

# 令和3年特定商取引法改正の光と影

弁護士 野々山 宏

1 特定商取引に関する法律(以下「特定商取引法」という。)が、特定商品等の預託等取引契約に関する法律(以下、「預託法」という。)とともに、令和3年6月9日に改正され、同月16日に公布された<sup>1</sup>。この改正は、消費者のせい弱性につけ込む一定の悪質商法に対する対策強化となる光の部分と、将来に禍根を残す陰の部分がある。主な改正内容のうち、①通信販売における詐欺的な「定期購入商法」対策と、②「送り付け商法」対策が光の部分であり、③事業者が義務付けられている契約書面等の書面交付について、広く電磁的方法を許容したことが陰の部分である。陰の部分である交付書面等の電磁的方法の許容については、国会でも大きな問題となった。施行時期も、上記①は公布の日から起算して1年を超えない範囲内において政令で定める日とし、上記②は令和3年7月6日にすでに施行されている。一方、上記③は公布の日から起算して2年を超えない範囲内において政令で定める日と遅くして、差が設けられた。

上記②については、本ライブラリーの増田論考で詳論されているのでそちらを参照いただき、本稿では、上記①と③について考える。

## 2 詐欺的な「定期購入商法」対策

近年、化粧品や健康食品などのインターネット通信販売において、実際には一定数以上の商品を購入する定期購入契約であるにもかかわらず、インターネット広告画面上において、「初回●円」、「お試し●円」といった表示がなされ、これを見た消費者が、初回分のみを低額で試すことができる契約であると誤認して定期購入契約を締結してしまう、あるいはいつでも解約可能と表示しながら、実際には解約条件を限定して解約できないとのトラブルが急増している<sup>2</sup>。

このような販売方法に対して消費者庁が特定商取引法14条1項2号違反を根拠に指示や業務停止の行政処分をしているが、被害対策としては十分ではなかった。

また、適格消費者団体が景品表示法を根拠に差止請求や訴訟提起をし、これをマスコミが報道して、被害予防の取り組みがされてきたが、被害はなくならな

かった<sup>3</sup>。

このような背景から、詐欺的な「定期購入商法」対策として、以下の特定商取引法の改正が行われた。

- (1) 通信販売において広告する際に義務付ける表示事項として、①申込みの期間に関する定めがある場合に、その旨と内容(11条4号)、②役務提供契約の解除等に関する事項(11条5号)を追加した。
  - (2) 通信販売の申込書面や手続きを表示する映像面に、①商品・特定権利・役務の分量、対価、支払時期、引き渡し時期、契約解除に関する事項の表示を義務付け、②書面送付・情報送信が契約の申込みとなることについてや①に記載した事項に、「人を誤認させるような表示」をすることを禁止した(12条の6第1項、2項)。
  - (3) ①前記(2)①に違反して表示すべき事項を表示しない場合や不実の表示をした場合、②前記(2)②に違反して誤認させるような表示をした場合を、刑事罰の対象とした(70条2号、72条4号)。
  - (4) 通信販売に係る契約の申込みの撤回または解除を妨げるために、契約の申込みの撤回または解除に関する事項、契約の締結を必要とする事情に関する事項について、不実のことを告げることを禁止し(13条の2)、これに違反した場合を刑事罰の対象とした(70条1号)。
  - (5) 前記(2)記載の12条の6第1項の表示義務や同条2号の禁止行為に違反する表示によって、消費者が誤認をして申込みをした場合には、消費者に意思表示の取消権を付与した(15条の4)。
  - (6) ①前記(2)記載の12条の6第1項の表示義務や同条2号の禁止行為に違反する表示行為、及び②前記(3)記載の13条の2の不実告知の表示行為を、適格消費者団体の差止請求の対象に追加し(58条の19)、消費者安全法に規定された消費者生活協力団体や消費生活協力員が適格消費者団体に必要な情報提供ができることとした(59条の26)。
- これらの改正事項の解釈や執行の目安となる通達やガイドラインも施行日まで定められる(現行法の通達は先行して改正された<sup>4</sup>)。
- これらの改正は、これまで行政処分のみであった違反への対応が、刑事罰や消費者の取消が可能となったことなどの前進がある。ただし、今後の施行にあたって、詐欺的な「定期購入商法」被害対策を真に実現するために重要なことが2点ある。第1に、改正された表示事項違反や虚偽誇大広告禁止違反に対する行政処分や警察との連携した刑事処分などの執行を迅速に行う

ことである。これまでの行政処分が功を奏さなかったのは、処分が遅く、すでに十分な収益を上げた事業者にとって痛手ではなかったからである。第2に、違反となる行為を被害の実態に合わせて解釈して、通達やガイドラインに定めることである。特に、この商法は価格表示によって消費者に誤認・錯覚をさせることに本質があるから、「お試し無料」「お試し●円」「初回無料」「初回●円」等の、消費者に「初回分のみを試してみても、必要でなければ2回目以降の商品の購入は拒むことができる」と誤認させる表示は、申込確認画面等に2回目以降の購入が必要となる旨の記載があるか否かにかかわらず、それ自体が「人を誤認させるような表示」となる解釈をとる必要がある。従来のように、定期購入である旨が記載してあればそれで足りる、との解釈では被害はなくなる。また、対象となる表示を申込画面に限定せず、顧客を誘引する広告画面も含める必要がある。

### 3 書面交付の電磁的方法の許容

今回の改正で、事業者が交付を義務付けられている契約書面等について、「申込者(消費者)の承諾」を要件に、電子メールの送付などの電磁的方法で行うことが可能になった。対象となる取引は、訪問販売(4条2項、3項)、電話勧誘販売(18条2項、3項)、連鎖販売取引(37条3項、4項)、特定継続的役務提供販売(42条4項、5項)、業務提供誘引販売(55条3項、4項)、訪問購入(58条の7第2項、3項)の特定商取引法で書面交付が義務付けられている全ての取引に及ぶ。デジタル化や新型コロナウイルス感染症対策などの「新たな日常における社会経済情勢等の変化への対応のため」とされている。

