

# 令和 6 年度 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 事業者ヒアリングに向けた質問事項 (オンラインモール分野)

経済産業省 商務情報政策局 情報経済課  
デジタル取引環境整備室

## 質問表の説明及び留意事項

- 本状に対する回答は、経済産業省に提出された後、特に重要な機密情報等を除いてモニタリング会合委員・オブザーバーに対しそのまま共有されます。モニタリング会合におけるヒアリングの際には、当該記載と、その他の機密情報等を除いた回答について経済産業省のウェブサイトにおいて公表することを考えています。回答における機密情報等については、必要に応じて【経済産業省限り】、【経済産業省・委員・オブザーバー限り】と、ラベルください。
- 各項目の冒頭には、令和 5 年度大臣評価の項番や透明化法に基づく開示事項を記載しています。ページ番号は第 1 回モニタリング会合資料の該当ページ数を指しています。
- 各質問に対し、1 問 1 答でご回答ください。
- 各質問において、大括弧 ( ) がある場合は、大括弧内にて指定された事業者のみご回答ください。
- 具体例を求める質問については、画像やスクリーンショット等の資料を用いてご回答いただけるようご協力をお願いします。なお、添付資料にて回答される場合は、添付資料に質問番号を付して（例：「1. (ア)① 2. 回答」等）ご回答ください。

## 【オンラインモール分野】

### 1. 大臣評価「1 (1) 提供条件等の情報開示」に係る質問事項 (P34)

1-5.

6 月 28 日第 1 回モニタリング会合における事務局資料 1-1 に掲載している利用事業者の声について、利用事業者が事実誤認をしていると思われるケースがあれば、典型的ないくつかのケースについて、どういうものがあつたのか、なぜ誤解が生じたのか、ご説明いただけないでしょうか。なお、そのような事項は、貴社の取組みについて利用事業者との相互理解が不十分である可能性もあります。誤解の要因を分析する観点から利用事業者とコミュニケーションを取り、利用事業者に対する分かりやすい説明を検討いただきたいと考えております（これらは、事務局資料 1-1 に掲載している全ての利用事業者の声についても同様にお答えください。）。(3 モール共通)

#### 【回答】

添付資料 1 をご参照ください。

### 2. 大臣評価「1 (2) 利用事業者との相互理解を促進するための手続・体制整備」に係る質問事項 (P37)

2-1.

各社における利用事業者とのイベントについて、過去に規約違反をした利用事業者は参加できない等、その参加資格は制限が設けられているのでしょうか。それとも、利用事業者であれば広く容易に参加することが

できるのでしょうか。(3 モール共通)

【回答】

一部のイベントにおいては、トピックに応じて、例えば出品用アカウントの開設からの日数を限定した新規の販売事業者様向けのセミナーや、ブランドオーナー様のみを対象としたセミナー等を開催することもあります。多くの場合は、Amazonにおいて出品用アカウントをお持ちであるかにかかわらず、どなたでもご参加いただくことができます。また、原則として、規約違反等を理由にイベントへのご参加をお断りすることはございません。

2-2.

当該イベントでは、御社の役員や従業員と利用事業者が相対して（オンラインを含む）意見交換などを行うことができる機会がございますでしょうか。もし、そのような形式の意見交換を行っていない場合には、双方向での意見交換はどの程度実現しているとお考えでしょうか。(Amazon)

【回答】

弊社が主催するイベントにおいては、質疑応答の時間を設け、社員が参加者の皆様からのご質問にお答えしています。時間内に回答しきれなかった質問がある場合や、ご質問に関してさらに補足が必要であると思われるご質問につきましては、後日、何らかの方法で追加のご案内をさせていただくこともございます。

また、オンラインではなく対面形式で開催されるイベントの際には、イベント中の質疑応答の時間に加えて、イベント後に懇親会を実施し、Amazonの社員と販売事業者様が意見交換をしたり、個別にご質問いただける機会を設けたりすることがあります。このような懇親会については、会場の規模や目的に応じてご参加人数や資格（ブランドオーナー様など）を限定させていただくこともございます。

2-3.

2023年に御社が実施したテクニカルサポートへの訓練・研修は、具体的にはどのような内容についてのものでしたのでしょうか。(Amazon)

【回答】

2023年に実施したコンプライアンスチームからテクニカルサポート向けの研修（定期報告書33頁（抜粋版におけるページ数。以下同じ。））においては、透明化法上の義務の概要に関する説明、透明化法の下での経済産業省様による大臣評価における弊社に対する評価の説明、大臣評価に関連する社内での他部署における改善事例の共有、大臣評価を踏まえたテクニカルサポートでの対応時における留意点・改善点などの説明を行いました。

テクニカルサポートでの対応時における留意点・改善点としては、例えば、複雑な案件や対応方法について担当者レベルで判断がつかない案件等については、販売事業者様へのご回答前に上席に相談することや、販売事業者様からのお問い合わせへの対応等に関する弊社のオペレーションについて改善すべき点などを見つけた場合に、社内で改善提案を吸い上げ、改善を推進するGEMBAと呼ばれるチーム（定期報告書25-26頁）に報告すること、販売事業者様へのご案内内容に関する具体的な改善例などを改めて説明しました。

2-4.

