

平成29年度における消費者相談の概況について

平成30年7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29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29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7,300件（前年度比▲2.8%）となり、平成20年度以降、10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2,302件（同▲3.0%）、経済産業局への相談が4,998件（同▲2.7%）でした。

- 相談者の続柄別では、本人からの相談が3,905件（全体構成比53.5%）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2,760件（同37.8%）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3,379人（全相談件数の46.3%）のうち、50歳代の方からの相談が856件（構成比25.3%）と最も多く、次に40歳代の方からの相談が692件（同20.5%）、60歳代の方からの相談が681件（同20.2%）、30歳代の方からの相談が477件（同14.1%）、70歳以上の方からの相談が471件（同13.9%）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4,059件（前年度比▲2.5%）、「製品関係」の相談が611件（同▲19.7%）、「契約その他」の相談が431件（同▲12.8%）、「個人情報関係」の相談が61件（同▲62.1%）、「先物取引関係」の相談が22件（同▲54.2%）と減少し、「割賦関係」の相談が887件（同5.3%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55.6%）の取引類型別では、「電話勧誘販売」の相談が441件（前年度比7.8%増）、「連鎖販売取引」の相談が402件（同16.9%増）、「訪問購入」の相談が182件（同15.2%増）と増加しました。

一方、「訪問販売」の相談が1,124件（前年度比▲1.9%）、「通信販売」の相談が1,213件（同▲5.0%）、「特定継続的役務提供」の相談が560件（同▲17.0%）、「業務提供誘引販売取引」の相談が137件（同▲12.2%）と減少しました。

2. 平成29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1,213件（全体構成比16.6%）、訪問販売の相談が1,124件（同15.4%）となり、前年度に続き、通信販売の相談が訪問販売の相談件数を上回り最も相談の多い取引形態となりました。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の割合は5年連続で増加し、平成29年度は9割を超えました。
- 商品別では、健康食品に関する相談が307件となり、前年度に比べ93件減少（前年度比▲23.3%）しましたが、依然として相談件数の多い商品となっています。
このうち通信販売における相談は97件、電話勧誘販売の相談が81件で、上位2つの取引で6割弱を占めました。次いで、連鎖販売の相談が51件、訪問販売の相談が33件で、これらで3割弱となっています。
- 通信販売については、ESTA（米国への電子渡航認証）申請代行業者に関する相談が前年度105件寄せられましたが、引き続き平成29年度においても214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、「申込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、「解約関係」に関する相談が8割強を占めました。
- 行政処分を受けた特定の電子的な情報の提供と管理の役務を提供する連鎖販売業者に関する相談が72件寄せられました。
主な相談内容としては、「行政処分を受けた事業者へ解約を申し出たが返金されない」、「行政処分を受けた事業者について情報を知りたい」等、「解約関係」や「情報提供」に関する相談が見られました。
- 行政処分を受けた特定の家庭用磁気治療器販売業者に関する相談が前年度に31件寄せられましたが、引き続き平成29年度においても64件の相談が寄せられました。
主な相談内容としては、「高齢の父親が行政処分を受けた事業者と高額な契約を結んでいたため解約したい」、「行政処分を受けた事業者へ解約手続きをしたが、返金されない」、「行政処分を受けた事業者が営業を続けている」等、「解約関係」や「情報提供」に関する相談が見られました。
- 電気事業者による再生可能エネルギー電気の調達に関する特別措置法（FIT法）が改正され、平成29年4月1日に新制度（再生可能エネルギー固定価格買取制度）が施行されたことに伴い、同制度に関する相談が116件寄せられました。主な相談内容は、「新制度の申請手続について知りたい」、「申請手続の進捗状況を確認したい」、「申請したが国の手続が終わらず売電できない」等、新制度移行手続や申請手続の進捗状況に関する相談が見られました。

＜事項別相談件数＞

事 項	平成29年度		平成28年度		対前年度比 (%)
	件数	構成比	件数	構成比	
割 賦 関 係	887	12.2%	842	11.2%	5.3
割 賦 販 売	640	8.8%	572	7.6%	11.9
前 払 割 賦	247	3.4%	270	3.6%	▲8.5
特 定 商 取 引 法 関 係	4,059	55.6%	4,165	55.5%	▲2.5
訪 問 販 売	1,124	15.4%	1,146	15.3%	▲1.9
通 信 販 売	1,213	16.6%	1,277	17.0%	▲5.0
電 話 勧 誘 販 売	441	6.0%	409	5.4%	7.8
連 鎖 販 売 取 引	402	5.5%	344	4.6%	16.9
特 定 継 続 的 役 務 提 供	560	7.7%	675	9.0%	▲17.0
業 務 提 供 誘 引 販 売 取 引	137	1.9%	156	2.1%	▲12.2
訪 問 購 入	182	2.5%	158	2.1%	15.2
先 物 取 引 関 係	22	0.3%	48	0.6%	▲54.2
契 約 そ の 他	431	5.9%	494	6.6%	▲12.8
製 品 関 係	611	8.4%	761	10.1%	▲19.7
品 質 性 能	107	1.5%	130	1.7%	▲17.7
安 全 性	93	1.3%	86	1.2%	8.1
サ ー ビ ス	257	3.5%	377	5.0%	▲31.8
表 示	87	1.2%	93	1.1%	▲6.5
規 格	21	0.3%	22	0.3%	▲4.5
計 量 ・ 価 格	46	0.6%	53	0.7%	▲13.2
個 人 情 報 関 係	61	0.8%	161	2.1%	▲62.1
そ の 他	1,229	16.8%	1,038	13.8%	18.4
合 計	7,300	100.0%	7,509	100.0%	▲ 2.8

(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。
- 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、「割賦関係」から「個人情報関係」までの事項に分類され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887件で、前年度と比較すると45件の増加（5.3%）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の11.2%から12.2%になりました。主な増加要因としては、特定の旅行会社及び特定のエステティック事業者に関する相談が寄せられたこと等に起因しています。

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640件で、前年度と比較すると68件の増加（11.9%）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の7.6%から8.8%となりました。

相談内容としては、販売店事由・支払停止の抗弁に関する内容、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57件ずつ（構成比8.9%）、与信拒否や支払可能見込額調査に関する内容が53件（同8.3%）となりました。このほか、解約関係に係る相談は43件（同6.7%）等となっています。

商品別に見ると、旅行や通信に係るサービスを含む「**運輸・通信サービス**」が43件（構成比6.7%）となり、前年度の36件を上回ったうえ、商品別区分で最も多くなりました。この中には、倒産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が26件含まれています。このほか、継続的役務のうち「**教育・エステ**」が36件（同5.0%）となり、前年度の14件を大きく上回りました。このうち、エステティックに関する相談は34件で、倒産した特定のエステティック事業者へのクレジットカードでの支払に関する相談が15件含まれています。前年度に最も多かった「**乗用自動車（二輪自動車を除く）**」は32件（同5.0%）となり、前年度の49件からは下回ったものの、依然件数は多くなっています。「**乗用自動車**」では、約8割が個別信用購入あっせんによる支払方法となっています。

支払方法別に見ると、「**一括払い**」が159件（構成比24.8%）と最も多く、前年度の117件（同20.5%）から約36%の増加となりました。「**個別信用購入あっせん**」は118件（同18.4%）となり、前年の116件（同20.3%）に対して微増、「**包括信用購入あっせん**」が89件（同13.9%）で前年度97件（同17.0%）から減少しました。一方、「**リボ払い**」は71件（同11.1%）で、前年度51件（同8.9%）から約39%の増加となりました。

また、「**前払割賦**」の相談件数は247件で、前年度と比較すると23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3.6%から3.4%となりました。このうち、冠婚葬祭互助会に關係するものが229件と92.7%を占めています。

相談内容としては、「**解約関係**」の相談が170件（構成比68.8%）となりました。具体的には、「**解約手数料が高い**」、「**解約手数料の計算方法が不明確だ**」等の解約手数料に関する内容が77件、「**本人が窓口に来ないと解約できないと言われた**」等の解約方法に関する内容が39件、解約時の書類に関する内容が17件、解約拒否に関する内容が13件等、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～D を参照：10頁、12頁、15頁、17頁）

- ② **訪問販売に関する相談**では、相談件数は1,124件で、前年度と比較すると22件の減少（▲1.9%）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の15.3%から15.4%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。

相談内容としては、「**クーリング・オフ関係**」の相談が513件（構成比45.6%）と最も多く、次に「**解約関係**」の相談が145件（同12.9%）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**」の相談は134件（同11.9%）となり、前年度に比べ14件増加しています。

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181件、シロアリほか害虫駆除等の「**その他の役務**」が117件、健康食品

を含む「食料品」が55件、住宅修理等の「修理・修繕、調整」が54件、浄水器、磁気治療器等の「その他の機械器具」が52件、コンサルティング講座等の「教養、娯楽」が37件、新聞等購読契約の「新聞、雑誌、定期刊行物等」が37件となっています。

(相談例 E を参照：19頁)

- ③ **通信販売に関する相談**では、相談件数は1,213件で、前年度と比較すると64件の減少(▲5.0%)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の17.0%から16.6%と低下しましたが、前年度に続き、訪問販売の相談件数を上回り最も相談の多い取引形態となっています。また、インターネットを利用した通信販売に関する相談の割合が5年連続で増加し、9割を超えました。

相談内容としては、「解約関係」の相談が553件(構成比45.6%)と最も多く、次に「広告表示」の相談が204件(同16.8%)と続き、これらで全体の6割強を占めています。具体的には、「分かりにくい申込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いた」、「商品に不具合がある」、「商品の未着又は模倣品である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、申請代行事業者であったため取り消したい」等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」、「記載された電話番号にかけてもつながらない」、「送料の記載が分かりづらい」等の相談も見られました。

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、ESTA(米国への電子渡航認証)申請代行業等の「預託、利殖、代行」が218件、オンラインゲーム等の「その他の役務」が129件、健康食品を含む「食料品」が124件、情報商材等の「情報処理、提供」が78件となっています。

(相談例 F を参照：24頁)

- ④ **電話勧誘販売に関する相談**では、相談件数は441件で、前年度と比較すると32件の増加(7.8%)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の5.4%から6.0%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149件(構成比33.8%)と最も多く、次に「解約関係」の相談が61件(同13.8%)と続き、これらで全体の約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を解除したい」、「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代以上の方やその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108件と最も多く、電話勧誘販売全体の24.5%を占めています。次に、情報商材等の「情報処理・提供」が105件、通信回線契約等の「その他の役務」が50件となっています。

(相談例 G を参照：27頁)

- ⑤ **連鎖販売取引に関する相談**では、相談件数は402件で、前年度と比較すると58件の増加(16.9%増)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の4.6%から5.5%になりました。主な増加要因としては、平成29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増加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85件(構成比21.1%)、「クーリング・オフ関係」の相談が54件(同13.4%)、次に「書面不交付・不備」の相談が39件(同9.7%)、「業者の信頼性」の相談が30件(同7.5%)となっています。

具体的には、「行政処分を受けた事業者に解約を申し出たが返金されない」、「行政処分を受けた事業者について情報を知りたい」等、行政処分を受けた事業者に関する相談が見られました。また、そのほか、「仮想通貨は連鎖販売取引の適用を受けるか」といった連鎖販売取引の該当性

に関する相談も見られました。

商品別に見ると、「その他」等のうちの仮想通貨に関する相談が99件、健康食品を含む「食料品」が63件、「頭髮・皮膚用化粧品」が38件となっています。

(相談例Hを参照：29頁)

- ⑥ **特定継続的役務提供に関する相談**では、相談件数は560件で、前年度と比較すると115件の減少(▲17.0%)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の9.0%から7.7%になりました。

主な減少要因としては、エステティックに関する相談が283件と前年度(366件)と比較すると83件減少(▲22.7%)したこと、特に、前年度に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293件(構成比52.3%)と最も多く、次に「クーリング・オフ関係」の相談が108件(同19.3%)、「書面不交付・不備」の相談が31件(同5.5%)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283件(構成比50.5%)と最も多く、次に「学習塾」が89件(同15.9%)、「結婚相手紹介サービス」が56件(同10.0%)、「語学教室」が51件(9.1%)、「家庭教師」が48件(8.6%)、「パソコン教室」が20件(同3.6%)、美容医療10件(1.8%)となっています。

