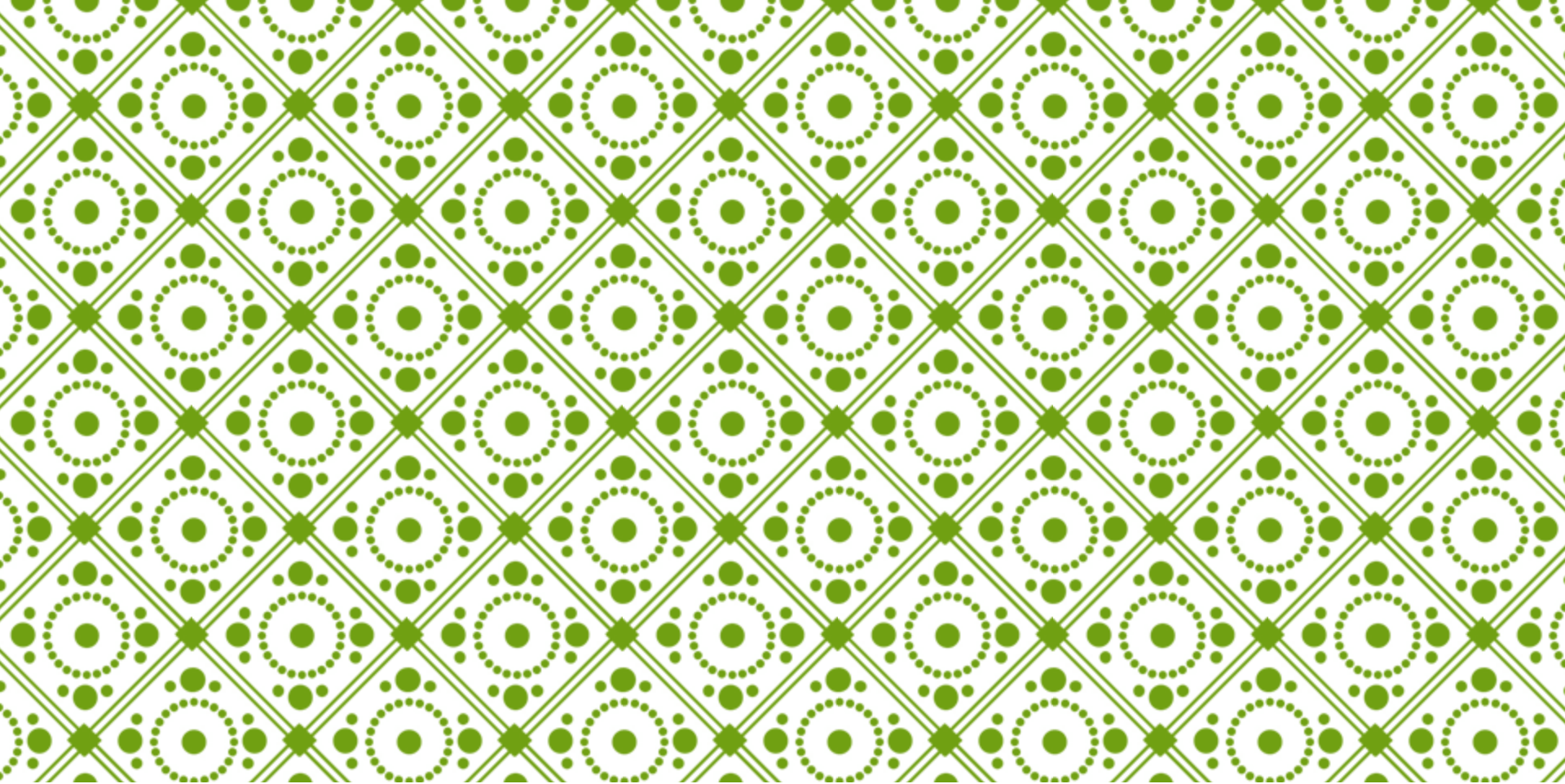




令和6年度「事業者向けコンプライアンス
講習会」

特定商取引法に関する講習 ～通信販売（Bコース）

弁護士 洞 澤 美 佳

本日の内容

0 消費生活相談の状況

1 特定商取引法上の条文の整理

2 定義規定(適用要件) 2条2項

3 申込段階に関する規定

①11条、②12条(12条の2)、③12条の6、④14条1項2号、

⑤15条の4

4 申込後～契約締結～解約までの段階に関する規定

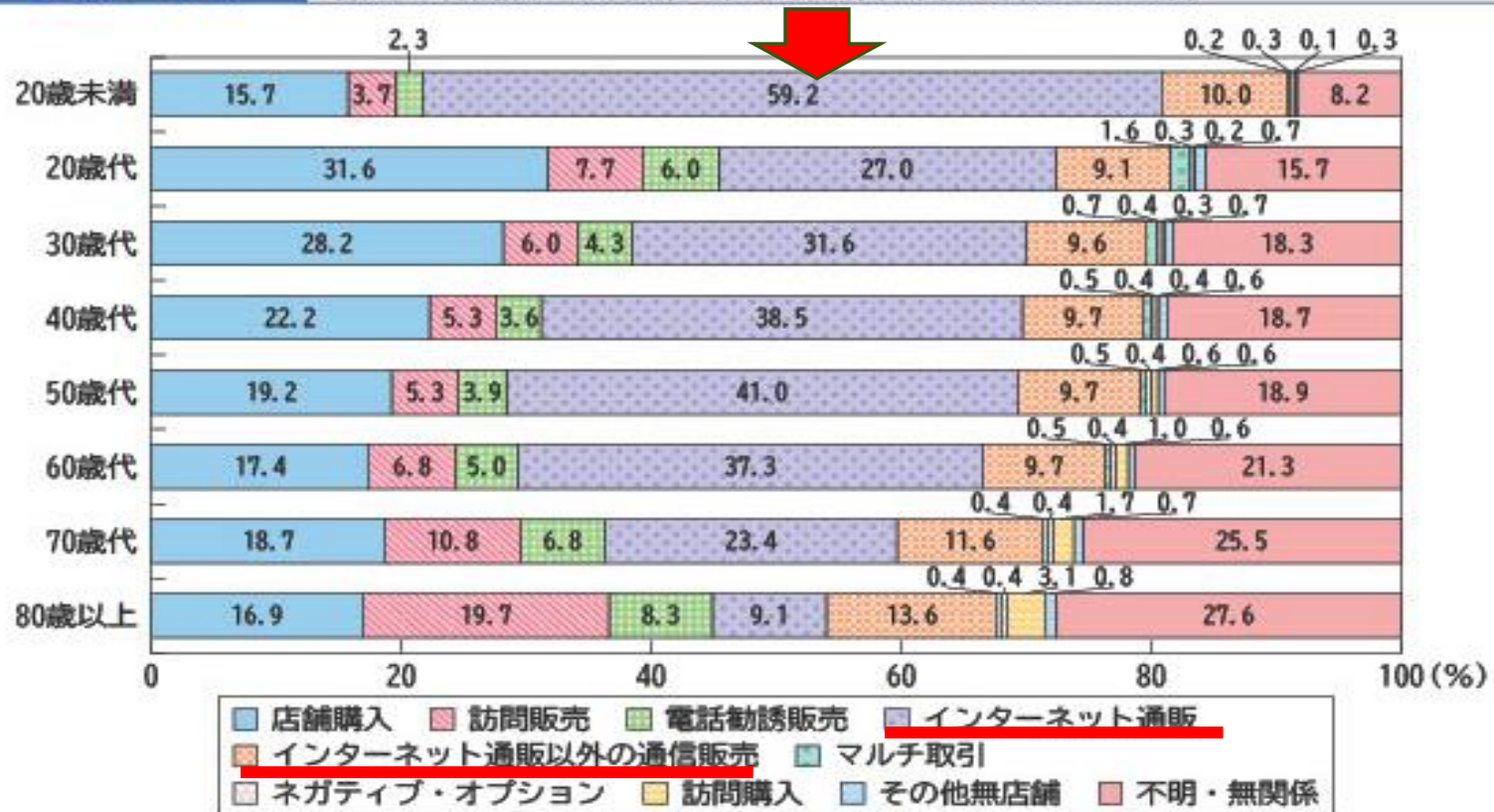
①12条の3から5、②13条の2

5 契約締結後の段階に関する規定

①15条の3、②14条1項1号

0 消費生活相談の状況

図表 I-1-3-8 消費生活相談の販売購入形態別割合（年齢層別・2023年）

