

経済産業省
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 第 5 回 議事録

■ 開催概要

<日 時> 令和 5 年 9 月 4 日（月）14:30～15:35

<場 所> オンライン開催（Teams）

■ 出席者

<委員>（座長以下 50 音順）

岡田座長、伊永委員、武田委員、百歩委員、平山委員

<オブザーバー>

一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム 岸原専務理事

公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 金藤 ICT 委員会委員長

一般社団法人 EC ネットワーク 沢田理事

公益社団法人日本通信販売協会 万場専務理事

<関係省庁>

内閣官房デジタル市場競争本部事務局 松本主査

公正取引委員会 経済取引局 総務課 デジタル市場企画調査室 稲葉室長

総務省 情報流通行政局 参事官室 後藤参事官付企画官

総務省 総合通信基盤局 利用環境課 川野課長補佐

消費者庁 取引対策課 取引デジタルプラットフォーム消費者保護室 落合室長

個人情報保護委員会事務局 松浦参事官補佐

<デジタルプラットフォーム提供者>

楽天グループ株式会社

コマース&マーケティングカンパニー 西尾カンパニーコンプライアンスオフィサー

<事務局>

経済産業省 商務情報政策局 仙田デジタル取引環境整備室長

（令和 5 年度事務局運営支援業務委託先）（株）野村総合研究所、（株）イベント・レンジャーズ

■ 議事次第

1. 開会

2. 議題

デジタルプラットフォーム提供者からのヒアリング③ 楽天グループ株式会社

3. 閉会

■ 配布資料

議事次第

資料1 ヒアリングの公開・非公開について

資料2 楽天グループ株式会社提出資料（発表資料）

参考資料1 特定デジタルプラットフォーム提供者による報告書（抜粋）

楽天グループ株式会社（第2回会合提出資料）

■ 討議

仙田室長 それでは、定刻となりましたので、ただいまから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の第5回会合を開催いたします。委員、オブザーバー、関係省庁の皆様方にはご多忙のところお集まりいただきまして、誠にありがとうございます。本日は黒田委員がご欠席ですが、事前にご質問をお預かりしておりますので、黒田委員の順番で事務局から発言いたします。また、若江委員におかれましては、本日、急用につきご欠席となったところ、ご質問は後日送付する可能性があるかと伺っています。本日は楽天グループ株式会社からオンラインモール分野のヒアリングということで楽天グループ株式会社からコマース&マーケティングカンパニー カンパニーコンプライアンスオフィサー西尾暢晃様他5名にお越しいただいています。本日のヒアリングは、今、投影されています資料1の通り、座長了解の上、冒頭の楽天からのプレゼンについては公開、その後の質疑応答については非公開にて開催させていただきます。

それでは、ここからの司会は座長の岡田先生の方に移らせていただければと存じます。岡田先生、よろしくお願いいたします。

岡田座長 はい、ありがとうございます。座長の岡田でございます。

早速ではございますが、本日の議事に移らせていただきます。本日は楽天様からのヒアリングを予定しております。最初に10分程度でご説明をいただき、その後に質疑に移らせていただきます。説明が10分を過ぎましたら、事務局よりご連絡をさせていただきます。それでは、楽天様、ご説明をお願いいたします。

楽天（西尾氏） 楽天グループ株式会社 コマース&マーケティングカンパニー コンプライアンスオフィサーの西尾でございます。私から定期報告書記載事項と大臣評価に関連する取り組み、定期報告書提出後の取り組み状況についてご説明いたします。

まずは定期報告書記載事項と大臣評価に関連する取り組みについてご説明いたします。提供条件等の情報開示に関連する取り組みといたしまして、規約・ガイドラインの改定時の対応についてご説明いたします。楽天市場では規約・ガイドラインの改定の際は、店舗運営システムの店舗向け情報の中で改定の理

由・施行日を含めまして、改定内容の告知を行い、改定前と改定後の新旧比較表も併せて掲載し、店舗様に改定内容を分かりやすくご説明しております。また、店舗運営に関する重要なお知らせをまとめた週間サポートニュースにつきまして、週次でメールでの配信を行いまして、こうした規約・ガイドラインの追加・変更の周知に努めております。

提供条件などの情報開示に関連しまして、出店前の事業者向けの情報開示につきましても、出店後の相互理解の促進につながることを踏まえまして、その開示内容を拡大しております。これまでは楽天市場の出店規約、その主だった規約類を開示しておりましたが、現在は出店審査、取り扱い商材に関連する注意事項も含めまして、店舗様などから開示リクエストが多かった規約・ガイドラインにつきましては、ほぼ全て開示を行っております。

相互理解を促進するための手続き、体制に関連する取り組みといたしまして、楽天市場サービス向上委員会についてご説明いたします。出店店舗様と楽天との間で、より深い議論、具体的な施策の検討を行うために、楽天市場サービス向上委員会を設置しております。楽天市場出店店舗様が設立しました楽天市場友の会のメンバーと私ども楽天との間で様々な議論を行い、楽天市場のサービスの改善すべき点について、ご提案・ご要望を頂戴しております。サービス向上委員会では、これまで4つの分科会を設けまして、継続的に協議・意見交換を行っており、昨年1月、楽天市場のサービス向上に向けた17の提案を頂戴いたしまして、これを受けまして、本年2月の第5回サービス向上委員会におきまして、具体的な施策の進捗状況について回答しております。また、本年8月に開催しました第6回サービス向上委員会では2期目としまして、新たな改善・提案について議論を開始しております。引き続き、サービス向上委員会での議論を通じて、相互理解を促進しまして、サービスの向上・改善、さらなる高度化に向けて取り組んでまいります。

相互理解を促進するための手続き・体制の事例としまして、SKU化にあたってのガイドラインの変更の手続きについてご説明いたします。楽天市場では、商品登録・データ保持をSKU単位で管理する仕様変更を行い、検索における見つけやすさを改善し、同一商品ページにおいて、サイズ違い・個数違いなどに応じて価格設定を変更できるように改めまして、現在その移行手続きを進めております。ユーザーにとっても、店舗様にとっても、利便性向上につながる仕様変更であり、以前から多くの店舗様からご要望をいただいていたものとなります。他方で、このSKU化は大きな仕様変更となりますので、十分なリードタイムを設けまして、ガイドラインの事前告知を行うとともに、説明会を開催し、スムーズな移行のために準備を行い、現在も移行手続きを進めております。

相互理解を促進するための手続き・体制の取り組みとしていまして、店舗向けに実施している法令勉強会を説明いたします。楽天市場では、昨年より行政の担当者などを講師としてお招きし、店舗運営において特に留意が必要な法令に関する勉強会をオンラインで店舗様向けに開催しております。景表法や薬機法、消費者保護関連規制などをテーマとして取り上げ、非常に好評を博しております。勉強会で投影しました資料・講義動画につきましてはアーカイブ化しまして、店舗様が閲覧可能なポータルサイトに公開し、法令などに関する学びを支援することを通じて相互理解の促進を図っております。