(相談例Iを参照：32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137件で、前年度と比較すると19件の減少(▲12.2%)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の2.1%から1.9%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49件(構成比35.8%)と最も多く、次に「解約関係」の相談が34件(同24.8%)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59件、アフィリエイト等の「内職・副業」が20件、コンサルティング契約等の「その他の役務」が15件、芸能関係のレッスン等の「教養・娯楽」が13件となっています。

中でも「情報処理・提供」の相談のうち、簡単な作業で報酬が得られる等の情報商材に関する相談が増加しています。

(相談例Jを参照：38頁)

- ⑧ **訪問購入に関する相談**では、相談件数は182件で、前年度と比較すると24件の増加(15.2%増)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の2.1%から2.5%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78件(構成比42.9%)と最も多く、次に「書面不交付・不備」の相談が19件(同10.4%)となり、「解約関係」の相談が12件(同6.6%)、「情報提供」の相談が7件(同3.8%)等となっています。具体的には、「来訪要請に該当しクーリング・オフできない」、「クーリング・オフを申し出たところ返金しないと返品しないとされた」、「買取金額が少額の場合はクーリング・オフの適用除外か」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51件、切手、古銭、貨幣等が20件となっています。

(相談例Kを参照：41頁)

- ⑨ **先物取引に関する相談**では、相談件数は22件で、前年度と比較すると26件の減少(▲54.2%)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の0.6%から0.3%になりました。

相談内容としては、「解約関係」の相談が4件となっています。具体的には、「事業者の巧みな

勧誘で先物取引契約をしたが仕組み等の説明がない」、「高齢者との先物取引をする事業者の対応に問題はないか」、「しつこく勧誘されて契約したが商品先物取引の許可事業者か」等の相談が見られました。

なお、22件の相談のうち、許可業者に係る相談が15件（構成比68.2%）と多く、一方で無許可業者等に係る相談は3件（同13.6%）、事業者不明等が4件（同18.2%）となりました。無許可業者等、事業者不明等の相談が前年度はそれぞれ10件でしたが、いずれも減少しました。

また、勧誘場所について、自宅での勧誘が5件（22.7%）となりました。このほかに、自宅近くまで事業者が車で訪れ、その車の中で勧誘されたという内容も見られました。

商品別に見ると国内商品先物が11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、貴金属等でした。

（相談例 M を参照：45頁）

⑩ **製品関係の相談**では、相談件数は611件で、前年度と比較すると150件減少（▲19.7%）となりました。全相談件数に占める割合は前年度の10.1%から8.4%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」、「安全性」、「表示」、「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231件と最も多く、次に機械器具が110件と続き、これらで相談の6割弱を占めました。

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257件で、前年度と比較すると120件の減少（▲31.8%）となりました。

商品別に見ると、電気製品が101件と最も多く、次に機械器具が45件と続き、これらで相談の6割弱を占めました。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107件で、前年度と比較すると23件の減少（▲17.7%）となりました。

商品別に見ると、電気製品が47件と最も多く、次に機械器具が21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、テレビ、エアコンに関するもの、機械器具ではパソコン、乗用自動車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。

「**安全性**」に関する相談は93件となり、前年度と比較すると7件の増加（8.1%増）となりました。

商品別に見ると、電気製品が51件と最も多く、次に機械器具が23件と続き、これらで相談の8割弱を占めました。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。

「**表示**」に関する相談は87件となり、前年度と比較すると6件の減少（▲6.5%）となりました。

商品別に見ると、電気製品が25件と最も多く、次に繊維製品が17件、機械器具が12件と続き、これらで相談の6割弱強を占めました。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。

「**計量・価格**」に関する相談は46件、前年度と比較すると7件の減少（▲13.2%）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7割強を占め、その相談内容は、料金に関する相談や計量器（メーター）等に関するものでした。

「規格」に関する相談は21件となり、前年度と比較すると1件の減少(▲4.5%)となりました。

商品別に見ると、電気製品が5件と相談の2割強を占め、その相談内容は、エアコンの専用電源設置やJIS規格等に関するものでした。

(相談例Nを参照：48頁)

- ⑪ **個人情報に関する相談**では、相談件数は61件で、前年度と比較すると100件の減少(▲62.1%)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の2.1%から0.8%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に応じてくれない」、「個人情報が漏洩している」、「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。

なお、個人情報保護法は、平成27年9月に改正され、平成29年5月30日に全面施行となり、個人情報保護法に関する問合せや漏えい等事案への対応は、原則、個人情報保護委員会に一元化されています。

- ⑫ **契約その他に関する相談**では、相談件数は431件で、前年度と比較すると63件の減少(▲12.8%)となりました。全相談件数に占める割合は前年度の6.6%から5.9%になりました。

相談内容としては、「解約関係」の相談が95件で22.0%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40件、食料品に関する内容が24件、電力に関する内容が19件、ゴルフ場・リゾートクラブ会員権等に関する内容が19件、乗用自動車に関する内容が18件、ガスに関する内容が17件等となりました。信用取引に関する内容は10件あり、クレジットカード会社のポイントや特典に関する相談等に関するものでした。

- 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、太陽光発電システム、電力、不動産に関する相談が多く見られました。

なお、電気事業者による再生可能エネルギー電気の調達に関する特別措置法(FIT法)が改正され、平成29年4月1日に新制度(再生可能エネルギー固定価格買取制度)が施行されたことに伴い、同制度に関する相談が116件ありました。主な相談内容は、「新制度の申請手続きについて知りたい」、「申請手続きの進捗状況を確認したい」、「申請したが国の手続きが終了せず売電できない」等といった新制度移行手続きや申請手続きの進捗状況に関するものでした。

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平成29年度においても61件あり、31件の増加となっています。主な相談内容は、「小売電気事業者との契約をクーリング・オフできるか」、「電気料金が安くなると勧誘されているが信頼できる事業者か」、「新電力会社が電気料金4か月分をまとめて請求してきた」等といった相談が見られました。

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合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いません。

○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 須藤、鈴木 (03-3501-4657)

平成29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29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 支払停止の抗弁により、一旦支払を止めた後の対応はどうなるのか

倒産した旅行会社と海外旅行2件の契約をし、銀行キャッシュカードと国際ブランドが一体になったカードを使い、分割払いで支払手続きをした。1件目は6月発の旅行で、5回払いのうち3回分の引落しが終わっている。2件目は9月発の旅行で、6回払いのうち1回目の支払請求が来ている。両件とも銀行のクレジットカード担当に連絡をして、支払停止の抗弁をしたので、直近の支払分については引き落とされないことになっている。

しかし、支払停止の抗弁は、支払を止めているだけでずっと払わなくてよいわけではないと聞いた。支払停止の抗弁後、クレジットカード会社はどのように対応するのか。

2. ここに注意！

割賦販売法第30条の4、第30条の5及び第35条の3の19では、販売業者又は役務提供事業者との間で生じている事由をもって、購入者等は、商品、指定権利、役務に係る請求について、支払の請求をするクレジット会社に対抗することができるものと規定しています。すなわち、クレジット会社の支払の請求を拒むことができるとされています。

ただし、支払停止の抗弁権では、クレジット会社の支払請求を拒むことはできても、この規定に基づいてクレジット会社に対して商品の売買契約等に係る解除や取消を行うことができるものではないため、クレジットの債務がなくなるというものではありません。

また、抗弁申立後の包括信用購入あっせん^(注)業者の対応に関しては同法に定めはなく、請求を再開する時期、手続きなどは各クレジット会社の判断で行われます。支払停止の抗弁後の対応については、クレジット会社に確認することが必要です。

(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）。

3. 消費者の方々へのアドバイス

- ◎ 割賦販売法では、消費者保護の観点から、販売業者等からの商品の引渡しが無い等の場合に、購入者等は、販売業者又は役務提供事業者との間で生じている事由をもって、支払の請求をす

るクレジット会社に対抗することができるとし、つまり、クレジット会社の支払請求を拒むことができます。クレジットカードによる支払（リボ払いを含む）、個別クレジットによる契約のいずれについても同様です。

「販売業者又は役務提供事業者に対して生じている事由」とは、具体的には次のようなものが挙げられます。ただし、次に記載した例示に限定されているものではありません。

(i) 購入者等の契約意思形成過程の瑕疵（例 錯誤による無効、詐欺による取消）

(ii) 契約の履行関係（以下は例示のみ）

ア 商品の引渡し、役務の提供

a 引渡しが行なされない、役務が提供されない-引渡し、提供との同時履行の抗弁権

b 見本、カタログと異なる物の引渡し-代物の引渡しとの同時履行の抗弁権

c 引き渡すべき時期に引き渡されない-損害賠償請求権

イ 商品の瑕疵

a 明らかな瑕疵の存在-修補又は代物の引渡しとの同時履行の抗弁権

b 隠れたる瑕疵の存在-損害賠償請求権、修補又は代物の引渡しとの同時履行の抗弁権

(iii) 取消、解除による債権債務関係の消滅（上記の(i)及び(ii)と重複する部分あり）

（法第30条の4、第30条の5、第35条の3の19）

◎ クレジット会社は販売業者や役務提供事業者とは異なり、売買契約又は役務提供契約の当事者ではないため、購入者等と販売業者等との間での問題の解決が迅速に円滑に図られるよう、購入者等が抗弁を行う際に、クレジット会社の求めに応じてその事由を記載した書面を提出するよう努めなければならないこととしています。ただし、支払総額が下記に満たないものについては、この規定の対象外となります。

- ・クレジットカードでの支払（リボ払いを除く）、個別クレジット 4万円
- ・クレジットカード（リボ払い）での支払 3万8千円

(割賦販売)

1. 相談事例

相談例 B クレジット利用に係る債務のルールが不明確だ

自動車販売店で約160万円の車を購入する際に、クレジット会社の分割払いを勧められ、手数料を含めた総額約200万円を72回で支払う契約を結んだ。支払が始まったところだが、借り換えのため一括返済することにした。クレジット会社に「一括返済したい、いくら支払えばいいか。」と尋ねたところ、170万円超を請求された。自動車販売店は、法律上問題ないと言うが、契約後2ヶ月しか経っていないのに手数料が10万円以上になるのはおかしいのではないか。

2. ここに注意!

割賦販売法では、購入者等が販売等の条件を十分に比較検討したうえで購入等の方法を選択することができるよう、クレジット会社がクレジットカードを利用者に交付する等をする際、又は個別クレジットの場合は申込みの際に、開示すべき割賦販売の取引条件の表示を義務付けています。なお、個別信用購入あっせん^(注)は、一般的なローンとは仕組みが異なり、割賦手数料の額を契約時に定め、その額と元金の総額を決められた回数に分けて払うことを約するものです。一括返済をした場合に、支払時期の到来していない手数料が当然に免除されるものではありません。

割賦販売取引では、支払関係が長期にわたって継続し、契約内容が複雑になるため、契約締結の際にクレジット会社に、購入者等に対して一定の事項を記載した書面を交付し、契約内容を明らかにすることを義務付けています。

一括返済をした場合の手数料等に関して同法に定めはありませんが、契約時にクレジット会社から渡される利用規約や契約書面等を確認し、手数料その他の契約の内容を確認することが必要です。

(注) 個別信用購入あっせん：販売店で商品を購入するごとにクレジット会社とクレジット契約を締結し、クレジット会社が販売店に代金の立替払いを行い、消費者がクレジット会社に代金の分割払いを行う取引形態（個別クレジット）。個別信用購入あっせんを行う事業者（個別信用購入あっせん業者）と個別信用購入あっせんに係る契約を締結した販売業者等を「個別信用購入あっせん関係販売業者」等という。

3. 消費者の方々へのアドバイス

〈包括クレジット〉

◎ 割賦販売法では、消費者がクレジットカードを提示して販売業者（加盟店）で商品等を購入し、クレジット会社が当該商品の代金を消費者に代わって販売会社に立替払いをし、後日、消費者が当該代金をクレジット会社に2ヶ月を超えて支払う取引を包括信用購入あっせんと言います。消費者が取引条件等を十分に比較検討できるよう、クレジットカード会社には、クレジットカードを利用者に交付する等をする際に、以下の取引条件を記載した書面を利用者に交付する義務が課されています。

