

特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性についての評価（案） （総合物販オンラインモール及びアプリストア分野）

令和●年●月●日
経済産業省

I はじめに

本評価は、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」又は「法」という。）第9条第2項に基づき、経済産業大臣が特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性についての評価を行うものである。

本評価の対象である特定デジタルプラットフォームは以下のとおりである。

事業の区分	特定デジタルプラットフォーム	特定デジタルプラットフォーム提供者
総合物販 オンライン モール ¹	Amazon. co. jp	アマゾンジャパン合同会社（以下「アマゾン」という。）
	楽天市場	楽天グループ株式会社（以下「楽天」という。）
	Yahoo!ショッピング	ヤフー株式会社（以下「ヤフー」という。）
アプリ ストア ²	App Store	Apple Inc. 及び iTunes 株式会社（以下「Apple」という。）
	Google Play ストア	Google LLC（以下「Google」という。）

本評価を行うに当たり、特定デジタルプラットフォーム提供者から提出された令和3年度定期報告書等の内容、デジタルプラットフォーム取引相談窓口³に寄せられた情報、アンケート調査結果等の情報を確認した。また、「デジタルプラットフォームの透明性・公正性に関するモニタリング会合」（座長：岡田羊祐一橋大学大学院経済学研究科教授、以下「モニタリング会合」という。）⁴を通じて、学識経験者や関係者の意見を聴取した。

また、評価に当たっては、経済産業大臣が定める指針⁵における「基本的な考え方」を勘案した（法第9条第2項）。当該「基本的な考え方」は、共同規制の趣旨に基づき、特定デジタルプラットフォーム提供者に期待される取組の方向性を示すものであり、その要点は、以下に集約される。

- ・ 特定デジタルプラットフォームを提供する条件（以下「提供条件」という。）の変更等、特定デジタルプラットフォームを利用する事業者（以下「利用事業者」という。）に影響を与える行為を行う場合には、予め利用事業者に与える影響を考慮して、適切に対応すること（利用事業者からみてわかりやすい内容・理由の説明、時間的余裕を確保した上での通知、一貫性・公平性のある判断等）
- ・ 利用事業者からの苦情・相談や異議申立て等にしっかりと耳を傾け、適切に対応すること
- ・ 運営改善につながる仕組みを構築するとともに、継続的に運営改善に努めること

¹ 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第4条第1項の事業の区分及び規模を定める政令（令和3年政令第17号。以下「令」という。）第1項の表第1号の中欄に規定する事業の区分を指す。以下同じ。

² 令第1項の表第2号の中欄に規定する事業の区分を指す。以下同じ。

³ https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/digitalplatform/business.html

⁴ <https://www.meti.go.jp/press/2021/12/20211221001/20211221001.html>

⁵ 特定デジタルプラットフォーム提供者が商品等提供利用者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために講ずべき措置についての指針（令和3年経済産業省告示第16号）を指す。以下同じ。

本評価では、上記観点に照らしつつ、モニタリング会合における有識者意見も踏まえて、特定デジタルプラットフォーム提供者に期待される取組の方向性を示すとともに、当該方向性に照らして評価できる取組を掲げている。

本評価を踏まえた対応の方向性としては、以下の3つが挙げられる。

① 特定デジタルプラットフォーム提供者による自主的な運営改善

透明化法上、特定デジタルプラットフォーム提供者は、公表された評価の結果を踏まえ、特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の自主的な向上に努めなければならないとされている（法第9条第6項）。特定デジタルプラットフォーム提供者には、本評価を踏まえ、自主的かつ積極的に運営改善を図っていくことが求められる。その際、本評価で掲げる評価できる取組を参照していくことが考えられる。

② 自主的な手続・体制整備に関する「指針」の改定

経済産業大臣が定める指針は、不断に見直されることが予定されている。経済社会情勢の変化や、特定デジタルプラットフォーム提供者による自主的な取組の状況も踏まえつつ、指針の改定について今後検討していくことが考えられる。

