

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指定権利の販売条件又は役務の提供条件について広告をするときは、主務省令で定めるところにより、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（電子的方式、磁気的方式その他の知覚によつては認識することができない方式で作られる記録であつて、電子計算機による情報処理の用に供されるものをいう。）を遅滞なく提供する旨の表示をする場合には、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 商品若しくは指定権利の売買契約の申込みの撤回又は売買契約の解除に関する事項（第15条の2第1項ただし書に規定する特約がある場合には、その内容を含む。）
- 五 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、販売業者又は役務提供事業者から購入者等に対する唯一の情報提供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又は役務提供事業者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、大半の場合、販売条件等についての情報は、広告を通じてのみ提供される。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とは異なって、基本的に購入者又は役務の提供を受ける者が販売業者又は役務提供事業者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、購入者又は役務の提供を受ける者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、広告スペース等の事情が許す限り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、リンク先が見つかりにくい場所に表示されていたり、そのリンク箇所に何が記載されているのかが、リンク元において不明瞭な場合等は、本条の規定による広告義務が満たされていないと解することは当然である。

(1) 「通信販売をする場合の商品若しくは指定権利の販売条件又は役務の提供条件について広告をするとき」

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購入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、広告に通信販売を行う旨明確に表示されている場合が通信販売広告に該当するほか、例えば、送料、口座番号等を表示している販売広告や明らかに店舗での購入が不可能な商品の販売広告は、ここでいう通信販売広告となる。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、広告の方法の如何は問わない。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、折込みチラシ、インターネット上のホームページ（インターネット・オークションサイトを含む。以下同じ）、パソコン通信、電子メール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」

広告の表示基準として、広告の内容を明確にするために、省令第9条において次の基準を定めている。

① 商品の送料を表示するときは、金額をもって表示すること。

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、一方、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、すべ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たて得る表示として、例えば、①最高送料と最低送料②平均送料③送料の数例等の表示でもよい。

(表示例)

(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)

(例2) 平均送料の表示

送料〇〇円(約〇%の範囲内で地域により異なります。)

(例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、広告のスペースに余裕がある場合はできる限り詳細に記載すべきである。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、請求により、書面又は電磁的方法により、遅滞なく、送料に関する詳細な金額等の情報を提供するとの取扱いを行うことが望ましい。

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は期間又は期限をもって表示すること。

通信販売、特に前払式通信販売の場合には、申込んでいつ商品が引渡されるかわからないと購入者の地位は不安定になるので、商品の引渡時期は、例えば、「入金確認後〇日以内」とか「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。

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

法第15条の2第1項ただし書に規定する特約を含むいわゆる返品についての定めがある場合には、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、「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かについては、消費者や事業者の参考に供するため、広告の形態に応じ、具体的な事例をガイドラインで示しており、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と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、様式の如何は問わない。すなわち、本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（又は電子メール等の電磁的記録）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、ホームページ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、本項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、申込みの有効期限等の取引実態に即して、申込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、短期間の申込みの有効期限が設定されており、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、広告スペースが充分とれる場合には、本条各号の事項を「遅滞なく」提供するよりも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、省略にあたって、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とか、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などの弊害を防止するため、省令第10条において次のとおり省略基準を規定している。ただし、この場合、別途送付する書面（又は電子メール等の電磁的記録）には省略された表示事項のすべてを表示しなければならない。

イ 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。

ロ 販売価格、送料等購入者等が負担すべき金銭を表示しない場合は、申込みの有効期限、販売数量の制限等特別の販売条件又は役務の提供条件及び請求により送付する書面（又は電子メール等の電磁的記録）が有料のときのその額を除き、その他の表示事項はすべて省略することができる。

ハ 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、申込みの有効期限、販売数量の制限等特別の販売条件又は役務の提供条件及び請求により送付する書面（又は電子メール等の電磁的記録）が有料のときその額については省略することができないが、その他の事項は次に該当する場合を除き省略することができる。

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の時期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