・包括方式の場合

交付時期：カード等を交付・付与する時点までに

記載項目：支払期間、支払回数

手数料率（実質年率）

支払総額の具体的算定例

極度額の定めがあるときはその金額

カード等の利用に関する特約があるときはその内容

（法第30条第1項、施行規則第30条第3項）

・リボルビング方式の場合

交付時期：カード等を交付・付与する時点までに

記載事項：弁済すべき時期、弁済金の額の算定方法

手数料率（実質年率）

弁済金の額の具体的算定例

極度額の定めがあるときはその金額

カード等の利用に関する特約があるときはその内容

（法第30条第2項、施行規則第37条第3項）

- ◎ さらに、クレジットカード会社には、クレジットカードの利用（商品等の購入）時に、支払総額、支払方法、支払回数等を記載した書面の交付が義務付けられています。また、リボ払いに係る弁済金の支払請求時には、弁済金を支払うべき時期、金額等を記載した書面の交付が義務付けられています。

（法第30条の2の3）

一方、販売店等（加盟店）には、クレジットカードの利用（商品等の購入）時に、商品等の種類、販売価格等について、クレジットカードの利用者に電子メール等によって情報提供をすることが義務付けられています。

平成28年の割賦販売法の改正（平成30年6月1日施行）では、クレジットカード利用時（分割・リボ払い等）における販売店等の書面交付義務が緩和され、電子メール等による情報提供が可能となりました。ただし、購入者から書面の交付を求められたときは、書面交付が必要です。

（法第30条の2の3第4項）

〈個別クレジット〉

- ◎ 販売店等が、個別信用購入あっせんによる販売をしようとするときは、個別信用購入あっせんの取引条件の表示義務が課されています。個別信用購入あっせんにおいては、販売店は、消費者に対して信用取引への誘引を行った者であるため、具体的な条件について消費者と交渉を行う販売業者等が行うことを義務付けているものです。表示すべき事項は、以下の通りです。

表示時期：個別信用購入あっせんに係る販売方法によって商品等を販売しようとするとき等

表示事項：現金販売価格

支払総額

支払期間、支払回数
手数料率（実質年率）

（法第35条の3の2）

◎ 販売店等は、個別信用購入あっせん関係販売契約を締結したときは、遅滞なく、消費者に対して、下記の事項を記載した書面を交付しなければならないと定められています。

- ① 商品若しくは権利又は役務の種類
- ② 支払総額
- ③ 商品代金等の支払分の額とその支払時期・支払方法
- ④ 商品の引渡時期若しくは権利の移転時期又は役務の提供時期（提供期間）
- ⑤ （連鎖販売個人契約の場合）商品等の再販売等又は同種役務の提供に関する基本的な事項
- ⑥ （特定継続的役務提供等契約で役務提供に際して購入する必要がある商品がある場合）商品名
- ⑦ （業務提供誘引販売個人契約の場合）商品等を利用する業務の提供又はあっせんについての条件に関する基本的事項
- ⑧ 契約解除に関する事項
- ⑨ 販売業者等及び個別信用あっせん業者の名称、住所、電話番号
販売等契約及び与信契約の締結年月日
商品名
商品の商標又は製造者及び型式
商品の数量（権利又は役務の場合にあっては、契約上権利を行使し得る回数若しくは期間又は役務の提供を受けることができる回数若しくは期間）
頭金の額
支払回数
販売契約及び与信契約の問合せ・相談機関の名称、住所、電話番号
商品に隠れた瑕疵がある場合の責任について定めがある場合、その内容
特約の内容 等

（法第35条の3の8）

◎ なお、特定商取引法5類型（訪問販売、電話勧誘販売、特連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売）に該当する取引については、クレジット会社に対して与信契約の申込時及び契約締結時における書面交付が義務付けられています。

（法第35条の3の9）

(割賦販売)

1. 相談事例

相談例C 会員規約に基づくカードの利用停止を通告されたが、理由の説明がない

家電量販店で高額な商品を買う際に、24回の分割払いを利用するためにクレジットカードを新規に作成した。順調に返済を続けていたが、今般、カード会社から「定期審査の結果、会員規約に基づきカードを利用停止にする。今後は既存の分割払いの払込みのみで、新規の利用はできない。」との通知が届いた。また、新規に申し込んで審査中だった別のカードについて「入会見送り」の連絡が来た。これまで一度も延滞などをしたことはないのに、なぜカードの利用が停止されたのかカード会社に問い合わせたが、理由を教えてくれない。

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となります。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。

（※）指定信用情報機関では、信用情報として登録されている契約の内容や支払状況等について、本人の申出による開示請求に応じています。

(前払割賦)

1. 相談事例

相談例D 互助会契約の解約手数料が高い

互助会事業者と毎月2千円の90回払い 契約金額18万円の互助会契約を締結し、既に80回分支払った。事業者に解約したいと申し出たところ、「すぐに解約した場合、支払合計16万円に対し、解約手数料を除いた返戻金は13万円程度、18万円を完納後に解約した場合は、返戻金は14万8千円。」と言われた。どちらにしろ、支払総額の2割に近い解約手数料を請求すると言う。解約手数料が高いのではないか。

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。この「前払式特定取引契約約款の基準」には、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及びその申出の手続が定められていることが必要としています。

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、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、かつ、その額が購入者等が容易に計算することができる方法等により明確に表示されていることとしています。しかし、解約手数料の金額等に関しては、同法には定めはないため、解約手数料の考え方など契約内容については、契約約款を確認することが必要です。

なお、契約約款については、平成29年の割賦販売法施行規則の改正(平成30年6月1日施行)により、約款中に、交付の時期及び交付の方法、購入者等から当該約款の再交付を求められたときは遅滞なく約款を再交付する旨が定められていることの規定が設けられ、契約約款記載事項の履行を事業者に求めています。

3. 消費者の方々へのアドバイス

◎ 割賦販売法では、「前払式特定取引」は、経済産業大臣の許可を受けた者でなければ、業として営んではいけない(年間の販売額が1千万円未満の場合は除く。)と規定しています。許可の基準の一つとして、契約約款の内容が経済産業省令・内閣府令で定める基準に適合することが必要とされています。

(割賦販売法第35条の3の61)

◎ 前払式特定取引契約約款の基準としては、以下のような事項が規定されています。

○事業者の名称及び住所、商品又は指定役務の種類等、契約金額(総額)、各回ごとの支払金

額・支払回数・支払時期・方法、契約約款の交付の時期及び交付の方法（←平成29年新設）が記載される欄があること

○記載すべき事項として以下が記載され、かつその内容が基準に合致すること

- ・領収証の発行に関すること
- ・商品の代金又は指定役務の対価の完済後の通知に関すること
- ・商品の引渡し又は指摘役務の提供の時期に関すること
- ・購入者等が支払うべき契約金額以外の金銭に関すること
- ・契約の解除に関すること
- ・契約の解除に伴う損害賠償等の額に関すること

購入者等の責に帰すべき事由による契約解除の場合には当該契約解除の日から、購入者等の申出による契約解除の場合には契約解除の手続きによる申出の日から、それぞれ45日以内の一定の期間内に、購入者等がすでに支払った金額から契約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。かつ、その額が購入者等が容易に計算することができる方法により明確に表示されていること。等

- ・前払式特定取引契約約款の交付及び再交付に関すること（←平成29年新設）

前払式特定取引契約約款を交付する場合の交付時期、交付の方法が定められていること。

購入者等から当該約款の再交付を求められたときは、遅滞なく、当該約款を再交付する旨が定められていること。

○次の事項が記載されていないこと

- ・前払式特定取引契約約款の再交付をする場合において、その再交付に通常要する費用を超えて手数料を徴収すること。
- ・契約締結後に前払式特定取引業者が購入者等の同意を得ることなく契約内容の変更又は契約金額の引上げを行うことができること。
- ・購入者等からの契約の解除ができない旨の特約
- ・契約に係る商品又は指定役務の内容について、著しく事実に相違する事項若しくは実際のものよりも著しく優良であると人を誤認させるような事項
又は商品又は指定役務の取引条件について、著しく有利であると人を誤認させるような事項（←平成29年改正）
- ・そのほか、法令に違反する特約又は購入者等に著しく不利となる特約 等

（割賦販売法施行規則第123条）

(訪問販売)

1. 相談事例

相談例 E 突然訪ねてきたリフォーム事業者との高額な契約を解約したい。

「近くで仕事をしているが、屋根が割れているのが見えた」と言って訪ねてきた事業者から屋根瓦の動画を見せられて瓦の洗浄を勧誘された。2～3日後、再び訪ねてきた事業者と100万円の瓦の洗浄契約を結んだ。その後も訪ねてきて、「断熱材を入れ、瓦を交換した方がいい」と言われ、瓦の洗浄契約はやめて、新たな契約をすることを勧められた。結局、言われるがままに「瓦の交換工事、外壁工事、断熱材工事契約」を600万円で結んでしまった。クーリング・オフの記載のある契約書面は受け取っているが、家族に高額な契約だと反対されたため、契約を解約したい。

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。

訪問販売に該当する場合には、法定要件を満たした契約書面を受領した日から起算して8日間は書面により申込みの撤回や契約の解除（クーリング・オフ）を行うことができます。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ず、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回復することを求めることができます。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。

また、法定書面が交付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。

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起算して8日間は書面によりクーリング・オフができることとなります。

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（いわゆる来訪要請）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、SNS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（いわゆる来訪要請）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50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、SNS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たり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、訪問販売において、事業者には氏名等の明示が義務付けられています。事業者は、訪問販売をしようとするときには、その勧誘に先立って、消費者に対し、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や契約が締結された際には、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起算して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回復することを求めることができます。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となります。

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を著しく超える商品又は役務等の契約（いわゆる過量販売）をした場合には、契約締結後1年間は、その契約の申込みの撤回又は解除を行うことができます。

（過量販売の申込みの撤回又は解除 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。その行使期間は、追認をすることができる時から1年間に延長されています。

（不実告知等による取消し 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、全ての商品、権利、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、指定権利制が廃止され、従前の①施設を利用し又は役務の提供を受ける権利のうち、国民の日常生活に係る取引において販売されるものであって政令で定められているものに加え、②社債その他の金銭債権、③株式会社の株式、合同会社、合名会社若しくは合資会社の社員の持分若しくはその他の社団法人の社員権又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の3つを特定権利としています。①については政令で、保養のための施設又はスポーツ施設を利用する権利、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、又は観覧する権利、語学の教授を受ける権利と定めています。

ただし、上記3類型の取引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する取引、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)

●個別クレジットで決済した訪問販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引のクーリング・オフについて(割賦販売法)

特定商取引法が適用される取引の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、業務提供誘引販売取引)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)、割賦販売法では、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。この場合、クレジット会社に対して

行ったクーリング・オフにより、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）。

これにより、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。

ただし、上記5類型であっても、包括信用購入あっせん（いわゆるクレジットカードでの決済）については、クーリング・オフ制度は適用されません。

○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。

（割賦販売法 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起算して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起算して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。

（割賦販売法 第35条の3の10、第35条の3の11）

○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51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又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。

(通信販売)

1. 相談事例

相談例 F 定期購入が条件になっていることに気付かなかった。

インターネット通販で事業者が販売しているサプリメントをお試し価格で購入した。その時は4回の定期購入が条件になっていることに気付かなかった。後日、2回目の商品が届きはじめて定期購入だと気付いた。自分に合わないと感じたので、事業者に2回目以降をキャンセルしたいと電話した。事業者は「キャンセルはできない。条件通り4回買ってもらわないと約束違反となる。」と言った。事業者のホームページには、広告や申込段階で4回購入が条件のコースは返品不可と書いてあるが、お試し価格500円が全面にあり、埋もれるように定期購入が条件であると書かれていて、分かりづらい広告になっている。契約をキャンセルしたい。

2. ここに注意！

特定商取引法では、販売業者等が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。販売業者等は、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。また、申込内容は、容易に確認し訂正できる方法である必要があります。小さい文字で非常に見づらく、他の事項に埋没している状態である場合は、容易に確認し訂正できることが求められます。今般の改正特定商取引法（平成29年12月1日施行）では、いわゆる定期購入契約（商品の売買契約を2回以上継続して締結する必要があるとき）に関しては、販売業者等に通信販売の広告やインターネット通販における申込み・確認画面上に、定期購入契約である旨及び金額（支払代金の総額等）、契約期間その他の販売条件を表示する義務を追加しています。注文の前に通信販売広告をよく読み、記載内容をよく確認しておくことが大切です。