③ 強制力ある介入方策の検討

透明化法の枠組みや既存法令での対応が難しいものについては、強制力ある介入方策について検討していくことが考えられる。

また、本評価では、別添1として、透明化法に関する個別事案の処理状況をまとめている。当該情報により、透明化法の運用の透明性を高めるとともに、特定デジタルプラットフォーム提供者による透明化法の遵守や自主的な取組につなげていくことを目的としている。

II 評価（※詳細は別添2参照）

本評価は2部構成としている。

まず、「1 透明化法に基づく義務の履行状況」は、各社から提出された令和3年度定期報告書その他の情報に基づく評価を示したものである。

「2 オンラインモール・アプリストア分野における主な課題と期待される取組の方向性」は、デジタルプラットフォーム取引相談窓口等に寄せられた利用事業者の声⁶のうち、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得る内容について、特定デジタルプラットフォーム提供者による取組状況を確認した上で、透明性・公正性向上の観点から期待される取組の方向性を示している。

なお、別添2として、特定デジタルプラットフォーム提供者により提供された情報（評価対象となる事実関係）を含む詳細をまとめている。

1 透明化法に基づく義務の履行状況

透明化法の施行により、特定デジタルプラットフォーム提供者による提供条件等の情報開示は総じて改善しているものと評価できる。また、苦情処理・紛争解決等の体制整備についても、前向きに取り組

⁶ 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る。

んでいる姿勢が伺えた。実際、利用事業者向けのアンケート調査結果⁷によると、多くの利用事業者が、特定デジタルプラットフォーム提供者による情報開示や相談窓口での対応がよりわかりやすく丁寧になったと回答している。

他方、利用事業者から寄せられた声やモニタリング会合における有識者意見、経済産業大臣が定める指針を踏まえると、特定デジタルプラットフォーム提供者には、以下のとおり更なる取組が期待される。

(1) 提供条件等の情報開示

透明化法は、特定デジタルプラットフォーム提供者に提供条件として一定の事項を開示すること、及び、当該事項を含め提供条件を開示するに当たっては、日本語で明確かつ平易な表現を用いて記載し、いつでも容易に参照可能な状態にすることを義務付けている（法第5条第1項、第2項、省令⁸第5条）。これにより、利用事業者の提供条件に係る理解増進を図り、その事業の予見性高める効果が期待される。そうした効果を実現するためにも、提供条件が記載されている利用規約等が膨大な分量となる場合は、その中に利用事業者にとって重要な情報が埋もれてしまうことがないよう、わかりやすく開示する取組・工夫が求められる。

また、透明化法は、特定デジタルプラットフォーム提供者が提供条件を変更する場合に、原則として利用事業者が当該変更に対応するための期間を設けて事前に変更の内容及び理由を開示することを義務付けている（法第5条第4項第1号）。これにより、利用事業者は、提供条件の変更に対応する準備期間を確保することができる。また、変更理由が開示されるので、必要に応じて協議を申し出ることが容易になる効果が期待される。

規約変更に係る事前通知期間については、利用事業者向けのアンケート調査結果⁹によれば、3ヶ月以上前に連絡があった旨の回答が約6～8割、1ヶ月以上前に連絡があった旨の回答を併せると約8～9割となっており、一定の取組状況が伺われる。一方で、事案によっては「変更に対応するための期間が不十分」との利用事業者の声も寄せられている。

Appleにおいては、App Store 価格設定用テーブル（Tier）の価格を変更する旨の通知を変更の15日前に行う事案があった。提供条件の変更等を行うに当たっては、利用事業者の事情を勘案し、十分な準備期間を設けるとともに、変更内容や理由をわかりやすく説明する必要がある。また、その上で、利用事業者との対話プロセスをより実効あるものとする必要もある。これらの観点から、提供条件変更時の各社の対応について注視していく。

なお、以下の取組については、上述の趣旨に照らして望ましい取組として評価できる。

<提供条件や提供条件の変更内容をわかりやすく開示する取組・工夫>

- ・ 透明化法に基づく開示事項を一覧化又は集約して簡潔に説明するウェブページを一般公開（楽天、ヤフー）
- ・ 利用事業者への影響が大きい変更を行う場合に利用事業者向けのイベントにおいても説明を実施（楽天）
- ・ 変更箇所の新旧対照表を提示（ヤフー）
- ・ 新たなポリシー変更について説明する日本語動画を公開（Google）

