

【特定商取引法】

令和3年 特定商取引法 改正・総まとめ



大江橋法律事務所
弁護士
秋田 康博

▶ PROFILE

yasuhiro.akita@ohehashi.com

第1 改正の概要

令和3年6月9日、「消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律」（令和3年法律第72号）が成立し、同月16日に公布され、これにより特定商取引に関する法律（以下「特商法」といいます。）が改正されました（以下、この改正のことを「本改正」といいます。）。

本改正の内容は大きく分けて、①通信販売の「詐欺的な定期購入商法」対策、②送り付け商法対策、③消費者利益の擁護増進のための規定の整備、の3点です^{注1}。大半の部分はすでに施行されていましたが、本年6月1日に残りの部分も施行され、本改正が完全施行されたことから、本稿では、これを機に本改正の全体的な内容をおさらいします。

なお、本改正に伴って特定商取引に関する法律施行令（以下「特商令」といいます。）も改正されたところ、本改正への対応のほか、アップセル・クロスセル対策として電話勧誘販売の対象の拡大に関する改正もなされ、その改正部分は本年6月1日に施行されました。これまで通信販売と扱われていた一定の取引が電話勧誘販売に該当することになります。この点についても併せてご説明します。

注1 消費者庁「消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律の概要」（https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/amendment/2021/assets/consumer_transaction_cms201_220104_10.pdf、2023.05.21最終閲覧）

本ニュースレターの発行元は弁護士法人大江橋法律事務所です。弁護士法人大江橋法律事務所は、1981年に設立された日本の総合法律事務所です。東京、大阪、名古屋、海外は上海にオフィスを構えており、主に企業法務を中心とした法的サービスを提供しております。本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供に止まるものであり、個別具体的なケースに関する法的アドバイスは想定したものではありません。本ニュースレターの内容につきましては、一切の責任を負わないものとさせていただきます。法律・裁判例に関する情報及びその対応等については本ニュースレターのみには依拠されるべきでなく、必要に応じて別途弁護士のアドバイスをお受け頂ければと存じます。

第2 通信販売の「詐欺的な定期購入商法」対策（令和4年6月1日施行）

1 概要

サブスクリプション型のサービスが普及する中、「初回無料」、「初回限定●%オフ」などの記載のある広告をみて、試しにサプリメントや健康食品を申し込んだところ、実は定期購入に関する取引であったとか、解約しようとしたけれどもなかなか解約させてもらえなかったなどというトラブルも増えています。そこで、主としてそのような被害の防止のため、表示事項の拡大など、通信販売に関する規制が強化されました。

2 広告表示事項の拡大

(1) 定期契約に関する表示義務

改正前特商法は、通信販売についての広告をする場合に、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を表示しなければならないと定めていました（改正前特商法11条5号、改正前特商法施行規則8条7号）。これが、本改正に併せて改正された特定商取引に関する法律施行規則（以下「特商規」といいます。）により、それまで「商品」の「売買契約」に限定されていたものが、特定権利の売買契約及び役務提供契約も対象となりました。（特商法11条6号、特商規23条7号）。

これにより、通信販売によって締結されるサブスクリプション型のサービスで、2回以上継続して契約を締結する必要があるものの広告において、定期契約であること等の事項を明示しなければならないこととなりました。

(2) 役務提供契約の解除等に関する表示義務

改正前特商法では、売買契約の申込みの撤回・解除に関する事項が通信販売の広告に表示すべき事項として定められており(改正前特商法11条4号)、役務提供契約の申込みの撤回・解除に関する事項については広告表示義務の対象とされていませんでした。これは、通信販売にはクーリング・オフの制度がなく、また類似の制度として法定返品権が定められていましたが、売買契約のみを対象としており、通信販売による役務提供契約についてはクーリング・オフ及び法定返品権のいずれも対象ではなかったことによります。

本改正においても役務提供契約が法定返品権の対象外であることに変わりはないのですが、消費者保護を図る観点から、役務提供契約においても解除等のルールを広告に明示しなければならないこととなりました(特商法11条5号)。

