

平成28年改正特定商取引法について

平成29年11月
消費者庁 取引対策課

1. 現行法の概要

訪問販売など消費者トラブルを生じやすい特定の取引類型を対象に、トラブル防止のルールを定め、事業者による不公正な勧誘行為等を取り締まることにより、消費者取引の公正を確保するための法律
(旧称:訪問販売等に関する法律)

(1) 本法律の対象となっている取引類型

(消費者が自ら求めないのに、販売の勧誘を受ける)

1. 訪問販売

▶ 自宅等への訪問販売、キャッチセールス、アポイントメントセールス(電話等で販売目的を告げずに事務所等に呼び出して販売) 等

(事業者と対面して商品や販売条件を確認できない)

2. 電話勧誘販売

▶ 電話で勧誘し、申込を受ける販売

3. 通信販売

▶ 新聞、雑誌、インターネット等の広告による場合など、郵便、電話等の通信手段により申込を受ける販売

(長期・高額 of 負担を伴う)

4. 特定継続的役務提供

▶ 長期・継続的な役務の提供とこれに対する高額 of 対価を約する取引(エステ、語学教室、家庭教師、学習塾、結婚相手紹介サービス、パソコン教室)

(ビジネスに不慣れな個人を勧誘する)

5. 連鎖販売取引

▶ 個人を販売員として勧誘し、さらに次の販売員を勧誘させる形で、販売組織を連鎖的に拡大して行う商品・役務の販売

6. 業務提供誘引販売取引

▶ 「仕事を提供するので収入が得られる」と誘引し、仕事に必要であるとして、商品等 を売って金銭負担を負わせる取引

(消費者が自ら求めないのに、購入の勧誘を受ける)

7. 訪問購入

▶ 消費者の自宅等を訪問し、物品を購入するいわゆる「押し買い」

1. 現行法の概要（続き）

（2）行為規制

被害拡大防止のためルールが設けられ、法違反に対しては、指示命令、業務停止命令といった行政処分又は罰則の適用

-
- | | |
|----------------|---|
| i) 氏名等の明示の義務 | 勧誘開始前に目的や事業者名などを消費者等に告げることを義務づけ |
| ii) 不当な勧誘行為の禁止 | 不実告知(虚偽説明)、重要事項の不告知や威迫困惑を伴う勧誘行為等を禁止、再勧誘の禁止、迷惑勧誘等の禁止 |
| iii) 広告規制 | ①広告に重要事項の表示を義務づけ(通信販売では返品特約等)
②虚偽・誇大な広告を禁止
③請求や承諾なしに電子メール広告を送信することを禁止 |
| iv) 書面交付義務 | 契約締結時等に、重要事項を記載した書面を交付することを義務づけ |
| v) 告知義務 | 訪問購入業者は、クーリング・オフ期間は物品の引渡しを拒むことができる旨を告げることを義務付け |

