

平成28年改正特定商取引法について

平成29年11月
消費者庁 取引対策課

目次

I 基礎・背景情報

1. 現行法の概要
2. 平成28年改正の背景
3. 平成28年改正の経緯

II 平成28年改正の内容

 平成29年12月1日施行

1. 行政規制の新設及び民事ルールの拡充
2. 法執行力の強化

I 基礎・背景情報

- 1. 現行法の概要**
- 2. 平成28年改正の背景**
- 3. 平成28年改正の経緯**

1. 現行法の概要

訪問販売など消費者トラブルを生じやすい特定の取引類型を対象に、トラブル防止のルールを定め、事業者による不公正な勧誘行為等を取り締まることにより、消費者取引の公正を確保するための法律
(旧称: 訪問販売等に関する法律)

(1) 本法律の対象となっている取引類型

(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

▶ 自宅等への訪問販売、キャッチセールス、アポイントメントセールス(電話等で販売目的を告げずに事務所等に呼び出して販売) 等

(事業者と対面して商品や販売条件を確認できない)

2. 電話勧誘販売

▶ 電話で勧誘し、申込を受ける販売

3. 通信販売

▶ 新聞、雑誌、インターネット等の広告による場合など、郵便、電話等の通信手段により申込を受ける販売

(長期・高額 of 負担を伴う)

4. 特定継続的役務提供

▶ 長期・継続的な役務の提供とこれに対する高額 of 対価を約する取引(エステ、語学教室、家庭教師、学習塾、結婚相手紹介サービス、パソコン教室)

(ビジネスに不慣れな個人を勧誘する)

5. 連鎖販売取引

▶ 個人を販売員として勧誘し、さらに次の販売員を勧誘させる形で、販売組織を連鎖的に拡大して行う商品・役務の販売

6. 業務提供誘引販売取引

▶ 「仕事を提供するので収入が得られる」と誘引し、仕事に必要であるとして、商品等 を 売って金銭負担を負わせる取引

(消費者が自ら求めないのに、購入の勧誘を受ける)

7. 訪問購入

▶ 消費者の自宅等を訪問し、物品を購入するいわゆる「押し買い」

1. 現行法の概要（続き）

（2）行為規制

被害拡大防止のためルールが設けられ、法違反に対しては、指示命令、業務停止命令といった行政処分又は罰則の適用

- | | |
|----------------|--|
| i) 氏名等の明示の義務 | 勧誘開始前に目的や事業者名などを消費者等に告げることを義務づけ |
| ii) 不当な勧誘行為の禁止 | 不実告知（虚偽説明）、重要事項の不告知や威迫困惑を伴う勧誘行為等を禁止、再勧誘の禁止、迷惑勧誘等の禁止 |
| iii) 広告規制 | ① 広告に重要事項の表示を義務づけ（通信販売では返品特約等）
② 虚偽・誇大な広告を禁止
③ 請求や承諾なしに電子メール広告を送信することを禁止 |
| iv) 書面交付義務 | 契約締結時等に、重要事項を記載した書面を交付することを義務づけ |
| v) 告知義務 | 訪問購入業者は、クーリング・オフ期間は物品の引渡しを拒むことができる旨を告げることを義務付け |