<提供条件の変更について利用事業者から合理的な意見が寄せられた場合に当該意見を考慮>

⁷ 2022年3月14日第2回モニタリング会合【資料1】「デジタルプラットフォーム利用事業者向けアンケート調査結果」（以下「第2回モニタリング会合【資料1】」）という。）15頁

⁸ 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施行規則（令和3年経済産業省令第1号）を指す。以下同じ。

⁹ 第2回モニタリング会合資料【資料1】20頁参照。

- ・ 影響の大きい利用事業者に対して事前ヒアリングを実施（ヤフー）

（２） 相互理解を促進するための手続・体制整備

透明化法は、特定デジタルプラットフォーム提供者に利用事業者との間の取引関係における相互理解の促進を図るために必要な措置を講じることを義務付けている（法第7条第1項）。当該措置の適切かつ有効な実施に資するよう、経済産業大臣の指針が定められており（法第7条第2項）、特定デジタルプラットフォーム提供者は、当該指針の「基本的な考え方」に示された望ましい取組の方向性を実現するために講じた具体的な措置を定期報告書において説明することが求められている（法第9条第1項第4号）。

透明化法の施行後、初めて提出された定期報告書では、数多くの取組が各社から報告されたが、その取組の運用実態や実効性が明らかでないものも多く見受けられた。

特定デジタルプラットフォーム提供者が、利用事業者や社会全体から信頼を確保していくに当たっては、外部から検証できるようなかたちで、自社による取組を説明していくことが重要である。そのためにも、次回の定期報告書や対外説明等において、

- 定量的な実績、課題への対処に至った具体例、改善を実効的に進めるための工夫等、各種取組の実効性について、内部監査等によるエビデンスを添えて提示すること
- 既に実施した改善措置に限らず、現状の課題と考えている事項及び今後の対応方針について説明することで、自主的かつ積極的に運営改善を行う姿勢を示していくこと

を期待する。その際、利用事業者を含む関係者とのコミュニケーションを担う国内管理人が、運営改善に向けた中心的な役割を果たしていくことを期待する。

なお、以下の取組については、上述の趣旨に照らして望ましい取組として評価できる。

<運営改善を実効的に進めるための手続・体制や実施した改善措置の具体例を説明>

- ・ 出品停止等の各措置の正確性について、様々な指標と目標値を設定し、その推移を監視し、定期的に精査するとともに、改善に向けての具体的な方策を特定し、各改善策の担当者に具体的な目標を設定し、進捗を管理。加えて、出品停止等の措置を実施するチームのアクションや決定について独立したチームが定期的に監査を実施（アマゾン）
- ・ 外部有識者からの意見を聴取する会議を定期的に開催し、その議事要旨、有識者の意見、当該意見を踏まえた改善活動内容を利用事業者向けのポータルサイト上で公開（楽天）
- ・ 内部監査の指摘（苦情を網羅的に、適切・迅速に処理・解決するための体制と仕組みが必要であること）を踏まえた改善内容を具体的に説明（ヤフー）
- ・ 利用事業者の意見を運営改善に繋げた具体的な事例として、「現金を伴うギャンブル、ゲーム、コンテストに関する Google Play のポリシー」の変更について、オンラインクレーンゲームのアプリを提供する日本の利用事業者団体との協議に応じ、当該アプリの配信継続を可能にするパイロットプログラムとして、当該団体と協力して認証制度及び監視体制を導入した例、ニュースアプリにおける著者の記載に関するポリシーを日本の報道機関からの意見を踏まえて更新した例等を説明（Google）
- ・ 利用事業者の意見を運営改善に繋げた具体的な事例として、アプリのメタデータの記述に関するガイドラインを利用事業者からの意見を踏まえて更新した例を説明（Apple）

