

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)

2024 年 10 月 23 日 (追加回答)
アマゾンジャパン合同会社

質問番号 (※経済産業省様 による 2024 年 7 月 24 日付ご質問表に 対応)	ご質問	弊社からの回答
1-1	「出品・販売に関する重要な規約・ポリシー一覧」についての御社におけるモニタリング結果は、どのようなものだったでしょうか。その結果として、今後、当該ページ自体及び当該ページに掲載している規約について、どのように検討をしていられ	昨年 8 月の「出品・販売に関する重要な規約・ポリシー一覧」の公開当初は多数のアクセスがあり、その後アクセス数は落ち着きつつも堅調に推移しております。 弊社では、今後も同ページのさらなる周知に努めて参ります。今年実施した具体的な取組みの例としては、販売事業者様にお送りするメール内での同ページに関するご案内の追加や、セラーセントラル内の「ニュース」セクションへの

	やいますか。	定期的な再掲などがあります。また、同ページやその中に掲載している個別の規約等のページについては、販売事業者様による満足度等についても継続的にモニタリングを行っており、その結果に応じて内容の修正等も引き続き検討して参りたいと考えております。
1-2	ヘルプページの継続的なモニタリング・見直しについては、具体的に、御社において、直近ではどのような内容の見直しを行ったのでしょうか。	弊社では、ヘルプページに対する販売事業者様の満足度をモニタリングする取組を継続に行っています。前年度においては、この取組に基づき、ヘルプページの説明の論理的な流れを改善したり、説明を簡潔化したりするなど、26のヘルプページを見直しました（定期報告書 26 頁（抜粋版におけるページ数。以下同じ。））。
1-4	楽天の定期報告書中の「配送品質向上制度」に関する取組みにあるように、提供条件の変更を確定・開示する前ないし変更過程で、利用事業者の声を集め、それを提供条件の変更に活かしたことはございますか。ある場合には、提供条件の例・声を集めた方法・反映内容についてご教示いただけますでしょうか。	販売事業者様のご意見等を検討し、提供条件等の変更にあたり反映した一例として、本年 5 月から導入した低在庫レベル手数料の例がございます。こちらの手数料の導入については、2023 年 12 月 26 日の予告後、販売事業者様から、弊社のテクニカルサポートへのお問い合わせや、セラーフォーラム等の経路を通じて頂いたご意見等も踏まえ、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。なお、本件変更につきましては、セラーセントラルの「ニュース」セクション等でも販売事業者様にお知らせしています。 なお、低在庫レベル手数料の導入にあたっては、本年 5 月 1 日からの 1 か月間を移行期間とし、同期間内に徴収した低在庫レベル手数料については払い戻しを行うことにより、販売事業者様のご負担を軽減する方策をとっております。こちら、「ニュース」セクション等で本年 4 月に販売事業者様にご案内しております。

1-6	定期報告書（抜粋版）13 頁「(i) セラーセントラルへの必要な情報の集約」には、「規約やヘルプページについては、販売事業者様が知りたい内容がどこに掲載されているか直感的に分かるよう、セラーセントラル上で整理され」と記載されています。しかし、実際にプログラムポリシーを見てみると、パンくずリストを辿って前のページを見ても、元々見ていた表示の案内（リンク）はなく、サイトツリーが崩壊しているように感じます。例）「販売手数料の返金ポリシー」は「プログラムポリシー」の下階層にあるところ、「プログラムポリシー」のページには「販売手数料の返金ポリシー」へのリンクが掲載されていない など。このようなサイト構造についてどのように評価されていますでしょうか。	ご指摘いただきました「販売手数料の返金ポリシー」につきましては、「プログラムポリシー」のページに正しく表示されるよう修正いたしました。 その他のページを含むセラーセントラル上のサイトツリーの構造につきましても、販売事業者様への分かりやすさや見やすさ等の観点から、販売事業者様からのご意見等も踏まえながら、引き続き見直しを行って参ります。
1-7	定期報告書（抜粋版）14 頁に「販売事業者様の規約に対する満足度を向上させる専門チームの発足」とあり概要が記載されています。令和 4 年度定期報告書（抜粋版）12 頁にも同じ内容が記載されていますと	前年度においては、この取組みに基づき、ヘルプページの説明の論理的な流れを改善したり、説明を簡潔化したりするなど、26 のヘルプページを見直しました（定期報告書 26 頁）。