定期報告書（抜粋版）14頁（iii）に、240回以上セミナー等を開催していると書かれているが、マーケティング系の売りのためのセミナーが多いのではないかと推測しますが、いかがでしょうか。トラブル時の解決方法や最低限の知識等に関するセミナーは実施されていますでしょうか。(Amazon)

【回答】

弊社が主催するセミナーのトピックは、販売事業者様へのアンケートや、その時々における内容の重要性等に応じて決定しています。Amazonでは、販売事業者様からの幅広いご要望や疑問に、即時に分かりやすくお応えすることができるよう、セラーセントラルのヘルプページやセミナーに限らず、Amazon出品大学等においても、動画や関連資料の提供を行っています。例えば、Amazon出品大学においては、新規に出品用アカウントを開設された販売事業者様に向けた商品登録や販売価格の設定方法、在庫と出品の管理の方法など、初級編として100を超えるコンテンツを提供しております（添付資料2のAmazon出品大学のスクリーンショットご参照）。このほか、出品が制限される商品に関するご説明、アカウント健全性とその維持・向上に関する

ご説明、規約等の違反に対する対処方法等のコンテンツも幅広く提供しております。

2-5.

自社で開催する説明会等のイベントに相当する第三者のイベントが開催可能となるような環境整備を行っていますか。具体的には販売事業者向けの情報提供を行う事業者から規約改定に関する問い合わせが行われた際に、自社と同様の結論に到達することが可能な情報提供を行っていますか。(3 モール共通)

【回答】

弊社では、弊社の規約やサービス等に関する不正確な情報が広まり、かえって販売事業者様に混乱を招く恐れ等があるため、原則として、販売事業者様向けに情報提供を行う第三者の事業者様に対して、そのような情報提供は行っていません。

販売事業者様に、より容易かつ正確に規約やサービス等についてご理解いただけるよう、引き続き販売事業者様とのコミュニケーションの改善に努めて参ります。

2-6.

御社のアルゴリズムを検証しようとする試みについてブロックを行っていますか。ブロックを行っている場合、もしアルゴリズムが歪みのない公平なものであれば解析結果に基づいてセラーが最適化を行うことは消費者利益に適うはずですが、それをブロックしなければならない理由について、具体例を挙げて回答してください。(3 モール共通)

【回答】

弊社のアルゴリズムを検証しようとする試みには様々な手法が考えられますが、例えば、「おすすめ出品」の機能について、販売事業者様ご自身の商品価格等の提供条件を試行錯誤して設定し、どういった場合におすすめ出品として表示されるのかということを検証されるような行為については、特段禁止もブロックもしていません。他方で、適用ある法令に違反する場合や、データマイニングやロボット等によるデータ収集・利用については、規約上禁止させていただいております。

### 3. 大臣評価「1 (3) 苦情処理・紛争解決の状況」に係る質問事項 (P40)

3-16.

苦情・相談等の対応担当者（職員・アルバイト・委託先含む）による対応の質の向上ための取組を伺います。社内外の講習会や資格取得（例：ADP認定クレーム対応スペシャリスト）の推奨など各担当者のスキル向上のために採られている取組がありましたらご回答ください。また、苦情・紛争の対応をする担当者の人数もお教えください。(3 モール共通)

【回答】

弊社では、販売事業者様とのコミュニケーションの質の向上を図るべく、販売事業者様からの一般的なお問い合わせ窓口であるテクニカルサポートの担当者や、出品停止等の措置に関する販売事業者様からのお問合せや異議申立てに対応する部署において、定期的にトレーニング等を実施しております。昨年は、コンプライアンスチームが、透明化法の大員評価を踏まえお問い合わせ担当者への研修も実施いたしました（定期報告書 33 頁）。

また、販売事業者様からのお問い合わせの傾向等を踏まえ、お問い合わせ担当者が適切なご案内を行うことができるよう、担当者向けの社内掲示板等も設けております（定期報告書 11 頁）。

さらに、実際のお問い合わせ事例のなかで、販売事業者様が担当者の対応にご納得いただけなかったことが判明したケースについては、当該担当者に適切な指導を行うとともに、当該担当者による販売事業者様とのコミュニケーションを改善できるよう、コーチングやフィードバックの仕組みを上げました（定期報告書 11 頁）。

### 4. 大臣評価「1 (1) 自社及び関係会社の優遇（商品の表示順位含む）」に係る質問事項 (P41)

4-3.

自社優遇に関して、2022年度のモニタリング・レビューにおいて、出品停止について出品停止に使用するツール自体が自社優遇を防止する仕様になっていることなどを伺いました。こういったツールの開発のように、異なる部署の異なるインセンティブを調整し、自社優遇を評価し防止するための施策を行うなど、自社優遇を管理する自律的メカニズムはありますか。(Amazon)

【回答】

自社優遇については、法務部が、事業部門が日々検討・推進する様々な施策について、自社優遇を行っていないかという観点から確認をしております。この確認は、各事業部門を担当する法務部員が中心となって行いますが、必要に応じて透明化法を担当する法務部員も加わって行っております。自社優遇に関連する規制を含む透明化法の理解向上のために、法務部員を対象にトレーニングを行っております。

また、検索結果やおすすめ出品の決定においては、商品の販売者が、弊社であるか販売事業者であるかは考慮されておらず、その仕組み上自社優遇はありません。加えて、検索結果やおすすめ出品の考慮要素の変更については、現場の判断で行うことはできず、上記の通り法務部も含めた関連部署にて確認するプロセスになっております。

4-4.

