

**令和4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对外公表可能と判断した情報を抜粋したものである。

令和4年度 定期報告書（抜粋） 目次

1. 事業の概要に関する事項

- (1) 事業の概要..... P2
- (2) 事業に関する数値
 - ① 事業の規模を示す指標に係る数値..... 【非公開】
 - ② 国内の商品等提供利用者の数..... 【非公開】
 - ◆③ その他事業に関する数値..... 【非公開】

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..... P5
- ◆(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) 提供条件の開示の方法、行為時開示の状況等..... 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

- ① 告示2. 1. 1 ①に関する事項..... P34
- ② 告示2. 1. 1 ②に関する事項..... P35
- ③ 告示2. 1. 1 ③に関する事項..... P37

(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

- ① 告示2. 2. 1 ①に関する事項..... P38
- ② 告示2. 2. 1 ②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

- ① 告示2. 3 ①に関する事項..... P39
- ② 告示2. 3 ②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)

- ① 告示2. 4. 1 ①に関する事項..... P40
- ② 告示2. 4. 1 ②に関する事項..... 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..... P47
- (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..... P49
- (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..... P50
- ◆(5) その他5. (1) から5. (3) の自己評価に関する事項..... P51

注：◆は任意的記載事項であることを意味する。

Yahoo!ショッピング 2022 年度 定期報告書（抜粋）

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..	8
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.....	34
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、相互理解促進のための措置等の自己評価〕	47

※ 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(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、出店者様とお客様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、2022年10月12日まで、一定の条件・基準に該当する出店者様が審査を経て加入することができるPayPayモールプランを設け、「PayPayモール」のサイトには、これら厳選された出店者様の商品のみを表示していましたが、同月13日に、Yahoo!ショッピングとPayPayモールを統合し、Yahoo!ショッピングに一本化しました。

(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
- 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

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

①苦情及び紛争の件数

苦情の件数は、18 件です（営業担当経由の苦情が 6 件、営業担当経由以外の苦情が 12 件（問い合わせ 329053 件のうちの 0.0036%））。

上記「苦情」とは、①当社の措置や行為（事故等も含む）により出店者様が不利益、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をいいます。なお、この「苦情」の定義は、2（5）①で後述のとおり、円滑な件数集計と苦情の事後検証のために、苦情対応を行う各部署間で異なっていた「苦情」の定義を統一したものであり、2021 年度の「苦情」の定義と異なります。

紛争の件数は、1 件です。

上記「紛争」とは、当社オンラインモールと出店者様の間のトラブルについて、出店者様による訴訟提起又は調停申立が行われたものをいいます。

<数値の取得方法に係る説明>

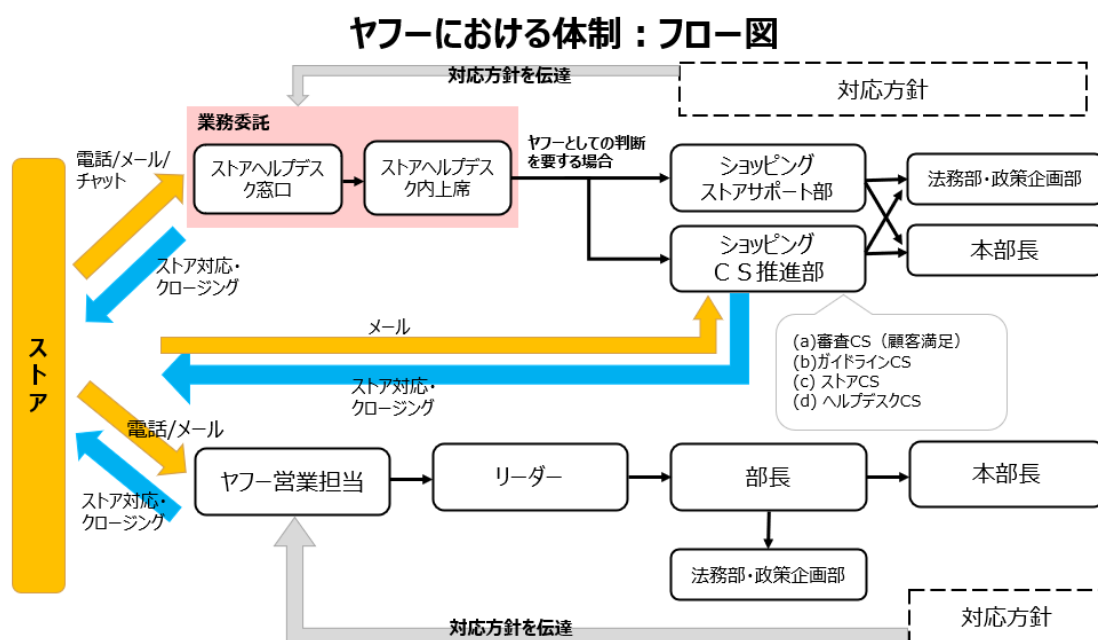
苦情の件数は、上述の定義に基づき、下記②(a)～(d)の部門及び営業部門においてそれぞれ苦情として分類された数を (a)～(d)の 4 部門合同会議で確認・集計したものです。

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様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、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は、法務部門に報告されることとなっています。

②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、出店者様からの問い合わせ・苦情に対応しています。すなわち、出店者様から見た問い合わせ先は「ヘル

「ヘルプデスク窓口」、「営業担当」または「CS 部門」となります。ヘルプデスク窓口に寄せられた問い合わせ・苦情のうち、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ものは「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ざいます。これらの声は、苦情ではなく、出店者様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。

