

(特定商取引法による規制の対象となる取引)

訪問販売	販売業者が、営業所等以外の場所で契約の申込みを受け、もしくは契約を締結して行う、商品・役務・特定権利の有償での提供、または営業所等以外の場所での呼止め等により誘引し、営業所等で契約の申込みを受け、もしくは契約を締結して行う、商品・役務・特定権利の有償での提供
通信販売	郵便その他の方法により契約の申込みを受けて行う、商品・役務・特定権利の有償での提供であって、電話勧誘販売に該当しないもの 「その他の方法」としては、電話・電子メール・テレビ・ラジオ・新聞・カタログなどの様々な通信・情報伝達媒体があります
電話勧誘販売	販売業者が電話をかけ、または所定の方法で電話をかけさせて勧誘を行い、相手方から契約の申込みを受け、もしくは契約を締結して行う、商品・役務・特定権利の有償での提供
連鎖販売取引	取引料その他の利益を収受し得ることをもって誘引して、対価の負担を伴う、商品・権利の再販売・受託販売、同種役務の提供もしくは販売・役務提供のあっせんにかかる取引をするもの（いわゆるマルチ商法）
特定継続的役務提供	役務提供事業者が、身体の美化または知識・技能の向上等の目的を実現させる役務で、その性質上目的の実現が確実でないものを、政令で定める金額を超える金銭の支払いを受け、政令で定める期間を超えて提供するもの
業務提供誘引販売取引	取引の目的である物品・権利・役務を利用する業務により利益を収受し得ることをもって誘引して、対価の負担を伴う、商品・権利の販売もしくはあっせんまたは役務の提供・あっせんにかかる取引をするもの（いわゆる内職・モニター商法）
訪問購入	物品の購入を業として営む者が、営業所等以外の場所において、売買契約の申込みを受け、または売買契約を締結して行う指定物品の購入
ネガティブオプション	販売業者が、売買契約の申込みをした者および売買契約を締結した者以外の者に、売買契約の申込みとともに商品を送付し、返品や購入しない旨の通知がない限り、売買契約が成立したものとして、代金を請求するもの（いわゆる送り付け商法）

なお、特定商取引法は事業者間の契約には適用されませんが(特定商取引法 26 条 1 項 1 号)、これを悪用し、小規模の個人事業者や高齢の個人事業主をターゲットにして事業者名で契約させ、特定商取引法の規制を免れようとする悪質商法が横行しました。そのため、経済産業省の通達により、一見事業者名で契約していても、その契約の主たる目的が事業のためではなく、家庭用・個人用で使用する目的であれば、原則として本法が適用されることが明確にされました。

ここでは、訪問販売を中心に説明します。

(2) 訪問販売への特定商取引法適用の要件

次のア)～ウ)の要件を充たす販売方法が特定商取引法における「訪問販売」とされています。

ア) 次の①、②のいずれかに該当すること。

① 営業所等以外の場所で行われる商品の販売・権利の販売・役務の有償提供であること  
(典型的な訪問販売)

② 業者が営業所等以外の場所において呼び止めて営業所に同行させた者、その他電話・郵便・電報・ビラ・パンフレットの配布、拡声器による外からの呼びかけによって営業所へ誘引した者との間での、商品の販売・権利の販売・役務の有償提供であること (いわゆるキャッチセールスやアポイントメントセールス)

イ) 売買契約の申込みを受け、もしくは売買契約を締結し、または役務提供契約の申込みを受け、もしくは役務提供契約を締結すること

ウ) (権利の販売の場合には) 特定権利であること

商品と役務については、原則としてすべての商品・役務が訪問販売の対象ですが、権利の販売については、政令によって対象となる「特定権利」が定められています。

特定権利とは、①施設を利用し、または役務の提供を受ける権利のうち国民の日常生活にかかる取引において販売されるものであって政令で定めるもの、②社債その他の金銭債権、③株式会社の株式、合同会社、合名会社もしくは合資会社の社員の持分もしくはその他の社団法人の社員権または外国法人の社員権でこれらの権利の性質を有するものとされています (特定商取引法 2 条 4 項)。

