

平成28年度における消費者相談の概況について

平成29年8月
経済産業省
消費者相談室

経済産業省では、当省所管の法律、物資やサービスについて、消費者からの苦情、相談、問合せなどを受け付け、助言や情報提供等の消費者相談業務を行っています。

また、消費者から得られた情報を基に消費者をめぐる状況を把握し、これらを消費者行政に的確に反映させるよう努めています。

平成28年度における消費者相談の概況は、以下のとおりです。

1. 消費者相談の動向

- 平成28年度における経済産業省消費者相談室の消費者相談件数は7,509件（前年度比▲5.5%）となり、平成20年度以降、9年連続で減少しました。

受付窓口別では、経済産業本省への相談が2,373件（同4.6%増）、経済産業局への相談が5,136件（同▲9.5%）でした。

- 相談者の続柄別では、本人からの相談が4,013件（全体構成比53.4%）と過半数を占め、前年度に引き続き最も多く、次いで消費生活センター等からの相談（法律解釈の照会や情報提供）が2,770件（同36.9%）となっています。

相談者の年代別では、年齢が判明している3,503人（全相談件数の46.7%）のうち、40歳代の方からの相談が854件（構成比24.4%）と最も多く、次に50歳代の方からの相談が792件（同22.6%）、60歳代の方からの相談が633件（同18.1%）、30歳代の方からの相談が513件（同14.6%）、70歳以上の方からの相談が443件（同12.6%）の順となっています。

- 事項別では、「特定商取引法関係」の相談が4,165件（前年度比▲3.7%）、「割賦関係」の相談が842件（同▲8.5%）、「製品関係」の相談が761件（同▲3.8%）、「契約その他」の相談が494件（同▲7.5%）、「個人情報関係」の相談が161件（同▲12.5%）等と減少し、「先物取引関係」の相談が48件（同20.0%増）と増加しました。

また、全体構成比の過半数を占める「特定商取引法関係」（構成比55.5%）の取引類型別では、「通信販売」の相談が1,277件（前年度比7.3%増）、「特定継続的役務提供」の相談が675件（同18.6%増）、「業務提供誘引販売取引」の相談が156件（同15.6%増）と増加しました。一方、「訪問販売」の相談が1,146件（同▲14.9%）、「電話勧誘販売」の相談が409件（同▲9.7%）、「連鎖販売取引」の相談が344件（同▲24.9%）、「訪問購入」の相談が158件（同▲8.1%）と減少しました。

2. 平成28年度に寄せられた消費者相談の特徴

- 特定商取引法のうち、通信販売の相談が1,277件（全体構成比17.0%）、訪問販売の相談が1,146件（同15.3%）となり、通信販売の相談がこれまで最も相談の多い取引形態であった訪問販売の相談件数を上回りました。通信販売のうちインターネットを利用した通信販売に関する相談が2年連続で増加（平成27年度63件増、平成28年度108件増）し、1,140件となりました。

また、訪問販売の相談は、前年度と比較すると200件の減少となりました。

- 商品では、健康食品に関する相談件数は、400件と前年度に比べ16件減少（前年度比▲3.8%）しましたが、相談が依然として多い商品となっています。

このうち通信販売及び電話勧誘販売における相談件数は262件で、これらで6割半ばを占めました。また、通信販売の相談が153件と前年度に比べ23件増加し4割弱を占めました。また、年代別の特徴として、通信販売の相談では、10代から30代の方の相談が6割弱を占め、一方で、電話勧誘販売の相談では、60代以上の方の相談が8割半ばを占めました。

- 通信販売については、特定のESTA（米国への電子渡航認証）申請代行業者に関する相談が105件寄せられました。

主な相談内容としては、ESTA申請のサイトを公式サイトだと思い申請したところ、申請代行業者であったため取り消したい、また、申し込み時点では料金表に気付かず、公式サイトと誤認して申し込んでしまったので返金してほしい等といった、「解約関係」に関する相談が多く見られました。

- 特定継続的役務提供については、行政処分を受けた特定のエステティック事業者に関する相談が108件寄せられました。

主な相談内容としては、契約を中途解約したいと伝えたところ解約は受け付けるが返金できないと言われた、契約を中途解約したが約束の期日を過ぎても返金されない等、「解約関係」に関する相談が多く見られました。

- 特定のソフトウェア開発・販売業者による基本ソフトウェア（OS）の無償アップグレードに関する相談が41件寄せられました。

主な相談内容としては、OSが勝手にアップグレードされパソコンが機能しなくなった、保存データが消えた、元のOSに戻りたいが方法が分からない等、アップグレードに伴う不具合や操作方法等に関する相談が多く見られました。

- 平成28年4月から開始した電力の小売全面自由化に関する相談が前年度に57件寄せられましたが、引き続き平成28年度においても30件の相談が寄せられました。

主な相談内容としては、小売電気事業者情報を知りたい、電気料金の請求事務に遅れが生じている、訪問販売を受けて小売電気事業者と締結した契約をクーリング・オフできるかといった相談が見られました。

また、平成29年4月から開始のガスの小売全面自由化についても、ガス小売事業者情報や制度の相談窓口の問い合わせ等に関する相談が数件寄せられました。

- 平成29年3月下旬に営業を停止した特定の旅行会社への支払いの返金等に関する相談が27件寄せられました。

主な相談内容としては、クレジットカードで支払った旅行代金の引落しを止めたい、クレジット会社に対して支払停止の抗弁を主張できるのか等や現金で支払った旅行代金の返金を求めたいという相談が見られました。

＜事項別相談件数＞

事 項	平成28年度		平成27年度		対前年度比 (%)
	件数	構成比	件数	構成比	
割 賦 関 係	842	11.2%	920	11.6%	▲8.5
割 賦 販 売	572	7.6%	597	7.5%	▲4.2
前 払 割 賦	270	3.6%	323	4.1%	▲16.4
特 定 商 取 引 法 関 係	4,165	55.5%	4,323	54.4%	▲3.7
訪 問 販 売	1,146	15.3%	1,346	16.9%	▲14.9
通 信 販 売	1,277	17.0%	1,190	15.0%	7.3
電 話 勧 誘 販 売	409	5.4%	453	5.7%	▲ 9.7
連 鎖 販 売 取 引	344	4.6%	458	5.8%	▲24.9
特 定 継 続 的 役 務 提 供	675	9.0%	569	7.2%	18.6
業 務 提 供 誘 引 販 売 取 引	156	2.1%	135	1.7%	15.6
訪問購入	158	2.1%	172	2.2%	▲ 8.1
先 物 取 引 関 係	48	0.6%	40	0.5%	20.0
契 約 そ の 他	494	6.6%	534	6.7%	▲7.5
製 品 関 係	761	10.1%	791	10.0%	▲ 3.8
品 質 性 能	130	1.7%	160	2.0%	▲18.8
安 全 性	86	1.1%	94	1.2%	▲8.5
サ ー ビ ス	377	5.0%	320	4.0%	17.8
表 示	93	1.2%	103	1.3%	▲9.7
規 格	22	0.3%	39	0.5%	▲43.6
計 量 ・ 価 格	53	0.7%	75	0.9%	▲29.3
個 人 情 報 関 係	161	2.1%	184	2.3%	▲12.5
そ の 他	1,038	13.8%	1,152	14.5%	▲9.9
合 計	7,509	100.0%	7,944	100.0%	▲ 5.5

(注)

- i) 『割賦販売』とは、割賦販売法にいう割賦販売(自社割賦、信用購入あっせん及びローン提携販売を含み、前払割賦を除きます)及びクレジットカード全般に関する相談をいいます。『前払割賦』とは、割賦販売法にいう「前払式割賦販売」及び「前払式特定取引」に関する相談をいいます。
- ii) 『訪問購入』とは、特定商取引法にいう訪問購入(物品を購入する事業者が、営業所以外の場所で売買契約の申し込みや契約を締結して行う物品の購入)する取引に関する相談をいいます。(平成25年2月21日施行)
- iii) 『先物取引関係』とは、国内や海外の商品先物取引(旧商品取引所法及び旧海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律の適用を受ける取引)に関する相談をいいます(金融先物取引等に関する相談は所管外のためここには含まれません)。
- iv) 『契約その他』とは、特定商取引法関係、割賦関係及び先物取引関係に該当しない当省所管物資及び役務の契約に関する相談をいいます。
- v) 『個人情報関係』とは、個人情報の保護に関する法律等を含む個人情報に関する相談をいいます。
- vi) 『その他』とは、当省の所管する法令又は物資に直接該当しない相談をいいます。

3. 消費者相談の類型毎の動向

主な類型ごとの内容は、以下のとおりです。

- ① **割賦関係に関する相談**では、相談件数は842件で、前年度と比較すると78件の減少（▲8.5%）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の11.6%から11.2%になりました。

このうち、「割賦販売」（クレジットカードや個別のクレジットに関する相談）の相談件数は572件で、前年度と比較すると25件の減少（▲4.2%）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の7.5%から7.6%になりました。

相談内容としては「解約関係」の相談が66件（構成比11.5%）と最も多くなりました。また、その他にクレジット債務に係る手数料や一括返済等に関する内容が55件（同9.6%）、与信拒否や支払可能見込額調査に関する内容が40件（同7.0%）、不正利用や身に覚えのない請求に関する内容が38件（同6.6%）、販売店事由・支払い停止の抗弁に関する内容が31件（同5.4%）等となっています。

商品別に見ると、「乗用自動車（二輪自動車を除く）」が49件と最も多く、前年度の39件を上回りました。このほか、旅行等の「運輸・通信サービス」が36件となり、前年度の12件を大きく上回りました。この中には、営業を停止した特定の旅行会社へのクレジットカードでの支払に関する相談24件が含まれています。

支払方法別に見ると、「一括払い」が117件（構成比20.5%）と最も多く、前年度112件（同18.8%）から増加しました。また、「包括信用購入あっせん」が97件（同17.0%）と前年度82件（同13.7%）から増加しました。一方、リボ払いは51件（同8.9%）と前年度70件（11.7%）に比べ減少となりました。

また、「前払割賦」の相談件数は270件で、前年度と比較すると53件の減少（▲16.4%）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の4.1%から3.6%となりました。このうち、冠婚葬祭互助会に関係するものが255件と94.4%を占めています。

相談内容としては、「解約関係」の相談が189件で7割となりました。具体的には、解約手数料が高い、解約手数料の説明が事前になかった等の解約手数料に関する内容が76件、解約方法に関する内容が37件、解約拒否に関する内容が23件、解約時の書類に関する内容が22件等と、解約のための手続きの妥当性に関する相談が多く見られました。

（相談例A～Eを参照：10、14頁）

- ② **訪問販売に関する相談**では、相談件数は1,146件で、前年度と比較すると200件の減少（▲14.9%）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の16.9%から15.3%になり、通信販売に次いで相談の多い取引形態となっています。主な減少要因としては、前年度に行政処分された訪問販売業者に関する相談が減少したことに起因しています。

相談内容としては、「クーリング・オフ関係」の相談が501件（構成比43.7%）と最も多く、次に「解約関係」の相談が181件（同15.8%）と続き、これらで全体の6割弱を占めています。また、「書面不交付・不備」の相談が120件（同10.5%）寄せられています。

商品別に見ると、商品の種類は多岐にわたりますが、主な商品としては、住宅リフォーム等の「工事・加工」が171件、シロアリ駆除等の「その他の役務」が140件、水漏れ修理等の「修理・修繕、調整」が58件、浄水器、磁気治療器、健康機器等の「その他の機械器具」が52件、健康食品を含む「食料品」が45件、コンサルティング講座等の「教養、娯楽」が42件、「冷暖房・給湯設備機器」が40件となっています。

（相談例Fを参照：15頁）

- ③ **通信販売に関する相談**では、相談件数は1,277件で、前年度と比較すると87件の増加（7.3%）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の15.0%から17.0%になり、平成28年度は、訪問販売を上回り最も相談の多い取引形態となっています。主な増加要因として、インターネットを利用した通信販売に関する相談が増加したことがあげられます。

相談内容としては、「解約関係」の相談が488件（構成比38.2%）と最も多く、次に

「広告表示」の相談が219件（同17.1%）と続き、これらで全体の過半数を占めています。具体的には、分かりにくい申し込み画面になっていたため、お試し（初回）のつもりで申し込んだ商品が定期購入になっていた、商品が思っていたものと違って、異なる商品が届いた等の理由から解約したい、ESTA（米国への電子渡航認証）申請のサイトを公式サイトだと思い申請したところ申請代行業者であったため取り消したいとの相談が見られました。また、インターネット通販サイトに住所や電話番号等の記載がない、送料の記載が分かりづらい等の相談も見られました。なお、お試し（初回）のつもりで申し込んだ者の中には、未成年者による申し込みもあり、その両親からの相談も見られました。

商品別に見ると、多岐にわたっていますが、主な商品としては、健康食品を含む「食料品」が187件、オンラインゲーム等の「その他の役務」が185件、電子渡航認証手続の代行業等の「預託、利殖、代行」が108件、情報商材等の「情報処理、提供」が59件となっています。

（相談例G、Hを参照：19頁）

- ④ **電話勧誘販売に関する相談**では、相談件数は409件で、前年度と比較すると44件の減少（▲9.7%）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の5.7%から5.4%になりました。

相談内容としては、「クーリング・オフ関係」の相談が153件（構成比37.4%）と最も多く、次に「解約関係」の相談が70件（同17.1%）と続き、これらで全体の過半数を占めています。具体的には、行政処分を受けた事業者との契約は解除できるのか、行政処分を受けた事業者が会社名を変更して営業している等、行政処分された事業者に関する相談が多く、その中には、60代以上の方の相談が多く、また親族からの相談も見られました。

商品別に見ると、健康食品を含む「食料品」が150件と最も多く、電話勧誘販売全体の4割近くを占めています。次に通信回線契約等の「その他の役務」が97件、プロバイダー契約等の「情報処理・提供」が34件となっています。

（相談例I、Jを参照：22頁）

- ⑤ **連鎖販売取引に関する相談**では、相談件数は344件で、前年度と比較すると114件の減少（▲24.9%）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の5.8%から4.6%になりました。主な減少要因としては、前年度に行政処分された連鎖販売取引業者に関する相談が減少したことに起因しています。

相談内容としては、「解約関係」の相談が68件（構成比19.8%）、「クーリング・オフ関係」の相談が55件（同16.0%）、次に「情報提供」の相談が37件（同10.8%）、「書面不交付・不備」の相談が31件（同9.0%）となっています。具体的には、行政処分を受けた事業者が業務停止命令期間中にもかかわらず勧誘を行っている、行政処分を受けた事業者が会社名を変えて営業を続けている等、行政処分を受けた連鎖販売事業者に関する相談が見られました。

商品別に見ると、健康食品を含む「食料品」が73件、「頭髮・皮膚用化粧品」が47件となっています。

（相談例K、Lを参照：24頁）

- ⑥ **特定継続的役務提供に関する相談**では、相談件数は675件で、前年度と比較すると106件の増加（18.6%増）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の7.2%から9.0%になりました。

主な増加要因としては、エステティックに関する相談が366件と前年度（227件）と比較すると139件増加（61.2%増）したこと、また、行政処分を受けた事業者との契約を解約したい、事業者に中途解約を伝えたところ解約は受け付けが返金はないと言われた等、行政処分を受けた特定のエステティック事業者に関する相談が108件寄せられたことに起因しています。

相談内容としては、「解約関係」の相談が349件（構成比51.7%）と最も多く、次に「クーリング・オフ関係」の相談が122件（同18.1%）、「書面不交付・不備」の相談が

50件（同7.4%）となっています。中でも相談が多いのは、中途解約した場合の精算方法についての相談となっています。

分野別では、「エステティック」が366件（構成比54.2%）と最も多く、次に「学習塾」が92件（同13.6%）、「結婚相手紹介サービス」が66件（同9.8%）、「家庭教師」が60件（同8.9%）、「語学教室」が51件（同7.6%）、「パソコン教室」が26件（同3.9%）となっています。

（相談例M、Nを参照：27頁）

- ⑦ **業務提供誘引販売取引に関する相談**では、相談件数は156件で、前年度と比較すると21件の増加（15.6%増）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の1.7%から2.1%になりました。

相談内容としては、「クーリング・オフ関係」の相談が48件（構成比30.8%）と最も多く、次に「解約関係」の相談が45件（同28.8%）と続き、これらで全体の6割を占めています。

商品別に見ると、情報商材等の「情報処理・提供」が26件、健康食品等の「食料品」が23件、芸能活動をするためのレッスン等の「教養・娯楽」、アフィリエイト等の「内職・副業」がそれぞれ21件となっています。

（相談例Oを参照：32頁）

- ⑧ **訪問購入に関する相談**では、相談件数は158件で、前年度と比較すると14件の減少（▲8.1%）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の2.2%から2.1%になりました。

相談内容としては、「クーリング・オフ関係」の相談が63件（構成比39.9%）と最も多く、次に「勧誘・強引」、「解約関係」の相談がそれぞれ17件（同10.8%）、「情報提供」の相談が12件（同7.6%）、「書面不交付・不備」の相談が6件（同3.8%）等となっています。具体的には、事業者からクーリング・オフの通知を送ったところ転売していた、クーリング・オフしたいが事業者が返品に応じない、事業者から頻繁に勧誘の電話がかかってくる等の相談が見られました。

商品別に見ると、指輪、ネックレス等が50件、切手、古銭、貨幣等が13件となっています。

（相談例P、Qを参照：35頁）

- ⑨ **先物取引に関する相談**では、相談件数は48件で、前年度と比較すると8件の増加（20.0%）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の0.5%から0.6%になりました。

相談内容としては、「解約関係」の相談が7件、「業者の信頼性」の相談が6件、「強引な勧誘」の相談が5件となっています。具体的には、無許可の先物取引事業者と連絡が取れない、取引経験がない年金生活の高齢者なのに先物取引の勧誘を受けた、取引終了後も勧誘の電話がしつこくかかってくる等の相談が見られました。

なお、48件の相談のうち、許可・登録業者に係る相談が28件（構成比58.4%）、無許可業者等に係る相談が10件（同20.8%）、事業者不明等が10件（同20.8%）となっています。無許可業者の相談が前年度の3件から10件に増加しています。

また、勧誘場所について、自宅での勧誘が15件（31.3%）と最も多く、次に職場での勧誘が6件（12.5%）となっています。

商品別に見ると、国内商品先物等が44件で、この取引において具体的な商品として挙げたのは、金、プラチナ、原油等でした。

（相談例S～U参照：39、42頁）

- ⑩ **製品関係の相談**では、相談件数は761件で、前年度と比較すると30件減少（▲3.8%）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の10.0%から10.1%になりました。