この場合、i 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った段階で金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、ii 代金等の支払が前払方式か後払方式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。

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、予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 商品に隠れた瑕疵がある場合に販売業者がその責任を負わないときは、その責

任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、瑕疵担保責任については、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予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。

ニ 法第15条の2第1項ただし書に規定する特約がある場合には、

- ① 商品若しくは指定権利の売買契約の申込みの撤回又は売買契約の解除の可否
- ② 申込みの撤回等が可能である場合にあっては申込みの撤回等が可能である期間その他申込みの撤回等が可能となる条件
- ③ 商品又は指定権利の引取り若しくは返還に要する費用の負担に係る事項については省略ができない。

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8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
	後払のとき	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	
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4号）		省略できない	省略できない
販売業者の氏名等 （省令第8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法人においては代表者名又は責任者名 （省令第8条第2号）		省略できる	省略できる
申込みの有効期限 （省令第8条第3号）		省略できない	省略できない
商品の隠れた瑕疵に関する販売業者の責任（省令第8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8条第6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 (省令第8条第7号)		省略できない	省略できない
請求により送付する書面の価格 (省令第8条第8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) 電子メールアドレス (省令第8条第9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10条3項・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あたる。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、顧客の閲覧に供する場合等がこれにあたる。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番号とパスワード（あるいは注文受付番号のようなもの）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。

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ため、十分な記憶装置を伴わない電子計算機をも念頭におく必要があったため本規定を置くこととした。具体的な提供方法に

については、②と同様の方法が想定される。

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 「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）」

「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記載することとなる。

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、送料はその中に含まれているものと推定されることとなる。

なお、「権利」と「役務」については、送料という概念がないため、規定していない。

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

商品又は権利の返品に関する事項の意味である。

平成20年改正以前には、「商品の引渡し又は権利の移転後におけるその引取り又は返還についての特約に関する事項（その特約がない場合には、その旨）」との規定となっており、返品の特約については、その特約がない場合にはその旨を広告に明示することが必要とされていたところであるが、同改正によって第15条の2が導入されたことに伴い、特約の表示がない場合には契約の解除等ができる旨法定されたことから、通信販売の広告における返品についての記載義務は、特約がある場合はその内容を含め、契約の解除等の全体について広告に表示する義務を規定することとなったものである。

(注) 本号の規定は、商品に瑕疵がなく、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を表示すべき旨の規定であり、一方、省令第8条第5号は、商品に瑕疵がある場合の販売業者の瑕疵担保責任について特約する場合にその旨表示すべき旨の規定である。

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づ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4号（いわゆる返品特約）についての表示であるか、省令第8条第5号（瑕疵担保責任）についての表示であるか、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、法第11条第4号のみを表示する場合（この場合は、販売業者の瑕疵担保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つ

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 4 号及び省令第 8 条第 5 号の双方を表示する場合は、「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」等の表示がなさ
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」等の表示は法第 11 条第 4 号の表示であるか、省
令第 8 条第 5 号の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、商品に瑕疵がない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、商品に瑕疵がある場合の瑕疵担保責任については、
民商法一般原則によると解されることとなる。)

5 「前各号に掲げるもののほか、主務省令で定める事項」

省令第 8 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（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電気通信回
線で接続した電子情報処理組織をいう。）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 申込みの有効期限があるときは、その期限
- 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 商品に隠れた瑕疵がある場合の販売業者の責任についての定めがあるときは、その
内容
- ⑥ 磁気的方法又は光学的方法によりプログラム（電子計算機に対する指令であって、
一の結果を得ることができるよう組み合わされたものをいう。以下同じ。）を記録し
た物を販売する場合、又は電子計算機を使用する方法により映画、演劇、音楽、スポ
ーツ、写真若しくは絵画、彫刻その他の美術工芸品を鑑賞させ、若しくは観覧させる
役務を提供する場合、若しくはプログラムを電子計算機に備えられたファイルに記録
し、若しくは記録させる役務を提供する場合には、当該商品又は役務を利用するた
めに必要な電子計算機の仕様及び性能その他の必要な条件
- ⑦ 商品の販売数量の制限その他の特別の商品若しくは権利の販売条件又は役務の提供
条件があるときは、その内容
- ⑧ 広告の表示事項の一部を表示しない場合であって、法第 11 条ただし書の書面を請求
した者に当該書面に係る金銭を負担させるときは、その額

