

令和7年度「事業者向けコンプライアンス講習会」（集中配信型）

【Aコース】

特定商取引法（訪問販売・電話勧誘  
販売・特定継続的役務提供編）

弁護士 齊藤圭太

## 【本日のテーマ】

1. はじめに
2. 訪問販売について
3. 電話勧誘販売について
4. 特定継続的役務提供について
5. さいごに

# 【本日のテーマ】

1. はじめに
2. 訪問販売について
3. 電話勧誘販売について
4. 特定継続的役務提供について
5. さいごに

## 1. はじめに

- 正式名称
  - ・ 特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 57 号）
- 目的（第 1 条）
  - ・ 特定商取引を公正なものとする
  - ・ 購入者等が不当な損害を受けることのないよう必要な措置を講じる

これにより…

購入者等の利益を保護

適正かつ円滑な商品等の流通及び役務の提供を実現

# 1. はじめに

## ➤ 基本理念

消費者と事業者との間の情報の格差及び交渉力の格差に鑑み、消費者の利益の保護及び増進を図る

**違法・悪質な勧誘行為等を防止して取引の公正を図り、消費者の利益を保護するために、事業者が商品等を販売する際の義務等を定める**

## ➤ 消費者トラブルが生じやすい取引を「類型化」

(参考) 民法、消費者契約法

## ➤ 近年では、令和3年、令和2年、平成28年等に改正

# 1. はじめに

【特定商取引法の対象となる取引の類型】

- ①訪問販売、②通信販売、③電話勧誘販売、
- ④連鎖販売取引、⑤特定継続的役務提供、
- ⑥業務提供誘引販売取引、⑦訪問購入

消費者保護の観点から...

- 行政規制（書面交付等）
- 民事のルール（クーリング・オフ制度等）
- 行政処分、刑事罰

を定める

# 1. はじめに

【除外事由（第26条、第50条）（例示）】

➤ 営業のため・営業として締結するもの

⇒ 特定商取引法が一般消費者を保護するための法律であるので、契約の申込みをした者又は購入者等が営業のために又は営業として締結する契約に係るものには適用しない

➤ 国や地方公共団体が行う場合

⇒ 国や地方公共団体が行う場合は特定商取引法の趣旨である消費者保護に欠けることはない

➤ 事業者がその従業員に対して行う販売又は役務の提供の場合

⇒ 会社内部の問題として解決されるべき

# 1. はじめに

【各類型の規制の概要】

訪問販売	電話勧誘販売	特定継続的役務提供
氏名等の明示	氏名等の明示	氏名等の明示
契約を締結しない旨の意思を表示した者に対する勧誘の禁止等	契約を締結しない旨の意思を表示した者に対する勧誘の禁止等	誇大広告等の禁止
書面の交付	書面の交付 承諾等の通知	書面の交付 書類の備付け及び閲覧等
不当行為の禁止	不当行為の禁止	不当行為の禁止
クーリング・オフ	クーリング・オフ	クーリング・オフ 中途解約
過量販売契約等の申込みの撤回等	過量販売契約の申込みの撤回等	
意思表示の取消し	意思表示の取消し	意思表示の取消し
損害賠償等の額の制限	損害賠償等の額の制限	中途解約における損害賠償等の制限

# 1. はじめに

表-17 販売購入形態別相談件数の推移

単位：件

販売購入形態	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
全相談件数	136,635 (100.0%)	124,095 (100.0%)	130,088 (100.0%)	129,681 (100.0%)	132,542 (100.0%)
店舗購入	30,422 (22.3%)	27,388 (22.1%)	29,903 (23.0%)	28,501 (22.0%)	29,186 (22.0%)
特殊販売（店舗外販売）	71,195 (52.1%)	64,798 (52.2%)	67,186 (51.6%)	66,608 (51.4%)	64,998 (49.0%)
訪問販売	10,509 (7.7%)	11,671 (9.4%)	10,138 (7.8%)	11,069 (8.5%)	12,271 (9.3%)
通信販売	53,470 (39.1%)	46,337 (37.3%)	50,639 (38.9%)	48,682 (37.5%)	44,596 (33.6%)
マルチ（まがい）商法	1,338 (1.0%)	1,172 (0.9%)	873 (0.7%)	632 (0.5%)	549 (0.4%)
電話勧誘販売	3,673 (2.7%)	3,803 (3.1%)	3,885 (3.0%)	4,430 (3.4%)	5,683 (4.3%)
ネガティブオプション	821 (0.6%)	318 (0.3%)	255 (0.2%)	309 (0.2%)	285 (0.2%)
訪問購入	721 (0.5%)	835 (0.7%)	772 (0.6%)	859 (0.7%)	870 (0.7%)
他の無店舗販売	66 (0.5%)	602 (0.5%)	624 (0.5%)	627 (0.5%)	744 (0.5%)
不明・無関係	35,018 (25.6%)	31,909 (25.7%)	32,999 (25.4%)	34,572 (26.6%)	38,358 (29.0%)

東京都「令和6年度 消費生活相談年報」

# 1. はじめに

---

表－18 特殊販売の形態別契約当事者年代別相談件数(令和6年度)