相談内容としては、「サービス対応」に関する相談が最も多く、次に「品質性能」、「表示」、

「安全性」、「計量・価格」、「規格」の順となっています。

商品別に見ると、電気製品が253件と最も多く、次に機械器具が189件と続き、これらで相談の6割強を占めました。

それぞれの詳細は以下のとおりです。

「サービス対応」に関する相談は377件で、前年度と比較すると57件の増加となりました。

商品別に見ると、電気製品が119件と最も多く、次に機械器具が113件と続き、これらで相談の6割強を占めました。電気製品では携帯電話機やテレビに関するもの、機械器具ではパソコンに関する相談が多く、その相談内容は、パソコンの基本ソフトウェア（OS）の無償グレードアップに関するもの、部品の保有期間に関するもの、製品の不具合や故障等の際のメーカー等の修理・保証に関するもの、顧客対応に係る苦情・要望等に関するものでした。

「品質性能」に関する相談は130件で、前年度と比較すると30件の減少となりました。

商品別に見ると、電気製品が54件と最も多く、次に機械器具が36件と続き、これらで相談の7割強を占めました。電気製品では携帯電話機、テレビ、エアコンに関するもの、機械器具では乗用自動車、パソコンに関する相談が多く、その相談内容は、主に製品の不具合に関するものでした。

「表示」に関する相談は93件となり、前年度と比較すると10件の減少となりました。

商品別に見ると、電気製品が27件と最も多く、次に繊維製品が17件、機械器具が9件と続き、これらで相談の6割強を占めました。電気製品ではACアダプター、充電器等の電源・配線機具類等に関するもの、繊維製品では男性用衣類、手袋等に関するもので、その相談内容は、安全の表示マークや品質表示等に関するものでした。

「安全」に関する相談は86件となり、前年度と比較すると8件の減少となりました。

商品別に見ると、電気製品が37件と最も多く、次に機械器具が22件と続き、これらで相談の7割強を占めました。その相談内容は、携帯電話機、充電器、パソコン等の使用時の発火、発煙等に関するものでした。

「計量価格」に関する相談は53件、前年度と比較すると22件の減少となりました。

商品別に見ると、電力、ガス等のエネルギーが33件と相談の6割強を占め、その相談内容は、料金に関する相談や使用量の確定通知遅延等に関するものでした。

「規格」に関する相談は22件となり、前年度と比較すると17件の減少となりました。

商品別に見ると、電気製品が14件と相談の6割強を占め、その相談内容は、エアコンの専用電源設置や製品の規格の統一等に関するものでした。

（相談例Ⅴを参照：43頁）

- ⑪ **個人情報に関する相談**では、相談件数は161件で、前年度と比較すると23件の減少（▲12.5%）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の2.3%から2.1%になりました。

相談内容としては、個人情報の管理に関する相談がほとんどであり、具体的には、事業者が個人情報の削除に応じてくれない、個人情報を漏洩している、個人情報を目的外に使用された等の相談が多く見られました。

- ⑫ **契約その他に関する相談**では、相談件数は494件で、前年度と比較すると40件の減少（▲7.5%）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の6.7%から6.6%になりました。

相談内容としては、「解約関係」の相談が121件で24.5%を占めました。具体的には、店舗での購入や契約に係る返品・返金・解約に関する内容、特定商取引法等の適用対象外となる契約に関するものが見られました。他に、ゴルフ場会員権・リゾート会員権に関する内容も見られました。

商品別に見ると、オンラインゲーム等の運輸・通信サービスに関する内容が35件、信用取引に関する内容が29件、乗用自動車に関する内容が27件、ガスに関する内容が24件、ゴルフ場・リゾートクラブ会員権等に関する内容が23件、電力に関する内容が21件等となりました。このうち信用取引に関する内容では、クレジットカード会社のポイントや特典に関

する相談が21件を占めました。

- ⑬ その他では、相談内容は多岐にわたっていますが、特に運輸・通信サービス、不動産、保険に関する相談が多く見られました。

当省としては、引き続き、個別の相談に対して助言等を行うほか、消費者相談の概況についてホームページ上で公開していくこととしています。

また、寄せられた消費者相談のうち消費者事故に該当するおそれのあるものについては、消費者安全法の規定に基づき、相談者の個人情報に配慮した上でその概要を消費者庁に通知し、消費者トラブル情報の一元化に努めています。

なお、特定商取引法に違反する行為を行った事業者に対する行政処分の執行は、消費者庁が、権限委任し指揮監督下にある経済産業局と密接な連携の下、一元的に実施しています。詳しくは特定商取引法ガイド (<http://www.no-trouble.go.jp/>) をご覧ください。

【消費者相談窓口の御紹介】

経済産業省の所管の法律、物資やサービスについて何かお困りのことなどございましたら、経済産業省(本省)や経済産業局等の消費者相談室までお気軽に御相談ください。

※ なお、個別企業についてのお問い合わせや裁判で係争中のものに関することについては、お答えいたしかねます。また、個別事案について仲介・あっせんは行っておりませんので、予め御了承ください。

(経済産業省)

経済産業省(本省)	03-3501-4657
北海道経済産業局	011-709-1785
東北経済産業局	022-261-3011
関東経済産業局	048-601-1239
中部経済産業局	052-951-2836
近畿経済産業局	06-6966-6028
中国経済産業局	082-224-5673
四国経済産業局	087-811-8527
九州経済産業局	092-482-5458
沖縄総合事務局経済産業部	098-862-4373

(申出制度)

特定商取引法では、誰でも、特定商取引法に違反する悪質な事業者について国や都道府県へ情報提供し適切な措置をとるよう求めることができます。

詳細は、申出を希望する方への助言・指導などを特定商取引法上の指定法人として行っている(一財)日本産業協会(03-3256-3344 月～金 午前10時～午後5時)までお問い合わせください。

なお、申出は具体的な消費者トラブルの解決・あっせんを目的とした制度ではありません。申出に基づく調査の状況、結果についてはお答えしておりません。

○本件に関する問合せ先

経済産業省商務・サービスグループ

消費・流通政策課消費者相談室 高岡、須藤

(03-3501-4657)

平成28年度における消費者相談事例

この消費者相談事例は、平成28年度中に経済産業省消費者相談室に寄せられた相談の中から特徴的な相談例と消費者へのアドバイスをまとめたものです。悪質な勧誘等が行われたのではないかと疑われるケースもありますので、同様な勧誘等に十分注意をしてください。

（割賦販売）

1. 相談事例

相談例A エステサロンで結んだ個別クレジット契約をクーリング・オフしたい

娘がエステサロンで脱毛の契約を結んだ。契約期間は1年間で30回通えるコース、代金は10万円超。娘は学生で、1回で払える金額ではないため、クレジット会社の分割払いにしている。娘から金利を聞き、高いので心配になった。この契約について、娘にクーリング・オフをさせたので、その方法を教えてほしい。

2. ここに注意！

割賦販売法では、特定商取引法が適用される取引5類型（訪問販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務誘引販売取引）において、個別クレジットを利用して商品の購入等をした場合（個別クレジット契約）には、クレジット会社に対してクレジット契約のクーリング・オフを行うことができますとしています。この場合、販売業者等に対する売買契約等もクーリング・オフされたものとみなされます（クーリング・オフ連動）。

効果として、クレジット会社に支払った既払金は、クレジット会社から返金を受けることができ、販売業者に直接支払った現金（頭金など）は、販売業者等から返金を受けることができます。消費者が既に受け取った商品は販売業者に返すことになります。

※特定商取引法が適用される取引5類型であっても、包括信用購入あっせん^{（注）}については、クーリング・オフ制度は適用されません。

（注）包括信用購入あっせん：購入者等がカード等の提示等をし、販売業者等から商品購入等を行う際に、あっせん業者が、購入者及び販売業者等との契約に従い、販売業者等に対して商品代金等に相当する額を交付し、その後購入者等があっせん業者に対し当該額を一定の方式により支払っていく取引形態（いわゆるクレジットカード）。

割賦販売法上のクーリング・オフの通知書面の書き方例は45ページをご参照ください。

※クーリング・オフを行う際には、後々のトラブルを避けるためにも特定記録郵便、書留、内容証明郵便などで行うことをお勧めします。

※クーリング・オフとは、一定期間無条件で申込みの撤回または契約を解除できる制度で、法律の条文そのものには「クーリング・オフ」という表現はありません。したがって、通知書面には「契約の解除」と記載します。

3. 消費者の方々へのアドバイス

◎ 割賦販売法では、特定商取引法によってクーリング・オフができる場合、個別クレジット契約自体もクーリング・オフができる規定を設けています。

個別クレジット会社に対して、個別クレジット契約をクーリング・オフすると、販売契約も基本的にクーリング・オフされたものとして取り扱われます。(クーリング・オフ連動)効果として、

- 個別クレジット契約がクーリング・オフされると、購入者等が反対の意思表示をしている場合を除き、販売契約もクーリング・オフされます。
- 個別クレジット会社は、クーリング・オフに伴う損害賠償又は違約金を請求することはできません。
- 販売会社は、クーリング・オフがあった時点で既に立替金を受領しているときは、これを個別クレジット会社に返還しなければなりません。
- 個別クレジット会社は、クーリング・オフがあった時点で既払金があるときは、これを購入者等に返還します。

(法第35条の3の10、第35条の3の11)

- ◎ 個別クレジットのクーリング・オフは、クレジット契約書面を受領した日から8日間(訪問販売、電話勧誘販売、特定継続的役務提供)又は20日間(連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引)行うことができます。

クレジット会社、販売会社等によるクーリング・オフ妨害が行われた場合には、改めてクーリング・オフができる旨を明示した書面を受領した日から8日間又は20日間が経過するまでクーリング・オフできます。

(法第35条の3の10、第35条の3の11)

（割賦販売）

1. 相談事例

相談例B クレジットカードの期限が切れたが更新できない

クレジットカードの利用期限が切れたので、クレジットカード事業者に更新カードの送付を依頼したところ、発行できないと言われた。更新カードが発行できない理由がわからないため、事業者に理由を尋ねたが、教える義務はないと言われた。カードが更新できない理由を知りたい。

相談例C 更新時期ではないカード会社の与信確認によって、利用停止とされた

10数年以上前から買物等に利用してきたクレジットカードは、ほとんどが翌月一括払いで利用し、このカードの利用分でも、その他の個別クレジットの支払等でも過去に延滞はない。2016年秋、ガソリンスタンドで給油後、いつものようにそのカードで支払おうとしたが「カードの利用ができない」と言われた。クレジット会社に問い合わせたところ、「〇月〇日をもって当該カードの利用を停止している。定期的に与信確認を行った上で停止を決定した。」と言われた。このカードの更新時期は2020年であり、今回は更新の際の審査ではない。クレジット会社に理由を尋ねたが、回答できないと言われた。

2. ここに注意！

割賦販売法では、過剰与信を防止するために、クレジットカードの場合は発行、更新又は限度額を増額しようとする際に、個別クレジットの場合は申込みの際に、支払可能見込額調査を行うことを義務付けています。支払可能見込額とは、利用者の年収や預貯金、過去のクレジット債務の支払状況や借入金の状況などを基礎として算定した、クレジット債務の支払が可能と見込まれる額とされています。

クレジット会社は限度額について、法で定めた基準及び独自の与信審査基準に基づき、総合的に判断しています。

なお、割賦販売法では、支払可能見込額調査はカードの発行及び更新時等に行うこととされていますが、それ以外の時期にもクレジット会社の判断により、適正な額に見直しされる可能性があります。

3. 消費者の方々へのアドバイス

- ◎ 割賦販売法では、クレジットの支払が多くなりすぎて、日々の生活に困ったり、住んでいる自宅を失うようなことがないようにするために「支払可能見込額」を算定することをクレジット会社に義務付けました。

具体的には、年収から生活維持費、クレジット債務などを除き、返済履歴、商品の担保価値など様々な要素を総合的に勘案して、年間支払可能見込額が算定されることになります。消費者はこれを超えたクレジットは利用できなくなります。

（支払可能見込額調査 法第30条の2、法第35条の3の3）

なお、クレジット会社は、限度額について、法で定めた支払可能見込額調査義務を順守した上で、クレジット会社ごとに定めた基準に基づいて総合的に判断して算定しています。

- ◎ 支払可能見込額調査に関する注意点

- ・クレジットカードの限度額の場合は、包括支払可能見込額に経済産業大臣が定める割合（90／100）を乗じた額とします。

- ・翌月一括払い（マンスリークリア）については、個別クレジット、包括クレジット双方とも、適用除外です。
- ・年収は、自己申告が基本です。法では、証明書などは求めています。
- ・専業主婦（夫）等の場合は、世帯の収入に基づいて、クレジットを利用することができます。
- ・「生活維持費」は、利用者のプライバシー保護の観点、クレジット会社の調査能力の観点から、生活の実態を詳細に調査しなくとも把握できる、簡便な算定方式としています。

◎ 消費者の保護に支障を生じることがない場合には、支払可能見込額調査について、次のようにそれぞれ配慮しています。

〈個別クレジット〉

- ・家電や携帯電話など、店頭販売であって、比較的少額（１０万円以下）の生活に必要な耐久消費財に係る個別クレジット契約については、延滞していないこと等を確認することを条件に、支払可能見込額調査を行いません。
- ・自動車など比較的高額であっても、生活に必要とされる耐久消費財については、消費者の生活実態に関する丁寧な審査を前提として支払可能見込額を超える個別クレジットを利用して購入することができます。大学の学費等についても同様としています。
- ・緊急医療費、介護用品など、生命・身体の保護を目的とした緊急に必要とされる商品・役務については、支払可能見込額を超える与信ができます。

〈包括クレジット〉

- ・限度額が３０万円以下のクレジットカードを発行する場合は、過剰な債務や延滞等を確認する簡易な審査で発行可能とします。
- ・海外旅行、引越費用、冠婚葬祭など特定の目的のため、一定期間だけ、消費者の求めに応じて利用限度額を増額する場合は、目的・使用場所を確認することで、与信審査なしに利用限度額を増額することができます。
- ・クレジットカードを更新する場合、債務残高が５万円未満であれば、改めて審査する必要はありません。

◎ クレジット会社は、消費者の他社のクレジット債務の額や支払状況を調査するために、指定信用情報機関の提供する信用情報を利用する義務を負います。また、クレジット会社は、指定信用情報機関に加入して、クレジット債務などの基礎特定信用情報を提供する義務があります。

クレジット会社は、クレジット契約を締結する際に、購入者から基礎特定信用情報の提供の依頼、登録について同意してもらわなければなりません。

信用情報は「クレジットヒストリー」とも言われ、適正なクレジット利用の際に重要な要素となります。

（前払割賦）

1. 相談事例

相談例D 互助会の解約には手数料がかかると言われたが妥当な金額なのか

父が互助会契約を締結し、すでに完納している。解約したいと申し出たところ、事業者は「互助会契約を解約することはできる。ただし、返戻金は、掛金から解約手数料を差し引いた額となる。」と言った。言われた解約手数料は高額で、掛金額の15%超にもなることに驚いた。妥当な金額なのか。

相談例E 事務所に外向いたが互助会の解約手続きを拒否された

高齢の父が契約をしていたが、解約することにした。父は足が悪くて歩けないため、息子である当方が父を車に乗せて互助会事業者の事務所に外向き、解約を申し入れたところ、「担当者が不在のため、数日後に担当者が自宅に行き解約の意思を確認めた上で、後日改めて事務所で解約手続きを行う。」と言われた。契約者と共に事務所を訪ねているのに手続きを拒否された。

2. ここに注意！

割賦販売法では、2月以上の期間にわたり、かつ、3回以上に分割して掛金を受領し指定役務の施行を行う冠婚葬祭互助会は、「前払式特定取引業」として規制しており、年間取引額が1千万円に満たない場合を除いて、経済産業大臣の許可を受ける必要があります（同法第35条の3の61）。許可に際しては、約款の内容が経済産業省令で定める基準に適合している必要があります。「前払式特定取引契約約款の基準」について定めた同法施行規則第123条では、契約の解除に関して、購入者等が必要と認める場合には、購入者等が当該契約を解除することができる旨及びその申出の手続が定められていることと定めています。

また、契約の解除に伴う損害賠償等の額に関しては、購入者等の申出により契約を解除する場合について、前述の解約の手続による申出があった日から45日以内の一定の期間内に、購入者がすでに支払った金額から契約の締結及び履行のために通常要する費用の額を控除した額の金銭を払い戻す旨が定められていることとしています。

契約の解除については、同法では、購入者等が必要と認める場合には、購入者等が当該契約を解除することができる旨契約約款に記載し、契約約款記載事項の履行を事業者に求めています。

（訪問販売）

1. 相談事例

相談例F 火災保険を使えば、負担なく自宅の修繕ができると言われ契約したがクーリング・オフの対象とならないと記載されていた。クーリング・オフできないのか

事業者到庭先で声をかけられ、「雨樋が曲がっている。火災保険で直すことができる。屋根も見ましょうか。」と言われ、工事が必要かどうかを見に来てもらうように依頼した。後日、事業者が来訪し、屋根を見て、「修理が必要。保険で直すので負担はない。」と言われた。具体的な金額の提示はなかったが、お願いすることとし業務委託契約書を受け取った。契約書を見ると、具体的な工事内容や金額の記載がないほか、「支払いは保険金を超えない。クーリング・オフの対象とはならない」旨が備考欄に記載されていた。クーリング・オフはできないのか。

2. ここに注意！

営業所等以外の場所において売買契約の申込みを受け、若しくは売買契約を締結して行う商品の販売は、特定商取引法の「訪問販売」に該当します。営業所等で行われた契約であっても、「訪問販売」に該当する場合があります、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^{（注1）}がそれに当たります。

訪問販売では、法定要件を満たした契約書面を受領した日から8日間は売買契約の解除（クーリング・オフ）を行うことができます。クーリング・オフの記載がない等重要な事項が記載されていない契約書面を受領した場合や、「当該契約はクーリング・オフできない」と契約の解除に関する事項について不実のことを告げる行為をしたことにより契約の解除を妨げられた場合には、改めて法定要件を満たす書面を受領した日から8日間は、クーリング・オフができることになります。

なお、特定商取引法では、販売業者等が自らの意思で消費者の住居を訪問して販売を行うのではなく、購入者の請求^{（注2）}に応じて、購入者の住居で販売等を行った訪問販売の場合には、契約書面の交付、クーリング・オフ規定等の事業者に対する規制の適用が除外されます。

（注1） 「キャッチセールス」とは、路上等営業所以外の場所で呼び止めて営業所などに同行させて契約させる場合、また、「アポイントメントセールス」とは、電話や郵便等で販売目的を明示せずに消費者を呼び出したり、ほかの者にくらべて著しく有利な条件で契約できると誘って営業所等に呼び出したりして契約させる場合がこれに当たります。