⑨ 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、法人にあっては、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、法人にあっては、現に活動している住所（通常は登記簿上の住所と同じと思われる）を、個人事業者にあっては、現に活動している住所をそれぞれ正確に記述する必要がある。

また、「電話番号」については、確実に連絡が取れる番号を記載することを要する。

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ホームページ、パソコン通信、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。

(注) 第1号及び第2号に定める事項は、販売業者又は役務提供事業者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記載しなければならない。

また、インターネット上のホームページなどパソコン画面上等の広告では、本法に定める広告事項のすべてを確認するには画面のスクロールや画面の切替えを要さずにすむよう記載することが望ましいが、特に第1号及び第2号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記載すべきである。ただし、やむを得ず、冒頭部分への記載を行うことができないときには、冒頭部分から容易に記載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記載した画面の経由を要するような方法をあらかじめ講ずるべきである。例えば、インターネット上のホームページにおいて、広告をする画面上に、第1号及び第2号に定める事項が記載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り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記載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、それをすべて記述することを要する。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が、これらの事項が表示されていないことによるトラブルが生じているため、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づける。

同号中「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。

- 6 本条違反に対する罰則は規定されていない。その理由は、①通信販売の広告でもその広告スペース等が千差万別であり、罰則をもって一律の表示義務を強制すれば無用の混乱を生ずるおそれがあること、②本条ただし書のような方途を認めるとしても、ただし書の書面に罰則を科しても実効性の点で問題があること等である。

ただし、問題となる広告が通信販売のためのものであるか否かは客観的に判断可能であるため、第 14 条及び第 15 条に規定する指示・命令で担保されており、適切な広告がなされるものと考えられる。

(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指定権利の販売条件又は役務の提供条件について広告をするときは、当該商品の性能又は当該権利若しくは当該役務の内容、当該商品若しくは当該権利の売買契約の申込みの撤回又は売買契約の解除に関する事項(第 15 条の 2 第 1 項ただし書に規定する特約がある場合には、その内容を含む。) その他の主務省令で定める事項について、著しく事実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をしてはならない。

趣 旨

通信販売における広告は、販売業者又は役務提供事業者が一般消費者に対して勧誘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。このため、昭和 63 年の改正で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」

第 11 条の解説 1 後段を参照。

2 「当該商品の性能又は当該権利若しくは当該役務の内容、当該商品若しくは当該権利の売買契約の申込みの撤回又は売買契約の解除に関する事項（第 15 条の 2 第 1 項ただし書に規定する特約がある場合には、その内容を含む。）」

トラブル実態の順に例示したものである。「当該商品の性能……内容」は景表法と重複する規定であるが、「当該商品若しくは当該権利の売買契約の申込みの撤回……含む。」は、通信販売に特有の事項を規定したものである。

3 「その他の主務省令で定める事項」

省令第 11 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

- i ①の「商品の種類」とは、商品の機種等のことであり、インターネットを利用した通信販売等において「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ことであり、「品質」とは、品物の性質、しながら（品柄）のことである。また、「権利又は役務の内容」とは、権利又は役務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、ワープロの処理能力、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。

一方、「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ききめのことである。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。

- ii 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、地方公共団体等のかかわりのことであり、例えば、「農林水産省認定」、「経済産業省推薦」、「東京都公認」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、経済産業省認定」等の表示）のほか、事業者についての認定等（例えば、「当社は、経済産業省認定事業者」の表示、オンライントラストマークの不正表示等）、事業についての認定等（例えば、「経済産業省認定事業」等の表示）が含まれる。

iii ③の商品の「商標」とは、インターネットを利用した通信販売等において、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。

