

1. 訪問販売事例

【事例 1】訪問販売で契約した大量のふとんが居室に置いてあるのに気づいた

一人暮らしをしていた認知証の母の家を片付けていたところ、大量の羽毛ふとん等が部屋に置いてあることに気づいた。訪問販売で次々と 10 件以上も契約させられており、総額で約 340 万円もの契約（既支払金額は約 320 万円）になっていることがわかった。解約して返金を求めたい。

（2014 年 4 月、契約者：70 歳代、女性、石川県）

【事例 2】訪問してきた業者に次々と屋根工事などの契約をさせられた

認知症の父が、自宅を訪問してきた複数の業者に自宅の屋根工事や庭工事など 10 件以上の契約を次々とさせられ、約 600 万円を支払っていた。そのほとんどが必要のない工事などであった。書面に虚偽の住所が記載されていて、所在のわからない業者もあった。父に契約の詳細を確認してもほとんど覚えていない。解約して、返金してほしい。

（2014 年 5 月、契約者：90 歳代、男性、静岡県）

【事例 3】訪問してきた新聞勧誘員に契約を断ったが、家に入るなどしたため恐くなり契約してしまった。

70 歳代の息子と 2 世帯住宅で暮らしているが昼間は一人のことが多い。訪問してきた新聞勧誘員に、他紙を購読しているので帰って欲しいと伝えたとこ、いきなり玄関に入ってきて、「小学校に上がる子供がいる。契約してくれなかったらお金が貰えず困る」と紙を差し出され名前を書くように言われ、断ったが無理やり書かされた。1 カ月だけならばと思ったが 3 カ月取ってくれと言われた。後刻、新聞販売店の女性から確認の電話があったが、断ると怖い目に遭うのではと思い返事をしてしまった。他紙と二重配達になり息子にも叱られた。解約できないか。

（2015 年 3 月、90 歳代女性）

【事例 4】

「無料で排水管の点検をする」と業者が訪ねてきた。無料なら、と思い見てもらったところ「工事が必要」と、排水管の一部が割れている写真を見せられたため、工事契約を結んだ。工事当日、開始後しばらくして、「水漏れしていて隣の家まで水が行っている。先に別の工事をしないと大変だ」と言われた。工事費が合計で 70 万円と高額になったので迷っていると、「特別に 50 万円にする」と値引きを示され、隣の家に迷惑がかかるのは困ると思い、契約してしまった。

（60 歳代、男性）

2. 電話勧誘販売事例

【事例 1】 自宅から健康食品や契約書が見つかった

父と二人暮らしをしている認知症の母の自宅から健康食品とその契約書や払込票が見つかり、母が電話勧誘で約 5 万円の健康食品を購入していたことがわかった。支払いは分割払いになっており、1 回目はすでに代引配達で約 1 万 4,000 円を支払っている。母はこれまでも色々な業者から電話勧誘によって健康食品を購入しているが、電話を切ると今まで話していたことを全く覚えていない状況だ。残金を支払わなくてはならないか。

(2014 年 7 月、契約者：70 歳代、女性、京都府)

【事例 2】 「老人ホーム入居権を代わりに申し込んで」という電話は詐欺です。

突然知らない業者から「老人ホームのパンフレットが届いたら連絡してほしい」と電話で頼まれた。数日後に届いたので連絡すると「両親を入居させたい人がいるが、1 人分しかないので権利を譲ってほしい。申込書に署名し、代わりに申し込んで」と指示され、実行した。2 日後にその老人ホームから「名義貸しは違法行為で罪になる。100 万円を払えば名前を消す」と言われ、怖くなって宅配便で現金を送った。すると老人ホームの監査人と称する人から電話で「まだ罪が消えていない。貯金はいくらあるか」と聞かれ、600 万円と答えると「あと 600 万円支払え、さもないとパトカーが行く」と言われた。

(70 歳代、女性)

【事例 3】 太陽光発電

突然、電話があり、「限られた人にしか販売されない太陽光発電機の権利を欲しがっている人がいるので、代わりに購入して」と言われた。何の負担も無いという話だったので、名義を貸した。名義を貸した人が、販社に代金を振り込んだが、違反行為があったと口座を凍結されたという。名義を貸した人は、子供の出産に外国に行くといい、連絡できない。販社と話をしているうちに、これから貴方を告訴する。告訴されないために太陽光発電機を 10 台、買い取るように言われた。

