

改正後	改正前
<p>第 2 章(訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売)関係 第 1 節 (定義) 関係 1 法第 2 条 (定義) 関係 (1)～(6) (略) (7) いわゆるアポイントメントセールスについて 特定商取引に関する法律施行令（昭和 5 1 年政令第 2 9 5 号。以下「政令」という。）第 1 条に、いわゆるアポイントメントセールスの誘引方法を定義している。 <u>「電磁的方法」については省令第 1 1 条の 2 第 1 号から第 3 号までに掲げるものが対象となる。省令第 1 1 条の 2 第 3 号はいわゆる SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）のメッセージ機能等を使用する方法を規定したものである。これらの方法については、特定の個人に対して送信するもののほか、グループ内の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となる。</u> 政令第 1 条第 1 号は業者が販売意図を明らかにしないで消費者を呼び出す場合について規定したものである。例えば、「あなたは選ばれたので○×を取りに来て下さい。」と告げる場合や、本来の販売の目的たる商品等以外のものを告げて呼び出す場合が本号に該当することになる。なお、勧誘の対象となる商品等について、自らがそれを扱う販売業者等であることを告げたからといって、必ずしも当該商品について勧誘する意図を告げたものと解されるわけではない。例えば、こうした場合であっても、「見るだけでいいから。」と告げるなど販売意図を否定しているときや、着物の着付け教室と同会場で着物の即売会が行われる場合において、実際には着物を購入しなければ講習自体も受けられないにもかかわらず、着付け教</p>	<p>第 2 章(訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売)関係 第 1 節 (定義) 関係 1 法第 2 条 (定義) 関係 (1)～(6) (略) (7) いわゆるアポイントメントセールスについて 特定商取引に関する法律施行令（昭和 5 1 年政令第 2 9 5 号。以下「政令」という。）第 1 条に、いわゆるアポイントメントセールスの誘引方法を定義している。 政令第 1 条第 1 号は業者が販売意図を明らかにしないで消費者を呼び出す場合について規定したものである。例えば、「あなたは選ばれたので○×を取りに来て下さい。」と告げる場合や、本来の販売の目的たる商品等以外のものを告げて呼び出す場合が本号に該当することになる。なお、勧誘の対象となる商品等について、自らがそれを扱う販売業者等であることを告げたからといって、必ずしも当該商品について勧誘する意図を告げたものと解されるわけではない。例えば、こうした場合であっても、「見るだけでいいから。」と告げるなど販売意図を否定しているときや、着物の着付け教室と同会場で着物の即売会が行われる場合において、実際には着物を購入しなければ講習自体も受けられないにもかかわらず、着付け教</p>

室のみの参加が可能であるように表示するなどしているときには、当該商品について勧誘する意図を告げたことにはならない。また、パーティーや食事会等への招待のように告げながら、パンフレット等に消費者の目に留まらないような小さい文字で「新作商品をお勧めする即売会があります。」と記載するなど、実質的に販売する意図が示されているとは言えない場合は、勧誘する意図を告げたことにはならない。なお、ビラ、パンフレット及び拡声器については、「商品を無料で配布する。」等と告げて行ういわゆるSF商法として行われるものを念頭においたものである。本号に規定する方法で呼び出した者に対し、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は、それ自体をもって直ちに本号に該当するとは言えないものの、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本号に該当することとなる。

政令第1条第2号は、販売意図は明らかであるものの、特に誘引効果が強い場合を規定したものである。例えば「あなたは特に選ばれたので非常に安く買える。」等のセールストークを用いる場合はその真偽にかかわらず本号に該当することになる。

(8)・(9) (略)

(10) 法第2条第4項の「特定権利」について

(イ) 法第2条第4項第1号の「施設を利用し又は役務の提供を受ける権利のうち国民の日常生活に係る取引において販売されるものであつて政令で定めるもの」は、政令別表第1に掲げられているが、同表各号に該当する権利の具体例は、別添2のとおりである。

(ロ) 法第2条第4項第2号の「社債その他の金銭債権」には、社債のほか、国債・地方債や約束手形といったものが該当する。

(ハ) 法第2条第4項第3号の「株式会社の株式、合同会社、合名会社若しくは合資会社の社員の持分若しくはその他の社団法人の社員権又は外国法人の社員権でこれらの権利の性質を有するもの」は、会社法上の株式

及び拡声器については、「商品を無料で配布する。」等と告げて行ういわゆるSF商法として行われるものを念頭においたものである。

政令第1条第2号は、販売意図は明らかであるものの、特に誘引効果が強い場合を規定したものである。例えば「あなたは特に選ばれたので非常に安く買える。」等のセールストークを用いる場合はその真偽にかかわらず本号に該当することになる。

(8)・(9) (略)

(10) 法第2条第4項の「指定権利」について

(イ) 法第2条第4項の「指定権利」は、政令別表第1に掲げられているが、同表各号に該当する権利の具体例は、別添2のとおりである。

(ロ) また、商品については、たとえその商品が中古品、輸入品又は注文生産品であっても対象になる。

会社の社員権たる株式、合同会社等の持分会社の持分といったものが該当する。それ以外にも、例えば、投資信託及び投資法人に関する法律（昭和26年法律第198号）に規定する投資法人の発行する投資証券、その他の特別の法律により設立された法人の発行する出資証券等も該当する。

(二) なお、第2号又は第3号に規定する特定権利の販売のうち、金融商品取引法（昭和23年法律第25号）第2条第9項に規定する金融商品取引業者が行う同条第8項に規定する商品の販売については、法第26条第1項第8号イで訪問販売等の規制の適用除外とされていることに留意されたい。

