



モニタリング会合 ヤフー株式会社 発表資料

2023年8月28日
ヤフー株式会社

本日のアジェンダ

昨年の大臣評価を踏まえた取組

1. 利用事業者との相互理解を促進する体制
2. 情報開示
3. 苦情・紛争処理

1. 利用事業者との相互理解を促進する体制

各社には、自社及び関係会社の優遇の有無、自社優遇がある場合はその正当性について、客観的に検証できるようなかたちで情報開示や体制整備を進め、その内容を説明していくことを期待する。

優遇対象となる**グループ企業名を公開**

優遇施策を一元的に把握・管理する部署を設置

事業部内において、検索順位および手数料を中心とした**自社グループ企業優遇施策のリスクを一元的に把握・管理する部署を設置**。必要に応じて、**法務部と政策企画部と連携**。

トピック | 料金・費用 | 決済サービス | ストア紹介と成功事例 | よくある質問

出店のメリット | 取組み | 機能 | はじめての方 | 経験者の方 | 役務サービス商材 | 透明性向上のため

また、出店前の方は、[Yahoo! JAPAN 新規入店/出店お問い合わせフォーム](#)までお問合せください。

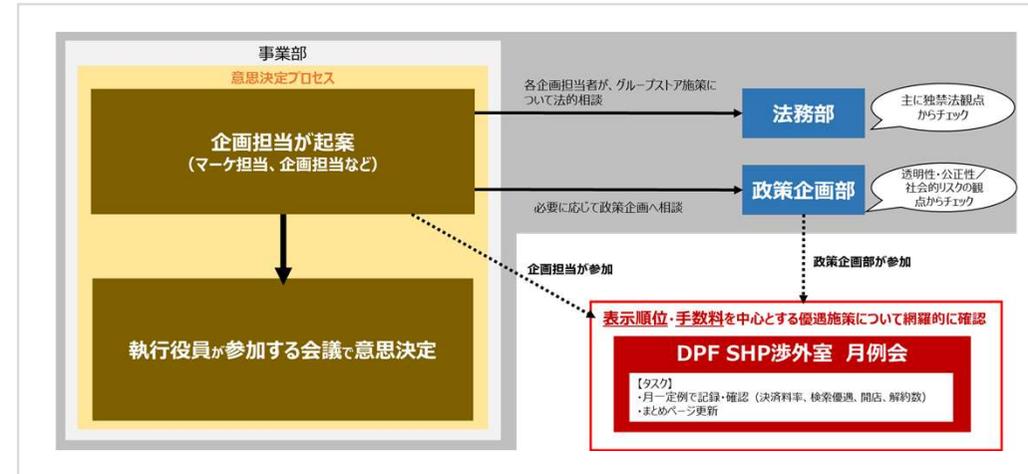
(8) 特定の出店者様に対して、他の出店者様と異なる取扱いを行う場合について

理由・考え方

- 当社は、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しています。当社は、ストアの取扱高やストアパフォーマンスといった指標から「優良店」(※)を認定しており、そのような優良店は、当社と理念を共にする出店者様であると考えています。また、当社グループ企業ストアは、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、グループ企業として当社と理念を共有しております。このような理由から、当社が認定した優良店および当社のグループ企業ストアに対しては、より多くのお客様にご利用いただけるよう、他の出店者様と異なる提供条件を適用する場合があります。
 - ※ 優良店の認定基準は、前月の取扱高が一定以上、Yahoo!ショッピングでのパフォーマンスが優良であるなどです。
- 当社が認定した優良店については、お客様により便利にお買い物を楽しんでいただくため、商品をより見つかりやすくする施策を実施しています。当社グループ企業ストアに対しては、同様の施策を実施する場合があります。
- お客様への魅力度を重点的に高めたいと当社が考える特定のカテゴリについては、特定の出店者様(※)や当社グループ企業ストアに対して、決済手数料の減額やキャンペーン実施負担の減額をしています。これは、これらの出店者様が出店を継続することが、当該カテゴリ全体の魅力度向上に寄与し、より充実したお買い物体験を提供することに繋がるからです。
 - ※ 当該カテゴリ取扱高上位(もしくはお客様から高い評価を受けている出店者様)であり、かつ、継続的な販促活動の実施に合意して頂いた出店者様が対象となります。
- 当社では、自社優遇行為(当社グループ企業ストアに対する優遇行為)を適切に管理するために、「利益相反行為・自社優遇行為に係る管理方針」を策定・実践しています。当社グループ企業ストアに対して異なる取り扱いをする場合、本管理方針に従います。
 - [「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」のダウンロード\(PDF\)はこちら](#)
- グループ企業：株式会社ZOZO・アスクル株式会社・株式会社チャーム・株式会社イーブックイニシアティブジャパン(2022年10月時点)