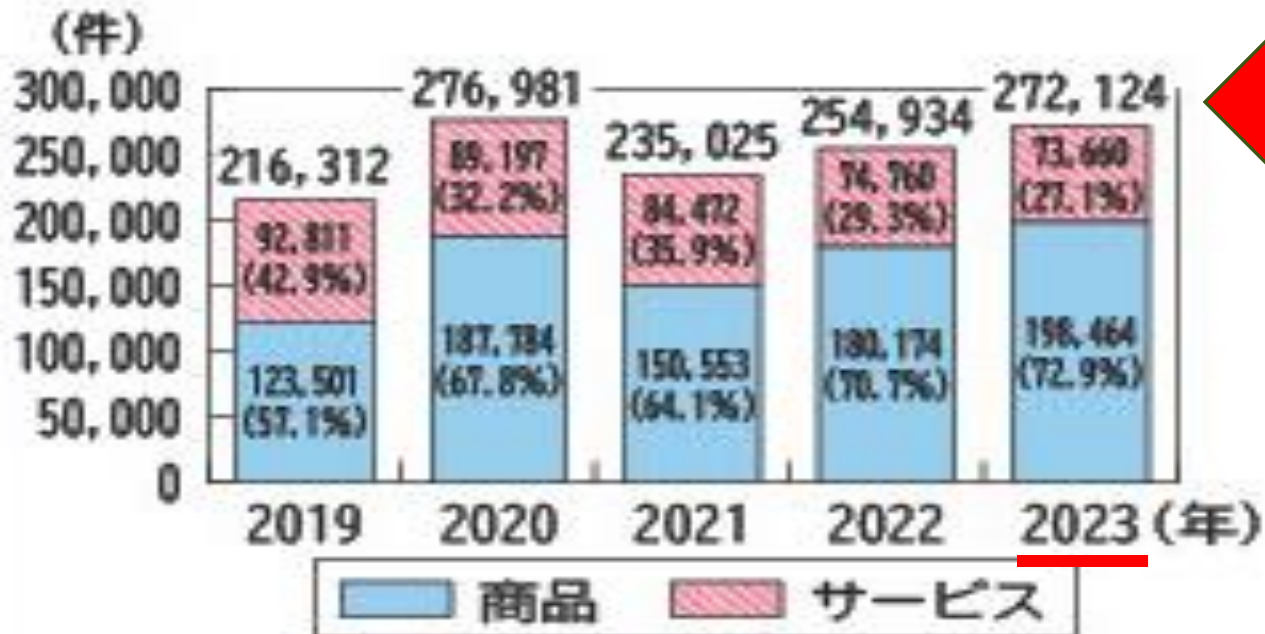


（備考） 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024年3月31日までの登録分）。
 2. 「インターネット通販」の相談については、いわゆる通常のインターネット通販より広い概念を含んでおり、例えば、インターネットサイトを利用したサイト利用料や、インターネットゲーム等に関する相談も、消費生活相談情報では「インターネット通販」に分類されるため、データの見方には注意が必要。

0 消費生活相談の状況

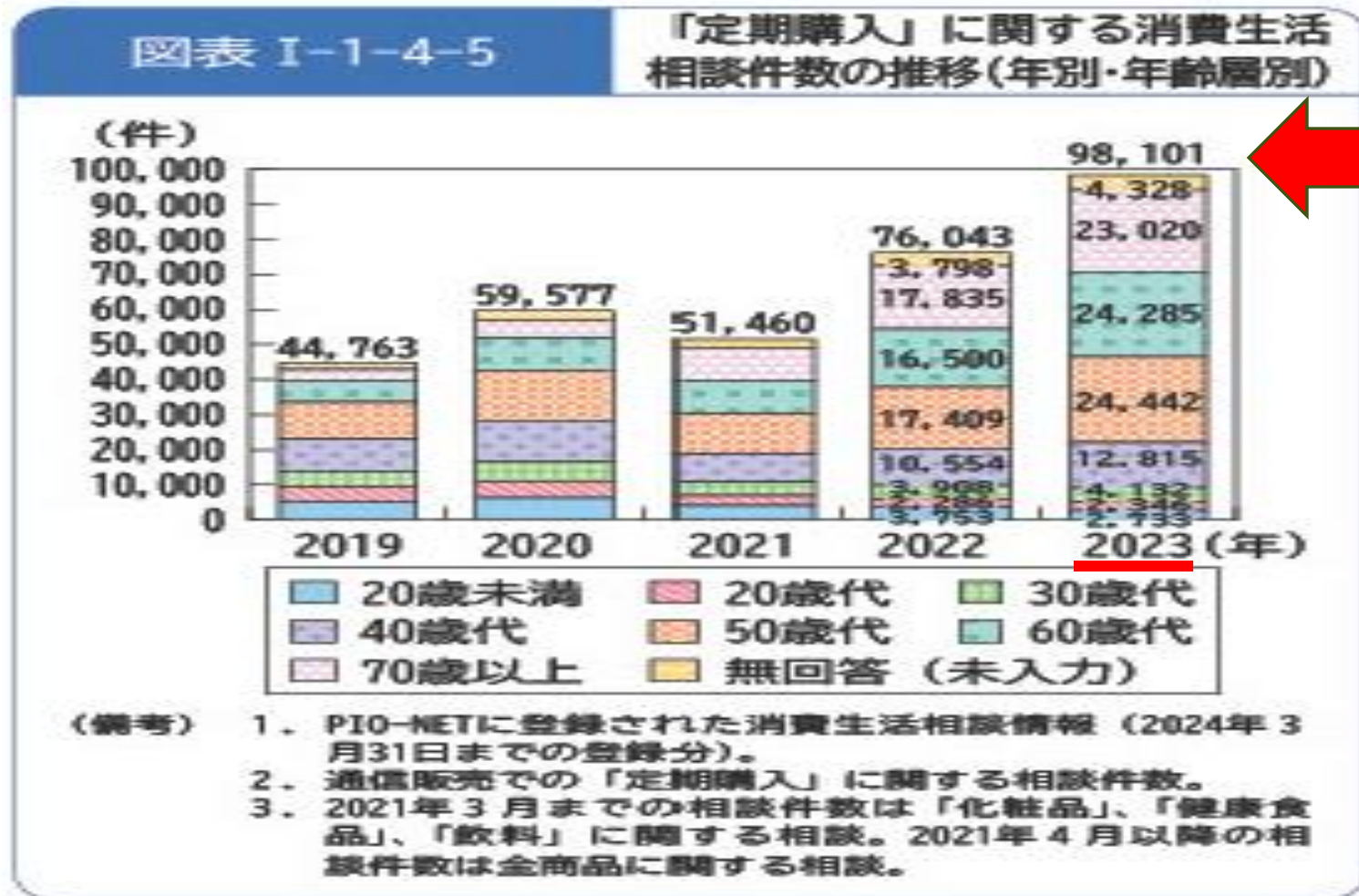
図表 I-1-4-3

「インターネット通販」に関する消費生活相談件数の推移(商品・サービス別)



