

令和5年2月7日
令和4年度愛媛県委託事業
市町消費者安全確保地域協議会構成員研修（松山市）

特定商取引に関する法律について

特定非営利活動法人えひめ消費者ネット
検討委員 弁護士 安藤 陽介

第 1 特定商取引に関する法律の概要

特定商取引に関する法律（特商法）

目的：特定商取引を公正にし，及び購入者等が受けることのある損害の防止を図ることにより，購入者等の利益を保護し，あわせて商品等の流通及び役務の提供を適正かつ円滑にし，もって国民経済の健全な発展に寄与すること（法 1 条）



第1 特定商取引に関する法律の概要

販売業者の店舗において、販売業者と購入者が対面して行う「店舗販売」が主流であったが、販売方法が多様化してきた。昭和50年ころ、販売方法の積極化がすすみ、それに伴い、消費者トラブルの社会問題化が顕著になった

●昭和51年「訪問販売等に関する法律」成立

- ① 販売業者が店舗外に出向き、購入者の住居等で販売行為を行う「訪問販売」
- ② 各種情報伝達手段を利用して、販売業者と購入者が対面せず取引を行う「通信販売」
- ③ 自己増殖的な販売組織づくりを特徴とする「連鎖販売取引」



第1 特定商取引に関する法律の概要

- 平成8年改正 「電話勧誘販売」を追加
- 平成11年改正 「特定継続的役務提供」を追加
- 平成12年改正 法律名を「特定商取引に関する法律」に変更
「業務提供誘因販売取引」を追加
- 平成20年改正 「指定商品」制の廃止

原則として全ての商品・役務取引が規制対象となる

訪問販売の規制強化(再勧誘の禁止, 過量販売解除権)

インターネット取引の規制強化



第1 特定商取引に関する法律の概要

- 平成24年改正 「訪問購入」を追加
- 平成28年改正 「指定権利」から「特定権利」へ
権利取引について規制のすき間をふさぐ目的
- 令和3年改正 クーリング・オフ行使方法の電子化
通信販売・送り付け商法における規制強化



第1 特定商取引に関する法律の概要

特定商取引の種類

| | 類型 | 内容 |
|---|-------------|---|
| ① | 訪問販売 | 事業所以外の場所(自宅等)で行う取引 |
| ② | 通信販売 | 新聞・インターネット等で広告し、郵便・電子メール等の通信手段で申込みを受ける取引 |
| ③ | 電話勧誘販売 | 電話で勧誘し、申込身を受ける取引 |
| ④ | 連鎖販売取引 | 個人を販売員として勧誘し、更にその個人に次の販売員を勧誘させる形で販売組織を連鎖的に販売組織を拡大して行う取引 |
| ⑤ | 特定継続的役務提供契約 | 長期・継続的な役務提供とそれに対する高額な対価を約する取引 |
| ⑥ | 業務提携誘引販売取引 | 仕事を提供すると誘引し、その仕事に必要なとされる商品等を購入させる取引 |
| ⑦ | 訪問購入 | 消費者の自宅等を訪問して物品を購入する取引 |



第2 訪問販売

「訪問販売」

事業者が、営業所等以外の場所で契約を締結等して行う商品、特定権利の販売又は役務の提供をいう

特定権利の例

ゴルフ・リゾート会員権、映画・演劇チケット、社債、株式など



第2 訪問販売

●キャッチセールス

販売業者等が営業所等において、営業所等以外の場所において呼び止めて営業所等に同行させた者から売買契約等の申し込みを受けて行う商品の販売等をいう



第2 訪問販売

●アポイントメントセールス

①販売目的隠匿型

販売目的を隠して営業所その他の場所への来訪を要請すること

②有利条件型

他の者に比べて著しく有利な条件で、営業所その他の場所への来訪を要請すること



第2 訪問販売

●事業者の氏名等の開示

事業者は訪問販売をしようとするときは、勧誘に先立って、消費者に対して以下のことを告げなくてはならない。

- ・事業者の氏名
- ・契約の締結について勧誘する目的であること
- ・販売しようとする商品の種類



第2 訪問販売

●書面の交付

事業者は、契約の申込みを受けたとき又は契約を締結したときには、以下の事項を記載した書面を消費者に交付しなければならない。

商品の種類、販売価格、代金の支払時期・方法、商品の引渡し時期、契約の申込みの撤回に関する事項



第2 訪問販売

● 禁止行為

- ✓ 事実と違うことを告げる
- ✓ 故意に事実を告げない
- ✓ 消費者を威迫して困惑させる
- ✓ 勧誘目的を告げない誘引方法により誘引した消費者に対して、公衆の出入りする場所以外の場所で、契約締結の勧誘をする