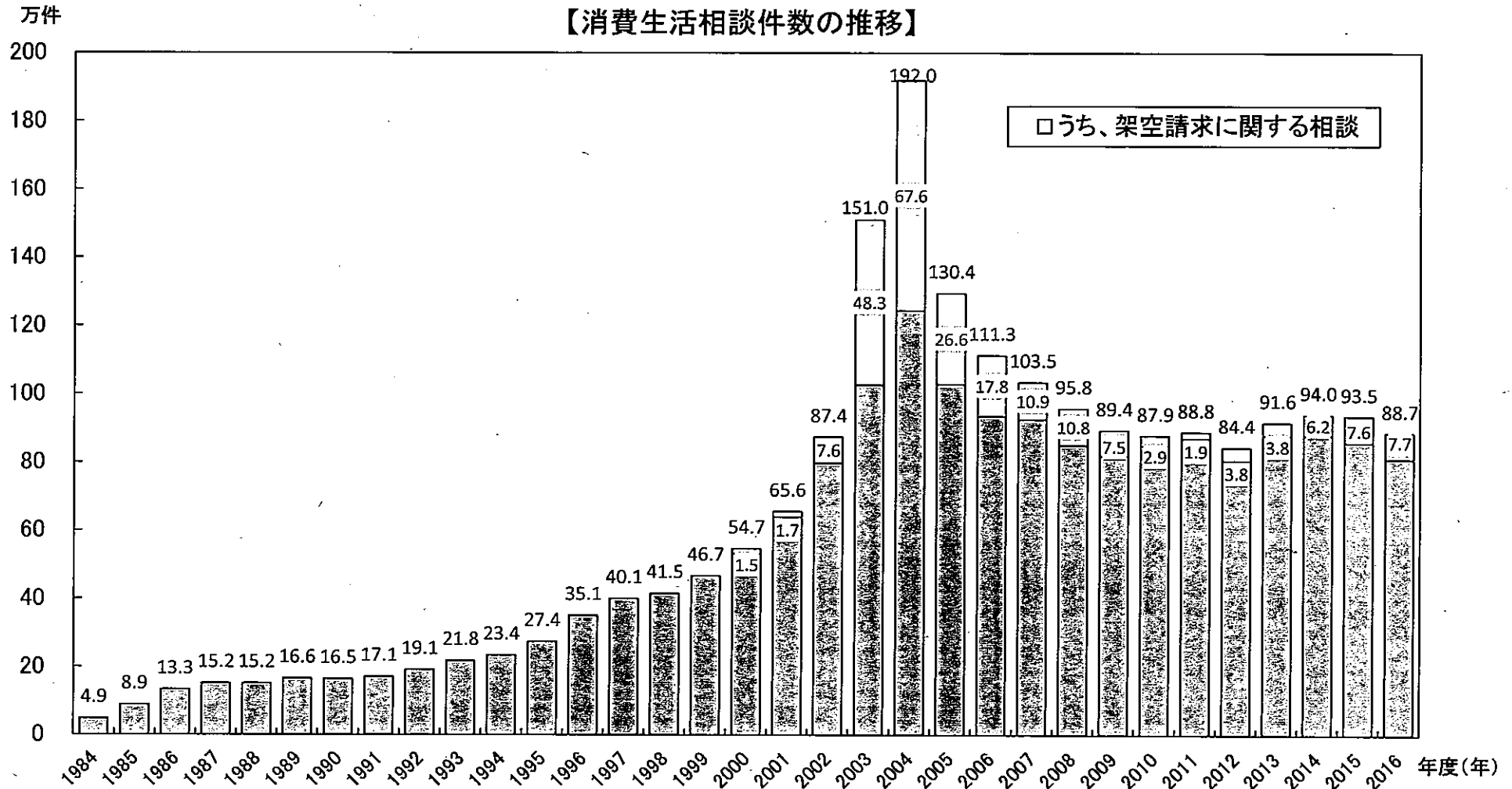
（3）民事ルール

行政規制とは別に、消費者による契約の解除などの民事ルールが設けられている

-
- | | |
|----------------|---|
| i)クーリング・オフ | 契約後一定の期間、無条件で解約することが可能 <ul style="list-style-type: none">・ 訪問販売、電話勧誘販売、特定継続的役務提供、訪問購入は8日間・ 連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引は20日間・ 訪問購入では、クーリング・オフ期間中物品の引渡しを拒むことが可能 |
| ii)中途解約・過量販売解除 | 特定継続的役務提供・連鎖販売取引では、クーリング・オフに加えて、将来に向かって契約解除が可能(中途解約)
訪問販売では、購入者にとって特別の事由なく、通常必要とされる分量を著しく超える契約をした場合、解除が可能(過量販売解除) |