（注2） 消費（購入）者が、購入したい商品について、自宅で契約の申込みをすることや契約の締結をする等の明確な意思表示をしていた場合、その他販売業者等に対して取引行為を行いたい旨の明確な意思表示をしていた場合には、消費（購入）者の請求による販売となり、適用除外となります。逆に、例えば、消費者が商品等について問合せ等をした際に、事業者から「お宅に訪問して、説明をしたい。」等の申出があり、それを承諾した場合には、消費（購入）者から訪問による販売を「請求」したとは言えません。このような場合には、同法の訪問販売に該当することになります。

特定商取引法のクーリング・オフの通知書面の書き方例は46ページをご参照ください。

※クーリング・オフを行う際には、後々のトラブルを避けるためにも特定記録郵便、書留、内容証明郵便などで行うことが薦められます。

3. 消費者の方々へのアドバイス

訪問販売とは、住居や喫茶店、路上等での営業所以外の場所で行う商品、権利の販売又は役務（サービス）の提供のことをいいます。営業所等で行われた契約であっても、路上等で呼び止めて営業所等に同行させ契約させる場合（いわゆるキャッチセールス）や、電話や郵便等で販売目的を明示せずに消費者を呼び出したり、ほかの者に比べて著しく有利な条件で契約できると誘って呼び出して契約させる場合（いわゆるアポイントメントセールス）は、訪問販売の規制が適用されます。

●勧誘や契約行為に関する規制

- ◎ 特定商取引法では、訪問販売における氏名等の明示が義務付けられています。事業者は、その勧誘に先立って、その相手に対して事業者の氏名又は名称、勧誘の目的で来訪した旨、商品やサービスの種類を明らかにしなくてはなりません。

（事業者の氏名等の明示 法第3条）
- ◎ 事業者は訪問販売に係る当該売買契約又は当該役務提供契約を締結しない旨の意思表示をした者に対し、引き続き又は再度訪問し、当該契約について勧誘することは禁止されています。

（再勧誘の禁止 法第3条の2）
- ◎ 事業者が訪問販売をし、消費者から申込みを受けた際に、商品又は役務の価格、代金の支払時期、方法等について記載した書面を交付することが義務付けられています。

（書面の交付 法第4条、法第5条）
- ◎ 訪問販売で勧誘する際、事業者の次のような行為は、特定商取引法で禁止されています。
 - ・ 事実と異なることを告げること （不実告知）
 - ・ 重要な事項を故意に告げないこと （重要事項不告知）
 - ・ 威迫して困惑させること （威迫困惑）
 - ・ キャッチセールスやアポイントメントセールスと同様の方法で誘引された消費者に対して、事業者の事務所、個人の住居、ホテルや公共施設の会議室、カラオケボックス等で勧誘すること （公衆の出入りする場所以外の場所での勧誘）

（禁止行為 法第6条）

●申込みの撤回や契約解除に関する規制

- ◎ 法定書面を受領した日から8日間はクーリング・オフができます。

例えば、工事契約の場合などの訪問販売による契約は、契約内容を記載した書面を受領した日から起算して8日以内であれば、工事が終わっていても損害賠償又は違約金の請求を受けることなく、書面によりクーリング・オフ（契約の解除）ができます。クーリング・オフの結果、事業者は無償で原状に回復することが求められます。工事が終了してしまったからといってクーリング・オフができなくなる訳ではありません。

事業者が法定書面を交付しなかった場合や、法定書面にクーリング・オフができる旨が記載されていないなどの重要な事項が記載されていない場合には、クーリング・オフをする権利

が留保されていることになります。

また、事業者の側に申込みの撤回等について不実告知又は威迫行為があり、それにより消費者が誤認又は困惑してクーリング・オフを行わなかったときは、契約内容を記載した書面を受領した日から起算して8日を経過していても、新たにクーリング・オフができる旨を明示した書面を受領した日から起算して8日間が経過するまでクーリング・オフができます。

（クーリング・オフ制度 法第9条）

- ◎ 訪問販売で、申込者に契約を締結する特別な事情がなく、日常生活において通常必要とされる分量等を著しく超えるその分量等の契約（いわゆる過量販売）となっている契約部分については、その契約の申込みの撤回や解除を行うことができます。

（過量販売による契約等の解除 法第9条の2）

- ◎ 勧誘に際して事業者側の不実告知や、重要事項の故意の不告知により消費者が誤認して行った契約の申込みや承諾の意思表示は、取消しができます。

（不実等の取消し 法第9条の3）

<参考>

●訪問販売、通信販売、電話勧誘販売の適用除外

訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売においては、原則すべての商品、役務が特定商取引法の対象となっています。なお、権利については、指定制となっており、①保養のための施設又はスポーツ施設を利用する権利、②映画、演劇、音楽、スポーツ、写真又は絵画、彫刻その他の美術工芸品を鑑賞し、又は閲覧する権利、③語学の教授を受ける権利が対象です。

しかし、この3類型には適用除外規定が設けられており、特定商取引法の適用が全面適用除外となる取引と、書面の交付やクーリング・オフ等、一部の規定が適用除外となる取引があります。

（特定商取引法の適用が全面的に除外される取引）

○事業者間取引、本邦外に在る者に対しての取引、国又は地方公共団体等が行う取引

○他の法令の規制があるため同法の適用が除外されるもの

- ・金融取引に関するもの

（例：有価証券の売買、預貯金業務、保険の引受等）

- ・通信・放送に関するもの

（例：電話、インターネット接続サービス、ケーブルテレビ、衛星放送等）

- ・運輸、旅行に関するもの

（例：航空運送事業、鉄道事業、バス・タクシー、フェリー等の運送、旅行業等）

- ・法律に基づく国家資格を得て行う業務に関するもの

（例：公認会計士、土地家屋鑑定士、行政書士、税理士、社会保険労務士等）

- ・その他類型

（例：商品先物取引、自動車整備業、倉庫業、国民年金、信用購入斡旋、積立式宅地建物販売、海外商品取引、商品投資顧問業、不動産特定共同事業、裁判外紛争解決手続等）

(特定商取引法の適用が部分的に除外される取引)

○書面交付及びクーリング・オフが適用除外とされるもの

- ・当該役務の全部の履行が契約の締結後直ちに行われることが通例の役務（例：キャッチセールスで行われる飲食店、マッサージ、カラオケボックス等）

○クーリング・オフが適用除外とされるもの

- ・購入者等との間で販売条件等の交渉が相当の期間にわたり行われるのが、通常取引態様である商品
- ・役務
(例：自動車販売、自動車リース等)
- ・契約締結後速やかに提供されない場合には、その提供を受ける者の利益を著しく害するおそれのある役務
(例：電気・ガス・熱の供給、葬儀等)
- ・商品の使用、一部の消費により価値が著しく減少するおそれがある商品を使用し又はその全部若しくは一部を消費したとき（消費させた場合を除く）
(例：化粧品、毛髪用材、石けん、配置薬等8品目)
- ・少額取引 3, 000円未満の現金取引

(適用除外 法第26条)

（通信販売）

1. 相談事例

相談例G ネット通販業者の返品特約の表示方法に問題があるのではない

ショッピングサイトに出品している事業者から健康機器を通信販売で購入した。しかし、イメージが違っていたため、返品しようと連絡したところ、返品特約に「お客様のご都合による返品・交換はお受け出来ません。」と記載されているとして返品を断られた。返品特約については全く認識しなかった。

相談を受けた消費生活センターで、Yのサイトを確認したところ、最終申込み画面に「キャンセルや返品などについては事前にこちら（青文字表示）をご確認ください」という記載があり、これをクリックすると「お知らせページ」にリンクし、そのページの中に、返品特約が表示されていた。最終申込み画面では、返品特約の説明が「お知らせページ」の中に埋没している。返品特約の表示方法に問題があるのではないのか。

相談例H 定期購入契約であることが最終画面に表示されていない

相談者は、SNSの事業者の広告から、健康食品のサイトを知り、ダイエットの商品に関心を持った。「初回送料650円のみご負担ください」と記載があった。とても安かったため、サイトから注文することにした。注文画面から個人情報等を入力し、最終画面でも総額650円となっていた。

相談者は1回だけお試しで650円の商品を購入したつもりであったが、最近になって、事業者から2回目の商品が送付されて驚いた。納得いかなかったため、サイトを確認してみると、毎月1回ずつ合計4回送付される定期購入のコースであると広告に記載があった。1回目は、650円だが、2～4回目は、4,980円の契約だった。最終画面に定期購入のことは一切記載がなかった。全くそのような認識がなかったので解約したい。

2. ここに注意！

特定商取引法では通信販売広告に表示すべき事項を定めています。ここでいう通信販売広告とは販売業者等が通信手段により申込みを受けて商品の販売等を行うことを意図していると認められるものをいいます。事業者は、特定商取引法の規定に基づいて、販売条件を表示しなくてはなりません。この販売条件の中には返品特約も含まれており、返品特約がある場合には、消費者にとって見やすい箇所において明瞭に判読できるように表示することや、容易に認識できるように表示することが求められます。

その他、インターネットショッピングでは、商品を注文したが、「届いた商品が破損していた」、「ブランド品を注文したのに偽物だった」等のトラブルが発生したり、返品をしようとしても事業者と連絡がとれず交渉ができないケースも多々見受けられます。

返品特約が記載されている場合は、その条件（特約）が有効となり、当該返品特約に従うことになりますが、記載されていない場合は、商品を受け取った日から8日間は契約の申込みの撤回や契約の解除を行うことができます。商品が既に消費者に引き渡されている場合は、送料は消費者が負担して返却することができます。一度購入したものは返品不可と記載があった場合には、商品に隠れた瑕疵（傷や欠陥）がない限り、原則として返品できません。こうした場合の返品や返金については、民法、消費者契約法により解決を目指すこととなり、その交渉には大変な時間や労力を要する場合があります。

その他、インターネットショッピングでは、商品を注文したが、「届いた商品が破損して

いた」、「ブランド品を注文したのに偽物だった」等のトラブルが発生したり、返品をしようとしても事業者と連絡がとれず交渉ができないケースも多々見受けられます。

3. 消費者の方々へのアドバイス

●広告表示に関する規制

- ◎ 特定商取引法で規定する通信販売広告の表示事項は、「販売価格」「送料」「その他の負担すべき金銭」「代金の支払い時期や支払い方法」「商品の引渡時期」「返品特約（その特約の有無を含む）」「事業者の名称」「事業者の住所」「事業者の電話番号」「法人がインターネットで広告する場合に限っては代表者氏名（又は通販業務担当者の氏名）」等です。

スマートフォンやタブレット端末を利用した通信販売であっても、表示義務がありますので、サイト上の表示事項を確認して、取引内容を十分理解することが大切です。

（広告の表示 法第 11 条）

●商品や指定権利の返品についての規制

- ◎ 通信販売には、訪問販売や電話勧誘販売のように無条件解約（クーリング・オフ）制度はありません。しかし、特定商取引法では、広告に返品について特段の記載がない場合には、商品を受け取った日から8日間は、契約の申込みの撤回や契約の解除を行うことができることを規定しています。その場合は、返還に要する費用は消費者が負担しなければなりません。

ただし、事業者が広告に予め「返品不可」「契約成立後の解約は不可」等、返品ができない旨の特約を記載している場合には、原則として、契約の解除ができません。

このため、注文の前に通信販売広告をよく読み、「返品できるのか」「返品期間は定められているのか」「返品条件はどのようなになっているのか」など返品特約の記載内容をよく確認しておくことが大切です。

（申込みまたは契約の解除 法第 15 条の 2）

<参考>

特定商取引法では、返品特約の表示については、「顧客にとって見やすい箇所において明確に判読できるように表示すること」と規定されています。顧客が認識しやすい返品特約の表示方法や、返品特約が容易に認識できない表示方法については、「通信販売における返品特約の表示についてのガイドライン」で具体例を示しています。

http://www.caa.go.jp/trade/pdf/130220legal_6.pdf

- ◎ インターネットショッピングモールに出店している販売業者との取引でトラブルになった場合、交渉の相手方となるのは販売業者であり、特定商取引法での表示義務がかかる対象もサイト運営事業者ではなく、販売事業者です。特定商取引法では、「事業者の住所や電話番号」等の連絡先表示が義務付けられており、住所については現に活動している住所、「電話番号」については確実に連絡がとれる番号を記載する必要があります。申込み前には必ず、販売業者の連絡先表示を確認しましょう。インターネットショッピングでは、日本語の表記が不自然なサイト、正規販売店の販売価格と比較して、極端な低価格を表示しているサイト、連絡手段が電子メールのみのサイト等の利用は控えましょう。

<参考>

インターネット・オークションの出品者には、事業者と非事業者が混在していることが多く見られます。事業者は、特定商取引法の規制対象となりますが、非事業者は規制対象とはなりません。出品者が「販売業者」に該当するかどうかの考え方については、「インターネット・オークションにおける「販売業者」に係るガイドライン」を参照してください。

<http://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/consumer/tokutei/jyoubun/pdf/auctionguideline.pdf>

●誇大広告に関する規制

- ◎ 通信販売においては、誇大広告等（著しく事実に相違する表示、実際のものより著しく優良・有利であると人を誤認させるような表示）が禁止されています。

（誇大広告等の禁止 法第 12 条）

（電話勧誘販売）

1. 相談事例

相談例Ⅰ アダルトサイトから請求を受けて契約をしたが、クーリング・オフできるのか。

スマートフォンで検索中、突然、アダルトサイト利用料金の請求画面が表示された。驚いてインターネットで検索した「消費者無料相談」事業者のフリーダイヤルに電話をかけた。電話に出た女性にアダルトサイトの検索履歴などを聞かれた。「こちらから掛け直します」と言って一旦、電話が切れた。その後、男性から折り返しの電話があり、「その業者は悪質なので早い対応が必要だ。当社が協力する。」と言われ、詐欺解決代行の契約をした。しかし、契約した事を後悔し、1時間後に電話で解約を申し出たが、「既に調査を始めている。人件費、交通費、サーバー調査費は返金できない」と言われた。クーリング・オフは可能であろうか。

相談例Ⅱ 突然パソコンの警告音が鳴り、表示された電話にかけたところウィルス除去の契約を勧められた

パソコンを見ていると、警告音が鳴りPOP画面が表示された。「〇〇に電話して下さい」と電話番号の表記があったので電話をかけたところ、「ウィルス感染しています。11,500円で遠隔操作で除去します」と言われたので、依頼した。1時間後、別の事業者から電話があり、「ウィルスは除去されました。ウィルス除去の3年保証契約をしませんか、37,000円です。」と勧められたので、そのまま申し込んだ。解約はできるだろうか。

2. ここに注意！

特定商取引法では、電話勧誘販売取引においてクーリング・オフの規定を設けており、法律で決められた書面を受け取った日から数えて8日間以内であれば、書面により申込みの撤回や契約の解除（クーリング・オフ）をすることができます。また、法定書面が交付されていない場合は、クーリング・オフをする権利が留保されていることになります。

最近では、高齢者がトラブルに遭うケースが少なくありません。高齢者がトラブルに巻き込まれないよう、家族や周囲の方が注意し、見守ることも大切です。

特定商取引法のクーリング・オフの通知書面の書き方例は46ページをご参照ください。

※クーリング・オフを行う際には、後々のトラブルを避けるためにも特定記録郵便、書留、内容証明郵便などで行うことが薦められます。

3. 消費者の方々へのアドバイス

◎ 法定書面を受領した日から8日間はクーリング・オフができます。

事業者が法定書面を交付しなかった場合や、法定書面にクーリング・オフができる旨が記載されていないなどの重要な事項が記載されていない場合には、クーリング・オフをする権利が留保されていることになります。

また、事業者が、クーリング・オフに関する事項について、事実と違うことを告げたり、威迫したりすることによって、消費者が誤認・困惑してクーリング・オフしなかった場合には、上記期間を経過していても、その事業者がクーリング・オフできる旨を記載した書面を改めて交付し、8日間が経過するまでの間は、クーリング・オフできます。

（クーリング・オフ制度 法第24条）

- ◎ 勧誘に際して事業者側の不実告知や重要事項の故意の不告知により消費者が誤認して行った契約の申込みや承諾の意思表示は取消しができます。

(不実等による取消し 法第24条の2)

- ◎ 事業者は、勧誘に先立って、消費者に対して以下の事項を告げなければなりません。

- ・事業者の氏名(名称)
- ・勧誘を行う者の氏名
- ・販売をしようとする商品(権利、役務)の種類
- ・契約の締結について勧誘する目的である旨

(氏名等の明示 法第16条)

- ◎ しつこい勧誘に対しては、契約しないことをはっきり言いましょう。

電話勧誘販売において、当該売買契約等を締結しない旨の意思を表示した消費者に対し、同じ電話で引き続き、又は再度電話をかけ直して勧誘をすることは、特定商取引法で禁止されています。曖昧な返事はせず、はっきりと契約する意思がないことを伝えましょう。

(再勧誘の禁止 法第17条)

- ◎ 早く電話を切りたいために、「とりあえず資料だけでも送ってください。」などと安易に資料などを請求することは、事業者から氏名、住所、電話番号などを知らせることになってしまいます。また、曖昧な返事をしたために、事業者から「あなたは資料の申込みをされたでしょう。それは契約したことになるのですよ。」と虚偽のことを言われ、契約の締結を迫られる悪質なケースなども見られます。不必要な契約は、はっきり断ることが大切です。

（連鎖販売取引）

1. 相談事例

相談例K 契約したが利益が得られず返済に行き詰っているのに、解約したい

無職の20代の男性。以前交際していた女性からSNSで「会わせたい人がいる」と連絡があり、喫茶店に行くと、「入会して会員になる人を紹介したり、商品を販売するとお金になる。成功すればお金が入る。」などと勧誘された。3人に囲まれ断れる雰囲気ではなかった。入会には商品を購入することが条件だったので毎月商品を購入する契約をした。その後も「友人を誘おう。」と言われ、付き添われ友人を勧誘した。また、「上位ランクになった方がよい。お金を借りて商品を購入しないか。」と誘われ、消費者金融でお金を借りて商品を購入したが、利益が得られず返済に行き詰っている。事業者は「勧誘者に確認したが、そんな勧誘はしていない。」と全く取り合わない。

相談例L 新しい人を紹介すると紹介料がもらえと言われ、ダイエットコースの契約をしたが、解約したい

SNSを通じて副業のメールマガジンを送付するサービスに登録した。後日、事業者から電話があり「ダイエットコースのいずれかに入ること、他者への紹介報酬を得る権利が得られる」と説明され、その際「2、3人紹介すれば元が取れる」、「自分で体験して紹介した方が他者を勧誘しやすい」などと言われたため、60日間で約30万円（紹介報酬60%）のダイエットコースを契約した。その後、契約内容のメールが送られてきたが、契約内容が自分に不利であると気付いたので解約したい。

