

<p style="text-align: center;">特定電子決済手段等取引契約に関する規則</p> <p style="text-align: center;">(2024年10月25日 制 定)</p>	<p style="text-align: center;">「特定電子決済手段等取引契約に関する規則」に関する ガイドライン</p> <p style="text-align: center;">(2024年10月25日 制 定)</p>																								
<p>第1章 総則</p>																									
<p>(目的)</p> <p>第1条 本規則は、資金決済法第62条の17第1項に規定する特定電子決済手段等取引契約に係る電子決済手段関連業務（以下「特定電子決済手段等関連業務」という。）を行う第一種会員（電子決済手段）に適用される特則を定め、第一種会員（電子決済手段）により行われる特定電子決済手段等取引契約に係る取引について、利用者の管理及び利用者への書面交付、並びに、利用者に対して取引を勧誘する行為及び取引の勧誘を目的とする広告に関し、その適正な業務運営に関する基本事項を定めることにより、もって利用者の保護に資することを目的とする。</p> <p>2 特定電子決済手段等関連業務の対象となる電子決済手段は次の各号のいずれかに定める電子決済手段（以下「特定電子決済手段」という。）とする。</p> <p>(1) 電子決済手段のうち、外国通貨で表示されるもの</p> <p>(2) 電子決済手段のうち、資金決済法第2条第5項第4号に掲げるもの</p>																									
<p>第2章 利用者の管理に関する特則</p>																									
<p>(取引開始基準)</p> <p>第2条 第一種会員（電子決済手段）は、利用者との間で特定電子決済手段等取引契約に係る取引を開始するための基準を定め、当該基準に照らして利用者との取引の開始の可否を判断しなければならない。</p>	<p>第2条関係</p> <p>取引開始基準は、例えば特定電子決済手段等の種類及び取引の種類でもそれぞれリスク度が異なることから、リスククラスを中心に基準を設けることも有効です。なお、特定電子決済手段は、主として決済手段としての利用が想定されているため、取引開始基準の策定に当たっては、利用者の取引目的を踏まえつつ、利用者による決済利用を不当に阻害しないよう配慮することが望ましいです。</p> <table border="1" data-bbox="1186 1834 1749 2169"> <thead> <tr> <th></th> <th>リスク度 1</th> <th>リスク度 2</th> <th>リスク度 3</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>年齢</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>経験</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>資産</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>所得</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>利用目的</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>利用者から取引の申込みがあった場合には、利用者カードに記録する情報と申込みのあった取引により、上記の基準に照らして適合しているか判定して、取引の可否を決定します。</p> <p>基準に適合しないものの、取引することが適当であると判断する利用者については、そうした利用者との取引を開始するための手続を規定し、これを行うことができます。ただし、この場合には、「電子決済手段関連業務に係る利用者の管理及び説明に関する規則」第24条に規定する責任者が利用者と個別に連絡し、決裁するなど慎重に対応するほか、特別な取扱いをする理由、取引を認めることとする判断が合理的であることの説明を記録・保管し、かつ、実際の取引において懸念する事態が生じていないことの事後確認を行う必要があります。</p>		リスク度 1	リスク度 2	リスク度 3	年齢				経験				資産				所得				利用目的			
	リスク度 1	リスク度 2	リスク度 3																						
年齢																									
経験																									
資産																									
所得																									
利用目的																									

<p>(取引限度額等)</p> <p>第3条 第一種会員（電子決済手段）は、特定電子決済手段等取引契約に係る取引を行うにあたり、利用者の特性等を踏まえ、必要に応じて、あらかじめ利用者との取引限度額又は保有限度を定め、当該利用者による取引の適正な管理に努めなければならない。</p>	
<p>(利用者情報の整備等の特則)</p> <p>第4条 第一種会員（電子決済手段）は、特定電子決済手段等取引契約の締結に当たっては、「電子決済手段関連業務に係る利用者の管理及び説明に関する規則」第5条に基づく利用者情報の取得及び保管のほか、利用者について、次の各号に掲げる区分に従い、以下各号に定める事項を利用者情報として取得し、保管しなければならない。</p> <p>(1) 自然人の場合</p> <ul style="list-style-type: none"> イ 金融資産の状況 ロ 特定電子決済手段等取引契約に係る取引の経験 ハ その他会員が必要と認める事項 <p>(2) 自然人以外の場合</p> <ul style="list-style-type: none"> イ 資産・負債の状況 ロ その他会員が必要と認める事項 	<p>第4条関係</p> <p>特定電子決済手段等取引契約を締結する場合には、「電子決済手段関連業務に係る利用者の管理及び説明に関する規則」第5条の措置のほか、本規則で定める事項を利用者情報として取得し、保管する必要があります。</p> <p>「電子決済手段関連業務に係る利用者の管理及び説明に関する規則」第5条第2項から第5項の規定は、原則として、特定電子決済手段等関連業務においても適用があります。なお、同条第2項から第5項までの規定は以下のとおりです。</p> <p>「2 第一種会員（電子決済手段）は、利用者口座を設けて取引を行う利用者以外の利用者と電子決済手段関連業務を行う場合には、当該会員が別途定める事項を利用者情報として記録し、これを保管しなければならない。</p> <p>3 第一種会員（電子決済手段）は、利用者情報の更新に努めなければならない。</p> <p>4 第一種会員（電子決済手段）は、前三項により知り得た秘密を他に洩らしてはならない。</p> <p>5 利用者情報の保管期間は、利用者との取引が終了した後、10年間とする。」</p>
<p>第3章 書面の交付等に関する特則</p>	
<p>(契約締結前書面に関する特則)</p> <p>第5条 第一種会員（電子決済手段）は、特定電子決済手段等取引契約（基本契約を含む。以下同じ。）を締結しようとする場合には、あらかじめ、利用者に対して、「電子決済手段関連業務に係る利用者の管理及び説明に関する規則」第6条又は第17条第2項及び第3項に基づく情報提供（書面を交付する方法によるものを含む。）に加え、資金決済法第62条の17第1項で準用される金融商品取引法（以下「準用金商法」という。）第37条の3第1項及び電子決済手段等取引業者に関する内閣府令（以下「府令」という。）第68条及び第69条各号の事項を記載した書面（以下「契約締結前書面」という。）を利用者に交付しなければならない。ただし、府令第67条第1項各号に定める場合はこの限りではない。</p>	
<p>(契約締結時書面に関する特則)</p> <p>第6条 第一種会員（電子決済手段）は、利用者との間で特定電子決済手段等取引契約を締結したときは、利用者に対して、「電子決済手段関連業務に係る利用者の管理及び説明に関する規則」第7条又は第17条第2項及び第3項に基づく情報提供（書面を交付する方法によるものを含む。）に加え、準用金商法第37条の4及び府令第70条に定める事項を記載した書面（以下「契約締結時書面」という。）を交付しなければならない。ただし、府令第71条第1項各号に定める場合はこの限りではない。</p>	

