

### 第3節 通信販売

#### (通信販売についての広告)

**第11条** 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特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、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。ただし、当該広告に、請求により、これらの事項を記載した書面を遅滞なく交付し、又はこれらの事項を記録した電磁的記録を遅滞なく提供する旨の表示をする場合には、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、これらの事項の一部を表示しないことができる。

- 一 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）
- 二 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
- 三 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
- 四 商品若しくは特定権利の売買契約又は役務提供契約に係る申込みの期間に関する定めがあるときは、その旨及びその内容
- 五 商品若しくは特定権利の売買契約又は役務提供契約の申込みの撤回又は解除に関する事項（第15条の3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、第26条第2項の規定の適用がある場合には同項の規定に関する事項を含む。）
- 六 前各号に掲げるもののほか、主務省令で定める事項

#### 趣 旨

本条は、販売業者等から購入者等に対して広く一般に情報提供を行う手段である広告中に、一定の事項について明確な表示を行わせることで、後日、取引条件等についてトラブルが発生することを防止するための規定であり、取引条件や販売業者等に係る情報の表示を義務付けている。

#### 解 説

- 1 通信販売は、隔地者間での取引であるため、販売条件等についての情報は、まず広告を通じて提供されることとなる。したがって、その広告中の表示が不十分又は不正確であると、後日、それらの点をめぐってトラブルが発生することになる。また、通信販売は訪問販売等の他の取引類型とは異なって、基本的には購入者等が販売業者等から圧力を受けずに契約を締結する意思の形成を行うものであり、本来、購入者等は自らの意思の形成について全面的な自己責任を有するものである。しかし、そのためには、事前の情報提供の段階である広告において、必要な情報が十分に与えられていなければならない。このような観点から通信販売の広告中には、一定事項について明確な表示を行わせることとしたものである。

なお、電子メールやインターネット上のバナー等により広告をする場合は、その本文及び本文中でURLを表示すること等により紹介しているサイト（リンク先）を一体として広告とみなしている。したがって、具体的には以下のように考えられる。

- ① 電子メールやバナー等の本文中では商品等の紹介を一切行わずにURLのみ表示している場合であっても、そのリンク先で通信販売の販売条件等の広告をしている場合は、その電子メールやバナー等は通信販売の広告に該当する。
  - ② 電子メールやバナー等の本文中で商品等の紹介を行う場合、特に表示場所が限定されていない表示事項については、本文、リンク先のいずれに表示してもよい。ただし、URLが見つかりにくい場所に表示されていたり、当該箇所がリンクであるかどうかが不明瞭であったりするなど、本文とリンク先の一体性が確保されていないと認められる場合は、本条の規定による表示義務が満たされていない。
- (1) 「通信販売をする場合の商品若しくは特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」

この規定は、通信販売の販売条件等の広告をする場合の規定であり、販売業者等がその広告に基づき通信手段により契約の申込みを受ける意思が明らかであり、かつ、消費者がその表示により契約の申込みをすることができるものであれば、ここにいう「広告」に該当する。したがって、通信販売を行う旨について明確に表示されている場合のほか、送料や口座番号等を表示している場合や、購入が実店舗では不可能な商品の広告等も通信販売広告に該当する。他方、当該商品のイメージ広告等は、ここでいう通信販売広告には該当しない。

また、広告は方法のいかんを問わない。したがって、新聞、雑誌等に掲載される広告のみならず、カタログ等のダイレクトメール、テレビ放映、折り込みチラシ、インターネット上のウェブサイト（オークションサイトを含む。以下同じ。）、電子メール、SNS等において表示される広告も含まれる。

- (2) 「主務省令で定めるところにより」

広告の内容を明確にするために、省令第24条において広告の表示基準を定めている。詳細については、各号の表示事項の説明を参照のこと。

## 2 表示の省略について

- (1) 「ただし、……表示しないことができる」

通信販売の広告の態様は千差万別であり、広告スペース等は様々である。こうした実態において、全ての広告に本条の各号の表示を義務付けてもいたずらに混乱をもたらすのみならず、ひいては本条も有名無実の規定になってしまうおそれがある。また、広告中に請求に応じてカタログ等の説明書を別途送る旨の表示がされている場合も少なくないが、その場合に、広告にもカタログ等にも重複して表示を義務付けることには疑問がある。かかる観点から、ただし書において広告又はカタログ等のいずれかに本条各号の事項が表示されていればよいこととしたものである。

- (2) 「請求により、これらの事項を記載した書面を遅滞なく交付し、又はこれらの事項を記録した電磁的記録を遅滞なく提供する旨の表示」

このような趣旨が分かる表示であればよく、具体的な文言、様式のいかんは問わない。すなわち、本条ただし書の規定に適合する表示であるためには、①取引内容等についての事項が表示されている書面又は電磁的記録である旨及び②請求に応じて遅滞なく送付する旨が分かるものであることが必要であるが、①については例えば、「説明書」、「カタログ」等の用語、②については例えば、「請求あり次第」、「申出次第」等の用語を用いたものでも差し支えない。したがって、最も簡単な表示を行うとすれば「請求次第カタログ送付」等でもよい。

なお、広告中にこのような表示をしている場合に請求に応じてカタログ等を送付すれば、その送付されたカタログは、「これらの事項を記載」してあるべき書面であるとみなされる。

また、電子メールやウェブサイト等の電磁的方法により広告をする場合において、「電磁的記録を遅滞なく提供する旨の表示」をするときは、表示事項の一部を表示しないことができる。すなわち、インターネット上で広告をする場合、そもそもインターネットに接続している者を対象に広告をしているものであるから、広告表示事項の一部を広告に掲載しない際には、これを書面に記載して交付するというオプションを必ず顧客に与えなければならないとすることは不合理であることから、請求により電子メール等で情報提供をする旨の表示で足りることとする必要がある。他方で、新聞、雑誌等の媒体で広告をする場合については、広告を見た者が請求をすれば、書面により情報を得られることを確保する必要があるため、「これらの事項を記載した書面を遅滞なく交付」する旨の表示でなければならない。

また、実際に請求があった場合に「遅滞なく」書面又は電磁的記録により省略された全ての事項を提供できるような措置を講じていなければ、本条ただし書によって省略をすることはできない。ここでいう「遅滞なく」提供されることとは、販売方法等の取引実態に即して、申込みの意思決定に先立って十分な時間的余裕をもって提供されることをいう。例えば、インターネット・オークションにおいては、通常、短期間の申込みの期間が設定されており、その直前に多数の者が競い合って申込みをすることも多いため、「遅滞なく」提供することは困難であると考えられる。

なお、広告スペースが十分に確保できる場合には、広告で本条各号の事項の表示を省略した上で請求により「遅滞なく」提供するよりも、当初から広告に全て表示することが望ましいと考えられる。

- (3) 「主務省令で定めるところにより、これらの事項の一部を表示しないことができる」

本条により「請求により詳しい販売条件を記載した書面（又は電子メール等の電磁的記録）を送付（提供）する」ことを表示した場合、広告の表示事項を一部省略することができる旨の規定であるが、省略に当たって、部分表示であると誤解が生じやすい事項

について部分表示を行うことや、省略すると申込者に不利を生じやすい事項について省略することなどの弊害を防止するため、省令第25条において次のとおり省略基準を規定している。ただし、省略する場合、別途交付する書面又は提供する電磁的記録には省略された表示事項の全てを表示しなければならない。

ア 販売価格、送料等購入者等の負担すべき金銭は、それらの全部を表示するか、あるいは全部を表示しないかのどちらかであり、一部の表示をすることはできない。

イ 販売価格、送料等購入者等が負担すべき金銭の全部を表示する場合にも、全部を表示しない場合にも、以下の事項の表示は省略できない。

- ① 契約に係る申込みの期間に関する定めがあるときは、その旨及びその内容
- ② 返品に関する事項（返品の可否・返品の期間等条件・返品の送料負担の有無）
- ③ ソフトウェアを使用するための動作環境
- ④ 契約を2回以上継続して締結する必要があるときは、その旨及び金額、契約期間その他の販売条件又は提供条件
- ⑤ 販売数量の制限等特別の販売条件又は提供条件があるときは、その内容
- ⑥ 請求により交付する書面又は提供する電磁的記録が有料のときは、その額
- ⑦ （電子メールで広告するときは）電子メールアドレス

ウ 販売価格、送料等購入者等が負担すべき金銭の全部を表示する場合は、加えて、次の場合に省略できない事項がある。

- ① 「商品若しくは権利の代金又は役務の対価の支払時期」については、その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

金銭の全部又は一部の支払が商品の引渡し等に先立って行われる場合、最初の広告にその旨の表示がないと申込者は申込みだけを行い、代金等の支払が前払方式であることが分かった段階で代金等を送るという申込者にとって二重の手間になるおそれがあること、代金等の支払が前払方式かそれ以外かによって申込者のリスクが異なり、購入態度に大きく影響すること等の理由により、省略できないこととしている。

なお、代金引換のように、商品の引渡し等と同時に契約に係る金銭の一部又は全部が支払われる場合は、上記の場合には該当せず、本事項の記載を省略することができる。

- ② 「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」については、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

申し込んだ後、遅滞なく商品を送付しない場合等には、申込者の地位は不安定であり、不測の不利益を被る可能性があるため、あらかじめ明示させることとしている。「遅滞なく」とは、取引の実態からみて1週間程度である。

- ③ 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に販売業者がその不適合の責任を負わない場合

その責任に関する事項についての表示は省略することができない。

何も表示されていない場合は、購入者としては、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ない場合の責任については、民法一般原則に従うと考えるのが一般的であるので、販売業者がその責任を負わない場合にはあらかじめ表示させることとしている。ただし、当然のことではあるが、公序良俗違反等民法の強行法規に違反する場合や消費者契約法の不当条項規定に該当するような場合は、たとえ表示されていたとしても無効である。

以上の省略基準を表すると次表のとおりである。

表 示 事 項		販売価格・送料その他消費者の負担する金銭（法第11条第1号、省令第23条第4号）	
		全部表示したとき	全部表示しないとき
代金等の支払時期 （法第11条第2号）	前払のとき	省略できない	省略できる
	前払以外のとき	省略できる	
代金等の支払方法 （法第11条第2号）		省略できる	省略できる
商品の引渡時期等 （法第11条第3号）	遅滞なく商品送付	省略できる	省略できる
	それ以外	省略できない	
契約に係る申込みの期間に関する定めがあるときは、その旨及びその内容 （法第11条第4号）		省略できない	省略できない
返品に関する事項を除く契約の申込みの撤回又は解除に関する事項 （法第11条第5号本文）		省略できる	省略できる
返品に関する事項（返品の可否・返品の期間等条件・返品の送料負担の有無） （法第11条第5号括弧書き）		省略できない	省略できない
販売業者の氏名等 （省令第23条第1号）		省略できる	省略できる
法人であって電子情報処理組織を使用する広告の場合においては法人の代表者名又は責任者名 （省令第23条第2号）		省略できる	省略できる
外国法人又は外国に住所を有する個人		省略できる	省略できる

事業者であって、国内に事務所等を有する場合においては、当該事務所等の所在場所及び電話番号 (省令第23条第3号)			
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 (省令第23条第5号)	負わない	省略できない	省略できる
	それ以外	省略できる	
ソフトウェアを使用するための動作環境 (省令第23条第6号)		省略できない	省略できない
契約を2回以上継続して締結する必要があるときは、その旨及び金額、契約期間その他の販売条件又は提供条件 (省令第23条第7号)		省略できない	省略できない
販売数量の制限等特別の販売条件又は提供条件があるときは、その内容 (省令第23条第8号)		省略できない	省略できない
請求により交付する書面又は提供する電磁的記録が有料のときは、その額 (省令第23条第9号)		省略できない	省略できない
(電子メールで広告するときは) 電子メールアドレス (省令第23条第10号)		省略できない	省略できない

なお、電磁的記録により広告をする場合は、以下の方法によらなければならない(省令第25条第3項・第4項)。

- ① 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

例えば、電子メールのような手段がこれに当たる。この方法を用いる場合、技術的基準として、「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」に適合することが求められる。これはあくまでも技術的基準であって、単に当該顧客がプリンタ等の出力装置を有しないために書面を作成できないような場合を想定したものではなく、プリントアウトができないような技術的措置を講じたファイルを送信することを排除するためのものである。

- ② 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

販売業者又は役務提供事業者のウェブサイト上で書面に記載すべき事項を掲載し、顧客の閲覧に供し、顧客が当該事項をダウンロードして自己の使用する電子計算機

に保存する場合等がこれに当たる。具体的な提供の方法としては様々なものがあり得るが、例えば、顧客にIDとパスワード（又は注文受付番号等）を付与し、それらを顧客が入力することによって書面に記載すべき事項を閲覧・ダウンロードできるような仕組み等が想定される。

なお、技術的基準については、①と同様のものが求められる。

- ③ 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。「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

顧客の使用する電子計算機の記憶装置の容量が少なく、書面に記載すべき事項を記録することができない場合について規定したものである。電子計算機とは、いわゆるパーソナル・コンピューターのみを想定したものではなく、演算機能と入出力装置を持つものを広く想定したものであるが、十分な記憶装置を伴わない電子計算機をも念頭に置く必要があったため本規定を置くこととした。なお、タブレットPCやスマートフォンについても電子計算機に該当する。具体的な提供方法については、顧客にIDとパスワード（又は注文受付番号等）を付与し、それらを顧客が入力することによって書面に記載すべき事項を閲覧できるような仕組み等が想定される。

技術的基準としては、「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、又は改変することができないものであること」が求められる。

### 3 表示事項について

- (1) 「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）」（第1号）

「商品若しくは権利の販売価格又は役務の対価」については、基本的に当該商品又は当該権利そのものの販売価格や当該役務そのものの対価を表示することとなる。

また、販売業者等が消費者から消費税を徴収する場合には、消費税を含んだ価格を意味するものとする。

「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」については、販売価格のみの表示であれば、送料は其中に含まれているものと推定されることとなる。

また、省令第24条第1号においては、「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」とされている。この規定は、送料の表示について「送料実費」等の表示ではなく、金額表示を行うことにより購入者の負担する費用を明確化しようとするものである。

しかし、広告の態様は、千差万別でそのスペースは大小様々であり、他方、送料は地域別、重量別に細かく定められているのが通例であるので、全ての場合を広告に表示さ

せることは、実態にそぐわない面がある。

したがって、購入者が自ら負担すべき送料についておよその目途を立て得る表示として、例えば、①最低送料と最高送料、②平均送料、③送料の数例等の表示でもよい。

(表示例)

- ① 最低送料と最高送料の表示の場合

送料〇〇円（東京）～〇〇円（沖縄）

- ② 平均送料の表示の場合

送料〇〇円（約〇%の範囲内で地域により異なります。）

- ③ 数例の表示の場合

送料〇〇円（東京）

〇〇円（大阪）

〇〇円（鹿児島）

なお、上記の例はあくまで広告スペースが不足している場合の表示例であり、スペースに余裕がある場合はできる限り詳細に記載する必要がある。また、広告スペースが不足している場合においても、上記のような表示に加えて、消費者からの請求により、遅滞なく、送料に関する詳細な金額等の情報を書面又は電磁的記録により提供するとの取扱いを行うことが望ましい。

- (2) 「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」（第2号）

「支払の時期及び方法」については、銀行振込、クレジット、代金引換、現地決済等の支払方法の別のほか、特に金融機関、コンビニエンスストア等で振込や支払手続を行う必要がある場合には、前払い又は後払いのいずれであるかを明示するとともに、いつまでに支払を済ませる必要があるのかという具体的な時期も表示する必要がある。

- (3) 「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」（第3号）

「商品の引渡時期」及び「役務の提供時期」については、商品の引渡し又は役務の提供が複数回にわたる場合は、回数、期間等が明確になるよう記載しなければならない。また、「権利の移転時期」については、実質的に権利の行使が可能となる時期を表示しなければならない。

また、省令第24条第2号においては、「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」とされている。通信販売、特に前払式通信販売の場合には、申込みの後、いつ商品が引き渡されるか分からないと購入者の地位が不安定になるので、商品の引渡時期は、例えば、「入金確認後〇日以内」や「入金確認後〇月〇日まで」のように明確に表示しなければならない。

