

執筆者:

E-mail✉ [森田 多恵子](mailto:soneda@nishimura-asahi.com)E-mail✉ [角田 龍哉](mailto:tsumoto@nishimura-asahi.com)

1. はじめに

当事務所の DX Law ニュースレター [2021年2月3日号](#) 及び [2021年5月21日号](#) にて紹介したとおり、取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売(特商法 2 条 2 項¹⁾)に係る取引の適正化及び紛争の解決の促進のため、2021年4月28日、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(以下「取引デジタルプラットフォーム法」といいます。)²⁾ が可決・成立し、同年5月10日に公布されました³⁾。

その後、取引デジタルプラットフォーム法に関して、同法 2 条 1 項 2 号に基づく取引デジタルプラットフォームの範囲を定める政令に加え、同法 3 条 2 項に基づく情報開示の範囲・方法や、4 条 1 項 1 号に基づく要請の対象事項、5 条に基づく開示請求の範囲や方法を定める内閣府令、及び同法 3 条 3 項に基づく自主的取組に関する指針の案が同年 12 月にそれぞれ公表されました⁴⁾(以下それぞれ「施行令案」、「施行規則案」、「本指針案」といいます。)

さらに、特定商取引に関する法律(以下「特商法」といいます。)、特定商品等の預託等取引契約に関する法律(以下「預託法」といいます。)⁵⁾等を改正する、「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」(以下「特商法等改正法」といいます。)⁶⁾も同年6月9日に可決・成立し⁷⁾、同月16日に公布されました。その後同年12月には、特商法の改正に伴うガイドラインの案が公表され⁸⁾、2022年1月4日には特商法施行令等の一部を改正する法律が公布されています。

本稿は、これらの施行令案等の内容も踏まえて、当事務所の DX Law ニュースレター [2021年5月21日号](#) をアップデートするものです。

2. 取引デジタルプラットフォーム法の施行準備

(1) 取引デジタルプラットフォーム法の適用対象

取引デジタルプラットフォーム法は、以下の要件を満たす「取引デジタルプラットフォーム」を、事業として、単独で又は共同して提供する者(以下「取引デジタルプラットフォーム提供者」といいます。)⁹⁾に対して適用されます(2 条 1 号・2 号、2 項(以下単に条文番号を挙げる場合は取引デジタルプラットフォーム法の条文を指します)、施行令案 1 号・2 号)。

① 特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律(以下「取引透明化法」といいます。)¹⁰⁾ 2 条 1 項で定義

¹⁾ 販売業者又は役務提供事業者が郵便その他の主務省令で定める方法により売買契約又は役務提供契約の申込みを受けて行う商品若しくは特定権利の販売又は役務の提供であって電話勧誘販売に該当しないもの。

²⁾ <https://www.sangiin.go.jp/japanese/joho1/kousei/gian/204/pdf/s0802040532040.pdf>

³⁾ <https://public-comment.e-gov.go.jp/servlet/Public?CLASSNAME=PCMMSTDETAIL&id=235020021&Mode=0>

⁴⁾ https://www.caa.go.jp/law/bills/assets/consumer_transaction_cms202_210303_03.pdf

⁵⁾ <https://public-comment.e-gov.go.jp/servlet/Public?CLASSNAME=PCMMSTDETAIL&id=235060023&Mode=0>

される「デジタルプラットフォーム」に該当すること。

取引透明化法は、「デジタルプラットフォーム」を、情報を表示することによって異なる利用者グループをつなぐ「場」であること(多面市場)、②コンピュータを用いた情報処理によって構築され、インターネット等を通じて提供されること(オンライン性)、③利用者の増加に伴い他の利用者にとっての効用が高まるという関係を利用していること(ネットワーク効果)という要素によって定義しています。③は、具体的には、(i)オンラインモールやアプリストアのように、出品者と購入者等の異なる利用者グループの間で相互にネットワーク効果が働く場合(いわゆる間接ネットワーク効果)、及び(ii)デジタル広告の配信を伴う SNS のように、一方の利用者グループ(参加者)内部でネットワーク効果が働くとともに(いわゆる直接ネットワーク効果)、それによって他方の利用者グループ(広告主)の効果も高まる場合が規定されています。