(50 代 男性、150 万円)

【事例 4】 プロバイダ

「インターネット環境が今よりよくなり、料金も安くなる」と電話があったのでプロバイダ契約の更新だと思いきり了承した。すぐに別の担当者から電話があり、パソコンの遠隔操作を指示され作業を行った。最後に「書類を送るので記入して返送してください。書類返送後に現在のプロバイダを解約してください」と言われ、プロバイダの変更だと分かった。クーリング・オフできるか。



1. 特定商取引に関する法律（特商法）の概要

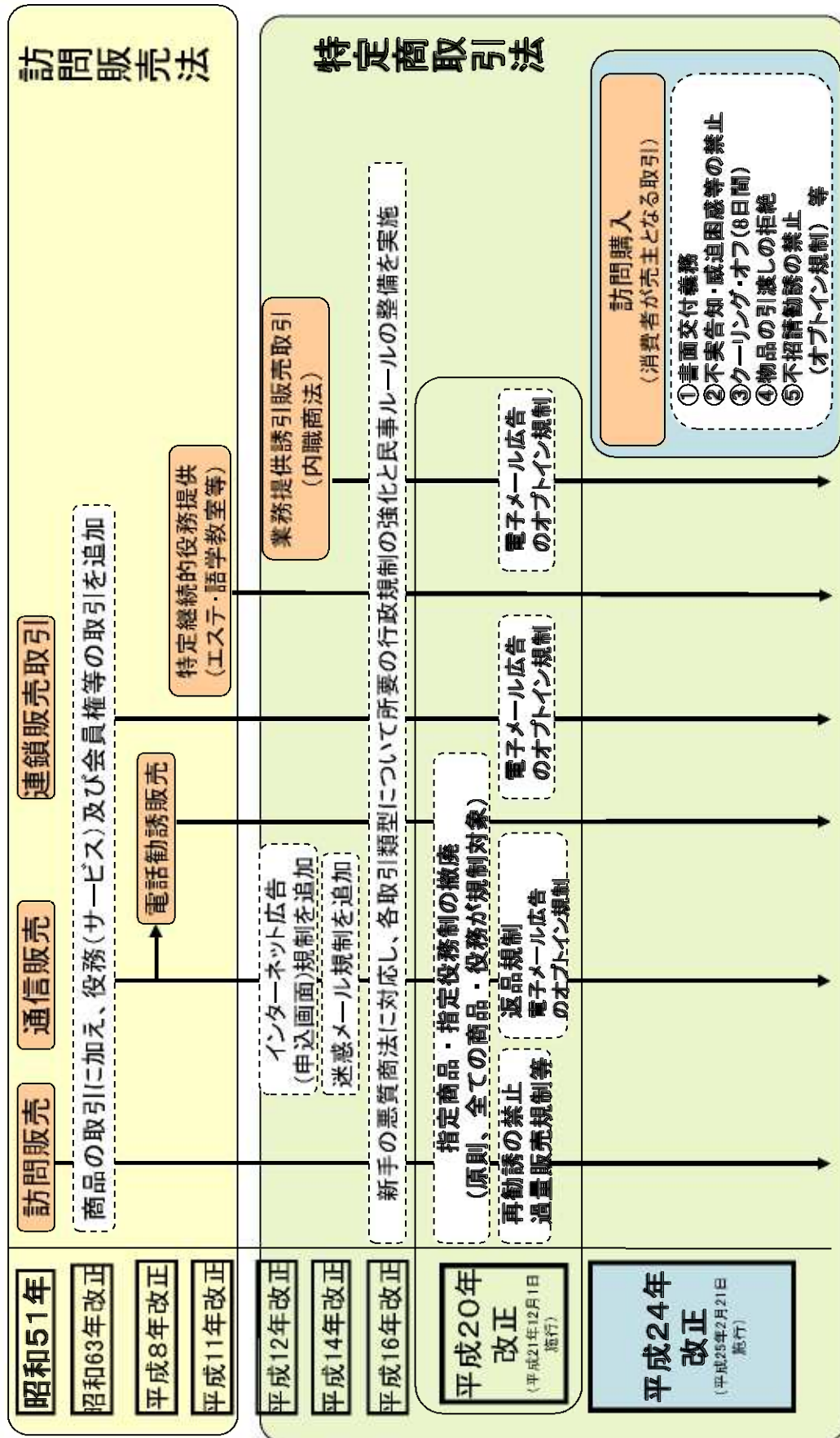
◆「特定商取引に関する法律」は、訪問販売など消費者トラブルを生じやすい特定の取引類型を対象に、トラブル防止のルールを定め、事業者による不正な勧誘行為等を取り締まることにより、消費者取引の公正を確保するための法律。