	ころ、具体的にその専門チームはどのようなことを実施しているのでしょうか。	
3-1	「Kaizen イニシアチブ」では、どのようなプロセスで事例を集め、検討しているのでしょうか。具体的に改善に役立てたものがあれば、その事例をご紹介いただけないのでしょうか。	「Kaizen イニシアチブ」では、販売事業者様への対応を改善するための専門チームが、販売事業者様からのお問い合わせに関する社内からのエスカレーション等を通じて集めた実際の相談事例を踏まえ、販売事業者様に対する対応の改善等の見直しを行っております。一例として、販売事業者様のご意見等や社内でのフィードバックを受け、FBA を利用して出荷された商品の返品にあたりお客様が「欠陥品・不良品」を選択された場合における当該返品理由の妥当性を精査するための確認経路を見直し、お問い合わせ担当者に周知することにより、オペレーションの改善に取り組みました（定期報告書 26 頁）。
3-2	偽造品に関するレビューの取扱いに関する現行の運用の見直しにあたって、利用事業者の声については検討されていますでしょうか。検討している場合、どのように声を収集していますでしょうか。	偽造品に関するレビューの取扱いに関する現行の運用を見直すにあたっては、テクニカルサポート等実際に販売事業者様から寄せられたお問い合わせの中から、他の販売事業者が同一の商品詳細ページにおいて偽造品の疑い等のある商品を出品しており、当該販売事業者から購入したと思われるお客様からのレビューの掲載についてお問い合わせをいただいた件を集め、内容とその原因を分析するなどの対応を行っております。
3-8	利用事業者が、苦情紛争窓口に申立てができるよう、窓口を周知徹底するためにどのような取組みを行いましたでしょうか。	Amazon では、販売事業者様宛にお送りするメールや、セラーセントラル上のヘルプページの中にお問い合わせ先やそのリンクを明記するなどして周知を行い、販売事業者様からいつでもご意見等をお寄せいただけるよう努めております。
3-10	定期報告書（抜粋版）21～2 頁の＜上記措置が適切かつ有効と考える理由＞の中で、テクニカルサポートに寄せられた苦情の	異議申立ては、(a) 反対の申立て、すなわち、販売事業者様が、出品停止等の措置につながった問題について承服しない旨を、当該問題が存在しないことを証明する証拠（新たな証拠を含む場合もあります）をもって示す場合と、(b)

	うち、約 30%がアカウント又は出品停止の措置を解除したとありますが、約 30%について異議申し立てを認めて、その判断を修正したという理解で良いでしょうか。解除された事例やその理由の例を示していただけますでしょうか。	販売事業者様が、出品停止等の措置につながった問題について認めるとともに、規約を理解し、今後これを遵守する意向を示す場合の2つの類型に分かれます（定期報告書 20-21 頁）。 例えば、上記 (b) に当たる事例として、販売事業者様が販売する LED ランタン等の電気用品の PSE マーク付近に、法令上求められる事業者名の記載がないことを確認し、出品停止措置をとりましたが、その後、販売事業者様より、措置を受けて新たに事業者名が記載されたことが確認できる写真及び映像、適合性検査証明書等の提出や、表示が不適切であったことの原因や改善策に関するご説明を受け、商品に適切な表示が付されていることの一定の確認ができたことから、出品停止措置を解除した事例があります。 また、上記 (a) でいう出品停止等の措置につながった問題が存在しないことを証明する証拠をもって示す販売事業者様による異議申立ての事例としては、モバイルバッテリーについて、商標権者からの偽造品販売の疑いがある旨の通知に基づき、商標権の有効性や商品ページ等を確認したうえで、出品停止措置をとったところ、販売事業者様より、正規品であることを示す資料の提出を受け、措置を解除した事例があります。
3-11	定期報告書（抜粋版）29 頁「テクニカルサポートは、問題を解決するため、必要に応じ、法務部やコンプライアンスチームなどの他の部署とも連携している」と記載されていますが、どのようなフローになっていますでしょうか。DPCD に寄せられる情報によれば、他と連携しているようには読み	Amazon では、担当者が手順書等のみでは対応することの困難なケースや事案が複雑なケースについて、販売事業者様へのお返事を差し上げる前に上席や法務部を含めた関連部署に相談できるような仕組みを構築し、そのような仕組みを活用するよう担当者にも研修等を通じて説明しております。もっとも、そのような社内の仕組みが十分に活用しきれていない場合もあるように思いますので、今後さらに原因の究明を含めた改善のプロセス等を通して、販売事業者様とのコミュニケーションの質の向上に努めて参りたいと考えております。