第2 訪問販売

●クーリング・オフ

- 契約の申込み又は締結後一定期間内は，無条件で申込みの撤回又は契約の解除を行うことができる
- 特商法の類型では通信販売を除いてクーリング・オフ制度がある
- 理由は不要，無条件で撤回・解除できるが，期間制限あり
- 消費者トラブルでは，まずクーリング・オフできるか検討



第2 訪問販売

●クーリング・オフ

- 強行規定（特約で排除できない）
- クーリング・オフ書面発信時に効果発生
- クーリング・オフに伴う損害賠償又は違約金を請求されない
- 商品の返還に関する費用は事業者負担
- 商品・役務によって得た利益の返還不要
- 無償で原状回復を求めることができる



第2 訪問販売

●クーリング・オフ

- 訪問販売では法定書面受領日から起算して8日以内にクーリング・オフ書面を発信（事業者に届くのは9日目以降でもよい）
- 法定書面を受領していなければいつまでもクーリング・オフ可能
- クーリング・オフ書面は配達証明付き内容証明郵便が最適 * 電子的方法での行使も可能
- 適用除外あり



第2 訪問販売

● 過量販売解除権

- 事業者がその消費者の日常生活において通常必要とされる分量を著しく超える商品や指定権利を提供する契約について、契約締結日から1年以内であれば解除可
- 強行規定（特約で排除できない）
- 過量かどうかは商品の内容や購入者の生活を基準に判断



第2 訪問販売

●不実の告知等による取消し

- 事業者が、一定の重要事項について、①不実のことを告げ（不実の告知）、又は②不利な内容をわざと説明しない（故意による事実の不告知）ことにより、消費者が誤認して契約した場合、その契約を取り消すことができる



第3 通信販売

「通信販売」

事業者が、郵便等により申込みを受けて行う商品、特定権利の販売及び役務の提供（電話勧誘販売にあたるものを除く）

例：新聞・雑誌，テレビ，インターネットによる広告を見た消費者が，郵便，FAX，電子メール等で購入申込みする



第3 通信販売

●通信販売にはクーリング・オフがない

広告で必要な情報を消費者に与えるようにすれば、他の類型に比べて消費者の自主性が損なわれる程度が小さいため

→広告に表示すべき事項を定め、誇大広告を禁止



第3 通信販売

●通信販売における契約の解除

- 商品の引渡し，特定権利の移転を受けてから8日間は申込みの撤回又は契約の解除ができる
- 商品の返還に関する費用は消費者負担
- 広告に「返品不可」とあれば撤回・解除不可



第4 電話勧誘販売

「電話勧誘販売」

事業者が、消費者に電話をかけ、又は特定の方法により電話をかけさせ、その電話において行う勧誘により、消費者と取引を行う商品、特定権利の販売又は役務の提供

- ① 事業者が電話をかけて勧誘
- ② 訪問販売等のアポイントメントセールスと同様の勧誘（販売目的隠匿型，有利条件型）



第4 電話勧誘販売

- 氏名等の明示義務
- 契約不締結の意思表示をした者に対する勧誘継続・再勧誘の禁止
- 申込書面・契約書面（法定書面）の交付義務
- 不実告知，故意による事実不告知，威迫の禁止
- クーリング・オフ
- 不実告知等による取消し



