

## ネット通販セラーズガイド（1.0）

### 1. 目的

本ガイドラインは、事業者が消費者に対して行う電子商取引（インターネット・携帯端末による）に関し、販売店としての望ましい行動指針を示すものである。事業者が特定商取引法その他法律を遵守することにより、消費者の理解と信頼を高めることに加え、トラブルを防止するための措置をとることにより、電子商取引の健全化と更なる発展に寄与することを目的とする。

### 2. 取扱商品

取扱商品は、以下全ての条件に当てはまらなければならない。

- ・ 全ての法令に触れない。
- ・ 公序良俗に反さない。
- ・ 著作権、商標権、肖像権など、他人の権利を侵害していない。
- ・ 安全性が確保されている。

### 3. 表示

サイト上で行う表示に関しては、消費者はその表示内容にて取引を決定する重要なものであることに鑑み、不十分、不適切な表示を避け、明確で分かりやすい表示を心がけるべきである。

#### 3-1. 事業者主体について

事業者はサイト上のトップページ、若しくはトップページから容易にリンクできる次ページに、以下の情報を全て表示しなければならない。

- ・ 社名・商号・屋号
- ・ 代表者または販売責任者の氏名
- ・ 所在地
- ・ 確実に連絡可能な電話番号・FAX 番号・電子メールアドレス
- ・ 業法に係る資格や免許がある場合はその内容及び許認可番号

#### 3-2. 販売条件について

事業者はサイト上に、以下の情報を全て表示しなければならない。

- ・ 販売価格

- ・商品の引渡し時期（期間又は期限）
- ・申込の有効期限があるときはその期限
- ・販売数量の制限その他特別の販売条件があるときはその内容
- ・申込方法
- ・商品代金に含まれない送料・梱包料・手数料等消費者が負担すべき金銭があるときはその内容及び金額
- ・求めに応じたカタログ郵送が有料の場合はその旨と金額
- ・購入に対して保護者の同意が必要な場合はその旨、その他特別な販売条件が必要な場合はその内容

### 3-3. 返品・キャンセルについて

事業者において返品・キャンセルにかかる特約がある場合は、その受ける期間及び返品に要する費用の条件をサイト上に表示しなければならない。その表示は可能な限り具体的であることが望ましい。

下記についても注意すること。

- ・返品を受けない場合はその旨を必ず明記し、その理由についても明記すること。
- ・返品特約についての一切の明記が無い場合は、原則として返品可とみなすこととする。
- ・商品発送前のキャンセルに関しては可能な限り受けるように努力するべきであり、どうしても困難な場合はその旨サイト上に必ず明記しなければならない。なお事業者の責により約束が履行されない場合の消費者からのキャンセルに対しては、原則無条件で受けるべきである。
- ・返品・返金に応じる場合、消費者が先に商品返品後返金するのか、或いは返金後消費者からの返品を受けるのかを予め明記しておくことが望ましい。
- ・返品手数料及びキャンセル料が発生する場合は予めその旨をサイト上に必ず明記し、その具体的な明細を提示して消費者の理解を求めるようにするべきである。なお実損以上の請求をしてはならない。また消費者に一方向的に不利な条件は全て無効とする。

### 3-4. 代金の支払い時期と方法について

事業者はサイト上に代金の支払い時期や方法を明記しなければならない。これらは消費者にとって購入の意思決定上重要な内容であることに鑑み、事業者は消費者に対し安全且つ信頼できる代金支払方法を提示しなければならない。

- ・消費者の信頼を得るために、支払方法が選択可能である場合は、その選択肢の中に、代金引換・後払い方式・クレジット決済のいずれかが必ず入っているようにすべきである。
- ・割賦販売により販売を行う場合は、割賦販売法に定めのある表示事項を表示しなければならない

ならない。

- ・前払い式にて商品引渡し前に代金の全部又は一部を受領することとする場合は、代金受領後遅滞なく申し込みの諾否を申込者に通知するか、又は遅滞なく商品を発送しなければならない。

### 3-5. 契約成立時期について

事業者は注文前に確認できるページにて、契約の申し込み、それに対する承諾の流れについて説明し、契約が成立する時点を明記することにより消費者が契約成立時期を明確に認識できるようにする。

