

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
2024年度 第3回 議事録

■ 開催概要

<日 時> 令和6年9月3日(火)16:00~17:00

<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、若江委員

<オブザーバー>

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

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 和知 ICT 委員会委員長

<関係省庁>

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

総務省 情報流通行政局 参事官室 元山統括補佐

総務省 総合通信基盤局 利用環境課 小玉課長補佐

<デジタルプラットフォーム提供者>

LINE ヤフー株式会社

ショッピング統括本部 畑中本部長

ショッピング統括本部 プロダクション1本部 杉本本部長

政策企画統括本部 加納本部長

政策企画統括本部 政策企画本部 畠山本部長

政策企画統括本部 政策企画本部 コマース部渉外チーム 和田マネージャー

<事務局>

経済産業省 商務情報政策局 渋谷審議官、岩谷デジタル取引環境整備室長

■ 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
LINE ヤフー株式会社（オンラインモール）
3. 閉会

■ 配布資料

- 資料1 LINE ヤフー株式会社提出資料（発表資料）
- 資料2 LINE ヤフー株式会社回答
- 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）
LINE ヤフー株式会社（第1回会合提出資料）

■ 討議

○岩谷室長 それでは、お時間になりましたので始めたいと思います。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3回会合を開催させていただきます。

委員、オブザーバー、関係省庁、指定事業者の皆様には、御多忙のところ、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、高倉委員、岸原オブザーバーが欠席となっております。

本日はLINEヤフー様からのヒアリングということで、LINEヤフー株式会社様から畑中様はじめ、ほか5名様にお越しいただきありがとうございます。どうぞよろしく願いいたします。

また、本日のヒアリングは、冒頭のLINEヤフー様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。議事録は会合後に公開いたします。

それでは、司会は座長の岡田先生にバトンタッチしたいと思います。岡田先生、よろしく願いいたします。

○岡田座長 承知しました。座長の岡田でございます。

早速ですが、本日の議事を始めさせていただきます。

本日はLINEヤフー様からのヒアリングを予定しております。最初に10分程度で御説明をいただき、その後、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、事務局からお知らせいたし

ますので、時間内にプレゼンを終わられるよう御協力をよろしくお願いいたします。

それでは、LINEヤフー様、御説明をお願いします。

○LINEヤフー（畑中） LINEヤフーの畑中と申します。皆様には日頃から御尽力いただきまして、誠にありがとうございます。

私からは、主に3つこの場で御説明させていただきたいと思っております。まず1つ目、定期報告書の内容及び大臣評価を踏まえた取組、2点目は、別途ストア様からの御意見でいただいておりますた代金留保に関する取組、そして3番目は、利用事業者との相互理解を促進する取組ということで、主にこの3つを御説明させていただきたいと思っております。よろしくお願いいたします。

まず1つ目になります。アカウント停止に関する慎重な判断ということで、大臣評価からは、アカウント停止の必要性、相当性に対する判断がしっかりとされているかということについての説明がなかった旨、指摘いただいております。こちらに関する回答としては、我々としては、まず基準書に基づいて、行為の重大性などを鑑みて違反行為を認定させていただいております。それをストア様に通知させていただいて、当然のことながら、それに対しての反論もしっかりと受け止めて、窓口も用意させていただきながら、いただいた意見に関して、必要に応じて、本当に我々の判断が妥当かということを一部門だけではなく、様々な部門で多角的、複層的に判断させていただいて、措置を決定しております。

ですので、単純に一部門だけでそれを判断しているわけではなく、反論も踏まえて、御意見も踏まえながら、最終的には必要に応じて幾つかの組織で目を通しながら判断させていただく形で進めさせていただいております。

次をお願いいたします。2つ目に関してですが、大臣評価のコメントとしては、自社優遇に関する懸念というところで、客観的に検証する形での説明を求めているという御指摘をいただいております。我々は、これを踏まえて自社優遇に関して自主的に内部監査を行って、適正な運用が行われていることを適宜確認いただいております。

左側に記載させていただいているとおり、自社優遇の方針に関する概要になりますが、ユーザーファーストの視点から、お客様に対して利便性が高いものに関しては、いろいろな観点を踏まえて、提供条件なりを違った形で提供することがあり得るとしております。それを単純に隠すということではなく、そのリスクを一元的に把握し、オープンにしてしっかりと提示する形で進めさせていただいております。あわせて内部監査も踏まえて、変なえこひいきがないように、しっかりと取組をさせて

いただいています。

実際にグループ企業であっても、おかしな商品を販売していることがパトロール等で事例として発覚すれば、そこに対しての指導は、他ストア様と同じように対応させていただいておりますし、指導、削除に関しても適宜行っているというところが右側の事例になっております。

次をお願いいたします。3番目の無在庫転売に対する不正対策ということで、本件は多少毛色が違うところもございますが、大臣評価として、無在庫転売の不正行為対策に関して言及いただいております。我々としても、無在庫転売に関してはかなり重要視というか、悪質なものに関しては相当問題視しております。幾つかの観点でお客様、ストア様、メーカー様、こういった様々な関係者の皆様に迷惑をかけてしまっている販売方法だと認識しております。

ですので、まず我々としては、在庫がないストア様の出店を認めていないということを改めて認識いただくため、新たな施策を始めています。出店するときには在庫確認ということで、在庫をちゃんともっているかどうか、写真等を送ってもらうことによって、審査をさせていただいております。あとは、500品以上の出品、いわゆる大量出品に関しては、さらにしっかりと審査を行っているところで、特に個人事業主様に関しては厳密に審査をさせていただいて、入り口での無在庫転売の対策をしっかりさせていただいております。

あわせて、ストア様及びお客様からのクレームを踏まえて、在庫がない転売が認められた場合は、こちらでもしっかり指導させていただいて、できる限り、無在庫転売の撲滅に向けて対応させていただいております。

続いて、売上金留保についてです。関係各所の皆さんのところでも声として上がっていることをお伺いしております。ストア様の声を踏まえて、運用に関してしっかり見直すということで、8月から改善対応させていただいております。

売上金留保を実施する趣旨としては、未着詐欺や偽造品販売などが行われた場合に、不正対策及び販売者としての責任を果たしていただく観点から、消費者トラブル全般にかかる調査を行うため、売上金留保をさせていただいております。事案の性質によって、その確認調査にかかる時間が流動的であったところもありましたので、いつまでにどのぐらいの期間留保しますということをストア様に具体的にお伝えできておりませんでした。そこに対して様々な声をいただいておりますので、8月から対象予定期間の明示及び留保する案件を限定化するようルールを見直して、こういった形で留保予定期間を明らかに、そして不要な留保がなるべく発生しないような形に取組を変更させていただいております。まだこれが完全だとは思っておりませんので、また引き続きいろいろな事例を見ながら、

より改善していきたいと考えております。

次をお願いいたします。3番目、苦情を踏まえた運営改善の事例を幾つか御紹介させていただきたいと思っています。まず1つ目の事例は、ストア様の要望で、インボイス対応、我々としてなかなか対応できていなかった部分がありました。多少見づらいところがあるのですが、上がビフォーで下がアフターということで、ストア様の御意見で、登録番号をこちらに記載してほしいというところで、お客様からストア様に一々この番号の問合せがあつて、そのたびに返答していただくお手間を発生させてしまっていたということがございましたので、システムで自動的に番号を表示する対応をこちらで行っております。これによって、ストア様のオペレーションがかなり軽減できているという事例になっております。

2つ目になります。こちらもストア様の御意見を踏まえて改善した内容となっております。左側の画面になりますが、今まで注文管理に関してはPC版のみ、いわゆるPCを開けてブラウザで確認していただく形でしか対応できなかったのですが、やはり外出先も含めて随時注文情報を確認したいというストア様からの声を多数いただいておりますので、スマホアプリでの表示に対応する、運営改善を行わせていただいております。

続いて、そのほかちょっと細かいところも含めて、この後のページで8事例ほど御紹介させていただきます。ストア分析レポート、いわゆる健康診断レポートの改善や、販促情報が分かりづらいというストア様がいらっしゃいましたので、こういったものの分かりやすさの改善。あとは二重注文を分かりやすく管理できる機能の追加を行いました

次をお願いいたします。あとは、ストア様用ツールそもそもの改善や、お客様の問合せを自動的に返すことによって、ストア様のオペレーション改善、軽減をさせていただく機能の追加。こういった様々なお客様、ストア様の声をいただいて、改善している事例になっております。

次をお願いいたします。メール、営業からの意見、あとは私も含めて毎月3、4件のストア様に直接訪問させていただいて、様々な意見を頂戴しています。写真は、Best Store Awardという表彰式の様子ですが、式の後や懇親会も含めて直接ストア様からの御意見もいただきながら、先ほどの事例のような改善も随時行っている状況になっております。これらを積極的に行うことによって、ストア様にとって安心・安全で分かりやすいオペレーション、運営しやすいオペレーションもしっかりと提供していきたいと考えております。

最後のページになりますが、引き続き多様なステークホルダーの皆様に対してしっかりと耳を傾けながら、安心・安全なプラットフォームということで、しっかりと改善していきたいと考えております。

