれる。

● 苦情・紛争の主な類型

【苦情】 商品の表示や出品関係 (54%)、
注文・梱包・配送関係 (26%)、
アカウントの登録・ログイン・設定関係 (7%)、
広告・付加的サービス関係 (3%)

【紛争】 売上金の支払い関係 (24件)、
アカウント停止関係(2件)、在庫返還関係(4件)
※紛争の件数は累計数。

● 平均処理期間

※下記期間は、利用事業者からの返答を待つ期間も含む。

【苦情】 平均で6.1日。全ての苦情のうち、約50%を24時間以内に、約71%を3日以内に解決。

【紛争】 書簡による異議の処理に要した期間は、平均で約32日。

● 結果の概要

- ✓ 苦情のうち約71%は、追加的な説明やサポート、これらに基づく利用事業者様による改善等を経て、結果的に利用事業者様のご意向に沿う形で解決。
- ✓ 紛争手続のうち、前年度末日時点までに解決したケースは7件（内5件は利用事業者による取下げ、2件は裁判所による請求棄却判決で終了）。
- ✓ 前年度に提出された書面による異議については、前年度に解決されたもののうち約43%はAmazonの判断を維持する形で解決。

③ 苦情・紛争処理の状況（楽天市場）

体制の概要

- 取引透明化法の施行に伴い、「苦情・紛争窓口」を新たに設置。他部署等から独立した窓口として、申立て事項について客観的に第三者的な立場で公平に対応を実施。全件事実確認を行い、判断結果及び判断理由を個別に申請者へ回答。
- 従前よりECコンサルタントやコールセンター等で利用事業者からの様々な要望や意見等を広く受け付け、対応。
- 申立てを棄却する場合であっても十分に事実確認を行った上で、結論に至った具体的な理由を記載するとともに、出店事業者の申立てを実現する代替手段等を提示。提示ができない申立てについては、申立内容に関連する部署へフィードバックを行うことにより、今後の運用等の改善に役立てている。

苦情紛争処理の実績（令和4年度）

● 苦情・紛争の件数

12件

- ※ 「苦情・紛争窓口」で対応を行ったものについて件数をカウント。
- ※ ECコンサルタントやコールセンター等で受け付けている問い合わせについては、日々膨大な件数が寄せられており、かつ、内容面でもご意見や問合せ的なものと苦情・紛争を明確に区別することも困難であることから、苦情・紛争の件数としてはカウントしていない。

● 苦情・紛争の主な類型

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

● 平均処理期間

15.75日

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

● 結果の概要

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

③苦情・紛争処理の状況（Yahoo!ショッピング）

体制の概要

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

苦情紛争処理の実績（令和4年度）

●苦情・紛争の件数

【苦情】 18件、【紛争】 1件

※各部門において集計された問い合わせは、計329,053件

※上記「苦情」とは、①当社の措置や行為（事故等も含む）により出店者が不利益、あるいは運営上経済的損害等を受けた場合で、かつ②当社の規約、約款及びガイドラインを適用して適切な措置を講ずることによって解決できるもの

※上記「紛争」とは、当社と利用事業者の間のトラブルが、訴訟・調停等の法的手段により解決すべき状態に至ったケース。

●苦情・紛争の主な類型

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

（出所）ヤフー株式会社から提出された定期報告書（抜粋）等に基づき経済産業省作成。

●平均処理期間

【苦情】 電話での問合せ：対応完了まで
108時間37分

メールでの問合せ：対応完了まで
62時間32分

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

●結果の概要

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

③ 苦情・紛争処理の状況（App Store）

体制の概要

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

苦情紛争処理の実績（令和4年度）

● 苦情・紛争の件数

【苦情】 4件

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

● 苦情・紛争の主な類型

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

● 平均処理期間

【苦情】 苦情の申出から、利用事業者への決定の連絡まで1.75日間。

● 結果の概要

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

③ 苦情・紛争処理の状況（Google Play ストア）

体制の概要

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

苦情紛争処理の実績（令和4年度）

● 苦情・紛争の件数

【苦情】 6,206件、【紛争】 0件

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

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

● 苦情・紛争の主な類型

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

● 平均処理期間

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

● 結果の概要

- ✓ 施行決定の維持：1,188件（19%）
- ✓ 施行決定の取消し：600件（10%）
- ✓ 問題の解決：4,286件（69%）
- ✓ その他：132件（2%）