- (4) 「商品若しくは特定権利の売買契約又は役務提供契約に係る申込みの期間に関する定めがあるときは、その旨及びその内容」（第4号）

申込期間について不実の表示を行い、当該商品が期間経過後に購入できなくなると消費者に誤認させるような不当な表示等を防止する観点から、申込期間を設けている



場合には正しく表示することが求められる。したがって、「申込みの期間に関する定めがあるとき」については、商品の販売等そのものに係る申込期間を設定する場合（購入期限のカウントダウンや期間限定販売など、一定期間を経過すると消費者が商品自体を購入できなくなるもの）が該当する。他方、申込みについて「期間」に該当しない何らかの販売条件又は提供条件がある場合（例えば、個数限定販売）や、価格その他の取引条件（価格のほか、数量、支払条件、特典、アフターサービス、附属的利益等）について一定期間に限定して特別の定めが設けられている場合は該当しない。

その表示に当たっては、申込みの期間に関する定めがある旨とその具体的な期間が消費者にとって明確に認識できるようにする必要がある。例えば、「今だけ」など、具体的な期間が特定できないような表示では、表示したことにはならない。

- (5) 「商品若しくは特定権利の売買契約又は役務提供契約の申込みの撤回又は解除に関する事項（法第 15 条の 3 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、第 26 条第 2 項の規定の適用がある場合には同項の規定に関する事項を含む。）」（第 5 号）

契約の申込みの撤回又は解除に関する事項の意味である。

令和 3 年改正以前は、商品又は特定権利についての売買契約のみを対象とした規定であったが、役務についても解約等に関するトラブルは生じており、同様に申込みの撤回又は解除に関する事項の表示が必要であると考えられたことから、同改正によって役務提供契約についても対象に加えることとした。

契約の申込みの撤回又は解除に関して、その条件、方法、効果等について表示する必要がある。商品又は特定権利の売買契約の場合は、法第 15 条の 3 第 1 項ただし書に規定する特約（いわゆる返品特約）があればその内容も含まれるところ、その表示方法等の詳細については「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」も参照されたい。また、役務提供契約の場合は、1 回の役務提供を行う契約であれば申込みの撤回の可否やその方法等を、複数回又は一定期間の役務提供を行う契約であれば契約途中の解約に係る方法等を分かりやすく表示しなければならない。

また、例えば、定期購入契約において、解約の申出に期限がある場合には、その申出の期限も、さらに、解約時に違約金その他の不利益が生ずる契約内容である場合には、その旨及び内容も含まれる。

解約方法を特定的手段に限定する場合、とりわけ、消費者が想定しないような限定がなされる場合（例：電話した上で更にメッセージアプリ等を操作する必要がある、消費者から追加の個人情報を提出しなければならない等）や、解約受付を特定の時間帯に限定している、消費者が申込みをした際の手段に照らして当該消費者が容易に手続を行うことができると考えられる手段での解約連絡を受け付けられない等の場合には、当該内容については、特に消費者が明確に認識できるように表示することが必要である（ただし、これはあくまでも法第 11 条における表示事項について述べたものであり、解約方

法に制約がある旨を表示することによって、当該制約が民事的に有効となることを意味するものではない。不当に消費者の権利を制限し又はその義務を加重する条項は、消費者契約法等により無効となることがある。。

加えて、解約方法として例えば電話による連絡を受け付けることとしている場合には、確実につながる電話番号を掲載しておく必要があり、この場合、解約を受け付ける電話番号については、後述の省令第23条第1号の表示義務となる電話番号と同じ番号であっても、申込みの撤回又は解除に関する事項に係る表示として、解約を受け付ける電話番号であることが認識できるように別途表示しておくべきものである。表示された電話番号に消費者から電話をかけても一切つながらないような場合や、窓口担当者に用件を伝えて折り返しの連絡を依頼した後に一向にその連絡がないような場合は、「契約の申込みの撤回又は解除に関する事項」の表示義務に違反するおそれがある。

(注) 本号の規定のうち、商品の返品に係る内容については、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、販売業者に契約違反のない状態において、返品を認めるか否か、その際の条件は何か、送料の負担の有無等の表示を義務付ける規定であり、他方、省令第23条第5号は、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ない場合の販売業者の責任について特約する場合にその旨の表示を義務付ける規定である。

前者は絶対的表示事項であり、後者は民商法一般原則によらず特約する場合のみ表示することを義務付けた表示事項である。

したがって、これらの事項について表示する場合は、当該表示が法第11条第5号に基づく表示（いわゆる返品特約の有無等）であるか、省令第23条第5号に基づく表示（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についての特約）であるか、あるいは双方を同時に表示したものであるかを明確にする必要がある。

例えば、商品の返品について、法第11条第5号に基づく内容のみを表示する場合（この場合は、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ない場合の販売業者の責任は民商法一般原則によることになる。）は、「商品に欠陥がない場合であっても、全ての商品について○日間に限り、送料は購入者負担により返品に応ずる。」「商品に欠陥がある場合を除き、返品に応じない。」等を表示することになる。法第11条第5号及び省令第23条第5号の双方に基づく表示をする場合は、「商品に欠陥がある場合に責任を負うとともに、商品に欠陥がない場合であっても全ての商品について○日間に限り、送料は購入者負担により返品に応ずる。」「商品に欠陥がある場合は責任を負うが、商品に欠陥がない場合は返品に応じない。」などの表示がなされることとなる。「全ての商品について○日間に限り、送料は購入者負担により返品に応ずる。」「返品に応じない。」などの表示は法第11条第5号に基づく表示であるか、省令第23条第5号

に基づく表示であるか不明確であるため、明確な表示を行うことが望ましい（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、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す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。）。

その他、省令第24条第3号では、契約の申込みの撤回又は解除に関する事項（法第15条の3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」とされている。申込みの撤回又は解除に関する事項について、例えば、これが極めて小さい文字で表示されているは無意味であり、顧客にとって明瞭であるよう表示しなければならない。

なお、特に返品特約について、「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」とはどのようなものであるかの詳細については、広告の形態に応じ、具体的な事例を示している「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」を参照のこと。

(6) 「前各号に掲げるもののほか、主務省令で定める事項」（第6号）

省令第23条において次のとおり定めている。

- ① 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 販売業者又は役務提供事業者が法人であって、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 販売業者又は役務提供事業者が外国法人又は外国に住所を有する個人であって、国内にその行う事業に係る事務所、事業所その他これらに準ずるもの（事務所等）を有する場合には、当該事務所等の所在場所及び電話番号
- ④ 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 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についての定めがあるときは、その内容
- ⑥ 磁気的方法又は光学的方法によりプログラム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 商品若しくは特定権利の売買契約又は役務提供契約を2回以上継続して締結する必要があるときは、その旨及び金額、契約期間その他の販売条件又は提供条件
- ⑧ 商品の販売数量の制限その他の特別の商品若しくは特定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
- ⑨ 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条ただし書の書面又は電磁的記録を請求した者に当該書面又は電磁的記録に係る金銭を負担させるときは、その額
- ⑩ 電子メールにより広告をするときは、販売業者又は役務提供事業者の電子メールアドレス

①の「氏名又は名称」については、個人事業者の場合は戸籍上の氏名又は商業登記簿に記載された商号を、法人の場合は、登記簿上の名称を記載することを要し、通称や屋号、サイト名は認められない。「住所」については、法人及び個人事業者の別を問わず、現に活動している住所（法人の場合は、通常は登記簿上の住所と同じと思われる。）を正確に表示する必要がある。いわゆるレンタルオフィス等であっても、現に活動している住所といえる限り、法の要請を満たすと考えられる。

また、「電話番号」については、確実に連絡が取れる番号を表示することを要する。使用されていない電話番号を表示する場合や発信専用の番号で消費者側から架電しても一切つながらないような場合等は、確実に連絡が取れる番号とはいえず、また、使用可能な電話番号を広告上掲載している場合においても、販売業者等が意図的に、常に電話を取らない状態にしている場合等には、確実に連絡が取れる番号を表示していることにはならない。

なお、個人事業者が通信販売を行う場合において、プラットフォーム事業者やバーチャルオフィスの住所及び電話番号を連絡先として表示することについても考え方は同様であり、以下のような措置が講じられ、住所及び電話番号について上記の要件が満たされる場合においては、通信販売の取引の場を提供するプラットフォーム事業者やバーチャルオフィスの住所及び電話番号を表示することによっても、法の要請を満たすものと考えられる。

- 個人事業者がプラットフォーム事業者の住所及び電話番号を表示する場合、当該個人事業者の通信販売に係る取引の活動が、当該プラットフォーム事業者の提供するプラットフォーム上で行われること
- 個人事業者がプラットフォーム事業者又はバーチャルオフィスの住所及び電話番号を表示する場合、当該プラットフォーム事業者又は当該バーチャルオフィスの住所及び電話番号が、当該個人事業者が通信販売に係る取引を行う際の連絡先としての機能を果たすことについて、当該個人事業者と当該プラットフォーム事業者又は当該バーチャルオフィス運営事業者との間で合意がなされていること
- 個人事業者がプラットフォーム事業者又はバーチャルオフィスの住所及び電話

番号を表示する場合、当該プラットフォーム事業者又は当該バーチャルオフィス運営事業者は、当該個人事業者の現住所及び本人名義の電話番号を把握しており、当該プラットフォーム事業者又は当該バーチャルオフィス運営事業者と当該個人事業者との間で確実に連絡が取れる状態となっていること

ただし、個人事業者、プラットフォーム事業者又はバーチャルオフィス運営事業者のいずれかが不誠実であり、消費者から連絡が取れないなどの事態が発生する場合には、法の表示義務を果たしたことはない。

②の「電子情報処理組織を使用する方法」とは、インターネット上のウェブサイト、電子メール等を利用した広告を指すものである。また、「通信販売に関する業務の責任者」とは、通信販売に関する業務の担当役員や担当部長等実務を担当する者の中での責任者を指すものであり、必ずしも代表権を有さなくてもよい。

③の「販売業者又は役務提供事業者が外国法人又は外国に住所を有する個人であつて、国内にその行う事業に係る事務所、事業所その他これらに準ずるもの……を有する場合には、当該事務所等の所在場所及び電話番号」については、通信販売を行う外国法人又は外国に住所を有する個人が日本国内に事務所等を有している場合には、消費者からの問合せ等が容易になるよう、国内事務所等の所在場所及び電話番号についても表示することを義務付けるものである。

なお、「所在場所」とは、省令第23条第1号に規定する「住所」と同様、番地等まで正確に表示する必要があるが、例えばビルの一室を事務所としている場合には、建物名及び部屋番号も省略せずに表示する必要がある。「電話番号」については前記①同様に、確実に連絡が取れる番号を表示する必要がある。

(注) 第1号から第3号までに定める事項は、販売業者等の属性に関するものであることから、広告中には、消費者が容易に認識することができるような文字の大きさ・方法をもって、容易に認識することができるような場所に表示しなければならない。

また、インターネット上のウェブサイトなどパソコンやタブレット画面上等の広告では、画面のスクロールや画面の切替えを要せずに、法に定める広告事項の全てを表示することが望ましいが、特に第1号から第3号までに定める事項については、画面上に広告の冒頭部分を表示したときに認識することができるように表示すべきである。ただし、やむを得ず、冒頭部分への表示を行うことができないときには、冒頭部分から容易に表示箇所への到達が可能となるような方法又は契約の申込みのための画面に到達するにはこれらの事項を表示した画面の経由を要するような方法をあらかじめ講ずべきである。例えば、インターネット上のウェブサイトにおいて、広告をする画面上に、第1号から第3号までに定める事項が表示されていることが容易に判断できる表現（「特定商取引法に基づく表記」、「会社概要」等）によりリンクや画面切替えのためのタブが用意され

ている場合は、冒頭部分から容易に表示箇所への到達が可能となるような方法に該当する。

④の「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」については、消費者が負担するのが当然な負担以外の負担を消費者に求める場合には、それを全て表示することを要する。例えば、工事費、組立費、設置費、梱包料、代金引換手数料等であり、表示例としては以下のようなものが考えられる。

(表示例)

(例1)	販売価格	〇〇〇円
	送料	〇〇〇円
	工事費	〇〇〇円
	梱包料	〇〇〇円

(例2)	販売価格	〇〇〇円 (送料を含む)
	工事費・梱包料	〇〇〇円

⑥の「仕様及び性能その他の必要な条件」とは、プログラム等のソフトウェアを利用するために必要な電子計算機の動作環境（OSの種類、CPUの種類、メモリの容量、ハードディスクの空き容量等）のことである。いわゆるソフトウェアに係る取引を行うに際しては、当該ソフトウェアの動作環境（ソフトウェアを使用できるOSの種類、CPUの種類、メモリの容量、ハードディスクの空き容量など）についての情報を事前に入手できることが不可欠であるため、通信販売において、ソフトウェアに係る取引の広告を行う際には、その動作環境の表示を義務付けているものである。

⑦の「商品若しくは特定権利の売買契約又は役務提供契約を2回以上継続して締結する必要があるときは、その旨及び金額、契約期間その他の販売条件又は提供条件」は、例えば、「初回お試し価格」等と称して通常価格よりも低い価格で商品を販売する旨が表示されているが、当該価格で商品を購入するためには、その後通常価格で〇回分の定期的な購入が条件とされている等、申込者が商品の売買契約等を2回以上継続して締結する必要がある場合の表示義務事項である。「その他の販売条件」には、それぞれの商品の引渡時期や代金の支払時期等が含まれる。

期間の定めを設けていない定期購入契約（購入者から解約の申入れがない限り契約が継続されるもの）の場合は、表示事項のうち「金額」は、例えば、半年分や1年分など、まとまった単位での購入価格を目安として表示するなどして、当該契約に基づく商品の引渡しや代金の支払が1回限りではないことを消費者が容易に認識できるようにすることが望ましい。また、「契約期間」については、当該契約が消費者から解約通知がない限り契約が継続する無期限の契約である旨を示す必要がある。

なお、1回の契約で複数回の商品の引渡しや代金の支払を約することとなる場合等は、法第11条第1号から第3号までの規定により、購入者が支払うこととなる代金の

総額等の条件を全て正確に表示しなければならない。

- 4 本条違反行為に対する罰則は規定されていないが、本条に違反する行為については、主務大臣による指示（法第 14 条）や業務停止命令（法第 15 条）等の対象となる。

### **（誇大広告等の禁止）**

**第 12 条** 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特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又は当該役務の役務提供契約の申込みの撤回又は解除に関する事項（第 15 条の 3 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。

### **趣 旨**

本条は、通信販売における広告が、一般消費者を誘引する際の手段であり、かつ、申込者の意思形成は主として広告によりなされるため、虚偽・誇大広告による消費者トラブルを未然に防止する必要があることから設けられたものである。

### **解 説**

- 1 「通信販売をする場合の……広告をするとき」

法第 11 条の解説 1 (1)を参照。

- 2 「その他の主務省令で定める事項」

省令第 26 条で次のように定めている。

- ① 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 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 商品の原産地若しくは製造地、商標又は製造者名
- ④ 法第 11 条各号に掲げる事項

①の「商品の種類」とは、商品の機種等のことであり、例えば、インターネットを利用した通信販売において「データの更新日」を明示しないことにより、既に新型ではなくなっている商品に「最新機種」等の表示を行うことで、消費者に当該商品が最新機種であるかのような誤認をさせるトラブル等に対応するためのものである。

「商品の……性能」とは、機械等の性質又は能力のほか商品等の有する安全性も含意する。例えば、国の安全基準を満たす商品であるとして広告上で表示していたにもかかわらず、実際には基準を満たす安全性を有していないような場合も「商品の……性能」につい

て事実と相違する表示又は誤認させるような表示に該当し得る。「品質」とは、品物の性質、しながら（品柄：品質の善し悪し）のことである。また、「役務の……内容」又は「権利の……内容」とは、役務又は権利の実質のことであり、それぞれそのもの自身が有する特質のことを意味する。例えば、パーソナル・コンピューターの処理能力、健康食品の成分・賞味期限、エステティックにおける具体的施術等がこれに該当する。

他方、「商品の……効能」又は「役務の……効果」とは、商品を使用すること又は役務の提供を受けること等により得られる効き目のことである。例えば、近視眼矯正器による視力回復の程度、ダイエット食品による体重減少の程度、家庭教師による成績の向上等はこれに該当する。