（3）民事ルール

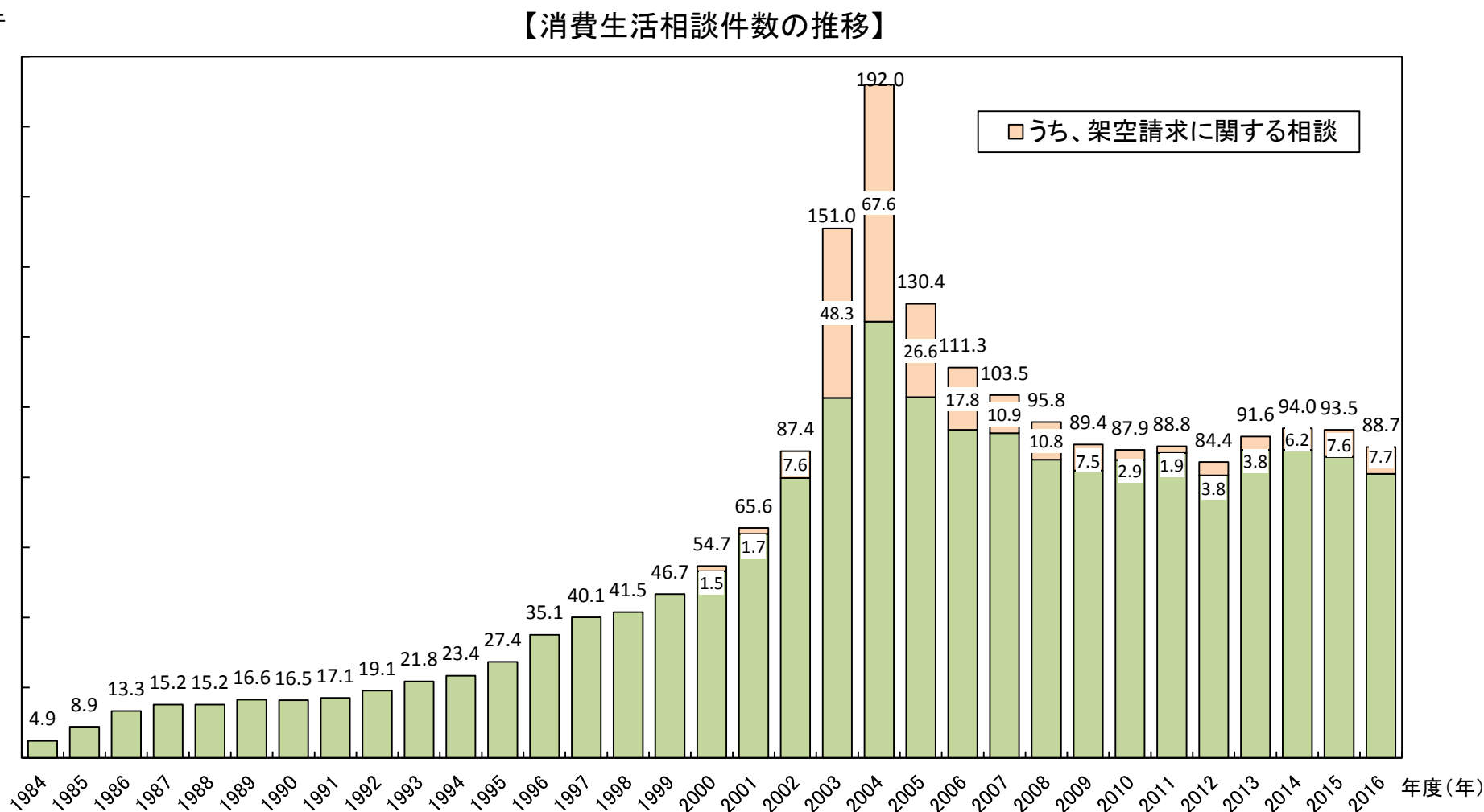
行政規制とは別に、消費者による契約の解除などの民事ルールが設けられている

- | | |
|-----------------|---|
| i) クーリング・オフ | 契約後一定の期間、無条件で解約することが可能 <ul style="list-style-type: none">・ 訪問販売、電話勧誘販売、特定継続的役務提供、訪問購入は8日間・ 連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引は20日間・ 訪問購入では、クーリング・オフ期間中物品の引渡しを拒むことが可能 |
| ii) 中途解約・過量販売解除 | 特定継続的役務提供・連鎖販売取引では、クーリング・オフに加えて、将来に向かって契約解除が可能（中途解約）
訪問販売では、購入者にとって特別の事由なく、通常必要とされる分量を著しく超える契約をした場合、解除が可能（過量販売解除） |

2. 平成28年改正の背景

近年の消費生活相談件数は、年間約90万件と高水準で推移

【消費生活相談件数の推移】



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2017年3月31日までの登録分)。

2. 1984～2006年度は、国民生活センター「消費生活年報2016」による「年度」データを集計。2007～2016年は「年」データを集計。

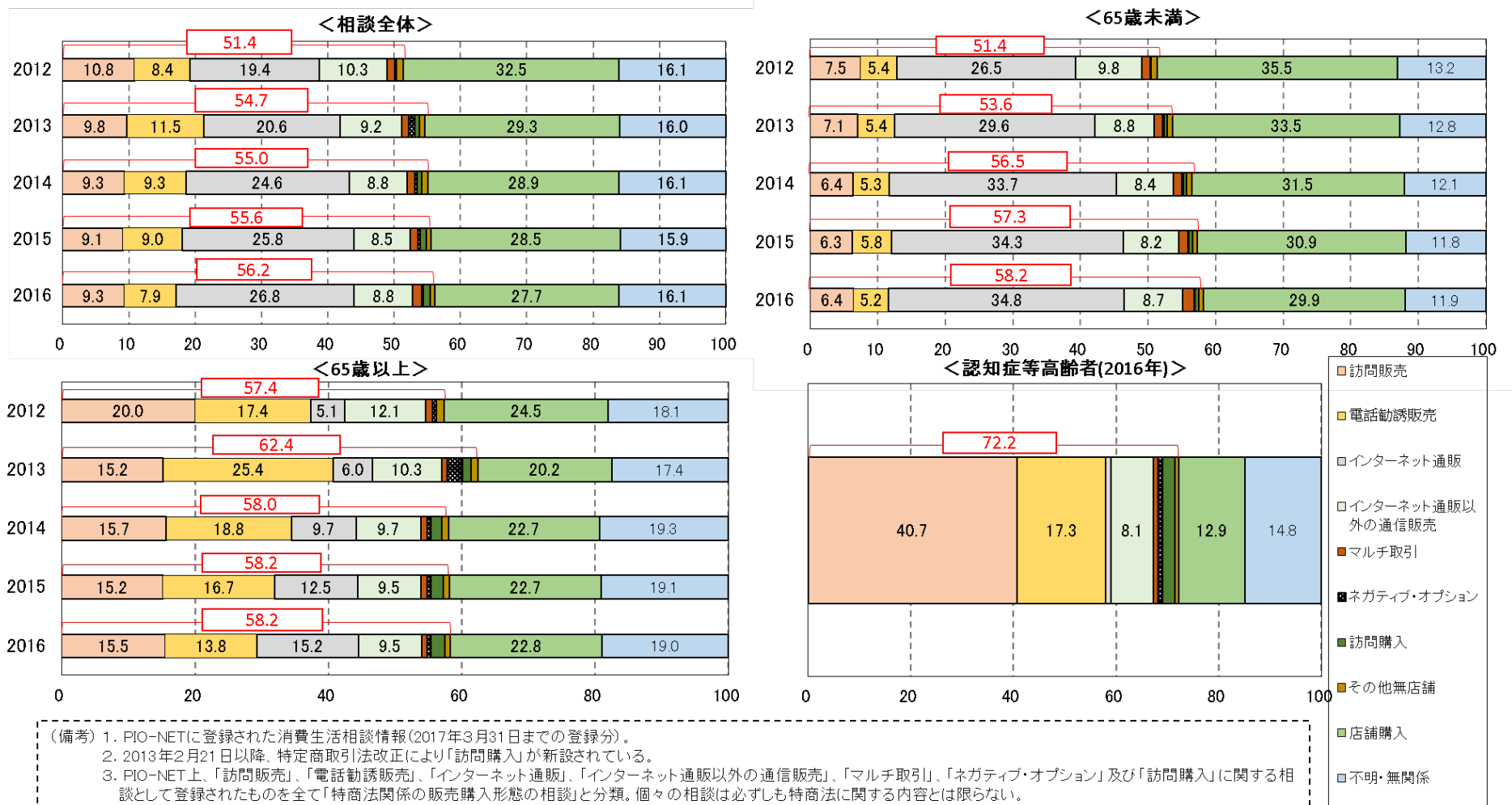
3. 「架空請求」とは、身に覚えのない代金の請求に関するもの。2000年度から集計。

2. 平成28年改正の背景(続き)