2. ここに注意！

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特定負担を伴う商品の販売又はあっせんなどに係る取引のことを「連鎖販売取引」といい、特定負担を回収し、さらに儲けようとするために商取引に不慣れな者を次々に勧誘することが多く見られるのが、この取引の特徴です。特定商取引法では、「連鎖販売業」を次のように規定しています。

- 1) 物品の販売（または役務の提供など）の事業であって
- 2) 再販売、受託販売もしくは販売のあっせん（または役務の提供もしくはそのあっせん）をする者を
- 3) 特定利益が得られると誘引し
- 4) 特定負担を伴う取引（取引条件の変更を含む）をするもの

具体的には、「あなたが勧誘して組織に加入する人が提供する取引料の〇〇パーセントがあなたのものになる」とか「あなたが勧誘して組織に加入する人が購入する商品の代金の〇〇パーセントがあなたのものになる」などと言って人々を勧誘し（このような利益を「特定利益」といいます）、取引を行うための条件として、1円以上の負担をさせる（この負担を「特定負担」といいます）場合であれば「連鎖販売取引」に該当します。

連鎖販売取引を行うときには、勧誘に先立って、消費者に対し、勧誘を行う者の氏名（名称）や商品の種類、特定負担を伴う契約について勧誘をする目的である旨を告げなければなりません。しかし、実際には、単なる食事会、ホームパーティ、同窓会などと目的を偽って告げられ、会場に行ってみると言葉巧みに勧誘されたというトラブルも多く見受けられますので、十分注意してください。

また、特定商取引法では、２０日間のクーリング・オフの期間を設け、その期間内であれば無条件で解約できる旨を定めています。なお、勧誘に関して不実のことを告げられたり、故意に事実を告げない行為が行われ、その結果、誤認して行った契約の申込みや承諾の意思表示は、クーリング・オフ期間経過後であっても、取り消すことができます。

一部の成功例を強調し、あたかも全員が成功するかのように勧誘されることもあります。友人などからの話であっても安易に信用せず、契約を締結するか冷静に判断することが大切です。

特定商取引法のクーリング・オフの通知書面の書き方例は４６ページをご参照ください。

※クーリング・オフを行う際には、後々のトラブルを避けるためにも特定記録郵便、書留、内容証明郵便などで行うことが薦められます。

３．消費者の方々へのアドバイス

- ◎ 統括者（連鎖販売業を実質的に掌握している者）、勧誘者（統括者が勧誘を行わせる者）、一般連鎖販売業者（統括者または勧誘者以外の連鎖販売業を行う者）は、連鎖販売取引を行うときには、勧誘に先立って、統括者、勧誘者又は一般連鎖販売業者の氏名又は名称（勧誘者、一般連鎖販売業者にあっては統括者の氏名又は名称を含む）、特定負担を伴う契約について勧誘をする目的である旨、商品又は役務の種類を明らかにしなくてはなりません。

（氏名等の明示 法第３３条の２）

- ◎ 特定負担を伴う取引についての契約の締結について勧誘をするためのものであることを告げずに同行させた者等に対して、公衆の出入りする場所以外の場所（例：事業者の事務所、個人の住居、ホテルの部屋や会議室、公共施設等の会議室、カラオケボックス、貸し切り状態の飲食店等）で勧誘することは禁止されています。

（禁止行為 法第３４条第４項）

- ◎ 連鎖販売業を行う者は、契約の締結前には、その連鎖販売業の概要を記載した書面（概要書面）、契約の締結後には、遅滞なく、契約内容について明らかにした書面（契約書面）を交付しなければなりません。

（書面の交付 法第３７条）

- ◎ 消費者（無店舗個人）は、契約書面を受領した日又は再販売をする商品につき、最初の引渡しを受けた日のどちらか遅い日から２０日間はクーリング・オフができます。
事業者が法定書面を交付しなかった場合や、法定書面にクーリング・オフができる旨が記載されていないなどの重要な事項が記載されていない場合には、クーリング・オフをする権利が留保されていることになります。

また、事業者の側に契約の解除について不実告知又は威迫行為があり、消費者が誤認又は困惑してクーリング・オフを行わなかったときは、クーリング・オフ期限が延長されます。

（クーリング・オフ制度 法第４０条）

◎ 連鎖販売契約を結んで組織に入会した消費者（無店舗個人）は、クーリング・オフ期間の経過後も、将来に向かって連鎖販売契約を解除できます。そのようにして退会した消費者は、以下の条件をすべて満たせば、商品販売契約を解除することができます。この規定は、仮に、「商品販売契約は解除しない」と主張する事業者がいた場合にも消費者が対抗し解約を出来るように規定したものです。

- ・ 入会后1年を経過していないこと
- ・ 引渡しを受けてから90日を経過してない商品であること
- ・ 商品を再販売していないこと
- ・ 商品を使用または消費していないこと
（商品の販売を行ったものがその商品を使用または消費させた場合を除く）
- ・ 自らの責任で商品を滅失またはき損していないこと

（中途解約・返品ルール 法第40条の2）

◎ 勧誘に際して事業者側の不実告知や重要事項の故意の不告知により、消費者が誤認して行った契約の申込みや承諾の意思表示は、取消しができます。

（不実等による取消し 法第40条の3）

◎ ノウハウや得意先の無い状態で、素人がいきなり収益を得られる事業というものは、そうそうありません。「多量の商品を購入したが、思ったように売れず、収入にならない」といったケースも見られます。また、同僚や友人を勧誘することが多いため、職場での信頼や友人関係を壊すことにつながったり、場合によっては会社の就業規則や学校の校則に違反することにもなりかねません。取引の仕組みやリスク等をよく理解し、冷静な判断をすることが重要です。

（特定継続的役務提供）

1. 相談事例

相談例M 書面が交付されず、高額な違約金を請求された

2016年4月、エステティック事業者と12回27万円のエステティック契約を結んだ。役務提供期間は設けられていない。契約時に書面は交付されていなく、領収書のみであった。

相談者は役務を3回受けたが、解約を申し出たところ、違約金として13万円を差し引いた額を返金してきた。違約金返金時に領収書のみが発行された。相談者は返金額が少な過ぎると思い消費生活センターに相談した。

消費生活センターでは、相談者に書面が交付されていなかったため、クーリング・オフ期間が留保されていると判断し、クーリング・オフ通知を送った。

相談例N 割引価格で契約したが、中途解約の精算は通常価格で行うと言われた

痩身エステ契約を締結し、キャンペーン価格20万円（有効期間1年、18回）をクレジットカードの一括払いで支払った。契約書には、通常価格50万円（120分、18回、@28,000円/回）からキャンペーン割引として30万円を差し引いた20万円（60%割引）が契約金額と記載されている。キャンペーン割引は回数によって率が変わり、6回は20%割引、12回は40%割引、18回は60%割引となっている。

7ヶ月後、10回施術を受けた後に中途解約を申し出たところ、事業者から、「契約書には、通常価格の単価を記載している。中途解約の際には、この通常価格の単価で精算する旨を記載している。10回施術後の場合、返金はない。」と言われた。契約した額の20万円を施術回数（18回）で割った単価で精算すべきではないのか。

2. ここに注意！

特定商取引法で定める「特定継続的役務提供」とは、政令で定める「特定継続的役務」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を指します。要件に該当すれば、店頭契約も規制対象となります。

「特定継続的役務」とは、役務提供を受ける者の身体の美化、知識・技能の向上などの目的を実現させることをもって誘引されるが、その目的の実現が確実でないという特徴を持つ有償の役務で、政令で指定するものがこれに該当します。現在、政令では、「エステティックサロン」「語学教室」「家庭教師」「学習塾」「パソコン教室」「結婚相手紹介サービス」の6役務が指定されています。

特定継続的役務提供に該当するかどうかは、契約内容をよく確認する必要があります。例えば、月謝制であっても、契約の実態が役務の提供を誘引として教材を販売している等の場合のように、実質的に拘束される役務提供期間が2ヶ月を超える期間にわたると判断される場合には特定継続的役務提供に該当する場合があります。

特定商取引法の特定継続的役務提供では、書面受領から8日間はクーリング・オフが認められています。また、特定継続的役務提供契約は、クーリング・オフ期間経過後も役務提供期間内であれば役務提供受領者は将来に向かって契約を解除することができます（中途解約）。中途解約時の精算に関しては、既提供部分の対価の算出は、契約締結時の単価を上限とし、解約時のみに高額な単価を定めていても無効となると解釈を示しています。仮に、解約時に異なる単価で精算する旨記載していたとしても「提供された役務の単価」の計算に用いる単価は、契約締結の際の単価となります。また、キャンペーン価格で契約し

たにもかかわらず、契約書には通常価格の単価を記載していた場合には、法第42条に規定する「金銭の額」が不適切な記載の契約書面に該当することとなります。

特定商取引法のクーリング・オフの通知書面の書き方例は46ページをご参照ください。

※クーリング・オフを行う際には、後々のトラブルを避けるためにも特定記録郵便、書留、内容証明郵便などを行うことが薦められます。

3. 消費者の方々へのアドバイス

- ◎ 特定継続的役務とは、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り役務を提供（役務を受ける権利の販売も含む。）するものが規制の対象となります。

現在、以下の6役務が特定継続的役務として指定されています。

特定継続的役務（※4）	期間	金額
いわゆるエステティック 人の皮膚を清潔にし若しくは美化し、体型を整え、又は体重を減するための施術を行うこと	1月を超えるもの	いずれも 5万円を 超えるもの （※3）
いわゆる語学教室 語学の教授（入学試験に備えるため又は大学以外の学校における教育の補習のための学力の教授に該当するものを除く。）	2月を超えるもの	
いわゆる家庭教師（※1） 学校（小学校及び幼稚園を除く。）の入学試験に備えるため又は学校教育（大学及び幼稚園を除く。）の補習のための学力の教授（役務提供事業者が用意する場所以外の場所において提供されるものに限る。）	2月を超えるもの	
いわゆる学習塾（※1）（※2） 入学試験に備えるため又は学校教育の補習のための学校（大学及び幼稚園を除く。）の児童、生徒又は学生を対象とした学力の教授（役務提供事業者の事務所その他の役務提供事業者が当該役務提供のために用意する場所において提供されるものに限る。）	2月を超えるもの	
いわゆるパソコン教室 電子計算機又はワードプロセッサの操作に関する知識又は技術の教授	2月を超えるもの	
いわゆる結婚相手紹介サービス 結婚を希望する者への異性の紹介	2月を超えるもの	

（※1）「家庭教師」および「学習塾」には、小学校または幼稚園に入学するためのいわゆる「お受験」対策は含まれません。

（※2）「学習塾」には、浪人生のみを対象にした役務（コース）は含まれません（高校生と

- 浪人生が両方含まれるコースは全体として対象になります)。
- (※3) 入学金、受講料、教材費、関連商品の販売など、契約金の総額が5万円を超えていると対象になります。
- (※4) 役務の内容がファックスや電話、インターネット、郵便等を用いて行われる場合も広く含まれます。

(定義 法第41条)

- ◎ 以下の場合などには、特定商取引法の特定継続的役務提供に係る規定が適用されません。
- ・事業者間取引の場合
 - ・海外にいる人に対する契約
 - ・国、地方公共団体が行う販売または役務の提供
 - ・特別法に基づく組合、公務員の職員団体、労働組合がそれぞれの組合員に対して行う販売または役務の提供
 - ・事業者がその従業員に対して行った販売または役務の提供の場合

(適用除外 法第50条)

- ◎ 事業者が特定継続的役務提供又は特定権利販売について契約する場合には、それぞれ以下の書面を消費者に渡さなければならないと定められています。また、これらの書面に記載すべき内容についても定められています。

A：契約の締結前に、当該契約の概要を記載した書面（概要書面）

B：契約の締結後に遅滞なく、契約内容について明らかにした書面（契約書面）

(書面の交付 法第42条)

- ◎ 誇大広告や著しく事実と相違する内容の広告による消費者トラブルを未然に防止するために、役務の内容などについて、「著しく事実と相違する表示」や「実際のものより著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示」を禁止しています。

(誇大広告等の禁止 法第43条)

- ◎ 特定継続的役務提供における、以下のような不当な行為を禁止しています。

○ 契約の締結について勧誘を行う際、または締結後、その解除を妨げるために、事実と違うことを告げること

○ 契約の締結について勧誘を行う際、または締結後、その解除を妨げるために、故意に事実を告げないこと

○ 契約の締結について勧誘を行う際、または締結後、その解除を妨げるために、相手を威迫して困惑させること

(禁止行為 法第44条)

- ◎ 特定継続的役務提供の契約をした場合でも、法律で決められた書面を受け取った日から数えて8日間以内であれば、消費者は事業者に対して、書面により契約（※関連商品の販売契約を含む）の解除（クーリング・オフ）をすることができます。

事業者が法定書面を交付しなかった場合や、法定書面にクーリング・オフができる旨が記載

されていないなどの重要な事項が記載されていない場合には、クーリング・オフをする権利が留保されていることになります。

また、事業者が、契約の解除に関して事実と違うことを告げたり威迫したりすることにより、消費者が誤認・困惑してクーリング・オフをしなかった場合には、上記期間を経過していても、消費者はクーリング・オフをすることができます。

「関連商品」について、特定継続的役務の提供の際、消費者が購入する必要がある商品を「関連商品」として位置付け、消費者が本体の特定継続的役務提供などの契約をクーリング・オフ（または中途解約）した場合には、その関連商品についてもクーリング・オフ（または中途解約）することができることとしています。具体的には、以下のものが政令で関連商品として指定されています。

○エステティック

- ・いわゆる健康食品
- ・化粧品、石けん（医薬品を除く）及び浴用剤
- ・下着類
- ・美顔器、脱毛器等

○語学教室、家庭教師、学習塾

- ・書籍（教材を含む）
- ・カセット・テープ、CD、CD-ROM、DVD 等のいわゆる学習用ソフト
- ・ファクシミリ機器及びテレビ電話

○パソコン教室

- ・電子計算機及びワードプロセッサ並びにこれらの部品及び付属品・書籍、カセット・テープ、CD、CD-ROM、DVD 等によりプログラム等を記録したもの

○結婚相手紹介サービス

- ・真珠並びに貴石及び半貴石
- ・指輪その他の装身具

（クーリング・オフ制度 法第48条）

- ◎ 消費者は、クーリング・オフ期間の経過後においても、将来に向かって特定継続的役務提供契約など（関連商品の販売契約を含む）を解除（中途解約）することができます。その際、事業者が消費者に対して請求し得る損害賠償などの額の上限は、以下の通りです（それ以上の額をすでに受け取っている場合には、残額を返還しなければなりません）。

A. 契約の解除が役務提供開始前である場合	
契約の締結および履行のために通常要する費用の額として役務ごとに政令で定める以下の額。	
エステティック	2万円
語学教室	1万5,000円
家庭教師	2万円

学習塾	1万1,000円
パソコン教室	1万5,000円
結婚相手紹介サービス	3万円

B. 契約の解除が役務提供開始後である場合（aとbの合計額） a 提供された特定継続的役務の対価に相当する額 b 当該特定継続的役務提供契約の解除によって通常生ずる損害の額として役務ごとに政令で定める以下の額	
エステティック	2万円または契約残額※の10％に相当する額のいずれか低い額
語学教室	5万円または契約残額の20％に相当する額のいずれか低い額
家庭教師	5万円または当該特定継続的役務提供契約における一か月分の授業料相当額のいずれか低い額
学習塾	2万円または当該特定継続的役務提供契約における一か月分の授業料相当額のいずれか低い額
パソコン教室	5万円または契約残額の20％に相当する額のいずれか低い額
結婚相手紹介サービス	2万円または契約残額の20％に相当する額のいずれか低い額

※「契約残額」とは、契約に関する役務の対価の総額から、すでに提供された役務の対価に相当する額を差し引いた額のことです。

（中途解約 法第49条）

◎ 事業者が契約の締結について勧誘を行う際、以下の行為をしたことにより、消費者がそれぞれ以下の誤認をすることによって契約の申込みまたはその承諾の意思表示をしたときには、その意思表示を取り消すことができます。

- ・事実と違うことを告げられた場合であって、その告げられた内容が事実であると誤認した場合
- ・故意に事実を告げられなかった場合であって、その事実が存在しないと誤認した場合

（不実等による取消し 法第49条の2）

（業務提供誘引販売取引）

1. 相談事例

相談例〇 仕事を紹介するとして契約したインストラクターの養成講座を解約したいが、クーリング・オフにに応じてくれない

ヨガの体験レッスンを受けたところ、インストラクター養成講座も開かれていることを知り、習うなら指導者を目指してみたいと興味がわき、説明を聞いた。

「仕事を紹介することもある。断ることもできる。自分でもやることもできる。」などと言われた。また、もらったチラシには、「仕事を紹介します。こちらから紹介した派遣講師養成依頼は極力断らないように」などと記載されていた。仕事を紹介してくれるならと思い、インストラクター養成講座を申し込んだ。契約書面は受領したが、クーリング・オフの記載はなかった。規約には「最低1年間は解約できない」と記載があった。

講座を受講したが、非常にハードで疲れたため、受講時間を短くすることはできないか相談したが、その後、「受講できなくなりました。返金もできません。」という内容の通知がきた。消費生活センターに相談し、クーリング・オフの通知をしたが、事業者はクーリング・オフに応じない。

2. ここに注意！

業務提供誘引販売取引に該当する場合には、事業者は、契約締結までに概要書面を、契約締結後に契約書面をそれぞれ交付しなければなりません。クーリング・オフは、原則として契約書面を受領した日から20日以内までとされています。

契約書面にクーリング・オフに関することなど、重要な事項が記載されていない場合には、クーリング・オフの起算日は進行しないと解されています。

仕事に就くため又は収入を得るために、仕事の提供やあっせんをするという事業者から、先行して多額の商品を購入したり、高額な講習料を負担しなければならないということは、常識的に考えにくいところです。業務が提供され収入が得られるので、先行の費用は取り戻せると勧誘されても、実際には思ったような収入が得られないこともあります。契約者の能力が仕事を提供する能力に達していないなどとして、事業者が仕事の提供を渋るケースなども多く見られています。契約の前に、業務を実際に提供するとされている会社に詳しい説明を求めたり、ホームページで当該事業者の情報を点検するなど、慎重に対応することが必要です。