施策内容

対象企業名



※赤字は、2022年度報告書等に新たに記載した取組・説明

1. 利用事業者との相互理解を促進する体制

次回の定期報告書や対外説明等において、定量的な実績、課題への対処に至った具体例等について、エビデンスを添えて提示すること、現状の課題と考えている事項及び今後の対応方針について説明することを期待する。 <要旨>

機能改善に関する定量的な実績説明

報告書やJADMA主催のストア向け説明会において、**出店者様の意見をもとに60件の機能改善を実施**したことを説明

年間1,107件のご意見を頂き、 60件機能改善し結果可視化

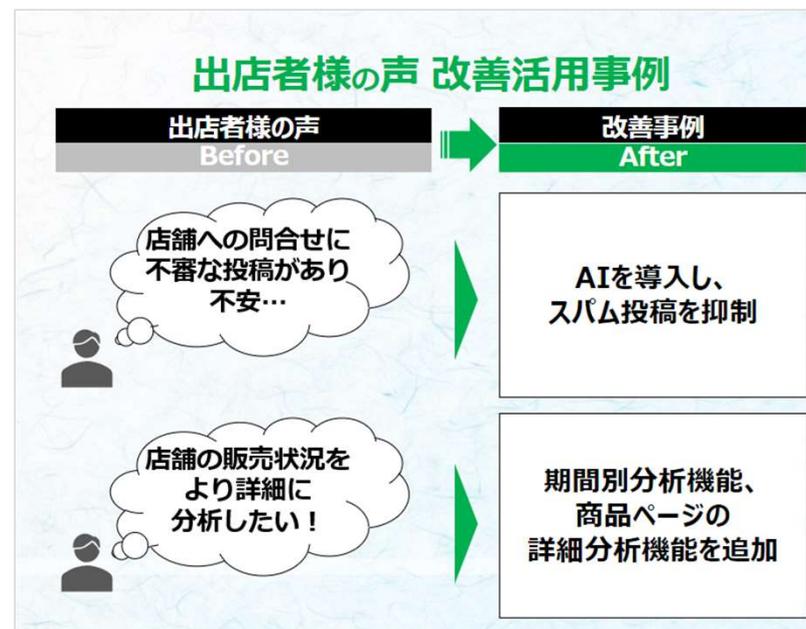
ストアクリエイターPro
機能改善状況

改善しました	案件No. 公開日: 2023年04月17日
iOSアプリ版ストアクリエイター機能改善 (18)	
■改善日: 2023年4月13日(木)	
パソコン版ストアクリエイターProと同様、iOSアプリ版ストアクリエイターでも「ツール管理権限」のみで問い合わせ管理機能のご利用が可能になりました。詳細は下記をご確認ください。	
▼参考記事 [4/13] iOSアプリ版ストアクリエイター機能改善のご案内 (問い合わせ機能)	
改善しました	案件No. 公開日: 2023年04月17日
おトク指定便設定機能リリース	
■改善日: 2023年4月6日(木)	
当店自様の出荷量の分散を行い、発送業務負荷を軽減する施策として、「おトク指定便設定機能」をリリースしました。出店者様の配達安定化、お客様への付加価値の提供にて、リピート率向上が期待できます。ぜひご活用ください。	
▼参考記事 [4/11実施] おトク指定便設定機能リリースのご案内	