2. 平成28年改正の背景

近年の消費生活相談件数は、年間約90万件と高水準で推移

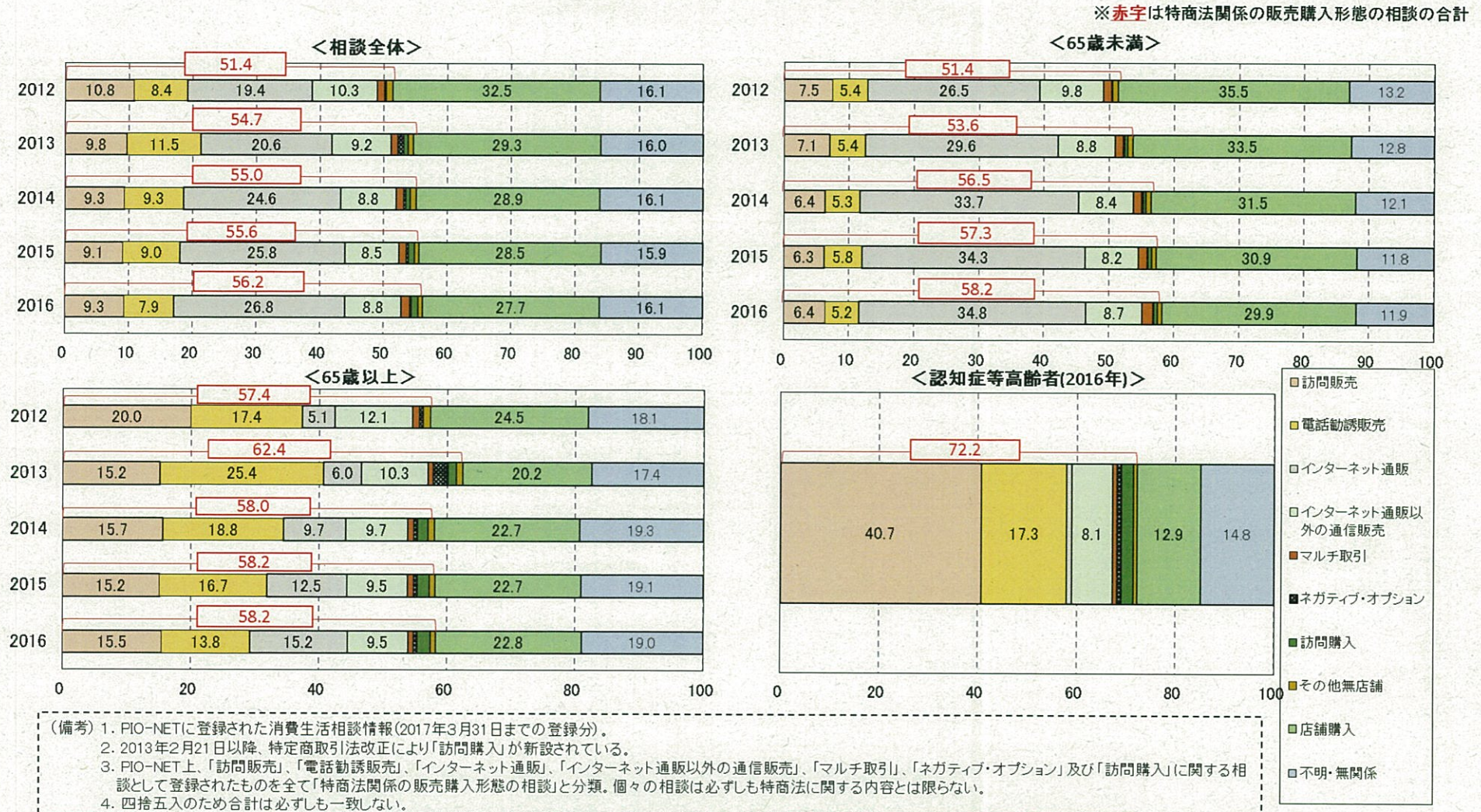


- (備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2017年3月31日までの登録分)。
 2. 1984~2006年度は、国民生活センター「消費生活年報2016」による「年度」データを集計。2007~2016年は「年」データを集計。
 3. 「架空請求」とは、身に覚えのない代金の請求に関するもの。2000年度から集計。

2. 平成28年改正の背景(続き)

- ◆ 全相談数のうち**6割近く**が特商法関係の販売購入形態の相談。うち、認知症等高齢者については、特商法関係の販売購入形態の相談が全体の**7割以上**
- ◆ 65歳以上の高齢者や認知症等高齢者は、特に**訪問販売・電話勧誘販売**の相談割合が高い

【販売購入形態別相談割合の推移】



II 平成28年改正の内容

！ 平成29年12月1日施行

1. 行政規制の新設及び民事ルールの拡充

- (1) アポイントメントセールスの誘引方法の追加【訪問販売】
- (2) 金銭借入や預貯金の引出し等に関する禁止行為の導入【訪問販売等】
- (3) ファクシミリ広告への規制の導入【通信販売】
- (4) 定期購入契約に関する表示義務の追加・明確化【通信販売】
- (5) 過量販売規制の導入【電話勧誘販売】
- (6) 美容医療契約の特定継続役務提供への追加
- (7) その他の事項

2. 法執行力の強化

- (1) 業務禁止命令の新設
- (2) 業務停止命令の期間の伸長
- (3) 罰則の引上げ
- (4) その他の事項

1. 行政規制の新設及び民事ルールの拡充



(1) アポイントメントセールスの誘引方法の追加等 (施行規則第11条の2)

アポイントメントセールスとは...

- ・ 訪問販売の一形態であり、以下の①又は②の方法で誘引した者と営業所等で売買契約等を締結するもの。
 - ① 契約締結について勧誘目的であることを告げずに**来訪を要請**
 - ② 他の者と比べて著しく有利な条件で契約締結ができる旨を告げて**来訪を要請**
- ・ **来訪を要請**する手段としては、現行の政令において、**電話、郵便、電子メール、FAX、ビラ・パンフレットの配布、住居訪問等**が指定



近年、**SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス)** 等、政令で指定されている媒体以外の媒体による来訪要請からの消費者トラブルが増加



いわゆる**SNSのメッセージ機能等**により営業所その他特定の場所への来訪を要請する方法を**アポイントメントセールスの誘引方法に追加**

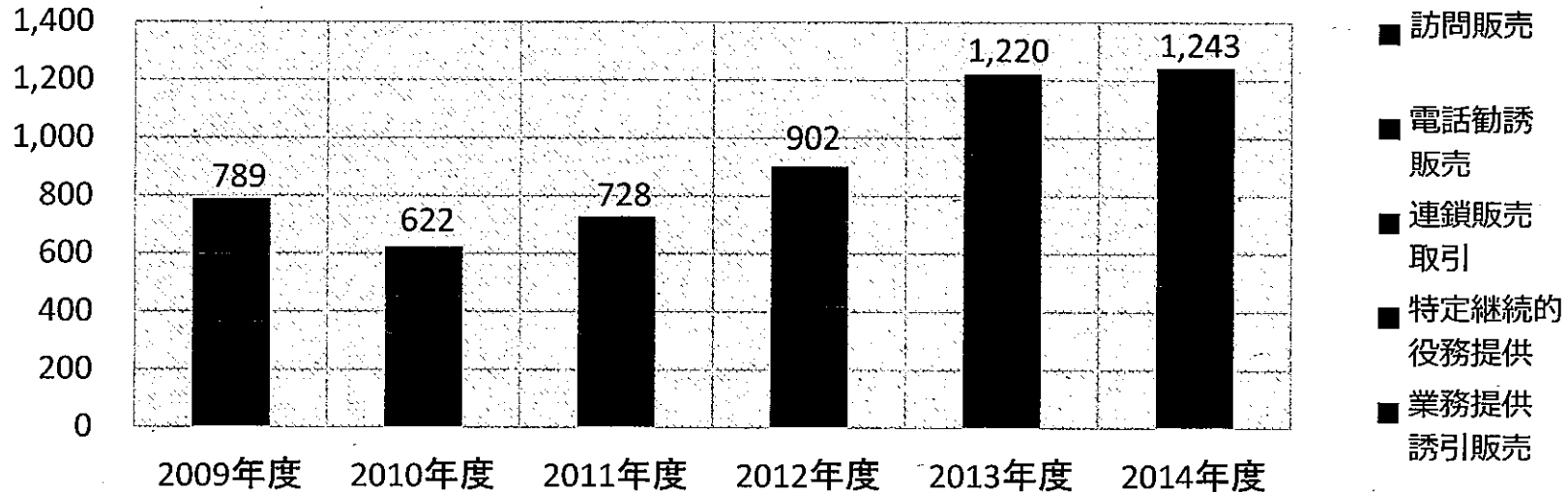
→ 特定の個人に対して送信するもののほか、SNS内のグループメンバー等のあらかじめ特定された複数の者に対して一斉送信する場合も対象