4 「著しく事実に相違する表示をし、又は実際のものより著しく優良であり、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「事実に相違する」と「実際のものより優良・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、か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、当然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。

5 本条に違反して虚偽又は優良と誤認させるような広告をした者に対しては100万円以下の罰金が科される（第72条第1項第3号）ほか、第14条及び第15条の規定による指示、業務停止命令の対象となる。

（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

平成16年改正時、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を規定することとした。

解説

本条は、販売業者等が、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」

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」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、指示及び業務停止命令に際して適用される。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かんがみ、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」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指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（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であつて主務省令で定めるものをいう。以下同じ。）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指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指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を表示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すべ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を表示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。

そこで、平成14年改正において、電子メールによる一方的な商業広告の送りつけ問題への対応のため、販売業者等が電子メールにより広告を行う場合には、①消費者からの承諾等を得ずに送信を行う場合には、未承諾の電子メール広告である旨及び消費者が電子メー

ルによる広告の受け取りを希望しない場合にその連絡を行う方法の表示義務、②電子メール広告の受け取りを希望しない旨の意思を表示した者に対し、再度電子メール広告を送信することの禁止（いわゆる「オプトアウト規制」）を追加した。

しかしながら、その後も、電子メール広告を一方的に送りつけ、受け取った消費者を不意打ち的に商取引に誘い込む手口は一層巧妙化・悪質化しており量的にも一貫して増勢傾向を辿っていた。また、旧来のオプトアウト規制では、消費者が電子メール広告の受け取りを希望しない旨の意思を表示すると、当該電子メールアドレスが現に使用されていることが明らかになってしまうことから、受信拒否の連絡を行った事業者とは別の事業者から、別の電子メール広告が送られてくるといった事態が生じ、実効ある規制を行うことが困難な状況となった。そのため、平成 20 年改正において、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 3 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（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（第 12 条の 3 第 3 項）。
- 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（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 「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（電子情報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であって主務省令で定めるものをいう。）」（第 1 項）

「電磁的方法」とは、省令第 11 条の 2 において定められており、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、後述の「通信販売電子メール広告受託事業者」を参照）。

省令第 11 条の 2 に規定する、「電子情報処理組織を使用して電磁的記録を相手方の使用に係る電子計算機に送信して提供する方法」とは電子メールを、「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して提供する方法」とは携帯電話の SMS（ショートメールサービス）を規定したもので

ある。

2 「承諾」(第1項)

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ご記入ください」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。

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、「以前ご購入いただきました商品の具合はいかがでしょうか。」等とアフターフォローを行う場合や、「以前は当社の商品をご購入いただき、ありがとうございました。今後ともよろしくお願い致します。」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号については、省令第11条の4各号に規定されており、その内容は以下の2つを規定している。

イ 省令第11条の4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。

ロ 省令第11条の4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。

5 「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)

第2項は、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再送信を禁止するものである。この意思表示は、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。」等)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おかれた時点、すなわち販売業者等の使用に係るメールサーバに記録された時点のことである。

6 「通信販売電子メール広告をしてはならない」(第2項)

消費者から通信販売電子メール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、同一の事業者の広告である限り、別の電子メールアドレスを用いて送信したり、別の者に委託して送信し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。

7 「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」(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11条の5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。

イ 「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。

ロ 「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覽性のある書面等（電磁的記録又は書面）として自動的に編集する方法を用いている場合であつて、」

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覽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に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。

ハ 「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に表示している場合」

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したり、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に表示している場合」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を承諾・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 11 条の 5 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、いったん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け取り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。

- 8 「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を表示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」(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を表示するために必要な事項を表示しなければならないが、その表示事項及び方法について、省令第 11 条の 6 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) を規定している。したがって、事業者の住所や電話番号・FAX 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、この連絡先まで葉書 (電話、FAX) をください」等とする方法は認められない。

