

# コロンビアにおける電子商取引ガイドブック

(2020年2月)

日本貿易振興機構(ジェトロ)

ボゴタ事務所

ビジネス展開支援部・ビジネス展開支援課

#### 報告書の利用についての注意・免責事項

本報告書は、日本貿易振興機構（ジェトロ）ボゴタ事務所が現地法律事務所 LLOREDA CAMACHO & CO に作成委託し、2020年2月に入手した情報に基づくものであり、その後の法律改正などによって変わる場合があります。掲載した情報・コメントは作成委託先の判断によるものですが、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。また、本報告書はあくまでも参考情報の提供を目的としており、法的助言を構成するものではなく、法的助言として依拠すべきものではありません。本報告書にてご提供する情報に基づいて行為をされる場合には、必ず個別の事案に沿った具体的な法的助言を別途お求め下さい。

ジェトロおよび LLOREDA CAMACHO & CO は、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロおよび LLOREDA CAMACHO & CO が係る損害の可能性を知らされていても同様とします。

本報告書に係る問い合わせ先：

日本貿易振興機構（ジェトロ）  
ビジネス展開・人材支援部・ビジネス展開支援課  
E-mail：BDA@jetro.go.jp

ジェトロ・ボゴタ事務所  
E-mail：CBO@jetro.go.jp

**JETRO**

## 目次

1. イントロダクション .....	1
2. 規制枠組み .....	1
3. 利用規約 .....	5
4. 個人データ保護とプライバシーに関するポリシー .....	6
5. 関連する租税 .....	7
(i) 付加価値税 (VAT、スペイン語で IVA) .....	7
(ii) 所得税 .....	9
(iii) 商工税 (ICA) .....	9
6. アルコール飲料、食品、医薬品、化粧品の広告、包装、表示、輸入、販売の制限 .....	10
(i) アルコール飲料の広告、包装、表示、輸入、販売の制限 .....	10
(ii) 食品の広告、包装、表示、輸入、販売の制限 : .....	11
(iii) 医薬品の広告、包装、表示、輸入、販売の制限 : .....	12
(iv) 化粧品の広告、包装、表示、輸入、販売の制限 : .....	12
7. コロンビアにおける電子商取引にかかわる結論と重要な項目 .....	13
(i) 消費者保護に関する地域の規則の違反による紛争、申請、苦情やクレーム : .....	13
(ii) 個人データ保護に関する地域の規則の違反による紛争、申請、苦情やクレーム : .....	14

# コロンビアにおける電子商取引ガイドブック

## 1. イントロダクション

このガイドブックは、コロンビアの現地の法律および従来の慣行に従った電子商取引に関連する情報、また法的な視点からの電子商取引活動の実施の仕方について情報を提供することを目的としている。

## 2. 規制枠組み

**準拠法：**コロンビアにおける電子商取引は、全般的には 1999 年法律 527 号により定められている。加えて、この種の取引には、消費者に関する規則、特に消費者基本法（2011 年法律 1480 号）、また、個人情報保護に関する規則（2012 年法律 1581 号）も適用される。

**統制機関：**商工監督局（SIC） / 民事裁判官

### (i) 電子商取引の基礎であるデータメッセージの法的有効性：

コロンビアでは、（電子媒体によって生成された）データメッセージは、書面による文書、文書原本、手書きの署名に相当する<sup>1</sup>。上記は、コロンビアにおける電子商取引の基礎となる電子媒体を通じて生じる関係の法的有効性を意味するため、重要である。

### (ii) コロンビアにおける電子商取引の定義：

コロンビアでは、電子商取引は、「製品やサービスの販売のためにサプライヤーと消費者の間でテレマティックにやり取りされるデータメッセージの交換を通じて同意される商業行為、ビジネス、またはオペレーションの実施」と定義されている<sup>2</sup>。一般に、一つ以上のデータメッセージまたはその他の同様の手段の使用によって構成された活動は、電子商取引に含まれると理解される。

---

<sup>1</sup> 1999 年法律 527 号

<sup>2</sup> 消費者基本法 49 条

### (iii) 電子商取引への消費者基本法の適用：

消費者基本法（2012年法律1480号）は、生産者、サプライヤーと消費者<sup>3</sup>の間に発生する権利と義務、製品の品質<sup>4</sup>、適正<sup>5</sup>、および安全性<sup>6</sup>に関する実質的な面と訴訟に関する面で生じる生産者とサプライヤーの責任、欠陥のある製品や誤解を招く広告についての生産者とサプライヤーの責任や保証等について定めている。本基本法に含まれる規則は、すべての経済セクターに適用されるが、特別な規則が定められている場合は除く。その場合は、特別規則が適用され、本基本法は補足的に適用されることになる<sup>7</sup>。電子商取引の場合、標準的な消費関係について消費者基本法に定められているすべての規則と、同法の中で特に遠隔販売と電子商取引について明確に定めた規則が適用される。

