

モニタリング会合質問に対するご回答 (LINE ヤフー株式会社)

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らっしゃるのでしょうか。

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り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と思います。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、こういった苦情や相談をこういった基準でカウントするのに依存するため、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お伺い

します。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お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お伺いできますと幸いです。

(答)

- 苦情やお問い合わせの経路につきましては、様々なチャネルがあります。具体的には、営業担当への電話・メール、CS 窓口への電話・メール、問い合わせフォームといったチャネルがございます。
- このうち、提供拒絶の措置への異議申し立てについては、主張内容、その客観的証拠などを正確に把握し、複数部門で慎重に検討できるようテキストでいただく必要があると考えておりますので、基本的にはメールなどでテキスト形式によってお受けしております。

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。

(答)

- 措置内容に関する苦情は、出店者様にとって個別具体的に影響のある事項であることから、個々の苦情ごとにシステム上で、個々の対応状況・進捗・エスカレーションの状況を管理し、どの窓口においても統一した形で記録・管理しております。
- また、その他のご意見等についても事業改善に活用させていただいていることは報告書でも記載しているとおりですが、苦情と同じシステム上で記録管理しています。

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。

(答)

- 当社では「苦情」を「当社によるルール執行の適正性を問うもの」と整理してきており、それ以外のものはご意見として整理してまいりました。
- この整理により、苦情はルール執行の公正性を再確認するためのプロセスに入り、必要に応じてルールの解釈や執行方法の改善に活用してまいりました。
- 他方で、その他のご意見については、その類型は多様であることから一概には言えないものの、報告書記載のとおり、必要に応じて事業改善に活用しております。
- なお、大臣評価のご指摘を踏まえて、「苦情」の定義については見直し検討中です。

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。

(答)

- 当社にいただくご意見等は、感情の表明にとどまるものであったり、事実誤認を含むものであったり、あるいは、当社以外に対する不満や単純な事実関係の確認など様々なものがございます。
- 当社のルール執行の適正性を問うなど、モール運営の透明性・公正性に関わるものを透明化法の観点からカウントする意義は理解するものの、上記様々な類型のあるご意見すべてを精緻に集計・分析する意義は必ずしも高くないものと考えております。
- その上で、当社としては、苦情に該当しないご意見等については、Q3-2 の方法により機械的に集計されております。

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ものがあれば、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。

(答)

- 当社では偽造品対策として、一部のブランドの取り扱いにつき、事前審査を経なければならないこととしてきましたが、この審査に当たって、具体的に何に着目し、どのような審査をしているかを詳細にすることは迂回行為を惹起するため控えていました。
- 他方で、審査に通らない場合に何を改善すればよいのか分からないという苦情をいただいたことを契機として、個別具体の着眼点などは控えつつも、審査項目を明示するなどの改善を行ってまいりました。

- また、例えば、薬機法に基づく広告規制に抵触する事案に対しては、どのように直せばよいかは迂回行為につながるために困難であるものの、どこの表現が法令に抵触するのかをお伝えするなどの対応も行っております。
- 加えて、違反件数の多い類型については、出店者様向けのお知らせによって留意ポイントなどをご説明し、啓発にも努めております。
- これらのコミュニケーションについては、一部拒絶・全部拒絶・支払留保などの措置類型によって変わるものではなく、個々の状況によって、それぞれの措置を回避・抑止することに等しく寄与するものと考えております。
- なお、個別の措置に対しては、常に反論の機会を設けていることから、個別の反論・疎明を踏まえたコミュニケーションにより、ルールの趣旨を逸脱しない範囲で個別事情に寄り添った対応を心がけております。

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。

(答)

- 通知される措置理由については、類型ごとに一律のものとせざるを得ないと考えており、措置理由の開示を工夫することによってバランスを図ることは現実的には困難だと考えます。
- 当社としては、個別の事情に沿った対応を検討するため、反論機会を確保し、その反論や示される客観的証拠に基づいたコミュニケーションを図ることが重要だと考えております。
- このため、こうした反論機会を確保する等の観点から、退店措置に当たっては、通知日の翌々月末を退店日とすることにより、概ね 60 日から 90 日程度の期間を確保することとしております。

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伺いたいと考えております。

(答)

- 異議申立てに関するチャンネルは Q3-1 で記載した通りです。
- 個別の事情に沿った対応を検討するためには、個別のコミュニケーションが重要であると考えており、Q4-2 のとおり、退店措置に当たって、概ね 60 日から 90 日程度の反論機会を確保し、その反論等に基づいたコミュニケーションを図ることとしております。
- なお、異議申立て窓口に関しては、大臣評価でのご指摘を踏まえ、異議申立てに関するフォームを新設し、措置に当たっての事前通知には当該フォームへの誘導を追記する予定です。

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ただい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ますと幸いです。また、どのようなリスクを意識されているのかを理解したく、リスクアセスメントの結果として、重大なリスクとして想定されている上位 3 位を教えてください。

(答)

- 検索順位のアルゴリズムが所期のとおりに機能しているかを確認しているか、という趣旨と理解しましたが、開発・運用開始の時点で、そうした確認・チェックを行なうとともに、開示内容との齟齬がないかについて定期的にチェックしております。
- ご指摘の「どういったリスクに対応する観点で行われているか」という点に関しては、何らかの具体的なリスクを想定しているものではありませんが、冒頭でお答えしたとおり、検索ロジックが所期の想定通りに機能しているか、開示内容と齟齬がないかという観点から定期的に内部で確認をするとともに、ロジック変更の際には法務部門も含めた複数部門での確認をしております。
- また、こうした運用体制が有効に機能しているかについても内部監査を経て、有効に機能していることを確認しております。

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られれば、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。

(答)

- Q5-1 のとおり、開発・運用開始の時点で、そうした確認・チェックを行なうとともに、開示内容との齟齬がないかについて定期的にチェックしております。また、ロジック変更の際には法務部門も含めた複数部門での確認をし、こうした運用体制が有効に機能しているかについても内部監査を経て、有効に機能していることを確認しております。
- 検索順位のパラメータについては、様々な要素があるところ、これらについては「透明性向上のための取組みのご紹介」で開示しているとおりです。

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えますと幸いです。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は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れるか、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。

(答)

- Q5-1 のとおり、検索ロジックが実態と乖離がないかについては、定期的に内部で確認をしており、また、ロジック変更の際には法務部門も含めた複数部門での確認をしております。
- また、こうした運用体制が有効に機能しているかについても内部監査を経て、有効に機能していることを確認しております。
- なお、当社では、有償配送サービスの提供を行なっており、このため、それに伴う取り扱いの差異が生じることもありません。