- ◆ 全相談数のうち**6割近く**が特商法関係の販売購入形態の相談。うち、認知症等高齢者については、特商法関係の販売購入形態の相談が全体の**7割以上**
- ◆ 65歳以上の高齢者や認知症等高齢者は、特に**訪問販売・電話勧誘販売**の相談割合が高い

【販売購入形態別相談割合の推移】

※**赤字**は特商法関係の販売購入形態の相談の合計



3. 平成28年改正の経緯

平成21年12月

平成20年改正特定商取引法の施行

・ 附則第8条：改正法の施行後5年を経過した場合において「同法の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずる」

平成24年8月

特定商取引法の改正（訪問購入に関する規律の導入等、翌25年2月施行）

平成27年1月

内閣総理大臣より消費者委員会に対する諮問

・ 「法の施行状況を踏まえた購入者等の利益の保護及び特定商取引の適正化を図るための規律の在り方について」

消費者委員会特定商取引法専門調査会

・ 同年12月まで計18回の調査審議

平成28年1月

内閣総理大臣に対する答申

改正法案を第190回通常国会に提出（3月）

同年6月

改正法が全会一致で成立、公布（平成28年法律第60号）

平成29年6月

改正施行令及び施行規則の公布

同年12月

改正法（施行令・施行規則を含む。）の施行

Ⅱ 平成28年改正の内容



平成29年12月1日施行

1. 行政規制の新設及び民事ルールの拡充

- (1) アポイントメントセールスの誘引方法等の追加【訪問販売等】
- (2) 規制対象の拡大（指定権利制の見直し）【訪問販売等】
- (3) 金銭借入や預貯金の引出し等に関する禁止行為の導入【訪問販売等】
- (4) 取消権の行使期間の伸長【訪問販売等】
- (5) ファクシミリ広告への規制の導入【通信販売】
- (6) 定期購入契約に関する表示義務の追加・明確化【通信販売】
- (7) 過量販売規制の導入【電話勧誘販売】
- (8) 美容医療契約の特定継続的役務提供への追加

2. 法執行力の強化

- (1) 業務禁止命令の新設
- (2) 業務停止命令の期間の伸長
- (3) 罰則の引上げ
- (4) その他の事項

1. 行政規制の新設及び民事ルールの拡充

(1) アポイントメントセールス等の誘引方法の追加 (施行規則第11条の2)



アポイントメントセールスとは...

- ・ **訪問販売の一形態**であり、**以下の①又は②の方法で誘引**した者と営業所等で売買契約等を締結するもの。
 - ① 契約締結について勧誘目的であることを告げずに**来訪を要請**
 - ② 他の者と比べて著しく有利な条件で契約締結ができる旨を告げて**来訪を要請**
- ・ **来訪を要請**する手段としては、現行の政令において、**電話、郵便、電子メール、FAX、ビラ・パンフレットの配布、住居訪問**等が指定

近年、**SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス)** 等、政令で指定されている媒体以外の媒体による来訪要請からの消費者トラブルが増加



！ いわゆる**SNSのメッセージ機能等**により営業所その他特定の場所への来訪を要請する方法を**アポイントメントセールス等の誘引方法に追加**

→ 特定の個人に対して送信するもののほか、SNS内のグループ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

★ その他、下記について通達により解釈を明確化

政令で定める方法で誘引した者に対し、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、勧誘する意図を一切告げないまま来訪要請を継続的行った場合(※)はアポイントメントセールスの誘引方法に該当する(アポイントメントセールスに該当する場合は訪問販売の規制が適用される)。

※「継続的に」とは、「当初の来訪要請から継続的に」の意であり、政令で定める方法により誘引した者に対し別の日に特定の場所へ来訪を要請する場合のほか、複数回(複数日)に亘って継続的に(勧誘目的を告げないまま)来訪を要請する場合が該当する。

(2) 訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売における規制対象の拡大 (指定権利制の見直し)

(法第2条第4項)

指定権利制とは…

- ・ 訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売において、「施設を利用し又は役務の提供を受ける権利」のうち以下を指定し、規制対象としていた。
 - ① 保養のための施設又はスポーツ施設を利用する権利(例：リゾート会員権、ゴルフ会員権)
 - ② 映画、観劇、音楽等を鑑賞・観覧する権利(例：映画チケット、演劇チケット)
 - ③ 語学の教授を受ける権利(例：英会話サロン利用権)



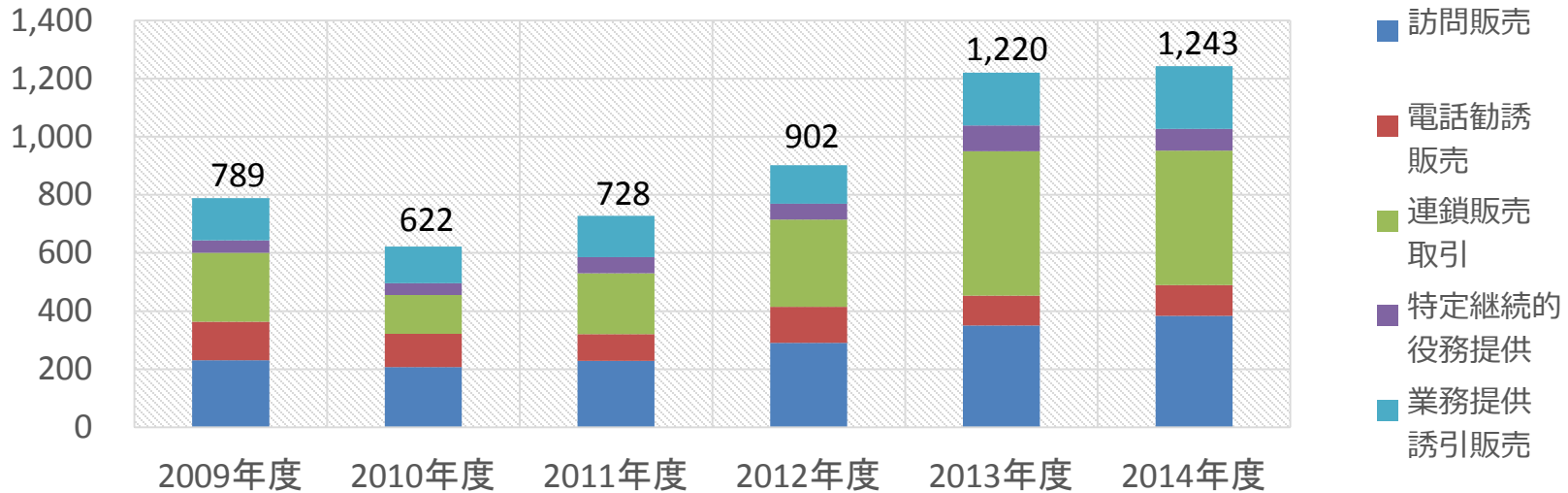
未公開株や社債、CO2排出権取引等の投資商品に関する訪問販売及び電話勧誘販売に関するトラブルが増加

!