す。よろしくお願いいたします。

ちょっと長くなって大変恐縮ですが、説明は以上になります。

○岡田座長 LINEヤフー様、御説明いただきありがとうございます。それでは、配信はここまでといたします。

それでは、これから質疑と意見交換に移ります。まず、委員の皆様から順番に御質問または御意見をいただきたいと思えます。私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、各委員からの御質問ごとにLINEヤフー様より御回答いただくという流れで進めたいと存じます。発言されない場合、もしくは回答の必要がなく、御意見のみの場合は、その旨お知らせください。時間の関係上、お1人からの御質問は2分に収めていただきます。LINEヤフー様からの回答もお1人ごとに2分以内に収めていただくようお願いいたします。

では、名簿順ということで、最初に武田委員から御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。私からは2点ございます。

1点目は、自社優遇についてです。出店者から見てどのストアが優遇措置の影響を受けているかを明らかにすることが重要と御報告いただきました。それはそのとおりであります。しかし、明らかにすれば、いかなる優遇措置も許されるというものではないと思えます。

自社グループを含む特定者を優遇することが集客増を通じて、ひいては全てのストアに利益が均てんされるといった積極的な理由づけが必要であると私は思いますけれども、22年から実施されている御社の管理体制では、具体的にどのような視点から自社優遇の評価がなされているのか教えていただけませんかでしょうか。

2点目は、無在庫転売対策についてであります。同対策について、利用事業者には、御社が行う在庫証明審査にて取引メーカーとの請求書や明細契約書の開示を求められることへの懸念を示す意見もあるようですけれども、そのような対策は実際には行われているのでしょうか。といいますのは、先ほどの御説明では写真を求めるということでありましたので、利用事業者の声と違うと思いました。この点の事実について教えていただければと思います。

以上です。

○LINEヤフー（畑中） 1点目は私からで、2点目はほかの方から補足をお願いします。

まず1点目に関しては、御指摘どおり何をやってもいい、オープンにすればいいというわけではないということは強く認識しておりまして、追加施策、例えば何か自社グループ会社と一緒に取り組むという案件が発生した場合には、企画段階から我々の法務、必要に応じて外部弁護士による外部の意見を踏まえて、その施策は本当に不合理な優遇にあたらぬのか、ほかの出店者様に大きな影響はないのか、こういったものも外部の方々のフラットな意見を踏まえながら、やるやらないの判断をさせていただいております。

ですので、なし崩しにならないような形での管理、ガバナンスに関しては、しっかりと構築させていただいている形で進めております。

○LINEヤフー（杉本） LINEヤフーの杉本です。よろしくお願いします。

2点目に関しては、御指摘いただいている販路をはっきりさせるための仕入伝票と、畑中から説明させていただいた、在庫が本当にその事業者さんの元にあるのかを確認するため、在庫と共に写真を撮っていただく。無在庫転売をやっていない証明のためにこの2つを提出いただいている形になります。ですので、御質問いただいた形で言うと、事実として仕入伝票の提出を求めています。

○武田委員 どうもありがとうございます。簡単に追加で質問したいのですが、2点目についてです。利用事業者には、そういった開示によって、御社がそこで得た販路情報を関係会社による商品販売に利用するのではないかという懸念を示す意見があります。その懸念に対して何らかの対応策は取られているのかについて、お教えいただければと思います。

○LINEヤフー（杉本） ありがとうございます。そこに関しては栗原さん説明できますか。

○LINEヤフー（栗原） 栗原と申します。お願いいたします。

いただいた伝票等に関しましては、基本的には審査を行う部門でしか見ないような形で制限を設けておりますので、営業部門とか、もちろんグループ会社とかに対して渡るものではございませんので、御安心いただければと思っております。

○武田委員 どうもありがとうございました。実際にそのようなファイアウォールがあるということであれば、そういったファイアウォールがあることを利用事業者様に示していただければ安心され

るのではないかと思いました。どうもありがとうございました。

○LINEヤフー（畑中） ありがとうございます。御指摘どおりかなと思います。

ちょっと補足させていただくと、他社のプラットフォームさんはやられているかもしれませんが、我々はこれまでも現在も、自分たちで何かを製造したり、販売したりする予定はないので、その販売元なり仕入先をいただいても何のビジネス情報にもならない。なので、我々としては全然意味のない情報というところが根本にはあります。

○岡田座長 よろしいでしょうか。ありがとうございました。では、続きまして、百歩委員、お願いいたします。

○百歩委員 私からは質問ではなくて、報告書を拝見しての気づきについてコメントさせていただければと思います。

報告書の12ページに、「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」という記載がありますが、必ず60日前とは言い切れないケースもあるのではないかと考えております。誤解を生じさせないためにも、例外対応がある場合はその内容を明確にされるほうがよいのではないかと思います。

それから、例外対応や非定例の対応というのは、発生するタイミングがたまにであったり、急に起こったりするので、一般的にはミスが発生しやすい状況下にあると言われております。例外時も問題なく対応できていることを担保するためにも、内部監査等のチェックにおいて、例外対応の確認も組み入れることを御検討されてはいかがでしょうか。

以上です。

○LINEヤフー（畑中） 御意見ありがとうございます。今の御意見ごもつともだと思います。60日のところや例外に関しても誤解ないように伝えることができれば、よりストア様と齟齬がない形になるかと思いますので、御意見ありがとうございます。

○百歩委員 よろしく申し上げます。

○岡田座長 ありがとうございます。では、続きまして、伊永委員、お願いいたします。

○伊永委員 ありがとうございます。いただいた報告書の概要版なのですが、読ませていただいて、全般的にオンラインモール分野でのリーディングカンパニーとして積極的に取り組んでいただけていると思っています。さらに積極的な取組を本会合でも支援、評価し、業界の先頭に立ってあるべき姿を示していただけたらと思っています。

その上で、一昨年度から課題になっている点について、昨年度の報告書、それからモニタリング会合でも十分に対応できていない点に絞りまして、今後どのように取組を考えておられるかについて2点聞きたいと思います。

1点目は、監査をはじめとする外部検証体制についてです。昨年度の大臣評価でも、自己優遇に関して第三者による検証が必要であるという旨を指摘させていただいていますけれども、一昨年からのモニタリングレビューでも自己検証体制に第三者の視点を入れていくことを検討したいという旨が述べられておりました。しかし、今年の報告書でも第三者による検証については触れられておりませんでしたので、この点、アップデートをどのようにされているのか、もしくはこれから取り組んでいただくのかという点について教えてください。

2点目は、ヤフーの退店措置を行う際の通知メールについてです。これも一昨年からの指摘されていることなのですが、要は退店措置についての異議申立てがある場合に、ヘルプデスクから異議申立てができそうな形では通告があるのですが、そもそも異議申立てができないと思っている事業者さんもおられますので、異議申立てができる旨、それからそれをどの部署に訴えればいいのか、こういったことについて明示をしていただければよりよくなるという形での指摘がされてきたわけです。しかし、この点につきましても昨年度、それから今年と報告書でも述べられておりませんでしたので、どういう形で、異議申立てができる旨、それから窓口へのアクセスを容易にする方法について考えておられるか教えていただければと思います。

以上2点になります。よろしく申し上げます。

○LINEヤフー（畑中） ありがとうございます。報告書観点で言うと、政策企画の方から回答できますか。

○LINEヤフー（畠山） 政策企画の畠山でございます。

1点目の内部監査と外部監査のお話でございますけれども、基本的には、今回報告書でも示させていただいておりますように、弊社において適切に内部監査を行わせていただいていると認識しております。もちろん今後の外部についての御指摘は引き続き検討させていただきたいと思っておりますけれども、内部監査自体は2022年と2024年、今年の頭にも行わせていただいております。そちらについては適切にフィードバックを受けて、改善すべきところはしていると認識しております。今後も内部監査を受けて、より外部の声を取り入れるべきというお話が出てきましたら、ぜひ検討させていただきたいと思っております。

2点目につきましては、まず異議申立てについてですけれども、基本的には我々としては適切に、窓口自体は複数設置していると認識しております。御指摘のように、より分かりやすくということについては、引き続き検討させていただきたいと思っております。もし追加で御案内等あれば、畑中さんからお願いしたいと思っておりますが、いかがでしょうか。

○LINEヤフー（畑中） 以前の御指摘を踏まえて、我々としても、異議申立てに関してまだまだ周知、認知がストア様に対して足りていないところもあると思っておりますので、それ以外の窓口、そもそも異議申立てができますよということに関しての工夫、認知に関しては改善の余地があると思っております。さらにより分かりやすくしていきたいと考えております。

○伊永委員 2年前とお答えがほぼ変わらずでして、この2年間どのように取り組んでいただけたかということが透けて見えるようで、ほぼゼロ回答に聞こえるのですけれども、そういう認識でよろしいですか。

○LINEヤフー（畑中） 異議申立てについては、原則としてメールに返信をいただく形をとっておりますが、特に退店措置時の事前通知メールでは、ヘルプデスクへの導線を作るなどの工夫をしております。その他、ストア様の専用ツールでは「お問い合わせ」への遷移リンクも設置してございますし、ご意見等をお申し出いただく導線も設置しております。ただ、今後もストア様のお声や反応について注視しながら改善の余地はあると考えておりますので、先程のように回答させていただきました。