併せて、消費者からのクーリング・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になり(9条1項ほか)、書面による通知と同様に発信主義が採用された(9条2項ほか)。

しかしながら、そもそも、特定商取引法は、消費者被害が生じやすい、すなわち悪徳商法が生じやすい取引を類型化している。このような取引において、契約内容等を記載した書面の交付を義務づける趣旨は、契約締結前ないし締結直後に販売業者から消費者に書面を交付させ、消費者が気付いていない契約内容の不利な側面に気付く機会を与えるとともに、消費者が契約内容を冷静になって確認して考え直す機会を与え、さらには、その後も債務の履行状況について契約条項に照らして判断してクーリング・オフ等の手続きをとる手掛かりとする点にある(契約内容の警告機能とクー

リング・オフの告知機能、保存機能)。

改正の課程で多く指摘されてきたように、交付書面の電子化は高齢者をはじめとする消費者に、これらの機能の低下をもたらす危険が高い<sup>5</sup>。

さらに、交付書面の電子化の許容は、その必要性や問題点、要件について、ほとんど議論もなく突然、詐欺的な「定期購入商法」対策等の改正の国会上程に合わせて消費者庁から提案された<sup>6</sup>。そのために、対面契約である訪問販売、訪問購入など電磁的方法の必要性に疑いがある取引も含まれているし、電子書面交付の重要な要件である「消費者の承諾」の内容も何ら明確になっていない。消費者団体等が電子化を認めて良いとされる「オンラインで完結する取引」も、契約をオンラインで行えば良いのか、契約の履行までオンラインで行われる取引を指すのか明確ではない。消費者取引にとってきわめて重要な改正であるにも拘わらず、その内容が不明のまま立法化された問題がある。そのために施行まで2年とされているが、検討事項が多く、拙速に今回改正されるべきでなかった。

改正法では、電子書面交付の要件となる消費者の承諾の具体的な内容は、政令で定めるとされ、交付される書面の記載事項の電磁的方法も、主務省令で定めるとされている。現在、遅ればせながら、消費者庁内に「特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する検討会」が設けられ、政省令の内容の検討が行われている。

新たな消費者被害が生じないように、承諾要件の厳格化が強く求められる。改正法の参議院附帯決議に、消費者が承諾の意義・効果を理解した上で真意に基づく明示的な意思表示を行う場合に限定されることを確保するため、書面による明示的な説明や家族・第三者の関与などが記載されているが、これらの対応だけでは不十分であろう。詳細な説明やこれを書面化すること、承諾内容を録音すること、書面の再交付を認めることなどの対応の検討が必要であるが、これらを実施しても、書面交付の持つ警告機能と、クーリング・オフの告知機能、保存機能は十分に確保されるか疑問が大きい。

訪問販売、訪問購入など対面契約やトラブルが多発している連鎖販売取引、業務提供誘引販売には適用する必要はなく、当面は、契約だけでなく契約の履行もオンラインで行われる語学教室などの業務提供誘引販売等の真に書面交付の電子化が必要とされている取引に限定して政省令を施行し、その施行状況を見てさらなる対応を検討していくべきである。

#### 4 私たちは、今回の特定商取引法改正の光と影を十分に認識して、同法の適用を考えていかななくてはならない。

- 1 「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法等の一部を改正する法律」  
改正法の新旧対照法は、消費者庁HP参照  
新旧対照条文：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  
[https://www.caa.go.jp/law/bills/assets/consumer\\_transaction\\_cms202\\_210303\\_04.pdf](https://www.caa.go.jp/law/bills/assets/consumer_transaction_cms202_210303_04.pdf)
- 2 令和3年版消費生活白書によれば、「定期購入」に関する消費生活相談件数は、2018年21、980件、2019年44、756件、2020年59、174件と急増している。
- 3 適格消費者団体・京都消費者契約ネットワークが、7社に対して差止の申入れや訴訟を提起している。同団体HP参照。  
<http://kccn.jp/mousiir-kenkoushokuhin.html>
- 4 令和3年6月29日付け 消費者庁通達「特定商取引に関する法律等の施行について」  
特定商取引に関する法律等の施行について(通達)本文\_令和3年6月29日付け  
<https://www.no-trouble.caa.go.jp/pdf/20210629ra01.pdf>
- 5 日弁連「特定商取引法及び特定商品預託法の書面交付義務の電子化に反対する意見書」2021年2月18日  
<https://www.nichibenren.or.jp/library/pdf/document/opinion/2021/210218.pdf>  
京都弁護士会「特定商取引に関する法律及び特定商品等の預託等取引契約に関する法律における書面の電子化に反対する意見書」2021年2月17日  
[https://www.kyotoben.or.jp/pages\\_kobetu.cfm?id=10000151&s=ikensyo](https://www.kyotoben.or.jp/pages_kobetu.cfm?id=10000151&s=ikensyo)  
京都消費者契約ネットワーク「特定商取引法等の書面の電子化に強く反対する意見」2021年3月26日  
<http://kccn.jp/20210326ikensho-tokushoho.pdf>
- 6 内閣府消費者委員会令和3年2月4日付け「特定商取引法及び預託法における契約書面等の電磁的方法による提供についての建議」が唯一事前検討されたものであるが、これも十分に時間かけて検討されたものではない。  
[https://www.cao.go.jp/consumer/iinkaikouhyou/2021/0204\\_kengi.html](https://www.cao.go.jp/consumer/iinkaikouhyou/2021/0204_kengi.html)