(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2024年3月31日までの登録分)。

0 消費生活相談の状況



0 消費生活相談の状況

図2. PIO-NET（注2）にみる通信販売での「定期購入」に関する相談の受付月別推移（2022年度）

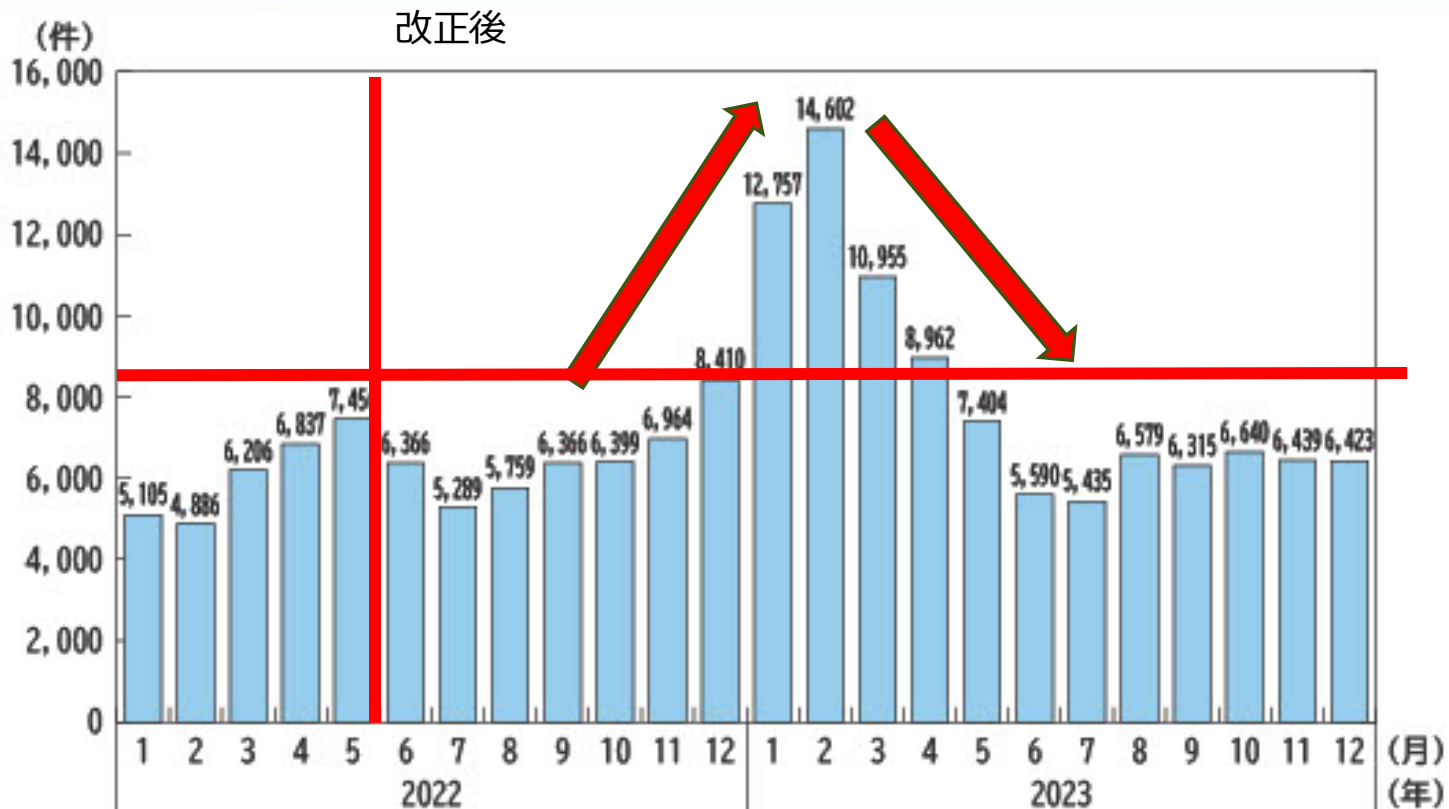


国民生活センター「定期購入」トラブル急増！！－低価格を強調する販売サイトには警戒が必要！－より

0 消費生活相談の状況

図表 I-1-4-6

「定期購入」に関する消費生活相談件数の推移（月別）



（備考） 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024年3月31日までの登録分）。
2. 通信販売での「定期購入」に関する相談件数。

0 消費生活相談の状況

図表 I-1-4-7

「定期購入」に関する消費生活相談の商品・サービス別上位件数（2023年4-12月）

順位	商品・サービス	件数	割合
1	他の健康食品	11,202	18.7%
2	化粧クリーム	5,847	9.8%
3	養毛剤	5,408	9.0%
4	乳液	5,234	8.8%
5	ファウンデーション	4,576	7.7%
6	電子タバコ	2,881	4.8%
7	シャンプー	2,435	4.1%
8	歯みがき粉	2,333	3.9%
9	パック	2,189	3.7%
10	化粧品（全般）	1,809	3.0%

順位	商品・サービス	件数	割合
11	健康食品（全般）	1,782	3.0%
12	化粧品その他	1,463	2.4%
13	洗顔クリーム	1,111	1.9%
14	化粧水	803	1.3%
15	酵素食品	791	1.3%
16	防虫・殺虫用品	701	1.2%
17	毛髪着色料	612	1.0%
18	染毛剤	450	0.8%
19	脱毛剤	416	0.7%
20	基礎化粧品（全般）	362	0.6%

黄緑色：健康食品

ピンク色：化粧品

- （備考）
1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2024年3月31日までの登録分）。
 2. 通信販売での「定期購入」に関する相談件数。
 3. 品目は商品キーワード（下位）。
 4. 2023年4月から同年12月までの消費生活相談情報を集計。

0 消費生活相談の状況

2022年OECD勧告「Dark Commercial Patterns」

- 1 行為の強制(Forced Action)
- 2 インターフェース干渉(Interface Interference)
- 3 執拗な繰り返し(Nagging)
- 4 妨害(Obstructing)
- 5 こっそり(Sneaking)
- 6 社会的証明(Social Proof)
- 7 緊急性(Urgency)

