

Aコース

通信販売を行う事業者向け 特定商取引法 講習会

平成29年2月6日

弁護士 松尾善紀

第1, 特定商取引に関する法律（特定商取引法）の目的

1 法律の定め

特定商取引法1条

「この法律は、特定商取引（訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に係る取引、連鎖販売取引、特定継続的役務提供に係る取引、業務提供誘引販売取引並びに訪問購入に係る取引をいう。以下同じ。）を公正にし、及び購入者等が受けることのある損害の防止を図ることにより、購入者等の利益を保護し、あわせて商品等の流通及び役務の提供を適正かつ円滑にし、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。」

「特定」商取引～以下の7種類の取引

- ①訪問販売による取引
- ②通信販売による取引
- ③電話勧誘販売による取引
- ④連鎖販売取引
- ⑤特定継続的役務提供による取引
- ⑥業務提供誘引販売取引
- ⑦訪問購入による取引

について、様々なルールを定め、

- 取引の公正
- 消費者の損害の防止
- 消費者利益の保護
- 商品等の流通・サービスの提供の適正・円滑
- ◆国民経済の健全な発展◆
を実現すること。

2 特定商取引法の定めるルールの種類と特徴

(1) 行政ルール

規制対象となる業者に対して、一定の行為の禁止や一定の行為を行うべき義務を課し、このルールを守らない業者に対しては、業務の改善や業務の停止などの行政処分を下すことができるようにするルール。

(行政ルールの例)

- 広告規制・・・誇大広告等の禁止など。
- 書面交付義務・・・契約内容等について契約書等に記載を義務づけ・当該書面を消費者に交付することを義務づけるなど。
- 行政ルールに違反をした場合には、刑事罰が科せられる場合あり。

(2) 民事ルール

業者と消費者との間の契約（取引）に関する権利・義務関係を定めるルールで、民法等の一般法よりも消費者被害の救済が容易に図れるように修正しているものが多い。

（民事ルールの例）

- クーリング・オフ（契約の解除）・契約の意思表示の取消権・返品ルール
- ・中途解約権，契約解除の場合の損害賠償の制限など。

※特定商取引法には，業者に対する開業規制（許可制・登録制・届出制など）はない（割賦販売法・貸金業法などとは異なる）。

第2，特定商取引法における通信販売のルール

（資料4-1：特定商取引法ガイド（通信販売）参照）

1，通信販売の定義

特定商取引法における「通信販売」とは～規制対象となる取引の確認

【通信販売のイメージ】

商品や権利（映画チケット・コンサートチケットなど）を販売する業者やサービス（役務）を有償で提供する業者が，新聞・カタログ・折り込みチラシ・投げ込みチラシ・ダイレクトメール・テレビ・ラジオ・ホームページ・電子メールなどで広告をし，その広告を見た消費者が，一定の通信手段で，広告されている商品・権利の購入・サービスの提供を有償で受ける契約の申し込みをすることにより行われる取引。

【法律上の定義】

→法2条2項で規定

「通信販売」とは，

- 販売業者又は役務提供事業者が，
- 郵便その他の主務省令で定める方法（以下「郵便等」という。）により，
- 売買契約又は役務提供契約の申込みを受けて行う商品若しくは指定権利の販売又は役務の提供であって，
- 電話勧誘販売に該当しないもの

【解説】

○販売業者（売買契約）＝原則として「全ての商品」及び「指定権利」が対象。

○「指定権利」とは（資料2：指定権利の具体例 参照）

①保養のための施設又はスポーツ施設を利用する権利

例：リゾート会員権・ゴルフ会員権・スポーツ会員権

②映画，演劇，音楽，スポーツ，写真又は絵画，彫刻その他の美術工芸品を鑑賞し，又は観覧する権利

例：映画チケット・演劇チケット・音楽会チケット・スポーツ観覧チケット・写真展チケット・美術展チケット

③語学の教授を受ける権利

例：英会話サロン利用権

- 役務提供事業者（役務提供契約）＝原則として全ての役務（サービス）が対象。
- インターネット・オークションを通じて販売を行っている場合であっても、営利の意思を持って反復継続して販売を行う場合には、法人・個人を問わず、事業者に該当するので、特定商取引法の規制の対象になる（資料3：インターネット・オークションにおける「販売業者」に係るガイドライン 参照）
- 郵便その他の主務省令（特定商取引法施行規則のこと）で定める「申込みを受ける方法」
具体的には・・・特定商取引法施行規則2条で規定
 - ①郵便（日本郵便によるもの）又は民間事業者による信書の送達に関する法律第2条第6項に規定する一般信書便事業者（現時点では存在しない）若しくは同条第9項に規定する特定信書便事業者（バイク便など運送業者などによるもの。489社の許可事業者がある）による同条第2項に規定する信書便
 - ②電話機、ファクシミリ装置その他の通信機器又は情報処理の用に供する機器を利用する方法
 - ③電報
 - ④預金又は貯金の口座に対する払込み
- 「電話勧誘販売に該当しないもの」→「第2，3」で解説。

2、適用除外となる取引

以下の場合には、特定商取引法の通信販売の規定の適用がなくなる（法26条1項）。

- 営業のため、または営業として契約するもの
- 海外にいる人に対する契約
- 国、地方公共団体が行う販売または役務の提供
- 特別法に基づく組合、公務員の職員団体、労働組合がそれぞれの組合員に対して行う販売または役務の提供
- 事業者がその従業員に対して行った販売または役務の提供の場合
- 株式会社以外が発行する新聞紙の販売
- 他の法令で消費者の利益を保護することができる等と認められるもの

