

公正取引委員会 御中

独占禁止法第45条第1項に基づく申告

2005年11月11日

〒530-0041 大阪市北区天神橋二丁目2番9号プラネット南森町2階
申告者 株式会社 生活と科学社
上記代表者代表取締役 猪ノ口 幹 雄

〒540-0011 大阪市中央区農人橋二丁目1番30号 谷町八木ビル9階
法円坂法律事務所（連絡先）
電話 (06) 6944-1271
FAX (06) 6946-8749

申告者代理人

弁護士	席	田	喜代隆
弁護士	西	念	京祐
弁護士	稲	田	堅太郎
弁護士	江野	尻	正明
弁護士	中	島	宏治
弁護士	奥	村	昌裕

第1 違反被疑行為者

1 名称

楽天株式会社

上記代表者代表取締役 三木谷 浩史

2 住所

〒106-6118

東京都港区六本木六丁目10番1号 六本木ヒルズ森タワー

電話 (03) 4523-1199

FAX (03) 4523-1002

第2 申告の趣旨

楽天株式会社（以下「楽天」という。）は、インターネット上のショッピングモール（以下「楽天市場」という。）の運営にあたって、出店者との契約である出店規約の一方的変更を繰り返し、課金システムの変更や顧客メールアドレスに関する情報独占、カード決済

システムの変更および出店契約とは本来関係のない出店者自社サイトの楽天提供サーバースペースへの移設強要等を行っており、これらはいずれも優越的地位の濫用や排他条件付取引であって独占禁止法第19条で禁止される不公正な取引方法に該当すると思われるので、同社の行為に対し、しかるべき排除措置を求める。

第3 違反被疑行為者の提供する役務の内容

楽天は、自ら管理するサーバー上において、出店希望者に特定のURLを与えることによって、同社の運営する楽天市場というインターネット上の仮想ショッピングモールに仮想店舗を出店させるという内容の役務を提供しているものである（添付資料1）。

第4 違反被疑行為者の属する業界の状況

インターネット上のショッピングモール運営を業としておこなっている事業者は、楽天の他にもヤフー株式会社（Y A H O O ! S h o p p i n g）や株式会社ディー・エヌ・エヌ・エー（ビッダーズ）を初めとして複数存在するものの、知名度が最も高く、出店者数が最多で、取扱取引総額も最も大きいのは楽天であり、楽天がこの業界において圧倒的なトップ事業者であることは楽天自身も自認する周知の事実である（添付資料1の1（4頁）、2の各グラフ等参照）。

第5 楽天が優越的地位にあること

1 はじめに

以下に述べるとおり、楽天市場への出店者の多くにとって、楽天市場との取引継続が困難となること（すなわち、楽天市場から退店させられること）は、その事業経営上大きな支障を来すため、楽天からの要請が、出店者にとって著しく不利益なものであったとしても、これを受け容れざるを得ない。出店者の多くは、その営業利益のほとんどをインターネットショッピングモールとして最大手である楽天市場上の店舗からの収益に依存しており、一旦、そのURLで顧客から認知され、また楽天市場のシステムに合致するように店舗サイトを構築した後となつては、他のサイバースペースへの移転は容易でない（とりわけ、後述のように2004年4月の規約改定により出店者は顧客情報の一切を退店後は利用禁止とされてからは、顧客との関係で成り立っている営業そのものが移転不可能である）ことから、楽天が出店者との関係で相対的優越性を有することは明らかである。

以下、楽天と出店者との関係について詳述する。

2 出店契約が出店者の営業の根幹に関する継続的契約であること

出店者と楽天との間で締結される出店契約は、インターネット上の仮想店舗の出店に関する複合的内容を持つ契約である。

しかし、その社会的、実地的な意義においては百貨店等における現実の店舗開設のための賃貸借契約とも同視しうる継続的な取引である。すなわち、出店契約に基づき店舗を出店できるという地位は、現実の百貨店等の店舗におけるテナントの契約上の地位と極めて類似している。

出店契約により、出店者が楽天から楽天の管理するサーバー上の特定のURLを与えられることで、現実の物理的空間ではないが、コンピュータを中心とする電子デジタルメディアによって媒介・創造された情報的な空間（いわゆるサイバースペース）の利用権を与えられること、そのサイバースペースにおいて独立して営業していること、とりわけ、出店者と楽天が出店契約を締結した当初は、出店者が、サイバースペース利用の対価として月額5万円の定額料金を負担していたことは、この出店契約が賃貸借契約と極めて類似していることを示すものである。

