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

特定商取引に関する法律（昭和５１年法律第５７号。以下「法」という。）においては、通信販売において、商品又は特定権利が返品できるか否か不明である等の理由から生じる返品についてのトラブルを防止するため、通信販売における契約の申込みの撤回等について規定している（法第１５条の３）。

本規定においては、事業者が申込みの撤回等についての特約（以下「返品特約」という。）を広告に表示した場合には、当該返品特約が優先されることとなっている。

また、行政規制としては、商品等の販売条件等について広告する際に、当該返品特約を含め、契約の申込みの撤回等に関する事項について広告に表示しなければならないものとされている。

この返品特約については、通信販売における返品トラブルの防止という法第１５条の３の趣旨にかんがみ、その表示方法につき、特定商取引に関する法律施行規則（昭和５１年通商産業省令第８９号。以下「施行規則」という。）第９条及び第１６条の３において、「顧客にとつ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つて容易に認識することができるよう表示すること」と定めている。

本ガイドラインにおいては、このような認識しやすい表示とはどのようなものであるか、また、消費者が返品特約について認識することなく契約の申込みを行ってしまう可能性を高めるような表示方法はどのようなものであるかについて、広告媒体ごとに、具体的な例について示すこととする。

なお、本ガイドラインは例示の一つに過ぎないことから、販売業者において、消費者にとってよりわかりやすい表示になるよう引き続き取り組んでいくことを期待する。

Ⅰ．各広告媒体に共通の事項

１．返品特約の表示方法について

（１）表示サイズ及び表示箇所

いかなる媒体で表示するにせよ、返品特約を極めて小さな文字で表示することや、広告中で消費者が認識しづらい箇所に表示することは、消費者にとって容易に認識することができるよう表示しているとは考えられないため、表示サイズや表示箇所に関してそれぞれ消費者が認識しやすい方法で表示する必要がある。

（２）返品特約以外の事項との区別がはっきりしていること

消費者が返品特約について容易に認識できるようにするため、いかなる媒体で表示するにせよ、返品特約が、申込方法や振込方法等の他の事項に紛れ、埋没しないような方

法で表示されている必要がある。

例えば、商品の価格や申込先の電話番号等、消費者が確実に確認すると考えられる事項が表示されている箇所の近くに表示することや、他の事項と区別がつくよう、「返品に関する事項」等の表題を掲げて区分した上で、その区分に返品特約について表示するなどの措置が必要となる。

（３）返品特約のうち、「返品の可否」・「返品の条件」・「返品に係る送料負担」の表示方法

「返品の可否」・「返品の条件」・「返品に係る送料負担の有無」（以下「返品特約における重要事項」という。）については、返品に関するトラブルの主な原因となっているため、法第１５条の３の趣旨に照らし、消費者が容易にその内容について認識することができるよう、他の事項に比してより明瞭な方法での表示が必要である。

例えば、商品の価格や申込先の電話番号等、消費者が必ず確認すると考えられる事項が表示されている箇所に近接して表示する、商品の価格等と同じ文字の大きさとする、色文字・太文字を用いる、返品特約における他の事項（返金方法等）よりも大きな文字とするなどの措置が必要となる。

（４）全ての商品に適用される共通のルールについて表示したページ等の活用

法第１５条の３の趣旨に照らせば、返品特約は、広告中においてそれぞれの商品ごとにその全てを表示することが原則となるものの、広告には様々な形態が存在し、スペースや時間に制限のあるものも多く、さらに、返品特約についてその全てを商品ごとに表示すると、情報量が非常に多くなり、消費者の利便にも資さない可能性がある。

他方、主に、カタログ通販やインターネット通販において、「ご利用ガイド」等、全ての商品に適用される共通のルールについて表示したページ等（以下「共通表示部分」という。）において一括して返品特約を表示しているものがある。

このような表示方法は、広告スペースの制約に対応できるだけでなく、個別商品ごとに説明を繰り返すよりも消費者に分かりやすい場合もある。

そのため、共通表示部分を活用した表示方法であっても、消費者にとって容易に認識することができるよう表示していると考えられる場合もある。

２．引き渡された商品が種類又は品質に関して契約の内容に適合しない場合の販売業者の責任の特約について

本ガイドラインで示す内容は、あくまで、引き渡された商品が種類又は品質に関して契約の内容に適合している状態において返品特約を設ける場合の表示方法について説明したものである。

一方、引き渡された商品が種類又は品質に関して契約の内容に適合していない場合に、

販売業者の責任について特約する場合については、別途、法第１１条第５号に基づく施行規則第８条第５号において、その旨を表示することが義務付けられている。

行政規制として、前者は、その内容の如何に関わらず表示しなければならない事項であるのに対し、後者は、引き渡された商品が種類又は品質に関して契約の内容に適合していない場合にあっても責任を負わない等の特約をする場合のみ表示することを義務付けたものである。

このような性質の差異にかんがみて、特約の表示を行う場合は、販売業者が種類又は品質に関して契約の内容に適合している商品を販売した場合における返品特約であるのか、引き渡された商品が種類又は品質に関して契約の内容に適合していない場合の販売業者の責任についての特約であるのかを明確にする必要がある。

仮に両者の区別がつかない表示がなされた場合は、法の趣旨からみた広告内容の解釈としては、商品が種類又は品質に関して契約の内容に適合している状態における返品特約についてのみ規定したものと、民事上も解され、引き渡された商品が種類又は品質に関して契約の内容に適合していない場合の販売業者の責任については、民商法一般原則によると解されることとなる。

Ⅱ．各広告媒体における返品特約の表示について

１．カタログ等の紙媒体により広告をする場合

（１）共通表示部分を活用しない場合における返品特約の表示方法

①顧客にとって容易に認識することができるよう表示していると考えられる返品特約の表示方法（図１）

返品特約全てについて、広告中の各商品の説明箇所において、明瞭な方法で、かつ、他の事項に隠れて埋没してしまうようなことがないように表示（例：商品の価格や電話番号等、消費者が必ず確認すると考えられる事項の近い場所に、商品の価格等と同じサイズで表示する、色文字・太文字を用いる等して表示するなど）する方法。

