

## 業界標準「ソーシャルコマース経営規範」の意見募集

株式会社クララオンライン  
コンサルティングチーム

### <要約>

2018年7月6日、商務部電子商務情報化司は「業界標準『ソーシャルコマース経営規範』の意見募集」(以下、「本規範」という)を公布し、7月31日まで意見募集を行った。本規範は中国インターネット協会などが中心となって起草したもので、ソーシャルコマースの基本要件事項、電子決済、配送、消費者保護、法的責任等を網羅する内容となっている。

### 1. ソーシャルコマースの定義

- ソーシャルコマースとは、インターネットのソーシャルメディアを利用して、商品取引やサービスの提供を行う経済活動を指す。
- ソーシャルコマース経営者とは、ソーシャルコマースに従事する自然人、法人、非法人組織を指す。
- ソーシャルコマースサービスプロバイダーとは、法律に従って登記を行っており、ソーシャルコマース経営者にシステムの開発、プラットフォームへの接続、広告宣伝、決済サービス、配送物流、ネットワーク接続、サーバーホスティング、WEBサイト制作等のサービスを提供する法人または非法人組織を指す。

### 2. サービス提供

- ソーシャルコマース経営者で、登記の条件を満たす経営者は法律に従って工商登記を行わなければならない。登記の条件を満たさない自然人は、ソーシャルコマースプラットフォームを通じて経営活動を行わなければならない。また法令に従って関連する行政許可を取得する必要がある。
- ソーシャルコマース経営者は、取引の性質と得た利益に応じて法律法規に従って納税義務を履行しなければならない。
- 「ネットワークビジネス禁止条例」に定められたネットワークビジネスおよび「違法金融機関および違法金融業務の取り締まりに関する問題の通知」で規定された違



法な資金集めを禁止する。

- ソーシャルコマース経営者、ソーシャルコマースプラットフォーム、ソーシャルコマースサービスプロバイダーは、利用者の個人情報を収集、使用する場合、「サイバーセキュリティ法」等の法律法規および標準規格を順守しなければならない。
- 消費者は商品を受け取ってから7日間以内に理由なく返品する権利を有する。ただし、オーダーメイド品、生鮮食品など腐敗しやすいもの、ダウンロード済みまたは開封済みの音楽映像製品およびデジタル商品、発行済みの新聞雑誌を除く。
- ソーシャルコマース経営者は、消費者に対し発票等の取引証明書を発行しなければならない。消費者が同意すればこれを電子形式で発行してもよい。

### 3. 広告

- ソーシャルコマース経営者が直接または間接的に自身が販売する商品やサービスを紹介する商業広告活動には、「広告法」、「インターネット広告管理弁法」およびその他の広告に関する法律法規と標準規格を適用する。
- 広告の内容に行政許可の取得が必要なものが含まれている場合、許可範囲内の内容でなければならない。広告の内容に特許に関するものが含まれている場合、特許番号と種類を明示しなければならない。

#### ●原文(中国語)

<http://dzsws.mofcom.gov.cn/article/zcfb/201807/20180702763399.shtml>

本レポートは「中国法令アラートサービス 2018年8月号」の内容を一部抜粋、編集したものです。「中国法令アラートサービス」では、最新の法令・制度変更に関する詳細および予想される影響、クララオンラインが実務で得た動向変化に関する情報等を毎月レポート形式でお届けしています。 <https://www.clara.jp/consulting/>

- 本レポートに含まれる情報は一般的なご案内であり、包括的な内容であることを目的としておりません。また法律・条令の適用と影響は、具体的な状況によって大きく変化いたします。具体的な事業展開にあたってはクララオンライン コンサルティングサービスチームより御社の状況に特化したアドバイスをお求めになることをおすすめいたします。本書の内容は2018年12月10日時点で編集されたものであり、その時点の法律及び情報、為替レートに基づいています。

本書はクララオンライン コンサルティングサービスチームにより作成されたものです。クララオンラインの中国、台湾、韓国、シンガポールなどアジア各国のインターネットコンサルティングサービスに関するお問い合わせは以下の連絡先までお気軽にご連絡ください。asia@clara.ad.jp または +81(3)6704-0776