

モニタリング会合の質問に対するご回答 (楽天)

1. 国内管理人について【Amazon 様向け】

Q1-1. 御社における国内管理人についてお伺いします。国内管理人は、利用事業者その他の関係者と緊密に連絡を行うための必要な業務を行う者です。利用事業者その他の関係者と御社においては、様々な場面でコミュニケーションされていると思います。御社において国内管理人はどういった業務をされていますでしょうか。

Q1-2. 御社における国内管理人と他部門との連携状況についてお伺いします。利用事業者その他の関係者と御社におけるコミュニケーションにおいては、取引やアカウントなどの状況を確認することや必要に応じた対応（例：アカウントの復旧）を行うことがあると思います。こうした連携のため、御社内で一定の取り決めや慣習、国内管理人がリーダーシップを発揮するための組織的な仕組みがあれば、ご教示いただきたいです。

Q1-3. 上記 Q1-1 及び Q1-2 でご回答いただいた業務や御社内での連携における障害や困難があればご教示いただきたいです。また、国内管理人の業務に係るレビューや今後の取組み予定があれば合わせてお伺いできますと幸いです。

(参考) オンラインモール分野 2024fy 大臣評価における関連する記載

Amazon 及び楽天に対して、透明化法第7条第3項第4号・9条第1項第4号、指針2. 3①②に基づき、次年度の定期報告書において、国内管理人が行った施策に加えて、上記のような是正権限や調査権限の有無・内容を報告すること、仮にこれらの権限がない場合には十分に職務を果たすことができると考える理由を記載することを期待する。(p. 121)

2. 一般利用者や利用事業者から提供のあった情報の活用状況について【Amazon 様向け】

Q2-1. 御社における一般利用者や利用事業者（以下、両者合わせて、利用者と呼びます。）から提供のあった情報の活用状況についてお伺いします。利用者から提供のある情報は、御社と利用事業者との取引環境の改善、特に、不正への対応を迅速に行うことや仕組みを改善することに有用と考えられます。現在、御社において、利用者からの情報提供や苦情を端緒した、個別案件の内部でのご調整やご対応は、どのような部門が連携する仕組みで運用されているのかについて、お伺いできますと幸いです。

Q2-2. 利用者からの情報提供や苦情を発端とした対応においては、一般利用者及び利用事業者の双方に関わることも少なくないと考えられます。御社では、一般利用者からの情報提供を受けたり対応を行う部門と、利用事業者からの情報を受けたり対応を行う部門の間での連携は、どのように進められていらっしゃるのか、また、こういった課題や困難があるのか、お伺いできますと幸いです。

Q2-3. 個別具体的な事情を背景しそれぞれの利用者から情報提供や苦情が御社に寄せられていると思いますが、多数の利用者からのそうした情報提供や苦情を比較すると、共通する内容や傾向が見えてくることがあると考えられます。御社において、そうした情報提供や苦情をど

のように分析しているのか、また、そうした分析における課題や困難があればご教示いただきたいと考えております。

Q2-4. Q2-3 における分析結果の中で共有していただけるものがあれば共有いただきたいです。また、その場合、透明化法に基づく大臣評価において議論しているテーマとの関わりのあるものがあれば合わせてご教示いただきたけますと幸いです。

(参考) オンラインモール分野 2024fy 大臣評価における関連する記載

- 特定デジタルプラットフォーム提供者各社において、大臣評価で取り上げた論点ごとに苦情（楽天・LINE ヤフーは苦情の範囲を限定しているため、苦情の定義に該当しない「相談」も含む）の件数を、例えば、規約の中で用いられるキーワードでの検索を掛けるなどして合理的に集計・分析し、定期報告書（様式2）の2（5）にその結果を記載することを求める。なお、次年度の定期報告書については、集計の仕組みが出来ておらずリアルタイムの分類ができていないと考えられることから、集計対象期間については合理的な範囲で設定することが考えられる。（p. 97）
- Amazon に対しては、本年度のモニタリング会合で取り上げた利用事業者の声を踏まえ、自身に寄せられている相談・苦情事例を分析した上で、その課題を解決するための運営の見直すことを期待する。（p. 100）
- Amazon に対し、法第7条第3項第3号、省令第14条第4項、指針2. 2. 1①②の趣旨に鑑み、次年度の定期報告書において、カタログの編集権限に関する考え方・仕組み、修正依頼をした場合のフロー、これらの利用事業者への開示状況、並びに、上記のような問題について自社に寄せられている利用事業者の声を分析した結果を踏まえた対応策（仕組みの見直し、又は、仕組み自体に問題がないのであれば開示内容の充実など）を報告することを期待する。（p. 128）