★ その他、下記について通達により解釈を明確化

政令で定める方法で誘引した者に対し、対面で再度、別の日に特定の場所へ来訪することを要請する行為について、勧誘する意図を一切告げないまま来訪要請を継続的に行った場合はアポイントメントセールスの誘引方法に該当する(アポイントメントセールスに該当する場合は訪問販売の規制が適用される)。

(2) 金銭借入や預貯金の引出し等に関する禁止行為の導入 (施行規則第7条第6号等)

契約の締結に際し、事業者が消費者に借金を勧める(強要する)行為や、金融機関に同行し預貯金を下ろさせる行為等に関する相談件数が増加



出典:内閣府消費者委員会特定商取引法専門調査会報告書(平成27年12月)



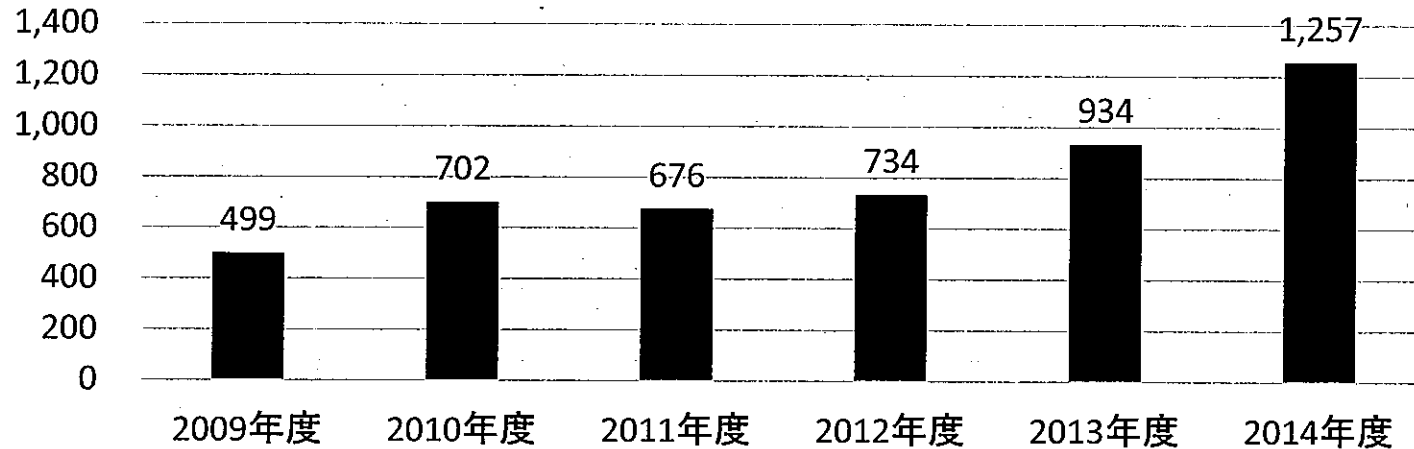
訪問販売等に係る売買契約等の相手方に対し、契約に基づく債務を履行させるため、以下の行為を行うことを禁止

- ① 契約の相手方の年収、預貯金又は借入れの状況その他の支払能力に関する事項(信用購入あっせんに係る債務の支払の状況等)について**虚偽の申告**をさせること
- ② 契約の相手方の意に反して貸金業者の営業所、銀行の支店その他これらに類する場所(ATM等)に**連行**すること
- ③ 契約の相手方に個別クレジット契約若しくは金銭の借入れに係る契約を締結させ、又は預貯金を引き出させるため、**迷惑を覚えさせるような仕方でこれを勧誘**すること
(例:長時間にわたり勧誘をすること、執拗に何度も勧誘をすること等)



(3) 通信販売におけるファクシミリ広告への規制の導入 (法第12条の5)

ファクシミリを用いた通信販売の広告に関する消費者の苦情相談件数が増加



出典: 内閣府消費者委員会特定商取引法専門調査会報告書(平成27年12月)

！ 通信販売のファクシミリ広告の送信について**請求や承諾をしていない消費者**に対する**ファクシミリ広告の送信を原則禁止** (オプトイン規制)