苦情・紛争窓口および苦情・紛争の対応状況についてご説明いたします。楽天市場におきましては、社内の他の部署から独立した組織であるコマース渉外室が第三者的な立場から苦情・紛争対応を行っております。2022年度においては、苦情・紛争処理件数は12件となっており、前の年と比べて件数は縮小しております。また、この昨年対応した12件につきましては、再度の申請は届いておらず、いずれも問題解決につながっているものと理解しております。

苦情・紛争窓口ですが、当然のことながら、苦情の申し入れなどを行っていただいたとしても不利益に取り扱われることはございません。また、相談窓口に頂戴しました意見につきましては、その内容を分析いたしまして、関連部署にフィードバックを行いまして、サービスのさらなる向上につなげてまいります。

自社および関係会社の優遇に関する監査対応についてご説明いたします。昨年の大臣評価での指摘を受けまして、楽天市場では全てのファーストパーティー店舗の担当者宛に自社優遇に関する調査のためのアンケートを送り、アンケートへの回答内容を踏まえまして、監査部門から各ファーストパーティー店舗の担当者に対するヒアリングを実施しております。まずは実態の把握を行いまして、デジタルプラットフォームの運営における透明性・公正性のさらなる促進につなげてまいりたいと考えております。この点につきましては、定期報告書提出後の取り組み状況としまして、今一度触れさせていただきます。

定期報告書提出後の取り組み状況について、ご説明いたします。先ほど、ご説明いたしました自社および関係会社の優遇に関する監査対応についてご説明いたします。本年7月からファーストパーティー店舗に対して説明会を実施いたしまして、8月にアンケートを回収、現在、各ファーストパーティー店舗の担当者に対して、監査部門からヒアリングを実施している段階でございます。

ファーストパーティー店舗に対して実施しましたアンケートは、データ利活用をテーマの一例として取り上げますと、楽天市場の通常の店舗が取り扱えないデータの取り扱いについてルールが定められているのか。また、ルールがあるとした場合には、そのルールがデータを取り扱うものに対して、ちゃんと周知されているのか。また、ルールが参照しやすい場所に掲載されているのか。また、通常の店舗が取り扱えないデータを取り扱う場合に責任者を定めているのかなど、監査部門と協力いたしましてヒアリングに資する情報を収集できるものを用意して対応しております。現在実施しております個別のヒアリングを通じまして現状を把握し、来年提出します報告書において、監査内容を踏まえた報告をしたいと考えております。私どもからの説明は以上でございます。

岡田座長 楽天様、ご説明ありがとうございました。

それでは、配信はここまでとさせていただきます。

それでは、これから質疑・意見交換に移らせていただきます。まずは委員の皆様から順番にご質問、またはご意見をいただきたいと思います。私の方から名簿順に指名をさせていただき、その後オブザーバーの皆様を指名させていただきます。今回は各委員からご質問ごとに楽天様よりご回答をいただくという流れで進めさせていただきたいと存じます。発言されない場合、もしくは回答の必要がなく、ご意見のみの場合は、その旨ご発言ください。時間の関係上、お一人からのご質問は2分程度としていただくように、よろしくお願いします。また、楽天様からのご回答も1回2分程度に収めていただくようお願いいたします。

それでは、名簿順ということで、まずは武田委員からご発言をお願いいたします。

武田委員 ありがとうございます。私の方からは、コマース渉外室と楽天市場サービス向上委員会についてお尋ねした後に、1点、お願いを申し上げたいと思います。質問ですけれども、まずコマース渉外室についてお尋ねします。コマース渉外室については21ページに記載がありますがけれども、同室の具体的な活動として、どのようなものがあるのかについてお聞きしたいと思います。より具体的には、苦情・紛争窓口での回答というものは全てこの渉外室が対応しているとの説明があったようにも思いますけれども、そのような理解でよいのか、また、今回ですね、自社優遇に関わるアンケートを行って、監査を行うということですが、このようなアンケート、さらには監査というものを、この渉外室が行っていると理解してよいのでしょうか。このコマース渉外室の活動については、前年度の報告書抜粋でも、同室が十分に機能して、透明化法の実効性を確保していくということでありましたが、活動で特筆すべきものがあれば教えていただきたいと思います。

続きまして、楽天市場サービス向上委員会についてお尋ねします。報告書（抜粋）22ページに記載があります。ここの記述についてです。22年1月に17の提案を受けて、継続的に検討しているというこの記述は、前年度の報告書の抜粋と全く変わるところがありません。その後、進捗について報告がなされた

と、先ほど口頭でご説明いただきましたけれども、17 の提案について具体的な対応等がなされたものがあれば、お教えいただければと思います。

最後に、お願いであります。コマース渉外室でありますとか、楽天市場サービス向上委員会の活動に関わる私の質問にありますように、報告書抜粋を見ても、具体的にどのような活動をなされているのかがよく分からないところがあります。アドバイザリーパネルの活動内容等、モニタリング会合の議論を充実させることになる情報が多数あると思いますので、次年度以降、会合の議論を充実させるためにも、具体的な情報をより深い形で提出いただければと思います。それらパネルであるとか委員会の活動以外にも、例えばサービス停止や契約解除の件数等についても、具体的なデータがないと我々議論がしにくいと思います。次年度以降、できるだけ密度の濃い情報等を公開していただければありがたいと思います。最後はお願いでありました。以上です。

楽天（西尾氏） はい、ありがとうございます。まずコマース渉外室の活動についてご説明いたします。苦情・紛争窓口の運営はコマース渉外室が対応しておりまして、苦情・紛争の苦情が申し立てられたものにつきましては、全件コマース渉外室が対応しているというご理解で問題ございません。コマース渉外室の他の活動としましては、こうした取引透明化法関連の対応について事務処理を行ったりというところもやっております。また、自社優遇についての監査について、これはコマース渉外室が監査をやると、第三者的な立場で動いているとはいえ、当事者的な意味合いも持っていますので、監査部門に別途協力を仰いでおりまして、監査部門と連携しまして、この自社優遇についての監査を進めております。渉外室の機能として特筆すべきものとしましては、こういったモニタリング会合などをスムーズに行うように、いろんなコミュニケーションを図っているところだけではなく、社内でファーストパーティー事業のメンバーに対して、自社優遇のようなことが取引透明化法に照らして問題であるということを周知していくことを積極的に行ったりしまして、取引透明化法の趣旨を社内にも理解・促進をさせているというところが挙げられるかと思います。

サービス向上委員会につきましてはですが、17 の提案につきましては、本年2月のサービス工場向上委員会におきまして、一応のめどは立っているというふうに考えております。外部リンクの禁止について一定程度例外を認めてほしいというふうな要望もございまして、そういったところは改善完了しておりますし、いろんな施策、ちょっとここでは時間も限られていますので割愛しますが、店舗様から頂戴いたしました提案につきましては、実現できているものが少なからずございます。