②は、法令上の権限によるものであるかどうかを問わず、当該商品等への国、地方公共団体等の関わりのことであり、例えば、「〇〇省認定」、「〇〇省推薦」、「〇〇県公認」等の表示はこれに該当する。また、商品・権利・役務についての認定等（例えば、「この製品は、〇〇省認定」等の表示）のほか、事業者についての認定等（例えば、「当社は、〇〇省認定事業者」の表示、通信販売協会の会員企業ではないにもかかわらず会員企業であるかのような表示等）、事業についての認定等（例えば、「〇〇省認定事業」等の表示）が含まれる。

③の商品の「商標」とは、例えば、インターネットを利用した通信販売において、有名ブランドのバッグなどの模倣品などが取引され、消費者が誤認して契約をしてしまうことが多いことから、このようなトラブルを防止するために規定したものである。

3 「著しく事実と相違する表示をし、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」

虚偽・誇大広告の基準として「事実と相違する」と「実際のものよりも……優良……有利であると人を誤認させる」の2点を設けたが、共に「著しい」場合のみを対象としている。これは、通常の商取引においては顧客を引きつけるためにある程度の誇張がなされ、駆け引きが行われるのが常態であり、顧客においても当然に予想し得るところであるので、そのような通常の場合を超えた「著しい」場合のみ適用することとした。具体的に何が「著しい」に該当するかの判断は、個々の広告について判断されるべきであるが、例えば、一般消費者が広告に書いてあることと事実との相違を知っていれば、当該契約に誘い込まれることはない等の場合は、該当すると考えられる。

また、誇大広告であるかどうかの判断基準は、一般消費者からみて誤認するような表示であれば足り、専門的知識を有する者にその基準を求めるものではない。

4 本条に違反して著しく事実と相違する表示をし、又は実際のものよりも著しく優良若しくは有利と誤認させるような表示をしたときは、当該違反行為をした者は、100万円以下の罰金が科される（法第72条第1項第1号）ほか、主務大臣による指示（法第14条）や業務停止命令（法第15条）等の対象となる。



### (合理的な根拠を示す資料の提出)

**第 12 条の 2** 主務大臣は、前条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。

### 趣 旨

通信販売において、商品・役務の「効能」・「効果」等に関して誇大な広告等に起因する消費者トラブルが見受けられたことを踏まえ、迅速な行政処分を可能とするため本条が規定された。

### 解 説

本条は、販売業者等が、法第 12 条の規定に違反して誇大広告等をした疑いがあり、その判断をするために必要な場合には、主務大臣が、当該販売業者等に対して、期間を定め、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とし、当該販売業者等がその資料を提出しない場合には、行政処分を行うに際して法第 12 条に違反して誇大広告等をしたものとみなすこととする規定である。

(1) 「前条に規定する表示」

法第 12 条の禁止規定に違反する誇大広告等の表示である。

(2) 「期間を定めて」

「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—」に規定されているとおり、資料の提出を求められた日から原則として 15 日間とする。

(3) 「合理的な根拠を示す資料」

①提出資料が客観的に実証された内容のものであること及び②広告において表示された性能、効果等と提出資料によって実証された内容が適切に対応していることの双方の要件を満たすことが必要である。

(4) 「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」

本条は、法第 14 条第 1 項に基づく指示及び法第 15 条第 1 項に基づく業務停止命令に際して適用される。法第 12 条違反行為は、罰則の対象ともなっているが、販売業者等の違反状態を「みなす」という本条の効果にも鑑み、罰則については適用されない。

なお、詳しくは「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—」を参照のこと。

### (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)

**第12条の3** 販売業者又は役務提供事業者は、次に掲げる場合を除き、通信販売をする場合の商品若しくは特定権利の販売条件又は役務の提供条件について、その相手方となる者の承諾を得ないで電子メール広告（当該広告に係る通信文その他の情報を電磁的方法により送信し、これを当該広告の相手方の使用に係る電子計算機の映像面に表示されるようにする方法により行う広告をいう。以下同じ。）をしてはならない。

一 相手方となる者の請求に基づき、通信販売をする場合の商品若しくは特定権利の販売条件又は役務の提供条件に係る電子メール広告（以下この節において「通信販売電子メール広告」という。）をするとき。

二 当該販売業者の販売する商品若しくは特定権利若しくは当該役務提供事業者の提供する役務につき売買契約若しくは役務提供契約の申込みをした者又はこれらにつき売買契約若しくは役務提供契約を締結した者に対し、主務省令で定める方法により当該申込み若しくは当該契約の内容又は当該契約の履行に関する事項を通知する場合において、主務省令で定めるところにより通信販売電子メール広告をするとき。

三 前2号に掲げるもののほか、通常通信販売電子メール広告の提供を受ける者の利益を損なうおそれがないと認められる場合として主務省令で定める場合において、通信販売電子メール広告をするとき。

2 前項に規定する承諾を得、又は同項第1号に規定する請求を受けた販売業者又は役務提供事業者は、当該通信販売電子メール広告の相手方から通信販売電子メール広告の提供を受けない旨の意思の表示を受けたときは、当該相手方に対し、通信販売電子メール広告をしてはならない。ただし、当該意思の表示を受けた後に再び通信販売電子メール広告をすることにつき当該相手方から請求を受け、又は当該相手方の承諾を得た場合には、この限りでない。

3 販売業者又は役務提供事業者は、通信販売電子メール広告をするときは、第1項第2号又は第3号に掲げる場合を除き、当該通信販売電子メール広告をすることにつきその相手方の承諾を得、又はその相手方から請求を受けたことの記録として主務省令で定めるものを作成し、主務省令で定めるところによりこれを保存しなければならない。

4 販売業者又は役務提供事業者は、通信販売電子メール広告をするときは、第1項第2号又は第3号に掲げる場合を除き、当該通信販売電子メール広告に、第11条各号に掲げる事項のほか、主務省令で定めるところにより、その相手方が通信販売電子メール広告の提供を受けない旨の意思の表示をするために必要な事項として主務省令で定めるものを表示しなければならない。

5 前2項の規定は、販売業者又は役務提供事業者が他の者に次に掲げる業務の全てにつき一括して委託しているときは、その委託に係る通信販売電子メール広告については、適用しない。

一 通信販売電子メール広告をすることにつきその相手方の承諾を得、又はその相手方から請求を受ける業務

- 二 第3項に規定する記録を作成し、及び保存する業務
- 三 前項に規定する通信販売電子メール広告の提供を受けない旨の意思の表示をするために必要な事項を表示する業務

## **趣旨**

電子メールによる広告の提供については、その容易性や低廉性から販売業者等が何度もかつ時間に関わりなく送信することが可能という特性があり、消費者の側で開封・廃棄等に時間を浪費させられたり、受信料の負担がかかったりすることもあるなどの問題を有しているほか、広告メールを見て取引に入った消費者がトラブルに巻き込まれる事例も見られた。

このようなトラブルへの実効ある規制として請求や承諾のない電子メール広告を禁止（いわゆる「オプトイン規制」）することで、消費者保護を図ることとした。

オプトイン規制の骨組みは、以下の三つから成っている。

- ① 相手方から請求や承諾がない限り、原則として通信販売電子メール広告を行うことはできない（法第12条の3第1項）。
- ② 相手方から請求や承諾があった場合には、当該請求又は承諾があったことの記録として主務省令で定めるものを3年間保存しておかなければならない（法第12条の3第3項、省令第30条）。
- ③ 送信する通信販売電子メール広告には、相手方が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の連絡方法を記載し、相手方から拒否の意思表示があった場合には、その相手方に対してその後通信販売電子メール広告を行ってはならない（法第12条の3第2項、第12条の3第4項）。

なお、販売業者等が通信販売電子メール広告に関する一定の業務を他者に一括して委託している場合には、その委託を受けた者（通信販売電子メール広告受託事業者）が、上記の②（記録保存義務）と③（表示義務等）の義務を負うこととなる。

## **解説**

### 1 通信販売電子メール広告の原則禁止（第1項）

#### (1) 「承諾」（第1項柱書）

本項における「承諾」があったといえるためには、通信販売電子メール広告が提供されるようになることが相手方に認識されるような方法で承諾の取得が行われる必要がある。

例えば、通信販売により商品を購入した者にその請求・承諾なしに自動的に電子メール広告を提供する場合や、ウェブサイトにおいて、「この懸賞に応募される方はメールアドレスを御記入ください。」という表示のみを行い、当該懸賞に応募のあった消費者のメールアドレス宛てに電子メール広告をする場合は、本項における承諾を取得しているとは解し得ないこととなる。

(2) 「電子メール広告（当該広告に係る通信文その他の情報を電磁的方法により送信し）」  
（第1項柱書）

本項の「電磁的方法」には、省令第27条第1号及び第2号が該当する。電子メール等の送信について他人に委託する場合も含まれるが、販売業者等が電子メール広告に係る一定の業務を一括して他人に委託する場合は、販売業者等ではなくその受託者が規制対象となる（詳細は、法第12条の4における「通信販売電子メール広告受託事業者」の解説を参照のこと。）。

省令第27条第1号の「電話番号を送受信のために用いて電磁的記録を相手方の使用に係る携帯して使用する通信端末機器に送信する方法」とは携帯電話のSMSを規定したものである。

(3) 「当該申込み若しくは当該契約の内容又は当該契約の履行に関する事項を通知する場合」（第1項第2号）

契約の成立、注文確認、発送通知など、当該契約の内容確認や当該契約の履行に関わる重要事項を電子メールで通知する場合に、当該電子メールの一部に付随的に広告を掲載する場合のことである。

ただし、消費者から見て明らかに重要でない事項にもかかわらず、それに付随して電子メール広告を送る場合は適用除外にならない。また、アフターサービスなどに関わる「フォローメール」に付随して電子メール広告を送る場合は、そのサービスが契約履行に不可欠な事項でない限り適用除外にはならない。

例えば、以前に商品を購入した顧客に対して、「以前御購入いただきました商品の具合はいかがでしょう。」などとアフターフォローを行う場合や、「以前は当社の商品を御購入いただき、ありがとうございました。今後ともよろしくお願いたします。」等と単なる挨拶をする場合等、「当該契約の内容又は当該契約の履行に関する事項」を通知するとはいえない内容に付随して電子メール広告を提供する場合は、「当該契約の内容又は当該契約の履行に関する事項を通知する場合」とは解されず、適用除外には該当しない。

(4) 「通常通信販売電子メール広告の提供を受ける者の利益を損なうおそれがないと認められる場合として主務省令で定める場合」（第1項第3号）

第3号の主務省令で定める場合については、具体的には省令第29条第1号及び第2号に規定されており、その内容は以下の二つを規定している。

ア 省令第29条第1号は、相手方からの請求に基づいて、又はその承諾を得て送信する電子メール（例えば、いわゆるメールマガジン）の一部に広告を掲載する場合を規定したものである。

イ 省令第29条第2号は、送信される電子メールの一部に広告を掲載することを条件として、電子メールアドレスを使用させる等のサービス（いわゆるフリーメールやメ

ーリングリスト)を利用して電子メール広告を提供する場合を規定したものである。

この場合、フリーメールサービスを利用して送信されたメールを受信する消費者が、電子メール広告の提供を承諾しているわけではないが、これらのメールは、当該サービスに広告が折り込まれていることを前提として、個人間での情報伝達手段として一般的に活用されているものであるため、規制の適用除外としたものである。

なお、利用者に対して、当該フリーメールサービスを利用するよう強制等することにより、広告が掲載されている電子メールを送信させようとする場合は適用除外にならない。

## 2 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した者に対する通信販売電子メール広告の再送信の禁止 (第2項)

### (1) 「通信販売電子メール広告の提供を受けない旨の意思の表示」(第2項本文)

「通信販売電子メール広告の提供を受けない旨の意思の表示」は、第4項の規定に基づき通信販売電子メール広告に表示される連絡方法(後述)に基づいて行われることとなる。

消費者が「通信販売電子メール広告の提供を受けない旨の意思の表示」を行う際、特に条件(「〇〇の商品に関する電子メール広告はいりません。」「〇月〇日までは電子メール広告はいりません。」など)を付さない限り、消費者は当該販売業者等からの全ての電子メール広告を受け取ることが希望しない旨の意思を表示したこととなる。

また、相手方からの「通信販売電子メール広告の提供を受けない旨の意思の表示」を受けた時点とは、それが電子メールで行われた場合、販売業者等がその意思表示につき了知し得べき客観的状态に置かれた時点、すなわち販売業者等の使用に係るメールアドレスに記録された時点のことである。

### (2) 「通信販売電子メール広告をしてはならない」(第2項本文)

消費者から通信販売電子メール広告の提供を受けない旨の意思の表示を受けている販売業者等は、その表示に特に条件が付されていない限り、当該消費者に対して、別の商品や別のサイト等に係る広告メールであってもその提供を行うことを禁止される。また、同一の販売業者等の広告である限り、別の電子メールアドレスを用いての送信や、別の者に委託しての送信であっても違反行為となり、販売業者等又は後述の通信販売電子メール広告受託事業者が行政処分及び罰則の対象となる。

## 3 承諾等の記録の保存 (第3項)

保存する記録については、消費者からの個別の承諾や請求に係る記録を残しておくことを原則としているものの、省令第30条第1項各号ただし書において、販売業者等が以下の条件を全て満たしているときは、「当該承諾を得、又は請求を受けるために表示した定型的な内容を示す書面等及び当該内容の表示がされた時期を示す書面等」、つまり、消費者からの個別の承諾又は請求の記録ではなく、消費者から請求又は承諾を得る際に共同的に示す定型的な内容(例えば、通信販売のウェブ画面やアンケート用紙において、承

諾を得たい電子メール広告の対象の説明などの記載内容や電子メール広告の提供を承諾する旨のチェック欄などの事項について、一定の共通のものを表示・記載している場合におけるその内容)及びその定型的な内容を使用して承諾又は請求を得た時期(例えば、当該定型的な内容をウェブ画面で表示していた時期や、当該定型的な内容を記載したアンケート用紙を用いていた時期等)の記録で足りることとしている。

- (1) 「当該承諾を得、又は請求を受けるために定型的な内容を表示しており」(省令第30条第1項第1号ただし書)

ここでいう「定型的な内容」とは、上記で示したように消費者から請求又は承諾を得る際に一定の共通のものを表示・記載している場合におけるその内容を指している。

なお、外見的に全く同一のデザインや当該表示・記載内容の配置を用いているかどうかなど、見た目の同一性を要求するものではない。

- (2) 「当該承諾を得、又は請求を受けたときに当該承諾又は請求の内容に係る情報を一覧性のある電磁的記録(書面等)として自動的に(正確に)編集する方法を用いている場合であつて」(省令第30条第1項第1号ただし書及び第2号ただし書)

ウェブ画面を通じて消費者から取得した承諾等の情報が、自動的に送信先リストとして編集されるプログラムを用いているような場合(例えば、ウェブ画面上でメールアドレスが記入され、承諾する旨のクリックが行われたときに、そのデータが自動的に送信先一覧としてリスト化されたファイルに追加され、保存される場合等)や、消費者から承諾を得たアンケート用紙に記載されたメールアドレスを正確にリスト化する方法を用いているような場合(例えば、承諾を得ていないメールアドレスの記入や承諾内容の恣意的な変更が生じないよう確認がされる体制がとられていたり、入力後の当該アンケート用紙の保管・処理についての手順書を作成していたり、入力担当者を定めて作業を行っている場合等)のことである。

- (3) 「当該定型的な内容の表示において、当該電子計算機の操作(当該電磁的方法による電磁的記録の送信、当該書面への記入その他の行為)が当該相手方に通信販売電子メール広告をすることを承諾し、又は請求するものであることを容易に認識できるよう表示している場合」(省令第30条第1項第1号ただし書及び第2号ただし書)

承諾を取得する際に、その相手方がウェブ画面上でクリックをする形式の場合や、書面に記入する際に、通信販売電子メール広告が提供されるようになることを容易に認識できるように表示している場合(例えば、電子メール広告の提供を受けることの承諾又は請求に係る表示について、当該ページ全体が白色系であれば、当該表示を赤字など目立つ色で記載している場合や、アンダーラインによる強調がなされている場合等)である。したがって、文字が極めて小さい、大量の文章の中に当該表示が埋没している場合等については、本項にいう「容易に認識できるよう表示している場合」には当たらない。

実際の承諾の取得については様々な方法が考えられるものの、ウェブ画面上や電子

メール上での表示については、具体的な例を「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」において示している。なお、書面等の場合においても本ガイドラインを参考に、消費者にとって分かりやすい位置に分かりやすい表示を行うことを基本的考え方とするものである。