<現状の課題と考えている事項及び今後の対応方針について説明>

- ・ 「自社グループ企業ストア優遇を行う場合の透明性の維持」が今後の課題であるとして具体的な方針を提示（ヤフー）
- ・ 「アカウントの一時停止に関する通知」が今後の課題であるとして具体的な方針を提示（Google）

（3） 苦情処理・紛争解決の状況

透明化法は、利用事業者との相互理解を促進するための手続・体制整備の一環として、利用事業者からの苦情の処理及び紛争の解決のために必要な手続・体制の整備を求めており（法第7条第3項第3号）、特定デジタルプラットフォーム提供者は、苦情及び紛争の件数、主な類型、平均処理期間等を定期報告書において報告することとされている（法第9条第1項第2号、省令第13条第2項）。

令和3年度定期報告書等を通じて、特定デジタルプラットフォーム提供者から苦情処理・紛争解決の手続・体制やその実績について様々な情報が提供された（別添3参照）。このような情報開示は、各社の取組を客観的に評価することを可能とするとともに、利用事業者や社会全体からの納得感・信頼感を得ることに資するものである。特定デジタルプラットフォーム提供者には、苦情処理・紛争解決に係る取組の客観的な評価に資する情報を積極的に開示することを期待する。

特定デジタルプラットフォーム提供者による苦情処理・紛争解決について、利用事業者からは、「回答が定型文で問題が解決しない」、「問題が生じたときに十分にコミュニケーションができず、解決につながらない」、「日本語できちんとコミュニケーションできない場合がある」等の声が寄せられている。

苦情処理・紛争解決の具体的な方法は、利用事業者の数等の事業運営の実態を踏まえ、各社が創意と工夫を凝らして講じていくものであるが、利用事業者の声も踏まえて継続的に対応の改善を図っていくことが求められる。個別には、以下の対応を期待する。

- ・ **【アマゾン】**：利用事業者とのコミュニケーションプランや通知文面を予め作成して使用するにあたり、コミュニケーションの質に関する利用事業者の意見等を定期的に精査し、所定のプランや文面を改善しているとの説明があったが、利用事業者の声に鑑みると、所定のプランや通知文面を使用した対応が上記のような利用事業者の声に繋がっている可能性もあり、今後とも継続的に、利用事業者とのコミュニケーションの質の改善に取り組んでいくことを期待する。
- ・ **【Apple】**：透明化法の施行に伴い設置した苦情申立てフォームに寄せられた苦情について、経験豊富で高度なトレーニングを受け、指定された様々な専門家からなるクロスファンクショナルチームによってレビュー、調査、評価し、検討結果を個別に回答しているとの説明があったが、申立件数の少なさ及び利用事業者の声に鑑みると、上記苦情申立てフォームが十分に認知されていない可能性もあり、利用事業者の認知を高める取組を期待する。

利用事業者との紛争解決に当たっては、第三者を関与させる取組も有効となり得る。例えば、アカウント停止措置等、特定デジタルプラットフォーム提供者による措置について争いがあり、セキュリティ対応等の事情により利用事業者に必要な情報を開示できないような場合には、当該措置の適切性を客観的に確認することが困難になるという問題が生じ得る。このような場合に、利用事業者の求めに応じてADR（裁判外紛争解決手続）を利用するなどの対応や、紛争解決に要する費用の合理的な費用負担の在り方についての検討が行われれば、高く評価できる。