○伊永委員 外部性の話はいかがでしょう。例えば、完全に外部に切り替えるわけでもなく、

監査のチームに外部の人も加えるぐらいのことでも、今よりは一步前進かなと思っております。要は、中立性、独立性をどう担保していくかというところが課題になっていると思うのですけれども、いかがでしょうか。それは2年前から全く進んでいないということでもよろしいですか。

○LINEヤフー（畠山） 御指摘ありがとうございます。まず、内部監査の詳しい話につきましては、追ってまた御連絡させていただければと思っておりますけれども、もちろん我々としても、外部の声も取り入れた形で適切にやるべきであるという御意見自体は拝聴しております。加えて、内部監査自体もオンゴーイングでやらせていただいているものでございますので、その中で見つかった課題の中で、どういった部分で外部の声を取り入れるべきなのかというところは、内部監査を実際に行っている部門と連携させていただいた上で、後ほど御回答申し上げたいと思っております。

（※事務局注：会合後、LINEヤフーより、『本年2月に公表された大臣評価で「特定デジタルプラットフォーム提供者には、自社及び関係会社の優遇に対する懸念に応える情報開示、自社優遇措置の管理体制の整備（例：データ利用も含めた社内ルールの整備、関係部署のルール 遵守状況を監視する仕組み）を進め、これらの取組内容を客観的に検証できる形で説明していく（例：外部機関による監査や独立した部署による内部監査を実施し、その結果を開示する）ことが求められる。』とされたことも踏まえ、当該指摘に例示されている「独立した部署による内部監査」を実施したものです。内部監査の実施に当たっては、当然ながら内部監査部門は事業部門から独立して監査を行うものであり、中立性・独立性を担保した監査が行われたものと考えております。重要なことは、「取組内容を客観的に検証できる形で説明」することと理解しておりますので、その点について、どのような形で改善が図れるかについては不断の見直しを続けてまいります。』との補足説明があった。）

○伊永委員 ありがとうございます。

○岡田座長 ありがとうございます。少々時間が押してまいりましたので、簡潔に質疑を進めていただければと思います。よろしく御協力のほどお願いいたします。続きまして、平山委員、お願いいたします。

○平山委員 平山でございます。

まず、本日の説明資料3枚目、アカウント停止等についてお尋ねします。例えば、出品者がほかの

出品者による権利侵害を理由として御社にクレームをして出品が停止されるような場合について、反論受付という文字が説明資料にありましたが、常に両方から言い分を聞いて御判断されておられるのでしょうか。あるいは、侵害告知をした出品者から聞いたことのみをもって出品停止すべき場合もあるのでしょうか。

次に、このような権利侵害告知の例において、出品者同士の紛争が裁判所へ持ち込まれて訴訟になるということは、御社のプラットフォームにおいてございますでしょうか。その場合に、裁判所への情報提供など、プラットフォームとして協力などされておられるのでしょうか。

続きまして説明資料6枚目、売上金留保についてのお尋ねです。昨年度の会合でいただいた御回答の趣旨をもう一度確認したくお尋ねします。売上金留保について、留保した売上金を何に使用するかというお尋ねについて、返金のために使うが、それを超えた補償はしないという趣旨の御回答をいただいたように思います。そうですかということが1つ目のお尋ねです。

次に、留保した売上金から返金を行う場合に、その手続はどうなっているのかお尋ねします。すなわち、ユーザーに出品者から返金や補償が行われているか否か確認をした上で、返金も補償も行われていないことが確認された後で、御社から売上金留保を用いた返金が行われるのでしょうか。また、ユーザーに返金を行うか否かの判定基準などがあれば教えてください。

最後、ユーザーさんが返金してほしいと求める場合に、その求めを御社で受け付けるお問合せ窓口など、手続は整えられているのでしょうか。

以上のことについて、細々と恐縮ですが、御説明いただければと思います。よろしく願いいたします。

○LINEヤフー（畑中） ありがとうございます。まず1点目に関しては、権利侵害が客観的に明白といえない場合には、結論から申し上げますと両者から。権利侵害等を申告するほう、されたほうの両者の主張・申告を踏まえて、最終的に処分するかしないかを判断させていただいております。

2点目の売上金留保に関しては、基本的にはお客様が害を被ったところに対するお見舞いの原資は別の財源から手当したうえで、後日ストア様に請求をさせていただきます。しかし、請求に応じていただけなかった場合には、留保金から補填させていただく場合があります。ですので、何か我々のほうで留保金を別のところで使っているというわけではなく、補填する場合にはお客様に対する返金として使わせていただいております。

3つ目の返金手続に関しては、お客様に対して本当に代金が返っていないかという確認を何回かさ

せていただいた上で、我々から返金をさせていただいております。その判断基準として、完全に出店者様が詐欺なりの不正行為を行っているかどうかを我々で判断させていただいた上で、お客様に対して返金できるかジャッジさせていただいているということになります。

あと、お問合せ窓口に関しては、もし何かあればこちらに御連絡くださいという様々な窓口を御用意させていただいておりますので、そちらからお客様の問合せを受け付ける形にしております。

○LINEヤフー（畠山） 政策企画から前段の補足だけさせていただければと思うのですが、権利侵害告知に関しては今、畑中からお話があったように双方の言い分を聞くパターンもありまして、一方で、権利侵害が明らかであるケースも幾つかございまして、例えば商標権侵害とかであれば、我々も外部の弁護士等に聞きながら確認しているのですが、権利侵害が一見して明らかなケースもありますので、そういった場合につきましては、ストアの御意見を聞くことなく、テイクダウンしているケースもございます。

一方で、もちろん必ずしもそれが判然としないといえますか、グレーであるケースがありますので、そういった場合については、ストアの言い分もきちんと確認させていただいた上で、その反論等を考慮してテイクダウンするかどうかを決めているといった形で濃淡を分ける対応になっているのが実情でございます。

補足としては以上です。

（※事務局注：会合後、LINEヤフーより、権利侵害告知に関して、当事者間で訴訟に発展している事例は確認しているか、訴訟になっているケースがある場合、裁判所から求められた場合の情報提供（文書提出命令、文書送付嘱託など）の対応状況について、『現在把握している限り、2023年度中に、そのような事例は確認されておりません。』との補足説明があった。）

○平山委員 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、続きまして、若江委員、お願いいたします。

○若江委員 ありがとうございます。私からは3点あります。

まず、自己優遇について。開示させていただいて感謝していますし、管理方針を明らかにしていることについては高く評価しているのですが、その上でお伺いしたいのですが、自己優遇の管理方

針の中で、特定の出店者とグループ企業ストアに対してほかの出店者と異なる提供条件を適用するときには、その内容を開示すると説明しています。その中で見つけやすくする施策と決済手数料の減額、あとキャンペーン実施の際の減額を例示されていますが、それを具体的に教えてほしいのです。例えば見つけやすくする施策なら、ほかの出店者より上位に押し上げる場合のルールみたいなもの、通常の順位に0.5を掛けるとか、必ず10位以内にするとか、そのようなルールがあれば教えていただきたいのと、それぞれの減額率あるいは無料にすることもあるのかとか、そういうことを教えていただきたいと思います。

2つ目として、もちろん取引透明化法は自社優遇を禁じていないわけですが、今年スマホ競争促進法ができて、検索サービスに関しては優先的な扱いを禁じたということもありまして、社会の中でも自社優遇は問題があるのではないかという意識が広がっているのではないかと思います。そういう状況を踏まえて、御社の中で自社優遇をやめるべきではないかという意見があったりとか、どのように受け止めていらっしゃるのかをお伺いしたいと思いました。

3つ目が、有償サービスの利用と検索結果の表示順位のことなのですが、透明性向上のための取組の紹介ページで開示しているということなのですが、販売促進費の設定率という記載があるだけで、その中に有償サービスのいろいろなものが入っているのかなと思うのですが、それは出店者向けツールでは開示しているということだったので、後でもいいので、こちらにも確認させていただけないかと思っています。

そういう有償サービスがほかの同様のサービスの相場に比べて割高になっていないのかどうか。あまり割高だった場合には、表示順位を上げるための手数料という性質が出てくるのではないかと思いますので気になるのですが、価格の適正性などは検証されているのかどうかというところで

以上です。

○LINEヤフー（畑中） ありがとうございます。まず、自己優遇というかグループ会社の優遇と解釈しておりますが、検索に関しては、表示順位のスコアリングを高く設定するようなことはしておりません。どちらかというとお客様に対してメリットがある、例えば今だったらポイント何倍とかキャンペーンに対しての訴求はさせていただいておりますが、検索結果において、特別に何かげたを強く履かせて順位を向上させるというところに関しては、今のところやっております。

続いての2点目の自己優遇に関しては我々としてもお客様に対してメリットがなければ、特に訴求

する、優遇する必要はないと思っておりますので、グループ会社だからという理由だけで優遇することはありませんし、優遇の対象になっているグループ会社についてもやみくもに優遇しているということではなく、お客様に対してメリットがあるかどうかという判断軸を持って、先ほどお話しさせていただいたような、お得ですよ、限定ですよというものに関して訴求するということをさせていただいております。我々としては、お客様に対してメリットがないことはすべきではないというスタンスで一貫しております。