3. 提供拒絶の措置への異議申立てなど明らかな苦情を計測する取組みについて【楽天様・LINE ヤフー様向け】

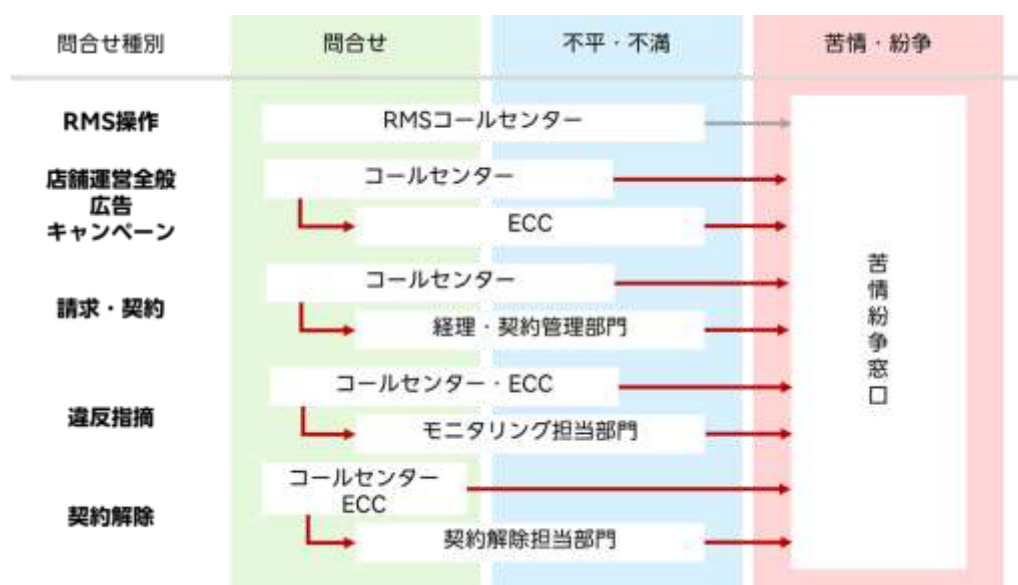
Q3-1. 苦情や相談は、利用事業者と御社との間の様々な課題が表面化したものである可能性もあり、その件数は御社のプラットフォームの透明性・公正性の水準を検討する上で指標のひとつと考えております。こうした件数は、どういった苦情や相談をどういった基準でカウントするのかに依存するため、単純に絶対値として件数が多い・少ないで直ちに透明性・公正性の水準を表すものではないとも考えています。一方で、苦情や相談を把握することは、個々の案件の解決や運営改善を行う仕組みの基礎的部分と考えており、苦情や相談の件数はこうした仕組みが十分に機能しているのかを検討するレンズと考えております。こうした観点から御社における苦情を計測する取組みについて伺います。御社では、苦情や相談をどのようなチャネルで受け付けていますか伺いできますでしょうか。特に、提供拒絶の措置への異議申立てなど明らかな苦情はその内、どのチャネルで受け付けているのか伺いできると幸いです。

(回答)

楽天市場において、苦情とは「①楽天市場への出店に関する当社の行為（作為または不作為）によって、出店契約上の地位やサービス利用に支障が生じ、店舗運営に具体的な経済的損害が発生した場合で、②規約・ガイドラインの公正な適用によって解決可能なもの」と定義しております（<https://www.rakuten.co.jp/ec/digitalplatform/>）。

そして、苦情や意見は（以下、苦情のほか、問合せ、意見、不服をあわせて「苦情等」という）、出店事業者から苦情等が苦情・紛争窓口へ直接提出されるほか、別途チャネルとしてEC コンサルタント、コールセンター、規約等違反对応窓口、契約解除窓口の各チャネルに提出されることがあります。その上で、苦情等の中から、「苦情」に該当する問い合わせが含まれていた場合、苦情・紛争窓口へエスカレーションされる仕組みとなっております（詳細な仕組みは下図参照）。

なお、提供拒絶措置への異議申立てについて、契約解除通知書に申出先を記載しておりますが当該窓口への申立てに限定しているものではありません。解除通知を送付した通知書記載の契約解除窓口、規約等違反对応窓口のほかにも、コールセンターや担当のEC コンサルタントへ直接申出を行うことが可能となっております。また、苦情・紛争窓口へ直接申出も可能となっております。



