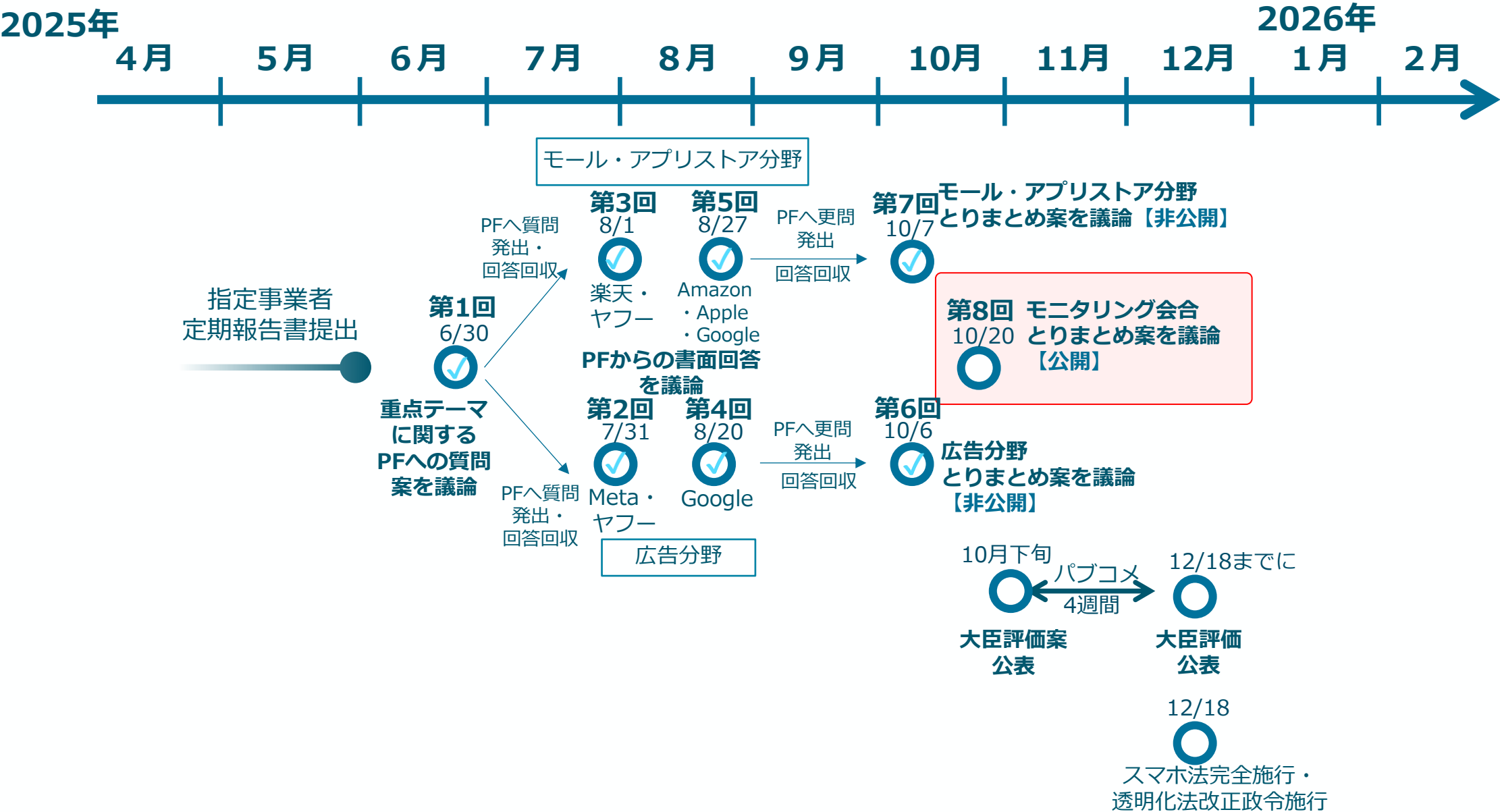


2025年度 モニタリング会合とりまとめ（案） について

2025年10月

デジタル取引環境整備室

モニタリング会合等のスケジュール



2025年度 会合とりまとめ案の概観

透明化法（2021年2月施行）の効果等（全体概観）

- モニタリング・レビューは今回でオンラインモール分野・アプリストア分野が4回目、デジタル広告分野は3回目。
- 利用事業者向けアンケート調査では、透明化法施行前後で、デジタルプラットフォームとの取引環境（プラットフォームからのデータ開示や規約等）について、概ね 7割以上の事業者が「改善あり」と回答（対前年度比でも概ね半数以上が改善と評価）。
- デジタルプラットフォームの取引環境において、プラットフォームと利用事業者の間の交渉力の差は依然として大きく、引き続き法執行を通じた国の関与が不可欠。

（参考）10/7モニタリング会合における発言

- ・ 透明化法施行後4年以上が経過し、透明性・公正性という点でクリティカルな問題はほぼなくなった（沢田オブザーバー）
- ・ 市場の風通しはよくなったが、プラットフォームにおけるデータの取扱いや自己優遇の問題にはまだ十分切り込めていない（若江委員）

2025年度会合とりまとめにおける主な指摘事項（案）

オンラインモール分野

Amazon：一般消費者からの返品の可否判断に課題（利用事業者の4割が不満）があり、苦情等を踏まえた継続的運営改善を求める

楽天：苦情の適切な処理・解決のため、「苦情」（現在144件/年）の定義の拡張を求める

LINEヤフー：「苦情」（現在8件/年）の定義の拡張を求める

アプリストア分野

Apple：返金の可否判断の透明性に課題（Appleの判断による返金処理を経験した利用事業者の6割が理由を明示すべきと回答）があり、返金判断の適切な説明を求める

Google：アカウント停止等の拒絶措置の正確性に課題（拒絶措置を受けた2割の事業者が改善を行わずとも異議申立てにより拒絶措置の撤回を経験したと回答）があり、拒絶措置の必要性及び相当性の判断について、継続的な改善を求める