3 最終確認画面等における表示事項の規制^{注2}

本改正により「特定申込み」(通信販売において、事業者所定の書面により、又はインターネット等を利用する方法により事業者が消費者から申込みを受ける場合)を行う場合の申込書面や申込画面(以下、これらを併せて「最終確認画面等」といいます。)に、商品等の分量や、広告表示事項の内容を記載しなければならないこととなりました(特商法12条の6第1項)。具体的には、分

注2 消費者庁「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」(https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction_specified_commercial_transactions/assets/consumer_transaction_cms202_220622_08.pdf、2023.05.21最終閲覧)

本ニュースレターの発行元は弁護士法人大江橋法律事務所です。弁護士法人大江橋法律事務所は、1981年に設立された日本の総合法律事務所です。東京、大阪、名古屋、海外は上海にオフィスを構えており、主に企業法務を中心とした法的サービスを提供しております。本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供に止まるものであり、個別具体的なケースに関する法的アドバイスは想定したものではありません。本ニュースレターの内容につきましては、一切の責任を負わないものとさせていただきます。法律・裁判例に関する情報及びその対応等については本ニュースレターのみには依拠されるべきでなく、必要に応じて別途弁護士のアドバイスをお受け頂ければと存じます。

量、販売価格・対価、支払時期及び支払方法、引渡時期・移転時期・提供時期、申込みの期間がある場合にはその旨及びその内容、申込みの撤回・解除に関する事項についての記載義務が定められました。

例えば分量については、数量、回数、期間等を明示することになります。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、その契約において引き渡される商品の総分量が分かるように、引渡し回数も表示する必要があります。無期限の契約や自動更新である契約の場合にはその旨の表示をする必要があります。それに加えて、目安として一定期間(例えば1年単位)の総分量を明示することが望ましいとされています。

また、販売価格等については、送料等を含めた総額の表示が必要であるほか、定期購入契約の場合には各回の代金と全体の代金の総額を記載する必要があり、初回と2回目以降の代金が異なるような場合には、2回目以降の代金も明示しなければなりません。サブスクリプションの場合などで、一定期間は無償又は割引価格で利用できるような場合には、有償契約又は通常価格への移行時期と金額を明示することが求められます。無期限の契約や自動更新である場合には、目安として一定期間(例えば1年単位)の支払総額を明示することが望ましいとされています。

こうした最終確認画面等に記載すべき事項について、形式上、全ての事項を記載できない場合や、全ての事項を記載すると分かりにくくなる場合等には、消費者が明確に認識できることを前提として、対象となる表示事項・参照箇所を明記し、広告の該当箇所等を参照する形式によることもできます。

4 誤認表示の禁止

申込書面の送付や申込画面上の情報の送信について、それ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や、表示事項の内容について誤認させるような表示が禁止されました(特商法12条の6第2項)。例えば、通

信販売サイトでの購入手続において、「注文内容の確認」というタイトルの画面上に「次へ」というボタンが表示されており、そこをクリックすることで契約の申込みになるようなものは誤認表示に当たると考えられます。また、定期購入契約の申込みにおいて、最初に引き渡す商品の分量や販売価格を強調して表示する一方、その他の契約条件等を小さな文字や離れた場所に記載することは、誤認表示に該当するおそれ強いと考えられます。

5 取消権の新設

事業者が、上記の表示規制について不実の表示をしたことや、表示すべき事項を表示しなかったこと等により、消費者が誤認して特定申込みをした場合に、その申込みの意思表示を取り消すことができる旨の規定が新設されました(特商法15条の4)。

取消権が発生するには、単に表示規制に違反していたことだけでは足りず、それにより消費者が誤認し、それによって申込みをしたことが必要とされていますが、事業者において上記の表示規制に対応できていなかった場合には、消費者にこの取消権が認められる可能性がありますので、注意が必要です。

なお、この取消権の行使期間は、追認をすることができる時から1年間又は契約締結時から5年間です(特商法15条の4第2項、9条の3第4項)。

第3 送り付け商法対策 (令和3年7月6日施行)^{注3}

本改正前から送り付け商法(ネガティブ・オプション)対策の規定はありましたが、消費者が商品を受領してから一定期間、その商品を保管する義務がありました。本改正では、消費者が商品を受領した場合、直ちにその商品を処分することができるようになりました(特商法59条、59条の2)。