最後、お願い事項につきまして、貴重なご意見ありがとうございます。情報の発信につきましては改善する方向で検討したいと考えております。ありがとうございます。

岡田座長 はい、ありがとうございました。

それでは続きまして、百歩く委員からお願いしたいと思います。

百歩委員 はい。私からは3点で、最初の2点は細かな具体的なところを確認させてください。最後の1点はお願い事項になります。

1点目は、ファーストパーティー店舗に対して監査をされていることでしたが、アンケートを送付し、アンケートの回答によって監査部門がヒアリングをすると理解したのですが、回答によってというのは、何件中何件くらいをアンケートだけではなくて直接確認されるのかを教えてくださいたいと思います。

2点目は、各出店事業者が「R-Karte」を利用して使用するデータは、マスクキングされたデータなのかということなんです。前回お伺いしたときに、統計情報なので、おそらく個人情報はないと思われるということでしたが、正確には後日回答ということでしたので、実際にマスクキングされたデータなのかを教えてくださいたいと思います。その上で、そのデータというのは「R-Karte」の御社の環境から事業者がロ

ーカルにダウンロードできるような仕組みなのか、あるいはデータダウンロードできない制御がかかっているかを教えていただければと思います。

3点目はお願いになるのですが、報告書で「販売条件を有利なものにするよう要請することはない」、「通常と異なる取り扱いを行うことはない」という表現で記載されていますが、「ある・なし」ではなく、こういう対応を行っているからできない、こういうチェックがあるから、そういうことはやろうと思ってもできない等、第三者に分かるように、取り組みを説明するような記載にしてもらえるとありがたいなと思いました。以上です。

楽天（西尾氏） はい、ありがとうございます。まずはファーストパーティー監査についてのご質問についてご回答いたします。基本的にはファーストパーティー事業の主だった事業に対してアンケートを送りまして、30問ほどのアンケート内容、質問事項を送っております。基本的には回答は全て受け取りまして、その回答内容に応じて、ここがひょっとすると問題がある可能性があるのではないか、監査部門に当たりを付けていただきまして、個別のヒアリングを行っている、と。今そのちょうどヒアリングを行っている段階でございます。

続きまして、「R-Karte」の件につきましてお答えいたしますと、「R-Karte」につきましては、店舗様独自の店舗様固有の売り上げに関連するような情報につきましては、売り上げやアクセス人数であったり、転換率であったりとか、そういった情報につきましてマスキングは行っておりません。ローデータのまま提供しております。また、「R-Karte」につきましてはダウンロード機能がございますので、店舗様ご自身の店舗の情報につきましてはダウンロードできる仕様となっております。他方、ローデータのままでお出ししていない情報もございます。例えば楽天市場のジャンルごとの売り上げであったり、アクセス人数であったりとか、そういった情報につきましては、楽天市場としての営業情報、営業秘密に当たるというふうに考えておりまして、グラフでそういった売り上げの推移のようなものは表示しておりますが、実数値ですね、数値はお見せしない形で共有しております。また、そういった楽天市場のジャンルデータなどにつきましては、ダウンロードが行えないような仕様としております。

3つ目につきましては、貴重なご意見ありがとうございます。情報の提供の方法につきましては、引き続き見直しを検討したいと考えております。ありがとうございます。

百歩委員 すみません。1点目について、個別ヒアリングする対象が何件かというところをお伺いしたかったのですが、これはファーストパーティーについては全て個別ヒアリングをされるという理解で合っていますでしょうか。

楽天（西尾氏）

ヒアリング状況に関する回答については、楽天の希望により非公開

百歩委員 ありがとうございます。

岡田座長 はい、ありがとうございました。

それでは続きまして、黒田委員のご質問を受けたいと思いますが、本日ご欠席ですので、事務局から代読の方をお願いいたします。

事務局 事務局より、黒田委員からお預かりしました質問を読み上げさせていただきます。

まず質問1としまして、報告書抜粋 p.13 のデータの利活用に「楽天市場全体の流通の拡大に寄与すると判断した場合、特定出店事業者に対して守秘契約などを結んだうえで、楽天市場全体のマーケットデータなどの開示を行うことがある。」とありますが、どのような場合に楽天市場全体の流通の拡大に寄与すると判断されるでしょうか。また、希望する利用事業者全てが当該のデータを入手できるようにすることでどのような問題が生じますでしょうか。

質問2、「楽天市場全体の商品ラインナップの拡充、ユーザーの増加、訪問頻度の向上など、楽天市場全体の流通を成長させるために必要と判断した場合、通常と異なる取扱いを特定出店事業者に対して行うことがある。」とありますが、データを提供するが、通常と異なる取扱いは行わないような楽天市場全体の流通の拡大に寄与する場合とはどのようなものがありますか。また、このような差別的取り扱いをした結果が楽天市場全体の流通の拡大にどれだけ寄与したかの評価はどのように行い、評価結果は誰に共有されますか。

楽天（西尾氏） はい、ありがとうございます。質問1からご回答いたします。楽天市場の品ぞろえを強化する目的でメガリテラーであったり、スーパーブランドといった大手の企業様に対して、メーカー別のトレンド情報、売れ筋情報など守秘義務を締結した上で提供するようなことがございます。これによって仕入れを各メーカーさんに強化していただくことで、売れ筋商品の在庫が確保できるようになりました。その結果、楽天市場での品切れが避けられるようになりまして、ユーザー様の購買経験の向上につながる、と。ひいては楽天市場の集客力アップにつながる、と。そういったケースが想定されます。やはり、この守秘義務を締結する必要があるのは、コンペティターに楽天のジャンルごとの営業情報が漏れてしまうのがリスクとして考えられますので、出店店舗様全体に共有することは控えさせていただいております。

2つ目の質問につきましては、例えば日用品につきましては、以前は楽天市場では日用品はそれほど売れないというふうに言われておりました。ですが、楽天のファーストパーティー事業が日用品の販売を積極的に行いまして、メーカー様とも連携しながら、ユーザーが求めている日用品の品ぞろえをそろえまして販売を強化しました。これによりまして、ユーザー様は楽天市場で日用品を購入できるという購買経験が向上することにつながりまして、その結果、日用品というものがジャンルとして拡大、その結果、楽天市場のファーストパーティー事業のみならず、楽天市場の他の出店者様におかれましては日用品の販売を行う、GMS 向上につながれるというふうなジャンルの開拓につながりました。このようなケースにつきましては、楽天市場全体の流通の拡大に寄与するものとして特別な扱いも許容されるというふうに解釈しております。こういったケース、差別的な取り扱いと見る方もいらっしゃるかもしれませんが、私どもは、これは楽天市場全体の利益にかなうものと思っております。この、なかりせばの場合との比較というのは、なかなか厳密な立証・比較というのが、行うのが著しく困難であることはご理解いただけるかと思います。こういったケースの効果測定について、検証について、現実的なご説明の方法につきましては、引き続き議論させていただければありがたいと思っております。以上です。