<p>(電磁的方法による情報提供)</p> <p>第7条 第一種会員(電子決済手段)は、契約締結前書面、契約変更書面(府令第67条第1項第2号ロに規定する契約変更書面をいう。第14条において同じ。)又は契約締結時書面については、準用金商法第34条の2第4項、資金決済法施行令第19条の8並びに府令第46条及び第47条に従って、利用者の承諾を得て、書面による交付に代えて電磁的方法での情報提供をすることができる。</p>	
<p>第4章 勧誘</p>	
<p>(勧誘の基本姿勢)</p> <p>第8条 第一種会員(電子決済手段)は、特定電子決済手段等取引契約の締結の勧誘に際しては、利用者保護の精神に則り、取引の信義則を遵守し、品位の保持を図るために、利用者に対しての確かな情報を提供しなければならない。</p> <p>2 第一種会員(電子決済手段)は、利用者の知識、経験、財産の状況及び特定電子決済手段等取引契約を締結する目的を慎重に勘案し、利用者の意向と実情に即した取引の勧誘を行わなければならない。</p> <p>3 第一種会員(電子決済手段)は、第1項の勧誘に際しては、自己の判断及び責任で取引を実施すべきことを、利用者に対して適切に理解させなければならない。</p>	<p>第8条第2項関係</p> <p>本項は、準用金商法第40条第1号の適合性原則の遵守を会員に求めるものです。</p> <p>第8条第3項関係</p> <p>利用者の理解を確認する方法としては、利用者から理解している旨を表す書面(確認書)を徴求する方法や顧客画面に確認書と同じような文章を表示し、チェックを入れてもらう方法などが考えられます。これら確認については、勧誘を行った後に受領するもので、勧誘に先立ち入手するものではありません。</p>
<p>(勧誘開始基準)</p> <p>第9条 第一種会員(電子決済手段)は、利用者に対し、特定電子決済手段等取引契約の締結の勧誘を行うにあたっては、取引の種類ごとに勧誘を開始する基準を定めるものとし、当該基準に適合した者でなければ、当該取引の勧誘を行ってはならない。</p> <p>2 第一種会員(電子決済手段)は、未成年及び高齢者に電子決済手段等取引契約の締結の勧誘を行う場合には、当該会員の業態、規模、利用者分布及び利用者属性並びに社会情勢その他の条件を勘案し、未成年及び高齢者の定義及び提供する取引並びに特定電子決済手段の種類、説明方法、受注方法等に関する社内規則を定め、適正な取引勧誘を行わなければならない。</p>	<p>第9条第1項関係</p> <p>会員には、利用者属性に照らして取引の種類ごとに、当該利用者に適した取引を行うための基準を設け、その基準に従って勧誘を行うことが求められます。取引の種類によって個々の利用者の適合状況も異なりますので、会員の行う取引の種類に応じて、KYC(Know Your Customer)を通じて把握すべき利用者の情報も異なります。したがって、会員は提供する取引の種類を勘案して取得する利用者情報を選択し、利用者から入手した情報を基に提供可能な取引を勘案することとなります。本規則第2条から第4条までをあわせて確認してください。</p> <p>第9条第2項関係</p> <p>例えば、インターネットを通じてのみ勧誘する会員の場合には、KYCは利用者の申告に依存するため、外形的な基準を設けて行う度合いが高くなるものと思われます。一方、対面営業型の会員の場合には、利用者との接触を通じて得られる情報を反映して判断することも可能です。インターネットによる勧誘を中心としながらも、閾値を満たさない年齢の利用者については直接面談し、判断する方法も考えられます。KYCに基づく判断としては、例えば、未成年(特に就学中の未成年)や特別な蓄えのない高齢・年金暮らしの利用者に損失リスクが高い取引を勧誘することは適当でないと判断します。いずれも自社の営業実態や特性に応じて、基準を定めるほか、当該基準に従った勧誘を行うにあたり、必要な手続きや決裁の取り決め、記録の保存など業務運営に必要な事項を社内規則としてまとめ、規則に従って行動するように役職員への教育・指導を行うことが求められます。なお、高齢者の外形基準とする年齢については、例えば年金受給開始年齢である65歳、健康保険制度に用いられる後期高齢者(75歳)などを援用することや、自社の利用者の実情を反映して見積もるなどの方法があり得るため、会員一律の値を定めるものではありません。</p>