- ・ **従来の指定権利のほか、社債等の金銭債権、株式等の社員権を規制対象に追加し、これらを併せて名称を「特定権利」とした（「指定権利」の名称は撤廃）。**
- ・ 「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」といった**「権利の販売」と称するもの**について、**その実態が労務又は便益の提供**（例えば、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場合）であれば、**「役務の提供」に該当し、特商法の対象となる**ことを通達で明確化

(3) 金銭借入や預貯金の引出し等に関する禁止行為の導入（施行規則第7条第6号等）

契約の締結に際し、事業者が消費者に**借金を勧める（強要する）行為**や、金融機関に同行し**預貯金を下ろさせる行為**等に関する相談件数が増加



出典：内閣府消費者委員会特定商取引法専門調査会報告書（平成27年12月）

！ 訪問販売等に係る売買契約等の相手方に対し、契約に基づく債務を履行させるため、**以下の行為を行うことを禁止**

- ① 契約の相手方の年収、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（信用購入あっせんに係る債務の支払の状況等）について**虚偽の申告**をさせること
- ② 契約の相手方の意に反して貸金業者の営業所、銀行の支店その他これらに類する場所（ATM等）に**連行する**こと
- ③ 契約の相手方に個別クレジット契約若しくは金銭の借入れに係る契約を締結させ、又は預貯金を引き出させるため、**迷惑を覚えさせるような仕方**でこれを勧誘すること（例：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）



(4) 取消権の行使期間の伸長 (法第9条の3第4項等)

！ 事業者が勧誘の際に不実告知又は事実不告知をしたことにより、消費者が誤認して契約した場合の取消権の行使期間について、**追認できるとき(※1)から1年間(改正前は6月間)**(※2)に伸長する。

※1 消費者が誤認していたことに気づいたとき

※2 「契約締結時から5年間」は従来どおり

(クーリング・オフとは異なり、契約書面等の受領日が起算日ではない)

【参考】

不実告知の例 (法6条第1項)

- 住宅リフォームの勧誘において、**事実 に反して**、
「床下が腐っていてこのままでは家が倒れてしまう。床下換気扇の設置が必要。」
「屋根が一部壊れている。このままにしておくと雨漏りをする。」と**告げる行為**
- 給湯器の販売勧誘において、**事実 に反して**、
「不具合が発生していて、このまま使用し続けると発火して火事になるかもしれない。」
と**告げる行為**



消費者が**告げられた内容が事実であると誤認**して契約した場合、契約の取消しが可能

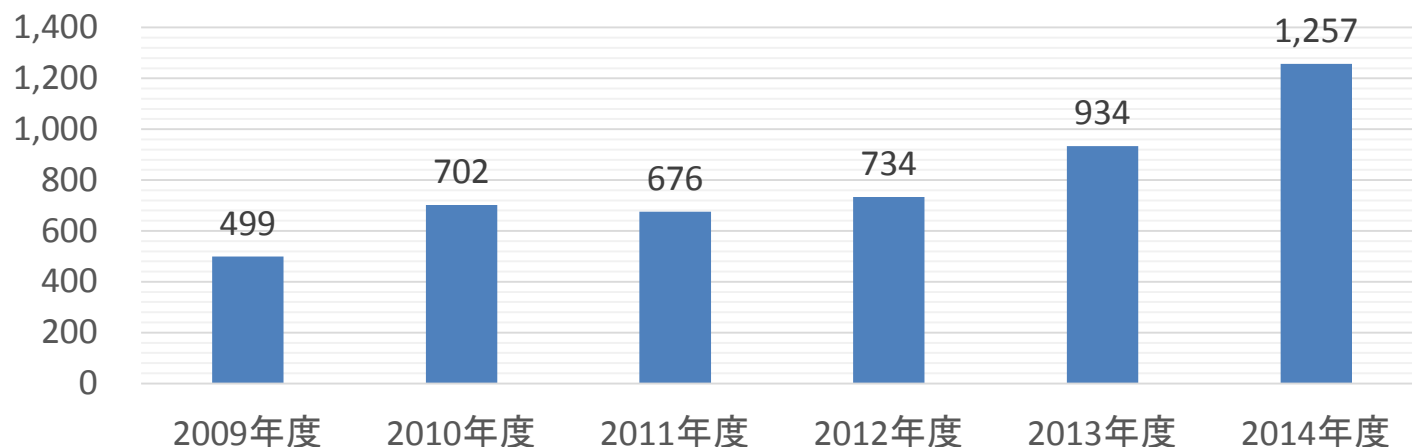
事実不告知の例 (法第6条第2項)

- 18ホールのゴルフ場の会員権を販売する際に、会員が1万人もいることを**故意に告げない行為**
- リゾートクラブ会員権について1室当たり換算会員数が100人もいることを**故意に告げない行為**

消費者が**告げられていない内容が存在しないと誤認**して契約した場合、契約の取消しが可能

(5) 通信販売におけるファクシミリ広告への規制の導入（法第12条の5）

ファクシミリを用いた通信販売の広告に関する消費者の苦情相談件数が増加



出典：内閣府消費者委員会特定商取引法専門調査会報告書（平成27年12月）



通信販売のファクシミリ広告の送信について**請求や承諾をしていない消費者に対するファクシミリ広告の送信を原則禁止**（オプトイン規制）

具体的には・・・（次ページ以降参照）

- ① 請求や承諾を得ていない消費者に対するファクシミリ広告の原則禁止
- ② 消費者から請求や承諾を受けたことの記録の保存義務
- ③ ファクシミリ広告の送信を拒否する方法の表示義務と、ファクシミリ広告の送信を拒否した消費者への送信禁止