3、通信販売と電話勧誘販売の区別

【電話勧誘販売のイメージ】

業者の方から消費者に電話をかけ、あるいは、一定の欺瞞的（ぎまんてき）な手法によって業者が消費者に電話をかけさせ、その電話において、業者が不意打ち的に消費者に対して勧誘を行い、その勧誘によって、消費者が勧誘を受けた契約の申込みや承諾を行う場合を想定。

電話勧誘は通信販売と異なり、業者による不意打ち的な勧誘行為が存在し、業者による不意打ち的な電話による勧誘に基づいて行われる取引なので、訪問販売と同趣旨の規制を行っている。

【通信販売のイメージ】

業者の広告を見た消費者の方から、自発的に、契約の締結のための申込みを一定の方法（電話やメールなど）によって行われる取引。

【両者の違い】

電話勧誘販売＝業者による不意打ち的な電話による勧誘がある。

通信販売＝業者による不意打ち的な電話による勧誘がない。

↓

しかし、両者の区別は、実際上はそう容易くはなく、また、両取引は事実面において重なり合っているため、結局のところ、実際の取引や契約の客観的状況を見て、通信販売として規制してよい取引なのか、不意打ち的な勧誘があるので、「電話勧誘販売」として規律すべき取引なのか、という実質的な観点から区別することになる。

(参考)

【電話勧誘販売の定義】

特商法2条3項

「販売業者又は役務提供事業者が、電話をかけ又は政令で定める方法により電話をかけさせ、その電話において行う売買契約又は役務提供契約の締結についての勧誘（以下「電話勧誘行為」という。）により、その相手方（以下「電話勧誘顧客」という。）から当該売買契約の申込みを郵便等により受け、若しくは電話勧誘顧客と当該売買契約を郵便等により締結して行う商品若しくは指定権利の販売又は電話勧誘顧客から当該役務提供契約の申込みを郵便等により受け、若しくは電話勧誘顧客と当該役務提供契約を郵便等により締結して行う役務の提供をいう。

※「政令で定める方法」（業者が消費者に電話をかけさせる欺瞞的手法）

特定商取引法施行令2条

- 1号 電話、郵便、信書便、電報、ファクシミリ装置を用いて送信する方法若しくは電磁的方法により、又はビラ若しくはパンフレットを配布して、当該売買契約又は役務提供契約の締結について勧誘をするためのものであることを告げずに電話をかけることを要請すること。
- 2号 電話、郵便、信書便、電報、ファクシミリ装置を用いて送信する方法又は電磁的方法により、他の者に比して著しく有利な条件で当該売買契約又は役務提供契約を締結することができる旨を告げ、電話をかけることを要請すること（当該要請の日前に当該販売又は役務の提供の事業に関して取引のあつた者に対して要請する場合を除く。）。

【電話勧誘販売の取引の形態～以下の2類型】

- 基本 業者が電話をかけて、その電話で勧誘があり、契約をする場合
- 例外 業者が一定の方法（契約の締結について勧誘をするためのものであることを告げずに電話をかけることを要請・他の者に比して著しく有利な条件で当該売買契約又は役務提供契約を締結することができる旨を告げ、電話をかけることを要請）で消費者に電話をかけさせ、その電話で勧誘があり、契約をする場合

3, 行政ルール

(1) 広告に関する規制 (11条~12条の4)

① 通信販売についての広告 (11条)

~広告をするときに必ず表示をしなければならない事項を定める。

(資料4-1: 特定商取引法ガイド (通信販売)、資料4-2: 特定商取引法ガイド (通信販売広告について)、資料4-3: 特定商取引法ガイド (通信販売広告Q&A) 参照)

【原則】

○販売業者又は役務提供事業者は、通信販売をする場合の商品若しくは指定権利の販売条件又は役務の提供条件について広告をするときは、

○主務省令で定めるところにより (※1)、

○当該広告に、当該商品若しくは当該権利又は当該役務に関する次の事項を表示しなければならない。

1号 商品若しくは権利の販売価格又は役務の対価 (販売価格に商品の送料が含まれない場合には、販売価格及び商品の送料)

2号 商品若しくは権利の代金又は役務の対価の支払の時期及び方法

3号 商品の引渡時期若しくは権利の移転時期又は役務の提供時期

4号 商品若しくは指定権利の売買契約の申込みの撤回又は売買契約の解除に関する事項 (第15条の2第1項ただし書に規定する特約がある場合には、その内容を含む。)

5号 前各号に掲げるもののほか、主務省令で定める事項 (※2)

主務省令 (特定商取引法施行規則) の内容

※1部分 (広告の表示の方法)

特定商取引法施行規則

第9条 法第11条本文の規定により通信販売をする場合の商品若しくは権利の販売条件又は役務の提供条件について広告をするときは、次に定めるところにより表示しなければならない。

1号 商品の送料を表示するときは、金額をもつて表示すること。

2号 商品の引渡時期若しくは権利の移転時期又は役務の提供時期は期間又は期限をもつて表示すること。

3号 商品若しくは指定権利の売買契約の申込みの撤回又は売買契約の解除に関する事項 (法第15条の2第1項ただし書に規定する特約がある場合には、その内容を含む。) については、顧客にとって見やすい箇所において明瞭に判読できるように表示する方法その他顧客にとって容易に認識することができるよう表示すること。

