

ECプラットフォームを 活用した誤認を誘うテ クニックと問題点

ジャーナリスト・本田雅一

本日の内容

- 各ECプラットフォーム固有のビジネスルールを活用した、一種の”グロースハック（成長過程を省略する手法）”について
 - 公平な競争環境が得られず国内拠点ブランドが不利に
 - 消費者が幅広く正しい情報に接しにくい状況
- 中国ファブレスメーカーが多用するプラットフォーム事例紹介
 - ユーザー評価システムの破綻（やらせレビューの横行）
 - 違法と思われる価格表示の放置
 - 仕様を満たさない商品（詐欺商品）の掲載
 - セラー（出店者）審査の甘さがもたらす“たちごっこ”

ECプラットフォームを用いたデジタルマーケティングの功罪

- ECプラットフォーム上での“露出”が売上げに直結
 - ECプラットフォームのビジネスルールを使いこなし、“検索”、“推奨”を得ることで収益拡大が可能
- 固有のビジネスルールの使い方次第では不公正な競争環境を醸成できる
 - 購入者による“評価システム”によって信頼性を担保しているが不正評価に対応できていない
 - 多様な情報を集約して露出や販売機会が変化するECプラットフォームにおいて、不正評価による偏った情報を元にアルゴリズムが動作（結果、不正な情報を元に推奨商品、検索順位が変動している）
- ガバナンスの監視が届かない海外出店者が越境での事業を行いやすくモラルによる統治が届きにくい

ECプラットフォームにおける 海外ファブレスメーカー個別事例

- 日本国外拠点の出店者も充実した流通サービスが可能。工場だけでなく国内に倉庫を持つ必要もない
- 日本国非居住者でもネット経由でも、出店者条件を容易に揃えることができる
- 個人から大手流通まで多様な粒度のセラーが、プラットフォーム自身の販売サービスと併存（誤認しやすいUIに加え、集客コストも安い）
- ECプラットフォームがシステム的に実装しているビジネスルール、アルゴリズムを使い、一種のグロースハックが容易である
- 海外からリモートで、すべてのグロースハックをオペ可能

グロースハックの具体例

ブランドとしての評判、出店者登録削除などを考慮しなければ、システム運用次第で著しい優位を築くことができる

誤認を誘導する 出品例 (取材結果から抽出)

- 恒常的かつ極端な二重価格 (後述)
- 恒常的なクーポン併用による二段階の割安感誘導
- バリエーション製品登録機能を用いた評価点の引き継ぎ
- 一時的な出品者配送ややらせコメントなどで売上げを作りシステムに「推奨機種」と識別させる



287個の評価：26が質問に回答済み

本サイト推奨品

参考価格 : ¥21,080

価格 : **¥3,999**

割引 : **¥17,081 (81%)**

ポイント : **40pt(1%)**

クーポン

1,599円オフのクーポンがあります。

注文確定時に、クーポン分を割引

色: ミニ型



★★★★☆ 4.3 (256 reviews)

新品: ¥ 3,999 (最新のアップデート: 23 分前, 最新価格の変化: 5 日前)

価格履歴 商品のトラッキング Data Variations → 次のページで表示する → 関連する商品を探す

Include international prices  Export  Displaying 2 rows  ビューアで開く

画像	商品名	新品	色	EAN	新品アイテム数
		¥ 3,999	ミニ型		1
		¥ 2,599	進化版		1

派生機登録とは?

- バリエーションとして登録するとまったく異なる製品でもレビュー結果を引き継げる
- 製品ジャンル変更さえ可能な柔軟性
(出品情報追跡サイトより引用)

Details		現在価格 & 平均	
画像		売れ筋ランキング - 現在価格	# 4,822
商品名	[Redacted]	売れ筋ランキング - 30 days avg.	# 36,238
Reviews - 評価	★★★★☆ 4.3	売れ筋ランキング - 60 days avg.	# 38,284
Reviews - レビュー数	256	売れ筋ランキング - 90 days avg.	# 38,284
Last Price Change	5 日前	売れ筋ランキング - 180 days avg.	# 38,284
FBA Fees	¥ 406 Storage Fees: ¥ 2 Pick and Pack Fees: ¥ 404	Reviews - レビュー数 - 90 days avg.	117
Buy Box Seller	[Redacted]	新品 - 現在価格	¥ 3,999
Tracking since	2019/11/21	新品 - 90 days avg.	¥ 4,438
カテゴリ - Root	家電&カメラ	による配達 - 現在価格	¥ 3,999
カテゴリ - Sub	イヤホン・ヘッドホン	による配達 - 90 days avg.	¥ 4,536
カテゴリ - Tree	家電&カメラ、イヤホン・ヘッドホン	参考価格 - 現在価格	¥ 21,080
Product Codes - EAN	[Redacted]	参考価格 - 90 days avg.	¥ 21,080
Product Codes - MPN	[Redacted]	新品アイテム数 - 現在価格	1
Product Codes - PartNumber	[Redacted]	新品アイテム数 - 90 days avg.	1
		Count of retrieved live offers - New	1
		Count of retrieved live offers - New, FBM	0
		Buy Box - 現在価格	¥ 3,999
		Buy Box - 90 days avg.	¥ 4,536

18年評価を引き継ぎ、発売直後にブースト

- 順位3万8000位の旧モデルが持っていた評価を引き継ぎ、二重価格とクーポンなどを使ってブースト
- 一気に4000位台まで引き上げている
(出品情報追跡サイトより引用)

