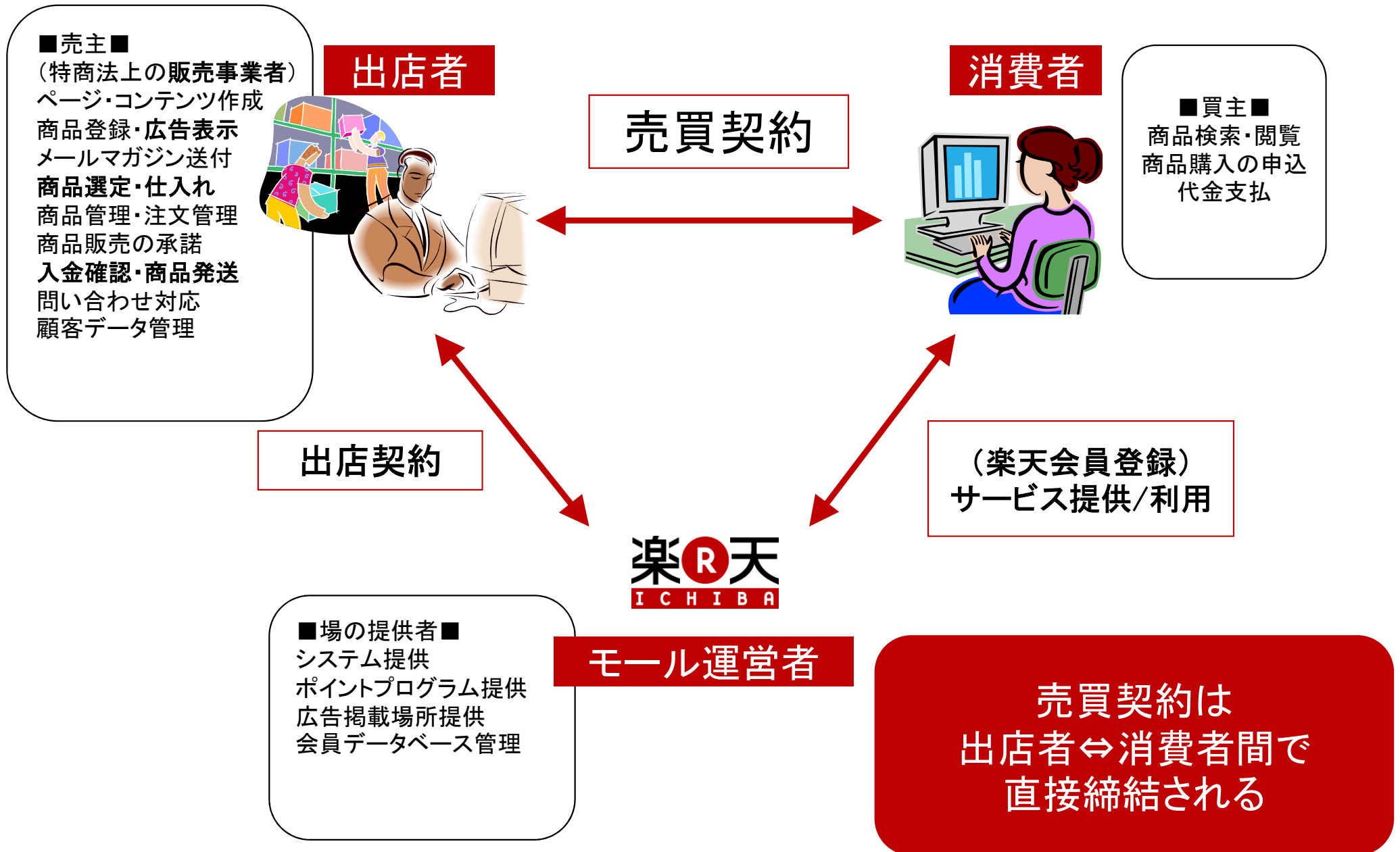


楽天のモデル

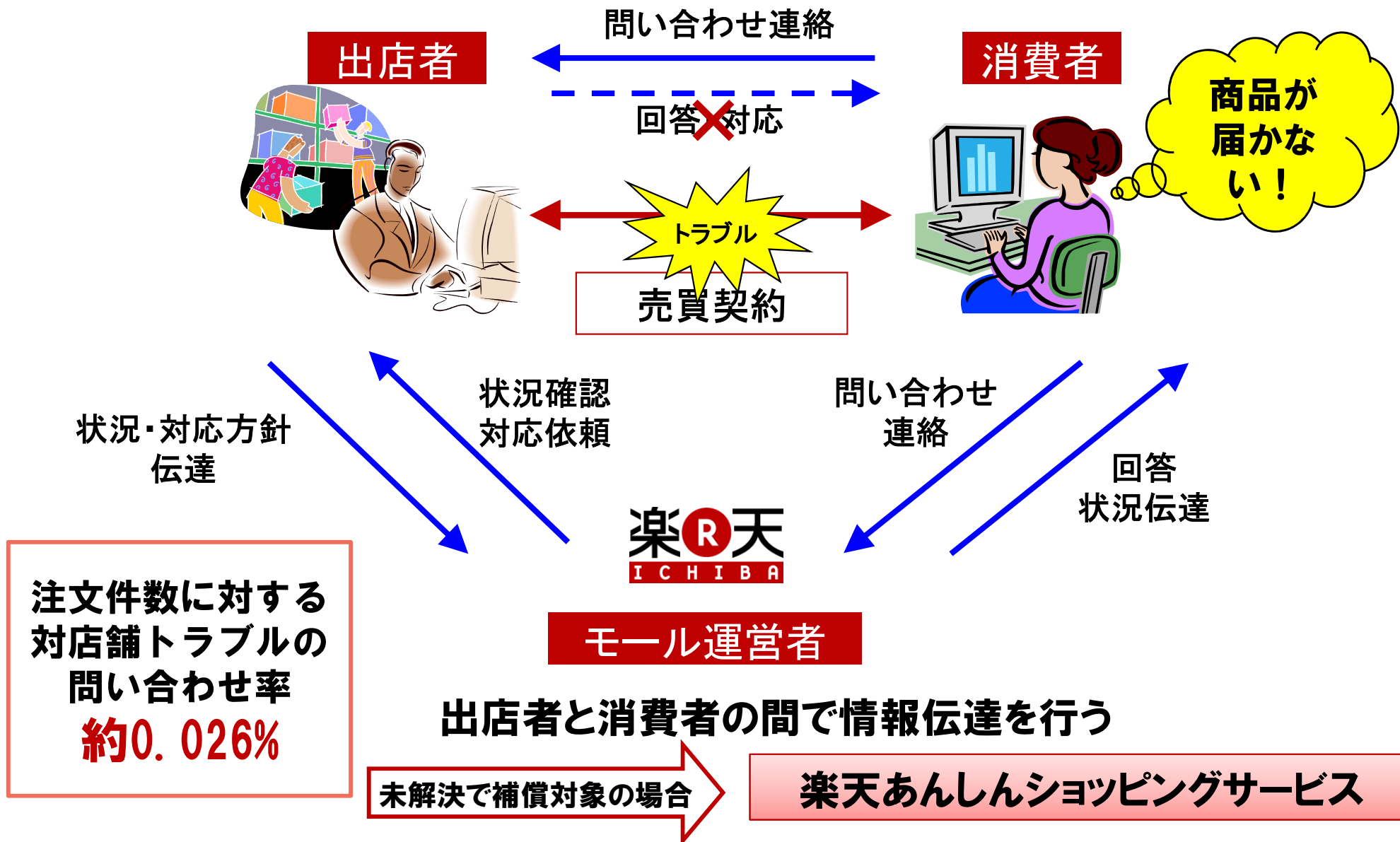


Shopping is Entertainment!

楽天市場における取引



店舗⇔消費者間トラブル発生時の対応



健全な取引の場を維持するための取り組み

対出店者



- 規約・ルール・ガイドラインの整備
- 出店審査の実施
- 法令遵守の呼びかけ・啓蒙活動
- 自主的なパトロール・調査
- 知的財産権利者と協力した権利侵害品撲滅活動
- 出店規約に違反した出店者の契約解除

取り組みにあたっての課題

- ・ EmpowermentとHigh Standardのバランス
← 高すぎる基準では中小事業者がついていけない
- ・ 出店者の行為について適法or違法の判断ができない
← 楽天は行政機関・司法機関ではない
- ・ 一方的な排除や強硬な措置はできない
← 出店者との関係はあくまでビジネスパートナー
- ・ 出店契約終了後の事業者への対応
← 契約関係がないため対応困難なことが多い
- ・ 監視、調査の限界
← 事前予防的・網羅的な監視は不可能

健全な取引の場を維持するための取り組み

対消費者



- ヘルプページの拡充
- 問い合わせ窓口の設置（メール、チャット、電話）
- 消費者⇔出店者間のトラブルに際し情報伝達