② 以下のいずれかの機能を有すること。

ア 当該デジタルプラットフォームを利用する消費者が、その使用に係る⁶電子計算機の映像面に表示される手続に従って当該電子計算機を用いて送信することによって、販売業者等(デジタルプラットフォームの提供者自身を除く。下記イにおいて同じ。)⁷に対し、通信販売に係る売買契約又は役務を有償で提供する契約(以下「役務提供契約」といいます。)の申込みの意思表示を行うことができる機能(いわゆるオンラインモール型)

イ 当該デジタルプラットフォームを利用する消費者が、その使用に係る電子計算機の映像面に表示される手続に従って当該電子計算機を用いて送信することによって、以下のいずれかの方法により、販売業者等の通信販売に係る売買契約又は役務提供契約の相手方となるべき消費者を決定する手続に参加することができる機能(前号に該当するものを除く。)(いわゆるオークションサイト型)

(ア) 競り(施行令案 1 号)、又は

(イ) 当該デジタルプラットフォームにより提供される場において、販売業者等が特定の商品若しくは特定権利の販売価格又は役務の対価を設定し、当該商品若しくは当該特定権利の販売価格又は当該役務の対価により契約の相手方となることを条件として消費者による契約の相手方となることの申出(以下本(イ)において「申出」という。)を誘引し、消費者から当該条件に適合する申出があった場合には、他の消費者の申出にかかわらず最初に当該条件に適合する申出をした消費者を当該契約の相手方と決定する方法(施行令案 2 号)

以上の要件から、事業分野や売上規模にかかわらず、取引デジタルプラットフォーム法の適用対象となるか否かは判断されません。他方で、デジタルプラットフォーム事業者自身が当事者となる取引のほか、ネットワーク効果を利用していないオンラインサービスの提供事業者、CtoC の取引や BtoB の取引を仲介するデジタルプラットフォーム事業者は、取引デジタルプラットフォーム法の適用対象には含まれません。なお、2019 年 12 月に消費者庁に設置された「デジタルプラットフォーム企業が介在する消費者取引における環境整備等に関する検討会」が、2020 年 12 月に公表した報告書骨子案⁸(以下「本報告書骨子案」といいます。)等では、旅行や民泊事業に関しては、適用除外の規定を設ける方向性が示されていたのに対して、取引デジタルプラットフォーム法そのものには盛り込まれませんでした。本指針案では、住宅宿泊仲介業者が住宅宿泊事業法及び標準住宅宿泊仲介業約款において規定されている内容を遵守している場合は、原則として、取引デジタルプラットフォーム法 3 条が定める取引デジタルプラットフォーム提供者の努力義務(後記(2)ア参照)を遵守したものと考えられる旨が明示されています⁹。

他方で、上記検討会が 2021 年 1 月に公表した「デジタルプラットフォーム企業が介在する消費者取引における環境整備等に関する検討会 報告書」(以下「本報告書」といいます。)¹⁰では、まとめサイト、比較サイト等は、取引デジタルプラットフォーム法の適

⁶ 例えば、クラウドサービスにおいてアクセス権限が付与され、これを使用される場面も含まれると考えられます。

⁷ 販売業者又は役務の提供の事業を営む者(自らが提供する取引デジタルプラットフォームを利用して商品若しくは特定権利(特商法 2 条 4 項)の販売又は役務の提供を行う場合におけるものを除く。)(2 条 4 号)を指すため、個人であっても、営利の意思を持って、反復継続して取引をするような活動をしていれば、「販売業者等」に含まれ得ることになります。

⁸ https://www.caa.go.jp/about_us/about/plans_and_status/digital_platform/assets/consumer_system_cms101_201224_02.pdf

⁹ 本指針案 6-7 頁。

¹⁰ https://www.caa.go.jp/about_us/about/plans_and_status/digital_platform/assets/consumer_system_cms101_210201_01.pdf