「REPORT JARO No595(2024年8月号参照)」

0 消費生活相談の状況

改正法施行後の詐欺的定期購入商法の手口

（日弁連2023年9月15日「インターネット上の詐欺的な定期購入商法被害の激増への対処を求める意見書」より）

（ア）特定申込画面の微修正

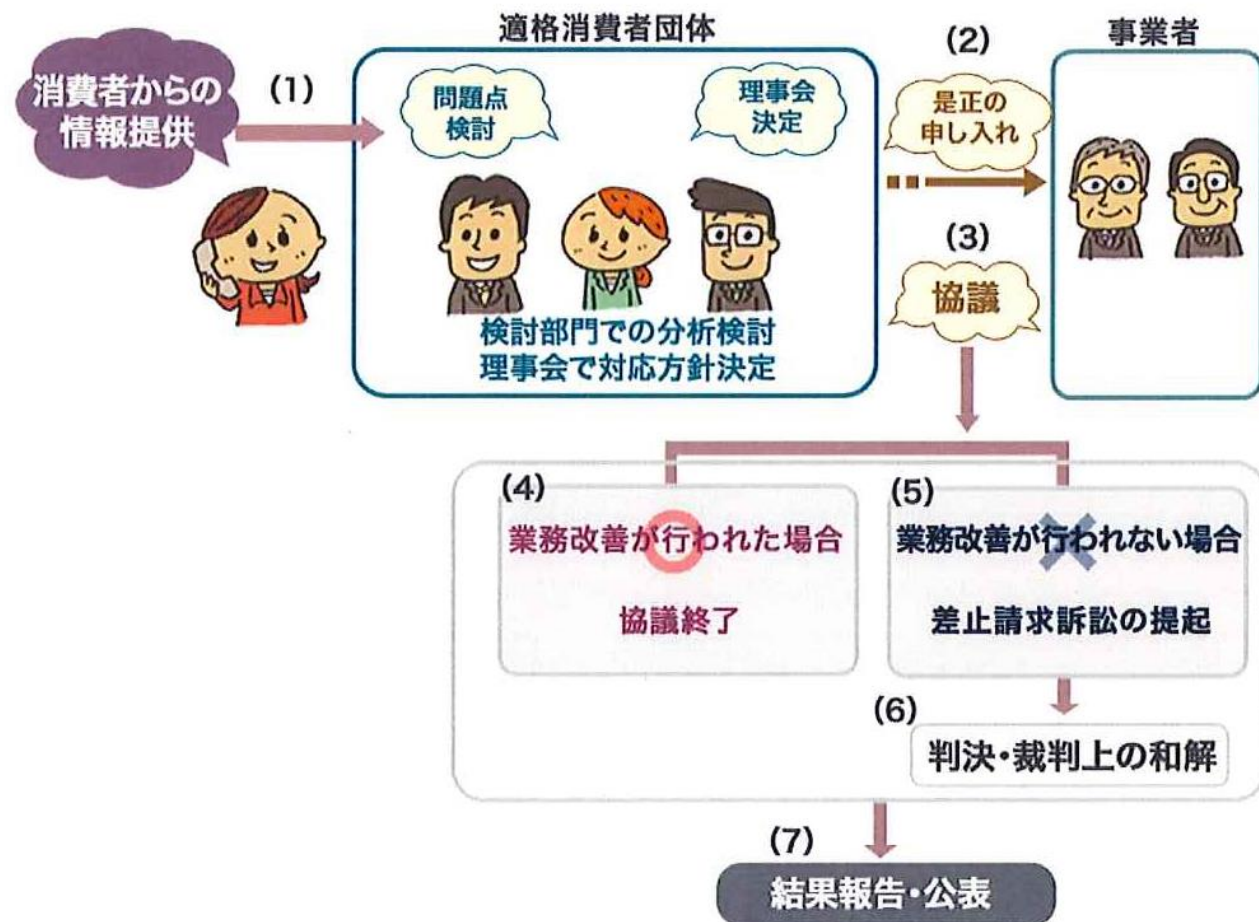
（イ）アフィリエイト広告の悪用

（ウ）「いつでも解約可能」と表示して実際にはできない

（エ）注文確定ボタン後に「特別割引クーポン」提示

（オ）「全額返金保証」、「初回無料」、「キャンペーン価格。あと〇分〇秒」その他の表示等

適格消費者団体と差止請求



消費者庁Webサイト「消費者団体訴訟制度
不当な勧誘や契約条項などによる消費者トラブルに遭ったら活用を！」

1 特定商取引法上の条文の整理

【定義規定】 2条2項

【**申込**段階に関する規定】

通信販売についての広告 11条 ← **積極的記載事項**

← 令和3年改正あり

誇大広告等の禁止 12条 ← **消極的記載事項**

← 合理的な根拠を示す資料の提出(12条の2)

↓ 当該資料を提出しないとき

14条1項(指示)及び15条1項(業務停止)適用については、当該表示は、12条に規定する表示に該当するものとみなす。

特定申込みを受ける際の表示 12条の6 ← 令和3年改正

顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為 14条1項2号
省令16条1項

1 特定商取引法上の条文の整理

広告の禁止に関する規定

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、14条1項3号(省令16条2項から4項)

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

12条の5

【承諾段階に関する規定】 ← 申込みと承諾の合致＝契約の成立
通信販売における承諾等の通知 13条

【申込後～契約締結～解約までの段階に関する規定】

不実の告知の禁止 13条の2 ← 令和3年改正により追加

1 特定商取引法上の条文の整理

【契約締結後の段階に関する規定】

債務の履行の拒否又は不当遅延 14条1項1号

通信販売における契約の解除等 15条の3

通信販売における契約の申込みの意思表示の取消し 15条の4

← 令和3年改正により追加

【行政処分に関する規定】

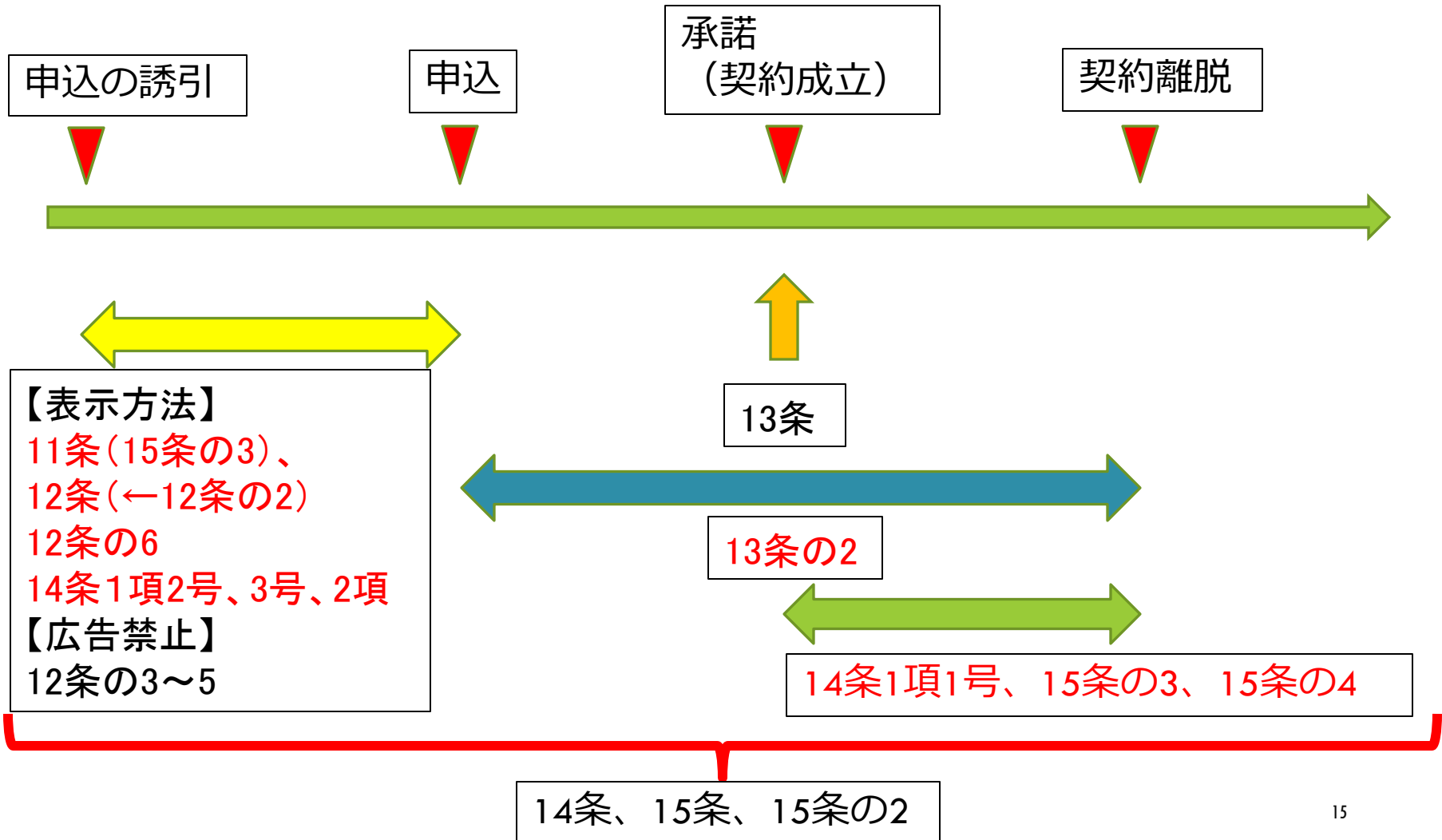
指示等 14条

販売業者等に対する業務の停止等 15条

役員等に対する業務の禁止等 15条の2

1 特定商取引法上の条文の整理

まとめ



2 定義規定（適用要件）

「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特定権利の販売又は役務の提供であつて**電話勧誘販売に該当しないものをいう。

①（当事者） **販売業者又は役務提供事業者が購入者に対し**

②（対象） **商品、役務、特定権利に関して**

③（申込手段） **郵便その他の主務省令で定める方法により**

④（行為） **申込を受けて行う取引**

省令2条

⑤（適用除外） i 電話勧誘販売に該当しないこと

ii 法26条の適用除外規定に該当しないこと

自ら行う事業者だけではなく、通信販売契約の取次ぎを行う事業者（代理店）を含むと解釈される。

2 定義規定(適用要件)

「電話勧誘販売」とは、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特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。

①(当事者) 販売業者又は役務提供事業者が購入者に対し

②(勧誘方法) 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勧誘により、→ 政令2条参照！

③(対象) 商品、役務、特定権利に関して

④(申込手段) 郵便等により

⑤(行為) 申込を受け、又は契約を締結して行う取引

⑥(適用除外) 法26条の適用除外規定に該当しないこと

通信手段で申込みを受ける点は共通

← 不意打ち勧誘の特徴を踏まえ、訪問販売と同様の規制に(契約書面交付義務、クーリング・オフ等)。

2 定義規定（適用要件）

適用除外（法26条） …特定商取引法が適用されない取引

①	購入者等が営業のためまたは営業として契約するもの
②	海外にいる人に対する契約
③	国、地方公共団体が行う販売または役務の提供
④	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
⑤	事業者がその従業員に対して行う販売または役務の提供
⑥	株式会社以外の者が発行する新聞紙の販売
⑦	他の特別法の適用により消費者の利益を保護することができる等と認められる事業者（金融商品取引業者、運送業者、情報通信業者など）

