

●○○ 第211回あすか倶楽部 定例会 ●○○

テーマ：特定商取引法ってなに？ -お店でも訪問販売となるケース-

講師：公益社団法人日本訪問販売協会 専務理事 事務局長 大森俊一氏

日時：2019年4月20日（土）14:00～17:00

場所：三会堂ビル8階 （一社）大日本水産会 大会議室

1. 日本訪問販売協会

(1) 協会紹介

①設立

1980年4月、日本割賦協会内に設けられた訪販事業者協議会を発展解消し、訪販取引における消費者保護及び業界の健全発展を目的に社団法人化。以降、特定商取引法の度重なる法改正に都度対応してきた団体である。

②事業

訪問販売に関する調査研究、教育事業、苦情受付、消費者被害救済 等
苦情解決は重要な業務であり、お客様を保護し、健全に業界を発展させていこうとしている。

③経緯

1988年11月、訪問販売法（現：特定商取引法27条等）に自主組織として規定。
2012年4月、新公益法人制度に基づき、公益社団法人へ移行。

④会員数

147社。正会員118社は訪問小売業を営む事業者、賛助会員29社は、メーカーやカード会社、ホテル等。一時期は300社を越えていた。減少大きいのは住宅リフォームの販売会社。

(2) 訪問販売業界の動向

①売上高

2017年度17,235億円（前年度比0.24%増）※自動車・医薬品・新聞の訪販、百貨店の訪販除く小売業全体1,430,050億円の内、約1.2%。
10数年低迷していたが、2年前から若干上向きに転じている。

②取扱品目

化粧品、健康食品、清掃用具、下着、調理器具、衣料品、浄水器、学習教材等の商品をはじめ住宅リフォーム、建物清掃、知識教授、エステ等の役務。

③販売員

正会員傘下に240万人（実働）。男女比は8:2。雇用は少なく委託または卸等契約を結ぶ「無店舗個人の事業主」が多い。

④販売形態

対面販売を軸に、通信販売や店舗販売なども組み合わせた複合型形態にかわってきている。
対面も昔ながらの飛び込み営業は少なく、紹介が中心。

⑤支払方法

現金9割、クレジット7割（内訳：自社クレ2割、個別8割）

2. 特定商取引法

(1) 特定商取引に関する法律（以下「法」という）

①1976（昭和51）年に制定

②目的

「特定商取引を公正にし、購入者の損害の防止を図ることで、購入者の利益を保護し、併せて商品等の流通を適正かつ円滑にし、国民経済の健全発展に寄与する。

③法の適用を受ける7つの特定商取引

「訪問販売」「通信販売」「電話勧誘販売」「連鎖販売取引」「特定継続的役務提供（語学教室、エステ等）」「業務提供誘引販売取引」「訪問購入」

(2) 訪問販売規制のポイント

①訪問販売の定義（法2条）

法でいう「訪問販売」は、お客様の自宅等「営業所等以外の場所で行う販売」を指す。

ただし、営業所等での販売でも訪販の一類型と判断され法の適用対象となる場合あり。

- ・営業所等以外で消費者を呼び止め営業所等へ同行させ、 契約の締結等を行った場合
- ・契約の勧誘をする目的を告げずに営業所等に呼び、 //
- ・著しく有利な条件で契約ができると営業所等に呼び、 //

②氏名等の開示義務（法3条）

勧誘行為を始めるに先立っては、以下をお客様に伝える。

- ・販売業者等の氏名又は名称
- ・契約の締結について勧誘をする目的である旨
- ・商品、権利又は役務の種類

③勧誘を断っている者への再勧誘の禁止等（法3条の2）

訪問販売をしようとするときは、①事業者は当然勧誘を受ける意思があるか否か確認し（努力規定）、②契約を締結しない旨の意思表示をした場合は、そのお客様に対しその後の勧誘の継続、再来訪による勧誘は禁止。

④契約書面等の交付（法4条・5条）

- ・契約申込書面

訪問販売で申込を受けた時は、直ちに交付。

- ・契約書面

申込書面交付後、契約締結した時は、遅滞なく、契約書面を交付。ただし、申込を受けた際即座に契約した時は、直ちに、契約書面を交付。（この場合申込書面は不要）

- ・現金取引書面

契約締結し、その場で代金全部を貰って商品を渡したときは、直ちに、現金取引書面を交付。

*申込及び契約書面、現金取引書面には、「クーリングオフに関する事項」を含め記載事項が規定されている。

⑤禁止行為（法6条）

以下4つの行為を禁止、違反した場合は処分・罰則が適用される。

- ・不実告知 ⇒不実（真実と異なる事）を告げること
- ・重要事項の故意の不告知 ⇒お客様が不利益になる事実を告げないこと
- ・威迫・困惑 ⇒威迫して困惑させること
- ・契約を勧誘することを告げず、公衆が出入りしない場所に誘引し契約の勧誘をすること。

⑥合理的根拠を示す資料の提出（法6条の2）

主務大臣は、事業者がお客様に説明した商品等の性能等について不実勧誘をしたか否かを判断するときに、当該事業者に対しその内容の裏付けとなる「合理的根拠を示す資料」の提出を求め、15日以内に根拠が示されない場合は不実勧誘をしたものとみなす。

⑦報告徴収・立入調査（法66条）、行政処分・罰則（法7条・8条・8条の2）

主務大臣又は都道府県知事は、事業者に対し、報告徴収又は立入検査を行い、取引の公正・購入者の利益を害するおそれのある場合は、「指示」「業務停止命令」「業務禁止命令」を行う。

