

# 参考資料 1 現行法令における規律の状況

令和8年1月22日  
消費者庁取引対策課

# (1)特定商取引法の概要

- ✓ **特定商取引法**は、消費者トラブルが生じやすい取引類型（7類型）を対象に、**事業者が守るべきルール**（行政規制）と、**消費者保護のためのルール**（民事効）等を定める法律。昭和51年に制定され、以降累次にわたり改正。
- ✓ このうち、**通信販売**については、**消費者がカタログ等を通じて自主的に商品を選択する隔地間取引を想定し、広告規制**が置かれている。**インターネット取引にかかる消費者トラブル**についても、**主として通信販売類型において措置を講じている。**

## 【特商法の対象となる取引7類型】

### (1)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      ⑦訪問購入



営業所等以外の場所で商品の販売等を行う 営業所等以外の場所で物品を買い取る

### (2)事業者と対面して商品や販売条件を確認できない(遠隔地取引)

②通信販売



消費者が通信手段（電話、インターネット等）で申込み

③電話勧誘販売



(※(1)の要素もあり)

消費者に電話をかけて勧誘し、販売等を行う

## 【取引の変化と特商法による対応】

### 取引形態の変化 → EC市場の拡大・取引ツールの変化

対面取引      カタログ通販



インターネット通販



サブスクリプションサービス等



### 特商法による対応 → 通信販売類型として、広告等を規制

#### ■措置内容

##### 広告規制

- ✓ 表示事項の明示、不実告知の禁止等
- ✓ 違反した場合の業務停止命令等
- ✓ 最終確認画面の表示義務等
- ✓ 消費者が誤認した場合の取消権等
- ✓ 未承諾者への電子メール広告提供の禁止等

##### 定期購入対策

##### 電子メール規制

### (3)長期・高額の負担を伴い解約等のルールが不明確

#### ④特定継続的役務提供

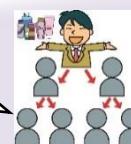


特定の7種類のサービスについて、長期・高額の契約を締結して行う

### (4)ビジネスに不慣れな個人を勧誘する

#### ⑤連鎖販売取引

いわゆる  
マルチ商法の  
ひとつ



「他の人を販売員にするとあなたも収入が得られる」と消費者を勧誘し、商品等を買わせる

#### ⑥業務提供誘引販売取引



いわゆる  
内職商法のひとつ

「仕事を紹介するので収入が得られる」と消費者を勧誘し、その仕事に必要であるとして、商品等を買わせる

## (2)特定商取引法の近年の改正

✓ 令和3年度に、通信販売における詐欺的な定期購入商法対策として、以下を措置。

①最終確認画面において基本的事項の表示義務を課すとともに、消費者に取引条件等を誤認させるような表示を禁止。

②①の規定に違反する表示によって消費者が誤認して申し込んだ場合、申込みの意思表示を取り消すことが可能に。

### 【令和3年特定商取引法改正の概要（通信販売の「詐欺的な定期購入商法」対策）】

#### ◆詐欺的な定期購入商法とは

- ✓ 「初回無料」や「お試し」と表示があるのに実際には定期購入が条件となっていた
- ✓ 「いつでも解約可能」と表示してあるのに、実際には解約に細かい条件があった