※2022年4月から2023年3月まで

出店者様のご意見を取り入れた具体例の説明

報告書やJADMA主催のストア向け説明会において、**出店者様の意見をもとに改善した具体例を説明**



※赤字は、2022年度報告書等に新たに記載した取組・説明 4

1. 利用事業者との相互理解を促進する体制

次回の定期報告書や対外説明等において、定量的な実績、課題への対処に至った具体例等について、エビデンスを添えて提示すること、現状の課題と考えている事項及び今後の対応方針について説明することを期待する。 <要旨>

相互理解に関する定量的な実績説明

課題・方針の説明

JADMA主催のストア向け説明会において、**Good/Badボタンのリアクション数が昨年度の2倍である旨を数値を用いて説明**

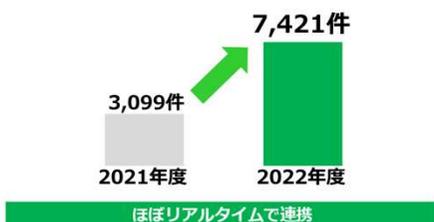
報告書に、**課題・方針について記載**

日々の告知に対し、出店者様が手軽に意見を出せる

出店者管理ツール「ストアクリエイターPro」告知欄



出店者様からのリアクション数は
昨年の**2倍以上**に増加



開発・企画担当者も
日々出店者様の評価を確認

※2022年4月から2023年3月まで

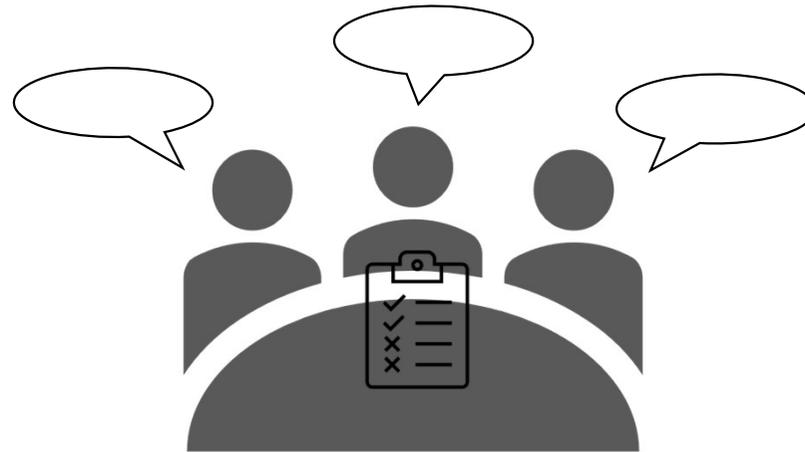
課題・方針	2023年度の取組
出店者様にとって分かりにくい提供条件変更については、説明の工夫を続ける	違反が多いガイドライン項目について、よくある違反事例として特設ページで解説
出店者様の声を吸い上げる取り組みや仕組みをより広く知っていただく	GoodBadボタン・ご意見フォームの認知度に関するアンケートをとり、その結果を公表・啓蒙活動を実施

1. 利用事業者との相互理解を促進する体制

違反行為に対する措置を行う場合も、適正なプロセスや公平性を確保するとともに、継続的に対応の改善を図っていくことが求められる。

強制措置の妥当性に関する事後検証

内部監査（2022年3月）において、**強制措置の「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**。これを受け、**2022年度より、退店等の判断の妥当性を社内で事後検証する体制を新たに構築・運用**