用対象外となることが示されていました¹¹。ただし、後記(2)エで解説する官民協議会の準備組織にクリエイターエコノミー協会が参加していることも踏まえると、いわゆるオンラインモールやインターネットオークションそのものでなくとも、匿名で活動しているクリエイターが販売業者等に該当するような行為を行う場が、取引デジタルプラットフォームに該当する場合もあり得ると思われる。また、本報告書では、CtoC 取引に対する規律や、SNS を利用して行われる取引やデジタル広告、不正又は悪質なレビューに関する課題、パーソナルデータのプロファイリングに基づく表示について、どのような規律を設けるべきかという点について、継続して検討が行われる旨も示唆されています。

(2) 取引デジタルプラットフォーム法の具体的内容

取引デジタルプラットフォーム法は、その具体的内容として、以下の要素を規定しています。

ア 取引デジタルプラットフォーム提供者の努力義務

取引デジタルプラットフォーム提供者は、その提供する「場」において行われる通信販売に係る取引の適正の確保及び円滑な紛争解決の促進のため、以下の措置を講じる努力義務¹²、及びそれらの措置に関する情報開示の努力義務を負い(3条1項・2項)、内閣総理大臣が、これらの義務の遵守に関する指針を策定・公表するものとされています(3条3項・4項、本指針案)。

- ① 当該取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売に係る取引について、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の措置を講ずること。
- ② 当該取引デジタルプラットフォームにより提供される場における販売業者等による商品若しくは特定権利の販売条件又は役務の提供条件の表示に関し当該取引デジタルプラットフォームを利用する消費者から苦情の申出を受けた場合において、当該苦情に係る事情の調査その他の当該表示の適正を確保するために必要と認める措置を講ずること。
- ③ 当該取引デジタルプラットフォームを利用する販売業者等に対し、必要に応じて、その所在に関する情報その他の販売業者等の特定に資する情報の提供を求めらるること。

まず、上記①については、現状でも、取引デジタルプラットフォーム提供者が提供する連絡システム¹³や、特商法に基づく販売業者等の連絡先の表示(特商法 11 条 5 号、特商法施行規則 8 条 1 号)等を利用して、消費者が販売業者等に連絡することが制度上は可能ですが、基本的な取組みとして、以下が求められています¹⁴。

- ・ 連絡先や連絡手段が、消費者が容易に認識することができるような文字の大きさ・方法をもって、容易に認識することができるような場所に示されていること、及び
- ・ 消費者が合理的な期間にわたり、社会通念に照らして相当な時間帯において、必要に応じ販売業者等と連絡が取れるようにすること。

次に、上記②については、基本的な取組みとして、消費者が苦情の申し出を行いやすい仕組みを設けるとともに、消費者から苦情の申し出を受けた場合には、取引デジタルプラットフォーム提供者が、当該苦情に係る事情の調査を行うこと等が求められています¹⁵。

¹¹ これらと同様に、情報提供のみを行うことを目的としたメタサイトも、通信販売に該当せず、取引デジタルプラットフォームに該当しないと思われます。この他に、購入型ではなく、貸付型や寄附型のクラウドファンディングは、取引デジタルプラットフォームに該当しないとされています(内閣府第 340 回消費者委員会本会議議事録(2021 年 3 月 12 日)<<https://www.cao.go.jp/consumer/iinkai/2021/340/gijiroku/index.html>>8 頁[黒木消費者制度課長])。

¹² なお、国会審議の過程では、3 条 1 項・2 項に定める義務を端的に法的義務とする旨の修正案が提出されましたが、否決されました(<https://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_gian.nsf/html/gian/honbun/g20409053.htm>。

¹³ もし、このような連絡手段が、電気通信設備を用いて提供され、クローズドチャット等のような機能を有するものである場合は、電気通信事業法上の事前届出の対象(提供者が国内事業者か外国事業者か否かを問わない)とならないかの検討を要することには留意が必要です(電気通信事業法 16 条 1 項、164 条 1 項参照)。

¹⁴ 本指針案 2 頁。

¹⁵ 本指針案 3 頁。

そして、③については、基本的な取組みとして、取引デジタルプラットフォーム提供者が、販売業者等に対して、①や②が求める措置を実施する過程や、後記(2)ウで解説する5条に基づく売主の身元に関する開示請求への対応等において、販売業者等の表示について問題のおそれのある事例に接した場合に、販売業者等の特定に資する情報の提供を求めることが求められています¹⁶。