本ニュースレターの発行元は弁護士法人大江橋法律事務所です。弁護士法人大江橋法律事務所は、1981年に設立された日本の総合法律事務所です。東京、大阪、名古屋、海外は上海にオフィスを構えており、主に企業法務を中心とした法的サービスを提供しております。本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供に止まるものであり、個別具体的なケースに関する法的アドバイスは想定したものではありません。本ニュースレターの内容につきましては、一切の責任を負わないものとさせていただきます。法律・裁判例に関する情報及びその対応等については本ニュースレターのみには依拠されるべきでなく、必要に応じて別途弁護士のアドバイスをお受け頂ければと存じます。

第4 消費者利益の擁護増進のための 規定の整備

1 概要

消費者利益の擁護増進のための規定の整備のうち特に重要なのは、クーリング・オフの通知及び契約書面等の電子化対応です。詳細は以下のとおりです。

2 クーリング・オフの通知の電子化対応 (令和4年6月1日施行)^{注4}

(1) 電磁的方法による通知

改正前特商法においては、クーリング・オフの通知は書面による方法(解除通知書の郵送など)に限られていました。それが本改正により、クーリング・オフの通知について、電子メールの送付などの電磁的方法で行うことが可能となりました(特商法9条1項、24条1項等)。

例えば電子メールの送付のほか、アプリ上のメッセージ機能やウェブサイトにおけるフォームを用いた通知、解除通知書のデータを記録したUSBメモリの送付などの方法や、FAX送信によりクーリング・オフの通知をすることが可能になります。

事業者としては、これまでは書面による通知のみに対処すればよかったものが、こうした電磁的方法で行われる通知に対しても適切に対処する必要が生じることとなります。もっとも、あらゆる電磁的方法による通知に対応しなければならないものではなく、それ

注3 消費者庁「売買契約に基づかないで送付された商品に関するQ&A」
(https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/specified_commercial_transactions/assets/consumer_transaction_cms202_210629_04.pdf, 2023.05.21最終閲覧)

注4 消費者庁「特定商取引法における電磁的記録によるクーリング・オフに関するQ&A」
(https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/specified_commercial_transactions/assets/consumer_transaction_cms202_220209_09.pdf, 2023.05.21最終閲覧)

それぞれの事業環境等も踏まえ、合理的に可能な範囲で対応することが求められます。例えば、訪問販売の際にメールでアポイントを取るなどの連絡をしていたにもかかわらず、クーリング・オフの方法を書面のみに限定するのは不合理な限定と扱われると考えられます。同様に、契約締結に際してSNSを用いて連絡していた場合に、当該SNSを用いたクーリング・オフの通知を認めないことも、不合理な限定と扱われるものと考えられます。

(2) 通知の効力発生日

改正前特商法において、クーリング・オフの通知は発信主義（書面を発信した時点で効力を生じる）とされていました。この点については、本改正後も発信主義が維持され、書面又は電磁的記録を発信した時点で効力が生じます（特商法9条2項、24条2項等）。そのため、クーリング・オフの通知を受けた事業者としては、行使期間内に行われた有効なクーリング・オフかどうかを判断するに際し、書面による通知の場合と同様、電磁的方法による通知の場合も、クーリング・オフの通知が発信された日を確認する必要があります。

また、消費者との間で、消費者の発信したクーリング・オフの通知が事業者にも到達したか否か、また、発信及び到達の日がいつか、などといった点に関してトラブルになる可能性があります。そこで、こうしたトラブルを防止する観点から、事業者は、電磁的方法によるクーリング・オフの通知を受けた場合、消費者に対し、クーリング・オフの通知を受け付けた旨を電子メール等で連絡することが望ましいでしょう。さらに、クーリング・オフの通知に当たる電子メール等を保存しておく、ウェブサイト上のフォームの送受信ログを保管しておくなど、クーリング・オフの効力が争われる場合に備え