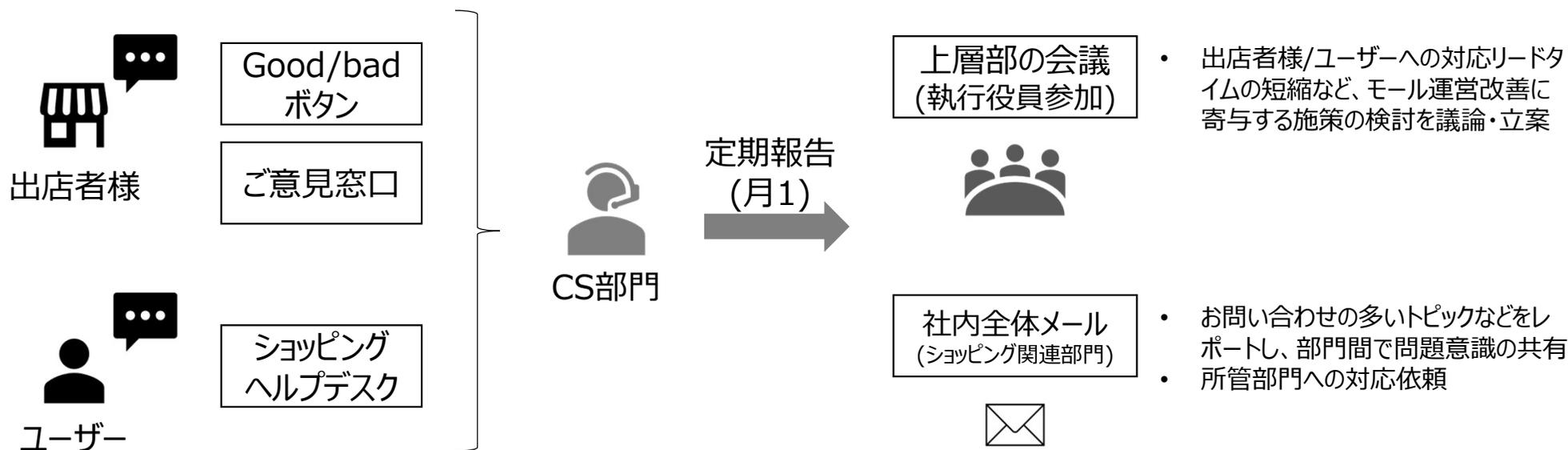
➡ 3ヶ月ごとに、当該期間において行った退店措置および休店措置について、安全対策部門とカスタマーサポート部門が、その数値、違反事例の状況を把握しながら事後検証を実施。必要に応じて対応の改善につなげる。

1. 利用事業者との相互理解を促進する体制

2023年度からの新たな取り組みとして、**出店者様とユーザーの声**について、執行役員を含めた**事業部上層部の会議や、事業部全体メーリングリスト**で定期的に共有



出店者様やユーザーの要望を事業部全社員で共有し、モールの運営改善につなげる



2. 情報開示

提供条件が記載されている利用規約等が膨大な分量となる場合は、その中に利用事業者にとって重要な情報が埋もれてしまうことがないよう、わかりやすく開示する取組・工夫が求められる。