- 一部情報の出店者への開示制限
- 第三者評価の情報提供
- 各商品ページ上に匿名ご意見窓口の設置
- 補償サービス
支払後の商品未着、遅延、破損・相違、返品後の未返金
- なりすましサイト等の注意喚起

取り組みにあたっての課題

- ・消費者保護と出店者の営業活動のバランス
←出店者の営業活動を過度に制限する恐れ
- ・第三者によるトラブル対応の限界
←出店者と消費者の主張が異なった場合、判断が困難
- ・出店者の多様性⇔消費者が期待するサービスレベル
- ・消費者への情報提供のありかた、啓蒙の手法

健全な取引の場を維持するための取り組み

その他

■ 問い合わせ窓口への利用者の声を元にサービス改善

■ 行政機関・外部機関との協力、情報収集

例) 東京都薬務課によるインターネット薬事広告監視活動に協力し、出店者に対し注意喚起や啓蒙活動を実施

例) 消費者庁食品表示課からの情報提供と協力依頼をもとに出店者に注意喚起や広告修正依頼等を実施(健康増進法関連)

例) 定期的に国民生活センターを訪問し、疑問・質問に対する回答やサービス内容の説明を実施。同時に、楽天グループのサービスに関する消費生活相談について情報収集

例) 全国の消費生活センターへ、国民生活センターを通じ、相談員から楽天への問い合わせ先一覧を開示。
各サービスへの消費生活センターからの問い合わせ状況を取りまとめて事業側にフィードバック