※上図の「不平・不満」とは、出店事業者の不平や不満に基づく意見や不服の申出を指します。

※設問に記載のある、「相談」については、出店事業者からの苦情を除く問合せ、意見、不服と指すものと整理しました。

Q3-2. 利用事業者からの苦情や相談は、メールや電話、また、営業担当との会話など様々な形で寄せられる可能性があります。このため、組織としての記録としても様々な方法で残され、管理され、分析されると推測されます。こうしたことも踏まえ、Q3-1でお伺いしましたチャネルごとに、御社においてはこういった情報の粒度や性質が寄せられ、また、記録され、またそういった情報はどのように管理されているのか、苦情や相談の件数のカウントという観点も踏まえて、差支えない範囲でご教示いただけますと幸いです。

(回答)

1 EC コンサルタント、コールセンター、規約等違反对応窓口、契約解除窓口について

利用事業者からの苦情等については上記 Q3-1 で示したとおり、苦情等は出店事業者から苦情・紛争窓口へ直接提出されるほか、別途のチャネルとして EC コンサルタント、コールセンター、規約等違反对応窓口、契約解除窓口に提出されます。コールセンター、EC コンサルタントに対しては、一次的なカウンターパートとして苦情以外にも問合せなど多様なものが寄せられますが、苦情に該当するような申立てについては EC コンサルタント以外の窓口（苦情・紛争窓口、規約等違反对応窓口、契約解除窓口）に申し立てられることを想定しています。

これらに寄せられる情報の粒度等については、コールセンターでは単なる問い合わせを除き、苦情、クレーム、意見、要望に分類され、データベースに記録化されており、その具体的な内容について確認、集計可能な状態でデータが保存されています。なお、この中から、「苦情」に該当するものは苦情・紛争窓口のエスカレーションされることとなります。

契約解除窓口及び規約等違反对応窓口については、解除通知書等の相談先として記載されていることから、送付した通知書について問い合わせ等の連絡が来ることとなります。寄せられた情報は、ここでも同様に分類されデータが保存されています。

なお、本年度は、苦情以外の部分（クレーム、意見、要望）についても、苦情・紛争窓口において、上記各窓口のデータ内容を集め、全件入力内容の分類に誤りがないか確認のうえ分類ごと（苦情、その他）の件数の集計を行っております。

2 苦情・紛争窓口について

なお、苦情・紛争窓口については、上記 Q3-1 で示した「苦情」のほか「紛争」に該当する申出の受付を想定しているものの、一部これ以外の意見や要望も提出されています。申出が提出された場合、その具体的な内容を、苦情・紛争窓口のデータベースに登録しております。そのため、苦情等の内容、対応期間及び結果については、データベースから確認、集計が可能な状態で保存されております。

Q3-3. 利用事業者とのコミュニケーションにおいては、問い合わせから苦情まで様々なものがあると考えられます。御社において、苦情や相談と、それ以外の利用事業者からの申立てについては、どのような基準で区別されてますでしょうか。また、こうした区別の結果として、分析方法や改善への活用方法等の取扱いが異なる場合には、どのように異なるのか差し支えない範囲においてご教示いただけますと幸いです。

(回答)

1 苦情の区別基準等について

「苦情」については「プラットフォームの透明性及び公平性の向上に関する取り組みについて」(<https://www.rakuten.co.jp/ec/digitalplatform/>)で「①楽天市場への出店に関する当社の行為（作為または不作為）によって、出店契約上の地位やサービス利用に支障が生じ、店舗運営に具体的な経済的損害が発生した場合で、②規約・ガイドラインの公正な適用

によって解決可能なもの」と定義を定め、これに該当する申出を苦情と分類しています。苦情に該当しないものはそれ以外と集計しております。

2 分析や活用について

(1) 対応の現状

苦情に該当する申出は、苦情・紛争窓口に直接提出される申出のほか、苦情・紛争窓口以外に提出されたものも含め、専門的なサポートを必要とするものや、担当窓口での対応が困難なものについては、申請を受領した担当窓口とコマー্স渉外室とが連携して対応しています。またこのような申出については、苦情・紛争窓口にエスカレーションされるよう社内周知を行っております。

(2) 現状を踏まえた分析や活用

このプロセスの実効性を検証するため、本年度より定期報告に先立ち、コールセンター、契約解除窓口、規約等違反对応窓口の各窓口に寄せられた全ての申請内容を対象として、苦情・紛争窓口を担当するコマー্স渉外室が確認、分析を行っています。

また、苦情のほか、苦情以外のものについても、これを受け付けた各担当窓口において対応がされるとともに、情報を集計した上、定期的に関係部署に連携しサービスの改善に役立てております。