②顧客にとって容易に認識することができるよう表示していないおそれがある返品特約の表示方法（図２）

広告中の各商品の説明箇所において、返品特約について何らの表示も行っていないものや、不明瞭に表示する方法（例：極めて小さな文字で表示するなど）、または、他の事項に隠れて埋没してしまうように表示する方法。

（２）共通表示部分を活用する場合における返品特約の表示方法

①顧客にとって容易に認識することができるよう表示していると考えられる返品特約の表示方法（図１）

各商品の広告部分及び共通表示部分について、以下ⅰ～ⅲの全てを満たす表示方法。

ⅰ．各商品の広告における表示

・　広告中の各商品の説明箇所において、「返品不可」、「到着後〇日以内に限り返品可」、「使用前に限り返品可」、「送料はお客様負担」等、「返品特約における重要事項」について示したマークの添付や文字での表示を、明瞭な方法で、かつ、他の事項に隠れて埋没してしまうようなことがないように表示する。

・　または、返品特約がパターン分けされている場合に、そのパターンに応じて、「返品Ａ」・「返品Ｂ」などの分類がなされ、それを表すマークの添付や文字での表示を、明瞭な方法で、かつ、他の事項に隠れて埋没してしまうようなことがないように表示する。

・　以上を行った上で、その他返品特約の詳細については、「その他、返品についての詳細はご利用ガイド（〇ページ）をご参照下さい。」等の表示をし、共通表示部分に表示する方法。

ⅱ．共通表示部分での表示

・　共通表示部分における返品特約についての表示が、返品特約がどこに書かれているかを一見しただけで確認することができるように表示（例：「返品に関するお知らせ」等の表題を設けて、消費者にとって返品特約についての記載がなされている箇所がはっきりしているものなど）する方法。

・　「返品特約における重要事項」については、消費者が容易にその内容について認識することができるよう、その他返品特約の詳細よりも明瞭な方法で表示（例：商品の価格等と同じ文字の大きさとする、色文字・太文字を用いるなど）する方法。

ⅲ．広告している商品と返品特約の対応関係

・　１冊のカタログ中で広告している様々な商品について、それぞれ異なる返品特約が適用される場合に、それぞれの商品について、いかなる返品特約が適用されるかを消費者に分かりやすく表示することで、共通表示部分との対応関係が明確である方法（例：共通表示部分に、「下着類（靴下を含み、色柄付きのＴシャツを含まず。）は返品不可。」、「飲食料品（サプリメントは含まず。）は返品不可。」等と表示することで、どういった種類の商品が返品特約の対象となっているかが明確であるもの。）。

②共通表示部分を活用する場合において、顧客にとって容易に認識することができるよう表示していないおそれがある返品特約の表示方法（図２）

各商品の広告部分及び共通表示部分について、以下ⅰ～ⅳのいずれかに該当する表示方法。

ⅰ．各商品の広告における表示

- 広告中の各商品の説明箇所において、返品特約について何らの表示も行わない方法。
- 広告中の各商品の説明箇所において、「返品不可」、「到着後○日以内に限り返品可」等の表示を行っているものの、標題を設けていない等により、その他の事項と一括して表示していることから、返品特約についての説明が埋没している方法。
- 目につきにくいページの隅のような箇所に表示する方法。
- 極めて小さな文字で表示する方法。
- 「返品についての詳細はこちら。」等、返品特約の詳細について共通表示部分で表示していることについての消費者への案内が、極めて小さな文字で表示されているものや、数ページおきにしか表示されていない等、消費者が、返品特約について共通表示部分で表示していることを認識しづらい方法。

ⅱ．共通表示部分での表示

- 共通表示部分における返品特約について、何十条にも及ぶ返品特約以外の事項を含んだ購入規約の中の他の項目と区分していない等、返品特約が埋没しているような表示方法。
- 返品特約について極めて小さな文字で表示する方法。

ⅲ．広告している商品と返品特約の対応関係

- １冊のカタログ中で広告している様々な商品について、それぞれ異なる返品特約が適用されるにもかかわらず、それぞれの商品について、いかなる返品特約が適用されるかを消費者に分かりやすく表示していないために、共通表示部分との対応関係が不分明な方法（例：共通表示部分に、「下着類、飲食料品等、購入後又は使用後に価値が極めて低下するものは返品不可。」とのみ表示しているため、返品特約の対象に肌着と同様に使用されることがあるＴシャツや一般の飲食料品ではない栄養補助のためのサプリメントが入るか否か不分明なものなど、返品特約の対象となる商品の範囲が不明確であるもの。）。

ⅳ．その他

- 共通表示部分が、カタログ本体と分冊になっており、カタログ本体を参照しただけで、申込みを行うことが可能な場合に、①分冊が同梱されていないなど、実態上別々に流通するような方法や、②分冊の大きさが非常に小さいことなどにより、同梱物に紛れて紛失しやすくなっている方法、③カタログ本体に、共通表示部分を分

冊に表示していることを記載していないため、カタログ本体と分冊の相互関係が不明確な方法。

なお、カタログ本体と分冊が広告として一体であると考えられる場合も、物理的には別の冊子に分かれていることにかんがみ、カタログ本体にも、少なくとも返品特約における重要事項についての共通表示部分を設ける等の措置を採ることが望ましい。

２．インターネットにより広告をする場合について

（１）共通表示部分を活用しない場合における返品特約の表示方法

①顧客にとって容易に認識することができるよう表示していると考えられる返品特約の表示方法（図３）

返品特約全てについて、広告及び最終申込み画面中の各商品の説明箇所において、明瞭な方法で、かつ、他の事項に隠れて埋没してしまうようなことがないように表示（例：商品の価格や電話番号等、消費者が必ず確認すると考えられる事項の近い場所に、商品の価格等と同じサイズで表示する、パーソナルコンピュータの場合において標準設定で１２ポイント以上の文字で表示する、色文字・太文字を用いる等して表示するなど）する方法。