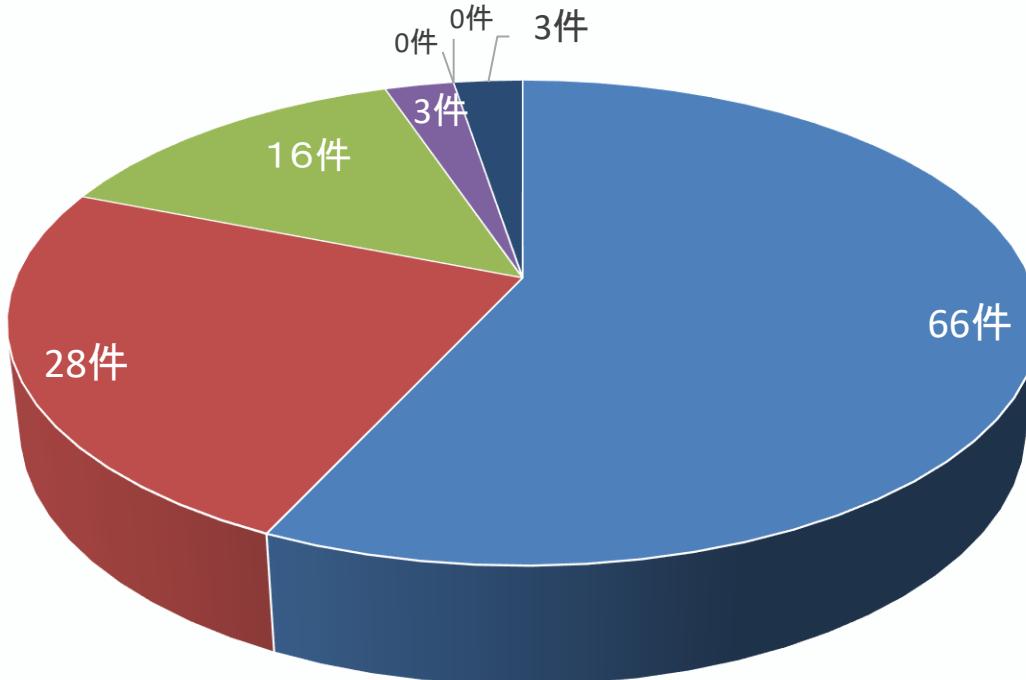
単位：件

販売購入形態	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	その他不明	6年度 計
訪問販売	196 (1.6%)	1,845 (15.0%)	913 (7.4%)	828 (6.7%)	1,075 (8.8%)	1,167 (9.5%)	4,903 (40.0%)	1,344 (11.0%)	12,271 (100.0%)
通信販売	1,216 (2.7%)	4,013 (9.0%)	4,747 (10.6%)	6,140 (13.8%)	8,229 (18.5%)	7,135 (16.0%)	8,819 (19.8%)	4,297 (9.6%)	44,596 (100.0%)
マルチ(まがい)商法	4 (0.7%)	242 (44.1%)	55 (10.0%)	39 (7.1%)	56 (10.2%)	42 (7.7%)	56 (10.2%)	55 (10.0%)	549 (100.0%)
電話勧誘販売	46 (0.8%)	802 (14.1%)	532 (9.4%)	488 (8.6%)	744 (13.1%)	673 (11.8%)	1,619 (28.5%)	779 (13.7%)	5,683 (100.0%)
ネガティブオプション	1 (0.4%)	19 (6.7%)	22 (7.7%)	28 (9.8%)	50 (17.5%)	46 (16.1%)	65 (22.8%)	54 (19.0%)	285 (100.0%)
訪問購入	0 (0.0%)	26 (3.0%)	31 (3.6%)	51 (5.9%)	100 (11.5%)	110 (12.6%)	458 (52.6%)	94 (10.8%)	870 (100.0%)
他の無店舗販売	10 (1.3%)	89 (12.0%)	92 (12.4%)	93 (12.5%)	102 (13.7%)	89 (12.0%)	177 (23.8%)	92 (12.3%)	744 (100.0%)
特殊販売 計	1,473 (2.3%)	7,036 (10.8%)	6,392 (9.8%)	7,667 (11.8%)	10,356 (15.9%)	9,262 (14.2%)	16,097 (24.8%)	6,715 (10.4%)	64,998 (100.0%)

東京都「令和6年度 消費生活相談年報」

# 1. はじめに

2024年度の法執行状況(全国116件)

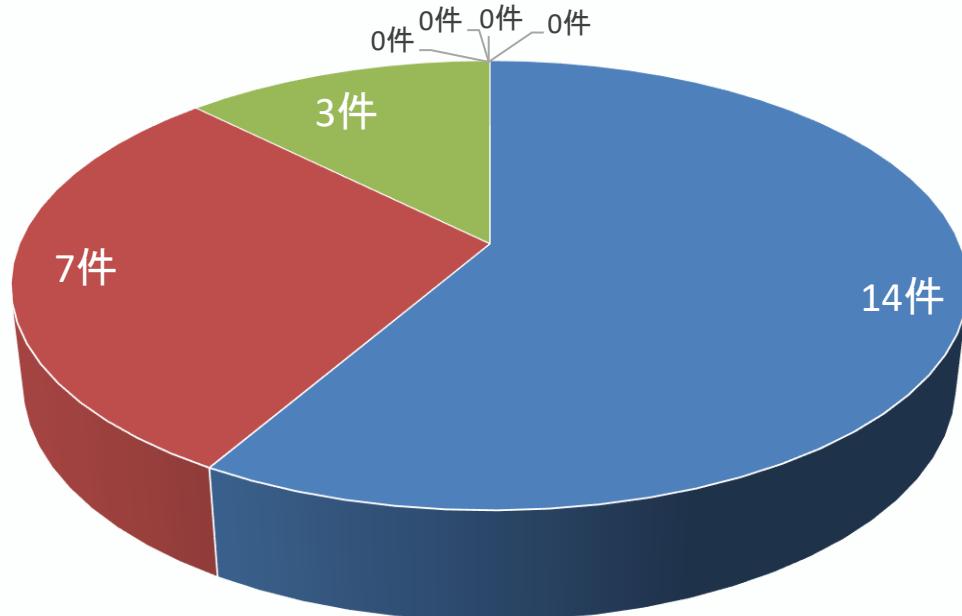


- 訪問販売
- 通信販売
- 電話勧誘販売
- 連鎖販売取引
- 特定継続的役務提供
- 業務提供誘引販売取引
- 訪問購入

特定商取引法ガイド「2024年度の執行状況」

# 1. はじめに

2024年度の法執行状況 (東京都24件)