	<p>また、法定成年年齢の引き下げに伴い、18歳及び19歳の若年成年については、社会情勢や対象者の実際の理解力、金融リテラシーなどに照らし、未成年者に準じて取り扱うなど慎重な対応の検討が求められます。</p>
<p>(不適切な勧誘の禁止)</p> <p>第10条 第一種会員（電子決済手段）及びその役職員は、特定電子決済手段等取引契約の締結の勧誘において、利用者の私生活又は業務の平穩を害するような勧誘（個人である利用者に迷惑を覚えさせるような時間に電話又は訪問による勧誘を含む。）を行ってはならない。</p>	<p>第10条関係</p> <p>本条は、準用金商法第38条第9号及び府令第73条第4号に基づく、個人である利用者に迷惑を覚えさせるような時間に電話又は訪問して勧誘することの禁止義務に対応する規定です。なお、「私生活又は業務の平穩を害するような勧誘」に該当するかの判断は、利用者ごとに個別に判断せざるを得ませんが、例えば、次の各号に掲げる行為については、一般的に、利用者の私生活又は業務の平穩を害する可能性が高いものと考えられます。</p> <p>(1) 社会通念に照らし不相当と認められる時間帯に、利用者に電話をかけ、若しくはファクシミリ装置を用いて送信し、又は利用者の居宅を訪問すること。</p> <p>(2) 利用者の勤務先その他の居宅以外の場所に電話をかけ、電報を送達し、若しくはファクシミリ装置を用いて送信し、又は利用者の勤務先その他の居宅以外の場所を訪問すること。</p> <p>(3) 利用者の居宅又は勤務先その他の利用者を訪問した場所において、利用者から当該場所から退去すべき旨の意思を示されたにもかかわらず、当該場所から退去しないこと。</p>
<p>(特別の利益提供の禁止)</p> <p>第11条 第一種会員（電子決済手段）及びその役職員は、特定電子決済手段等取引契約につき、利用者若しくはその指定した者に対し、特別の利益の提供を約し、又は利用者若しくはその指定した者に対し特別の利益を保証することを約して（第三者をして特別の利益の提供を約させ、又はこれを提供させる行為を含む。）勧誘を行ってはならない。</p>	<p>第11条関係</p> <p>本条は、準用金商法第38条第9号及び府令第73条第3号に対応する規定です。</p> <p>「特別の利益」は、金銭や暗号資産等、その他の金品に限りません。利益の供与又は保証を受ける者は、利用者のほか、第三者が受ける場合も含まれます。</p> <p>利用者等に対して手数料等の軽減、景品類の提供、キャッシュバック等を行う行為は、直ちに「特別の利益」に該当するものではありませんが、条件が一定の基準に基づき設定され不当でないこと、同様の取引条件にある利用者に対して同様の取り扱いをすること、過大なものではないことなど、社会通念上妥当と認められる範囲に留まるよう留意する必要があります。</p> <p>本条は、特別の利益の提供を約して行う勧誘を禁止するものですが、取引に際して特別の利益の提供若しくは保証を約することは「電子決済手段関連業務に係る不公正取引等の防止に関する規則」において禁じられていることに留意してください。</p>
<p>(虚偽・偽計及び誇大広告の禁止)</p> <p>第12条 第一種会員（電子決済手段）及びその役職員は、特定電子決済手段等取引契約の締結の勧誘に際して、利用者に対し、虚偽の事実を告げてはならない。</p> <p>2 第一種会員（電子決済手段）及びその役職員は、特定電子決済手段等取引契約の締結の勧誘に際して、利用者に対し虚偽の表示をし、又は重要な事実につき誤解を生じせしめるべき表示をしてはならない。</p> <p>3 第一種会員（電子決済手段）及びその役職員は、取引の勧誘に関し、偽計を用い、又は暴行若しくは脅迫をしてはならない。</p>	<p>第12条第1項、第2項関係</p> <p>準用金商法第38条第1号、第9号及び府令第73条第2号に対応する規定です。</p>

<p>(断定的判断の提供禁止等)</p> <p>第 13 条 第一種会員（電子決済手段）及びその役職員は、利用者に対し、不確実な事項について断定的判断を提供し、又は確実であると誤解させるおそれがあることを告げて特定電子決済手段等取引契約の締結の勧誘を行ってはならない。</p> <p>2 第一種会員（電子決済手段）及びその役職員は、特定電子決済手段等取引契約の締結の勧誘において、準用金商法第 38 条第 3 号で禁止される信用格付業者以外の信用格付業を行う者の付与した信用格付について、当該信用格付を付与した者が登録を受けていない者である旨や当該登録の意義等を告げずに提供して、勧誘を行ってはならない。</p>	<p>第 13 条第 1 項関係</p> <p>準用金商法第 38 条第 2 号に対応する規定です。</p>
<p>(契約締結前説明書の説明)</p> <p>第 14 条 第一種会員（電子決済手段）及びその役職員は、特定電子決済手段等取引契約締結の勧誘に際して、契約締結前書面又は契約変更書面の内容（準用金商法 37 条の 3 第 1 項第 3 号から第 7 号までに掲げる事項に係るものに限る。）について、利用者の知識、経験、財産の状況及び特定電子決済手段等取引契約を締結する目的に照らして当該利用者に理解されるために必要な方法及び程度により、説明しなければならない。</p>	<p>第 14 条関係</p> <p>準用金商法第 38 条第 9 号及び府令第 73 条第 1 号に対応する規定です。</p>
<p>第 5 章 宣伝広告</p>	
<p>(広告宣伝等の基本姿勢)</p> <p>第 15 条 第一種会員（電子決済手段）は、広告（これに類似するものとして府令第 60 条に規定する行為を含み、特定電子決済手段等関連業務に関するものをいう。以下同じ。）を行う場合には、利用者保護の精神に則り、取引の信義則を遵守し、品位の保持を図らなければならない。</p> <p>2 第一種会員（電子決済手段）は、広告の内容に関し、的確な情報をもって、明瞭かつ正確に表示しなければならない。</p> <p>3 第一種会員（電子決済手段）は、実施する広告が本規則に反することが明らかとなった場合には、速やかに、本規則に則した取扱いとするために必要な措置を取らなければならない。過去に実施した広告についても、その回収に努めなければならない。</p>	<p>第 15 条関係</p> <p>本規則における広告とは、いかなる名称であるかを問わず、会員がその営業に関し、特定電子決済手段等取引契約の締結を誘因する目的で、ある事項を随時又は継続して広く宣伝するため、一般人に知らせることを指し、例えば、次の各号に掲げるものが考えられます。</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) テレビコマーシャル (2) ラジオコマーシャル (3) 新聞紙、雑誌その他の刊行物への掲載 (4) 看板、立て看板、はり紙、はり札等への掲載 (5) 広告塔、広告板、建物その他の工作物等への表示 (6) チラシ、カタログ、パンフレット、リーフレット等の配布 (7) インターネット・ホームページへの掲載 <p>電子メールの送信やダイレクトメールの送付であって、特定の者に対して特定の行為をするように勧め誘う行為については、広告ではなく勧誘に該当します。</p> <p>特定電子決済手段等取引契約の締結を誘引する目的ではなく情報提供する行為は、本規則における広告には当たりませんが、「誘引する目的」の有無については、表示の内容、情報提供時の状況、情報の受け手の属性などを考慮の上、個別具体的に判断されるものと考えられます。なお、次の各号に掲げる表示物については、一般的には、広告には該当しないものと考えられます。</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 社名と事業名のみを表示 (2) 社員の募集を目的とする表示 (3) 会員が一般に公表した情報を伝達することのみを目的として行う表示 <p>本規則第 28 条における広告審査においては、広告に該当するかどうかの判断についてもその対象となりますので、本規則の対象とならない広告であっても、審査結果については記録・保管することとなる点については留意してください。例えば、広告を利用し、他の事業者を誹謗中傷することや限られた一部の要素のみを取り上げ</p>

