

特集 2

デジタルプラットフォーム透明化法の運用状況
—対消費者の視点から—

棕木 エラン Mukunoki Eran

経済産業省 商務情報政策局情報経済課 デジタル取引環境整備室 室長補佐、弁護士

特定デジタルプラットフォーム
提供者とは

デジタルプラットフォームをめぐる諸課題のうち、デジタルプラットフォーム提供者とその利用事業者(商品等提供利用者)との間の取引関係の課題に対応するため、「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」(以下、透明化法または法)が制定され、2021年2月から施行されています(透明化法の規定に基づき、および同法を実施するために定められた「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」を以下、省令といいます)。

透明化法は、その基本理念(法3条)を踏まえ、規制の大枠を法律で定めつつ、詳細を事業者の自主的取組に委ねる「共同規制」の規制手法を採用しています。その一環として、対象の特定デジタルプラットフォーム提供者は毎年度、取組の状況やその自己評価を記載した報告書を提出し、それを受けて、ステークホルダーの意見等も踏まえつつ、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(以下、大臣評価)を行うこととなっています(法9条)。

透明化法では、特定デジタルプラットフォームとして具体的な規律の対象とすべきデジタルプラットフォームを、政令^{*1}で「デジタルプラットフォームにより提供される場に係る事業」の

「区分」と「規模」(閾値^{しきいち})を定めることにより特定したうえで、経済産業大臣が、かかるデジタルプラットフォームを提供している事業者を、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ることが特に必要な者として、指定することとなっています(法4条1項)。透明化法では、こうして指定されたデジタルプラットフォーム提供者を、「特定デジタルプラットフォーム提供者」と定義しています(法2条6項)。

2025年12月時点では、政令で定める事業の区分として、総合物販オンラインモール(以下、オンラインモール)およびデジタル広告の2分野が透明化法の対象となっています。また、オンラインモール分野では、アマゾンジャパン合同会社(以下、アマゾン)、楽天グループ株式会社(以下、楽天)、LINEヤフー株式会社(以下、LINEヤフー)の3社が、特定デジタルプラットフォーム提供者として指定されています。

透明化法におけるオンラインモール
分野の取組について

透明化法は、自主的な改善を促す観点から、毎年度、特定デジタルプラットフォーム提供者に対し取組状況とそれらに対する自己評価を記載した報告書の提出を義務付けています。報告書の提出を受けた経済産業大臣は、大臣評価を行うにあたって、利用者またはその組織する団体や学識経験者等の意見を聴くことができます

^{*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)

(法9条4項)。

具体的には、「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: 岡田羊祐成城大学教授。以下、会合またはモニタリング会合)を開催し、利用事業者の声、有識者委員やオブザーバーによる議論を基に同会合の意見がとりまとめられ、この意見を踏まえて大臣評価が公表されます。この一連のプロセスを「モニタリング・レビュー」と呼んでいます(「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16号。以下、指針])。

2025年度においては、各特定デジタルプラットフォームについて、特に自主的な取組を促す必要のある重点テーマを各社ごとに2～3つ選択し、集中した検討を行いました。当該重点テーマについては、各社の事業運営におけるガバナンスの仕組みや、機械と人の役割分担といった技術的な課題も関わることであり、こうした点については、多数の構成要素や技術的な内容を説明することや、機微情報を慎重に特定することが必要であるため、書面での確認が適切と考えられます。そのため、より意見を充実化させる観点から、2025年度は原則としてヒアリングは実施せず、特定プラットフォーム提供者各社に対する事実関係や取組内容の確認については、事務局から質問票を特定デジタルプラットフォーム提供者各社に対して送付し、書面での回答を求める方法で行いました。

具体的には、2025年6月30日に開催された第1回会合の後に、特定デジタルプラットフォーム提供者各社に対して質問票を送付し、その回答書について7月から8月に4回の会合で議論を行いました。当該会合の後、再度デジタルプラットフォーム提供者各社に対して質問票を送付し、その回答書の内容も踏まえて議論を

行い、本会合の意見とりまとめを行いました。オンラインモール分野の本評価において取り上げた主な論点としては、例えば次のものがあります。

「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」 (総合物販オンラインモール分野)の内容

(A) 苦情件数の適切な集計・報告

第一に、苦情件数の適切な集計・報告の点があります。

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が義務付けています(法7条1項)。また、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7条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ます(法9条1項4号、省令14条4項)。

本評価では、楽天に対しては、適切に利用事業者から寄せられる苦情を把握する観点から、現在の苦情の定義を拡張する再検討を求めています。また、楽天から、「苦情」のほか、問合せ、意見、不服の定義はなく、コマース涉外室において「苦情」と「その他」に振り分けているとの説明があったところ、現在の苦情の定義の再検討にあたっては、例えば、「その他」に振り分けられた情報についても、その後の分析や運営改善に資する情報の抽出を視野に入れることも考えられる旨の指摘を行っています。

LINEヤフーに対しても、適切に利用事業者から寄せられる苦情を把握する観点から、現在の苦情の定義を拡張する再検討を求めています。

また、LINEヤフーからは、「苦情」以外のその他の意見等についての定義はなく、その内容ごとに類型を分けて管理はしていないとの説明があったことから、LINEヤフーにおいて定義する苦情以外の「その他」に振り分けられた情報についても、定期報告書^{*2}7ページの苦情及び紛争の主な類型を参考に分類して集計することが可能かなど、その後の分析や運営改善に資する情報の抽出を視野に入れることも考えられる旨の指摘を行っています。