Q3-4. 御社における苦情や相談の件数のカウントについて Q3-1 及び Q3-2 でお伺いさせていただきました内容を踏まえて、差し支えない範囲でご教示いただけますと幸いです。

(参考) オンラインモール分野 2024fy 大臣評価における関連する記載

特定デジタルプラットフォーム提供者各社において、大臣評価で取り上げた論点ごとに苦情（楽天・LINE ヤフーは苦情の範囲を限定しているため、苦情の定義に該当しない「相談」も含む）の件数を、例えば、規約の中で用いられるキーワードでの検索を掛けるなどして合理的に集計・分析し、定期報告書（様式2）の2（5）にその結果を記載することを求める。なお、次年度の定期報告書については、集計の仕組みが出来ておらずリアルタイムの分類ができていないと考えられることから、集計対象期間については合理的な範囲で設定することが考えられる。（p. 97）

(回答)

1 これまでの定期報告書において、苦情に該当する申出が精緻に計上できていたかという問題意識から、本年度提出した定期報告書には、従前に比べ詳細な数値を開示することとしました（定期報告書 P4～P13）。報告で記載した詳細なカウントについて概要は以下のとおりです。

2024 年 4 月 1 日～2025 年 3 月 31 日までの期間に各窓口（苦情・紛争窓口、契約解除窓口、規約等違反对応窓口、コールセンター）へ寄せられた申請等の件数は合計で 370,192 件ですが、そのうち「苦情」に該当する申出の件数は合計 144 件となっております。各窓口へ寄せられた申請の内、苦情に分類されたものは 0.00389%となっております。なお、苦情のうち各窓口に提出されたもの、その他苦情に該当しない申出の各詳細な内訳は下図のとおりです。

申請先	対応内容	申請件数		
		苦情	その他	合計

	苦情・紛争窓口	他部署等から独立した窓口として、申立事項について客観的に第三者的な立場で公平に対応	9	3	12
②	契約解除窓口	出店事業者の契約解除とそれに伴う問い合わせ等へ対応	35	182	217
③	規約等違反对応窓口	規約等違反行為（二重価格表示違反、薬機法違反表現等）に抵触した出店事業者への対応とそれに伴う問い合わせ等へ対応	92	1,986	2,078
④	コールセンター	楽天市場において店舗運営を行う上での問い合わせ全般に対応	8	367,877	367,885
(合計)			144	370,048	370,192

2 件数のカウントについて

定期報告書を作成する際には各担当窓口で作成されたデータ分類の適正さを全件確認し、これを合算（カウント）したうえ、報告書に数値を記載しています（なお、本年度は、定期報告に際して、コマース渉外室で約 37 万件のデータの確認を行った。）。

また、上記以外でも、実際のイベントなどで出店事業者から意見や相談などを聞くことがあります。例えば、直近では 2025 年 1 月に実施した新春カンファレンス

（https://www.rakuten.ne.jp/gold/_event/conf2025/）では、リアルとオンラインを合わせて 3 万人以上の参加があり、楽天の役員等が出店事業者と話していますが、そこでは、多様な会話が交わされており、その場で相談や意見も寄せられることもあるものの、イベントの場における会話という性質上、カウントすることができないものもあります。

4. 不正者への不要な情報開示を避けつつ、措置理由や改善へのアドバイスなどを適切にコミュニケーションする方法について【Amazon 様・楽天様・LINE ヤフー様向け】

Q4-1. 御社における審査・エンフォースメントに際して利用事業者とのコミュニケーションの工夫、特に、不正行為を助長するような情報開示を避けつつ、措置理由や改善へのアドバイスなどを適切にコミュニケーションするための工夫についてお伺いします。審査・エンフォースメントを実施する基準については、様々な商品等や様々な場面にも適用できる記

載である必要性があるもの、また、具体性を増すと適用が限定的となることや、迂回行為を助長することといった懸念が一般的に生じるものと考えられます。しかし一方で、これは基準の透明性の課題とも隣り合わせとなっていると考えられます。こうした中、御社においては、審査・エンフォースメントの基準について、不正行為を助長するような情報開示を避けつつ、利用事業者と適切にコミュニケーションするために取り組んでいらっしゃるであれば、お伺いしたく存じます。可能であれば、プラットフォームサービスの一部拒絶、全部拒絶、支払留保、返品受入要請などの具体的事例を踏まえて、お伺いできますと幸いです。

(回答)