利用事業者による出品、販売、在庫管理などの活動や利用事業者と一般利用者とのやりとり（返品対応やレビューなど）に関するデータを利用することで、どういった商品がどういったセグメントの一般利用者にどういったマーケティングキャンペーンを使うと売れ、どういった在庫管理を行うと無在庫リスクと過剰在庫のコストを抑えることができる、などのマーケットパフォーマンスや事業上のリスクについて情報を得ることができると考えられます。こうした情報を基に、プラットフォーム提供事業者がファーストパーティ店舗として利用事業者と競争を行う場合には、利用事業者が通常は負う事業リスクを負わずに、ファーストパーティ店舗は有利に競争することができると考えられます。こうした観点から、利用事業者によるプラットフォーム上での事業活動や一般利用者との関わりに関するデータであって非公開のデータを、当該利用事業者との競争に用いることのないよう管理することが、自社優遇のリスクを管理する上でのひとつの方法と考えられます。御社は、「弊社は、直販事業を通じて販売事業者様と競合する目的で販売事業者様の固有データを使用することはなく、販売事業者様をサポートするため、又はお客様のお買い物体験をより良くするためにのみ使用する。」と報告書の中で記載されております。Amazon.co.jpにおいて収集された、利用事業者によるプラットフォーム上での事業活動や一般利用者との関わりに関するデータであって非公開のデータについては、一昨年前の御社からの回答において、「Seller Data Protection Policy」に基づいて管理されているとお伺いしました。御社の中では、当該利用事業者に関する非公開データの生のデータを分析・結合して様々なデータを抽出して利用されていると思います（一昨年の回答でいうところの「集計データ」など）。このような抽出されたデータであって非公開のデータ（集計データ等）についても、元データに含まれる利用事業者と競争環境にある商品の提供のために利用されないよう、「Seller Data Protection Policy」に基づく管理の対象となっているのでしょうか。(Amazon)

【回答】

まず、弊社においては、弊社の直販部門における発注の判断にあたっては、基本的に、システム上、直販部門における売り上げの推移や在庫数量等をベースに行っております。

次に集計データの利用についてですが、[データへのアクセス](#)にも記載されている通り、弊社は、集計データを用いて、Amazonストアにおいて販売されるあらゆる商品についての価格、商品説明と評価、カスタマーレビューや人気度、商品のランキングおよび売れ筋ランキング、販売事業者様のレビューおよび評価等、購入者と販売事業者様に豊富な情報を公開しています。

また、販売事業者様に提供する推奨事項（Amazon出品コーチ）や分析を強化する目的、詐欺的行為を検知し、購入者と販売事業者様を保護する目的、Amazonのビジネスにおける健全性の把握及び管理する目的、購入者や販売事業者様のための新たなツールやサービスを開発し、そして、リソースを投じるべき対象について戦略的判断を行う目的にも使用します。

5. 大臣評価「1（2）アカウント停止の手續とそれに伴う売上金の留保・没収」に係る質問事項（P56）

5-1. アカウント停止手續

5-1-1.

「アカウント健全性評価」の機能のリニューアルの前後で、アカウントの健全性が維持される割合が増加したなど成果はあがっているのでしょうか。(Amazon)

【回答】

一つの指標として、アカウント健全性を所管する部署の担当者からの連絡を受けた大口出品プランをご利用いただいている販売事業者様のなかで、実際の措置を回避することができた販売事業者様の割合は、「アカウント健全性評価」のリニューアル前に比べて、リニューアル後に上昇しています。

「アカウント健全性評価」をリニューアルしたことで、違反の内容やその対処方法が従前よりさらに明確になり、措置の回避に向けた販売事業者様によるご対応が促進されたことが、上記上昇の大きな要因であると考えています。

5-1-2.

アカウント停止・削除した後に当該アカウント停止・削除に理由のないことが分かった場合に、その復活までの期間も踏まえて、何らかの金銭的補償をしていますか。している場合には利用事業者への開示状況をご教示いただけますでしょうか。(3 モール共通)

【回答】

弊社では、規約等の違反の合理的な疑いがある場合に、必要性及び妥当性を慎重に評価した上で、アカウント停止等の措置を講じています。なお、このような措置にあたっては、お客様、販売事業者様その他の関係者（ブランドを含みます）を不正行為者による不正行為（法令違反行為を含みます）から守り、お客様と販売事業者様に安心してお取引を行っていただける環境を維持するため、迅速に措置を講じることにもまた重要であると考えています（定期報告書 16-21 頁）。

アカウント停止等の措置については、措置を実施したチームが販売事業者様からの異議申立てを受け付け、再度精査・検討した上で、アカウント等の再開が可能であると判断した場合は、可能な限り速やかに元の状態に回復させています（定期報告書 20 頁ほか）。もっとも、アカウント等を再開する場合であっても、申立ての際に新たに提出された資料等により、措置を講じる根拠となった疑いが事後的に解消される場合や、販売事業者様が、規約を理解し、今後これを遵守することができる旨を示す十分な情報を提供した場合などが多く、措置の根拠となる合理的な疑い自体が否定されるものではないため、アカウント停止等の措置に対する金銭的な補償は、原則として行っておりません。

5-1-3.

権利侵害告知に基づくアカウント停止をきっかけとして、利用事業者同士で裁判に発展するケースがみられます。権利侵害告知に基づく誤った停止措置を防止するため、権利侵害告知に対してどのような判断プロセスをとっていますか。(3 モール共通)

【回答】

弊社に対して知的財産権侵害の申告が行われた場合、誤った出品停止やアカウント停止措置を防ぐため、弊社において、申告者が虚偽の申告を行っている疑いがないか、また、登録されている権利に基づく申告の場合は、申告にされている権利の登録があるか等について、確認を行っております。

5-2. 売上金留保・没収

5-2-3.

売上金留保の目的を説明ください。(3 モール共通)

【回答】

Amazon では、お客様や、その他の第三者の正当な権利の保護や、詐欺的な行為等の防止のために、売上金の留保を行っております。

5-2-5.