て通知の情報を記録化し、それを一定期間保存しておくべきでしょう。

3 契約書面等の交付の電子化対応 (令和5年6月1日施行)^{注5}

(1) はじめに

改正前特商法の下では書面（紙）での交付が義務づけられていた申込書面、契約書面及び概要書面に記載すべき内容について、本改正によって、メールでのデータ送信、ウェブサイト上での閲覧・ダウンロードなどの方法により提供できるようになりました。ただし、データによる提供（以下「電子交付」ともいいます。）を行う場合は、消費者から事前の承諾を得る必要があります。また、電子交付の方法にも一定の制限があります。

各取引類型において同様の規定が置かれていることから、以下では、代表例として訪問販売を前提として説明を行います。提示する条文も訪問販売を前提としています。ほかの取引類型の場合は別途対応する条文をご確認ください。

(2) 承諾の取得

消費者に対して電子交付を行う場合には、あらかじめ消費者の承諾を得る必要があります（特商法4条2項、5条3項）。この承諾を得るためには、(i) 重要事項の説明等、(ii) 適合性の確認、(iii) 書面等による承諾の取得、(iv) 控え書面の交付、という手順を踏む必要があります。

(i) 重要事項の説明等

まず、事業者が電子交付する場合の提供の種類及び内容を提示する必要があります（特商令4条1項）。この「提供の種類および内容」とは、①事業者が用いる電磁的方法の種類、②ファイルへの記録の方式をいいます（特商規9条）。①は、後記「電子交付の方法等」とおり、事業者が実施し得る電

注5 消費者庁「契約書面等に記載すべき事項の電磁的方法による提供に係るガイドライン」
(https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/specified_commercial_transactions/assets/consumer_transaction_cms101_230622_01.pdf、2023.06.23最終閲覧)

本ニュースレターの発行元は弁護士法人大江橋法律事務所です。弁護士法人大江橋法律事務所は、1981年に設立された日本の総合法律事務所です。東京、大阪、名古屋、海外は上海にオフィスを構えており、主に企業法務を中心とした法的サービスを提供しております。本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供に止まるものであり、個別具体的なケースに関する法的アドバイスは想定したものではありません。本ニュースレターの内容につきましては、一切の責任を負わないものとさせていただきます。法律・裁判例に関する情報及びその対応等については本ニュースレターのみには依拠されるべきでなく、必要に応じて別途弁護士のアドバイスをお受け頂ければと存じます。

子交付の方法にはいくつか種類がありますが、そのうちどの方法によるのかを明示する必要があるということです。②については、提供するデータに関し、PDFファイルやWordファイルなどといったデータの形式、使用するソフトウェアの種類や名称、対応可能なバージョン等を明示することになります。

また、電子交付に関する重要事項について説明する必要があります。説明すべき事項は、①消費者の承諾がない限り、原則として書面が交付されること、②電子交付される記録が契約内容を示した重要事項であること、③申込書面または契約書面が電子交付される場合、消費者の使用するパソコン等にデータが記録されたときにその提供があったものとみなされ、その日から起算して8日を経過した場合にはクーリング・オフができなくなること、④日常的にパソコン等を使用し、またデータの提供を受けるためにパソコン等を自ら操作することができる者に限り、電子交付を受けることができること、の4項目です(特商規10条1項)。これらの内容を平易な表現を用いてわかりやすく説明する必要があります(特商規10条2項)。

(ii) 適合性の確認

次に、その消費者が電子交付を受けるのに適切か(適合性)を確認する必要があります(特商規10条3項)。具体的には次の事項を確認することになります。すなわち、①消費者が電子交付されたデータを閲覧するために必要な操作を自ら行うことができ、かつ、その閲覧のために必要なパソコン等(メールでの送信による場合には、メールアドレスを含む。)を日常的に使用していること、②消費者が閲覧のために必要なサイバーセキュリティを確保していること、③電子交付される事項について、消費者があらかじめ指定する者に対してもメールにより送信することを求める意思の有無と、希望する場合にはその者のメールアドレス、の3項目です。