例えば、初回無料と強調しながら、定期購入であることや解約条件は非常に小さい文字や離れた位置に表示している、又は表示を行っていない



#### ◆対策として規定を新設（令和4年(2022年)6月1日施行）

- ✓ 通信販売において初めて取消権を創設。主な改正内容は以下のとおり。

##### （1）特定申込みを受ける際の表示（法第12条の6）

通信販売の最終確認画面において、商取引を行う上で通常必要な基本的事項<sup>(※)</sup>について、

①表示の義務付け（×定期購入の条件を表示しない場合等）

②誤認させるような表示を禁止（×定期購入でないと誤認させるような表示をする場合等）

<sup>(※)</sup> 基本的事項：「商品や役務の分量」、「商品や役務の対価」、「対価の支払時期や支払方法」等（法第12条の6第1項第1号、同項2号）



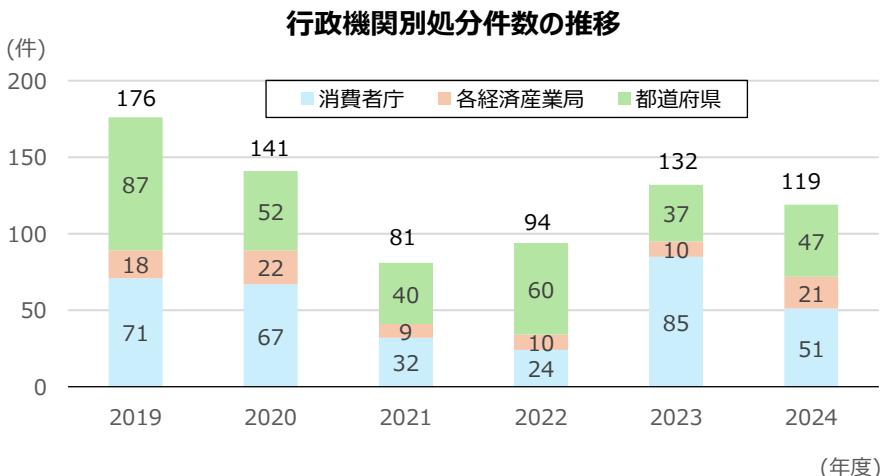
##### （2）通信販売における契約の申込みの意思表示の取消し（法第15条の4）

消費者がそれらの規定に違反する表示によって誤認し、申込みの意思表示をした場合、

消費者は申込みの意思表示を取り消すことが可能

### (3)特定商取引法の執行状況

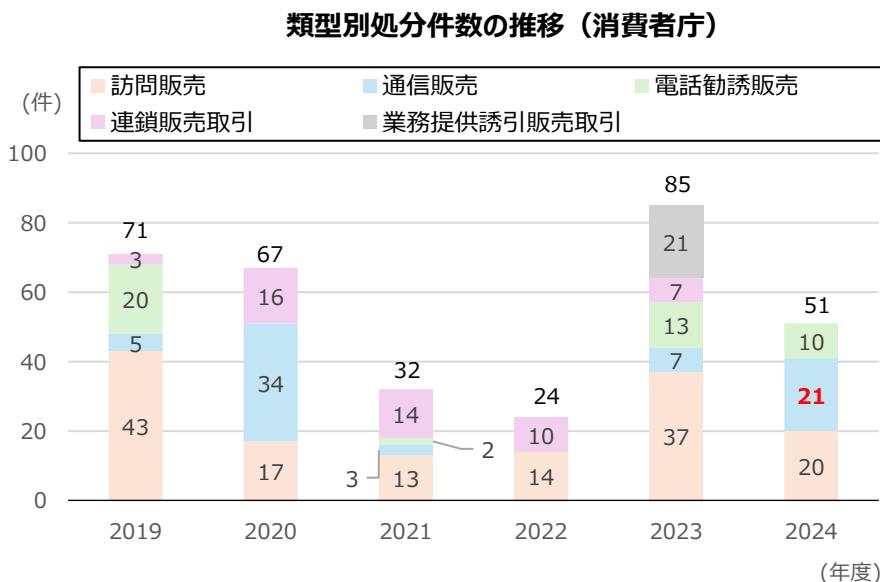
- ✓ **特定商取引法に基づく行政処分の件数**は、消費者庁・各経済産業局・都道府県を合計して、**年間約100件程度**で推移。
- ✓ **近年は通信販売類型での処分が増加**。累犯や**連携共同事案**など、**事案の悪質化・複雑化**が進む。



