# アマゾンジャパン合同会社から申請があった確約計画の認定について

令和８年１１月１１日
公 正 取 引 委 員 会

公正取引委員会は、アマゾンジャパン合同会社（以下「アマゾンジャパン」という。）に対し、独占禁止法の規定に基づき審査を行ってきたところ、アマゾンジャパンの後記３の行為が同法第１９条（不公正な取引方法第１２項（拘束条件付取引））の規定に違反する疑いが認められた。

公正取引委員会は、当該行為について、確約手続に付すことで、アマゾンジャパンによって当該行為を排除するための措置が速やかに実施されることにより、競争の早期回復が図られると認め、令和８年１１月４日、独占禁止法第４８条の２の規定に基づき、アマゾンジャパンに対し確約手続に係る通知を行った。

今般、アマゾンジャパンから、公正取引委員会に対し、独占禁止法第４８条の３第１項の規定に基づき、後記３の行為を排除するために必要な措置の実施に関する確約計画の認定を求める申請があった。公正取引委員会は、当該確約計画は当該行為を排除するために十分なものであり、かつ、その内容が確実に実施されると見込まれるものであると認め、本日、同法第４８条の３第３項の規定に基づき、当該確約計画を認定した（注１）（注２）。

なお、本認定は、公正取引委員会が、アマゾンジャパンの後記３の行為が独占禁止法の規定に違反することを認定したものではない。

（注１）確約計画の認定は、確約手続に係る通知を受けた事業者から申請された確約計画を公正取引委員会が認定するという、独占禁止法に基づく行政処分である。

（注２）公正取引委員会は、認定した確約計画に従って確約計画が実施されていないなどの場合には、独占禁止法第４８条の５第１項の規定により当該認定を取り消し、確約手続に係る通知を行う前の調査を再開することとなる。

## １　申請者の概要

| | |
|---|---|
| 法 人 番 号 | 3040001028447 |
| 名　　称 | アマゾンジャパン合同会社 |
| 所　在　地 | 東京都港区麻布台一丁目３番１号 |
| 代　表　者 | 代表社員　アマゾン・エイパック・ホールディングス・インク<br>代表社員職務執行者　ジャスパー・チャン、島谷　恒平 |

問い合わせ先　公正取引委員会事務総局審査局第五審査
電話　０３－３５８１－１７７９（直通）
ホームページ　https://www.jftc.go.jp/

２　アマゾンストアの商品詳細ページにおける出品情報の掲載の仕組み等

⑴　アマゾンジャパンは、「Amazon.co.jp」と称するオンラインショッピングストア（注３）（以下「アマゾンストア」という。）を運営している。アマゾンジャパンは、アマゾンストアで商品又は役務（以下、単に「商品」という。）の出品を希望する者との間で「Amazon 出品サービス」の利用に関する契約を締結し、当該契約を締結した者（以下「出品者」という。）に対し、商品を販売する場を提供するとともに、その対価として、出品者から各種手数料を収受している。

⑵　アマゾンストアは、国内におけるオンラインショッピングストアの中で流通取引総額が最大規模であり、かつ、相当程度のシェアを占めるほか、知名度が高く、集客力があることから、出品者にとって、アマゾンストアで商品を販売することは、事業を営む上で重要となっている。

⑶　アマゾンストアでは、商品ごとに、当該商品の名称、画像、商品説明等の当該商品に関する詳細な情報が表示されるページ（以下「商品詳細ページ」という。）が設けられており、複数の出品者が同一の商品を出品する場合であっても、当該商品の商品詳細ページは一つである。

⑷　商品詳細ページには、後記⑹の場合を除き、特定の出品者による出品に係る商品の価格、配送条件、出荷元、販売元等の出品情報（以下、単に「出品情報」という。）が、「カートに入れる」や「今すぐ買う」と記載された当該商品の購入手続を行うためのボタンと共に「おすすめ出品」として掲載されている（以下、このように掲載される出品を「おすすめ出品」という。）。また、「おすすめ出品」以外の出品に係る出品情報は、商品詳細ページには掲載されない。

⑸　出品者が、出品する商品について、「おすすめ出品」として掲載される資格を得るためには、当該商品の販売価格（注４）が「競争力のある価格」（注５）以下であることが必要となっている。そして、当該資格を得た出品者による出品の中から、配送条件等の要素を考慮して「おすすめ出品」が選定される。

⑹　「おすすめ出品」として掲載される資格を得た出品者がおらず、商品詳細ページに「おすすめ出品」が掲載されていない商品については、アマゾンストアにおける当該商品の販売価格が最も低い出品に係る出品情報を含め、いずれの出品に係る出品情報も商品詳細ページには掲載されない。

⑺　商品詳細ページに「おすすめ出品」が掲載されている商品か否かにかかわらず、消費者が、「おすすめ出品」として掲載されていない出品に係る出品情報を閲覧するためには、全ての出品に係る出品情報が掲載された、商品詳細ページとは異なるページを表示させる必要がある（以下、このような表示を「全出品表示」という。）。