定期報告書（抜粋版）21 頁「イ 売上金の留保措置について」に関し、①標準的な調査期間を定めるこ

と（Amazonについては、調査のために90日間を延長して留保するケースにおいて、その延長期間について）、②その標準的な期間を超える場合には、出店者にその旨を案内すること、③どのような調査をしているのかを、出店者に対して具体的に説明する必要があるのではないかと考えますが、このような対応に対するお考えをお教えてください。また、どのような場合に期間延長の判断をされるのか、具体例を開示いただけますでしょうか。（Amazon、ヤフー）

【回答】

まず、売上金留保の留保は、原則としてアカウント停止等の措置に伴って行われるところ、売上金留保の原因となったアカウント停止等の措置については、措置の開始直後から異議申立てを行っていただくことができます。当該申立てが認められた場合、アカウント停止等の措置の解除とともに売上金の留保も解除されます。

上記のようなアカウント停止等の措置に対する異議申立てが行われなかった場合や、当該異議申立てが認められなかった場合、原則としてアカウント停止等の措置の日から90日間売上金が留保されますが、売上金留保について、原則として90日間という期間を定めているのは、調査のためではなく、お客様が購入された商品に関してマーケットプレイス保証を申請できる期間が90日であることによります。90日経過後も、例えば規約違反等の事実が存在しないことを証明する資料を提出いただかず、Amazon または第三者に対するリスクが継続している間は、この期間が延長される場合があります。もっとも、売上金留保自体に対する申立てが行われた場合には、5-10 営業日を日途に審査の結果をご連絡する旨、販売事業者様にご連絡しております。

また、売上金留保に対する申立てが行われた場合の調査の概要については、売上金留保の開始日に、販売事業者様に通知しております。

6. 大臣評価「1（3）返品・返金の取扱い」に係る質問事項（P65）

6-2.

FBA 出荷の商品について返品理由の妥当性を精査するための確認経路を見直した、とのことですが、利用事業者のどのような声を検討し、なぜそのような対策が改題解決のために妥当と考えたのかご説明いただけますでしょうか。（Amazon）

【回答】

FBA から出荷された販売事業者様による販売商品が、「欠陥・不良品」を理由に購入者から返品された際、弊社において「欠陥・不良品」であるとの申告が適切であるか、また、その原因が販売事業者様にあるのかどうかの確認が不十分ではないかとの販売事業者様からのご意見がありました。これまでも、販売事業者様からの申立てに応じて、購入者からの申告内容等を再度確認し、当該返品の原因が購入者や弊社など販売事業者様以外に起因するものか否かを確認するための社内でのプロセスはありましたが、お問い合わせを受けた担当者によって対応に差が出てしまうことのないよう、この確認プロセスを改めて見直し、担当者に周知しました。

7. 大臣評価「1（4）①不正行為の取締り」に係る質問事項（P70）

7-1.

無在庫転売、不正注文などの不正行為者の取締実績として、昨年度、アカウントや商品を削除した件数など評価に当たって指標になる数字を示いただけますでしょうか。このような数字も踏まえ、現在の対策をモール全体の利益から見てどのように評価されていますでしょうか。（3 モール共通）

【回答】

Amazon のストアで不正行為者が行う行為は多種多様であり、また、日々新たな不正行為の手法が発生するところ、不正行為に対して行った措置の件数は、このような不正行為者による行為に大きく左右されるため、措置の件数自体は、透明化法に基づく対応を評価するための適切な指標とはならないものと考えております。

もっとも、Amazon の不正行為対策に関する実績として、例えば、2023 年には、全世界で700万点以上の模倣品を突き止め、お客様の被害や小売サプライチェーンでの再販を阻止しました。

Amazon は、このような取組みがストア上での安心な取引に繋がるものと考えており、今後も、お客様、販売事

業者様その他の関係者を不正行為から守るため、引き続き尽力して参ります。

7-2.

無在庫転売、不正注文以外に把握している不正行為としてどのような行為を把握していますか。それに対して、どのような措置を講じていますか。もしある場合、モール全体の利益から見てどのように評価されていますでしょうか。(3モール共通)

【回答】

Amazon のストアで不正行為者が行う行為は多種多様であり、また、日々新たな不正行為の手法が発生するため、全てを網羅的に列挙することは困難ですが、不正行為の典型的な例としては、模倣品の販売や、欠陥品ないし商品説明と異なる商品の販売、レビューの不正操作等が挙げられます。Amazon は、このような不正行為に対応することがストア上での安心な取引に繋がるものと考えており、対策のための投資や従業員の雇用を行って参りました。今後も、お客様、販売事業者様その他の関係者を不正行為者による不正行為から守るため、引き続き不正行為の動向やその手法を監視・調査し、新たな取り締まりのルールを実装するなどの取組みを継続して参ります。

また、模倣品の販売に対する対策を例に採ると、Amazon では、製造事業者様等のブランドや知的財産権を守り、これらを侵害する詐欺や不正行為等を防止するため、「Amazon ブランド登録」「Transparency」「Project Zero」「IP アクセラレーター」などといった様々なプログラムやツールを開発し、製造事業者様等に提供しています。

7-5.

配送時間に関連したラベルを付与した出品者が実際にそれを達成しているかについてどのような基準で評価していますか。また、ラベルを付与した出品者の製品とラベルが付与されていない製品について、同一カテゴリの製品内で消費者が商品を受け取るまでの期間に有意な差があるか検証していますでしょうか。(3モール共通)

【回答】

Amazon では、販売事業者様において設定いただいた出荷予定日を基に、お客様に商品のお届け予定日をご案内しておりますが、配送時間（遵守状況を含む）に関するラベル表示は行っておりません。

7-6.