また、事業者からの承諾通知は注文終了画面を通じてではなく、電子メールその他の方法にて行われることが望ましい。但しその場合に、承諾メールが消費者に読み取り可能な状態でメールサーバに到達していなかった場合は、売買契約は成立していないこととし、その際の証明を消費者側に求めてはならない。

## 4. 商品広告

### 4-1. 商品説明について

事業者は消費者の判断に誤認を与える恐れのある表示を行ってはならない。また特に下記については最大限の注意を払うべきである。

- ・優位の強調を行うために、事実と反する比較をしたり他を中傷する表現を行ってはならない。
- ・品質・性能等を数値で表現する場合は、その測定の方法や具体的数値、客観的根拠を示すこと。
- ・公共機関や各種団体等における認定・賞を受けた旨を表示する場合は、その団体名・内容・時期を明記すること。
- ・最大級・最上級・永久的な表現を行う場合は、その客観的根拠を必ず示すこと。
- ・二重価格はメーカー希望小売価格・自店における旧価格などの明確な根拠のあるときを除き、原則表示してはならない。
- ・有識者による推奨を用いるときはそれが信頼できるものでなければならず、体験談を用いるときは実在するものでなければならない。
- ・可能な限りオリジナリティを追求すること。
- ・最新を表現した場合は、後継種が出たときに速やかに更新すること。

### 4-2. 商品自体について

事業者は取り扱う商品に関する広告を行う場合、下記について守らなければならない。

- ・ 広告する商品の名称・形式・品質・素材・性能・色彩・量目・寸法・製造者名・原産地等に関しては、可能な限り多く提供すること。
- ・ 輸入品に関しては事業者にて予めその安全性を確認し、可能な限り日本語表記の説明書等を付属させ、無い場合は必ずその旨広告に記載すること。
- ・ 商品及びその内容の表示について公正競争規約や家庭用品品質表示法等関係法令に定めがある場合は、それら事項を遵守すること。
- ・ 不当景品類及び不当表示防止法を遵守すること。
- ・ 中古品及び新古品を広告する場合は必ずその旨を明記し、その保存状態・経過年数・保証の有無・瑕疵について可能な限り説明するべきである。なお説明に無い部分においての瑕疵担保責任を全て免除する特約は無効とする。

#### 4-3. 消費者からの問い合わせについて

広告する商品に対し、注文前に消費者から質問や問い合わせがあった場合は、可能な限り迅速かつ適切な回答を行い、放置するようなことがないようにすること。

#### 5. 申し込み画面構成

消費者からインターネット画面を通じて申し込みを受ける場合は、事業者は下記に注意することとする。

- ・ 電子消費者契約法に鑑み、消費者が契約内容について注文前に確認・訂正できる手段を講じること。
- ・ 申し込みを受けた旨の通知を電子メール等何らかの手段にて行うことが望ましい。なおメールにより、その通知が申込に対する承諾通知になる場合は、メール内に消費者がその通知を受け取ることにより契約が成立になる旨の記載をすること。
- ・ 情報の更新日を可能な限り明記すること。
- ・ 高齢者・年少者その他取引に関して十分な理解能力を持たない恐れのあるものに対しては、特別の注意をはらうこと。

#### 6. 懸賞・景品

懸賞・景品の提供を行う場合は過剰な期待をあおらないよう注意し、消費者に誤認を与える恐れのないものとする。収集した個人情報の利用目的を明記しそれを遵守すること。

#### 7. 海外取引

電子商取引においてはボーダレス取引が可能であることに鑑み、事業者は予めサイト上に海外注文の可否について明記することが望ましい。

また、海外注文を受ける場合は下記内容を表記すること。

- ・取扱商品
- ・通貨
- ・関税がかかる場合はその旨と金額
- ・発送方法とかかる費用
- ・引渡し期間
- ・紛争が発生したときの解決方法

海外の消費者と取引を行う場合は、その国の法令や商慣習にも配慮することが望ましい。

なお、事業者が使用するサーバが海外に存在している場合でも、日本に居住する消費者との取引及び紛争解決に関しては、日本法を基本とすることとする。

## 8. 安全対策

### 8-1. システム保全について

事業者はシステム及びそこに保存される情報に対して暗号技術、バックアップ体制といった安全対策を十分採り、情報の消失や不正なアクセス、情報漏えい、改ざん等を防がなければならない。