3つ目、有償サービスの販促費の設定に関しては、定期的にどういう推移になっているかというところを各所で見せておまして、あまりにも高止まりということがないように、適正な販促費になるように努めております。私どもが実際に訪問すると、「これ高いよ」、「まだまだできるよ」というストア様からの様々な意見をいただいておりますので、そういったご意見に鑑みてバランスをとりながら判断しています。やみくもに青天井でどんどん上げてくださいというわけではないですし、我々としてもそれは健全なビジネスではないですし、ストア様は利益を一番重要視されているところだと理解しておりますので、しっかりと利益を残していただくためにも、販促費の適正さはしっかりと見極めていきたいと考えております。

○若江委員 回答書のほうには、出店者様には効果と率みたいなのを開示していると書いてあったのですが、後でいいのですが、こちらにも開示していただいてもいいでしょうか。

○LINEヤフー（畑中） 追って確認させていただいて、できる範囲で回答させていただきたいと思います。

（※事務局注：会合後、LINEヤフーより、『弊社の有償サービスについては多岐に渡りますが、例えば、プロモーションパッケージですと、添付の通りの記載内容にてご説明しております。』）

○若江委員 あと1点目なのですが、透明化のための説明のページには、表示順位を見やすくすることと手数料の減額ともう一つ、3つ挙げられていたのですが、それは先ほどの御説明だと必ずしもしていないということなのでしょうか。

○LINEヤフー（畑中） はい。必要ないものに関しては、グループ会社優遇はしていません。

○若江委員 しているものもあるということですか？

○LINEヤフー（畑中） 掲載しているもの以外はないです。

○若江委員 掲載しているものだと、減額率みたいなものはどのくらいなのでしょう。

○LINEヤフー（畠山） そもそも社外に出していい情報かどうかも含めて確認させていただいた上で、後ほど書面等で御回答させていただく形でいかがでしょうか。

（※事務局注：会合後、LINEヤフーより、『減額率については、さまざまな営業的環境要因を総合的に考慮して決定しているため、一律に申し上げることはできませんし、営業戦略の側面もごさいますので詳細をご回答することはできかねます。』との補足説明があった。）

○若江委員 ありがとうございます。すみません。

（※事務局注：会合後、若江委員より、『閲覧履歴や購買履歴、レビュー、その他のユーザーデータに対応した価格設定やポイント変倍などのパーソナライズド・プライシングを実施していますか。もしパーソナライズド・プライシングを実施している場合は、その内容と、導入店舗（すべての店舗が利用できるのか、それとも特定出店事業者のみなのか、あるいはファーストパーティ店舗のみなのか、など）を教えてください。そして、対象となる事業者出品者は、上記の内容をどのように把握できるのでしょうか。規約などで開示しているようでしたら、その開示方法・内容も教えてください。』との追加質問がなされ、LINEヤフーより、『価格については、「通常販売価格」「セール価格」を予め出店者様に設定いただくこととしており、機械的に価格が柔軟に変わるといった仕組みはありません。ただし、プレミアム会員であるか否か、閲覧履歴などの条件によって、個々のユーザー様ごとに「セール価格」が適用されるか否かが変わることはあります。これらの仕組みを利用するか否かについては、個別に出店者様が利用の有無を申し込んでいただくものであり、特定の出店者様のみが利用できるといったものではありません。』との回答があった。）

○岡田座長 よろしいでしょうか。ありがとうございました。時間が押しておりますので、簡潔な質疑応答をお願いいたします。続きまして、沢田オブザーバー、お願いいたします。

○沢田オブザーバー ありがとうございます。1点だけお尋ねします。

出店者の声を積極的に聞き、運営改善に生かされているという点はとてもよいと思ってお聞きしておりました。他方で、直接LINEヤフーさんに寄せられるものだけではなくて、経産省の相談窓口、JADMAさん経由や経産省に直に寄せられた利用事業者の声ももう少し活用できるのではないかと常々思っているところです。

今回いただいた回答書の中で、聞かれても詳細な状況が分からないままでは的確な回答ができないと書かれているのは全くそのとおりだと私も思います。今後の話ですが、モニタリング会合等を利用して、利用事業者の声をどんな形で取り上げて分析するのが効果的と思われるか。つまり、相互理解の促進と御自身の運営改善につながるかということについて、何かよいアイデアというかお考えがあればお聞かせいただきたいというのが質問です。

以上です。ありがとうございます。

○LINEヤフー（畑中） ありがとうございます。ご意見ごもっともだと思っております、先ほど御説明させていただいた売上金留保に関しては、我々のほうに直接というところもございましたが、DPCD窓口への声はJADMAさんからお伺いし、対応させていただいた事例もあります。引き続きこういった形で密に連携させていただいて、例えば私どもとの定例会を設置するなど今後、密な連携をさせていただくことによって、より詳細な的確な回答ができるのではないかと今アドバイスさせていただいたところであります。より改善していきたいと思えます。

○沢田オブザーバー 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、続きまして、万場オブザーバー、お願いいたします。

○万場オブザーバー まず、回答のところでもメールの通知文に電話番号を記載しないことによる苦情申立ての件数は、影響は非常に軽微だと書かれておりますけれども、我々、その相談窓口に入っている相談の約半数は電話なのです。ですから、ファーストコンタクトとしての電話は非常に需要が高いということを申し上げたいと思えます。

それから、お問合せ窓口の件ですけれども、出店者が使うツール上のページのヘッダーにリンクを貼っていると。遷移されている場合もそれが表示されるようになっているという回答だったと思いま

すけれども、ヘルプページのヘッダーにお問合せの表記が見当たらない場合があったり、遷移してもなかなか見づらい、分からない、そういうことが現象としてあります。ですから、全てのページにおいてお問合せ窓口はこちらというのが分かるような工夫をしていただければと思います。それが1つ。

それから、先ほど出ています売上金留保の話ですけれども、当初の質問よりは具体的にプレゼンで御回答いただきました。留保期間の目安についても通知メールに記載すると運用を改善されたことは非常にありがたいことだと思っておりますけれども、本年8月から留保対象を限定して運用されているということなのですが、具合的に何をどう限定されているのかという辺り、差し支えない範囲で教えていただければと思います。

以上です。

○LINEヤフー（畑中） 3点目に関しては栗原さんをお願いしたいのですが、まず1つ目の電話窓口に関しては、御指摘の趣旨は大変理解いたします。我々としては、苦情を運営改善に繋げる検討を行うためにも苦情内容はテキストでいただくことが適切だと考えておりますが、できる限り電話窓口をカバーできるような形で、安心して気軽にお問合せなり、いろいろな御意見を伝えられるような窓口の設置をすべきだというご指摘も踏まえて、何ができるかについて、しっかりと検討してまいりたいと思っております。

2つ目のリンクのところと遷移。御指摘ありがとうございます。まだまだ全然いけないところがたくさんあると思っておりますので、今回の御指摘は大変ありがたいと思います。改めて様々な角度で見直して、より分かりやすくスムーズに遷移できるような形で改修していきたいと思っております。

すみません、3番目は栗原さんから。

○LINEヤフー（栗原） 御質問としては、留保の対象ストア、出店者に関して限定しているというお話かと思うのですが、今回限定している出店者においては、注文が入ったにもかかわらず、その後商品を発送していないとか、そういった挙動とかユーザーの声が多く発生している場合においては留保している状況でございます。

以上でございます。

○岡田座長 ありがとうございます。よろしいでしょうか。

○万場オブザーバー　　また詳しくは情報交換のときにお話しさせていただきたいと思います。ありがとうございます。

○岡田座長　　ありがとうございました。では続きまして、和知オブザーバー、お願いいたします。

○和知オブザーバー　　私は3つの質問があるのですが、その前に本日のプレゼン資料の7ページ目はタイトル「苦情を踏まえた運営改善」で、インボイス対応発行システムをリリースされたということですね。お疲れさまでした。出店者様の要望を踏まえてと書いてありますので、これは苦情ではなくて要望ではないでしょうか。

○LINEヤフー（畑中）　　そうですね。苦情に近いものも多少ございましたので、インボイス対応が世の中で盛り上がって、これがないと大変だ、何とかしてくれという、ちょっと苦情に近いものがありました。

○和知オブザーバー　　それでこういう表現を。

○LINEヤフー（畑中）　　そうですね。

○和知オブザーバー　　分かりました。

○LINEヤフー（畑中）　　ただ、おっしゃるとおり要望は要望かなと思います。

○和知オブザーバー　　では、質問の1番なのですが、大臣評価では、利用事業者に対してアンケートを実施し、得られたフィードバックから運営や機能の改善に生かす取組をされているという記載がございました。このアンケートは、全出店者が対象のアンケートですかということ、どのぐらいのフィードバックがあったかということをお伺いできればと思います。

質問の2番です。大臣評価では、苦情処理の事後検証体制の運用を開始するというコメントがあったことが記載されていたのですが、この運用は開始されたのでしょうか。

質問の3番は、今回いただいた回答書の10ページ目の更問いですが、御社の3-16の回答の3行目、

「一定の基準を満たした担当者にて苦情、相談等の対応業務を行っております。」と記載されています。私は、コールセンター運営等に携わっておりましたのものですから、これはどんな基準なのか教えていただけますか。あまりそういう基準とか資格はなかったかと思うのですが、何かあったらということで、お願いいたします。