### (iv) 遠隔販売としての電子商取引と発生する義務：

遠隔販売とは、電子メール、電話、カタログ、または電子商取引を含むその他の遠隔通信技術の使用を通じて<sup>8</sup>、消費者が購入する製品に直接接触することなく行われるすべての販売と定義されている。

従って、電子商取引を通じて販売を行う生産者またはサプライヤーは、次のことを考慮する必要がある。

1. 消費者が指定した住所で商品またはサービスの納品が効果的に行われ、消費者が完全かつ明確に特定されていることを確認すること。
2. 消費者が元の取引と同条件、同手段でクレームや返品を行えるようにすること。

上記に加えて、電子的手段を使用して製品を提供する国内のサプライヤーおよび小売業者は、名前または商号を明記して身元を明らかにし、司法通知先の住所やその他の連絡先情報を提供し、消費者基本法第50条に定められているその他の義務を順守しなければならない。電子商取引メカニズムを通じて販売される商品の広告を実施する際に、商品の画像またはグラフィックスが含まれている場合、そのような画像がどの縮尺で作成されているかを示す必要があることを特筆する。

---

<sup>3</sup> 消費者とは、その経済活動に本質的に関係していない場合に、自らの、私的な、家族や家庭、あるいは会社のニーズを満たすために、その性質を問わず、ある特定の製品を最終利用者として、購入、享受、あるいは利用する、あらゆる自然人や法人を意味する。

<sup>4</sup> ある製品について提供された情報に従った特性や固有の性質を満たす条件。

<sup>5</sup> 製品が生産され、販売される目的のニーズを満たすために製品が適切であること。

<sup>6</sup> 使用期間や提供された情報を鑑みた上で、通常の使用状況での、使用、設置、保守により消費者の健康または身体に不当なリスクを生じない製品の条件。

<sup>7</sup> 消費者基本法第1条

<sup>8</sup> 2019年政令1499号第6条

同様に、この種の販売では、サプライヤーまたは生産者は、条件について消費者からの明確な同意や承諾の証を保存する義務がある。これは、いかなる場合にも、回答がないことが条件の受託とは判断されないからである。また、消費者が、販売が締結され実施された条件の写しを要求する場合には、生産者またはサプライヤーはこれを提出しなければならない。

電子商取引など、従来とは異なる方法または遠隔の方法を使用する販売についての追加条件を定めた特別な規制が存在する可能性があり、その場合、特別な規則が優先され、消費者基本法の規定は補完的に適用される。

#### **(v) 電子商取引を通じて行われる販売における情報提供義務：**

電子商取引を通じて販売を行う生産者またはサプライヤーは、準拠法に列挙されており、製品、販売条件、サプライヤー<sup>9</sup>等に関する情報を消費者に対し提供しなければならない。この他に、あらゆる消費関係について消費者基本法に定められた情報に関するその他の義務もある。

#### **(vi) 電子消費者の特別権利：**

電子商取引活動が行われる場合、消費者は、撤回権と払い戻し権という、二つの特別な権利を有する。

- a. 撤回権：これは、消費者が製品を受け取ったのと同じ条件と同じ手段で製品を返品することで、契約の解除と支払ったお金の返金を要求する権利である。商品の返品に伴う輸送費やその他の費用は、消費者が負担する。この権利は、商品の納品から 5 営業日以内にのみ行使することができる。この場合、サプライヤーは、何らかの名目での割引や徴収なしに、支払われた金額を消費者に返金する必要がある。

---

<sup>9</sup> 一般的に、提供しなければならない情報は以下のとおりである。

- ・ サプライヤーまたは生産者の身元情報と連絡先情報
- ・ 製品の本質的な特徴
- ・ 価格
- ・ 納品費用および輸送費用（該当する場合）
- ・ 利用できる支払い方法
- ・ 商品やサービス提供の納品形態
- ・ 製品の可用性
- ・ 納品日またはサービス提供開始日（該当する場合）
- ・ 消費者基本法第 47 条に定められた撤回権の存在について
- ・ 同法第 51 条に定められた場合の支払い取消権の存在について
- ・ オファーと価格の有効期間
- ・ 自動更新や最低継続期間に関する条項や条件について。後者は、消費者基本法第 41 条の条件に該当する場合

