

通信販売業に関する特定商取引法の解説

2017年10月27日

弁護士 池本誠司

《消費者トラブルと特定商取引法》

＜2015年度相談件数の販売形態別内訳＞

相談総件数	925,681件(100%)
店舗購入	261,225件(28.2%)
店舗外販売合計	516,825件(55.8%)
訪問販売	84,668件(9.1%)
通信販売	323,061件(34.9%)
連鎖販売取引	11,424件(1.2%)
電話勧誘販売	79,358件(8.6%)
ネガティブ・オプション	2,737件(0.3%)
訪問購入	8,608件(0.9%)
その他無店舗販売	6,969件(0.8%)

(国民生活センター「消費生活年報2016年度版」)

※特商法対象取引の事業者の属性

- ・法を無視する悪質業者型の違反行為と
 - ・法の理解不足による違反行為がある
- ⇒法の趣旨を理解してコンプライアンス体制の推進を。

1 通信販売に関する法律の全体像

①民法：全ての契約に対し、

- ・詐欺・錯誤・強迫による契約の取消し
- ・未成年者契約の取消し、成年後見人制度
- ・債務不履行解除、目的物の瑕疵担保責任解除
- ・公序良俗違反無効、不法行為損害賠償など

②消費者契約法：情報・交渉力の格差がある消費者と事業者との契約に対し、

- ・不実告知取消し、不利益事実不告知取消し、断定的判断提供取消し
不退去・退去妨害困惑取消し
⇒民法の詐欺・強迫取消しよりも消費者を保護
- ・不当契約条項無効
⇒公序良俗違反無効よりも消費者を保護

- ③**特定商取引法：通信販売・訪問販売・電話勧誘販売等の取引形態に対し、**
 - ・通信販売：誇大広告禁止・広告表示義務（行政規制）
申込・確認画面設定義務、解約返品権
 - ・訪問販売：書面交付義務、勧誘行為規制（行政規制）
クーリング・オフ、契約取消しなど
- ④**電子消費者契約特例法：インターネット取引に対し、**
 - ・申込み内容確認画面のない契約は錯誤無効の主張について、重過失を問わないで認める特例規定。
- ⑤**インターネット取引について**
 - ・経済産業省「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」
- ⑥**景品表示法：全ての商品販売業者に対し、**
 - ・著しく有利・優良と誤認させる表示の禁止（行政規制）
- ⑦**消費生活条例（東京都消費生活条例）：全ての取引に対し、**
 - ・不当な取引方法の禁止（指導・勧告・公表）
- ⑧**その他：対象商品・役務に応じて、**
 - ・各種業法による行政規制

2 特定商取引法の各種取引形態

（1）訪問販売

- ・基本類型：営業所等以外の場所で契約を締結する取引
- ・拡張類型：販売目的を告げないで営業所等に来訪を要請した顧客に対し、営業所等において契約を締結する取引（アポイントメントセールス）
営業所以外の場所で呼び止めて営業所内に同行した顧客に対し、営業所等において契約を締結する取引（キャッチセールス）

（2）電話勧誘販売

- ・基本類型：事業者が電話を掛けて勧誘し、顧客から電話その他の通信手段で注文を受ける取引
- ・拡張類型：販売目的を告げないで電話を掛けさせた顧客に対し、電話で勧誘し注文を受ける取引

（3）通信販売

- ・購入者から郵便、電話、電子メール等の通信手段で申込みを受ける取引

（4）特定継続的役務提供

- ・エステティック・英会話・学習塾などの役務提供契約で、2月を超える期間（エステは1月超）で5万円を超える契約。

- ・ 役務＋関連商品契約を含む。
（例）化粧品販売＋美顔施術のセット契約等。

（５）連鎖販売取引

- ・ 他の者を紹介することにより利益を提供することで誘引し、顧客に商品を販売する取引

（６）業務提供誘引販売取引

- ・ 事業者が仕事による利益を提供することを誘引文句として、商品を販売する取引

《取引類型別の規制の概要》

取引形態(注1)	対象商品	書面交付義務	クーリング・オフ	勧誘行為規制	広告規制
①訪問販売	商品・役務・	あり	8日間	あり	なし
②通信販売	指定権利	なし(注2)	なし	なし(注4)	あり
③電話勧誘販売	適用除外あり	あり	8日間	あり	なし
④連鎖販売取引	限定なし	あり	20日間	あり	あり
⑤特定継続的役務提供	指定6業種	あり	8日間(注3)	あり	あり
⑥業務提供誘引販売取引	限定なし	あり	20日間	あり	あり
⑦訪問購入	物品、 適用除外あり	あり	8日間	あり	なし