<h2>1. 本法律の対象となっている取引類型</h2>	<h2>2. 法律の内容</h2>
<p>(消費者が自ら求めないのに、販売の勧誘を受ける)</p>	<p>①行政規制 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がある。</p>
<p>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</p>	<p>i) 氏名等の明示の義務づけ 勧誘開始前に目的や事業者などを消費者等に告げることが義務づけ</p>
<p>2. 電話勧誘販売 電話で勧誘し、申込を受ける販売 (事業者と対面して商品や販売条件を確認できない)</p>	<p>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</p>
<p>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 ★訪問販売、電話勧誘販売、通信販売は原則すべての商品・役務が対象</p>	<p>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</p>
<p>(長期・高額を負担を伴う)</p>	<p>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</p>
<p>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の対価を約する取引 (エステ、語学教室、家庭教師、学習塾、結婚相手紹介サービス、パソコン教室が対象)</p>	<p>v) 告知義務 訪問購入業者は、クーリング・オフ期間は指定物品の引渡しを拒むことができ旨を告げることが義務づけ</p>
<p>(ビジネスに不慣れな個人を勧誘する)</p>	<p>②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。</p>
<p>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</p>	<p>i) クーリング・オフ 契約後一定の期間(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)、無条件で解約することが可能。 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。</p> <p>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)</p>
<p>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、商品等売って金銭負担を負わせる取引</p>	
<p>(消費者が自ら求めないのに、購入の勧誘を受ける)</p> <p>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」</p>	



2. 特商法の主な改正

- ◆ 法制定以降、消費者トラブルの状況等に鑑み、数次にわたって改正。
- ◆ 平成20年改正で、規制の後追いかから脱却するために、商品・役務の指定制を撤廃。直近の平成24年改正では、訪問購入にかかる規制を導入。



2. 平成20年改正の効果 (3-2)再勧誘禁止規定の遵守状況について(訪問販売)

- ◆ 訪問販売の相談内容別分類(全11分類)ごとに見ると、「販売方法」と「契約・解約」に分類される相談が多い(表2-2)。
- ◆ 訪問販売のうち、「販売方法」に関する相談に付されたキーワードは、勧誘に関する問題行為の中では「強引」が最も多い(表2-3)。
- ◆ 平成20年改正において、訪問販売において再勧誘禁止規制を設けたものの、「強引」な勧誘の相談件数は減少していない(図2-3)。
※「強引」…執拗、威圧的な言動、不退去の場合などで、「強迫」とまではいえない程度の場合に付与される。
- ◆ 「契約・解約」に関する相談も多いが、併せて「販売方法」に関する相談が同時に寄せられているケースが大部分を占めており、**販売方法に問題があった場合に事後的に解約したいとの相談につながっていることが同われる(図2-4)。**

(表2-2 訪問販売における相談内容別相談件数(2014年度))