(11) 「販売業者」及び「役務提供事業者」について

「販売業者」又は「役務提供事業者」（以下「販売業者等」という。）とは、販売又は役務の提供を業として営む者の意味であり、「販売又は役務の提供を業として営む」とは、営利の意思をもって、反復継続して取引を行うことをいう。販売業者が扱う商品については、たとえその商品が中古品、輸入品又は注文生産品であっても対象になる。なお、営利の意思の有無については客観的に判断される。

「役務の提供」とは、「労務又は便益の提供」のことであり、「権利の販売」と称するものについても、その実態が「労務又は便益の提供」であると評価される場合は本法の対象となる。例えば、「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」等の販売については、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ものであれば、「役務の提供」に該当することとなる。

宅地建物取引業法（昭和27年法律第176号）第2条第3号に規定する宅地建物取引業者が行う同法第2条第2号に規定する商品の販売又は役

(11) 「販売業者」及び「役務提供事業者」について

「販売業者」又は「役務提供事業者」（以下「販売業者等」という。）とは、販売又は役務の提供を業として営む者の意味であり、「販売又は役務の提供を業として営む」とは、営利の意思をもって、反復継続して取引を行うことをいう。なお、営利の意思の有無については客観的に判断される。

また、例えばリース提携販売のように、「契約を締結し物品や役務を提供する者」と「訪問して契約の締結について勧誘する者」など、一定の仕組みの上での複数の者による勧誘・販売等であるが、総合してみれば一つの訪問販売を形成していると認められるような場合には、これらの複数の者は、いずれも販売業者等に該当する。

務の提供は、特商法の適用が除外される（特商法第26条第1項第8号ロ）が、他方、①宅地建物取引業法に基づく免許を受けていない者が不動産の販売を訪問販売等で行った場合、②宅地建物取引業法に基づく免許を受けた宅地建物取引業者が宅地以外の不動産の販売（例：用途地域外の山林、雑種地について、宅地造成等をせずに山林、雑種地として販売）を訪問販売等で行った場合は本法が適用される。

日本国内において換金性に乏しい外国紙幣を「両替」と称して販売しているケースがあるが、このような例は、一種の投資商品の販売ととらえられ得ることから、「商品の販売」に該当するものと解して運用されたい。

また、例えばリース提携販売のように、「契約を締結し物品や役務を提供する者」と「訪問して契約の締結について勧誘する者」など、一定の仕組みの上での複数の者による勧誘・販売等であるが、総合してみれば一つの訪問販売を形成していると認められるような場合には、これらの複数の者は、いずれも販売業者等に該当する。

第2節（訪問販売）関係

6 法第7条（指示）関係

- (1)・(2) (略)
- (3) 省令第7条の解釈について
 - (イ)～(ホ) (略)
 - (ハ) 第6号イ

「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」とは、消費者が訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約の履行に要する金銭を得るための契約を締結する際に、事業者が消費者の支払能力について調査を行う際の調査事項であり、年収、預貯金、借入れの状

第2節（訪問販売）関係

6 法第7条（指示）関係

- (1)・(2) (略)
- (3) 省令第7条の解釈について
 - (イ)～(ホ) (略)

況の他に、例えば信用購入あっせんに係る債務の支払の状況なども含まれる。

(ト) 第6号ロ

「その他これらに類する場所」とは、消費者が訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約の履行に要する金銭を得るための契約を締結する営業所等の場所であり、例えばATMなどを指す。

(チ) 第6号ハ

「迷惑を覚えさせるような仕方」については、(イ)を参照されたい。
具体的には、訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約の履行に要する金銭を得るための契約について正当な理由なく不適當な時間帯に（例えば午後9時から午前8時まで）勧誘をすること、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はこれに該当することが多いと考えられる。

(リ) 第7号

本号はキャッチセールスを念頭においた規定であるが、「公共の場所」とは、およそ公衆が利用できる場所全てを指すものであり、公園、公会堂のみならず劇場、映画館、飲食店等も含むものである。

(ヌ) 第8号

本号は、クーリング・オフを妨げるために消耗品を契約したその場で使用又は消費させることを規定したものである。

第3節（通信販売）関係

1 法第11条（広告の表示）関係

(1) (略)

(2) 法第11条本文の解釈について

(イ)～(ト) (略)

(ハ) 第6号

本号はキャッチセールスを念頭においた規定であるが、「公共の場所」とは、およそ公衆が利用できる場所全てを指すものであり、公園、公会堂のみならず劇場、映画館、飲食店等も含むものである。

(ト) 第7号

本号は、クーリング・オフを妨げるために消耗品を契約したその場で使用又は消費させることを規定したものである。

第3節（通信販売）関係（略）

1 法第11条（広告の表示）関係

(1) (略)

(2) 法第11条本文の解釈について

(イ)～(ト) (略)

(f) 省令第8条第7号の「商品の売買契約を二回以上継続して締結する必要があるとき」について

例えば、「初回お試し価格」等と称して安価な価格で商品を販売する旨が表示されているが、当該価格で商品を購入するためには、その後通常価格で○回分の定期的な購入が条件とされている等、申込者が商品の売買契約を2回以上継続して締結する必要がある場合の表示義務事項である。「その他の販売条件」には、それぞれの商品の引渡時期や代金の支払時期等が含まれる。

なお、1回の契約で複数回の商品の引渡しや代金の支払いを約することとなる場合は、法第11条第1号から第3号までの規定により、買い手が支払うこととなる代金の総額等の条件を全て正確に記載しなければならない。