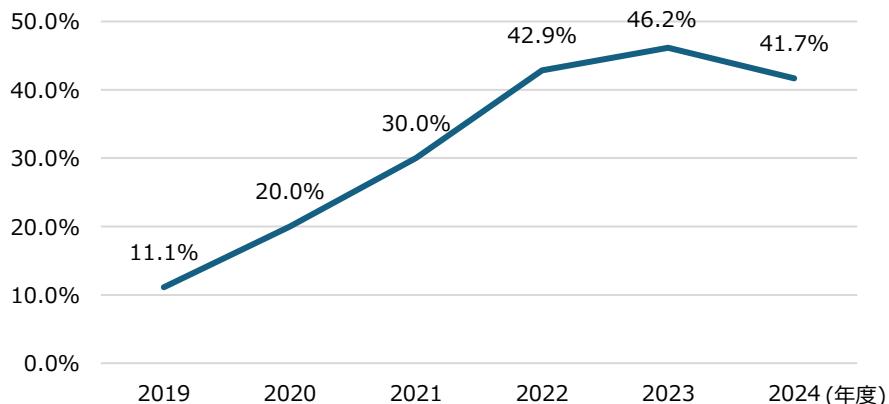
#### 最近の累犯※の例

処分日	取引類型	違反行為	備考
2023/9/28	電話勧誘販売	氏名等不明示（名称）、書面交付義務違反（虚偽記載）	過去に業務禁止命令を受けていた者が役員等
2023/9/21	訪問販売	書面交付義務違反（記載不備）、不実告知（契約の解除）	同一事業者への処分
2022/9/29	電話勧誘販売	氏名等不明示（勧誘目的）、再勧誘、不実告知（商品の効能、価格）	業務禁止命令等を受けている者が業務を統括

※「累犯」とは、過去5年間に国から特定商取引法に基づく行政処分を受けた事業者のうち、行政処分を過去に1回以上受けた事業者を指す。



#### 連携共同※事案数の割合の推移



※複数の者による勧誘・販売等であるが、総合すると一つの特定商取引の類型を形成していると認められるような場合については、連携共同として複数者が行政処分の対象となる。

## (4)特定商取引法の執行例 ①通信販売類型

- ✓ 詐欺的な定期購入商法に対しては、最終確認画面の表示義務違反等、悪質な通信販売事業者への行政処分を実施。
- ✓ そのほか、令和6年度は行政指導を6件、事業者への注意喚起を1,457件実施する等、様々なツールを活用し迅速に対応。

### 通信販売類型の処分事案①（令和7年11月6日公表）

#### 1 事業の概要

違反事業者は、ウェブサイト上で美容クリームの広告をするに当たり、その実態は、解除の手続をしない限り毎月商品が送られてくる定期購入契約であるにも関わらず、「購入回数のお約束なし」などと表示し、最終確認画面においても、あたかも2本目以降の購入を義務づけられることがないかのような表示をした。

また、同商品の広告に、7日間塗布すれば皮膚のしみを完全に消すことができるかのような表示をしたが、その合理的根拠はなかった。

#### 2 処分理由

誇大広告（優良・有利誤認）、最終確認画面における誤認表示等

#### 3 処分の内容

業務停止命令6か月及び指示

### 通信販売類型の処分事案②（令和7年6月27日公表）

#### 1 事業の概要

違反事業者は、ウェブサイト上で美容液を販売するに当たり、その実態は、4回以上の購入をしないと解除できない定期購入契約であるにも関わらず、最終確認画面において、制限時間内に特典クーポンの適用を受ければ、あたかも2本目の購入を義務づけられることがないかのような表示をした。