本項に規定する記録は、省令第30条第2項に規定するとおり、通信販売電子メール広告を最後に送った日から3年間保存しておかなくてはならない。これは、一旦承諾等した消費者が、その後通信販売電子メール広告の受取を拒否した場合であっても、最後に通信販売電子メール広告を送信した日から3年間は保存が必要になる。

#### 4 通信販売電子メール広告の表示事項等（第4項）

販売業者等が送信する通信販売電子メール広告には、その相手方が広告の提供を受けない旨の意思の表示をするために必要な事項を表示しなければならないが、その表示事項及び方法について、省令第31条各号において規定している。

表示する事項は、①電子メールアドレス、②URL（又はこれに準ずるもの）のいずれかである。したがって、販売業者等の住所や電話番号・ファクシミリ番号等を表示し、「この電子メール広告の送信を停止したい方は、この連絡先まではがき（電話、ファクシミリ）をください。」などとする方法は認められない。

表示方法については、同条において、「当該通信販売電子メール広告の本文に容易に認識できるように表示しなければならない。」と規定しているが、表示の具体例については、前述の「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」を参照されたい。

#### 5 通信販売電子メール広告に係る業務を一括して委託した場合（第5項）

販売業者等が、法第12条の3第5項各号に掲げる業務の全てについて同一の事業者へ委託することをいう。したがって、販売業者等が本項に掲げる業務のうち、一つでも別の事業者へ委託している場合は「一括して委託」には該当しない。

なお、販売業者等が本項に該当する場合であっても、法第12条の3第1項及び第2項の義務は販売業者等にも残るため、販売業者等は承諾や請求のない相手方や通信販売電子メール広告の提供を受けない旨の意思の表示をした相手方に対して通信販売電子メール広告を提供することは認められない。

#### 6 本条第1項の規定に違反して承諾若しくは請求を得ず、又は本条第2項の規定に違反して拒絶意思に反して通信販売電子メール広告をしたとき及び本条第3項の規定に違反して記録を作成せず、若しくは虚偽の記録を作成し、又は記録を保存しなかったときは、当該違反行為をした者は、100万円以下の罰金が科せられる（法第72条第1項第2号、第3号）。

本条第1項の規定に違反して承諾若しくは請求を得ず、又は本条第2項の規定に違反して拒絶意思に反して通信販売電子メール広告をした者が、提供した電子メール広告に

において、法第 11 条若しくは法第 12 条の 3 第 4 項の規定に違反してこれらの条項に規定する事項を表示せず、又は法第 12 条の規定に違反して誇大広告をしたときは、1 年以下の懲役又は 200 万円以下の罰金（併科あり）が科せられる（法第 72 条第 2 項）。

**第 12 条の 4** 販売業者又は役務提供事業者から前条第 5 項各号に掲げる業務の全てにつき一括して委託を受けた者（以下この節並びに第 66 条第 6 項及び第 67 条第 1 項第 4 号において「通信販売電子メール広告受託事業者」という。）は、次に掲げる場合を除き、当該業務を委託した販売業者又は役務提供事業者（以下この節において「通信販売電子メール広告委託者」という。）が通信販売をする場合の商品若しくは特定権利の販売条件又は役務の提供条件について、その相手方となる者の承諾を得ないで通信販売電子メール広告をしてはならない。

- 一 相手方となる者の請求に基づき、通信販売電子メール広告委託者に係る通信販売電子メール広告をするとき。
- 二 前号に掲げるもののほか、通常通信販売電子メール広告委託者に係る通信販売電子メール広告の提供を受ける者の利益を損なうおそれがないと認められる場合として主務省令で定める場合において、通信販売電子メール広告委託者に係る通信販売電子メール広告をするとき。

2 前条第 2 項から第 4 項までの規定は、通信販売電子メール広告受託事業者による通信販売電子メール広告委託者に係る通信販売電子メール広告について準用する。この場合において、同条第 3 項及び第 4 項中「第 1 項第 2 号又は第 3 号」とあるのは、「次条第 1 項第 2 号」と読み替えるものとする。

## **趣 旨**

販売業者等が、電子メールによる広告業務を専門に行う事業者（以下「電子メール広告受託事業者」という。）に委託して電子メール広告をする場合においては、この電子メール広告受託事業者が、電子メールによる広告業務について中核的な役割を担うこととなる。このように、電子メール広告受託事業者が実質的に販売業者等と同等といい得る程度に販売業者等の行為を代行するような場合には、独立の義務対象として規制体系の中に明確に位置付けることが適切であると考えられることから、電子メール広告受託事業者を規制対象として規定したものである。

## **解 説**

本条は、通信販売電子メール広告受託事業者（販売業者等から法第 12 条の 3 第 5 項各号に掲げる業務について一括して委託を受けた者）についての規制内容を規定したものである。どのような者が通信販売電子メール広告受託事業者に該当するか、また、本条による規制の内容については、法第 12 条の 3 の解説を参照されたい。



### (承諾をしていない者に対するファクシミリ広告の提供の禁止等)

**第12条の5** 販売業者又は役務提供事業者は、次に掲げる場合を除き、通信販売をする場合の商品若しくは特定権利の販売条件又は役務の提供条件について、その相手方となる者の承諾を得ないでファクシミリ広告（当該広告に係る通信文その他の情報をファクシミリ装置を用いて送信する方法により行う広告をいう。第1号において同じ。）をしてはならない。

一 相手方となる者の請求に基づき、通信販売をする場合の商品若しくは特定権利の販売条件又は役務の提供条件に係るファクシミリ広告（以下この条において「通信販売ファクシミリ広告」という。）をするとき。

二 当該販売業者の販売する商品若しくは特定権利若しくは当該役務提供事業者の提供する役務につき売買契約若しくは役務提供契約の申込みをした者又はこれらにつき売買契約若しくは役務提供契約を締結した者に対し、主務省令で定める方法により当該申込み若しくは当該契約の内容又は当該契約の履行に関する事項を通知する場合において、主務省令で定めるところにより通信販売ファクシミリ広告をするとき。

三 前2号に掲げるもののほか、通常通信販売ファクシミリ広告の提供を受ける者の利益を損なうおそれがないと認められる場合として主務省令で定める場合において、通信販売ファクシミリ広告をするとき。

2 前項に規定する承諾を得、又は同項第1号に規定する請求を受けた販売業者又は役務提供事業者は、当該通信販売ファクシミリ広告の相手方から通信販売ファクシミリ広告の提供を受けない旨の意思の表示を受けたときは、当該相手方に対し、通信販売ファクシミリ広告をしてはならない。ただし、当該意思の表示を受けた後に再び通信販売ファクシミリ広告をすることにつき当該相手方から請求を受け、又は当該相手方の承諾を得た場合には、この限りでない。

3 販売業者又は役務提供事業者は、通信販売ファクシミリ広告をするときは、第1項第2号又は第3号に掲げる場合を除き、当該通信販売ファクシミリ広告をすることにつきその相手方の承諾を得、又はその相手方から請求を受けたことの記録として主務省令で定めるものを作成し、主務省令で定めるところによりこれを保存しなければならない。

4 販売業者又は役務提供事業者は、通信販売ファクシミリ広告をするときは、第1項第2号又は第3号に掲げる場合を除き、当該通信販売ファクシミリ広告に、第11条各号に掲げる事項のほか、主務省令で定めるところにより、その相手方が通信販売ファクシミリ広告の提供を受けない旨の意思の表示をするために必要な事項として主務省令で定めるものを表示しなければならない。

### 趣 旨

電子メールによる広告については、法第12条の3で述べたとおり、オプトイン規制を導入したが、ファクシミリ広告についても一方的な商業広告の送り付け問題が増加したこと

から、同様にオプトイン規制を導入したものである。

ファクシミリ広告のオプトイン規制の骨組みは、電子メール広告のそれと同様に、以下の三つから成っている。

- ① 相手方から請求や承諾がない限り、原則として通信販売ファクシミリ広告を行うことはできない（法第12条の5第1項）。
- ② 相手方から請求や承諾があった場合には、当該請求又は承諾があったことの記録として主務省令で定めるものを1年間保存しておかなければならない（法第12条の5第3項）。
- ③ 送信する通信販売ファクシミリ広告には、相手方が通信販売ファクシミリ広告の提供を受けない旨の意思を表示するための連絡方法を記載し、相手方から拒否の意思表示があった場合には、その相手方に対してその後通信販売ファクシミリ広告を行ってはならない（法第12条の5第2項、第12条の5第4項）。

なお、ファクシミリ広告については、広告の受託事業者に関する規制は設けておらず、仮に販売業者等が広告業務の全てを他社に委託している場合であっても、当該販売業者等が規制対象となる。

## **解 説**

### 1 通信販売ファクシミリ広告の原則禁止（第1項）

#### (1) 「承諾」（柱書）

本項における「承諾」があったといえるためには、ファクシミリ広告が提供されるようになることが消費者に認識されるような方法で承諾の取得が行われる必要がある。

例えば、通信販売により商品を購入した者に自動的にファクシミリ広告を提供する場合や、ウェブサイトにおいて「商品のサンプルを御希望のお客様は、ファクシミリ番号を御入力ください。」という表示のみを行い、当該商品のサンプルの申込みのあった消費者のファクシミリ番号宛てにファクシミリ広告をする場合は、本項における承諾を取得しているとは解し得ないこととなる。

#### (2) 「当該申込み若しくは当該契約の内容又は当該契約の履行に関する事項を通知する場合」（第2号）

契約の成立、注文確認、発送通知など、当該契約の内容確認や当該契約の履行に関わる重要事項を、ファクシミリ装置を用いて通信文を送信することにより通知する場合に、当該通信文の一部に付随的に広告を掲載する場合のことである。

送信する通信文の内容が契約の内容や履行に関する重要事項でない場合に、当該通信文の一部に広告を掲載する場合は適用除外にならない。また、購入者へのアフターサービス等のためにファクシミリ装置を用いて通信文を送信する場合に、当該通信文の一部に広告を掲載する場合は、そのサービスが契約の履行に不可欠な事項でない限り適用除外にはならない。

例えば、以前に商品を購入した顧客に対して、「以前御購入いただきました商品の具合はいかがでしょう。」などとアフターフォローを行う場合や、「以前は当社の商品を御購入いただき、ありがとうございました。今後ともよろしくお願いたします。」などと単なる挨拶をする場合等、「当該契約の内容又は当該契約の履行に関する事項」を通知するとはいえない内容の通信文を送信する場合に、当該通信文の一部に広告を掲載する場合は、「当該契約の内容又は当該契約の履行に関する事項を通知する場合」とは解されず、適用除外には該当しない。

- (3) 「通常通信販売ファクシミリ広告の提供を受ける者の利益を損なうおそれがないと認められる場合として主務省令で定める場合」(第3号)

第3号については、省令第34条に規定している。同条は、相手方からの請求に基づいて、又はその承諾を得てファクシミリ装置を用いて送信する通信文(例えば、いわゆるFAXマガジン)の一部に広告を掲載する場合を規定したものである。

- 2 通信販売ファクシミリ広告の提供を受けない旨の意思を表示した者に対する通信販売ファクシミリ広告の再送信の禁止(第2項)

- (1) 「通信販売ファクシミリ広告の提供を受けない旨の意思の表示」(本文)

「通信販売ファクシミリ広告の提供を受けない旨の意思の表示」は、第4項の規定に基づき通信販売ファクシミリ広告に表示される連絡方法(後述)に基づいて行われることとなる。

消費者が「通信販売ファクシミリ広告の提供を受けない旨の意思の表示」を行う際、特に条件(「○○の商品に関するファクシミリ広告はありません。」「○月○日まではファクシミリ広告はありません。」など)を付さない限り、消費者は当該販売業者等からの全てのファクシミリ広告を受け取ることを希望しない旨の意思を表示したこととなる。

また、相手方からの「通信販売ファクシミリ広告の提供を受けない旨の意思の表示」を受けた時点とは、それがファクシミリ装置で行われた場合、販売業者等がその意思表示につき了知し得べき客観的状态に置かれた時点、すなわち販売業者等の使用に係るファクシミリ装置が電気信号を受信した時点のことである。

- (2) 「通信販売ファクシミリ広告をしてはならない」(本文)

消費者から通信販売ファクシミリ広告を受けない旨の意思の表示を受けている販売業者等は、その表示に特に条件が付されていない限り、当該消費者に対して、別の商品や別のサイト等に係るファクシミリ広告であってもその提供を行うことを禁止される。また、同一の事業者の広告である限り、別のファクシミリ番号を用いて送信した場合や、別の者に委託して送信した場合であっても違反行為となり、販売業者等が行政処分の対象となる。

- 3 承諾等の記録の保存(第3項)

保存する記録については、消費者からの個別の承諾や請求に係る記録を残しておくこ

とを原則としているものの、省令第35条第1項ただし書において、販売業者等が以下の条件を全て満たしているときは、「当該承諾を得、又は請求を受けるために表示した定型的な内容を示す書面等及び当該内容の表示がされた時期を示す書面等」、つまり、消費者からの個別の承諾又は請求の記録ではなく、消費者から請求又は承諾を得る際に共通的に示す定型的な内容（例えば、通信販売のウェブ画面やアンケート用紙において、承諾を得たいファクシミリ広告の対象の説明などの記載内容やファクシミリ広告の提供を承諾する旨のチェック欄などの事項について、一定の共通のものを表示・記載している場合におけるその内容）及びその定型的な内容を使用して承諾又は請求を得た時期（例えば、当該定型的な内容をウェブ画面で表示していた時期や、当該定型的な内容を記載したアンケート用紙を用いていた時期等）の記録で足りることとしている。

(1) 「当該承諾を得、又は請求を受けるために定型的な内容を表示しており」

ここでいう「定型的な内容」とは、上記で示したように消費者から請求又は承諾を得る際に一定の共通のものを表示・記載している場合におけるその内容を指している。

なお、外見的に全く同一のデザインや当該表示・記載内容の配置を用いているかどうかなど、見た目の同一性を要求するものではない。

(2) 「当該承諾を得、又は請求を受けたときに当該承諾又は請求の内容に係る情報を一覧性のある書面等（電磁的記録又は書面）として正確に編集する方法を用いている場合であつて」

消費者から承諾を得たアンケート用紙に記載されたファクシミリ番号を正確にリスト化する方法を用いているような場合（例えば、承諾を得ていないファクシミリ番号の記入や承諾内容の恣意的な変更が生じないよう確認がされる体制がとられていたり、入力後の当該アンケート用紙の保管・処理についての手順書を作成していたり、入力担当者を定めて作業を行っている場合等）や、ウェブ画面を通じて消費者から取得した承諾等の情報が、正確に送信先リストとして編集されるプログラムを用いているような場合（例えば、ウェブ画面上でファクシミリ番号が入力され、承諾する旨のクリックが行われたときに、そのデータが自動的に送信先一覧としてリスト化されたファイルに追加され、保存される場合等）のことである。

(3) 「当該定型的な内容の表示において、書面への記入その他の行為が当該相手方に通信販売ファクシミリ広告をすることを承諾し、又は請求するものであることを容易に認識できるよう表示している場合」

承諾を取得するに当たり、消費者が書面に記入したりウェブ画面上で入力をした際、通信販売ファクシミリ広告が提供されるようになることを容易に認識できるように表示している場合（例えば、ファクシミリ広告の提供を受けることの承諾又は請求に係る表示について、当該書面やウェブサイト全体が白色系であれば、当該表示を赤字など目立つ色で記載している場合や、アンダーラインによる強調がなされている場合等）である。したがって、文字が極めて小さい、大量の文章の中

に当該表示が埋没している場合等については、本項の「容易に認識できるよう表示している場合」には当たらない。

本項に規定する記録は、省令第35条第2項に規定するとおり、通信販売ファクシミリ広告を最後に送った日から1年間保存しておかなくてはならない。これは、一旦承諾等した消費者が、その後通信販売ファクシミリ広告の受取を拒否した場合であっても、最後に通信販売ファクシミリ広告を送信した日から1年間は保存が必要になる。

#### 4 通信販売ファクシミリ広告の表示事項等（第4項）

販売業者等が送信する通信販売ファクシミリ広告には、その相手方が広告の提供を受けない旨の意思の表示をするために必要な事項を表示しなければならないが、その表示事項及び方法について、省令第36条において規定している。

表示する事項としてはファクシミリ番号を規定している。したがって、販売業者等の住所や電話番号・メールアドレス等を表示し、「このファクシミリ広告の送信を停止したい方は、この連絡先まではがき（電話、電子メール）をください。」などとする方法は認められない。