(リ)～(ル) (略)

(3) (略)

4 法第12条の3（承諾していない者に対する電子メール広告の提供の禁止等）関係

(1) (略)

(2) 「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経済産業省令で定めるものをいう。）における「電磁的方法」とは、省令第11条の2第1号及び第2号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。

(3)～(11) (略)

6 法第12条の5（承諾していない者に対するファクシミリ広告の提供の禁止等）関係

(f)～(x) (略)

(3) (略)

4 法第12条の3（承諾していない者に対する電子メール広告の提供の禁止等）関係

(1) (略)

(2) 「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経済産業省令で定めるものをいう。）における「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。

(3)～(11) (略)

- (1) 法第12条の5第1項は、販売業者等があらかじめ承諾を得ていない相手に対して、通信販売をする場合の商品の販売条件等についてファクシミリ広告を提供することを原則禁止し、取引の公正と消費者が望まない取引に誘い込まれることの防止を図るものである。ファクシミリ広告の送信について他人に委託する場合も含まれる。
- (2) 本項における「承諾」があったといえるためには、ファクシミリ広告が提供されるようになることが消費者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自動的にファクシミリ広告を提供する場合や、ウェブサイトにおいて「商品のサンプルをご希望のお客様は、ファクシミリ番号をご入力ください。」という表示のみを行い、当該商品のサンプルの申込みのあった消費者のファクシミリ番号宛てにファクシミリ広告をする場合は、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) 第2号の「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」とは、「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ファクシミリ装置を用いて通知する場合に、その送信文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、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。今後ともよろしく願いいたします。」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ファクシミリ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) 第3号の「通常通信販売ファクシミリ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」

は、省令第11条の9に規定されている。本条は、消費者の請求に基づいて、又はその承諾を得てファクシミリ装置を用いて送信する通信文（例えば、いわゆるFAX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。

(5) 法第12条の5第2項及び第4項「通信販売ファクシミリ広告の提供を受けない旨の意思の表示」の解釈について

消費者が法第12条の5第2項及び第4項で規定する「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ファクシミリ広告はありません。」、「〇月〇日まではファクシミリ広告はありません。」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ファクシミリ広告を受け取することを希望しない旨の意思の表示をしたこととなる。

(6) 「通信販売ファクシミリ広告をしてはならない」の解釈について

消費者から通信販売ファクシミリ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、別の商品等に係るファクシミリ広告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、別のファクシミリ番号を用いて送信したり、別の者に委託して送信しても違反に当たる。

(7) また、消費者からの「通信販売ファクシミリ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、それがファクシミリ装置を用いて送信する方法で行われた場合、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置かれた時点、すなわち販売業者等の使用に係るファクシミリに受信した時点のことである。

(8) 法第12条の5第3項について

「当該通信販売ファクシミリ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」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10第1項ただし書において、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、承諾を得たいファクシミリ広告の対象の説明などの記載内容やファクシミリ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を得、又は請求を受けた時期（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。

なお、省令第11条の10第1項に規定する書面等は、同条第2項の規定により、消費者に対し通信販売ファクシミリ広告を行った日から1年間保存しなければならない。

(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承諾を得、又は請求を受け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覧性のある書面等として正確に編集する方法を用いている場合であつて、」

消費者から承諾を得たアンケート用紙に記載されたファクシミリ番号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、承諾を得ていないファクシミリ番号の記入や承諾内容の恣意的な変更が生じないよう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）や、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、正確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、ウェブ画面上でファクシミリ番号が記入され、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覧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）のことである。

(ハ) 「当該定型的な内容の表示において、書面への記入その他の行為が当該相手方に通信販売ファクシミリ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」

承諾を取得するに当たり、消費者が書面に記入したりウェブ画面上で入力をしたりする際、通信販売ファクシミリ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、ファクシミリ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、当該書面やウェブサイト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、本項の「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。

(9) 法第12条の5第4項について

「その相手方が通信販売ファクシミリ広告の提供を受けない旨の意思の表示をするために必要な事項として主務省令で定めるもの」については、省令第11条の11において、ファクシミリ番号を規定している。

事業者の住所や電話番号等は認められない。また、同条においては、当該事項を表示するときは、「当該通信販売ファクシミリ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。」と規定しており、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、本項の「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。

7～9 (略)

第4節(電話勧誘販売)関係

7 法第22条(指示)関係

(1) (略)

(2) 省令第23条の解釈について

(イ) (略)

(ロ) 第2号から第5号イまでについて

第2号から第5号イまでについては、それぞれ第2節(訪問販売)関係6(3)(ロ)(ハ)(ニ)及び(ヘ)を参照されたい。

(ハ) 第5号ロについて

「迷惑を覚えさせるような仕方」の解釈については、第2節(訪問販売)関係6(3)(イ)を参照されたい。具体的には、電話勧誘販売に係る売買契約又は役務提供契約の履行に要する金銭を得るための契約を締結させるために、深夜早朝や長時間の電話勧誘及び職場への電話勧誘を行うことは、消費者がそれを承諾しているケース等を除いて、「迷惑を覚えさせるような仕方での勧誘」に該当する場合が多いと考えられる。

(ニ) 第6号について

第6号については第2節(訪問販売)関係6(3)(リ)を参照されたい。

6～8 (略)

第4節(電話勧誘販売)関係

7 法第22条(指示)関係

(1) (略)

(2) 省令第23条の解釈について

(イ) (略)