■ 訪問販売

■ 連鎖販売取引

■ 訪問購入

■ 通信販売

■ 特定継続的役務提供

■ 電話勧誘販売

■ 業務提供誘引販売取引

特定商取引法ガイド「2024年度の執行状況」

## 1. はじめに

### 訪問販売でトラブルが多い原因

- 「不意打ち」
- 「強引な勧誘」
- 「情報不足」
- 「弱者を狙いやすい」
- 「制度の理解不足」

が考えられる

# 1. はじめに

---

具体的には…

1. アポイントなく不意打ちで対応を迫られるため、心の準備ができない。 「断りづらい」、「早く帰ってほしい」という心理から、冷静な判断がしにくい。
2. 長時間居座ったり、言葉巧みに勧誘したりすることで、消費者の判断力を迷わす。「今だけ」、「特別価格」、「すぐに修理が必要」等と言って消費者をあおる。
3. 口頭での説明と契約書の内容が異なるケースもあり、後から「聞いていた話と違う」というトラブルも起こる。
4. 高齢者や一人暮らしが狙われやすい。
5. クーリング・オフ制度を知らない又は正確に理解していない消費者も多い。事業者が「クーリング・オフはできない」と虚偽を言うケースもある。

## 【本日のテーマ】

1. はじめに
2. 訪問販売について
3. 電話勧誘販売について
4. 特定継続的役務提供について
5. さいごに

## 2. 訪問販売について

- 訪問販売の類型（第2条第1項）

・・・大きく分けて2つの類型がある

① **営業所等（※）以外の場所**で契約の申込みを受け又は契約を締結する場合

➢ 典型例は、事業者の担当者が、消費者の住居を訪問して契約する販売方法

※（i）営業所、（ii）代理店、（iii）露店・屋台・これらに類する店、（iv）一定の期間にわたり、商品を陳列し、当該商品を販売する場所であつて、店舗に類するもの、（v）自動販売機等

## 2. 訪問販売について

②

営業所等以外の場所で呼び止めて営業所等に同行させた者や電話、郵便、ファクシミリ、電磁的方法、ビラ・パンフレットを配布する等して販売目的を告げず又は他より著しく有利な条件を告げて営業所等に呼び出した者から契約の申込みを受け又は契約を締結する場合

- キヤッチセールス
- アポイントメントセールス
- S F商法（会場に集めて行う販売）

## 2. 訪問販売について

### 【行政規制】

#### 1. 事業者の氏名等の明示（第3条）

事業者は、訪問販売をしようとするときは、勧誘に先立って、相手方に対して、①事業者の氏名等、②契約の締結について勧誘する目的であること、③販売しようとする商品若しくは権利又は役務の種類を明らかにしなければならない。

- 住居訪問販売や路上におけるキャッチセールス等は、通常の店舗販売等とは異なり、消費者が望んでいなくとも勧誘を受けることもあり、勧誘を受けるか否かを消費者が判断するために必要となる事項を明示させる。

## 2. 訪問販売について

### 2. 再勧誘の禁止等（第3条の2）

- 訪問販売をしようとするときは、**勧誘に先立って**消費者に勧誘を受ける意思があることを確認するように**努めなければならない。**
- 消費者が**契約を締結しない旨の意思**を表示したときは、**勧誘を継続すること、その後改めて勧誘することは禁止**される。
- 事業者の勧誘が始まった後、明確に断ることが困難である場合が多く、言葉巧みな話術に乗せられたり、数時間にわたり粘られたりした結果、最終的に契約締結に至るケースもあるため、**消費者の保護が必要**

## 2. 訪問販売について

### 3. 書面の交付（第4条、第5条）

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

- ①商品等の種類、②販売価格等、③代金等の支払時期、方法
- ④商品等の引渡時期、⑤契約の申込みの撤回（解除）に関する事項
- ⑥事業者の氏名等、住所、電話番号、法人にあっては代表者の氏名
- ⑦契約の申込み又は締結を担当した者の氏名
- ⑧契約の申込み又は締結の年月日
- ⑨商品名及び商品の商標又は製造業者名
- ⑩商品の型式、⑪商品の数量
- ⑫引き渡された商品が種類又は品質に関して契約の内容に適合しない場合の販売業者の責任についての定めがあるときは、その内容
- ⑬契約の解除に関する定めがあるときには、その内容
- ⑭そのほか特約があるときには、その内容

## 2. 訪問販売について

- 消費者の**承諾**を得て、**電磁的方法**により提供することができる

- ① 電子メール等によって書面に記載すべき事項を送信する方法
- ② ダウンロードによる方法
- ③ 電磁的記録媒体に書面に記載すべき事項を記録して、当該記録媒体を交付する方法

- 電磁的方法により書面に記載すべき事項を提供する場合、申込みをした者の使用に係る電子計算機に備えられた**ファイルへの記録がされた時に当該申込みをした者に到達したものとみなされる。**