岡田座長 はい、ありがとうございました。

では続きまして、伊永委員からお願いいたします。

伊永委員 はい、ありがとうございます。楽天の優れた取り組みの1つとして、外部有識者によるアドバイザリーパネルを定期的に開催し、その議事要旨、有識者の意見、それから意見を踏まえた改善内容を利用事業者向けのサイトに開示するというのがあります。この点について、外部会合が議事の対象とする事業範囲はどの範囲なのか、どの程度の頻度で開催されているのか、独立性はどのように担保されているのか、意見を踏まえて改善内容を判断するプロセスはどのようなものになっているのかなど、できるだけ具体的に教えていただければと思います。

次に、最恵国待遇条項についてです。報告書には、有利なものを要請することはないというふうに書いてありましたが、ここでは販売における同等性条件を問題にしており、条件を有利なものにするだけでなく、同等にするよう要請することが典型例として挙げられます。有利なものに限らず、同等になるように要請をしていないかだけ確認させてください。

3つ目です。楽天市場の商品検索におけるランキングアルゴリズムの開示について、検索キーワードと商品との関連性、それから商品の人気度を挙げておられますが、ここで懸念されているのは、自社あるいは関連会社の優遇が検索結果において行われているかどうかです。この点から、アルゴリズムにおいて、あらゆる自己優遇がなされていないことを改めてご説明いただけますでしょうか。

最後に、外部検証可能な体制を構築することについてお聞きします。昨年度の大臣評価では自己優遇だけではなく、データの利用範囲や苦情・紛争処理のやり方、アカウント停止等についても、外部に公表された規約やガイドラインに基づき、適切に運用されているかが外部から検証できることを求めています。今回の報告書ではこの点に関する十分な記述がありませんでしたところ、本日の説明では自己優遇に関する内部監査の話がありましたけれども、その他データの利用範囲等について、外部から検証可能な体制、情報提供に関する現在の取り組み状況を教えていただければと思います。

以上4点になります。どうぞよろしくお願いいたします。

楽天（西尾氏） はい、ありがとうございます。アドバイザリーパネルの件につきましてお答えいたします。有識者の皆様にご協力いただきまして、楽天市場のサービスの安心・安全につながるような様々な意見を頂戴しまして、そういったフィードバックを踏まえて、私どももサービスのさらなる安心・安全の強化に努めております。会合としましては半期に一度実施しております。アドバイザリーパネルの内容につきましては、ホームページを通じまして、外部にもどのような議論を行って、どのような対応をしているか、可能な範囲で共有するようにしております。

2つ目の最恵国待遇の話についてお答えいたします。これは Most Favorable Treatment というふうな取り扱いがあるかということだと思っています。同等のどこか楽天よりも有利な条件で取引をした場合は、楽天も他社さんと同等の有利な取り扱いをするように義務付けていないかということだと理解しましたが、そのような縛りは、私どもは設けておりません。楽天市場では安く売りたいな売り方もあれば、利益を確保しながら適正な値段で売るというふうな売り方も、いろんな売り方、いろんなビジネスの仕方がございまして、それは店舗様にお任せしております。実際、私どもも価格の設定や在庫の管理であったり、それを最適化するような、決して安売りを強要するような形ではなく、店舗様のニーズに応じて、そういったソリューションを提供するようなことをもやっておりますので、そういった最恵国待遇のようなものは求めておりません。

ランキングアルゴリズム、外部検証可能な体制の構築に関する回答は、楽天の希望により非公開

以上です。

(※事務局注：会合後、楽天より、アドバイザリーパネルに関して、『アドバイザリーパネルは、楽天市場が唱える「Shopping is Entertainment」の継続的な実現に向け、安心・安全につながる品質向上施策について有識者との意見交換を通じて検討することを目的として設立された会議体であり、EC 店舗を中心とする一般社団・財団法人代表、消費者団体代表、弁護士等の外部有識者をパネリストとして招き、基本的に半年に 1 回のペースで開催している。なお、議事については、ユーザーが安心してお買い物を楽しめる制度改正に関する事項、ユーザーと出店店舗が取引しやすい環境の整備に関する事項、その他楽天市場の品質向上につながる改善事項を主な対象としており、近年では配送品質向上に関する議題やステルスマーケティングに対する対応状況等の議題を取扱った。』また、データの利用範囲に関する体制、取組に関して『自社及び関係会社が運営する出店店舗における規約・ガイドラインの遵守体制やデータの利用範囲に関する適切性の担保については、自社及び関係会社が運営する出店店舗ということを理由として他の店舗と異なる取扱いを行っていないか客観的に検証する体制に改善の余地があると考え、当社の監査部門により、自社及び関係会社が運営する出店店舗毎に設置されているコンプライアンス担当者に対するアンケート及び当該アンケートに基づくヒアリング等を実施している。かかるヒアリングの結果等については次年度の定期報告書等へ記載する予定である。なお、データの利用については「楽天市場全体の商品ラインナップの拡充、楽天市場でお買い物いただくユーザーの増加、訪問頻度の向上など、楽天市場全体の流通を成長させるために必要と判断した場合」に、楽天市場全体のマーケットデータ等の開示を行うこととしているところ、実際に当該データの開示を行う際は、社内関連ルールに合致していることを精査するため、コンプライアンス責任者の監督のもと、当該データ開示に関するレビューを実施している。』との補足説明があった。)

岡田座長 はい、ありがとうございました。

では引き続きまして、平山委員からお願いいたします。

平山委員 平山でございます。まず発表資料の 6 枚目です。出店者友の会の参加資格についてご教示ください。また、参加を希望した出店者を拒んだ例があるかについて、また拒んだことがある場合には、その理由についてご教示ください。

続いて、発表資料の 9 枚目です。苦情・紛争類型一覧表の項目のうち、出店契約解除理由の確認という項目に関してお尋ねします。まずアカウント停止・出品停止について、その理由を具体的に通知するような出店者宛の通知書のサンプルがあれば開示していただきたいと思います。また、出店解除・出品停止への異議申し立てとか、定期報告書概要 5 ページに記されている違反点数制度、これらに関する違反点数決定通知への異議申し立ては、これは苦情・紛争窓口でしか受け付けていないのでしょうか。他にどのような手続きがありますでしょうか。さらに、そもそもアカウント停止・出品停止などを行う際に、どのようなルートで、どのような情報を収集してご判断されているのでしょうか。

続きまして、定期報告書概要 10 ページにつきまして、そこでは出店者からの声を聞くと記されており、専用窓口のほか EC コンサルなど多様なチャネルがあるというふうにご説明いただいておりますが、多様なチャネルを通じて集めた声は集計しておられるのでしょうか。どのような声が、何件集まっているのでしょうか。