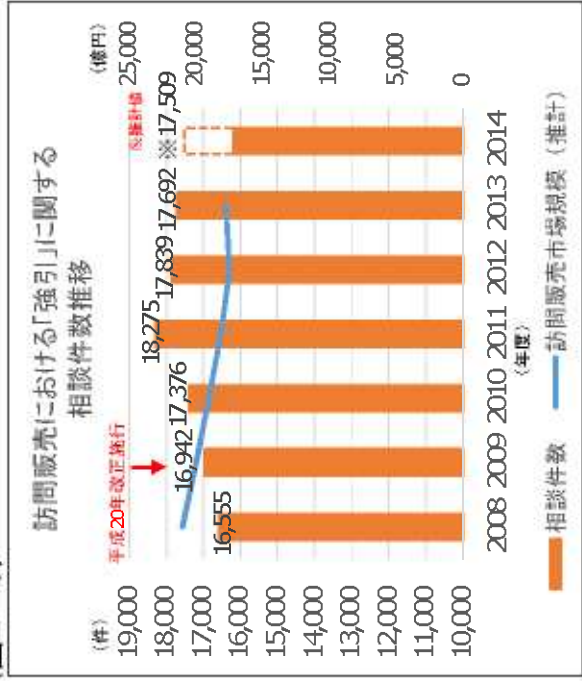
安全・衛生	役務品質	商品機能	法規・基準	価格・料金	計画・書目	表示・広告	販売方法	契約・解約	接客対応	包装・容器	施設・設備
680	5,193	2,711	16,640	62	1,659	62,573	66,578	10,752	34	93	

(表2-3) 訪問販売のうち「販売方法」に関する相談に付されたキーワード

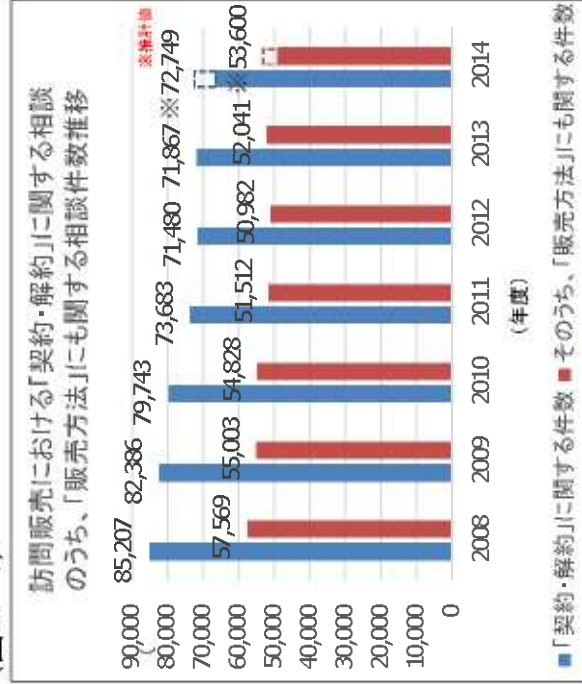
キーワード	件数
1 家庭訪問	47,465
2 解約(全般)	20,350
3 強引	14,691
4 高価格・料金	13,354
5 クーリングオフ(全般)	12,748
6 信用性	8,617
7 虚偽説明	7,972
8 契約書・書面(全般)	7,711
9 説明不足	7,337
10 返金	5,738

(2014年度)

(図2-3)



(図2-4)



注1) 2015年3月31日までの受付、2015年4月1日までにPONETに登録された相談件数。2014年度の推計値は、前年同月登録日から前年同月登録日までの増減率をもとに、消費者庁において独自に算出したもの。
注2) 相談内容別分類及びキーワードは複数回答項目であり、一つの事例に複数付与されている可能性がある。

2. (3-3) 平成20年前後ににおける電話勧誘販売の相談状況

- ◆ 電話勧誘販売の相談内容別分類(全11分類)ごとに見ると、「販売方法」に分類される相談が最も多い(表2-4)。
- ◆ 電話勧誘販売のうち、「販売方法」に関する相談に付されたキーワードは、勧誘に関する問題行為の中では「強引」が最も多い(表2-5)。
- ◆ 平成20年改正において、訪問販売において再勧誘禁止規制を設けたものの、「強引」な勧誘の相談件数は減少していない(図2-5)。 ※「強引」…執拗、威圧的な言動、不退去の場合などで、「強迫」とまではいえない程度の程度の場合に付与される。
- ◆ 「契約・解約」に関する相談も多いが、併せて「販売方法」に関する相談が同時に寄せられているケースが大部分を占めており、販売方法に問題があった場合に事後的に解約したいとの相談につながっていることが伺われる(図2-6)。

(表2-4) 電話勧誘販売における相談内容別相談件数(2014年度)

安全衛生	品役務・機品質買	法規基準	価格料金	計量量目	表示広告	販売方法	契約解約	接客対応	包装容器	施設設備
264	1,696	1,586	8,710	33	1,762	75,525	51,351	6,714	16	58