○LINEヤフー（畑中） ありがとうございます。3点目に関してはどなたか御回答いただければと思いますが、1点目のアンケートに関しては、基本どのアンケートもほぼほぼ全ストア様対象に投げさせていただいております。内容によって回答率は様々なのですが、5%とか10%とか回答率があるものもございますので、基本的には特に偏りなく、全ストア様に向けてアンケートを実施しております。

2点目に関しては、基本的に運用開始しております。

3点目、どなたか御回答があれば。

（※事務局注：会合後、LINEヤフーより、アンケートのフィードバックに関して、『提出させていただいた報告書に記載の通りでございます。』との補足説明があった。）

○LINEヤフー（畠山） では、政策のほうから回答させていただければと思います。

基本的にヘルプデスクは委託先の事業者になりますので、委託先の管理も含めてちゃんと研修プログラムの中で基準を整備させていただいて、もちろん具体的な中身になると細かくなってしまうのですが、そういった対応をどれぐらいのクオリティー、スピードで行っているかも含めて、そこら辺のクオリティーコントロールはちゃんとさせていただいております。

お客様の満足度が低い担当者に関しましては研修をもう一度やるとか、そういった体制も整備させていただいておりますので、基本的にはそういった形でのクオリティーコントロールの一環として基準を整備させていただいているのが現状でございます。

○和知オブザーバー ありがとうございます。

○岡田座長 ありがとうございます。今日、委員が3名御欠席だったためか、まだ5分残っております。もし1つだけどうしても追加で御質問などがある委員の方、オブザーバーの方がいらっしゃったらお受けしたいと思いますが、いかがですか。——特に手は挙がっていないですかね。よろしい

ですか。ありがとうございました。

それでは、質疑応答はここまでとさせていただきたいと思います。また後ほど書面等で御回答いただけるという項目もございました。この点も引き続き御協力いただければと思います。

では、以上をもちましてLINEヤフー様からのヒアリングはこれで終了とさせていただきたいと思います。LINEヤフー様には、本日のヒアリングの開催に当たりまして、事前の御準備を含めまして質疑の回答等、多大な御尽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。本日はありがとうございました。

それでは、最後に事務局から事務連絡をお願いいたします。

○岩谷室長 岡田先生、ありがとうございます。次回は9月5日10時より、Google様のアプリストア分野について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、皆様に御確認していただいた後に公表させていただきます。よろしくをお願いいたします。

○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会合は終了とさせていただきます。皆様、お忙しい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した。

プロモーションパッケージとは

「Yahoo!ショッピング」での集客や販売活動をサポートする販促オプションとして、全出店者様がお申し込み可能な「プロモーションパッケージ」について説明します。

[プロモーションパッケージとは](#)

[プロモーションパッケージ特典](#)

[長期継続特典（2023年8月末までの新規加入ストア対象）](#)

[プロモーションパッケージ特典に関する注意事項](#)

※本マニュアルおよび動画の掲載内容は、予告なく変更される場合があります。

※システム仕様に変更があった場合は、「ストアクリエイターPro」トップページでお知らせいたします。「ストアクリエイターPro」トップページを頻繁にご覧になることをおすすめいたします。

プロモーションパッケージとは

「Yahoo!ショッピング」出店者様の売上向上やストア運営をサポートするための**販促オプション**です。ご加入いただくと、検索結果の露出アップ、ストア運営の役立つデータ・販促活動に役立つツール提供などの特典を受けられます。ご加入には**3%の手数料が必要**です。

また、「プロモーションパッケージ」に加入いただいた「優良店」のストアは、さらなる特典（ゴールド特典）を提供いたします。

対象	Yahoo!ショッピング全出店者様
費用	3% 商品販売価格（税抜）の3%をご請求いたします。 毎月のご請求と一緒に引き落としさせていただきます。 毎月のご請求金額は「請求明細」ページで確認できます。 （ご請求項目名：プロモーションパッケージ利用料） 端数が発生した場合の小数点以下は切り上げです。 別途消費税分が請求金額に加算されます。 （端数が発生した場合は、小数点第一以下切捨て）
申し込み	任意 お申し込みについての詳細は「 プロモーションパッケージのお申し込み （別ページ）」をご確認ください。 「プロモーションパッケージ契約」画面は「ツール管理権限（管理者）」のみ表示が可能です。 「ストアクリエイターPro」トップページ左メニューの「設定」タブをクリック、[権限管理設定] をクリックします。 [権限管理設定] ページを表示し、【0】 ツール管理権限（Yahoo!ビジネスマネージャー）が付与されたYahoo! JAPANビジネスIDにてアクセスください（ 参考マニュアル ）。 適用特典の算出が完了するまでは[申し込み] ボタンは押下できません。 適用特典の算出が完了するまでお待ちください。

Yahoo!オークション販売商品（併売商品/競り商品）は「プロモーションパッケージ」対象外です。Yahoo!オークションの売り場で販売している商品に対する「プロモーションパッケージ」のご用意はございません。

Yahoo!オークション併売の出店者様がプロモーションパッケージにご加入の場合、「[プロモーションパッケージ特典](#)」は、Yahoo!ショッピングのみに適用されます。

Yahoo!オークション併売の出店者様がプロモーションパッケージにご加入の場合、Yahoo!ショッピングで販売された商品に対し、商品販売価格（税抜）の3%をご請求いたします。Yahoo!オークションで販売された商品に対してのご請求はございません。

[このページのトップへ](#)

プロモーションパッケージ特典

特典項目と対象

各特典の詳細

[プロモーションパッケージゴールド特典](#)

特典項目と対象

プロモーションパッケージにご加入いただくことで、「プロモーションパッケージ特典」を提供いたします。「プロモーションパッケージ」に加入いただき、さらに「優良店」と判定された場合は、「プロモーションパッケージゴールド特典」が追加提供されるため、**出店者様のストア状況により、ご提供の特典が異なります。**

検索窓

No	プロモーションパッケージ加入特典	特典対象		
		プロモーションパッケージ加入	プロモーションパッケージ加入かつ ゴールド特典適用	プロモーションパッケージ加入かつ ゴールド特典適用 かつ 優良店
1	PRオプション3%分の検索結果順位アップ効果 (*1)	○ 特典対象	○ 特典対象	○ 特典対象
2	検索結果順位アップ効果の上乗せ	「プロモーションパッケージ」にご加入のすべてのストアに提供される特典です。	「プロモーションパッケージ」にご加入、かつ「 ゴールド特典適用 」対象のストアに提供される特典です。	「プロモーションパッケージ」にご加入、かつ「 ゴールド特典適用 」、かつ 優良店 のストアに提供される特典です。
3	CRMツール「Store's R∞」提供 (*2)			
4	「プレミアム統計」機能提供			
5	「あなただけのタイムセール」機能提供 (*5)			
6	「VIPスタンプサービス」機能提供 (*6)			
7	「インテリジェントクーポン」機能提供 (*7)			

8	「会員向け価格」機能提供 (*3)		
9	加入ストア限定キャンペーンへの参加		
10	「商品紹介動画」機能提供		
11	ボーナスストアPlus キャッシュバック キャンペーン (*4)		
12	「プロモーションパッケージ ゴールド特典」 ストア専用ヘルプデスク		
13	「優良ストア」 バッジの装飾		
14	キャンペーンページの 「プロモーションパッケージ ゴールド特典」 ストア限定検索窓	× 特典対象外	
15	Yahoo!ショッピング トップページへの露出		× 特典対象外
16	「プロモーションパッケージ ゴールド特典」 ストア限定紹介ページ		
17	優良配送遅延お見舞い		

(*1) 「PRオプション」は、設定料率に応じて、Yahoo!ショッピングで商品をプロモーションできる成功報酬型の広告商品です。「PRオプション」の利用可否は、Yahoo!ショッピングが独自の基準で決定しております。申し訳ございませんが、一部の出店者様はご利用いただけませんので、あらかじめご了承ください。（利用基準は公開しておりません）

(*2) 「STORE's R∞」は、2022年9月現在、PRオプション対象出店者様がご利用いただけるYahoo!ショッピング専用の顧客育成CRMツールです。（バリューコマース株式会社提供）

(*3) 「会員向け価格」は、PRオプション対象出店者様のみご利用いただける機能です。（2022年9月現在）

(*4) 「ボーナスストアPlusキャッシュバック」は、「ボーナスストアPlus」への参加費用の一部を還元するものです。「ボーナスストアPlus」はPRオプションをご利用中の出店者様限定で参加可能な販促企画です。PRオプション権限がない出店者様は、キャッシュバック特典の対象外となります。

「ボーナスストアPlusキャッシュバックキャンペーン」でキャッシュバックされる金額は、翌月のストアクリエイターPro「受取明細」に「PRオプション利用料キャンセル分」として記載されます（備考には本キャンペーンによる入金である旨を記載いたします）。