(注1)ネガティブ・オプションにつき商品返還請求権喪失の規定あり

(注2)前払式通信販売につき承諾通知義務規定あり

(注3)クーリング・オフ期間後も、役務未提供分につき中途解約権あり

(注4)広告メールの送信規制、申込・確認画面設定義務規定あり

1 通信販売とは

（１）なぜ、通信販売業が規制を受けるのか

- 通信販売のメリット：**消費者にとって**、カタログやホームページを自由に比較検討できる。時間・場所の制約がなく購入できる。
事業者にとって、店舗・広告・接客のコストが安く営業できる。

- △通信販売のデメリット：**消費者にとって**、商品・サービスを直接手に取って確認できない。事業者が掲げた広告表示だけで購入の判断をする。代金支払いと商品引渡しとの時間差がある。

インターネット通販は、クリックボタンの操作ミス、画面表示の範囲が不明確、などの要素が加わる。

インターネットの匿名性を悪用する業者もいる。

(2) 通信販売業者に当たる要件 (特商法2条2項、省令2条)

【要点】 新聞、雑誌、テレビ、カタログ、インターネット等で広告を行い、購入者から郵便、電話、電子メール等の通信手段で申込みを受ける取引。ただし、電話で勧誘して契約する取引（電話勧誘販売）は別に規制がある。

(ア) 郵便その他省令で定める方法で申込を受けて行う

<省令2条>

- ①郵便・信書便
- ②電話機、ファクシミリ装置、その他の通信機器または情報処理機器を利用
- ③電報
- ④預貯金口座に払込み

⇒インターネット取引、携帯電話のメール・ネット取引、スマートフォンによる取引は通信販売に当たる。

(イ) 商品・指定権利の販売又は役務の提供

- ①商品・役務は政令指定制を廃止（平成20年改正）

⇒原則として、すべての商品・役務

⇒他の特別法で取引関係の行政規制を受ける約50業種は適用除外

(例) 情報通信事業、金融商品取引事業、宅地建物取引業、貸金業など

(ウ) 電話勧誘販売を除く

- 電話勧誘販売とは（法2条3項）

- ・事業者から電話をかけて契約の締結を勧誘し、
- ・相手方（顧客）から郵便等の通信手段により申込を受ける契約

⇒通信手段で申込みを受ける点は共通だが、不意打ち勧誘の特徴を踏まえ、訪問販売と同様の規制とする（法16条以下）。

(エ) 通信販売業者とは

- 通信手段により、自ら販売・役務提供を行う業者のほか、販売契約・役務提供契約の取次ぎを行う業者を含むものと解釈されている。
- 通信手段を用いて商品・役務・指定権利の販売契約を業として（反復継続して）行う者

《論点》 ネットオークションにおける個人と通信販売業者の判定

(問題の所在)

- ・個人が手持ちの不用品をネットオークションを通じて販売する場合は「営利の目的により」「業として」に当たらない。
- ・ネットオークションの出品者は本来個人のはずだが、事業者が個人名を用いて反復継続して出品・販売している実情がある。

(考え方と具体例) 「インターネット・オークションにおける販売業者に係るガイドライン」参照

- ネットオークション以外の場において商品等の販売を業とする者が、ネットオークションに出品するときは、出品数量に関らず販売業者に当たる。
- 個人名であっても、一定数量以上の出品を反復継続して行う者は、業として販売している者（販売業者）と判定する。
- 同一の種類の商品を一時点に複数出品する場合、次の数量以上であれば販売業者と判定する。(例) 家電製品＝5点以上、自動車・二輪車の部品＝3点以上、ブランド品＝20点以上、チケット等＝20点以上。

(オ) 適用除外（法26条） …特定商取引法が適用されない。

①	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った販売または役務の提供の場合
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 広告規制

(1) 趣旨：なぜ広告の記載内容が規制されるのか

- ・通信販売は、広告表示の情報のみで契約意思を決定するため、
 - ①広告に重要な事項が掲載されていること⇒積極的広告表示義務（法11条）
 - ②虚偽・誇大な記載がないこと⇒虚偽誇大広告の禁止（法12条）

が必要である。

(2) 義務の内容

(ア) 販売条件を広告する場合の広告記載事項の義務 (法 11 条)

