

業務行為基準

第1章 表示基準

1. 取引内容に関する広告表示

(1) 通信販売を意図する広告については特定商取引に関する法律第11条の主旨を尊重し次の各号を明瞭に表示すること。

1. 自らの氏名又は名称

正式社名以外の表示をするときは、原則として正式社名を併記すること。インターネット通販については、代表者又は業務の責任者の氏名を表示すること。

2. 自らの住所及び電話番号

住所は、私書箱のみの表示であってはならない。インターネット通販については、電子メールによって通販広告をするときは電子メールアドレスを表示すること。

3. キャンセル・返品の場合

原則としてキャンセルを受けるものとし、受ける期間及びキャンセルに要する費用の条件を表示すること。また、サービスや情報提供、特注品その他商品の特性により返品を受けない場合はその旨を表示すること。交換条件及び頒布会等の商品等を継続して送付する場合の中途解約条件についても同様に上記の条件を表示すること。

4. 付帯費用

サービス・商品代金に含まれない送料、梱包料、組立費、代金引換手数料、その他手数料（送金手数料を除く）がある場合は、その内容及び額

5. その他の販売条件

特定商取引法の定めのとおり、次を表示すること。

- ・販売価格
- ・代金の支払の時期及び方法
- ・サービス・商品の引渡し時期（期間又は期限）
- ・申込み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
- ・請求によりカタログ等を送る場合に有料であればその金額

(2) 割賦販売の方法により販売をするときは、割賦法の定めのとおり割賦販売条件を表示すること。

- ・現金販売価格
- ・割賦販売価格
- ・代金の支払の期間及び回数
- ・割賦販売の手数料の料率

2. サービス・商品内容に関する広告表示基準

特定商取引法第12条及び第12条の2、ならびに不当景品類及び不当表示防止法第4条等関係法令を遵守し虚偽・誇大な広告表示を行わないこと。

(1) 広告上には、サービス・商品名及びその内容（品質・素材・性能・形態・色彩・量目・大きさ・製造者名・取扱方法等）を、可能な限り多く表示すること。

(2) サービス・商品内容に関する広告表示が関係法令及び公正競争規約等に定められている場合はそれらの定めに従って表示すること。

(3) サービス・商品への表示が関係法令及び公正競争規約等に定められている場合は、その表示事項に十分留意して広告上の表示を行うこと。

(4) サービス・商品の効果や性能の著しい優良性を示す表示については、表示の裏付けとなる合理的な根拠を有していること。

3. 商品への表示

商品へは、公正競争規約等その他の関係法令において定められた表示がある場合には、それらの定めのとおり表示すること。

4. 特定事項の表示基準

広告等において次の各項に該当する表示を行う場合には、それぞれ以下の各項の定めるところによること。

(1) 優位性の表示

自己の優位を強調するため事実に反した比較をしたり、又他を中傷する表示を行ってはならない。品質・性能等を他と比較する場合は客観的事実に基づく具体的数値又は根拠を付記すること。

(2) 最大級等の表示

最大級・最上級を意味する表示は、客観的事実に基づく具体的数値又は根拠を付記しなければならない。又、永久を意味する表示や完全を意味する表示は、消費者に誤認を与えることがあるので十分注意すること。