表示方法については、同項において、「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。

- 9 「次に掲げる業務のすべてにつき一括して委託」(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を表示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。

- 10 承諾又は請求を得ず、あるいは拒絶意思に反して通信販売電子メール広告を提供すること及び記録保存義務違反については 100 万円以下の罰金刑となる。

また、承諾又は請求を得ず、あるいは拒絶意思に反してなされた通信販売電子メール広告であって、当該広告に法第 11 条各号の事項又は法第 12 条の 3 第 4 項に規定する事項を表示せず、あるいは、誇大広告をすることで、消費者との間の公正な取引を著しく阻害し、消費者の利益を侵害するような極めて悪質なものについては、1 年以下の懲役又は 200 万円以下の罰金となる (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すべ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4項及び第6項において「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指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

近年、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ケースが一般的となっている。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っていることを踏まえれば、実質的に販売業者等と同等と言いうる程度に販売業者等の行為を代行する場合には、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、第12条の3の解説を参照されたい。

（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、商品若しくは指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、前項本文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、当該通知すべき事項を電磁的方法その他の主務省令で定める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、購入者又は役務の提供を受ける者は商品の引渡しを受けるなど業者側の債務が履行される前に代金の全部又は一部を支払ってしまうため、業者側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、業者側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、本来は、販売業者又は役務提供事業者が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 通信販売は、基本的に隔地者間取引であるが、その際の法律関係は、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と構成される。この場合において、売買契約等は販売業者又は役務提供事業者が承諾の通知等を発した時（又は業者側が債務を履行した時）に成立する（民法第 526 条）。承諾の通知等を発しないで放置したときには、商法第 508 条第 1 項によって「相当の期間内に承諾の通知を発せざるときは申込みは其効力を失う」こととなる。代金の全部を業者側が債務を履行した後、すなわち承諾行為がなされた後に支払ういわゆる後払式通信販売においては、このような民商法原則に委ねても申込者に実害を生ずるおそれはないが、代金の全部又は一部を業者側の債務履行前に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又は役務提供事業者の判断に委ね、あるいはまた承諾の有無を長期にわたって不分明にしておくことは、申込者の法律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、並びに、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商法一般原則に則って確定される。したがって、「申込者が承諾の通知を受くるに相当なる期間」（民法第 524 条）を経過すれば、申込みを取消し、代金の返還を請求することができる。また、販売業者又は役務提供事業者が「相当の期間内に承諾の通知を発せざるとき」（商法第 508 条第 1 項）は、この「相当の期間」経過後に承諾行為がなされても、それは、「新たなる申込と見做すこと」ができ（商法第 508 条第 2 項、民法第 523 条）、申込者は販売業者又は役務提供事業者のこの新たなる申込みに拘束されず、代金の返還を請求することができる。

- 2 「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」

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が、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又は役務提供事業者の本条の義務を課すことは過重であること、反面、そのような申込者にまで特に保護する必要性はないことによる。

- 3 「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」

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のみということはま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ろう。

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「商品の引渡しに先立って代金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」「その代金の全部又は一部を受領したときは」とあるのは「クレジットカードの利用による立替払いに伴う購入者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かな場合において」「クレジット会社が購入者の銀行口座から金銭を引き落とししたときは」と解することとなる。

- 4 「遅滞なく」

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。したがって、

広告上予め「代金受領後 2 週間でお届けします。」と表示し、その通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。

また、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過ぎず、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考えられない。

5 「主務省令で定めるところにより」

省令第 13 条において、7 の事項を通知する場合の内容の基準等について、次のとおり定めている。

(1) 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。

その申込みを承諾しない場合はその旨を通知するとともに、既に受領している金銭があるときは直ちに返還する旨及びその方法の記載をしなければならない。

(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の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。

書面には日本工業規格 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) 広告中に表示されている「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、広告が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通りであるが、広告を行った時点において広告中に表示されている「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。