- ・通信販売業者が、商品・役務・指定権利の販売条件を広告する場合、以下の事項を表示しなければならない。⇒企業・商品のイメージ広告は含まない。

<表示すべき事項>

- ①販売価格、価格に送料が含まれないときは送料 (法 11 条 1 号)
- ②代金の支払い時期及び方法 (法 11 条 2 号)
- ③商品の引渡し時期、役務の提供時期 (法 11 条 3 号)
- ④商品・指定権利の契約解除に関する事項 (法 15 条の 2 の返品特約と異なる特約があるときはその内容 (法 11 条 4 号)
- ⑤販売業者の氏名・名称、住所及び電話番号 (省令 8 条 1 号)
- ⑥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、代表者または責任者の氏名
- ⑦申込の有効期限があるときはその期限 (省令 8 条 3 号)
- ⑧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)
- ⑨瑕疵担保責任に関する特約があるときはその内容 (省令 8 条 5 号)
- ⑩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)
- ⑪その他の販売条件があるときはその内容 (省令 8 条 7 号)
- ⑫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 8 号)
- ⑬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 9 号)

<一部省略>

- ・「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)。
- ⇒返品に関する事項、申込みの有効期限、販売数量の制限などは省略不可。

<具体的な記載例>

- ・通信販売 Q & A (消費者庁：特定商取引法ガイド) 参照

<http://www.no-trouble.go.jp/index.html>

(違反の効果)

- ・行政処分の対象
- ・民事効果：返品特約の記載がないときは解約返品制度を適用(法 15 条の 2)

<近年の違反事例>

□インターネット通販による情報商材販売業者

- ・販売業者の名称が商業登記簿上の表示や戸籍上の氏名でない例

□卒業校発行の同窓会名簿の通信販売業者

- ・同窓名鑑の発行を予定しているとのダイレクトメールに、事業者の正式な名称・所在地などが表示されていない例

□開運ブレスレットの通信販売業者

- ・ホームページに販売業者の登記上の正式名称・現に活動している住所の表示がない例。

□開運ブレスレットの通信販売業者

- ・「お布施代・祈祷料・登録料」等、消費者が実際に負担すべき金額や送料、代金の支払時期、商品の引渡し時期等の表示がない例。

□危険ドラッグ等の通信販売業者

- ・ホームページに販売業者の氏名・名称、住所、電話番号、代表者の氏名の表示がない例。

(イ) 虚偽・誇大広告の禁止 (法 12 条)

(禁止事項)

- ・商品の種類・性能・品質・効能、役務の種類・効果、返品特約を含め申込の撤回・契約の解除に関する事項、商品等・販売業者等について著名人等の関与、商品の原産地・商標、その他法 11 条各号に掲げる事項について、
- ・著しく事実に反する表示、著しく有利・優良であると誤認させる表示を禁止

(合理的根拠資料の提出要求) (法 12 条の 2)

- ・行政庁が、誇大広告の疑いがある通信販売業者に対し、商品の品質、役務の効能等について合理的根拠資料の提出を要求し、相当期間内 (15 日程度) にその提出がないときは、虚偽・誇大広告の禁止に違反するものとみなす。

⇒後日、根拠資料を提出しても誇大広告の判断は否定できない。

(効果)

- ・行政規制：行政処分の対象
- ・罰則：100 万円以下の罰金

<近年の違反事例>

□インターネット通販による情報商材の販売業者

「インストールするだけで毎日数十万円が自動入金」「携帯電話を現金修習

端末へと変貌させる」「概 29 万円以上稼げる最新の在宅ワーク」など、情報を購入することによって得られる効果・効能が、著しく事実と反し、実際のものよりも著しく有料・有利と誤認される広告。

□卒業校発行の同窓会名簿の通信販売業者

- ・「〇〇同窓名鑑」「卒業生の交流、相互の発展にお役に立てる」などと、あたかも多くの同窓生が掲載された名簿であるかのような誇大な表示。

□保証人紹介サービスを提供する通信販売業者

- ・「貸貸保証の成約率 98%」「融資保証の成約率 85%」「保証人の登録者人数 5300 名」などの表示について具体的な算定根拠等を持つものでない。
- ・実際には紹介した保証人で融資の審査が通らないときは登録料を再度請求しているのに、「紹介は 4 名まで。会員登録料一律 48,000 円」と誤認させる表示。

