

取引DPF法に関する取組について



一般社団法人セーフアーインターネット協会
Safer Internet Association

一般社団法人セーフアーインターネット協会（Safer Internet Association, SIA）は、インターネット利用に関連した様々なトラブルの対策、防止等を図るため、民間の自由な発想と分析力をもって各種課題に対応すべく設立された団体です。

主なEC系の会員社の例

- ・ LINEヤフー株式会社
- ・ 株式会社メルカリ
- ・ GMOペパボ株式会社
- ・ 株式会社マクアケ

等

販売業者と消費者との間の円滑な連絡を可能とする措置 取組例 (法3条1項1号)

■販売業者等の情報の表示

- ・消費者が必要に応じて販売業者等へ連絡をできるよう、販売業者等の特定商取引に関する法律に基づく事項の表示（住所、電話番号等）を行っている

※請求を受け次第速やかに開示する方式をとっているPFもあります

■販売業者等との連絡ツールの提供

- ・消費者と販売業者間の連絡に利用する機能を提供している

■カスタマーサポート

- ・販売業者等が返信しない等適切な対応が行われない場合には、販売業者等の状況確認、返信の促し等の対応実施

消費者から苦情の申出を受けた場合の販売条件等の表示の適正を確保するための措置 取組例（法3条1項2号）

■ 消費者からの苦情の受付

- ・ カスタマーサービスの体制を構築しており、メールや電話、チャット等での問い合わせが可能。消費者の状況に応じたサポートや必要に応じた事実関係の調査確認等を実施
- ・ サービスページに、違反の疑いがある商品に関する申告機能を設けている

■ 外部関係者との連携

- ・ 権利者等に対し、疑義のある商品に関して問い合わせを実施する体制を整備
- ・ 不適切な出品があった場合に速やかな対応ができるよう、関係省庁、権利者団体等との日頃の連携・意見交換等を実施

■ 出品等の監視、予防的措置

- ・ ガイドライン等で出品禁止物・ルールを明示的に規定
- ・ ガイドラインへ違反する疑いがある出品があれば、内容に応じて販売業者等への指導および措置を実施
- ・ 知財権侵害品等に関しては、直接権利者に申告をいただくためのプログラム等を用意している
- ・ 人による監視だけでなく、システム・AIを用いた監視を実施している
- ・ 購入後であっても、リコールされた商品等は必要に応じて購入者向けの周知を実施している
- ・ **製品安全誓約に署名しており、危険製品の流通抑止のために規制当局と協力して対応を進めている**

製品安全誓約について

全署名事業者は7社、12サービスが対象（24年5月現在）。
セーフアーインターネット協会の会員社では、2社が署名のうえ、誓約内容に準じた運用が行えるよう体制整備を行っている。

引き続き、官民協働で取引デジタルプラットフォーム上で売買される製品の安全性の向上を図っていく。



主な誓約事項

- 規制当局等のウェブサイトから、リコール製品や安全ではない製品に関連する情報を定期的に確認し、これらの製品を特定した場合は適切に対処する(数量的KPI)
- 規制当局から出品削除要請を受けてから2営業日以内に、要請を受けたリコール製品や安全ではない製品の出品を削除する。また、規制当局に対して、実施した措置とその結果を通知する(数量的KPI)

→24年5月現在、各KPIの達成率は100%が維持できている

販売業者等の特定に資する情報の提供を求める措置 取組例 (法3条1項3号)

■ 出店審査の実施

- ・ 出店審査時に本人確認書類等の提出を求め、出店しようとする者の身元確認を実施
- ・ 商品の販売に際し許認可が必要な場合には、許可の有無を個別確認したり、別途許可証等の提出を求めるなどしている
- ・ eKYCの活用や、必要に応じてオンラインでのビデオ面接を実施している

■ 出店後の対応

- ・ 取引の過程において登録情報と異なる情報に接したときは、個別の事実確認の実施
- ・ 出店後に、運営者情報等を変更する際は、再度の本人確認を求め、情報の真正性を確保している

■ 開示方法

- ・ サービスページ内に、法3条1項に規定されている各措置に関する取組を始めとして、安心安全のために取り組んでいる内容を紹介するページを設けている
- ・ JOMCのサイト上で取組内容の表示を実施し、サービスページからリンクさせている



mercari

サステナビリティ トップ

5つの取り組み ▼

メルカリのサステナビリティ戦略

Mercari Experiments ▼

Initiatives

安心・安全・公正な取引環境の整備

この取り組みを通じて目指すゴール:

安心して利用できるサービスだと感じるお客さまを増やす



■取組体制

- ・ 対応手順を定め、社内用マニュアルを整備
- ・ 必要に応じて法務関連部門が要件該当性を判断
- ・ 販売業者等に対して、本法に基づく対応を求められることがあることを周知するとともに、特商法上の表示等を今一度確認するよう要請する
- ・ 開示を行う消費者向けに、手続き概要に関するページを整備