特定商取引法のクーリング・オフの通知書面の書き方例は46ページをご参照ください。

※クーリング・オフを行う際には、後々のトラブルを避けるためにも特定記録郵便、書留、内容証明郵便などで行うことが薦められます。

3. 消費者の方々へのアドバイス

◎ 特定商取引法の規制対象となる「業務提供誘引販売取引」は次のように定義されています。

- ①物品の販売（そのあっせんを含む。）又は有償で行う役務の提供（そのあっせんを含む。）の事業であって
- ②その販売の目的物たる物品（以下「商品」という。）又はその提供される役務を利用する業務（その商品の販売若しくはそのあっせん又はその役務の提供若しくはそのあっせんを行う者が自ら提供を行い、又はあっせんを行うものに限る。）に従事することにより得られる利

益（以下「業務提供利益」という。）を収受し得ることをもって相手方を誘引し

- ③その者と特定負担を伴うその商品の販売若しくはそのあっせん又はその役務の提供又はそのあっせんに係る取引

※「業務提供利益」とは、業務提供誘引販売取引の相手方を勧誘する際の誘引の要素となる利益であり、その利益とは、提供又はあっせんされる業務に従事することにより得られる収入のこととされています。

また、「業務」とは、「その役務の提供」等を行う者が「自ら提供を行う」もの又は「あっせんを行う」ものとされています。

（定義 法第51条）

業務提供誘引販売取引に当たる例としては、以下のようなものがあります。

- ・販売されるパソコンとコンピューターソフトを使用して行うホームページ作成の在宅ワーク
- ・販売される着物を着用して展示会で接客を行う仕事
- ・販売される健康寝具を使用した感想を提供するモニター業務
- ・購入したチラシを配布する仕事
- ・ワープロ研修という役務の提供を受けて修得した技能を利用して行うワープロ入力の在宅ワーク

- ◎ 業務提供誘引販売業者は、業務提供誘引販売取引を行うときには、勧誘に先立って、消費者に対して、氏名や特定負担を伴う取引について勧誘する旨などを告げなければなりません。

（氏名等の明示 法第51条の2）

- ◎ 業務提供誘引販売取引業者が、契約の締結について勧誘を行う際、または締結後に取引の相手方に契約を解除させないようにするために、嘘をつくことや威迫して困惑させるなど不当な行為をすることを禁止しています。

（禁止行為 法第52条）

- ◎ 業務提供誘引販売業を行う者が業務提供誘引販売取引について広告する場合には、法で定めた記載事項を表示することが義務付けられます。

（広告の表示 法第53条）

- ◎ 誇大広告や著しく事実と相違する内容の広告による消費者トラブルを未然に防止するため、表示事項等について、「著しく事実と相違する表示」や「実際のものより著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示」を禁止しています。

また、未承諾者に対する電子メール広告の提供も禁止されています。

（誇大広告の禁止等 法第54条、法第54条の3）

- ◎ 業務提供誘引販売業を行う者は、業務提供誘引販売取引について契約する場合には、それぞ

れ以下の書面を消費者に渡さなければならないと定められています。また、これらの書面に記載すべき内容についても定められています。

A：契約の締結前に、当該業務提供誘引販売業の概要を記載した書面（概要書面）

B：契約の締結後に遅滞なく、契約内容について明らかにした書面（契約書面）

記載内容については、法で定められています。

（書面の交付 法第55条）

- ◎ 業務提供誘引販売取引の契約をした場合でも、法律で決められた書面を受け取った日から数えて20日間以内であれば、消費者は業務提供誘引販売業を行う者に対して、書面により契約の解除（クーリング・オフ）をすることができます。

事業者が法定書面を交付しなかった場合や、法定書面にクーリング・オフができる旨が記載されていないなどの重要な事項が記載されていない場合には、クーリング・オフをする権利が留保されていることになります。

業務提供誘引販売業を行う者が、契約の解除に関して事実と違うことを言ったり威迫したりすることにより、消費者が誤認・困惑してクーリング・オフしなかった場合には、上記期間を経過していても、消費者はクーリング・オフをすることができます。

（クーリング・オフ制度 法第58条）

- ◎ 業務提供誘引販売業を行う者が、契約の締結について勧誘をする際、以下のような行為をしたことにより、消費者がそれぞれ以下のような誤認をしたことによって契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときには、その意思表示を取り消すことができます。

- ・ 事実と違うことを告げられた場合であって、その告げられた内容が事実であると誤認した場合
- ・ 故意に事実を告げられなかった場合であって、その事実が存在しないと誤認した場合

（不実等による取消し 法第58条の2）

（訪問購入）

1. 相談事例

相談例P クーリング・オフしたいと電話したが、その後連絡がない

事業者から電話があり、「余っている洋服や靴、着物はありますか。洋服を200円とか500円で売った人は喜んでいました。」と言われ、「着物はないが洋服や靴ならある。」と答えた。自宅に来た事業者に、言われた通り不要な洋服や靴を出すと、「貴金属はないか。」と言われたので、母の遺品である貴金属を出した。「金は酸化する。価値が下がる。」等と言われたので買い取ってもらった。しかし、後で事業者が言っていることは嘘だと分かったので、クーリング・オフしたいと思い名刺の電話番号に3日間連絡し続けたが、留守番電話が流れるだけで連絡がとれない。インターネットの口コミ情報で見つけた電話番号にかけて、「クーリング・オフしたい」と伝えたが、「後でまた電話します」と言ったきり電話がない。

相談例Q クーリング・オフの書面を送ると、転売したと言われた

事業者から「衣類やバックなどの不要品の買取りのために訪問したい」と電話があり、来訪を承諾した。事業者が来訪し、帯やゴルフバックなどを見せたが関心がないようで、「貴金属はないか」と聞かれたので指輪を出した。契約書と代金を受け取った。数日後、売却した指輪のひとつをクーリング・オフしたいと思い、簡易書留でクーリング・オフ書面を送ると、事業者から「既に指輪は転売した」と連絡があった。

2. ここに注意！

自宅を訪れた事業者が貴金属等を強引に買い取るといった被害が急増したことから、特定商取引法が改正され、「訪問購入」についての規制が追加されました（平成25年2月21日施行）。

訪問購入については、いわゆる飛び込み勧誘が禁止されています。例えば、「不要な着物を売りたいので、契約について話を聞きたい」と、ある特定の物品について消費者から勧誘の要請を受けて訪問をする場合であっても、訪問した際に「いない指輪もあれば、売ってくれないか」等とその他の物品について勧誘をすることも、不招請勧誘として禁止されています。また、購入業者には勧誘目的の明示や書面の交付が義務付けられました。

売主である消費者は、必要事項が記載された書面を受け取ってから8日間は、無条件で契約の解除（クーリング・オフ）が可能で、販売代金を返還し、購入業者に引き渡した物品を取り戻すことができます。また、クーリング・オフ期間中は、物品の引渡しを拒み、手元に置いておくこともできます。

特定商取引法のクーリング・オフの通知書面の書き方例は46ページをご参照ください。

※クーリング・オフを行う際には、後々のトラブルを避けるためにも特定記録郵便、書留、内容証明郵便などで行うことが薦められます。

3. 消費者の方々へのアドバイス

◎ 特定商取引法は、「訪問購入」とは、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、売買契約の申し込みを受け、又は売買契約を締結して行う物品の購入をいうと定義しています。

（定義 法第58条の4）

◎ ただし、以下の物品、取引態様については、規制の適用除外となります。

○政令で指定された規制の適用対象から除外されている物品（政令第16条の2）

- ① 自動車（二輪のものを除く）
- ② 家庭用電気機械器具（携行が容易なものを除く。）
- ③ 家具
- ④ 書籍
- ⑤ 有価証券
- ⑥ レコードプレーヤー用レコード及び磁気的方法又は光学的方法により音、影像又はプログラムを記録した物

○適用除外となる取引態様

①訪問購入に係る規制の全てが適用されない場合【全面適用除外】

事業者間取引、本邦外に在る者に対する取引、国又は地方公共団体等が行う取引及び事業者会社内で従業員に対して行う取引については、訪問購入の規定の適用を受けません。

②事業者の氏名等明示（法第58条の5）、勧誘意思確認義務及び再勧誘の禁止（法第58条の6第2項、第3項）以外の規定が適用されない場合【部分的適用除外】

- ・消費者自ら自宅での契約締結を請求した場合（法第58条の17第2項第1号）
- ・いわゆる御用聞き取引の場合（政令第16条の3第1号）
- ・いわゆる常連取引の場合（政令第16条の3第2号及び第3号）
- ・転居に伴う売却の場合（政令第16条の3第4号及び省令第56条）
（適用除外 法第58条の17）

◎ 購入事業者が、売買契約の締結に関する要請をしていない消費者に対して、営業所等以外の場所で勧誘を行うことはできません。また、消費者から勧誘の要請を受けて訪問した場合も、勧誘に先立って、消費者に勧誘を受ける意思があるかを確認しなければなりません。また、一度、取引を断った消費者に対して再勧誘することも禁止となります。

（不招請勧誘の禁止等 法第58条の6）

◎ 訪問購入事業者は、契約に際し、物品の種類や特徴、購入価格、引渡しの拒絶やクーリング・オフに関する事項などの取引内容を明確にする事項が記載された書面を売主である消費者に交付しなければなりません。

（書面の交付 法第58条の7、第58条の8）

◎ 売主である消費者は、クーリング・オフが認められる8日間は、債務不履行に陥ることなく、購入者に対し物品の引渡しを拒むことができます。

（物品の引渡しの拒絶 法第58条の15）

また、購入事業者は物品の引渡しを受ける時点で消費者に対し、この期間において物品の引渡しを拒むことができることを告げなければなりません。

（物品の引渡しの拒絶に関する通知 法第58条の9）

また、購入事業者が物品の引渡しを受けるために、上記引渡しの拒絶ができる等のことにつ

いて不実のことを告げたり、人を威迫して困惑させることは禁止されています。

（物品の引渡しに関する禁止行為 法第58条の10）

- ◎ 訪問購入契約が締結された場合であっても、必要事項が記載された書面を交付された日から起算して8日以内であれば、売主である消費者は、無条件で契約の解除が可能です。クーリング・オフは、売主が購入事業者に対し書面を発した時に効力が発生します。

売主である消費者がクーリング・オフを行った場合、購入事業者は損害賠償や違約金を請求することはできません。また、代金の返還費用や利息は、購入事業者が負担することになります。

（クーリング・オフ制度 法第58条の14）

- ◎ クーリング・オフの実効性を担保するため、購入事業者がクーリング・オフ期間中に売主から引渡しを受けた物品を第三者に引渡すときは、第三者に対して、引き渡した物品がクーリング・オフの対象物品であることを書面で通知することが義務付けられています。

（物品を引き渡した第三者への通知 法第58条の11の2）

また、売主である消費者に対しては、第三者に物品を引渡した旨を通知しなければなりません。

（第三者への物品の引渡しについての消費者への通知 法第58条の11）

（送り付け商法）

1. 相談事例

相談例R 注文していない携帯電話が届いた

宅配業者から荷物が届いた。送り主の事業者名に心当たりはなかったが、宛名には自分のフルネームが漢字で書いてあったので箱を開けてみると、中には携帯電話が1台入っているだけで、納品書や請求書はなかった。普段インターネットで買い物はするが、携帯電話を注文した覚えはない。念のために、注文確認メールが届いているか、パソコンのメールの履歴を調べてみたが、事業者からの受信メールは見当たらなかった。家族にも確認したが、事業者や携帯電話のことは知らないと言われた。送付状に書いてある事業者の電話番号に連絡すると留守番電話に繋がったが、メッセージは残さなかった。注文した覚えのない商品なので、どのように対処すれば良いか。

2. ここに注意！

特定商取引法では、購入の申込みをしていない者に、販売事業者が一方的に商品を送り付け、相手方から商品の返送又は購入しない旨の通知がない限り勝手に購入の意思があるとみなして代金の請求をするネガティブ・オプション（送り付け商法）に関する規定を定めています。

商品の送付があった日を含む14日間、又は商品の引取りの請求をした日を含む7日間が経過した場合は、販売事業者は商品の返還を請求することができなくなります。

商品を送り付けられた消費者は、14日間又は7日間は自宅などに保管して、転売や廃棄などをしないようにしましょう。送り返してほしいと言われても送料を負担する必要もなく、配送手続きの義務也没有せん。事業者から代金の請求があったら警察に相談することをお勧めします。

3. 消費者の方々へのアドバイス

- ◎ 特定商取引法では、申込者等以外の者に対して売買契約の申込みをし、かつ、その申込みに係る商品を送付した場合等において、商品の送付があった日から起算して14日を経過する日（商品の送付を受けた者が販売事業者に対して商品の引取りの請求をした場合には、請求をした日から起算して7日を経過する日）までに、商品の送付を受けた者が申込みを承諾せず、かつ、販売事業者がその商品の引取りをしないときは、販売事業者は送付した商品の返還を請求することができません。

（法第59条）

（先物取引）

1. 相談事例

相談例 S 突然訪問した業者に巧みに勧誘され、契約した先物商品取引で大きな損失が出た

若い女性が自宅を訪れ、金の商品先物取引の勧誘をした。自分は年金生活で、貯金もないと言って断った。

数日後、女性は上司を連れて再訪した。上司は商品先物取引についてひと通り説明をしたが、私は再度、年金生活で貯金がないと言って断った。上司は「定期預金はあるだろう」、「金の先物取引は、定期預金よりは若干有利だ」、「昔の小豆の取引とかとは違い、今は金の取引だから問題ない」等と言葉巧みに勧誘してきた。結局 1 口 70 万円を 4 口契約することとなった。その日のうちに、事業者の車で一緒に銀行に行き、定期預金 1, 000 万円を解約して指定の口座に金額を振り込んだ。

その後、何度も損失が出て、追加契約を勧誘され契約したが、半年くらい経ち、このままでは家や土地までは取られるのではないかと怖くなり、事業者取引をやめると言ってなんとか取引を止めたが、お金はほとんど戻らない。

相談例 T 取引終了後も、しつこく勧誘電話がかかってくる

先物取引事業者が、取引を終了した後もしつこく電話をかけてくる。最近では 1 日に 2 回だったり、朝 7 時半にかかってくることもある。

この事業者とは金の現物取引を行っており、その後、プラチナの先物取引を勧められた。無断売買等の行為はなかったが、結局 1 千万円くらい損失を出し、先月、全ての取引を手じまいした。しかし、その後も X から電話がかかってきて迷惑している。

2. ここに注意！

商品先物取引は、一般的な商取引とは異なり、事前に取引の仕組みやルールを充分理解し、商品知識や商品の需要動向等を知ることが必要です。取引は少額の証拠金（総額の 3～8%）を担保として預託し、売買を行います。証拠金の額に比べて 10 数倍～30 数倍の取引をするため、相場の変動により大きな利益を期待できる反面、それと同等の損失を被る可能性がある「ハイリスク・ハイリターン」の取引です。商品の価格は日々変動するため、相場の動きを自ら確認できる方法等を知った上で、自己責任のもとで取引を行ってください。商品先物取引法では、商品先物取引事業者に対して、商品先物取引の仕組み・リスク等の説明を義務付けるとともに、利益を生じることが確実であると誤認させるような断定的な判断の提供や迷惑勧誘などの不当な勧誘を禁止しています。

3. 消費者の方々へのアドバイス

商品先物取引法では、事業者に対して、契約締結前の書面交付や交付時の説明義務、勧誘時等の禁止行為を定め、顧客保護を図っています。事業者が法令を遵守しているかどうかは、取引を行う上での信頼性にもつながりますので、事前に規制の概要を把握しておきましょう。

●契約締結前の顧客保護体制

- ◎ 商品先物取引業者は、契約締結前に、顧客に対して法令で定められた記載事項を記載した書面を交付するとともに、交付書面に掲げる事項について商品デリバティブ取引の仕組み・リ

スク等を説明することが義務付けられています。

(書面交付及び説明義務 法第217条及び第218条)

- ◎ 商品先物取引業者は、顧客の知識、経験、財産の状況及び商品取引の目的に照らして不適当と認められる勧誘を行い、顧客の保護に欠けるような取引を行ってはなりません。

(適合性の原則 法第215条)

●不当な勧誘等の禁止

- ・利益を生じることが確実であると誤認させるような断定的判断を提供し、又は確実であると誤認させるおそれのあること(「必ず儲かる」、「損はさせない」など)を告げて勧誘すること。
(断定的判断の提供の禁止)
- ・顧客に対し虚偽のことを告げること。
(虚偽事実の告知の禁止)
- ・取引を行わない旨の意思表示をした顧客に対し、勧誘すること。
(再勧誘の禁止)
- ・夜間・早朝、勤務時間中等の迷惑な時間帯での電話、訪問による勧誘、顧客の意思に反した長時間の勧誘、大声を挙げる等威迫し、困惑させ、又は不安の念を生じさせるような勧誘等を行うこと。
(迷惑勧誘)
- ・勧誘に先立ち、会社名や商品先物取引の勧誘である旨を告げないこと、勧誘を受ける意思の確認を行わないこと。
(勧誘を受ける意思の確認)
- ・勧誘の要請をしていない個人顧客に対し、訪問し、又は電話をかけて、商品取引契約の締結を勧誘すること。
(不招請勧誘の禁止※)
- ・国内外の商品市場取引につき、顧客が指示しなければならない事項(数量、対価の額又は約定価格等)について、顧客から指示を受けないで取引の注文を受けること。
(一任売買の禁止)
- ・顧客からの注文を執行する前に自己のために売付け又は買付けをすること
(フロントランニングの禁止)
- ・顧客に対し、同一の商品取引所の同一の商品について、同一の限月の売建玉と買建玉を同一枚数取引することを勧めること。
(両建て勧誘の禁止)
- ・取引を止めたいと申し出た顧客者に対して取引継続を勧めること。
(仕切り拒否の禁止)

(法第214条各号、施行規則第103条第1項各号)

●損失補てん等の禁止

- ◎ 商品先物取引業者、顧客側のいずれも損失補填の申込みや約束等をする事、実際に補填をすることを禁止しています。
(法第214条の3第1項)

- ◎ 取引の媒介を行う商品先物取引仲介業者についても、顧客に対し、商品デリバティブ取引の仕組み・リスクを説明する義務があり、顧客に対して、不確実な事項について断定的判断を提供し、又は確実であると誤認させるおそれがあることを告げて勧誘することなどが禁止されています。

(法第240条の16及び第240条の18)

※不招請勧誘禁止の例外となる類型が追加されました

不招請勧誘については、一定の例外（損失限定取引の勧誘等）を除き、禁止していますが、商品先物取引法施行規則等の改正（平成27年6月施行）に伴い、例外となる類型が追加されました。