また、技術や設備を外部委託する場合でも、委託先で障害が発生したときは、消費者に対し速やかにその告知と適切な対応をしなければならない。また自らサーバを保持しなくても、消費者に対しては同等の責任を負うこととする。

### 8-2. データの保管について

事業者は、商法・法人税法・消費税法等に従い、消費者に販売した商品等の取引データについて、各法令が定める期間、安全且つ適切な状態で保存しなければならない。

また消費者に対しても、取引データを保存するよう呼びかけることが望ましい。

消費者から取引データの請求があったときには、それを提供すること。

## 9. 利用規約・免責・責任の明確化

事業者が利用規約等を作成するときは責任の明確化を行い、以下の点に注意しなければならない。

- ・消費者に一方向的に不利になるような免責規定は原則的に無効とする。
- ・発送事故により商品紛失・汚損・破損が発生した場合は、消費者に対して負担を求めるようなことはしない。
- ・消費者からの意思に基づかない商品送付を行った場合は、購入意思を確認し、承諾しな

い場合は速やかに商品を引き取ること。また特定商取引法に従い、一定期間経過後は商品返還請求をしてはならない。

- ・利用規約はあくまで基準と考え、特に消費者からの苦情処理に関しては利用規約に縛られず、ある程度の柔軟性を持たせること。
- ・事業者の主体（本社もしくは親会社）が海外にある場合は、当該国で利用している規約をそのまま利用するのではなく、日本国の法令、商習慣に沿った内容となるよう配慮すること。

## 10. 個人情報の取扱い

事業者においては個人情報保護法を遵守し、個人情報保護法の個人情報取扱事業者に該当しない場合も同法に準じた対応をすることが望ましい。また下記について注意しなければならない。

- ・消費者に対し、個人情報の収集ならびに利用の目的を明示すること。
- ・消費者の個人情報を収集する事業者は、書面若しくはインターネット上において、取扱いについての消費者の同意を取ること。
- ・知りえた情報は万全に保管し、消費者の同意なく第三者に開示・提供してはならない。
- ・消費者からの登録内容の情報開示、誤情報の訂正の申し出があった場合は速やかに対応すること。
- ・個人情報について外部委託を含めた内部規定の整備、安全対策の実施を行い、それらが適正に行われていることを確認すること。

## 11. 苦情処理・ADR

事業者は消費者との紛争がある場合、その原因を速やかに調査し、誠意を持って遅滞なく解決しなければならない。また消費者が第三者による紛争解決(ADR)を希望した場合は、特段の事情がない限り応じることが望ましい。

### 11-1. 消費者からの苦情対応について

消費者から苦情が寄せられた場合は業務に優先してその事実関係を調査し、速やかに回答することとする。すぐの回答が困難な場合は、予め具体的回答期日を伝え、それまでには何らかの回答を行うこと。

なお消費者からの苦情受付についてはメールだけではなく電話、FAX等多くの窓口を設けておくことが消費者の信頼を高めると考え、やむを得ずメールのみで行う場合は速やかな返信を心がけることとする。可能な限り2日を越えない期間内には何らかの回答をすることが望ましい。

#### 11-2. 商品交換等にかかる期限について

事業者により予め商品の交換・修理・返品にかかる受付期限が決められていたとしても、消費者から期限内に申し出があった場合は、その時点をもって期日の更新を停止し、対応が完了するまで更新しないこと。商品に予め保証期間を定めているときは、消費者からの申し出があってから対応完了までの間、保証期間を延長すること。

#### 11-3. 会員と消費者との紛争について

EC ネットワーク会員においては以下の定めとする。

- ・ 会員において消費者との紛争があり、その対応や解決方法について自力での対応が困難な場合は、当会において予め定められた回数内にて助言を求めることが出来る。なお一回は一案件とし、一案件においては何度でも助言を求めることが可能とする。
- ・ 会員と消費者との間で紛争があり消費者からの求めがあれば、会員は当会 ADR によるあっせんに応諾しなければならない。また会員は当会 ADR による解決案の提示があればその解決案に応じることが望ましく、応じられない場合はその理由を明らかにすること。
- ・ 価格等の表記ミスや個人情報漏えい等、複数の紛争が同時発生した場合は、速やかに当会に報告し、対応を協議すること。