	<p>て、自社があたかも他の事業者よりも優れているかのように強調し広告することは、品位と公正性を欠いた不適切な広告とみなされるものと考えられます。</p> <p>第 15 条第 2 項関係 「明確かつ正確な表示」の方法については、第 21 条第 1 項関係のガイドラインを参照してください。</p> <p>第 15 条第 3 項関係 広告の修正や回収などの措置については、今後実施しようとする広告に限らず、すでに実施中にあるもの又は過去に実施したものを含みます。ただし、実施中の広告や過去に実施した広告の回収等は困難なこともあり得ますので、そのような場合には回収等に向けて合理的な努力を払うほか、過去に行った広告については、修正すべき事項を公表するなどの方法により、必要な対応を図らなければなりません。</p>
<p>(自社ページ等への誘導表示)</p> <p>第 16 条 第一種会員（電子決済手段）が使用するバナー等（第三者が管理するウェブページやメール上に貼付され、当該会員が指定するウェブページに誘導するための表示をいう。以下同じ。）は、広告とみなす。</p> <p>2 第一種会員（電子決済手段）は、バナー等（ただし、次条に規定するアフィリエイト広告として用いるバナー等を除く。）を広告として利用する場合、バナー等から遷移し表示されるページに第 19 条に規定する表示事項を記載しなければならない。</p> <p>3 第一種会員（電子決済手段）は、バナー等から自己のホームページに遷移させる場合には、バナーを付したコンテンツの閲覧者が、当該会員との特定電子決済手段等取引契約の締結に際して誤解を生じさせないために必要な事項を遷移の途中又は会員ホームページに表示し、利用者の注意を促さなければならない。</p>	<p>第 16 条第 1 項関係 本規則に定めるバナー等の対象とするものは、ウェブページ上に表示されるバナーに限らず、ウェブページ又はメールの文章中に埋め込まれたリンクも含まれます。</p> <p>第 16 条第 3 項関係 「特定電子決済手段等取引契約の締結に際して誤解を生じさせないために必要な事項」とは、例えば次の各号に掲げる事項をいいます。</p> <p>(1) 遷移前に表示された情報（バナー広告等にて表示されているものを除く。）は、会員が作成し管理しているものではないこと。</p> <p>(2) 法定通貨とは異なり、国や公的機関によりその価値が保証されているものではないこと。</p> <p>(3) 特定電子決済手段は、その仕組みが破たんした場合には、その価値が失われる場合があること（記録台帳の仕組み又は電子決済手段の価値を安定させる仕組みの破たんを含みます。）。</p> <p>(4) 特定電子決済手段の価格変動により損失を生じることがあること。</p> <p>(5) 投資額を上回る損失が生じる可能性がある場合にはその旨。</p> <p>(6) 取引の内容を十分に理解し、自己の責任をもって行うこと。</p> <p>(7) 特定電子決済手段は対価の弁済を受ける者の同意がある場合に限り対価の弁済のために使用することができること。</p>
<p>(アフィリエイト広告の取扱い)</p> <p>第 17 条 第一種会員（電子決済手段）は、アフィリエイト広告を行う場合、当該広告を含むコンテンツの内容について、広告審査基準を適用し、その適否を判断しなければならない。かかる審査の結果、不適切と判断したコンテンツをアフィリエイト広告に利用してはならない。</p> <p>2 第一種会員（電子決済手段）は、アフィリエイト広告の実施期間中に、その利用するコンテンツ内に広告審査基準に照らし不適切な内容を検知した場合には、当該コンテンツの内容が適切な状態を回復しない限り、当該コンテンツの利用を継続してはならない。</p> <p>3 第一種会員（電子決済手段）は、アフィリエイト広告の実施期間中、利用するコンテンツの監視に努めなければならない。</p>	<p>第 17 条第 1 項関係 本規則における「アフィリエイト広告」とは、アフィリエイトターが、当該サイトに会員が供給する商品・サービスのバナー等を掲載し、当該サイトを閲覧した者がバナー等をクリックしたり、バナー等を通じて会員のサイトにアクセスして会員の商品・サービスを購入したり、購入の申し込みを行ったりした場合など、あらかじめ定められた条件に従って、アフィリエイトターに対して、会員又はアフィリエイトサービスプロバイダーなどの広告代理店（以下「広告代理店」という。）から成功報酬が支払われる、各種媒体を通じた広告をいいます。ただし、広告配信会社が広告媒体となる複数のウェブサイトを集めて「広告配信ネットワーク」（以下「ネットワーク」という。）を形成し、広告主から受注したバナー等をネットワーク</p>