なお、以下の取組については、上述の趣旨に照らして望ましい取組として評価できる。

- ・ 利用事業者からの苦情のうち結果的に利用事業者の意向に沿うかたちで解決した苦情の割合（約74%）を説明（アマゾン）
- ・ 利用事業者からの苦情及び紛争のうち結果的に Google の判断を維持した割合（約25%）等を説明（Google）
- ・ ヘルプデスクで実施したアンケートの結果（85%が満足した旨の回答）を説明（ヤフー）
- ・ 利用事業者等から寄せられた意見について、その数及び機能改善に至った件数を説明するとともに、利用事業者に対してその結果を可視化（ヤフー）
- ・ 苦情申立のあった3件全てについて、その処理の結果及び理由を詳細かつ具体的に説明（Apple）
- ・ 経済産業省が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）の運営を委託している日本通信販売協会（JADMA）との密接な関係を構築し、JADMA からアマゾンの課題について指摘があった際には、速やかに関係部署と連携し、原因の特定と改善措置の実施を推進する等の取組を実施（アマゾン）
- ・ 経済産業省がデジタルプラットフォーム取引相談窓口（アプリストア利用事業者向け）の運営を委託しているモバイルデベロッパーの業界団体であるモバイル・コンテンツ・フォーラム（MCF）との間で新たなコミュニケーションチャンネルを確立し、利用事業者団体との意見交換を実施（Google）

2 オンラインモール・アプリストア分野における主な課題と期待される取組の方向性

（1）アプリストアの手数料・課金方法

アプリストアの手数料は、モバイル向けデジタルサービスを有償で提供する事業者にとって、事業性判断や将来投資を左右する極めて重要な関心事項となっており、その水準や課金方法の在り方については、問題点を指摘する声が多く寄せられている。国際的にも、競争上の問題があり得るとして、訴訟や競争法の執行、制度整備等、様々な動きが見られる。

モニタリング会合では、アプリストアを運営する Apple 及び Google から、手数料の位置づけ（決済手数料ではなく、アプリストア利用料であること）を含め、様々な説明がなされた。その点は利用事業者との相互理解に向けた第一歩として評価できる。また、課金方法については、実質的に Apple や Google が指定する決済手段しか使えないという課題が指摘されていたところ、Google は、User Choice Billing のパイロットプログラムを、法律でそれが要請される国・地域に限らず日本にも適用し、ゲームアプリ以外のアプリについて、試験的に課金方法の選択肢を増やす方針を公表した点は、利用事業者からの声を踏まえた取組として評価できる。

しかしながら、決済手段の選択肢の拡大だけは、必ずしもアプリストアの手数料の競争を促すことにつながらないという認識が広がりつつある。手数料について競争が十分に働いていると認めるのが難しく、また、手数料の支払いの有無により利用事業者と Apple との間で公正な競争が歪められないか、15%ないし30%の手数料が課されるアプリと手数料が課されないアプリとの区別は合理的なのかといった疑問も指摘されているような中で、利用事業者の理解と納得を得られる状況に至っているとはいえない。Apple 及び Google には、アプリストアの運営に係る費用と手数料の関係性や費用負担の在り方について詳しく説明すること、利用事業者からなる団体等と協議を進めること等、利用事業者との相互理解に向けて継続的に取り組んでいくことを期待する。また、決済手段に関するルール変更については、実際に利用事業者に利用されるようになることが重要であり、利用事業者からの評価も含め、今後の動向を注視していく。

(2) 自社及び関係会社の優遇

特定デジタルプラットフォームにおいて、特定デジタルプラットフォーム提供者自身やその関係会社が、商品やアプリを提供・販売しているところ、利用事業者からは、違反行為に対する措置、商品・アプリの表示順位、利用事業者の事業活動に関するデータ利用等の場面で、「特定デジタルプラットフォーム提供者が自社や関係会社を優遇しているのではないか」と懸念する声が寄せられている。国際的にも、大手デジタルプラットフォームによる自社優遇行為については競争上の問題があり得るとして、様々な議論・検討がなされている。

モニタリング会合では、各社から、自社優遇行為の有無等について説明がなされた。その点は利用事業者との相互理解に向けた第一歩として評価できる。例えば、楽天は、サービスの一時停止、全部拒絶（アカウント停止等）等に関し、楽天の店舗であることを理由として特別な対応を行うことはない旨説明し、当該方針を裏付ける事情として、出店店舗数に占める違反指摘のあった店舗数の割合について、自社・関連会社が運営する店舗とそれ以外の店舗とで大きな差はない旨説明した。ヤフーは、商品表示等の場面で自社グループ企業ストアを優遇する場面がある旨開示した上で、利益相反行為及び自社優遇行為に係る管理方針を自主的に策定・公表するとともに、自社グループ企業優遇を内部監査の対象とする等、自社グループ企業ストアの優遇について透明性・公正性を向上させる取組を自主的かつ積極的に進めている。さらに、ヤフーは、自社グループ企業ストア優遇について今後の課題を説明の上、不断の見直しを行う意向を示しており、高く評価できる。