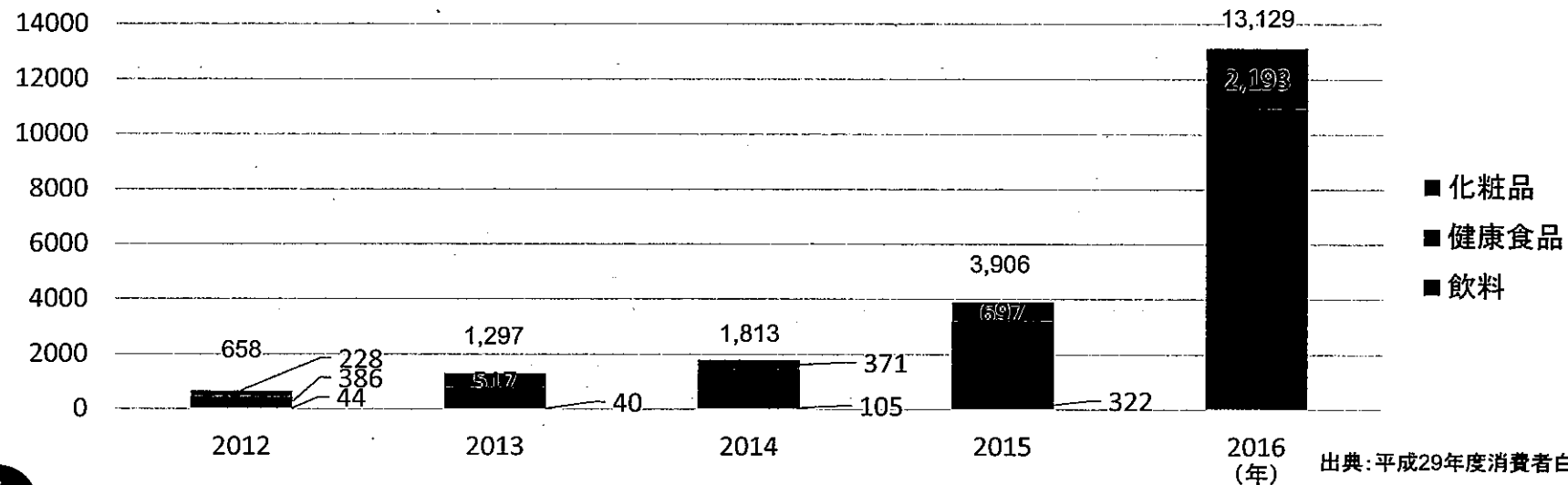
具体的には… (次ページ以降参照)

- ① 請求や承諾を得ていない消費者に対するファクシミリ広告の原則禁止
- ② 消費者から請求や承諾を受けたことの記録の保存義務
- ③ ファクシミリ広告の送信を拒否する方法の表示義務と、ファクシミリ広告の送信を拒否した消費者への送信禁止

※なお、電子メール広告については平成20年改正でオプトイン規制を導入

(4) 定期購入契約に関する表示義務の追加・明確化 (施行規則第8条第7号等)

ホームページ等で「1回目90%OFF」「初回実質0円(送料のみ)」など通常価格より低価格で購入できることを広告する一方で、数か月間の定期購入が条件となっている健康食品や化粧品等の通信販売に関する相談が増加



いわゆる定期購入契約に関しては、通信販売の広告やインターネット通販における申込み・確認画面上に、**定期購入契約である旨及び金額(支払代金の総額等)、契約期間その他の販売条件(※)を表示する義務**

※それぞれの商品の引渡時期や代金の支払時期等

※ インターネット通販における具体的なケースについては、**改正ガイドライン**に例示(次ページ参照)

【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】

(4) 定期購入契約に関する表示義務の追加・明確化 (「ガイドライン」)

通信販売においては、顧客の意に反して売買契約の申込みをさせようとする行為は禁止

◎ 上記行為に該当しないと考えられる例

申込みの最終確認画面に申込者が締結することとなる定期購入契約の**主な内容(※)**が**全て**表示され、その画面上で「この内容で注文する」といったボタンをクリックしてはじめて申込みになる場合

「注文内容を確認する」といったボタンをクリックすることにより定期購入契約の**主な内容が全て**表示され、当該操作を行ってはじめて申込みが可能となっている場合

(主な内容とは…)

契約期間(商品の引渡しの回数)、消費者が支払うこととなる金額(各回ごとの商品の代金、送料及び支払総額等)及びその他の特別の販売条件がある場合にはその内容

注文内容確認
注文内容を確認し、注文を確定してください(これが最後の手続きです。)
下記の注文内容が正しいことを確認してください。
[注文を確定する]ボタンをクリックするまで、実際の注文は行われません。

○注文明細

商品名 (定期購入コース)	〇〇定期購入 (5か月間購入コース)	備考
商品価格	1,000円(税抜)	初回(月)分
	3,000円(税抜)	第2回~第5回分
送料	2,500円(税込)	5か月分
消費税	1,040円	
総額	16,540円(税込)	5か月間購入コース

○お届け先 消費 太郎
〒100-xxxx
東京都千代田区霞が関x-x-x

○発送方法: 宅配便

○支払方法 △△カード xxxxx-xxxx
有効期限: 06/2020

[TOPに戻る](#)(注文は確定されません)