②顧客にとって容易に認識することができるよう表示していないおそれがある返品特約の表示方法（図４）

広告中の各商品の説明箇所において、返品特約について何らの表示も行っていないものや、不明瞭に表示する方法（例：極めて小さな文字で表示するなど）、または、他の事項に隠れて埋没してしまうように表示する方法。

（２）共通表示部分を活用する場合における返品特約の表示方法（広告での表示）

①顧客にとって容易に認識することができるよう表示していると考えられる返品特約の表示方法（図３）

各商品の広告部分及び共通表示部分について、以下ｉ～ⅳの全てを満たす表示方法。

ｉ．各商品の広告における表示

・　広告中の各商品の説明箇所において、「返品不可」、「到着後○日以内に限り返品可」、「使用前に限り返品可」、「送料はお客様負担」等、主に「返品特約における重要事項」について示したマークの添付や文字での表示を、明瞭な方法で、かつ、他の事項に隠れて埋没してしまうようなことがないように表示（例：商品の価格や電話番号等、消費者が必ず確認すると考えられる事項の近い場所に、商品の価格等と

同じサイズで表示する、パーソナルコンピュータの場合において標準設定で１２ポイント以上の文字で表示する、色文字・太文字を用いる等して表示するなど）する。

- または、返品特約がパターン分けされている場合に、そのパターンに応じて、「返品Ａ」・「返品Ｂ」などの分類がなされ、それを表すマークの添付や文字での表示を、明瞭な方法で、かつ、他の事項に隠れて埋没してしまうようなことがないように表示する。
- 以上を行った上で、その他返品特約の詳細については、「その他、返品についての詳細はご利用ガイドをご参照下さい。」等の表示をし、そこをクリックすると共通表示部分が表示される方法。

ⅱ．いわゆるインデックスタブ等を通じた表示

広告から申込みにいたる全ての段階において、いわゆるインデックスタブのような、希望するページを素早く表示させるためのものにおける「ご利用ガイド」等の表示をクリックすると、共通表示部分が表示される方法。

ⅲ．共通表示部分での表示

- 共通表示部分における返品特約についての表示が、返品特約がどこに書かれているかを一見しただけで確認することができるように表示（例：「返品に関するお知らせ」等の表題を設けて、消費者にとって返品特約についての記載がなされている箇所がはっきりしているものなど）する方法。
- 「返品特約における重要事項」については、消費者が容易にその内容について認識することができるよう、その他返品特約の詳細よりも明瞭な方法で表示（例：商品の価格等と同じ文字の大きさとする、色文字・太文字を用いるなど）する方法。

ⅳ．広告している商品と返品特約の対応関係

- １つのホームページ中で広告している様々な商品について、それぞれ異なる返品特約が適用される場合に、それぞれの商品について、いかなる返品特約が適用されるかを消費者に分かりやすく表示することで、共通表示部分との対応関係が明確である方法（例：共通表示部分に、「下着類（靴下を含み、色柄付きのＴシャツを含まず。）は返品不可。」、「飲食料品（サプリメントは含まず。）は返品不可。」と表示することで、どういった種類の商品が返品特約の対象となっているかが明確であるもの。）。

②顧客にとって容易に認識することができるよう表示していないおそれがある返品特約の表示方法（図４）

各商品の広告部分及び共通表示部分について、以下ⅰ～ⅳのいずれかに該当する表示方法。

ⅰ．各商品の広告における表示

- 広告中の各商品の説明箇所において、返品特約について何らの表示も行わない方法。
- 広告中の各商品の説明箇所において、「返品不可」、「到着後〇日以内に限り返品可」等の表示を行っているものの、膨大な画面をスクロールしなければ当該表示にたどり着けないような箇所において表示する方法。
- 「返品について」等の標題を設けない等により、返品特約についての説明が埋没している方法。
- 目につきにくいページの隅のような箇所に表示する方法。
- 極めて小さな文字で表示する方法。
- 「返品についての詳細はこちら。」等、返品特約の詳細については共通表示部分で表示していることについての消費者への案内を、極めて小さな文字で表示しているものや、何度もページを移動しなければ共通表示部分に至らない方法。

ⅱ．いわゆるインデックスタブ等を通じた表示

- いわゆるインデックスタブ等、それをクリックすると共通表示部分が表示されるものを、表示していない方法。

ⅲ．共通表示部分での表示

- 共通表示部分における返品特約について、何十条にも及ぶ返品特約以外の事項を含んだ購入規約の中の他の項目と区分していない等、返品特約が埋没しているような表示方法。
- 返品特約について極めて小さな文字で表示している方法。

ⅳ．広告している商品と返品特約の対応関係

- 一つのホームページ中で広告している様々な商品について、それぞれ異なる返品特約が適用されるにもかかわらず、それぞれの商品について、いかなる返品特約が適用されるかを消費者に分かりやすく表示していないために、共通表示部分との対応関係が不分明な方法（例：共通表示部分に、「下着類、飲食料品等、購入後価値が極めて低下するものは返品不可。」とのみ表示しているため、返品特約の対象に肌着と同様に使用されることがあるＴシャツや一般の飲食料品ではない栄養補助のためのサプリメントが入るか否か不分明なものなど、返品特約の対象となる商品の外延が不明確であるもの。）。

（３）顧客にとって容易に認識することができるよう表示していると考えられる返品特約の最終申込み画面における表示方法

①顧客にとって容易に認識することができるよう表示していると考えられる返品特約の表示方法（図５）

各商品の説明箇所及び共通表示部分について、以下ⅰ～ⅳの全てを満たす表示方法。

ⅰ．最終申込み画面における表示

- 申込み画面中に、各商品の名称や価格等についての表示に加えて、返品特約について示したマークの添付や文字での表示を、明瞭な方法で、かつ、他の事項に隠れて埋没してしまうようなことがないように表示（例：パーソナルコンピュータの場合において標準設定で１２ポイント以上の文字で表示する、色文字・太文字を用いる等して表示するなど）する。
- または、返品特約がパターン分けされている場合に、そのパターンに応じて、「返品Ａ」・「返品Ｂ」などの分類がなされ、それを表すマークの添付や文字での表示を、明瞭な方法で、かつ、他の事項に隠れて埋没してしまうようなことがないように、各商品の名称や価格等についての表示に加えて表示する。
- 以上を行った上で、その他返品特約の詳細については、「その他、返品についての詳細はご利用ガイドをご参照下さい。」等の表示をした上で、そこをクリックすると共通表示部分が表示される方法。