いずれにせよ、消費者への返金は、消費者が権利を行使した日から暦日 30 日以内に行わなければならない<sup>10</sup>。

b. 払い戻し権：詐欺の被害者になった場合、その取引が注文されていない場合、購入した製品が受領されていない場合、納品された製品が注文した製品と一致しない場合、あるいは、商品の特徴や特性が提供された情報に記載された特徴や特性を満たしていない場合、あるいは納品された製品に欠陥がある場合に、消費者が、クレジットカードやデビットカード、あるいはその他の電子支払い手段を通じて行った支払いの返金を要求することができる権利である。この権利は、インターネット、PSE、コールセンター、その他の遠隔販売のメカニズムや仮想店舗などの電子商取引メカニズムを通じて行われた販売にのみ適用される。ただし、これは、生産者または小売業者、および電子支払手段の発行機関がコロンビア国内に拠点を有する場合に限る<sup>11</sup>。

この権利を行使するには、消費者は書面、口頭、またはサプライヤーが定めている手段を通じて苦情をサプライヤーに提出し、該当する場合には、例えば、不正な取引に気づいた、あるいは欠陥がある商品を受け取ったなど、払い戻しを要求する理由に気づいた日から営業日 5 日以内にサプライヤーに返品できるようにしなければならない。生産者またはサプライヤーが消費者に同意しない場合、権限のある当局がこの件について決定するまで、この払い戻しは暫定的なものとなる。不誠実に払い戻し権を行使した場合、商工監督局は、最高で法定最低賃金 50 カ月分の罰金を消費者に課す可能性があることに言及しておく。

上記に加えて、クレジットカード、デビットカード、またはその他の電子支払手段からの定期的な支払いを承認した消費者は、いつでも、正当化の必要なく、引き落としが行われた後、最大 1 カ月以内に、手段の発行者に対して、サービスまたは定期的な履行義務に対応する支払いの払い戻しを要求することができる。

#### **(vii) 電子商取引における子供や青少年の保護：**

電子商取引ツールを使用する場合、サプライヤーは消費者の年齢を確認するために可能な手段を講じる必要がある。製品が未成年者によって購入される場合、サプライヤーは、取引を実行するために、両親からの明確な許可の証を残さなければならない<sup>12</sup>。契約条件を定める際にも、本書で後述するプライバシーやデータ保護について考慮する際にも、この点を配慮することが重要である。

---

<sup>10</sup> 消費者基本法第 47 条

<sup>11</sup> 消費者基本法第 51 条

<sup>12</sup> 消費者基本法第 51 条

### (viii) マーケットプレイスあるいは電子商取引におけるコンタクトポータル：

自然人または法人が、その販売のために製品を提供し、消費者が同じメカニズムを介してそれらに連絡できる電子プラットフォームが使用される場合、そのマーケットプレイスまたはコンタクトポータルの責任者は、すべての提供者に身元を明らかにする情報を要求しなければならない。そのため、少なくとも名前または社号、身分証明書番号、通知先の住所や電話番号の記録を有する必要がある。この情報は、製品を購入した人が、苦情やクレームを提出するため照会できる必要があり、要求があれば管轄当局に提供されなければならない<sup>13</sup>。

## 3. 利用規約

消費者基本法に従うと、電子商取引活動が実施される場合、商品やサービスの契約に関する全般的な条件を消費者に提供する必要がある。その意味で、この情報は、商品やサービスの提供がまだ契約されていないときも含め、いかなる時点でも、消費者が照会、印刷、ダウンロードできるよう提供されていないなければならない。

契約条件の中には、電子商取引を行う頁の利用規約、取引の具体的な条件、適用可能な補償、本書の第 2 部で言及された内容を鑑みた消費者を助ける権利が含まれていなければならない。電子商取引の取引が実施されたら、少なくとも次の情報を消費者に伝えることが重要である：

- 購入されるすべての商品やサービスに関する注文概要
- 個別価格と合計価格
- 適用される追加の費用や支出

いかなる時点でも、使用条件には、消費者の意志を前提とする条項、または彼らの沈黙が同意として考慮されることを定めた条項が含まれてはならない。

利用規約には、商品の品質や特性に関する規定、電子商取引活動の実施方法についての具体的な規則、消費者が考慮すべき除外事項があるかどうかが含まれている必要がある。またプロモーションが行われる場合、プロモーション活動についての具体的な規約が明確に定められていなければならない。

