

令和3年度におけるデジタルプラットフォーム取引相談窓口の 運用状況について (オンラインモール利用事業者向け)

「デジタルプラットフォーム取引相談窓口」(オンラインモール利用事業者向け)は、「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」(令和2年法律第38号)(以下「透明化法」といいます。)の実効的な運用を図るための取組の一つとして、令和3年4月1日に設置されました(経済産業省委託事業)。

相談窓口では、デジタルプラットフォームを利用する事業者(オンラインモールを利用する出店事業者等)の取引上の課題等に関する悩みや相談に専門の相談員が無料で応じ、アドバイスをしています。また、相談・情報提供を受け付けるのみならず、利用事業者へのヒアリングやアンケート等を実施し、日頃の情報収集に努めています。

相談窓口に寄せられた事業者の皆様の声については、共通する取引上の課題を抽出し、関係者間で共有することを通じて、取引環境の改善にも役立てられます。

例えば、相談窓口に寄せられた情報は、透明化法に基づき毎年度実施される、特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性を評価するプロセス(モニタリング・レビュー)において活用されています。モニタリング・レビューは、有識者等の意見も聞きながら実施されるものであり、特定デジタルプラットフォーム提供者(規制対象である大手オンラインモール運営事業者)は、評価結果を踏まえて運営改善に努めなければならないとされています。

デジタルプラットフォーム取引相談窓口(オンラインモール利用事業者向け窓口)

● 公益社団法人 日本通信販売協会

- ・ 対応日時：平日9時～12時、13時～17時(土日・祝日等を除く。)

- ・ 問い合わせ先：<https://www.online-mall.meti.go.jp/>

メールアドレス：info@online-mall.meti.go.jp

電話番号：0120-088-004

【主な支援内容】

- ・ デジタルプラットフォーム提供者への質問・相談方法等に関するアドバイス
- ・ 弁護士の情報提供・費用補助
- ・ 利用事業者向けセミナー・法律相談会等の実施
- ・ 複数の相談者に共通する課題を抽出し、解決に向けて検討
- ・ デジタルプラットフォーム提供者との相互理解の促進支援¹

¹ 相談窓口では、相談者の方々に安心して相談してもらえよう、窓口寄せられた相談情報に関しては、相談者の利益が害されないよう、細心の注意を払いながら取り扱っています。相談内容に応じて特定デジタルプラットフォーム提供者への照会を行うこともあります。相談の解決や事実関係の把握のために特に必要な場合に限って行うこととしています。また、照会するにあたっては、相談者の了解を事前に得た上で行うなど、相談者の方々に配慮した運用としています。

本資料は、令和3年度（令和3年4月1日から令和4年3月31日まで）に本相談窓口が受け付けた相談・情報提供及びヒアリング等を通じて情報収集した内容等を、相談窓口の運用状況としてまとめたものです。

1. 相談窓口寄せられた情報提供件数等

(1) 情報提供の総数及び情報提供の経路別の内訳

令和3年度において、本相談窓口寄せられた情報提供件数（窓口において受け付けた情報の内容に応じてカウントされた件数であり、ポジティブな内容やネガティブな内容等を含みます。以下同じ。）は、1,294件でした。

このうち、利用者から窓口で電話やwebフォーム等を利用して寄せられた相談・情報提供が282件、相談窓口が行ったヒアリング等により収集した情報が1,012件でした。

(2) 情報提供の内容別の内訳

本相談窓口寄せられた情報提供の内容別の内訳については、「検索順位・ランキング等に関する事項」が131件（10%）、「取引条件の変更に関する事項」が130件（10%）、「取引の全部拒絶（アカウント削除等）に関する事項」が125件（10%）でした。