デジタル広告分野

Meta：海外本社に問合せを行う際などの日本法人の対応に課題（広告主の3割が不満）があり、継続的な運営改善を求める

LINEヤフー：苦情の適切な処理・解決のため、「苦情」（現在64件/年）の定義の拡張を求める

Google：広告媒体の審査における誤判断件数を把握しておらず、運営改善の実施状況が不明のため、誤判断の把握・分析を求める

オンラインモール分野に関する会合意見（案）

対象：Amazon、楽天、LINEヤフー

モニタリング・レビューは4回目

透明性公正性に関する評価への会合意見（モール分野 Amazon）

重点テーマ毎に 求められる取り組み	Amazonにおける取り組み状況	評価への会合意見（案）
国内管理人による運営改善 ・ <u>利用事業者等とのコミュニケーションの管理及び運営改善に関して適切な調整を行うこと</u>	【評価できる点】 ・ <u>国内管理人の機能を法務部門に移管</u> ・ <u>法務部門と事業部門で意見が一致しない場合にはシニアレベルで協議する仕組みを構築</u> 【課題】 ・ <u>苦情・問い合わせ対応においてスピードと対応の充分性に課題（2割の利用事業者が回答）</u> ・ <u>定型文での回答が多く、相談の解決ができないといった利用事業者の声も存在</u>	【意見案】 ・ <u>国内管理人による適切な調整や運営改善のための仕組みの運用において、更なる自主的な取り組みを求める【継続的改善】</u> ・ <u>取り組み内容を具体性を持って定期報告書に記載することを求める【新規】</u>
一般利用者や利用事業者から提供のあった情報の活用 ・ <u>利用者の意見や事情を理解し、適切な対応や運営改善を行うこと</u>	【評価できる点】 ・ <u>規約違反の疑いに関する情報提供について、専用の連絡フォームを設置</u> ・ <u>苦情の件数及び苦情の分析概要について報告</u> 【課題】 ・ <u>利用事業者の4割はAmazonによる返品判断に納得していない状況</u> ・ <u>苦情等の対応充分性・スピードに課題【再掲】</u>	【意見案】 ・ <u>特に返品・返金処理に関してなど、苦情等を分析し、分析結果を規約の変更や措置の改善等に活かす取り組みを求める【継続的改善】</u> ・ <u>取り組み内容を具体性を持って定期報告書に記載することを求める【新規】</u>
不要な情報開示を避けつつ、措置理由についてコミュニケーションを行う工夫 ・ <u>悪意のない利用事業者に対して不測の損害が生じることのないよう措置理由の説明を行うこと</u>	【評価できる点】 ・ <u>アカウント停止リスクを数値で開示</u> ・ <u>軽微な違反の場合には原因や措置からの回復方法について可能な限り詳細に案内</u> 【課題】 ・ <u>利用事業者の3割がアカウント停止等の措置理由が具体的でない認識</u>	【意見案】 ・ <u>悪意のない利用事業者に対しては措置理由の丁寧な説明を行い、具体性を持って報告することを求める【継続的改善】</u> ・ <u>アカウント停止等の原因となる違反行為ごとの通知書面において十分な措置理由が記載されているかを検証し、報告することを求める【継続的改善】</u>

透明性公正性に関する評価への会合意見（モール分野 楽天）

重点テーマ毎に 求められる取り組み	楽天における取り組み状況	評価への会合意見（案）
苦情件数の適切な集計・報告 苦情の処理及び紛争について、件数等を適切に報告すること	【評価できる点】 「苦情・紛争窓口」に加え、<u>コールセンター、契約解除・規約違反等の窓口への声も件数を報告</u>（昨年度10件→今年度144件） <u>寄せられた声の主な類型を報告</u> 【課題】 <u>苦情の定義が限定的</u>	【意見案】 <u>苦情の適切な処理・苦情等を端緒とした運営改善のため、現在の苦情の定義を拡張する再検討を行うことを求める</u> 【新規】
不要な情報開示を避けつつ、措置理由についてコミュニケーションを行う工夫 悪意のない利用事業者に対して不測の損害が生じることのないよう措置理由の説明を行うこと	【評価できる点】 <u>通知書面に違反認定した事実の要旨を記載</u> <u>違反点数制度を設け、修正対応依頼及び措置を段階に応じて実施</u> 【課題】 - 利用事業者の2割は<u>出品停止等の理由が具体的でない</u>と認識 <u>違反点数に応じた違約金が利用事業者の過度な負担になっている可能性</u>	【意見案】 <u>悪意のない利用事業者に対しては措置理由の丁寧な説明を行い、具体性を持って報告すること</u>を期待する 【継続的改善】 <u>違反点数の見直しや他の代替手段により違反を是正できないか検討する等の対応改善を求める</u> 【新規】
検索順位決定要素の開示 検索結果の表示順位を決定する主要な事項を利用事業者にわかりやすく開示すること	【評価できる点】 - 検索順位の決定要素に関する開示を昨年更新 <u>自社の有償サービス利用は検索に影響のないこと</u>について具体的に説明 【課題】 - 利用事業者の3割は<u>他の出品者が合理的理由なく検索で有利になっていると懸念</u>	【意見案】 <u>有償サービスの利用が検索順位において優遇されないことの説明など、相互理解を促進する取り組みを行い、具体性を持って報告すること</u>を求める 【新規】 <u>検索の運用が設計通りに行われているか確認し、具体性を持って報告すること</u>を期待する 【新規】