他方で、楽天の提供する便益が、単にサイバースペースを利用させるだけにとどまらず、情報検索や決済方法等の各種システムの提供と一体となったものであるという側面は、出店契約が、継続的な準委任契約（業務委託契約）という性質を持つことを示すものである。

いずれにしても、本件のような出店契約は、百貨店におけるテナントと同様、その契約上の地位が出店者の営業にとって最も根本的で最重要の営業基盤を構成している点で極めて重要であり、かつ相当程度長期間にわたって契約関係が継続することが予定された継続的契約である。

このような、双方当事者の利益に適いつつ、一方当事者にとって営業基盤となる重要な地位を根拠づけている継続的な契約について、他方当事者から解約するにあたっては、その解約行為が、信頼関係に基づき継続的に享受し、今後も享受しうることを前提に営業を成り立たせていた重要な契約上の利益を根本的に失わしめるものであることに十分に留意した法規制が本来は敷かれなければならない。このことは、近代民事法の到達した一つの基本原理である。

借地借家法（同法6条、28条）が、賃貸借契約の賃貸人側からの更新拒絶に正当事由を要求していることや、民法上の委任の規定が、相手方の不利なる時期に解除するには相当額の損害賠償をしなければならないと定めていること（民法651条）、注文者のする請負契約の解除には損害賠償が必要とされていること（民法641条）は、いずれも、この基本原理に基づくものである。また、有償委任契約の任意解除については、民法651条の規定にかかわらず、損害賠償のみでは十分に評価し尽くせない契約関係の継続性の価値に着目し、信頼関係破壊の理論の適用がなされるべきであるとの考え方も有力である。

本件の出店契約は、その対象が、インターネット上のショッピングモールへの出店という新しい概念を含むものであるため、非典型契約として典型的な契約法理による規制が直接適用されない契約関係と捉えうる。しかし、その実質が以上に述べたよう

な継続的契約に他ならないことからすれば、ショッピングモールを運営する側から出店者との出店契約を解約するためには、信義則上、出店者側に重大な背信的行為が認められるなどの正当の理由が存することが不可欠であり、これを欠く解消行為は許されないというべきである。

3 上記継続的契約上の地位が、出店者にとって極めて重要であること

各出店者は、継続的契約により楽天市場に出店し続ける前提で楽天市場上の店舗の運営・改善に多額の経費をかけ店舗を構築し、営業を成り立たせてきている。

多くの出店者にとって、その収益の大部分は、楽天市場上の店舗から得られる収益であり、営業自体が楽天市場上の店舗に大きく依存した状況にある。そのため、楽天により、楽天市場上の店舗を閉鎖され、アクセス禁止の措置が採られたならば、これまでの経営資源のほとんどは無に帰せられ、出店者の営業およびその従業員らの生計維持にとって極めて重大な不利益を生じる危険性が大きい。

4 楽天が、継続出店している店舗を直ちに消失させることが可能であること

以上に述べたように、本来的には、解消行為が制限されるべき継続的契約であるにもかかわらず、現実には、楽天が契約を一方的に解消することを制限する法律はなく、契約書の文言上も、楽天側の恣意による一方的な契約解消が可能な状態となっている。

また、契約書上の文言のみならず、技術面においても、楽天は、出店している店舗ページを直ちに閲覧不可能な状態にすることや、出店者をして店舗管理画面にアクセスさせないように妨害することを極めて容易になし得る地位にある。

現に、申告者は、平成17年7月2日、楽天に対する批判を行ったとの楽天の一方的な主張に基づき、楽天から、店舗ページを閲覧不能にし、改装中との表示（何ら改装中の実態がないにも関わらず）に切り替えられ、また、店舗管理用画面へのアクセスができない状態に直ちに持ち込まれた。

これは、現実の百貨店等のテナント店舗においては考えられないほどの強硬的手段を楽天が容易に執りうることを如実に物語る事実である。

このように、楽天は、各出店者に対して、優越的地位に立つものである。

第6 違反被疑行為の具体的状況

1 取引に至る経緯と当初の契約内容

楽天は、申告者と、平成12年9月から、楽天が管理するサーバーに申告者専用のURLを与えることにより、同サーバー上において楽天が運営する楽天市場モールというショッピングモールに申告者が出店する内容の契約を締結した（添付資料3）。