(ロ) 第2号から第5号までについて

第2号から第5号までについては、それぞれ第2節(訪問販売)関係6(3)(ロ)(ハ)(ニ)及び(ヘ)を参照されたい。

9 法第24条の2（通常必要とされる分量を著しく超える商品の売買契約等の申込みの撤回等）関係

(1) 法第24条の2第1項「その日常生活において通常必要とされる部分を著しく超える」については、第2節（訪問販売）関係8(1)を参照されたい。

(イ) 第1号について

第2節（訪問販売）関係8(1)(イ)を参照されたい。

(ロ) 第2号について

第2節（訪問販売）関係8(1)(ロ)を参照されたい。

(2) 「当該契約の締結を必要とする特別の事情」については、第2節（訪問販売）関係8(2)を参照されたい。

10・11 （略）

第5節（雑則）関係

1 法第26条（適用除外）関係

(1)・(2) （略）

(3) 政令における個別の適用除外法令に係る留意点について

法第26条第1項第8号二に基づく政令の定めにつき、政令別表第2第39号において、特定保険募集人に関する規定が、役員や使用人を除くという規定ぶり採っているのは、一つの契約において、契約名義人である法人等に重ねて、その従業員等を適用除外の契約主体として規定することは、本法の体系に馴染まないために、法技術的に除いているものである。

9・10 （略）

第5節（雑則）関係

1 法第26条（適用除外）関係

(1)・(2) （略）

(3) 政令における個別の適用除外法令に係る留意点について

法第26条第1項第8号二に基づく政令の定めにつき、政令別表第2第39号において、特定保険募集人に関する規定が、役員や使用人を除くという規定ぶり採っているのは、一つの契約において、契約名義人である法人等に重ねて、その従業員等を適用除外の契約主体として規定することは、本法の体系に馴染まないために、法技術的に除いているものである。

また、政令別表第2以外に附則でも規定している趣旨は、抵当証券業の規制等に関する法律（以下「廃止前抵当証券業法」という。）第2条第2項に規定する抵当証券業者は、同法が既に廃止されたにも関わらず、証券

(4)～(13) (略)

第3章 (連鎖販売取引) 関係

10 法第38条 (指示) 関係

(1)～(3) (略)

(4) 省令第31条の解釈について

(イ) 第2号及び第3号

「その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引についての契約の締結について勧誘をするに際し」については、3(2)を参照されたい。また、唆す行為と事実不告知、不実告知、威迫困惑等は時間的に同時又は近接したものであることを要しない。

(ロ) 第4号

「その連鎖販売業を行う者」とは、統括者が統括する一連の連鎖販売業を行う者のことである。また、唆す行為と書面の不交付等は時間的に同時又は近接したものであることを要しない。

取引法等の一部を改正する法律の施行に伴う関係法律の整備等に関する法律第57条第2項によって、平成25年9月30日までの廃止後6年間は金融商品取引法によることなく、廃止前抵当証券業法の規定に基づいて、同法第2条第1項に規定する役務の提供を行うことが可能とされており、
抵当証券業者が行う業務はこうした時限的な業務であるため、当該期間を経過した後には規定としての意味を持たなくなることが確実であり、政令別表第2に規定するのではなく、附則において措置したものである。

(4)～(13) (略)

第3章 (連鎖販売取引) 関係

10 法第38条 (指示) 関係

(1)～(3) (略)

(4) 省令第31条の解釈について

(イ) 第2号

本号は、一般連鎖販売業者が「故意に事実を告げない」場合を規定しており、統括者又は勧誘者が「故意に事実を告げない」場合については法第34条第1項に該当する。なお、3(1)を参照されたい。

(ロ) 第3号及び第4号

「その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引についての契約の締結について勧誘をするに際し」については、3(2)を参照されたい。また、唆す行為と事実不告知、不実告知、威迫困惑等は時間的に同時又は近接したものであることを要しない。

(ハ) 第5号

「その連鎖販売業を行う者」とは、統括者が統括する一連の連鎖販売業を行う者のことである。また、唆す行為と書面の不交付等は時間的に同時又は近接したものであることを要しない。

(ハ) 第5号

「未成年者その他の者」には、未成年者、老人等が一般的には該当し得るが、これらの者に対し、通常の判断力があれば締結しないような、当該者にとって利益を害するおそれのある契約を締結させることは本号に当たる。

(ニ) 第6号

本号は、いわゆる適合性原則を定めたものである。具体的には、統括者、勧誘者又は一般連鎖販売業者が相手方に対して、連鎖販売取引に関する知識や経験の不足につけ込む勧誘や、財産の状況に照らして不相応又は不要な支出を強いる契約の勧誘を行うことは本号に当たる。

例えば、大学生に消費者金融業者から借入れをさせてまで連鎖販売取引の勧誘をすることは本号に該当する。

(ホ) 第7号

「その他の事項」とは、取引の相手方の信用能力についての情報（持家の有無、勤続年数、収入等）が中心であるが、特にこれに限定するものではない。

(ハ) 第8号イからハまで

第2章第2節（訪問販売）関係6(3) (ハ) (ト) (チ)を参照されたい。

第4章（特定継続的役務提供）関係

1 法第41条（定義）関係

(1) （略）

(2) 同条第1項の「政令で定める金額を超える金銭」について

当該金銭については、法第42条第2項第2号又は第3項第2号に掲げる「役務の提供を受ける者（又は特定継続的役務の提供を受ける権利の購入者）が支払わなければならない金銭の額」であり、狭義の役務の対価に