これらの措置の概要、実施状況等に関する情報は、原則として日本語で(日本語でない場合は日本語の翻訳文を付する)、消費者が常に容易に閲覧することができるように、明確かつ平易な表現で開示するものとされています(施行規則案1条)。例えば、「ご利用ガイド」や「ヘルプ」といったタイトルのページに掲載することが考えられるとされています¹⁷。

イ 商品等の販売停止等

従来から不実表示等を行った事業者に対しては、その事業者が特定できる限り、消費者庁において当該事業者に対する行政上の措置を行うことは可能でした(景品表示法7条、特商法14条1項等)。

もっとも、そうした事業者が特定できない事態も念頭に¹⁸、取引デジタルプラットフォーム法の下では、消費者庁は、取引デジタルプラットフォームにおける商品等の販売条件等の表示が以下の①及び②のいずれにも該当し、かつ、当該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が害されるおそれがあると認められる場合は、当該取引デジタルプラットフォーム提供者に対して、そのような販売業者等による販売の停止その他の必要な措置をとることを要請することができます(4条1項、施行規則案3条)¹⁹、当該要請に関して公表できるものとされています(4条2項)。

- ① 商品の安全性の判断に資する事項その他の商品の性能又は特定権利若しくは役務の内容に関する重要事項である以下の事項(施行規則案3条各号)について、著しく事実と相違する表示であると認められること、又は実際のものよりも著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させる表示であると認められること(重要事項に関する不当表示)。
- (i) 商品又は役務の安全性の判断に資する事項
 - (ii) 商品、特定権利若しくは役務、販売業者等又は販売業者等の営む事業についての国、地方公共団体その他著名な法人その他の団体又は著名な個人の関与
 - (iii) 商品の原産地若しくは製造地、商標又は製造者名
 - (iv) 商品若しくは特定権利の販売又は役務の提供に係る許可、免許、資格、登録又は経験を証する事項
 - (v) 前各号に掲げるもののほか、商品の性能又は特定権利若しくは役務の内容に関する事項であって、取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売に係る取引を行うか否かについての消費者の判断に通常影響を及ぼすもの
- ② ①の表示をした販売業者等が特定できないこと、その所在が明らかでないことその他の事由により、①の表示をした販売業者等によって当該表示が是正されることを期待することができないこと(補充性)。

取引デジタルプラットフォーム提供者が消費者庁の要請に応じて販売停止等の措置を講じた場合、当該措置により販売業者等に生じた損害について、当該取引デジタルプラットフォームは免責されます(4条3項)。

¹⁶ 本指針案5頁。

¹⁷ 本指針案5-6頁。

¹⁸ 消費者庁「デジタルプラットフォーム事業者が提供するショッピングモールサイトにおける偽ブランド品の販売に関する注意喚起」(令和2年4月7日)<https://www.caa.go.jp/notice/assets/consumer_policy/cms103_200416_01.pdf>参照。

¹⁹ なお、国会審議の過程では、4条1項に基づく要請を勧告とする旨の修正案が提出されましたが、否決されました<https://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_gian.nsf/html/gian/honbun/g20409053.htm>。

ウ 売主の身元に関する情報の開示請求

取引デジタルプラットフォームを利用する消費者は、不正の目的で請求する場合を除き、1万円以上²⁰の金銭債権を行使するために確認の必要があるときは、取引デジタルプラットフォーム提供者に対し、通信販売の相手方販売業者等に対する債権の行使のために必要な情報である、以下の情報(以下「販売業者等情報」といいます。)の開示を請求することができます(5条1項、施行規則案4条、5条)²¹。

- ① 当該販売業者等の氏名及び名称(法人その他の団体にあつては、その名称及び代表者の氏名)
- ② 当該販売業者等の住所
- ③ 当該販売業者等の電話番号
- ④ 当該販売業者等のファクシミリ番号
- ⑤ 当該販売業者等の電子メールアドレス(特定電子メールの送信の適正化等に関する法律2条3号に規定する電子メールアドレスをいう。)
- ⑥ 当該販売業者等が法人その他の団体にあつては、法人番号(行政手続における特定の個人を識別するための番号の利用等に関する法律2条15項に規定する法人番号をいう。)