上で配信することにより、当該ウェブサイトの空きスペース（広告枠）にネットワークのプログラムが選択したバナー等が掲載されるようなインターネット広告を除きます。本規則における「アフィリエイト」とは、広告主たる会員以外の者であって、会員の提供するバナー等を添付するブログその他のウェブサイトの運営者であり、アフィリエイト広告料を受け取る者をいいます。アフィリエイト広告のような成功報酬型広告においては、バナー広告等のクリック回数や購入実績等に報酬額が連動することから、アフィリエイトにとってサイト閲覧者にクリックや購入等を促すインセンティブになるため、アフィリエイト広告がサイト閲覧者に対して恣意的な又は過度に主観的あるいは不正確な表現等を用いて行われるおそれがあります。また、サイト閲覧者から見た場合、アフィリエイト広告のうち、アフィリエイト自身の記事・コメントに該当する部分と会員の広告等に該当する部分の区別が容易ではなく、サイト閲覧者に、表現主体に関し誤解を招くおそれがあります。以上の理由から、会員は、アフィリエイト自身の記事・コメントに該当する部分（バナー広告等を含む。）のみならず、会員の広告等に該当する部分を含めたコンテンツの内容全体について、本規則に定める広告審査基準に基づいて、その適切性の判断を行わなければならないものとしします。

アフィリエイト広告をアフィリエイトとの間で直接契約し、実施する場合には、バナーを貼付するページの所在を会員自身が把握することができることから、当該ページの記載内容が会員自身の規定する広告審査基準に照らして適正であることを予め確認する必要があるほか、契約期間中、適宜に、ページ内容の再確認を行わなければならない。一方、広告代理店を経由してアフィリエイト広告を行う場合には、広告代理店に会員内の広告審査基準を示し、当該代理店が会員に代わってコンテンツの審査を行うことが可能です。また、広告代理店を通じて広告審査基準をアフィリエイトに事前に示し、当該審査基準を満たしたコンテンツのみを用いることを条件に、当該代理店とアフィリエイトとの間でアフィリエイト広告に係る契約が締結される場合には、第3項の監視を強化することを条件に、コンテンツに対する事前審査を行わないことができることとします。

第17条第2項関係

アフィリエイトの管理するコンテンツが不適切であることを検知した場合には、会員が直接又は広告代理店を通じて、速やかにアフィリエイトに連絡し、コンテンツの修正を求めます。アフィリエイトが即刻修正に応じ、短日のうちに修正が実施された場合には、当該アフィリエイトとのアフィリエイト広告に係る契約を継続することができます。ただし、アフィリエイトが修正を拒否した場合には、会員が当該アフィリエイトとの契約を解除する又は広告代理店に対して、当該アフィリエイトとの契約の解除を求める等の適切な対応を講じなければならない。なお、アフィリエイトとの契約（広告代理店を通じて契約を行う場合には、当該広告代理店とアフィリエイトとの契約を含む。）においては、アフィリエイト広告の適正化を図るために、例えば以下のような事項に留意する必要があります。

- (1) アフィリエイトの禁止行為が契約等において具体的に規定されているか。（例）虚偽や誤解を与える表現等の使用、アフィリエイトによる勧誘の禁止
- (2) アフィリエイトの行為や広告内容等について、会員又は広告代理店が適切に管理・指導等を行う旨が契約等において規定されているか。（例）会員又は広告代理店による広告

	<p>掲載状況等に関するモニタリングの実施、不適正な内容に関する会員又は広告代理店からアフィリエイトへの是正指導等</p> <p>(3) 不適正なアフィリエイトとの契約の解除について契約等において規定されているか。(例) 本規則違反・契約違反の場合や是正指導に応じない場合におけるアフィリエイトとの契約の解除等</p> <p>(4) 不適切な勧誘広告等を会員又は広告代理店がアフィリエイトに対して修正を要請したときから修正を実施するまでの期限をあらかじめ設定しているか。</p>
<p>(口コミサイト等に関する留意事項)</p> <p>第 18 条 第一種会員（電子決済手段）は、役職員の SNS への発言及び口コミサイトへの情報掲載について、広告に該当するおそれがある場合には、あらかじめ広告審査を実施し、その他広告の取扱いにおいて必要な管理を施さなければならない。</p> <p>2 第一種会員（電子決済手段）は、役職員による SNS への発言及び口コミサイトへの情報掲載に関し、当該会員の許可なく広告に該当する恐れのある発言又は情報掲載を行わぬように役職員を教育しなければならない。</p> <p>3 第一種会員（電子決済手段）及びその役職員は、広告を目的に第三者に SNS への発言及び口コミ情報の掲載を依頼し、行わせてはならない。</p> <p>4 第一種会員（電子決済手段）及びその役職員は、SNS への発言及び口コミ情報の掲載を利用し、自ら又は第三者を通じて他の会員及びその役職員を誹謗中傷してはならない。</p>	<p>第 18 条第 1 項関係</p> <p>本規則における「口コミサイト」とは、企業又は商品若しくはサービス等に関する評判又は噂等の、いわゆる口コミ情報を掲載するインターネット上のウェブサイトを指します。口コミ情報の交換を目的とするウェブサイトだけではなく、特定の業者が自らの商品又はサービスに関する口コミ情報を掲載するウェブサイト又は個人が行うブログ等の情報提供サイトも含まれます。</p> <p>第 18 条第 3 項関係</p> <p>第三者に口コミを依頼する行為には、会員や役職員が発信した情報の拡散を依頼することも含まれます。ただし、その内容が本規則に規定する広告に該当しない場合には、この規定によって禁止されるものではありません。社内手続きに従って、会員又は会員の役職員が適切に情報発信すること及び自然に情報が拡散することは問題ありませんが、利用者を特定電子決済手段等取引契約の締結に誘引する目的をもって発信する情報の拡散を第三者に依頼する場合には、この規定に抵触します。</p>
<p>(広告における表示事項)</p> <p>第 19 条 第一種会員（電子決済手段）は、特定電子決済手段等関連業務に関し、広告を行う場合には、次の各号に掲げる事項を表示しなければならない。</p> <p>(1) 会員の商号</p> <p>(2) 会員が電子決済手段等取引業者である旨及びその登録番号</p> <p>(3) 特定電子決済手段等取引契約に関して利用者が支払うべき手数料、報酬その他の対価（電子決済手段の価格又は電子決済手段信用取引について利用者が預託すべき保証金の額を除く。）の種類ごとの金額若しくはその上限額又はこれらの計算方法の概要及び当該金額の合計額若しくはその上限額又はこれらの計算方法の概要（ただし、これらの表示ができない場合にあっては、その旨及びその理由）</p> <p>(4) 利用者が行う特定電子決済手段等取引契約の締結について通貨の価格その他の指標に係る変動を直接の原因として損失が生ずることとなるおそれがある場合にあっては、次に掲げる事項</p> <p>イ 当該指標</p> <p>ロ 当該指標に係る変動により損失が生ずるおそれがある旨及びその理由</p> <p>(5) 特定電子決済手段等取引契約に関する重要な事項について利用者の不利益となる事実</p> <p>(6) 協会に加入している旨及び協会の名称</p>	<p>第 19 条関係</p> <p>本条各項は、準用金商法第 37 条第 1 項に基づき、広告（基幹放送事業者の放送設備により放送をさせる方法その他府令 64 条第 1 項各号に規定する方法により行う広告を除く。）において表示すべき事項として、準用金商法第 37 条第 1 項、資金決済法施行令第 19 条の 10 第 1 項、並びに府令第 62 条及び第 63 条に規定された事項並びに加入している協会についての事項を列挙しています。</p> <p>第 19 条第 3 号関係</p> <p>利用者が支払うべき対価には、例えばスプレッドをもって価格を提示し取引する場合のように、取引価格の中に手数料に相当する額が含まれる場合における当該スプレッド部分も含まれます。</p> <p>第 19 条第 6 号関係</p> <p>例えば「所属する認定資金決済事業者協会：一般社団法人日本暗号資産取引業協会」と表示します。</p>