注文内容確認
注文内容を確認し、注文を確定してください。
下記の注文内容が正しいことを確認してください。
[注文を確定する]ボタンをクリックするまで、実際の注文は行われません。

○注文内容

商品名 〇〇定期購入コース(5か月間定期購入コース)
商品価格 1,000円(税抜)
送料 500円(税込)
消費税 80円
総額 1,580円(5か月コースのうち初月分・税込)

・ 〇〇定期購入コースは5か月間の定期購入契約となり、総額16,540円になります。
・ 初(月)回のみ、お支払額は1,580円(送料・税込)になります。
・ 第2回から第5回までは1月あたり3,740円(送料・税込)となります。
・ 初月を含めた5か月間の支払額の合計は16,540円になります)

○お届け先 消費 太郎
〒100-xxxx
東京都千代田区霞が関x-x-x

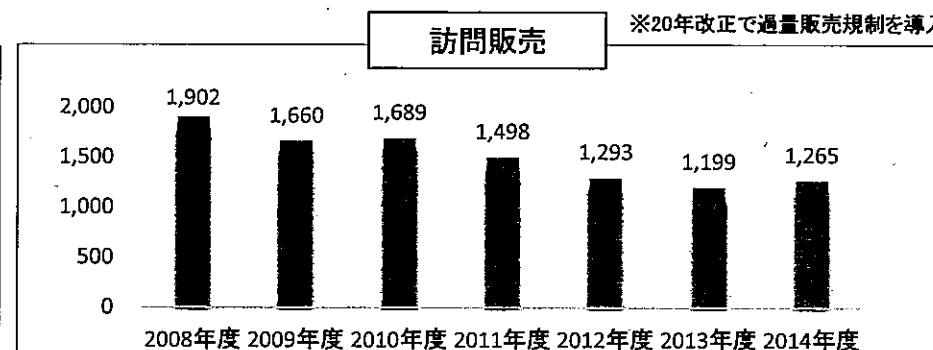
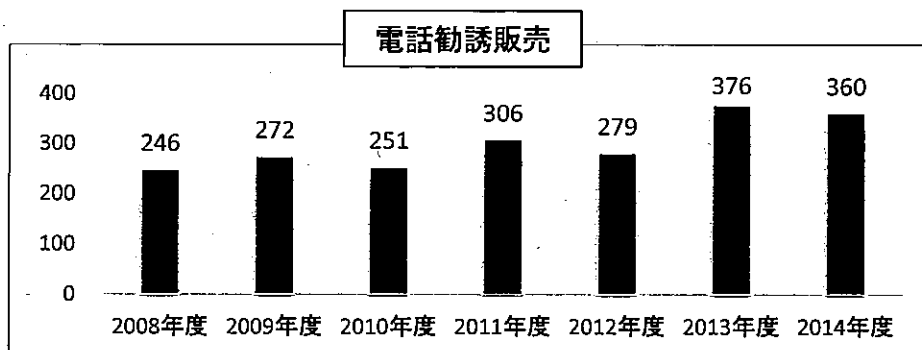
○発送方法: 宅配便

○支払方法 △△カード xxxxx-xxxx

[TOPに戻る](#)(注文は確定されません)

(5) 電話勧誘販売における過量販売規制の導入 (法第22条、法第24条の2)

電話勧誘販売において、健康食品や化粧品等の過量販売に関する苦情相談件数が増加



出典: 内閣府消費者委員会特定商取引法専門調査会報告書(平成27年12月)



電話勧誘販売における、消費者がその日常生活において通常必要とする分量を著しく超える商品の売買契約等(※)について、

- (1) 行政処分の対象とするとともに、
- (2) 消費者は申込みの撤回又は契約の解除を行うことができるようにする

(※) 具体的には、以下の3つの場合が行政処分の対象 (施行規則第22条の3)

- ① 事業者の1回の販売行為により上記の量を超えることとなる契約の勧誘を行うこと
- ② 事業者の販売行為が、過去の消費者の購入の累積から、結果的に上記の量を超える契約になることを知りながら勧誘を行うこと
- ③ 既に上記の量を超えた保有状況の消費者であることを知りながら勧誘を行うこと



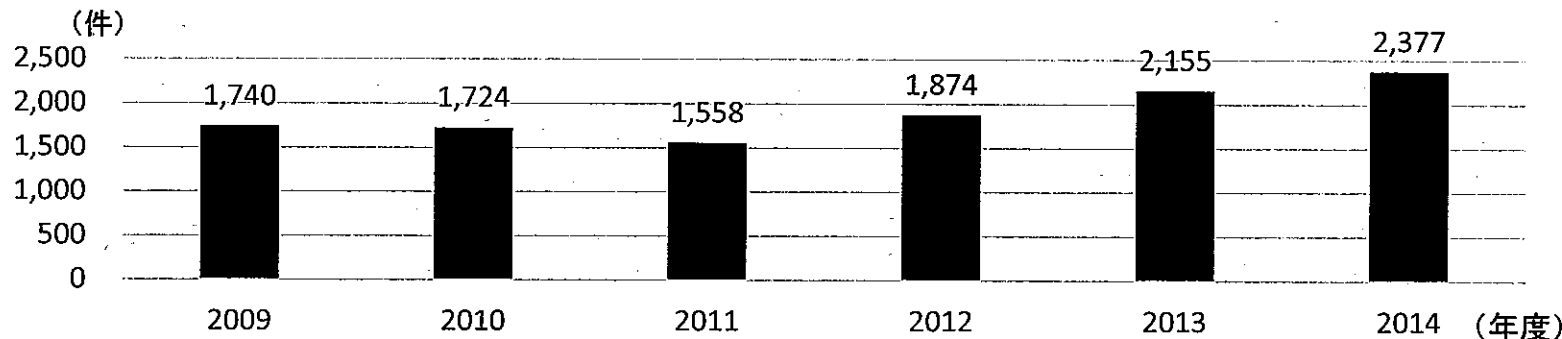
【適用除外】消費者にその契約を締結する特別の事情がある場合
 (例えば、親戚に配る目的や一時的に居宅における生活者の人数が増える事情等)