なお、CS 部門には、ストア審査、ガイドライン関係の問い合わせ、ストアトラブルについて、当社からのメールにご連絡に返信する形でお問い合わせをいただけます。

(2) 苦情及び紛争の主な類型

以下の類型、件数にて集計しています。

- 出店または開店審査の進捗、結果、救済に関して 2 件
- 強制休店または強制解約の措置に関して 0 件
- 事故や不具合等による不利益に関して 5 件
- お見舞い等による当社から請求に関して 0 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（お客様）の不当評価に関して 1 件
- ガイドライン違反に関して 0 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

(3) 苦情及び紛争の処理期間の平均期間

案件クローズまでの平均処理時間¹は、次のとおりです。

- 電話での苦情に対する対応完了まで、108 時間 37 分
- メールでの苦情に対する対応完了まで、受信より 62 時間 32 分

< 数 値 の 取 得 方 法 に 係 る 説 明 >

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

①苦情対応の結果について

¹ 営業経由の苦情については、出店者・営業間の苦情及び回答伝達時間が計測できないため、抽出対象から除外しています。なお、2021年度定期報告書においては、問い合わせ一般に対する一次回答完了までの平均時間を計上しておりますが、2022年度以降は省令の本来の記載項目にあわせて、苦情対応完了まで平均処理期間を計上することとします。

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、社内管理システム上のステータスを対応終了の意味を持つ「クローズ」状態にログを変更し、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。

②満足度について

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%（2021年度：85%）から、満足した旨の回答が得られています。（不満足であった場合の理由は、システムの不具合、オペレーターの応対起因、ヘルプデスクの回答内容に対する不満、などがあげられました。）

③紛争対応の結果について

紛争については一審においては原告（出店者側）の請求が棄却されました。

（5）その他苦情の処理及び紛争の解決に関する事項

①苦情管理のための体制の整備について

当社オンラインモールにおける基本方針として、苦情であるか否かにかかわらず、出店者様のお声を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に対し個別に要望フォームを設け、出店者様の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。

当社には出店者様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）、各部所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が、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・運用しています。

本体制では、各部署に寄せられた問い合わせについて、2（1）の定義にしたがって、全ての苦情とその対応事例を集め、2（1）の（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

ったか検証しています。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するなど、出店様様の苦情を元に対応を改善することとしています。

②お客様からの苦情の対応について

当社オンラインモールでは、お客様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。「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。例えば、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、これまで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していましたが、休業日も含めて翌々日に商品が届くと誤解をされたお客様から「配送予定日に商品が届かない」という問い合わせがあったことを踏まえて、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いたしました。

上記の振り分けのもとで、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。

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、出店様様がお客様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! JAPAN ID は取得できません）。

なお、お客様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、お客様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

(1) 利用者に開示した提供条件の内容

添付資料1をご参照ください。

(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

①法第5条第3項に基づき開示された事項及び開示の状況

ア. 主な類型及び当該類型ごとの開示の例

行為時開示の主な類型、類型ごとの開示の例、及びそれらに関する補足説明は以下のとおりです。

(ア) 提供条件によらない取引要請（法第5条第3項第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

(イ) 一部拒絶（法第5条第3項第2号）

・ 類型（1）休店措置

開示例1：ガイドライン違反行為（自己注文）を理由とする休店措置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。

<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32項(1)でお断りしております。

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】

弊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》

弊社では「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

※代表者につきましては「会社代表者」をご記載ください。

1.以下の DocuSign の URL にアクセスし、ストア代表者様のお名前(フルネーム)とメールアドレスを入力して、[記入して署名する] ボタンを押します。

<https://yahoo.jp/nzFf6H>

2.手順 1 で入力したメールアドレス宛に、以下件名のメールが送信されます。

=====

メールによる検証: **【重要】** Yahoo!ショッピング：書類ご提出のお願い（ガイドライン）

=====

3.メールに記載された「署名検証コード」をコピーし、「署名の再開」を押します。

4.アクセスコードの欄に、手順 3 でコピーした署名検証コードを貼り付け、
[検証] ボタンを押します。

5.誓約書が開きましたら [続行] ボタンを押します。

6.「住所」「会社名」「ストアアカウント」の欄にカーソルを合わせ、
当社に登録されている住所、会社名、ストアアカウントを入力します。

7.「署名」を押し、画面に表示される内容を確認のうえ
[選択して署名] ボタンを押します。

8. [完了] ボタンを押すと、誓約書への署名が完了します。

9.手順 1 で入力したメールアドレス宛に、以下件名のメールが送信されますので、
メールに添付された「署名済の誓約書」と「summary」の 2 種類のファイルを保管しま
す。

=====

完了: **【重要】** Yahoo!ショッピング：書類ご提出のお願い（ガイドライン）

=====

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いております。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

弊社にて検討後、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。

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：▲▲様からの申告）

※ストア運用ガイドライン第 1 章 第 3 3 項（1）エに違反

⇒下記の Yahoo!ショッピングにおける知的財産権保護の取り組みに基づき、対応しています。

◇知的財産権保護プログラム

<https://business-ec.yahoo.co.jp/ppip/>

■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、弊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、以下 2 点をもってご契約の続行といたしたく存じます。

■対応：1

該当商品のお取下げと修正、警告させていただいた以外の商品についても違反がないか貴社の責任においてご確認のうえ、あれば必ず改善してください。

■対応：2（誓約書のご提出）

下記期限日までに誓約書のご提出をお願いいたします。期限内の対応が

確認できない場合、ストアのご利用を一時停止させていただきますので、
あらかじめご了承ください。

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》

（以下省略。上記ア（イ）類型1 開示例1と同じ。）

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、出店者様に
「お客様対応のお願い」をしたが、対応や連絡がな
い場合）