最後に、EC コンサルについてお尋ねします。御社の EC コンサルタントは透明化を順守する御社の取り組みにおいてどのような役割を担っておられるのでしょうか。また、出店者と EC コンサルとのコミュニケーションが透明化法に違反するようなことがないようという観点から、社内研修など、どのような取り組みをされておられるのでしょうか、以上です。よろしくお願いいたします。

楽天（西尾氏） はい、ありがとうございます。1つ目の質問、楽天市場友の会の入会資格の件でございますが、楽天市場の出店店舗様であれば皆さん参加していただけます。これまで参加をお断りしたような例はございません。

アカウント停止などの理由を通知する通知書などのサンプルにつきましては、別途改めてサンプルを共有させていただければと思います。

（※事務局注：会合後、楽天より、別紙の通知書のサンプルが提出された。また、出店者の声の集計に関して『当社では、従前より出店事業者からの様々なお要望やご意見等を含め、EC コンサルタントやコールセンター等で広く出店事業者の声を受け付け、内容に応じ対応を行っている。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出店事業者の声については、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のようなものと苦情・紛争のようなものの区別が困難な場合があることから、現状では、出店事業者の声に含まれる苦情・紛争の件数という形ではカウントしていない。』との補足説明があった。）

平山委員 お願いします。

楽天（西尾氏） 異議申し立てなどの違反点の対応については、担当部署において違反についての通知を行い、担当部署とやりとりをすることもございます。担当部門の判断に対して異論がある、納得ができないという場合には、私どもの苦情・紛争窓口に申請をしていただきまして、私どもが第三者的な目で担当部署の判断が妥当なものなのかどうかというのを吟味して判断するというふうな形でやっております。基本的には担当部署の方で違反点数制度に基づいてアカウント停止などの判断をするときは、ホームページ上の表現などをベースに違反が確認できるものであれば、ホームページ上の情報をベースに判断はいたしますが、それだけでは判断できない場合には、その店舗様にコンタクトをしまして、状況説明を受けまして、店舗側の言い分も聞いた上で判断しております。

続きまして、EC コンサルタントの果たす役割ですが、取引透明化法という観点では、ファーストパーティー事業に向けては取引透明化法がどういう内容で、どういうところを注意してくれみたいな説明をやったりはしておりますが、ECC 全般に対して取引透明化法の詳しい研修などを行っているかと言いますと、現時点ではやっておりません。ですが、例えば店舗様について、楽天市場におけるデータの取り扱いについてイレギュラーな取り扱いをする場合につきましては、必ず審査部門を通して、そのデータ取り扱いの是非というものを確認しております。この仕組みによって、ファーストパーティー事業であったり、その他の店舗様も含めてなのですけど、取引透明化法に照らして問題のあるようなデータの取り扱いというものがガードできる、防げるような、そういった仕組みを導入しております。その意味では EC コンサルタントにつきましても、楽天市場全体を含めた楽天市場全体に、そういったデータ利活用の適正のための網はかけております。はい、以上です。

岡田座長 はい、ありがとうございました。

最後、若江委員なのですが、若江委員、本日ご欠席ですが、ご質問の取り扱いについては、この後書面でということでしたでしょうか。事務局、いかがでしたでしょうか。

仙田室長 書面で質問を送付する可能性があると同っておりますので、その場合は、書面でご回答いただくという方向で差配をお願いできると有り難く存じます。

岡田座長 はい。楽天様、そのような取り扱いでよろしいでしょうか。

楽天（西尾氏） はい、承知いたしました。

岡田座長 はい、よろしくお願いいたします。

それでは続きまして、オブザーバーの皆様からご質問を受けたいと思います。

最初に岸原オブザーバーですね。お願いいたします。

岸原オブ はい。それでは意見が1件と質問を2件お願いしたいと思います。プレゼンの中でサービス向上委員会等対話型協議が出店者で行われて、しかもシステム化されて継続的な改善が図られているということは素晴らしい取り組みだというふうに思っております。

質問が2件です。今回のプレゼン資料の10ページ目、リンクになりますが、プラットフォームの透明性および公正性の向上に関する取り組みについてというページで書いてあります、苦情の定義等についてご質問させていただければと思いますが、10ページ目のところですね、そのリンク先なのですが、表示はできますかね。できなければ口頭で発言しますが、クリックしていただけると飛ぶと思うのですが、取り組みについてのURLのリンクです。

楽天（西尾氏） 申し訳ございません。ちょっと、こちらリンク先を開示できないようです。申し訳ありません。

岸原オブ 分かりました。じゃあ私の方で口頭で説明します。この中で8に、楽天市場への苦情・紛争の申し立てについてというところに苦情・紛争の定義というのがあります。1番目に関しては経済的な損害を被っている場合ということと、もう一つ、第2点が、規約およびガイドラインを公正に適用した上での適切な業務遂行により解決することができるものをいいます、と。2番目の定義が、ちょっと趣旨がよく分からないので、ここの趣旨をご説明いただきたいと思います。楽天さんの方で、苦情・紛争の該当性について、具体例が4つ示されております。非該当のところに、規約およびガイドラインの制定により店舗運営に損害を及ぼしているというご主張に関しては苦情の対象外である、と。2番目の、抽象的な規約およびガイドライン等の存在、解釈または効力、システムについてのご主張ということで、これだけ読むと、規約・ガイドラインに関する苦情は受け付けてないというふうに読めますが、そういうふうに解釈すればいいのでしょうかというのが、質問1点です。

もう一つは、今回、苦情の件数は、この窓口の件数だということで報告いただいておりますが、前回ご質問したときに、苦情の受付方法はデベロッパーのサポートページに掲載していますよということでしたが、アカウント停止等の重要な通知等においても通知しているかどうかという2点について、ご質問させていただければと思います。以上でございます。

楽天（西尾氏） はい、ありがとうございます。サービス向上委員会の件につきましては、お褒めいただきまして、非常に光栄でございます。ありがとうございます。

苦情・紛争の定義につきましてですが、経済的な損害であったり、規約・ガイドラインの当てはめによって解決できるものというふうな、そういった縛りといいますか、条件を設定させている趣旨ですが、規約・ガイドラインにつきまして、こういったルールを入れてほしいというふうな要望・ご意見というものは、私ども貴重なご意見として承っております。ですが、苦情・紛争の解決という観点でいきますと、私どもが店舗様との間で、どういう条件で楽天市場を使っていただくかという条件、合意というのは規約・ガイドラインに基づいて合意しているものと考えておまして、その規約・ガイドラインを当てはめることで解決できないものについては、そもそもちょっと解決ができないということなのかなと考えており

ます。規約・ガイドラインで、このように違反行為が書いてあるけれど、この規約・ガイドラインに書いてあるのは、これは認めていないというふうな話になったりすると、ちょっと問題解決につながらないかと思います。実際、日本の法律でも、法律の当てはめで解決するものを裁判所は受け付けるというふうな、そういった整理にしていたかと思いますので、私どもも同様の思想で、このように表現させております。