(*5) 「あなただけのタイムセール」は別途費用が掛かります。

(*6) 「VIPスタンプサービス」は別途費用が掛かります。

(*7) 「インテリジェントクーポン」は別途費用が掛かります。

各特典の詳細

1	PRオプション3%分の検索結果順位アップ効果
2	検索結果順位アップ効果の上乗せ
3	CRMツール「Store's R∞」提供
4	「プレミアム統計」機能提供

5	「あなただけのタイムセール」機能提供
6	「VIPスタンプサービス」機能提供
7	「インテリジェントクーポン」機能提供
8	「会員向け価格」機能提供
9	加入ストア限定キャンペーンへの参加
10	「商品紹介動画」機能提供
11	ボーナスストアPlusキャッシュバックキャンペーン
12	「プロモーションパッケージゴールド特典」ストア専用ヘルプデスク
13	「優良ストア」バッジの装飾
14	キャンペーンページの「プロモーションパッケージゴールド特典」ストア限定検索窓
15	Yahoo!ショッピングのトップページへの露出
16	「プロモーションパッケージゴールド特典」ストア限定紹介ページ
17	優良配送遅延お見舞い

1.PRオプション3%分の検索結果順位アップ効果

特典対象	プロモーションパッケージ加入のすべてのストア
------	------------------------

PRオプション3%分の検索結果での**検索結果順位アップ効果**が受けられます。

「PRオプション」は、設定料率に応じて、Yahoo!ショッピングで商品をプロモーションできる成功報酬型の広告商品です。「PRオプション」の利用可否は、Yahoo!ショッピングが独自の基準で決定しております。申し訳ございませんが、一部の出店者様はご利用いただけませんので、あらかじめご了承ください。（利用基準は公開しておりません）

[このページのトップへ](#)

2.検索結果順位アップ効果の上乗せ

特典対象	プロモーションパッケージ加入のすべてのストア
------	------------------------

プロモーションパッケージをご契約いただいた場合、「[1.PRオプション3%分の検索結果順位アップ効果](#)」および設定したPRオプションの**検索結果順位アップ効果が、通常の約1.3倍**得られます。

プロモーションパッケージゴールド特典適用のストアは、通常の約1.7倍の効果を得られます。

乗じる倍率に関しては、記載の倍率幅で全体パフォーマンスに応じて事前通知なく変更する場合がございます。

プロモーションパッケージゴールド特典適用ストアは、本項目が適用されますので、[ストアパフォーマンス優良店判定による「優良店特典」](#)の検索結果順位アップ効果の上乗せは行われません。

[このページのトップへ](#)

3.CRMツール「Store's R∞」提供

特典対象	プロモーションパッケージ加入のすべてのストア ※「開店前」ストアは対象外です。
------	--

バリューコマース株式会社提供のCRMツール「STORE's R ∞ (ストアーズ・アールエイト)」の利用が可能です。

「STORE's R ∞ 」は、2022年9月現在、PRオプション対象出店者様がご利用いただけるYahoo!ショッピング専用の顧客育成CRMツールです。(バリューコマース株式会社提供)

開店済みの出店者様向けの特典です。開店前にプロモーションパッケージに申し込みいただいてもご利用いただけません。

>> [「STORE's R \$\infty\$ ツールプロモーションページ」](#) (外部リンク)

[このページのトップへ](#)

4. 「プレミアム統計」機能提供

特典対象	プロモーションパッケージ加入のすべてのストア ※「開店前」ストアは対象外です。
------	--

通常提供している「[販売管理](#)」機能におけるレポート・統計情報に加え、**Yahoo!ショッピングの市場の実績をもとにした高度なデータ分析**が可能な「プレミアム統計」の利用が可能です。

「プレミアム統計」で閲覧できるレポートは下記です。

健康診断レポート

適正価格・最安値価格レポート

他ストア流出レポート

モール内カテゴリ別商品/製品ランキングレポート

在庫なしアラートレポート

商品別詳細分析レポート

検索流入レポート

商品別新規既存レポート

ツールマニュアル

>> [「プレミアム統計とは」](#)

開店済みの出店者様向けの特典です。開店前にプロモーションパッケージに申し込みいただいてもご利用いただけません。

プロモーションパッケージ申し込み後、「プレミアム統計」の利用が可能になるまで、最大24時間必要です。申し込み後、24時間経過後に「販売管理」メニュー「プレミアム統計」にアクセスし、特典をご利用ください。

「プレミアム統計」は1ストアあたり、1名のみ利用可能です。

管理者権限をお持ちの方が、「設定」メニュー「権限管理設定」より、利用者に対し「プレミアム統計閲覧権限」を付与する必要があります。

[参考マニュアル] [「プレミアム統計とは」](#)

[参考マニュアル] [アクセス権限を設定する](#)

[このページのトップへ](#)

5. 「あなただけのタイムセール」機能提供

特典対象

プロモーションパッケージに加入し、「あなただけのタイムセール」に申し込みをしたストア
※ 「あなただけのタイムセール」のご利用には申し込み、別途費用が必要です。

「あなただけのタイムセール」イメージ



[画像を拡大する](#)

出店者様の商品に対して購買意欲が高いお客様だけに向けて、24時間限定でセール価格をお届けができる有料オプション機能です。

タイムセール対象商品または商品タグに設定をすると、対象者だけに対してセールの通知、Yahoo!ショッピングのトップページに特設モジュールが表示され、タイムセールが開催ができます。

ストアクリエイターProで利用できる機能は下記です。

申し込み（利用申請）（[マニュアル](#)）

新規作成（[マニュアル](#)）

設定したタイムセールの確認（[マニュアル](#)）

設定したタイムセールの編集（[マニュアル](#)）

設定したタイムセールの削除（[マニュアル](#)）

解約（[マニュアル](#)）

本機能の
ご利用に

は月額利用料がかかります。ご利用料金は、前年度（前年1月～12月）の貴ストア取扱高実績（基準月商）により、下記【A】【B】のいずれかになります。

料金パターン	基準月商	月額ご利用料金
【A】	基準月商1000万円以上の出店者様	月額30,000円（税抜）
【B】	基準月商1000万円未満の出店者様	月額10,000円（税抜）

前年度貴ストア取扱高実績の計算方法、貴ストアの料金パターンなど、詳細は「[あなただけのタイムセールとは>ご利用料金](#)（別ページ）」をご参照ください。

[このページのトップへ](#)

6. 「VIPスタンプサービス」機能提供

特典対象

プロモーションパッケージに加入し、「VIPスタンプサービス」に申し込みをしたストア
※ 「VIPスタンプサービス」のご利用には申し込み、別途費用が必要です。



VIPスタンプサービスとして以下の機能を有するサービスを提供します。

お客様に対してスタンプカードおよびVIPカードを発行する機能

本スタンプ付与条件を当社所定の範囲で任意に設定する機能

本スタンプ付与条件に従いスタンプカードにスタンプを記録・表示する機能

本特典倍率に従いVIPカード取得者に本特典を付与する機能

(ただし、当社が別途定める付与率の上限を超過する付与となる場合は、当該上限に応じた倍率までの付与となります)

ストアクリエイターProで利用できる機能は下記です。

申し込み（利用申請）（[マニュアル](#)）

特典倍率、スタンプ獲得下限価格の変更（[マニュアル](#)）

解約（[マニュアル](#)）

本機能のご利用には月額利用料がかかります。

す。ご利用料金は、前年度（前年1月～12月）の貴ストア取扱高実績（基準月商）により、下記【A】～【C】のいずれかになります。

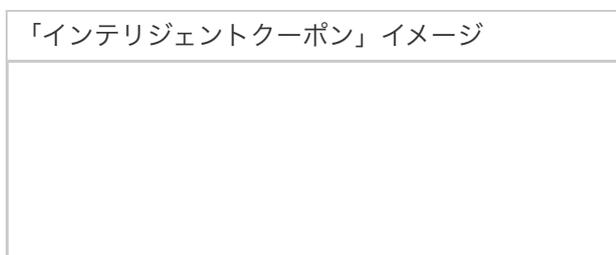
料金パターン	基準月商	月額ご利用料金
【A】	基準月商1000万円以上の出店者様	月額20,000円（税抜）
【B】	基準月商100万円以上の出店者様	月額10,000円（税抜）
【C】	基準月商100万円未満の出店者様	月額3,000円（税抜）

前年度貴ストア取扱高実績の計算方法、貴ストアの料金パターンなど、詳細は「[VIPスタンプサービスとは>ご利用料金](#)（別ページ）」をご参照ください。

[このページのトップへ](#)

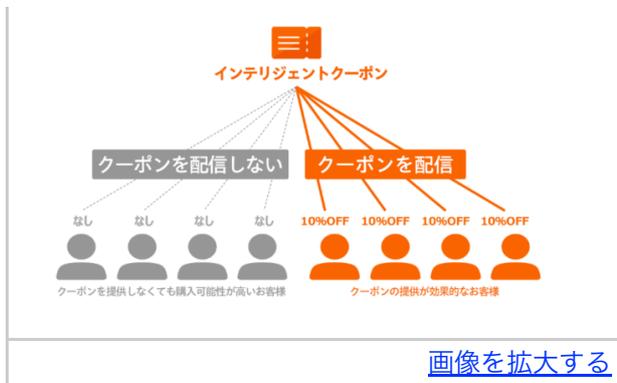
7. 「インテリジェントクーポン」機能提供

特典対象	プロモーションパッケージに加入し、「インテリジェントクーポン」に申し込みをしたストア ※「インテリジェントクーポン」のご利用には申し込みが必要で別途費用がかかります。
------	--



