

改 正 後	現 行
<p>第2章（訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売）関係                      （略）                      第3節（通信販売）関係                      1 法第11条（広告の表示）関係                      (1) 法第11条の適用を受ける広告（通信販売広告）について                          法第11条の適用を受ける広告（通信販売広告）は、販売業者等が通信手段により申込みを受けて商品の販売等を行うことを意図していると認められる広告である。                          したがって、広告に通信販売を行う旨明確に表示されている場合が通信販売広告に該当するほか、例えば、送料、口座番号等を表示している販売広告や<u>明らかに店舗での購入が不可能な商品の販売広告</u>となる。                          また、広告の方法の如何を問わない。したがって、新聞、雑誌に掲載される広告のみならず、ダイレクトメール、テレビ放映、折り込みちらし、インターネット上のホームページ（インターネット・オークションサイトを含む。以下同じ。）パソコン通信、電子メール等において表示される広告も含まれる。                          なお、電子メールにより広告をする場合は、電子メールの本文及び本文中でURLを表示することにより紹介しているサイト（リンク先）を一体として広告とみなすものとする。                      (2) <u>法第11条本文の解釈</u>について                      (イ) <u>法第11条第1号の「商品若しくは権利の販売価格又は役務の対価（販売価格に商品の送料が含まれない場合には、販売価格及び商品の送料）」</u>について                          「商品若しくは権利の販売価格又は役務の対価」については、基本的に当該商品又は当該権利そのものの販売価格や当該役務そのものの対価を記載することとなる。                          また、販売業者等が消費者から消費税を徴収する場合には、消費税を含んだ価格を意味するものとする。                          「販売価格に商品の送料が含まれない場合には、販売価格及び商品の送料」については、販売価格のみの表示であれば、送料はそれの中に含まれているものと推定されることとなる。                      (ロ) <u>法第11条第4号の返品に関する事項と省令第8条第1項第5号の瑕疵担保責任に関する事項との関係及びその表示例</u>について                          法第11条第4号は、商品に瑕疵がなく、販売業者に契約違反のない状態において、返品を認めるか否かを表示すべき旨の規定であり、一方、省令第8条</p>	<p>第2章（訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売）関係                      （略）                      第3節（通信販売）関係                      1 法第11条（広告の表示）関係                      (1) 法第11条の適用を受ける広告（通信販売広告）について                          法第11条の適用を受ける広告（通信販売広告）は、販売業者等が通信手段により申込みを受けて商品の販売等を行うことを意図していると認められる広告である。                          したがって、広告に通信販売を行う旨明確に表示されている場合が通信販売広告に該当するほか、例えば、送料、口座番号等を表示している販売広告や不可能な商品の販売広告となる。                          また、広告の方法の如何を問わない。したがって、新聞、雑誌に掲載される広告のみならず、ダイレクトメール、テレビ放映、折り込みちらし、インターネット上のホームページ（インターネット・オークションサイトを含む。以下同じ。）パソコン通信、電子メール等において表示される広告も含まれる。                          なお、電子メールにより広告をする場合は、電子メールの本文及び本文中でURLを表示することにより紹介しているサイト（リンク先）を一体として広告とみなすものとする。                      (2) <u>法第11条第1項本文の解釈</u>について                      (イ) <u>法第11条第1項第1号の「商品若しくは権利の販売価格又は役務の対価（販売価格に商品の送料が含まれない場合には、販売価格及び商品の送料）」</u>について                          「商品若しくは権利の販売価格又は役務の対価」については、基本的に当該商品又は当該権利そのものの販売価格や当該役務そのものの対価を記載することとなる。                          また、販売業者等が消費者から消費税を徴収する場合には、消費税を含んだ価格を意味するものとする。                          「販売価格に商品の送料が含まれない場合には、販売価格及び商品の送料」については、販売価格のみの表示であれば、送料はそれの中に含まれているものと推定されることとなる。                      (ロ) <u>法第11条第1項第4号の返品に関する事項と省令第8条第1項第5号の瑕疵担保責任に関する事項との関係及びその表示例</u>について                          法第11条第1項第4号は、商品に瑕疵がなく、販売業者に契約違反のない状態において、返品を認めるか否かを表示すべき旨の規定であり、一方、省令</p>