### (3) 訪問販売に対する規制

特定商取引法上の訪問販売には、次のような規制が定められています。

#### ア) 氏名等の明示義務・書面交付義務

販売業者等が訪問販売を行おうとするときは、**その勧誘に先立って、その氏名または名称、売買契約または役務提供契約の締結について勧誘する目的である旨、勧誘にかかる商品等の種類を相手方に明らかにしなければなりません** (特定商取引法 3 条)。また、訪問販売で商品等の売買契約等の申込みを受けたり、契約の締結をした場合は、直ちに、商品等の対価、支払いの時期、商品等の引渡し時期、申込み等の撤回・解除に関する事項などを記載した書面を交付しなければなりません (特定商取引法 4 条)。業者がこれらの義務を怠ると、営業停止などの行政処分を受けるだけでなく、不実告知の刑事罰、契約の取消しなどの対象となるおそれがあります。

#### イ) クーリング・オフの適用 (特定商取引法 9 条・9 条の 2)

##### a. クーリング・オフとは

購入意思のない消費者に積極的に販売活動を行い、購入意思が不十分なまま強引に契約をさせることによるトラブルが発生した場合には、その解決のため、消費者は契約の申込みまたは契約締結のときから一定期間は、**無条件で解約できます**。無条件とは、解約に伴って消費者が一切の不利益を受けないという意味です。すなわち、**損害賠償金や違約金を支払う必要もなく、また商品が引**

き渡されていても、業者の負担で引き取らせることができます(特定商取引法9条4項)。

#### b. クーリング・オフの要件

訪問販売において、クーリング・オフを行使するには、次の要件をすべて満たすか(特定商取引法9条)、過量販売取引の要件を満たす必要があります。

- ① 契約の対象が商品・役務である場合は政令で定めた一定の商品・役務ではないこと、権利である場合は特定権利であること
- ② 営業所等以外の場所(例えば喫茶店、自宅)や、キャッチセールス、アポイントメントセールスで営業所に呼び出されて契約の申込みや契約をした場合であること
- ③ 契約対象金額が一定の金額以上であること
- ④ クーリング・オフできる旨の告知(書面によることが必要)を受けた日から一定期間以内に行行使すること(訪問販売の場合は8日)
- ⑤ ④の期間内に書面による解約の通知を発すること

**Q**

販売業者による訪問販売時にクーリング・オフできる旨の告知(書面の交付)がなかった場合には、消費者はクーリング・オフができますか。

**A**

販売業者は訪問販売の結果、契約の申込みを受け、売買契約を締結したときには、契約条件(一定条件のもとでクーリング・オフできる旨の文言を含みます)を記載した書面を消費者に交付しなければなりません(特定商取引法4条等)。しかし、何らかの事情でこの書面を交付しなかった場合には、クーリング・オフの起算日が到来していないと判断され、消費者はいつでも申込みの撤回、契約の解除(クーリング・オフ)の通知ができます。



#### ポイント整理

《クーリング・オフ制度の目的と取扱い》

<目的>

- 1 消費者が、販売業者の積極的な勧誘によって、購入意思が不十分なままに強引に契約させられた場合、
- 2 この消費者は、クーリング・オフできる旨の書面による告知後一定期間内なら、無条件で(※一切の不利益なしに)契約を解約できることを認めることにより、
- 3 善良な消費者を保護すること

※損害賠償金・違約金の支払不要、返送費用は業者負担

### <行使の要件（訪問販売の場合）>

- 1 契約の対象が商品・役務である場合、政令で定めた一定の商品・役務ではないこと、または契約の対象が権利である場合、特定権利であること
- 2 営業所等以外（例えば喫茶店、自宅）や、キャッチセールス等で営業所等に呼び出されて、契約の申込み・締結が行われたこと
- 3 契約対象が一定金額以上であること
- 4 クーリング・オフできる旨の告知（書面の交付）を受けた日から8日以内であること
- 5 解約の告知は書面で行われること