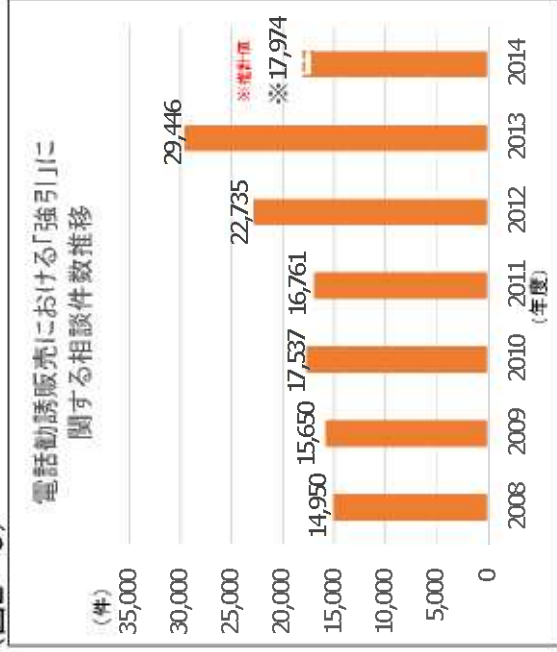
(表2-5)

電話勧誘販売のうち「販売方法」に関する相談に付されたキーワード

キーワード	件数
1 電話勧誘	70,173
2 強引	16,388
3 信用性	16,154
4 解約(全般)	15,639
5 詐欺	14,784
6 虚偽説明	12,147
7 身分詐称	10,698
8 プライバシー	9,810
9 利殖商法	7,648
10 説明不足	7,636

(2014年度)

(図2-5)



(図2-6)



注1) 2015年3月31日までの受付、2015年4月1日までにPONETに登録された相談件数。2014年度の推計値は、前年同月登録日からの増減率をもとに、消費者庁において独自に算出したもの。
注2) 相談内容別分類及びキーワードは複数回答項目であり、一つの事例に複数付与されている可能性がある。

(2) 消費者の生活の平穏やプライバシーの高まり(アンケート調査結果)

◆過去に行政庁や消費者団体が実施したアンケート調査によれば、消費者のプライバシー(独りでいさせてもらう権利)や生活の平穏に対する意識は年々高まりを見せている。

調査名	「消費者問題に関する世論調査」	「第37回国民生活動向調査」	「平成24年度消費者意識基本調査」	「消費者契約に関する意識調査」	「消費者の訪問勧誘・電話勧誘・FAX勧誘に関する意識調査」
調査時期	1988年12月	2006年8～9月	2013年1～2月	2015年2月	2015年3月
調査者	総理府政府広報室	国民生活センター	消費者庁	全国消費者団体連絡会	消費者庁
必要ない・来てほしくない	訪問販売 88.1% ※電話勧誘販売は未実施	訪問販売 92.7% 電話勧誘販売 91.4%	訪問販売 93.8% 電話勧誘販売 95.9%	訪問販売及び電話勧誘販売 96.3%	訪問販売 96.2% 電話勧誘販売 96.4%
便利である・来てもよい	訪問販売 7.3%	訪問販売 0.3% 電話勧誘販売 0.2%	訪問販売 0.8% 電話勧誘販売 0.7%	訪問販売及び電話勧誘販売 0.9%	訪問販売 0.5% 電話勧誘販売 0.6%
場合による・無回答など	訪問販売 4.7%	訪問販売 5.1% 電話勧誘販売 3.1%	訪問販売 5.4% 電話勧誘販売 3.3%	訪問販売及び電話勧誘販売 2.9%	訪問販売 3.4% 電話勧誘販売 3%
備考	有効回答数:2,290人 ※構成比 男:44% 女:56% 20歳代:12% 30歳代:21% 40歳代:22% 50歳代:21% 60歳代:17% 70歳以上:7%	有効回答数:1,800人 ※大都市居住の既婚女性 20歳代:4% 30歳代:19% 40歳代:21% 50歳代:31% 60歳代:26%	有効回答数:6,690人 ※構成比 男:48% 女:52% 20歳未満:5% 20歳代:9% 30歳代:15% 40歳代:17% 50歳代:16% 60歳代:20% 70歳以上:17%	有効回答数:1,680人 ※構成比 男:3% 女:97% 30歳未満:4% 30歳代:17% 40歳代:29% 50歳代:28% 60歳代:20% 70歳以上:4%	有効回答数:2,000人 ※構成比 男:48% 女:52% 20歳代:13% 30歳代:18% 40歳代:16% 50歳代:16% 60歳代:18% 70歳以上:19%