第1項第5号は、商品に瑕疵がある場合の販売業者の瑕疵担保責任について特約する場合にその旨表示すべき旨の規定である。

前者は絶対的表示事項であり、後者は民商法一般原則によらず特約する場合のみ表示することを義務づけた表示事項である。

したがって、これらの事項について表示する場合は、当該表示が法第11条第4号（いわゆる返品特約）についての表示であるか、省令第8条第1項第5号（瑕疵担保責任）についての表示であるか、あるいは双方を同時に表示したものであるかを明確にする必要がある。

例えば、法第11条第4号のみを表示する場合（この場合は、販売業者の瑕疵担保責任は民商法一般原則によることになる。）は、「商品に欠陥がない場合であっても、日間に限り返品に応ずる」というように表示することとし、返品特約がない場合においては、「商品に欠陥がある場合を除き、返品に応じない」旨を表示することになる。法第11条第4号及び省令第8条第1項第5号の双方を表示する場合は、「商品に欠陥がある場合に責任を負うとともに、商品に欠陥がない場合であっても日間に限り返品に応ずる。」「商品に欠陥がある場合は責任を負うが、商品に欠陥がない場合は返品に応じない」等の表示がなされることとなる。「日間に限り返品に応ずる。」「返品に応じない」等の表示は法第11条第4号の表示であるか、省令第8条第1項第5号の表示であるか不明確であるため、明確な表示を行うよう指導されたい。（仮にこのような表示がなされている場合は、法の趣旨からみた広告内容の解釈としては、法第11条第4号の表示と解され、販売業者の瑕疵担保責任については民商法一般原則によるとの表示と解されるものと考えられる。）

なお、瑕疵のない商品の返品を認める場合、その送料の負担の有無をあわせて表示させることが必要である。

(ハ) 返品の特約については、法第11条第4号で、その特約がない場合にはその旨を広告に明示することが求められていることから、仮に返品の特約に関する事項についての記載が一切ない場合で、消費者が返品可能と信じていたような場合には、特定商取引法の趣旨を踏まえ、事業者は、その消費者からの返品の実請に適切に応ずるべきものと考えられる。

(ニ)～(ハ) (略)

(ト) 省令第8条第1項第4号（購入者又は役務の提供を受ける者の負担すべき金銭）の表示例について

販売価格又は役務の対価及び送料（法第11条第1号）のほか、省令第8条第1項第4号に定める購入者又は役務の提供を受ける者の負担すべき金銭としては、工事費、組立費、設置費、梱包料、代金引換手数料等が考えられるが、これらの購入者又は役務の提供を受ける者の負担すべき金銭があるときの表示については次の具体例を参考とされたい。

（表示例） (略)

(フ) (略)

第8条第1項第5号は、商品に瑕疵がある場合の販売業者の瑕疵担保責任について特約する場合にその旨表示すべき旨の規定である。

前者は絶対的表示事項であり、後者は民商法一般原則によらず特約する場合のみ表示することを義務づけた表示事項である。

したがって、これらの事項について表示する場合は、当該表示が法第11条第1項第4号（いわゆる返品特約）についての表示であるか、省令第8条第1項第5号（瑕疵担保責任）についての表示であるか、あるいは双方を同時に表示したものであるかを明確にする必要がある。

例えば、法第11条第1項第4号のみを表示する場合（この場合は、販売業者の瑕疵担保責任は民商法一般原則によることになる。）は、「商品に欠陥がない場合であっても、日間に限り返品に応ずる」というように表示することとし、返品特約がない場合においては、「商品に欠陥がある場合を除き、返品に応じない」旨を表示することになる。法第11条第1項第4号及び省令第8条第1項第5号の双方を表示する場合は、「商品に欠陥がある場合に責任を負うとともに、商品に欠陥がない場合であっても日間に限り返品に応ずる。」「商品に欠陥がある場合は責任を負うが、商品に欠陥がない場合は返品に応じない」等の表示がなされることとなる。「日間に限り返品に応ずる。」「返品に応じない」等の表示は法第11条第1項第4号の表示であるか、省令第8条第1項第5号の表示であるか不明確であるため、明確な表示を行うよう指導されたい。（仮にこのような表示がなされている場合は、法の趣旨からみた広告内容の解釈としては、法第11条第1項第4号の表示と解され、販売業者の瑕疵担保責任については民商法一般原則によるとの表示と解されるものと考えられる。）