- 1 楽天市場では、違反した出店事業者の不正行為を回避しつつ、適切なコミュニケーションを図るためには、解除事由が出店事業者に明確に伝わる必要があると考えております。すなわち、解除事由を詳細に記載すると抜け道を作る恐れがあること（例えば、偽造品のケースなど）を考慮しつつ、解除及びサービス一時停止が出店事業者へ与える影響を考慮し、解除通知の説明が抽象的にならないよう配慮する取組みをしております。
この点、まず解除事由（サービス一時停止も含む）は、苦情紛争申出の基礎となる事実となりうるという認識のもと、かかる申出が可能な程度まで、明瞭かつ分かりやすく解除事由を伝える必要があると考えております。そのため、本年度の定期報告書にも別紙9で代表的な解除通知書例を12種類添付したとおり、多様な解除事由ごとに書式を分けたうえ、事案に則した解除通知を行っています。具体的には、単に停止の根拠となるガイドライン上の条項（例えば、出店規約第21条第1項(1)の規定に基づき）の記載だけではなく、通知書面には違反と認定した事実の要旨を記載した通知を行っています。また、当該解除通知書の書式は、解除担当部署において定期的に記載内容の見直しを実施しております。
- 2 加えて、適切なコミュニケーションを図るため、解除等通知に関する連絡先（担当者）の明確化を図っております。解除等に不服がある場合は、申立先を明らかにすることでコミュニケーションを円滑化できるという観点から、解除通知書に担当申出窓口を記載するほか、普段からやり取りのある担当のECコンサルタント、ホームページ上チャットやコールセンターに対しても問い合わせが可能である旨を公開しています
(https://ichiba.faq.rakuten.net/?l-id=pc_footer_help)。また、申出がより専門的な知見を要する「苦情」に該当する場合は、苦情・紛争窓口への申し立てが可能である旨案内をするほか、各苦情を受けた各連絡先（担当者）から、苦情・紛争窓口へもエスカレーションされる仕組みとなっております。なお、支払留保については、解除通知の中に記載がされていることから、解除の記載と同様です。
- 3 返品受入要請については、楽天市場では各出店事業者の自主的な判断に委ねており、出店事業者との間のトラブルになる可能性は基本的には想定しておりません。そのため、この点に関しQ4-1及び4-2ではそれぞれ説明を省略させていただきます。

Q4-2. 審査・エンフォースメントの措置理由の開示においても、説明の具体性について、迂回行為を助長するといった懸念もあれば、一方で、是正のためのアドバイスの有効

性の懸念もあると考えられます。また、こうした点は、必ずしも措置における通知文そのものの課題だけでなく、こういった事案であるかを見極める仕組みもあった上での複合的な課題と考えられます。御社における、審査・エンフォースメントの措置理由の開示において、迂回行為助長のリスクと是正のためのアドバイスの有効性のバランスを取る工夫について、お聞かせ願えませんでしょうか。可能であれば、プラットフォームサービスの一部拒絶、全部拒絶、支払留保、返品受入要請などの具体的事例を踏まえて、お伺いできますと幸いです。

(回答)

- 1 楽天市場では、違反の迂回行為の回避と、リスク是正のためのアドバイスの有効性とのバランスを確保するため、まずはアドバイスの前提となる違反行為をしっかり出店事業者認識、理解していただくことが必要と考えております。そのため、違反点数制度のもと（ご参考1）違反行為の内容と、違反によって受ける不利益を開示（ご参考2）するとともに、違反の取締りにあたっては、毎月出店事業者向けに重点モニタリング項目を共有（ご参考3）し、違反行為を抑止しつつ、エンフォースメントの予見可能性を高める取組を行っています。
また、解除にあたっては、事前に措置理由、措置基準の明確化をはかって、出店事業者のエンフォースメントに対する予見可能性を高めるようにしております。以下、これらの内容について詳説します。
- 2 まず、違反点数制度の下では、楽天市場から違反が認められた出店事業者へ違反行為の指摘及び違反の修正対応依頼を行い（必要に応じて事実確認を行う）、出店事業者における対応結果を踏まえ、違反のレベルの大小に応じて、ランキング掲載制限、一時改裝表示措置等様々な措置を実施しています。違反点数制度に基づき、どのような行為に対しどの程度違反点数が付くか（不利益の大小）については、「取扱禁止商材・禁止行為ガイドライン」において、各違反行為の類形ごとに違反点数を明示しており、違反を指摘された出店事業者において、自店舗が受ける不利益の大小について予見が可能となる仕組みとしています。
- 3 次に、上記1で記載した解除基準の明確化の観点から、契約解除については出店事業者において、どのような場合に契約解除になるか理解いただくとともに、指摘された違反行為の重大性を明確に知っていただく必要があると考えております。そのため、まず契約解除については出店規約（定期報告書別紙1）第26条第1項、同26条の2第1項、同26条の3第1項で各解除事由を定め、これを開示することで、出店事業者のどのような行為が解除事由に該当するか明示し、予見可能性を高めるようにしています。
- 4 また、サービス一部拒絶を行う場合についても上記3と同様の観点から、出店規約第21条1項各号で出店停止事由を定めるとともに、「違反点数制度に関するガイドライン」（定期報告書別紙2）を定め、これを事前に開示することで出店事業者の予見可能性を担保しています。
- 5 そして、支払留保についても同様に「相殺権を行使するため…必要があるときは」これができる旨を明示しており、措置基準の明確化が図られています（出店規約第15条4項）。