	取れない（テクニカルサポートからは、出品者に対して、テクニカルサポートには権限がない、他の問い合わせ窓口はない、他に確認する術はないといった回答でシャットダウンされてしまっている。同趣旨の利用事業者の声として第1回会合事務局資料1-1 111頁参照。）ので、機能していないのではないかと懸念しておりますが、このようなテクニカルサポートの回答についてどのように評価しますか。また、問題があるとお考えの場合にはどのような対応が考えられますか。	
3-12	定期報告書（抜粋版）5頁（1）「①苦情について」に、出品者が、「出品停止等の措置」の対象となった場合には、特定の問題について解決方法の相談ができると記載されていますが、「特定の問題」とは何を指していますでしょうか。なぜ、特定の問題に限定しているのでしょうか。	「特定の問題」とは、販売事業者様から弊社へのお問い合わせのきっかけとなった問題のことを指しており、販売事業者様のご相談可能な内容を弊社において限定する趣旨ではございません。
3-13	定期報告書（抜粋版）6頁（3）「①苦情について」に、苦情処理に要した期間が14.46日と記載されていて、昨年度の期間6.1日から倍以上増えています。どのよ	弊社では、2023年9月に「アカウント健全性評価」のリニューアルを行うにあたり、販売事業者様が未解決の規約違反に積極的に対応し、アカウントの健全性を維持または改善できるよう、リニューアルを行う90日前からプレビュー期間を設けるとともに、未解決の規約違反により今後アカウント停止のおそ

	うな理由によるものでしょうか。	れのある販売事業者様に対する事前のご連絡等を行いました。その結果、アカウント停止措置を回避するため、規約違反に基づく個々の出品停止措置に対する販売事業者様からの異議申立てが一時的に増加しました。当該異議申立てにあたっては、措置の原因となった問題が存在しないことを証明する証拠（新たな証拠を含む場合もあります）の提出等が求められるところ、当該証拠の提出等に販売事業者様において時間を要したことなどが苦情処理に要した平均期間が延びた主な要因と考えております。
3-14	定期報告書（抜粋版）11 頁「(iv) お問い合わせへの迅速かつ適切な対応のための教育」に、「お問合せから 14 日を超えて継続しているケースについては、より経験豊富な担当者が精査」すると書かれていますが、具体的にはどのようなフローでしょうか。定期報告書（抜粋版）によれば、苦情処理の平均処理期間は 14.46 日とのことですが、仮に苦情 69,107 件のうち半数が平均以上の期間を要したとすると、約 35,000 件が当該説明のような対応がなされたということになりますが、そのような理解で間違いはないでしょうか。	2023 年度において、苦情（69,107 件）の処理に要した期間は平均すると 14.46 日ですが、このうち、約 37.5%は 24 時間以内に、約 48.9%は 3 日以内に解決しています（定期報告書 6 頁）。そのため、苦情のうち半数が平均以上の期間を要していたというものではございません。 14 日を超えて継続しているケースをより経験豊富な担当者が精査する取組み（定期報告書 11 頁）につきましては、2023 年 6 月から新たに開始した取組みであり、中でも特に長期化しているケースから優先的に精査を進めております。
4-1	自社・関係会社の優遇はない旨のご報告をいただきました。定期報告書を作成するにあたり、自社優遇がないことを確認した内	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