ⅱ．いわゆるインデックスタブ等を通じた表示

広告から申込みにいたる全ての段階において、いわゆるインデックスタブのような、希望するページを素早く表示させるためのものにおける「ご利用ガイド」等の表示をクリックすると、共通表示部分が表示される方法。

ⅲ．共通表示部分での表示

- 共通表示部分における返品特約についての表示が、返品特約がどこに書かれているかを一見しただけで確認することができるように表示（例：「返品に関するお知らせ」等の表題を設けて、消費者にとって返品特約についての記載がなされている箇所がはっきりしているものなど）する方法。
- 「返品特約における重要事項」については、消費者が容易にその内容について認識することができるよう、その他返品特約の詳細よりも明瞭な方法で表示（例：商品の価格等と同じ文字の大きさとする、色文字・太文字を用いるなど）する方法。

ⅳ．広告している商品と返品特約の対応関係

・　一つのホームページ中で広告している様々な商品について、それぞれ異なる返品特約が適用される場合に、それぞれの商品について、いかなる返品特約が適用されるかを消費者に分かりやすく表示することで、共通表示部分との対応関係が明確である方法（例：共通表示部分に、「下着類（靴下を含み、色柄付きのＴシャツを含まず。）は返品不可。」、「飲食料品（サプリメントは含まず。）は返品不可。」と表示することで、どういった種類の商品が返品特約の対象となっているかが明確であるもの。）。

②顧客にとって容易に認識することができるよう表示していないおそれがある返品特約の表示方法（図６）

各商品の説明箇所及び共通表示部分について、以下ⅰ～ⅳのいずれかに該当する表示方法。

ⅰ．各商品の広告における表示

・　申込み画面中で各商品の説明箇所において、返品特約について何らの表示も行わない方法。
・　「返品不可」、「到着後○日以内に限り返品可」等の表示を行っているものの、膨大な画面をスクロールしなければ当該表示にたどり着けないような箇所において表示している方法。
・　「返品について」等の標題を設けていない等により、返品特約についての説明が埋没している方法。
・　目につきにくいページの隅のような箇所に表示する方法。
・　極めて小さな文字で表示する方法。
・　「返品についての詳細はこちら。」等、返品特約の詳細については共通表示部分で表示していることについての消費者への案内が、極めて小さな文字で表示する方法や、何度もページを移動しなければ共通表示部分に至らない方法。

ⅱ．いわゆるインデックスタブ等を通じた表示

・　いわゆるインデックスタブ等、それをクリックすると共通表示部分が表示されるものが表示されていない方法。

ⅲ．共通表示部分での表示

・　共通表示部分における返品特約について、何十条にも及ぶ返品特約以外の事項を含んだ購入規約の中の他の項目と区分していない等のため、返品特約が埋没しているような表示方法。
・　返品特約について極めて小さな文字で表示している方法。

ⅳ．広告している商品と返品特約の対応関係

・　一つのホームページ中で広告している様々な商品について、それぞれ異なる返品特約が適用されるにもかかわらず、それぞれの商品について、いかなる返品特約が適用されるかを消費者に分かりやすく表示していないために、共通表示部分との対応関係が不分明な方法（例：共通表示部分に、「下着類、飲食料品類等、購入後価値が極めて低下するものは返品不可。」とのみ表示しているため、返品特約の対象に肌着と同様に使用されることがあるＴシャツや一般の飲食料品ではない栄養補助のためのサプリメントが入るか否か不分明なものなど、返品特約の対象となる商品の外延が不明確であるもの。）。

３．テレビにより広告をする場合

（１）顧客にとって容易に認識することができるよう表示していると考えられる返品特約の表示方法（図７・８）

各商品の説明箇所について、以下の全てを満たす方法。

・　商品ごとに、消費者が申込みを行うことが可能な画面（電話番号等が表示される画面）が表示されている間は、常に、又は、その前後に一定の時間にわたり、返品特約について表示している方法。

・　他の事項等に隠れて埋没してしまうようなことがないように、返品特約について表示している方法。

・　返品特約における重要事項について、明瞭な方法で表示（例：商品の価格等と同じ文字の大きさとするものや、色文字・太文字を用いているもの、表示時間を長くするなど）している方法。

・　広告時間が長時間に及ぶ商品については、消費者が申込みを行うことが可能な画面だけでなく、広告の途中においても表示することが望ましい。（なお、常に、電話番号等が表示されている場合は、画面構成上の問題等から、返品に関する事項を常に表示することが困難である場合が想定される。そういった場合、例えば、商品の詳細について常に画面の端で表示しているものについて、当該説明と、返品に関する事項についての説明が、例えば一定の時間にわたり、交互に表示するような方法も、常に表示しているものに準じるものとして、認められる。）

・　なお、広告中において、返品特約について口頭でも説明することが望ましい。

（２）顧客にとって容易に認識することができるよう表示していないおそれがある返品特約の表示方法（図９・１０）

各商品の説明箇所について、以下のいずれかに該当する表示方法。

・　商品ごとに、消費者が申込みを行うための情報（商品の価格、電話番号等）について表示する画面に切り替わった際、ないしその前後に、返品特約について何らの表示も行われない方法。
・　当該画面において、返品特約について表示しているものの、「返品について」等の標題を設けていない等により、返品特約について表示した箇所が認識しにくい方法。
・　目につきにくい画面の隅のような箇所に表示する方法。
・　極めて小さな文字で表示する方法。