販売実績を表示順位に反映させるアルゴリズムが採用されており、手数料が広告価格に比べて低い場合、広告を購入するのではなく自社製品を自ら購入して表示順位を上げるインセンティブを生むことがあります。これは消費者にとって広告と表示されない広告と同一の効果を持つため、望ましくない消費行動を導くおそれがあります。6月28日第1回モニタリング会合における事務局資料1-1p.72にはこのようなケースが存在することが示唆されていますが、このような不正な購入を検出する努力をされていますか。(3モール共通)

【回答】

Amazon では、販売事業者様が自身の出品商品を注文することや虚偽又は不正な注文を第三者に依頼することを含め、売上ランキングを意図的に操作することを禁止しています（詳しくは、[「出品者の禁止活動および行為、ならびに遵守事項」](#)のページでご案内しています。）。

Amazon では、このような不正行為を常にモニタリングし、そのような行為が発見された場合には、販売事業者及び出品商品に対して然るべき措置を講じております。

## 8. 大臣評価「1（4）②相乗り出品に伴う課題など」に係る質問事項（P76）

8-3.

6月28日第1回モニタリング会合における事務局資料1-1p.77にある「自社サイトであれば手数料がかからないので、Amazon.co.jpに出品するよりも低額で販売が可能なところ、その自社サイト価格と比較して値

下げを求めるのは不適切ではないか。」「商品価格をビッグカメラ、トイザラス、上新電機と同じ価格にするよう圧力をかけられた。」に関する事実の有無についてご教示ください。それに相当する事実が存在した場合、そのような他の事業者の価格設定の自由を拘束する行為が消費者にとってどのように望ましい結果をもたらしたのかご教示いただけますでしょうか。(Amazon)

【回答】

Amazon のストアでは、販売事業者様は、販売価格や配送品質といった出品条件を自由に設定することができます。弊社では、販売事業者様に対して、「おすすめ出品」に選ばれやすくするための価格をご案内することはありますが、販売事業者様の他の販路や他の小売サイト上の価格と比較して値下げを求めることはありません。「おすすめ出品」は、お客様が選択するであろう出品を予測し、商品詳細ページにおいてそれをおすすめするものです。

9. 開示義務「取引拒絶の判断基準（法5条2項1号イ）」に係る質問事項（P41）

10. 開示義務「有償サービス受け入れ要請の内容・理由（法5条2項1号ロ）」に係る質問事項（P41）

10-4.

経済産業省のアンケート結果によれば、有償サービスを利用していない利用事業者においては、検索結果の順位が下がっている、カートがとれないと回答しています（第1回モニタリング会合資料1—1 45～53頁）。DPF 各社においても、このような傾向を把握しているようであれば、何故生じるかについての分析や、利用事業者の説明をしているのであればその説明内容について、ご教示いただけますでしょうか。（3 モール共通）

【回答】

上記の経済産業省のアンケート結果においては、「有料サービスを利用していない場合、表示が10頁目以降になる傾向が高いといえる」と指摘されていますが、同時に、有償サービスを利用しなくても1ページ目に表示される傾向も確認されており（有償サービスを利用しなくても26%が1ページ目に表示されており、他の有償サービスを利用した商品よりもその割合が高い）、有償サービスの利用と表示順位との因果関係があると断定することはできないと考えます。

弊社のインセンティブは、弊社による出品か販売事業者様による出品かにかかわらず、お客様にそのような素晴らしいお買い物体験を提供すべく、ストアにおいてお客様が欲しいと思われる商品やオファーを表示することにあります。そのため、例えば、検索結果やおすすめ出品の決定においては、FBAを含む有償サービスを利用しているかどうかは考慮されていません。ただし、FBAを利用すれば配送スピード等の指標が良くなる可能性があるため、結果としておすすめ出品となる可能性が高まるということは考えられます。おすすめ出品の選択において配送スピードが主要な要素として考慮されていることや、より早くお届けできる配送オプションや配送料無料を提供するとおすすめ出品になりやすくなるという点は、販売事業者様に対しても開示しております。

11. 開示義務「商品等データを取得・使用する場合の内容・条件（法5条2項1号ニ）」に係る質問事項（P41）

12. 開示義務「最恵国待遇条項の内容・理由（法5条2項1号ト、省令6条1号）」に係る質問事項（P41）

12-2.

事業部門において最恵国待遇を求めることがないことを、どのようなメカニズムによって担保されていますか。（3 モール共通）

【回答】

弊社では、公正取引委員会からの調査の過程で、2017年6月をもって、同条項を定めないこと等を誓約し、その旨を販売事業者様及び従業員に周知し、また、従業員に対するトレーニングを実施しました。また、最恵

国待遇を求めないことや、販売事業者様の販売価格には干渉してはならないことを含む出品サービスに従事する従業員が留意すべき事項をまとめたガイドラインを従業員向けにも提供しております。加えて、出品サービスに従事する従業員向けのトレーニングにおいても、販売事業者様の販売価格には干渉してはならないことを説明しております。なお、公正取引委員会による調査を踏まえ、弊社は、2018年から2020年にかけて、毎年、最恵国待遇を求めているかどうかについて監査を実施し、そのような行為が行われていないことを確認しています。これらの周知、トレーニング、監査等を通して、出品サービスの担当部署においては、最恵国待遇を販売事業者様に求めないという認識が共有され、徹底されています。

13. 開示義務「【消費者向け開示】検索順位等の決定に用いられる主要な事項（法5条2項2号イ）」に係る質問事項（P126）

14. 開示義務「【消費者向け開示】消費者による商品等の閲覧・購入等のデータを取得・使用する場合の内容・条件（法5条2項2号ロ）」に係る質問事項（P133）

14-3.

6月20日付でアナウンスされた、商品名、商品仕様、商品説明項目の内容が生成される生成AIツールの機械学習の対象に、一般利用者の検索・閲覧・購入履歴は含まれますか。仮に含まれている場合には、その旨が開示されていますか。(Amazon)

【回答】

Amazonが2024年6月20日付でアナウンスさせていただきました、生成AIを用いた出品情報の作成補助機能についてのご質問と理解いたしましたが、当該機能における情報の生成において、一般利用者の検索・閲覧・購入履歴は使用しておりません。

15. 開示義務「提供条件によらない取引の実施要請（法5条3項1号）」に係る質問事項（P136）

16. 開示義務「提供の一部拒絶時の開示（法5条3項2号）」に係る質問事項（P141）

17. 開示義務「支払留保する場合の内容（金額及び期間を含む）及び理由の開示（法5条3項3号）」に係る質問事項（P144）

17-2.