自社優遇行為については、正当化されるものもあれば、公平性・公正性の観点から問題があると評価される場合もあるが、特定デジタルプラットフォーム提供者は、その透明性・公正性を高める必要が高い存在である以上、利用事業者のみならず、有識者をはじめとした世の中の懸念を払拭していくことが重要である。各社には、自社及び関係会社の優遇の有無、自社優遇がある場合はその正当性について、客観的に検証できるようなかたちで情報開示や体制整備を進め、その内容を説明していくことを期待する。

(3) アカウント停止・アプリ削除措置の手續

透明化法は、アカウント停止等の措置（取引の全部拒絶）を行う場合、原則として30日前に、その内容と理由を通知することを義務付けている（法第5条第4項第2号）。これにより、利用事業者は、措置の理由を事前に把握することができるので、必要に応じて事業の見直しを行ったり、協議を申し出たりすることが容易になると期待される。

しかしながら、利用事業者からは、「アカウント停止の理由の説明がなく、どのように対応したらよいかわからない」、「違反アカウントとの関連性を理由にアカウントを停止されたが、関連性がないことの証明が困難である」等の声が寄せられている。その背景には、理由の説明が不十分である場合や、セキュリティ確保等の要因で理由を詳細に通知することが困難である場合等があると考えられる。透明化法も、消費者等の正当な利益を害する場合等、一定の場合には、例外的に理由通知等の義務を課さないこととしている（法第5条第4項柱書ただし書、省令第11条第2項）。

アカウント停止措置とそれに伴う売上金の留保は、消費者等の利益を保護するために必要な場合がある一方、利用事業者の事業活動に深刻な影響を与える行為である。特定デジタルプラットフォーム提供者には、アカウント停止等の措置を行うに当たって、消費者等の利益保護とのバランスを図りつつ、適正なプロセスを確保するとともに、継続的に対応改善を図っていくことが求められる。

具体的には、以下の対応が求められる。

- i) アカウント停止措置を行う必要性及び相当性を慎重に判断する必要がある。特に、事前通知のない即時のアカウント停止措置を行う場合には、その必要性及び相当性を含め、透明化法上の例外事由への該当性を慎重に判断する必要がある。
- ii) アカウント停止措置を行う場合には、原則として、利用事業者が実質的に異議申立てを行うことができる程度に具体的な理由を事前に開示することが求められる。
- iii) 利用事業者からの異議申立て等を通じて、誤ったアカウント停止措置であったことが判明した場合、速やかなアカウントの回復、補償の要否の検討等、利用事業者の利益に十分配慮した取組を行うことを期待する。特に、AI を利用するなどして個々のアカウント停止措置を自動的に実施するような場合、一定の割合で誤った判定が生じ、結果的に多数の利用事業者に不利益が生じ得るという事情に鑑み、補償の仕組みを充実させる等、事後的な救済措置の在り方を検討することが重要となる。

個別には、以下の対応を期待する。

- ・ **【アマゾン】**：利用事業者からの声に鑑み、消費者等の利益を保護するための緊急的な対応であるとしても、セキュリティ等の事情に配慮しつつ、利用事業者において実質的に異議申立てができる程度に判断の理由を説明するなど、利用事業者との丁寧なコミュニケーションに努めることを期待する。

上記に加え、アカウント停止措置の適切性について外部検証できるよう、アカウント停止措置に対する異議申立ての件数や事例等について説明することを期待する。また、利用事業者の求めに応じてADR（裁判外紛争解決手続）を利用するなどの対応や、紛争解決に要する費用の合理的な費用負担の在り方についての検討が行われれば、高く評価できる。違反行為に対する措置を行う場合も同様に、適正なプロセスや公平性を確保するとともに、継続的に対応の改善を図っていくことが求められる。