【参考】 諸外国における訪問販売規制の例

	アメリカ	オーストラリア	ルクセンブルク
法律の規定内容	<ul style="list-style-type: none"> ○連邦(FTC)は勧誘に関する規制をしていない。 ○一部の自治体ではDo Not Knock Registryを導入。訪問販売を拒絶する消費者が住所・氏名等を登録し、事業者に対して登録された住居への訪問販売を禁止する制度。 	<p>消費者法</p> <ul style="list-style-type: none"> ○勧誘員は、退去の要請があった場合には直ちにその住居から立ち去らなければならない。 	<p>消費法典</p> <ul style="list-style-type: none"> ○訪問販売を拒絶する意思を予め表示した消費者に対して訪問販売を行い、契約が締結された場合、当該契約は当然に無効となる。 ○事業者には、契約締結の有無を問わず251～12万ユーロの罰金、商品と運搬用車両の没収等を命じることができる。
意思表示の方法	<ul style="list-style-type: none"> ○Do Not Knock Registryに登録するだけでよい制度、ステッカーをあわせて貼る必要がある制度など、自治体によって差異がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ステッカー、その他の掲示。 ○ACCC(オーストラリア競争消費者委員会)はDo Not Knockステッカーを作成・配布しているが、特に様式等に限定はない。 	<ul style="list-style-type: none"> ○ステッカー、その他の掲示。特に様式等に限定はないが、訪問販売を拒絶する意思が明確である必要がある。 ○リストへの登録 ○リストアウト式(拒絶者のリスト)。
備考	<p>確認できただけでも、こうした制度を導入している自治体は、ニューヨーク州、オハイオ州、カリフォルニア州、ニュージャージー州、イリノイ州、ミシガン州、オレゴン州、マサチューセッツ州など多くの州内に存在する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○連邦裁判所は、Do Not Knockという掲示も「退去の要請」にあたるとした。 	<p>従前は訪問販売が禁止されていたが、EU指令に国内法を合わせる形で現行の消費法典が改正されたという経緯。</p>

※本頁および次頁に掲載した諸外国の法制度を調査するに際し、関西大学法学部のカリスコス・アントニオス准教授に多くのご教示・ご指しを頂いた。

【参考】 諸外国における電話勧誘販売規制の例

1. 勧誘拒絶の意思を登録し、事業者に登録番号への架電を禁止する例(オプトアウト規制)

	米国	英国	韓国
法律	電話勧誘と消費者詐欺および濫用防止法	2003年プライバシーと電子通信に関する規則	訪問販売等に関する法律
導入時期	2003年7月	2003年(※ダイレクトマーケティング協会が1999年に自主的に導入)	2014年1月
概要	リスト確認は、事業者がダウンロードする方法で実施する。	<ul style="list-style-type: none"> 事業者がリストをダウンロードして確認。 小規模事業者向けに、特定の番号で荷電するとスクリーニングシステムに接続され、登録された番号につながらなくなるサービス(TPS Callgard)も存在する。 	電話勧誘事業者が電話番号の掲載された勧誘リストを作成し、これをシステム内の照合プログラムにアップロードすると、登録していない消費者の電話番号のみがダウンロードされる。

2. 原則として、勧誘同意の意思を登録し、当該番号以外への架電を禁止する例(オプトイン規制)

	ドイツ	オーストリア	デンマーク
法律	不正競争防止法	2003年電気通信法	消費者契約法、市場慣行に関する法律
導入時期	2004年	2003年	2004年
概要	事前の同意なく電話勧誘をする行為は「不当な迷惑行為」に該当する。	事前の承諾なく商業的目的で電話をかける行為を禁止。	新聞・書籍の定期購読・保険・救命サービスの販売については、オプトインの例外。これらはオプトアウト規制に服する。