2 取引条件の不利益変更

- ・ 規約の一方的な変更の事実（添付資料4、5）

楽天は規約の最終条項に規約改定に関する以下のような条項を盛り込み、楽天が一方的に規約変更を行える根拠とした。そして、これを根拠に、出店者に不利益な内容の規約変更を繰り返している。後に詳しく述べるように、その規約変更の内容は課金システムや顧客メールアドレスの管理権等の当事者間の出店契約の根幹に関わる重要事項にまで及んでいる。

「第20条 （規約の変更）

本規約の変更については、甲（楽天）が変更内容を通知または公告した後に、乙が出店を継続した場合には、乙は新しい規約を承認したものとみなす。」

（1999年8月1日当時の規約）

「第25条 （規約の変更）

1. 甲（楽天）は、必要と認めたときに、乙（出店者）へ予告なく本規約及び付随契約の内容を変更することができる。
2. 本規約の変更については、甲が変更を通知（甲のサーバー内で乙がID及びパスワードでアクセスできる部分に掲示した場合を含む）した後に、乙が出店を継続した場合には、乙は新しい規約を承認したものとみなし、変更後の規約を適用する。」（2002年4月1日当時の規約）

- ・ 変更の内容（添付資料4ないし6）

ア 課金システムの変更（定額制から定額＋従量課金制へ）

（ア）楽天と申告者が契約を締結した当時の規約には課金システムについて以下の規定がなされていた。

「第9条 （出店料）

1. 出店ページの開設及び出店の料金（以下出店料という。）については本紙オモテ面記載の出店申込書に定めるものとする。
2. 前項の出店料については、乙は、甲に対し、甲が指定する日に最初の6ヶ月分を前払いし、以後6ヶ月ごとに、当該期間開始日10日前までに6ヶ月分を前払いすることとし、すでに支払済みの出店料は、6ヶ月の途中で本契約が終了した場合でも返還しないものとする。この場合の送金手数料等は乙の負担とする。」（1999年8月1日改訂の規約）

そして、出店申込書には「月額5万円」と記載されており、この当時、楽天と申告者は定額制の課金システムに基づいて出店契約を締結していたのである。

この、出店者にとって月額5万円の出店料以上に負担が生じないという課金システムは、楽天のパンフレットに記載されていただけでなく代表者のインタビュー記事等により、当時各種メディアに盛んに喧伝されていた（添付資料7および

8)。

- (イ) しかし、2002年2月になると、楽天は一方的に同年4月からの新料金体系導入を通知して、月額5万円の出店料に加えて、月間の売上高やメール配信数に応じた超過料金を徴収する従量課金制度を併用した制度への変更を強要してきた。
- (ウ) かかる課金システムの変更はショッピングモールへの出店による収益構造を大きく揺るがすものであり、申告者を含む出店者にとっては営業の根幹に関わる重大な変更であった。しかし、申告者を含む多くの出店者が、既に楽天市場上の店舗を核として営業を成立させている状況であったが為に、かかる一方的な不利益な条件変更を通知されても、楽天市場上への出店を継続せざるを得なかったものである。
- (エ) また、同様に、従来は課金対象外とされていた100万円以下の売上部分についても、2006年1月1日から課金対象とする旨の変更が予定されている(添付資料10)。かかる取引の基本的な条件の変更は、各出店者にとって、その収益構造を根幹から揺るがすものに他ならないが、多くの出店者にとって、退店が現実的な選択肢として選びにくい状況にあることは上述したとおりである。

イ 顧客情報の利用権の所在に関する変更

- (ア) 楽天と申告者が契約を締結した当時の規約には顧客情報の利用権の所在について以下の規定がなされていた。

「第10条

1. 出店ページを利用した顧客にかかる属性、出店ページにおける購入履歴その他の顧客情報(以下顧客情報という。)については、本契約の存続中と終了後を問わず、甲乙いずれも相手方の同意なく自らの業務遂行のため、これらを利用すること
2. 甲及び乙は、顧客情報を利用するにあたっては、顧客のプライバシーに配慮し、第三者に顧客情報を有償、無償を問わず漏洩してはならない。」

(1999年8月1日改訂の規約)