※2部分 (広告において表示しなければならない事項)

特定商取引法施行規則

第8条 法第11条第5号の主務省令で定める事項は、次に掲げるものとする。

1号 販売業者又は役務提供事業者の氏名又は名称、住所及び電話番号

2号 販売業者又は役務提供事業者が法人であつて、電子情報処理組織を使用する方法により広告をする場合には、当該販売業者又は役務提供事業者の代表者又は通信販売に関する業務の責

任者の氏名

- 3号 申込みの有効期限があるときは、その期限
- 4号 法第11条第1号に定める金銭以外に購入者又は役務の提供を受ける者の負担すべき金銭があるときは、その内容及びその額
- 5号 商品に隠れた瑕疵がある場合の販売業者の責任についての定めがあるときは、その内容
- 6号 磁気的方法又は光学的方法によりプログラム（電子計算機に対する指令であって、一の結果を得ることができるように組み合わせられたものをいう。以下同じ。）を記録した物を販売する場合、又は電子計算機を使用する方法により映画、演劇、音楽、スポーツ、写真若しくは絵画、彫刻その他の美術工芸品を鑑賞させ、若しくは観覧させる役務を提供する場合、若しくはプログラムを電子計算機に備えられたファイルに記録し、若しくは記録させる役務を提供する場合には、当該商品又は役務を利用するために必要な電子計算機の仕様及び性能その他の必要な条件
- 7号 前3号に掲げるもののほか商品の販売数量の制限その他の特別の商品若しくは権利の販売条件又は役務の提供条件があるときは、その内容
- 8号 広告の表示事項の一部を表示しない場合であつて、法第11条ただし書の書面を請求した者に当該書面に係る金銭を負担させるときは、その額
- 9号 通信販売電子メール広告（法第12条の3第1項第1号の通信販売電子メール広告をいう。以下同じ。）をするときは、販売業者又は役務提供事業者の電子メールアドレス

【例 外～一部の表示を省略できる場合がある】

（資料4-1：特定商取引法ガイド（通信販売）参照）

- 当該広告に、消費者からの請求により、
- ①これらの事項（11条1号～5号の事項）を記載した書面を遅滞なく交付し、又は
- ②これらの事項を記録した電磁的記録（電子的方式、磁気的方式その他人の知覚によっては認識することができない方式で作られる記録であつて、電子計算機による情報処理の用に供されるものをいう。）を遅滞なく提供する
- 旨の表示をしている場合で、
- かつ、
- 遅滞なくこれらの書面や電磁的記録を提供することができるような措置を講じている場合には、
- 販売業者又は役務提供事業者は、主務省令で定めるところにより（※3）、これらの事項の一部を表示しないことができる。

※3部分（記載の一部省略の基準などの定め）

第10条

- 1項 法第11条ただし書の規定により同条第1号及び第8条第1項第4号に定める購入者又は役務の提供を受ける者の負担すべき金銭を表示しないことができる場合はその金銭を全部表示しない場合とし、この場合において法第11条各号に定める事項（第8条第1項第3号及び第6号から第9号までに掲げる事項並びに法第15条の2第1項ただし書に規定する特約がある場合にあつては、商品若しくは指定権利の売買契約の申込みの撤回又は売買契約の解除（以下この条において、「申込みの撤回等」という。）の可否、申込みの撤回等が可能であ

る場合にあつては申込みの撤回等が可能である期間その他申込みの撤回等が可能となる条件及び商品又は指定権利の引取り若しくは返還に要する費用の負担に係る事項を除く。)の一部を表示しないことができる。

- 2項 購入者又は役務の提供を受ける者の負担すべき金銭の全部を表示する場合は、法第11条第2号から第5号までに定める事項(第8条第1項第3号、第4号及び第6号から第9号までに掲げる事項及び法第15条の2第1項ただし書に規定する特約がある場合にあつては申込みの撤回等の可否、申込みの撤回等が可能である場合にあつては申込みの撤回等が可能である期間その他申込みの撤回等が可能となる条件及び商品又は指定権利の引取り若しくは返還に要する費用の負担に係る事項を除く。)の一部を表示しないことができる。ただし、売買契約又は役務提供契約に係る金銭の全部又は一部の支払が商品の引渡し若しくは権利の移転又は役務の提供前である場合にあつては商品若しくは権利の代金又は役務の対価の支払時期、売買契約又は役務提供契約の申込みを受けた後遅滞なく当該申込みに係る商品を送付しない場合若しくは権利を移転しない場合又は役務を提供しない場合にあつては法第11条第3号に掲げる事項及び商品に隠れた瑕疵がある場合に販売業者がその責任を負わない場合にあつては販売業者の責任に関する事項についてはこの限りでない。
- 3項 販売業者又は役務提供事業者は、電子情報処理組織を使用する方法により広告をする場合であつて、次に掲げる方法により法第11条各号に掲げる事項の一部を提供する旨の表示をするときは、当該事項の一部を表示しないことができる。
- 1号 販売業者又は役務提供事業者の使用に係る電子計算機と顧客の使用に係る電子計算機とを接続する電気通信回線を通じて送信し、受信者の使用に係る電子計算機に備えられたファイルに記録する方法
- 2号 販売業者又は役務提供事業者の使用に係る電子計算機に備えられたファイルに記録された書面に記載すべき事項を電気通信回線を通じて顧客の閲覧に供し、当該顧客の使用に係る電子計算機に備えられたファイルに当該事項を記録する方法
- 3号 顧客の使用に係る電子計算機に書面に記載すべき事項を記録するためのファイルが備えられていない場合に、販売業者又は役務提供事業者の使用に係る電子計算機に備えられたファイル(専ら当該顧客の用に供するものに限る。次項第2号において「顧客ファイル」という。)に記録された当該事項を電気通信回線を通じて顧客の閲覧に供する方法
- 4項 前項に掲げる方法は、次に掲げる技術的基準に適合するものでなければならない。
- 1号 前項第1号又は第2号に掲げる方法にあつては、顧客がファイルへの記録を出力することによる書面を作成することができるものであること。
- 2号 前項第3号に掲げる方法にあつては、顧客ファイルへの記録がされた書面に記載すべき事項を、当該顧客ファイルに記録された時から起算して6月間、消去し、又は改変できないものであること。