※1. に記載した国以外にも、カナダ、メキシコ、ブラジル、アルゼンチン、イタリア、ノルウェー、オランダ、ベルギー、スペイン、オーストラリア、ニュージーランド、インド、シンガポールが同様にオプトアウト規制を実施している。

※2. EUが2005年5月が採択した「プライバシーと電子通信に関する指令」は、人の介在しない自動通話システム、FAX、電子メールによる勧誘は相手方の事前の同意がある場合のみ許されるとし(オプトイン規制)、自動電話以外の電話勧誘規制については、各国に規制方法(オプトイン・オプトアウト規制)の裁量を与えている。

【参考】 都道府県の条例の規定状況等

	訪問販売に關して勸誘を拒否する意思を表示した消費者に対する勧誘の禁止規定の有無	訪問販売お断りステッカー等の作成状況	備考
北海道	○	○	
青森県	×	○	
岩手県	×	○	
宮城県	×	×	「消費者が契約を締結する意思がない旨を表示しているにもかかわらず、強圧的又は迷惑を覚えさせるような言動等を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること」を不正な取引行為として規制。
秋田県	○	×	
山形県	○	×	
福島県	×	×	「消費者の拒絶の意思表示にもかかわらず、目的を執り若しくは強硬して、又は消費者に迷惑を覚えさせるような方法で、消費者の住所、勤務先その他の場所を訪問する行為」を不正な取引行為として規制。
茨城県	×	×	
栃木県	×	×	
群馬県	○	×	
埼玉県	×	×	
千葉県	○	×	
東京都	○	×	消費者団体が行った「訪問販売お断りステッカー」の作成・配布を奨励したことがある。
神奈川県	×	×	「消費者が拒絶の意思を示したことに反して、目的を執り若しくは強硬して、又は迷惑を覚えさせるような方法で、消費者の住所、勤務先その他の場所を訪問すること」を不正な取引行為として規制。
新潟県	×	○	「消費者が拒絶の意思を示しているにもかかわらず、長時間にわたり、若しくは反復し、又は早朝、深夜、勤務中等消費者に迷惑を覚えさせるような訪問等に、消費者に電話し、又は消費者を訪問して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為」を不正な取引行為として規制。
富山県	○	○	
石川県	×	×	
福井県	×	×	
山梨県	×	×	「契約を締結する意思がない旨を表示しているにもかかわらず、迷惑を覚えさせるような手段で、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること」を不正な取引行為として規制。

	訪問販売に關して勸誘を拒否する意思を表示した消費者に対する勧誘の禁止規定の有無	訪問販売お断りステッカー等の作成状況	備考
長野県	○	○	
岐阜県	○	×	
静岡県	×	×	「契約を締結する意思がない旨を表示しているにもかかわらず、迷惑を覚えさせるような方法で、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為」を不正な取引行為として規制。
愛知県	○	×	
三重県	×	×	
滋賀県	○	×	
京都府	○	○	
大阪府	○	○	
兵庫県	-	-	回答無し
奈良県	○	×	
和歌山県	×	○	
鳥取県	×	○	
島根県	○	×	
岡山県	○	×	
広島県	×	×	
山口県	×	×	「契約を締結する意思がない旨を表示しているにもかかわらず、長時間にわたり、又は反復して契約の締結を勧誘し、又はそのような訪問により契約を締結させること」を不正な取引行為として規制。
徳島県	×	×	
香川県	×	×	
愛媛県	×	○	
高知県	×	○	
福岡県	×	○	「消費者の拒絶の意思が表示されているにもかかわらず、又はその意思を表示する機会を付与していないにもかかわらず、目的を執り、若しくは強硬して、又は早朝若しくは深夜に若しくは再三にわたり訪問する等、消費者に迷惑を及ぼすと認められる方法で、契約の締結又は締結を目的として、使居、勤務先その他の場所を訪問する行為」を不正な取引行為として規制。
佐賀県	×	×	
長崎県	×	×	
熊本県	×	×	
大分県	×	○	
宮崎県	○	×	
鹿児島県	×	○	
沖縄県	×	○	

〔出典〕平成26年度消費者庁委託調査 特定前取引にかかる被害実態の分析調査および条例調査(三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社)