(ニ) 第6号

「未成年者その他の者」には、未成年者、老人等が一般的には該当し得るが、これらの者に対し、通常の判断力があれば締結しないような、当該者にとって利益を害するおそれのある契約を締結させることは本号に当たる。

(ホ) 第7号

本号は、いわゆる適合性原則を定めたものである。具体的には、統括者、勧誘者又は一般連鎖販売業者が相手方に対して、連鎖販売取引に関する知識や経験の不足につけ込む勧誘や、財産の状況に照らして不相応又は不要な支出を強いる契約の勧誘を行うことは本号に当たる。

例えば、大学生に消費者金融業者から借入れをさせてまで連鎖販売取引の勧誘をすることは本号に該当する。

(ハ) 第8号

「その他の事項」とは、取引の相手方の信用能力についての情報（持家の有無、勤続年数、収入等）が中心であるが、特にこれに限定するものではない。

第4章（特定継続的役務提供）関係

1 法第41条（定義）関係

(1) （略）

(2) 同条第1項の「政令で定める金額を超える金銭」について

当該金銭については、法第42条第2項第2号又は第3項第2号に掲げる「役務の提供を受ける者（又は特定継続的役務の提供を受ける権利の購入者）が支払わなければならない金銭の額」であり、狭義の役務の対価に

限られず、入学金、入会金、施設利用料、カウンセリング料等も含めた役務の対価のほか、役務の提供に際し購入しなければならない商品がある場合には当該商品の対価も含めた額をもって政令で定める額（5万円）を超えているか判断するものである。

したがって、役務提供の対価の部分は無料と称していても、抱き合わせで販売される商品等の価額と合計した額が政令で定める額を超えていれば、これに該当するものである。

(3) (略)

(4) 特定継続的役務提供への該当性判断について

特定継続的役務提供に該当するかの判断は必ずしも個々の役務(コース)の契約締結という外形的な要素のみで判断されるのではなく、実態を踏まえて判断される。例えば、当該役務(コース)の契約延長を当初から当然に予定していた場合や、延長前と延長後の契約が実質的には一体であると判断される場合には、延長前後の契約を一体としてみて要件に該当する場合に当初の契約の時点で法律の対象となる。

(5) 同条第2項の「特定継続的役務」について

同条第2項の「特定継続的役務」については、政令別表第4第1欄において7種指定されている。

なお、同一の事業者が複数役務(コース)を提供している場合には、個々の役務(コース)ごとにいずれの項に該当するか判断する。

(イ) 政令別表第4の1の項に掲げる役務について

政令別表第4の1の項に掲げる役務の範囲については、現行の政令別表第3第5号に掲げる役務と同じものであり、いわゆる「エステティックサロン」の役務等である。

(ロ) 政令別表第4の2の項に掲げる役務について

政令別表第4の2の項に掲げる役務については、いわゆる「美容医療」のうち一定範囲のものであり、省令第31条の4で役務ごとに方法を規

限られず、入学金、入会金、施設利用料等も含めた役務の対価の他、役務の提供に際し購入しなければならない商品がある場合には当該商品の対価も含めた額をもって政令で定める額（5万円）を超えているか判断するものである。

したがって、役務提供の対価の部分は無料と称していても、抱き合わせで販売される商品等の価額と合計した額が政令で定める額を超えていれば、これに該当するものである。

(3) (略)

(4) 同条第2項の「特定継続的役務」について

同条第2項の「特定継続的役務」については、政令別表第5第1欄において6種指定されている。

なお、同一の事業者が複数役務(コース)を提供している場合には、個々の役務(コース)ごとにいずれの項に該当するか判断する。

(イ) 政令別表第5の1の項に掲げる役務について

政令別表第5の1の項に掲げる役務の範囲については、現行の政令別表第3第5号に掲げる役務と同じものであり、いわゆる「エステティックサロン」の役務等である。

定している。

具体的には、省令第31条の4各号の規定ごとに以下のとおりである。

- ① 脱毛については、「光の照射又は針を通じて電気を流すことによる方法」であり、例えばレーザー脱毛や針脱毛などが該当する。
- ② にきび、しみ、そばかす、ほくろ、入れ墨その他皮膚に付着しているものの除去又は皮膚の活性化については、「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」であり、例えばレーザー又は超音波を照射する機器によるもの、ケミカルピーリングや高周波を照射する機器によるものなどが該当する。
- ③ 皮膚のしわ又はたるみの症状の軽減については、「薬剤の使用又は糸の挿入による方法」であり、例えばヒアルロン酸注射や糸によるリフトアップなどが該当する。
- ④ 脂肪の減少については、「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」であり、例えばレーザー又は超音波を照射する機器によるもの、脂肪溶解注射によるものや脂肪を冷却する機器によるものなどが該当する。
- ⑤ 歯牙の漂白については、「歯牙の漂白剤の塗布による方法」であり、例えばホワイトニングジェルを注入したマウストレーを装着させることによるものなどが該当する。

- (ハ) 政令別表第4の3の項に掲げる役務について
(略)
- (ニ) 政令別表第4の4の項に掲げる役務について
(略)
- (ホ) 政令別表第4の5の項に掲げる役務について
(略)
- (ハ) 政令別表第4の6の項に掲げる役務について
(略)

- (ロ) 政令別表第5の2の項に掲げる役務について
(略)
- (ハ) 政令別表第5の3の項に掲げる役務について
(略)
- (ニ) 政令別表第5の4の項に掲げる役務について
(略)
- (ホ) 政令別表第5の5の項に掲げる役務について
(略)