## 2. 訪問販売について

参考：消費者庁「契約書面等に記載すべき事項の電磁的方法による提供に係るガイドライン」

### 契約書面等に記載すべき事項を電磁的方法により提供する際の流れ



## 2. 訪問販売について

---

### 4. 禁止行為（第6条）

訪問販売において以下のような行為を禁止している

- 契約の締結について勧誘を行う際又は契約の申込みの撤回や契約の解除を妨げるために、**事実（※）と違うことを告げること**  
※商品の種類や性能、品質、販売価格、クーリング・オフに関する事項等
- 契約の締結について勧誘を行う際、**故意に事実を告げないこと**
- 契約を締結させ又は契約の申込みの撤回（契約の解除）を妨げるために、**相手を威迫して困惑させること**
- 勧誘目的を告げない誘引方法により誘引した消費者に対して、**公衆の出入りする場所以外の場所で、契約の締結について勧誘を行うこと**

## 2. 訪問販売について

### 【民事上のルール】

#### 5. 契約の申込みの撤回又は契約の解除（クーリング・オフ制度） (第9条)

- 訪問販売においては、契約締結の意思が不安定なまま契約の申込みや締結に至り、後日、履行や解約をめぐって紛争が生じることが少なくない。
- **法定書面を受け取った日から数えて8日以内**であれば、消費者は事業者に対して、書面又は電磁的記録により申込みの撤回や契約の解除（クーリング・オフ）ができる。
- 事業者が、クーリング・オフに関する事項につき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、8日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る。**

## 2. 訪問販売について

- 申込みの撤回等は、「書面又は電磁的記録」によって行う必要がある

「口頭」ではなく、「書面又は電磁的記録」によってその意思を表示することにより、当事者間の権利関係を明確にするとともに、後日紛争が生ずることのないようにする趣旨である

例：内容証明郵便、電子メール、販売業者等が自社のウェブサイトに設けるクーリング・オフ専用フォーム等により通知を行う場合

- 当該申込みの撤回等に係る書面又は電磁的記録による通知を発した時にその効力を生ずる。

## 2. 訪問販売について

---

【クーリング・オフが行われた場合】

- 事業者は、その申込みの撤回等に伴う**損害賠償又は違約金の支払を請求することができない。**
- クーリング・オフを行使した場合には商品等の**返還の費用は事業者の負担する。**
- 既に当該売買契約に基づき引き渡された商品が使用され又は当該役務提供契約に基づき役務が提供等されたときにおいても、事業者は、申込者等に対し、**当該商品の使用により得られた利益又は当該役務提供契約に係る役務等の対価その他の金銭の支払を請求することができない。**
- 事業者が金銭を受領しているときは、申込者等に対し、速やかに、**返還しなければならない。**

## 2. 訪問販売について

<裁判例 京都地裁平成28年10月11日判決（訪問販売）>

### ➤ 事案の概要

事業者（Y社）が、購入者に対して、売買代金41万2100円の支払を求めたところ、購入者が、法定書面（第5条書面）が交付されていないため、クーリング・オフ期間が経過していないことを理由として、クーリング・オフによる代金の不払を主張した事案

## 2. 訪問販売について

### ▶ 事案の内容

Y社と購入者は、平成24年9月、家庭教師派遣契約を締結するとともに教材に関する売買契約を締結し売買契約書を交わした。

売買契約書には以下の記載があり、また、「購入商品の構成は別紙概要書面裏面を参照」との記載がされていた。

売買契約書	概要書面の裏面
商品名、品目として、「高校受験対策 中一～中三国・英・数」、「パーフェクト・ポイント中一～中三 英・数・国・社」、「カリキュラム 通年」	商品名は「高校受験対策」とされ、その内容として、「授業対策シート※ 英・数のみ・教科書対照表・解説シート／バインダー一冊に一科目毎綴じ込み」「問題シート・発展問題・チェックテスト／バインダー一冊に一科目毎綴じ込み」「ポイントチェック／一科目毎に一冊」「解説マニュアル／一科目毎に一冊」

## 2. 訪問販売について

---

### ▶ 判決

- ・法が法定書面に商品名等を記載することを要求したのは、訪問販売において、購入者等が契約内容を十分に吟味しないままに契約を締結して後日のトラブルが生じることを防止するとともに、クーリングオフの行使の機会を確保させるために、契約の目的である商品と実際の商品とが一致するかを客観的に確認できるようにすることにあると解される
- ・法定書面に該当する書面に記載すべき商品名については、実際の商品と客観的に一致しているかどうかの判断を可能とする程度の記載がされる必要があるというべきである。
- ・本件の記載は、それぞれには似て非なるものが記載されているといわざるを得ず、売買契約書と概要書面を合わせ読んだとしても、一義的に解することが困難なものであり、各教材と客観的に一致しているかどうかの判断を可能とする程度に具体的な記載はされていなかつたものといわざるを得ない。

## 2. 訪問販売について

---

- ・ 売買契約書ないし概要書面は、特商法5条所定の法定書面とはいえず、Y社は購入者に法定書面を交付していないから、クーリングオフ期間は開始していない。

クーリングオフ通知に関し、特商法5条所定の法定書面を受領した日から起算して8日を経過したとはいえないときに当たらず、購入者がしたクーリングオフ通知による本件売買契約の申込みを撤回する旨の意思表示は有効である。

➤ 結論

事業者の請求を棄却

## 2. 訪問販売について

### 6. 過量販売契約の申込みの撤回又は契約の解除（第9条の2）

- 消費者が**通常必要とされる量を著しく超える商品等を購入する契約を結んだ場合、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る（消費者にその契約を結ぶ特別の事情があったときを除く。）。

例：一人暮らしの高齢者が布団10枚以上を購入した場合

- この際の清算は、**クリーリング・オフと原則同様の清算ルール**が適用

## 2. 訪問販売について

### 7. 契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し（第9条の3）

- 事業者が不実告知や事実不告知といった特定商取引法上の禁止行為を行った結果として**消費者が誤認**し、そのために契約の申込みあるいはその承諾の意思表示をしたときは、**民法や消費者契約法では取り消せない場合であっても当該意思表示を取り消せるものとして、被害を受けた消費者の救済を図ることとした。**