□開運ブレスレットの通信販売業者

- ・「4 日目に開運のお告げ」「寝ている間に幸運成就」など、あたかも本件商品を身に付けて眠ることにより、4 日以内に開運のお告げがあり、願い事がかなうかのような誇大表示。
- ・本件商品により海運したとする購入者の体験談を多数掲載したり、7 日～14 日で願い事がかなうかのように表示しながら、その表示の裏付けとなる合理的な根拠がないのに科学的根拠があるように表示する誇大広告。

<注目裁判例>

・最判平 29・1・24（サングロレラ不当表示事件）

販売業者は、クロレラには免疫力を整え細胞の働きを活発にするなどの効用がある旨の記載や、クロレラを摂取することにより高血圧、腰痛、糖尿病等の様々な疾病が快復した旨の体験談などの記載があるチラシを、京都市内で配達された新聞に折り込んで配布した。適格消費者団体京都消費者ネットワークが、不当表示（景品表示法違反）と不実告知（消費者契約法違反）に該当するとして、広告の差止請求訴訟を提起。

<京都地裁判決> 体験談と申込み案内が一体となって商品の広告に当たり、不当表示に当たるとして差止を命じた。

承認を受けることなく医薬効果を公告することはできない（薬機法 68 条）

<大阪高裁判決> 不当表示については、事業者がこの記載がある折り込みチラシの配布を止めたことから、差止の必要性なしと判断。

不実告知については、「勧誘」とは不特定多数の消費者に向けた

働きかけ含まれないと解することから、チラシの配布は不実告知に当たらないとして否定。

<最高裁判決> 不当表示については、原判決と同じ。

不実告知については、事業者が、その記載内容全体から判断して消費者が当該事業者の商品等の内容や取引条件その他これらの取引に関する事項を具体的に認識し得るような新聞広告により不特定多数の消費者に向けて働きかけを行うときは、当該働きかけが個別の消費者の意思形成に直接影響を与えることもあり得るから、事業者等が不特定多数の消費者に向けて働きかけを行う場合を上記各規定にいう「勧誘」に当たらないとしてその適用対象から一律に除外することは、上記の法の趣旨目的に照らし相当とはいえない。

⇒従来は、「勧誘」とは、特定の消費者に対し言葉で契約締結を進める行為に限られると解釈されていたが、

本判決により、広告であっても、商品の内容や契約条件を具体的に記載して購入を働きかける内容であれば、「勧誘」に当たると解釈される。

⇒事業者が「勧誘に当たり虚偽の説明・記載をして、消費者が誤認して契約したときは、消費者はその契約を取消することができる」（消費者契約法4条1項1号）

4 電子メール広告の送信規制

(1) 事前承諾のない電子メール広告の送信禁止（法12条の3、4）

(ア) 趣旨

- ・従来は、拒否者に対する電子メール広告の送信を禁止。
- ・番号・記号をランダムに組み合わせてアドレスを作り無差別送信するトラブルが多発。
- ・拒否メールを送るとかえって実在メールとして悪用される恐れが強い。
- ・そこで、承諾のない広告メールの送信は原則禁止とした。

(イ) 義務の内容

①事前の承諾を得た顧客以外には、電子メール広告の送信を禁止（12条の3）。

⇒規制対象外となる場合

- ・契約の成立、注文確認、商品発送通知に付随した広告
- ・メールマガジンに付随した広告
- ・フリーメール等に付随した広告

②電子メール広告の送信代行業者も同様に規制する（12条の4）。

- ・事前の同意は、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に表示していないこと』に係るガイドライン」参照。

- ・事前の請求を受けたことの記録の 3 年間保存義務（法 12 条の 3 第 3 項）
- ・通信販売に関係しない電子メールの送信全般につき、「特定電子メール法」改正により同様にオプトイン規制。

（2）拒否者に対する電子メール広告の再送信の禁止（法 12 条の 3 第 2 項）

- ・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を禁止。
- ・広告メールを拒否するためのメールアドレスの表示義務（法 12 条の 3 第 4 項）
⇒最初に承諾して広告メールを送信し始めた場合でも、拒否した後は送信禁止

（3）効果

- ①行政処分の対象
- ②罰則

<近年の違反事例>

□出会い系サイト業者

- ・顧客の承諾を得ないまま通信販売電子メール広告を送信した。
- ・電子メール広告に、顧客が電子メール広告の提供を受けない旨の意思表示をするために必要な事項（メールアドレス）を表示していない。