インテリジェントクーポンとして以下の機能を有するサービスを提供します。

当社による独自のシステムに基づき、ストアクーポンを公開するお客様の最適化を目指し、ス



トアクーポンを公開する対象となるお客様を決定する機能

出店者が当社所定の条件の範囲内で、本機能を利用したストアクーポンの発行を選択し、当該ストアクーポンの基本情報や条件を任意に設定する機能

本設定に従い、対象のお客様にストアクーポンを公開する機能

インテリジェントクーポンの利用に関するレポートを閲覧できる機能

本機能のご利用には月額利用料がかかります。ご利用料金は、

ストアクリエイターProで利用できる機能は下記です。

申し込み（利用申請）（[マニュアル](#)）

インテリジェントクーポン発行・編集・削除（[マニュアル](#)）

解約（[マニュアル](#)）

4月起算の前々年の11月～前年10月の出店者様の平均取扱高実績（基準月商）により、下記【A】【B】【C】のいずれかになります。

料金パターン	基準月商	月額ご利用料金
【A】	基準月商1000万円以上の出店者様	月額30,000円（税抜）
【B】	基準月商100万円以上1000万円未満の出店者様	月額10,000円（税抜）
【C】	基準月商100万円未満の出店者様	月額5,000円（税抜）

基準月商の計算方法、出店者様の料金パターンなど、詳細は「[インテリジェントクーポンとは>ご利用料金](#)（別ページ）」をご参照ください。

あなただけのタイムセール・VIPスタンプとセット価格をご用意しています。インテリジェントクーポンが実質無料でご利用いただけます。

	ストアの月商規模・月額利用料（税別）		
	基準月商 1,000万円以上	基準月商 100万円以上	基準月商 100万円未満
あなただけのタイムセール	3万円	1万円	1万円
VIPスタンプ	2万円	1万円	3,000円
インテリジェントクーポン	3万円	1万円	5,000円
3種類すべて ご利用いただく場合の セット価格	合計8万円 ▼ インテリジェントクーポン分 3万円を割引 5万円	合計3万円 ▼ インテリジェントクーポン分 1万円を割引 2万円	合計1.8万円 ▼ インテリジェントクーポン分 5,000円を割引 1.3万円

[\(拡大画像\)](#)

8. 「会員向け価格」機能提供

特典対象 プロモーションパッケージ加入のすべてのストア

会員向け価格表示イメージ



ニットセーター レディース セーター ゆったり 透かし編み
秋ニット Vネック ニットセーター ドルマンスリーブ 春レ
トロ ニットトップス 通勤

通常価格 1,590円

1%OFF 価格 (税込) プレミアム会員限定

1,574円 + 送料 990円 (埼玉県)

*条件により送料が異なる場合があります。

■ 1,000円分クーポン

獲得

利用期限 9/22 18:00

[他のクーポンを見る \(6件\)](#)

PayPay カードで全額支払うと

5%獲得 (76円相当)

内訳

ご注意 表示よりも実際の付与数・付与率が少ない場合があります (付与上限、未確定の付与等)

カートに入れる

[画像を拡大する](#)

特典対象 プロモーションパッケージ加入のすべてのストア

「会員向け価格」機能がご利用いただけます。

「会員向け価格」機能とはLYPプレミアム会員のお客様が、「会員向け価格」を設定した商品にアクセスした場合、自動で「会員向け価格」が表示される機能です。

LYPプレミアム会員のお客様は、会員ではないお客様よりお得な価格でお買い物ができる可能性が高まります。

ツールマニュアル

>> [「会員向け価格」](#)

※「会員向け価格」は、PRオプション対象出店者様のみご利用いただける機能です。

(2022年9月現在)

[このページのトップへ](#)

9. 加入ストア限定キャンペーンへの参加

加入ストア限定キャンペーンを毎月実施しています。最新のスケジュールは[こちら](#)をご確認ください。

[このページのトップへ](#)

10. 「商品紹介動画」機能提供

特典対象 プロモーションパッケージ加入のすべてのストア

「商品紹介動画」は、出店者様制作の商品紹介動画コンテンツをストアエディタにアップロードすることで、商品ページや検索結果画面に表示できる機能です。

写真やテキストでは伝えきれなかった商品の内容を動画でご紹介できます。

「商品紹介動画」イメージ



9:41

商品 詳細

優良ストア

4/5

手間なレクメンテで

全画面で見る

3.50 (8,200件)

価格 (税込)
3,000円 + 送料550円 (東京都)

同一ストア6,800円以上で送料無料で対象商品を見る

カートに入れる

[画像を拡大する](#)



>>

[このページのトップへ](#)

11. ボーナストアPlusキャッシュバックキャンペーン

本施策は**2024年11月30日(土)**のボーナスストアPlus開催分をもって特典適用を終了します。プロモーションパッケージゴールド特典適用の出店者様が「ボーナスストアPlus」に参加された際、ストアパフォーマンスに応じて「ボーナスストアPlus」対象注文金額の一部をキャッシュバック特典(キャッシュバック)を実施しておりますが、**2024年12月1日(日)**以降に開催するボーナスストアPlusでは本特典は適用されません。

詳細は「[プロモーションパッケージ特典「ボーナスストアPlusキャッシュバックキャンペーン」終了のご案内\(2024/12/1開催分以降\)](#)(別ページ)」をご確認ください。

特典対象	「プロモーションパッケージ」にご加入、かつ「ゴールド特典適用」対象のストア
-------------	---------------------------------------

プロモーションパッケージゴールド特典適用のご出店者様が「ボーナスストアPlus」に参加された際、「**ボーナスストアPlus**」対象注文金額の一部をキャッシュバックいたします。

「ボーナスストアPlusキャッシュバック」は、「ボーナスストアPlus」への参加費用の一部を還元するものです。

「ボーナスストアPlus」はPRオプションをご利用中の出店者様限定で参加可能な販促企画です。PRオプション権限がない出店者様は、キャッシュバック特典の対象外となります。

精算は当月末締めで翌月の受取明細に反映し、翌々月にお支払い予定です。

「ボーナスストアPlusキャッシュバックキャンペーン」でキャッシュバックされる金額は、翌月のストアクリエイターPro「受取明細」に「PRオプション利用料キャンセル分」として記載されます（備考には本キャンペーンによる入金である旨を記載いたします）。

「ボーナスストアPlus」参加条件として引き上げたPRオプション料率をキャッシュバックのパーセンテージが上回る場合は、PRオプション料率分を上限としてキャッシュバックいたします。

ストアパフォーマンス総合評価当月平均	キャッシュバック料率
22点以上	対象注文金額の「最大0.4%」
18点以上22点未満	対象注文金額の「最大0.3%」
15点以上18点未満	対象注文金額の「最大0.2%」
15点未満	対象注文金額の「最大0.1%」

ツールマニュアル

利用明細 > 利用明細の確認方法 >> [「精算明細の概要」](#)

[このページのトップへ](#)

12. 「プロモーションパッケージゴールド特典」ストア専用ヘルプデスク

特典対象	「プロモーションパッケージ」にご加入、かつ「ゴールド特典適用」対象のストア
-------------	---------------------------------------

プロモーションパッケージゴールド特典適用ストア専用のヘルプデスクをご用意いたします。

ご利用前のご準備	事前にストアクリエイターPro画面の左上記載の「 お客様管理番号 」をお手元にご用意ください。ご利用は 電話機にて「お客様管理番号」の入力が必要 です。（※）音声ガイダンスが流れた後に「お客様管理番号」を入力いただき、オペレーター通話時に再度「お客様管理番号」を口頭確認させていただいております。あらかじめご了承ください。
フリーダイヤル	0120-081-182 （電話受付時間：8時～20時） 【お知らせ】 9月27日（金）午前9時～午前10時の間、弊社都合によりお電話を一時休止とさせていただきます。ご不便をおかけして申し訳ございませんが、よろしく願いたします。
ご利用にあたってのご注意	「プロモーションパッケージ」にご加入、対象となった出店者様は、「プロモーションパッケージ特典適用開始日」以降の、 毎週土曜日8時以降から専用ヘルプデスク（電話窓口）のご利用が可能 となります。お申し込みと同時にご利用いただけませんので、あらかじめご了承ください。

[通常ヘルプデスク](#)もご利用可能です。

通常ヘルプデスクの電話受付時間は、年末年始を除く10時～18時です。

メールによるお問い合わせは、通常ヘルプデスク同様（24時間受付）です。



(※) ご利用前の確認項目

「ストアクリエイターPro」トップページ左メニューの「集客・販促」タブをクリック、[プロモーションパッケージ] をクリックすると、「プロモーションパッケージ契約」画面が表示されます。

「お客様管理番号」は、ストアクリエイターPro上部に記載されている数字です。(左図**赤枠**)

ご利用開始日の基準となる「プロモーションパッケージ特典適用開始日」は、「プロモーションパッケージ申し込み状況 (左図**青枠**)」にて確認可能です。

[このページのトップへ](#)