	容・部署を、ご教示ください	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、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。
4-2	販売手数料は、貴社（関係会社の場合にはグループ企業全体）にとっては内部で資金が循環するだけで実質的な負担はゼロであるとも考えられます。このような考え方を前提とすると、サードパーティセラーと異なり、販売手数料の分、商品代金を抑えることができるため、貴社の販売している商品はおすすめ出品に載りやすい、検索結果の順位が上位になりやすいことになる結果になると思われます。そこで、このような構造的な優位性について、①マーケットプレイスの立場を有していることとの関係でバランスをとっているか否か、②とっている場合にはその方法をお教えください。このような構造的な優位性は、FBA	Amazon は、Amazon. co. jp のサイトの開発及び運営（例えば、Amazon. co. jp ストアの立ち上げやストアへのトラフィックを向上させる仕組みなど）、サービス・機能の拡充（例えば、カスタマーサービスなど）等にこれまで多額の投資を行っています。また、Amazon 出品サービスの立ち上げ及び運営（例えば、セラーセントラルの開発、倉庫の拡充、FBA の導入など）、販売事業者様向けのサービス・機能（例えば、テクニカルサポートの運営や販売拡大のための広告その他のツールの開発など）の拡充等のためにも、Amazon は多額の投資をしています。 もっとも、Amazon マーケットプレイスは、販売事業者様が利用できる様々な販売チャネルのひとつに過ぎず、オンラインマーケットプレイス事業は、常に激しい競争に晒されています。Amazon 出品サービスを利用する販売事業者様においても、他のオンラインモールや自社サイトなど様々な販売の選択肢があり、実際に他のオンラインモールでも出店されている販売事業者様も多数存在します。そのため、販売事業者様へのサービスの提供に当たっては、販売事業者様にとって利用可能な他の販路と比較しても適正な料金設定となるように

	など貴社の有料サービスの場合についても同様に当てはまると考えられますので、同様に①②をご回答ください。特にバランスをとる措置をしていない場合には、実質的な自社優遇ではないかとも考えられるところ、どのような評価をしているかご回答ください。（商品価格が下がることは消費者にとってメリットであるといえますが、そのようなビジネス上の判断ではなく、透明化法の自社優遇に関する開示義務や、競争者に対する取引妨害等（独占禁止法）との関係での評価をお伺いする趣旨です）。	努めています。 例えば、FBA を例に説明させていただくと、FBA の主なサービスは、商品の保管・発送・配送、及びカスタマーサービスです。販売事業者様は、FBA 以外の方法（自社出荷）で配送を行うことも可能であるため、FBA の料金設定に当たっては、FBA 以外の配送方法に対する競争力を保つため、販売事業者様が自社出荷する場合に負担されるであろう配送料の費用などを参考に、販売事業者様にとって利用しやすい料金体系となるよう努めています。
5-2-1	「異議申立を行わない場合は、売上金が留保された日から 90 日が経過した後、別途 disbursement-appeals@amazon.co.jp に連絡することにより、売上金の支払いを申請することができます。」と規約に書いてあるが、留保期間が終わったあとも同アドレスに連絡しないと売上金が振り込まれないということでしょうか。それとも、調査継続の必要により延長の決定がなされた場合でも、同アドレスに連絡をすれば売	売上金留保は原則としては 90 日間行われますが、例外として、アカウントの停止を伴わない比較的軽微な違反に伴う売上金留保等については、90 日より前に、かつ、販売事業者様による申立ての手続きを要せずに、一定期間の経過をもって留保を解除する場合があります。 また、原則通り 90 日間の売上金留保が予定されている場合であっても、90 日より前に、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が行われ、その原因となった行為が行われていなかったことが確認できた場合、または当該原因が解消された場合には、当該 90 日の留保期間内であっても迅速に売上金の留保を解除しています（定期報告書）。このような販売事業者様による申立てが行われず、90 日間が経過した後も、引き続き売上金留保

	上金の全部または一部の支払いを受けることができる可能性があるということでしょうか。同条項の趣旨を明確にしてください。	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を行うことができますが、それに加えて、販売事業者様において所定の連絡先にご連絡いただき、改めて売上金留保の解除のみを申し立てていただくこともできます。 なお、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、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。
5-2-4	定期報告書（抜粋版）19 頁「(x) 販売事業者様との措置に関するコミュニケーションの改善」の「通知内容の明確化」に留保期間を記載した通知を送付していると書いてありますが、どのように記載しているのか、記載内容をお示しください。	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。
6-1	出店者が自ら返品条件を定める場合であっても、購入者からの無理な返品であっても、レビューが悪くなるため、仕方なく受け入れているといった声があるところです。無理な返品に対して毅然とした対応をとった結果、レビュー等が悪化することを防ぐための取組みなどはとられていますか。仮にとられているとしても、このような出店者の声があること踏まえ、追加的な取組みや措置を検討されていますでしょうか。	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。 また、Amazon では、返品を含め、購入者による不正行為についても、販売事業者様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ございます。返品に関する本件のようなご指摘を踏まえ、善良な販売事業者様を保護するための対策についてさらに検討して参りたいと思います。