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

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。

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

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>

内容：

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。

■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33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、弊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
いただいております。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。

開示例 2：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。

■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
⇒なお、特定の商品にのみ使用される部品、パーツ等も含まれます。

※ストア運用ガイドライン第1章 第33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、
弊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。

(以下省略。上記ア（イ）類型1 開示例1と同じ。)

開示例3：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：

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。

■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、弊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。

（以下省略。上記ア（イ）類型1 開示例1と同じ。）

（ウ）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<●●●>mdd 【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

(エ) その他の補足説明

a. アカウント停止に対する異議申し立ての機会確保について

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。

アカウント停止措置（退店措置）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、退店措置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。

b. 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について

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。

c. 誤ってアカウント停止措置を行った場合の是正措置について

アカウント停止措置（退店措置）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。

イ. 施行規則第 9 条第 1 項各号及び第 2 項における主な類型及び当該類型ごとの開示の例

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) 出店者様が反復して提供条件違反をした場合（施行規則第9条第1項1号）

該当する事案は発生していません。

(イ) 出店者様が反社関係者であった場合（施行規則第9条第1項2号）

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（施行規則第9条第1項3号）

該当する事案は発生していません。

ウ. 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) 出店者様が反復して提供条件違反をした場合（施行規則第9条第1項1号）

該当する事案は発生していません。

(イ) 出店者様が反社関係者であった場合（施行規則第9条第1項2号）

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（施行規則第9条第1項3号）

該当する事案は発生していません。

エ. その他の補足説明

a. 措置の重さについて

措置の重さは、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様に通知を行い、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、同一の出店者様が

繰り返し商品削除の対象となる場合は、休店処分や退店処分等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（退店措置）を行う場合があります。なお、アカウント停止判断には AI を利用していません。

b. 措置の基準やプロセスに関する出店者様とのコミュニケーションについて

出店申込みの際、Web ページ上で、ストア利用約款・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。

②法第 5 条第 4 項に基づき開示された事項及び開示の状況

ア. 主な類型及び当該類型ごとの開示の例

事前開示の主な類型や類型ごとの開示の例、日数の例、補足説明は以下のとおりです。

（ア）提供条件変更（法第 5 条第 4 項第 1 号）

・類型（1）ストア利用約款および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：30 日、63 日

■件名 [1/18 および 2/20 改定]「ストア運用ガイドライン」「ストア利用約款」改定に関する ご案内：Yahoo!ショッピング
■本文 ===== ↓ ここから ↓ ===== 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。

2023 年 1 月 18 日（水）に、「Yahoo!ショッピングストア運用ガイドライン」および「ショッピングストア利用約款」の改定を予定しています。

なお、「Yahoo!ショッピングストア運用ガイドライン」は一部の内容のみ 2023 年 2 月 20 日（月）の改定予定もございますので、それぞれの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」改定について

▽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

■改定予定日

2023 年 1 月 18 日（水）および 2023 年 2 月 20 日（月）

■改定内容

2023 年 1 月 18 日（水）のストア運用ガイドライン改定では、定期購入機能の提供開始にあわせて必要な項目や説明を追加するとともに、アフィリエイトの料率計算に関わる説明を実態に即した内容へと修正いたします。

なお、今回の改定に伴い禁止されている販売方法から「頒布会」を除外いたしますが、販売にあたっては必ず弊社が提供する定期購入機能を用いていただけますようお願いいたします。また、アフィリエイトパートナー報酬原資・アフィリエイト手数料の対象金額の計算式については今回の改定により変更が生じるものではありません。

また、2023 年 2 月 20 日（月）の改定では、二輪自動車もしくは原動機付自転車の乗車時に用いるヘルメットについて、当該商品に PSC マークがあることを商品ページ内の画像で明示いただくことをルール化いたします。該当商品をお取り扱いの出店者様にはお手数をおかけしますが、改定日までにそれぞれの該当商品のページに対し必ずご対応いただけますようお願いいたします。

改定内容の詳細については下記よりご確認をお願いいたします。

▽ [1/18 および 2/20 改定] スタ運用ガイドライン改定に関するご案内

<https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/>●●●

■「ショッピングストア利用約款」の改定について

▽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

■改定予定日

2023 年 1 月 18 日（水）

■改定内容

ストア運用ガイドラインと同様に、同日に予定しております定期購入機能の

提供開始にあわせてショッピングストア利用約款の改定を予定しています。
また、2022 年 11 月 17 日からのヤマト運輸配送情報の自動連携サービス
（配送情報の自動連携機能）の提供開始に伴う必要な内容を追加するとともに、
一部記載の補足修正もいたしますので、改定内容の詳細について下記より
ご確認をお願いいたします。

▼ [1/18 改定] ショッピングストア利用約款改定のご案内

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

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
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：61 日

■件名：

[12/26 改定] スタ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：

===== ↓ ここから ↓ =====

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。

2022 年 12 月 26 日（月）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。

今回の改定により、個人事業主の出店者様については新たなブランド品のお取り扱いを
制限させていただきますので、詳細について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

なお、ブランド品を新たに取り扱い開始されたい個人事業主の出店者様については、以下ご案内を確認のうえ 2022 年 12 月 25 日（日）までに審査をご申請いただけますようお願いいたします。

※個人事業主の出店者様につき、これまでご申請いただき審査のうえお取り扱いされているブランド品については、2022 年 12 月 26 日（月）以降も引き続きお取り扱いいただけます。