表示方法については、同条において、「当該通信販売ファクシミリ広告の本文に容易に認識できるように表示しなければならない。」と規定している。したがって、文字が極めて小さい、大量の文章の中に当該表示が埋没している場合等については、「容易に認識できるように表示」している場合には当たらない。

#### 5 本条違反に対する罰則は規定されていないが、本条に違反する行為については、主務大臣による指示（法第14条）や業務停止命令（法第15条）等の対象となる。

### （特定申込みを受ける際の表示）

**第12条の6** 販売業者又は役務提供事業者は、当該販売業者若しくは当該役務提供事業者若しくはそれらの委託を受けた者が定める様式の書面により顧客が行う通信販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申込み又は当該販売業者若しくは当該役務提供事業者若しくはそれらの委託を受けた者が電子情報処理組織を使用する方法その他の情報通信の技術を利用する方法により顧客の使用に係る電子計算機の映像面に表示する手続に従って顧客が行う通信販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申込み（以下「特定申込み」と総称する。）を受ける場合には、当該特定申込みに係る書面又は手続が表示される映像面に、次に掲げる事項を表示しなければならない。

- 一 当該売買契約に基づいて販売する商品若しくは特定権利又は当該役務提供契約に基づいて提供する役務の分量
- 二 当該売買契約又は当該役務提供契約に係る第11条第1号から第5号までに掲げる事項

2 販売業者又は役務提供事業者は、特定申込みに係る書面又は手続が表示される映像面において、次に掲げる表示をしてはならない。

- 一 当該書面の送付又は当該手続に従った情報の送信が通信販売に係る売買契約又は役務提供契約の申込みとなることにつき、人を誤認させるような表示
- 二 前項各号に掲げる事項につき、人を誤認させるような表示

## **趣 旨**

通信販売での契約の申込みを行う直前において、その申込みの意思表示の内容を最終的に確認できるよう表示がなされることは、トラブル防止の観点からもとより重要である。本条は、販売業者等（販売業者等の委託を受けた者を含む。）が定める様式等に基づき申込内容の確認及び申込みの意思表示が行われる場面において、消費者が必要な情報につき一覧性をもって確認できるようにするとともに、不当な表示が行われないよう規制する必要性が高いと考えられたことから、令和3年改正により設けられた規定である。

## **解 説**

### 1 特定申込みを受ける際の表示義務

#### (1) 「特定申込み」（第1項柱書）

本条の適用対象となる通信販売の申込みは「特定申込み」と総称されているところ、具体的には次の申込みが該当する。

ア 「当該販売業者若しくは当該役務提供事業者若しくはそれらの委託を受けた者が定める様式の書面により顧客が行う通信販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申込み」

販売業者等が作成した所定の様式の書面に沿って消費者が注文内容を記入し、通信販売の契約の申込みを行う場合を想定したものである。具体的には、いわゆるカタログやチラシで行う通信販売の申込みが代表例として挙げられる。

イ 「当該販売業者若しくは当該役務提供事業者若しくはそれらの委託を受けた者が電子情報処理組織を使用する方法その他の情報通信の技術を利用する方法により顧客の使用に係る電子計算機の映像面に表示する手続に従って顧客が行う通信販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申込み」

インターネットを利用した通信販売（インターネット通販）において、契約の申込みを行う場合を想定したものである。

なお、例えば、消費者がテレビ放映される広告を視聴し、通信販売の契約の申込みを電話で行う場合など、最終的な申込みの段階で販売業者等が定める様式の書面又は画面を利用しない通信販売の契約の申込みは、特定申込みには該当しない。

#### (2) 「当該特定申込みに係る書面又は手続が表示される映像面」（第1項柱書）

「特定申込みに係る書面」には、例えば、折り込みチラシの一角に添付されている申込用はがきや、カタログに同封されている申込用紙等、消費者による契約の申込みに使用する目的で、販売業者等が事前に用意する紙媒体の申込み様式全般（申込書面）が該当する。また、「特定申込みに係る……手続が表示される映像面」は、インターネット

を利用した通信販売において、消費者がその画面内に設けられている申込みボタン等をクリックすることにより契約の申込みが完了することとなる画面（いわゆる最終確認画面）が原則として該当する。

- (3) 「当該売買契約に基づいて販売する商品若しくは特定権利又は当該役務提供契約に基づいて提供する役務の分量」（第1項第1号）

本条第1項第1号の「分量」には、販売する商品等の態様に応じてその数量、回数、期間等が含意される。

例えば、販売業者が購入者に対して商品を定期的に継続して引き渡し、購入者がこれに対する代金の支払をすることとなる契約（いわゆる定期購入契約）の場合には、各回に引き渡す商品の数量等のほか、当該契約に基づいて引き渡される商品の総分量が把握できるよう、引渡しの回数も表示する必要がある、初回と2回目以降の商品の内容量が異なる場合等には、各回の分量が明確に把握できるように表示しなければならない。また、定められた料金を定期的に支払うことにより、契約期間内に商品や役務を利用できることとなる契約形態（いわゆるサブスクリプション）の場合には、役務の提供期間や、期間内に利用可能な回数が定められている場合にはその内容の表示が必要となる。

さらに、無期限の契約であればその旨を明確に表示する必要があり、また、この場合には、あくまでも目安にすぎないことを明確にした上で、1年単位の総分量など、一定期間を区切った分量を目安として明示することが望ましい。同様に、自動更新のある契約である場合には、その旨も加えて表示する必要がある。

なお、本条第1項第2号に規定する各事項については、「分量」の表示に即した形で表示を行う必要がある。

## 2 特定申込みを受ける際の人を誤認させるような表示の禁止

- (1) 「当該書面の送付又は当該手続に従った情報の送信が通信販売に係る売買契約又は役務提供契約の申込みとなることにつき、人を誤認させるような表示」（第2項第1号）

特定申込みに係る書面の送付又は手続が表示される映像面における情報の送信について、それが有償の契約の申込みとなることを消費者が明確に認識できるようにしていない表示を禁止するものである。

具体的には、例えば、申込書面について、「無料プレゼント」等の文言を強調することなどにより、そのはがきが有償の契約の申込みのためのものであることが分かりにくいような場合には、消費者を誤認させるおそれがある。

また、インターネット通販の申込みの画面においては、例えば、「注文内容の確認」といった表題の画面上に「申込みを確定する」といったボタンが表示されており、それをクリックすれば申込みとなることが明らかな場合であれば、一般に消費者を誤認させることとはならないと考えられる。他方、「送信する」、「次へ」といったボタンが表示されており、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など、当該ボタンをクリックすれば何らかの情報の送信がなされ、次の画面に進む

ことは把握できたとしても、それが売買契約等の申込みとなるものと明確に認識できないような場合には、消費者を誤認させるおそれがある。

(2) 「前項各号に掲げる事項につき、人を誤認させるような表示」(第2項第2号)

申込書面や最終確認画面において、本条第1項各号に掲げる事項を表示しており、それが不実の表示ではないものの、その意味するところを誤認させるような表示を禁止するものである。

「人を誤認させるような表示」に該当するかどうかは、その表示事項の表示それ自体並びにこれらが記載されている表示の位置、形式、大きさ及び色調等を総合的に考慮して判断される。また、特定の文言等の表示のみからではなく、他の表示と組み合わせて見た表示の内容全体から消費者が受ける印象・認識により総合的に判断し、消費者が誤認するような表示方法であれば「人を誤認させるような表示」に該当するおそれがある。例えば、定期購入契約において、最初に引き渡す商品等の分量やその販売価格を強調して表示し、その他の定期購入契約に関する条件を、それに比べて小さな文字で表示することや離れた位置に表示していることなどによって、引渡時期や分量等の表示が定期購入契約ではないと誤認させるような場合には本号に該当するおそれがある。特に、「お試し」や「トライアル」などと殊更に強調する表示は、一般的な契約と異なる試行的な契約である、又は容易に解約できるなどと消費者が認識する可能性が高いため、これに反して、実際には定期購入契約となっていたり、解約に条件があり容易に解約できなかったりする場合には同号に該当するおそれが強い。

3 その他、本条の詳細な解釈については、「通信販売の申込み段階における表示についてのガイドライン」も参照されたい。

4 本条第1項の規定に違反し、表示をせず、又は不実の表示をしたときは、当該違反行為をした者は、3年以下の懲役又は300万円以下の罰金(併科あり)が科せられ(法第70条第2号)、また、本条第2項の規定に違反し、同項各号に掲げる表示(誤認させるような表示)をしたときは、当該違反行為をした者は、100万円以下の罰金が科せられる(法第72条第1項第4号)ほか、主務大臣による指示(法第14条)や業務停止命令(法第15条)等の対象となる。

**(通信販売における承諾等の通知)**

**第13条** 販売業者又は役務提供事業者は、商品若しくは特定権利又は役務につき売買契約又は役務提供契約の申込みをした者から当該商品の引渡し若しくは当該権利の移転又は当該役務の提供に先立って当該商品若しくは当該権利の代金又は当該役務の対価の全部又は一部を受領することとする通信販売をする場合において、郵便等により当該商品若しくは当該権利又は当該役務につき売買契約又は役務提供契約の申込みを受け、かつ、当該商品若しくは当該権利の代金又は当該役務の対価の全部又は一部を受領したときは、遅滞なく、主務省令で定めるところにより、その申込みを承諾する旨又は承諾しない旨



(その受領前にその申込みを承諾する旨又は承諾しない旨をその申込みをした者に通知している場合には、その旨) その他の主務省令で定める事項をその者に書面により通知しなければならない。ただし、当該商品若しくは当該権利の代金又は当該役務の対価の全部又は一部を受領した後遅滞なく当該商品を送付し、若しくは当該権利を移転し、又は当該役務を提供したときは、この限りでない。

- 2 販売業者又は役務提供事業者は、前項の規定による書面による通知に代えて、政令で定めるところにより、当該申込みをした者の承諾を得て、当該書面に記載すべき事項を電磁的方法により提供することができる。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は、当該書面による通知をしたものとみなす。

## **趣 旨**

前払式の通信販売においては、購入者等は商品の引渡しを受けるなど販売業者等が債務を履行する前に代金の全部又は一部を支払ってしまうため、販売業者等の債務が履行されない場合には不当な損害を被ることとなり、また、販売業者等の債務が履行されるまでの間著しく不安定な立場に置かれることともなる。このため、本条は、販売業者等に代金を受領した際の一定事項の通知義務を課し、当事者間の法律関係を速やかに、かつ、明示的に確定すべきこととしたものである。

## **解 説**

- 1 通信販売における法律関係は、通信販売の広告は申込みの誘引、購入等の申込みは売買契約等の申込み、それに対する商品の送付等は売買契約等の承諾、債務の履行と構成される。この場合において、売買契約等は販売業者等からの承諾の通知等が申込者に到達した時（又は販売業者等が債務を履行した時）に成立する（民法第97条及び第527条）。販売業者等が債務の履行（承諾の意思表示と認めるべき事実）をした後に代金の全部を支払ういわゆる後払式通信販売においては、このような民法の原則に委ねても申込者に実害を生ずるおそれはないが、販売業者等の債務履行前に代金の全部又は一部を支払ういわゆる前払式通信販売においては、承諾する時期を販売業者等の判断に委ね、あるいは承諾の有無を長期にわたって不分明にしておくことは、申込者の法的立場を不安定にし、その利益を損なうおそれがある。したがって、前払式通信販売については、代金の全部又は一部受領後、遅滞なく、その申込みを承諾するのしないのか、及び、例えば、商品にあっては受領した代金の額、申込みを受けた商品及び数量、引渡時期等を明確にした通知を義務付け、法律関係を可及的速やかに確定することとしたものである。

なお、この通知もなされず、商品も届かない場合の民事法律関係は民法一般原則にのっとって確定される。したがって、原則として「申込者が承諾の通知を受けるのに相当な期間」（民法第525条第1項）を経過すれば、申込みを撤回し、代金の返還を請求することができる。

- 2 前払式通信販売における承諾等の通知義務

- (1) 「当該商品の引渡し若しくは当該権利の移転又は当該役務の提供に先立つて当該商品若しくは当該権利の代金又は当該役務の対価の全部又は一部を受領することとする通信販売をする場合」(第1項本文)

いわゆる前払式通信販売を予定して行う場合の意味である。したがって、たまたま申込者が代金を先に送ってきた場合は含まれない。この場合を含めていないのは、申込者が勝手に代金を先に送り付けた場合についてまで販売業者等に本条の義務を課すことは過重であること、反面、そのような申込者まで特に保護する必要性はないことによる。

- (2) 「郵便等により当該商品若しくは当該権利又は当該役務につき売買契約又は役務提供契約の申込みを受け、かつ、当該商品若しくは当該権利の代金又は当該役務の対価の全部又は一部を受領したとき」(第1項本文)

①申込みを受けることと②代金の受領とが両方とも行われたときに初めてこの規定の要件に該当することとなる。しかし、①と②とが、同時である必要は全くなく、異なる時期に前後して行われても①及び②の条件が満たされるに至ればこの規定の対象となってくる。反面、①又は②のいずれか一方のみしか行われていないときには、本条の義務は生じない。もっとも、②のみということはず実際にはあり得ないと考えられる。一見代金の支払行為だけに見える場合であっても、実際には①が付随的に明らかになっている場合が大部分であるものと考えられる。

なお、クレジットカードが利用される場合においては、本条の「当該商品の引渡し若しくは当該権利の移転又は当該役務の提供に先立つて当該商品若しくは当該権利の代金又は当該役務の対価の全部又は一部を受領することとする通信販売をする場合において」、「当該商品若しくは当該権利の代金又は当該役務の対価の全部又は一部を受領したとき」とあるのは、クレジットカードの利用による立替払に伴う購入者等の銀行口座からの金銭の引落しが商品の引渡し前に行われることが明らかな場合において、クレジットカード会社が購入者等の銀行口座から金銭を引き落としたときと解することとなる。

- (3) 「遅滞なく」(第1項本文)

取引の実態から見て1週間程度である。この期間に通知を発すればよい。

- (4) 「主務省令で定めるところにより」(第1項本文)

省令第38条において、本条の解説2(6)の事項を通知する場合の記載内容の基準等について、次のとおり定めている。

ア 申込みを承諾しない旨を通知するときは、既に受領している金銭を直ちに返還する旨及びその方法を記載すること。

イ 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って表示すること。

申込みをした商品について何時に送られてくるのか不明確なことはないよう商品の引渡時期等は「〇〇日以内」、「〇月〇日まで」というように明確に表示しなければならない。

ウ 書面には日本産業規格 Z 8305 に規定する 8 ポイント以上の大きさの文字及び数字を用いなければならない。

(注) 広告中表示されている「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」と本条の通知に記載された「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」が異なる場合の法律効果について

通信販売取引の法律関係は、例えば、商品の売買であれば、広告は売買契約の申込みの誘引、郵便等による購入の申込みは売買契約の申込み、販売業者の商品の送付等は売買契約の承諾、債務の履行と構成される。

この場合、申込者は明らかに広告に表示されている販売条件（商品の引渡時期を含む。）により当該商品を購入することを内容とする申込みを行っているので、販売業者がその販売条件で申込みに応ずる旨承諾したときに両方の意思は合致し、契約が成立する。

したがって、本条に基づく承諾の有無等に関する通知において、商品の引渡時期が広告に表示した時期と異なっていれば、両者間に意思の合致がなされていないことになるので、新たな申込みを行ったもの（民法第 528 条）とみなすことができ、当該商品を購入するかどうかの判断は申込者に委ねられることとなる。

その場合、申込者すなわち購入者が当該通知に対し、特に反対の意思表示を行わない場合には、通常は、購入者はその新たな申込みに対し黙示の承諾を行ったものとみなされる。

なお、民事上の効果は上記のとおりであるが、広告を行った時点において広告中表示されている「商品の引渡時期」に商品を引渡すことが客観的に不可能であるにもかかわらず、その不可能な時期を表示した場合は、法第 12 条違反となる。

(5) 「その他の主務省令で定める事項」（第 1 項本文）

省令第 37 条では、次の事項を定めている。

- ① 申込みを承諾する旨又は承諾しない旨（当該商品若しくは当該権利の代金又は当該役務の対価の受領前にその申込みを承諾する旨又は承諾しない旨をその申込みをした者に通知している場合には、その旨）
- ② 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
- ③ 受領した金銭の額及びそれ以前に受領した金額があるときはその合計額
- ④ 当該金銭を受領した年月日
- ⑤ 申込みを受けた商品名及びその数量又は権利若しくは役務の種類
- ⑥ 申込みを承諾するときは、その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