3 申込段階に関する規定

～ 通信販売についての広告 11条

(1) 広告に表示すべき事項(法11条)に関する令和3年の改正内容

改正前

- 1号 販売価格又は役務の対価
- 2号 支払いの時期及び方法
- 3号 商品の引渡時期, 権利の移転時期又は役務の提供時期
- 4号 商品/特定権利の売買契約の申込みの撤回又は解除に関する事項
- 5号 その他主務省令で定めるもの

現行法

- 1号 変更なし
- 2号 変更なし
- 3号 変更なし
- 4号 商品/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内容【新設】
- 5号 商品/特定権利の売買契約又は役務提供契約に係るの申込みの撤回又は解除に関する事項(＊)
- 6号 その他主務省令で定めるもの

＊ 法定返品制度の規定(法15条の3)の改正はない

3 申込段階に関する規定

～ 通信販売についての広告 11条

(2) その他主務省令で定めるもの

- ①販売業者の氏名・名称、住所及び電話番号(省令8条1号)
- ②販売業者が法人でインターネットにより広告をする場合は、代表者又は責任者名(省令8条2号)
- 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、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(省令8条3号)
- ④販売価格と送料以外に負担金があるときはその内容と金額(省令8条4号)
- ⑤契約不適合責任に関する特約があるときはその内容(省令8条5号)
- ⑥コンピュータソフト、映像・音楽等の媒体の販売または情報データの提供の場合は、利用するために必要なコンピュータの仕様・性能(省令8条6号)
- ⑦商品の売買契約を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(省令8条7号)
- ⑧その他の販売条件があるときはその内容(省令8条8号)
- ⑨広告表示の一部を表示しない場合に説明書を請求した場合に金銭を負担する場合はその金額(省令8条9号)
- ⑩電子メール広告をする場合、販売業者のメールアドレス(省令8条10号)

→消費者庁「通信販売広告Q & A」「通信販売(いわゆる定期購入契約)Q & A」⁷⁰⁾

3 申込段階に関する規定

～ 通信販売についての広告 11条

(3) 表示事項を一部省略できる場合

「消費者から請求があれば取引条件を記載した書面か電子メールを遅滞なく提供できる旨表示してあるときは、表示の一部を省略できる(法11条但書)。

【省略不可の表示事項】

- ①申込みの有効期限
- ②返品に関する事項
- 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場合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(提供条件)
- 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、その価格、
- ⑦(電子メールで広告するときは)電子メールアドレスは省略不可。

→消費者庁「特定商取引法ガイド」通信販売参照

<https://www.no-trouble.caa.go.jp/what/mailorder/>

(4) 違反の効果

- ①行政処分(14条、15条、15条の2)
- ②民事効果:返品特約の記載(11条5号)がないときまたは不備のときは、8日間の解約返品制度が適用される(15条の3)

3 申込段階に関する規定

～誇大広告等の禁止 12条

通信販売事業者は、広告をするときは、以下の事項について、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。

- ①商品の種類・性能・品質・効能、役務の種類・内容・効果、権利の種類・内容・権利に係る役務の種類、内容若しくは効果
- ②売買契約又は役務提供契約の解除に関する事項（返品特約がある場合にはその内容を含む。）
- ③商品、権利、役務について、事業者又は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
- ⑤商品の原産地若しくは製造地、商標又は製造者名
- ⑥法第11条各号に掲げる事項

3 申込段階に関する規定

～誇大広告等の禁止 12条

①広告とは「販売業者等がそれにより郵便、電話、電子メール、インターネット等の通信手段により申込みを受ける意思が明らかであり、かつ、消費者等がその表示により購入の申込みをすることができるもの（この要件を満たしていれば、媒体は問わない。）」をいう。

②事実に反する表示、優良であると誤認させる表示（品質・効能の優良誤認表示）、有利であると誤認させる表示（価格等の取引条件の有利誤認表示）の判定は、景表法と基本的に同じと考えて良い。

3 申込段階に関する規定

～誇大広告等の禁止 12条

③「著しく」とは、誇張・誇大の程度が社会一般に許容されている程度を超えていることを指している。表示上の特定の文章、図表、写真等から消費者等が受ける印象・認識ではなく、表示内容全体から消費者等が受ける印象・認識が基準となり、例えば、「消費者等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、当然契約に誘い込まれることはない」等の場合は、社会一般に許容される程度を超えていると考えられる。

当該表示を誤認して誘引されるかどうかは、商品の性質、一般消費者の知識水準、取引の実態、表示の方法、表示の対象となる内容などにより判断される。

3 申込段階に関する規定

～誇大広告等の禁止 12条

④強調表示と打消し表示に関する不当表示の判定

＊消費者庁平成29年7月「打消し表示に関する実態調査報告書」／消費者庁平成30年6月「打消し表示に関する表示方法及び表示内容に関する留意点」

一般消費者が誤認すると考えられる表示か否かで判断する。

→その打消し表示が、離れた場所にある場合や、強調表示に比べて小さな文字である場合や、背景の記載と区別がつきにくい場合や、記載内容が抽象的・難解な表現である場合など、一般消費者がそれに気づかないか意味を理解できないような場合は、強調表示を打消したものと評価できない。

3 申込段階に関する規定

～誇大広告等の禁止 12条

④強調表示と打ち消し表示に関する不当表示の判定

強調表示に対する打ち消し表示の内容が、一般消費者が正しく認識できる表示となっているか。

- 1 強調表示と矛盾しないか
- 2 一般消費者が認識できる表示方法か（＊）
- 3 一般消費者が理解できる表示内容か

（＊）①文字の大きさが適切か、

②強調表示と打ち消し表示の文字の大きさのバランスに問題がないか、

③打ち消し表示の配置の箇所が強調表示との関係で離れたところに配置されており、強調表示との一体性を実質的に欠いていないか

④打ち消し表示が記載されている部分の背景が打ち消し表示を埋没させるような背景になっていないか、

3 申込段階に関する規定

～誇大広告等の禁止 12条

No.1表示等についての景品表示法上の考え方

No.1表示等が、**合理的な根拠に基づかず、事実と異なる場合には、**実際のもの又は競争事業者のものよりも著しく優良又は有利であると一般消費者に誤認され、**不当表示として景品表示法上問題となる。**

合理的な根拠と認められるには、次の4点を満たすことが必要

☑比較対象となる商品・サービスが適切に選定されている

「No.1」を訴求する以上、原則として、**主要な競合商品・サービスを比較対象とする必要がある。**

問題となる例

- 「〇〇サービス 満足度No.1」等と表示しているが、〇〇に属するサービスのうち市場における主要なものの一部又は全部が比較対象に含まれていない 等

☑調査対象者が適切に選定されている（※高評価%表示も同様）

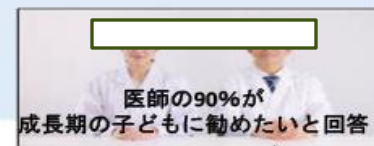
表示内容から認識される調査対象者を選定する必要がある。

問題となる例

- 「顧客満足度No.1」等と、実際に商品・サービスを利用したことがある者を対象に調査を行っているかのように示す表示をしているが（※）、実際には、単なるイメージ調査のみを行っている
（※）イメージ調査の結果によることを注記していても、「顧客満足度No.1」という表示内容と調査結果が適切に対応していないことには変わりはない。
- 「医師の〇%が推奨」等と、医師が専門的な知見に基づく判断として「推奨」しているかのように示す表示をしているが、実際には、医師の専門分野（診療科など）が、商品・サービスを評価するに当たって必要な専門的知見と対応していない 等