※Googleがビジネスユーザーにサポートを提供した場合、「問題の解決」として記録。

1. 特定デジタルプラットフォーム提供者による 報告書の概要

- ① 大臣評価を踏まえた取組状況
- ② 取引条件等の開示の状況
- ③ 苦情・紛争処理の状況

2. 利用事業者からの声

- ・デジタルプラットフォーム取引相談窓口の
運用状況（令和4年度）
- ・オンラインモール利用事業者の声
- ・アプリストア利用事業者の声

2. 利用事業者からの声

デジタルプラットフォーム取引相談窓口（オンラインモール・アプリストア利用事業者向け）の運用状況（令和4年度）

- 令和4年度（令和4年4月1日から令和5年3月31日まで）にデジタルプラットフォーム取引相談窓口（オンラインモール・アプリストア利用事業者向け）に寄せられた情報提供件数は^{（注）}3,225件
（注） 情報提供件数は、利用者から窓口へ電話等により寄せられた相談・情報提供と相談窓口が行ったヒアリング等により寄せられた情報の内容に応じてカウントされた件数であり、ポジティブな内容やネガティブな内容等を含む。

分 類	オンライン モール利用事 業者向け窓口	アプリストア利 用事業者向け窓 口	合 計
①取引の全部拒絶（アカウント削除等）に関する事項	56	406	462
②取引の一部拒絶（出品禁止等）に関する事項	72	104	176
③プラットフォーム事業者が提供する別の有料サービスの利用要請に関する事項	37	52	89
④検索順位・ランキング等に関する事項	120	130	250
⑤プラットフォーム事業者によるデータの利用に関する事項	12	2	14
⑥商品等提供利用者（利用事業者）によるデータの利用に関する事項	91	4	95
⑦商品等提供利用者（利用事業者）から苦情の申出又は協議の申入れをするための方法に関する事項	160	7	167
⑧最恵国待遇・同等性条件の要請（※）に関する事項 ※商品等提供事業者（利用事業者）に他の販売経路より有利な条件で販売させること	6	0	6
⑨自己又は自己の関連会社と異なる取扱いに関する事項	18	0	18
⑩一般利用者（消費者）からの返品等に関する事項	80	1	81
⑪売上金の支払留保に関する事項	11	0	11
⑫取引条件によらない取引の実施要請に関する事項	0	0	0
⑬取引条件の変更に関する事項	155	211	366
⑭提供条件等の開示（明確、訳文、参照）に関する事項	5	50	55
⑮その他の事項	1,222	213	1,435
合 計	2,045	1,180	3,225

注：悪い/良い状態から変化がないことから回答がないものがあるため、0件が必ずしも当該分野につき問題がないとは限らない。

2. 利用事業者からの声①

- 利用事業者から比較的多くの声が寄せられた事項としては、例えば、
 - **アカウントや商品等の出品停止**について、事業者の状況を確認する等、相互理解を図る例も見られると同時に、停止の理由が不明瞭であるといった声もあった。
 - **取引条件等の変更**について、事前の告知や周知の機会が増加したといった声があると同時に、周知のタイミングや内容については不十分とする声、また、新たなルールの適用で大きな負担を感じているとの声があった。
 - **苦情紛争処理**について、（日本法人）担当者の積極的なサポートや、利用事業者の要望の反映等の肯定的な声が見られる一方、窓口の周知や、担当者のレベル、国内での解決については課題の声も挙げられる。
- （注）規約等の誤解や認識不足に基づく不満が含まれ得る点に留意する必要がある。

1. アカウント・出品停止措置

【オンラインモール】

- 商品やアカウント停止措置にあたっては状況に合わせた判断をする印象で、その判断に理不尽さは感じない。
- 商標権の区分が異なっているのに商標権の侵害についての申立てを受付けてしまう。
- アカウントを停止され、指摘通り改善をしたが未復活だった。何回もやりとりをしたあげく、問題が判明して復活した。すべての指摘について何故違反なのか、その理由もきちんと回答してくれなかった。