<p>(放送等による広告における表示事項)</p> <p>第 20 条 第一種会員（電子決済手段）は、資金決済法施行令第 19 条の 10 第 2 項に規定する基幹放送事業者の放送設備により放送をさせる方法その他府令 64 条第 1 項各号に規定する方法による広告を行う場合には、前条に規定する事項に代わり、次の各号に掲げる事項を表示することができる。</p> <p>(1) 会員の商号</p> <p>(2) 会員が電子決済手段等取引業者である旨及びその登録番号</p> <p>(3) 利用者が行う特定電子決済手段等取引契約の締結について通貨の価格その他の指標に係る変動を直接の原因として損失が生ずることとなるおそれがある場合にあっては、当該おそれがある旨</p> <p>(4) 契約締結前書面の内容を十分に読むべき旨</p>	<p>第 20 条関係</p> <p>本条各項は、準用金商法第 37 条第 1 項及び施行令第 16 条第 2 項に基づき、基幹放送事業者の放送設備により放送をさせる方法その他府令 64 条第 1 項各号に規定する方法により広告を行う場合において表示すべき事項として、資金決済法施行令第 19 条の 10 第 2 項及び府令第 64 条第 2 項に規定された事項を列挙しています。</p> <p>「基幹放送事業者の放送設備により放送をさせる方法その他府令 64 条第 1 項各号に規定する方法」による広告には、テレビ CM やインターネットを通じて提供する動画広告及び立て看板などの屋外広告が含まれます。テレビには、地上波に限らず、衛星放送やケーブルテレビ、配信エリアが限定された地域テレビ放送なども含まれます。</p>
<p>(必要事項の表示方法)</p> <p>第 21 条 第一種会員（電子決済手段）は、第 19 条又は前条の規定により広告に表示する事項については、利用者が十分かつ容易に視認できるようにしなければならない。</p> <p>2 第一種会員（電子決済手段）は、第 19 条の規定により広告に表示する事項については、同条第 4 号に掲げる事項の文字又は数字をこれらの事項以外の事項の文字又は数字のうち最も大きなものと著しく異なる大きさで表示しなければならない。</p> <p>3 第一種会員（電子決済手段）は、前条の規定により広告に表示する事項については、同条第 3 号に掲げる事項の文字又は数字をこれらの事項以外の事項の文字又は数字のうち最も大きなものと著しく異なる大きさで表示しなければならない。</p> <p>4 第一種会員（電子決済手段）は、動画広告を行う場合には、視聴者が十分に視認することができる表示時間を用いて行わなければならない。</p> <p>5 第一種会員（電子決済手段）は、インターネットを通じて行う広告に表示する事項については、広告に該当する箇所から認識しやすい位置に表示しなければならない。ただし、他のページに遷移するリンクを広告に該当する表示付近に設ける場合には、当該リンクにより遷移する最初のページに表示することを妨げない。</p>	<p>第 21 条第 1 項関係</p> <p>広告により表示する事項を「利用者が十分かつ容易に視認できるような表示にする」ためには以下の点に留意する必要があります。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当該広告に表示される他の事項に係る文字と比較して、使用する文字の大きさ、形状及び色彩において、不当に目立ちにくい表示を行っていないか。 ・取引の長所に係る表示のみを強調し、短所に係る表示が目立ちにくい表示を行っていないか。 ・当該広告等を画面上に表示して行う場合に、表示すべき事項の全てを判読するために必要な表示時間が確保されているか。 <p>第 21 条第 2 項関係</p> <p>本項は、府令第 61 条第 2 項に対応する規定です。</p> <p>第 21 条第 3 項関係</p> <p>本項は、府令第 61 条第 3 項に対応する規定です。</p> <p>第 21 条第 4 項関係</p> <p>「視聴者が十分に視認することができる表示時間」の標準的な目安として、第 20 条第 1 項第 3 号及び第 4 号の事項については、2.8 秒以上とします。</p> <p>第 21 条第 5 項関係</p> <p>バナー広告等については、一度目の遷移画面において会員との特定電子決済手段等取引契約の締結に際して誤解を生じさせないために必要な事項を表示し、その後遷移する自社のホームページ画面に本規則第 19 条各号の必要事項を表示することとなります。なお、本規則第 21 条第 5 項但書に基づいて、このホームページ画面からもう一度遷移した画面上に必要事項を表示するページを設けて行うことは可能です。ただし、バナーから遷移したどり着く自社のホームページ画面から必要事項を表示するページへの遷移は 1 度限りとします。広告に該当する箇所から認識しやすい位置とは、本来広告したい事項が表示された箇所からあまり離れておらず、閲覧者が同一画面上で発見することができるか、又は少し画面をスクロールすれば容易にみることができる位置を指します。ただし、必要事項の分量やコンテンツ構成上、あまり近い位置に必要事項を記載することができない場合には、本規則第 21 条第 5 項但書に基づいて、広告表示の付近に必要事項の確認を促す記述を行い、その記</p>