なお、瑕疵のない商品の返品を認める場合、その送料の負担の有無をあわせて表示させることが必要である。

(ハ) 返品の特約については、法第11条第1項第4号で、その特約がない場合にはその旨を広告に明示することが求められていることから、仮に返品の特約に関する事項についての記載が一切ない場合で、消費者が返品可能と信じていたような場合には、特定商取引法の趣旨を踏まえ、事業者は、その消費者からの返品の実請に適切に応ずるべきものと考えられる。

(ニ)～(ハ) (略)

(ト) 省令第8条第1項第4号（購入者又は役務の提供を受ける者の負担すべき金銭）の表示例について

販売価格又は役務の対価及び送料（法第11条第1項第1号）のほか、省令第8条第1項第4号に定める購入者又は役務の提供を受ける者の負担すべき金銭としては、工事費、組立費、設置費、梱包料、代金引換手数料等が考えられるが、これらの購入者又は役務の提供を受ける者の負担すべき金銭があるときの表示については次の具体例を参考とされたい。

（表示例） (略)

(フ) (略)

(削る)

(削る)

(リ)・(ヌ) (略)

(3) 法第11条ただし書について

(イ) (略)

(削る)

2・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

(リ) 省令第8条第1項第10号の「相手方の請求に基づかないで、かつ、その承諾を得ないで」について

同号の「承諾」とは、広告メールを送信することについて相手方から事前に了解を得ていることである。

(ヌ) 省令第8条第2項の表示について

前項第10号で規定する表示をする際には、「未承諾広告」の前や各文字の間にスペースやその他の記号等を挿入することや、「          」を「\*」と表示すること等は認められない。

(ル)・(ヲ) (略)

(3) 法第11条第1項ただし書について

(イ) (略)

(4) 法第11条第2項の解釈について

(イ) 本項は、電子メール等による一方的な商業広告の送りつけ(いわゆる迷惑メール)問題に対応するための規定であり、法第12条の3に規定する再送信禁止規定の実効を確保するため、消費者が広告メールの受け取りを希望しない旨の意思を表示するための連絡方法の表示を義務づけるものである。

(ロ) 「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。)により広告をするとき」における「電磁的方法」とは、省令第10条の2において、電子情報処理組織を使用して電磁的記録を相手方の使用に係る電子計算機に送信して提供する方法として定められており、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。

(ハ) 省令第10条の4の解釈について

同条では、相手方の請求等に基づかずに送信される広告メールに関しては、消費者が受信拒否する際に、少なくとも電子メールで連絡できるようにしなければならないことを義務付けている。

また、販売業者等が、受信拒否の通知を受ける際に「受け取りを希望しない旨」及び「電子メールアドレス」以外の情報の提供を消費者に求めることは、本規定に違反することになる。

なお、相手方の請求等に基づいて送信される広告メール(省令第10条の3の適用除外に該当するものは除く。)に関しては、特段の表示方法は定めてないものの、受け取りを希望しない旨を通知するための連絡方法の表示義務は課せられているため、広告中のいずれかの場所に当該表示を行わなければならない。

2・3 (略)