例外対象となったのは、①ハイリスク取引の経験者（自社契約者）への勧誘、②ハイリスク取引の経験者（他社との契約者）への勧誘、③一定の要件を満たす未経験者に対する勧誘です。ハイリスク取引とは商品先物取引、金融店頭デリバティブ取引、金融市場デリバティブ取引及び有価証券の信用取引をいいます。③の一定の要件は、（1）65歳未満の者、（2）主として年金等により生計を維持している者でないこと、（3）年収800万以上又は金融資産2,000万円以上の者であり、取引上のリスク等について適切に理解している者や、商品先物の専門的知識を有すると考えられる資格（弁護士、公認会計士等）を有する者です。

また、今回の改正では、顧客保護の観点から、事業者に対して契約前及び契約後の措置規定を追加しています。契約前の措置として、未経験者に対しては、年収、金融資産申告書の確認や取引のリスク（損失額が証拠金の額を上回るおそれがあること等）を理解していることを確認するテストを実施することが義務付けられました。

契約後の措置としては、未経験者に対しては、契約を締結した日から14日を経過しないと、取引の勧誘を行うこと及び取引の指示を受けることができないとしています。未経験者から申込みを受けた事業者は、投資上限額（年収と保有金融資産額の合計の3分の1の額を上限とした額）を設定し、契約1年以内にあつては、投資上限額を超えた取引証拠金等は受領できず、証拠金が投資上限額に達した場合には、決済を結了しなければならないとしています。

商品先物取引制度の詳細については、下記をご覧ください。

<http://www.meti.go.jp/policy/commerce/index.html>

(先物取引：無許可)

1. 相談事例

相談例Ⅱ 無許可の先物取引事業者と連絡が取れない、情報はないか

2年ほど前から自宅に訪問してきた先物取引事業者に、数回にわけて数百万円の投資をした。今までに配当金として数十万円を受け取ったが、1年ほど前から、この事業者と全く連絡が取れない。無許可事業者のようだが、情報はないか。

2. ここに注意！

先物取引とは、将来の一定期日に一定の商品を売り又は買うことを約束して、その価格を現時点で決める取引です。国内商品市場取引、外国商品市場取引及び店頭商品デリバティブ取引を業として行う事業者は、国から「商品先物取引事業者」として許可を受けなければなりません。しかし、「無許可事業者から、訪問や電話での勧誘を受けた」等の相談も寄せられています。無許可事業者との取引は行わないように注意してください。

3. 消費者の方々へのアドバイス

◎ 経済産業省では、ホームページ上で先物取引事業者等一覧、商品先物取引仲介事業者等一覧を公表していますので、勧誘をしてくる事業者の名称と許可番号を確認してください。そして、無許可事業者から勧誘を受けても、契約・取引を行わないよう、十分に注意してください。

また、経済産業省及び農林水産省では、「商品先物取引業者」の許可を受けた業者を公表するとともに、無許可で商品先物取引業を行っていることを確認した者に、警告を発出する他、対象となる者の名称等を公表しています。併せて確認することをお勧めします。

詳しくは経済産業省HPをご覧ください。

<http://www.meti.go.jp/policy/commerce/page3.html>

（製品の安全性）

相談例Ⅴ 長期使用製品安全点検制度、長期使用製品安全表示制度について

1. 相談事例

事例①

相談者は70代の男性。

メーカーから石油給湯器を購入したが、所有者情報を登録するようと言われた。

消費生活センターでは、「長期使用製品安全点検制度」の概要説明はしたが、相談者は「法律上の義務でないなら登録したくない。」と言っている。石油給湯器の所有者が所有者情報を登録することは法律で決められた義務なのか。

事例②

居住する賃貸住宅に付いているガスエアコン本体を見たところ、99年製と書かれている。この住宅には以前別の者が何年間か住んでいたが、このガスエアコンについて、一度も点検等は実施されなかったと聞いている。

洗濯機を見ると長期使用製品の点検のことが書いてあった。ガスエアコンに点検の義務はあるか。点検の義務がある場合、誰の義務になるか。

2. ここに注意！

製品を長期間使用することに伴い発生する経年劣化による製品事故を防止し、製品を安全に使用できるようにするため、平成21年4月1日から「長期使用製品安全点検制度」、「長期使用製品安全表示制度」が設けられています。（平成21年（2009年）4月1日以降に販売された製品が対象となります。）

「長期使用製品安全点検制度」は、経年劣化による重大事故発生のおそれが高い製品を対象とし、その製品の所有者が製造・輸入事業者に対して所有者情報を提供することによって、製造・輸入事業者が設計標準使用期間に応じて、所有者情報の登録された住所に点検時期を通知し、消費者の求めに応じて、点検、修理に有償で応じる制度です。現在、9品目^{（注1）}が対象製品（特定保守製品）となっています。

また、「長期使用製品安全表示制度」は、重大事故発生率は高くないものの、事故件数が多い製品を対象とし、製造・輸入事業者が、設計標準使用期間を製品に表示する制度です。経年劣化によるリスクの注意喚起の表示等により、消費者に情報提供を行う制度です。現在、5品目^{（注2）}が対象製品となっています。

（注1）

＜特定保守製品＞

- ・屋内式ガス瞬間湯沸器（都市ガス用、LPガス用）
- ・屋内式ガスふろがま（都市ガス用、LPガス用）
- ・石油給湯器
- ・石油ふろがま
- ・密閉燃焼式石油温風暖房機
- ・ビルトイン式電気食器洗機
- ・浴室用電気乾燥機

※上記の特定保守製品には、点検時期のお知らせ機能（お知らせランプが点灯／点滅する等）を搭載しているものもあります。

(注2)

- ・ 扇風機
- ・ 電気冷房機（エアコン）
- ・ 換気扇
- ・ ブラウン管テレビ
- ・ 洗濯機

※洗濯機（乾燥装置を有するものを除く。）及び脱水機（洗濯機と一体になっているものに限る。）

3. 消費者の方々へ

製品が古くなると部品等が劣化し、火災や死亡事故を起こすおそれがあります。

- ◎ 「長期使用製品安全点検制度」では、消費者自身による点検が難しく、経年劣化による重大製品事故のおそれが高い9品目を「特定保守製品」に指定しています。特定保守製品について経年劣化に起因する事故が生じた場合、ご自身だけではなく他人にも危害を及ぼすおそれがあることにも留意して、点検期間中に点検を行う等、製品の保守に努めてください。また、所有者が所有者情報を提供することで、製造・輸入事業者は、所有者に特定保守製品の点検時期や特定保守製品の適切な保守に関する通知を行うことが可能となります。対象製品を購入した際は、所有者登録を行ってください（なお、所有者登録以降に所有者の居住地や所有者の変更等登録事項に変更があった場合には、できるだけ製品や添付文書に表示された連絡先に連絡を行ってください。）。

登録した所有者に対して、点検期間が開始する6か月前から点検期間開始日までの間に、製造・輸入事業者から、特定保守製品のため点検を行う必要があること、点検を求める場合の連絡先、点検料金の内訳及び金額の目安等を記載した点検通知が届きますので、点検を受けましょう。

※特定保守製品の所有者登録と点検等の保守は、所有者（消費者等）の責務です。

また、平成21年4月1日より前に製造・購入された該当製品についても、製造時期を確認し、メーカーによる点検を受けましょう。

- ◎ 「長期使用製品安全表示制度」では、5品目について、設計上の標準使用期間と経年劣化についての注意喚起等の表示を行うこととしています。

対象製品には、次の表示事項を、機器本体の見やすい箇所に、明瞭に判読でき、かつ容易に消えない方法で表示することとされています。

- ・ 製造年
- ・ 設計上の標準使用期間（標準的な使用条件の下で使用した場合に安全上支障なく使用することができる標準的な期間として、設計上設定された期間をいう。）
- ・ 「設計上の標準使用期間を超えて使用すると、経年劣化による発火・けが等の事故に至るおそれがある」旨

設計上の標準使用期間が過ぎたら、異常音や振動、においなど製品の変化に注意するとともに、変化を感じた場合にはメーカー等の点検を受けましょう。

クーリング・オフの通知書面の書き方について

① 割賦販売法上のクーリング・オフの通知書面の書き方 例

住所 契約者名（フリガナ含む） 電話番号 □□□□ □□□□ ○○○○○ ○○○○○クレジット会社 ○○○○○○○課行	右記日付の申し込みを撤回し、又は契約を解除します。 平成 ○年 ○月 ○日 ① 販売店名 ② 販売店住所 ③ 電話番号 ④ 商品・役務の名 申込日 ○年 ○月 ○日 書面受領日 ○年 ○月 ○日
---	--

（注）

《クーリング・オフの方法》

◎クーリング・オフをすることを必ず書面で、クレジット契約の相手方に通知してください。クーリング・オフは書面をクレジット会社に発送した時に効力を生じます。

ポイント

● クレジット契約のクーリング・オフ

書面の発信をもって、同時に売買契約又は役務提供契約をクーリング・オフしたものと見なされます。ただし、販売店等にもクーリング・オフ書面を発送する場合には、必ずクレジット会社に対して先に（又は同時に）発送する必要があります。

ポイント

●

書面は、郵送などをする前にコピーを取り大切に保管してください。また、発送した記録の残る方法（簡易書留郵便等）で送付しましょう。（後で、より確実な証拠となる場合があります。）

（上記ははがきによる記載例ですが、封書であっても構いません）

② 特定商取引法上のクーリング・オフの通知書面の書き方 例

住所 契約者名（フリガナ含む） 電話番号 ○○○○○ ○○○○○販売株式会社 御中	契約申込日 販売会社名 担当者名 商品又は役務名 契約金額 ○年 ○月 ○日 右の契約を解除します（又は契約の申込みを撤回します）。 平成 ○年 ○月 ○日
--	--

（注）

《クーリング・オフの方法》

◎クーリング・オフをすることを必ず書面で、販売会社に通知してください。

ポイント

● クーリング・オフは契約の申込みの撤回又は契約の解除する旨の書面を発送したときに成立します。

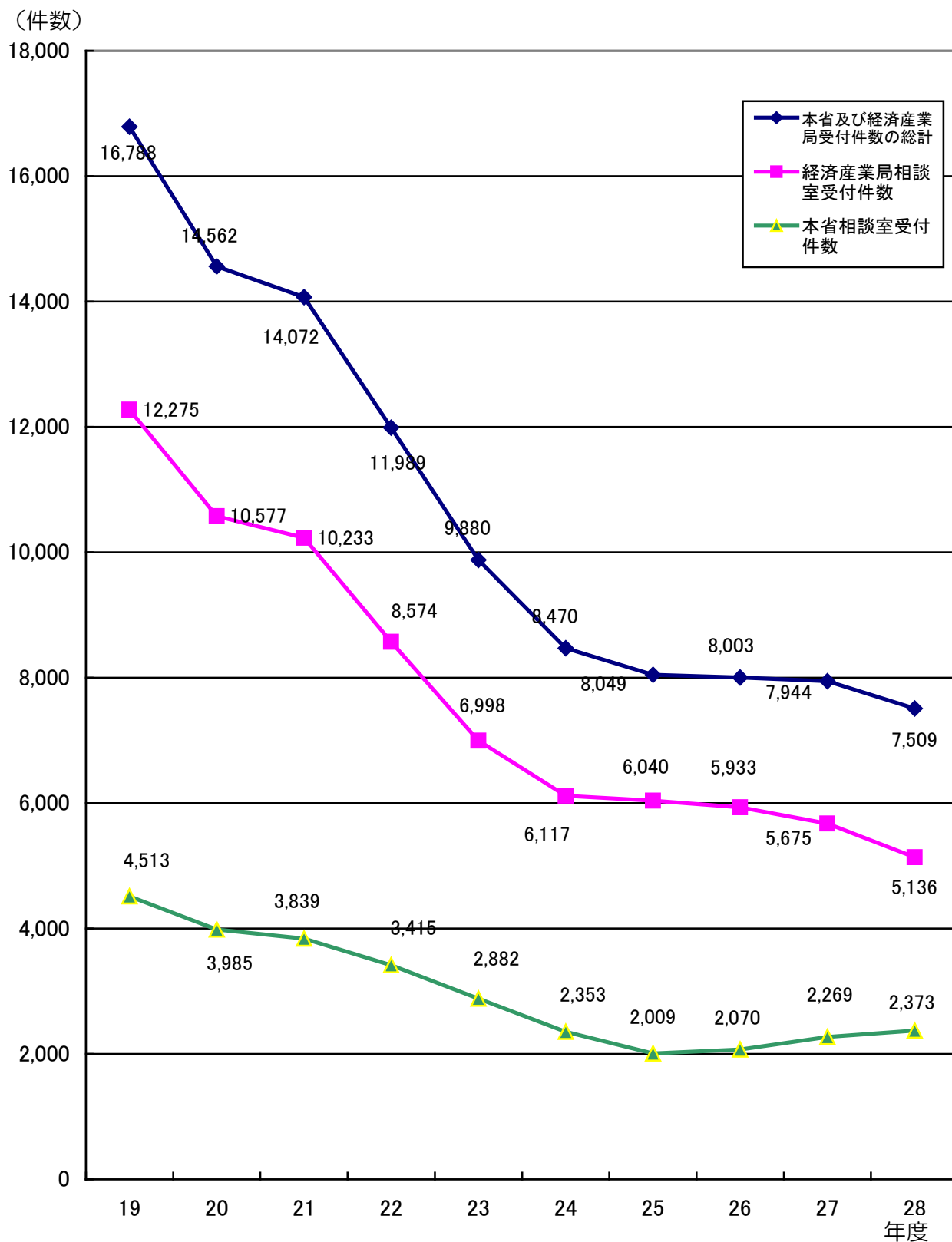
ポイント

● 書面は、郵送などをする前にコピーを取り大切に保管してください。また、発送した記録の残る方法（簡易書留郵便等）で送付しましょう。（後で、より確実な証拠となる場合があります。）

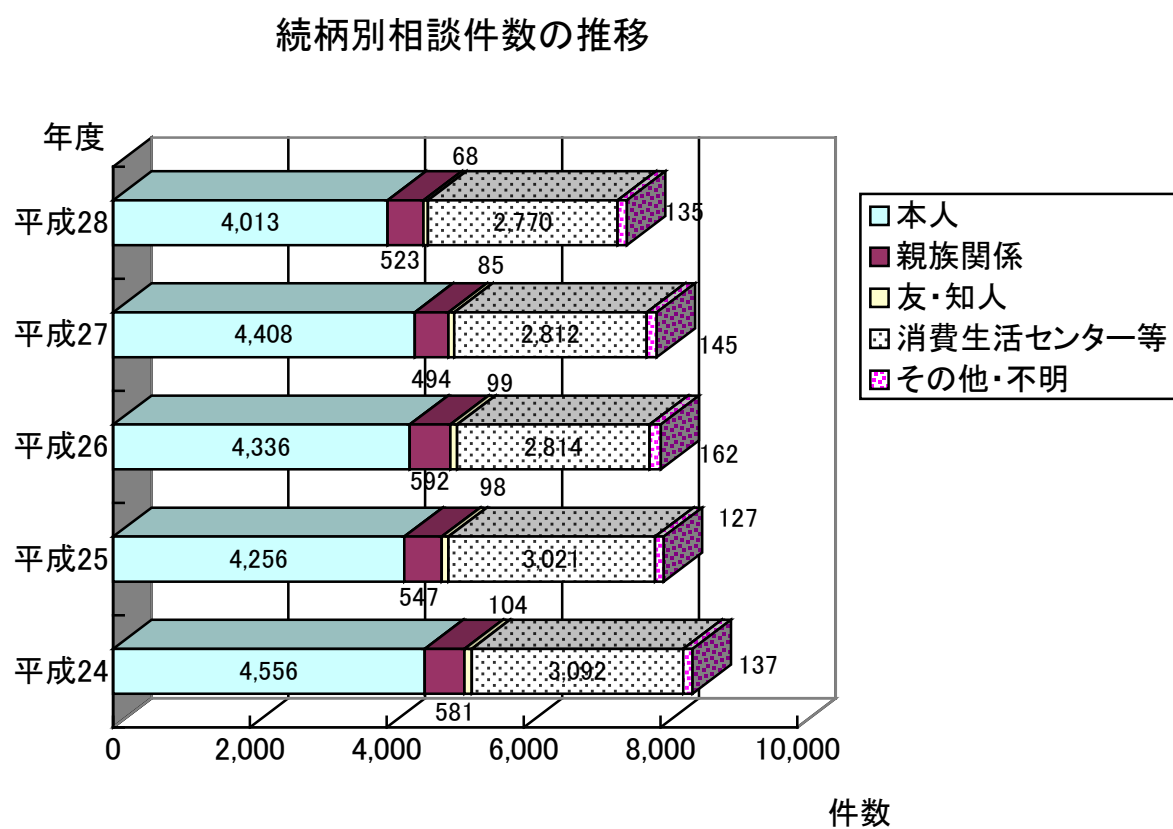
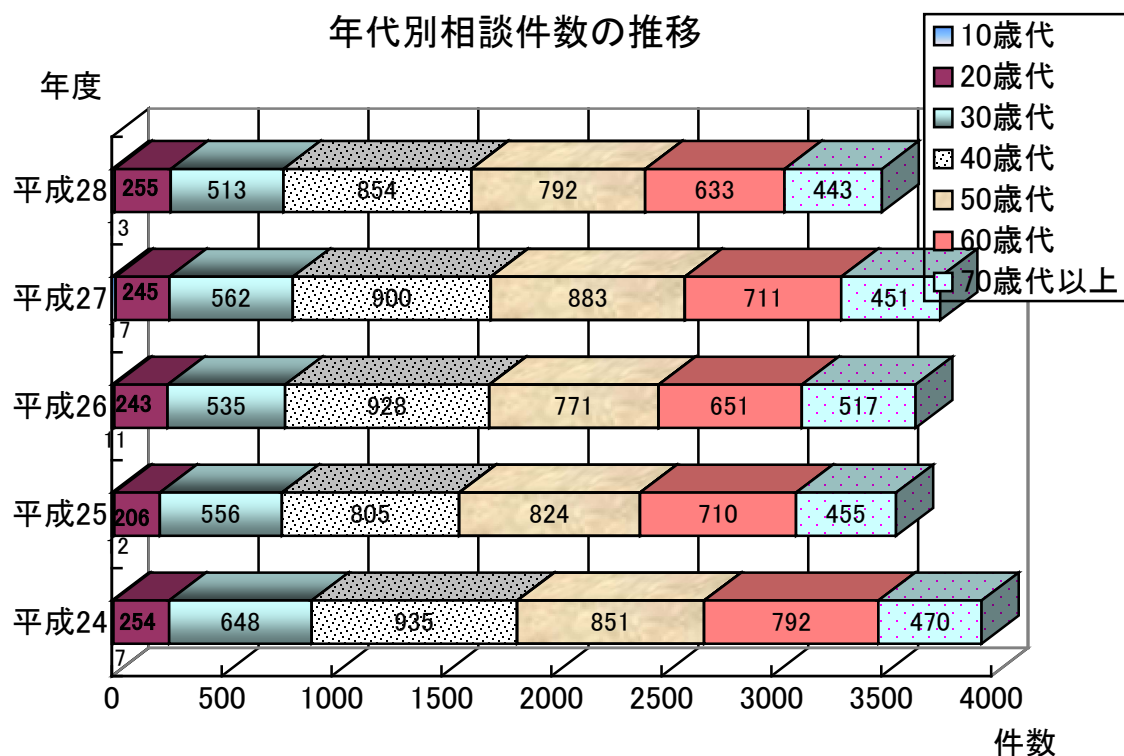
（上記はがきによる記載例ですが、封書であっても構いません）