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。

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となりますが、記載されていない場合は、商品を受け取った日から起算して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。

そのほか、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できなかつたりする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」、「代金の支払時期や支払方法」、「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ての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）

- ◎ 特定商取引法では、顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為は禁止されています。例えば、インターネットによる通信販売において、①あるボタンをクリックすれば、それが有料の申込みとなることを、消費者が容易に認識できるように表示していないこと、②申込みをする際、消費者が申込内容を容易に確認し、かつ、訂正できるように措置していないことが、禁止行為として処分の対象となっています。

定期購入契約に関しては、商品の売買契約を2回以上継続して締結する必要がある旨、販売条件を表示する必要があります。具体的には、契約期間（商品の引渡し回数）消費者が支払うこととなる金額（各回ごとの商品の代金、送料及び支払総額）及びその他の特別の販売条件がある場合はその内容が求められています。

（顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為の禁止 法第14条）

<参考>

顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為について、具体的にどのようなケースが該当するかは、「インターネット通販における『意に反して契約の申込みをさせようとする行為』に係るガイドライン」を参照してください。

http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/amendment/2016/pdf/amendment_171206_0007.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）

●商品や特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起算して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と規定しています。その場合、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、事業者が広告にあらかじめ「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。

<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/policies/policy/consumer_transaction/amendment/2012/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.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/amendment/2012/pdf/130220legal_2.pdf

(電話勧誘販売)

1. 相談事例

相談例 G 指示されたとおり電話予約をして、かかってきた電話で高額な情報商材を勧められ購入したが解約したい

インターネットで「誰でも簡単に3日で3万円が手に入る」という事業者の広告を見て、2万円の情報商材を申し込んだ。3万円の受取方法は指示されたとおり電話予約した。

同日、事業者から電話がかかってきたが3万円の受取方法ではなく、「写真を撮り、SNSにあげる。写真を見た企業が気に入ると買い取ってもらえる。誰でも簡単に儲かる。」と別の情報商材の勧誘が延々と続いた。何度も断ったが押し切られる形で約40万円のコースを申し込み、クレジットカードで支払うことにした。後日、事業者からはメールで利用規約が届いたが、契約書面は受け取っていない。高額な契約をしたと後悔している。解約できないか。

2. ここに注意!

特定商取引法では、電話勧誘販売取引に該当する場合には、法定要件を満たした契約書面を受領した日から起算して8日間は、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となります。

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。

最近、インターネット上で「真似をするだけで簡単に収入が得られる」といった広告で情報商材を購入し、トラブルに遭うケースが少なくありません。まずは疑い、甘い言葉に決してだまされないよう、契約する前に冷静に考えましょう。

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50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起算して8日間は書面によりクーリング・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となります。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)

- ◎ 電話勧誘販売の際、消費者が通常必要とされる量を著しく超える商品若しくは特定権利の購入

や役務の提供を受ける契約をした場合には、契約締結後1年間は、契約の申込みの撤回又は契約の解除ができます。

(過量販売の申込みの撤回又は契約の解除 法第24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。その行使期間は、追認をすることができる時から1年間に延長されています。

(不実告知等による取消し 法第24条の3)

- ◎ 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事です。

(連鎖販売取引)

1. 相談事例

相談例 H みんながやっているから大丈夫と言われ、事業者に促され消費者金融で借金までして契約したが、解約したい

相談者は20歳代前半の女性。学校時代の知人と食事をしていたところ、知人が「儲る副業がある」と言い出した。その時は詳しい話は聞かされなかったが、後日、事業者の上位者に囲まれて話を聞かされた。「定期購入で化粧品等を購入し、それを連鎖販売取引として再販売することにより収益が得られる」「みんながやっているから大丈夫。販売できる」等と言われた。「お金がない」と告げたが押し切られ、化粧品とサプリメントを総額50万円で契約した。さらに、事業者に促され消費者金融で50万円の金銭消費貸借契約を締結し現金で支払った。しかし、この契約を解約したい。

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（又は役務の提供など）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（又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、連鎖販売取引に該当する場合には、法定要件を満たした契約書面を受領した日又は再販売をする商品の引渡しを受けた日のどちらか遅い日から起算し20日間は書面により契約の解除（クーリング・オフ）を行うことができます。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となります。

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50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

- ◎ 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（統括者又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起算して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となります。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でき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日を経過していない商品であること
- 商品を再販売していないこと
- 商品を使用又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又は消費させた場合を除く)
- 自らの責任で商品を滅失又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。

(不実告知等による取消し 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Ⅰ 中途解約時の精算方法に納得がいかない

エステティック事業者と契約をした。金額は約8万円位で、役務提供期間は1年。エステの契約は10回受けられることになっていたが、5回は「無料サービス」となっている。この度、2回施術を受けたところで中途解約を申し出たが、10回分の施術での計算ではなく、5回分の施術で単価を計算して精算されていた。契約書にも中途解約の精算についてはサービス分は含まないことが記載されていたが、10回の施術で単価を計算してくれれば1回分の単価が安くなり返金額が多くなるのではないかと事業者の精算方法に納得がいかない。

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」「美容医療」「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7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に該当する場合には、法定要件を満たした契約書面を受領した日から起算して8日間は契約の解除（クーリング・オフ）を行うことができます。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の記載があったとしても「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50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。

平成28年の特定商取引法の改正（平成29年12月1日施行）により、「いわゆる美容医療」が特定継続的役務提供の規制対象に追加され、現在、以下の7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）
いわゆる美容医療 人の皮膚を清潔にし若しくは美化し、体型を整え、又は体重を減じ、又は歯牙を漂白するための医学的処置、手術及びその他の治療を行うこと（美容を目的とするものであって、主務省令で定める方法によるものに限る。）	1月を超えるもの	
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、小学校又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又は役務の提供
 - ・ 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又は役務の提供
 - ・ 事業者がその従業員に対して行った販売又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、又は締結後、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、又は締結後、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、又は締結後、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は、法定要件を満たした書面を受け取った日から起算して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となります。

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(又は中途解約)した場合には、その関連商品についてもクーリング・オフ(又は中途解約)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、栄養補助剤等
- ・化粧品、石けん(医薬品を除く)及び浴用剤
- ・下着
- ・いわゆる美顔器、脱毛器等

○美容医療

- ・いわゆる健康食品、栄養補助剤等
- ・化粧品
- ・マウスピース(歯牙の漂白のために用いるものに限る。)及び歯牙の漂白剤
- ・医薬品及び医薬部外品であって、美容を目的とするもの

○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

ただし、「関連商品」のうち、一度開封したり一部を使用又は消費すると商品価値がなくなる「消耗品」については、以下のものが政令で指定されています。法定書面に、これらの商品の名称や商品を特定できる事項と、その商品を使用したり一部を消費したときには契約の解除ができないことが正しく記載されている場合には、クーリング・オフの対象にはなりません。

○エステティック

- ・いわゆる健康食品、栄養補助剤等
- ・化粧品、石けん（医薬品を除く。）及び浴用剤

○美容医療

- ・いわゆる健康食品、栄養補助剤等
- ・化粧品
- ・マウスピース（歯牙の漂白のために用いるものに限る。）及び歯牙の漂白剤
- ・医薬品及び医薬部外品であって、美容を目的とするもの

（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
美容医療	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	2万円又は契約残額※の10%に相当する額のいずれか低い額
美容医療	5万円又は契約残額の20%に相当する額のいずれか低い額
語学教室	5万円又は契約残額の20%に相当する額のいずれか低い額
家庭教師	5万円又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	2万円又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	5万円又は契約残額の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	2万円又は契約残額の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

(不実告知等による取消し 法第49条の2)

(業務提供誘引販売取引)

1. 相談事例

相談例 J アルバイトの面接に行ったのにレッスン契約をさせられた

SNSを利用した求人情報サービスから「エキストラ募集、日給13,000円以上」の広告を見た。「応募する」のボタンを選択し送信したところ、SNSで返事が来た。事業者から「映画にできるためのオーディションがある。面接にきてほしい。」と言われ、事業者の事務所に行き、オーディションを受けた。オーディション後、「この結果により報酬などが決まる。発表は後日になる。もう一度こちらに来てください」と言われた。

後日、事業者の事務所に向くと「合格」と言われた。また、「映画に出演するためには、レッスンを受けてスキルを磨く必要がある。35万円のレッスン契約をしてほしい。」「3年後ぐらいには報酬が出る。」と言われた。将来的には事業者から報酬があると思い契約することにしたが、レッスン料を支払えないので解約したい。

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。また、法定要件を満たした契約書面を受領した日から起算して20日間は書面により契約の解除（クーリング・オフ）を行うことができます。

契約書面にクーリング・オフに関する事など、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50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。

- ・販売されるソフトウェア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
- ・パソコン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データ入力の在宅ワーク
- ・インターネット上にホームページを作成する役務の提供を受けて、そのホームページを利用して、在庫管理等を行う業者の商品の広告や注文等の対応などを行う仕事

- ◎ 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、又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法で定められています。

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）

(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、法定要件を満たした契約書面を受領した日から起算して20日間は書面により契約の解除（クーリング・オフ）を行うことができます。

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となります。

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

(不実告知等による取消し 法第58条の2)

(訪問購入)

1. 相談事例

相談例 K 契約を取り消したいと連絡したが、買取業者から品物は転売したと言われた

70歳代の女性からの相談。買取業者が突然自宅を訪ねて来た。宝石箱を見せて「近所の家でこれを800円で買った。こういうものでもよいから、何か売りたいものはないか」と言われた。貴金属を見せたところ、「他の貴金属はないか」と言ったので、別のネックレスやリングを見せた。話しの途中で出て行き、30分後に査定員を連れて再び自宅にやってきた。結局、事業者はネックレスなどを買取り、相談者は約20万円を受け取った。しかし、後で家族から解約した方がいいと言われたので買取業者に契約を取消したいと連絡したが「もう売ってしまったので品物がない」と言われた。契約書面にはクーリング・オフの記載はあるが、商品の個数だけで商品毎の明細は書かれていない。契約を取り消すことはできないか。

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、特定商取引法において「訪問購入」についての規制が追加されています（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「いらぬ指輪もあれば、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、法定要件を満たした契約書面を受領した日から起算して8日間は書面により申込みの撤回又は契約の解除（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50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、映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、法定要件を満たした契約書面を受領した日から起算して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 L 注文していない商品が突然送られてきた

自宅に届いた郵便物を開けると、サプリメントが入っていた。同封の文書には、「このサプリメントは無料プレゼントだが次回から定期コース」と記載されていたため、送り主の事業者の連絡先に電話で問い合わせた。「初回は無料。使ってほしい。次回から定期コースになる。」と言われたが、その場で断った。しかし、「6月15日に次回発送だ。1週間前に断りの電話連絡をください」と言われた。その後、配送予定日の前日に断りの電話を入れたところ、「1週間前までしか受け付けられないので今回は購入するように」と言われた。どうしたらいいか。

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、配送手続きの義務もありません。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 M 突然訪問した事業者に巧みに勧誘され、金の先物取引契約をしてしまった

70歳代の男性。自宅を女性が突然訪れ、「話を聞いてくれませんか」と言ったので、自宅にあげたところ、金の商品先物取引の勧誘をした。「金は儲かる、金は下がっても、上がっても利益は出る。」と言われた。

翌日、女性が再訪し、再度、金の商品先物取引を勧誘され、言われるまま紙にサインをした。

さらにその翌日、女性とその上司等3名が来訪した。契約書にサインをし、同日、指定口座に350万円を振り込んだ。これまでに投資経験はなく、金の先物取引をやる気はなかったが、事業者の巧みな勧誘に、初めて金の先物取引契約をした。事業者からは先物取引の仕組み等についての説明は受けていない。事業者に言われるままに同月中に200万円、3ヶ月後にも300万円を振り込んだ。