従って、楽天市場の出店者にとって、楽天市場上で取引が成立した顧客に関する情報は、楽天と出店者とが共有しそれぞれが責任を持って管理すべき情報とされていたのである。

顧客は、各出店者から商品等を購入する契約を締結している。インターネット上の契約の特徴として、売主は商品を送付すべき義務を負うのであるから、配送するにあたって必要となる顧客の情報等について売主が自らの業務遂行のためこれらを利用することは当然のことであった。

- (イ) しかし、その後、楽天は一方的に規約変更を通知し、顧客情報に関しても以下の条件を強要してきた。

「第16条（顧客情報）」

1. 甲は顧客の氏名、住所、電話番号、メールアドレス、性別、年齢、在学先・勤務先の名称・住所その他の属性に関する情報（以下「属性情報」という）およびモールにおける購入履歴その他モールの利用に関する情報（以下「利用情報」といい、属性情報とあわせて「顧客情報」という）の取扱いにつき、顧客から以下の承諾を得る。
 - ・ 甲および顧客から顧客情報の共有につき許諾を受けた甲のグループ会社（以下「甲ら」と総称する）は、メールマガジンの送付等、自己の営業のために顧客情報を利用することができる。
 - ・ 乙は、顧客の属性情報および乙の出店ページにおける利用情報を、モールの出店ページ運営のために必要な範囲で利用することができる。
2. 甲は、甲が管理する顧客情報につき、顧客のプライバシー保護およびモールの信頼性維持の観点から、乙に開示する種類、範囲等について、甲が適当と判断する制限措置を講じることができる。
3. 乙は顧客情報（甲から開示された情報のほか出店ページの運営に関連して乙が直接取得した情報を含む。以下同じ）を、本規約によって認められかつ第1項により顧客の承諾が得られた範囲に限り、顧客のプライバシーおよびモール全体の利益に配慮して利用しなければならない。また、乙は、第三者に顧客情報を有償、無償を問わず漏洩・開示・提供その他取り扱わせてはならない。ただし、乙は、決済業務および配送業務を委託している決済業者および配送業者に対して、本条と同等の守秘義務を課した上で、代金決済および商品等の配送に必要な範囲で、顧客情報を開示することができる。
4. 乙は、本契約終了後、甲が書面で特に承諾した場合を除き顧客情報を利用することはできない。また、乙は、契約終了にあたって甲の管理下にある顧客情報を抽出してはならない。
5. 乙は、乙が個人情報の保護に関する法律上の個人情報取扱事業者該当するか否かを問わず、同法に定める個人情報取扱事業者としての義務等を遵守しなければならない。
6. 乙は、顧客情報の漏洩が楽天市場の信用を毀損する等、その他楽天市場全体に重大な影響を及ぼすおそれがあることを十分認識し、顧客情報の適切な保存および廃棄方法の確立、情報管理責任者の選任、従業員教育の実施等、顧客情報が外部に漏洩しないよう必要な措置をとらなければならない。万一、乙より顧客情報が他に漏洩した場合は、乙は、故意または過失の有無を問わず、これにより甲らにおいて生じた一切の損害および費用負担（顧客へのお詫びに要した費用および弁護士費用を含む）を賠償する責に任ずる。
7. 第4項ないし前項の規定は、本契約終了後においても引き続きその効力を

有するものとする。」

(2004年4月1日改訂の規約)

(ウ) かかる変更により、申告者のような個々の出店者が出店するページを訪れて取引をおこなった顧客のメールアドレス等の情報についてさえも、楽天はグループ企業によるメールマガジン送付等に自由に利用しているのに対し、出店者は本規約の2項により楽天の判断によって情報の開示を受ける範囲を制限される地位に追いやられ、店舗営業上に重大な支障を来している。

後に4で述べるように、顧客情報管理の問題と一切関わりのない楽天と出店者との契約内容に関する交渉の過程においても、楽天はこの顧客情報の開示について制限措置を講じることが出来るとの規約上の地位を濫用して情報開示の制限を示唆することで出店者を脅し、自己の意思を押し通そうとしている。しかし、そもそも、その際、根拠としている規約自体がかかる優越的な地位に基づいて一方的に楽天に有利な内容へと変更された、およそ意思表示の合致があるとは言えない規約なのである。