また、アカウント停止につきましてですが、アカウント停止という重要な処分を行う場合には、必ず事前に通知を行った上で対応しております。サービスの全停止につながるようなものにつきましては、30日前に通知をした上で行うなど、さらに厳密な手順を踏んで対応しております。以上です。

(※事務局注：会合後、楽天より、苦情窓口の案内方法の出店停止通知などのへの記載に関して『現状では行っていない。苦情紛争窓口の認知度が高まるよう、今後、ご指摘の場合を含め、様々な場面を捉え、社内・社外に対する苦情紛争窓口の周知を図っていきたい。』との補足説明があった。)

岡田座長 はい、ありがとうございました。

では続きまして、金藤オブザーバーお願いいたします。

金藤オブ はい、私からは2点質問させていただきます。

まず1点目です。サービス停止について、これは他社にも伺っている質問になります。御社も今年6月29日に消費者庁の日本版製品安全誓約に署名なさいました。消費者庁から削除要請を受けて、2営業日以内にリコール商品とか安全でないと言われた商品の出品を削除して報告するという内容になっており、消費者にとっては、とても歓迎ですけれども、モールにとってはタイムスケジュール的にもとてもハードではないかと考えます。そこで伺いたい具体的内容なのですけれども、消費者庁から通知を受けたときの流れです。実際に事業者の方をどのように特定して削除要請の具体的な流れ、それから利用事業者が速やかに従わない場合には、製品の安全の項目のところで出品停止にするとか、アカウント停止までさせるのか、それから現在は出品してないけれども、類似商品を扱っている業者への周知方法について具体的に教えてください。

次に2点目ですけれども、これは報告書概要のところの6ページにありました②の広告その他 Optional サービスの利用についてです。楽天市場の出店者に広告とか販促・店舗支援などに関する有料のサービス、提案を行うことはあるけれども、提案を受けるかどうかは出店事業者の判断であり、強制することはなく、それら Optional サービスの利用の有無が検索順位とか、その他サービスの利用に影響を与えることはありません。楽天市場を私も便利に使わせていただいているのですけれども、他のショッピングモールなどと違うと思うのは、割引クーポンとかがよく出てきます。それは利用した消費者に対して割引クーポンもあれば、使った後に、直販の楽天24のクーポンなどがよく出てくる場合がありますので、これらのサービスが Optional サービスかなと思います。そうした場合に、提案方法は御社から営業として提案を行うんでしょうか。報告書を見ると、提案を行うことはあると書いてあるので、利用事業者から売り上げ上げたいからって言うてくるのではなくて、営業活動として御社から、この店にはこういうふうな有料オプションどうですかって言うのでしょうか。また、その提案を行うとすると、利用事業者を選ぶ基準は何かありますか。一応、出店者の公平性などに関わるものが根っこにあるのではないかなと思って質問させていただきました。以上です。

楽天(西尾氏) はい、ありがとうございます。1点目の製品安全誓約の話からご回答いたします。消費者庁から製品安全誓約に則って出品削除の要請を受けた場合は、原則的には要請を受けた段階で特定の事業者のこのページに問題があるというふうな指定を受けておりますので、その時点で事業者の特定、商品の特定というのは行われていると考えております。流れとしましては、そういった削除要請を受けまし

て、その内容の精査ですね、社内では対応方針を決定しまして、当該店舗様に対して削除を要請する、と。削除を要請した後、それが適切に削除されるまでモニタリングを行うという流れになると考えております。また、店舗様がこの削除を自発的に行わない場合には、楽天側でこういった商品ページを強制的に非表示をする、消費者がアクセスできないようにするというふうな対応も併せて実施いたします。さらには類似商品などで問題があるものがある場合につきましては、これは消費者庁様などからの削除要請の内容次第ではあるのですが、その内容に鑑みまして、必要に応じまして関係する出店店舗様に注意喚起を行ったり、適宜、出品 NG の商材に追加するなどの対応を行います。

2 点目、クーポンの話でございますが、基本的に検索に関しましては、広告その他の Optional サービスの利用の有無が検索の表示順位に影響を与えることはないというのはご理解の通りです。クーポンにつきましては楽天 24 が出てくることが多いと言っていただきましたが、おそらくファーストパーティーの店舗だけではなく、通常一般の店舗様につきましても、この割引クーポンというのは申請していただければ利用できます。ですので、楽天 24 でのクーポンの方が頻度が多いというふうに思われたのは、まだそのクーポンがそれほど一般の店舗様に普及していなかった頃の印象なのかなというふうに考えております。今クーポン券の売り上げが非常に伸びておりまして、私どものファーストパーティー店舗のみならず、一般の店舗様も積極的に活用しております。提案につきましては、基本的には、どの店舗様にクーポンを積極的に利用してほしいというふうな区別とかはしておらず、店舗様が自らの創意工夫でクーポンを使ったり、ポイントを使ったりしてマーケティング施策を検討して店舗運営をしていただいていると、そのように理解しております。以上でございます。

岡田座長 はい、ありがとうございます。時間が押してまいりましたので、できるだけ簡潔にご質問・ご回答ともにお願ひできればと思います。

続きまして、沢田オブザーバーお願いいたします。

沢田オブ ありがとうございます。本日も説明いただいた資料の 14 ページのファーストパーティー店舗に関するアンケートについてお尋ねします。ここでデータ取り扱いルールのことをいろいろお聞きになっていますが、そのルールというのは各店舗単位でそれぞれのご担当の方が定めているのでしょうか。質問の背景として、先ほど、リンクで飛べなかった「プラットフォームの透明性および公正性の向上に関する取り組みについて」という公開ページの 6 ポツにデータ利活用という項目があり、特定店舗にマーケットデータを開示する場合は守秘義務契約を結ぶ、と。先ほど、黒田委員のご質問で説明いただいたところですが、ちょっと別の角度でお聞きしますと、直営店舗がデータをどう取り扱うかについては、本部側で一括してコントロールするのかと、この記載からは思っていたのですが、そうではないということでしょうか。守秘義務契約を通じて各直営店舗を含む特別な店舗のデータの取り扱いを本部側が管理しているということではなく、各店舗に委ねられているのかどうかという質問です。以上です。

楽天（西尾氏） はい、ご質問いただきまして、ありがとうございます。

まず、守秘義務を結んで通常開示していない情報を提供するケースがあるというのは、例えばビッグブランドのような大手の企業さんに対してマーケティングに資する情報を提供しまして、在庫の拡充などに協力していただくというふうな、楽天の外に情報を提供するような場面においては守秘義務を締結して、通常よりも、通常開示していない情報についても含めて提供するというふうなケースがございます。ファーストパーティー店舗の話は、ちょっとそれとは場面が違ひまして、基本的には楽天グループの中にいるものが事業として店舗の運営を行っております。ですので、楽天がそういった営業情報を持っていること自体は情報漏洩うんぬんとかっていう話は気にしないでもいいような、そういう違いがあると思っています。ファーストパーティー店舗について、情報の取り扱いについて縛りは設けておりまして、それは通常