	うか。	
6-3	2022 年度のモニタリング・レビューにおいて「販売事業者様も Amazon 自身も、同一の商品は同一のページで販売する仕組みを採用したり、原則として、同一商品には同様の返品条件が適用されるようにしている」と伺いました。詐欺的な取引に関連した消費者からの返品要請について、御社の自社販売商品の場合と利用事業者が販売している商品とで、返品可否にかかる認定（ないし、当該消費者の排除）は同等に行われていますか。	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。販売事業者様による自社出荷の場合、一義的には上記返品ポリシーに則り販売事業者様において返品可否をご判断いただいております。また、FBA における返品可否に係る認定においても、自社販売商品と販売事業者様による販売商品とで Amazon が区別することはございません。さらに FBA を利用して販売事業者様が販売された商品につき、例えば購入者により商品のすり替えが行われていた場合など、購入者の返品理由や実際の返品商品に問題があった場合には、関係資料とともに異議申し立てを行っていただけましたら、Amazon において再度調査を行っています。
7-3	無在庫転売、不正注文などの不正行為に関し、利用事業者・消費者に開示している規約を示していただけますでしょうか。	不正行為を禁止する旨の規約等は多岐に亘りますが、販売事業者様向けの総論的な規範として、「出品者利用規約および出品者行動規範」、「出品者の禁止活動および行為、ならびに遵守事項」を定めており、さらに「Amazon 偽造品の取り組み」や「不適切な在庫の調査に関するポリシー」（Amazon フルフィルメントネットワークを通じた違法商品等の販売を禁止するもの）など、個別のポリシーにおいて禁止事項の詳細について説明しています。また、消費者向けの規範として、「Amazon. co. jp 利用規約」がございます。
8-1	相乗り出品に関し、ポリシーに沿わないレビューが掲載された場合には、そのようなレビューを当該ページから削除するようプロセスを構築されていると認識してい	Amazon では、真正な商品の詳細ページに偽造品に関連する否定的なレビューが投稿されていることが確認された場合など、弊社のポリシーに沿わないレビューが掲載された場合には、そのようなレビューを当該ページから削除するようプロセスを構築しています。もっとも、偽造品に関するレビューであること

	ます。一方、引き続き、利用事業者から相乗り出品に関する声があるのは、どのような理由によるものと分析されていますか。 また、大臣評価後に調査等をされましたか。	が確認できない場合や、それらの確認のために時間を要する場合などもあることから、レビューが引き続き商品ページに掲載されていることについて販売事業者様からご意見をいただいているケースがあるものと考えております。Amazonでは、引き続き、真正ではないレビューが表示されないよう、偽造品に基づくレビューなどを検知・特定する精度や速度の改善を進めて参ります。
8-2	「令和5年度大臣評価を受け、当該プロセスが確実かつ迅速に実行されるよう再確認している。」とのことですが、具体的に、どの部署に対し、どんな情報の確認されたのでしょうか。	8-1への回答をご参照ください。
9-1	「出品・販売に関する重要な規約・ポリシー一覧」の「1. アカウント停止・終了、出品停止」において、アカウント停止等に至る可能性のある行為と、それぞれに対応するポリシーが記載されていますが、「(これらは代表例であり、これらに限定されるものではありません)」とも注記されています。また、実際、「出品者利用規約および出品者行動規範」にもアカウント停止事由が記載されているところですが、アカウント停止、出品停止などの事由すべてが一覧になっているページはありますか。	「出品・販売に関する重要な規約・ポリシー一覧」においては、アカウント停止・出品停止との関係で特に重要と考えられる規約を掲載するなどして、販売事業者様への関連規約の周知に努めております。 「出品者利用規約および出品者行動規範」や「出品者の禁止活動および行為、ならびに遵守事項」などにおいても販売事業者様に対する禁止事項について総論的にご説明しておりますが、出品活動の場面や出品される商品の種類等に応じて禁止事由は多岐に亘ることから、Amazonでは、トピックごとに販売事業者様向けのポリシーやヘルプページを設ける形で禁止行為の例示等を挙げつつ詳細をご説明しております。 他方で、販売事業者様に対する予見可能性を高めるために、アカウント健全性評価においては、スコアによりアカウント停止となるリスクの有無をお示するとともに、具体的な違反内容等についてもご説明しております。