二重価格 三重価格

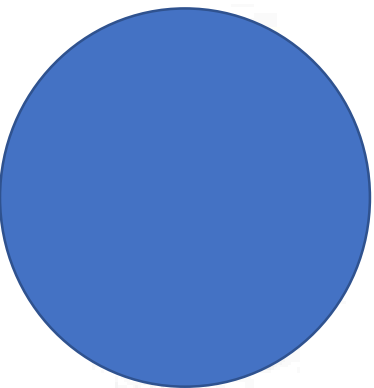
- 前述製品の価格追跡グラフ。2万円超える製品価格設定にもかかわらず、一度も4600円を超える価格では売られていない
- クーポン併用で実質的な価格は2400円
(出品情報追跡サイトより引用)

★★★★☆ 4.3 (256 reviews)

新品: ¥ 3,999 (最新のアップデート: 22 分前, 最新価格の変化: 5 日前)

価格履歴 商品のトラッキング Data Variations → 次のページで表示する





~~¥ 3,999~~ **¥ 2,400**

40pt(1%)

¥1,599割引が適用されました

数量: 1

販売

不正コメント醸成の実情

- SNSを通じたレビューア勧誘で日本人がレビュー
- 電子ギフト券を用いた報酬の支払い
- 出品者出荷で製品を送るギフトティングも横行
- 出荷指示だけ行ってキャンセル（品物の行き来なし）のケースも
- 星5つコメントを一気に投稿させた後、ステマ疑惑をかける逆ステマの訴え
- 「役に立った」サインでライバル製品のネガレビューを引き上げるなどの嫌がらせ
- まったく異なるジャンルのレビューを引き継いでいる例（他ジャンルで評価を溜めて星数だけ引き継ぐ）

各ステークホルダーから見える景色の違い

一般消費者、海外出店者、国内出店者それぞれからの景色の違い

一般消費者は区別がつきにくく

国内と海外では同じ出店者にも関わらず公平な競争となっていない

国内外の出店者は同一条件で競えない

海外セラー

- 深圳地区などの製品ショーケースから直オペレーション
- 出店、撤退コストが低くスクラップ&ビルドが極めて容易
- 不正コメント、違法表示、品質・スペック水増し表示によって得られる利益が大きくブランド力醸成のインセンティブが少ないため恒常的なモラルハザードが発生している

国内セラー

- 海外セラーの不正なビジネスモデル活用により、デジタルマーケティングプラットフォーム・推奨上位・推奨上入らない
- 指名買い以外の回遊顧客への接触率が低下し損益が悪化
- ブランド醸成、現実のECプラットフォーム重視はトフォー海外勢と同じテクニクは使えない

消費者視点から見たECプラットフォーム

- 大手ECプラットフォームへの信頼
 - 一般消費者は推奨商品をどのように決めているのか知らない
 - 信頼するECプラットフォームからの購入ならば製品が届かないなどのトラブルを考えずに済む
 - 返品対応、不良対応がシステムチックで配送も素早い
- “機能差がない”製品は、価格と評価を参考に手軽に購入
 - ケーブル、モバイルバッテリー、ワイヤレスイヤホン、各種ケース類、スポーツウェアなど
- やらせレビュー製品が溢れ（ノイズ増加）、本来容易に辿り着ける情報がマスキングされる（発見されにくくなる）
 - “選べるはず”の情報に辿り着くことが困難に

問題点の整理

- 出店者のモラル意識を高める環境が必要
 - 不正を行うリスクと得られる利益のアンバランスが改善が必要不可欠ではないか
 - 出店者登録における身元確認などのルール化（個別ECプラットフォームだけの問題ではない）
 - 出品登録が取り消されても、同じ商品を何度でも登録可能であったり、バリエーション登録を使った誘導テクニックなど、異なるECプラットフォーム間で最低限の基準となるビジネスルールが必要ではないか
- やらせレビュー監視に関するルール作り
 - 監視方法や撲滅に向けてのノウハウ共有など業界を挙げた信頼感を高める取り組みなど

問題点の整理

- 海外出店者と国内出店者の競争環境は要検証
 - 海外出店者の受け入れ緩和はECプラットフォーム全体の流れで、これを止めることの弊害は大きい
 - 海外出店者の撤退リスクが国内出店者のそれと近いものになるよう、審査基準のルール作りが必要ではないか
- 各ECプラットフォームのビジネスルール比較の必要性
 - 特定ECの事例について取り上げたが、各々には異なる問題が潜在的に存在している可能性がある
 - 各ECプラットフォームごとにシステム構造が異なり、ビジネスルールも違うため改めてその違いを整理する必要があるのではないか

消費者保護の観点で新たなルール作りを

- ECプラットフォームの複雑化、出店者の拡がり、アルゴリズム化など最新の事情を鑑みた上で、今後、考え得る変化にも対応できる柔軟なルール作りが必要である
- 現状、ECプラットフォームは個別に対策を練っている形跡はあるが有効かつ抜本的対策は取られていない
- ECプラットフォームにはシステム側で任意に実装されたアルゴリズムも働く。そうしたアルゴリズムも考慮した上でのルール作り、法解釈の指針を示し、顧客が正しい情報に公平に接することが可能な環境を整えなければならない

プラットフォームごとの状況整理を

- ECプラットフォームに望むこと
 - 出店者の審査基準、拠点確認など条件整理・厳格化
 - やらせレビュー検出手法などに関する情報の明確化
 - プラットフォーマーとしての現状認識の共有
 - 国内外のセラーがイコールフットageでの競争できる環境構築
 - あるいは海外セラーの登録基準厳格化
- 行政機関に望むこと
 - 海外セラーの規制は競争を促す上で望ましいことではない
 - 一方で競争環境を整えることは重要。「ルールを守る」よりも「ルールを守らない」方が高いインセンティブを得られる“捻れ”の調整を行うことで、消費者が購買時に参考にできる情報をハッキングしにくくすることを望みたい