<指示・業務停止等の対象行為>

- ・氏名等明示義務違反
- ・再勧誘の禁止行為
- ・契約書面等の不交付等
- ・禁止行為（不実、事実不告知等）
- ・省令に規定する事項 →債務履行の拒否・遅延、著しい過量契約、迷惑行為、等

⑧クーリングオフ（法9条）

お客様が4条、5条書面の受取日を含め、8日を経過するまでは無条件で申込の撤回（契約の解除）ができる制度。

8日間以内に書面に「申込撤回（契約解除）の旨」を書いて投函すれば、効力が発生する。

販売社側の一方的な意向で販売されがちな点に鑑み、お客様と事業者の知識・情報量のバランスを欠く部分を考慮し、双方を同一の立場に置き消費者保護を図る趣旨である。

<クーリングオフの効果> お客様からクーリングオフの通知を受けたとき、事業者は、

- ・損害賠償又は違約金の請求はできない。
- ・商品等の引取費用は事業者が負担。権利の返還に要する費用を事業者が負担する。
- ・商品等を使用済みでも、その使用利益等を請求できない。
- ・役務が提供され、又は権利の行使がなされたあとでも、金銭の支払いは請求できない。
- ・既に代金を受取っている場合は、速やかに全額を返還しなければならない。
- ・役務の提供又は権利の売買に伴い、土地又は建物、その他の工作物の現状を変更したときは、無償で元の状態に戻さなければならない。
- ・「クーリングオフできない」等のお客様にとって不利な特約は無効。 等

⑨著しい過量販売契約の解除（法9条の2）

「通常の量を著しく超える量」を契約した場合、契約後1年以内の商品等に限り、当該契約を解除できる、クーリングオフとほぼ同様の清算ができる規定

<「著しい過量」についての訪販協の自主基準>

- ・著しい過量に当たらないと考えられる分量の目安（10品目）例）健康食品は1年間に10ヵ月分
- ・目安の量を超えて販売するときは、その量を必要とするお客様の事情を書面で残す。

⑩契約の取消し（法9条の3）

「不実告知」「事実の不告知」による勧誘で誤認し申込・契約した場合、お客様は申込又は契約の取消しができる。

- ・取り消された場合は、契約は無効となり、最初から契約がなかったことになるので、事業者は受け取った金額を全額返金し、お客様は商品等を返還する。
- ・取消権は追認できるときから1年間行使しない場合、契約から5年経過した場合は時効で消滅。

⑪特商法の訪問販売協会の関連規定

- ・訪問販売協会（27条）
- ・協会への加入の制限（27条の2）
- ・名称の使用制限（28条）
- ・購入者等の利益の保護に関する措置（29条）
- ・訪問販売の消費者救済基金の業務（29条の2）
- ・社員（会員）に対する処分（29条の3） 等

(3) 相談事例

①店舗販売だから、クーリングオフは適用されないのか？

（事例）友人にもらった下着販売のチラシに「試着だけでもOK」と記載あり、事業者の店舗を訪問し、試着の結果断ったが店員に熱心にすすめられ結局2点購入し、試着だけだと思っていたので、後悔している。

（回答）店舗で販売したとしても集客の目的を正確に伝えていないと判断された場合、特商法の訪問販売に該当し法が適用される。適用された場合、当該事業者は書面の交付や禁止行為、クーリング・オフ等の規定を遵守しなければならない。

②来るように頼んだ場合は、クーリングオフ適用されないのか？

（事例）システムキッチンのチラシを見て業者に自宅での見積りを依頼。見積りを見た上で契約したが、後でチラシより高い金額だったことに気づき、クーリングオフを申し出た。

（回答）本件は見積り依頼であり、特商法上の除外対象となる来訪要請には当たらず、クーリングオフ等の規定を遵守しなければならない。

③顧客の希望で販売した場合でも、クーリングオフ適用されるのか？

（事例）家庭向けガス器具を販売している会社が、リースしているガス器具の滞納先の顧客宅を訪ねたところ転居していることが分かり、器具を引き上げようとした際、現在の住人から買取りたいと要望されて応じたが、これは特商法上の訪問販売に該当し、クーリングオフ適用の対象となるか。

（回答）自宅が契約場所となれば訪問販売に当たる。積極的勧誘はしていないが、説明の上販売しており、訪問販売に該当し、適用を受けると考えられる。

【所 感】

- ・個人的にはなかなか馴染みが薄いテーマだったが、お話を伺ってみて、そもそも定義付けが困難な業態であり、法律としての在り方、業者の姿勢、消費者の対応、業界団体としての苦労等、様々な視点で難しい課題があることがよくわかった。
- ・規制強化は悪徳業者への対策には有効だが、優良業者にとっては規制の意味すら理解するのが難しく、対応が負担となっているという点を一貫して強調されていたのが印象的だった。たしかに、特商法は一つ一つの言葉の定義付けから明確でなく、紹介いただいた具体的事例を見ても、該当するか否かの判断や解釈が難しいことが実感できた。
- ・事業者側から見れば、訪問販売を行っていなくても特商法に該当する可能性があることを常に意識してビジネスを行うこと、消費者として見れば、購入前に不当な販売に注意するのはもちろんのこと、購入・契約後に気づいた点についても、クーリングオフや契約解消ができるかという知識を持つておくことは重要だと思った。

以上

報告者：第37期 田島 孝信