なお、以下の取組については、上述の趣旨に照らして望ましい取組として評価できる。

- ・ アカウント停止措置を行う際には、所定の社内フローに基づき、関係各部署による合議体において公正かつ慎重に検討（楽天）
- ・ ページ上からは禁止商材・禁止行為であるか否かが判断できないケースについて、違反行為と認定する前に回答書の提出を利用事業者に求めて事実確認を行う等、慎重に判断（楽天）
- ・ 段階的な違反警告のメッセージを改良することで、アカウント停止の理由を理解していないことに関連する異議申立てを 70%減少。また、違反行為を行ったアカウントと関連するアカウントを停止する場面において、利用事業者がより簡単に意味を理解できるように通知を更新することで、アカウント停止の理由の誤解に関連する異議申立てを 18%減少（Google）
- ・ 退店処分を行う場合、ガイドラインの該当条項等だけでなく、問題がある具体的な行為を示し、それが問題となる理由・違反日等を記載したメールを送付（ヤフー）
- ・ 契約解除、退店処分又はアカウント停止措置を行う場合の通知文のサンプルを公開（楽天、ヤフー、Apple）

アプリストア上で提供されているアプリがストアから削除される場合、当該アプリを提供する利用事業者のみならず、当該アプリを利用している既存ユーザーにも影響が生じ得る。Apple 及び Google において、ポリシー違反の程度やユーザーへの影響が軽微である場合等、一定の場合にはアプリ削除

の事前通知を自主的に行うことで、利用事業者がアプリを削除される前に修正対応ができるようにするなど、利用事業者に配慮した取組が行われれば、高く評価できる。

(4) 返品・返金の取扱い

利用事業者が提供する商品等について、返品・返金の条件設定や個々の返品・返金判断を当該利用事業者ではなく特定デジタルプラットフォーム提供者が行う場合があるところ、利用事業者からは、「特定デジタルプラットフォーム提供者が十分な事実確認を行わずに返品・返金を受け入れており納得できない」、「購入者が返品商品をすり替えた場合の取扱いに不満がある」等の声が寄せられている。

モニタリング会合では、各社から、返品・返金条件や個別の返品・返金の受入れ判断について説明がなされ、楽天市場及びYahoo!ショッピングにおいては、それらが利用事業者の判断に委ねられていることがわかった。一方で、Amazon.co.jp、App Store 及び Google Play ストアにおいては、利用事業者が提供する商品等について、アマゾン、Apple 又は Google が返品・返金条件の設定や個別の返品・返金の受け入れ判断を行う場合があり、利用事業者からの不満が生じやすい状況にあると考えられる。

アマゾン、Apple 及び Google には、返品・返金に係る考え方や取組について、利用事業者に積極的にわかりやすく説明すること、返品・返金実績に関する一定の情報を公表・説明することなど、利用事業者の理解増進や事業の予見性向上に向けた取組を進めていくことや、異議申立てプロセスを充実させる等の対応を講じていくことを期待する。

個別には、以下の対応を期待する。

- **【アマゾン】**：利用事業者の声に鑑み、今後、以下のような取組を期待する。
 - i) アマゾンが定める返品条件（利用事業者が「フルフィルメント by Amazon サービス」¹⁰を利用する商品に対してのみ一時的に適用するキャンペーンを含む）について、予め利用事業者に与える影響等も考慮して適切に設定していることを公表・説明すること
 - ii) 個々の返品判断や返品情報の提供、異議申立てに関する取組について積極的にわかりやすく説明し、利用事業者の理解を促進すること
 - iii) アマゾンによる返品判断について利用事業者から異議申立てが行われた場合、利用事業者と十分なコミュニケーションを行い、個々の事案に即した適切な解決を図ること
 - iv) 返品に関する補償制度の概要、補償水準の背景にある考え方、補償の実績等、返品に関する補償に関連する取組について、公表・説明すること
- **【Apple】**：利用事業者の声に鑑み、ユーザーからの返金リクエストを受け付ける期間を原則として「60日」と比較的長期に設定しているという事情を踏まえ、説明対応や異議申立てプロセスの充実等、利用事業者が不当な不利益を被らないための取組を更に進めていくことを期待する。例えば、利用事業者が返金に関する情報（返金のステータス、顧客のためにアプリで払い戻されたアプリ内課金の履歴、エンドユーザーの App 内課金履歴、サブスクリプションステータス、消費情報等）を取得できる各種ツール等を提供している取組は評価できるところ、当該取組について、利用事業者積極的にわかりやすく説明するとともに、その利用状況を検証しながら改善していくことを期待する。