【アプリストア】

- リジェクトを受ける場合、なぜこのような対応をとっているのか質問される場合が多く、説明すれば取り下げられることが多い。
- 突然ストアからアプリが削除された事に関する通知が来たが、何が問題なのかわからない。いったん審査を通っているのに事前予告なく削除されることに納得できない。

2. 利用事業者からの声①

2. 提供条件の変更

【オンラインモール】

- 各プラットフォームとも事前の告知が丁寧にされるようになった。
- PFの一方的な利用規約変更による取引条件の変更があった。どのPFでも理不尽と思われる規約やルール変更が行われて、従わざるを得ない。

【アプリストア】

- ガイドラインの内容に踏み込んだ質問にも回答する、セミナーの開催が増える等、利用事業者に対し寄り添う印象は強くなった。
- 変更内容が分かりづらく、それに対する質問にも、回答内容が誤っていたりと、規約等変更に関与するケースは以前と同じ程度発生している。
- 告知のタイミングが変更適用まで短かったり、変更適用のタイミングが曖昧であったりするので、常に不安を感じながら提出しなければならない環境に苦慮している。

3. 苦情処理・紛争解決の状況

【オンラインモール】

- 担当者は問い合わせにも応えてくれるし、アドバイスもくれる。罰点制度へも「これは不可」と教えてくれ、0点を保持できている。
- 出店者にアンケートを募り意見を積極的に反映している。アンケート結果も開示し、実際に改善されている。
- 担当者の知識不足、質問への適切な回答が得られないと感じる。
- 問い合わせ・相談の連絡先がわからない・わかりにくい。

【アプリストア】

- 日本法人の窓口には相談を行いやすくなった。当社にとって寄り添った案内や提案をもらうようになった印象。
- メールやチャットでヘルプに問合せができるものの、日本のヘルプ担当とのやり取りだけで解決できることがほとんどなく、「本社に問合せます」となるケースが多い。また本社に問合せするケースで、解決まで時間がかかる、あるいは未解決のまま連絡が来なくなるケースが多い。問合せ後に、何もレスポンスがなくても一定時間経過後に解決するケースもある。

2. 利用事業者からの声②

- 注視していくとした事項の他、昨年の意見とりまとめ、大臣評価で取り上げた事項について、
 - **手数料関係**について、WEB上での課金や当該外部サイトへのリンク設定、代替的な決済手段の提供といった取組が進められていると同時に、その活用にあたり、課題の声も挙げられている。
 - **返金返品**については、顧客の返品理由について納得できないとの事案も生じている。
 - **自社優遇・検索順位**について、主要要素は開示されているものの、順位に不透明性が感じられるといった声が挙げられる。
 - **アプリ審査**については、レスポンスが早くなったとの声があると同時に、基準の曖昧さや、よりデベロッパーとの対話の深化を求める声がある。

(注) 規約等の誤解や認識不足に基づく不満が含まれ得る点に留意する必要がある。

4. 手数料・課金方法

- マルチプラットフォームの場合ゲームでもWEB課金が認められているが、マルチプラットフォームの定義が曖昧。
- 外部リンクを設定した場合、App内課金が利用できない。(既存のユーザーに変更を求める、別のアプリを作る必要がある。)リンクのURLにパラメタを渡せず、また、過剰にモーダルシートを挟まなければならないためユーザビリティが低下する。
- UCBについて、手数料が4%しか変わらず、外部の決済手段を利用するとその決済手数料が発生するため、メリットがない。

5. 返品・返金の取扱い

【オンラインモール】

- 「品質不良」として返品されたが実際は9割が使用済みだった。「品質不良」であれば9割も使用するはずもなく、申し立てをしたが、「倉庫内または配送中の破損、紛失以外は対象外」として補填を受けられなかった。
- 商品を注文して受け取らない顧客がいるが、商品差し戻しとなった場合でも、いったん送った送料は事業者負担しなくてはならない。