## 2. 訪問販売について

- 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

消費者に対して「この家はシロアリに侵されており、このままでは倒れてしまう。」と告げ、その消費者が「自分の家がシロアリに侵されている」という認識を抱いた場合

- 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

現在他社と契約している役務提供に係るプランを自社プランへ切り替えることについて勧誘をするに際し、実際には一定の場合に現在契約中のプランよりも高くなる可能性があるにもかかわらず、事業者がその旨を告げなかつた結果、消費者が現在契約中のプランよりも高くなることはないと認識した場合

## 2. 訪問販売について

- 取消権は、**追認**をすることができる時から**1年間**行わないときは、時効によつて消滅する。当該売買契約又は当該役務提供契約の締結の時から**5年**を経過したときも、同様とする。
- 本来、契約が取り消された場合、遡って無効となるため、**事業者は代金の返還義務を負い、消費者は受領した商品や権利の返還義務を負う。**  
ただし、消費者が当該契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消した場合において、給付を受けた当時その意思表示が取り消すことができるものであることを知らなかつたときは、**当該契約によつて現に利益を受けている限度において、返還の義務を負う。**

## 2. 訪問販売について

### 8. 契約を解除した場合の損害賠償等の額の制限（第10条）

- ▶ 事業者が、消費者の債務不履行（例えば代金の支払遅延等）を理由として、契約を解除した場合に、**消費者が事業者から法外な損害賠償を請求されることがないように上限を定めた。**
  - ・商品等が返還された場合 通常の使用料の額
  - ・商品等が返還されない場合 販売価格に相当する額
  - ・役務を提供した後である場合、提供した役務の対価に相当する額
  - ・商品をまだ渡していない場合等 契約の締結や履行に通常要する費用の額
- ▶ 消費者の債務不履行を理由として契約が解除されていない場合、残代金を損害賠償の額の上限とする。
- ▶ 法定利率（年3%）による遅延損害金の額が加算される。

## 2. 訪問販売について

### 【2025年8月 業務停止命令（6か月）の事案①】

事業内容：ガス給湯器交換工事等の役務提供

概要：ガス器具の点検の約束を取り付けて消費者宅を訪問し、「不完全燃焼して危ない」などと告げて交換工事の勧誘を行った。

法令違反：勧誘目的等不明示、不実告知

#### 都内の相談の概要(令和7年7月22日時点)

平均年齢	平均契約額	相談件数			
		令和5年度	令和6年度	令和7年度	合計
65.9歳 (30~90歳代)	349,396円 (最高185万円)	159件	114件	2件	275件

東京都生活文化局

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/torihiki/shobun/shobun250808.html>

## 2. 訪問販売について

### ➤ 第3条 【勧誘目的不明示】

株式会社〇は、消費者宅に架電し、「風呂のガス器具が10年の法定点検を過ぎているので、至急点検の必要がある。」、「ガス給湯器等の点検を行います。」等と告げて訪問の約束を取り付けていた。

また、消費者宅を訪問した際にも、「ガス給湯器の点検にきました。」、「まず、屋外にある給湯器から見ましょう。」等と告げており、勧誘に先立って、ガス給湯器交換工事等の役務提供契約の締結を勧誘する目的である旨を告げていなかつた。

## 2. 訪問販売について

### ➤ 第6条第1項第6号【不実告知（顧客が契約締結を必要とする事情）】

株式会社〇は、消費者宅の屋外に設置されたガス給湯器に関して、契約の締結を勧誘するに際し、法令上の根拠が無いにもかかわらず、一酸化炭素濃度50ppmという数字を交換すべき基準値として伝えるとともに、消費者宅のガス給湯器に交換を必要とするような不具合がないにもかかわらず、「一酸化炭素が通常は50ppm以下であるところ、2××ppmも出ている。」、「不完全燃焼して危ないですよ。」、「直ぐにも取替えないと危険です。」等と消費者が契約の締結を必要とする事情に関する事項について、事実と異なることを告げていた。

## 2. 訪問販売について

- 第6条第1項第7号【不実告知（顧客の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものの）】

株式会社〇は、契約の締結を勧誘するに際し、当該勧誘に先立つ給湯器等の点検について、消費者が使用するガス給湯器のメーカーや契約するガス小売事業者から委託を受けていないにもかかわらず、消費者に対し「X社（ガス給湯器メーカー）と提携しています。」、「当社はY社（ガス小売事業者）の提携会社です。委託されています。」等と消費者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものについて、不実のことと告げていた。

## 2. 訪問販売について

---

### ➤ 業務停止命令の内容

令和7年8月9日(命令の日の翌日)から令和8年2月8日までの間(6か月間)、訪問販売に関する業務のうち、次の業務を停止すること。

- (1)役務提供契約の締結について勧誘すること。
- (2)役務提供契約の申込みを受けること。
- (3)役務提供契約を締結すること。

### ➤ 指示の内容

株式会社〇は、違反行為の発生原因について、調査分析の上検証し、再発防止策を講ずるとともに、コンプライアンス体制を構築すること。その上で、業務停止命令に係る業務を再開するまでに、業務に従事する者にこれらを周知徹底すること。

## 2. 訪問販売について

### 【2025年6月 業務停止命令（12か月）の事案②】

事業内容：屋根工事等の役務提供

概要：「隣の家で工事している」、「屋根が壊れているように見えた」などと嘘を告げて屋根工事等を勧誘した

法令違反：勧誘目的等不明示、契約書面記載不備・不実告知等

都内の相談の概要（令和7年6月23日時点）

平均年齢	平均金額	相談件数
平均契約者年齢 78.5歳 (最高齢：96歳)	平均契約金額 約138万円 (最高金額：約820万円)	令和5年及び令和6年度 合計37件