透明性公正性に関する評価への会合意見（モール分野 LINEヤフー）

重点テーマ毎に 求められる取組み	LINEヤフーにおける取組み状況	評価への会合意見（案）
苦情件数の適切な集計・報告 苦情の処理及び紛争について、件数等を適切に報告すること	【評価できる点】 - LINEヤフーの「<u>苦情</u>」の定義に当てはまらない声についても記録管理し事業改善に活用 【課題】 - 昨年度、苦情件数は8件と報告（経産省相談窓口へはLINEヤフー関連で166件の相談） - LINEヤフーでの苦情の定義が限定的	【意見案】 <u>苦情の適切な処理・苦情等を端緒とした運営改善のため、現在の苦情の定義を拡張する再検討を行うことを求める</u> 【新規】
不要な情報開示を避けつつ、措置理由についてコミュニケーションを行う工夫 悪意のない利用事業者に対して不測の損害が生じることのないよう措置理由の説明を行うこと	【評価できる点】 <u>異議申立てフォームの新設及び通知メールでの案内を検討中</u> <u>違反の多い類型の留意ポイントを啓発</u> <u>退店措置前に60日～90日の反論の機会を確保</u> 【課題】 - 一定の割合の利用事業者が<u>アカウント停止等の理由が具体的でない</u>と認識 - 再度の違反の場合は<u>契約解除との誓約書の提出を要求する基準等が不透明</u>	【意見案】 - 悪意のない利用事業者に対しては措置理由の丁寧な説明を行い、<u>具体性を持って報告することを期待する</u> 【継続的改善】 - 誓約書提出の基準や退店措置に至るプロセスの開示を行い、<u>具体性を持って報告することを求める</u> 【新規】
検索順位決定要素の開示 検索結果の表示順位を決定する主要な事項を利用事業者にわかりやすく開示すること	【評価できる点】 - 約120の要素から<u>影響の大きい要素を開示している</u>との背景説明 【課題】 - 利用事業者の2割は有料サービス利用が<u>優位な順位での表示に必須と懸念</u>	【意見案】 <u>有償サービス利用等に関する懸念に対応するため、当該利用が優位な表示につながっていないことを示す具体的なデータ等を挙げるなど利用事業者との相互理解を促進するための取組みを行い、具体性を持って報告すること求める</u> 【新規】 <u>他の部署によるチェックの観点を説明するなど利用事業者との相互理解の促進を求める</u> 【新規】

アプリストア分野に関する会合意見（案）

対象：Apple、Google

モニタリング・レビューは4回目
(来年度よりスマホ法（公取委所管）での規制下)

透明性公正性に関する評価への会合意見（アプリストア分野 Apple）

重点テーマ毎に 求められる取り組み	Appleにおける取り組み状況	評価への会合意見（案）
国内管理人による運営改善 ・ <u>利用事業者等とのコミュニケーションの管理及び運営改善に関して適切な調整を行うこと</u>	【評価できる点】 ・ <u>日本語で直接相談対応するスタッフを新設</u> ・ <u>審査対応等において日本の文化的背景を補足（ふるさと納税アプリ等）</u> ・ <u>案件の進捗やエスカレーションチャネルを管理</u> 【課題】 ・ <u>利用事業者による規約変更の問い合わせへの対応に課題（規約変更を経験した利用事業者の4割が問い合わせの結果、説明を受けたがよく分からない点が残ると回答）</u> ・ <u>Apple側の担当がつかない場合サポートが受けづらい可能性</u>	【意見案】 ・ <u>国内管理人による適切な調整や運営改善のための仕組みの運用において、更なる自主的な取り組みを求める【継続的改善】</u> ・ <u>大口利用事業者向け営業担当者等の有無を考慮した自主的な取り組みを期待する【継続的改善】</u>
苦情件数の適切な集計・報告 ・ <u>苦情の処理及び紛争について、件数等を適切に報告すること</u>	【評価できる点】 ・ <u>苦情ウェブフォームに加えて、アプリ削除等への異議申立て件数を報告（昨年4件報告→今年342件報告）</u> 【課題】 ・ <u>苦情を踏まえた改善に課題（苦情を申し立てた者の4割がその後改善されたとは思わないと回答）</u>	【意見案】 ・ <u>利用事業者から寄せられた苦情や問い合わせ内容を分析し、開示・運営の改善に活かす取り組みを求める【新規】</u>
返金処理における適切なコミュニケーション ・ <u>自らの判断で返金する際、利用事業者が妥当性を理解できるよう適切にコミュニケーションすること</u> ※ なお、個別の返金についての詳細な理由を明らかにすることは、返金に関する詐欺等の発生を防止し、ユーザーのプライバシーを保護する観点からは、困難である場合もあることについて留意が必要	【評価できる点】 ・ <u>ユーザーがデジタルコンテンツを既に使用しているなどの情報を、返金判断の材料として、利用事業者がAppleにAPI経由で通知できる仕組みを構築</u> ・ <u>返金判断の機械学習モデルにおいて当該情報を加味</u> 【課題】 ・ <u>返金理由のコミュニケーションに課題（アプリストア運営事業者の判断による返金処理を経験した者の6割が理由を明らかにすべきと回答）</u>	【意見案】 ・ <u>返金申し出を認容した理由を利用事業者が求める背景を把握し、返金判断について適切にコミュニケーションするよう求める※【継続的改善】</u> ・ <u>利用事業者によるAPIの利用拡大のための取り組みを求める【継続的改善】</u>