(エ) 退店後の顧客情報利用も禁じられていること

そもそも、継続的な営業によって蓄積された得意先等の顧客との繋がりは、会社の財産たる営業の一部を構成するものと考えられるべきである。本規約の4項に規定されているように、出店者が楽天との契約を終了させ、ショッピングモールから退店すると、その後はそれまでの蓄積である顧客情報という財産が一切利用できないのであるから、出店者は、本来自由であるはずの退店の判断すら、容易にはなし得ないのである(添付資料15)。このような規約による拘束がある限り、出店者が店舗を他のインターネットショッピングモールへと移転させることは極めて困難なのであり、取引相手を容易に変更できない地位に追い込まれていることは明白である。

- ・ 楽天市場のようなインターネット上のショッピングモールへの出店者の多くは、同ショッピングモール上の店舗の売り上げによって、会社としての営業そのものを存立させている企業と考えられるところ、これらの同モール上店舗に依存した経営を行う出店者らにとって、継続的な出店契約に基づき、モール上店舗を核として営業を成り立たせた後において、その営業権を全て放棄して同モールから退店するということは、企業そのものの存続を犠牲にする決断に他ならない。

それ故、規約変更内容を通知・公告されたとしても、これら出店者らにとって出店を継続する以外の選択肢は現実には存在しないのであって、それにもかかわらず、出店を継続したことをもって変更後の規約に合意したと擬制することは意思表示解釈の限界を超えるものである。

約款による取引は、その利便性の一方で、常に契約自由の原則との乖離が議論されているところであるが、本件におけるような、いわばフリーハンドでの規約変更を可能とするような条項は、もはや契約の一内容とは呼べないものであって、契約上の信義則に反し、そもそも無効というべきであるが、楽天は、この規定の存在を根拠に上述したような不利益を押しつけているのである。

3 クレジットカード決済の包括管理システムの利用強制

・ R-Card Plus の利用強制

平成17年8月、楽天は、同年7月下旬頃に報道され社会問題化した個人情報流出事件を受けた再発防止策との名目でクレジットカード決済システムの変更をするよう通知した（添付資料16）。

その内容は、従来、出店者と個々に加盟店契約を締結したクレジットカード会社との間で直接やりとりをしていた決済情報につき、楽天が一元管理するというものであり、そのためのシステムとして、カード決済を希望する全出店者に対して、① **R-Card Plus** の利用を強制し、また、その審査等に要する期間における暫定的な措置として②「楽天市場 カード決済代行あんしんサービス」を利用せよというものであった。

ここに、①**R-Card Plus** とは、楽天が、クレジットカード会社に包括加盟し、各出店者の店舗におけるクレジットカード決済に関する売上代金の収納代行ならびに与信、売上請求等のための情報処理サービスおよびこれらに付随するサービスを提供するものである。この場合のカード手数料率につき、楽天は一律3.6パーセントとしている。

また、②「楽天市場 カード決済代行あんしんサービス」は、従来からクレジットカード会社との直接契約に基づき、カード決済を行っていた出店者に、**R-Card Plus** の「承認」機能と「売上処理」機能だけを提供する（その結果、顧客のクレジットカード情報は楽天が一元的に管理することとなる）というものである。この場合のカード手数料率は各出店者と各クレジットカード会社との契約に基づく料率となり、3.6パーセントを下回る契約がなされる可能性が高い。

なお、「楽天市場 カード決済代行あんしんサービス」は、あくまで暫定的なものであり、いずれは、全出店者が **R-Card Plus** を利用しなければ、楽天市場上の店舗においてクレジットカード決済が利用できなくなるとされている。

・ システム変更により生じる楽天の利益

インターネット上の店舗における決済方法に占めるカード決済の割合は、約5割以上と言われており（ちなみに申告者の楽天市場上店舗においては、約6割を占めていた）、出店者にとって、カード決済を利用できなくなることが営業上の死活問題

であることは言うまでもない。楽天市場の出店者にとっては、同ショッピングモールに出店を継続しながら、カード決済を利用するためには、楽天の指示どおりに **R-Card Plus** を利用しなければならない地位に追い込まれているのである。

確かに、顧客のクレジットカード番号等の個人情報管理の重要性は高い。しかし、各カード会社が提供するサービスによっても個人情報を守ることは十分に可能である上、楽天自らが説明するように、「楽天市場 カード決済代行あんしんサービス」によっても、顧客のクレジットカード番号等の個人情報は出店者に渡らないため(添付資料16の図参照)、十分に情報漏洩リスクを防ぐことは可能である。