【アプリストア】

- 返金対応については改善されたと感じている。ツールも用意され返金対応したユーザーがわかりやすくなり、また以前より相談にのってもらったようになった印象を持っている。

2. 利用事業者からの声②

6. 自社及び関係会社の優遇・検索順位

【オンラインモール】

- 自社サービスを使っているところが優先とわかりやすい。
- 強制退店のガイドラインができて正当な業者が検索順位で上に行きやすくなった。
- 実際に順位の決め方などは不透明に思える。広告枠の中の表示順についても何が反映されているかわかりにくい。
- 仕組みの説明は受けているが、販売実績などを総合的に加味して決定されるため、実際にどうやったら検索順位が上がるか明確ではない。配送日数を短縮するなどPFが指定する条件をクリアしても、条件を満たしていない店舗が上位にくることが多々ある。

【アプリストア】

- 検索順位を上げるために、こういったほうが良いと具体例を示すなどしてくれれば、デベロッパー側としても取り組みやすくなる。
- 検索順位決定の仕方のルール自体はほぼ公表されておらず、デベロッパー側でロジックを推測して対応している状況である。
- 検索順位はDL数が作用すると思われるが、おすすめ枠はそうではない。基準が不明でブラックボックス化している。

7. アプリ審査プロセス

- 審査を出してからレスポンスは明らかに速くなっている。よくなったと感じている。
- レーティングに関して、苦情受付窓口にご相談したところ、日本での実情に応じた内容に変更された。
- 規約に記載のある「アプリらしさ」の基準が曖昧であり、担当者の判断で、アプリとしてリリースするための要件が加えられているように感じる。
- 申請に対して、相変わらずいつ返事が来るのかわからないし、レスポンスが来ても、どこが悪いのかわからない。自分達のアプリのどこに当てはめられるのかわからないし、チャレンジしてみるしかない。
- 審査についてはブレがあると思っておりブレをなくすということではなく、アプリデベロッパー側へ問い合わせしてほしい。猶予期間が欲しいというのが現場の実感に近い。

2. 利用事業者からの声③

- 以上の他、昨年度の議論の後に寄せられた声として、以下のような声が挙げられている。

【オンラインモール】

- システム上、同一商品については同一商品ページからのみ出品する（いわゆる「相乗り出品」）ことが可能であるところ、相乗りする出品者の問題行為が、メーカー等の別の出品者に悪影響を及ぼす場合や、相乗り出品者が商品ページに関与できない。
- 不正と思われる注文により、出品・販売に支障が出ている。

（注）規約等の誤解や認識不足に基づく不満が含まれ得る点に留意する必要がある。

8. その他

【オンラインモール】

<相乗り出品>

- 同じ商品なので相乗りしていたがサイズ違いでカタログが2つ存在していたらしく、それが1つになったらサイズ表記に誤りが生じた。自分にカタログの修正権利が無いので修正を依頼したが直してもらえない。
- 購入した商品が壊れたので修理を依頼したらメーカーから偽物だと言われた。（消費者）
- 最初は自分の商品だけだったが、そのうち偽物を作るメーカーが相乗りしてきてその商品の購入者から「偽物だった。」とレビューをされ、本物を売っている自分のところの商品まで偽物だと思われて売れなくなってしまった。
- 自分のところで商品を作って販売しているが、転売ヤーに相乗りされてしまって消費期限の過ぎた化粧品を売られてメーカーである自分のところにクレームが来てしまった。
- メーカーとして出品しており商品売り切ったので廃番にしたが、転売ヤーが相乗りで商品を掲載しているためメーカーなのにカタログを削除することができない。

<不正注文>

- 競合他社と思われるところから当面の在庫枠を押さえられてしまう数の不正注文があり、前払いの入金待ちの一定期間を過ぎるとキャンセルや勝手な返品など妨害行為と思われる注文が続いている。それによってこちらの健全性を落として自社がカートを取ろうという魂胆。
- 月に4000件の架空注文を入れられて、もちろん発送できず、在庫は押さえられて受注できず、結果キャンセルとなり健全性も悪くなった。出品停止の解除はしてくれたが、その悪意ある相手先の取締りなど何もしてくれない。