の店舗様と比較して通常の店舗様が持ち得ない方法を使って、例えば仕入れを行ったりすると不平等が生じるのではないかとということがございますので、他の店舗様が持ち得ない情報を使って店舗運営は行っていないというルールは一律のルールとして定めておりまして、各ファーストパーティー店舗にも、その旨周知しております。ただ、その周知を行っていることと、全てのファーストパーティー店舗が、そのルール通りに運営できているかどうかというのは、また違った視点で見なければいけないと思っております。ですので、本年、監査を行って、ちゃんとそのルールが周知した通り理解されているのか、ルール通り運営されているのかというところを検証しております。検証結果を受けまして、改善すべきは改善しまして、また来年の報告書において、こういったファインディングスだったのかというところもお伝えできればと考えております。以上となります。

沢田オブ ありがとうございます。

岡田座長 ありがとうございます。では、最後になりますが、万場オブザーバー、お願いいたします。

万場オブ はい。規約・ガイドラインの改定理由と告知方法のところで、新旧対照表、これを提示されておられました。これは非常に出店者にとっては分かりやすい情報提供かなというふうに思っておりますので、引き続き、こういう出店者に対して分かりやすい情報提供に努めていただければというふうに思っております。以上です。

楽天（西尾様） はい、ありがとうございます。規約・ガイドラインの告知方法、店舗様に理解しやすく、また誤解を与えないような方法で情報共有、情報発信していければと思っております。引き続き店舗様とのコミュニケーションの深化、コミュニケーションを深める方法につきましては、さらに改善できればと思っております。貴重なご意見ありがとうございました。

岡田座長 はい、ありがとうございました。

ほぼ時間が尽きてまいりましたので、以上で質疑のパートを終了させていただければと思います。なお、一部書面等で追加でご質問いただくというところもありますので、その部分に関しましては、別途またご回答をいただければと思います。若江委員でしたかね。よろしくをお願いいたします。また補足でご回答いただくというふうにおっしゃっていただいたところなども、数値の情報などを含めましてご回答をもしいただければありがたく存じます。よろしくをお願いいたします。

全般にご質問の中でも取り上げられておりましたけれども、アドバイザーパネルを設ける、あるいは内部的にコマース渉外室の取り組みについてご紹介いただく、あるいはサービスの向上委員会についてのお取り組みであるとか、あるいは法令勉強会があったりとか、そういうご説明を大変いろいろご提供いただいて、よく分かった部分もあるのですが、同時に、ご質問の中で、こういった活動が具体的にどのような行われて、どのような成果に結びついているのかという点についてもご説明してほしい、と。このようなご質問が多かったのかなという印象を受けました。もし可能であれば、そういった面の補足の情報なども含めまして、また別途ご回答いただけると大変ありがたいなというふうに思います。取りあえず以上であります、事務局の方よろしいでしょうか。何か補足等はございますか？

仙田室長 ありがとうございます。補足はございませんが、よろしければ次回のスケジュールを申し上げてよろしいでしょうか。

岡田座長 はい、お願いいたします。

仙田室長 次回につきましては、9月19日にアマゾンジャパン合同会社からオンラインモール分野のヒアリングを予定しております。本日の議事録につきましては、事務局で作成の上、皆様に確認いただいた後、公表することを予定しております。以上です。

岡田座長 ありがとうございます。それでは、以上をもちまして本日のヒアリングは終了とさせていただきます。楽天様におかれましては、本日開催に当たって、説明資料の作成や事務局との調整・連絡等を含め、大変多大なご協力をいただいたと伺っております。この場を借りまして、厚く御礼を申し上げます。本日は皆様、お忙しい中、お集まりいただき、大変ありがとうございます。以上をもちまして本日の会合は終了とさせていただきます。誠にありがとうございました。

(※事務局注：会合後、以下のとおり、若江委員より質問が提出され、楽天から回答がなされた。)

【質問】

ファーストパーティなどの自己優遇に関する監査体制の見直し状況についてです。自社優遇が行われていないことを確認するためにファーストパーティ企業などに行ったアンケートの内容や、それらを受けて調査対象とすることにした部門や項目（例えば個別出店者の販売データ等の取り扱い、表示場所や決めるロジック、キャンペーン費用の減額など）。

【回答】

アンケートについては楽天市場へ出店する全ファーストパーティ店舗へ行い、アンケート結果を踏まえてのヒアリングは中でも主だった店舗販売商品数、売上、構成人数等を対象に行っている。

アンケート・ヒアリング通じての調査項目は、令和4年12月22日に公表された「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」の中にて自社及び関係会社の優遇の観点で特に懸念が指摘されている「違反行為に対する措置、商品・アプリの表示順位、利用事業者の事業活動に関するデータ利用等」を対象としている。

【質問】

現在の監査の体制や、監査の結果を利用事業者やエンドユーザーが確認できる方法を用意するのかどうか、など。

【回答】

出店事業者の事業活動に関するデータ利用等について、自社及び関係会社が運営する出店店舗ということを理由として他の店舗と異なる取扱いを行っていないか客観的に検証する体制については改善の余地があると考え、当社の監査部門が自社及び関係会社が運営する出店店舗及び社内関連部署を監査することとしている。具体的には、自社及び関係会社が運営する出店店舗毎に設置されているコンプライアンス担当者に対するアンケート及び当該アンケートに基づくヒアリング等を実施している。この点については、本年度の定期報告書（概要版）を通じて公表されることとなるものと認識している。監査結果や当該結果に基づく改善結果等については翌年度の定期報告書にて報告を行う予定であるが、営業秘密等が含まれる可能性も否定できないことから、公表の可否については改めて検討したい。）

以上

契約解除通知書サンプル①

(違反点数制度に関するガイドラインの適用により契約解除事由に該当する場合)

〒《郵便番号》

《都道府県》《市区町村以下》

《会社名》

《肩書》 《代表者名》 殿

(店舗 URL:《URL》)

〒158-0094

東京都世田谷区玉川 1-14-1

楽天グループ株式会社

与信管理課

楽天市場出店契約解除通知書

貴社は、楽天市場出店規約(以下「出店規約」といいます)に合意の上、楽天市場出店契約(以下「出店契約」といいます)を締結されております。また、出店規約第 18 条では、出店規約のほか甲乙間で適用される他の規約、ガイドラインその他の合意事項に違反する行為を禁止する旨が定められております。