※なお、電子メール広告については平成20年改正でオプトイン規制を導入

(5) 通信販売におけるファクシミリ広告への規制の導入 (続き)

【規制①】

請求や承諾を得ていない消費者に対するファクシミリ広告の原則禁止
(法第12条の5第1項)

- 「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

例えば、以下のような場合は、承諾を取得しているとはいえない

- 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
- 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

望ましい承諾等の取得方法の例 ※次ページの規制②（記録保存義務）も参照のこと

- a. 請求や承諾を得るにあたり、**定型的な様式**（ウェブ上の承諾取得のフォーマットや、アンケート用紙など、一定の様式のこと）を表示し、又は用いていること。
- b. 当該定型的な内容の表示が、消費者にとって当該ファクシミリ広告の請求や承諾となるものであることが**容易に認識できるように表示**してあること
- c. 個々の消費者から得た請求又は承諾に関する情報を、**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**

→ 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る場合や、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

(5) 通信販売におけるファクシミリ広告への規制の導入 (続き)

【規制②】

消費者から請求や承諾を受けたことの**記録の保存義務**

- それぞれの消費者ごとに請求や承諾を得たことを示す書面または電子データの記録を、ファクシミリ広告を送信した日から**1年間保存**する必要がある。(法第12条の5第3項)
- ただし、前ページのa～cの条件を全て満たす場合は、消費者からの請求や承諾を得るために表示した定型的な内容を示す書面または電子データなどの記録とその内容が表示された時期を示す記録を保存することで足りる。(施行規則第11条の10第1項)

【規制③】

ファクシミリ広告の送信を**拒否する方法の表示義務**と、ファクシミリ広告の送信を**拒否した消費者への送信禁止**

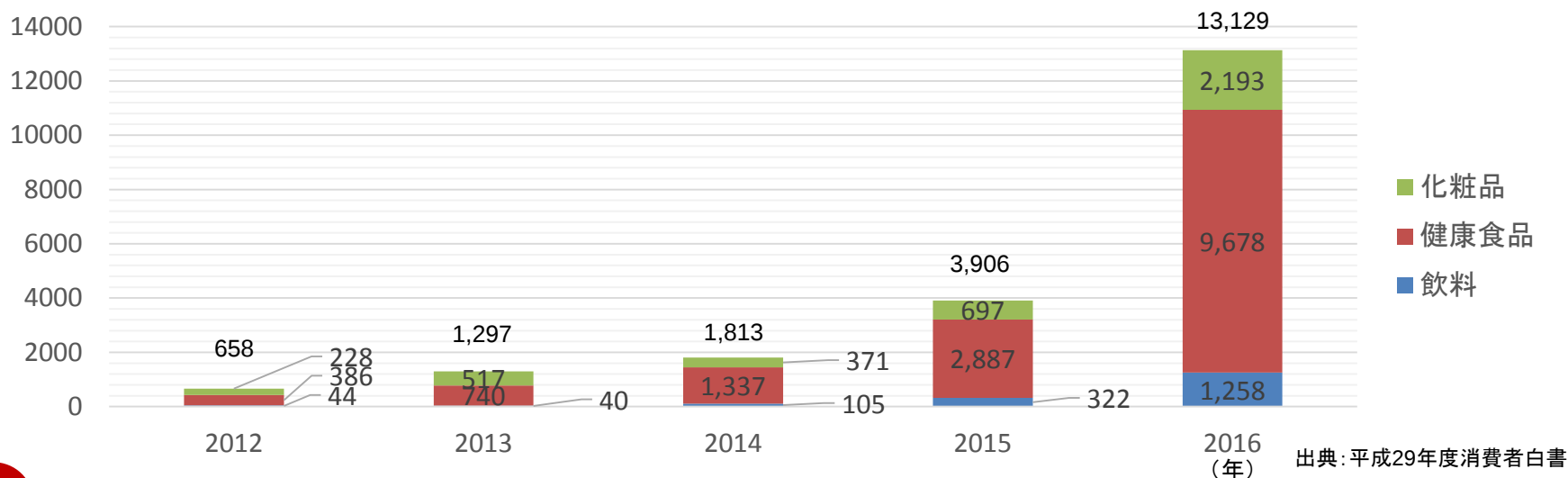
- 消費者の請求や承諾に基づいて送信するファクシミリ広告には、消費者がファクシミリ広告を**拒否するために必要な事項**(送信停止のファクシミリ番号)を、**容易に認識できるように表示**しなくてはならない。(法第12条の5第4項)
- ファクシミリ広告を拒否した消費者には、それ以後ファクシミリ広告を**送ってはならない**。(法第12条の5第2項)

なお、以下の場合には請求や承諾を得ていなくてもファクシミリ広告を送信することができる

- 「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(法第12条の5第1項第2号、施行規則第11条の8)
- 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(施行規則第11条の9)

(6) 定期購入契約に関する表示義務の追加・明確化（施行規則第8条第7号等）

ホームページ等で「1回目90%OFF」「初回実質0円（送料のみ）」など通常価格より低価格で購入できることを広告する一方で、数か月間の**定期購入が条件となっている**健康食品や化粧品等の**通信販売**に関する相談が増加



！
いわゆる定期購入契約に関しては、通信販売の広告やインターネット通販における申込み・確認画面上に、**定期購入契約である旨及び金額（支払代金の総額等）、契約期間その他の販売条件（※）を表示する義務**

※それぞれの商品の引渡時期や代金の支払時期等

※ インターネット通販における具体的なケースについては、**改正ガイドライン**に例示（次ページ参照）

【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】

(6) 定期購入契約に関する表示義務の追加・明確化（「ガイドライン」）

通信販売においては、顧客の意に反して売買契約の申込みをさせようとする行為は禁止

◎上記行為に該当しないと考えられる例

例1 申込みの**最終確認画面**に申込者が締結することとなる定期購入契約の**主な内容(※)**が**全て**表示され、その画面上で「**この内容で注文する**」といったボタンをクリックしてはじめて申込みになる場合