※法人の出店者様については、2022 年 12 月 26 日（月）以降もこれまでと変わらず新たに取り扱い開始されたいブランド品について審査をご申請いただけます。

※Yahoo!ショッピングとヤフオク!のブランド審査は、それぞれ実施しております。ヤフオク!での販売をお考えの場合は、ヤフオク!のブランド申請をお願いします。

▽ブランド品を取り扱う場合

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

■改定日

2022 年 12 月 26 日（水）

■改定内容

=====

第 1 章 基本ルール

第 3 出店・出品基準

1 出店について（3）

【改定前】

キ 当社指定の審査が必要なブランド品を取り扱う場合は、当社所定のブランド審査を通過すること

【改定後】

キ 当社指定の審査が必要なブランド品を取り扱う場合は、当社所定のブランド審査を通過すること。ただし、法人の出店者様のみブランド審査を受け付けます。

=====

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）

【改定前】

当社は、お客様により快適にサービスを利用していただくべく、Yahoo!ショッピングにおける偽造品の流通防止に取り組んでおります。その一環として、ブランド品の取り扱いを希望される出店者様につきましては、本契約時に当社指定の審査を受けていただいております。また、本契約後に新規にブランド品の取り扱いを開始される際にも同様の審査を受

けていただいております。なお、審査を受けずにブランド品の取り扱いを開始された場合には、利用約款の規定に従い、本契約を解除することがあります。

【改定後】

当社は、お客様により快適にサービスを利用していただくべく、Yahoo!ショッピングにおける偽造品の流通防止に取り組んでおります。その一環として、ブランド品の取り扱いを希望される出店者様につきましては、本契約時に当社指定の審査を受けていただいております。また、本契約後に新規にブランド品の取り扱いを開始される際にも同様の審査を受けていただいております。ただし、法人の出店者様のみ審査を受け付けております。なお、審査を受けずにブランド品の取り扱いを開始された場合には、利用約款の規定に従い、本契約を解除することがあります。

=====

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>

(イ) 全部拒絶（法第5条第4項第2号）：退店措置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>

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>

●年●月●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、●年●月●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

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

●●●●

■商品タイトル

●●●●

【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

●年●月●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。

イ. 施行規則第 12 条各項各号における主な類型及び当該類型ごとの開示の例

(ア) 提供条件の変更

提供条件変更について、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。

a. 軽微な変更（施行規則第 12 条第 1 項第 1 号）

該当する事案は発生していません。

b. 法令等に速やかに対応する場合（施行規則第 12 条第 1 項第 2 号）

該当する事案は発生していません。

c. 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（施行規則第 12 条第 1 項第 3 号）

該当する事案は発生していません。

（イ）全部拒絶

全部拒絶（当社における退店措置）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。

a. 出店者様が反復して提供条件違反をした場合（施行規則 12 条 2 項 1 号）

該当する事案は発生していません。

b. 出店者様が反社関係者であった場合（施行規則 12 条 2 項 2 号）

該当する事案は発生していません。

c. 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 12 条 2 項 3 号）

該当する事案は発生していません。

d. 法令等に速やかに対応する場合（施行規則 12 条 2 項 4 号）

該当する事案は発生していません。

e. 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 12 条 2 項 5 号）

該当する事案は発生していません。

ウ. その他の補足説明

(ア) 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、全ての出店者様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、出店者様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。

(イ) JADMA との連携について

当社の規約・ガイドライン変更について、出店者様が公益社団法人日本通信販売協会（JADMA）²に対して問い合わせを行う場合があるという状況を踏まえ、2022年11月から、JADMAに対してストアアカウントを発行し、JADMA自身が規約・ガイドライン変更を確認して出店者様に迅速かつ適切に回答していただけるように、JADMA との連携を深めています。

(ウ) 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

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慎重に判断することとしています。

また、退店措置については透明化法の例外事由を適用しないこととしており、2022年度に実施した退店措置のうち、透明化法の

²経済産業省のデジタルプラットフォーム取引相談窓口を担っている

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。
また、他の例外事由についても、個別判断の結果、法令の例外事由を狭めに適用することがあります。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。

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（令和三年経済産業省 告示第十六号。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. 1. 1①及び2. 1. 2①に関する事項

ア. 約款・ガイドライン変更前における出店者様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、出店者様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、出店者様にどの程度の利益・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様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、約款・ガイドライン変更における決裁に確実に反映されることが重要であると捉え、社内決裁システムに上記検討結果を記載し、出店者様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ています。

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、出店者様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：出店者様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、出店者様に対して事前・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、出店者様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、出店者様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、出店者様が新しい約款・ガイドラインに対応するために必要な期間の確保や、実施前に出店者様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。

このように出店者様に対して十分な猶予期間を与えることは、出店者様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。

②告示2. 1. 1②及び2. 1. 2②に関する事項

ア. 一貫性・公平性のある審査基準の運用

退店措置や休店措置の判断は、それぞれ公開の審査基準に従って行います。また、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措置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、当社内で出店者様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、休店措置や退店措置を行っています。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。

イ. 自社グループ企業に対するルール違反の措置

ルール違反に対する措置において、自社グループ企業優遇（自社グループ企業ストアでなければ措置をする場合において、措置をしないことを言います。）に該当する事項や取り決め等はございません。全ての出店者様は上記プロセスに従いルールの適用を受けるため、ルール違反の措置における自社グループ企業優遇は行っていません。

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、他のストアと同様に、内部基準に基づき、自社グループ企業ストアに対して商品削除等の措置を行いました。

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。

自社グループ企業優遇に関する取り決め等の不存在や内部監査の実施等は、客観的に、自社グループ企業ストアを含めた全てのストアに対する一貫性・公平性のある措置を担保するものであり、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。