	<p>述から他のページに遷移させて、遷移後のページに必要事項を表示することは可能です（長くスクロールするよりは利用者が見やすく、認識も進むものと考えられることから、そのような措置を設けています。）。</p>
<p>（音声のみによって行われる広告）</p> <p>第 22 条 第一種会員（電子決済手段）は、ラジオなど音声を通じてのみ行われる広告を利用する場合には、表示される事項を聴取者が十分に聞き取れる速度と音量をもって、音声にて伝えなければならない。</p>	
<p>（不実表示の禁止等）</p> <p>第 23 条 第一種会員（電子決済手段）は、特定電子決済手段等関連業務に関し広告を行う場合には、次の各号に掲げる事項について、著しく事実と相違する表示をし、又は著しく人を誤認させるような表示をしてはならない。</p> <p>(1) 特定電子決済手段等取引契約の締結を行うことによる利益の見込み</p> <p>(2) 特定電子決済手段等取引契約の解除に関する事項</p> <p>(3) 特定電子決済手段等取引契約に係る損失の全部若しくは一部の負担又は利益の保証に関する事項</p> <p>(4) 特定電子決済手段等取引契約に係る損害賠償額の予定（違約金を含む。）に関する事項</p> <p>(5) 特定電子決済手段等取引契約に関して利用者が支払うべき手数料等の額又はその計算方法、支払の方法及び時期並びに支払先に関する事項</p> <p>(6) 会員の資力又は信用に関する事項</p> <p>(7) 会員の電子決済手段等取引業の実績に関する事項</p>	<p>第 23 条関係</p> <p>準用金商法第 37 条第 2 項及び府令第 65 条に対応する規定です。</p>
<p>（協会による指導等）</p> <p>第 24 条 第一種会員（電子決済手段）は、当該会員が行う広告に対し、協会から確認を求められた場合には、速やかに応じなければならない。</p> <p>2 第一種会員（電子決済手段）は、協会により広告に対する指導を受けた場合には、速やかにこれに応じ、広告について修正その他の対応を計らなければならない。</p> <p>3 前項の結果、第一種会員（電子決済手段）に生じる損害については当該会員自身が負うものとし、協会にこれを求償することはできない。</p>	<p>第 24 条関係</p> <p>協会は、会員の行った広告について適宜モニタリングを実施し、法令又は自主規制規則に違反する疑義のある広告を検知した場合には本条に基づく確認を行います。なお、会員が実施予定の広告に関し、本規則を適用する上で不明点などがありましたら、事前の相談に応じることも可能です。</p>
<p>第 6 章 業務管理</p>	
<p>（利用者の管理及び説明についての業務管理の特則）</p> <p>第 25 条 第一種会員（電子決済手段）は、特定電子決済手段等関連業務については、「電子決済手段関連業務に係る利用者の管理及び説明に関する規則」に定めるところに加え、本規則の内容を遵守して、利用者との取引管理及び利用者への説明に関する業務を行うものとする。</p>	
<p>（広告に関する社内規則）</p> <p>第 26 条 第一種会員（電子決済手段）は、勧誘及び広告の実施に関する社内規則を定めなければならない。</p> <p>2 第一種会員（電子決済手段）は、広告方法及び内容を確認するための広告審査基準を定めなければならない。</p>	