② 誇大広告等の禁止(12条)

～広告をするときに禁止される表示(＝誇大広告等)について定めている。

(資料5：特定商取引に関する法律第6条の2等の運用指針―不実勧誘・誇大広告等の規制に関する指針―参照)

- 販売業者又は役務提供事業者は、
- 通信販売をする場合の商品若しくは指定権利の販売条件又は役務の提

供条件について広告をするときは、

- 当該商品の性能又は当該権利若しくは当該役務の内容、当該商品若しくは当該権利の売買契約の申込みの撤回又は売買契約の解除に関する事項（第15条の2第1項ただし書に規定する特約がある場合には、その内容を含む。）
- その他の主務省令で定める事項について、
- 著しく事実に相違する表示をし、
又は
- 実際のものよりも著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示
をしてはならない。

法12条により委任された事項についての特定商取引法施行規則の定めは以下のとおり。

（誇大広告等の禁止）

第11条 法第12条の主務省令で定める事項は次のとおりとする。

- 1号 商品の種類、性能、品質若しくは効能、役務の種類、内容若しくは効果又は権利の種類、内容若しくはその権利に係る役務の種類、内容若しくは効果
- 2号 商品、権利若しくは役務、販売業者若しくは役務提供事業者又は販売業者若しくは役務提供事業者の営む事業についての国、地方公共団体、通信販売協会その他著名な法人その他の団体又は著名な個人の関与
- 3号 商品の原産地若しくは製造地、商標又は製造者名
- 4号 法第11条各号に掲げる事項

③ 合理的な根拠を示す資料の提出（12条の2）

～通信販売業者が行った広告が誇大広告等に該当するかどうかの判断に際して、業者に対して、表示の裏付けとなる合理的根拠資料の提出を求める事ができ、業者が提出できないとき、しないとき、提出をしても当該資料が表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料とはいえない場合には、誇大広告等に該当するものとみなすことができることを定める。

（資料5：特定商取引に関する法律第6条の2等の運用指針－不実勧誘・誇大広告等の規制に関する指針－参照）

- 主務大臣は、
- 前条（12条のこと）に規定する表示に該当するか否かを判断するため必要があると認めるときは、
- 当該表示をした販売業者又は役務提供事業者に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。
- この場合において、当該販売業者又は当該役務提供事業者が当該資料を提出しないときは、第14条第1項及び第15条第1項の規定の適

用については、当該表示は、前条に規定する表示に該当するものとみなす。

④ 承諾をしていない者に対する電子メール広告の提供の禁止等（12条の3，12条の4）

～消費者があらかじめ承諾しない限り、業者が電子メール広告を送信することを、原則禁止する。（オプトイン規制という）。

この規制は、通信販売(役務提供)業者だけでなく、通信販売電子メール広告受託事業者も対象となる。

当該電子メール広告の提供について、消費者から承諾や請求を受けた場合は、最後に電子メール広告を送信した日から3年間、その承諾や請求があった記録を保存することが必要。

ただし、以下の場合には、規制の対象外とされる。

○「契約の成立」「注文確認」「発送通知」などに付随した広告

例：契約内容や契約履行に関する通知など「重要な事項」を通知するメールの一部に広告が含まれる場合。

○メルマガに付随した広告

例：消費者からの請求や承諾を得て送信する電子メール広告の一部に広告を記載する場合。

○フリーメール等に付随した広告

例：インターネット上で、無料でメールアドレスを取得できるサービスで、無料の条件として、利用者がそのアドレスからメールを送ると、当該メールに広告が記載されるものなどの一部に広告を記載する場合。

※法12条の3第4項では、通信販売電子メール広告に、「通信販売電子メール広告の提供を受けない旨の意思を表示するために必要な事項」を表示しなければならない旨を定めており、特定商取引法施行規則11条の6に規定されているいわゆるオプトアウト（送信を希望しない旨の意思表示）の際の連絡方法の表示に関しても「容易に認識できるように表示」しなければならない旨を規定しているが、ここで、「容易に認識できるように表示していない」とはどのようなものであるかについての具体的な例について示したガイドラインがある～資料6：電子メール広告をすることの承諾・請求の取得等に係る「容易に認識できるように表示していないこと」に係るガイドライン参照）

(2) 前払式通信販売の承諾等の通知（13条）

～消費者が商品の引渡し（権利の移転、役務の提供）を受ける前に、代金（対価）の全部あるいは一部を支払う「前払式」の通信販売の場合、業者は、代金を受け取り、その後、商品の引渡しに時間がかかるときには、その申込みの諾否等、以下の事項を記載した書面を渡さなければ