(ト) 政令別表第4の7の項に掲げる役務について

(略)

2 法第42条（特定継続的役務提供における書面の交付）関係

(1)・(2) (略)

(3) 書面の記載事項について

(イ) 同条第2項第2号及び第3項第2号中「支払わなければならない金銭の額」とは、入学金、入会金、施設利用料、カウンセリング料、商品の代金等名目の如何を問わず、当該契約に関して支払わなければならない金銭の総額である。

また、省令第34条第1項及び第36条第1項において、当該金銭の額は、費目ごとにその明細及び合計を記載すべきこととされているが、当該明細については費目名並びに単価及び数量等を明らかにする必要がある。

(ロ)～(ニ) (略)

(ホ) 省令第33条第1項第2号及び第35条第1項第2号の「役務提供の形態又は方法」とは、フリータイム制か固定コース制か、個別指導かグループレッスンか、あるいは施術や治療の具体的内容等について記載する。

(ハ)・(ト) (略)

5 法第44条（禁止行為）関係

(1) 法第44条第1項の解釈について

(イ)・(ロ) (略)

(ハ) 第1号の「役務又は役務の提供を受ける権利の種類及びこれらの内容又は効果（権利の場合にあつては、当該権利に係る役務の効果）その他これらに類するものとして主務省令で定める事項」は、当該役務の提供を

(ハ) 政令別表第5の6の項に掲げる役務について

(略)

2 法第42条（特定継続的役務提供における書面の交付）関係

(1)・(2) (略)

(3) 書面の記載事項について

(イ) 同条第2項第2号及び第3項第2号中「支払わなければならない金銭の額」とは、入学金、入会金、施設利用料、商品の代金等名目の如何を問わず、当該契約に関して支払わなければならない金銭の総額である。

また、省令第34条第1項及び第36条第1項において、当該金銭の額は、各費目ごとにその明細及び合計を記載すべきこととされているが、当該明細については費目名並びに単価及び数量等を明らかにする必要がある。

(ロ)～(ニ) (略)

(ホ) 省令第33条第1項第2号及び第35条第1項第2号の「役務提供の形態又は方法」とは、フリータイム制か固定コース制か、個別指導かグループレッスンか、あるいは施術の具体的内容等について記載する。

(ハ)・(ト) (略)

5 法第44条（禁止行為）関係

(1) 法第44条第1項の解釈について

(イ)・(ロ) (略)

(ハ) 第1号の「役務又は役務の提供を受ける権利の種類及びこれらの内容又は効果（権利の場合にあつては、当該権利に係る役務の効果）その他これらに類するものとして経済産業省令で定める事項」は、当該役務の提

受けるとき等に当たって、その役務の魅力を判断する要素となる事項である。

例えば、予約制のエステティックサロンや美容医療クリニック等で、実際には予約が殺到しており、希望に応ずることは不可能な状況にあるにもかかわらず、「いつでも希望の時間に必ず（役務提供の）予約が取れます。」との説明を行うこと等が、本号に関する不実の告知に該当し得る。

(ニ)・(ホ) (略)

(ハ) 第7号の「顧客が当該特定継続的役務提供等契約の締結を必要とする事情に関する事項」については、例えば、(エステの勧誘において)「このままではお肌がボロボロになってしまう。」、(美容医療の勧誘において)「今脱毛をしないと傷が残ってしまう。」、(パソコン教室の勧誘において)「法律上資格を取る義務がある。」等と告げる行為が、本号に関する不実の告知に該当し得る。

(ト) (略)

(2) 法第44条第1項の解釈について

「故意に事実を告げない行為」の解釈については、第2章第2節（訪問販売）関係4(2)を参照されたい。

具体的には、フリータイム制の英会話教室で会員がキャパシティを大幅に超えており、満身に予約が取れない状況にあることを告げない場合等は本項に規定する故意の事実不告知に該当する。

(3) (略)

8 法第46条（指示）関係

(1) (略)

(2) 省令第39条の解釈について

省令第39条第1号から第5号までについては、第2章第2節（訪問販売）関係6(3)(イ)(ロ)(ハ)(ニ)(ハ)(ト)(チ)及び(リ)を参照されたい。

供を受けるとき等に当たって、その役務の魅力を判断する要素となる事項である。

例えば、予約制のエステティックサロン等で、実際には予約が殺到しており、希望に応ずることは不可能な状況にあるにもかかわらず、「いつでも希望の時間に必ず（役務提供の）予約が取れます。」との説明を行うこと等が、本号に関する不実の告知に該当し得る。

(ニ)・(ホ) (略)

(ハ) 第7号の「顧客が当該特定継続的役務提供等契約の締結を必要とする事情に関する事項」については、例えば、(エステの勧誘において)「このままではお肌がボロボロになってしまう。」、(パソコン教室の勧誘において)「法律上資格を取る義務がある。」等と告げる行為が、本号に関する不実の告知に該当し得る。

(ト) (略)

(2) 法第44条第1項の解釈について

「故意に事実を告げない行為」の解釈については、第2章第2節（訪問販売）関係4(2)を参照されたい。

具体的には、フリータイム制の英会話教室で会員がキャパシティを大幅に超えており、満身に予約が取れない状況にあることを告げない場合等は本項に規定する故意の事実不告知に該当するものと考えられる。

(3) (略)

8 法第46条（指示）関係

(1) (略)

(2) 省令第39条の解釈について

省令第39条第1号から第5号までについては、第2章第2節（訪問販売）関係6(3)(イ)(ロ)(ハ)(ニ)及び(ハ)を参照されたい。

9 法第48条（特定継続的役務提供等契約の解除等）関係

(1) (略)