この請求を行う消費者は、取引デジタルプラットフォーム提供者に対して、以下の情報を郵送で提出、又は所定の電磁的方法で提供する必要があります(5条2項、施行規則案6条)。

- (i) 当該請求に係る販売業者等情報の確認を必要とする理由
- (ii) 当該請求の対象となる販売業者等情報の項目
- (iii) 開示を受けた販売業者等情報を不正の目的のために利用しないことを誓約する旨

そのうえで、上記要件が満たされ、かつ、当該請求が不正な目的に基づくものではないことが合理的に確認できたことを理由に、取引デジタルプラットフォーム提供者が請求された所定の情報を開示しようとする場合、取引デジタルプラットフォーム提供者は、販売業者等と連絡することができないときを除き、当該販売業者等の意見を聴かなければならないともされています(5条3項)。ただし、取引デジタルプラットフォーム提供者が、この意見をどのように考慮すべきかや、意見を考慮する等した結果として開示をしないという判断が可能か否か等については、条文上は明らかにされていませんが、前記5条2項が定める(i)～(iii)の要件を満たした開示請求に対して開示を行うことは、取引デジタルプラットフォーム提供者の民事上の義務だと説明されています²²。

なお、本報告書では、この開示請求と個人情報保護法との関係性についても整理する必要がある旨に言及がされていましたが、施行令案等では特段明記されていません。

また、本報告書では、この開示請求は、消費者が販売業者等の特定商取引法に基づく表記によって、当該販売業者等と連絡することが可能である場合や、許認可事業者名簿等のオープンデータが利用可能である場合には利用できないといった補充性の要件が課される可能性についても、言及がありました。後者の点は、上記(i)の判断において考慮されることになると考えられます。

²⁰ 経済団体からは、取引デジタルプラットフォーム上における取引価額が1万円以上であることを指す旨を明確にすべきといった指摘がなされています(「新経済連盟提出資料」<https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/meeting_materials/assets/consumer_policy_cms104_211224_16.pdf>)。

²¹ なお、5条は、取引デジタルプラットフォーム法の施行日以後に取引デジタルプラットフォームを利用して行う通信販売について適用されます(附則2条)。

²² 地方創生及び消費者問題に関する特別委員会第6号(2021年4月23日<<https://mizuhoto.org/2593>>[坂田進政府参考人])。なお、消費者庁が作成した法案概要資料には「取引DPF提供者は、適切な手順に従って開示請求に応じた場合、販売業者に対し責任を負わない」と記載されているもの<https://www.caa.go.jp/law/bills/assets/consumer_system_cms101_210305_01.pdf>、4条3項のような明文規定は設けられていません。

エ 取引デジタルプラットフォーム官民協議会

内閣総理大臣は、内閣総理大臣、国の関係行政機関、独立行政法人国民生活センター、取引デジタルプラットフォーム提供者を構成員とする団体、地方公共団体及び消費者団体により構成される取引デジタルプラットフォーム官民協議会を組織するものとされていたところ(6条1項)、2021年10月27日、「取引デジタルプラットフォーム官民協議会準備会」が設置され²³、2022年5月を目途とした取引デジタルプラットフォーム法の施行及び官民協議会を立ち上げに向けた検討が進められています²⁴。

この官民協議会は、内閣総理大臣に対して、取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売に係る取引の適正化及び紛争の解決の促進に関する施策に関して、意見を述べるものとされており(7条1項)、他の構成員から要請があった場合において必要があると認めるときは、構成員に対し、必要な協力を求めることができます(7条3項、施行規則案7条)。

オ 申出制度

何人も、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が害されるおそれがあると認めるときは、消費者庁に対して、施行規則所定の別記様式を用いて、適当な措置をとるべきことを申し出ることができます(10条1項、施行規則案8条)。