利用規約には、知的財産、データ保護、Cookie、ユーザーがページを通じて共有する事項の使用に関連する規定を組み込むことができる。これらについては、電子商取引のページまたはアプリにおける活動の提示方法に応じて、一つずつ分析する必要がある。

---

<sup>13</sup> 消費者基本法第 53 条



#### 4. 個人データ保護とプライバシーに関するポリシー

準拠法：2012年法律1581号および施行政令<sup>14</sup>

統制機関：商工監督局

プライバシーと個人データの保護に関して適用される規則では、特に電子商取引活動に言及されていないことを特筆する必要がある。しかし、個人データに関する規制は、何らかの手段で行われる、あらゆる種類の個人情報の取り扱い（収集、保存、使用、流通、削除）に適用されることは明らかである。

そのため、電子商取引の活動内で個人情報の収集が実行される場合<sup>15</sup>、それが情報の受動的な収集（例：Cookieによる）であっても、個人データ保護に関する規制に従う必要がある。この点に関し、規制はコロンビア国内で行われる取り扱いに適用されることに注意することが重要である（例えば、情報はコロンビアでのみ収集されるが、国外で処理される場合も含む）。一般に、満たさなければならない主な要件は次のとおりである。

(i) 情報の名義人から事前に明確な許可を得ること、(ii) プライバシーポリシーを有していること、(iii) 情報保有者に権利の行使を認めること、(iv) 適切なセキュリティおよび機密保持の手段を備えていること。

プライバシーポリシーに関しては、ポリシーでは、取り扱いの責任者（つまり、データベースの所有者）を特定する必要がある。また、データ取り扱いの目的、所有者の権利、権利を行使する手順を明らかにする必要がある。同様に、ポリシーの発効日と取り扱い責任者の連絡先情報を定めなければならない。規則にはポリシーを Web ページで参照可能にすることを定めてはいないが、会社として特に制限を定めておらず、ウェブページに組み込むことができる場合に限り、実用的な目的で自然人がポリシーを必要とする場合、個人データが利用される自然人に対してポリシーが提供されなければならないと定めている。

個人データを取得する際には（例えば、誰かが Web ページに登録する場合）、データ取り扱いの許可を取得する必要があることに注意しなければならない。電子商取引活動の場合、認可の存在を証明する方法、または認可を与えた所有者がデータの所有者自身であることを証明する方法に関連した不都合が生じる可能性がある。ただし、この種の事項を保証する技術的な手段がある。この点については、会社が個人情報を取得および取り扱う方法が適切に明文化されている内部手順を有していることが重要である。つまり、新しいイニシアチブを生成するときにプライバシー影響評価（PIA）を実施し、新製品が生成されるときにプライバシーの視点から考えることが重要である。

<sup>14</sup> 2013年政令1377号、2014年政令886号、2018年政令090号、商工監督局統一通達第5部

<sup>15</sup> 準拠法に従うと、個人データとは、「特定のあるいは特定可能な一人または複数の自然人と関連する、あるいは関連付けられるあらゆる情報」のことである（2012年法律1581号第3条）。

もう一つのプライバシーとデータ保護に関する関連する義務は、全国データベース登録に関連している。個人データを管理し、35 億 6,070 万ペソ（約 111 万 2,719 米ドル）を超える総資産を持つすべての企業は、データベースを商工監督局に対し登録する必要がある。

## 5. 関連する租税

コロンビアの法律では、電子商取引環境で発生する可能性のある税が少なくとも二つある： (i) 付加価値税（VAT、スペイン語で IVA）と (ii) 所得税である。いずれにしても、コロンビアの法律の下で税金が発生するかどうかを判断するために、各オペレーションの特性を確認することが重要である。

### (i) 付加価値税（VAT、スペイン語で IVA）

#### a. 付加価値税は何に対してかかるか

付加価値税は、とりわけ a) 動産および不動産の有形資産の販売、b) 工業所有権と関連する無形資産に対する権利の販売または譲渡、c) 明示的に除外されているものを除く、国の領域内または海外からのサービスの提供（後略）にかかわり発生する<sup>16</sup>。

電子商取引環境で行われる取引が前述のケースのいずれかに該当する場合、その取引が免税または対象外でない限り（例えば、税法第 424 条に記載されている商品、および税法第 476 条に定められているサービス）、付加価値税が発生することになる。

#### b. 国税庁（DIAN）に対し、IVA の申告義務と納税義務があるのは誰か

国税庁（DIAN）に対し、付加価値税を申告し、納税する義務があるのは、主に以下の者である<sup>17</sup>（税法第 437 条）。

- ・ 生産や流通サイクルのいずれかの段階で、販売を行う商業者
- ・ 商業者でない個人で、商業者により行われる活動と同様な行為を通常実施する者
- ・ コロンビアにおいて、あるいは海外からサービスを提供する者