なお、②については、消費者の使用するパソコン等のOSや、電子交付されるデータを閲覧するためのアプリについて、

ソフトウェアメーカーのサポート(アップデートプログラムの配信等)が終了していない場合を指すとされています。必ずしも最新版にアップデートしている必要はありませんが、脆弱性の対応のためのパッチ配信等のサポートが受けられるバージョンであることが必要です。

これらの確認は、消費者が日常的に使用するパソコン等を自ら操作して、事業者のウェブページ上での手続により確認する等の方法によって行うこととされており(特商規10条4項)、口頭や書面により確認することでは足りません。

(iii) 書面等による承諾の取得

これらの説明や適合性の確認を経た上で、電子交付についての承諾を得ることになりますが、その承諾は書面等によって行われる必要があり、口頭の承諾は認められていません(特商令4条1項)。具体的な方法については、書面の交付のほか、メール等を送信する方法、事業者のウェブサイト上で手続を行う方法、承諾する旨のデータを記録したUSBメモリ等の記録媒体を交付する方法、のいずれかによることとされています(特商規11条1項)。

承諾を行う際は、消費者の氏名と、重要事項の説明の内容を理解したことを記入する必要があり、また、消費者の認識が明らかにならない方法を用いてはならないとされています(特商規10条5項)。例えば、「承諾を取得するに当たっての説明を受けました。」「契約書面等に記載すべき事項を電磁的方法により提供することを承諾します。」といったチェックボックス方式や、承諾した場合に「次に進む」などのボタンを押してもらう方式などの簡便な方法では足りないと考えられます。

(iv) 控え書面の交付

電子交付についての承諾を得た後、事業者は、消費者に対し、その承諾を得たことを証する書面(控え書面)を交付する必要があります(特商規10条7項)。控え書面については、原

本ニュースレターの発行元は弁護士法人大江橋法律事務所です。弁護士法人大江橋法律事務所は、1981年に設立された日本の総合法律事務所です。東京、大阪、名古屋、海外は上海にオフィスを構えており、主に企業法務を中心とした法的サービスを提供しております。本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供に止まるものであり、個別具体的なケースに関する法的アドバイスを想定したものではありません。本ニュースレターの内容につきましては、一切の責任を負わないものとさせていただきます。法律・裁判例に関する情報及びその対応等については本ニュースレターのみには依拠されるべきでなく、必要に応じて別途弁護士のアドバイスをお受け頂ければと存じます。

則として書面を交付することになっており、一部の例外を除いて電子交付によることはできません。

(3) 電子交付の実施

(i) 電子交付の方法等

事業者が電子交付として実施可能な方法は次のとおりです(特商規8条1項各号)。すなわち、①メール等でのデータの送信による方法、②事業者のウェブサイト等に掲載し、消費者が閲覧できるようにする方法、③USBメモリなどの記録媒体にデータを保存し、同媒体を交付する方法、の3つです。

いずれの方法による場合でも、書面に印刷できるものであること、データの改変が行われていないか確認できる措置が取られていること、といった適合基準を満たす必要があります(特商規8条2項)。

また、表示内容については、消費者がその提供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とされています(特商規8条3項)。電子交付するデータを印刷した場合に、赤字・赤枠囲みや文字を8ポイント以上とするなどの形式面での基準(特商規6条、7条)を満たすようにすることが求められることから、電子交付された事項も画面上で同様の要件を満たすようにするべきでしょう。

電子交付の到達時期(交付時期)はクーリング・オフの起算点となるため重要です。これについては、消費者の使用するパソコン、サーバー等に情報が記録されたときに消費者に到達したものと扱われます(特商法4条3項)。ウェブサイトを閲覧する方法による場合には、消費者がパソコン等にデータをダウンロードしたとき等に到達したものとされ、事業者がウェブサイトにアップロードしたとき(消費者が閲覧することが可能になったとき)ではないので注意が必要です。

(ii) 電子交付の確認

事業者は、消費者に対して電子交付を行った後、提供した

データが消費者の下に記録されたか、また閲覧に支障がないかを確認しなければなりません(特商令4条3項)。単に「データが開けるか」などと確認するのではなく、ダウンロード等の必要な操作が行われたことや、提供した記載事項の一部を回答してもらうことなどを確認することが求められます。