ウェブサイトのイメージ調査による



☑調査が公平な方法で実施されている（※高評価%表示も同様）

恣意的な調査とならないようにする必要がある。

問題となる例

- 「おすすめしたい」商品を選択させる場合に、自社商品を選択肢の最上位に固定して誘導する
- No.1（〇%以上）になったタイミングで調査を終了している 等

専門の異なる医師にアンケートを実施

☑表示内容と調査結果が適切に対応している（※高評価%表示も同様）

3 申込段階に関する規定

～誇大広告等の禁止 12条

④強調表示と打消し表示に関する不当表示の判定(質問より)

「①「定期購入販売」の告知方法について。

例) 初回の値引きは大きく告知・アナウンスされるが、2回目以降の条件はものすごく小さな文字で申し訳程度に表示されているもの／初回の大幅値引きを含めた3か月の本体価格のみを支払総額で提示し「別途送料」とするもの／「いつでも中止、お休みOK」と「解約」なのかわからない強調表示が行われていること(「いつでも」とあっても大抵「次回商品到着〇日前までのご連絡で」とあることも問題)／「おためし1回でもいいんですよ？」のように本当は「定期購入」してほしいけど、1回購入でも販売しますよ、とする紛らわしい演出などなど

「定期購入販売」であることの販売告知は行われて商品紹介がされるものの、取引条件等の提示方法は、「望ましい」とのQ&Aは出ているものの、ガイドライン的なものがないため、かなり自由度が高いが、このような表示で定期購入販売を行うことに特商法等上の問題はないか？

3 申込段階に関する規定

～誇大広告等の禁止 12条

④強調表示と打消し表示に関する不当表示の判定(質問より)

通信販売番組において、「商品価格(税込)」紹介時に「別途送料」の表示が行われ、価格紹介とは離れた別画面に「送料:〇〇円」と表示されることが多い。

ECコマース等と異なり、送料はほぼ一律(一部離島、沖縄などに追加送料が発生する場合はあるが)である。

ECコマースのように自分で操作して確認するものと異なり、放送は流れていくもので、商品価格と離れた場面に送料が提示されると、消費者が支払総額を計算することは容易ではない。支払総額が一目で認識できない形での送料表示は特商法上好ましくないと思うため、広告審査でそのように指摘を行うと「厳しすぎる」と言われる。

「別途送料」の表示はあるが、商品価格の値引きを強調し「商品価格(税込)を支払うだけでご覧のすべての商品が！」と安値を強調したアナウンス告知をして、少し離れた場面で「別途送料1500円」「別途送料3000円」等の告知を行う表示方法には問題はないのでしょうか？

3 申込段階に関する規定 ～誇大広告等の禁止 12条

合理的な根拠を示す資料の提出(12条の2)

(1)規定の内容

主務大臣は、12条の2に基づいて、当該広告をした通信販売業者に対し、期間を定めて、当該広告において表示された内容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。

当該通信販売事業者が資料を提出しないとき(*)は、主務大臣が当該広告において表示された内容について実際のものとは異なるものであること等の具体的な立証を行うまでもなく、当該広告は第12条の規定に違反する広告とみなされることになる。

(*)提出を求めた時から15日後が提出期限(正当事由があれば延長も可能とされるが、新たな又は追加的な試験・調査を実施する等は×。)

3 申込段階に関する規定 ～誇大広告等の禁止 12条

合理的な根拠を示す資料の提出(12条の2)

(2)対象となる広告

商品の種類や性能、役務の内容、取引により得られる利益等に関する広告。

【通達の例示】

- ・「一度散布すれば1年間は害虫が発生しない成分を使っている。」防虫効果
- ・「81kgの体重をダイエットで66kgまで減量。しかし、それ以上は何をしても無理だったという…そんな彼女も〇〇での58日間でなんと10kgの減量に成功。3度の食事を欠かさずにこの変化」 食事制限を伴わない瘦身効果
- ・「ニキビ等どんな肌のトラブルも、リンゴの皮をむくようにスルリと優しくムキ取ります。」「3週間後には顔中にあったニキビが全部ムキ取れて消滅し、今ではすっきりスベスベ肌！」ニキビ除去効果(短期間でニキビの全くない肌になる効果

3 申込段階に関する規定 ～誇大広告等の禁止 12条

合理的な根拠を示す資料の提出(12条の2)

(3) 神秘的 content 等の取扱い

神秘的 content (「開運」、「金運」等)、主観的内容 (「気分爽快」等)、抽象的内容 (「健康になる」等) に関する広告であっても、当該広告において表示された内容が消費者等にとって、当該商品・役務の選択に際しての重要な判断基準となっていると考えられ、具体的かつ著しい便益が、社会一般に許容される程度を超えて主張されている(暗示されている場合も含む。)場合には、12条に違反するおそれがあるため、合理的な根拠を示す資料の提出を求める対象となり得る。

3 申込段階に関する規定 ～誇大広告等の禁止 12条

合理的な根拠を示す資料の提出(12条の2)

(4) 合理的な根拠の判断基準

ア 提出資料が客観的に実証された内容のものであること

①試験・調査によって得られた結果

②専門家、専門家団体若しくは専門機関の見解又は学術文献

イ 広告において表示された性能、効果、利益等(*)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

* 文章、写真、試験結果等から引用された数値、イメージ図、消費者の体験談等を含めた勧誘・広告全体から消費者等が認識する性能、効果、利益等であること

3 申込段階に関する規定 ～誇大広告等の禁止 12条

虚偽・誇大広告の違反の効果

- ①行政処分(14条、15条、15条の2)
- ②適格消費者団体による差止請求(58条の19①)
- ③刑事罰
 - ①景表法の不当表示違反⇒直接の罰則なし
 - ②特商法の虚偽誇大広告違反⇒100万円以下の罰金
両罰規定もある。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

令和3年改正により追加

(1) 特定申込画面の規制強化

詐欺的な定期購入商法への対策として、改正法では、事業者が設定した通信販売の申込画面 (特定申込画面) について、①②を内容とする独立の条文が新設(法12条の6)。

①契約条件表示事項の義務(同条第1項)

②誤認を招く表示の禁止(同条第2項)

→「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」

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

(2) 特定申込みとは

①販売業者等が定める様式の書面によって顧客が行う契約の申込み
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。消費者がどのような方法（郵送、ファ
クシミリ等）で申込むかは問題にならない。

②販売業者等が電子計算機の映像面に表示する手続に従って顧客
が行う契約の申込み→インターネット通販での申込み
表題の有無や内容、形式にかかわらず、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）がこれに当たる。
→チャットやSNS等を利用して申込みを行う場合も含む。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

(2) 特定申込みとは

11条(通信販売についての広告)の対象となる「広告」は、契約の締結に向けて誘引するために広く一般の消費者を対象として行われる表示であるから、特定申込みにかかる書面又映像面とは異なる概念である。

12条の6は、あくまでも申込書面又は最終確認画面において必要かつ適切な表示がなされているかどうかに着目するものであり、広告上で11条に従い表示を行ったとしても、それをもって12条の6第1項の表示義務を果たしたことにはならない。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

(3) 契約条件表示事項の義務(第1項)

改正前(ガイドライン)

(商品のみが対象)

注文する商品名

注文数量

契約期間(商品の引渡し回数)

金額(各回ごとの商品の代金,
送料及び支払総額等)

その他特別の販売条件

現行法(法11条参照)

(商品・権利・役務提供が対象)

販売価格又は役務の対価

支払いの時期及び方法

商品の引渡時期, 権利の移転時期又
は役務の提供時期

期間に関する定めがあるときはその
旨及び内容

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

商品等又は役務の分量

【書面例1】第12条の6に違反しないと考えられる表示

夏のスリッパフェア お申込みはがき

分量

お届け先情報

フリガナ

お名前 姓 名

御住所 〒

電話番号 -

販売価格

注文数を御記入ください！

商品名	価格／1足当たり	サイズ	注文数
大人用スリッパ (柄A)	2,500円 (税込)	S	
		M	
		L	
大人用スリッパ (柄B)	2,500円 (税込)	S	
		M	
		L	
キッズ用スリッパ (柄A)	1,500円 (税込)	S	
		M	
		L	
キッズ用スリッパ (柄B)	1,500円 (税込)	S	
		M	
		L	