多くの媒体を活用して情報開示

特に、取組み紹介ページでは、**提供条件の重要事項を抜粋して1枚のページで説明**



特に重要な戦略は、責任者から動画で説明

「PayPayモール統合」や「優良配送」など、**重要な戦略の実施時には、出店者管理ツール上で、執行役員から動画で説明を実施**

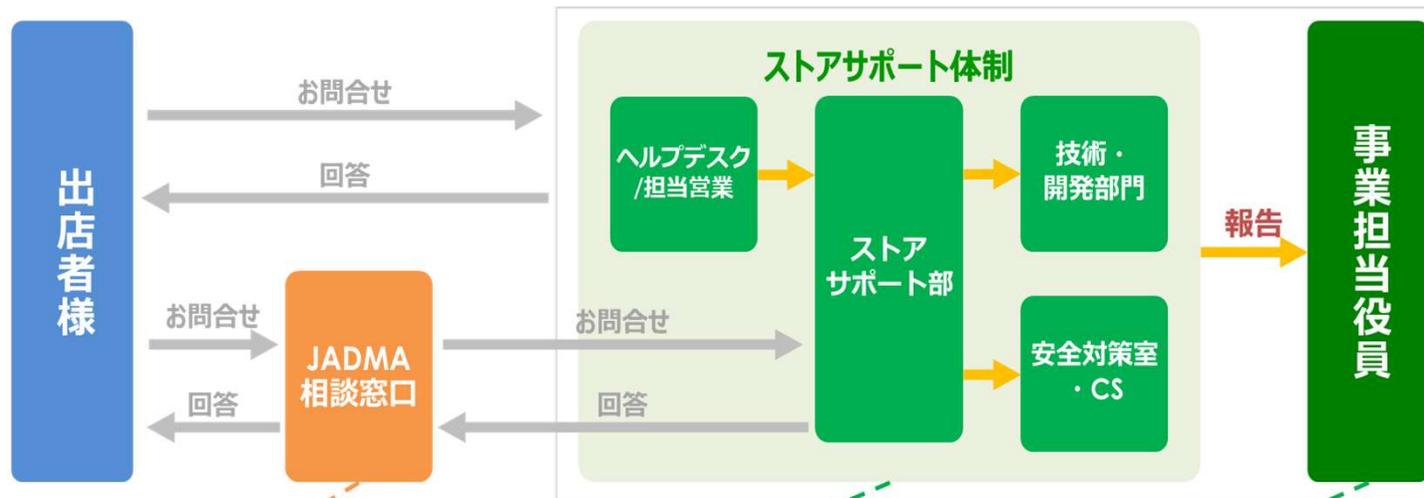


2. 情報開示

提供条件が記載されている利用規約等が膨大な分量となる場合は、その中に利用事業者にとって重要な情報が埋もれてしまうことがないよう、わかりやすく開示する取組・工夫が求められる。

JADMAとの連携強化

利用事業者相談窓口である**JADMA**に対して、出店者様からの問い合わせに迅速かつ適切に回答いただけるよう、**出店者アカウントを提供し、提供条件変更等のお知らせを共有**



1) JADMAとの情報共有

- JADMAに出店者アカウントを提供し、ヤフーからののお知らせを共有済

2) 相談による不利益扱いの防止

- ストアサポートと退店等措置部門を別個にし、相談による不利益扱いを防止

3) お問合せ状況は経営層へレポート

- 出店者様のお問合せに適切に対応しているか、経営に報告

※赤字は、2022年度報告書等に新たに記載した取組・説明

3. 苦情・紛争処理

苦情処理・紛争解決に係る取組の客観的な評価に資する情報を積極的に開示することを期待する。

苦情・問い合わせの対応方針を開示

報告書において、苦情・問い合わせの対応方針を開示し、全ての苦情を「クローズ」に至るまで対応する等を説明

＜苦情・問い合わせ対応方針＞

- 必ず当社からの返信で終了
- 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、社内管理システム上のステータスを「クローズ」状態にログを変更
- 現在の運用上、全ての苦情が「クローズ」に至るまで対応

ヘルプデスクにおける満足度調査結果や目標達成率を開示

報告書において、客観的な評価に資する情報として、

- ヘルプデスクにおける2022年度満足度調査の結果
- 「48時間以内に一次回答を行う」という目標の達成率を開示。

- 出店者様満足度 84.5%
- 回答時間の目標達成率 71.9%



※赤字は、2022年度報告書等に新たに記載した取組・説明

**引き続き、出店者様をはじめとする
多様なステークホルダーの皆様の声に耳を傾けながら、
透明性・公正性の向上に努めてまいります。**

EOP

その他の2022年度の取り組み

苦情の定義統一、苦情処理検証体制の構築運営

出店者様からの問い合わせを判断する部署が複数存在
各部所における苦情の定義が明確に統一されていない



2022年度より、円滑な件数集計や苦情処理の事後検証を可能とするため、各部署間で苦情の定義及び類型を統一し、一括管理する体制を整備・運用



苦情とその対応事例を集め、関係部門で会議（原則週次開催）を行い、苦情処理の対応が適切であったかを検証

消費者からの問い合わせを端緒とする改善事例を説明

優良配送（注文日の当日～翌々日までに届くサービス）について、
ストアの休業日を除き翌々日までに商品が届くという案内を実施



休業日も含めて翌々日に商品が届くと誤解されたお客様から.....



「配送予定日に商品が届かない」



ストアの休業日を加味して優良配送の案内が表示されるようにシステムを改修