<sup>16</sup> 税法第 420 条。

<sup>17</sup> 具体的には、(i) エアロジンの販売者と取引者、(ii) 輸入業者、(iii) 付加価値税の一般制度に属する納税者が、簡易制度に属する者から課税サービスや商品を購入する場合、(iv) 一時的ユニオンやコンソーシアムが、課税対象の活動を直接実施する場合、(v) IVA 納税義務のある制度に属する者が、税法第 468-1 項に示されている商品およびサービスが、IVA 申告責任のある制度に登録されていない非商業の自然人により譲渡あるいは提供された場合、これらの商品またはサービスの購入に起因する税について申告・納税責任が生じる。

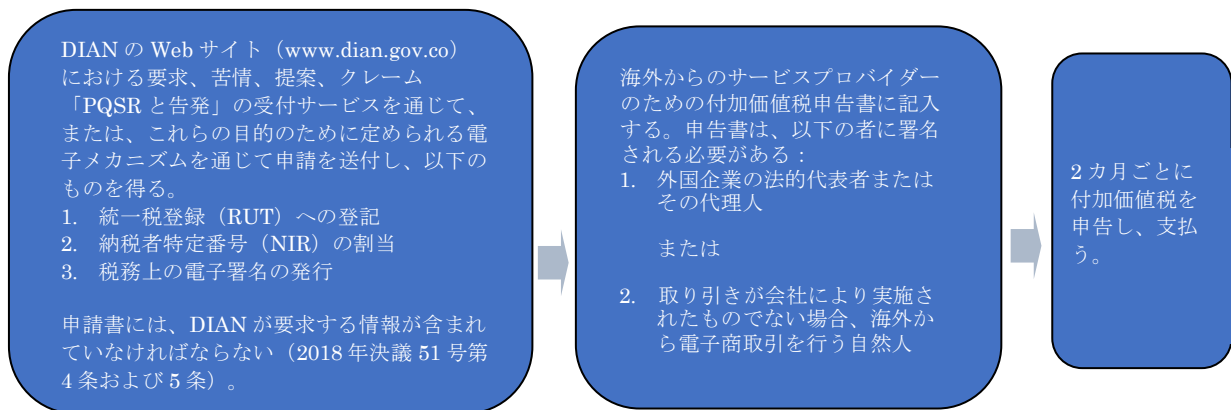
### c. 付加価値税の金額や率

販売業務および/またはサービス提供において、付加価値税額は、業務の合計額に 19 パーセント（19%）の一般税率を適用して決定される。

ただし、レートが低い税率の取引があることに注意することが重要である。例えば、税法第 468-1 条で言及されている商品の販売<sup>18</sup>や、税法第 468-3 条でのサービスの提供<sup>19</sup>などである。

### d. その他関連事項

- 電子商取引の際に、サービスが海外からコロンビアで提供される場合、サービスプロバイダーは統一税登録（RUT）（2016 年政令 1625 号第 1.6.1.2.1 条 3 項）に登録し、付加価値税の申告と支払いのために DIAN によって割り当てられる電子署名を取得する必要がある（2016 年政令 1625 号第 1.6.1.3.1 条）。
- コロンビアの法律では、コロンビアで海外からのサービスを提供する企業（例えば、電子商取引業務）が、付加価値税の申告と支払いの義務を果たすことができるように、簡素化された手順を定めている。この手順は、DIAN によって発行された 2018 年決議 51 号で定められており、一般的な手順は次のとおりである。



また、海外のデジタルサービスプロバイダーについて、ほかの同様の支払手段の中でもクレジットカードやデビットカードを介して支払いが行われる場合に関し、付加価値税の源泉徴収手続きが定められた。この徴収は、これらの支払手段の発行者が行わ

<sup>18</sup> 例えば、次の商品の付加価値税率は5%である：コーヒー、ライ麦、オート麦、農業・園芸・林業機械用のブレードやカッティングブレード、キャブレターとそのスペアパーツ、車両ガスケット用スペアパーツ、インキュベーター、ブリーダー、電動自転車・ハイブリッド自動車・プラグインハイブリッドカー、電気オートバイや電気自転車で使用するための電子発電機やモーター。