13. 「優良ストア」バッジの装飾

特典対象

「プロモーションパッケージ」にご加入、かつ「ゴールド特典適用」対象かつ優良店のストア「優良店」の場合のみ適用される特典です。適用可否は「[優良店の確認方法](#)」をご参照ください。

「優良ストアバッジ」イメージ

検索結果・商品ページに金色の**優良ストアバッジ**が付与され、他ストアとの差別化ができます。

[このページのトップへ](#)

13.キャンペーンページの「プロモーションパッケージゴールド特典」ストア限定検索窓

[画像を拡大する](#)

特典対象

「プロモーションパッケージ」にご加入、かつ「ゴールド特典適用」対象かつ優良店のストア「優良店」の場合のみ適用される特典です。適用可否は「[優良店の確認方法](#)」をご参照ください。

大型販促のセールページ上部に、プロモーションパッケージゴールド特典適用ストア専用の検索窓をご用意いたします。

[このページのトップへ](#)

15. Yahoo!ショッピングのトップページへの露出

特典対象

「プロモーションパッケージ」にご加入、かつ「ゴールド特典適用」対象かつ優良店のストア「優良店」の場合のみ適用される特典です。適用可否は「[優良店の確認方法](#)」をご参照ください。

トップページイメージ

Yahoo!ショッピングのトップページに、プロモーションパッケージゴールド特典適用ストア専用のモジュールをご用意いたします。

[このページのトップへ](#)

16. 「プロモーションパッケージゴールド特典」ストア限定紹介ページ



特典対象	「プロモーションパッケージ」にご加入、かつ「ゴールド特典適用」対象かつ優良店のストア「優良店」の場合のみ適用される特典です。適用可否は「 優良店の確認方法 」をご参照ください。
-------------	--

専用の紹介ページイメージ

プロモーションパッケージゴールド特典適用ストア
 専用の紹介ページをご用意いたします。
[このページのトップへ](#)

Y!ショッピング 🔍 🔔 Y! ☰

📄 クーポン0枚 🏆 プレミアム会員



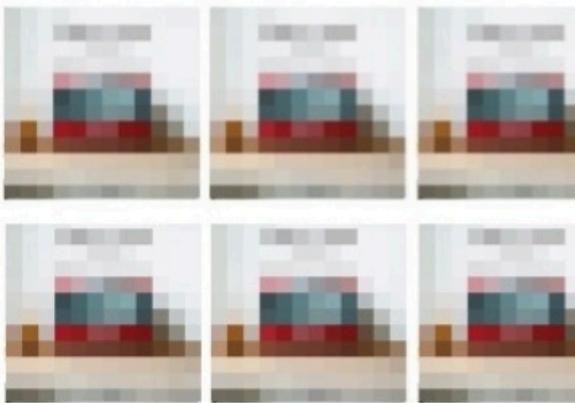
タイトルが入ります

説明文が入ります説明文が入ります
対象店舗一覧

< 🛍️ 🍲 🏠 📍 📦 📱

ストア画像 Yahoo!ショッピング店

📍 お気に入り登録



📍 お気に入り登録

ほかにもこんなストアが

カテゴリ ▾

> [Placeholder] > [Placeholder]

17.優良配送遅延お見舞い

[画像を拡大する](#)

特典対象	「プロモーションパッケージ」にご加入、かつ「ゴールド特典適用」対象かつ優良店のストア「優良店」の場合のみ適用される特典です。適用可否は「 優良店の確認方法 」をご参照ください。
-------------	--

プロモーションパッケージゴールド特典適用のご出店者様の「優良配送」商品に配送遅延が発生した場合、Yahoo!ショッピングがお客様へ「500円クーポン」を補償いたします。「500円クーポン」の詳細は下記のとおりです。

適用対象は、プロモーションパッケージゴールド特典適用ストアの「優良配送」商品のみです。

クーポン種類	モールクーポン
有効期間	クーポン付与から60日間
クーポン内容	商品の合計金額より500円OFF
利用条件	商品の合計金額が 1,000 円（税込）以上
対象商品	モール全品 ただし以下の商品が含まれている注文ではクーポンは利用できません。 ギフト券 プリペイドカード テレカ 貨幣、メダル、インゴット 切手、はがき ふるさと納税
お見舞い対象外となるケース	Yahoo! JAPAN ID未ログイン状態で購入の場合 注文金額が500円（税込）未満の場合 決済方法が「PayPay残高等」「PayPayクレジット」「クレジットカード払い（ウォレット含む）」「ゆっくり払い」以外の決済方法の場合

[このページのトップへ](#)

プロモーションパッケージゴールド特典

「プロモーションパッケージ」に加入いただき、さらに「優良店」と判定された場合は、「プロモーションパッケージゴールド特典」が追加提供されます。ご加入に際し、貴ストアが「優良店」か否かを「ストアパフォーマンス」画面ご確認ください。

「ストアパフォーマンス」の閲覧権限

「ストアパフォーマンス」の閲覧には以下のいずれかの権限が必要です。いずれかの権限を付与したYahoo! JAPANビジネスIDとYahoo! JAPAN IDを連携の上ログインください。

- (1) 設定>権限管理設定の「9.ストアパフォーマンス利用権限」（参考：[アクセス権限を設定する](#)）
- (2) Yahoo!ビジネスマネージャー「ツール管理権限（管理者）」
(参考：[Yahoo! JAPANビジネスIDの取得方法 / IDの連携方法](#))

[優良店の確認方法](#)

[「優良店」ではなく「プロモーションパッケージゴールド特典」の提供が可能な場合](#)

優良店の確認方法

「ストアパフォーマンス」画面

月次の優良店評価 詳細		
今月	翌月	翌々月
優良店 が適用	優良店ではありません。	判定中
達成日数：28/30日 集計期間：8/20-9/19 詳細データ	達成日数：7/30日 集計期間：9/20-10/19 詳細データ	達成日数：17/30日 集計期間：10/20-11/19 詳細データ

[画像を拡大する](#)

「ストアクリエイターPro」トップページ左メニューの「評価」タブをクリック、[ストアパフォーマンス] をクリックします。

「月次優良店判定」項目の「今月」を確認します。

優良店判定

「優良店判定」は、毎月、前々月20日～前月19日の実績で判定します。

画面イメージは変更となる可能性があります。ごさいます。

「優良店が適用」と表示されている場合

「[プロモーションパッケージ特典](#)」のNo.1～15の特典を受けられます。

※「[プロモーションパッケージ特典](#)」のNo.11～15は、加入申込時に「ゴールド特典」適用であっても、現時点で「優良店」判定をされていないと表示されません。

すべての項目が「達成済み」

「優良店ではありません」と表示されている場合

「優良店」判定基準を満たせていないため、「優良店」ではありません。

「達成済み」ではない場合

「判定中」と表示されている場合

「翌月」「翌々月」項目など、判定期間前の場合、「判定中」と表示されます。

「達成済み」ではない場合も、「プロモーションパッケージゴールド特典」

「優良店」ではなく「[プロモーションパッケージゴールド特典](#)」の提供が可能な場合があります。「[「優良店」ではなく「プロモーションパッケージゴールド特典」の提供が可能な場合](#)」をご確認ください。

[このページのトップへ](#)

「優良店」ではなく「プロモーションパッケージゴールド特典」の提供が可能な場合

「ストアパフォーマンス」画面

プロモーションパッケージ 詳細
入会すると下記特典が10月13日に適用されます。
✓プロモーションパッケージゴールド特典 直近30日間の優良店評価：4/30日
✓倍！倍！ストアキャッシュバック特典 今月の総合評価の平均点数：0.0
申し込む >
<small>※プロモーションパッケージの初回契約更新月以降、優良店として判定された場合、プロモーションパッケージゴールド特典が適用されます。</small>

[画像を拡大する](#)

「優良店」ではなくても、お申込み時に「ストアクリエイターPro」「プロモーションパッケージ」欄「[プロモーションパッケージゴールド特典](#)」の記載があれば、お申込から初回更新（※）までの期間、「優良ストア」バッジ以外の「[プロモーションパッケージ特典](#)」を受けられます。

No.11

「優良ストア」バッジは「優良店」判定されたストアでないと表示されません。

初回更新は、お申込み月の翌月末に行われます。

お申込み月の翌月末の更新時点に「優良店」かどうかで、翌々月から「プロモーションパッケージゴールド特典」適用対象が変更されます。

更新は自動です。

画面イメージは変更となる可能性があります。

[このページのトップへ](#)

長期継続特典（2023年8月末までの新規加入ストア対象）

本施策は、**2023年8月31日（木）までの新規加入をもって特典適用を終了**しました。
2023年8月31日（木）までにプロモーションパッケージにご加入いただき、下記条件を満たした場合、2024年4月に特典（キャッシュバック）が行われますが、**2023年9月1日（金）以降のご加入の場合、本特典は適用されません。**
詳細は「[プロモーションパッケージの長期継続特典キャッシュバック終了のご案内](#)（別ページ）」をご確認ください。

[このページのトップへ](#)

プロモーションパッケージ特典に関する注意事項

当社の判断により、キャンペーン内容および適用条件を予告なく変更する場合や、中止する場合があります。

[このページのトップへ](#)