透明性公正性に関する評価への会合意見（アプリストア分野 Google）

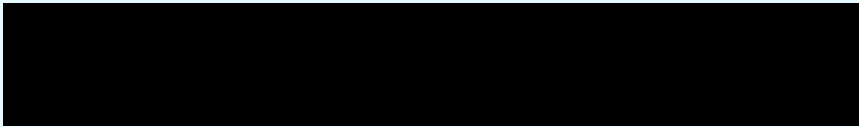
重点テーマ毎に 求められる取り組み	Googleにおける取り組み状況	評価への会合意見（案）
国内管理人による運営改善 ・ 利用事業者等との<u>コミュニケーションの管理及び運営改善</u>に関して適切な調整を行うこと	【評価できる点】 ・  ・ アプリをダウンロードせずに<u>マンガの試し読みができる機能を追加するなど、声を踏まえ改善</u> 【課題】 ・ 利用事業者による規約変更の問い合わせ対応に課題（規約変更を経験した利用事業者の<u>4割がよく分からない点が残ると回答</u>） ・ Google側の<u>担当がつかない場合サポートが受けづらい可能性</u>	【意見案】 ・ 国内管理人による適切な調整や運営改善のための仕組みの運用において、更なる自主的な取り組みを求める【継続的改善】 ・ 大口利用事業者向け営業担当者等の有無を考慮した自主的な取り組みを期待する【継続的改善】
規約等変更の際の適切なコミュニケーション ・ 十分な猶予期間を設け、変更内容や理由を分かり易く説明すること	【評価できる点】 ・ 1年以上の猶予を設け、リマインダーの期間を経て上で影響の大きな規約等の変更を実施 ・ 声を踏まえテスターの人数を20人→12人に変更 【課題】 ・ 規約等の分かりやすさに課題（4割が解釈に悩むと回答）	【意見案】 ・ 利用事業者が利用規約等を十分に理解し、探したい情報を容易に見つけられるよう、取り組み・工夫を求める【継続的改善】
アカウント停止・アプリ削除（拒絶措置）の慎重な判断 ・ 拒絶措置が与える影響の大きさに鑑み、拒絶措置の必要性及び相当性について慎重に判断すること	【課題】 ・ 拒絶措置の正確性に課題（拒絶措置を経験した者の2割が、アカウント停止・削除について改善を行わず異議申立てを行った結果、拒絶措置が撤回されたと回答）	【意見案】 ・ 拒絶措置の必要性及び相当性について慎重に判断するよう求める【継続的改善】 ・ 誤った拒絶措置の可能性も加味し、利用事業者との相互理解を促進するさらなる取り組みを講じるよう求める【新規】