東京都生活文化局

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/torihiki/shobun/shobun250626.html>

## 2. 訪問販売について

### ➤ 第3条【勧誘目的不明示】

株式会社Mは、消費者宅を「お隣の家で工事をしているので挨拶にきました」、「工事をしていたところからあなたの家の屋根が見えた。屋根の突起部分がはずれている。屋根を見てあげる」、「近くの家の屋根の工事に来ている。工事をしている家の屋根から、お宅の屋根が壊れているように見えた。無料でいいから屋根を調べてもよいか」等と告げて訪問しており、有償の屋根のエコランバー交換にかかる役務提供契約等について勧誘する目的であることを告げていなかった。また、株式会社Mは「屋根に亀裂だったので、屋根裏が水浸しになっている可能性がある。屋根裏も見たいので入ってよい。無料で見ます」等と告げており、屋根裏の点検後にさらに高額な屋根裏補強・防腐剤塗布の役務提供契約等について勧誘する旨を告げていなかつた。

## 2. 訪問販売について

### ➤ 第5条第1項【契約書面記載不備】

株式会社Mは、消費者に交付した契約書面において、役務提供の種類  
及びその対価、契約担当者氏名の記載をしてなかった。

### ➤ 第6条第1項第6号【不実告知】

株式会社Mは、役務提供契約等について勧誘するに際して、「屋根が古くなっている。腐っているところもあるようなので、防腐剤をやつた方がよい」、「屋根裏にこういう跡がある。水にぬれている」等とあたかも契約締結が必要であるかのように消費者に告げていた。しかし、消費者が後日、家屋の建設事業者に点検を頼んだり、自分で屋根裏を見たりして確認したところ、そのような事実はなかった。

## 2. 訪問販売について

### ➤ 第7条第1項第1号【債務不履行】

株式会社Mは、消費者に対して不備のある役務提供契約書面を交付したことにより契約解除期間が継続していたこと、また消費者からクーリング・オフ書面が発信されたことを承知していたにもかかわらず、支払金額の一部（現金払い分）について返金しなかった。

### ➤ 第7条第1項第5号 規則第18条第1号【迷惑解除妨害】

株式会社Mは、「たまたま近所に工事に来ていたので、車に道具や材料とかはそろっているのですぐに直せる」、「午後にやっちゃいます」等と言って、クーリング・オフ期間内に工事を完了することで、消費者に契約解除の申し出が難しいと思わせる状況にしていた。

## 【本日のテーマ】

1. はじめに
2. 訪問販売について
3. 電話勧誘販売について
4. 特定継続的役務提供について
5. さいごに

### 3. 電話勧誘販売について

- 電話勧誘販売の類型（法第2条第3項）

・・・大きく分けて2つの類型がある

① **電話をかけ、**その電話において（※）行う契約の締結についての勧誘により、その相手方から、当該契約の申込みを郵便等により受ける又は当該契約を郵便等により締結するもの

※：その電話の中で消費者からの契約の申込みを受けた場合だけでなく、電話を一旦切った後、郵便、電話等によって消費者が申込みを行った場合でも、電話勧誘によって消費者の購入意思の決定が行われた場合には、「電話勧誘販売」に該当

② 販売目的を告げず又は他より著しく有利な条件を告げて、**消費者に電話をかけさせて**勧誘し契約を締結するもの

### 3. 電話勧誘販売について

#### 【行政規制】

##### 1. 事業者の氏名等の明示（第16条）

- 事業者は、電話勧誘販売をしようとするときは、**勧誘に先立つて**、消費者に対して、①**事業者の氏名等**、②**勧誘を行う者の氏名**、③**販売しようとする商品若しくは権利又は役務の種類**、④**契約の締結について勧誘するためであることを告げなければならぬ**。

##### 2. 再勧誘の禁止（第17条）

- 電話勧誘販売に係る契約等を締結しない旨の意思を表示した者に対する勧誘の継続や再勧誘をしてはならない。

##### 3. 書面の交付（第18条、第19条）

##### 4. 禁止行為（第21条）

### 3. 電話勧誘販売について

#### 5. 前払式電話勧誘販売における承諾等の通知（法第20条）

- ▶ 消費者が商品の引渡し等を受ける前に、代金の全部又は一部を支払う「**前払式**」の場合に、事業者が代金を受け取り、その後商品の引渡しを**遅滞なく**行うことができないときには、**一定の事項を記載した書面（電磁的方法を含む。）**を遅滞なく通知しなければならない。

- ①申込みの承諾の有無
- ②事業者の氏名、住所、電話番号
- ③受領した金銭の額（それ以前にも金銭を受け取っているときには、その合計額）
- ④当該金銭を受け取った年月日
- ⑤申込みを受けた商品名とその数量
- ⑥承諾するときには、商品の引渡時期

### **3. 電話勧誘販売について**

---

#### **【民事上のルール】**

##### **6. 契約の申込みの撤回又は契約の解除（クーリング・オフ制度）（法第24条）**

##### **7. 過量販売契約の申込みの撤回又は契約の解除（法第24条の2）**

##### **8. 契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し（法第24条の3）**

- 不実のことを告げる行為
- 故意に事実を告げない行為

##### **9. 契約を解除した場合の損害賠償等の額の制限（法第25条）**

### 3. 電話勧誘販売について

【2024年11月 指示の事案】

事業内容：美容液等化粧品・育毛剤等ヘアケア用品の販売（通信販売・電話勧誘販売）

概要：通信販売・電話勧誘販売の方法で、「定期購入」により美容液・育毛剤を販売していた

法令違反：契約書面記載不備・不実告知等

東京都生活文化局

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/torihiki/shobun/shobun241101.html>