9-2	規約、ガイドラインの構造が複雑であると捉えています（例：手数料の下の階層に、出品制限の説明がある）。このような構造になっている理由をご教示いただけますでしょうか。 セラーセントラル ヘルプ > 規約、ガイドライン > プログラムポリシー > Amazon出品サービスの手数料 > カテゴリー、商品、出品の制限事項	弊社では、その他のページを含むセラーセントラル上のサイトツリーの構造につきまして、販売事業者様への分かりやすさや見やすさ等の観点から、販売事業者様からのご意見等も踏まえながら、引き続き見直しを行っております。
9-3	「当該情報提供により、虚偽、詐欺、または違法な活動の捜査・防止の妨害や防御的措置を迂回可能にすると Amazon が信じる理由がある場合」に通知の例外を定めているかと思いますが、透明化法で定めるとの例外事由に該当すると考えていますか。	ご質問で引用いただいている部分は、「Amazon サービスビジネスソリューション契約」第3条における、サービスの停止又は終了に関する定めと理解いたしましたが、Amazon が販売事業者様に対してサービスを停止又は終了するにあたっては、基本的に販売事業者様にアカウントを停止する旨とその理由について通知を行っております。
10-3	現在提供している各種有料サービスによって、社会全体の取引コスト（営業費・広告費など）の削減につながっているといえるか否かという観点についても考慮されていますでしょうか。している場合には、どのサービスについて、利用事業者に対し、どの程度のコスト負担を求めることで、トータルでどの程度の社会的コストの削減につながる、などの見込みを考慮されているか等具体的にご教示いただけますでしょうか。	社会全体の規模における取引コストの削減という観点から具体的な試算や検討は行っておりませんが、Amazon が提供する有償サービスご利用いただくことにより、販売事業者様ご自身において同様のサービスを利用される場合のコストよりもご利用いただきやすい料金となるよう努めております。

10-5	プラットフォーム提供事業者が発送・配送サービスを垂直統合して提供する際に、①無料かつ当該発送・配送サービスを用いている利用事業者の商品をおすすめとして消費者に対して優先表示を行うことや、②在庫を留め置くことを条件とする一方、他の e コマースプラットフォーム等への発送・配送を提供しない、または、手数料を徴収する場合があります。①のおすすめ表示の条件において、同等の質を持つ他事業者による発送・配送サービスを利用することが排除されていない場合においても、利用事業者の目線では、他の発送・配送サービスを利用した場合におすすめ表示の維持が認められるかが不透明であったり、また昨今の日本国内の物流市場の状況からして要求される同等な質の発送・配送事業者を低コストで、見出すことが困難なことなどから、プラットフォーム提供事業者の配送サービスが唯一の選択肢となることも考えられます。①単独又は②とも相まって、こうしたことは、他の e コマースプラットフォームとの競争や他の発送・配送事	FBA は販売事業者様ご自身のご判断でご利用いただける任意のサービスであり、また、FBA を利用いただく出品者様において FBA 在庫を使用して、自社のウェブサイトやその他の e コマース販売経路など、注文が行われたあらゆる場所から商品を出荷できるマルチチャネルサービスを利用するかどうかは販売事業者様の任意です。FBA の料金は、販売事業者様が自社出荷される場合の費用に比べてもご利用いただきやすい料金になるよう努めています。 また、Amazon.co.jp 上での「おすすめ出品」は様々な考慮要素を総合的に考慮して選択されており、主要な考慮要素は、「おすすめ出品」のページに記載の通りであり、FBA の利用の有無は考慮要素ではありません。 さらに、日本国内においては、日本郵便、ヤマト運輸、佐川急便など低コストで高い品質の配送を提供する事業者が複数存在するものと理解しております。
------	---	---