ウ. 強制措置の妥当性に関する事後検証体制

2022年3月に実施された内部監査報告において、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」との指摘を受けました。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し、運用しています。

新体制では、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、カスタマーサポート部門とともにその数値、違反事例の状況を把握しながら事後検証を行っています。具体的には、対象期間の件数の推移確認、措置を行った際の担当者の懸念事項の共有等を行い、必要に応じて対応フローの改善につなげることであります。この事後検証体制において、2022年度は4件の業務フローの改善につなげました。

このように、強制措置の妥当性について社内で定期的に事後検証を行い、措置に関する業務フローの改善を行うものであり、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。

エ. 措置が出店者様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、出店者様の利益を不当に害することがないように、商品の削除と非公開のいずれが妥当であるのかを内部基準に則って検討しています。また、違反出品を検知したパトロール部門と協議し、本来措置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、出店者様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（退店措置）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。

③告示 2. 1. 1③及び 2. 1. 2③に関する事項

ア. 出店者様の要望を改善につなげるプロセス

出店者様から届く要望は、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、事業の企画部門で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、改善による出店者様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。2022年度は、1107 件のご意見をいただき、そのうち 60 件（2021 年度：76 件）の改善を行いました。

このように、オンラインモールの利用者たる出店者様の声を出発点とすることで、真に出店者様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. 出店者様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、出店者様向けの問い合わせフォームを設置しています。2022 年 2 月より、これらの窓口を投稿される出店者様からのご要望・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³（月に 1 度程度の更新）。

これにより、出店者様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。

³ <https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/kaizen/archive.html>

(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. 1①及び 2. 2. 2①に関する事項

ア. 苦情処理体制

出店者様は、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⁴
(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。

イ. 処理・解決の方針

⁴ 2023年3月31日をもって廃止。代替ツールの導入については検討中。

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様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、出店者様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おり、2022 年度においては、71.9%の問い合わせについては、当該目標を達成いたしました。

②告示 2. 2. 1②及び 2. 2. 2②に関する事項

ア. 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。各窓口寄せられた出店者様からのご意見は、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様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。

また、2. (1) で述べたとおり、2022 年度から、各窓口寄せられた苦情を一括管理して検証する体制を構築・運営しており、出店者様からの苦情を適切に運営改善につなげています。

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、出店者様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. 1①及び2. 4. 2①に関する事項

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

ア. Good/ Bad ボタン・コメント欄の設置等

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、出店者様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。

また、出店者様に対して、定期的にストアツールに関するアンケートを実施しており、出店者様の意見を様々な形で吸い上げる仕組みを構築しています。2022年度において、アンケートにおける出店者様の意見をもとに改善した事例として、ストアツールの注文件数の表示デザイン変更等のUIの改善を実施⁵いたしました。このように、絶えず出店者様様のご意見を参考にしながら、運営やツールの改善を実施しております。

Good/Bad ボタンは、全出店者様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、出店者様はいつでも手軽に意見を投稿することができ、

⁵ <https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/topics/tool2022/01/220629-3.html>

上記の他の仕組みも含めて、当社が出店者様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。

イ. 出店者様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、上記アのコメント欄に投稿される出店者様からのご要望・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、出店者様の要望に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2.4.1②及び2.4.2②に関する事項

ア. 要望を述べた出店者様に必要な対応が行われるような仕組み

①で出店者様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様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

出店者様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、隔週の会議体にて一つ一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様にお伝えしています（前記(1)③イと同じ）。

例えば、出店者様からの要望を端緒として、以下のような運営改善を行いました。

例1：お客様お問合せフォームにおいて、同じ内容や怪しいリンクのある投稿が大量に送信されるようなスパム投稿を検知し、キャプチャ認証を表示させることで、出店者様へのスパム投稿の減少が見込める改善を実施しました⁶。

⁶ <https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/topics/tool2023/01/230213-6.html>

例2：ストアツール上の「販売管理」機能の「レポート分析：PR オプションレポート」にて、月次、週次の任意期間指定の機能を追加し、出店者様において、より詳細な分析が可能となるよう機能の改善を行いました⁷。

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、実際に運用改善につながっているため、出店者様との間の取引関係における相互理解の促進に有効かつ適切であると考えています。

③告示2. 4. 2③に関する事項

当社オンラインモールは、広告仲介型デジタルプラットフォームではないため、該当事項はございません。

(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

①その他出店者様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ページ⁸の公開・更新

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、出店者様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、出店者様やお客様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。

イ. 「利益相反及び自社優遇行為に係る管理方針」⁹の公開

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公開しております。問い合わせ先も明示することで、出店者様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

⁷ <https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/topics/non/230119-3.html>

⁸ <https://business-ec.yahoo.co.jp/shopping/digitalplatformer/>

⁹ https://s.yimg.jp/images/biz_ec/pdf/management_policy.pdf

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様を対象とした「Best Store Awards」を開催し、表彰式や出店者様と意見交換、交流の場を設けています。2022年度は、2023年3月3日に開催しました。

エ. ストアフォーラムにおける配信

ストアツール上にある「ストアフォーラム」という動画配信プラットフォームにおいて、全出店者様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。

②その他出店者様向けの制度・仕組み・情報開示について

ア. 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

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様に参考にしていただける要素について、表示順位に与える影響がわかりやすいように公開すべきという方針のもとで、「優良配送」¹⁰と「その他の考慮要素」の二つの項目に分けて公開しています¹¹。すなわち、原則として、「優良配送」の商品は「優良配送」ではない商品より上位に表示され、「優良配送」の商品内の順位及び「優良配送」以外の商品内の順位それぞれについては、「その他の考慮要素」に基づき決定されます。