ばならない。

- ①申込みの承諾の有無（承諾しないときには、受け取ったお金をすぐに返すことと、その方法を明らかにしなければならない）
- ②代金（対価）を受け取る前に申込みの承諾の有無を通知しているときには、その旨
- ③事業者の氏名（名称）、住所、電話番号
- ④受領した金銭の額（それ以前にも金銭を受け取っているときには、その合計額）
- ⑤当該金銭を受け取った年月日
- ⑥申込みを受けた商品とその数量（権利、役務の種類）
- ⑦承諾するときには、商品の引渡時期・権利の移転時期・役務の提供時期（期間または期限を明らかにすることにより行わなければならない）

(3) 禁止行為（14条）

禁止行為（指示対象行為）

【14条1項 通信販売業者に対する規制～禁止の対象となる通信販売業者の行為】

- ①11条（広告すべき事項の規制）
- ②12条（誇大広告等の禁止の規制）
- ③12条の3（承諾をしていない者に対する電子メール広告の禁止の規制）
- ④13条（前払式通信販売の承諾等の通知の義務）
に違反する行為

または

以下の行為

⑤債務の履行拒否・遅延行為

通信販売に係る売買契約若しくは役務提供契約に基づく債務又は通信販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の解除によって生ずる債務の全部又は一部の履行を拒否し、又は不当に遅延させること。

⑥消費者の意に反して契約の申込みをさせようとする行為

顧客の意に反して通信販売に係る売買契約又は役務提供契約の申込みをさせようとする行為として主務省令で定めるもの。

⑦その他取引の公正・消費者の利益を害するおそれのある行為

前2号に掲げるもののほか、通信販売に関する行為であつて、通信販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益を害するおそれがあるものとして主務省令で定めるもの。

【行政処分の内容】

主務大臣は、通信販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

【14条2項 通信販売電子メール広告受託事業者に対する規制～14条1項と類似の規制＝禁止行為】

- 12条の4第1項若しくは同条第2項において準用する第12条の3第2項から第4項までの規定に違反する場合
- 顧客の意に反して通信販売電子メール広告委託者に対する通信販売に係る売買契約又は役務提供契約の申込みをさせようとする行為として主務省令で定めるもの
- 前号に掲げるもののほか、通信販売に関する行為であつて、通信販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益を害するおそれがあるものとして主務省令で定めるもの

【顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為とは】

法14条1項2号

「顧客の意に反して通信販売に係る売買契約又は役務提供契約の申込みをさせようとする行為として主務省令で定めるもの」を禁止している。違反をした場合は行政処分の対象となる。

主務省令＝特商法施行規則の定め

16条1項（通信販売における禁止行為）

法第14条第1項第2号の主務省令で定める行為は、次に掲げるものとする。

- 1号 販売業者又は役務提供事業者が、電子契約（販売業者又は役務提供事業者と顧客との間で電子情報処理組織を使用する方法その他の情報通信技術を利用する方法により電子計算機の映像面を介して締結される売買契約又は役務提供契約であつて、販売業者若しくは役務提供事業者又はこれらの委託を受けた者が当該映像面に表示する手続きに従つて、顧客がその使用する電子計算機を用いて送信することによつてその申込みを行うものをいう。この号及び次号において同じ。）の申込みを受ける場合において、**電子契約に係る電子計算機の操作（当該電子契約の申込みとなるものに限る。次号において同じ。）が当該電子契約の申込みとなることを、顧客が当該操作を行う際に容易に認識できるように表示していないこと。**
- 2号 販売業者又は役務提供事業者が、電子契約の申込みを受ける場合において、**申込みの内容を、顧客が電子契約に係る電子計算機の操作を行う際に容易に確認し及び訂正できるようにしていないこと。**
- 3号 販売業者又は役務提供事業者が、申込みの様式が印刷された書面により売買契約又は役務提供契約の申込みを受ける場合において、当該書面の送付が**申込みとなることを、顧客が容易に認識できるように当該書面に表示していないこと。**

問題は、1号、2号に該当するかどうかである（3号は葉書で申込をする場合を想定）。

↓

資料7：「インターネット通販における『意に反して契約の申込みをさせようとする行為』に係るガイドライン」参照

第1号（申込みとなることの表示について）

- (1) 第1号は、インターネット通販において、あるボタンをクリックすれば、それが有料の申込みとなることを、消費者が容易に認識できるように表示していないことを規定

するもの。

- (2) 以下のような場合は、一般に、第1号で定める行為に該当しない（セーフ）と考えられる。
- A. 申込みの最終段階において、「注文内容の確認」といった表題の画面（いわゆる最終確認画面）が必ず表示され、その画面上で「この内容で注文する」といった表示のあるボタンをクリックしてはじめて申込みになる場合。
 - B. いわゆる最終確認画面がない場合であっても、以下のような措置が講じられ、最終的な申込みの操作となることが明示されている場合。
 - ア. 最終的な申込みにあたるボタンのテキストに「私は上記の商品を購入（注文、申込み）します」と表示されている。
 - イ. 最終的な申込みにあたるボタンに近接して「購入（注文、申込み）しますか」との表示があり、ボタンのテキストに「はい」と表示されている。
- (3) 以下のような場合は、第1号で定める行為に該当するおそれ（アウト）がある。
- A. 最終的な申込みにあたるボタン上では、「購入（注文、申込み）」などといった用語ではなく、「送信」などの用語で表示がされており、また、画面上の他の部分でも「申込み」であることを明らかにする表示がない場合。
 - B. 最終的な申込みにあたるボタンに近接して「プレゼント」と表示されているなど、有償契約の申込みではないとの誤解を招くような表示がなされている場合。