- 6 「(その受領前にその申込みを承諾する旨又は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)」

申込みが先行して到着し、その申込みについて販売業者又は役務提供事業者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はなく、これに代っ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。

- 7 「その他の主務省令で定める事項」

省令第 12 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

- 8 「その者に書面により通知しなければならない。」

「その者」とは、売買契約又は役務提供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、情報通信の技術を利用する方法による通知については 10 参照。

- 9 「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。」

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しなくてもよいこととしたものである。この場合の「遅滞なく」とは、通知をすべき期間と同一期間である。したがって、例えば、代金を受領して 1 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。

- 10 第 2 項では、情報通信の技術を利用する方法による通知をもって、第 1 項の書面による通知をしたものとみなす場合について定めている。情報通信の技術を利用する方法については、省令第 14 条で以下のように定めている。

① 電子情報処理組織を使用する方法のうち、イ、ロ又はハに掲げるもの

イ 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申込みをした者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あたる。この方法を用いる場合、技術的基準として、「申込みをした者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、単に当該申込みをした者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。

ロ 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通知すべき事項を電気通信回線を通じて申込みをした者の閲覧に供し、当該申込みをした者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（法第13条第2項前段に規定する方法による提供を受ける旨の承諾又は受けない旨の申出をする場合にあつては、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その旨を記録する方法）

販売業者又は役務提供事業者のウェブサイト上で通知すべき事項を掲載し、申込みをした者の閲覧に供する場合等がこれにあたる。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、申込みをした者にID番号とパスワード（あるいは注文受付番号のようなもの）を付与し、それらを申込みをした者が入力することによって通知されるべき事項を閲覧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、イと同様のものが求められる。

ハ 申込みをした者の使用に係る電子計算機に通知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（専ら当該申込みをした者の用に供するものに限る。「申込者ファイル」という。）に記録された当該事項を電気通信回線を通じて申込みをした者の閲覧に供する方法

申込みをした者の使用する電子計算機の記憶装置の容量が少なく、通知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装置を持つものを広く想定したものであるため、十分な記憶装置を伴わない電子計算機をも念頭におく必要があったため本規定を置くこととした。具体的な提供方法については、ロと同様の方法が想定される。

技術的基準としては、「申込者ファイルへの記録がされた通知すべき事項を、当該申込者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。

- ② 磁気ディスク、CD-ROMその他これらに準ずる方法により一定の事項を確実に記録しておくことができる物をもって調製するファイルに通知すべき事項を記録したものを交付する方法

通知すべき事項を記録した、フロッピーディスクやCD-ROM等の有形の媒体を郵送、手交することを表す。

加えて、販売業者、役務提供事業者には、上記のような方法により書面による通知に代えて当該通知すべき事項を提供するときに、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することが求められている（省令第14条第3項）。

販売業者又は役務提供事業者が、情報通信の技術を利用する方法により通知すべき事項を提供するためには、以下を満たす必要がある。（政令第4条）

- ① 情報通信の技術を利用する方法のうち販売業者又は役務提供事業者が使用するものが前述①イ～ハ及び②のいずれであるか、また、ファイルへの記録の方式（通常のメーラー（電子メールを受送信するためのソフト）で閲覧可能な電子メールなのか、一定のワープロソフトその他のソフト専用の保存形式なのか等）、その用いる第13条第2項前段に規定する方法の種類及び内容を、あらかじめ、当該申込みをした者に対し示すこと。
- ② あらかじめ書面又は第13条第2項前段に規定する方法による（顧客の）承諾を得ていること。

- 11 本条の規定に違反した者に対しては、100万円以下の罰金が科せられる（第72条第1項第6号）ほか、第14条及び第15条の規定による指示、業務停止命令の対象となる。

（指示）

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。）若しくは前条第1項の規定に違反し、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、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

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、主務大臣が業者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 「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（主務大臣が）認めるとき」（第1項）