4 法第12条の3 (電磁的方法による広告の提供を受けることを希望しない旨の意思の表示を受けている者に対する提供の禁止) 関係

- (1) 法第12条の3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電子メール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。
- (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) 本項における「承諾」があったといえるためには、通信販売電子メール広告が提供されるようになることが相手方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その請求・承諾なしに自動的に電子メール広告を提供する場合や、ウェブサイトにおいて、「この懸賞に応募される方はメールアドレスをご記入ください」という表示のみを行い、当該懸賞に応募のあった消費者のメールアドレス宛に電子メール広告をする場合は、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。
- (4) 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電子メールで通知する場合に、当該電子メール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。今後ともよろしくお願い致します。」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電子メール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。
- (5) 第3号の「通常通信販売電子メール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経済産業省令で定める場合」は、省令第11条の4各号に規定されている。
- (イ) 省令第11条の4第1号は、相手方からの請求に基づいて、又はその承諾を得て送信する電子メール(例えば、いわゆるメールマガジン)の一部に広告を掲載する場合を規定したものである。
- (ロ) 省令第11条の4第2号は、送信される電子メールの一部に広告を掲載することを条件として、電子メールアドレスを使用させる等のサービス(いわゆるフリーメールやメーリングリスト)を利用して電子メール広告を提供する場合を規定したものである。
- (6) 法第12条の3第2項及び第4項「通信販売電子メール広告の提供を受けない旨の意思表示」の解釈について  
消費者が法第12条の3第2項及び第4項で規定する「広告の提供を受けない

- (1) 本条は、販売業者等が広告メールの受け取りを希望しない旨の意思表示した者に対し、再度広告メールを送信することを禁止し、かかる問題を除去することで取引の公正等を図るものである。
- (2) 「電磁的方法」の解釈については、1(3)(ロ)を参照されたい。
- (3) 「電磁的方法による広告の提供を受けることを希望しない旨の意思表示」の解釈について  
消費者が法第11条第2項で規定する方法に従ってその旨の通知をする際、特に条件(「 の商品に関する広告メールはいりません。」「 月 日までは広告メールはいりません。」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広告メールを受け取ることを希望しない旨の意思表示したこととなる。
- (4) 「電磁的方法による広告の提供を行ってはならない」の解釈について  
消費者から広告メールを受け取ることを希望しない旨の意思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、別の商品や別のサイト等に係る広告メール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、別の電子メールアドレス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あたる。

(新設)

(新設)

旨の意思の表示」を行う際、特に条件（「\_\_\_\_\_の商品に関する広告メールはいりません。」、「\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日までには広告メールはいりません。」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広告メールを受け取ることを希望しない旨の意思を表示したこととなる。

(7) 「通信販売電子メール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電子メール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、別の商品や別のサイト等に係る広告メール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、別の電子メールアドレス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あたる。

(8) また、相手方からの「通信販売電子メール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、それが電子メールで行われた場合、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おかれた時点、すなわち販売業者等の使用に係るメールサーバに記録された時点のことである。

(9) 法第12条の3第3項について

「当該通信販売電子メール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経済産業省令で定めるもの」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5第1項各号ただし書において、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、承諾を得たい電子メール広告の対象の説明などの記載内容や電子メール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又は請求を得た時期（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。

(1) 「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請求又は承諾を得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。

(2) 「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（電磁的記録又は書面）として自動的に（正確に）編集する方法を用いている場合であつて、」

ウェブ画面を通じて得た消費者から取得した承諾等の情報が、自動的に送信先

(新設)

(5) また、相手方からの「電磁的方法による広告の提供を受けることを希望しない旨の意思の表示」を受けた時点とは、それが電子メールで行われた場合、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メールサーバに記録された時点のことである。

(新設)

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、ウェブ画面上でメールアドレスが記入され、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）や、消費者から承諾を得たアンケート用紙に記載されたメールアドレス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、承諾を得ていないメールアドレス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）のことである。

(ハ) 「当該定型的な内容の表示において、当該電子計算機の操作（当該電磁的方法による電磁的記録の送信、当該書面への記入その他の行為）が当該相手方に通信販売電子メール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」

承諾を取得する際に、その相手方がウェブ画面上でクリックをしたり、書面に記入する際に、通信販売電子メール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、電子メール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、当該ページ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、本項にいう「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。

(10) 法第12条の3第4項について

「その相手方が通信販売電子メール広告の提供を受けない旨の意思を表示するために必要な事項として経済産業省令で定めるもの」については、省令第11条の6において、電子メールアドレス又はURLを規定している。事業者の住所や電話番号・FAX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、「当該通信販売電子メール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。」と規定しているが、表示の具体例については、別添4の「電子メール広告をすることの承諾・請求の取得等に係る『容易に認識できるように表示していないこと』に係るガイドライン」を参照されたい。