第2号（確認・訂正機会の提供）について

- (1) 第2号は、インターネット通販において、申込みをする際に、消費者が申込み内容を容易に確認し、かつ、訂正できるように措置していないことを規定するものである。
- (2) 以下の I 及び II の両方を満たしているような場合は、一般に、第2号で定める行為に該当しない（セーフ）と考えられる。
- I. 申込みの最終段階で、以下のいずれかの措置が講じられ、申込み内容を容易に確認できるようになっていること。
 - A. 申込みの最終段階の画面上において、申込みの内容が表示される場合。
 - B. 申込みの最終段階の画面上において、申込み内容そのものは表示されていない場合であっても、「注文内容を確認する」といったボタンが用意され、それをクリックすることにより確認できる場合。あるいは、「確認したい場合には、ブラウザの戻るボタンで前のページに戻ってください」といった説明がなされている場合。
 - II. I により申込み内容を確認した上で、以下のいずれかの措置により、容易に訂正できるようになっていること。
 - A. 申込みの最終段階の画面上において、「変更」「取消し」といったボタンが用意され、そのボタンをクリックすることにより訂正ができるようになっている場合。
 - B. 申込みの最終段階の画面上において、「修正したい部分があれば、ブラウザの戻るボタンで前のページに戻ってください」といった説明がなされている場合。
- (3) 以下のような場合は、第2号で定める行為に該当するおそれ（アウト）がある。
- A. 申込みの最終段階の画面上において、申込み内容が表示されず、これを確認するための手段（「注文内容を確認」などのボタンの設定や、「ブラウザの戻るボタンで前に戻ることができる」旨の説明）も提供されていない場合。
 - B. 申込みの最終段階の画面上において、訂正するための手段（「変更」などのボタンの設

定や、「ブラウザの戻るボタンで前に戻ることができる」旨の説明）が提供されていない場合。

- C. 申込みの内容として、あらかじめ（申込者が自分で変更しない限りは）、同一商品を複数申し込むように設定してあるなど、一般的には想定されない設定がなされており、よほど注意していない限り、申込み内容を認識しないままに申し込んでしまうようになっている場合。

(4) 行政処分～業務の停止等（15条）

業務停止等の行政処分が科される場合

- 11条, 12条, 12条の3（第5項を除く。）、13条1項の規定に違反した場合

- 14条1項各号に掲げる行為をした場合

↓

通信販売に係る取引の公正及び購入者若しくは役務の提供を受ける者の利益が著しく害されるおそれがあると認めるとき

又は

販売業者若しくは役務提供事業者が同項の規定による指示に従わないとき

↓

その販売業者又は役務提供事業者に対し、1年以内の期間を限り、通信販売に関する業務の全部又は一部を停止すべきことを命ずることができる。

※通信販売電子メール広告受託事業者に対しても同様の規定（15条2項）

15条に基づく行政処分をした場合には、公表される。

4, 民事ルール

(1) 解約返品ルール・15条の2

～通信販売で消費者が契約を申し込んだり、契約をした場合であっても、その契約に基づく商品の引渡しや指定権利の移転を受けた日から数えて8日間以内であれば、消費者は事業者に対して、契約申込みの撤回や解除ができる（返品の送料は消費者負担）。ただし、業者が、広告で、あらかじめ、この契約申込みの撤回や解除につき、特約（解約返品不可など）を「表示」していた場合は、その特約が優先する。

（資料8：通信販売における返品特約の表示についてのガイドライン参照）

(2) 適格消費者団体による差止請求（58条の19）

～業者が、通信販売の広告について、不特定かつ多数の者に誇大広告などを行い、または行うおそれがあるときは、適格消費者団体は、事業者に対し、行為の停止もしくは予防、その他の必要な措置をとることを請求できる。

【適格消費者団体による差止の対象となる行為と条件】

- 通信販売をする場合の商品若しくは指定権利の販売条件又は役務の提

供条件について広告をするに際し、不特定かつ多数の者に対して当該商品の性能若しくは当該権利若しくは当該役務の内容又は当該商品若しくは当該権利の売買契約の申込みの撤回若しくは解除に関する事項（第十五条の二第一項ただし書に規定する特約がある場合には、その内容を含む。）について、著しく事実に相違する表示をし、又は実際のものよりも著しく優良であり、若しくは有利であると誤認させるような表示をする行為を現に行い又は行うおそれがあるときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、当該行為の停止若しくは予防又は当該行為に供した物の廃棄若しくは除去その他の当該行為の停止若しくは予防に必要な措置をとることを請求することができる。

5, その他～通信販売に関連するその他の法律（参考）

○不当景品類及び不当表示防止法

○電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律
など

参考：電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律
3条（電子消費者契約に関する民法の特例）について

民法第95条ただし書の規定（「表意者に重大な過失があったときは、表意者は、自らその無効を主張することができない）は、消費者が行う電子消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示について、その電子消費者契約の要素に錯誤があった場合であって、当該錯誤が次のいずれかに該当するときは、適用しない。

1号 消費者がその使用する電子計算機を用いて送信した時に当該事業者との間で電子消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示を行う意思がなかったとき。

2号 消費者がその使用する電子計算機を用いて送信した時に当該電子消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示と異なる内容の意思表示を行う意思があったとき。