別紙2は留保金額・期間の記載がなく、別紙3は留保期間の記載がありません。利用事業者は留保金額・留保期間をどのように確認できるのでしょうか。(Amazon)

【回答】

売上金留保の対象となった販売事業者様に対しては、留保の開始日と留保に対する異議申立ての受付開始日に、それぞれ、アカウント停止等の措置のご案内とは別に送付しているメールにおいて、留保されている売上金の金額の確認方法、留保期間、売上金留保に対する異議申立て方法や異議申立てに対する調査の概要等をご説明しております。

17-6.

調査期間が不明であるところ、個々の利用事業者に対し、どのような説明をされていますか。(Amazon・LINEヤフー)

【回答】

売上金留保の留保に対する販売事業者様からの申立て方法として、売上金留保の原因となったアカウント停止等の措置に対する申立てと、売上金留保自体に対する申立ての2種類がありますが、前者の売上金留保の

原因となった措置に対する申立てについては、販売事業者様からのお問合せに 24 時間から 48 時間以内に対応することを目標に対応しております（定期報告書 21 頁）。後者の売上金留保自体に対する申立てに対しては、5-10 営業日を目途に審査の結果をご連絡する旨、販売事業者様にご連絡しております。

18. 開示義務「提供条件変更時の事前開示（法 5 条 4 項 1 号）」に係る質問事項（P147）
----------------------------------------------------

## 質問事項 1-5 への回答

アマゾンジャパン合同会社

本添付資料においては、[6月28日付第1回モニタリング会合における資料1-1](#)（以下「本件資料」）に販売事業者（利用事業者）様からの声として掲載されている情報に関して、事実誤認等があると思われる声を中心に取り上げ、ご説明させていただきます。また、別途頂いている質問事項にてご質問いただいている内容につきましては、該当する質問事項への弊社からの回答も併せてご参照ください。なお、本件資料内の販売事業者様の声の中には、より詳細な情報なしでは事実であるかどうかを含め判断できかねるものもあります。それらについては、本添付資料での個別のご回答は控えさせていただきますが、社内で調査の上、改善等に繋げて参りたいと思います。また、この度共有していただいた販売事業者様から寄せられた声のうち、事実誤認等あるものにつきましても、販売事業者様への開示や、販売事業者様とのコミュニケーションにおける弊社からの説明の改善に繋げて参りたいと思います。

参照番号 ※弊社にて付番	本件資料における掲載頁	販売事業者様からの声	弊社からの回答
1.	32	アマゾンで融資を受けると、売上金の振込日が数日遅くなった。10日以内の支払いだったので規約に違反しているわけではないが、融資を受けると振込が遅くなるとは承知していなかった。このように、規約の範囲内だが、のちになって初めて知る事柄がよくある。中小の出店者は、DPFとの知識に圧倒的な差があるため、説明されないと事前に把握することが困難である。	販売事業者様への融資を行うサービスとして、過去にAmazon Lending というサービスがございましたが、こちらのサービスは2018年に終了しております。
2.	33	規約変更の事前通知はされているが、システムの変更などが事前通知が無く戸惑うことがある。	Amazon では、販売事業者様にご提供するサービスの向上のため、日々システムの改善等に取組んでおります。システム変更の中でも販売活動に重大な影響を及ぼすと判断したものについては販売事業者様への通知を行っています。他方で、細かい仕様の変更等についてまで販売事業者様に逐一通知を行うことは現実的ではなく、また、Amazonからの通知・連絡事項が膨大な数となり、販売事業者様が重要な連絡に気づきにくくなるという弊害も想定されるため、全てのシステム変更について通知を行うことはデメリットの方が大きいと考えております。
3.	33	手数料の 카테고리 を勝手に変えられてしまっており、清算の時に初めて気が付いた。	販売事業者様が出品する商品に対する手数料の カテゴリ の変更にあたっては、販売事業者様に適切な通知が送られるよう、プロセスの確認・見直しを行って参りました（定期報告書 26 頁（抜粋版におけるページ数。以下同じ。）。2024年8月2日付で経済産業省様から交付された Amazon の手数料 カテゴリ に関する勧告も踏まえ、今後もさらなる改善に努めて参ります。
4.	33	当社は、クリスマスやバレンタインの製菓材料など季節品を多く扱っている。商品の特性上、一時期のみに販売が集中することから長期で在庫を持つことができない。「低在庫レベル手数料」が導入されると、季節品を多く扱っている当社のような事業者にとっては非常に負担が大きい。FBA に在庫を多く入れたとしても、食品なので賞味期限を過ぎると廃棄のための「破棄手数料」がかかり、商品が売れ残れば「在庫保管料」も別途徴収される。どうやっても Amazon に多くの手数料を支払わなくてはならない。	販売手数料様からのご意見等も踏まえ、季節商品など需要の変動があり販売数の少ない商品については、一定の要件を満たす場合、「低在庫レベル手数料」の対象外となるよう、今年の6月から適用条件を一部変更いたしました。
5.	58	ブランド品の真贋の疑いがかかり、アカウント停止処分を受けた。アカウントを回復するために必要な書類を示されても、当社の場合に提出できない種類の書類にもかかわらず、それを伝えても定型文で要求される。何をどうしたらよいか分からない。	Amazon では、お客様や、権利者、及び善良な販売事業者様を保護し、ストアの信頼性を維持するために、権利侵害品対策の一環として、出品された商品が真正品であることを合理的に確認できる資料の提出をお願いする場合があります。要件を満たす資料をご提出いただけない場合には、