¹⁰ アマゾンが利用事業者の在庫の保管や発送、カスタマーサービス業務を代行する有料のオプションサービスを指す。

(5) 商品・アプリの表示順位の決定要素、アプリ審査の予見可能性

商品・アプリの表示順位は、商品等の売上げに大きく影響するものであり、利用事業者の関心も高い。透明化法は、特定デジタルプラットフォーム提供者に対し、商品等の表示順位を決定する主要な事項を開示することを義務付けており（法第5条第2項第1号ハ）、各社から一定の情報開示がなされている。この点、ヤフーは、「おすすめ順」の表示順位を決定する主要な事項をどのように抽出したか具体的に説明するとともに、これを利用事業者が閲覧可能な数値等とできる限り一致するかたちで項目化するなど、利用事業者の理解増進に資する取組を行っており、高く評価できる。

商品・アプリの表示順位の透明性・公正性をどのように確保していくかについては、自社及び関係会社優遇に関する懸念への対応も含め、引き続き注視していく。

アプリ審査の手續や体制については、利用事業者から一定の改善を指摘する声がある一方で、その予見可能性や公平性・公正性について課題を指摘する声もある。アプリ審査の予見可能性は、利用事業者の事業活動や投資判断に影響するものであるところ、Apple 及び Google には、利用事業者と対話しつつ、継続的にアプリ審査プロセスの改善に向けて取り組んでいくことを期待する。

Ⅲ おわりに ～自主的かつ積極的な運営改善に向けて

デジタルプラットフォームはイノベーションの担い手であり、中小企業等に国内外の新規顧客の開拓機会を提供するなど、様々なメリットをもたらしている。一方で、利用する事業者や消費者が増えるほど、そのデジタルプラットフォームの利便性が増すという「ネットワーク効果」が著しく働くといった特徴により、独占・寡占が生じやすく、中小企業等が一部のデジタルプラットフォームを利用せざるを得ない状況が生じやすいとの側面もある。

この点、透明化法は、イノベーションと規律のバランスを図る観点から、政府が事業者に対して画一的かつ厳格な行為規制を課す従来型の規制手法ではなく、デジタルプラットフォーム提供者による自主的かつ積極的な取組を基本とした上で、政府が、特定デジタルプラットフォームの運営状況について、有識者をはじめ、利用事業者や消費者の意見も聴いた上で継続的に評価を行い、評価の結果を公表することで、特定デジタルプラットフォーム提供者による自主的な運営改善を促す仕組みを採用している。この「モニタリング・レビュー」というプロセスは、政府が大きな方向性を示しつつ、事業者の自主的な取組に一定程度委ねながら規制の目的を達成するという「共同規制」の中核をなすものであり、透明化法の実効性を確保する観点から極めて重要な役割を担うものである。

特定デジタルプラットフォーム提供者においては、上記のようなモニタリング・レビューの趣旨・目的も鑑み、本評価を踏まえて、自主的かつ積極的に特定デジタルプラットフォームの運営改善を図るとともに、当該取組の実効性をしっかり説明していくことで、利用事業者や社会全体からの信頼を確保していくことが求められる。経済産業省においては、各社の取組状況を注視しつつ、指針の改定等を通じて、期待される取組の方向性を見直していく。また、自主的な取組を基本とするという透明化法の枠組みや既存法令での対応が難しいものについては、国際的な動向も参照しつつ、関係省庁とも連携して、強制力ある介入方策について検討していくことが考えられる。