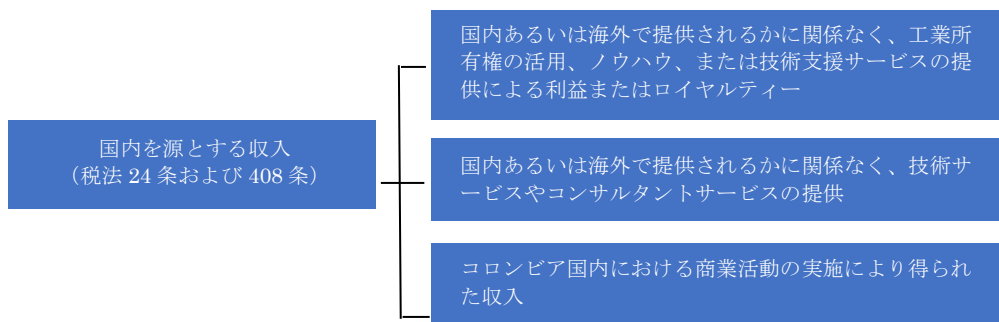
<sup>19</sup> 例えば、次のサービスの付加価値税率は5%である。農牧業保険、一般的な倉庫での農業製品の貯蔵、前払い式の補完医療プラン、警備サービス、監督サービス、カウンセリング、清掃サービス

なければならない。この手順については、この前の税制改革が違憲と宣言されたため、その後に発布された経済成長法の中に含まれているが、新たに施行規則が定められる必要がある。

## (ii) 所得税

### a. 所得税は何に対してかかるか

主に、外国企業は、国内を源とする収入について所得税を申告し、支払う必要がある<sup>20</sup>。



### b. 所得税の金額

原則として、税率は、納税者の収入についての控除適用プロセスを経て決定される課税対象所得に対して、2020年度は32%、2021年度31%、2022年度30%の課税となる。

ただし、所得申告義務のない、海外からサービスを提供するコロンビア非居住者は、第408条以下に定められた税率で、または、二重課税防止条約が定められている場合、その中で定められた税率で、所得税の源泉徴収メカニズムを通じてこの税を支払うことになる。

## (iii) 商工税 (ICA)

電子商取引サービスが海外から提供されている場合、商工税は発生しない。ただし、これらがコロンビアで提供される場合、そのサービスが提供された管轄区域で商工税が発生する。サービス活動に適用される税率は、各管轄区域の規則とサービスに応じて2%から10%である。

<sup>20</sup> 国内を源とするその他の収入には、以下がある。コロンビアにある不動産からの収入（賃貸や売却など）。コロンビアで開発される動産からの収入。仕事や活動がコロンビアで行われる際の、仕事からの収入（給与、手数料、謝金など）。コロンビア国家が支払う個人サービスについての補償。コロンビアに拠点を置く企業からの配当または株式参加。コロンビアで所有されているローンによって生み出された利子など。

商工税の課税ベースは、特定の管轄区で発生した総収入に該当する。この課税ベースに対し、前段落で述べた税率が適用される。

## 6. アルコール飲料、食品、医薬品、化粧品 of 広告、包装、表示、輸入、販売の制限

**統制機関：** 医薬品食品監督庁（INVIMA）

コロンビアの規則には、アルコール飲料<sup>21</sup>、食品、医薬品、化粧品またはその他の製品の電子商取引について特に定めたものはない。ただし、生産者とサプライヤーは、消費者基本法の規定に基づき、販売する製品の広告、包装、ラベル表示、輸入、販売に関する規則を順守する責任を共同で負うことに留意する必要がある。以下は、これらの活動に関するいくつかのコメントである。

### (i) アルコール飲料の広告、包装、表示、輸入、販売の制限

従来の方法または電子商取引によるものであろうと、その販売手段に関係なく、アルコール飲料に関するすべての広告や情報は、法律で定められた特定の要件に従う必要がある。いずれにしても、広告は生命、健康、人間の安全の保護を目的としているべきである。コロンビアでは、国内で製造あるいは輸入される一般向けのアルコール飲料には、INVIMAによって与えられる衛生登録が必要である。同様に、アルコール飲料および原材料の輸入には輸入ライセンスの取得、アルコール飲料の国内販売のための検査証明書の取得が必要になる。

アルコール飲料の広告に関する制限には、主に次のものがある：i) 薬効、栄養、または治癒特性に言及することはできない、ii) 妊娠中の女性を（対象に）含めてはならない、iii) その消費がビジネス、社会、学術、スポーツの成功を得るために不可欠であると示唆することは制限される。

そのため、アルコール飲料の表示には必ず次のものを必ず含めなければならない：i) 製品の名前とブランド、ii) 輸入製品の場合、製造業者と輸入業者の名前と住所、iii) 衛生登録番号、iv) 内容量、v) アルコール度数。輸入アルコール飲料の場合、上記情報を表示するために、補足ラベルを使用することができる。