「その他の考慮要素」については、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、出店者様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

¹⁰ 「優良配送」とは、注文日+2日以内にお届けできるといった、当社が定める基準をクリアした、安心かつスピーディーなお届けである配送を指す呼称。

<https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/toolmanual/dictionary/y/3122.html>

¹¹ <https://business-ec.yahoo.co.jp/shopping/digitalplatformer/>

(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

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。

イ. 自社グループ企業優遇に関する情報開示および管理体制

「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、当社において自社グループ企業優遇をする可能性があります。

当社は、自社グループ企業優遇を行う場合の透明性の維持が継続的な課題であると考えております。すなわち、出店者様から見て、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、自社グループ企業優遇措置を実施する場合がある旨の説明に加え、自社グループ企業優遇の対象となる具体的なストア名を公開¹²しました。

また、当社は、自社グループ企業優遇に係る管理体制について、不断の見直しを行うこととしており、第6回モニタリング会合¹²においても、その旨を表明しています。当社は、2022年4月に、自社グループ企業優遇に係る管理体制として、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し、必要に応じて、法令への適合性、公平性・透明性やストアへの影響等の観点から、法務部および政策渉外部に相談を行うこととしています。

さらに、2023年4月から、事業部の当該部署の担当者が、自社グループ企業の企画担当者と月例で会議を行い、自社グループ企業に関する優遇施策を実施する場合は、検索順位および手数料以外のものも含めて、その内容を網羅的に共有・把握するよう体制を強化することとしました。このように、事業部内において、一線として、自社グループ企業優遇施策を公平性・透明性やストアへの影響の観点から問題がないか適切に管理し、さらには、二線として、政策渉外部がそれらの内容を確認する複層的な管理を行うこととしました。なお、三線として、監査部による内部監査を実施することがあります。

¹² <https://business-ec.yahoo.co.jp/shopping/digitalplatformer/>

(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

当社オンラインモールの「おすすめ順」は、上述のとおり、優良配送の要素を除けば、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。

ウ. 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

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。

エ. オンラインモール運営事業者によるデータ利用

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。

集約したデータとは、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、各出店者様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、守秘契約締結のもと提携メーカー様に提供するため等です。

これらの用途は、法令に従い出店者様に向けて開示されています。

また、当社では、グループ企業に対してデータ連携を行う場合は、種々のデータの取り扱いに関する社内ガイドラインが適用されます。当該ガイドラインに従い、事前の社内の承認を取得しなければならないルールとなってい

ます。具体的には、ガイドラインに照らし、データ連携の目的とその対象データを明らかにした上で、各統括本部に設置された DataDirector（各統括本部におけるデータ利活用とマネジメントの推進を行う役職者）の承認を得なければならないというルールを策定しており、適切なデータガバナンスを実施しています。

オ. 返品関係等

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、お客様から返品・返金等の申出があった場合には、出店者様ごとに定められたルールに基づいて対応いただいています。ただし、ガイドライン上、出店者様は、消費者契約法その他の法令に反してお客様にとって一方的に不利な内容のルールを定めてはならないこととしています。

なお、出店者様と返品関係でお困りのお客様がいらっしゃれば、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するとともに、連絡がつく出店者様である場合はお客様と話し合っていただけるよう、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様がお客様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。

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、相互理解促進のための措置等の自己評価〕

（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

ア. 苦情処理状況の概観

当社オンラインモール事業では、2（5）に記載のとおり、内部監査の指摘を受け、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するとともに、苦情処理の事後検証体制の運用を開始しています。以下のイ・ウに示す数値から、迅速な苦情対応を通じて出店者様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。今後の課題として、個々の苦情の対応検証だけでなく、蓄積しつつある苦情の傾向を分析したうえで、当社オンラインモール事業の運営改善に活かしてまいりたいと考えています。

イ. 苦情処理の対応完了までの平均期間

2（3）に記載のとおり、ヘルプデスクでの電話対応完了は108時間37分、メールでの苦情対応完了については、受信より62時間32分でした。社内において関係部署と連携し、検討したうえで回答を行う必要があったことに鑑みれば、対応の速度については、問題なかったと考えています。

ウ. 問い合わせに関する満足度調査

2（4）②に記載のとおり、アンケート形式での満足度調査において、84.5％が満足したと回答しました。昨年度と比較して、ほぼ同水準となっており、引き続き、出店者様に対して適切なサポートを実施してまいります。

（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

①出店者様向けの提供条件開示について

ア. 提供条件の開示の概観

出店者様に対して、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ていると考えています。

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、お客様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、お客様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、出店者様からの「よくある質問」や、出店者様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）。

また、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」ページを設け、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。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・改善を行うこととしています。継続的な課題として、引き続きわかりやすい提供条件の開示に努めてまいります。

②出店者様向けの行為時開示について

ア. 行為時開示の概観

行為時開示の具体的な方法については、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に記載のとおりであり、提供拒絶時の開示方法は、出店者様にとっておおむね明確かつわかりやすかったと考えています。一方で、提供条件を変更する場合の開示については、開示のフォーマットや担当者の認識不足を原因として、理由の開示が必ずしも明瞭ではない事例がありまし

た。これを受け、2023 年度は開示フォーマットの改善および担当者の再教育を実施する予定です。

行為時開示の際は、多くの出店者様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。また、全部拒絶及び一部拒絶の開示については、出店者様の予見可能性・是正機会の確保が重要だと考えています。