にもかかわらず、楽天は、自己の優越的地位を利用して、**R-Card Plus** の利用を強制しているが、これは、楽天がカード会社との契約を一括して行うことで、楽天と各カード会社間の料率を低く設定し(一般に、カード会社の手数料率設定は、取引総額が大きくなればなるほど低くなる傾向にある)、出店者が **R-Card Plus** の利用に伴い支払う3.6%の手数料率との差額が楽天の利益となるためであると考えられる。仮に、手数料率の差が1%程度であったとしても、楽天市場全体の取引規模に鑑みれば、その差額による巨額の利益が楽天に入ることになるのである。

- ・ 不公正な取引行為にあたること

- ア 優越的地位の濫用

このようなシステム変更は、各出店者にとって、カード決済システムの再構築を迫られるという過大な営業干渉であったばかりでなく、楽天の意のままに操られた結果、本来ならば個別の契約で各クレジットカード会社や、各クレジットカード会社と包括加盟契約を締結するサービスを提供する事業者との間で、手数料率の柔軟な設定により低減できた筈のコストを課せられ、かつ、その差額相当分が楽天の利益となるものであるから、優越的地位の濫用にあたる。

- イ 排他条件付取引

また、ショッピングモール運営者という地位を利用して、出店者の取引先選択の自由を妨げ、自らの提供するサービスの利用を強制することで、各クレジットカード会社が各出店者との個別契約を締結することで取引を拡大し、または手数料率の柔軟な設定により利益を上げる機会を奪うものに他ならない。さらには、各クレジットカード会社と包括加盟契約を締結し、カード決済代行サービスを提供する他の事業者の取引の機会を失わせ、競争を著しく阻害しているものでもある(添付資料18)。

インターネットショッピングモールに占める楽天市場の圧倒的な地位に鑑みれば、これら競争者にとって、楽天市場出店店舗以外で、他の取引先となるネットショップを開拓することは容易ではない。

従って、楽天による排他条件付取引にも該当する。

ウ これらより、かかる楽天の行為が不公正な取引方法にあたることは明白である。

4 外部リンクの禁止を理由とする取引先の自社サイトの移設強要

- ・ 外部リンクの重要性

インターネット上の仮想店舗においては、顧客は商品の現物を手に取って見ることができないという構造的な弱点がある。そこで、出店者が販売する商品について、メーカーの商品説明ページなど豊富な商品情報が掲載されているホームページと外部リンクすることで、顧客が商品に関する詳細な情報を得ることを可能とし、良好な取引が可能となる関係にある。従って、インターネット上の店舗において、外部リンク機能の活用は、出店者の営業上、極めて重要なものと言える。

- ・ 外部リンク禁止規定

申告者が契約締結した当初の楽天の出店規約には、外部リンク禁止に関する規定は存在しなかったが、その後、2002年の規約改定によりハイパーリンクの禁止や外部取引誘因行為の禁止規定が盛り込まれ、2004年4月改訂の規約においても以下の規定が存在する。

「第18条（禁止事項）

1. 乙は、以下の行為を行ってはならない。

- ・ モール外の店舗の宣伝、外部Webサイトへのハイパーリンク、電話・FAX・電子メールなどを利用したサイト外取引についての優遇措置の表示、その他の方法により顧客をモール外の取引に誘引する行為」

（2004年4月1日の規約）

楽天は、この規定を拡大解釈して、外部Webサイトへのハイパーリンクでもなく、モール外の取引に誘引するものでもない表示であっても、商品に関する情報が掲載された申告者の自社サイトが存在する旨の表示がなされているだけで、外部リンク禁止規定違反であるとして、繰り返し、表示の削除を要求してきた。

- ・ 例外としての楽天GOLDの存在

しかし、同時に、他方で楽天は同社の運営するサーバースペースである楽天GOLD内に作成したページであれば、出店ページからのリンクをすることも許容できるとして、外部リンク禁止規定違反であると指摘した表示にその存在が示されている申告者のホームページ自体を楽天が提供する楽天GOLD内に移設することを執拗に求めてきた（添付資料11ないし14）。