契約から3ヶ月半後、事業者に解約の連絡をしたところ、200万円近いマイナスが出ていると言われた。どうしたらいいか。

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。また、取引の申込み等を行わないことを意思表示した顧客に対して勧誘することや、勧誘の要請をしていない顧客への訪問や電話による契約締結を勧誘することも禁じられています（＝不招請勧誘の禁止。注）。特に取引の未経験者（一部を除く）については禁止の対象となっています。

なお、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。許可事業者かどうかを確認し、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。

(注) 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1日施行）において、例外となる類型に以下が追加されました。

- ・ハイリスク取引（※）の経験者（自社契約者）への勧誘
（※）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う。
- ・ハイリスク取引の経験者（他社との契約者）への勧誘（ただし、一定の手続きが必要）
- ・一定の要件（下記）を満たす未経験者に対する勧誘
（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。

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相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)

- ◎ 商品先物取引業者は、契約締結前の措置として、ハイリスク取引の未経験者に対して、年齢、年収又は金融資産申告書の確認、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ています。

さらに、契約後の措置として、上記未経験者に対しては、契約を締結した日から14日以内を熟慮期間として設定し、その期間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の額を上限額とし、その額を超えて設定してはならない。）を設定し、契約締結から1年間は、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。

●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)

●許可を受けた先物取引事業者、登録のある商品先物取引仲介事業者

- ◎ 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。

(法第192条及び第240条の3)

商品先物取引制度の詳細、先物取引事業者等一覧等については、下記をご覧ください。

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

(製品の安全性)

1. 相談事例

相談例 N 長期使用製品安全点検制度について確認したい

2009年9月、浴室用電気乾燥機を設置した。2018年2月、メーカーから法定点検の封書が届き、消費生活用品安全法に基づく長期使用製品安全点検についての記載があり、購入者は、点検を受ける責務があることが書かれている。記載内容は、2020年3月までに当該点検を受ける必要性や点検料金等であった。浴室用電気乾燥機の長期使用製品安全点検について確認したい。

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、浴室用電気乾燥機を含めた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。

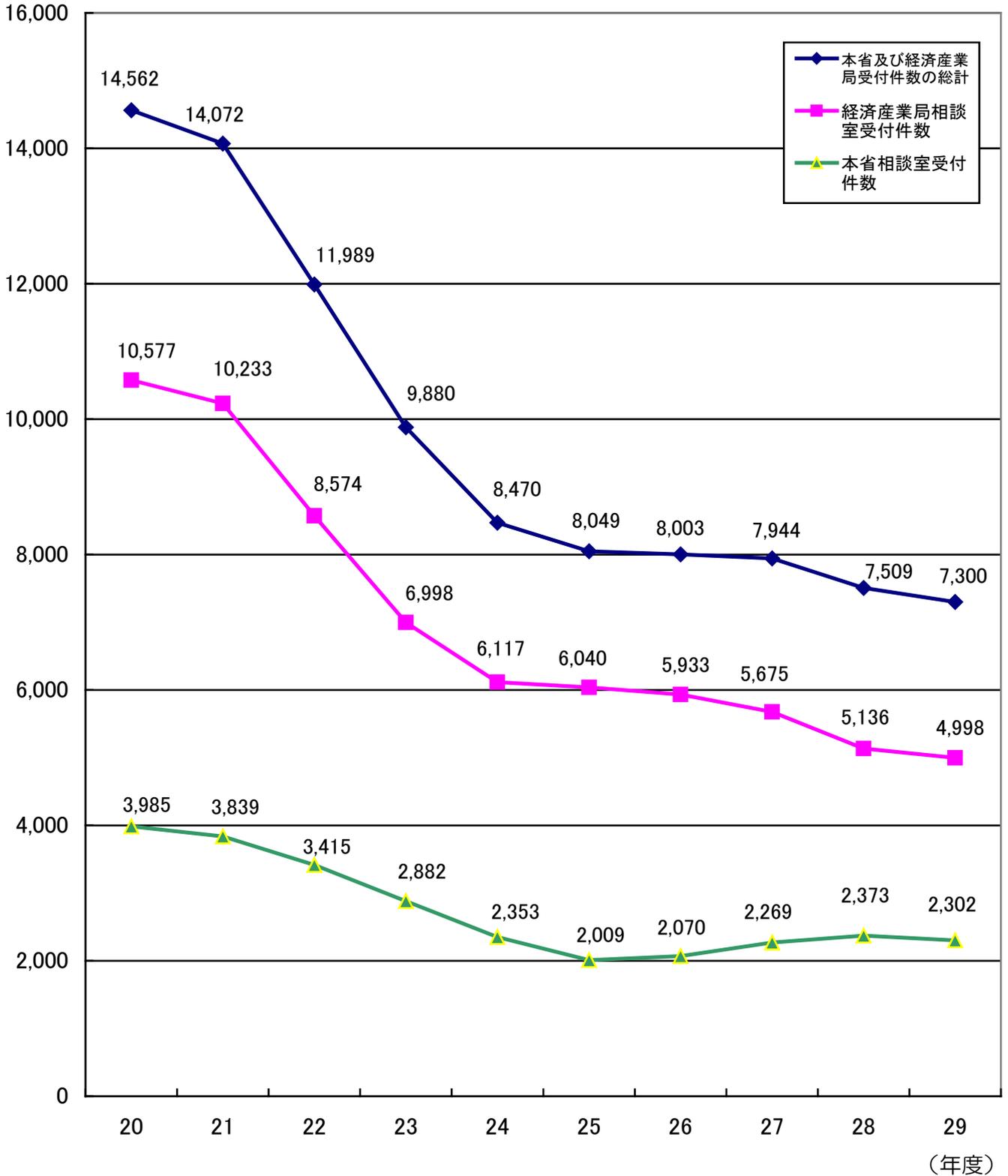
- ・ 製造年
- ・ 設計上の標準使用期間（標準的な使用条件の下で使用した場合に安全上支障なく使用することができる標準的な期間として、設計上設定された期間をいう。）
- ・ 「設計上の標準使用期間を超えて使用すると、経年劣化による発火・けが等の事故に至るおそれがある」旨

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。

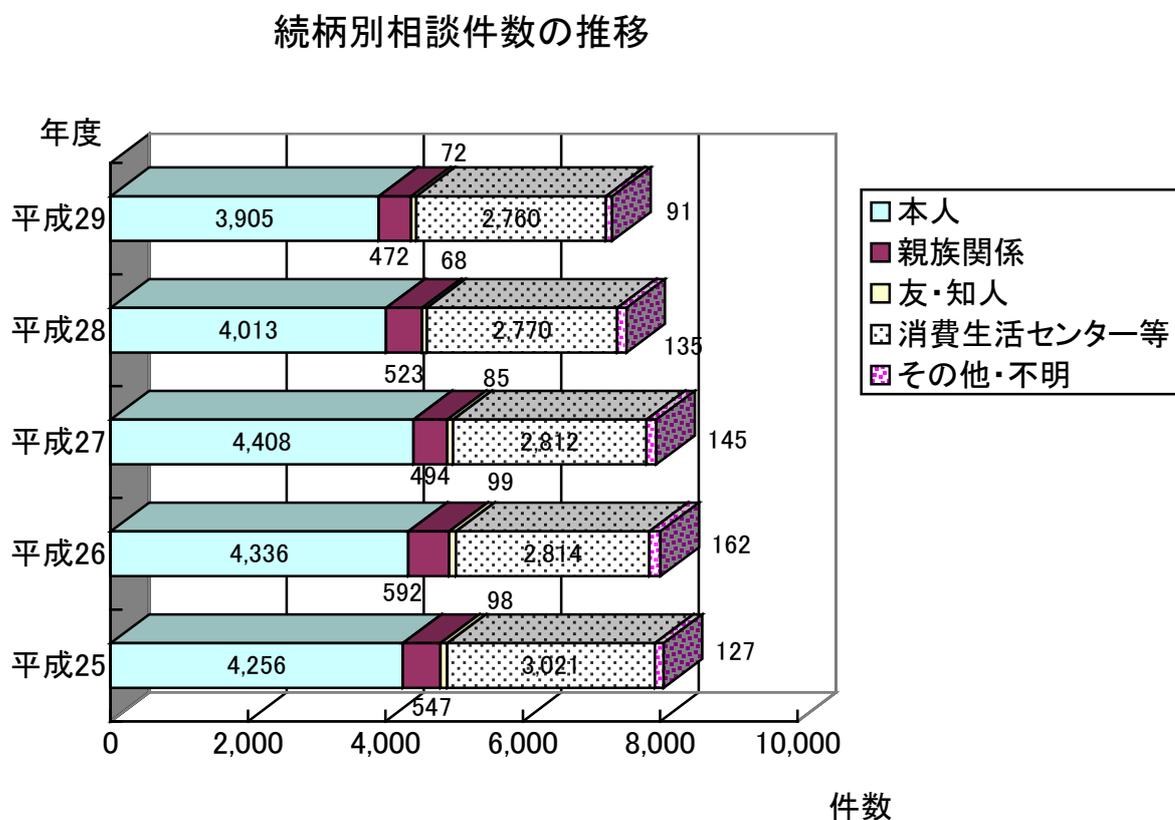
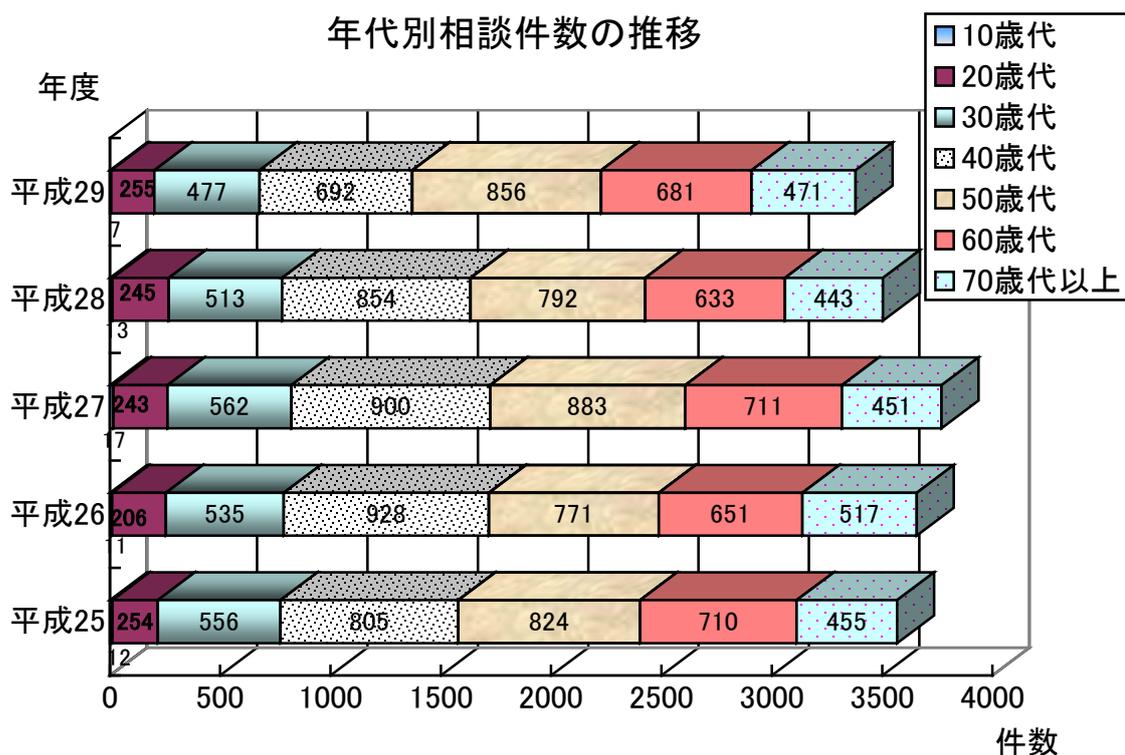
1. 消費者相談件数（全体）