(B) 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

第二に、アカウント削除・出品停止の理由の具体化の点があります。

透明化法は、継続して特定デジタルプラットフォームを利用する利用事業者に対する当該特定デジタルプラットフォームの提供の一部拒絶を行う場合には、当該拒絶時までに内容および理由の開示を行うことを義務付けており（法5条3項2号）、さらに、当該提供の全部を拒絶する場合には、原則として30日前の事前開示を義務付けています（同条4項2号、省令11条1項3号）。なお、それらの開示の方法は、その開示の相手方にとって明確かつ平易な表現を用いて記載しなければならないものとなっています（省令8条1項）。ただし、開示することによりユーザーの利益を害する場合その他の省令で定める場合は、例外的に事前の開示等は義務付けられておりません（省令9条1項、省令12条2項）。

理由の開示が十分でないことは利用事業者側にとってしばしば課題となる点であり、経済産業省の実施したアンケート調査の結果でも、停止・削除の通知に理由が記載されているが、具体的ではないことを課題に感じる回答者が1～3割程度みられました^{*3}。特定デジタルプラットフォーム提供者各社から提出された通知文例で

は、適用される規約が明示されているところ、明確な違反の場合には十分であっても、解釈が必要な場合などに追加的な説明が必要なことも考えられます。他方、健全な取引環境の確保のため、不正行為や不正行為を繰り返す利用者へ対処する目的で拒絶措置が取られていることを踏まえると、措置理由の開示により、将来の迂回行為^{うかい}を助長することがないようにといった配慮が必要な場合もあります。

これらの点を考慮し、2025年10月時点で、違反の具体的な原因や措置からの回復方法については改善の余地があると考えられるため、特定デジタルプラットフォーム提供者各社に対し、悪意のある利用事業者が真摯な対応をしている利用事業者かを見極め、後者の場合には不測の損害が生じることのないよう丁寧な説明をすることなど、通知を受け取る者の背景も踏まえたうえで適切なコミュニケーションを行うための更なる自主的な取組を求めています。また、当該取組について、次年度の定期報告書に具体性を持って記載することを期待しています（省令14条4項）。

(C) 一般利用者や利用事業者から提供のあった情報の活用

第三に、不正行為の取締りの点があります。

2024年度大臣評価では、特定デジタルプラットフォーム提供者各社に対し、一般利用者（消費者）からの苦情等に関する事項であって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に資する事項（例えば、現在運用している、一般利用者からの苦情等を踏まえた商品等提供利用者との間の取引関係の改善を行う仕組みなど）について創意工夫を持って記載することを期待したのに対し、2025年度のモニタリング・レビューでは、各オンラインモール提供者からさまざまな取組が報告されました。

^{*2} 2025年6月30日開催モニタリング会合第1回参考資料1-3

https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_platform_monitoring/pdf/2025_001_s01_03.pdf

^{*3} 2025年6月30日開催モニタリング会合第1回参考資料2-1 40-41ページ

https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/digital_platform_monitoring/pdf/2025_001_s02_01.pdf

もっとも、利用事業者からさらなる取締り要請の声もあり、アンケート調査の結果でも、無在庫販売^{*4}や不正注文^{*5}、不正レビューなどの取締りについて不十分であると感じている利用事業者はそれぞれ1～3割程度みられました^{*6}。

そこで、本評価では、アマゾンに対し、特に返品・返金処理に関してなど、利用事業者から寄せられた苦情等を分析し、分析結果を規約の変更や措置の改善等に活かすための、更なる自主的な取組を求めること、また、取組内容について次年度の定期報告書において具体性を持って記載することを求めています。

課題や今後の展望

以上、オンラインモール分野の本評価において取り上げた主な論点についての解説を行いました。オンラインモール分野においては、例えば無在庫販売、不正注文といった、悪質な利用事業者(出品者)による不正行為も見られるところです。利用事業者の利益保護に注目する透明化法の観点からは、オンラインモールによる悪質な利用事業者の取締り(それによる正常な利用事業者の利益保護)を直接の対象としていますが、オンラインモール側のこれら不正行為の取締りによって、本来商品等が提供されるべき消費者のもとに商品等が提供されないという消費者への不利益の防止にも資するものと考えられます。

なお、本稿では、直接には無在庫販売や不正注文などを取り上げて論じていますが、特定デジタルプラットフォーム提供者各社がこれらの対策への取組を進める場合には、オンラインモールにおける、悪質な利用事業者による他のタイプの悪質な行為を含めた取締りなどにも資する

可能性も期待されます。

オンラインモール分野における消費者に伴う諸課題への対処にあたっては、取引デジタルプラットフォーム消費者保護法等を所管する消費者庁と更なる連携のうえ、特定デジタルプラットフォーム提供者各社に対し、消費者の利益を保護するための適切な対応を促していくことが考えられます。

次年度においても、特定デジタルプラットフォームに関する公正かつ自由な競争の促進により、国民生活の向上及び国民経済の健全な発展に寄与するとの透明化法の趣旨を踏まえ、モニタリング会合の運営及び大臣評価を通じて、特になりすまし広告への対応などにおいてさまざまな声に耳を傾けながら、公正な取引環境を整備してまいります。

^{*4} 利用事業者が、他の利用事業者の商品ページの画像などを盗用して販売ページを作成し、無在庫のまま販売。消費者が購入した場合には、他の利用事業者から商品を購入し、消費者に発送することをいう(2023年度大臣評価 42ページ)

https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/digitalplatform/pdf/2023_hyouka1.pdf

^{*5} 競合他社と思われるところから、在庫量を超える大量の注文がなされ、発送ができないうえ、在庫が押さえられるため、他の注文を受けることができない状態となり、最終的には当該大量注文はキャンセルされることが繰り返される(脚注^{*4} 42ページ)

^{*6} 脚注^{*2} 66ページ