①については、申込みが先行して到着し、その申込みについて販売業者等が諾否の通知をした後、代金の全部又は一部を受領した場合を想定したものである。この場合に、代金受領後、改めて諾否について通知することは先になした諾否の通知との法律的関

係が問題となるので、諾否について改めていずれかを明らかにすることまでは必要なく、これに代えて既に通知した旨さえ記載すればよいという趣旨である。

(6) 「その者に書面により通知しなければならない」(第1項本文)

「その者」とは、契約の申込みをした者である。また、「書面により」であるから、口頭による通知では本条の通知義務を履行したことにはならない。なお、電磁的方法による通知については解説3を参照。

(7) 「ただし、当該商品若しくは当該権利の代金又は当該役務の対価の全部又は一部を受領した後遅滞なく当該商品を送付し、若しくは当該権利を移転し、又は当該役務を提供したときは、この限りでない」(第1項ただし書)

遅滞なく申込みに係る商品を送付する場合等に、これと重複して通知をする必要性は認められないので、この場合には本条の書面による通知を要しないこととするものである。この場合の「遅滞なく」とは、通知をすべき期間と同一期間、すなわち1週間程度である。したがって、例えば、代金を受領して1か月後に商品を送付する場合には、本条の通知をする必要がある。また、広告上あらかじめ「代金受領後2週間でお届けします。」と表示し、そのとおりに履行したとしても、「遅滞なく」商品を送付したこととはならない。仮に広告上「代金受領後1週間以内にお届けします。」と表示した場合であってもそれはあくまで表示にすぎず、実際に1週間以内に送付しなければ法第13条の規定に従ったものとはいえない。

3 第2項は、販売業者等が、第1項の規定による書面による通知に代えて、政令で定めるところにより、当該申込みをした者の承諾を得た場合には、書面に記載すべき事項を電磁的方法により提供することができることを認める規定である。

(1) 「政令で定めるところにより、当該申込みをした者の承諾を得て」

政令第8条や省令第40条及び第41条において、承諾に関する手続が規定されている。

(2) 「電磁的方法」

具体的には、省令第39条第1項において以下のものを規定している。

- ① 電子メール等によって書面に記載すべき事項を送信する方法(第1号イ)
- ② ダウンロードによる方法(第1号ロ)
- ③ 販売業者等の電子計算機に備えられたファイルを開覧する方法(第1号ハ)
- ④ 電磁的記録媒体に書面に記載すべき事項を記録して、当該記録媒体を交付する方法(第2号)

省令第39条第2項は、電磁的方法として満たす基準を以下のとおり定めている。

- ① 電子メール等に書面に記載すべき事項を送信する方法及びダウンロードによる方法については、ファイルへの記録を出力することにより書面を作成できるものであること(第1号)
- ② 閲覧による方法については、ファイルに記録された書面に記載すべき事項を、当該

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（第2号）

省令第39条第3項は、電磁的方法により書面に記載すべき事項を提供するときは、申込みをした者が当該事項を明瞭に読むことができるように表示しなければならないことを規定している。

- 4 本条第1項の規定に違反して通知をしなかったときは、当該違反行為をした者は、100万円以下の罰金が科せられる（法第72条第1項第5号）ほか、主務大臣による指示（法第14条）や業務停止命令（法第15条）等の対象となる。

### **（不実の告知の禁止）**

**第13条の2** 販売業者又は役務提供事業者は、通信販売に係る売買契約又は役務提供契約の申込みの撤回又は解除を妨げるため、当該売買契約若しくは当該役務提供契約の申込みの撤回若しくは当該売買契約若しくは当該役務提供契約の解除に関する事項（第15条の3の規定に関する事項を含む。）又は顧客が当該売買契約若しくは当該役務提供契約の締結を必要とする事情に関する事項につき、不実のことを告げる行為をしてはならない。

### **趣旨**

通信販売は隔地者間の取引であるが、購入者等が解除等を申し出た場合等において、その解除等を妨害する目的で不実のことを告げる悪質な事例がみられたことから、令和3年改正により、通信販売に係る契約の申込みの撤回又は解除を妨げる目的で不実のことを告げることを禁止することとしたものである。

### **解説**

- 1 「申込みの撤回又は解除を妨げるため」

契約の申込みの撤回又は解除が可能であるにもかかわらず、契約の申込みの撤回又は解除を行うことを妨げる不当行為を念頭に置いており、消費者の正当な行為を妨害することをいう。

- 2 「当該売買契約若しくは当該役務提供契約の申込みの撤回若しくは当該売買契約若しくは当該役務提供契約の解除に関する事項（第15条の3の規定に関する事項を含む。）又は顧客が当該売買契約若しくは当該役務提供契約の締結を必要とする事情に関する事項」

「当該売買契約若しくは当該役務提供契約の申込みの撤回又は当該売買契約若しくは当該役務提供契約の解除に関する事項」について「不実のことを告げる行為」としては、例えば、事実と反して「定期購入契約になっているので、残りの分の代金を支払わなければ解約はできない。」などと告げる行為が該当し得る。また、「顧客が当該売買契約若しくは当該役務提供契約の締結を必要とする事情に関する事項」について「不実のことを告げる行為」としては、例えば、販売した商品について、事実と反して「その商品は、いま使用を中止すると逆効果になる。」などと告げる行為が該当し得る。

3 「不実のことを告げる行為をしてはならない」

虚偽説明を行うこと、すなわち事実と異なることを告げる行為のことである。事実と異なることを告げていることにつき主観的認識を有している必要はなく、告げている内容が客観的に事実と異なっていることで足りる。相手方が錯誤に陥り、解除を行わなかったことは必要としない。

なお、刑事罰との関係では、故意性があった場合について処罰されることになるが、主務大臣による指示（法第 14 条）及び業務停止命令（法第 15 条）といった行政措置に故意性の有無は影響を与えず、故意又は過失の有無を問わず法第 14 条、第 15 条の要件を満たせばこれら行政措置は行い得る。

また、本条における「不実のことを告げる行為」は、何らかの手段で不実のことを伝達する行為であれば該当し、例えば、電話により口頭で不実のことを告げる場合のみならず、電子メール等を用いて不実の内容を送信して告げる場合等も該当する。

4 本条の規定に違反したときは、当該違反行為をした者は、3 年以下の懲役又は 300 万円以下の罰金（併科あり）が科せられる（法第 70 条第 1 号）ほか、主務大臣による指示（法第 14 条）や業務停止命令（法第 15 条）等の対象となる。

**（指示等）**

**第 14 条** 主務大臣は、販売業者又は役務提供事業者が第 11 条、第 12 条、第 12 条の 3（第 5 項を除く。）、第 12 条の 5、第 12 条の 6、第 13 条第 1 項若しくは前条の規定に違反し、又は次に掲げる行為をした場合において、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、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。

一 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つ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。

二 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

三 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

2 主務大臣は、通信販売電子メール広告受託事業者が第 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し、又は次に掲げる行為をした場合において、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が害されるおそれがあると認めるときは、その通信販売電子メール広告受

託事業者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

- 一 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
  - 二 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
- 3 主務大臣は、第1項の規定による指示をしたときは、その旨を公表しなければならない。
- 4 主務大臣は、第2項の規定による指示をしたときは、その旨を公表しなければならない。

## **趣 旨**

通信販売においても、訪問販売と同様、違法又は不当な行為が行われた場合において、販売業者等に対してその営業を継続しながら必要な是正又は改善措置をとらせることにより、法違反若しくは不当な状態を解消し、又はこうした状態に至った原因となる事由を除外して、通信販売の適正化を図るため、主務大臣が販売業者等に対して指示を行うことができることとしたものである。

## **解 説**

### 1 「次に掲げる行為」(第1項柱書)

本条第1項各号で以下のとおり規定している。

- (1) 「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つ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」(第1号)

ア 本号は、販売業者等による民事上の債務不履行についての規定である。

イ 「売買契約若しくは役務提供契約に基づく債務」は、商品若しくは権利の引渡し又は役務の提供が基本的な債務であるが、当事者間で販売業者等の債務に関する特約が存在すれば、それに基づく債務も含まれる。

ウ 「売買契約又は役務提供契約の解除によつて生ずる債務」とは、販売業者等の原状回復義務であり、受領済の金銭の返還義務等である。

例えば、法第15条の3第1項ただし書に規定する特約を広告に表示していないにもかかわらず、販売業者等が「返品には応じられない。」などと言って受領した代金の返還を拒否したり、返金を不当に遅延したりすることは本号に該当することとなる。

エ 「履行を拒否」とは、契約相手方の請求に対して明示的に拒否する場合のほか、明示的に拒否することはしないまでも、実態上「拒否」と認められる場合(契約の相手方の請求を聞こうとしないなど)も含む。

オ 「不当に遅延」について、「不当」とあるのは、①同時履行の抗弁権があるなど販売業者等に正当事由がある場合もあり得ること、②解除がなされた時から直ちに本

号に該当する状態が発生すると解釈することは現実的でなく、返還すべき金銭の調達に要する合理的期間等社会通念上認められた猶予期間の間は、本号に該当しないと解釈することが妥当であること（ただし、この猶予期間は、客観的に判断されるものであって、販売業者等の独自の事情のみによって左右されるものではない。）という理由による。

- (2) 「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」（第2号）

省令第42条第1項において、販売業者等が、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（当該電子契約の申込みとなるものに限る。）を行う際に容易に確認し及び訂正することができるようにしていないことと定めている。

ア 「電子契約」について

「電子契約」とは、インターネット等の手段を利用して、コンピューターやタブレットPC等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って、販売業者等（これらの者の委託を受けた者を含む。）が顧客のコンピューター等の画面上に申込みを行うための手続を表示させ、顧客がコンピューター等を用いて申込内容を送信することによって申込みを行うものをいう。

イ 「申込みの内容」について

「申込みの内容」とは、返品可否等のように販売業者の提示する取引条件や、注文する商品や注文数量、送付先住所等、申込みを行おうとする者が入力・選択した内容をいう。

ウ 「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。）」について

「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。）」とは、マウス等の入力装置を用いて画面上の特定の部位をクリックするなどの操作をいい、申込みを行うために注文手続の中で複数の操作が必要となる場合は、一連の操作のうち申込みの意思を発信するための操作をいう。また、「当該操作を行う際」とは、まさにその操作をしようとしている時点をいう。

エ 「容易に確認し及び訂正することができる」について

「容易に確認し及び訂正することができる」の具体的方法としては、実務上様々な方法があり得るが、例えば、最終確認画面において、消費者が契約の申込みに係る内容を容易に確認できるように表示していること（当該内容に係る情報が表示されたページ等への到達方法が明示されている場合を含む。）、また、その内容を容易に修正できる何らかの手段が設けられていること（訂正可能なページへの到達方法が明示されている場合を含む。）を満たしていれば、一般的に「容易に確認し及び訂正することができる」状態になっていると考えられる。

他方、例えば、最終確認画面において、注文内容を容易に確認できない場合や、訂



正するための手段（「変更」、「注文内容を修正する」、「前のページへ戻る」などのボタンの設定等）が提供されていない場合には、「容易に確認し及び訂正することができる」状態になっていないおそれがあると考えられる。

(注1) なお、省令第42条第1項に関するその他の点については「通信販売の申込み段階における表示についてのガイドライン」を参照のこと。

(注2) 令和3年改正の施行前に存在していた「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」は、「通信販売の申込み段階における表示についてのガイドライン」の新規策定に伴い廃止されている。

(3) 「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」（第3号）

省令第42条第2項において、次のとおり定めている。

① 販売業者又は役務提供事業者が、電子情報処理組織を使用する方法（電磁的方法を除く。）により電子計算機を用いて送信することにより行われる通信販売電子メール広告をすることについての承諾を得、又は請求を受ける場合において、顧客の意に反する承諾又は請求が容易に行われないう、顧客の電子計算機の操作（通信販売電子メール広告をすることについての承諾又は請求となるものに限る。次号において同じ。）が当該通信販売電子メール広告を受けることについての承諾又は請求となることを、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 販売業者又は役務提供事業者が、電磁的方法による電磁的記録の送信、書面への記入その他の行為により行われる通信販売電子メール広告をすることについての承諾を得、又は請求を受ける場合において、当該通信販売電子メール広告をすることについての承諾を得、又は請求を受けるための表示を行う際に、顧客の意に反する承諾又は請求が容易に行われないう、顧客の電磁的方法による電磁的記録の送信、書面への記入その他の行為が当該通信販売電子メール広告を受けることについての承諾又は請求となることを、顧客が容易に認識できるように表示していないこと。

③ 販売業者又は役務提供事業者が、法第12条の4第1項及び同条第2項で準用する法第12条の3第2項から第4項までの規定のいずれかに違反する行為を行っている者に、同条第5項各号に掲げる業務の全てにつき一括して委託すること。

①及び②は、通信販売電子メール広告をすることについての承諾を得、又は請求を受ける際の違反行為について規定したものであるが、①はインターネット上のホームページ等により承諾の取得等を行う場合を、②は電子メールや書面等により承諾の取得等を行う場合をそれぞれ規定している。

ア 省令第42条第2項第1号及び第2号の当該通信販売電子メール広告を受けることについての承諾又は請求となることを、顧客が「容易に認識できるように表示」の解

積について、どのような表示を行うことが「容易に認識できる（できない）」表示に該当するかの具体例については、「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」を参照されたい。

イ 省令第 42 条第 2 項第 3 号は、販売業者等が法第 12 条の 3 第 5 項各号に掲げる業務の全てを一括して委託する際に、法第 12 条の 4 各項に違反する行為を行っている事業者に対して委託することを指示の対象としたものである。

販売業者等が法第 12 条の 3 第 5 項に掲げる業務を一括して他者に委託した場合は、販売業者等ではなく、当該受託者（通信販売電子メール広告受託事業者）が規制の対象となるが、電子メール広告受託事業者が海外にいた場合は、実質的に有効な行政処分ができないことから、本号を規定したものである。この規定により、国内・国外を問わず、法違反を犯している通信販売電子メール広告受託事業者への委託を抑止することを目的としている。

2 「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」（第 1 項柱書）

販売業者等が法第 11 条、第 12 条、第 12 条の 3（第 5 項を除く。）、第 12 条の 5、第 12 条の 6、第 13 条第 1 項若しくは第 13 条の 2 の規定に違反し、又は本条第 1 項に掲げる行為をした事実のみならず、それらの行為が本法の保護法益を害するおそれがあると主務大臣が認めるに足りる程度の場合を指す。具体的にいかなる場合がこれに該当するかは、個々の実態に照らして判断することになる。

3 「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」（第 1 項柱書）

主務大臣が販売業者等に対し、違法状態又は不当な状態の改善のための措置、消費者利益の保護を図るために必要な措置その他必要な措置を具体的に指示して行わせるものである。

「当該違反又は当該行為の是正のための措置」とは、例えば、販売業者が通信販売に係る売買契約の解除によって生ずる債務（解説 1 (1)ウを参照。）の履行を不当に遅延させていると認められる場合など、販売業者等について認定された具体的違反行為について、違反行為を繰り返さないために当該違反に係る規制の遵守を求め、改善のための取組等について報告をさせること等である。

「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」とは、例えば、販売業者等が広告の際に虚偽・誇大広告を行っていた場合に、購入者等に当該広告が虚偽・誇大広告であった旨の通知をさせる（例：実際にはそのような事実がないにもかかわらず、「この製品は、〇〇省認定」と広告していた販売業者に、「この製品は、〇〇省認定と広告していたがそのような事実はない」旨の通知をさせる。）こと等である。

上記は主務大臣が指示できる事項の例示であり、これら以外の措置についても、その必要性が認められる限り指示を行うことができるという旨を明らかにするために、「その他の必要な措置」と規定している。

- 4 第2項は、通信販売電子メール広告受託事業者が指示対象となる行為について規定したものである。

第1号については、省令第42条第3項において具体的内容を規定している。本項の内容については、法第12条の6第2項第1号と同様であるため、同条の解説2(1)を参照されたい。

第2号については、省令第42条第4項において具体的内容を規定している。どのような表示が「容易に認識できる（できない）」表示に該当するかの具体例については、「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」を参照されたい。