(11) 法第12条の3第5項について

「次に掲げる業務のすべてにつき一括して委託」とは、販売業者等が、法第12条の3第5項各号に掲げる業務の全てについて同一の事業者へ委託することをいう。したがって、販売業者等が本項に掲げる業務のうち、一つでも別の事業者へ委託している場合は「一括して委託」には該当しない。

なお、販売業者等が本項に該当する場合であっても、法第12条の3第1項及び第2項の義務は販売業者等にも残るため、販売業者等は承諾や請求のない相手方や通信販売電子メール広告の提供を受けない旨の意思を表示した相手方に対して通信販売電子メール広告を提供することは認められない。

(新設)

(新設)

5 法第12条の4関係

本条は、電子メール広告受託事業者（販売業者等から法第12条の3第5項各号に掲げる業務について一括して委託を受けた者）についての規制内容を規定したものである。当該事業者については、販売業者等と同様の規制がかかることとなるため、その内容については本節4を参照されたい。

6 法第13条（通信販売等における承諾等の通知）関係  
（略）

7 法第14条（指示）関係

(1) 法第14条第1項第1号の「顧客の意に反して通信販売に係る売買契約又は役務提供契約の申込みをさせようとする行為として経済産業省令で定めるものをした場合」について

(イ) 省令第16条第1項における「電子契約」とは、インターネットやパソコン通信等の手段を利用して、コンピュータ等の映像面を介して締結される売買契約又は役務提供契約であって、販売業者や役務提供事業者又はこれらの者の委託を受けた者が顧客のコンピュータ等の画面上に申込みを行うための手続を表示させ、顧客がコンピュータ等を用いて申込み内容を送信することによって申込みを行うものをいう。

(ロ) 省令第16条第1項における「電子計算機の操作（当該電子契約の申込みとなるものに限る。）」とは、マウス等の入力装置を用いて画面上の特定の部位をクリックするなどの操作をいい、申込みを行うために注文手続の中で複数の操作が必要となる場合は、一連の操作のうち申込みの意思を発信するための操作をいう。また、「当該操作を行う際」とは、まさにその操作をしようとしている時点をいい、例えばその操作が申込みとなることを別の画面上で表示している場合には、「当該操作を行う際」に表示していることにはならない。

(ハ) 省令第16条第1項における「申込みの内容」とは、返品可否等のように販売業者の提示する取引条件や、注文する商品や注文数量、送付先住所等、申込みを行おうとする者が入力又は選択した内容をいう。

(ニ) 表示の具体例については、別添5の「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」を参照されたい。

(2) 法第14条第1項第2号の「前号に掲げるもののほか、通信販売に関する行為であつて、通信販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益を害するおそれがあるものとして経済産業省令で定めるもの」は、省令第16条第2項に規定されている。

(イ) 省令第16条第2項第1号及び第2号の「当該通信販売電子メール広告を受けることについての承諾又は請求となることを『容易に認識できるよう表示』」

（新設）

5 法第13条（通信販売等における承諾等の通知）関係  
（略）

6 法第14条（指示）関係

(1) 「顧客の意に反して売買契約若しくは役務提供契約の申込みをさせようとする行為として経済産業省令で定めるものをした場合」について

(イ) 省令第16条における「電子契約」とは、インターネットやパソコン通信等の手段を利用して、コンピュータ等の映像面を介して締結される売買契約又は役務提供契約であって、販売業者や役務提供事業者又はこれらの者の委託を受けた者が顧客のコンピュータ等の画面上に申込みを行うための手続を表示させ、顧客がコンピュータ等を用いて申込み内容を送信することによって申込みを行うものをいう。

(ロ) 省令第16条における「電子計算機の操作（当該電子契約の申込みとなるものに限る。）」とは、マウス等の入力装置を用いて画面上の特定の部位をクリックするなどの操作をいい、申込みを行うために注文手続の中で複数の操作が必要となる場合は、一連の操作のうち申込みの意思を発信するための操作をいう。また、「当該操作を行う際」とは、まさにその操作をしようとしている時点をいい、例えばその操作が申込みとなることを別の画面上で表示している場合には、「当該操作を行う際」に表示していることにはならない。

(ハ) 省令第16条における「申込みの内容」とは、返品可否等のように販売業者の提示する取引条件や、注文する商品や注文数量、送付先住所等、申込みを行おうとする者が入力又は選択した内容をいう。