	業者との競争環境に影響を与える可能性があります。このような観点も踏まえて、プラットフォームの提供条件について管理されていच्छゃいますでしょうか。	
11-1	2022 年度のモニタリング・レビューにおいて、「弊社は、プライベートブランド商品の発売に関する意思決定において、競合の小売業者が提供するプライベートブランドや業界誌等で取り上げられているトレンド等の公開情報を含む多くのデータソースから取得したデータを使用するが、販売事業者様の固有のデータを使用することはない。一方、集計データは、正当な事業目的（例えば、販売事業者様へのアクションの推奨、分析の内容を向上させる目的等）のために有益であり、データ保護ポリシーにおいても、原則として弊社内で利用可能とされている。」と説明がなされたが（2022 年度第 3 回資料 3 16 頁）、このような使用目的は、提供条件として開示されていますか。	データへのアクセスのページで説明されています通り、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、弊社は、集計データを出品者に提供する推奨事項（Amazon 出品コーチ）や分析を強化するために使用するほか、購入者と出品者を保護するために、詐欺的行為を検知するシステムにも使用します。さらに、弊社は、一定の期間における購入者の需要が高いカテゴリーや商品を特定し、Amazon のビジネスにおける健全性の把握及び管理し、購入者や出品者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ためにも、集計データを使用します。
11-2	また、「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	11-1 への回答をご参照ください。

	固有データを使用することではなく、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。」（同）との説明もなされているが、「お客様のお買い物体験をより良くするため」とは具体的には例えばどのような内容を指していच्छいますか。	
11-3	6月20日付で、商品名、商品仕様、商品説明項目の内容が人工知能（AI）によって生成されるツールがアナウンスされているところ、機械学習に使用されるデータセットに、利用事業者が入力した「商品等に係るデータ」（透明化法5条2項1号二）は含まれますか。含まれている場合には、その旨が開示されていますか。	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は、販売事業者様が商品登録にあたって入力された情報を含め、開示済の「Amazon サービスビジネスソリューション契約」、「Amazon.co.jp プライバシー規約」、「データへのアクセス」等に定める範囲内でデータを取得及び利用しております。
12-1	定期報告書には最恵国待遇を求めている旨の記載がなされています。一方、一般利用者に対しておすすめ表示を伴って商品を表示できるか否かが、そうでない場合と比べて、顧客獲得の観点から非常に大きな差がある場合には、おすすめ表示となる条件として、価格や配送の品質の面で他のeコマースプラットフォームと比べて同	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、お客様は最適と思われる出品を容易に見つけることができます。この仕組みは、お客様により良いお買い物体験を提供し、お客様の信頼を獲得し、お客様にその後もアマゾ

	等または優れた水準を求めることは、利用事業者の目線からは最恵国待遇を要求することと捉えられる可能性もあります。こうした可能性も踏まえ、最恵国待遇を要求していないことを確認されてますか(されている場合は、確認する際に関係した部門・部署や情報・データなどをご教示ください)。	ンのストアを訪れていただくことに寄与しており、販売事業者様にとっても有益であると考えています。 弊社では、最恵国待遇条項を販売事業者様との間の契約書から撤廃し、また、従業員に対するトレーニングを実施しました。また、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。
12-3	経済産業省の実施した利用事業者に対するアンケートでは、2018 年以降、最恵国待遇の要請を受けたことがあるとの回答が 15～18%ありました(資料 1—1 114 頁)。これはどのような原因によるものと考えられますか。(例：透明化法が施行されるまでは要求していた、●●の制度を最恵国待遇と誤解していると思われるなど)	12-1 への回答をご参照ください。
14-1	消費者から取得する情報として列挙されている情報のうち、マーケットプレイス取引の過程で取得する情報(注文に関する情報)に含まれる情報はどの情報でしょうか。	お客様によるご注文の際に Amazon が取得する情報としては、ご注文日時、注文された商品名、商品の個数、ご注文者様及び配送先として登録された方の氏名、住所及び電話番号、支払情報、支払金額等がございます。
14-2	上記の情報のうち、どの情報が出店者に提供される情報に含まれていますか。	前記 14-1 の回答に記載した情報のうち、ご注文日時、注文された商品名、商品の個数、支払金額については、商品を販売された販売事業者様にもご提供し