6 次に、違反行為の是正については、違反内容に応じて出店事業者による一定の対応期間を設定しています。当該期間に是正可能な違反行為については、当該期間の終了までに対応がなされない場合には、一時出店停止の措置を取る類型（連絡が取れない等店舗運営に問題がある場合・定期報告書別紙 6-3）、または必要な対応がとられるまで一時出店停止の措置を取る類型（ページ表記に景表法等の違反が認められる場合・定期報告書別紙 6-1）などがあり、これらを通じて違反行為の是正を促す取組みをしています。

【ご参考 1】[規約・ガイドライン] 違反点数制度に関するガイドライン（基本的な流れ）

店舗運営 Navi ※出店事業者向け開示から一部抜粋



【ご参考 2】[規約・ガイドライン] 取扱禁止商材・禁止行為ガイドラインで開示されている違反点数制度（店舗運営 Navi から一部抜粋）

(1) 法令で販売・所持が規制されているもの				
分類	禁止素材/禁止事項	補足説明	参考資料・関連規制ガイドライン等	違反点数
I-(1)-1 銃刀法違反商品	銃砲類、模造けん銃、けん銃模写品、銃弾、銃弾、火薬筒等の古式銃砲、刀剣類、改造モデルガン、改造エアガン、金属製のモデルガン、ボーガン、クロスボウ、洋弓銃、電磁石銃（コイルガン）	田舎屋上の許可、登録等をされている店舗様であってモーター禁止といたします。 ※アウトドア用ナイフ、文房具、料理用包丁など「刀剣類」にあたらぬ場合があります。	・銃砲刀剣類所持等取締法 ・モデルガン、エアリアルガンについて（監視等） ■よくあるお問い合わせはこちら	100
I-(1)-2 麻薬全般	麻薬、あへん、覚せい剤、肉精神薬などの薬物、大麻草やけしなどの植物		・覚せい剤取締法 ・大麻取締法 ・麻薬及び向精神薬取締法 ・あへん法	100
I-(1)-3 人体、臓器、細胞、血液	人体、臓器、細胞、血液		・臓器の移植に関する法律	100
I-(1)-4 偽造文書等	偽造された文書、有価証券、通関、カード（偽造キャッシュカード、偽造クレジットカード、偽造テレホンカード）、ホワイトカード・ICチップ、データスキミング装置、偽造印鑑		・刑法第154条、155条、156条、157条、158条、159条、160条、161条、162条の2	80
I-(1)-5 盗撮された動画、販売禁止品類	盗撮された動画、販売禁止品類		・盗撮の保護及び管理並びに野獣の適正化に関する法律 ・盗撮のおそれのある動画の保存に関する法律	80

【ご参考3】 モニタリング重点項目の案内（RMS から一部抜粋）

配信日時：2025/06/26 10:01

「違反点数制度」2025年7月度 モニタリング重点項目のご案内

[店舗運営](#) [規約・ガイドライン](#) [サポートメニュー](#)

🔍 検索

楽天市場では、店舗様と共に「安心・安全で楽しいショッピング環境」をユーザーへ提供することを目的として、定期的に取扱禁止素材・禁止行為ガイドラインに基づいたモニタリングを実施しております。
今回は、2025年7月度のモニタリング重点項目と、その中でも特に確認いただきたい以下の5項目について詳細をご案内いたします。

2025年7月度モニタリング重点項目（特に重要な項目）

- 1) 卑劣な表現、青少年やお子様の閲覧にふさわしくない表現などを記載すること
- 2) 医薬品以外の性的機能の強化・改善を目的とする商品（精力剤）
- 3) 法令が定める規格・基準に適合していることが確認できない商品（乗車用ヘルメット）
- 4) 法令が定める規格・基準に適合していることが確認できない商品（乳幼児用ベッド）
- 5) 必須記載事項未記載（検閲マークが貼付されていない無線機器）