(ニ) 表示の具体例については、別添4の「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」を参照されたい。

（新設）

の解釈について、どのような表示を行うことが「容易に認識できる(できない)」表示に該当するかの具体例については、別添4の「電子メール広告をすることの承諾・請求の取得等に係る『容易に認識できるように表示していないこと』に係るガイドライン」を参照されたい。

(ロ) 省令第16条第2項第3号は、販売業者等が法第12条の3第5項各号に掲げる業務のすべてを一括して委託する際に、法第12条の4各項に違反する行為を行っている事業者に対して委託することを指示の対象としたものである。

(3) 法第14条第2項第1号及び第2号は、通信販売電子メール広告受託事業者が指示対象となる行為について規定したものである。どのような表示が「容易に認識できる(できない)」表示に該当するかの具体例については、別添4の「電子メール広告をすることの承諾・請求の取得等に係る『容易に認識できるように表示していないこと』に係るガイドライン」を参照されたい。

### 第3章（連鎖販売取引）関係

1～4（略）

#### 5 法第35条（連鎖販売取引についての広告）関係

(1)（略）

(2) 法第35条第3号に定める「連鎖販売業に係る特定利益」についての表示方法について

（略）

(3) 法第35条第4号の「経済産業省令で定める事項」について

省令第25条第1項第2号に定める「電子情報処理組織を使用する方法」については、第2章第3節（通信販売）関係1(2)(ホ)を参照されたい。

「連鎖販売業に関する業務の責任者」とは、連鎖販売業に関する業務の担当役員や担当部長等実務を担当する者の中での責任者を指すものであり、必ずしも代表権を有さなくてもよい。

（削る）

（削る）

（削る）

6・7（略）

8 法第36条の3（承諾を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

（新設）

### 第3章（連鎖販売取引）関係

1～4（略）

#### 5 法第35条（連鎖販売取引についての広告）関係

(1)（略）

(2) 法第35条第1項第3号に定める「連鎖販売業に係る特定利益」についての表示方法について

（略）

(3) 法第35条第1項第4号の「経済産業省令で定める事項」について

(イ) 省令第25条第1項第2号に定める「電子情報処理組織を使用する方法」については、第3節（通信販売）関係1(2)(ハ)を参照されたい。

「連鎖販売業に関する業務の責任者」とは、連鎖販売業に関する業務の担当役員や担当部長等実務を担当する者の中での責任者を指すものであり、必ずしも代表権を有さなくてもよい。

(ロ) 省令第25条第1項第5号の「相手方の請求に基づかないで、かつ、その承諾を得ないで」の解釈については、第2章第3節（通信販売）関係1(2)(ト)を参照されたい。

(ハ) 省令第25条第2項の表示については、第2章第3節（通信販売）関係1(2)(チ)を参照されたい。

(4) 法第35条第2項の解釈については、第2章第3節（通信販売）関係1(3)を参照されたい。

6・7（略）

8 法第36条の3（電磁的方法による広告の提供を受けることを希望しない旨の意思の表示を受けている者に対する提供の禁止）関係



(略)

## 第5章(業務提供誘引販売取引)関係

1~4 (略)

### 5 法第53条(業務提供誘引販売取引についての広告)関係

(1) (略)

(2) 法第53条第3号に定める「その業務の提供条件」について  
(略)

(3) 法第53条第4号の「経済産業省令で定める事項」について  
省令第40条第1項第2号に定める「電子情報処理組織を使用する方法」については、第2章第3節(通信販売)関係1(2)(ホ)を参照されたい。

「業務提供誘引販売業に関する業務の責任者」とは、業務提供誘引販売業に関する業務の担当役員や担当部長等実務を担当する者の中での責任者を指すものであり、必ずしも代表権を有さなくてもよい。

(削る)

(削る)

(削る)

6・7 (略)

### 8 法第54条の3(承諾を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

(略)

## 第6章(雑則)関係

1・2 (略)

### 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又は業務提供誘引販売取引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

(略)

## 第5章(業務提供誘引販売取引)関係

1~4 (略)

### 5 法第53条(業務提供誘引販売取引についての広告)関係

(1) (略)