また、以下の図表において数値の記載はありませんが、各相談・情報提供に付随して寄せられた苦情及び紛争の処理体制・手続に関する情報提供が317件でした。

図表1 情報提供件数（内容別）

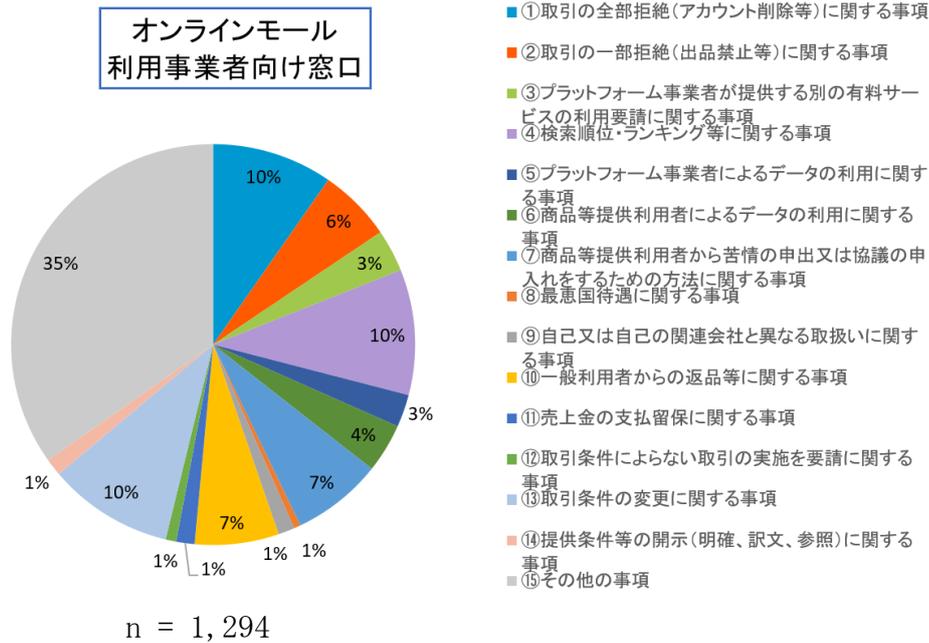
単位：件

| 分類 | 件数 |
|--|-------|
| ①取引の全部拒絶（アカウント削除等）に関する事項 | 125 |
| ②取引の一部拒絶（出品禁止等）に関する事項 | 76 |
| ③プラットフォーム事業者が提供する別の有料サービスの利用要請に関する事項 | 44 |
| ④検索順位・ランキング等に関する事項 | 131 |
| ⑤プラットフォーム事業者によるデータの利用に関する事項 | 34 |
| ⑥商品等提供利用者によるデータの利用に関する事項 | 51 |
| ⑦商品等提供利用者から苦情の申出又は協議の申入れをするための方法に関する事項 | 94 |
| ⑧最恵国待遇に関する事項 | 7 |
| ⑨自己又は自己の関連会社と異なる取扱いに関する事項 | 17 |
| ⑩一般利用者からの返品等に関する事項 | 87 |
| ⑪売上金の支払留保に関する事項 | 19 |
| ⑫取引条件によらない取引の実施要請に関する事項 | 11 |
| ⑬取引条件の変更に関する事項 | 130 |
| ⑭提供条件等の開示（明確、訳文、参照）に関する事項 | 18 |
| ⑮その他の事項 | 450 |
| 合計 | 1,294 |

注：情報提供件数は、各窓口において情報の内容に応じてカウントされた件数であり、ポジティブな内容やネガティブな内容等を含む。

図表2 情報提供件数の内容別割合

令和3年度（令和3年4月1日から令和4年3月31日まで）



注：情報提供件数は、各窓口において情報の内容に応じてカウントされた件数であり、ポジティブな内容やネガティブな内容等を含む。

2. 相談窓口寄せられた利用事業者からの声

別紙をご参照下さい。

3. 相談窓口におけるその他の取組（利用事業者向け説明会の実施等）

相談窓口では、透明化法や相談窓口についての理解を深めていただくために、利用事業者向けのセミナー・説明会等を開催しています。

令和3年度においては、オンラインモール利用事業者向けの説明会を1回開催し、約180名にご参加いただきました。

参加者からは「非常に役に立った」、「有益であった」などの声が多数寄せられ、また、説明会への参加を契機として新たな相談・情報提供もいただきました。

また、相談窓口では、海外における関係機関との情報交換等も行っています。

※ デジタルプラットフォーム取引相談窓口には、オンラインモール利用事業者向けのほか、アプリストア利用事業者向け窓口や、経済産業省 Web フォームがあります。これら全体の運用状況については、令和4年7月29日付けの経済産業省プレスリリースをご覧ください。

◎ 「令和3年度デジタルプラットフォーム取引相談窓口の運用状況をまとめました」

<https://www.meti.go.jp/press/2022/07/20220729004/20220729004.html>

別紙 相談窓口に寄せられたオンラインモール利用事業者からの声

相談窓口に寄せられた利用事業者の声の一例をご紹介します²。

なお、寄せられた相談のうち一部の事案においては、相談窓口からの助言を受けてプラットフォーム運営者への異議申立てやプラットフォーム運営者との協議等の対応を行い、アカウント停止措置等が解消された、といった声も寄せられました。