			当該商品の出品及び関連する措置の回復はいたしかねます。
6.	58	大量のメールが届くため、対応が必要なメールを見逃してしまい、回答が遅れてアカウント停止されたことがあった。	アカウント停止等に関するお知らせは、メールだけでなく、セラーセントラル上の「パフォーマンス通知」のページ上でもご確認いただくことができます。 また、2023年4月より、販売事業者様のアカウントが停止される場合、上記の既存のお知らせ方法に加えて、LINEによる通知も開始しました（定期報告書16頁）。 さらに、昨年度は、出品停止等の措置に関する弊社からの重要なメールに気がつかなかったとの販売事業者様のご意見等に基づき、販売事業者様宛ての所定の電子メール等のタイトルや文面を再度見直し、販売事業者様において電子メール等を見逃さずに必要な対応を採っていただけるように改善しました（同27頁）。
7.	58	相乗り販売していた商品が商標の不正使用という理由でアカウントがいきなり停止された。当該カタログは自身が出品する前から存在していたにもかかわらず、なぜ、当社だけアカウントが停止させられるのか納得がいかない。	同じ商品ページで複数の販売事業者様が販売されている場合であっても、権利者から特定の販売事業者様による権利侵害の申告が行われた場合等には、当該販売事業者様の出品のみが停止される場合があります。
8.	66	同じ購入者に繰り返しコピー品を返品をされたが、出店側には購入者が誰なのかわからないので、防ぐ手立てがない。また、DPFが返品された商品を受け取った際、中身の確認をきちんとせずに、そのまま受け取っている。	販売事業者様がFBAを利用されている場合、弊社は、物流拠点（フルフィルメントセンター）にて返品商品を受け取ると、所定のチェックリストを用いて返品商品の状態を確認し、適用される返品条件に従って、返金すべきか否か、及び返金額を決定します。確認にあたっては、商品の状態等から、返品理由との不一致が無いか、商品が再度販売可能かなど、可能な範囲で返品に問題が無いか確認するよう努めています。また、判断が困難なケースについては、より経験と能力を有する担当者により判断されるよう、プロセスも整備しています。 販売事業者様がFBAを利用して商品を販売され、購入者が当該商品を別の物にすり替えた上で返品したことが疑われる場合、販売事業者様において補填申請を行っていただくこともできます。詳細につきましては、セラーセントラルの「FBA在庫の補てんポリシー：購入者返品に対する補てん申請」のページ上の「購入者が購入した商品とは異なるものにすり替えて返品を行った場合（空箱の場合や主要品の抜き取りを含む）」にてご案内しております。 また、Amazonでは、購入者による不正行為についても、販売事業者を含む皆様からのご報告等も踏まえながら日々監視しており、悪質な行為を繰り返す購入者に対してはアカウントの停止等の厳正な措置を講じることもあります。
9.	66	購入者が出した返品リクエストに対して、amazon側が勝手に対応を決めることに本当に困っている。返品ポリシーに該当しないような内容でも返品されてしまう。例えば商品に落ち度が無いのに、「気に入らない」「思ったのと違う」という理由で返品される。開封されているものが戻ってきても、もう新品として売ることができないため、仕方なくアウトレット等で値下げ販売しなくてはならない。そのための手間・コストもかかる。送料も発生してしまい、損失が生じている。	Amazonでは、お客様が一貫した購買体験を得ることができるよう、返品条件についても、販売者を問わず、共通の返品条件を提供しています。そのため、販売事業者様にも、Amazonの返品ポリシーに従って返品・返金にご対応いただくようお願いしています。Amazonでは、原則として商品到着から30日以内の返品・交換を受け付けており、一部の場を除き、お客様都合による返品も認めております。開封済みと判断された場合には、お客様に商品代金（税込）の50%を返金しています。
10.	66	返品された商品に関する販売手数料が、アマゾンから出品者に返還されないのは不合理。	商品がご購入後に返品された場合、当該販売に関する販売手数料については、所定の返金手数料を差し引いた上で販売事業者様に返還しております。
11.	85	出荷通知は出荷当日に提出しなければならないが、土日、祝日などは対応できない。食品全般に関して、翌日以降の提出率が25%以上になった場合には、出品停止処分になるため、	出荷のタイミングは、販売事業者様において出品商品の出荷作業日数ないし注文締め時間の設定をご変更いただくことにより、ご調節いただくことができます。また、セラ