(3) 二重価格の表示

明確な根拠に基づく、市価・メーカー希望小売価格・自店旧価格の別を明示した場合に限り表示できる。

(4) 数値表示

品質・性能等を数値で表示する場合は、測定の方法又は根拠を付記すること。

(5) 認定等の表示

公共的機関その他の団体の認定、賞等を受けた旨を表示する場合は、その内容、時期及び団体名を付記すること。

(6) 証言・推奨の表示

広告に証言・推奨を表示する場合は、それが信頼に値するものであること。

(7) 類似の広告

他の通販事業者の広告表現のオリジナリティを尊重し、その模倣を慎むこと。

5. 景品類の提供

懸賞、景品類の提供を行う場合は、特定商品に対する規制を守り、法定の制限額を超えてはならない。又、消費者に誤認を与える恐れのないものとする。

第2章 取扱サービス基準

1. 法令等の基準

取扱サービス・商品は、あらゆる法令にふれず、公序良俗に反せず、又は他人の権利を侵害しないものでなければならない。

2. 扱うサービスが情報、知的生産物の場合の基準

(イ) 綿密な調査・分析に基づく合理的かつ十分な根拠をもつこと。この場合、それを裏付ける適切な記録を相当期間保持するように努めるものとする。

(ロ) 事実と意見、推測とを明確に区別すること。

(ハ) 成果を保証するような表現を用いないこと。

(ニ) 顧客の状況、ニーズ、など関連する要素を十分に考慮して、サービスの提供が行われるよう常に配慮すること。

(ホ) 顧客または広く一般に提供する情報の作成に当たり、他人の公開資料を利用する場合には、出所、著者名を明示するなど慎重かつ十分な配慮をしなければならない。

(ヘ) 憶測や噂、デマに類する情報について、あたかも真実であるかのような表現を用いないこと。

(ト) サービス提供者が、顧客の要求するサービスや知的生産物に対して、提供レベル・内容が要求水準を満たせない、または不確実で自信が持てない等の場合は、その点について率直にその内容を伝えること。

3. 安全性の基準

関係法令に定められた安全性を備えているのみならず、通常考えられる範囲内の誤使用によって危険を生じるものであってはならない。

4. 表示の基準

法令に定められた適正表示がなされているのみならず、消費者の選択・取扱いに対して十分に配慮された表示がなされていないといけない。

第3章 取引方法に関する基準

1. 問い合わせ窓口の明示

サービス・商品の送付にあたっては、購入者からの問い合わせや苦情を受ける窓口への連絡方法（電話番号・電子メールアドレス・住所等）を明示すること。

2. 割賦販売書面の交付

割賦販売の契約を締結したときは、割販法の定めによりその契約内容を示した書面を購入者に交付すること。

3. 前払式の販売

サービス・商品の引渡しの前に代金の全部又は一部を受領することとする場合には特定商取引法の定めにより、代金受領後遅滞なく申込の諾否を申込者に通知するか、又は遅滞なくサービス・商品を送付すること。

4. 引渡し時期の遅延

サービスの提供時期が広告表示より遅れることとなったときは、すみやかに申込者に通知すること。又、これに起因するキャンセルは無条件で受けること。

5. 電話アプローチ

顧客への電話アプローチは、内容のいかんを問わず深夜又は早朝には行わないこと。又、勤務先への電話は、顧客の意志を尊重すること。

第4章 媒体特性に関する基準

1. インターネット通信販売に関する注意事項

「サイバープロジェクト取引におけるガイドライン」を遵守し、かつ、下記事項についても遵守すること。

(1) 申込みを受けるための画面構成

1. 消費者の誤操作の防止（二重送信やデータの誤入力等）のために合理的な操作手順を工夫すること。
例えば、自己の契約合意内容について、注文等を送信する前に確認・訂正等のできる画面を設けるなど。

2. 情報の更新日を明示すること。

(2) 電子メールの送付

消費者に電子メールを送付し、商品やサービスの提供を行う場合、消費者が電子メールの受け取りを拒否したときは、ただちに送付を取りやめなければならない。

また、消費者に電子メールを送付する場合、消費者が今後の受け取りの諾否を選択できる仕組みを提示するものとする。

第5章 情報保護に関する基準

「サイバープロジェクトにおける個人情報保護ガイドライン」を遵守し、個人情報の有用性に配慮するとともに、個人の権利利益を保護すること。

また、企業等の機密情報を入手した場合には、適切な対策を講じるとともに、機密を他に漏洩してはならない。

第6章 苦情処理等に関する基準

- (1) 消費者からの苦情・相談を受け付ける窓口を常時設置し、その連絡先を消費者に明示すること。
- (2) 消費者からの苦情・相談等に対して適切かつ迅速な処理に努めること。
- (3) 消費者からの申し出に基づいて協会が調整にあたる場合は、協会が提示する処理方法に協力すること。