継続的な課題として、引き続きわかりやすい行為時開示に努めてまいります。

イ. 事前開示・理由開示の例外の妥当性について

3（2）に記載のとおり、行為時開示において、法令の定める例外に該当する場合として、事前開示又は理由開示を行わなかった場合はありません。

③お客様向けの提供条件開示について

お客様に対する提供条件の開示についても、平易な言葉でわかりやすく実施できていると考えております。

（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

①措置の一貫性・公平性を高める体制

4（1）②ウに記載のとおり、2022 年 3 月に実施された内部監査の指摘を受け、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運用しています。これまでも、規約・ガイドライン及び内部基準に照らして、一貫性・公平性のある措置に努めてまいりましたが、内部監査を受けて、措置の事後検証体制の運用を行っていることは、措置の一貫性・公平性を高めるために必要な体制の見直し・更新を行うことができていると考えており、継続的な課題として、今後も必要に応じて見直してまいります。

②自社グループ企業優遇の管理体制

4（5）②イに記載のとおり、第6回モニタリング会合¹³において、当社は、自社グループ企業優遇については、チェック体制・情報開示の不断の見直しを行う方針を示しました。2022 年度においては、事業部内にグループ優遇施策を一元的に把握・

¹³ https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_platform_monitoring/006.html

管理する部署を立ち上げ、政策渉外部もチェックする体制を構築していますが、今後も、継続的な課題として、運用していく中で、必要に応じて見直してまいります。

③出店者様の苦情を運営改善に活かす体制

2（5）①に記載のとおり、2022年3月に実施された内部監査の指摘を受け、2022年度より、苦情対応の妥当性を社内で事後検証する体制を運用しています。これまで、出店者様の問い合わせ・苦情への対応フローにおいて、それらを運営改善に活かしておりましたが、内部監査を受けて、苦情対応の事後検証体制の運用を行っていることは、苦情を運営改善に活かすために必要な体制の見直し・更新を行うことができていると考えており、継続的な課題として、今後も必要に応じて見直してまいります。

④対話・相互理解の機会

4（4）や4（5）に記載のとおり、当社オンラインモールは、お問い合わせ窓口のほか、Good/Bad ボタン、ストアフォーラムにおける情報発信、Best Store Awards の開催、ストアツール上のコメント欄と回答の公開など、さまざまなチャンネルで、出店者様の要望を吸い上げるとともに、当社の考えをお伝えしており、出店者様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。今後、継続的な課題として、これらの取り組み・仕組みをより広く知っていただき、より幅広い出店者様と相互理解を深められるようにしてまいりたいと考えています。

（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

当社は、新たな施策を打ち出す場合も、適切に出店者様とコミュニケーションを取り、その理解を得るよう努めています。

例えば、Yahoo!ショッピングとPayPay モールとの統合の際には、ストアツール上でお知らせ¹⁴を行うのみならず、担当の執行役員から統合の狙いや変更点等をご説明する動

¹⁴ <https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/topics/others2022/01/220707-1.html>

画¹⁵をストアフォーラムに掲載しました。また、優良配送施策¹⁶を実施する際には、ストアツール上で当該施策の説明¹⁷を行うだけでなく、当該施策への要望フォームを公開しました。さらに、当該要望フォームにいただいた特別表示カテゴリ¹⁸に関する要望を確認・検討し、一部の要望を施策内容に取り入れました。また、問い合わせ増加に備えて、ヘルプデスクの電話窓口を一時的に増設して、出店者様からの問い合わせに対応しました。

このように、今年度はYahoo!ショッピングにとって大きな変化がありましたが、これらのコミュニケーションを実施しながら出店者様との相互理解に努めたことで、円滑に運営できたと考えております。引き続き、出店者様との相互理解に努め、出店者様とともに成長する市場を目指したいと考えております。

(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、各取組の担当部署及び政策渉外部門において、複層的に実施いたしました。

¹⁵ <https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/strategy/strategy/strategy20220704-1.html>

¹⁶ 優良配送商品を検索において優先的に表示する施策。

¹⁷ <https://store-info.yahoo.co.jp/shopping/topics/tool2022/01/220613-3.html>

¹⁸ 優良配送できないような商品カテゴリ（例：ピアノ）を「特別表示カテゴリ」として、優良配送による検索上位ブーストが受けにくくなるように設定している。

ヤフー株式会社
(オンラインモール事業)

- 法第 5 条第 1 項に基づき利用者に開示した提供条件
- 同条第 2 項の該当部分
- 提供条件の主な変更

規約類

ショッピングストア利用約款	1
Yahoo!ショッピング ストア運用ガイドライン	50
PayPay 残高加盟店規約	99
Yahoo! JAPAN ビジネス ID 利用規約	115

関連ホームページ

取組紹介ページ	159
ヘルプページ	188
出店案内ページ	180

出店者限定ページ

ストアクリエイターPro	120
--------------------	-----

提供条件の主な変更	198
-----------------	-----

<広告主等向け>

対応条文	提供条件	PDF 該当頁
法律第 5 条第 2 項第 1 号		
イ（提供拒絶）	ショッピングストア利用約款 第 2 条第 1 項から第 3 項、同条第 6 項から第 9 項、第 3 条第 4 項、第 22 条、第 25 条第 2 項、同条第 4 項、同条第 5 項、第 35 条第 3 項、第 46 条第 2 項、同条第 4 項、第 48 条第 1 項から第 3 項	p.3 p.4 p.12-13 p.14-15 p.17 p.20-22
	Yahoo!ショッピングストア運用ガイドライン 第 1 章第 3. 第 1 項（1）～（7） 第 1 章第 3. 第 3 項（5） 第 1 章第 5. 第 4 項、第 13 項 第 1 章第 7. 第 3 項、第 6 項（2）～（4） 第 2 章第 2 第 2 章第 3. 第 1 項（3）	p.51-53 p.61 p.66 p.67-68 p.73-74 p.76 p.77
	ストアクリエイターPro ・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いけないか	p.120
	Yahoo! JAPAN ビジネス ID 利用規約 第 10 項	p.116
ロ（抱き合わせ）	ショッピングストア利用約款 第 14 条、第 8 条第 1 項、第 9 条第 1 項、同条第 2 項、第 2 編第 1 章第 5 条、第 2 編第 3 章第 2 款第 1 条第 1 項	p.8-9 p.7 p.38
	Yahoo!ショッピングストア運用ガイドライン 第 3 章第 2. 第 4 項（1）、（2）、（4） 第 4 章第 6	p.89-90 p.92-93
	PayPay 残高加盟店規約第 11 条第 1 項？	p.103