デジタル広告分野に関する会合意見（案）

対象：Meta、LINEヤフー、Google

モニタリング・レビューは3回目

透明性・公正性に関する評価への主な会合意見（広告分野 Meta）

重点テーマ毎に 求められる取組み	Metaにおける取組み状況	評価への会合意見（案）
国内管理人による運営改善 利用事業者等との<u>コミュニケーションの管理及び運営改善</u>に関して適切な調整を行うこと	【評価できる点】 <u>日本法人の機能横断チーム等が問い合わせ等の対応・本社との連絡調整・進捗管理・サービス改善</u> - 本社のポリシー、製品、アカウント担当グループと連携 - Metaによる誤った措置の撤回権限を保有 【課題】 - 説明に具体性が欠け、取組み実態が不明瞭 - 広告主の3割、広告会社の5割が<u>海外本社への問い合わせにおける日本法人の対応に不満</u>	【意見案】 - 必要な権限や知識を持って、<u>案件の進捗管理やエスカレーションチャネルの調整</u>を行い、<u>苦情等の解決の円滑化</u>を求める【<u>継続的改善</u>】 <u>取組み内容を具体性を持って定期報告書に記載</u>することを求める【<u>新規</u>】
なりすまし広告への対応 広告主の本人確認、広告審査、審査後の広告差し替えへ対応すること	【評価できる点】 - 本人確認に<u>電話認証を導入</u>  <u>人間の判断に関するデータで審査用の機械を訓練</u> 【課題】 - 本人確認の対象が限定的 - 広告審査の<u>人的リソース拡充の検討状況が不明</u>	【意見案】 - 本人確認の<u>対象範囲の十分性を検証</u>し、結果について<u>定期報告書で報告</u>するよう求める【<u>継続的改善</u>】 - 日本市場に精通した、審査のための人的リソースの<u>拡充の必要性について検討</u>し、その結果の<u>説明</u>を求める【<u>継続的改善</u>】
一般利用者・利用事業者から提供のあった情報の活用 利用者の意見や事情を理解し、適切な対応や運営改善を行うこと	【評価できる点】  【課題】 <u>規約が分かりにくいなどの利用事業者の声が以前として存在</u>（4割が日本語が分かりづらいと回答）	【意見案】 <u>規約等に対するユーザーからの声や苦情等を積極的に分析</u>し、<u>継続的に改善</u>することを求める【<u>継続的改善</u>】

透明性・公正性に関する評価への主な会合意見（広告分野 LINEヤフー）

重点テーマ毎に 求められる取組み	LINEヤフーにおける取組み状況	評価への会合意見（案）
苦情を計測する取組み 苦情の処理及び紛争に関する事項として、苦情及び紛争の件数等を報告すること	【評価できる点】 - LINEヤフーの「<u>苦情</u>」の定義に当てはまらない改善要望も含めて<u>運営改善の端緒</u>としていること 【課題】 <u>苦情の定義</u>を、<u>LINEヤフーの法令・契約違反等の行為</u>によって<u>直接的かつ具体的な損害</u>を被ったと訴えているもの、<u>に限定</u>していること 2025年度報告書で報告のあった<u>苦情件数64件</u>	【意見案】 <u>苦情の適切な処理・苦情等を端緒とした運営改善のため、利用事業者の声の内容・趣旨に即して、現在の苦情の定義を拡張する再検討を求める</u> 【新規】
一般利用者や利用事業者から提供のあった情報の活用 利用者の意見や事情を理解し、適切な対応や運営改善を行うこと	【評価できる点】 <u>利用事業者からの改善要望にも基づき改善を検討し、改善の具体事例</u>（例：未成年ユーザーへの広告配信の制限）<u>を説明</u>していること 【課題】 <u>利用事業者の声の共通傾向の抽出には至っていないと説明</u>しており、<u>体系的分析ができていない</u>と不明	【意見案】 <u>苦情等のより積極的・具体的な分析及びその内容の定期報告書での報告を期待する</u> 【新規】 <u>分析結果を踏まえて継続的に運営を改善する取組みを求める</u> 【新規】 <u>規約等に対するユーザーからの声や苦情等を積極的に分析し、継続的に改善していくこと</u>を求める 【継続的改善】