一般に、アルコール飲料の広告と表示には、次の注意書きを含める必要がある：i) 「過剰なアルコール摂取は健康に有害です<sup>22</sup>」、および ii) 「未成年者へのお酒の販売は禁止されています」<sup>23</sup>。

<sup>21</sup> アルコール飲料とは、アルコール濃度が2.5度以上の、人間が消費するのに適した製品であり、治療にかかわる指示がないもの（2012年政令1686号第2条）。

<sup>22</sup> 1986年法律30号、2012年政令1686号第50条1項。表示については、上記注意書きは、飲料正面のラベル全体の少なくとも10分の1を占めなければならない。

## (ii) 食品の広告、包装、表示、輸入、販売の制限：

### a. 食品の広告にかかわる制限：

従来の方法であれ電子商取引であれ、その販売手段に関係なく、食品の広告は、その販売が許可された条件に従う必要がある。しかし、エナジードリンクの広告や宣伝が行われる場合や、食品と直接接触するシートやステッカーなどのインセンティブが使用される場合以外は、広告には INVIMA の事前の許可は必要ない。それらの場合については、INVIMA が特別の手順を定めている。

一方、販売される食品の種類や、INVIMA が販売許可を与えた食品の特性に応じて、次のような特定の表現を使用することができる。砂糖なし、低カロリー、低ナトリウム、50%繊維が少ない、グルテンフリー、低脂肪、食物繊維の優れた供給源など。上記はケースバイケースで分析しなければならない。

さらに、広告には次の義務がある。 i) 表現や省略によって消費者に誤解を招かないよう保証すること、 ii) 健康的な生活習慣の促進に反対しないこと、 iii) その性質、起源、組成または品質について誤った判断を生じさせるような、薬用、治療薬、栄養または特別な特性を表記しないこと。

最後に、6 カ月未満の子供が消費する食品の広告に関する特定のルールがある。例えば、生後 4 カ月間の母乳育児の重要性に言及することや、「母乳は子供にとって最高の食べ物」などの言い伝えを含めることなどについてである。

### b. 食品の包装、表示、輸入、販売にかかわる制限：

原則として、コロンビアでは、一般の人々に直接供給されるすべての食品は、INVIMA からその商業化のための許可を取得しなければならない。しかし、前述にかかわらず、次の場合には INVIMA の許可は必要ない。 i) いかなる加工工程も経ていない自然食品、 ii) いかなる加工プロセスも経ていない、冷蔵または冷凍の生の動物性食品、 iii) 食品製造や調理のために外食産業でのみ利用される、国内で生産された、または輸入された食品および原材料、 iv) サンアンドレス港とプロビデンスシアに輸入された、または生産された食品で県内でのみ販売、消費されるもの。

他方、食品容器またはパッケージのラベルや表示に関しては多くの要件があり、これらは国内で販売しようとする食品に応じて異なる。その意味で、消費者に十分、明確かつ理解可能な方法で情報提供するために、地域（市）の規則で食品ラベルに含まなければならない情報に関する要件を定めている。包装に含まれる必要がある情報については、製品の

<sup>23</sup> 1994 年法律 124 号、2012 年政令 1686 号第 50 条 2 項。コロンビアでは、18 歳未満の未成年者への酒類の販売は禁止されている。

性質に応じて規則が定められており、その中には、食品の名前、その真の性質、材料のリスト、製造者または包装者、あるいは再包装者の名称、有効期限などがある。また現在、これらの点について変更する規則案は手続き中である。

### (iii) 医薬品の広告、包装、表示、輸入、販売の制限：

#### a. 医薬品の広告にかかわる制限：

市販薬の広告は、INVIMA によって事前に許可を受けなければならない。広告が満たす必要のある要件には、次のものがある。i) 客観的で、真実であり、その特性を誇張しないこと、ii) 明確な言語を使用して薬の使用法を記載すること、iii) 提供された情報が誤解を招かないように保証すること、iv) 「これは医薬品です」、「その消費量を超えないでください」という表現、衛生登録番号、「使用説明と禁忌事項をお読みください」、「症状が続く場合は医師に相談してください」という表現を含めなければならない。

処方箋により販売される医薬品に関しては、これらの広告は原則として禁止されており、保健部門の専門家に向けた、技術的あるいは科学的な発行物にのみ広告することができる。その場合、そこには、医薬品の効果、使用説明、治療の用途、禁忌等が記載されていなければならない。