本条第1項は販売業者又は役務提供事業者の行為について規定しており、主務大臣が指示を行える場合については次に掲げる2又は3に該当する場合である。

- 2 「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。）若しくは前条第1項の規定に違反した場合」

第11条違反に対する罰則は規定されていないが、これらは指示の対象として違反行為の是正を図るものである。

- 3 「次に掲げる行為」として2に加えて同条第1項で以下のとおり規定している。

- (1) （第1号）「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」

① 本号は、平成20年改正で規定された第15条の2の導入に伴って規定された条項であり、販売業者又は役務提供事業者が行う民事上の債務不履行についての規定である。

② 「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又は役務提供事業者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。

③ 「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、販売業者又は役

務提供事業者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、第 15 条の 2 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、業者が「返品には応じられない」等と言って受領した代金の返還を拒否したり、返金を不当に遅延することは本号に該当することとなる。

- ④ 「履行の拒否」は、契約相手方の請求に対して明示的に拒否する場合もあろうが、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。
 - ⑤ 「不当な遅延」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又は役務提供事業者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違反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、本号違反にはなら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、販売業者又は役務提供事業者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) (第 2 号)「顧客の意に反して売買契約又は役務提供契約の申込みをさせようとする行為として主務省令で定めるものをした場合」
- 省令第 16 条第 1 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、電子契約の申込みを受ける場合において、電子契約に係る電子計算機の操作（当該電子契約の申込みとなるものに限る。次号において同じ。）が当該電子契約の申込みとなることを、顧客が当該操作を行う際に容易に認識できるように表示していないこと。
 - ② 販売業者又は役務提供事業者が、電子契約の申込みを受ける場合において、申込みの内容を、顧客が電子契約に係る電子計算機の操作を行う際に容易に確認し及び訂正できるようにしていないこと。
 - ③ 販売業者又は役務提供事業者が、申込みの様式が印刷された書面により売買契約又は役務提供契約の申込みを受ける場合において、当該書面の送付が申込みとなることを、顧客が容易に認識できるように当該書面に表示していないこと。
- イ 「電子契約」について
- 「電子契約」とは、インターネットやパソコン通信等の手段を利用して、コンピュータ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、販売業者や役務提供事業者又はこれらの者の委託を受けた者が顧客のコンピュータ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等を用いて申込み内容を送信することによって申込みを行うものをいう。
- ①から③のうち、①及び②が電子契約の申込みを受ける場合に対応し、③ははがき等で申込みを受ける場合に対応した規定である。
- ロ ①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い、例えば、その操作が申込みとなることを別の画面上で表示している場合には、「当該操作を行う際」に表示していることにはならない。

ハ ②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。また、「容易に確認し及び訂正できる」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、申込みの最終段階の画面上において申込み内容が表示され、かつ、その画面上に「変更」「取消」といったボタンが用意されそれをクリックすることにより訂正ができるようになっている場合や、申込みの最終段階の画面上において「注文内容を確認・訂正したい場合はブラウザの『戻る』ボタンで前のページに戻って下さい。」といった説明が見易く表示されている場合には、一般的に「容易に確認し及び訂正できる」状態になっていると考えられる。

※なお、①及び②の表示の具体例については、「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」を参照のこと。

ニ ③について

「申込みの様式が印刷された書面」とは、はがき等を表す。例えば、「無料プレゼント」「資料請求」等の文言を大書するなどにより、そのはがきが有料の申込みのためのものであることが分かりにくくしているような場合には、「顧客が容易に認識できる」とは言えない。

- (3) (第3号)「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」

省令第16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、法第 12 条の 3 第 5 項各号に掲げる業務のすべ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。

イ 省令第 16 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『容易に認識できるよう表示』」の解釈について、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）」表示に該当するかは具体例については、「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。

ロ 省令第 16 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すべ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（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。

4 「利益が害されるおそれがある」とは、販売業者又は役務提供事業者が第 11 条から第 13 条までの規定に違反した事実のみならずその違反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いう。「著しく害されるおそれがある」との違いについては第 15 条の説明を参照。