消費者庁は、これを受けて、必要な調査を行い、申出の内容が事実であると認めるときは、適当な措置を講じるものとされています(10条2項)。

3. 改正特商法等の施行準備

特商法等改正法では、通信販売における詐欺的な定期購入商法対策、送り付け商法対策、販売預託の原則禁止、外国当局に対する情報提供制度の創設、行政処分の強化、及び特定適格消費者団体に対する行政処分関連文書の提供制度の創設といった事項が定められました。

例えば、詐欺的な定期購入商法対策として、申込み期間の定めがあるときはその旨及び内容が通信販売の広告の表示事項に追加されました(特商法11条4号)。

また、通信販売全般に適用される規制として、いわゆる最終確認画面においても、通信販売の申込み期間等の広告表示事項や、商品等の分量をはじめとする以下の①乃至⑥の事項を表示する義務が定められ(特商法12条の6第1項)²⁵、「通信販売の申込み段階における表示についてのガイドライン」の案(以下「本ガイドライン案」といいます。)も公表されました²⁶。ここでいう最終確認画面は、消費者が申込みの意思表示を行うことになるボタンが表示される画面を指し、契約の締結に向けて顧客を誘引するために行われる「広告」における表示義務とは別個の表示義務が課されることとなります²⁷。もっとも、実際には、最終確認画面に全ての表示事項を記載することが必須というわけではなく、表示事項に対応する説明を別途している規約へのリンクやバナーを貼り付ける等によっても、「表示」の要件を満たすことは可能です。

- ① 当該売買契約に基づいて販売する商品若しくは特定権利又は当該役務提供契約に基づいて提供する役務の分量：「分量」は、販売する商品等の態様に応じてその数量、回数、期間等を消費者が認識し易い形式で表示する必要があります。
- ② 商品若しくは権利の販売価格又は役務の対価(及び販売価格に送料が含まれない場合には、販売価格及び商品の送料)：基本的には、広告に対する表示方法(特商法11条)と同様の内容を表示する必要がありますが、最終確認画面では、個々の販売価格に加えて支払総額を表示する必要がある等とされています。

²³ https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/meeting_materials/review_meeting_005/

²⁴ https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/meeting_materials/assets/review_meeting_005_211101_0003.pdf

²⁵ なお、この規制は、インターネット画面で購入申込みを受け付ける場面だけでなく、販売業者等が定める様式の書面(折込チラシの一角に添付されている申込み用はがき、カタログに同封されている申込用紙等)によって契約の申込みを行う場合にも適用され、その申込方法(郵送、ファックス等)を問いません。以下では、インターネット画面で購入申込みを受け付ける場面を念頭に解説を致します。

²⁶ <https://public-comment.e-gov.go.jp/servlet/Public?CLASSNAME=PCMMSTDETAIL&id=235060023&Mode=0>

²⁷ 本ガイドライン案2-3頁。

- ③ 商品若しくは権利の代金又は役務の対価の支払の時期及び方法:基本的には、広告に対する表示方法と同様の内容を表示する必要があります。
- ④ 商品の引渡時期若しくは権利の移転時期又は役務の提供時期:基本的には、広告に対する表示方法と同様の内容を表示する必要があります。
- ⑤ 商品若しくは特定権利の売買契約又は役務提供契約に係る申込みの期間に関する定めがあるときは、その旨及びその内容:ここでいう「申込み期間の定め」とは、特定の期日までに購入の申し込みをすること自体が取引条件になっていることを指します。すなわち、「何月何日までに購入の申し込みをしなければ、その日より後には購入できなくなる」商品(季節限定商品)を指しており、申込みに対して期間以外の取引条件が課されている場合や(個数限定販売等)、特定の期日までに購入の申し込みをしなければ割引やクーポンを得られないといった、申込みそのものの以外の価格その他の取引条件に対して期間の制限が課されている場合(セール販売等)は含みませんので、そのような場合の申込期間は特商法上の法定表示事項ではありません²⁸。
- ⑥ 商品若しくは特定権利の売買契約又は役務提供契約の申込みの撤回又は解除に関する事項(いわゆるキャンセルポリシーに関する事項)