(主な内容とは…)

契約期間(商品の引渡しの回数)、消費者が支払うこととなる金額(各回ごとの商品の代金、送料及び支払総額等)及びその他の特別の販売条件がある場合にはその内容

例2 「**注文内容を確認する**」といったボタンをクリックすることにより定期購入契約の**主な内容が全て表示**され、当該操作を行ってはじめて申込みが可能となっている場合

注文内容確認

注文内容を確認し、注文を確定してください(これが最後の手続きです。)
下記の注文内容が正しいことを確認してください。
[注文を確定する]ボタンをクリックするまで、実際の注文は行われません。

○注文明細 **変更**

商品名 (定期購入コース)	〇〇定期購入 (5か月間購入コース)	備考
商品価格	1,000円(税抜) 3,000円(税抜)	初回(月)分 第2回～第5回分
送料	2,500円(税込)	5か月分
消費税	1,040円	
総額	16,540円(税込)	5か月間購入コース

○お届け先 **変更**

消費 太郎
〒100-xxxx
東京都千代田区霞が関x-x-x

○発送方法: 宅配便 **変更**

○支払方法 **変更**
△△カード xxxxx-xxxx
有効期限: 06/2020

[TOPに戻る](#) (注文は確定されません)

注文を確定する

注文内容確認

注文内容を確認し、注文を確定してください。
下記の注文内容が正しいことを確認してください。
[注文を確定する]ボタンをクリックするまで、実際の注文は行われません。

○注文内容 **変更**

商品名 〇〇定期購入コース(5か月間定期購入コース)
商品価格 1,000円(税抜)
送料 500円(税込)
消費税 80円
総額 1,580円(5か月コースのうち初月分・税込)

5か月間定期購入コースの内容を確認する。
(内容を確認するまでは申込みができません。)

- ・ 〇〇定期購入コースは5か月間の定期購入契約となり、総額16,540円になります。
- ・ 初(月)回のみ、お支払額は1,580円(送料・税込)になります。
- ・ 第2回から第5回までは1月あたり3,740円(送料・税込)となります。
- ・ 初月を含めた5か月間の支払額の合計は16,540円になります。

○お届け先 **変更**

消費 太郎
〒100-xxxx
東京都千代田区霞が関x-x-x

○発送方法: 宅配便 **変更**

○支払方法 **変更**
△△カード xxxxx-xxxx

[TOPに戻る](#) (注文は確定されません)

注文を確定する

(6) 定期購入契約に関する表示義務の追加・明確化（「ガイドライン」（続き））

通信販売においては、**顧客の意に反して売買契約の申込みをさせようとする行為は禁止**

×上記行為に**該当する**と考えられる例

例3

申込みの最終段階の画面上において、定期購入契約の主な内容の全てが**表示されていない場合**

申込みの最終段階の画面上において、定期購入契約の主な内容の全てが容易に認識できないほどその一部が**離れた場所に表示されている場合**

〇〇コース 初回特別価格	
通常価格 3,000円(税抜) → 1,000円(33%OFF!)	

商品説明

1 ○○
 2 ○○

○注文明細 変更	○お届け先 変更
商品名 〇〇コース 商品価格 1,000円(税抜) 送料 500円(税込) 消費税 80円 総額 1,580円(税込)	消費 太郎 〒100-××××× 東京都千代田区霞が関×-×-×

○発送方法: 宅配便 変更	○支払方法 △Δカード ××××-××× 変更
---	--

TOPに戻る(注文は確定されません)
 注文を確定する

- 〇〇コースは5か月間の定期購入契約となります。
- 5か月間の定期購入を条件に、初(月)回が1,580円(送料・税込)になります。
- 第2回から第5回までは1月あたり3,740円(送料・税込)になります。

例4

申込みの最終段階の画面上において、定期購入契約の主な内容が全て表示されず、又はその一部が容易に認識できないほど離れた場所に表示されており、これを確認及び訂正するための手段（「注文内容を確認する」などのボタンの設定や、「ブラウザの戻るボタンで前に戻ることができる」旨の説明）も提供されていない場合

ステップ1

〇〇コース 初回特別価格
通常価格 3,000円(税抜) → 1,000円

商品説明
 1 ○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○
 2 ○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

お届け先等を記入ください。

氏名:

郵便番号: —

住所:

支払方法:

配送方法: ▼

[次の画面へ](#)

ステップ2

- ・ 〇〇コースは5か月間の定期購入を条件とする。
- ・ 5か月間の定期購入を条件とする。
- ・ 第2回から第5回までは1,000円(税込)で継続利用可能。

注文内容確認

注文内容を確認し、注文を確定してください。
 下記の注文内容が正しいことを確認してください。
 [注文を確定する]ボタンをクリックするまで、実際の注文は行われません。

商品名	〇〇コース
商品価格	1,000円(税抜)
送料	500円(税込)
消費税	80円
総額	1580円(税込)

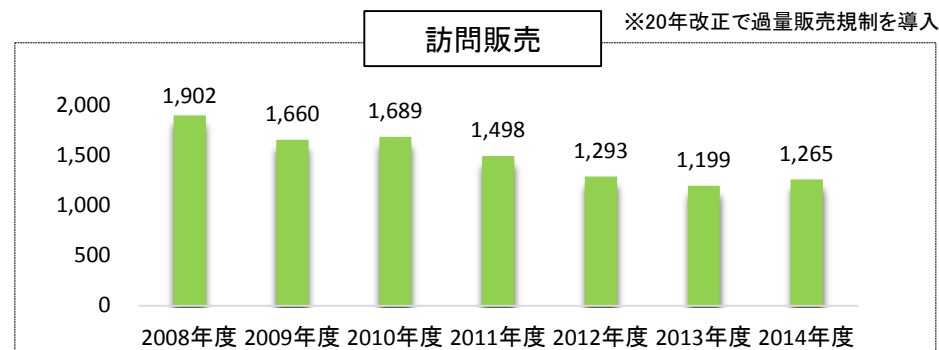
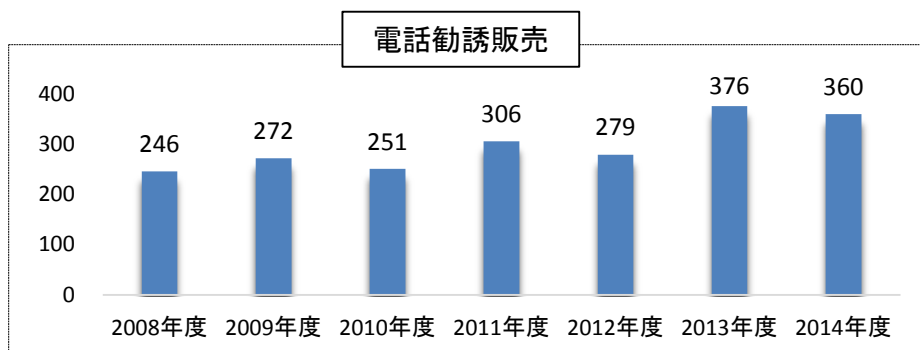
〇お届け先
 消費 太郎
 〒100-××××
 東京都千代田区霞が関×-×-×