ただし、

当該電子消費者契約の相手方である事業者（その委託を受けた者を含む。以下同じ。）が、当該申込み又はその承諾の意思表示に際して、電磁的方法によりその映像面を介して、その消費者の申込み若しくはその承諾の意思表示を行う意思の有無について確認を求める措置を講じた場合又はその消費者から当該事業者に対して当該措置を講ずる必要がない旨の意思の表明があった場合は、この限りでない。

↓

事業者が消費者に対して申込みを行う意思や申込みの内容について画面上確認を求める措置を講じた場合

→電子契約法第3条本文の適用はなく、事業者は、民法第95条ただし書の規定により、消費者に意図しない申込みや意図と異なる内容の申込みをしたことについて重大な過失がある場合には、錯誤があっても契約として有効であることを主張することができる（電子契約法第3条ただし書）。

「確認を求める措置」はどのようなものか。

経産省の「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」が参考となる。

電子商取引及び情報財取引等に関する準則（平成27年4月改訂・経産省）によると、【確認を求める措置】とは、

→申込みを行う意思の有無及び入力した内容をもって申込みにする意思の有無について、消費者に実質的に確認を求めていると判断し得る措置になっている必要がある。

具体的には、次のようなものが考えられる。

①確定的な申込みとなる送信ボタンが存在する同じ画面上に意思表示の内容を明示し、当該ボタンをクリックすることで申込みの意思表示となることを消費者が明らかに確認することができる画面を設定すること

②確定的な申込みとなる送信ボタンを押す前に、申込みの内容を表示し、そこで訂正する機会を与える画面を設定すること

なお、近時は、上の②の方法に従い、入力画面とは別に、「最終確認画面」として申込みの内容を表示しそこで訂正する機会を与える画面を設ける仕組みが一般的になっている。しかし、①の方法に従い、消費者が意思表示の内容を確実に確認できるように表示し、かつ、意思表示の内容と同じ画面上に申込みの意思表示となることを消費者が明らかに確認できる方法で送信ボタンを設けるのであれば、「確認を求める措置」として入力画面とは別に「最終確認画面」を設けることは必須ではない。

ただし、「最終確認画面」を設けることが一般化しており、入力画面上のボタンのクリックは最終的な意思表示ではないと消費者が思い込む可能性が高まっていることに鑑みれば、「最終確認画面」を設けない場合には、消費者が入力した情報を全て表示して消費者が意思表示の内容を確実に確認できるようにするとともに、「ボタンをクリックすることで最終的な意思表示となること」を消費者に明瞭に表示する必要があると考えられる。

また、入力画面と同一画面の別の箇所に意思表示の内容を明示する画面が設けられ表示されているものの送信ボタンが入力画面側に設けられている場合等、意思表示の内容が、同一画面上であっても、確定的な申込みとなる送信ボタンと全く別の場所に表示されている場合には、消費者が意思表示の内容を確認せずに送信ボタンをクリックするおそれがあるため、「最終確認画面」を設けなければ「確認を求める措置」として不十分とされる可能性があると考えられる。

第3、平成28年の特定商取引法の改正の概要（通信販売に関わる部分を中心に） （資料9：特定商取引に関する法律の一部を改正する法律 参照）

1、改正法の成立・公布・施行時期

平成28年 5月25日 法案成立

同年 6月 3日 公布

平成29年 12月頭頃 施行予定（公布から1年6月以内）

2、訪問販売・通信販売・電話勧誘販売における規制対象の拡大（改正法2条4項）

～政令指定権利制の見直し

「指定権利」を「特定権利」とし、以下の3つの類型に分類して、特定権利の販売を訪問販売・通信販売・電話勧誘販売の規制対象取引にする改正を行った。

《従来の指定権利制（改正前）》

訪問販売・通信販売・電話勧誘販売の規定は、権利を売買する場合全てが規制対象となっているものではなく、法2条4項・政令3条で指定されている権利（「指定権利」

という)の売買のみを規制対象としていた。

【条文】

特定商取引法2条4項

→施設を利用し又は役務の提供を受ける権利のうち国民の日常生活に係る取引において販売されるものであって政令で定めるものをいう。

特定商取引法施行令3条

別表第1に掲げる権利～以下の3つの権利のみが規制対象であった。

- 1 保養のための施設又はスポーツ施設を利用する権利
- 2 映画、演劇、音楽、スポーツ、写真又は絵画、彫刻その他の美術工芸品を鑑賞し、又は観覧する権利
- 3 語学の教授を受ける権利

《指定権利制の問題点》

規制の対象となっていない権利の取引については、そもそも、特定商取引法の訪問販売・通信販売・電話勧誘販売の規制を及ぼすことができなかった。

《改正によりどうなったか》

改正法2条4項の「特定権利」

- 1号 施設の利用、役務の提供を受ける権利で国民の日常生活に係る取引において販売されるもので政令で定めるもの（政令指定制を維持）。
- 2号 社債その他の金銭債権（拡大部分1）
- 3号 株式会社の株式、合同・合名・合資会社の社員の持分、その他の社団法人や外国法人の社員権でこれらの権利の性質を有するもの（拡大部分2）