モニタリング実施後、各ガイドラインをご確認いただき、必要に応じて修正対応をお願いいたします。

1) 卑劣な表現、青少年やお子様の閲覧にふさわしくない表現などを記載すること

楽天市場では、卑劣な表現、青少年やお子様の閲覧にふさわしくない表現などを記載することを禁止しております。

・対応方法

過度に露出のある画像や動画を用いて、商品の宣伝を行うことを禁止しております。該当する画像や動画がある場合は修正してください。

該当ガイドライン

II-(1)-5 卑劣な表現、青少年やお子様の閲覧にふさわしくない表現などを記載すること

Q4-3. 審査・エンフォースメントは様々な商品等や様々な場面に適用されるため、利用事業者が異議申立てを行う場合の対応はこうした個別性に配慮することが必要と考えられます。御社における、審査・エンフォースメントの措置の際の異議申立てや相談のための窓口へのご案内の状況、また、こうした個別の事情にも対応できる窓口での対応を可能としている工夫があればお伺いしたいと考えております。

(参考) オンラインモール分野 2024fy 大臣評価における関連する記載

- 特定デジタルプラットフォーム提供者各社に対し、利用事業者からの相談・苦情事例を踏まえて、各種解除事由ごとに十分な理由が記載されているかを検証することを求める。検証した解除事由、検証結果、十分と結論付けた場合にはその理由、見直した場合には見直した内容を、定期報告書（様式2）5.（2）の自己評価欄に記載することを期待する（省令第14条第4項）。
(p. 83)
- Amazon には、「基本的な場合」ではなく、「例外的に通知をしない場合」がどのような場合かを、次年度の定期報告書に記載することを求める。なお、例外的に通知をしない場合について基準が定まっていない場合には、措置の一貫性を保つため、内部基準を定めるなど適切な仕組みを構築することを求める（指針2. 1. 1②参照）。(p. 84)

(回答)

1 案内状況について

原則として、解除（サービス利用停止）などエンフォースメント措置の際の窓口については、解除通知書に契約解除窓口、規約等違反对応窓口の各違反に応じた問い合わせ先を記載する方法で案内し、当該窓口で直接対応を行っています。また、苦情紛争に該当するものであれば、苦情・紛争窓口をご案内しています。

ただ、上記以外にも、各種申立て等個別の相談等がある場合は普段から連絡を取り合う担当 EC コンサルタントに相談が可能であるほか、電話でコールセンターに問合せも可能となっております。

2 個別の事情にも対応できる窓口での対応を可能としている工夫

上記1の申出区分に従い、それぞれについて解除に至った理由など内容をよく把握した担当者が対応することとなりますが、1つの窓口で対応が難しい場合は、担当窓口とその他の関連する窓口が連携して対応しております。

特に、高い専門性を必要とする申出に対しては、社内において取引透明化法の説明会を実施する中で、苦情・紛争窓口の存在を社内周知するほか、楽天市場の HP 及び店舗運営 Navi の「プラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する取り組みについて」の「8. 楽天市場への苦情・紛争の申し立てについて」で苦情・紛争窓口への苦情申立て方法の開示を行っております（定期報告書別紙3）。

5. 検索順位の決定要素について【楽天様・LINE ヤフー様向け】

Q5-1. オンラインモールでの検索順位を決定する主要なパラメータについては、一般利用者及び利用事業者向けに一定の開示を行っていると考えております。加えて、実際の個々の検索順位の表示あたっては、不正行為によって検索順位を操作しようという行為への対策など様々な対策も講じられていると推察します。このため、こうした検索順位の設計が、実際の表示に反映されているのかチェックする取組みを御社において取り組まれているものと推察します。こうしたチェックをどういったリスクに対応する観点で行われているかについてや、御社におけるそうしたチェックの位置づけについて、差し支えない範囲でお伺いできると幸いです。

(回答)