(2) 法第53条第1項第3号に定める「その業務の提供条件」について  
(略)

(3) 法第53条第1項第4号の「経済産業省令で定める事項」について

(イ) 省令第40条第1項第2号に定める「電子情報処理組織を使用する方法」については、第2章第3節(通信販売)関係1(2)(ハ)を参照されたい。

「業務提供誘引販売業に関する業務の責任者」とは、業務提供誘引販売業に関する業務の担当役員や担当部長等実務を担当する者の中での責任者を指すものであり、必ずしも代表権を有さなくてもよい。

(ロ) 省令第40条第1項第5号の「相手方の請求に基づかないで、かつ、その承諾を得ないで」の解釈については、第2章第3節(通信販売)関係1(2)(ト)を参照されたい。

(リ) 省令第40条第2項の表示については、第2章第3節(通信販売)関係1(2)(チ)を参照されたい。

(4) 法第53条第2項の解釈については、第2章第3節(通信販売)関係1(4)を参照されたい。

6・7 (略)

### 8 法第54条の3(電磁的方法による広告の提供を受けることを希望しない旨の意思表示を受けている者に対する提供の禁止)関係

(略)

## 第6章(雑則)関係

1・2 (略)

### 3 法第66条(報告及び立入検査)関係

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第3号の「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又は業務提供誘引販売取引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

重大な影響を及ぼす事項であって、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) 法第66条第3項の解釈について

法第66条第3項は、販売業者等と取引する者について規定している。

取引する者とは具体的には、金融機関、オフィス賃貸事業者、クレジット会社等が該当する。

また、「当該販売業者等の業務又は財産に関し」とは、具体的には、販売業者等の名称、住所、連絡先や預金の出入り（取引者が金融機関の場合）等の事項が該当する。

(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。

(別添1)～(別添3) (略)

(別添4)

別紙

(別添5) (略)

な影響を及ぼす事項であって、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。

(別添1)～(別添3) (略)

(新設)

(別添4) (略)

## 電子メール広告をすることの承諾・請求の取得等に係る

### 「容易に認識できるように表示していないこと」に係るガイドライン

特定商取引に関する法律(以下「法」という。)第14条第1項第2号及び同条第2項第2号では、販売業者又は役務提供事業者等が、「通信販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益を害するおそれがあるものとして経済産業省令で定めるもの」に該当する行為をした場合において、取引の公正及び購入者等の利益が害されるおそれがあると認めるときは、主務大臣が指示を行うことができる旨を定めている。

当該規定に基づき、特定商取引に関する法律施行規則(以下「省令」という。)第16条第2項及び第4項において、その具体的な内容を定めている。

また、法第12条の3第4項では、通信販売電子メール広告に、「通信販売電子メール広告の提供を受けない旨の意思を表示するために必要な事項」を表示しなければならない旨を定めている。

当該規定に基づき、省令第11条の6に規定されているいわゆるオプトアウト(送信を希望しない旨の意思表示)の際の連絡方法の表示に関しても「容易に認識できるように表示」しなければならない旨を規定している。

本ガイドラインにおいては、これらの省令中の「容易に認識できるように表示していない」とはどのようなものであるかについての具体的な例について示したものである(連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引についても同様)。ここでは、ウェブ画面上や電子メール上での表示について例示しているが、書面等の場合においても本ガイドラインを参考に、消費者にとってわかりやすい位置にわかりやすい表示を行うとした基本的考え方に沿って対応していくこととする。

なお、本ガイドラインは例示の1つに過ぎないことから、通信販売業者等や今後新たに適用対象となった電子メール広告受託事業者において、消費者にとってよりわかりやすい表示になるよう引き続き取り組んでいくことを期待する。

#### 1. 省令第16条第2項及び同条第4項について

これらの条項では、消費者が、あるボタンをクリックすれば、それが通信販売電子メール広告を受けることについての請求又は承諾となることを、消費者が容易に認識できるように表示していないことについて規定している。