（4）平成 28 年法改正（平成 29 年 12 月 1 日施行）により

- ・事前の承諾を得ないで F A X 広告の送信を禁止（12 条の 5）

5 指示対象行為

（1）通信販売に係る債務の履行拒否または不当な履行遅延（法 14 条 1 項 1 号）

ア) 趣旨

通信販売による契約の履行遅延や拒否をする業者が、新たな通信販売を繰り返すことは、被害拡大のおそれが高い。

イ) 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

<近年の違反事例>

□保証人紹介サービスを提供する通信販売業者

- ・保証人の紹介・書類返送まで2～3日と表示しながら、日数を大幅に超えても書類の返送がない例。

□健康食品の通信販売業者

- ・「万が一商品にご満足いただけない場合は、全部飲みきっても、商品到着後30日以内であれば、商品代金全額をお返しします」と表示しながら、返品申出に対し、「返品の際は必ず開封後の空箱と残りの全ての未開封商品を同封してご返送下さい」という広告に表示していない条件があるとして、商品代金の返還を拒否した例。

(2) 意に反して申込をさせる行為の禁止 (法14条1項2号、省令16条)

ア) 趣旨

- ・パソコン・携帯のネット取引画面の表示が分かりにくい場合、消費者が有料の契約条件を認識しないままクリックしてしまう危険性がある。
- ・画面の表示事項を全て注意深く読めば契約条件を確認しえた場合、消費者の不注意とみるか事業者の責任と見るか見解が分かれたのに対し、事業者の画面設定に義務を設けて被害防止・救済を図った。

イ) 要件

- ・以下のような表示方法を禁止する。

①電子契約の申込になることを、顧客がその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 (省令16条1項1号)

(例) 申込に当たるボタンに「購入」「注文」「申込み」等の用語ではなく、「次へ」「送信」等の表示しかない場合。

(例) 申込みボタンに近接して「プレゼント」など有償契約の申込でないとの誤解を招くような表示がある場合。

②申込の内容を顧客が電子機器の操作を行う際に認識し及び訂正できるようにしていないこと (省令16条1項2号)

(例) 申込みの最終画面において、申込み内容が表示されず、注文内容確認のボタンの設定がない場合。

(例) 申込みの最終画面において、訂正・変更のボタン設定や前に戻ることができる説明がない場合。

⇒遵守例：申込みボタンをクリックすると、申し込んだ商品・数量・代金が表示され、確認または訂正のクリックボタンを再度押す設定。

<具体的な表示例>

「インターネット通販における『意に反して契約の申込をさせようとする

行為』に係るガイドライン」参照

③印刷書面の送付が申込となることを、顧客が容易に認識できるように表示していないこと（省令16号1項3号）

（例）アンケート・資料請求だと思っではがきを送ったところ、契約の申込みであった。はがきの下の方に小さく申込みの趣旨が書いてあったが気付かなかった。紳士録商法、公営住宅申込代行など。

<近年の違反事例>

□保証人紹介サービスを提供する通信販売業者

・申込みの最終画面に、登録料などの取引条件を確認し訂正できるボタンの設定がない。

□開運プレスレットの通信販売業者

・申込みの最終画面に「注文確定」ボタンのみ表示し、「戻る」ボタンがないときは、容易に確認し訂正できる設定がない。

<近年のトラブル事例>（お試しが定期購入に）

・「ダイエット効果の健康食品〇〇〇サプリ」のインターネット広告画面に、「今なら初回限定30日分500円」と大きく記載され、その下に《今すぐ注文する》というクリックボタンがあったので注文したら、2か月目以降、3960円×4カ月のコース契約がセットであった。広告画面の《注文ボタン》の下の方にスクロールすると、そのことが小さく表示されていた。

⇒国民生活センター2016年6月16日情報提供「相談急増！お試しのつもりが、定期購入に！」

⇒京都消費者ネットの差止訴訟：「お試し価格1ヶ月980円」の表示のすぐわきに注文ボタンがある広告で、画面のはなれた場所に最低5か月（通常価格3280円）が条件であると表示していた広告に対し、差止請求訴訟を提起。コース契約の条件と総額を明示しない広告を行わないとする裁判上の和解が成立（2017年6月）。

⇒埼玉消費者被害をなくす会の差止申入れ：5か月分をセットで購入しなければならないのに、1ヶ月500円だけであるかのように誤認を生じるおそれがある表示であり、有利誤認表示に当たるとして、文書により差止申入れ。対象事業者は広告画面を改善した（2017年6月）。