- 5 第2項における「利益が害されるおそれがある」や「必要な措置をとるべきことを指示することができる」についても、基本的な考え方は解説1や4と同様である。

- 6 主務大臣が本条第1項又は第2項の規定による指示をしたときは、その旨を公表することが義務付けられている（第3項及び第4項）。

- 7 本条第1項又は第2項の規定による指示に違反したときは、当該違反行為をした者は、6月以下の懲役又は100万円以下の罰金（併科あり）が科せられる（法第71条第2号）ほか、主務大臣による業務停止命令（法第15条）等の対象となる。

#### **（販売業者等に対する業務の停止等）**

**第15条** 主務大臣は、販売業者若しくは役務提供事業者が第11条、第12条、第12条の3（第5項を除く。）、第12条の5、第12条の6、第13条第1項若しくは第13条の2の規定に違反し若しくは前条第1項各号に掲げる行為をした場合において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は、その販売業者又は役務提供事業者に対し、2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。この場合において、主務大臣は、その販売業者又は役務提供事業者が個人である場合にあつては、その者に対して、当該停止を命ずる期間と同一の期間を定めて、当該停止を命ずる範囲の業務を営む法人の当該業務を担当する役員となることの禁止を併せて命ずることができる。

- 2 主務大臣は、前項前段の規定により業務の停止を命ずる場合において、当該販売業者又は当該役務提供事業者が個人であり、かつ、その特定関係法人において、当該停止を命ずる範囲の業務と同一の業務を行っているとき認められるときは、当該販売業者又は当該役務提供事業者に対して、当該停止を命ずる期間と同一の期間を定めて、その特定関係法人で行っている当該同一の業務を停止すべきことを命ずることができる。

- 3 主務大臣は、通信販売電子メール広告受託事業者が第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し若しくは前条第2項各号に掲げる行為をした場合において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、又は通信販売電子メール広告受託事業者が同項の規定による指示に従わないときは、その通信販売電子メール広告受託事業者に対し、1年以内の期間を限り、通信販売電子メール広告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。
- 4 主務大臣は、第1項又は第2項の規定による命令をしたときは、その旨を公表しなければならない。
- 5 主務大臣は、第3項の規定による命令をしたときは、その旨を公表しなければならない。

## **趣 旨**

通信販売をめぐる違法行為等が行われた場合、その行為は罰則の対象となる場合もあるが、悪質な販売業者等を放置しておくことは被害の拡大を招くものである。このため、訪問販売と同様、主務大臣はこのような販売業者等を名宛人として、業務停止命令や業務禁止命令を発することができることとするものである。さらに、業務停止命令等の実効性を確保するため、業務停止命令を受ける販売業者等が個人事業者である場合に、特定関係法人において、当該停止を命ずる範囲の業務と同一の業務を行っていると認められるときは、当該販売業者等に対して、当該停止を命ずる期間と同一の期間を定めて、その特定関係法人で行っている当該同一の業務を停止すべきことを命ずることができることも規定している。

## **解 説**

- 1 法第14条第1項及び第2項に規定する「害されるおそれがあると認めるとき」（指示のみが行われる場合）と本条第1項前段及び第3項に規定する「著しく害されるおそれがあると認めるとき」（販売業者等に対する業務停止命令が行われる場合）の違いについては当該違反行為の個々の実態に即して、取引の公正及び購入者等の利益の保護を図るために業務を停止させるまでに至らずとも必要な措置をとることで改善されると判断できる場合と、業務停止命令を発動しなければ実態が改善されないと判断される場合との違いである。なお、当然のことながら、業務停止命令を行う場合において、併せて法違反又は不当な状態の改善等のための措置を指示することも可能である。
- 2 業務停止命令の実効性をより高めるため、業務停止命令の対象となる個人事業者に対して、業務停止命令と併せて業務禁止命令を発出することができる（本条第1項後段）。業務禁止命令は、後述（法第15条の2）のとおり、①業務停止命令を受けた範囲の業務を新たに開始すること、②同種業務を営む法人の当該業務を担当する役員となることを禁止するものであるが、個人事業者の場合、業務停止命令によって当該個人事業者は新たに業務を開始することは禁止されることとなり、①の内容について改めて規定する必要はないことから、②の内容のみを規定している（法人の役員等又は個人事業者の使用人に

対する業務禁止命令については法第 15 条の 2 の解説 1 を参照のこと。)

3 個人事業者である販売業者等に対する業務禁止命令に係る条文(本条第 1 項後段)の解釈は以下のとおり。

(1) 「この場合において」

販売業者等に対する業務停止命令を発出する場合における意である。業務停止命令の発出がされない場合に業務禁止命令のみを発出することはできない。

(2) 「当該停止を命ずる期間と同一の期間を定めて」

業務禁止命令は、業務停止命令と同一の期間を定めて発出される。これは単に期間の長さが一致しているというだけでなく、通常、始期と終期についても一致することとなる。そのため、例えば業務停止命令を発出し、その期間が明けた後に業務禁止命令を発出することはできない。

(3) 「当該停止を命ずる範囲の業務を営む法人の当該業務を担当する役員となることの禁止」

「当該停止を命ずる範囲の業務」とは、業務停止命令によって停止が命じられる業務であり、その範囲内において業務禁止を命ずることができる。例えば、通信販売に係る契約の締結に関する業務について業務停止命令が発出されている場合には、業務禁止命令の内容としては、通信販売に係る契約の締結に関する業務を営む法人において、通信販売に係る契約の締結に関する業務を担当する役員となることを禁止する等ということになる。

(4) 「法人」

法第 8 条第 1 項後段に規定する「法人」と同様に、いわゆる人格のない社団における役員に相当する者になることについても禁止している。

(5) 「当該業務を担当する役員」

法第 8 条第 1 項後段に規定する「役員」と同様に、「業務を執行する社員、取締役、執行役、代表者、管理人又はこれらに準ずる者をいい、相談役、顧問その他いかなる名称を有する者であるかを問わず、法人に対し業務を執行する社員、取締役、執行役、代表者、管理人又はこれらに準ずる者と同様以上の支配力を有するものと認められる者」になることも禁止している。

4 第 2 項は、業務停止命令を受ける販売業者等が個人事業者である場合に、業務停止命令の時点で既に、特定関係法人において、当該停止を命ずる範囲の業務と同一の業務を行っていると認められるときは、当該販売業者等に対して、当該停止を命ずる期間と同一の期間を定めて、その特定関係法人において行っている当該同一の業務を停止すべきことを命ずることができることを規定している。

(1) 「特定関係法人」

第 2 章における特定関係法人の定義は法第 8 条第 2 項で規定されており、販売業者等又はその役員若しくはその使用人(当該命令の日前 1 年以内において役員又は使用

人であった者を含む。)が事業経営を実質的に支配する法人その他の政令で定める法人をいい、具体的には政令第7条の規定に基づく省令第20条において以下の法人が定められている(本項では、販売業者又は役務提供事業者が法人である場合が想定されないため、販売業者又は役務提供事業者が個人である場合を記載している。法人である場合については、法第15条の2の解説3(1)を参照)。

- ① 販売業者又は役務提供事業者が個人である場合においては、次に掲げる法人(省令第20条第1項第1号)
  - 当該販売業者等又はその使用人が代表権を有する役員である法人(イ)
  - 当該販売業者等又はその使用人がその総株主(株主総会において決議をすることができる事項の全部につき議決権を行使することができない株主を除く。)又は総社員の議決権の100分の20以上100分の50以下の議決権を保有する会社その他の法人(外国におけるこれらに相当するものを含む。省令第20条において「会社等」という。)(ロ)
  - 当該販売業者等又はその使用人がその総株主又は総社員の議決権の100分の50を超える議決権を保有する会社等(当該会社等の子会社等及び関連会社等を含む。)(ハ)
- ② 上記のほか、販売業者等の業務の一部又は当該業務に関連する事業を行っている法人であって、当該販売業者等が出資、人事、資金、技術、取引等の関係を通じて、当該法人の財務及び営業又は事業の方針の決定を支配しているもの又は当該方針の決定に対して重要な影響を与えることができるもの(省令第20条第1項第3号)

(注) 「使用人」については、法第8条の解説5(1)の注釈を参照。
- (2) 「当該停止を命ずる範囲の業務と同一の業務を行つていると認められるとき」

「当該停止を命ずる範囲の業務」とは、業務停止命令によって停止が命じられる業務であり、「同一の業務を行つていると認められるとき」とは、業務停止命令前から別法人において既に停止を命じられる範囲の業務と同一の業務を開始している場合の意である。
- (3) 「当該販売業者又は当該役務提供事業者に対して」

本条第2項に基づき業務の停止を命ぜられる名宛人は、同条第1項前段の業務停止命令を受ける販売業者等である個人となる(特定関係法人が名宛人となるわけではない)。すなわち、特定関係法人で行われている業務のうち、同条第1項前段の業務停止命令を受ける販売業者等である個人が当該特定関係法人で行っている業務の範囲で、同条第2項による業務の停止を命ずることができる。
- (4) 「当該停止を命ずる期間と同一の期間を定めて」

解説3(2)を参照。
- (5) 「その特定関係法人で行つている当該同一の業務を停止すべきことを命ずることができる」

販売業者等に対する業務停止命令前から、(1)に記載した特定関係法人において既に行っている業務であって、販売業者等に対する業務停止命令によって停止が命じられる業務と同一の業務を停止すべきことを命ずることができるの意である。

なお、業務停止命令と業務禁止命令の用語の使い分けについては、既に行っている業務を止めさせることを「業務の停止」とし、新たに業務を行ってはならないとすることを「業務の禁止」としている。

- 5 第3項は、通信販売電子メール広告受託事業者が業務停止命令の対象となる行為について規定したものである。
- 6 第4項及び第5項は、主務大臣が本条第1項から第3項までの命令をしたときは、その旨の公表を義務付けるものである。これは販売業者等の名称等を広く消費者に知らしめて被害の拡大防止を図るとともに、他の事業者が、事情を知らずに、業務禁止を命じられた者に対し業務禁止を命じられた範囲の業務を行わせることや当該業務の担当役員に就任させることを防止するためのものである。
- 7 本条第1項から第3項までの命令に違反したときは、当該違反行為をした者は、3年以下の懲役又は300万円以下の罰金（併科あり）が科せられる（法第70条第3号）。

#### **（役員等に対する業務の禁止等）**

**第15条の2** 主務大臣は、販売業者又は役務提供事業者に対して前条第1項前段の規定により業務の停止を命ずる場合において、次の各号に掲げる場合の区分に応じ、当該各号に定める者が当該命令の理由となつた事実及び当該事実に関して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通信販売に関す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、その者に対して、当該停止を命ずる期間と同一の期間を定めて、当該停止を命ずる範囲の業務を新たに開始すること（当該業務を営む法人の当該業務を担当する役員となることを含む。）の禁止を命ずることができる。

- 一 当該販売業者又は当該役務提供事業者が法人である場合 その役員及び当該命令の日前1年以内においてその役員であつた者並びにその使用人及び当該命令の日前1年以内においてその使用人であつた者
- 二 当該販売業者又は当該役務提供事業者が個人である場合 その使用人及び当該命令の日前1年以内においてその使用人であつた者

**2** 主務大臣は、前項の規定により業務の禁止を命ずる役員又は使用人が、次の各号に掲げる者に該当するときは、当該役員又は当該使用人に対して、当該禁止を命ずる期間と同一の期間を定めて、その行つている当該各号に規定する同一の業務を停止すべきことを命ずることができる。

- 一 当該命令の理由となつた行為をしたと認められる販売業者又は役務提供事業者の特定関係法人において、当該命令により禁止を命ずる範囲の業務と同一の業務を行つて

いると認められる者

二 自ら販売業者又は役務提供事業者として当該命令により禁止を命ずる範囲の業務と同一の業務を行っていると認められる者

3 主務大臣は、前2項の規定による命令をしたときは、その旨を公表しなければならない。

## **趣旨**

本条においては、通信販売を行う法人の役員等及び個人事業者の使用人に対する業務禁止命令等について規定している。

## **解説**

1 本条第1項は、法第15条第1項前段の業務停止命令と同時に、処分を受けた法人の役員等に対し、新たに業務を開始すること等を禁止し、業務停止命令が実質的に遵守されるようにするものであり、条文の解釈は以下のとおりである。

(1) 「前条第1項前段の規定により業務の停止を命ずる場合において」(柱書)

法第15条第1項後段と同様に、販売業者等に対する業務停止命令を発出する場合においての意である。

(2) 「当該各号に定める者が当該命令の理由となつた事実及び当該事実に関して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通信販売に関す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」(柱書)

業務停止命令を受けた法人の役員について、役員であることをもって一律に同種の業務を営む他の法人の役員となること等を禁止することとした場合、問題となった違反行為について責任の軽い者が業務禁止命令の対象となり得ることとなるため、販売業者等に対する業務停止命令を発出する事案ごとに業務禁止命令の対象となる者を特定すべく、主務省令で定める者に該当する場合に限って業務禁止命令の対象となることとしている。こうした者について、省令第43条において、「法第15条第1項前段の規定により停止を命ぜられた業務の遂行に主導的な役割を果たしている者」と規定している。

なお、個人事業者に対して業務禁止命令が行われる場合(法第15条第1項後段)においては、当該個人事業者が停止を命じられた業務の遂行に主導的な役割を果たしその責任を負うことは明らかであることから、このような要件は規定されていない。

(3) 「当該停止を命ずる期間と同一の期間を定めて」(柱書)

法第15条の解説3(2)を参照。

(4) 「当該停止を命ずる範囲の業務を新たに開始すること(当該業務を営む法人の当該業務を担当する役員となることを含む。)」(柱書)

「当該停止を命ずる範囲の業務」については法第15条の解説3(3)を参照。

例えば、通信販売に係る契約の締結に関する業務について業務停止命令が発出され



ている場合には、業務禁止が命じられる内容としては、法人を新たに設立し、当該法人において通信販売に係る契約の締結に関する業務を開始すること（通信販売に係る契約の締結に関する業務を担当する役員となることを含む。）を禁止する等となる。なお、「役員」については法第 15 条の解説 3(5)を参照。

- (5) 「当該販売業者又は当該役務提供事業者が法人である場合」（第 1 号）

法第 8 条第 1 項後段で定義している「法人」が該当し、人格のない社団又は財団で代表者又は管理人の定めのあるものを含む。

- (6) 「当該命令の日前 1 年以内においてその役員であつた者」（第 1 号）

「役員」とは法第 8 条第 1 項後段において定義されている「役員」である。これは、実質的に支配力を有している者も含まれることから、例えば、形式的に取締役の立場から退任しながらも実質的にはそれ以後も通信販売に関する営業活動の具体的な指示を引き続き行っていたような者は、退任の日が当該命令の日前 1 年以内であったか否かを問うまでもなく、当該命令の日においても「役員」に該当するものと評価されることになる。

- (7) 「使用人」（第 1 号・第 2 号）

「使用人」の定義は法第 8 条第 2 項で規定されており、「その営業所の業務を統括する者その他の政令で定める使用人」である。これは、役員には該当しないものの、これに準ずるような役割を果たす立場にある使用人は法人の業務の中核を担っているものと評価されることから、そのような従業員についても、業務禁止命令の対象となり得ることを規定したものである。具体的には法第 8 条の解説 5(1)の注釈を参照。

- (8) 「当該命令の日前 1 年以内においてその使用人であつた者」（第 1 号・第 2 号）

例えば、形式的に課長の立場から退任しながらも実質的にはそれ以後も通信販売に関する営業活動の具体的な指示を引き続き行っていたような者は、退任の日が当該命令の日前 1 年以内であったか否かを問うまでもなく、当該命令の日においても「使用人」に該当するものと評価されることになる。

- 2 前条第 1 項後段及び本条第 1 項による業務禁止命令についてまとめると、以下のとおりとなる。

- (1) 法人である販売業者等に対して業務停止を命ずる場合は、当該法人の役員若しくは使用人又は当該命令以前 1 年以内にこれらの立場にあつた者であつて、かつ、停止を命じられた業務の遂行に主導的な役割を果たしている者に対し、当該停止を命ずる期間と同一の期間を定めて、当該停止を命ずる範囲の業務を新たに開始すること及び当該業務を営む法人の当該業務を担当する役員となることの禁止を命令できる。