##### (1) 消費者が購入したショッピングサイト等における承諾の取り方

以下のような場合は、一般に、「容易に認識できるように表示していないこと」に該当しないと考えられる。

消費者が商品を購入したショッピングサイト等において、販売業者が消費者に対し

て広告メールをすることについての承諾を得る場合において、いわゆるデフォルト・オン方式(例えば、消費者が購入者情報を入力する画面において、広告メールの送信を希望する旨にあらかじめチェックが付されている方式)によることも認められるが、その場合、デフォルト・オンの表示について画面の中で消費者が認識しやすいように明示(例えば、全体が白色系の画面であれば、赤字(対面色)で表示)され、かつ、最終的な申込みにあたるボタンに近接したところに表示されている場合。(画面例1)

以下のような場合は、「容易に認識できるように表示していないこと」に該当するおそれがある。

膨大な画面をスクロールしないと広告メールの送信についての承諾の表示にたどり着けず、かつ画面の途中で小さい文字で記述されているなど、消費者がよほどの注意を払わない限りは見落としやすく、広告メールの送信について承諾をしたことになってしまう場合。(画面例2)

## (2)いわゆる懸賞サイトや占いサイト等における承諾の取り方

以下のような場合は、一般に、「容易に認識できるように表示していないこと」に該当しないと考えられる。

いわゆる懸賞サイトや占いサイト等にメールアドレスを記入させることを条件の一つとして、様々なサービスを無料で提供しているサイトにおいて、関連サイトからの広告メール送信がある旨又は無料情報サービスに付随して広告メールを送信することがある旨の承諾を得る場合において、メールアドレスを記入することが、関連サイトからの電子メール広告を受けることの承諾となることを消費者が認識しやすいように明示(例えば、全体が白色系の画面であれば、赤字(対面色)で表示)され、かつ、特に関連サイトからのメール送信の場合には、当該関連サイトのホームページアドレスに加えて、当該関連サイトのカテゴリーを併記するか、サイト名又は送信者名を併記するなどして、当該サイトがどのような内容のものか具体的に認識できるように表示されている場合。(画面例3)

以下のような場合は、「容易に認識できるように表示していないこと」に該当するおそれがある。

関連サイトについて単に姉妹サイト一覧と表示されているのみで、クリックしないどのようなサイトか消費者に認識できず、かつ関連サイトのアドレスから想定される内容が実際の内容とは全く異なっており、いわゆるアダルトサイトなど、表示からは想定されないようなところからの広告メールの送信を承諾したことになってしまう場合。(画面例4)

## 2. 省令第11条の6について

ここでは、相手方が電子メール広告の提供を受けない旨の意思を表示するための方法として、電子メールアドレスや当該意思を表示するためのウェブページのURLを、当該電子メール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旨を規定している。

以下のような場合は、一般に、「容易に認識できるように表示」していないことに該当しないと考えられる。

電子メール広告の配信を停止するための電子メールアドレスやURLを、電子メール広告の本文の最前部に表示している場合、もしくは、電子メール広告の末尾に表示している場合(消費者がある程度のスクロール操作で閲覧可能な場合等)で、消費者が認識しやすいように明示(例えば下線を引くなどして表示)されているような場合。(画面例5)

以下のような場合は、「容易に認識できるように表示」していないことに該当するおそれがある。

膨大な画面をスクロールしないと当該表示にたどり着けない、文中に紛れ込んでおり他の文章との見分けがつかないなど、消費者がよほどの注意を払わない限りは、認識できないような表示となっている場合。(画面例6)



(画面例3)

懸賞ポイントサービス会員への登録を希望します。 メールアドレス記入欄:

(※)懸賞ポイントサービス会員に対しては、提携サイトからの広告メールを送信することとなります。

提携サイトの一覧はこちらです。

<http://www.〇〇〇.co.jp/fashion/> (ファッション関係)  
<http://www.〇〇〇.co.jp/electric/> (家電関係)  
<http://www.〇〇〇.co.jp/magazine/> (雑誌関係)

(画面例4)

相性占いの結果の送信を希望します。 メールアドレス記入欄:

〇〇

---

なお、本サイトに登録頂くと姉妹サイトにも登録されます。

〇〇



**姉妹サイト一覧**

<http://www.〇〇〇.co.jp/game/>  
<http://www.〇〇〇.co.jp/art/>  
<http://www.〇〇〇.co.jp/sports/>