出店事業者の不正行為による検索順位の操作は、プラットフォームの公平性、透明性を損なう違反行為として厳正に取締りを行う必要があると考えております。

楽天市場の商品検索においては、①商品情報の品質、②商品・ショップの実績、③カスタム指標、④規約ガイドライン（違反点数制度）の4つの評価軸で判断する旨開示していますが、これらのうち商品の不正レビュー（SNS上での高評価レビュー募集投稿等）や、システムによる大量検索によって、検索順位の決定要素である商品・ショップの実績（②）を歪めようとする行為等が見受けられるところです。楽天市場としては、不正レビュー等によって検索上位に表示された商品により、不当に消費者の選択の決定の自由や消費者の安全等の消費者の利益のほか、プラットフォームの信頼性、透明性、公正性が阻害されないよう、不正レビュー対策等に取り組んでおります。具体的には、規約ガイドラインで不正レビューの禁止行為を定めるとともに、楽天市場サービス向上委員会の顧客コミュニケーション分科会で不正レビュー対策について検討をしたほか、不正レビューのモニタリング等を担当する部署にてSNSでの不正レビューの募集がないか等のモニタリングや、不自然に大量の検索がないか継続的にモニタリングを実施しています。

Q5-2. 検索結果においては、御社が提供する商品を他の利用事業者が提供する商品と比して有利に取り扱うことや、御社が提供する有償サービスを利用している利用事業者が提供する商品を当該利用を理由に有利に取り扱うことが、結果的に行われていないよう確認する観点も、Q5-1でお伺いしましたチェックにおいて含まれていच्छゃれば、その内容について差し支えない範囲でお伺いできますと幸いです。

（回答）

- 1 楽天市場では、自社優遇については、毎年1回、国内管理人の監督のもと、コマース渉外室及び社内の監査担当部署で監査を行っており、監査の結果として、自社であることを理由に検索順位において優遇している事実は見当たらない状況です。
- 2 楽天スーパーロジスティクス（RSL）のような有償サービスについては、これを使用いただくことで従来に比べて配送品質が向上する場合には、検索順位の決定要素のうち、②商品やショップの実績や③カスタム指標に一部影響を与える可能性もあるものの、検索順位は上記Q5-1で示した①～④の各要素を総合評価して決まるものであることから、RSLの利用をもって直ちに検索順位が上下することはございません。また、このような理由による検索順位への影響は、RSLの利用の有無にかかわらず、配送品質が向上することによる結果であることから、RSL以外の配送手段を利用いただくことでも生じ得るものとなります。

Q5-3 Q5-2においてお伺いしました内容について各論的に伺いできますと幸いです。例えば、検索順位を決定するパラメータの中に配送スピードが含まれており、かつ御社が提供する有償配送サービスを利用することでしか当該配送スピードを遵守できない場合があれば、実質的に利用事業者が御社の有償配送サービスを有利に取り扱っていると捉えられかねない場合もあると考えられます。このように、検索順位を決定するパラメータを設定する時点やその事後においては、御社の有償サービスの利用が意図せず有利に扱われることがないか等を検証する必要があると考えられます。御社においてはこのような観点から検

証されていらっしゃるか、また、その場合には、どのようにされているか、差し支えない範囲でお伺いできますと幸いです。

(参考) オンラインモール 2024fy 大臣評価における関連する記載

- 特定デジタルプラットフォーム提供者各社には、透明性・公正性の評価のため、法第9条第1項第5号に基づき、実態通り適切に開示されているか評価に資する資料を添付するなどして、実態にしたがって適切に開示義務が履行されている（不開示を含む。）と考える理由を自己評価欄に記載することを求める。この点、楽天・LINE ヤフーが内部監査を実施し、その結果を経済産業省に報告したことは法の趣旨に沿った取組みといえる。ただし、内部監査の場合、依然と不透明な点が残ることになるため、楽天・LINE ヤフーは引き続き外部性を導入することを、Amazon については内部監査も含めて検討することを期待する。そして、透明性・公正の評価のため、特定デジタルプラットフォーム提供者各社に対しては、その検討結果を次年度の定期報告書（様式2）5.（2）の自己評価欄に記載することを求める。（p. 58）
- 特定デジタルプラットフォーム提供者各社においても、自己の指定する商品若しくは権利を購入すること又は自己の指定する他の役務の有償の提供を受けることを要請していないと考える追加的な事情がある場合には、次年度の定期報告書に記載することを期待する。（p. 54）

(回答)

検索条件（アルゴリズム）のうち、高い品質の配送サービスが検索順位にどの程度影響を与えているかについては、上記 Q5-1 への回答に記載のとおり、検索順位は様々な要素を総合評価して決定されていることから、出店事業者ごとに影響度合いも個別具体的であり、一律な検証が困難と考えております。

また、設問でご指摘のある、パラメータの設定など配送等重要な施策の決定の際には、事前にタウンミーティング（定期報告書別紙 10）、新春カンファレンスやオプティミズム（定期報告書別紙 12）など楽天と利用事業者とが直接コミュニケーションが取れる場で事前に利用事業者の声を聴き、それを踏まえた制度設計を行うようにしています。

以上