⑻　アマゾンストアで購入された商品の大部分は、全出品表示が閲覧されることなく、「おすすめ出品」として掲載された出品から購入されている。そ

のため、出品者の中には、現在のアマゾンストアの仕組みの下では、自らの出品が「おすすめ出品」として掲載されなければ、その出品情報が商品詳細ページに掲載されず、消費者に認識されないことにより、売上げが大幅に減少することから、自らの出品が「おすすめ出品」として掲載されることは重要であると認識している者がいる。

（注３）「オンラインショッピングストア」には、運営事業者が他の事業者に対し、商品を販売する場を提供するもの（いわゆるオンラインモール）のほか、運営事業者が自ら商品を販売するものがある。

（注４）「販売価格」とは、商品の価格に、配送料が設定されている場合には当該配送料を加え、当該商品の購入に際してポイントが付与される場合には当該価格から当該ポイント相当額を差し引いた価格をいう。

（注５）「競争力のある価格」とは、商品の販売価格、品ぞろえ等の観点から消費者にとってアマゾンストアに代替し得るとアマゾンジャパンが考える相当数のオンラインショッピングストア（国内における流通取引総額が大規模なものが含まれる。）における、アマゾンストアにおいて販売される商品と同一の商品の販売価格のうち最も低いものをいう。

３　違反被疑行為の概要

アマゾンジャパンは、令和元年９月に「おすすめ出品」として掲載される資格の有無を判定するためのアルゴリズムを用いた仕組みを導入し、当該仕組みの運用に関連する次の⑴から⑶までの行為を行うことにより、出品者に対し、アマゾンストアにおける商品の販売価格を「競争力のある価格」以下に設定するようにさせている。

⑴　出品者がアマゾンストアにおいて出品する商品の販売価格が「競争力のある価格」よりも高い場合には、当該出品者に対し、当該商品について、「おすすめ出品」として掲載される資格を与えない。

⑵　前記⑴により「おすすめ出品」として掲載される資格を与えない場合には、当該出品者に対し、当該商品の販売価格が「競争力のある価格」よりも高いことを理由として当該商品に係る出品が「おすすめ出品」として掲載されていない旨をセラーセントラル（注６）上に表示することや、その旨を記載した電子メールを送信すること等により知らせる。

⑶　出品者に対し、出品する商品について、「おすすめ出品」として掲載される資格を得るためには、当該商品の販売価格を「競争力のある価格」以下に設定する必要がある旨を周知する。

（注６）「セラーセントラル」とは、出品者が、アマゾンストアにおいて出品する商品の登録、当該商品の価格等の設定及び変更等を行うための販売管理ツールをいう。

４　独占禁止法上の考え方

⑴　市場における有力な事業者が、取引先事業者に対し、自己の競争者との取引等の制限をするなどの取引先事業者の事業活動を拘束する条件を付けて

取引を行うことにより、新規参入者や既存の競争者が排除される又はこれらの取引機会が減少するような状態をもたらすおそれが生じる場合は、独占禁止法上問題となる（不公正な取引方法第１２項（拘束条件付取引））。

⑵　前記２のとおり、出品者は、商品の販売価格を「競争力のある価格」以下にしなければ、出品情報が商品詳細ページに掲載されず、それによりアマゾンストアにおける売上げが大幅に減少するという経済上の不利益を被ることとなる。そのため、出品者は、商品の販売価格を「競争力のある価格」以下に設定せざるを得ない状況に置かれることから、アマゾンジャパンの前記３の行為は出品者による自由な価格設定を拘束するおそれがある。

⑶　アマゾンジャパンの前記３の行為は、アマゾンストアにおける商品の販売価格を、他のオンラインショッピングストアにおける同一の商品の販売価格以下に下げる効果を有するものである。これにより、競合する他のオンラインショッピングストアの運営事業者は、販売手数料の引下げや購入に際し消費者に付与されるポイントの原資負担、セール等のイベントの実施等の販売促進施策を行ったとしても、それらは功を奏さないこととなり、消費者獲得競争における競争手段を奪われることとなると考えられる。

⑷　出品者の中には、アマゾンストアで出品している商品と同一の商品を、他のオンラインショッピングストアの運営事業者に供給している者がいる。このような出品者は、アマゾンジャパンの前記３の行為により、当該オンラインショッピングストアにおける当該商品の販売価格がアマゾンストアにおいて「競争力のある価格」として出品者に提示されたとき、当該「競争力のある価格」が上がることを期待して、当該オンラインショッピングストアの運営事業者に対し、当該オンラインショッピングストアにおける当該商品の販売価格をアマゾンストアにおける自らの当該商品の販売価格以上にするよう求め、又は当該商品の供給を停止することがある。その結果、当該オンラインショッピングストアの運営事業者は、当該商品をアマゾンストアより低い価格で販売することができなくなり、又は当該商品を取り扱えなくなることにより、商品の販売価格や品ぞろえの観点から、消費者獲得競争において不利な状況となると考えられる。