第5 連鎖販売取引

「連鎖販売取引」

物品の販売又は役務の提供等の事業であって、再販売、受託販売若しくは販売のあっせんをする者を特定利益があると誘引し、特定負担を伴う取引をするもの

例：「入会金を支払って会員になると高品質な商品を購入できる。そして、これを購入して他の人を勧誘し、売却して会員を増やせば、その会員の売上金の一定割合をもらえる」

マルチ商法， ネットワークビジネス



第5 連鎖販売取引

- 事業者の氏名等の明示義務
 - 書面交付義務
 - 不実告知等の禁止
 - 広告規制（表示義務と誇大広告禁止）
 - クーリング・オフ 法定書面受領から20日間
 - 中途解約権と損害賠償額の制限
- クーリング・オフ期間経過後も解除でき、その際の賠償額に上限あり



第6 特定継続的役務提供

「特定継続的役務提供」

特定の継続的役務を，一定期間を超える期間にわたり，一定金額を超える対価を受け取って提供すること

美容・教育等の継続的サービスは長期間・高額になりがちであるにもかかわらず，中途解約を制限したり，高額な違約金を定める契約でトラブルが多発した



第6 特定継続的役務提供

規制対象となるもの（特定継続的役務）

| 役務の種類 | 期間 | 金額 |
|------------|------|------|
| エステティック | 1か月超 | 5万円超 |
| 美容医療 | 1か月超 | 5万円超 |
| 外国語教室 | 2か月超 | 5万円超 |
| 家庭教師 | 2か月超 | 5万円超 |
| 学習塾 | 2か月超 | 5万円超 |
| パソコン教室 | 2か月超 | 5万円超 |
| 結婚相手紹介サービス | 2か月超 | 5万円超 |



第6 特定継続的役務提供

- 書面交付義務
- 不実告知等の禁止
- 不実告知等による取消し
- クーリング・オフ 法定書面受領から8日間
- 関連商品のクーリング・オフも可能

例 エステティック

健康食品, 化粧品, 下着, 美顔器等

外国語教室

書籍, 記録媒体等



第6 特定継続的役務提供

➤ 中途解約権と損害賠償額の制限

クーリング・オフ期間経過後も将来に向かって解除でき、事業者が請求し得る損害賠償額には上限が定められている（これに反する特約は無効）

例 エステティック

- 役務提供開始前 2万円
- 提供開始後 2万円又は契約残額の10%相当額のいずれか低い



第7 業務提携誘因販売取引

「業務提供誘因販売」

物品の販売又は役務の提供の事業であって、業務提供利益を得られると相手方を誘引し、その者と特定負担を伴う取引をするもの

内職商法， モニター商法

例 パソコン本体やソフトを購入し、これを使用してホームページ作成の仕事を得る



第7 業務提携誘因販売取引

- 書面交付義務
- 不実告知等の禁止
- 不実告知等による取消し
- クーリング・オフ 法定書面受領から20日間
- 不実告知等による取消し
- 契約解除に伴う損害賠償額の制限



第8 訪問購入

「訪問購入」

物品購入業者が、営業所等以外の場所において、
売買契約の申込みを受け、又は売買契約を締結し
て行う物品の購入

押し買い商法

例 業者が自宅を訪問して貴金属、宝飾品、着物、
骨董品といった高価な物品を強引に買い取る



第8 訪問購入

- 事業者の氏名等の明示義務
- 飛び込み勧誘の禁止
- 書面交付義務
- 不実告知等の禁止
- クーリング・オフ 法定書面受領から8日間
- クーリング・オフ期間中の物品引渡拒絶権
- 転売先に対する所有権主張（転売先が善意・無過失の場合は不可）



第9 ネガティブオプション

注文がないのに一方的に商品を送り付けて売買契約を申し込み、一定期間内に購入しない旨の回答をしなければ、購入を承諾したものとみなすとする取引（送り付け商法）

＜特商法の令和3年改正＞

受け取った商品は直ちに処分できる

ただ、

事業者に対する対応・トラブル回避のため受け取らないことがよい



第10 民法の原則と 消費者保護のための例外

<民法による契約の原則>

- 民法は、対等な当事者同士を念頭に置き、双方が合意した内容（契約）は守るべき旨を規定している。
- しかし、契約を結ぶのは「対等な当事者同士」とは限らず、判断能力が劣後する一方当事者を保護するための様々な制度がある。