透明性・公正性に関する評価への主な会合意見（広告分野 Google1/2）

重点テーマ毎に 求められる取組み	Googleにおける取組み状況	評価への会合意見（案）
国内管理人による運営改善 ・ 利用事業者等との <u>コミュニケーションの管理及び運営改善</u> に関して適切な調整を行うこと	【評価できる点】 - 日本法人に利用事業者向け窓口と営業担当を配置 [Redacted] [Redacted] 【課題】 - 広告主の2割、広告会社の4割が海外本社への問い合わせにおける日本法人の対応に不満	【意見案】 - 必要な権限や知識を持って、<u>案件の進捗管理やエスカレーションチャネルの調整</u>を行い、<u>苦情等の解決の円滑化</u>を求める【継続的改善】 <u>取組み内容を具体性を持って定期報告書に記載</u>することを求める【新規】
一般利用者や利用事業者から提供のあった情報の活用 ・ 利用者の意見や事情を理解し、適切な対応や運営改善を行うこと	【評価できる点】 - 利用事業者及び一般利用者からの提供情報を<u>詐欺広告の削除等の不正行為への対応に活用</u> 【課題】 - 規約等のルールや日本語訳が分かりにくいとの利用事業者の声が一定数（広告主で3割以上）存在	【意見案】 規約等に対するユーザーからの<u>声や苦情等を積極的に分析し、継続的に改善</u>していくことを求める【継続的改善】

透明性・公正性に関する評価への主な会合意見（広告分野 Google2/2）

重点テーマ毎に 求められる取組み	Googleにおける取組み状況	評価への会合意見（案）
媒体審査における慎重な判断 悪質な広告等の排除とのバランスを取りつつ、誤った判断による拒絶措置を最小化	【評価できる点】 - 審査担当者の決定をGoogleのAI検出や違反措置システムに学習させ継続的に改善 【課題】 - 機械審査で媒体社への広告配信停止措置は広く行い、異議申立てを待って誤検知による措置は後で修正するというアプローチは媒体社の収益を得る機会を制限する可能性 - 媒体社からの異議申し立てに対する措置の当初判断の取消し割合（85%）のうち、誤った判断件数をカウントしておらずこうした情報が改善に用いられているか不明瞭	【意見案】 - 広告枠の停止措置にあたっては誤判定が最小化されるよう求める【継続的改善】 - リスクの高低に応じて、媒体社に対する措置理由の開示を検討するよう求める【新規】 - 誤った判断件数が把握できるよう分析し、可能な限り説明するよう求める【新規】
「広告の質」に係る課題への対応 人間が閲覧していない広告取引（無効トラフィック）や詐欺広告等の問題への対策・啓発を実施	【評価できる点】 - 無効トラフィックを検知・排除し、また、利用事業者への対策情報を提供していること - AIツールの活用や業界横断的情報共有により詐欺等問題のある広告を検知・排除していること - 媒体社に対して、問題ある広告やその配信経路をブロックするツールを提供していること 【課題】 - 広告の質に関する問題についての認知度が低く（広告主の2割は内容を知らない）、提供されている対策ツールの利用が進まないこと	【意見案】 - 利用事業者が頻繁にアクセスするサイト（管理画面など）での、「広告の質」や広告枠取引の質に係る課題に関する積極的な啓発を期待する【継続的改善】 - 低品質広告対策として、媒体社向け広告配信のコントロール手法について積極的な情報発信を期待する【新規】 - 第三者アドテク事業者も巻き込んだ広告取引の透明性技術の導入について、積極的な検討を期待する【新規】