(6) 美容医療契約の特定継続役務提供への追加 (施行令別表第4、施行規則第31条の4等)

特定継続的役務提供とは…

- 有償で一定期間以上にわたり継続的に提供される**特定の役務**
- 具体的な役務 (例: エステ)、期間 (1月超)、金額 (5万円超) 等を政令で規定

政令指定外の美容医療に関する相談 (特に契約内容や解約の相談) が増加傾向



出典: 内閣府消費者委員会特定商取引法専門調査会報告書 (平成27年12月)

一定の美容医療について、1月超かつ5万円超の契約を締結して行うものを特定継続的役務提供の規制対象に追加 (具体的な対象役務は下表のとおり)

役務内容	方法
脱毛	光の照射又は針を通じて電気を流すことによる方法 (例: レーザー脱毛)
にきび、しみ、そばかす、ほくろ、刺青その他の皮膚に付着しているものの除去又は皮膚の活性化	光若しくは音波の照射、薬剤の使用又は機器を用いた刺激による方法 (例: ケミカルピーリング)
皮膚のしわ又はたるみの症状の軽減	薬剤の使用又は糸の挿入による方法 (例: ヒアルロン酸注射)
脂肪の減少	光若しくは音波の照射、薬剤の使用又は機器を用いた刺激による方法 (例: 脂肪溶解注射)
歯牙の漂白	歯牙の漂白剤の塗布による方法 (例: ホワイトニングキットを用いたホワイトニング)



(7)その他の事項

①訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売における規制対象の拡大（指定権利制の見直し）

（法第2条第4項）

- 未公開株や社債、CO2排出権取引等の投資商品に関する訪問販売及び電話勧誘販売に関するトラブルの増加を受け、**社債等の金銭債権、株式等の社員権を「特定権利」として規制対象に追加**
- また、「CO2排出権」、「知的財産権」、「シェールガスや風力発電の施設運用権」、「水や天然ガスの採掘権」、「外国の土地利用権」といった「**権利の販売**」と称するものについて、**その実態が労務又は便益の提供**（例えば、投資スキームの一環として「権利の販売」という名目で消費者からの投資を求め、投資を行った事業から得られた収益の分配（便益の提供）を約束して取引を行っている場合）であれば、「**役務の提供**」に該当し、**特商法の対象となることを通達で明確化**

②取消権の行使期間の伸長（法第9条の3第4項等）

- 事業者が勧誘の際に不実告知又は事実不告知をしたことにより、消費者が誤認して契約した場合の取消権の行使期間について、**追認できるときから1年間（改正前は6月間）**（※）に伸長する。

※「契約締結時から5年間」は従来どおり。

2. 法執行力の強化

(1)業務禁止命令の創設 (法第8条、第8条の2等)

近年、業務停止命令を受けた法人の役員等が、**処分後直ちに別の法人を立ち上げる**こと等により、**実質的に業務を継続する事案など、悪質な事案が発生**

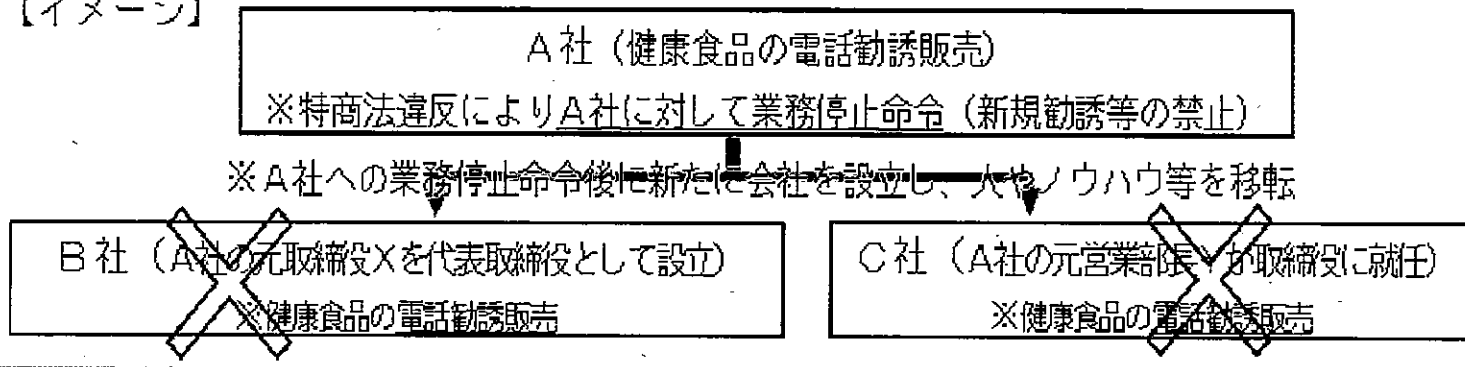
! 業務停止を命ぜられた個人事業主、法人の役員及び政令で定める使用人（※1）等に対して、停止の範囲内の業務を**新たに法人を設立して継続すること等（※2）を禁止**