さらに、最終確認画面では、これらの表示事項に加えて、以下の点を遵守した表示を行う必要もあります。

- ⑦ 最終確認画面が、消費者にとって売買契約の申込みとなるものと明確に認識できるものとなっていること(12条の6第2項1号)²⁹。
- ⑧ 前記①～⑥の事項(12条の6第1項各号に掲げる事項)について、消費者を誤認させる表示となっていないこと(特商法12条の6第2項2号)。
- ⑨ 最終確認画面において、注文内容を容易に確認でき、また、訂正するための手段が提供されていること(特商法14条1項2号、施行規則16条1項)³⁰。

最終確認画面に所定の表示がなく、消費者が誤認して申し込んだ場合の取消権も新設されたほか(特商法15条の4)、こうした所定の表示を欠いた場合には、行政指導、行政処分³¹、ひいては刑罰の対象になり得る旨が定められています。

4. 今後の動向について

改正特商法等のうち、一方的に送りつけられた商品を販売業者は返還請求することができないとの送り付け商法対策に係る改正は、2021年7月6日に先行して施行されており、その他の改正も2022年6月1日に施行されます³²。

また、取引デジタルプラットフォーム法は、公布の日(2021年5月10日)から起算して1年を超えない範囲内で政令で定める日から施行され(附則1条)、施行から3年後には見直しが予定されています(附則3条)。デジタル経済の進展・変化とともに、こうし

²⁸ ただし、申込期間を明確かつ正確に表示しないことは、別途景品表示法上の不当表示に該当しないかが問題となりますので、特商法上の定めとかかわりなく、基本的にはセール販売等の場合においても、申込期間を適正に表示すべきものと考えられます。

²⁹ 具体的には、「注文内容の確認」といった表題の画面上に「申込みを確定する」といったボタンが表示されている画面が該当する一方で、「送信する」「次へ」「コースに参加する」とだけ表示されたボタンがあるだけで、一見して何を目的物とした申し込みなのか明確でないものは該当しません。ただし、「最終購入申込画面」を別途作成することが必須であるわけではなく、広告や注文内容等の入力から注文内容の確認までは、画面の遷移を減ることなくスクロールによって一連の画面として表示されるような場合には、最終的な注文内容の確認に該当する表示部分が「最終購入申込画面」に相当する画面になるとされています(本ガイドライン案2、7-8頁)。

³⁰ 注文内容が表示されたページへの到達方法を明示することや、訂正可能なページへの到達方法(「変更」、「注文内容を修正する」、「前のページへ戻る」等)を明示する必要があります。


³¹ 行政処分の対象になるかは、「特定商取引に関する法律に基づく消費者庁長官の処分に係る審査基準等について」に従って判断されます<https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/amendment/2021/assets/consumer_transaction_cms201_220104_08.pdf>。

³² https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/amendment/2021/assets/consumer_transaction_cms201_220104_04.pdf

た消費者保護に関する法整備³³や政策の動向についても継続的にフォローし、ビジネスモデルやサービスへの影響を適時に分析していくことが重要になるでしょう。

当事務所では、クライアントの皆様のビジネスニーズに即応すべく、弁護士等が各分野で時宜に合ったトピックを解説したニュースレターを執筆し、随時発行しております。N&A ニュースレター購読をご希望の方は [N&A ニュースレター 配信申込・変更フォーム](#) よりお手続きをお願いいたします。また、バックナンバーは [こちら](#) に掲載しておりますので、あわせてご覧ください。

本ニュースレターはリーガルアドバイスを目的とするものではなく、個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、日本法または現地法弁護士の適切なアドバイスを求めている必要があります。また、本稿に記載の見解は執筆担当者の個人的見解であり、当事務所または当事務所のクライアントの見解ではありません。

西村あさひ法律事務所 広報室 [E-mail](#) 

³³ 例えば、アフィリエイト広告に関する景品表示法に基づく広告主、出資会社、コンサルタント会社、アフィリエイト等々の責任の明確化を巡る議論(「アフィリエイト広告等に関する検討会」https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/meeting_materials/review_meeting_003/)や、今後、消費者裁判特例手続の対象に個人情報の漏えい事案を追加する旨の提案(「消費者裁判手続特例法等に関する検討会 報告書」https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/meeting_materials/review_meeting_003/assets/consumer_system_cms201_211008_01.pdf)がされています。