(注) 注文した商品の合計額に送料(税込500円・全国一律)が加算されます。

お支払いについて

- お支払いは【銀行振込】又は【コンビニ払い】のいずれかをお選びいただけます。(商品に支払用紙を同封いたします。)
- 商品到着から10日以内にお支払いをお願いいたします。

注意事項

- この商品の販売は期間限定となります。XXXX年8月31日(消印有効)までに御注文をお願いいたします。
- お申込みはがきが届いてから5日以内に商品を発送いたします。
- お申込みの撤回等については、チラシに掲載の「キャンセル・返品・交換についての注意事項」を御確認ください。

引渡時期

キャンセル・返品・交換についての注意事項

- ・当社が商品の発送を行うまでは、以下に記載の電話番号にてお申込みの撤回を行うことが可能です。
- ・商品到着後の返品については、10日以内に電話での御連絡をお願いいたします。
- ・不良品の返品については返送料も当社負担で対応いたしますが、お客様の御都合による返品については返送料を御負担いただきます。
- ・同一商品のサイズ交換については返送料のみの御負担(手数料や再発送する際の送料等の支払は不要)で対応いたします。

(キャンセル・返品・交換：専用ダイヤル) XX-XXXX-XXXX

商品チラシ

スペースの都合上全ての事項を申込書面に記載できない場合には、参照の対象となる表示事項について参照箇所を明記した上で、広告部分の該当箇所等を参照する形式とすることは可

販売価格に送料が含まれない場合には送料についても明確に表示

支払方法 支払時期

商品等の申込み自体に期間を設定している場合にはその旨及びその内容についての表示が必要

解除等に関する事項

1 チラシの一部を切り取って申込用はがきとして使用するもの

【画面例3】第12条の6に違反しないと考えられる表示(定期購入契約の場合)

①カート ②お客様情報入力 ③お支払方法の選択 ④注文内容の最終確認 ⑤御注文完了

注文内容の最終確認

分量 (各回に届く分量も明記)

お申込み内容 変更

サブリメント定期購入コース【5回お届けコース】

商品価格	初回	1,100円 (税込)
	2回目	3,300円 (税込)
	3回目	3,300円 (税込)
	4回目	3,300円 (税込)
	5回目	3,300円 (税込)
送料 (1回当たり)		500円 (税込)

・各回につき3袋をお届け
⇒5回分計15袋となります
・1袋の内容量は30粒
・1か月に1回発送

商品画像

販売価格

お支払い方法 変更

初回のお支払額 (初回の商品価格及び送料) 1,600円 (税込)

2～5回目の各回のお支払額 (2～5回目の各回の商品価格及び送料) 3,800円 (税込)

5回分のお支払総額 16,800円 (税込)

*クレジットカード払い (一括)
カード名義人: SYUJI TARO
カード番号: ****-****-XXXX
有効期限: XX / XXXX

【クレジットカードでのお支払いの場合】毎月1回分のお引き落とし
【コンビニ後払いの場合】商品に同封する請求書により、商品到着後7日以内のお支払い
※商品価格と送料の合計額の引き落とし又は御請求となります。

お届け先 ショウヒ タロウ 〒100-XXXX
消費 太郎 様 東京都千代田区霞が関×-×-× 変更

発送方法 宅配便 (御自宅へのお届け) 変更

お届け時期 初回は御注文の完了から4日以内に発送
2回目以降は、前回発送日から起算して1か月が経過する日に発送

御注文完了後のキャンセル・返品・契約の解約について

- ・御注文完了後2時間以内は、ウェブサイトのマイページ内での手続き(※1)により御注文のキャンセルが可能です。
- ・商品到着後7日以内であれば返品が可能です。(ただし、不良品の場合を除き、返送費用はお客様負担となります。) 返品された場合、翌月以降の契約も自動で解約されます。
- ・契約期間の途中で御解約される場合には、商品発送の5日前(※2)までに、マイページ内での手続き(※3)を行っていただくか、以下に記載の電話番号(※4)へ御連絡ください。商品発送の5日前までの御連絡があれば、お客様に費用負担が生じることはありません。

(※1) マイページの「注文履歴」>「御注文のキャンセル」を押していただき、「キャンセルを受け付けました」のページが表示されるとキャンセル完了となります。

(※2) 前回発送日 (商品に同封する案内に記載) から1か月後が次の発送日となります。

(※3) マイページの「注文履歴」>「定期購入解約」を押していただき、「解約手続きが完了しました」のページが表示されると解約完了となります。

(※4) 解約手続き用の御連絡窓口: (電話) XX-XXXX-XXXX

解除等に関する事項

TOPページに戻る (注文は確定されません)

注文を確定する

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

【表示事項に関する補足】

1 販売価格対価

- (1) インターネット通販で複数商品を購入する場合、支払総額を表示する必要あり。
- (2) 定期購入契約では、各回の代金等代金総額の表示のほか初回と二回目以降の代金が異なる場合にはその表示も必要。
- (3) サブスクリプションで最初に無料期間等がある場合には、有料となる時期と支払うこととなる金額の表示が必要。
- (4) 無期限の契約の場合には、一定期間における支払総額を目安として表示する。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

2 支払時期及び方法

前払い・後払いの表示、支払期限等の表示、支払方法の表示が必要。定期購入契約では、各回の代金の支払い時期についても表示をする必要あり。

3 引渡時期、移転時期、提供時期

引渡時期が配送の都合などに左右されることがある場合（例えば発送日や配送指定日時の表示など）、実態に即して対応をする必要がある。定期購入の場合には各回の引渡時期を表示する。

4 申込期間がある場合にはその旨及び内容。

申込期間がある場合とは、期間限定販売を行うような場合など期間経過後に購入できなくなる場合を指す。「今だけ」など具体的に期間を特定できない表示はできない。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

5 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

- (1) 定期購入契約で解約の申出に期限がある場合にはその期限を表示する。
- (2) 解約時に違約金などの不利益が生じる場合にはその旨と内容をそれぞれ表示する。
- (3) これらの表示は、消費者が明確に認識できるという前提でリンク先や参照ページに詳細を表示することも許容されるが、消費者が想定しないような解約方法である場合は最終確認画面において明確に表示をすることが求められる。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

(4)電話で解約を受け付ける場合、確実につながる電話番号の掲載が必要。消費者が電話をしても一切繋がらない、或いは折り返しの電話を窓口担当者に依頼しても一向にその連絡が来ないというような場合は不実のことを表示する行為として違法となる場合がある。

6 分量

- (1)商品や役務の対応に応じ数量、回数、期間などを表示する。
- (2)定期購入の場合は、各回の分量と総分量がわかる引渡し回数を表示する。無期限の場合は例えば1年間など一定期間を区切った分量を目安として表示するというような配慮が望ましい。
- (3)サブスクリプションの場合は、役務の提供期間と期間内に利用可能な回数があればその内容をそれぞれ表示する。
- (4)無期限の契約や契約が自動更新である場合にはその旨も表示をする必要がある。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

(3) 誤認を招く表示の禁止(第2項)

ア 概要

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。

- 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

→特定申込みが有償の契約の申込みに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。

- 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

→特定申込みに係る書面等に表示事項を表示し、それが不実の表示ではないものの、その意味を誤認させるような表示を禁止する。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

(4) 誤認を招く表示の禁止(第2項)

イ 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

「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。

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。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

(4)誤認を招く表示の禁止(第2項)

イ 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

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、その他の定期購入に関する条件をそれに比べて小さな文字で小さな文字で表示する場合や、目立たない場所に設置されたリンクから遷移するページにしか表示していない場合、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など。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

(4) 誤認を招く表示の禁止(第2項)

イ 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

- ・「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。
- ・実際には解約条件等が付いているにもかかわらず、「いつでも解約可能」などの表示をした場合

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

【関連】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」について

顧客が、インターネット上の操作を行う際に申込みの内容を容易に①確認し、及び②訂正することができるようにしていないこと(省令16条1項)

→広告画面だけでなく申込画面に契約内容・条件にも明記

→画面の表示事項を全て注意深く読めば契約条件を確認できた場合におけるリスク分配(消費者の不注意とみるか事業者の責任とみるか)について、事業者の画面設定の義務を設けて被害防止・救済を図った。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