1. 消費者相談件数（全体）

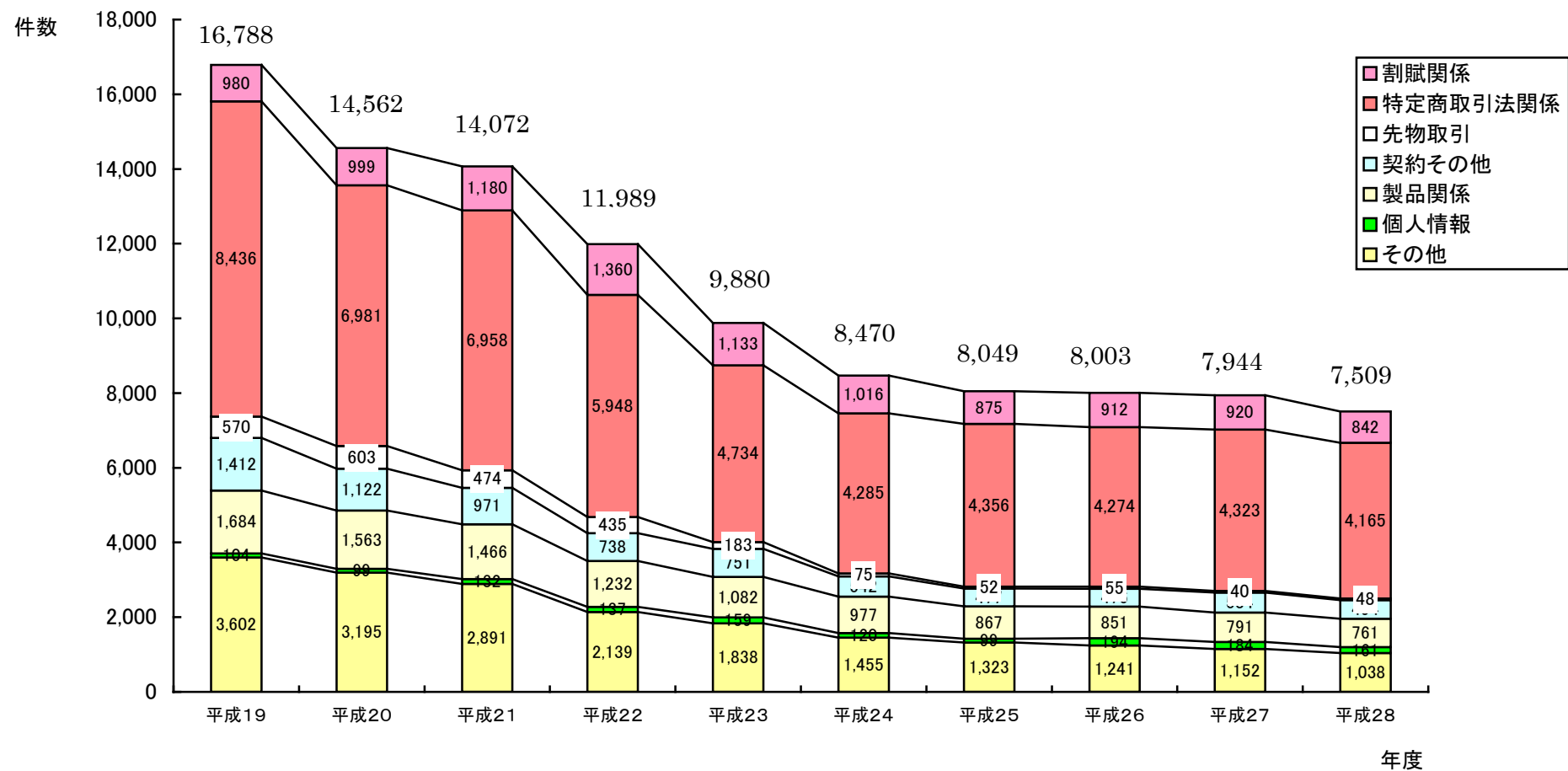
（１）相談窓口別件数の推移



(2) 属性別件数



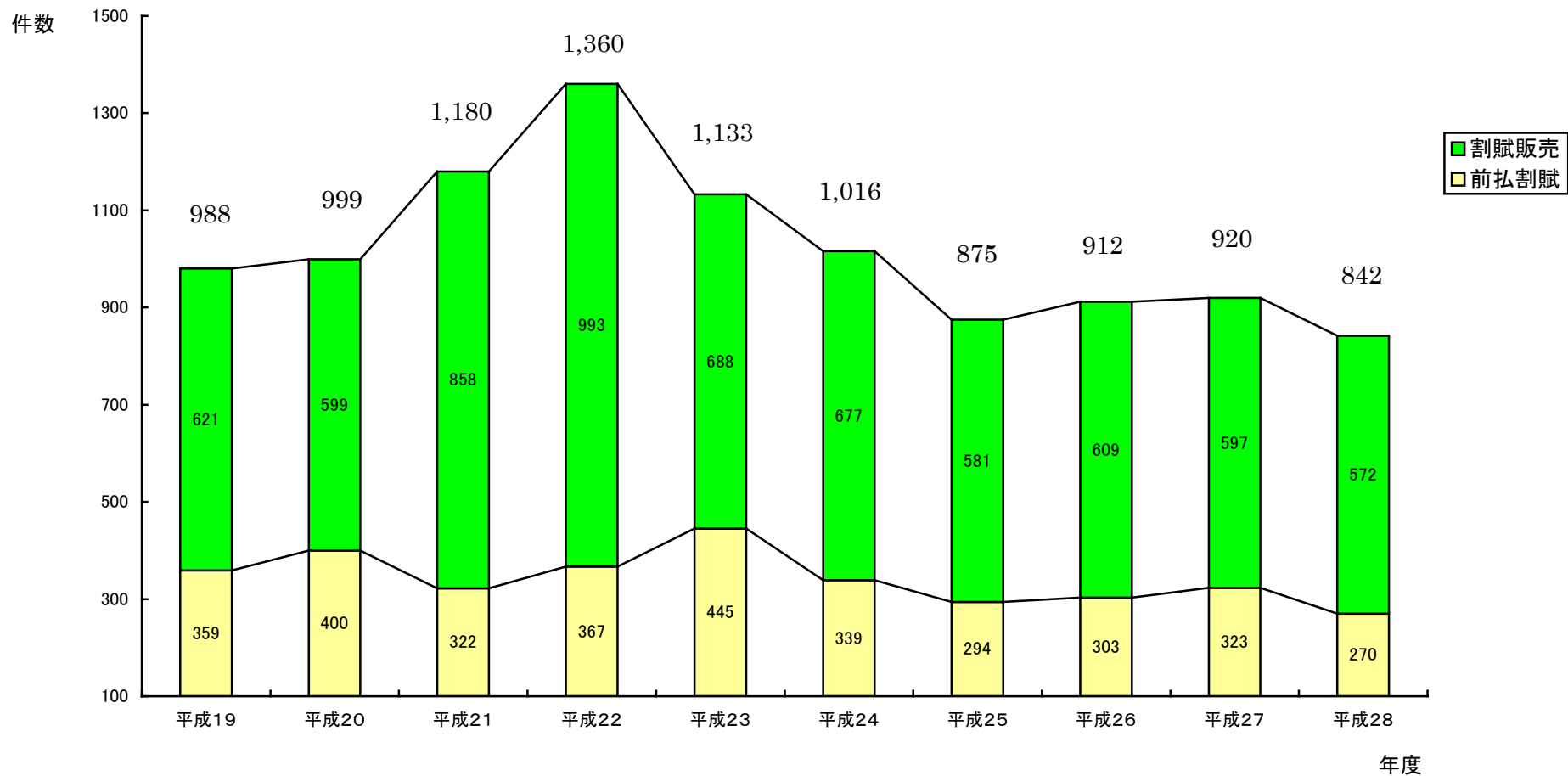
(3) 事項別件数の推移



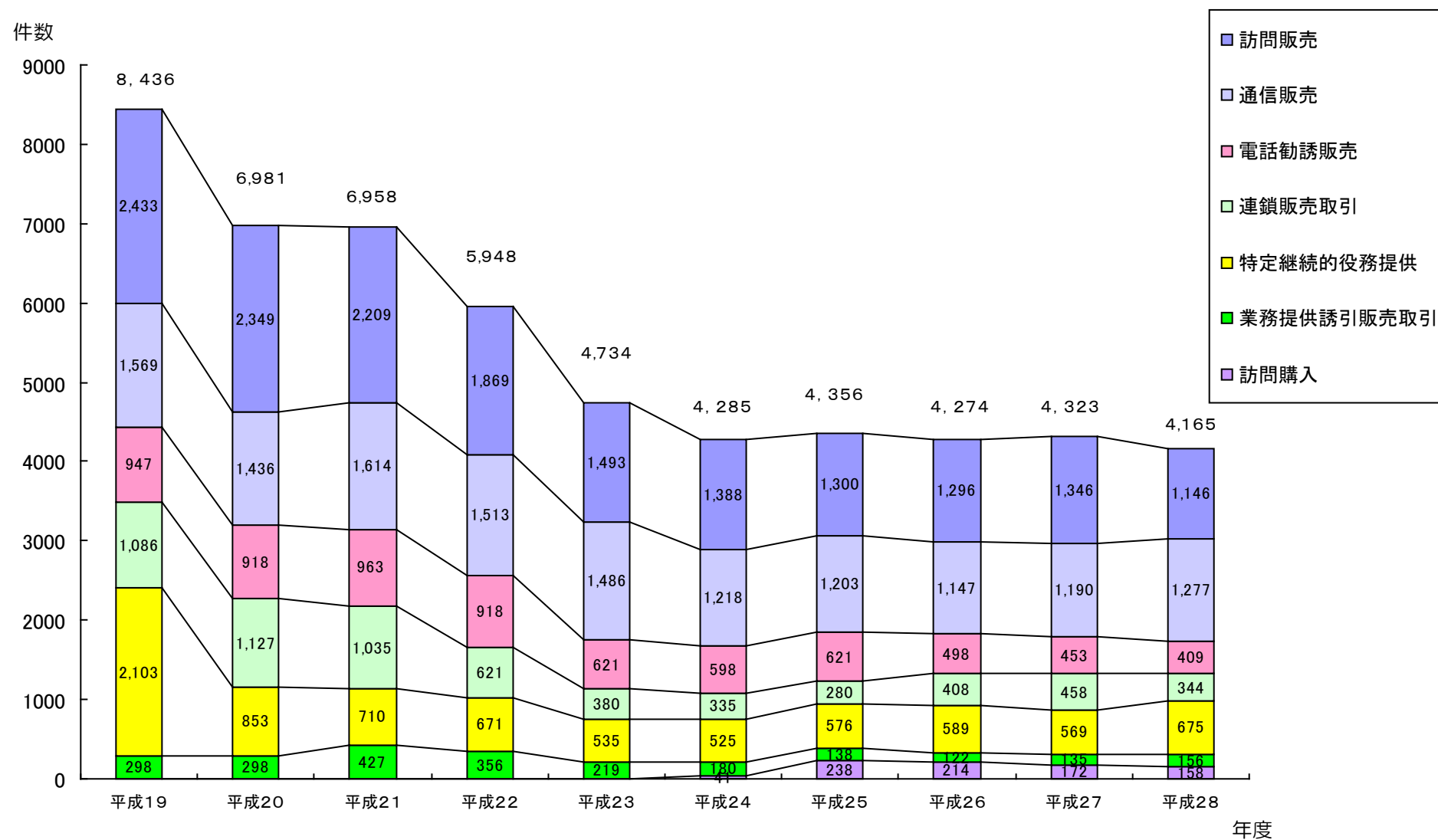
- (注) i) 『製品関係』とは、「品質性能」、「安全性」、「サービス」、「表示」、「規格」、「計量・価格」に関する相談をいいます。
 ii) 『その他』とは、当省の所管する法令又は物資に直接該当しない相談をいいます。いわゆる「根拠のない請求等」もこれに含みます。