（1）相談窓口別件数の推移

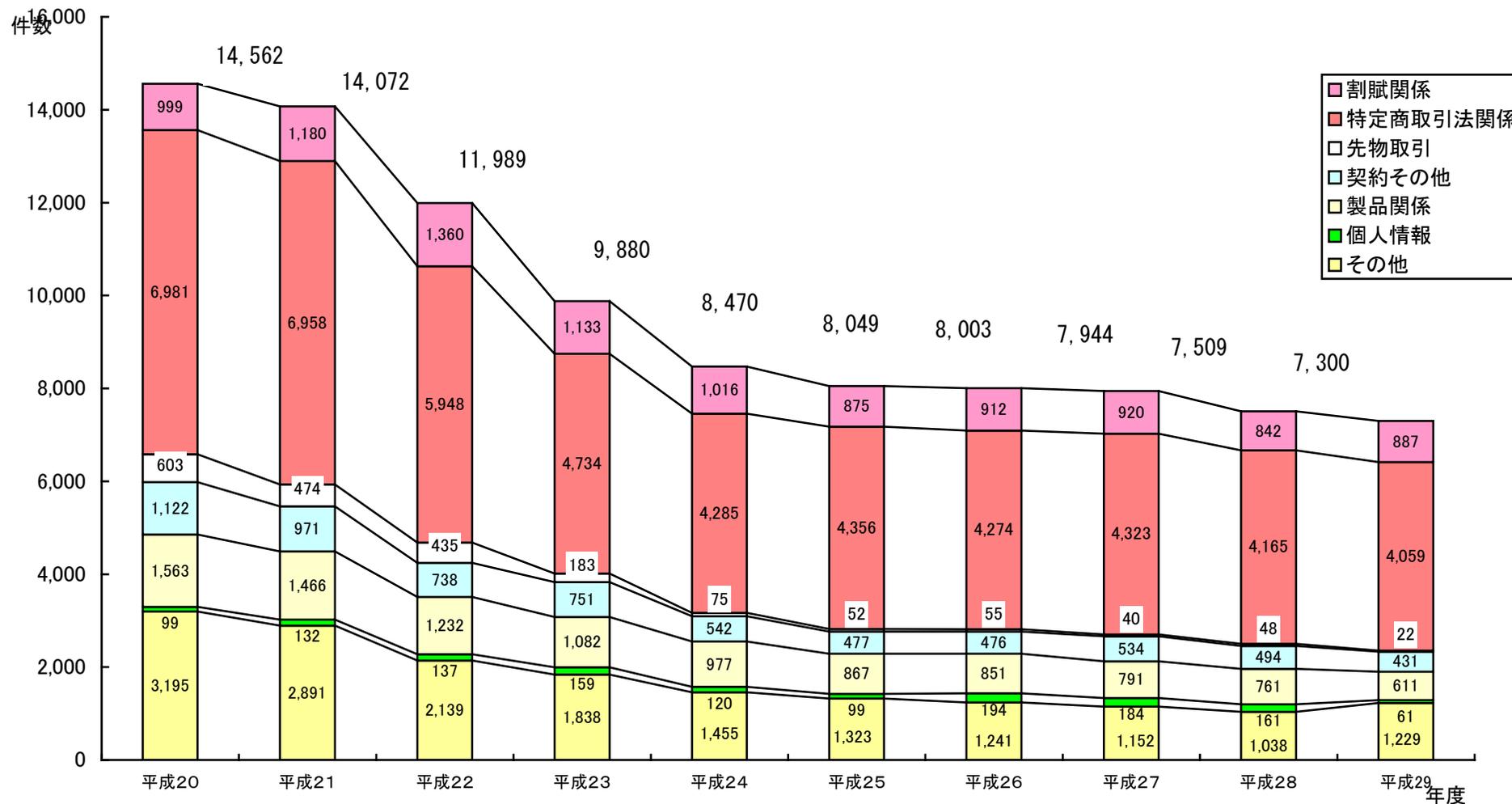
（件数）



(2) 属性別件数



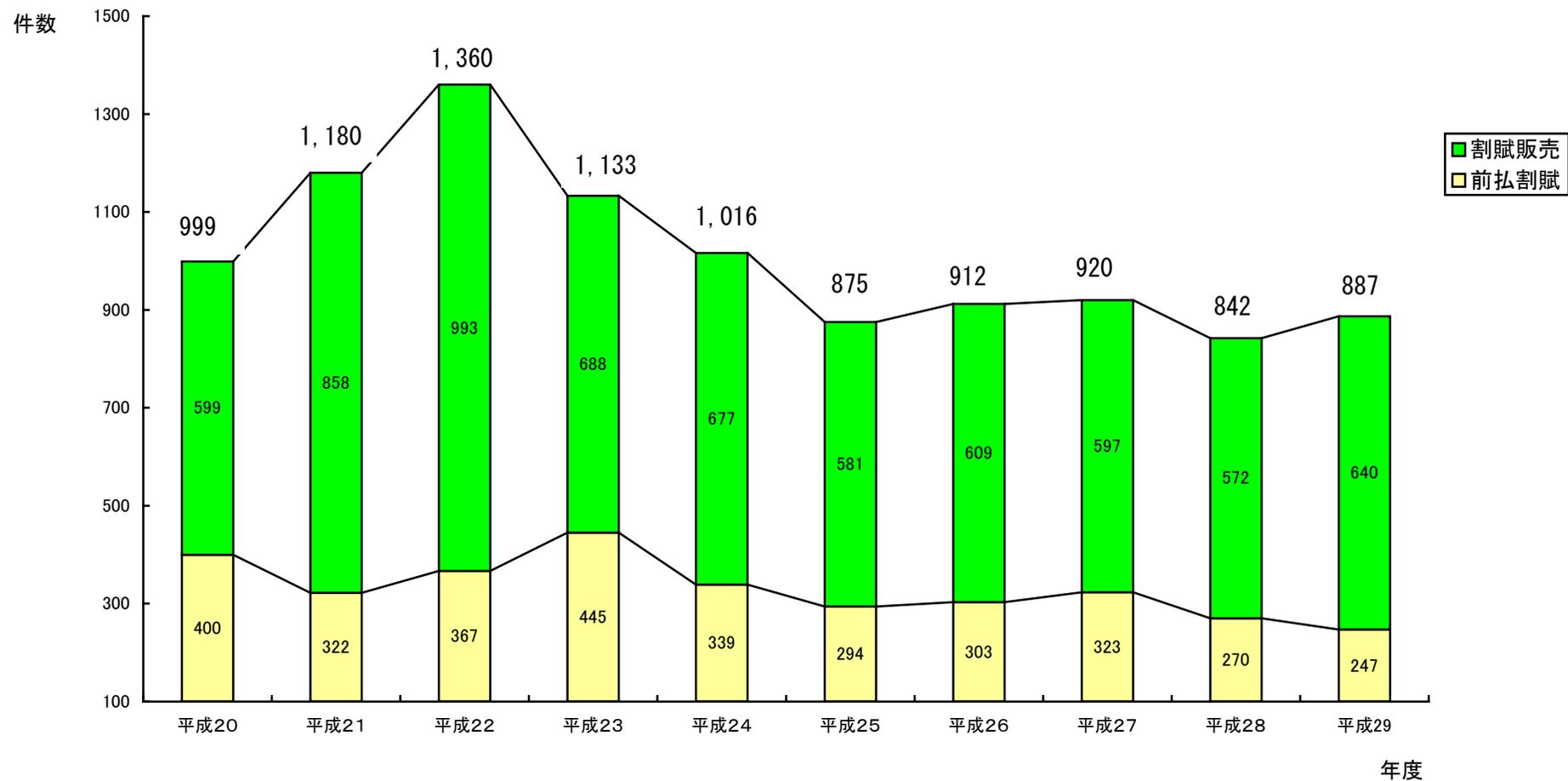
(3) 事項別件数の推移



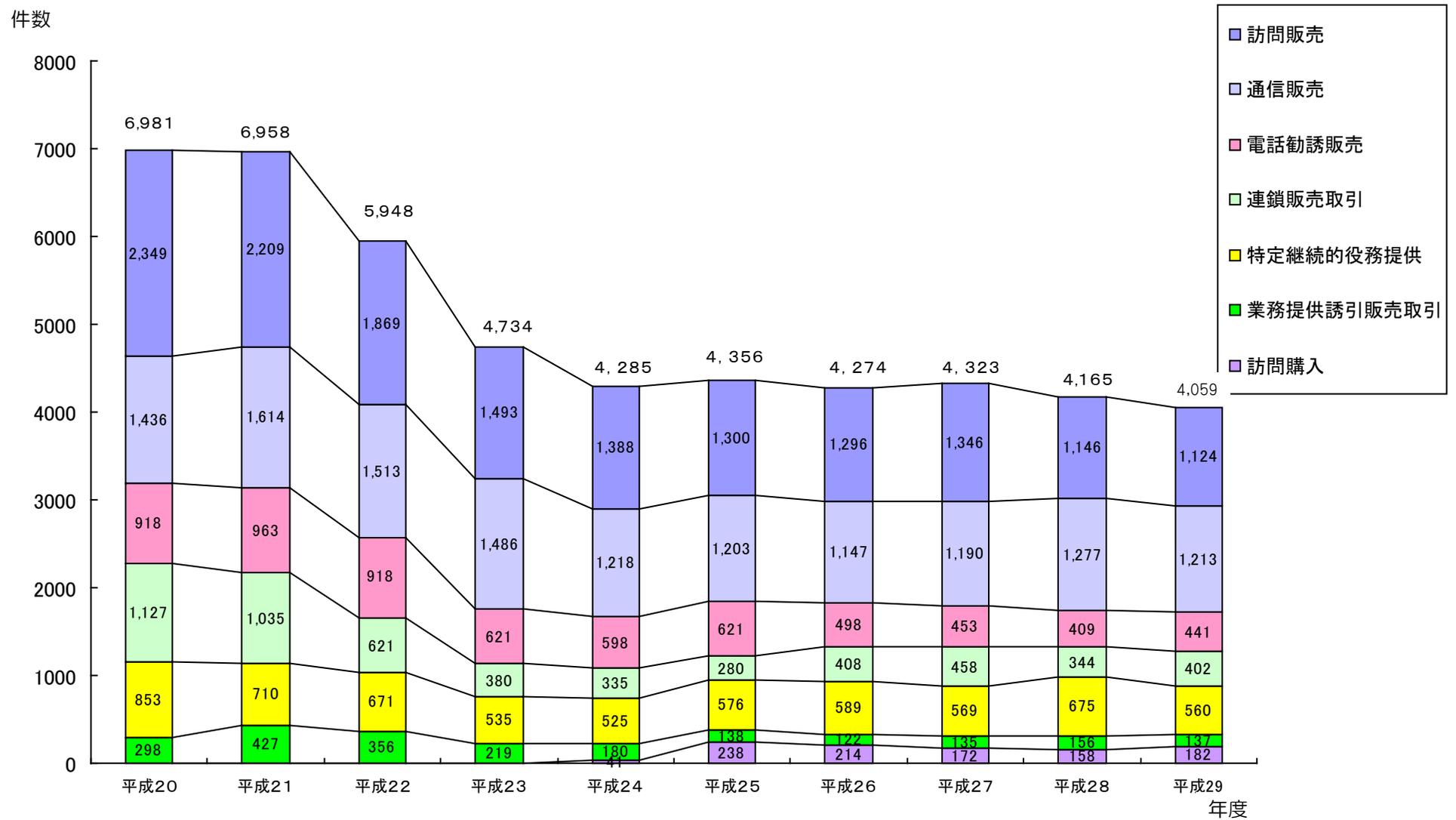
- (注) i) 『製品関係』とは、「品質性能」、「安全性」、「サービス」、「表示」、「規格」、「計量・価格」に関する相談をいいます。
 ii) 『その他』とは、当省の所管する法令又は物資に直接該当しない相談をいいます。いわゆる「根拠のない請求等」もこれに含みます。