(iii) 指定者への同報送信

適合性の確認の際に、消費者が、電子交付を受ける事項について、消費者が指定する者に対しても送信することを希望した場合、事業者は、その指定された者に対して、消費者への提供と同時にメールにより同内容の事項を提供しなければなりません(特商規10条6項)。消費者が家族等にも契約内容等を把握してもらうなどの必要性から、このような取扱いとなっています。

(4) 禁止行為

電子交付の導入に伴い、電子交付を希望しない消費者に対して電子交付の手續を勧める行為等、一定の行為を禁止する旨の規定が置かれました(特商規18条9号)。

この禁止行為の規定により特に注意が必要なのは、電子交付に際しての財産上の利益の提供や、書面の交付の場合の不利益な取扱いの禁止です。電子交付の導入促進の目的等で、電子交付を選択した消費者に対するキャッシュバック、景品の提供、ポイント付与などを行うことや、書面の交付の場合にのみ、郵送料、手数料等の名目を問わず追加の費用を消費者に負担させることはできません。

4 その他(令和4年6月1日施行)

立入検査権限が拡張され(特商法66条)、また業務停止命令・業務禁止命令の対象となる法人の役員等の範囲が拡大される(特商法8条の2等)など、行政処分の実効性の強化が図ら

本ニュースレターの発行元は弁護士法人大江橋法律事務所です。弁護士法人大江橋法律事務所は、1981年に設立された日本の総合法律事務所です。東京、大阪、名古屋、海外は上海にオフィスを構えており、主に企業法務を中心とした法的サービスを提供しております。本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供に止まるものであり、個別具体的なケースに関する法的アドバイスは想定したものではありません。本ニュースレターの内容につきましては、一切の責任を負わないものとさせていただきます。法律・裁判例に関する情報及びその対応等については本ニュースレターのみには依拠されるべきでなく、必要に応じて別途弁護士のアドバイスをお受け頂ければと存じます。

れました。また、外国執行当局に対する情報提供制度が創設されました(特商法69条の3)。

第5 電話勧誘販売の対象の拡大 (令和5年6月1日施行)

これまでは、郵便やチラシを見て電話をかけてきた消費者に対して別の商品の販売を勧誘した場合を電話勧誘販売に含めて規制してきました。これが、新聞、雑誌、ラジオ、テレビ、インターネット等を見て電話をかけてきた場合にまで拡大されました(特商令2条1号)。

改正前はテレビCMやインターネット動画等を見て電話をかけてきた消費者に対して別の商品を勧めて契約をする場合には通信販売として扱われてきましたが、これらがいずれも電話勧誘販売とされることとなります。これにより、クーリング・オフの適用を受けられるようになるほか、これまで必要ではなかった書面の交付義務や再勧誘の禁止等の規制が課されることになりました。

第6 まとめ

以上のとおり、本改正及び関連法令の改正は、通信販売における表示義務の強化、電話勧誘販売の対象の拡大のほか、クーリング・オフの通知の電子化、契約書面等の電子交付など、toCビジネスを営む事業者の皆様に広く影響のあるものになります。本改正への対応についての確認や、契約書面の電子交付の導入の検討等の際に、本稿が参考になりましたら幸いです。

以上

本ニュースレターの発行元は弁護士法人大江橋法律事務所です。弁護士法人大江橋法律事務所は、1981年に設立された日本の総合法律事務所です。東京、大阪、名古屋、海外は上海にオフィスを構えており、主に企業法務を中心とした法的サービスを提供しております。本ニュースレターの内容は、一般的な情報提供に止まるものであり、個別具体的なケースに関する法的アドバイスを想定したものではありません。本ニュースレターの内容につきましては、一切の責任を負わないものとさせていただきます。法律・裁判例に関する情報及びその対応等については本ニュースレターのみには依拠されるべきでなく、必要に応じて別途弁護士のアドバイスをお受け頂ければと存じます。