

## 透明化法に基づく開示義務（検索順位・ランキング表示）

- デジタルプラットフォーム取引透明化法は、規制対象事業者に対し、検索順位等の決定に用いられる主要な事項（金銭の支払が順位に影響を及ぼす可能性がある場合はその旨を含む）を開示することを求めている。

### 【特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律（抜粋）】

#### 第5条（特定デジタルプラットフォームの提供条件等の開示）

1 （略）

2 特定デジタルプラットフォーム提供者は、次の各号に掲げる者に対して特定デジタルプラットフォームを提供するときは、当該者に対し、当該特定デジタルプラットフォームの提供条件として当該各号に定める事項を開示しなければならない。

一 商品等提供利用者（特定デジタルプラットフォームを利用するものに限る。以下この条、第七条第一項及び第三条第三項、第十二条第三項並びに第十三条第一号及び第二号において同じ。） 次に掲げる事項

イ（略）

ロ（略）

ハ 当該特定デジタルプラットフォームにより提供される場において、一般利用者（特定デジタルプラットフォームを利用するものに限る。以下この条において同じ。）が検索により求める商品等に係る情報その他の**商品等に係る情報に順位を付して表示する場合**における、**当該順位を決定するために用いられる主要な事項**（商品等提供利用者からの当該特定デジタルプラットフォーム提供者に対する広告宣伝の費用その他の金銭の支払が、当該順位に影響を及ぼす可能性がある場合には、その旨を含む。）

二～ト（略）

※同項第2号イに基づき、上記事項は一般利用者（消費者）にも開示しなければならない。

# 規制対象事業者による開示ー総合物販オンランモール

- 検索順位等の決定に用いられる**主要な事項**（金銭の支払が順位に影響を及ぼす可能性がある場合はその旨を含む）を開示しなければならない。

<b>Amazon</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 検索結果のどの位置に商品が表示されるかは、<b>商品情報にあるテキストその他の情報との一致率、価格、ポイント、在庫状況、品揃え、販売履歴などの要素</b>によって決まります。関連性が高く、網羅的な情報を商品に設定することにより、商品の露出度が高まり、売り上げを向上させることができます。</li><li>■ Amazonでは、以下のような要素を踏まえておすすめ商品を表示します。<ul style="list-style-type: none"><li>○ お客様の行動（商品の購入頻度など）</li><li>○ 商品の情報（商品名、価格、商品の説明など）</li><li>○ 在庫の有無</li><li>○ お届けまでにかかる時間</li><li>○ 各種料金（配送料など）</li><li>○ その商品に興味を持たれるかどうか（新商品など）</li></ul></li></ul>
<b>Yahoo</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 検索結果の表示順を、おすすめ順、売れている順、安い順、レビュー件数の多い順などに変更できます。</li><li>■ 「おすすめ順」は、お客様の円滑なお買い物の実現を目指し、検索キーワードを基礎としてもっとも商品を探しやすくなるよう機械学習によって表示しています。並び順を決定する要素には、<b>検索ワードとの関連性、商品の購入件数、購入顧客数、販売個数、商品レビュー数、ストア評価数、ストア評価の平均値、ストア評価の合計値、ストア※1が支払う販売促進費の設定率※2</b>などがあります。</li></ul> <p>※1：Yahoo!ショッピングが認定したストアに限ります。Yahoo!ショッピングが認定したストアとは、前月の取扱高が一定以上、Yahoo!ショッピングでのパフォーマンスが優良であるなど、Yahoo!ショッピングが販売促進費の設定を認めたストアです。</p> <p>※2：ストアが支払う販売促進費の設定率のみで検索順位が上がることはありません。</p>
<b>楽天</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 楽天市場の商品検索においては、主に<b>①自然言語処理による検索キーワードと商品の関連性、②検索キーワード毎の商品の人気度</b>をスコアリングして検索順位を決定しております。また、上記要素を常にモニタリング、反映しているため検索順位は常に変動します。</li><li>① <b>検索キーワードと商品の関連性</b>とは：検索キーワードと、商品の説明に出てくるキーワードの出現頻度や希少性を加味して商品のスコアリングを行っています。</li><li>② <b>検索キーワード毎の商品の人気度</b>とは：検索を使ったユーザーが、各商品にどう反応したかをモニタリングしユーザーが支持した商品に対して検索キーワードのスコアリングを高く評価します。</li></ul>

※上記は公表情報に基づくものであり、その他にも情報が開示されていることはありえる。

# 規制対象事業者による開示ーアプリストア

- 検索順位等の決定に用いられる**主要な**事項（金銭の支払が順位に影響を及ぼす可能性がある場合はその旨を含む）を開示しなければならない。

<b>Apple</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ アプリケーションランキングおよび見つけやすさに使用される主なパラメータは、<b>テキストの関連性</b>です。たとえば、<b>正確なタイトル、関連するキーワード、またはメタデータの追加、ライセンスアプリケーション内での説明的なカテゴリの選択、評価、およびレビューならびにアプリケーションのダウンロードの数と質に関する顧客の行動、App Store内でのローンチの日付（関連する検索のために考慮される場合があります）、Appleが公表したいずれかのルールにデベロッパが違反したことがあるか、</b>などが考慮されます。これらの主なパラメータによって、顧客の検索クエリに最も関連する結果が返されます。</li><li>■ App Store内で取り上げるアプリケーションを検討する場合、Appleのエディターはすべてのカテゴリから、特に新しいアプリケーションおよび大幅にアップデートされたアプリケーションに着目し、高品質のアプリケーションを探します。Appleのエディターが考慮する主なパラメータは、UIデザイン、ユーザーエクスペリエンス、革新性と独自性、ローカリゼーション、アクセシビリティ、App Store製品ページのスクリーンショット、Appレビューおよび説明です。さらにゲームの場合、ゲームプレイ、グラフィックスとパフォーマンス、オーディオ、物語とストーリーの深さ、リプレイ機能、およびゲームプレイコントロールに関するかかるパラメータに関しても考慮します。これらの主なパラメータにより、高品質で優れた設計の革新的なAppが表されます。</li></ul>
<b>Google</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ ユーザーは、さまざまな方法を通して Google Play でアプリを見つけることができます。Playでアプリを整理するうえでの目標は、どのアプリを表示するか、アプリをいくつ表示するか、それらのアプリをユーザーフレンドリーな方法でどのように表示するかを判断することです。アプリを整理する際は、以下のような多くの要因が関与します。<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>ユーザーとの関連性</b>: ユーザーにとって最も関連性の高いアプリは、ユーザーが閲覧している場所や検索で使用しているクエリによって異なります。</li><li>● <b>アプリのエクスペリエンスの品質</b>: 一般に、技術的なパフォーマンスが高く、ユーザーエクスペリエンスに優れたアプリは、品質の低いアプリよりも優先されます。</li><li>● <b>エディターによる評価</b>: Google Play は、厳選されたおすすめを提供することで、ユーザーが注目のコンテンツや面白いコンテンツを見つけられるようにしています。</li><li>● <b>広告</b>: デベロッパーは、他の Google サービスと同様に Google Play にも広告を掲載できます。これらの広告は、明示されたセクションに、他のコンテンツと一緒に表示されます。</li><li>● <b>ユーザーエクスペリエンス</b>: Google Play は、ユーザーが利用可能な幅広いアプリを快適に探索できるよう取り組んでいます。</li></ul></li></ul>

※上記は公表情報に基づくものであり、その他にも情報が開示されていることはありえる。