2. 消費者相談件数（事項別）

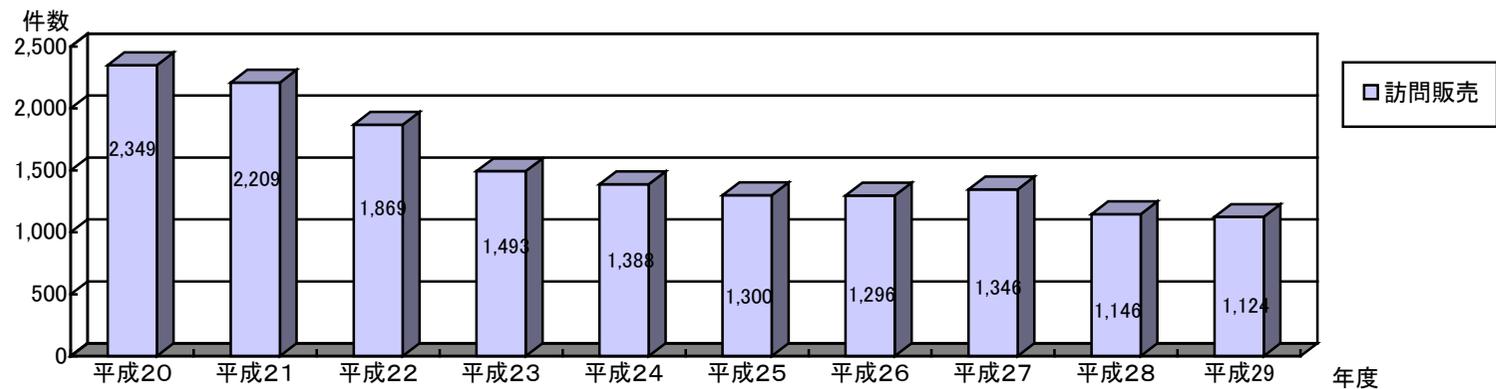
（1）「割賦関係」の相談件数の推移



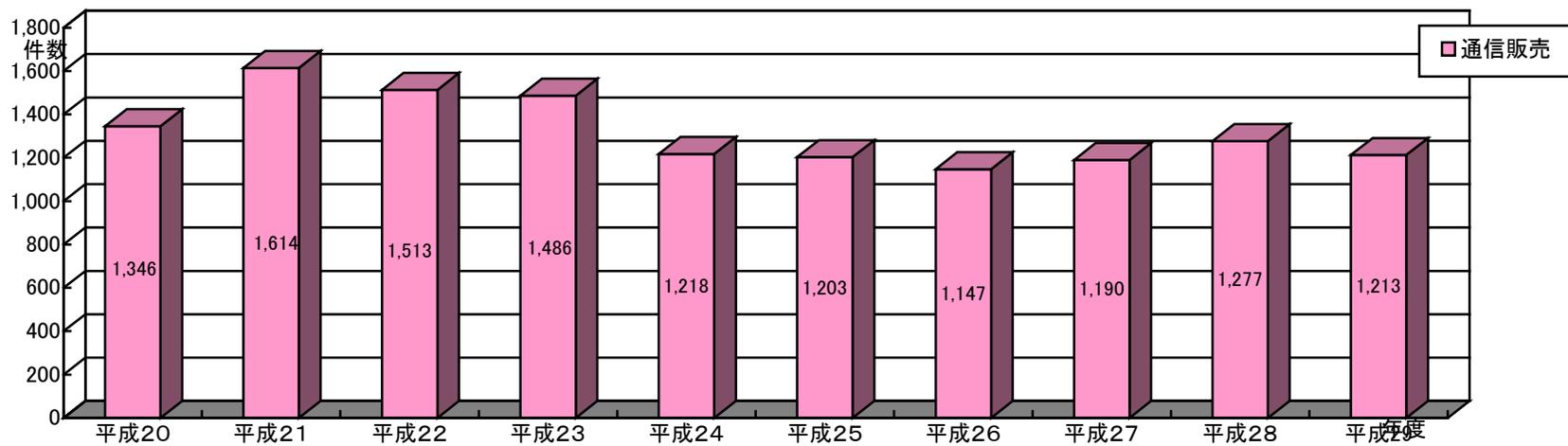
(2) 「特定商取引法関係」の相談件数の推移（類型別）



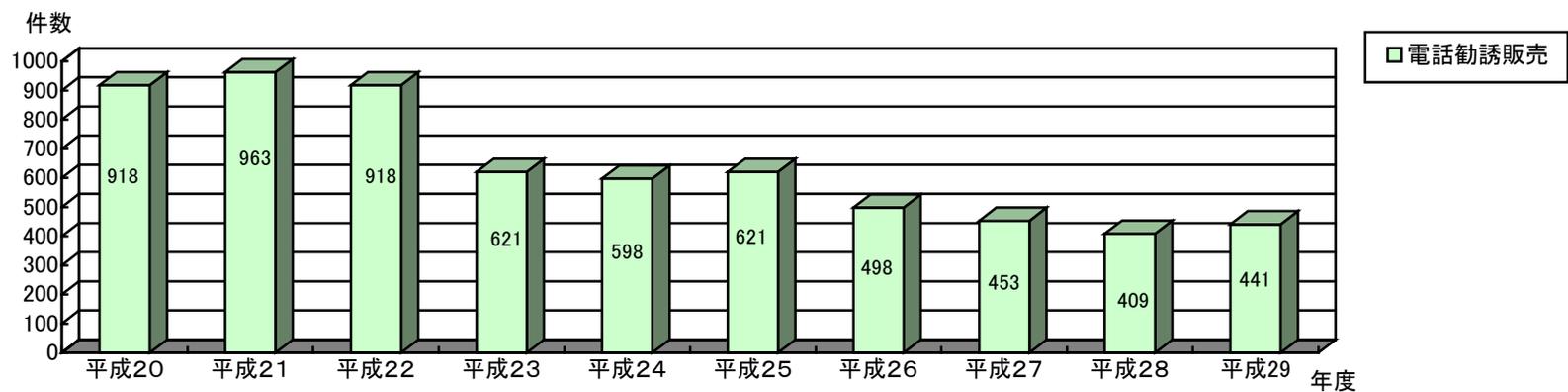
① 「訪問販売」の相談件数の推移



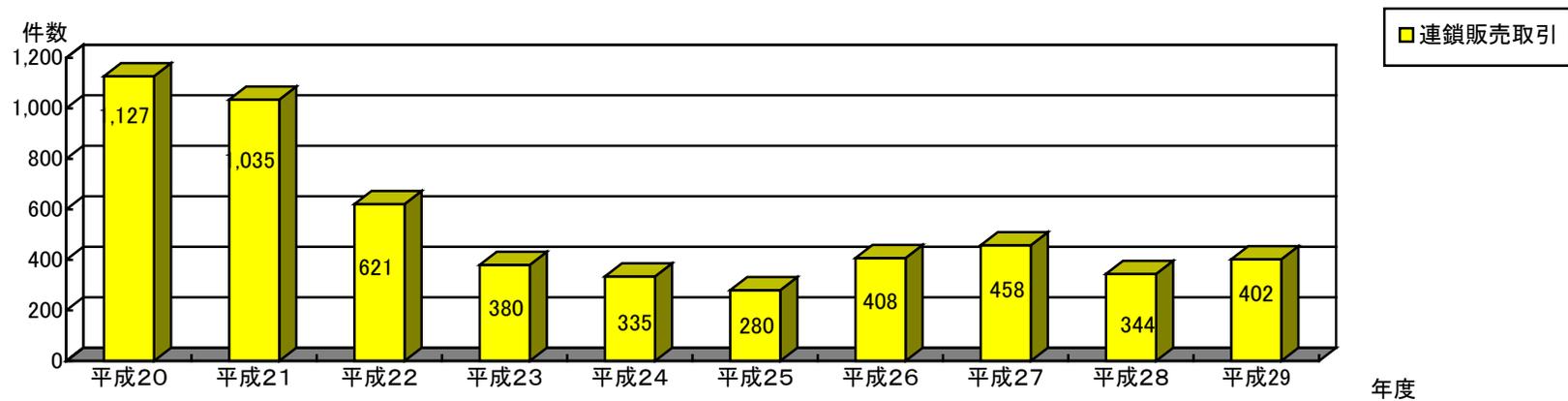
② 「通信販売」の相談件数の推移



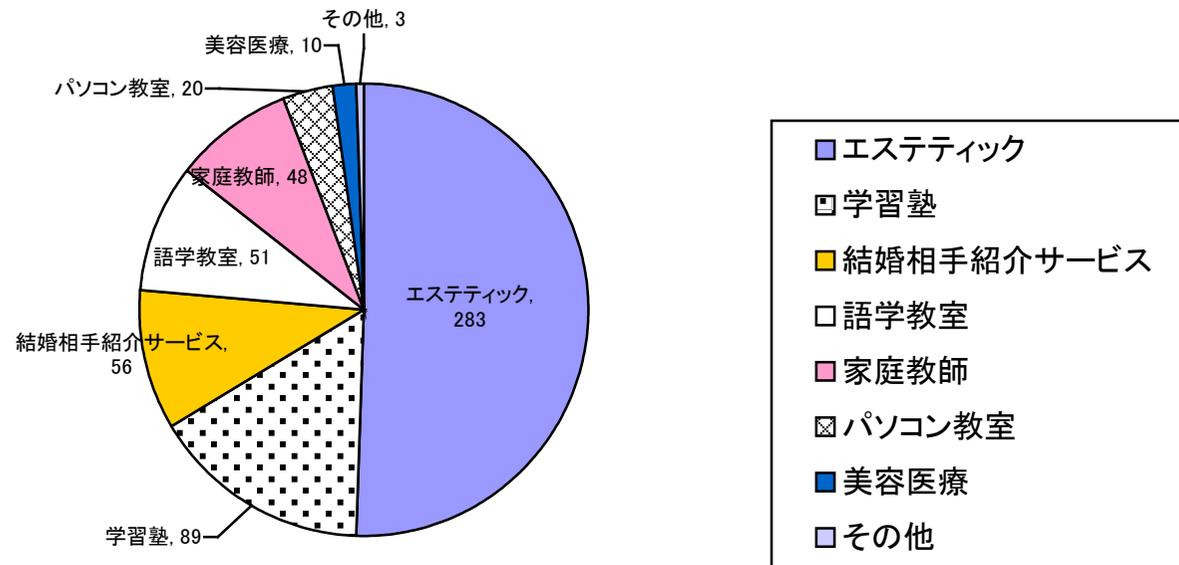
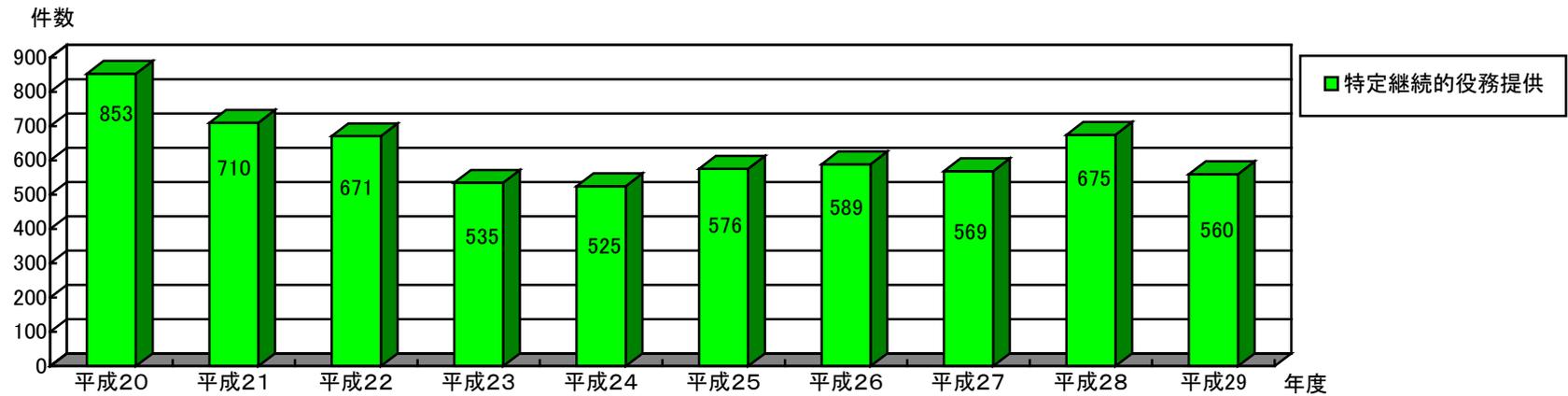
③ 「電話勧誘販売」の相談件数の推移