### 3. 電話勧誘販売について

#### ▶ 第19条第1項、省令第45条【書面記載不備】

T社等は、それぞれ少なくとも令和5年10月から12月21日までの間において、消費者に交付した書面には、事業者名等（法人名、代表者名）、契約担当者名、商品の数量（回数の約束のある場合の総量等）、契約の解除に関する内容等について、記載がなかった。

#### ▶ 第22条第1項第5号、省令第64条第1号【迷惑解除妨害】

T社等は、それぞれ少なくとも令和5年10月から12月21日までの間において、電話勧誘により契約を締結した消費者から、電話によりクーリング・オフの申出を受けた際にクーリング・オフの案内をしないで、商品を受け取り使用するよう勧めたり、受け取らない場合でも商品代金相当額の支払いを求める旨を申し向ける等、解除を妨げる行為をしていました。

### 3. 電話勧誘販売について

【2024年9月 業務停止命令（3か月）の事案②】

事業内容：営業活動の能力向上を目的とした商品の販売等

概要：消費者に、Web会議ツールを用いたオンラインのコンサルティングに参加するためのURLをメール等により送信して電話をかけ、当該コンサルティングにおいて、営業活動の能力向上を目的とした商品の販売を行っていた。

法令違反：契約を締結しない旨の意思を表示した者に対する勧誘、  
契約書面不交付・不実告知

消費者庁

[https://www.caa.go.jp/notice/assets/consumer\\_transaction\\_cms203\\_240905\\_01.pdf](https://www.caa.go.jp/notice/assets/consumer_transaction_cms203_240905_01.pdf)

### 3. 電話勧誘販売について

#### ▶ 第17条【契約を締結しない旨の意思を表示した者に対する勧誘】

事業者は、消費者Aに対し、「うちの教材を使って勉強すれば、できるようになりますよ」、「これは200万円くらいするんですけど」、「ぴったりな研修ですよ」等と、契約の締結について勧誘をしたところ、消費者Aが「こんな高い教材、買えないですよ」等と、当該契約を締結しない旨の意思を表示したにもかかわらず、「うちの教材は、みんな安かったって言ってますよ」等と勧誘をし、これに対して消費者Aが「こんな高い教材は買えない」と、当該契約を締結しない旨の意思を再度表示したにもかかわらず、さらに、Zは、「皆さん、10年くらいのローンを組んで、毎月3万円ぐらい、払ってますよ」、「みんな、成果が上がって、給料が増えてるんで、繰り上げ返済して、1年から2年くらいで完済しますよ」等と、当該契約の締結について勧誘をし、契約を締結した。

### 3. 電話勧誘販売について

#### ▶ 第19条【書面不交付】

事業者は、顧客と契約をスマートフォン等の情報処理の用に供する機器により締結したとき、遅滞なく、その契約の内容を明らかにする書面を交付しなかった。

#### ▶ 第21条第1項【不実の告知】

事業者は、契約の解除を妨げるため、実際には、電話勧誘販売に該当し、契約はクーリング・オフをすることができるものであるにもかかわらず、消費者に対し、「契約後のクーリング・オフできませんよ」、「クーオフや解約はできないんですよ」等と、あたかも契約はクーリング・オフをすることができないものであるかのように告げた。

## 【本日のテーマ】

1. はじめに
2. 訪問販売について
3. 電話勧誘販売について
4. 特定継続的役務提供について
5. さいごに

## 4. 特定継続的役務提供について

特定継続的役務提供とは…

知識技能の向上等の目的で、一定期間継続して役務を提供し、  
相当の対価を得る事業

特定継続的役務	期間	金額
いわゆるエステティック	1か月を超える	いずれも5万円を超えるもの
いわゆる美容医療	1か月を超える	
いわゆる語学教室	2か月を超える	
いわゆる家庭教師	2か月を超える	
いわゆる学習塾	2か月を超える	
いわゆるパソコン教室	2か月を超える	
いわゆる結婚相手紹介サービス	2か月を超える	

※ 特定商取引の規制の対象となる取引を政令で定めている

## 4. 特定継続的役務提供について

### ▶ 期間について

- ・チケットや回数券等であって有効期限が示されているものは当該有効期限をもって役務の提供期間とし、有効期限の定めのないもの（無期限に有効なもの）については特段の事情のない限り常に政令で定める期間を超えるものとして扱う。
- ・一定期間は無料で役務提供する場合には、政令で定める期間を超えているか否かについては、当該無料提供の期間も含めて判断する。

### ▶ 金額について

- ・役務提供に関する対価だけではなく、入学金、入会金、施設利用料等も含めた役務の対価のほか、役務の提供に際し購入しなければならない商品がある場合には当該商品の対価も含めた額をもって政令で定める額を超えているかを判断する

例) エステティックサロンの関連商品 健康食品

学習塾の関連商品 書籍

パソコン教室の関連商品 電子計算機及びこれらの部品及び付属品

## 4. 特定継続的役務提供について

【行政規制】

### 1. 書面の交付（第42条）

A. 契約の締結前には、**当該契約の概要を記載した書面（概要書面）** を渡さなくてはならない（役務提供）

- ①事業者の氏名、住所、電話番号、法人にあっては代表者の氏名
- ②提供される役務の内容
- ③購入が必要な商品がある場合にはその商品名、種類、数量
- ④役務の対価その他の支払わなければならない金銭の概算額
- ⑤上記の金銭の支払時期、方法、⑥役務の提供期間
- ⑦クーリング・オフに関する事項
- ⑧中途解約に関する事項
- ⑨割賦販売法に基づく抗弁権の接続に関する事項
- ⑩前受金の保全に関する事項
- ⑪特約があるときには、その内容