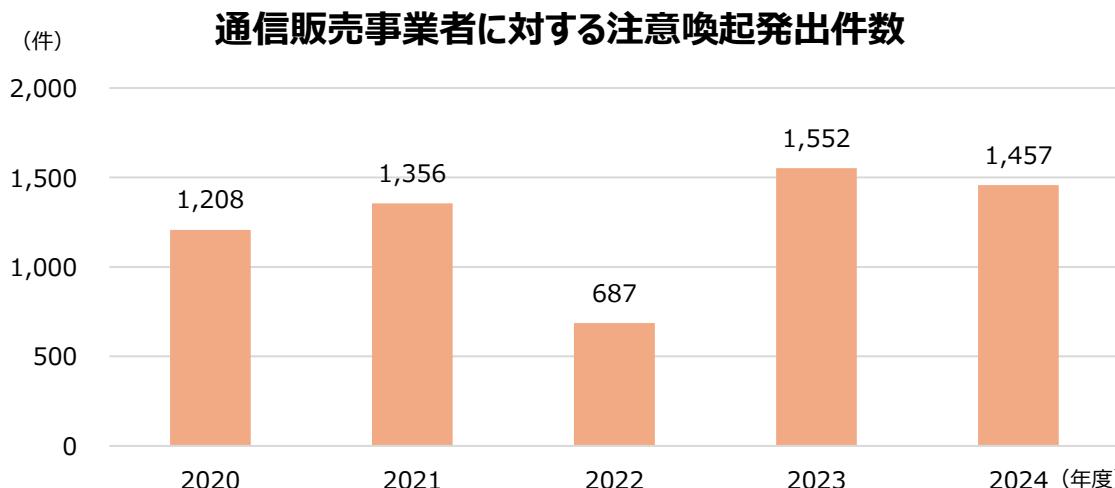
また、同商品の広告に、7日間塗布すれば肌の水分量や弾性が大きく増加するかのような表示をしたが、その合理的根拠はなかった。

#### 2 処分理由

誇大広告（優良誤認）、最終確認画面における誤認表示

#### 3 処分の内容

業務停止命令6か月及び指示



# (5)特定商取引法の執行例 ②その他の類型

- ✓ **訪問販売類型**での行政処分は、不実告知や書面不交付、迷惑勧誘等の違反に対して処分を実施。特に、住宅リフォーム事業者や、レスキューサービスを提供する事業者に対しても、悪質事案に対し厳正に対応。
- ✓ **連鎖販売取引類型**での行政処分は、ツール等を提供するものも対象としている。
- ✓ **電話勧誘販売**については、単に電話を活用するものにとどまらず、音声通話アプリを用いるものも対象としている。

## 訪問販売類型の処分事案①（令和6年5月23日公表）

### 1 事業の概要

違反事業者は、4社と連携共同して、消費者宅を訪問して住宅リフォーム工事に係る役務提供契約の締結を勧誘する際、あたかも同事業者が行う防水処理工事を施せば、住宅の木部やコンクリート壁の劣化を抑制できるかのように告げたが、実際にはその効果に合理的な根拠はなかった。

また、別の消費者宅の住宅リフォーム工事について、契約書に、同契約の締結を担当した者の氏名について、虚偽の記載をした。

### 2 処分理由

書面交付義務違反、不実の告知等

### 3 処分の内容

業務停止命令 18か月及び指示

## 連鎖販売取引類型の処分事案（令和5年7月13日公表）

### 1 事業の概要

違反事業者は、メッセージアプリを利用して、FX取引の自動売買ツールの利用に係る役務の勧誘目的等を告げずに、投資に関する知識も経験もない学生をオンラインミーティングに誘い込んだ上、参加した学生の知識、経験等に照らして不適当と認められる勧誘を行った。

### 2 処分理由

勧誘目的等の明示義務違反、適合性原則違反等

### 3 処分の内容

業務停止命令 9か月及び指示

## 訪問販売類型の処分事案②（東京都：令和7年3月28日公表）

### 1 事業の概要

違反事業者は、ウェブサイト上の害虫駆除の広告を見て連絡してきた消費者宅を訪問し、消費者宅には実際にはゴキブリの卵はなかったのに、卵があると虚偽の説明をして害虫駆除の契約を勧誘し、深夜にコンビニのATMで現金を引き出させて代金を払わせた上、消費者からのクーリング・オフに対して返金に応じず、怒った口調で高圧的な態度で威圧してクーリング・オフを妨害するなどした。

### 2 処分理由

不実の告知、迷惑勧誘、債務履行拒否等

### 3 処分の内容

業務停止命令 12か月及び指示

## 電話勧誘販売類型の処分事案（関東経産局：令和7年12月25日公表）

### 1 事業の概要

違反事業者は、SNSアプリを利用して、収入も財産もない消費者に、Zoomのウェブ会議機能を利用して電話をかけ、相手の収入や財産の状況に照らして不適当と認められる方法で、高額なオンラインスクール受講の契約を勧誘した。