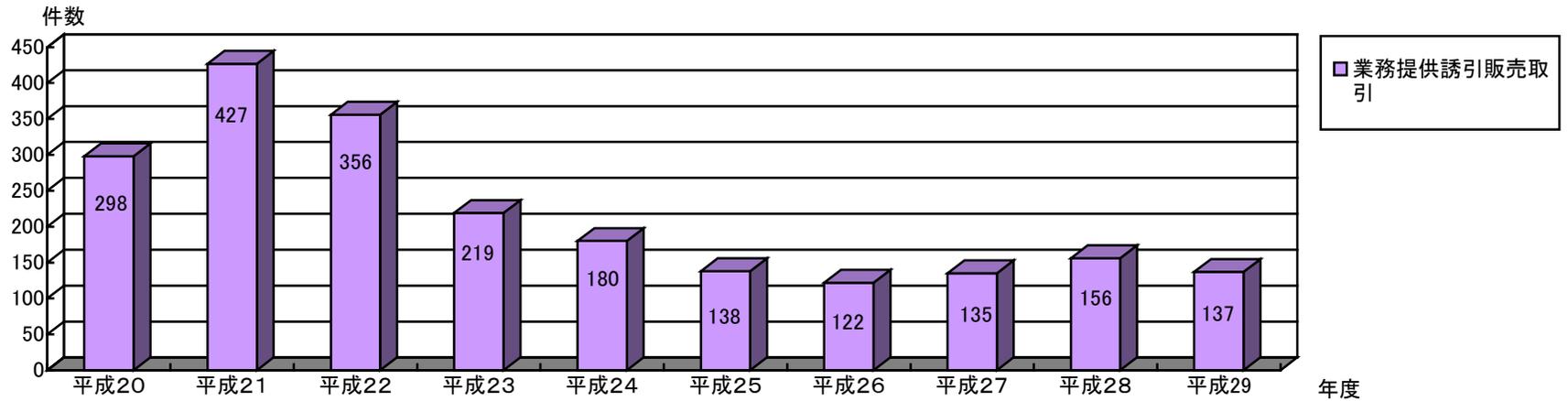
④ 「連鎖販売取引」の相談件数の推移



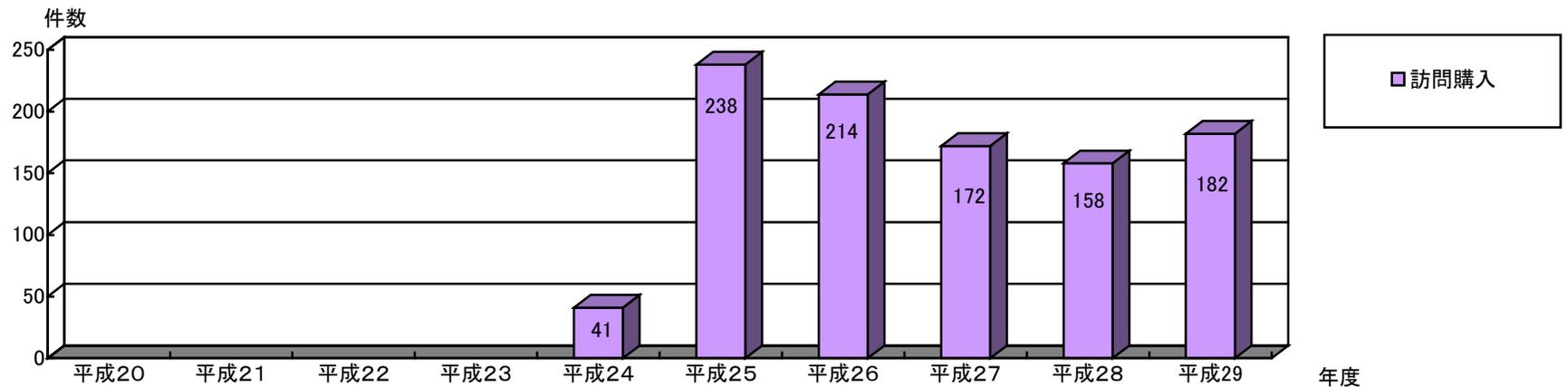
⑤ 「特定継続的役務提供」の相談件数の推移



⑥ 「業務提供誘引販売取引」の相談件数の推移

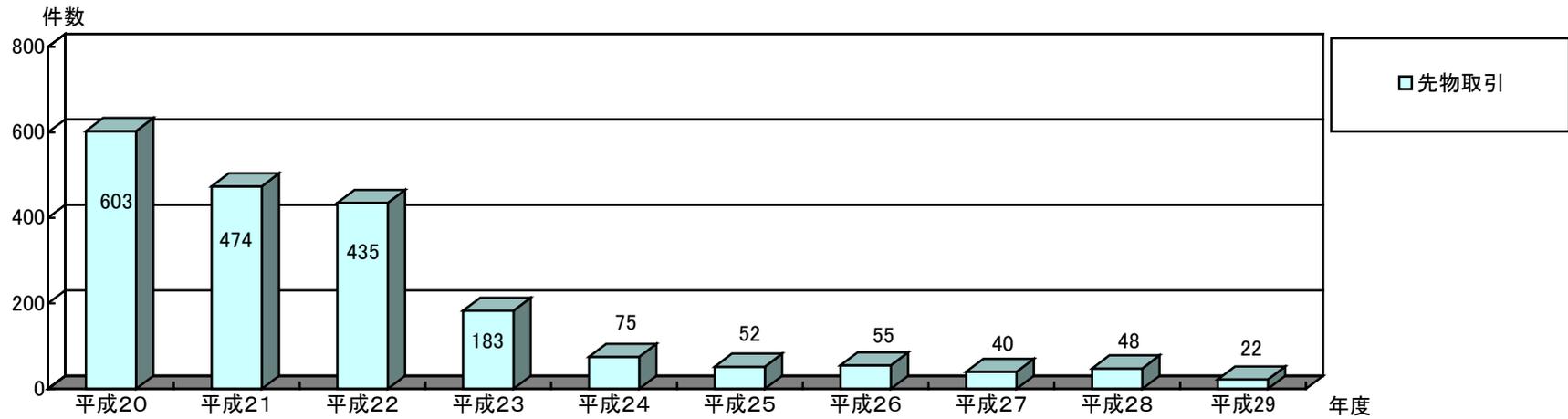


⑦ 「訪問購入」の相談件数の推移

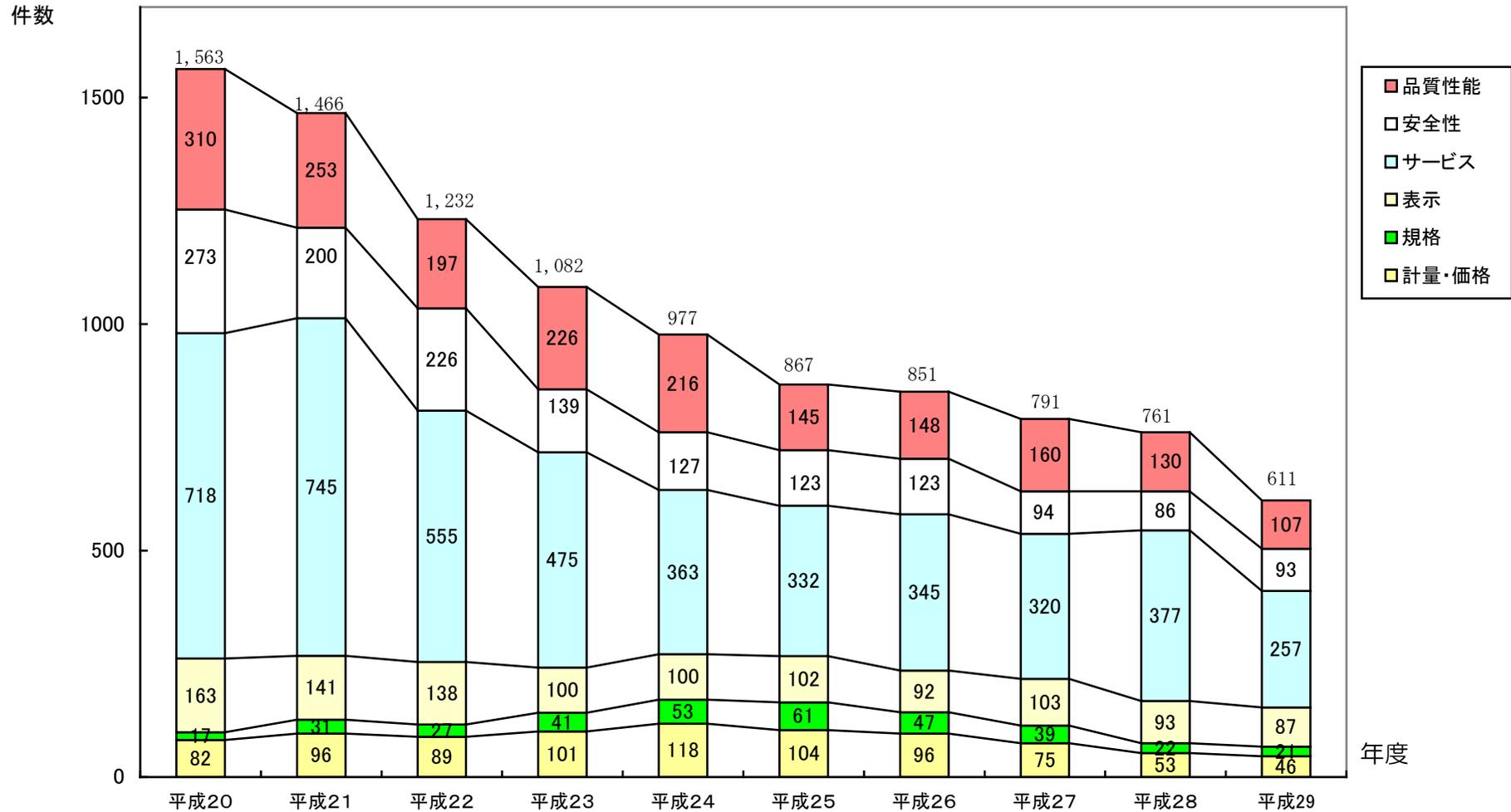


(注) 訪問購入は、平成 25 年 2 月 21 日付け改正特定商取引法施行により規制対象となったもので、平成 24 年度の相談件数は概ね 1 ヶ月分の受付件数。

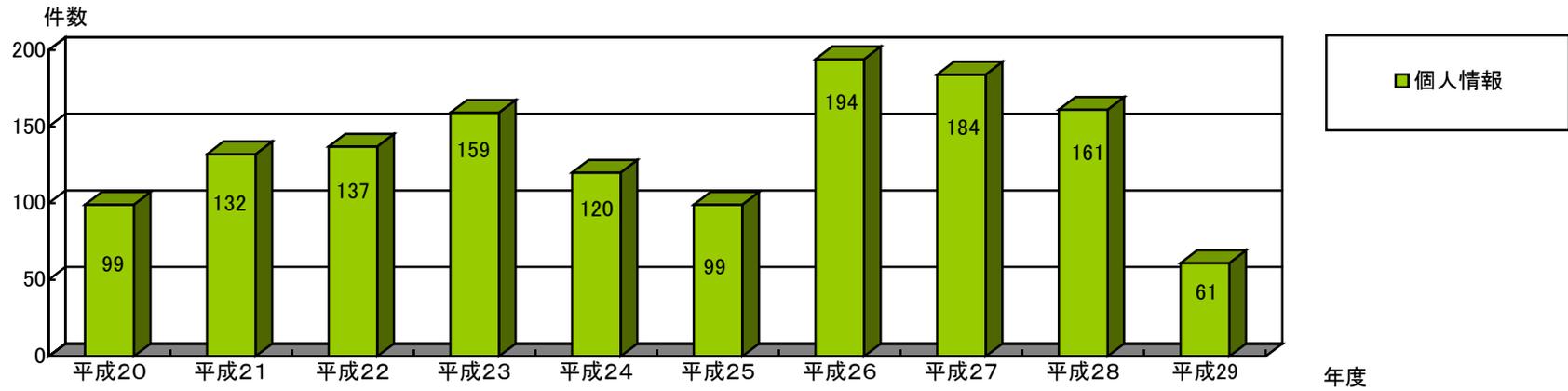
(3) 「先物取引関係」の相談件数の推移



(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