４．ラジオにより広告をする場合

（１）顧客にとって容易に認識することができるよう表示していると考えられる返品特約の表示方法（図１１）

①　各商品の説明において、返品特約全てについて、消費者が聞き取りやすい方法（例：他の事項と同じ音量で表示する、聞き取りやすいスピードで説明する等）で説明している方法。

②　①に該当しない場合は、以下ⅰ～ⅱの全てを満たすもの。（※ラジオで広告を行う場合については、その性質上、多くの事項を表示することが極めて困難であることから、例外的に、以下ⅰ～ⅱを満たせば足りるものとする。）

ⅰ．各商品の広告における表示

・　返品特約について、お問い合わせ窓口等で説明している場合、その旨を消費者に案内するため、商品の価格や詳細等の説明の後に、「お届け、返品などについては、お問い合わせ窓口にお尋ねください。」等と、消費者が返品特約についての案内を説明しているものと認識でき、かつ、それを消費者が聞き取りやすい方法（例：他の事項と同じ音量で説明する、聞き取りやすいスピードで説明する等）で説明する方法。

ⅱ．お問い合わせ窓口等における対応

・　返品特約について、申込み手続きに入る前に説明する方法。
・　返品特約について、聞き取りやすいスピードで説明する方法。

（２）顧客にとって容易に認識することができるよう表示していないおそれがある返品特約の表示方法（図１２）

①　各商品の説明において、返品特約について何らの説明も行わない方法。

②　お問い合わせ窓口等で説明していることを広告中で説明している場合は、以下ⅰ～

ⅱのいずれかに該当する方法。

ⅰ．各商品の広告における表示

・　返品特約について、お問い合わせ窓口等で説明している場合、その旨を消費者に案内してはいるものの、それを消費者が聞き取りにくい方法（例：極めて小さな音量で説明する、早口で説明する等）で説明する方法。

ⅱ．お問い合わせ窓口等における対応

・　返品特約について、お問い合わせ窓口等で説明しますと広告で説明しているにもかかわらず、返品特約について何らの説明も行わない方法。
・　返品特約について、申込み手続きの最後で説明する方法。
・　返品特約について、消費者が聞き取ることが難しいような、早口で説明する方法。

（図1）カタログ等紙媒体により広告をする場合（消費者に分かりやすい表示方法）

広告画面

タイトル

0120－〇〇〇－〇〇〇
お申し込みはこちらから。
返品は原則〇日間可（詳しくはP．〇〇に）

①共通表示部分に返品特約について表示する場合は、その旨を、電話番号等、消費者が必ず確認する事項の近くに、十分な大きさの文字で表示しているもの。

商品名

返品A

宣伝文句

価格・仕様等、商品詳細

返品不可

②返品特約について、その他の事項に埋没せず、また、消費者が容易に認識できるよう、商品の価格等、消費者が必ず確認する事項の近くに、十分な大きさの文字で表示等しているもの。

又は

無期限返品可
（送料お客様負担）

③返品が原則可能である場合に、条件が期間等しかない場合は、それについてのみ表示すれば足りる。

商品名

返品B

宣伝文句

価格・仕様等、商品詳細

〇日以内、送料お客様負担の返品可
（例外有り、詳しくはご利用ガイドP〇に。）

④条件付きで返品が可能な場合、返品が可能な期間等、重要事項については各商品ごとに表示した上で、その他詳細は共通表示部分で表示しているもの。

共通表示部分

ご利用ガイド

⑤返品特約について表示している箇所が明瞭になるよう、このようなタイトルを設けて他の事項と区別できるようにしているもの。

払い込み方法について

・
・
・

返品について

- 原則、〇日間返品可
- 送料はお客様負担
- 以下の場合は返品不可
  1. 食料品
  2. DVD開封後
  3. 下着類（靴下含み、色柄付きのTシャツ含まず。）
  4. 飲食料品（サプリメントは含まず。）