### 2 処分理由

適合性原則違反

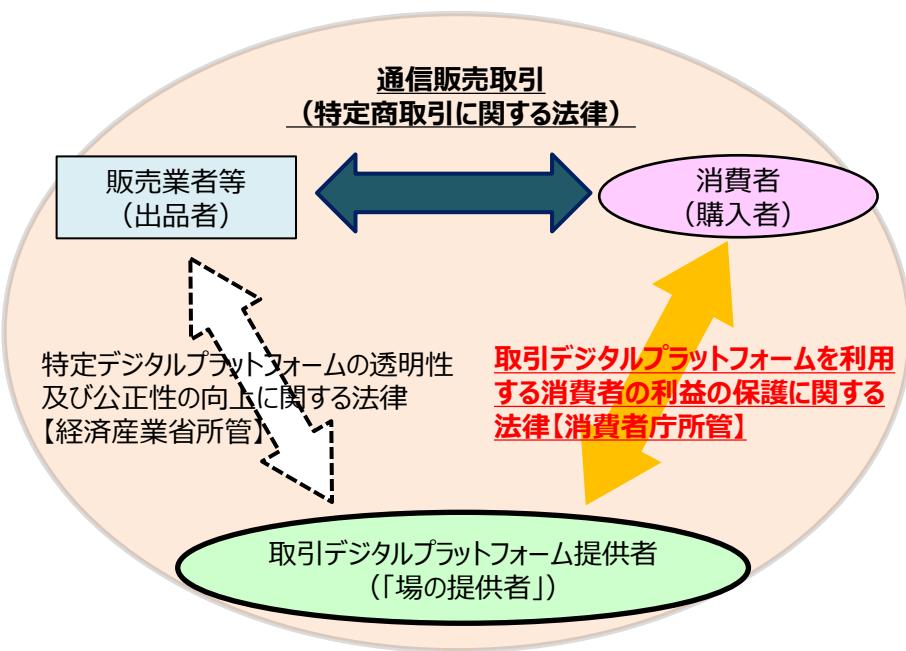
### 3 処分の内容

指示

# (6)取引デジタルプラットフォーム消費者保護法の概要

- ✓ 取引デジタルプラットフォーム消費者保護法は、オンラインモール等の「取引デジタルプラットフォーム」で行われる通信販売取引の適正化等を図り、取引デジタルプラットフォーム提供者の協力を確保するための法律として、令和4年5月に施行。
- ✓ 同法では、取引デジタルプラットフォーム提供者の努力義務（販売業者等の身元確認等）、取引デジタルプラットフォームの利用の停止等に係る要請、消費者による販売業者等の情報の開示請求等について規定。

## デジタルプラットフォームにおける取引（イメージ図）



## 取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律 概要

オンラインモール等の取引デジタルプラットフォーム（取引DPF）において、危険な商品の流通や販売業者が特定できず紛争解決が困難になるといった問題が発生。これに対応し、通信販売取引の適正化及び紛争解決の促進に関し取引DPF提供者の協力を確保し、消費者の利益の保護を図ることを目的とする法律を制定。

（令和3年4月28日成立、同年5月10日公布、令和4年5月1日施行）

### 法の内容

#### （1）取引DPF提供者の努力義務（第3条）

- 取引DPFを利用して行われる通信販売取引の適正化及び紛争の解決の促進に資するため、以下の措置の実施及びその概要等の開示についての努力義務（具体的な内容は指針を策定）

- 消費者が販売業者等と円滑に連絡ができるようにするための措置
- 消費者から苦情の申出を受けた場合の販売条件等の表示の適正を確保するための措置
- 販売業者等の特定に資する情報の提供を求める措置

#### （2）取引DPFの利用の停止等に係る要請（第4条）

- 内閣総理大臣は、重要事項（商品の安全性の判断に資する事項等）に著しく事実に相違等する表示があり、かつ、販売業者等による表示のは正が期待できない場合、取引DPF提供者に対し、販売業者等による取引DPFの利用の停止を要請することが可能