(2) 同条第2項は、特定継続的役務提供等契約をクーリング・オフした場合には、政令で定める商品（関連商品）についても購入する必要があるとされている場合には、当該関連商品についてもクーリング・オフができる旨を規定したものである。

(イ) 「特定継続的役務の提供に際し特定継続的役務提供受領者等が購入する必要がある商品」について

役務提供を受けるために必要であるとして購入させられた商品であることを指す。具体的には政令別表第5に規定されており、例えばエステティックサロンの店舗において、施術の際に使うローション（化粧品）はもちろん、家庭において継続的に飲む必要があるとして購入させられた健康食品や定期的に歯に塗布する必要があるとして購入させられたホワイトニングジェルなどについても当てはまる。別表第5第3号ロ及び第4号ハの「電子的方法、磁気的方法その他の人の知覚によつて認識することができない方法により音、映像又はプログラムを記録した物」は、USB、SDカード、CD、DVD、フロッピーディスク等の媒体に音や映像等を記録している場合が該当する。

(ロ) ～(ニ) (略)

(ホ) 政令別表第5第2号二の「医薬品及び医薬部外品（医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律第2条第2項の医薬部外品をいう。）であつて、美容を目的とするもの」について

役務提供事業者又は販売業者が、美容を目的とした商品として販売等を行った医薬品及び医薬部外品を指す。よつて、美容医療契約の治療に伴う傷の治療のために販売された抗生剤などの医薬品等は、美容を目的とするものではないため関連商品に含まれない。

9 法第48条（特定継続的役務提供等契約の解除等）関係

(1) (略)

(2) 同条第2項は、特定継続的役務提供等契約をクーリング・オフした場合には、政令で定める商品（関連商品）についても購入する必要があるとされている場合には、当該関連商品についてもクーリング・オフができる旨を規定したものである。

(イ) 「特定継続的役務の提供に際し特定継続的役務提供受領者等が購入する必要がある商品」について

役務提供を受けるために必要であるとして購入させられた商品であることを指す。例えばエステティックサロンにおいて、施術の際に使うローション（化粧品）はもちろん、家庭において継続的に飲む必要があるとして購入させられた健康食品についても当てはまる。

(ロ) ～(ニ) (略)

<p>(3) (略)</p> <p>1 1 法第49条の2 (特定継続的役務提供等契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し) 関係</p> <p>第5章 (業務提供誘引販売取引) 関係</p> <p>1 0 法第56条 (指示) 関係</p> <p>(1)～(3) (略)</p> <p>(4) 省令第46条の解釈について 第2号から第4号までについては、それぞれ第3章 (連鎖販売取引) 関係10(4)(ニ)(ホ)及び(ハ)を参照されたい。 <u>第5号イからハまでについては、それぞれ第2章第2節 (訪問販売) 関係6(3)(ハ)(ト)(チ)を参照されたい。</u></p> <p>第5章の2 (訪問購入) 関係</p> <p>1 法第58条の4 (定義) 関係</p> <p>(1)～(3) (略)</p> <p>(4) <u>購入業者が買い取った物品の代わりに商品券や貴金属等を置いていき、「売買」ではなく「交換」であると一方的に主張するような場合であっても、売買契約が成立した後、その支払手段として金券等の前払式支払手段が用いられた場合や、当事者間で代物弁済に合意したと評価できるような場合については、訪問購入の規律が及ぶ。</u></p> <p>(5) (略)</p> <p><u>5</u> 法第58条の9 (物品の引渡しの拒絶に関する告知) 関係</p>	<p>(3) (略)</p> <p>1 1 法第49条の2 (特定継続的役務提供当契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し) 関係</p> <p>第5章 (業務提供誘引販売取引) 関係</p> <p>1 0 法第56条 (指示) 関係</p> <p>(1)～(3) (略)</p> <p>(4) 省令第46条の解釈について 第2号から第4号までについては、それぞれ第3章 (連鎖販売取引) 関係10(4)(ニ)(ホ)及び(ハ)を参照されたい。</p> <p>第5章の2 (訪問購入) 関係</p> <p>1 法第58条の4 (定義) 関係</p> <p>(1)～(3) (略)</p> <p>(4) (略)</p> <p><u>4</u> 法第58条の9 (物品の引渡しの拒絶に関する告知) 関係</p>
--	---

<p><u>6</u> 法第58条の10（禁止行為）関係</p> <p><u>7</u> 法第58条の11（第三者への物品の引渡しについての相手方に対する通知）関係</p> <p><u>8</u> 法第58条の11の2（物品の引渡しを受ける第三者に対する通知）関係</p> <p><u>9</u> 法第58条の12（指示）関係</p> <p>(1) 法第58条の12第1号の解釈について</p> <p>(イ) ～(ハ) (略)</p> <p>(ニ) <u>なお、クーリング・オフの申出に対し、「紛失した」、「他の品物と一緒にあって分からない」等として買い取った物品を返却しない事例が複数認められる購入業者については、自然現象の異変による災害などの特段の事情のない限り、「債務の全部又は一部の履行を拒否し、又は不当に遅延」しているものと取り扱う。</u></p> <p>(2) (略)</p> <p><u>10</u> 法第58条の14（契約の申込みの撤回等）関係</p> <p><u>11</u> 法第58条の15（物品の引渡しの拒絶）関係</p> <p><u>12</u> 法第58条の16（損害賠償等の額の制限）関係</p> <p><u>13</u> 法第58条の17（適用除外）関係</p>	<p><u>5</u> 法第58条の10（禁止行為）関係</p> <p><u>5</u> 法第58条の11（第三者への物品の引渡しについての相手方に対する通知）関係</p> <p><u>6</u> 法第58条の11の2（物品の引渡しを受ける第三者に対する通知）関係</p> <p><u>7</u> 法第58条の12（指示）関係</p> <p>(1) 法第58条の12第1号の解釈について</p> <p>(イ) ～(ハ) (略)</p> <p>(2) (略)</p> <p><u>8</u> 法第58条の14（契約の申込みの撤回等）関係</p> <p><u>9</u> 法第58条の15（物品の引渡しの拒絶）関係</p> <p><u>10</u> 法第58条の16（損害賠償等の額の制限）関係</p> <p><u>11</u> 法第58条の17（適用除外）関係</p>
--	---