第10 民法の原則と 消費者保護のための例外

<成年後見制度>

- 契約をする前提としての判断能力の不十分さを補完する制度。認知症・知的障がい・精神障がい等の理由で判断能力の不十分な者を法的に保護し、支援する仕組み
- 法定後見（後見，保佐，補助）と任意後見がある。



第10 民法の原則と 消費者保護のための例外

＜法定後見制度＞ 家庭裁判所に対する申立て・審判

| | 判断能力 | 後見人・保佐人・補助人の権限 |
|----|-----------|---|
| 後見 | 欠けているのが通常 | 財産上の行為について代理権と取消権（日常生活に関する行為を除く） |
| 保佐 | 著しく不十分 | 特定の重要な財産上の行為について同意権・取消権（一定の行為について代理権付与も可） |
| 補助 | 不十分 | 家庭裁判所の定める特定の行為について同意権・取消権（一定の行為について代理権付与も可） |



第10 民法の原則と 消費者保護のための例外

＜任意後見制度＞

判断能力が十分なうちに、将来判断能力が低下した場合に備えて、自ら選んだ者に自分の生活・療養看護・財産管理について代理権を付与する契約を公正証書で締結しておく制度

＜民事信託を利用した保護＞

信託できる者に財産を信託



第10 民法の原則と 消費者保護のための例外

<未成年取消権>

- 未成年者の法律行為は，法定代理人の同意がない場合には，取り消すことができる。
- 令和4年4月1日から，成年年齢が満18歳に引き下げられた。



第10 民法の原則と 消費者保護のための例外

<消費者契約法>

- 消費者が事業者と契約をするとき、両者の間には、持っている情報の質・量や交渉力に格差がある。このような状況を踏まえて消費者の利益を守るために制定された法律



第10 民法の原則と 消費者保護のための例外

<消費者契約法>

- ✓ 嘘をつかれて契約をした（不実告知）
- ✓ 必ず値上がりすると言われた（断定的判断の提供）
- ✓ 不利になることを言われなかった（不利益事実の不告知）

などの事情がある場合，一定の要件のもと契約を取り消すことができる。



第10 民法の原則と 消費者保護のための例外

<特定商取引法>

- 事業者による違法・悪質な勧誘行為等を防止し、消費者の利益を守ることを目的とする法律



第10 民法の原則と 消費者保護のための例外

<特定商取引法>

- ✓ 訪問販売や通信販売等の消費者トラブルを生じやすい取引類型を対象に、事業者が守るべきルールと、クーリング・オフ等の消費者を守るルール等を定めている。
- ✓ 契約トラブルが起きやすい特定の取引を対象に、購入者等に有利な修正をしていると評価できる。



第10 民法の原則と 消費者保護のための例外

<消費者団体訴訟制度>

- 内閣総理大臣が認定した消費者団体が、消費者に代わって事業者に対して訴訟等を行うことができる制度



第10 民法の原則と 消費者保護のための例外

<消費者団体訴訟制度>

- ✓ 消費者と事業者との間には情報の質・量・交渉力の格差があること
- ✓ 訴訟には時間・費用・労力がかかり少額被害の回復には見合わないこと
- ✓ 個別のトラブルが回復されても、同種のトラブルが無くなるわけではないことなどから、内閣総理大臣が認定した消費者団体に特別な権限を付与



第10 民法の原則と 消費者保護のための例外

<消費者団体訴訟制度>

【差止請求】

- ✓ 事業者の不当な行為に対して，適格消費者団体が，不特定多数の消費者の利益を擁護するために，差止めを求めることができる



第10 民法の原則と 消費者保護のための例外

<消費者団体訴訟制度>

【被害回復】

- ✓ 不当な事業者に対して，“特定”適格消費者団体が，消費者に代わって被害の集団的な回復を求めることができる



最後に えひめ消費者ネットについて

- 愛媛県内で消費者契約に関する問題に取り組むNPO法人
- 消費者団体，消費生活専門相談員，学者，弁護士，司法書士らで構成
- 平成30年に内閣総理大臣より差止請求ができる「適格消費者団体」に認定
- 事業者の違法・不当な行為の情報を収集しています（電話089-987-3110）