【関連】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」について

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は該当。

申込みの内容として、(申込者が自分で変更しない限りは)定期購入契約として申し込むように予め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にも該当する。

→定期購入契約の内容自体が表示されていない場合や、定期購入契約の内容自体を誤認させるような表示を行っている場合等には、法第12条の6の違反となる。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

【関連】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」について

錯誤取消しの特例(電子消費者契約特例法3条)

電子契約の申込みに際し、契約内容の最終確認画面の設定に不備がある場合、消費者が契約条件を誤認して申込みをしたときは、消費者が「錯誤取消し」(民法95条)を主張することについて、「重過失」の適用除外(民法95条但書)を排除する。

⇒事業者が誤認を避ける最終確認画面の設定を怠っていた場合は、消費者の落ち度が大きくても錯誤取消しが認められる。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

(4) 誤認を招く表示の禁止(第2項)

ウ 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

例えば「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と考えられる。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

(5) 特定申込画面の規制(法12条の6)の違反への対応

①行政処分(同法14条, 15条)

②刑罰(直罰)(同法70条②, 72条1項④, 74条1項②)

1項の規定に違反して、表示をせず、又は不実の表示をしたとき。

→3年以下の懲役又は300万円以下の罰金／

法人は1億円以下の罰金刑

2項の規定に違反して、同項各号に掲げる表示をしたとき。

→100万円以下の罰金

③民事効(契約の取消権)を付与(同法15条の4) * 後述

④適格消費者団体の差止請求の対象(同法58条の19②③)。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

通信販売における契約の申込みの意思表示の取消し

15条の4 ← 令和3年改正により追加

* 契約締結後の段階に関する規定だが、12条の6に紐づく規定なので、こちらで整理

販売業者等が特定申込みに際し、法12条の6第1項(契約条件表示事項の義務)に違反した行為を行い、又は法12条の6第2項各号所定の表示(誤認を招く表示)をする行為を行うことにより、特定申込者が誤認をし、これによって意思表示をしたときは、申込みの意思表示を取り消すことができる(新設)。
→具体的には4つの行為が取消しの対象行為となる。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

通信販売における契約の申込みの意思表示の取消し 15条の4

- ① 12条の6第1項の規定(契約条件表示事項の義務)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

- ② 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

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

通信販売における契約の申込みの意思表示の取消し

15条の4

③ 12条の6第2項第1号に掲げる表示をする行為(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)

→ 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

④ 12条の6第2項第2号に掲げる表示をする行為(12条の6第1項各号に掲げる事項につき、人を誤認させるような表示)

→ 同条第1項各号に掲げる事項についての誤認

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

通信販売における契約の申込みの意思表示の取消し

15条の4

① 12条の6第1項の規定(契約条件表示事項の義務)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

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など

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

通信販売における契約の申込みの意思表示の取消し
15条の4

② 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

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など

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

通信販売における契約の申込みの意思表示の取消し

15条の4

③ 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

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など。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

通信販売における契約の申込みの意思表示の取消し 15条の4

④ 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

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など。

3 申込段階に関する規定 ～特定申込みを受ける際の表示 12条の6

通信販売における契約の申込みの意思表示の取消し 15条の4

取消しの効果 → 訪問販売の規定が準用されている。

- ①契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消しは、善意無過失の第三者に対抗することができない。
- ②民法96条(詐欺)の規定と併用して主張できる。
- ③取消権は、追認をすることができる時から1年間、契約締結の時から5年を経過したときは、時効によつて消滅する。
- ④ 顧客は、現に利益を受けている限度において、返還の義務を負う。

3 申込段階に関する規定

～事前承諾のない者に対する電子メール広告・ファクシミリ広告の提供の禁止等 12条の3、12条の4、12条の5

(1) 事前の承諾を得た顧客以外には、電子メール・FAX広告の送信を禁止(12条の3、12条の5)

- ・電子メール広告の送信代行業者も同様に規制(12条の4)

- ・事前の請求を受けたことの記録の保存義務

電子メール広告: 3年間 (法12条の3第3項、省令11条の5第2項)

ファクシミリ広告: 1年間 (法12条の5第3項、省令11条の10第2項)

- ・通信販売に関係しない電子メールの送信全般に対し、「特定電子メール法」改正により同様にオプトイン規制。

- ・広告メールを拒否するための連絡方法を表示しなければならない

(法12条の3第4項(メールアドレス)、12条の5第4項(ファックス番号))

3 申込段階に関する規定

～事前承諾のない者に対する電子メール広告・ファクシミリ広告の提供の禁止等 12条の3、12条の4、12条の5

(2) 規制対象除外となる場合

ア 顧客の請求による送信

イ 契約の成立、注文確認、商品発送通知に付随した広告

ウ メールマガジン・フリーメール・承諾によるFAX等に付随した広告

(3) 事前の承諾は、承諾の可否を容易に確認できる画面表示とすること（省令16条2項1号）。

「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表示していないこと』に係るガイドライン」参照

3 申込段階に関する規定

～事前承諾のない者に対する電子メール広告・ファクシミリ広告の提供の禁止等 12条の3、12条の4、12条の5

(4) 拒否者に対する広告メールの再送信の禁止

承諾により広告メール・FAXを送信し始めた場合でも、顧客から電子メール広告の提供を受けない意思表示を受けたときは、電子メール広告の送信が禁止される(法12条の3第2項、12条の5第2項)。

(5) 違反への対応

①行政処分の対象(14条、15条、15条の2)

②罰則(12条の3第1から3項の違反→直罰)

100万円以下の罰金(両罰規定あり)

4 申込後～契約締結～解約までの段階 に関する規定 ～不実の告知の禁止 13条の2

令和3年改正により追加

(1) 規制内容

販売業者等が、通信販売に係る契約(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、申込みの撤回又は契約の解除に関する事項又は顧客が当該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が禁止された(新設)。

例1 無条件で解約できるにも関わらず事実上反して「定期契約なので、残りの代金を支払わなければ解約できない」と告知

例2 「その商品は、今使用を中止すると逆効果になる」などと告知

4 申込後～契約締結～解約までの段階 に関する規定 ～不実の告知の禁止 13条の2

(2) 違反への対応

- ①行政処分(同法14条, 15条)
- ②刑罰(直罰)(同法70条①, 74条1項②)
- ③適格消費者団体の差止請求の対象(同法58条の19④)。

5 契約締結後の段階に関する規定 ～通信販売における契約の解除等 15条の3

(1) 概要

解約返品の特約の表示(法11条4号)に不備がある場合、商品・特定権利を受領した日から8日間、理由なしで契約解除ができる。返還費用は購入者の負担とされる。

①通信販売業者が、申込みを受け、又は契約を締結した場合に、返品の可否や条件に関する特約を表示していないとき(法15条の3)

②「解除に関する特約事項」の広告表示は、「顧客にとって見えやすい箇所において明瞭に判断できるように表示する方法その他その顧客にとって容易に判断することができるように表示すること」(省令9条3号)

③ネット通販では、広告画面での表示のほかに、最終確認画面も、「顧客にとって見やすい箇所に明瞭に判読できるように表示」する義務(省令16条の3)

5 契約締結後の段階に関する規定

～通信販売における契約の解除等 15条の3

- ・返品不可等の表示があるものの、画面を大幅にスクロールしなければ到達できない場合。
- ・返品特約の説明が商品の説明等に埋没している場合。
- ・画面の隅のような目につきにくい箇所に表示している場合。
- ・「返品特約はこちら」との案内から何度もページを移動しなければ共通表示部分に到達できない場合。

など「[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

5 契約締結後の段階に関する規定 ～通信販売に係る債務の履行拒否または不当な履行 遅滞 14条1項1号

(1)趣旨

通信販売による契約の不履行や拒否をする業者が、新たな通信販売を繰り返すことによる被害拡大を防止する。

(2)要件

- ①通信販売契約に基づく債務または通信販売契約の解除によって生ずる債務について、
- ②債務の全部または一部の履行を拒否しまたは不当に遅延させる行為

(3)違反の効果

行政処分(14条、15条、15条の2)