（※）要請に応じたことにより販売業者等に生じた損害については、取引DPF提供者を免責

#### （3）販売業者等に係る情報の開示請求権（第5条）

- 消費者が損害賠償請求等を行う場合に必要となる販売業者等の情報の開示を請求できる権利を創設

（※）消費者が取引DPF提供者に開示を請求するもの。なお、損害賠償請求額が一定の金額以下の場合や不正目的の請求の場合は対象外

#### （4）官民協議会（第6条～第9条）／申出制度（第10条）

- 取引DPF提供者からなる団体、消費者団体、関係行政機関等により構成される官民協議会を組織し、取組状況の共有等の情報交換を実施
- 消費者等が内閣総理大臣（消費者庁）に対し取引DPFを利用する消費者の利益が害されるおそれがある旨を申し出て、適当な措置の実施を求めることができる申出制度を創設

## (7)取引デジタルプラットフォーム消費者保護法の運用状況

- ✓ 取引デジタルプラットフォーム提供者による法第3条の努力義務に基づく取組は、法施行後、進展している。
- ✓ 商品の安全性の判断に資する事項に関し著しく事実に相違等する表示があり、かつ、販売業者等による表示の是正が期待できない場合には、法第4条に基づき、取引デジタルプラットフォーム提供者に対し、販売業者等による取引デジタルプラットフォームの利用の停止の要請を行っている。

### 法第3条の努力義務に基づく取組の状況※

- ①消費者が販売業者等と円滑に連絡することができるようにするため、・販売業者等との連絡専用メッセージ機能を提供しているのは25社中22社。
  - ・25社中7社では、販売業者等の連絡先が連絡手段として正しく機能しているかを確認するための定期的なパトロールを実施。
- ②消費者から苦情の申出を受けた場合の販売条件等の表示の適正を確保するため、
  - ・25社全てで消費者からの苦情申出の受付窓口を設置し、苦情の申出を受け付けた場合に調査を実施。
  - ・不適正な表示が行われた場合には、25社全てで比例的な制裁を実施。
- ③販売業者等の特定に資する情報の提供を求めるため、販売業者等のアカウント登録時に、
  - ・公的書類の提出を求めているのは25社中21社。
  - ・販売業者等の氏名・名称が銀行口座名義と一致しているか確認しているのは25社中12社。
- ④法第3条第2項に基づき、取組を開示しているのは25社中15社。

※取引デジタルプラットフォーム（全33社）を提供する取引デジタルプラットフォーム提供者に対して、アンケート調査を実施し、25社から得られた回答を集計したもの（令和6年度実施）

### 法第4条に基づく要請を実施した案件の例

- ①ベビーキャリアに係る歐州連合の安全規格の表示に関する案件
  - ・オンラインモール上で、あたかも欧州連合の安全規格に適合しているかのように示す表示を付して販売されている商品（ベビーキャリアと称する商品）を確認。
    - ⇒ 実物を確認したところ、欧州連合の安全規格のうちベビーキャリアに係る基準に適合するものではなかった。
    - ⇒ 当該商品の販売業者は中国国内に所在。
  - ・当該商品が販売されていた取引デジタルプラットフォームを提供する取引デジタルプラットフォーム提供者に対し、当該商品の表示の削除等を要請（令和7年8月）。
- ②情報商材の表示に関する案件
  - ・AIツールを活用することにより、短期間で、かつ、ほとんど何もしないで高額の「不労所得」を稼ぐ方法であると表示して取引デジタルプラットフォーム上で販売されていた商品（いわゆる情報商材）を確認。
    - ⇒本件商品の紹介する方法では、短期間で、かつ、ほとんど何もしないで高額の「不労所得」を稼ぐことはできず、表示は実際のものよりも著しく優良であると誤認させるもの。
    - ・当該商品の販売業者の所在地は不明で、かつ、販売業者・購入者間の連絡手段もない。
    - ・当該商品が販売されていた取引デジタルプラットフォームを提供する取引デジタルプラットフォーム提供者に対し、当該商品の表示の削除等を要請（令和7年10月）。