#### b. 医薬品の包装、表示、輸入、販売にかかわる制限：

アルコール飲料や食品と同様に、医薬品の販売には INVIMA が発行した衛生登録が必要であり、その要件は販売しようとする医薬品の種類によって異なる。INVIMA が衛生登録を与えるにあたり検証する情報の中には、製品に使用される容器やラベルがある。当局は、これらにより、1995 年政令 677 号に従う必要な情報がすべて含まれていることを確認する。

製品の衛生登録ができたなら、消費者にこれら医薬品の販売および調剤活動を実施しようとする事業者は、薬物調剤サービスを提供するために、該当する市の保健局の許可を得る必要がある。

### (iv) 化粧品広告、包装、表示、輸入、販売の制限：

#### a. 化粧品の広告にかかわる制限：

化粧品の広告は、以下で説明するとおり衛生通知の条件に従う特定の要件と現行の技術的規則や法的規制を遵守しなければならず、詐欺または誤解、あるいは消費者に混乱を引き

起こすような誇張した表現を使用してはならない。また、宗教的な名前、記号、または紋章を伴う名称を使用してはならない。

この広告は、法律で定められた要件を満たしている場合には、テレビやラジオなどのマスメディアで放送でき、INVIMA による事前の許可は必要ない。

b. 化粧品の包装、表示、輸入、販売にかかわる制限：

化粧品には、法律の規定に従って、INVIMA が発行する必須衛生通知（NSO）を記載しなければならない。製品容器または包装上に、消えない、読みやすい、目に見える文字で以下が表示されている必要がある。i) 製造者または化粧品の販売責任者の氏名、ii) 原産国名、iii) 名目量、iv) 製品の使用に関する特定の注意事項、v) ロット番号、vi) 発行国の表示がある必須衛生通知番号、vii) 規則によって要求される場合、成分リスト。

## 7. コロンビアにおける電子商取引にかかわる結論と重要な項目

上記を鑑み、電子商取引活動と関連する重要な結論を以下に記載する。

(i) 消費者保護に関する地域の規則の違反による紛争、申請、苦情やクレーム：

前述のように、消費者基本法には消費者の権利と義務、製品を販売、またはサービスを消費者に提供するディストリビューター、サプライヤーや製造者の義務と責任、消費者保護に関する原則と規則、また、上記の規範の違反に対して課される罰則が定められている。以下に、一般的に、電子商取引に影響する可能性のある紛争の原因として最も多いものをまとめて示す。

- a) コロンビアの市場で販売するサービスや商品の品質、適正、または安全性を保障しない製造者やサプライヤーの責任。これらに違反すると、消費者は、法的補償の不履行により被った損害を要求する権利をもつことになる<sup>24</sup>。
- b) コロンビアの市場において提供する製品やサービスについて消費者に、明確、真実、十分、タイムリー、確認可能、理解可能、正確で適切な情報を提供しないことについて、および虚偽の広告についての製造者とサプライヤーの責任。
- c) 本書第 2 部に記載された、消費者の撤回権および払い戻し権の行使。これらの権利についての条件が満たされる場合に限り、消費者はこれらの権利を行使できる。

<sup>24</sup> 「法的保証」とは、製品の良好な状態、適正・品質・安全性といった条件に製品が整合していることに責任を負う、製造者やサプライヤーの一時的な連帯義務のことである。



- d) 本書で記載したことに加え、電子商取引活動の実施方法は、いかなるセクターにも適用できることを記載しておく。ただし、各セクターで定められている特別規則は適用される（例えば、金融活動、マルチレベル活動）。

**(ii) 個人データ保護に関する地域の規則の違反による紛争、申請、苦情やクレーム：**

個人データ保護に関する点については、電子商取引のプラットフォームにおいて個人情報や契約情報が収集される可能性が非常に高いため、情報の所有者側から、何らかの要求、申請、クレームなどが発生する可能性がある。それゆえ、情報所有者からの要求に対応するための適切なメカニズムを持つことが重要である。

個人データ保護に関する規則の不履行による紛争、申請、苦情やクレームの原因の中でも最もよくあるものは、以下のとおりである。

- a) 個人情報所有者の許可なく、データの取り扱いを行う場合、または、個人データ所有者により許可されたものとは異なる目的に使用する場合。
- b) 個人データ取り扱い担当者あるいは責任者側の法的義務の不履行（例えば、個人データの使用目的について所有者に情報提供することや準拠法に定められた個人データ所有者の権利について情報提供することなど。2012年法律 1581 号第 17 および 18 条）。