<p>(広告の管理)</p> <p>第 27 条 第一種会員（電子決済手段）は、広告を適切に行うために必要な体制を整備しなければならない。</p> <p>2 第一種会員（電子決済手段）は、当該会員の役職員が、当該会員の許可なく広告を行わないように、その行動を管理しなければならない。</p> <p>3 第一種会員（電子決済手段）は、使用する広告を管理するための管理簿を設け、行った広告を容易に検索できるように管理しなければならない。</p> <p>4 第一種会員（電子決済手段）は、広告の提供を管理する者及び当該会員の業容や広告の媒体、内容、規模等に応じた決裁基準を定めなければならない。</p> <p>5 第一種会員（電子決済手段）は、使用した広告を、当該会員が定める期間、保存しなければならない。ただし、物理的に保存することができない場合には、使用する広告に代えてその内容が具体的に判別することができるように記録し、保管しなければならない。</p> <p>6 第一種会員（電子決済手段）は、広告の提供を行った日時、場所、配布を行った場合には当該配布を行った者及び第 3 項の管理簿に記載した事項、次条第 3 項の審査結果その他の情報を記録し、前項の保存する広告物又は資料とともに保管しなければならない。</p>	<p>第 27 条第 3 項関係</p> <p>実際に行った広告については、例えば表示に誤りがあった場合には修正することや利用者とのトラブルにおいてその内容を検証するなどの機会が少なくありません。こうした事態に備え、また内部監査などの有効性を高めるために、広告については、容易に検索できるように管理簿を設けて管理することが必要と考えます。</p> <p>第 27 条第 4 項関係</p> <p>管理する者とは、単に担当者を指すものではなく、広告の実施を決裁し、行った広告が不適切だった場合には、その責任を負う者を指します。また、決裁基準に関しては、会員の業容や広告の媒体、内容、規模等に照らし、広告の実施が重要な業務執行に該当する場合には取締役会決議を経る必要があることを明記するなど、広告管理における経営陣の責任を明確化する必要があります。</p> <p>第 27 条第 5 項関係</p> <p>「会員が定める期間」とは、例えば誤表示により生じる訴訟等の時効などを勘案し、会員が自ら設定する期間であり、少なくとも 5 年以上の期間とする必要があると考えます。「物理的に保存することができない」とは、例えば立て看板などが該当します。このような場合、広告の原稿などの書類のコピーなどを保管することで足りるものと考えます。</p> <p>第 27 条第 6 項関係</p> <p>第 3 項の管理簿は実施した広告のインデックスであり、第 6 項の記録は、管理簿のインデックスによって容易に検索することができる、広告の都度、1 つの資料群として作成・保管されるものとなります。なお、保管期間については 5 年以上とすることとします。</p>
<p>(広告の審査)</p> <p>第 28 条 第一種会員（電子決済手段）は、広告に係る業務を担当する部署及び前条第 4 項に定める管理者から独立した者を広告審査担当者として定めなければならない。</p> <p>2 前項の担当者は、第一種会員（電子決済手段）が定める広告審査基準及び前条第 4 項に定める決裁基準に従い、第一種会員（電子決済手段）が行う広告の方法及び内容が適切であることをあらかじめ確認し、その結果を保管しなければならない。</p> <p>3 第一種会員（電子決済手段）は、前条第 6 項の記録に関し、前項の審査結果を記載しなければならない。</p> <p>4 第一種会員（電子決済手段）は、広告の提供期間中又は終了後、実際の広告の提供が社内規則及び決裁指示に従い、適切に行われたか確認しなければならない。</p>	<p>第 28 条第 1 項関係</p> <p>広告は営業行為の一部であり、その業務及び管理者は、営業部門に属するものと考えられます。広告審査は、利用者保護の見地から、例えば内部管理部門が担当するなど、営業部門から独立した部署がこれを行う必要があります。</p> <p>【参考】</p> <p>広告規制において想定する組織は、</p> <p>①広告を企画・実施する部署、</p> <p>②行った広告を管理する部署、</p> <p>③広告を審査する部署</p> <p>の 3 部署です。このうち、①と②の部署は統合することは可能です。③の広告審査部署は、営業及び広告の指示命令系統とは別の系統に属する部署であることが必要です。このため、①②の部署と③の部署を統合することはできません。</p> <p>第 28 条第 2 項関係</p> <p>利用者保護にかなう円滑な業務運営のためには、広告の実施による業務負荷の増加を予測し、これに耐えうる態勢をあらかじめ整備する必要があります。したがって、本項の広告審査基準には、広告の効果によって増加すると見込まれる利用者数及び利用者属性等に照らし、現状の態勢における業務許容量（広告業務に限らず口座開設業務、受注管理業務、利用者財産管理業務等一切の業務を含みます。）が適切かどうかという観点を含める必要があります。また、広告効果による利用者の増加が事前予測を上回った場合、各種</p>

	<p>業務を円滑に行うことが困難となることあり得ます。このため、広告の実施期間中は、特に各種業務の負荷を確認し、円滑な業務実施が困難となるおそれが生じた場合には、広告自体の中止又は規模の縮小を含めて、円滑な業務実施を継続するために必要な処置を講じる必要があります。これら広告効果の事前予測及び対策、事後的にとった処置の内容については、広告審査資料として保管する必要があります。</p> <p>第 28 条第 4 項関係</p> <p>審査を適切に終えた広告商材であっても、実行段階では内容が変更され、あるいは、不適切な実施方法によって行われる可能性がありますので、事後に検証することが必要です。なお、事後検証により不適切な状況が検知された場合には、速やかに是正し、広告表示については正誤情報を発信するなどの措置を図らなければなりません。事後検証は、通常は、広告審査を担当する部署（部署を設けていない場合にあっては広告審査責任者）において行われるものと考えられますが、内部監査部門により広告審査業務の適正性の確認とともにこれを行うことも想定されます。</p>
<p>(適用除外)</p> <p>第 29 条 第 2 条乃至第 7 条、第 8 条第 2 項、第 9 条、第 14 条、第 5 章、第 26 条、第 27 条及び第 28 条の規定は、利用者が特定投資家（金融商品取引法第 2 第 31 項に規定する特定投資家をいう。以下この条において同じ。）である場合には、適用しない。</p> <p>2 第一種会員（電子決済手段）は、前項に定める場合、準用金商法 37 条の 4 の規定の適用について、利用者の締結した特定電子決済手段等取引契約に関する照会に対して速やかに回答できる体制を整備しなければならない。</p>	<p>第 29 条第 1 項関係</p> <p>準用金商法第 45 条第 1 号及び第 2 号により、利用者が特定投資家である場合には、①広告等の規制（準用金商法第 37 条）、②適合性の原則（準用金商法第 40 条）、③契約締結前の書面交付義務（準用金商法第 37 条の 3）、④契約締結時等の書面の交付義務（準用金商法 37 条の 4）などが適用されなくなりますので、本規則においても、関連する規定を適用しないこととしています。</p> <p>もともと、上記の特定投資家の規律を活用する場合には、会員は契約締結時等の書面交付義務に関して、利用者の締結した特定電子決済手段等取引契約に関する照会に対して速やかに回答できる体制を整備しなければなりません。</p>
<p>附則（2024 年 5 月 10 日決議）</p> <p>この規則は、2024 年 10 月 25 日から施行する。</p>	<p>附則（2024 年 5 月 10 日決議）</p> <p>このガイドラインは、2024 年 10 月 25 日から施行する。</p>