(1) 返品関係

- ここ最近、お客様都合の返品や悪質な返品に対して、オンラインモール運営事業者がすぐに補てんしてくれた。
- オンラインモール運営事業者が返品ルールや返品受入れを決定しており、出店者に負担が生じている。
 - ▶ 購入者が返品を要請した場合、ルール上は返品理由により出品者の負担（返金割合・配送料）が決まることになっているが、オンラインモール運営事業者は、その他の事実関係の確認をせず、購入者のクレームのみに基づき返品受け入れを判断するため、不満がある。
 - ▶ オンラインモール運営事業者が提供するオプションサービスを利用していると、当該サービスの対象商品については無条件返品期間を通常の30日から90日に延長するキャンペーンに従わざるを得ず、不満がある。
 - ▶ 購入者が購入した商品を安価なものにすり替えて返品するケースがある。このような場合に返品を受け入れると判断したオンラインモール運営事業者から受けられる補償が不十分であると感じる。

(2) 規約・ガイドライン等の運用

- オンラインモール内では公平に扱われていると思える。他店舗に比べ優劣のつく扱いを受けたことはない。
- オンラインモールのルールに違反した出店者に対する制裁が等しく行われておらず、恣意的であると感じる。
- オンラインモール運営事業者の関係店舗のルール違反には制裁が行われず不公平だと感じる。

(3) アカウント停止関係

- 規約をよく理解しておらず違反が累積してアカウント停止になったが、担当部門に違反内容を確認して再発防止策を2週間ほど交渉した結果、アカウント停止は解除され売上の支払も正常になった。
- アカウント停止の理由についてオンラインモール運営事業者から十分な説明を受けられず、対応に困った。
 - ▶ ポリシー違反の商品を出品していると指摘され、30日前の通知なくアカウントを停止され、売上金を留保された。身に覚えがなかったので問い合わせたが、オンラインモール運営事業者からは定型文のメール返信が繰り返されるのみで、中身のある回答は得られなかった。その後、何故か突然アカウントが復活した。結局、何が問題とされたのかは分からないまま損失を被った。

² 令和3年4月以降に相談窓口に寄せられた利用事業者の声をもとに、比較的多く寄せられた内容や多くの利用事業者に影響しうる内容を整理したものであり、規約等の誤解や認識不足に基づく不満が含まれ得る点に留意する必要があります。これらの声は、透明化法に基づき、特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性を評価するプロセス（モニタリング・レビュー）においても活用されています。

- ▶ 「ポリシー違反を行ったアカウントとの関連性が認められた」と指摘され、30日前の通知なくアカウントを停止され、売上金を留保された。通知されたアカウントは見知らぬものであり、関連性がないことをどのように証明すればよいのか分からなかった。そこで、どのような理由で関連性を認めたのかオンラインモール運営事業者に尋ねたが、回答してもらえなかった。

(4) 苦情処理・相談体制

- 出品していた商品が削除されたが、カスタマーセンターに理由等を確認できたため、円滑に再出品できた。
- 問合せに対する回答が定型文で問題が解決しない。
- オンラインモール運営事業者が質問に回答せずこちらの主張をきちんと聞いてくれない。
- 担当者と日本語できちんとコミュニケーションができないことがある。

(5) 商品の検索順位

- あるオンラインモールは、数年前から検索順位を決める基準をオープンにしている。
- 商品の検索順位を決定する仕組みが不明瞭・恣意的・不公平だと感じる。
 - ▶ オンラインモールで商品が検索結果の上位に表示される基準が分かりにくい。
 - ▶ オンラインモール上で商品を検索すると、オンラインモール運営事業者の販売商品がずらりと並んでいるという感は否めず、不公平に感じる。
 - ▶ 検索結果が1ページ目に表示されていた商品が、ある日突然5ページや7ページに表示されたり、表示されなくなったりする問題が多数発生した。表示結果が人為的に操作されているのではないかと感じる。

(6) オンラインモール運営事業者によるデータ利用

- オンラインモール運営事業者がデータをノウハウとして他店に流用しているような印象を持ったことはない。
- オンラインモール運営時業者が自身の販売活動にモール上で得た他の出店者データを利用していると感じる。

※ その他、「オンラインモールに集客力があるので、自社ブランドの認知度が低くても、店舗を目にしてもらうことができる」「規約等の変更について、最近は十分な期間をもって分かりやすく通知されているように思う。透明化法ができたおかげで3社とも丁寧に対応してくれているように感じる」との声も寄せられています。

以上