		厳しい措置であると感じている。	一セントラル上の初期設定では、土日祝日は販売事業者様の営業日から除外されており、注文から出荷までの日数の計算からも除外されます。土日祝日を出荷日にされたい場合、販売事業者様において設定をご変更いただく仕様になっております。
12.	85	販売許可や商標権違反に対する異議申立てにおいて、提出を要求された書面が、製品の性質、購入ルートなどから提出することができない場合に、代替手段を認めてもらえない。	前記 No. 5 への回答をご参照ください。
13.	85	商標権を持つ海外の事業者が作成したカタログに、医薬品の効能効果を謳う文言（日本では薬機法違反の可能性あり）が記載されていた。相乗り出品する際にリスクがあったため、薬機法違反の部分を削除してもらうためにブランド登録者に申し入れをしたいが、アマゾンではブランド登録者が誰なのか教えてもらえず、連絡できなかった。	Amazon では、ストア上で出品されている商品のカタログ上に不安全又は法令違反等の恐れがあることを発見された場合の報告窓口を設けており、お客様や販売事業者様を含め、どなたでもご利用いただけます。ご報告方法の詳細につきましては、「 <a href="#">不安全、不快又は法令違反の恐れがある商品の報告</a> 」にてご案内しております。カタログ上の記載について違反の疑いが確認された場合、当該商品は一旦削除され、該当の記載の修正や削除された場合には出品が再開されます。
14.	85	出品停止中も FBA の在庫保管料がかかる。	販売事業者様が出品された商品が出品停止となった場合、Amazon のフルフィルメントセンターに既に納品済みの商品については、在庫の返送手続きに関するご案内のメールを販売事業者様にお送りしております。返送手続きが行われるまでの間は、保管期間分の手数料がかかります。
15.	85	「適正な価格設定に関するポリシー」に基づき、価格の誤設定として出品が停止された。他の商品と価格を比較する際に、箱の有無などの商品の状態を確認することもなく価格を設定するのは不合理ではないか。	Amazon では、出品者の設定した価格に誤設定が疑われる場合、出品者に通知した上で一時的に出品を停止します。これは、例えば、出品者が誤って著しく低い価格を設定した結果、大量の注文が入ってしまい、結果的に大きな損失を受けることを防止するための仕組みです。この場合には、販売事業者様において、誤設定でないことをご確認いただければ、出品が再開されます。
16.	89	「アマゾン限定ブランド」プログラムに参加したが、手数料が割高になり、事実上、FBA での配送を強要された。	「Amazon 限定ブランドプログラム」は、販売事業者様へのマーケティング支援等を含む、任意でご参加いただけるパッケージプログラムであり、販売事業者様にもご参加にあたりその旨ご案内しておりました。
17.	89	実質的に FBA が強制されているが、FBA の煩雑なルールに対応できない事業者も多いと思われる。	FBA は任意のサービスであり、現に FBA を利用せずとも、Amazon で売上を拡大されている販売事業者様も多数存在します。また、検索順位の決定やおすすめ出品の選択等において、FBA 商品であるかどうかは、考慮要素となっていません。
18.	89	強制はされていないが、広告を出さないと露出がないので、事実上、強制のようなものである。ワンクリックされるごとに広告費がかかるが、実際にクリックされたのかどうか出店側は確認するすべがない。	スポンサー広告のクリック数は、広告主様にご提供しているレポート上でご確認いただくことができます。一例として、スポンサープロダクト広告の広告商品レポートにおけるレポート上の記載事由は以下のページでご案内しております。 <a href="https://advertising.amazon.co.jp/help/GYNVHW8R4QPYUS9H">https://advertising.amazon.co.jp/help/GYNVHW8R4QPYUS9H</a>
19.	89	昨今のレビュー環境の悪化を逆手に取るように、アマゾンに費用を支払い、無料で商品を提供することを条件にレビューを獲得する仕組み「Vine 先取りプログラム」をアマゾンが推奨している。Vine の参加は任意であるが、コメントなしで★1 の低レビューが入りうるため、高額でも Vine に登録せざるを得ない状況である。その点、楽天市場は、初めの 1~2 件のレビューは、十分な母数に達していないとして、検索結果の画面で非表示になるなど、目立たないようなケアがされていること、出品者がレビュアーの氏名など注文情報を特定できるため嫌がらせレビューが抑止されていること、そもそもコメ	Amazon は、ストアに寄せられるすべてのレビューが信頼でき、かつお客様の実際の体験を反映したものにすることを目指しています。Amazon Vine 先取りプログラムは、お客様に実際に商品を使用していただき、正直で公平な意見を反映した洞察に満ちたレビューをご提供いただくことを目的とするプログラムです。また、販売事業者様は、Amazon Vine に参加することで、販売している商品の認知度を高めたり、新規販売商品の売り上げを伸ばしたりすることも期待できます。販売事業者様において同プログラムにご参加いただいたとしても、レビュアー（Vine メンバー）か

		ントなしでのレビューができないこと等のケアがされている。	ら当該販売事業者様が出品されている商品に対する好意的なレビューが保証されるものではありません。 また、Amazon では、レビューの信頼性を維持するために、様々な取組みを行っています。例えば、1 人のお客様による、同一商品に対する複数の低評価のレビューや、競合他社の商品に対する、出品者による低評価のレビュー等を禁止しており、このような行為が確認された場合には、当該レビューの削除や行為者のアカウントの停止措置に加え、悪質な行為に対しては法的措置を採るなど、厳正に対処しています。
20.	111	管理画面が使いづらいと感じている。困りごとだけでなく、このような改善の要望を聞いてくれる窓口が欲しい。	Amazon のテクニカルサポートでは、改善のご要望も含め、出品サービスのご利用に関する販売事業者様からのご意見やお問い合わせを広く受け付けております。

## Amazon出品大学

## (添付資料 2)

すべてのトピックを  
閲覧する[< 【初級】 出品の準備をしよう](#)[< 【初級】 Amazonでブランドを販売しよう](#)[< 【初級】 商品の登録方法](#)[< 【初級】 販売価格を設定しよう](#)[< 【初級】 フルフィルメント by Amazon \(FBA\) を利用する方法](#)[< 【初級】 在庫と注文を管理しよう](#)[< 【初級】 商品やブランドの販売実績を分析して改善しよう](#)[【初級】 サンプルやクーポンなどの類](#)

## 学習内容をカスタマイズ

ご興味をお持ちのテーマをお聞かせください。おすすめのトピックをご紹介します。

**興味・関心をカスタマイズ**

## 出品者に人気



## 長期休暇前に行うべき設定

休暇に入る前に必要な設定を行ってください。関連する設定を行わず...



## マーケットプレイス配送サービス (ヤマト運輸)

自社出荷での配送を特別料金でご利用いただけるマーケットプレイス...

学習完了



## FBAで危険物を納品するには

1.危険物に該当する商品とは？  
2.FBAでは取り扱えない危険物 3...

学習完了