### ウ) 解除に伴う損害賠償等の額の制限（特定商取引法10条）

契約の履行等をめぐってトラブルが生じた場合に、販売業者が契約を解除し、高額な損害賠償金を消費者に請求する例があることから、消費者の利益が損なわれないよう、損害賠償額の上限が定められています。

### エ) 違反業者への対応

特定商取引法は、違反業者に対し、主務大臣等（内閣総理大臣、消費者庁長官、都道府県知事）が、行政権限を行使することを認めています。

訪問販売に関していえば、主務大臣等には、報告・立入検査（特定商取引法 66 条）、行政指示（特定商取引法 7 条）、業務停止命令等（特定商取引法 8 条）が認められています。

このほか、業務禁止命令制度（特定商取引法 8 条の 2・15 条の 2 等）、所在不明の違反事業者への処分手続（特定商取引法 66 条の 3～66 条の 5）等が定められています。



### 理解力UP

#### 《訪問販売への特定商取引法適用の要件と効果》

##### <要件>

- 1 次の①②のいずれかに該当すること
  - ① 営業所等以外での販売、サービスの有償提供
  - ② 営業所等以外で呼び止めたり、電話、ビラ等を使用して、営業所等に連れてきた者への販売、サービスの有償提供
- 2 売買契約、サービス提供契約の申込みの受け、契約締結
- 3 商品、サービス、特定商取引法で指定する権利にかかわる取引

<効果>

- |  |
|--|
| 1 販売業者は氏名等を明らかにする必要があります   |
| 2 クーリング・オフの適用があります（クーリング・オフできる旨の書面による告知を受けた日から8日間は無条件で契約を解除できます） |
| 3 解除に伴う損害賠償等の額が制限されます  |

#### (4) 通信販売に対する規制

▶「通信販売」

本項(1)の表参照。

通信販売は、郵便、テレビやインターネットなどを通じて商品の販売等を行うものです。通信販売は、訪問販売とは異なり、不意打ち性がないためクーリング・オフの制度は設けられていません。しかし、購入者は広告やインターネット上の表示を見て購入するか否かを決めることがあるため、通信販売には、販売業者が行う広告などについて一定の規制がなされています。例えば、販売業者等は、広告を通じて販売する商品等に関して、販売価格や送料、支払時期など、特定商取引法所定の事項を広告に表示しなければならないとされています（特定商取引法11条）。

## 5 各種の業法による消費者の保護

### (1) 各種の業法が制定されている趣旨

銀行業・保険業・証券業等の金融業、電気・ガス・運送や鉄道等の事業を営もうとする企業は、各業法の定めにより所管官庁から免許ないしは許可を取得したり、登録を受けなければ事業を行うことができません。

これは、これらの事業には公共性があり、多数の人々の日常生活に密接なかわりを持った業務であるため、事業運営に関し一定水準の能力、条件を備えた企業にのみ免許（証券業は登録制度）を与え、経常的な業務についても国民に代わって、国や行政庁が監督を及ぼしていこうとする趣旨からです。

### (2) 取引に利用される約款に対する規制

資本主義経済の発展による、取引の大量化、簡易・迅速化に伴い、同種・同量の商品・サービスを効率的に提供することが企業にとって必要不可欠となっています。上記各業種における取引はその典型的なものであり、かつ極めて大量の数の取引が存在しますが、これらの取引は、企業が特定の種類の取引を画一的かつ確実に処理するため、あらかじめ作成した定型的な契約条項である「約款」に基づいて行われることが一般的です。

▶「約款」

第1分冊第2章第1節  
2参照。

約款は、行政庁が当該事業における消費者の立場と責任を十分考慮し、その内容を検討した上で、企業の作成した約款を認可す