※1 ①営業所等の業務を統括する者（例：営業所長）

②業務停止命令の対象となる業務を統括する者（例：外販部長）

※2 当該業務を営む既存法人の当該業務を担当する役員となることを含む。

【イメージ】



(2)業務停止命令の期間の伸長 (法第8条等)

! 悪質事業者に対応するため、停止期間の最長は**1年から2年**に

(3) 罰則の引上げ (法第70条、第74条等)

(主な事項)

- ・ 不実告知等に対する**法人への罰金**を300万円以下から**1億円以下**に引上げ
- ・ 業務停止命令違反に対する**懲役刑の上限**を2年から**3年**に引上げ 等

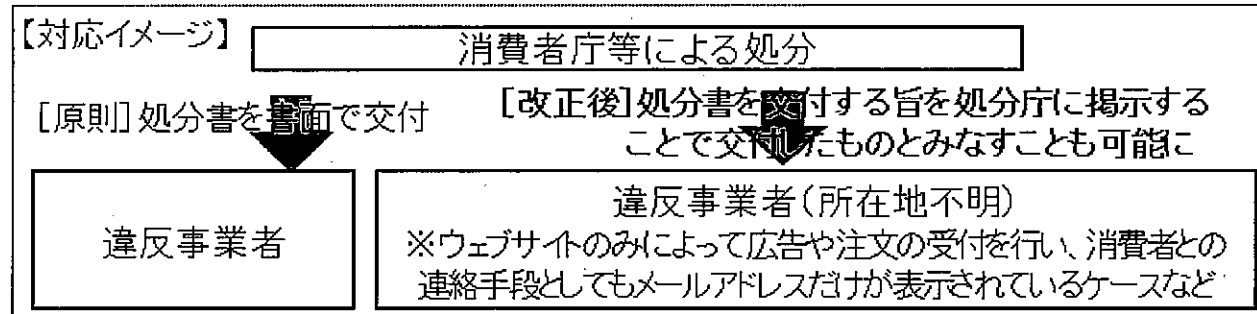
(改正箇所は青字)

構成要件	改正前		改正後	
	個人	法人	個人	法人
禁止行為Ⅰ (不実告知、事実不告知、 威迫困惑)	3年以下の懲役又は300万円以下の罰金	300万円以下の罰金	3年以下の懲役又は300万円以下の罰金	1億円以下の罰金
禁止行為Ⅱ (目的隠匿型誘引行為)	1年以下の懲役又は200万円以下の罰金	200万円以下の罰金	3年以下の懲役又は300万円以下の罰金	1億円以下の罰金
業務停止命令違反	2年以下の懲役又は300万円以下の罰金	3億円以下の罰金	3年以下の懲役又は300万円以下の罰金	3億円以下の罰金
業務禁止命令違反	—	—	3年以下の懲役又は300万円以下の罰金	3億円以下の罰金
指示違反	100万円以下の罰金	100万円以下の罰金	6月以下の懲役又は100万円以下の罰金	100万円以下の罰金
検査忌避(報告徴収・質問等)	100万円以下の罰金	100万円以下の罰金	6月以下の懲役又は100万円以下の罰金	100万円以下の罰金
書面不交付等	100万円以下の罰金	100万円以下の罰金	6月以下の懲役又は100万円以下の罰金	100万円以下の罰金

(4)その他の事項

①所在地不明の違反事業者に対する公示送達による処分（法第66条の5）

- 違反事業者の所在地が不明な場合、処分書を交付する旨を一定期間掲示することにより事業者に交付されたものとみなし（公示送達により）、処分を可能とする



②指示に関する規定の整備（法第7条等）

- 事業者に対して、消費者利益を保護するために必要な措置を指示できることを明示
- 指示を行った際の公表を義務化

消費者利益を保護するために必要な措置の指示の例

電話勧誘販売により健康食品を売っていた販売業者が、事実と反して「この健康食品を摂取することで、病気の治療又は病状の改善ができる」と告げており、不実告知として行政処分を受けた場合
 → 行政処分を受けた旨を購入者に通知することを指示。
 (→ 購入者が不実告知取消権を行使することを後押し)

③「密接関係者」の追加（施行令第17条の2）

- 立入検査及び報告徴収の対象となる密接関係者に、販売業者等の親法人等を追加。

④立入検査の際の「質問権」の導入（法第66条）

- 事業者に対して立入検査を行う際、行政庁の職員が従業員その他の関係者に対して質問を行うことができることを確認的に規定