⑥返品特約における重要事項については、返品送料の決済方法等、その他の事項以上に、明瞭に表示（赤字での表示、表示サイズを大きくするなど）されているもの。

- 返品送料の決済方法は、・・・

・

⑦それぞれの商品について、いかなる返品特約が適用されるかが明確であるもの。

又は

返品Aパターンについて

- 無期限返品可（送料お客様負担）

返品Bパターンについて

- 〇日間返品可
- 送料はお客様負担
- 以下の場合は・・

・・・・・・・・・・・・

・
・

⑧「返品A」等のマークを商品ごとに付し、その上で返品特約の詳細については共通表示部分で表示しているもの。

（図2）カタログ等紙媒体により広告をする場合（消費者に分かりにくい表示方法）

広告画面

〇〇コーナー

0120－〇〇〇－〇〇〇

お申し込みはこちらから。

①共通表示部分に返品特約について表示しているにもかかわらず、その旨を消費者に案内していないもの。

商品名

宣伝文句

価格・仕様等、商品詳細

②返品特約について、何らの表示も行っていないもの。

商品名

宣伝文句

価格・仕様等、商品詳細

③返品特約について、文字での表示だけでなく、何らのマーク表示も行っていないようなもの。

④返品特約について、電話番号等、消費者が必ず確認する事項の近くに表示せず、ページの隅等で、極めて小さな字で表示しているため、消費者が認識しづらいもの。

返品不可

共通表示部分

ご利用ガイド

•払い込み方法について
•代引き手数料について
•保証料について

•返品は原則、〇日間返品可

•送料はお客様負担

•以下の場合は返品不可（下着類、飲食料品、DVD（開封後）等、購入後価値が極めて低下するものは返品不可）

⑤返品特約について表示している箇所が他の事項のなかに埋没してしまっているもの、また、返品特約における重要事項について、明瞭に表示がなされていないもの。

⑥「～類等、・・・」といった、様々な種類の商品が含まれうる表現のみを用い、広告している商品のうち、どの商品が返品特約の対象となるか不分明であるようなもの。

（図3）インターネットにより広告をする場合（消費者に分かりやすい表示方法）

広告画面

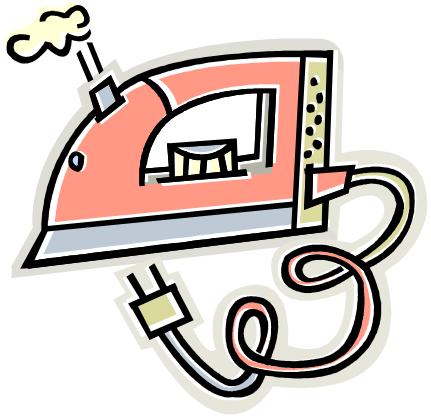
カートを見る　ログイン　マイアカウント　検索

ジュエリー　グルメ　スポーツ　・・・　ご利用ガイド

商品名

返品A

詳細はこちら



商品番号：〇〇〇〇〇

¥〇〇,〇〇〇

カラー	個数	在庫
	選択	残りわずか
	選択	残りわずか
	選択	在庫なし

※個数をご確認の上、下のボタンをクリックしてください

カートに入れる

※原則〇日以内まで返品可
（送料はお客様負担）　詳細はこちら

商品の仕様

こちらもおすすめ

〇〇〇〇〇
¥〇〇,〇〇〇

見た人が、買っています

〇〇〇〇〇
¥〇〇,〇〇〇

②返品特約について、その他の事項と埋没せず、また、消費者が容易に認識できるよう、「カートに入れる」等の申込みを行うための表示等の近くに、十分な大きさの文字で表示（例：PCであれば、12pt以上）等しているもの。また、原則返品が可能であるものの、条件が付されている場合は、その詳細を広告画面又は共通表示部分で表示しているもの。

共通表示部分

ご利用ガイド

①共通表示部分に返品特約について表示する場合、広告から申込みに至る全段階において、ご利用ガイドや、（返品についての）「詳細はこちら」等の表示をクリックすると、共通表示部分が表示されるもの。

（カタログ等紙媒体による広告の場合と同様）

（図4）インターネットにより広告をする場合（消費者に分かりにくい表示方法）

広告画面

検索

カートを見る　ログイン　マイアカウント

ジュエリー　グルメ　スポーツ　・・・　ご利用ガイド

共通表示部分

ご利用ガイド

①返品特約について、文字での表示だけでなく、何らのマーク表示も行っていないようなもの。

②共通表示部分に返品特約について表示しているにもかかわらず、その旨を消費者に案内しておらず、また、「ご利用ガイド」等をクリックしても、すぐには共通表示部分が表示されないもの。