このたび、貴社運営店舗「《店舗名》」において、規約・ガイドライン等に違反する行為を確認いたしました。したがって、「違反点数制度に関するガイドライン」の規定により、貴社の違反レベルがレベルVに到達しましたので、「違反行為累積時の措置一覧」及び出店規約第 26 条 1 項(1)に基づき、後述の日付をもって貴社との出店契約を解除いたします。違反行為の詳細については、RMS(ID: ●●●)にてご確認ください。

なお、出店契約の解除に伴い《アクセス停止日_(※土日祝日の場合は翌営業日)_TEXT 値》17 時以降に、貴社によるアクセスを受付けないものといたします。

当該期日までに、受注キャンセル処理、カード売上請求処理、各種決済手続、各種有料サービスの解約を含む、一切の手続を済ませさせていただきますようお願い申し上げます。また、購入した商品の瑕疵、相違、不足、未着等の問合せをされたお客様に対して、売買代金等の返金に応じるなどお客様の損害を回復する適切な対応をお願い申し上げます。当該期日までに手続きが完了し

なかった場合であっても、RMS 利用停止の処理は行われます。RMS 利用停止により、貴社に費用、負担等が生じた場合でも、当社は一切の責任を負いませんのでご承知おき下さい。また、RMS 利用にあたって発生する付随サービス等の料金等は、RMS 利用停止時まで発生いたします。

また、出店規約第 26 条第 3 項の規定により、貴社のご利用頂いた各種サービス等の貴社の当社に対する債務については期限の利益喪失し、支払期限が到来いたしました。出店規約第 15 条第 4 項および出店規約第 15 条第 5 項に基づき、当社の債権とのご精算(相殺等を含む)の為、出店規約に基づく債権金額の確定まで、当社から貴社への振込みは停止しております。今後のご精算等につきましては、債権金額の確定の後、後日改めてご通知申し上げます。

以上

契約解除通知書サンプル②

(法人または代表者が逮捕されたことを楽天が確認した場合)

〒《郵便番号》

《都道府県》《市区町村以下》

《会社名》

《肩書》《代表者名》 殿

(店舗 URL:《URL》)

〒158-0094

東京都世田谷区玉川 1-14-1

楽天グループ株式会社

与信管理課

楽天市場出店契約解除通知書

貴社は、楽天市場出店規約(以下「出店規約」といいます)を承認の上、楽天市場出店契約(以下「出店契約」といいます)を締結されております。

このたび、貴社運営店舗「《店舗名》」において、以下の事由を確認した為、後述の日付をもって貴社との出店契約を解除いたします。

1. 貴社役員(実質的な経営者を含む)の逮捕

※出店規約第 26 条第1項(14)、出店規約第 26 条の 2 第1項(4)

なお、《アクセス停止日_(※土日祝日の場合は翌営業日)_TEXT 値》17 時以降に、貴社によるアクセスを受付けないものといたします。同期日迄に、受注キャンセル処理、カード売上請求処理、各種決済手続、各種有料サービスの解約を含む、一切の手続を済ませていただきますようお願い申し上げます。また、購入した商品の瑕疵、相違、不足、未着等の問合せをされたお客様に対して、売買代金等の返金に応じるなどお客様の損害を回復する適切な対応をお願い申し上げます。同期日までに手続きが完了しなかった場合は、実際の取引の状況に関わらず、貴社に不利益となる処理を当社が行う場合がございますのでご承知おき下さい。また、出店規約第 26 条第 4 項の規定により、本日までにご利用頂いた各種サービス等のご請求については支払い期限が到来いたしました。この精算の為、当社から貴社への振込みは停止しております。当社の請求はアクセス停止日より 3 か月後以降に到来する支払期限分(《支払期限分_(※アクセス停止月から 3 か月後)

TEXT 値»末)まで発生致します。

出店規約第15条第4項およびと出店規約第15条第5項に基づき貴社への振込予定金額のうち振込停止分を当社請求分へ充当させていただき、精算終了後に余剰が生じた場合、余剰金を《余剰金返金_ (※アクセス停止月から4か月後) TEXT値》中に返金させていただく予定です。また、不足が生じた場合は、改めてご請求させていただきます。ご利用にサービスによっては一部例外もございますのであらかじめご了承ください。

本件に関するご質問等ございます場合は、当社まで書面にてご連絡いただきますようお願いいたします。

以上

契約解除通知書サンプル③

(ユーザクレーム多発等の対応により提出された改善報告書・誓約書違反を確認した場合)

〒《郵便番号》

《都道府県》《市区町村以下》

《会社名》

《肩書》《代表者名》 殿

(店舗 URL:《URL》)

〒158-0094

東京都世田谷区玉川 1-14-1
楽天グループ株式会社
与信管理課

楽天市場出店契約解除通知書

貴殿は、楽天市場出店規約(以下「出店規約」といいます)を承認の上、楽天市場出店契約(以下「出店契約」といいます)を締結されております。

このたび、貴殿運営店舗「《店舗名》」において、以下の規約違反を確認した為、後述の日付をもって貴殿との出店契約を解除いたします。

1. 誓約事項に対する違反行為

※出店規約第 21 条第1項(2)、出店規約第 26 条第1項(14)

貴殿より、20●●年●月●日付でご提出いただきました誓約書にて、誓約内容に反する行為が確認されましたので、本誓約書に基づき後述の日付をもって出店契約を解除することにいたしました。

なお、《アクセス停止日_(※土日祝日の場合は翌営業日)_TEXT 値》17 時以降に、貴殿によるアクセスを受付けないものといたします。同期日迄に、受注キャンセル処理、カード売上請求処理、各種決済手続、各種有料サービスの解約を含む、一切の手続を済ませさせていただきますようお願い申し上げます。また、購入した商品の瑕疵、相違、不足、未着等の問合せをされたお客様に対して、売買代金等の返金に応じるなどお客様の損害を回復する適切な対応をお願い申し上げます。同期日までに手続きが完了しなかった場合は、実際の取引の状況に関わらず、貴殿に不利益となる処理を当社が行う場合がございますのでご承知おき下さい。

また、出店規約第 26 条第 4 項の規定により、本日までにご利用頂いた各種サービス等のご請求については支払い期限が到来いたしました。この精算の為、当社から貴殿への振込みは停止しております。当社の請求はアクセス停止日より 3 か月後以降に到来する支払期限分(《支払期限分_ (※アクセス停止月から 3 か月後)TEXT 値》末)まで発生致します。出店規約第 15 条第 4 項および出店規約第 15 条第 5 項に基づき貴殿への振込予定金額のうち振込停止分を当社請求分へ充当させていただき、精算終了後に余剰が生じた場合、余剰金を《余剰金返金_ (※アクセス停止月から 4 か月後)TEXT 値》中に返金させていただく予定です。また、不足が生じた場合は、改めてご請求させていただきます。ご利用にサービスによっては一部例外もございますのであらかじめご了承ください。

本件に関するご質問等ございます場合は、当社まで書面にてご連絡いただきますようお願いいたします。

以上