第6章（雑則）関係

3 法第66条（報告及び立入検査）関係

(1) 法第66条第2項の解釈について

法第66条第2項は、販売業者等以外の密接関係者について規定している。

政令第17条の2の「販売業者等が行う特定商取引に関する事項であつて、顧客（電話勧誘顧客を含む。）若しくは購入者若しくは役務の提供を受ける者、連鎖販売取引の相手方、業務提供誘引販売取引の相手方又は訪問購入に係る売買契約の相手方の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの」とは、購入者等が契約を締結する場合の意思形成に対して重大な影響を及ぼす事項であつて、当該契約に関連のある事項であれば足りる。

「告げ、又は表示する者」とは、例えば、特定商取引に関する契約の締結について勧誘を行う者、顧客に対し売買契約等の締結を必要とする事情があると告げ、又は表示する者、売買契約等の対象となる商品についてその性能、品質等について告げ、又は表示する者、売買契約等の締結を条件に何らかの利益を提供することを告げ、または表示する者等が該当する。

「指示、協力その他の関与に関する事項」とは、具体的には、密接関係者に該当する親法人等が販売業者等に対して勧誘方法の指示を行っている場合は、その指示の内容等を指す。また、密接関係者に該当する子法人等が販売業者等の役務の提供の内容を実質的に担っている場合（例えば、リフォーム工事の勧誘等は販売業者等が行い、実際の工事は子法人等が行う場合）は、リフォーム工事の内容等を指す。

(2) （略）

第6章（雑則）関係

3 法第66条（報告及び立入検査）関係

(1) 法第66条第2項の解釈について

法第66条第2項は、販売業者等以外の密接関係者について規定している。

政令第17条の2の「販売業者等が行う特定商取引に関する事項であつて、顧客（電話勧誘顧客を含む。）若しくは購入者若しくは役務の提供を受ける者、連鎖販売取引の相手方、業務提供誘引販売取引の相手方又は訪問購入に係る売買契約の相手方の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの」とは、購入者等が契約を締結する場合の意思形成に対して重大な影響を及ぼす事項であつて、当該契約に関連のある事項であれば足りる。

「告げ、又は表示する者」とは、例えば、特定商取引に関する契約の締結について勧誘を行う者、顧客に対し売買契約等の締結を必要とする事情があると告げ、又は表示する者、売買契約等の対象となる商品についてその性能、品質等について告げ、又は表示する者、売買契約等の締結を条件に何らかの利益を提供することを告げ、または表示する者等が該当する。

(2) （略）

(3) 法第66条第4項の解釈について

法第66条第4項は、販売業者等がインターネットサイトの設立や電子メールアドレスの取得のために契約している、いわゆるインターネット・サービス・プロバイダーや、携帯電話の通信サービスを提供している会社について規定している。

ここで、「電磁的方法の利用者を識別するための文字、番号、記号その他の符号」とは、電子メールアドレスやショートメールサービスにおける電話番号を意味している。

また、「電気通信設備を識別するための文字、番号、記号その他の符号」とは、IPアドレス、ドメイン名等を意味している。

4 法第66条の5（公示送達）関係

(1) 本条の趣旨について

法第66条の3により、本法の規定による指示又は命令は、主務省令で定める書類を送達して行うこととされているが、近年、インターネット通販等において、違反事業者の所在地が不明なケースがみられる。こうした場合において、違反事業者に対する行政処分を迅速に行うため、民法第98条の規定によらず、主務大臣が公示送達を行うことができることとしている。

(2) 第2項の「送達すべき書類を送達を受けるべき者にいつでも交付すべき旨を主務大臣の事務所の掲示場に掲示することにより行う。」について

公示送達の効力を生ずる（相手方に送達したこととみなす）のは同項による掲示を始めた日から2週間後（外国においてすべき送達についてした公示送達は6週間後）であるが、当該期間内に送達を受けるべき者の所在地が判明した場合は、当該期間を経過しなくとも、その者に書類を送達することにより行政処分の効力が生じることとなる。

5 第68条（都道府県が処理する事務）関係

平成28年の地方からの提案等に関する対応方針（平成28年12月20日閣議決定）において、「複数の都道府県にまたがる消費者被害事案への対応については、悪質事業者による潜脱行為の効果的な防止等を図るため、国と都道府県の執行における連携を一層強化すること」とされている。同方針も踏まえ、事案への対応に当たっては、例えば、管内の都道府県等との情報交換を進めるとともに、都道府県に対して共同調査・共同行政処分を積極的に働き掛けたり、都道府県の立入検査への協力要請にできる限り応じるなど、都道府県との連携を一層強化されたい。