- (2) 個人である販売業者等に対して業務停止を命ずる場合は、

ア 当該個人事業者本人に対し、当該停止を命ずる期間と同一の期間を定めて、当該業務を営む法人の当該業務を担当する役員となることの禁止を命令できるほか、

イ 当該個人事業者の使用人又は当該命令以前 1 年以内に使用人であつた者であつて

停止を命じられた業務の遂行に主導的な役割を果たしている者に対し、当該停止を命ずる期間と同一の期間を定めて、当該停止を命ずる範囲の業務を新たに開始すること及び当該業務を営む法人の当該業務を担当する役員となることの禁止を命令できる。

- 3 第2項は、第1項の規定により業務禁止命令を受ける役員又は使用人が、業務禁止命令の時点で既に、「特定関係法人において」（第1号）又は「自ら」販売業者等として（第2号）、当該禁止を命ずる範囲の業務と同一の業務を行っているとき認められるときは、当該役員又は当該使用人に対して、当該禁止を命ずる期間と同一の期間を定めて、その特定関係法人において又は自ら販売業者等として行っている当該同一の業務を停止すべきことを命ずることができることを規定している。

(1) 「特定関係法人」

本項における特定関係法人は販売業者等が個人である場合、法人である場合の双方があり得るため、法第15条の解説3(1)で挙げたものに加えて、販売業者等が法人である場合においては以下の法人も特定関係法人に含まれる(省令第20条第1項第2号)。

- 当該販売業者等の子会社等、当該販売業者等を子会社等とする親会社等、当該販売業者等を子会社等とする親会社等の子会社等（当該販売業者等、当該販売業者等の子会社等及び当該販売業者等を子会社等とする親会社等を除く。）及び当該販売業者等の関連会社等（イ）
- 当該販売業者等の役員（法第15条第1項前段の規定による命令の日前1年以内において役員であった者を含む。ハ及びニにおいて同じ。）又はその使用人（法第8条の解説5(1)の注釈を参照。また、法第15条第1項前段の規定による命令の日前1年以内において使用人であった者を含む。ハ及びニにおいて同じ。）が代表権を有する役員である法人（ロ）
- 当該販売業者等の役員又はその使用人がその総株主又は総社員の議決権の100分の20以上100分の50以下の議決権を保有する会社等（ハ）
- 当該販売業者等の役員又はその使用人がその総株主又は総社員の議決権の100分の50を超える議決権を保有する会社等（当該会社等の子会社等及び関連会社等を含む。）（ニ）

(注) 「親会社等」、「子会社等」、「関連会社等」については、法第8条の2の解説3(1)の注釈を参照のこと。

(2) 「当該役員又は当該使用人に対して」

本条第2項に基づき業務の停止を命ぜられる名宛人は、同条第1項の業務禁止命令を受ける個人（すなわち、法第15条第1項前段に基づく業務停止命令を受ける販売業者等の役員又は使用人）となる（本条第2項第1号も、特定関係法人が名宛人となるわけではない。）。

(3) 「当該禁止を命ずる期間と同一の期間を定めて」

法第 15 条の解説 3(2)を参照。

(4) 「当該各号に規定する同一の業務を停止すべきことを命ずることができる」

各号においては、「当該命令により禁止を命ずる範囲の業務と同一の業務を行っていると認められる者」とあるところ、「当該命令により禁止を命ずる範囲の業務」とは、業務禁止命令によって禁止が命じられる業務であり、「同一の業務を行っていると認められる」とは、業務禁止命令前から別法人（特定関係法人）において又は自ら販売業者等として、禁止を命じられる範囲の業務と同一の業務を既に開始している場合の意である。この場合においては、既に開始している当該同一の業務についても停止を命ずることができる。

4 第 3 項は、主務大臣が本条第 1 項又は第 2 項の命令をしたときは、その旨の公表を義務付けるものである（法第 15 条の解説 6 を参照のこと。）。

5 本条第 1 項又は第 2 項の命令に違反したときは、当該違反行為をした者は、3 年以下の懲役又は 300 万円以下の罰金（併科あり）が科せられる（法第 70 条第 3 号）。

#### （通信販売における契約の解除等）

**第 15 条の 3** 通信販売をする場合の商品又は特定権利の販売条件について広告をした販売業者が当該商品若しくは当該特定権利の売買契約の申込みを受けた場合におけるその申込みをした者又は売買契約を締結した場合におけるその購入者（次項において単に「購入者」という。）は、その売買契約に係る商品の引渡し又は特定権利の移転を受けた日から起算して 8 日を経過するまでの間は、その売買契約の申込みの撤回又はその売買契約の解除（以下この条において「申込みの撤回等」という。）を行うことができる。ただし、当該販売業者が申込みの撤回等についての特約を当該広告に表示していた場合（当該売買契約が電子消費者契約に関する民法の特例に関する法律（平成 13 年法律第 95 号）第 2 条第 1 項に規定する電子消費者契約に該当する場合その他主務省令で定める場合にあつては、当該広告に表示し、かつ、広告に表示する方法以外の方法であつて主務省令で定める方法により表示していた場合）には、この限りでない。

2 申込みの撤回等があつた場合において、その売買契約に係る商品の引渡し又は特定権利の移転が既にされているときは、その引取り又は返還に要する費用は、購入者の負担とする。

#### 趣 旨

通信販売については、訪問販売等と異なり、消費者の自主性が損なわれる程度が小さいことから、強行規定としていわゆるクーリング・オフを定めることは適切ではないと考えられる一方で、返品や交換に関するトラブルは多く、両当事者にとって分かりやすい形での調整を行う必要があると考えられたことから、消費者に商品又は特定権利の売買契約の申込みの撤回等を原則可能とすることを法定している。ただし、販売業者が通信販売に関する広告

等において返品特約に関する記載を主務省令で定めるところにより適正に行った場合には、当該特約に従うこととして、消費者利益と販売業者の負担とのバランスを図る規定となっている。

## 解 説

### 1 「商品又は特定権利の販売条件について広告をした販売業者」(第1項)

本条は、広告における返品に関する表示にまつわるトラブルの回避を目的とするものである。したがって、広告を媒介としないような通信販売業者に対しては、そもそも規制の対象としないよう配慮する観点から、「販売条件について広告をした販売業者」との限定を付しているところである。

なお、広告への表示義務を規定している法第11条の規制対象と、本条における規制対象の考え方は、原則として同義であるが、本条は「返品」のルールに関する規定であることから、返品が観念できない役務の通信販売については対象とはならない。

### 2 「その売買契約に係る商品の引渡し又は特定権利の移転を受けた日から起算して8日を経過するまでの間」(第1項)

本条により、原則、消費者に契約の申込みの撤回又は契約の解除が認められることとなったが、他方、その権利行使可能期間を無制限としてしまうと、取引当事者間の関係が不安定になるおそれがある。したがって、権利行使可能期間を制限することによって、取引当事者間双方のバランスを図る必要がある。

期間の設定に当たっては、販売業者への過度の負担とならぬよう配慮しつつ、通信販売業者の自主的な取組状況を参考とした結果、商品等を受け取った日から起算して8日までという期間が定められることとなった。

### 3 「ただし、当該販売業者が申込みの撤回等についての特約を当該広告に表示していた場合……にはこの限りでない」(第1項ただし書)

販売業者が通信販売に関する広告等において返品特約に関する表示を適正に行った場合には、当該特約に従うこととなる。

広告に表示していた場合に適用される規定であることから、例えば、特約を微細な文字で表示している場合など、本条における特約としては認められないような場合については、法第11条本文の規定に基づく省令第24条第3号において禁止されることとなり、このような特約は本条の趣旨から当然に無効となる。

### 4 「当該売買契約が電子消費者契約に関する民法の特例に関する法律第2条第1項に規定する電子消費者契約に該当する場合その他主務省令で定める場合にあつては」、「主務省令で定める方法により」(第1項ただし書中の括弧書)

通信販売の広告において、販売業者が明瞭な表示により返品についての特約を明記した場合には、その特約が契約当事者双方についての取引条件に当然に影響を与えるべきものと解されるべきであると考えられる。

しかしながら、通信販売には、大きく分けてもインターネットやカタログ、テレビを媒

介したものの等があり、消費者に対する明瞭な表示の在り方にも、各々の最適な方法が必要となる。

そこで、当該売買契約が電子消費者契約に関する民法の特例に関する法律第2条第1項に規定する電子消費者契約に該当する場合、すなわち、いわゆるインターネット通信販売の場合においては、広告の表示に加えて、主務省令で定める方法として、省令第44条において、いわゆる最終確認画面においても特約の表示を義務付けている。この最終確認画面における表示についても、基本的な考え方は広告における表示と同様であり、詳しくは「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」を参照されたい。

なお、「その他主務省令で定める場合」として現時点で省令に定められているものはない。これは、現時点においては、法律上規定している場合以外においても返品特約を表示すべきと考えられるその他の媒体が存在していないためであり、今後の環境変化に応じて、改正の必要性が生じた場合に検討することとなる。

#### 5 「その引取り又は返還に要する費用は、購入者の負担とする」(第2項)

消費者からの返品がなされた後の商品等に関する送料負担については、「返品」を民法上の契約の解除とは異なると受け止められる場合が少なくないが、このような場合、契約当事者双方に対して原状回復義務が課されるという解釈がなされず、結果として誰が返送費用の負担主体となるべきかという点が曖昧になってしまうという問題がある。

こうした状況に鑑み、その負担主体を購入者と明示して規定することにより、こうしたトラブルの解決を目指すこととした。

通信販売は、販売業者からの不意打ち性を帯びた勧誘行為等が観念されないことが通常であり、むしろ消費者から積極的に取引に参加しているものと解されることから、クーリング・オフのような一方的解除権とすることは、販売業者に過度の負担を強いることとなるため不適切であり、また、販売業者からすれば、商品等について契約の内容に適合した債務を履行したにもかかわらず、消費者の任意による契約の解除が可能となり、その上販売業者に費用負担まで強いることは、取引当事者間における利害バランスを失うおそれがあると考えられる。

そこで、本規定に基づく返品がなされる場合の送料等については、購入者の負担とすることとしたものである。

#### (通信販売における契約の申込みの意思表示の取消し)

**第15条の4** 特定申込みをした者は、販売業者又は役務提供事業者が当該特定申込みを受けるに際し次の各号に掲げる行為をしたことにより、当該各号に定める誤認をし、それによつて当該特定申込みの意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

- 一 第12条の6第1項の規定に違反して不実の表示をする行為 当該表示が事実であるとの誤認
- 二 第12条の6第1項の規定に違反して表示をしない行為 当該表示がされていない事

項が存在しないとの誤認

三 第12条の6第2項第1号に掲げる表示をする行為 同号に規定する書面の送付又は  
手続に従った情報の送信が通信販売に係る売買契約又は役務提供契約の申込みとなら  
ないとの誤認

四 第12条の6第2項第2号に掲げる表示をする行為 同条第1項各号に掲げる事項に  
ついての誤認

2 第9条の3第2項から第5項までの規定は、前項の規定による特定申込みの意思表示  
の取消しについて準用する。

## **趣 旨**

通信販売は販売業者等からの積極的な勧誘行為は通常観念できないものの、契約の申込内容を確定させ、申込みを行う最終段階において、必要な表示がされていない場合や不当な表示がなされている場合には、消費者の意思形成過程が歪められていることとなる。そのため、法第12条の6に規定する特定申込み該当する場合であって、同条の規定に違反した表示によって消費者が誤認をし、それによって契約の申込みの意思表示をした場合には、当該意思表示を取り消せるものとして、被害を受けた消費者の救済を図ることとした。

## **解 説**

1 第1項は、販売業者等が、法第12条の6に規定する特定申込みを受けの際に、法第12条の6第1項又は第2項の規定に違反して不実の表示をする行為、表示をしない行為、誤認させるような表示をする行為をした結果、誤認をして申込みの意思表示をしてしまった消費者は、その意思表示を取り消すことができることとする規定である。

(1) 「特定申込みをした者は、販売業者又は役務提供事業者が……次の各号に掲げる行為をしたことにより、当該各号に定める誤認をし、それによつて当該特定申込みの意思表示をしたときは」(柱書)

特定申込みをした者が意思表示を取り消すことができるのは、販売業者等の違反行為及び特定申込みをした者が誤認したとの間並びに特定申込みをした者が誤認したこと及び当該特定申込みをした者が意思表示したことの間の双方に因果関係が認められる場合であるが、販売業者等の違反行為の事実があれば、この二つの因果関係が認められる事例が多いものと考えられる。

(2) 「第12条の6第1項の規定に違反して不実の表示をする行為」、「当該表示が事実であるとの誤認」(第1号)

販売業者等が、法第12条の6第1項各号に掲げる事項について、申込書面や最終確認画面において、事実と異なる内容を表示する行為を指す。したがって、不実の表示がなされた事項について、誤認して申込みの意思表示が行われた場合に、取消しの対象となる。

「誤認」とは、違うものをそうだと誤って認めることをいう。例えば、実際には解約

に制限があり、広告に小さな文字で一定の条件下においては解約できない旨の表示がなされているものの、それに反して、申込用はがきには「いつでも解約可能」と記載している場合において、申込用はがきを確認した消費者が「この契約はいつでも解約できる。」という認識を抱いた場合には、その消費者は「誤認」しているといえる。

- (3) 「第12条の6第1項の規定に違反して表示をしない行為」、「当該表示がされていない事項が存在しないとの誤認」(第2号)

法第12条の6第1項各号に掲げる事項について、申込書面や最終確認画面において、表示をしない行為を指す。したがって、表示がなされていない事項について、誤認して申込みの意思表示が行われた場合に、取消しの対象となる。

例えば、実際の契約は定期購入であり複数回の支払及び商品の引渡しがあるにもかかわらず、インターネット通販の最終確認画面において、1回分の販売価格や分量しか表示しておらず、2回目以降の販売価格や引渡し回数を表示していないため、消費者が「これは1回限りの契約である。」という認識を抱いた場合には、その消費者は「誤認」しているといえる。

- (4) 「第12条の6第2項第1号に掲げる表示をする行為」、「同号に規定する書面の送付又は手続に従った情報の送信が通信販売に係る売買契約又は役務提供契約の申込みとにならないとの誤認」(第3号)

法第12条の6第2項第1号で禁止される表示、すなわち、「書面の送付又は……手続に従った情報の送信が通信販売に係る売買契約又は役務提供契約の申込みとなることにつき、人を誤認させるような表示」を行う行為を指す。したがって、書面の送付を行うことや情報を送信することが契約の申込みとはならないと誤認して、当該書面の送付や情報の送信が行われた場合(結果的にそれが申込みの意思表示となってしまった場合)に、取消しの対象となる。

例えば、インターネット通販の最終確認画面において、次のページに進むと申込みが完了するにもかかわらず、単に「送信する」と書かれたボタンが設けられており、消費者が「このボタンを押しても最終的な申込みにはならない。」という認識を抱いた場合には、その消費者は「誤認」しているといえる。

- (5) 「第12条の6第2項第2号に掲げる表示をする行為」、「同条第1項各号に掲げる事項についての誤認」(第4号)

法第12条の6第2項第2号で禁止される表示、すなわち、法第12条の6第1項で義務付けられている事項について人を誤認させるような表示をする行為を指す。したがって、誤認させるような表示がなされた事項について、誤認して申込みの意思表示が行われた場合に取消しの対象となる。

例えば、実際の契約は定期購入であり複数回の支払及び商品の引渡しがあるにもかかわらず、インターネット通販の最終確認画面において、1回分の販売価格や分量を強調して記載し、2回目以降の販売価格やその他表示すべき詳細な条件については、非常

に小さな文字でしか表示しておらず、消費者が「これは1回限りの契約である。」という認識を抱いた場合には、その消費者は「誤認」しているといえる。

(6) 「これを取り消すことができる」(柱書)

契約に係る申込みの意思表示が取り消された場合には、その契約は当初からなかったことになる(無効:民法第121条本文)。その行使方法、効果等については、本法に特段の定めがない限り、「取消し」に関する民法の規定による。

契約に係る申込みの意思表示が取り消された場合、その効果として民法の一般原則により両当事者はそれぞれ不当利得の返還義務を負うことになる。販売業者等が既に代金を受領している場合には、当該代金について特定申込みをした者に返還しなければならないとともに、商品の引渡し等が既にされていれば、特定申込みをした者はその商品等を販売業者等に返還する義務を負うこととなる。

- 2 第2項は、取消しの第三者効や時効などについて、訪問販売における取消し規定である法第9条の3第2項から第5項までの規定を準用しているものである。これらについては取引形態の違いによって規定を異にする必要がなく、準用することとした。