〇発送方法: 宅配便
〇支払方法
 △△カード × × × × - × × ×
 有効期限: 06/2020

注文を確定する

(7) 電話勧誘販売における過量販売規制の導入 (法第22条、法第24条の2)

電話勧誘販売において、健康食品や化粧品等の**過量販売**に関する苦情相談件数が増加



※20年改正で過量販売規制を導入

出典: 内閣府消費者委員会特定商取引法専門調査会報告書(平成27年12月)



電話勧誘販売における、**消費者がその日常生活において通常必要とする分量を著しく超える商品の売買契約等(※)**について、

- (1) **行政処分の対象**とするとともに、
- (2) 消費者は**申込みの撤回又は契約の解除**を行うことができるようにする

(※) 具体的には、以下の3つの契約について、締結から1年間は解除等が可能 (法第24条の12)

- ① 事業者の**1回の販売行為**により上記の量を超えることとなる契約
- ② 事業者が、**過去の消費者の購入の累積**から、結果的に上記の量を超えることになることを知りながら締結等を行った契約
- ③ 事業者が、既に**上記の量を超えた保有状況**の消費者であることを知りながら締結等を行った契約



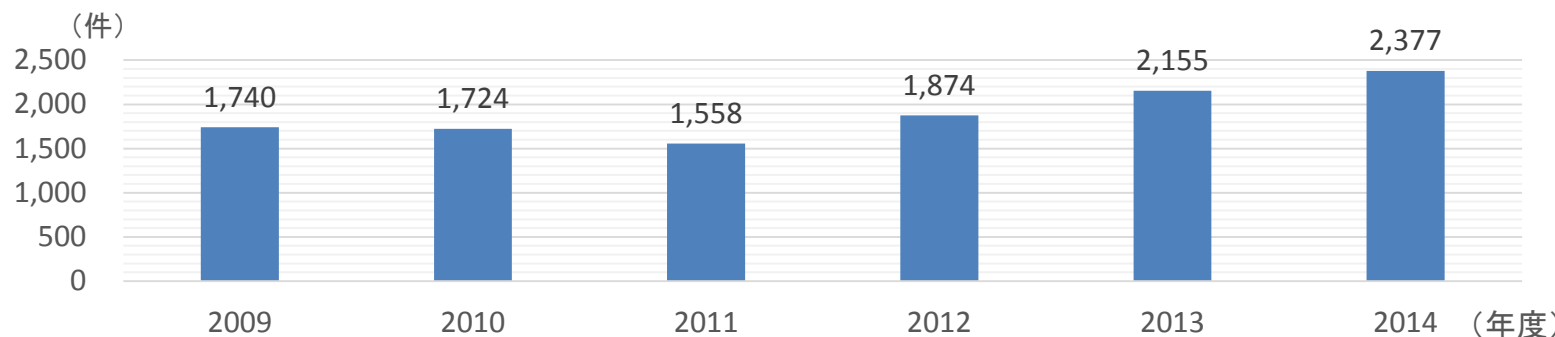
【適用除外】消費者にその契約を締結する特別の事情がある場合
(例えば、親戚に配る目的や一時的に居宅における生活者の人数が増える事情等)

(8) 美容医療契約の特定継続役務提供への追加（施行令別表第4、施行規則第31条の4等）

特定継続的役務提供とは…

- 有償で**一定期間以上にわたり継続的に提供**される**特定の役務**
- 具体的な役務（例：エステ）、期間（1月超）、金額（5万円超）等を政令で規定

政令指定外の**美容医療**に関する相談（特に契約内容や解約の相談）が増加傾向



出典：内閣府消費者委員会特定商取引法専門調査会報告書（平成27年12月）

一定の美容医療について、1月超かつ5万円超の契約を締結して行うものを特定継続的役務提供の規制対象に追加（具体的な対象役務は下表のとおり）

役務内容	方法
脱毛	光の照射又は針を通じて電気を流すことによる方法（例：レーザー脱毛）
にきび、しみ、そばかす、ほくろ、刺青その他の皮膚に付着しているものの除去又は皮膚の活性化	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（例：ケミカルピーリング）
皮膚のしわ又はたるみの症状の軽減	薬剤の使用又は糸の挿入による方法（例：ヒアルロン酸注射）
脂肪の減少	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（例：脂肪溶解注射）
歯牙の漂白	歯牙の漂白剤の塗布による方法（例：ホワイトニングキットを用いたホワイトニング）



(8) 美容医療契約の特定継続役務提供への追加 (続き)

！美容医療の関連商品を以下のとおり規定。

- ① いわゆる健康食品
- ② 化粧品
- ③ マウスピース（歯の漂白のために用いられるもの）及び歯の漂白剤
- ④ 医薬品、医薬部外品（美容を目的とするもの）

- 関連商品とは、**役務の提供を受けるにあたり購入する必要がある商品**(※)であり、クーリング・オフや中途解約の際、併せて売買契約の解除が可能
- ただし、いわゆる消耗品(美容医療の関連商品は全て消耗品)については、使用又は消費した場合は売買契約の解除ができない