## 4. 特定継続的役務提供について

B. 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）**を渡さなければならない。

- ①役務等の内容
- ②購入が必要な商品がある場合にはその商品
- ③役務の対価等その他の支払わなければならない金銭の額
- ④上記の金銭の支払時期、方法、⑤役務の提供期間
- ⑥クーリング・オフに関する事項
- ⑦中途解約に関する事項、
- ⑧事業者の氏名、住所、電話番号、法人にあっては代表者の氏名
- ⑨契約の締結を担当した者の氏名、⑩契約の締結の年月日
- ⑪割賦販売法に基づく抗弁権の接続に関する事項
- ⑫前受金の保全措置の有無、その内容
- ⑬購入が必要な商品がある場合には、その商品を販売する業者の氏名、住所、電話番号、法人にあっては代表者の氏名
- ⑭特約があるときには、その内容

## 4. 特定継続的役務提供について

### 2. 誇大広告等の禁止（第43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、役務の内容等について、「**著しく事実に相違する表示**」や「**実際のものよりも著しく優良であり、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

### 3. 禁止行為（第44条）

### 4. 書類の閲覧等（第45条）

- 「前払取引」（役務提供に先立って5万円を超える金銭を受領する場合）、消費者が事業者の財務内容等について確認できるよう、その業務及び財産の状況を記載した書類を事務所に備え置くことや消費者の求めに応じて閲覧できるようにしておくこと等が義務付けられている。

## 4. 特定継続的役務提供について

【民事上のルール】

## 5. 契約の解除（クーリング・オフ制度）（第48条）

- 特定継続的役務提供に係る取引に不慣れな消費者が契約内容を十分理解・検討せず契約締結の意思が不安定なまま契約の締結に至り、後日トラブルを生じたり、思わぬ損失を被ったりする場合に消費者を保護する目的
- **法定書面を受領した日から8日以内**

- 政令で指定する商品（関連商品）も対象

例) エステ：化粧品、石けん（医薬品を除く。）

語学教室、家庭教師、学習塾：書籍、DVD

パソコン教室：電子計算機及びワードプロセッサー並びにこれらの部品及び  
附属品

↔ 関連商品のうちいわゆる消耗品を使用し又消費してしまった場合にはクーリング・オフはできない。

## 4. 特定継続的役務提供について

### 6. 中途解約（第49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等契約（関連商品の販売契約を含む）を中途解約することができる。
- 理由を問わない。
- 事業者が消費者に対して請求し得る損害賠償等の額の上限が定められている。

### 7. 契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し（第49条の2）

- 不実のことを告げる行為
- 故意に事実を告げない行為

## 4. 特定継続的役務提供について

### 【ケース】

4月から中学生になる息子のために家庭教師を申し込むことにした。始めに無料体験ができるということだったので申し込んだところ、講師の人柄も良く息子も気に入っており、月額1万円ということだったので卒業までの3年間、契約することにした。

契約日当日、契約内容についての説明があり、指導料が月額1万円、契約期間は3年間とそこまでは了承していたのだが、指導を受けるには3年分の教材（総額80万円）をまとめて購入しなければならないということを初めて聞かされた。高額であったがやる気になっている息子の手前、契約してしまった。

以降、順調に指導を受けていたが半年が過ぎようとした頃から講師の遅刻や無断欠席が続くようになった。対応の改善を申し出たが効果が無かったため家庭教師と未使用分の教材（2、3年生分）についてクーリング・オフ通知を出したところ、「家庭教師のクーリング・オフには応じるが、教材についてはまとめての購入なので個別のクーリング・オフには応じられない」と言われたが、納得できない。

消費者庁「特定商取引法ガイド」

<https://www.no-trouble.caa.go.jp/case/continuousservices/>

## 【本日のテーマ】

1. はじめに
2. 訪問販売について
3. 電話勧誘販売について
4. 特定継続的役務提供について
5. さいごに

## 5. さいごに

### 【実務上の留意点】

#### 1 契約締結前のチェックポイント

- 法定書面のひな型作成・点検
- 勘詭マニュアルの整備

#### 2 契約締結時のチェックポイント

- 重要事項の十分な説明
- 質問への丁寧な回答
- 書面の確実な交付

#### 3 契約締結後のチェックポイント

- クーリング・オフ等の問い合わせ対応
- 苦情処理体制の整備・丁寧な対応

## 5. さいごに

### 【基本姿勢】

- 消費者保護という法の趣旨の理解
- 法令遵守の徹底

参考 地方経済産業局の窓口

事業者の皆様からの法律解釈に関するお問合せは、地方経済産業局で承ります。  
なお、法律解釈についてのご説明のみとなり、事前の指導等や個別の事例についての判断はできませんので、予めご了承ください。

<https://www.no-trouble.caa.go.jp/consultation/>

- 従業員教育の継続
- 法改正への対応

## 5. さいごに

特定商取引法は、違法・悪質な勧誘行為等を防止して取引の公正を図り、**消費者の利益を保護**することを目的としている

- 行政処分が出されるような悪質なケースは当然許されない
- **書面の交付義務の失念や書面の記載事項の漏れ等、意図せず特定商取引法に違反してしまうケースを防止**

法令遵守・コンプライアンス重視

- 社会的信用を得る
- 社内の倫理意識を高める

事業者自らを守るだけではなく、消費者からの信頼につながる

ご清聴ありがとうございました。