（カタログ等紙媒体による広告の場合と同様）

商品名

商品番号：〇〇〇〇〇

¥〇〇,〇〇〇

カラー	個数	在庫
	選択	残りわずか
	選択	残りわずか
	選択	在庫なし

※個数をご確認の上、下のボタンをクリックしてください

カートに入れる

こちらもおすすめ

〇〇〇〇〇

¥〇〇

商品の仕様

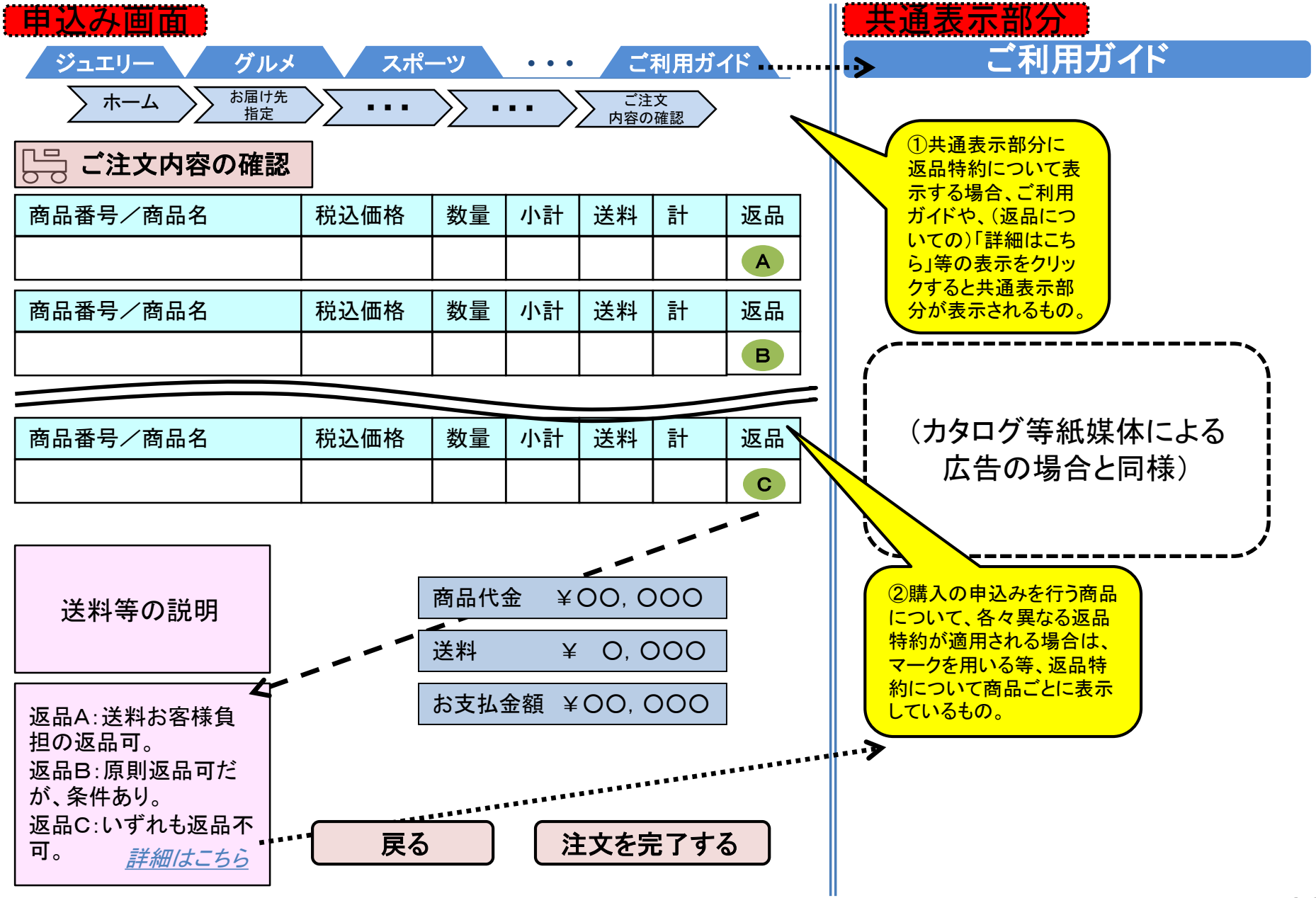
商品の特徴

③返品特約について、何らの表示も行っていないもの。

④返品特約について、「カートに入れる」等の申込みを行うための表示等から、極めて離れた箇所で表示し、何度もスクロールしなければ表示されないような、ページの隅等で、極めて小さな字で表示しているため、消費者が認識しづらいもの。

返品不可

（図5）インターネットにより広告をする場合（最終申込み画面における消費者に分かりやすい表示方法）



（図6）インターネットにより広告をする場合（最終申込み画面における消費者に分かりにくい表示方法）

申込み画面

ホーム　お届け先指定　・・・　・・・　ご注文内容の確認

ご注文内容の確認

商品番号／商品名	税込価格	数量	小計	送料	計	

商品番号／商品名	税込価格	数量	小計	送料	計	

商品番号／商品名	税込価格	数量	小計	送料	計	

送料等の説明

商品代金　￥○○，○○○

送料　￥　○，○○○

お支払金額　￥○○，○○○

戻る　注文を完了する

返品不可

共通表示部分

ご利用ガイド

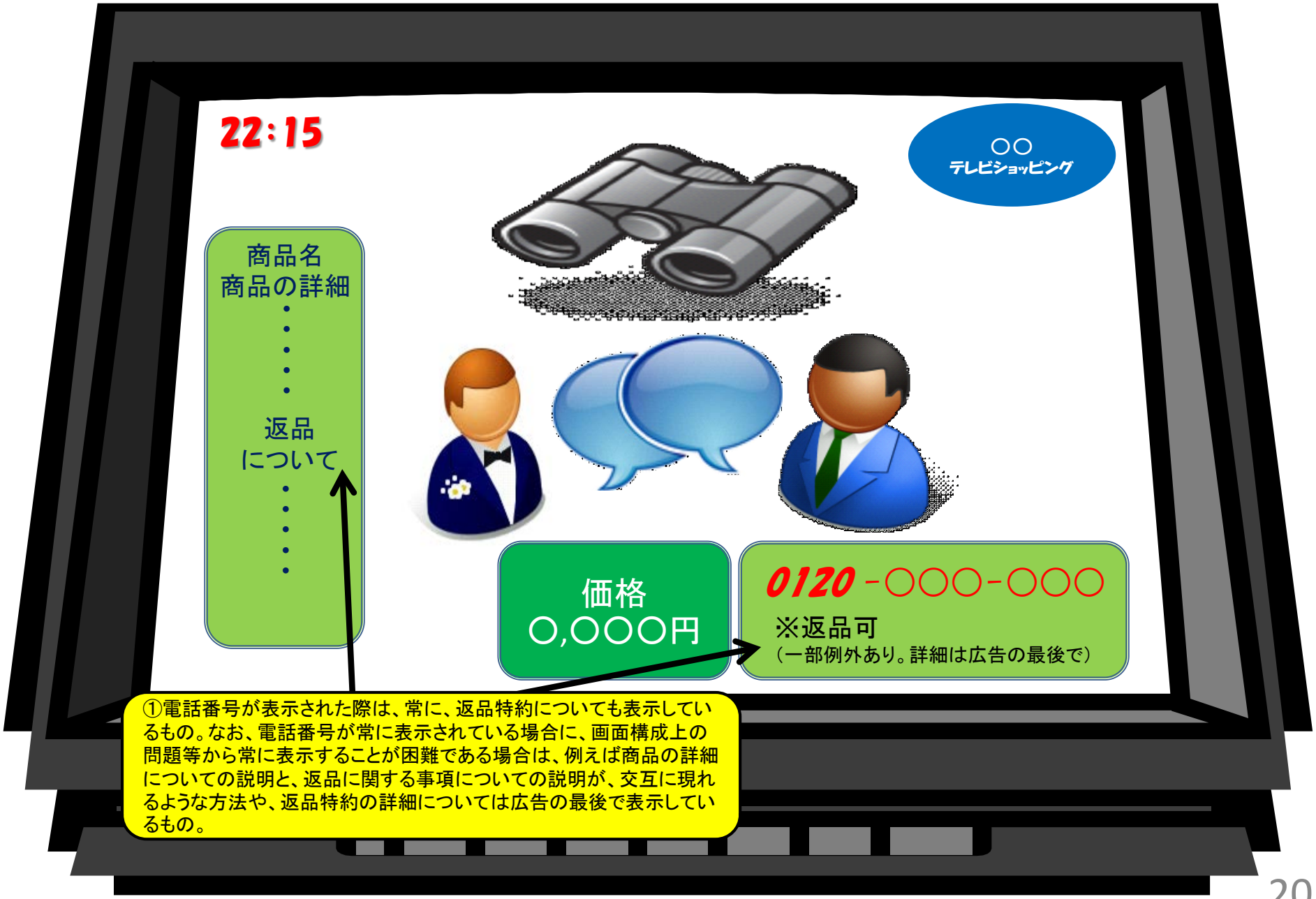
①インデックスタブ等、それをクリックすると共通表示部分が表示されるものが、表示されていないため、共通表示部分を容易に表示することができないもの。