《補足》

- 従来「権利の販売」として問題となっている取引について、上記1～3号に当てはまらない取引であっても、「役務の提供」に該当すると評価すべきものも多いことから、規制の後追いの問題が解消されるよう、「商品の販売」「役務の提供」「権利の販売」の概念について整理をしてその位置付けを明確化する予定。
 - CO2排出権、知的財産権、老人ホームの利用権、外国の土地利用権、風力発電の施設運用権等の「販売」は、実質的に見ると、消費者から集金して配分するというサービスを提供するものとみて、「役務の提供」と評価することが可能。
 - 外国通貨（イラク・ディナール、スーダン・ポンド等）は、従来は「両替」として「売買」に当たらないので、「商品の販売」に該当しない、と解されてきたが、これらについては、解釈を見なおして、「商品の販売」と同等に扱うことを基本として特商法の規制対象とする方向。
- 3, 通信販売におけるファクシミリ広告への規制（電子メール広告における規制の拡充）（改正法12条の5等）
- ファクシミリ広告を請求等していない消費者に対するファクシミリ広告の提供を禁止する（オプト・イン規制）。
ファクシミリ広告をする場合には、事前に、消費者からの承諾を得ることが必要となり、事前の承諾なくファクシミリ広告を提供することは違法とな

- り、違反した場合は指示・業務停止の対象となる。
- 4, 訪問販売・通信販売・電話勧誘販売・連鎖販売取引・特定継続的役務提供・業務提供誘引販売取引・訪問購入において、主務大臣が「指示」をした場合にその旨の「公表」を義務づける。
 - 従来は、指示の場合の公表の義務はなかったがこれを公表しなければならないものとする(7条2項・14条3項4項・22条2項・38条5項6項・46条2項・56条3項4項・58条の12第2項)
 - 5, 新たな行政処分として「業務禁止命令」を創設し、次々と法人を立ち上げて違反行為を行う事業者に対する対処を行う。

(訪問販売～8条の2, 通信販売～15条の2, 電話勧誘販売～23条の2, 連鎖販売取引～39条の2, 特定継続的役務提供～47条の2, 業務提供誘引販売取引～57条の2, 訪問購入～58条の13の2)。

 - 業務停止を命ぜられた法人の取締役やこれと同等の支配力を有すると認められる者(法人や個人事業者の使用人も含む)に対して、新たに法人を設立して停止の範囲内の業務を継続することや、当該業務を営む法人の当該業務を担当する役員になることを禁止することができるとした。
 - 「その者が有していた責任の程度を考慮して当該命令の実効性を確保するためにその者による・・・業務を制限することが相当と認められる者として主務省令で定める者に該当するときは・・・禁止を命ずることができると規定されていることから禁止の対象となる者の範囲は省令事項であり、未定である。
 - 6, 業務停止命令の期間を最長1年から2年に伸張する(8条1項等)。
 - 7, 報告徴収及び立入検査(行政調査)に関する行政権限の強化と違反に対する罰則
 - 主務大臣は、その職員に、行政調査のために販売業者等の店舗や事業所に立入検査をさせる際、当該販売業者等の従業員その他の関係者に対して質問をさせることができるものとした。
 - 質問に対して回答しない、虚偽の回答をした場合等の検査忌避があった場合には刑事罰が科されるものとした(71条3号・4号・6月以下の懲役または100万円以下の罰金・併科)。
 - 8, 立入検査の対象となる「密接関係者」の範囲の拡大(法66条に関する政令17条の2の改正)
 - 現行の政令は、立入検査の対象となる「密接関係者」の範囲は、特定継続的役務提供における関連商品の販売者、業務提供誘引販売取引における業務提供者などに限定され、それ以外の販売業者等と何らかの契約関係にある業者(会計事務処理や営業業務の委託を受けている会社等)は「密接関係者」の範囲に含まれず、報告徴収ができるに過ぎないことから、この範囲を拡大する方向での政令改正がなされる見込み。
 - 9, 刑事罰の強化(70条以下)
 - 不実告知等に対する法人に対する罰金を300万円から1億円以下に引き上げる(74条)。
 - 業務停止命令違反に対する懲役刑の上限を2年から3年に引き上げる(70

条)。

など罰則を強化した。

10, 所在不明の違反事業者に対して公示送達による行政処分ができるようにする等行政処分の方法に関する規制を整備(66条の2~6)。

- WEBサイトのみによって広告や注文の受付を行い、消費者との連絡手段としてもメールアドレスだけが表示されているなど「所在不明の違反事業者」に対しても行政処分を行うことができるようにするため、処分書を交付する旨を一定期間掲示(主務大臣の事務所の掲示場に掲示してから2週間の経過)することによって、当該違反事業者に対して処分書が交付されたものとみなし(公示送達)、行政処分を可能なものとした。

11, 消費者利益の保護のための行政処分規定の整備~消費者利益保護のための「必要な措置を指示」をとることができることを明示(7条1項, 14条1項, 22条1項, 38条1項~3項, 46条1項, 56条1項, 58条の12第1項)。

- 処分事業者(業務停止命令を受けた悪質事業者を想定)に対して、消費者利益を保護するために必要な措置を指示できることを法律で明示する。
- 条文上は、「当該違反又は当該行為の是正のための措置, 購入者又は役務の提供を受ける者の利益の保護を図るための措置その他の必要な措置をとるべきことを指示することができる。」と規定。
- 訪問販売・通信販売・電話勧誘販売・連鎖販売取引・特定継続的役務提供・業務提供誘引販売取引・訪問購入全てに導入。
- 具体的な「必要な措置の指示」としては、不実告知を行っていた事業者に、不実告知により行政処分があった旨を既存顧客に対して通知し、返金を求める消費者に対して計画的な返金の実施などの適切な対応を指示することなどがイメージされている。
- この指示に違反をした場合には、業務停止命令及び刑事罰(懲役刑が追加)の対象となる。

以上