		ております。Amazon では、個人情報保護等の観点から、FBA を通じた販売の場合、データの提供が法律で義務付けられている一部の商品の販売の場合を除いて、ご注文者様や配送先として登録された方の氏名・住所の詳細については、販売事業者様に開示しておりません。
15-1	提供条件に記載されていない取引に関する行為をしていないことを、どのように確認されましたか。(確認手法、確認した部門・データなど)	提供条件に記載されていない取引の実施要請等、販売事業者様に対して、特定の商品やサービスの購入を強制してはならない旨を含むトレーニングを実施しています。提供条件に記載されていない取引に関する行為をしている旨の懸念があれば事実関係を確認の上、透明化法に基づく開示の要否を検討します。
15-2	営業担当者などが提供条件に記載されていない取引の実施要請をすることがないよう、どのように担保されていますか。	15-1 に対する回答と同様です。
15-3	公正取引委員会の「デジタル・プラットフォームの取引慣行等に関する実態調査報告書(オンラインモール・アプリストアにおける事業者間取引)」(38 頁)によれば、「オンラインモールに出品されている商品の画像等の表示を一律の構図にするよう変更作業を強いられる」ことなどの作業要請が利用事業者の声として取り上げられているところ、現在は、このような作業要請は行われていないという理解で問題ないでしょうか。	Amazon では、お客様に正確で役立つ高品質な画像が表示されるよう、画像に関する形式的要件を定めています(例えば、メイン画像には、商品 1 点のみと、購入品に含まれるすべての付属品を表示すること等)。販売事業者様においてアップロードしようとする画像が形式的要件を満たしていない場合には、要件に合わせて Amazon が画像の位置を変更したり、画像を修正したりすることなどがあります。

16-1	異議申立てにおいて、「警告の記載事項に対応しても、拒否される場合が多く、そして拒否される理由もよくわからない。」といった声もありますが、出店者が提出した書類が要求している項目を満たしていない等の事情がある場合に、満たしていない事項・理由を具体的に指摘していますか。また、指摘をしても改善できない場合（利用事業者の怠慢などではなく、利用事業者の取引の構造上取得できない情報・書類が必要な場合など）に代替する書類などの案内を柔軟に対応されていますか。対応がされている場合、具体的な内容を説明していただけないでしょうか。	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、販売事業者様に一定の要件を満たす書類のご提出等をお願いする場合がございます。例えば、文字が不鮮明であるなどといった書類の不備等については販売事業者様にお伝えするようにしております。他方で、詳細な情報を開示することにより、迂回による不正行為を招く恐れもあるため、お客様の保護とのバランスを考慮しつつ対応しております。真摯に対応を改善されようとしている善良な販売事業者様に対してご不便が生じることのないよう、今後も事案に応じて可能な限り販売事業者様に対して丁寧に理由をお伝えできるよう努めて参ります。 また、ご提出いただく書類の種類につきましては、例えば、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等については、保護すべき権利の重要さに鑑み、所定の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。他方で、その他の類型においては、事案の性質やご事情等に応じて例外的に代替の書類を認める場合もございます。
16-2	開示例のメール以外に開示方法がある場合には、その方法をご教示ください。	販売事業者様に対してアカウント停止等の措置が講じられた場合、メールでのご連絡に加え、セラーセントラル上の「パフォーマンス通知」上でもお知らせをお送りしております。
17-1	「対応しないと、アカウントが閉鎖され、売上金が恒久的に留保される」は、売上金留保のポリシーのどの部分に対応するものでしょうか。（恒久的な留保などは、ポリシーと整合的でしょうか）	定期報告書の別紙 1 として添付した、法令違反の商品等の販売を禁止する制限対象商品の規約に基づく、出品停止に関する通知文の例に関するご質問と理解いたしました。売上金留保に関するポリシーでは、「出品者のアカウントが虚偽行為、詐欺的行為、違法行為を行う目的や Amazon のポリシーに違反する目的で利用されているものと Amazon が判断した場合〔中略〕」には、当該問題の

		ある行為がなかったことが確認されるまで、売上金が留保」される旨を定めておりますところ、別紙１では、販売事業者様において出品された制限対象商品について適切にご対応いただけなかった場合には、違法行為を行う目的でアカウントが利用されていること等を理由に売上金の留保が継続する可能性もあることをご説明しております。
17-3	開示例のメール以外に開示方法がある場合には、その方法をご教示いただけませんか。	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。 また、販売事業者様により売上金留保に対する異議申立てが行われた場合、販売事業者様に対しては、当該申立てについてメールでご連絡しておりますが、セラーセントラル上の「パフォーマンス通知」のページ上でも同じ連絡内容をご確認いただくことができます。