⑸　アマゾンストアのようなオンラインモールの運営事業者は、商品を出品する事業者に対し、商品を販売する場を提供しているものであり、商品の販売価格は、商品を出品する事業者が、販売に要する費用や利益、他の事業者の商品の販売価格等を考慮し、自らの意思で自由に決定すべきものである。しかし、アマゾンジャパンは、前記３の行為により、出品者に対してアマゾンストアにおける商品の販売価格を「競争力のある価格」以下に設定するようにさせていると考えられる。加えて、この「競争力のある価格」は、競合する他のオンラインショッピングストアにおける同一の商品の販売価格のうち最も低いものであり、出品者にとって、当該商品をその価格で販売する

と利益が得られない場合もある。また、「おすすめ出品」として掲載される資格を得た出品者がおらず、商品詳細ページに「おすすめ出品」が掲載されていない商品については、出品者がアマゾンストア内で当該商品の販売価格を最も低く設定していたとしても当該出品に係る出品情報は商品詳細ページに掲載されず、消費者から見ると、当該商品が販売されていないかのような状態となっている。これは、「競争力のある価格」以下で販売しない出品者の販売機会自体を実質的に失わせるものと考えられる。

⑹　このように、アマゾンジャパンの前記３の行為は、前記⑶及び⑷のとおり、競争者の競争手段を奪い、競争者を競争上不利にすると考えられるものであり、競争者が排除される又はその取引機会が減少するような状態をもたらすおそれが生じ得るものと考えられる。また、アマゾンジャパンの前記３の行為は、前記⑸のとおり、価格、品質、サービスを中心とする能率競争の観点から不当な競争手段を用いて行われていると考えられ、この点も公正な競争秩序に悪影響を及ぼすおそれが生じ得るものと考えられる。

５　確約計画の概要

⑴　商品の販売価格が「競争力のある価格」以下である出品が存在しないため商品詳細ページに「おすすめ出品」が掲載されない場合には、消費者が購入可能な出品のうち、商品の価格に配送料が設定されている場合には当該配送料を加えた額が最も低い出品に係る商品の価格、配送条件、出荷元及び販売元に関する情報並びに消費者が当該商品の購入に進むことができることを示す入口を、消費者が容易に視認できる態様で商品詳細ページに表示すること。

⑵　前記⑴の場合に、前記⑴の商品の価格、配送条件、出荷元及び販売元に関する情報が商品詳細ページに表示されること並びに消費者が前記⑴の入口から当該商品の購入に進むことができる旨を、出品者向け及び一般消費者向けのヘルプページ等において案内すること。

⑶　前記⑴の措置を、その運用を開始した日から５年間実施すること。

⑷　前記⑴から⑶までの措置を講じることを業務執行の決定機関において決定すること。

⑸　前記⑴、⑵及び⑷に基づいて採った措置を、出品者に通知し、かつ、自社の関連従業員に周知徹底すること。

⑹　次の事項を行うために必要な措置を講じること。

ア　出品者がアマゾンストアに出品する商品について設定する価格に関する独占禁止法の遵守に係る行動指針の作成及び自社の関連従業員に対する周知徹底

イ　出品者がアマゾンストアに出品する商品について設定する価格に関する独占禁止法の遵守に係る自社の関連従業員に対する定期的な研修及び

法務担当者による定期的な監査

⑺　前記⑴から⑹までの措置の履行についての監視を、第三者（公正取引委員会が承認した者に限る。）に委託すること。

⑻　前記⑴及び⑵並びに⑷から⑹までの措置の履行状況について、公正取引委員会に対し、前記⑺で委託した第三者に報告させること。

⑼　前記⑶の措置の実施期間における同措置並びに前記⑹イの研修及び監査の履行状況について、毎年、公正取引委員会に対し、前記⑺で委託した第三者に報告させること。

６　確約計画の認定

公正取引委員会は、次のとおり、前記５の確約計画が独占禁止法に規定する認定要件のいずれにも適合すると認め、当該確約計画を認定した。

⑴　措置内容の十分性

前記５の確約計画に記載の措置の内容は、違反被疑行為の排除（前記５⑴）、出品者及び一般消費者に対する案内（前記５⑵）、前記５⑴の表示の５年間の維持（前記５⑶）、これらの措置を講じる旨の業務執行の決定機関による決定（前記５⑷）並びに出品者に対する通知及び自社の関連従業員に対する周知徹底（前記５⑸）を含んでおり、前記３の行為を排除するために十分な措置であると判断した。

⑵　措置実施の確実性

アマゾンジャパンは、前記５の確約計画において、独占禁止法のコンプライアンス体制の整備を措置に含めていること、措置の履行についての監視を第三者（公正取引委員会が承認した者）に委託し、措置の履行状況に関する公正取引委員会に対する報告を当該第三者に行わせるとしていること及び措置の内容ごとに実施期限を設けていることから、前記５の確約計画は確実に実施されると判断した。