

『これだけは守りたい
販売事業者のルール』

特定商取引法の 正しい知識

訪問販売

電話勧誘販売

特定継続的役務提供

通信販売

編

特定商取引に関する法律 (特定商取引法)

「訪問販売」「通信販売」「電話勧誘販売」「連鎖販売取引」「特定継続的役務提供」「業務提供誘引販売取引」「訪問購入」の7つの形態の取引行為を一定のルールを設けることにより公正にし、消費者が受ける可能性のある損害を防止するなど販売事業者の間に生じるトラブルを未然に防止することを目的として定められた法律です。

このパンフレットでは、この中から「訪問販売」「電話勧誘販売」「通信販売」「特定継続的役務提供」の4類型を中心に解説します。

指導事例付き
事業者向け
ガイドブック

通信販売

STEP 1

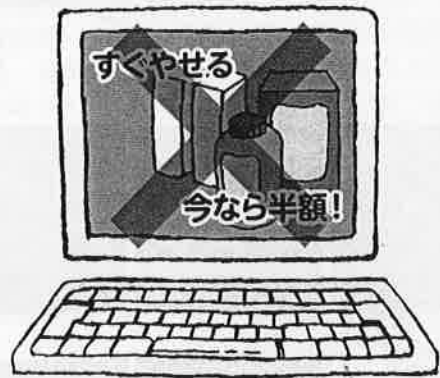
広告には販売する商品等の価格や事業者名と連絡先、解約に関する事項などの重要事項は必ず掲載しなければなりません。代金前払い式の通信販売においては取引の承諾及び引渡し時期などを記載



した書面を発行しなければなりません。

STEP 2

広告では、事実と相違して、実際よりも著しく優良または消費者に有利であると誤認させるような虚偽や誇大な表示をしてはいけません。



STEP 3

送付すると契約の申込みとなるはがきなどの書類は、消費者がそのことを容易に認識できるようにわかりやすいものにしましょう。

アンケートや資料請求の申込みと誤解を与えるようなものは禁止です。



STEP 4



確認などのために戻れない画面も禁止

「次に」「送信」で契約成立することは禁止!

インターネット通販の場合は、そのボタンをクリックすると契約申込みになることが明確にわかるように、「注文」「購入」「申込み」等のわかりやすい言葉を使い、最後に申込み内容を消費者が確認し変更できるようにしなければなりません。

指導事例

- (1) ウェブサイトにおいて「インストールするだけで毎日数万円が自動入金」などと誇大広告を行い、儲け話などをいわゆる情報商材と称して販売していた事業者に対し、業務改善指示を行いました。ウェブサイトには事業者の正式な名称や氏名も表示していませんでした。(広告表示義務違反・誇大広告)
- (2) 卒業校の名称の入ったダイレクトメールを送り、消費者に卒業校の発行した同窓会名簿と誤認させ、卒業校と全く関係のない同窓名鑑と題する商品を販売していた事業者に業務停止命令を行いました。ダイレクトメールには事業者の正式な名称、所在地が記載されていませんでした。(広告表示義務違反・誇大広告・承諾書面不備)

★承諾のない電子メール広告の送信は禁じられています。

特定商取引法において、事前に承諾を得た顧客以外への電子メール広告の送信は禁じられています。また、事前の同意は、承諾の可否を画面上で簡単に確認できるようにしなければなりません。

STEP 5 返品の手続きはきちんと表示しましょう。

5

インターネットなどの例

冬物セーター
商品番号 00-0000
商品価格 〇〇,〇〇〇円

② ご利用ガイド

① 返品可 (送料お客様負担などの条件)
又は
返品不可

チラシ・カタログなどの例

電話：0120-〇〇〇-〇〇〇 ◀お申込みはこちらから

冬物衣料通販!

③ 返品は原則〇日間可
(詳しくは〇〇頁に)

お買い得商品です!
商品価格 〇〇,〇〇〇円
仕様 冬物セーター:ウール100%
サイズ:S M L

① 返品可 (送料お客様負担などの条件)
又は
返品不可

テレビショッピングの例

☆☆テレビショッピング

商品番号 00-0000
商品価格 〇〇,〇〇〇円

商品名
□□□□□□
商品の詳細
□□□□□□□□
□□□□□□□□
□□□□□□□□
□□□□□□□□
返品について
□□□□□□□□
□□□□□□□□
□□□□□□□□

電話：0120-〇〇〇〇-〇〇〇〇

④

① ※返品可【条件は最後で】

返品特約について

- ① 返品の可・不可等を商品ごとに表示する場合は、条件をしっかりと表示
- ② 共通部分に表示する場合は、記載場所が明確にわかるようにタイトルなどをつけ、商品の返品条件がわかるようにする。返品にパターンがある場合は、商品頁に印をつけ、パターンごとに詳細を表示
- ③ 共通表示部分に表示する場合は、電話番号の近くなど消費者が確認しやすいところに表示
- ④ テレビ画面に電話番号が表示されている間は、常に返品特約が表示されていることが望ましい

●通信販売の広告には、解約・返品に関する事項を表示しなければなりません。

解約、返品に係る記載がない場合は購入者が商品の引渡し等を受けた日から起算して8日を経過するまでの間は契約の解除ができることとされています。

Q & A

●通信販売事業者と個人はどこで分かれるの？

インターネットではネットオークションなどで個人が商品を出品して消費者に販売するケースがありますが、経済産業省のガイドラインにより、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ものや同一の種類の商品を一時点に複数出品(一定の数量以上)する場合は販売業者と判定するとしています。

【参考】→ http://www.meti.go.jp/policy/consumer/sankoshin/sk_bukai/ts_shoi/070426/siryo5-2.pdf

○特定商取引法に係る他の3つの販売形態に関する主な規制の概要は、以下のとおりです。

販売形態	販売要件	主な規制
連鎖販売取引	商品購入代金等を支払って販売組織に参加し、別の人を組織に勧誘して商品等を販売すればマージンが得られると誘引して、販売組織を連鎖的に拡大していく取引	販売目的の明示、広告表示義務、書面交付義務、不当勧誘行為の規制のほか、中途解約権（1年以内の退会、未使用商品の返品、違約金は解約する商品代金の10%以内など）がある。クーリング・オフは20日間
業務提供誘引販売取引	事業者から提供またはあっせんされる業務に従事することにより利益を得られると誘引し、それに必要だとする商品等の購入もしくは役務提供の契約を行う取引	販売目的の明示、広告表示義務、書面交付義務、不当勧誘行為の規制のほか、不当勧誘行為により契約した場合の契約取消権がある。クーリング・オフは20日間
訪問購入	営業所以外の場所で物品の買取の申込みもしくは契約を行う取引	売買目的の明示や書面の交付義務、売買意思のない者への勧誘禁止などの規制がある。クーリング・オフは8日間

参考となるホームページ

- 東京都生活文化局 消費生活の情報サイト「東京暮らしWEB」（不適正な取引行為の禁止）
http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/torihiki/f_tori/
- 消費者庁ホームページ「取引対策」
<http://www.caa.go.jp/trade/index.html#m01>
- 経済産業省ホームページ「消費者行政の推進」
<http://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/index.html>

『これだけは守りたい販売事業者のルール』 — 特定商取引法の正しい知識 —

（訪問販売・電話勧誘販売・特定継続的役務提供・通信販売編）

平成 25 年 10 月発行

編集・発行 東京都生活文化局消費生活部取引指導課
東京都新宿区西新宿二丁目8番1号
電話：03(5388)3072

このパンフレットは、ホームページ「東京暮らしWEB」からご覧いただけます。
URL：<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/>

登録番号 25 (37)