（カタログ等紙媒体による広告の場合と同様）

②購入の申込みを行う商品について、各々異なる返品特約が適用されるにもかかわらず、返品特約について何らの表示も行っていないもの。

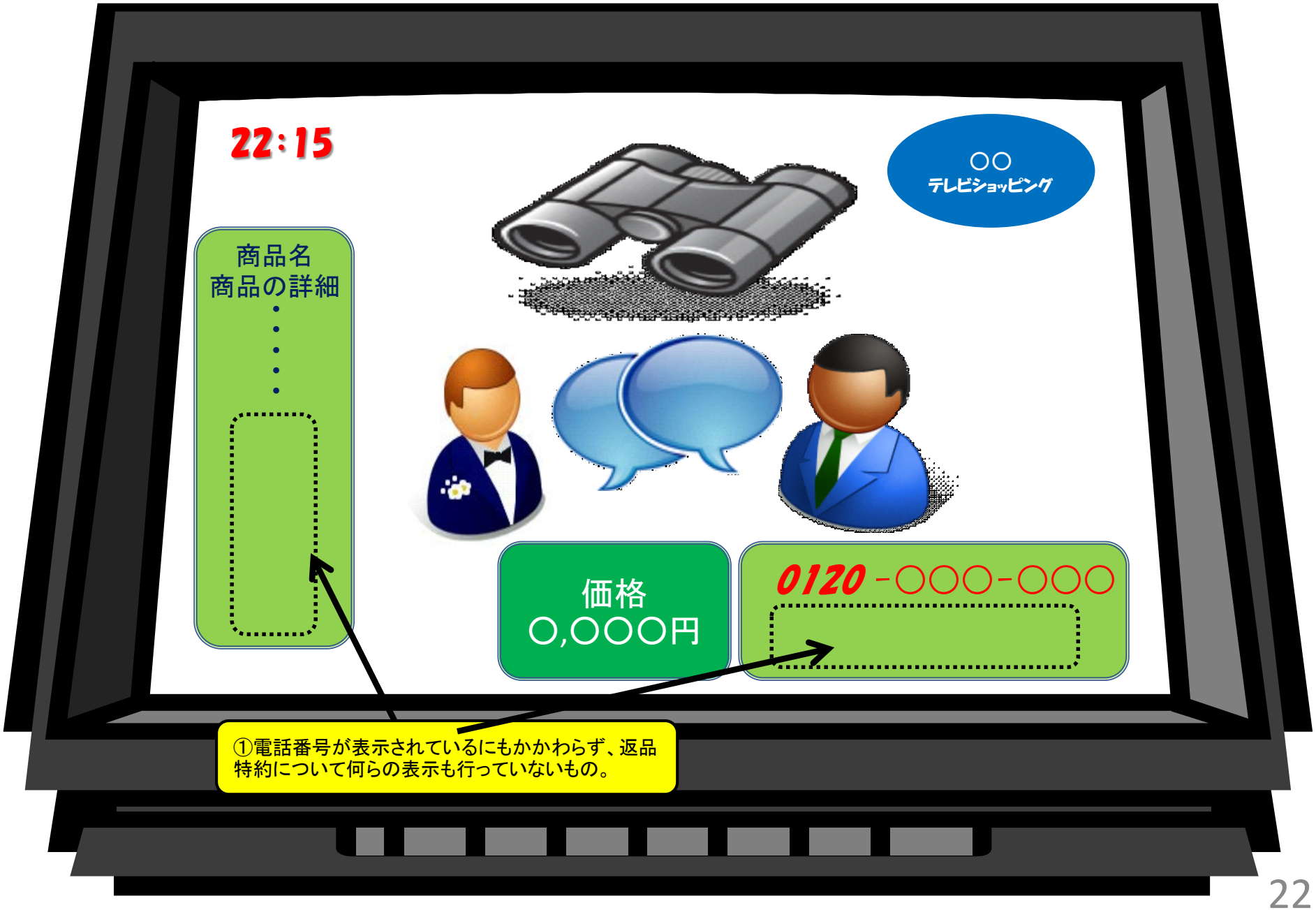
③返品特約について、何度もスクロールしなければ表示されないような、ページの隅等で表示しているため、消費者がそれを認識しづらいもの。

（図7）TVにより広告をする場合（消費者に分かりやすい表示方法①）



（図8）TVにより広告をする場合（消費者に分かりやすい表示方法②）

（図9）TVにより広告をする場合（消費者に分かりにくい表示方法①）



（図10）TVにより広告をする場合（消費者に分かりにくい表示方法②）

（図11）ラジオにより広告をする場合（消費者に分かりやすい表示方法）

①返品特約については、お問い合わせ窓口等で確認できる旨を、明瞭に消費者に伝達しているもの。

「この商品は〇〇が良く･･･」

「詳細は～～であり･･」

「お届け、返品などについては、ご注文の際にお尋ね下さい。窓口の電話番号は･･」

②電話口で、返品特約について、消費者が容易に認識することができるよう、申込み手続きに入る前に、明瞭に伝達しているもの。

「この商品は、到着から〇日以内でございましたら返品が可能です。ただし、ご使用されますと返品することができませんので、ご注意下さい。また、返品のための送料はお客様にご負担いただくこととなります。」

「お申込み手続きに入ります･･。」

（図12）ラジオにより広告をする場合（消費者に分かりにくい表示方法）

①返品特約に関することについて、何らの表示も行っていないもの。

「この商品は〇〇が良く・・・」

「詳細は～～であり・・」

「この商品は〇〇が良く・・・」

「お届け、返品などについては、ご注文の際にお尋ね下さい。窓口の電話番号は・・」

「詳細は～～であり・・」

②返品特約について、お問い合わせ窓口等で確認できる旨を表示しているものの、極めて小さな音声や早口で表示するものや、他の事項に埋没してしまうような方法で表示しているもの。

③電話口において、返品特約に関することについて、何らの伝達も行っていないもの。

「お電話ありがとうございます。早速、お申込み手続きに入ります・・。」

「ご購入する商品について確認いたします・・」

④電話口で、返品特約について消費者に伝達しているものの、極めて小さな音声や早口で伝達するものや、他の事項に埋没してしまうような方法で伝達しているもの。

「お電話ありがとうございます。早速、お申込み手続きに入ります・・。」

「返品はできません。」

「ご購入する商品について確認いたします・・」