- ・ 実質的な移設強要にあたること

以上のように、楽天株式会社は、外部リンク禁止の規定を根拠として、出店者に対してその店舗営業上極めて重要な意味のある自社サイト（そのサイトにおいて取

引を行うものではない)への外部リンクまたは自社サイトが存在する旨の宣伝自体を削除するよう強く要請し、同時に、株式会社楽天の設置・運営するサーバーである楽天GOLDに出店者の自社サイトを移設させるならば許可するという条件を付けることで、実質的には、出店者の自社サイトを楽天GOLDに移設することを強要している。

事前申請により例外的に外部リンクを許容しうる場合があるとしつつも、許容されるためには、楽天が提供できていない機能を利用する場合に限られるとしており、楽天が提供できる機能の利用を意図する限り、楽天の提供するサービスを利用せよとの圧力をかけている。

これは、継続的取引における優越的地位を濫用して、自社サイト用のサーバーの提供という楽天株式会社の提供する他の役務を押しつけていることに他ならず、このことによって、出店者は、不要な役務の提供を受け、過剰な労力を必要とするという不利益を負わされているのである。

また、仮に、申告者がかかる強要に応じて自社ホームページを楽天GOLDに移設したとすれば、それは、楽天が、同種のサーバーを提供してホームページを開設させる役務を提供している競争者との関係でも不公正な競争を行っていることに他ならない。

インターネット取引の世界は、現在もなお、新しい市場形成に向けた発展期にあり、事業者にとっては、良好なサービスを提供することでシェア拡大を図ることが将来的な利益に直結することが強く意識されている。かかる状況下では、目先の対価よりも、不公正な方法によりシェアを拡大し、囲い込みを図ることこそ、問題視しなければならないといえる。

5 顧客情報管理権を背景とした不当な要求

申告者は、平成16年11月24日以後、ヤマトロジスティクス株式会社に配送業務を委託する体制をとった。然るに、楽天は申告者が楽天市場内に開設していたホームページ上に「ご注意：楽天からの直接リンクが出来ません。大変ご不便をおかけしますが、ご理解くださいますようお願いいたします。」との文面の記載があることを問題とし、同年12月24日までという、年末商戦で取引規模が拡大する申告者にとって極めて不利益な時期を狙って対応期限を一方向的に設定し、文面の削除、変更を迫った上、従わない場合はメールアドレスのCSVデータダウンロードサービスを停止する旨を通告してきた(添付資料14)。

そもそも、当初の契約内容で共有とされていた顧客情報管理権が実質的に楽天に握られる状況へと規約変更されたことは先に述べたとおりであるが、楽天は、その立場にあることを利用して、申告者の営業上の多大な不利益をちらつかせることで外部リンクに関する場面で申告者に過剰な譲歩を迫ったものである。このような要求は、優

越的地位を濫用して、取引相手に不当な不利益を課している行為に他ならないものである。

第7 まとめ

以上に述べたように、楽天によるこれらの行為は、優越的地位の濫用または排他条件付取引であって独占禁止法第19条で禁止される不公正な取引方法に該当すると思われるので、同社の行為に対し、しかるべき排除措置を求める次第である。

添付資料

- 1 楽天市場活用ハンドブック
- 2 日経ビジネス記事（2005年10月24日号）
- 3 店舗オープン確認書
- 4 楽天市場出店規約（1999年8月1日改訂）
- 5 楽天市場出店規約（2002年4月1日現在）
- 6 楽天市場出店規約（2004年4月1日改訂）
- 7 朝日新聞インタビュー記事（1999年3月6日付）
- 8 日経PC21インタビュー記事（1999年7月号）
- 9 楽天市場 新料金体系導入のお知らせ
（2002年2月21日付）
- 10 楽天スタンダードプラン料金体系の一部改定について
（2004年12月20日付）
- 11 楽天からのメール（2002年12月18日付）
- 12 楽天からのメール（2004年5月25日付）
- 13 楽天からのメール（2004年12月16日付）
- 14 楽天からのメール（2004年12月20日付）
- 15 出店者の顧客情報は楽天のもの？（無料公開記事）
- 16 楽天市場からのお知らせ（ホームページより抜粋）
- 17 楽天カードの紹介（ホームページより抜粋）
- 18 カード決済に関するネット記事
- 19 楽天市場出店規約（2005年8月8日改訂）

参考 URL

- 1 楽天市場トップ <http://www.rakuten.co.jp/>
- 2 申告者；自社ホームページ <http://www.live-science.com/>

添付書類

- | | | |
|---|-------|----|
| 1 | 資格証明書 | 2通 |
| 2 | 委任状 | 1通 |