(3) 効果

①行政規制：特商法14条

②民事効果：電子契約の申込に際し、契約内容の確認訂正画面の設定がない場合、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

誤無効」(民法 95 条)を主張することについて、「重過失」適用除外(民法 95 条但書)を排除する(電子消費者契約特例法 3 条)。

6 解約返品ルール(法 15 条の 2)

(1) 趣旨

- ・従来は、解約返品の可否及び条件の表示義務(法 11 条 4 号)が規定され、行政規制の対象となっていたが、民事効果の規定がなかった。
- ・民法の原則により解約不可とする見解と、表示義務違反に対する責任や通信販売業界の通常の取扱いを考慮して解約返品可能とする見解とに分かれていた。
- ・そこで、解約返品に関する表示がないか不明瞭な場合の民事効果を定めた。
- ・解約を認めない表示すればそれが優先する点で、強行法規であるクーリング・オフとは異なる。

(2) 要件

- ①通信販売の広告をした業者が、申込みを受けまたは契約を締結した場合、返品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 2)
- 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個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ネット通販においては、広告画面での表示のほかに、申込画面においても、「顧客にとって見やすい個所に明瞭に判読できるように表示」する義務(省令 16 条の 2)

<具体的な表示例>

○特定商取引法通達「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 http://www.caa.go.jp/trade/pdf/130220legal_6.pdf

⇒具体的な表示の記載例あり

(例) 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。

(例) 返品特約の説明が商品の説明等に埋没している場合。

(例) 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。

(例) 「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

(3) 効果

- ①購入者は、商品を受領した日・役務提供を受けた日から、8 日間、理由なしで契約解除ができる(15 条の 2 第 1 項)。

②返還費用は購入者の負担（同条2項）。

※クーリング・オフと異なり、強行規定ではなく特約の表示が優先。

7 前払式通信販売における承諾の通知義務（法13条）

（1）趣旨

- ・販売業者と対面しない通信販売において、代金前払いの取引は、申込者が不安定な地位におかれるため、代金前払による申込みに対し、承諾の有無及び商品引渡時期を通知する義務を課す。
- ・引渡時期に引き渡しが無い場合、申込者が債務不履行解除等の対処を容易にする。

（2）義務の内容

- ・通信販売業者が、代金前払い方式で申込を受けた場合、遅滞なく、承諾の有無及び商品引渡時期等を通知する義務。

ただし、代金受領後遅滞なく商品を送付した場合は除く。

- ・事前の承諾を得て書面の電子化を認める（法13条2項）

<通知すべき事項>

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">①承諾の有無（承諾しないときには、すぐに返金することと返金方法）②代金を受け取る前に承諾の有無を通知しているときには、その旨③事業者の氏名（名称）、住所、電話番号④受領した金銭の額（それ以前にも金銭を受け取っているときには、その合計額）⑤当該金銭を受け取った年月日⑥申込みを受けた商品とその数量（権利、役務の種類）⑦承諾するときには、商品の引渡時期（期間または期限を明らかにする必要がある） |
|---|

（3）効果

- ・通知がないときは、行政処分の対象（法14条）。

<近年の違反事例>

□卒業校発行の同窓会名簿の通信販売業者

- ・前払い代金の振込用紙に事業者の登記簿上の名称・現に活動している住所・連絡が取れる電話番号の表示がない

8 行政権限

（1）所管

- 消費者庁・経済産業局、都道府県⇒事業者の所在地でなく広告がされた場所

(2) 処分権限

①指示 (法 14 条)

- ・違反行為により、通信販売取引の公正及び購入者の利益が害されるおそれがあると認めるとき、
- ・必要な措置をとるよう指示することができる。

②業務停止命令 (法 15 条)

- ・違反行為により、通信販売取引の公正及び購入者の利益が著しく害されるおそれがあると認めるとき、
- ・1年以内の期間を定めて、通信販売業務の停止を命ずることができる。

(3) 調査権限

○報告徴収・立入調査 (法 66 条)

- ・報告、帳簿、書類その他の物件の提出を命じ、
- ・販売業者の店舗その他の事業所に立入、帳簿・書類を検査できる。

(4) 合理的根拠資料の提出要求 (法 12 条の 2)

- 法 12 条に規定する虚偽・誇大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、
- 行政庁は、販売業者に対し、
- 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。
- 販売業者が当該資料を提出しないときは、指示処分・業務停止命令の適用については、当該表示は虚偽・誇大広告に該当するものとみなす。