5 「必要な措置をとるべきことを指示することができる」

主務大臣は違法状態又は不当な状態を改善するために必要な措置を具体的に販売業者等に指示して行わせるものである。例えば、広告の是正、第 13 条に規定する交付書面の

記載事項についての是正等である。

- 6 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16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、省令第16条第1項の解説を参照されたい。

第2号については、省令第16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。

- 7 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4又は5と同様である。
- 8 なお、本条に基づき、主務大臣が指示する場合においては平成14年2月1日より消費者保護の強化等の観点から、販売業者等の名称を含め、原則として指示をした旨を公表するよう運用を強化することとした。
- 9 本条の規定に違反して指示に従わない者に対しては100万円以下の罰金が科せられる（第72条第1項第2号）ほか、業務停止命令（第15条）の対象となる。

（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。）若しくは第13条第1項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、1年以内の期間を限り、通信販売に関する業務の全部又は一部を停止すべきことを命ずることができる。

- 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。

- 3 主務大臣は、第1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。

- 4 主務大臣は、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。

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、このような行為を引き続き行うおそれのある悪質な業者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業者を名宛人として、業務停止命令を発することができることとするものである。

解説

- 1 第14条に規定する「害されるおそれがあると認めるとき」と本条に規定する「著しく害されるおそれがあると認めるとき」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到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。
- 2 第2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。
- 3 第3項及び第4項は、主務大臣が業務停止命令をしたときは、その旨の公表を義務付けるものである。これは業者名を広く消費者に知らしめて被害の拡大防止を図るものである。
- 4 本条の命令に違反した者に対しては2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（第70条の2）。

（通信販売における契約の解除等）

- 第15条の2** 通信販売をする場合の商品又は指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指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指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及び電子承諾通知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指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

通信販売は隔地者間での取引であり、大半の場合、広告に記載されている情報だけが消費者にとって購入意思に影響を及ぼすこととなるため、通信販売についての広告をするに際し、消費者の契約意思の形成にとって必要な情報と考えられる事項についての表示義務を法律で定めており、その項目の一つとして、従来は第 11 条第 1 項第 4 号に返品特約に関する事項が明記されていた。

しかし、実際に返品・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ことが必要となったことから、平成 20 年改正において本条を規定したところである。

そこで、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ため、消費者に商品又は指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することとしつつ、ただし、事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、消費者利益と事業者の負担とのバランスを図る規定としたところである。

解説

1 「商品又は指定権利の販売条件について広告をした販売業者」

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事業者に対しては、そもそも規制の対象としないよう配慮する観点から、「販売条件に関する広告を行っている通信販売業者」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現行法第 11 条の規制対象と、本条における規制対象の考え方は、同義であるが、本規定は「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。

また、広告をした場合に適用される規定であることから、例えば、特約を微少な文字で記載している場合など、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 条に基づき、省令第 9 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。

2 「その売買契約に係る商品の引渡し又は指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」

今回の改正によって、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、事業者への過度の負担とならぬよう配慮しつつ、現在の通

信販売事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 「当該売買契約が電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律（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」、「主務省令で定める方法により」

通信販売の広告において、事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。

例えば、当該売買契約が電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律（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、即ち、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16条の2において、いわゆる最終申込み画面においても特約の表示を義務づけている。この最終申込み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、広告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。

- 4 「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」

従来の返品に関する問題点のひとつに、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のトラブルが頻発していたところである。その原因としては、従来はあくまで「返品」となっていたことから、民法上の解除とは異なると認識された結果、契約当事者双方に対して、当然に原状回復義務が課されるという解釈がなされず、結果として返送費用の負担主体についての解釈が曖昧にされていたためと考えられる。

こうした状況にかんがみ、平成20年改正においてその負担主体を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、事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、事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、事業者側からすれば、商品等の提供について何らの瑕疵なく債務を履行したにも関わらず、消費者の任意による契約の解除が可能となり、その上事業者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するお

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。