	取組紹介ページ（２）	p.160-161
	出店案内ページ「料金・費用について」、「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）	p.180-181 p.185
	よくある質問「出店すると料金はいくらかかりますか？」	p.158
	PayPay システム利用料「料金表」	p.168-169
	ストアクリエイターPro ・ ツールマニュアル＞注文管理＞Yahoo!ショッピングが提供のお支払い方法 PayPay 残高払いの概要 ・ マニュアル＞Yahoo!ショッピングが提供のお支払い方法 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） ・ ツールマニュアル＞注文管理＞Yahoo!ショッピングが提供のお支払い方法 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」	p.122-123 p.126 p.122
ハ（検索表示順位）	取組紹介ページ（３）	p.161-162
	ヘルプページ商品検索結果ページの見方 おすすめ順について	p.189
ニ（当社によるデータ取得）	ショッピングストア利用約款 第 1 条第 13 項、同条第 15 項、第 26 条第 1 項、第 27 条第 2 項、第 28 条	p.2 p.15 p.16
	取組紹介ページ（４）	p.162-163
ホ（出店者によるデータ取得）	ショッピングストア利用約款 第 1 条第 15 項、第 26 条第 1 項、	p.2 p.15
	取組紹介ページ（５）、（６）	p.163
	ストアクリエイターPro ・ 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 >注文データのダウンロード機能 ・ 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	p.128 p.134 p.137-138

へ（苦情等の申し入れ方法）	取組紹介ページ（7）	p.163
	ストアクリエイターPro ・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	p.139-141
法律第5条第2項第1号ト（上記のほか省令で定めるもの） 省令第6条表令第一項の表第一号の中欄に規定する事業の下欄		
第1号（最恵国待遇）	該当なし	
第2号（直販事業優遇）	該当なし	
第3号（グループ企業優遇）	取組紹介ページ（8）	p.163-164
	ストアクリエイターPro ・ ツールマニュアル>>評価・レビュー >ストアパフォーマンス 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）	p.146
第4号（返品・返金、補償）	ショッピングストア利用約款 第23条第4項	p.13
第5号（支払い留保）	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章第1款第10条第4項	p.27 p.32

<一般消費者向け>

対応条文	提供条件	PDF 該当頁
法律第5条第2項第2号		
イ（検索表示順位）	取組紹介ページ（3）	p.161
	ヘルプページ「商品検索結果ページの見方」	p.188-194
ロ（データの取得・使用）	ヘルプページ「Yahoo!ショッピングの個人情報の取り扱い」	p.195
ハ（上記の他省令で定めるもの）	規定なし	

<リンク集>

- ショッピングストア利用約款、 Yahoo!ショッピングストア運用ガイドライン
<https://business-ec.yahoo.co.jp/shopping/regulation.html>
- 取組紹介ページ

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

- Yahoo! JAPAN ビジネス ID 利用規約

<https://login.bizmanager.yahoo.co.jp/info/guidelines>

- 出店案内ページ

[https://business-](https://business-ec.yahoo.co.jp/shopping/?cpt_n=SHP%E5%87%BA%E5%BA%97%E6%A1%88%E5%86%85_SEM%E5%BA%83%E5%91%8A&cpt_m=sem&cpt_s=Google_Yahoo%21&cpt_c=Google_Yahoo%21%E5%BA%83%E5%91%8A&cpt_k=%E6%8C%87%E5%90%8D_%E4%B8%80%E8%88%AC&gclid=EAIaIQobChMIjO2on4Kh_gIVULaWCh1gOAVCEAAYASAAEgKAz_D_BwE)

[ec.yahoo.co.jp/shopping/?cpt_n=SHP%E5%87%BA%E5%BA%97%E6%A1%88%E5%86%85_SEM%E5%BA%83%E5%91%8A&cpt_m=sem&cpt_s=Google_Yahoo%21&cpt_c=Google_Yahoo%21%E5%BA%83%E5%91%8A&cpt_k=%E6%8C%87%E5%90%8D_%E4%B8%80%E8%88%AC&gclid=EAIaIQobChMIjO2on4Kh_gIVULaWCh1gOAVCEAAYASAAEgKAz_D_BwE](https://business-ec.yahoo.co.jp/shopping/?cpt_n=SHP%E5%87%BA%E5%BA%97%E6%A1%88%E5%86%85_SEM%E5%BA%83%E5%91%8A&cpt_m=sem&cpt_s=Google_Yahoo%21&cpt_c=Google_Yahoo%21%E5%BA%83%E5%91%8A&cpt_k=%E6%8C%87%E5%90%8D_%E4%B8%80%E8%88%AC&gclid=EAIaIQobChMIjO2on4Kh_gIVULaWCh1gOAVCEAAYASAAEgKAz_D_BwE)

- ヘルプページ

<https://support.yahoo-net.jp/PccShopping/s/>

※ストアクリエイターPro は出店者限定公開