※役務提供事業者が販売、代理、媒介のいずれかを行うもの。

【参考】中途解約時における損害賠償額等の上限（法第49条第2項）

1. 中途解約時、既に役務(サービス)を行っていた場合

事業者が請求できる金額の上限は、以下の①②の合算

- ①提供済みの役務(サービス)の対価に相当する額
→精算に用いる単価は、契約締結の際の単価が上限。
- ②通常生ずる損害の額として政令で定める額
→美容医療については、**5万円又は契約残額の20%に相当する額のいずれか低い額**

2. 中途解約時、役務(サービス)の提供開始前だった場合

美容医療については、事業者が請求できる金額の上限は **2万円**。

2. 法執行力の強化

(1)業務禁止命令の創設（法第8条、第8条の2等）

近年、業務停止命令を受けた法人の役員等が、**処分後直ちに別の法人を立ち上げる**こと等により、実質的に業務を継続する事案など、**悪質な事案**が発生



業務停止を命ぜられた個人事業主、法人の**役員及び政令で定める使用人（※1）等**に対して、停止の範囲内の業務を**新たに法人を設立して継続すること等（※2）を禁止**

- ※1 ①営業所等の業務を統括する者（例：営業所長）
②業務停止命令の対象となる業務を統括する者（例：外販部長）
- ※2 当該業務を営む既存法人の当該業務を担当する役員となることを含む。

【イメージ】

A 社（健康食品の電話勧誘販売）

※特商法違反によりA社に対して業務停止命令（新規勧誘等の禁止）

※A社への業務停止命令後に新たに会社を設立し、人やノウハウ等に移転

B 社（A社の元取締役Xを代表取締役として設立）

※健康食品の電話勧誘販売

C 社（A社の元営業部長Yが取締役に就任）

※健康食品の電話勧誘販売

(2)業務停止命令の期間の伸長（法第8条等）



悪質事業者に対応するため、停止期間の最長は**1年から2年**に

(3)罰則の引上げ (法第70条、第74条等)

(主な事項)

- 不実告知等に対する**法人への罰金**を300万円以下から **1億円以下**に引上げ
- 業務停止命令違反に対する**懲役刑の上限**を2年から **3年**に引上げ 等

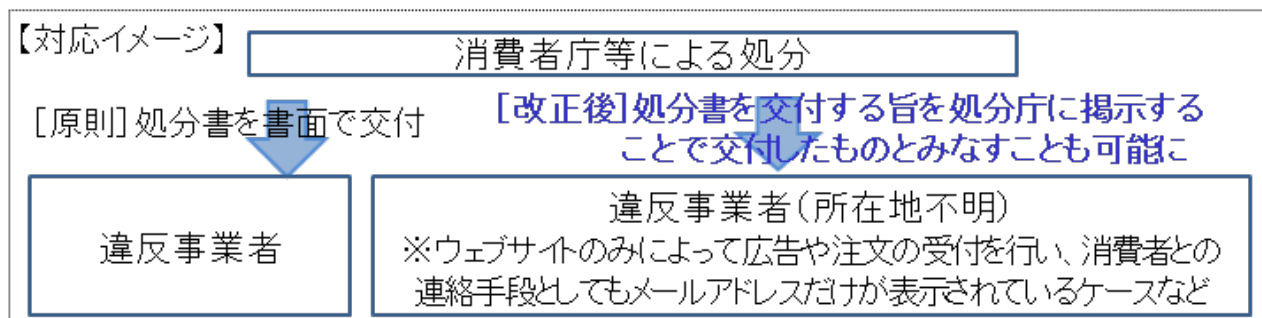
(改正箇所は青字)

構成要件	改正前		改正後	
	個人	法人	個人	法人
禁止行為Ⅰ (不実告知、事実不告知、 威嚇困惑)	3年以下の懲役又は300万円以下の罰金	300万円以下の罰金	3年以下の懲役又は300万円以下の罰金	1億円以下 の罰金
禁止行為Ⅱ (目的隠匿型誘引行為)	1年以下の懲役又は200万円以下の罰金	200万円以下の罰金	3年以下 の懲役又は 300万円以下 の罰金	1億円以下 の罰金
業務停止命令違反	2年以下の懲役又は300万円以下の罰金	3億円以下の罰金	3年以下 の懲役又は300万円以下の罰金	3億円以下の罰金
業務禁止命令違反	—	—	3年以下 の懲役又は 300万円以下 の罰金	3億円以下 の罰金
指示違反	100万円以下の罰金	100万円以下の罰金	6月以下 の懲役又は100万円以下の罰金	100万円以下の罰金
検査忌避 (報告徴収・質問等)	100万円以下の罰金	100万円以下の罰金	6月以下 の懲役又は100万円以下の罰金	100万円以下の罰金
書面不交付等	100万円以下の罰金	100万円以下の罰金	6月以下 の懲役又は100万円以下の罰金	100万円以下の罰金

(4)その他の事項

①所在地不明の違反事業者に対する公示送達による処分（法第66条の5）

- 違反事業者の所在地が不明な場合、処分書を交付する旨を一定期間掲示することにより事業者に交付されたものとみなし（**公示送達**により）、処分を可能とする



②指示に関する規定の整備（法第7条等）

- 事業者に対して、消費者利益を保護するために必要な措置を指示できることを明示
- 指示を行った際の公表を義務化

消費者利益を保護するために必要な措置の指示の例

電話勧誘販売により健康食品を売っていた販売業者が、事実と反して「この健康食品を摂取することで、病気の治療又は病状の改善ができる」と告げており、不実告知として行政処分を受けた場合

→ 行政処分を受けた旨を購入者に通知することを指示。

(→ 購入者が不実告知取消権を行使することを後押し)

③「密接関係者」の追加（施行令第17条の2）

- 立入検査及び報告徴収の対象となる密接関係者に、販売業者等の親法人等を追加。

④立入検査の際の「質問権」の導入（法第66条）

- 事業者に対して立入検査を行う際、行政庁の職員が従業員その他の関係者に対して質問を行うことができることを確認的に規定

本資料は平成28年改正特定商取引法の概要を分かり易く説明するために作成したものです。
内容の正確な理解のため、必ず条文も併せて御参照ください。