2. 消費者相談件数（事項別）

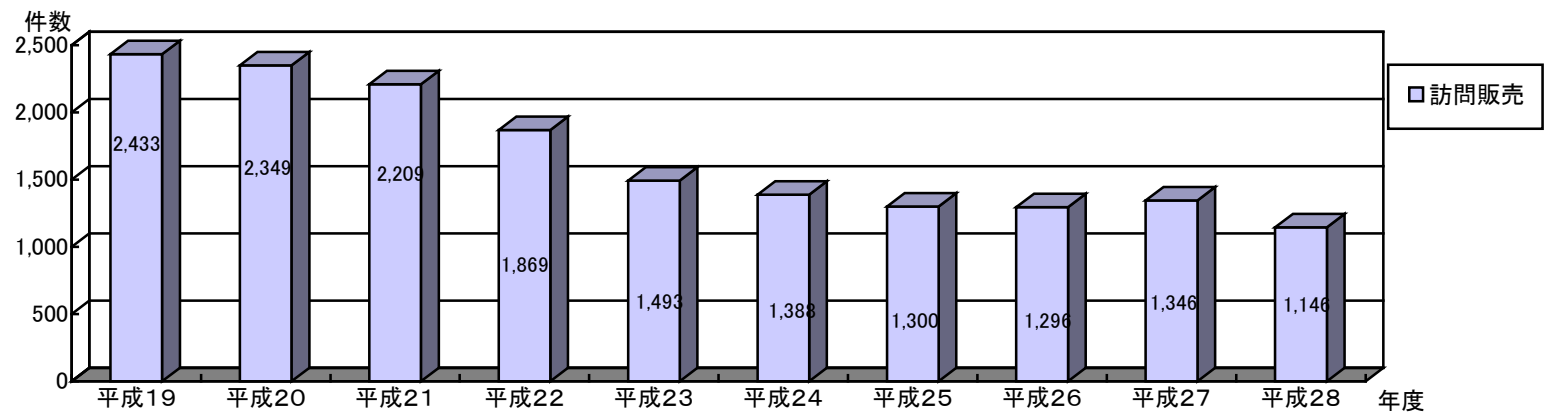
（１）「割賦関係」の相談件数の推移



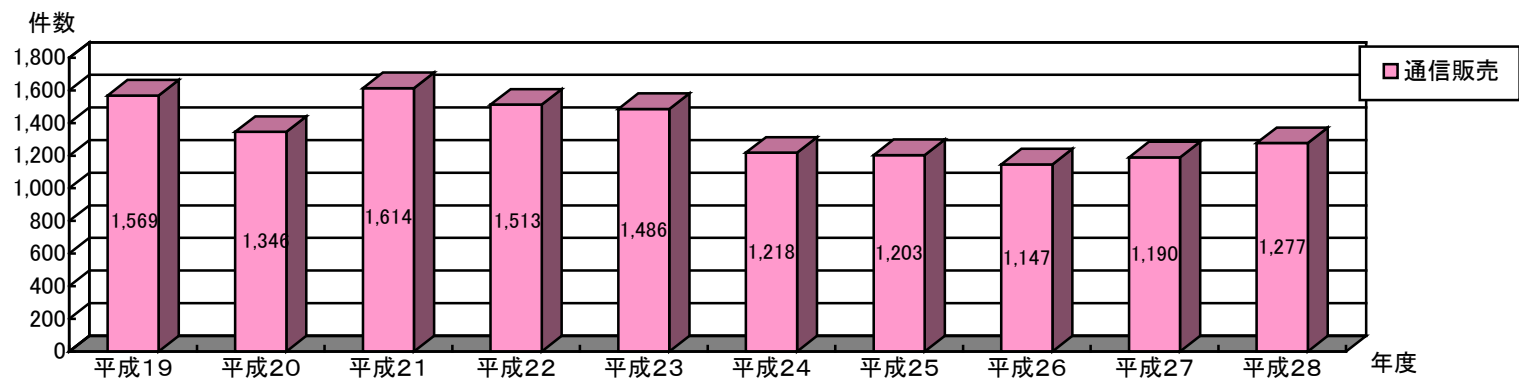
(2)「特定商取引法関係」の相談件数の推移（類型別）



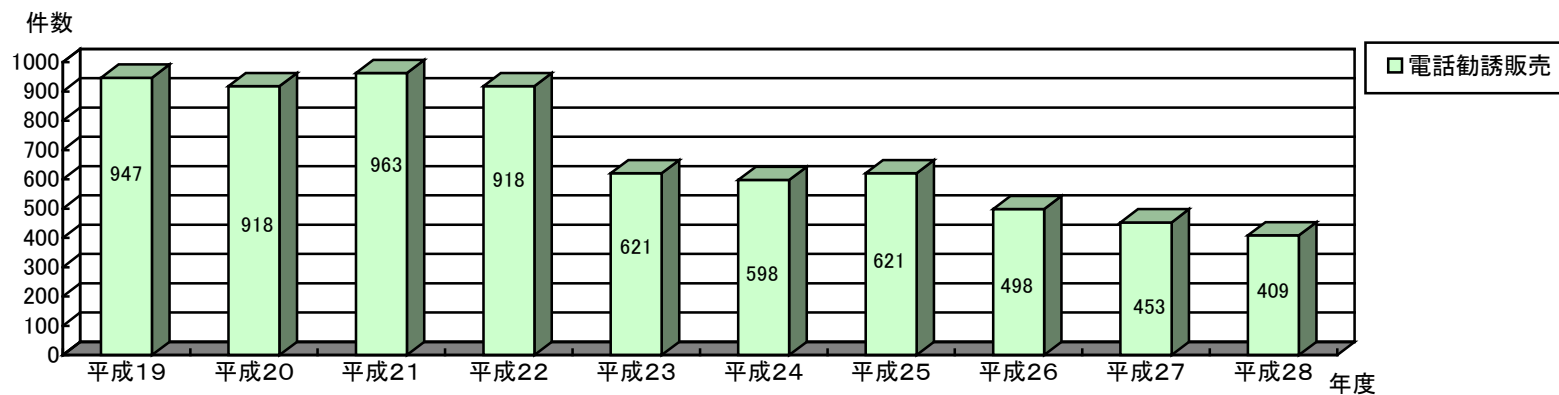
① 「訪問販売」の相談件数の推移



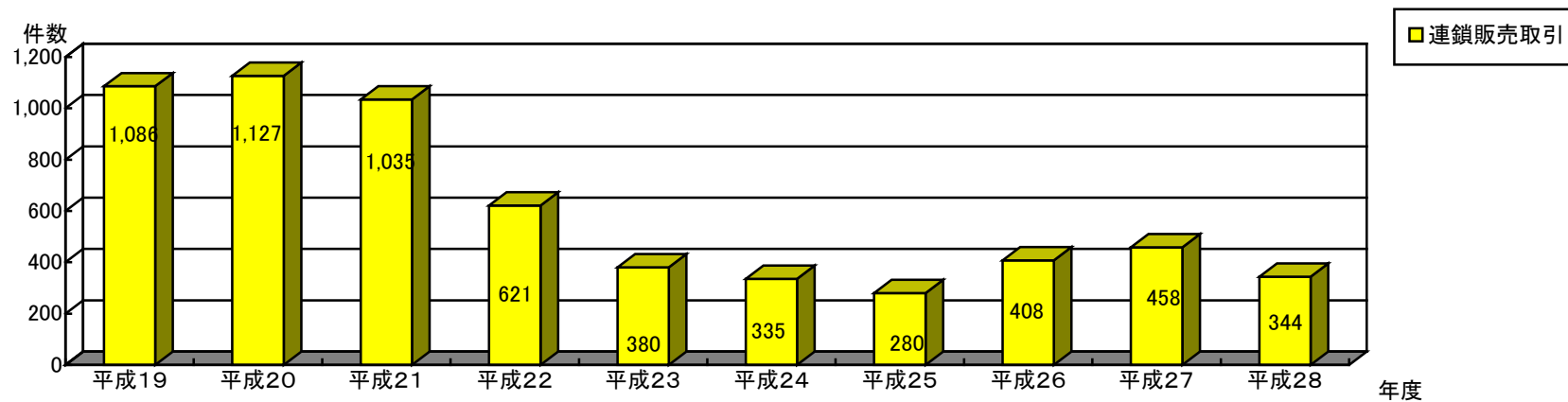
② 「通信販売」の相談件数の推移



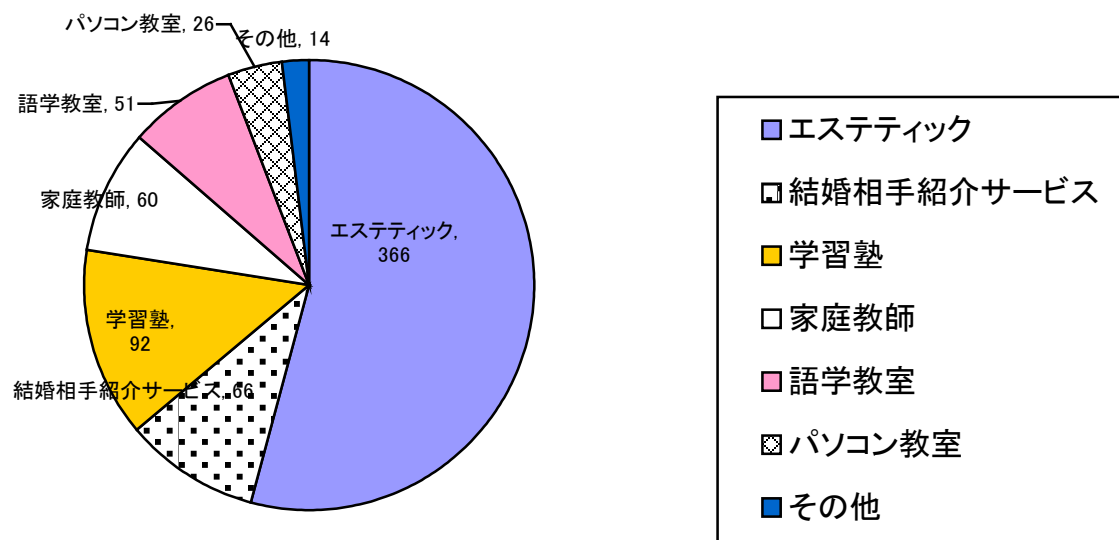
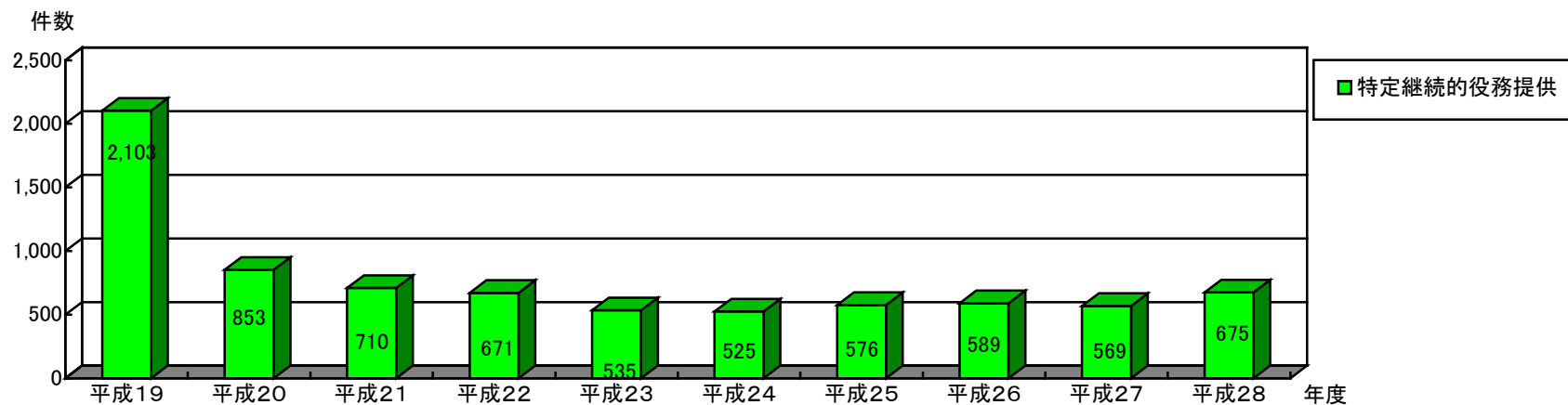
③ 「電話勧誘販売」の相談件数の推移



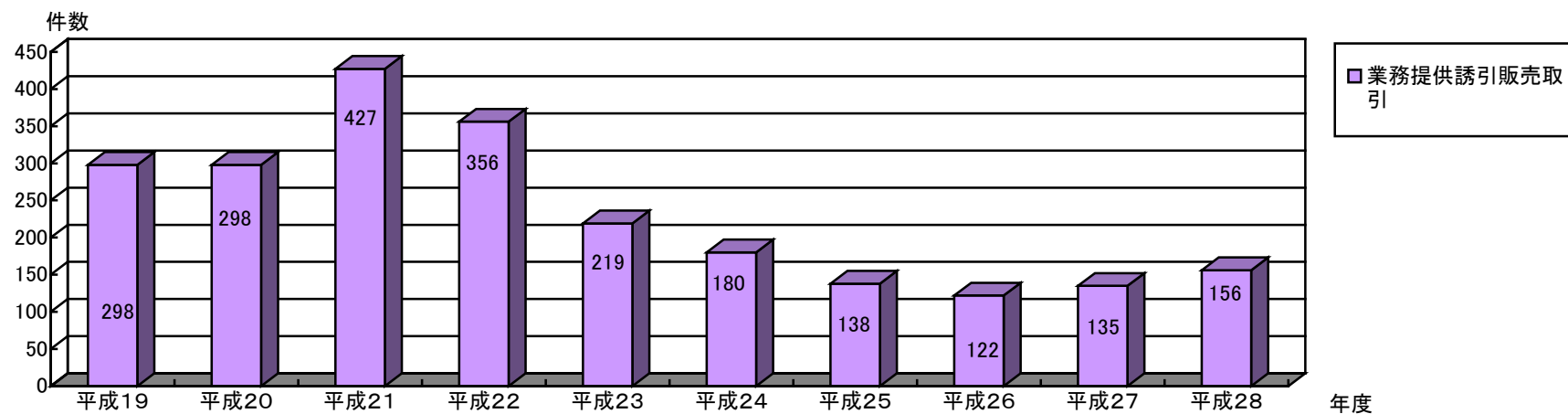
④ 「連鎖販売取引」の相談件数の推移



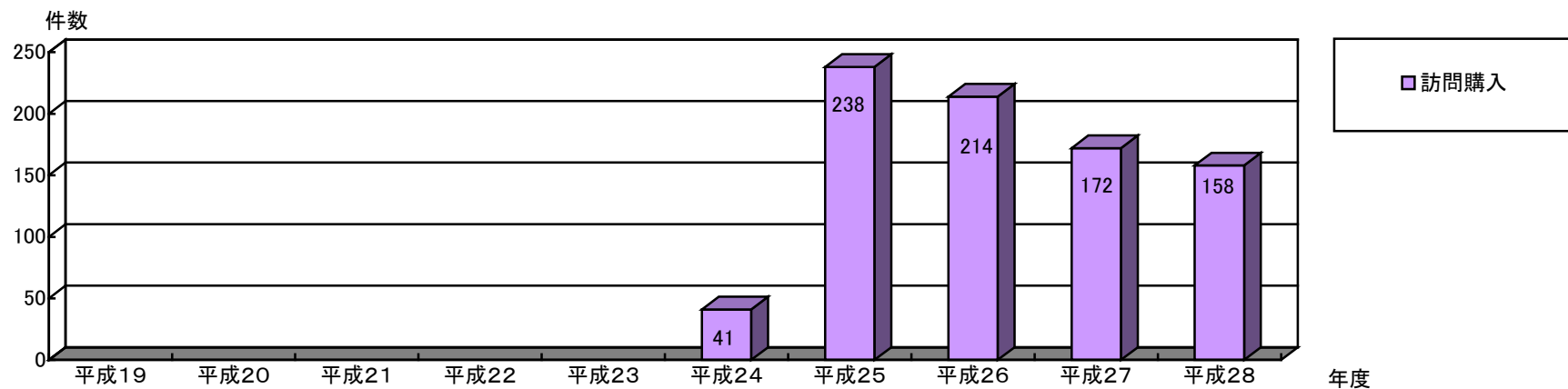
⑤ 「特定継続的役務提供」の相談件数の推移



⑥「業務提供誘引販売取引」の相談件数の推移

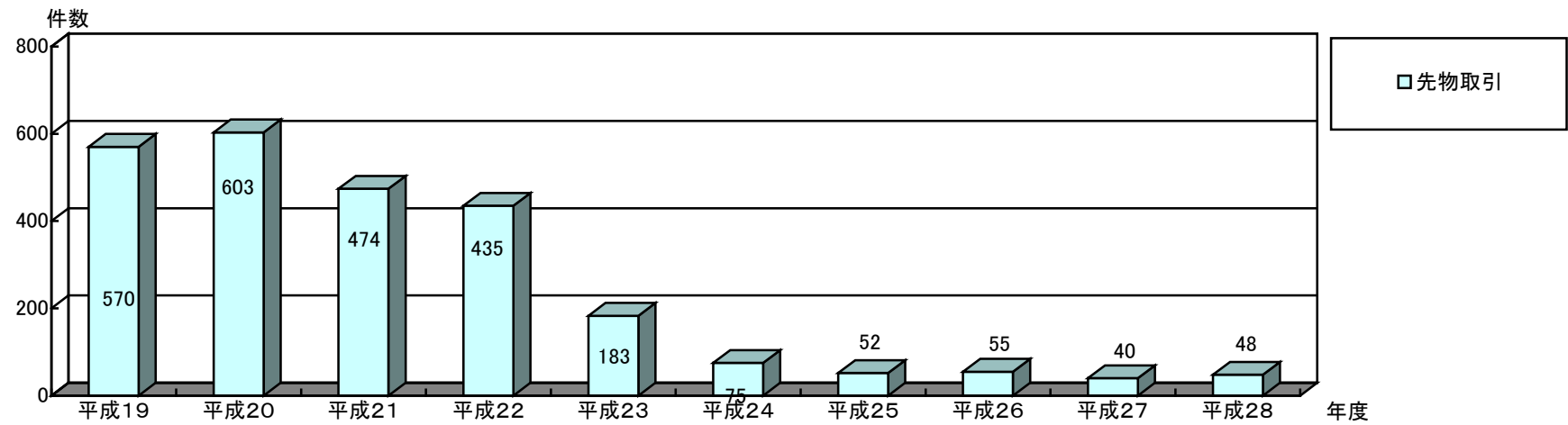


⑦「訪問購入」の相談件数の推移

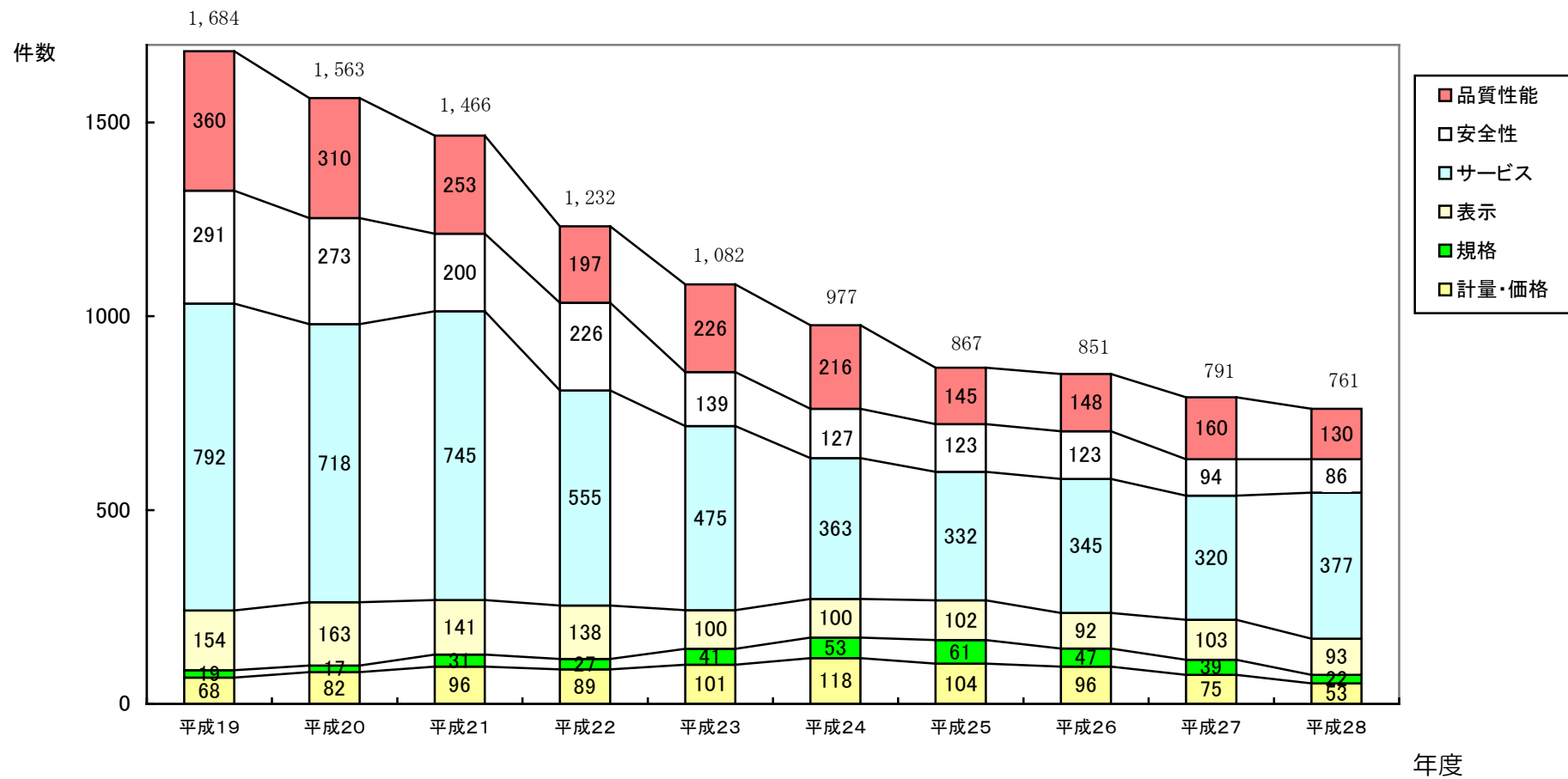


(注) 訪問購入は、平成 25 年 2 月 21 日付け改正特定商取引法施行により規制対象となったもので、平成 24 年度の相談件数は概ね 1 ヶ月分の受付件数。

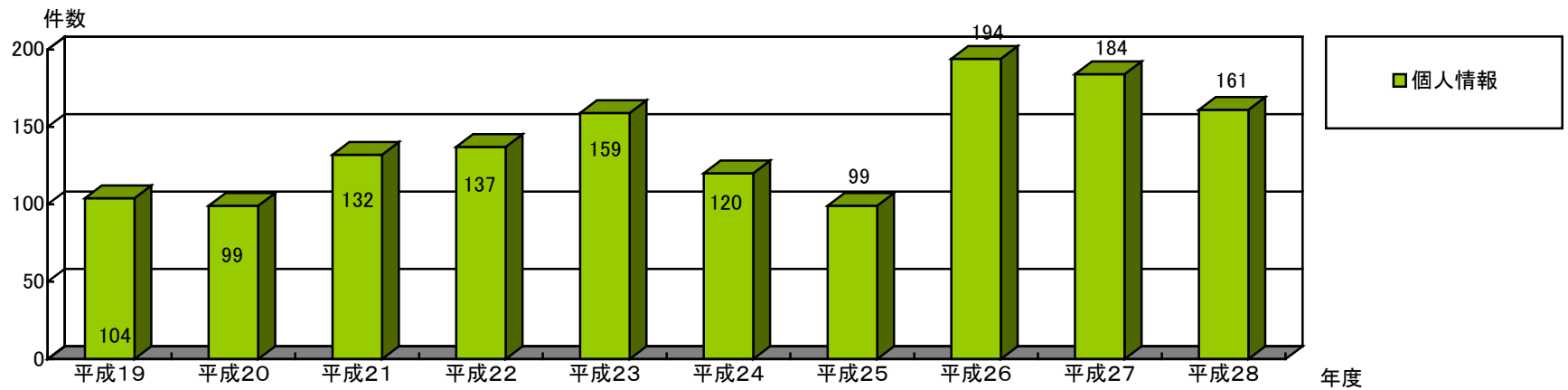
(3)「先物取引関係」の相談件数の推移



(4)「製品関係」の相談件数の推移



(5)「個人情報関係」の相談件数の推移



(6)「契約その他」の相談件数の推移

