

『これだけは守りたい
販売事業者のルール』

特定商取引法の 正しい知識

訪問販売

電話勧誘販売

特定継続的役務提供

通信販売

編

特定商取引に関する法律（特定商取引法）

特定商取引法は、事業者による違法・悪質な勧誘行為等を防止し、消費者の利益を守ることを目的とする法律です。具体的には、「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」「訪問購入」の消費者トラブルを生じやすい取引類型を対象に、事業者が守るべきルールと、クーリング・オフ等の消費者を守るルール等を定めています。

このパンフレットでは、この中から「訪問販売」「通信販売」「電話勧誘販売」「特定継続的役務提供」の4類型を中心に解説します。

指導事例付き
事業者向け
ガイドブック



東京都

訪問販売

STEP 1

お宅を訪問するときや営業所以外の場所で声をかけるときなどは、**事業者の氏名**（会社の名称等）、**販売目的**、**販売する商品や役務の内容を明らかに**しましょう。



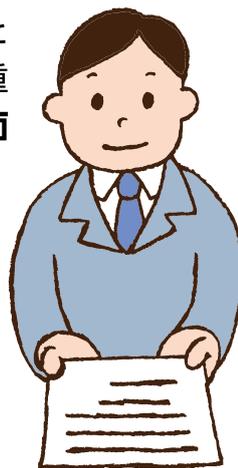
STEP 2

勧誘するときや解約の申し出があったときに、消費者を脅したり、迷惑を覚えさせたりする行為をしてはいけません。もちろん、説明に嘘や誇張、事実を隠すこともしてはいけません。



STEP 3

契約の申込みを受けたときは契約内容や条件など重要事項を記載した**法定書面**を**消費者に交付**しましょう。



指導事例

- (1) 「以前『仕事頑張ってください』と励まされた。」などと偽って高齢者宅を訪問し、将来の利益は不確実であるにもかかわらず、「絶対損はしないから。」などと嘘を告げて、高額な金地金を販売していた事業者に対し、業務停止命令を行いました。
(勧誘目的不明示・不実告知)
- (2) 「隣の家の屋根からお宅の屋根を見たら、瓦がずれているのが見えたので伺いました。」などと言って消費者宅を突然訪問し、不安を覚えた消費者に対して、「無料で点検しましょうか。」などと告げて屋根にのぼり、「瓦がずれていて、危険。このままだと雨漏りの可能性もある。」などと事実と異なることを告げて、屋根リフォーム工事等を勧誘していた事業者に対し、業務停止命令を行いました。
(勧誘目的不明示・不実告知)
- (3) オーディションをうたって募集した消費者に、オーディション後、「演技等のレッスンを受けることを条件に合格にする」などと言って、高額なレッスン受講契約を長時間にわたり勧誘していた事業者に対し、業務停止命令を行いました。
また、事業者の従業員に対し、当該停止を命じた範囲の業務を新たに開始することの禁止を命じました。
(勧誘目的不明示・迷惑勧誘)

STEP
4

契約を締結するときには、
必ず**クーリング・オフ**制度を
説明しましょう。



STEP
5

契約を断った人への**再勧誘は禁止**
です。



STEP
6

通常必要とされる分量を超える商
品やサービスを勧めてはいけません。



Q
&
A

●どんな販売方法が「訪問販売」になるの？

消費者の自宅等を訪問し、商品等の販売を行う行為のほかにも、

- ・販売の目的を告げずに呼び出し、商品等の販売を行う行為
- ・無料で商品を差し上げますなどと告げて販売会場に誘い出し商品等の販売を行う行為
- ・路上などで呼び止めて営業所等に連れて行き商品等の販売を行う行為

など、一般的にアポイントメントセールス、キャッチセールスと呼ばれるものも訪問販売に含まれます。

最近多くなっている、SNSなどのコミュニティサイトで友達になり呼び出すなどの行為も訪問販売に含まれます。

●消費者本人から呼び出されて
その自宅で契約した場合も対象になるの？

消費者が契約することを目的に来訪を望んだ場合は、法令の対象になりません。しかし、見積りや説明のみを希望した場合や、事業者から訪問を打診したことを承諾した場合に行った契約は、法令の対象となります。

電話勧誘販売

STEP 1

電話により商品や役務の勧誘を行うときには、**事業者の氏名**（会社の名称等）、**販売目的**、**販売する商品や役務の内容を明らかに**しましょう。



STEP 2

勧誘するときや解約の申し出があったときに、消費者に対して脅したり、迷惑を覚えさせたりする行為をしてはいけません。もちろん、説明に嘘や誇張、事実を隠すこともしてはいけません。



STEP 3

勧誘した消費者から契約の申込みを受けたときは、速やかに重要事項を記載した**法定書面**を消費者に交付しましょう。



STEP 4

契約を締結するときには、必ず**クーリング・オフ制度**を説明しましょう。



指導事例

(1) 消費者宅に電話をかけて、ガスの契約先変更の勧誘である旨を明確に告げずに勧誘を始め、ガス自由化に関する知識や経験の不足している高齢者等に対し、ガス小売事業者から委託を受けてガスの契約先の変更を勧誘していた電話勧誘販売事業者に対して、業務改善指示を行いました。

(勧誘目的不明示、適合性原則違反)

(2) 消費者宅に電話をかけ、あたかも福祉関係団体であるかのように告げて書籍購入の勧誘を行い、消費者が書籍購入や送付について承諾していないにもかかわらず、後日書籍及びあたかも消費者が書籍の購入について承諾したかのような内容の請求書、さらには督促状を送付し、消費者に誤認させたまま、代金の払込みをさせる等により売買契約を締結していた事業者に対して、業務停止命令を行いました。

(名称・勧誘目的不明示、契約書面不交付、不実告知)

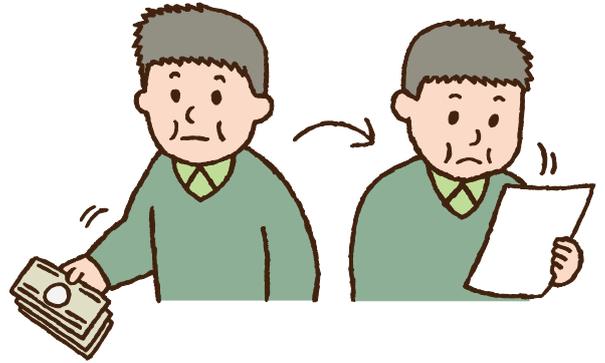
STEP
5

契約を断った人への**再勧誘は禁止**です。



STEP
6

代金前払式電話勧誘販売の場合は、取引の承諾及び引渡し時期などを記載した書面を速やかに通知することが義務付けられています。



STEP
7

通常必要とされる分量を超える商品やサービスを勧めてはいけません。



Q
&
A

●電話で訪問することを約束し、訪問した場合も電話勧誘販売になるの？

電話はあくまで訪問のきっかけ作りであり、商品や役務の勧誘及び説明については訪問時に行うため、電話勧誘販売ではなく訪問販売になります。なお、電話で訪問の約束をする場合には、販売目的などをきちんと告げることが必要です。

●どんな販売方法が「電話勧誘販売」になるの？

消費者に電話をかけ、商品等の勧誘・販売を行う行為のことです。サンプルや資料を申し込んできた人などに対して、電話でその商品の購入を勧める行為も電話勧誘になります。

アンケート調査を目的に消費者に電話をかけ、その際に商品や役務を紹介し、その契約を勧めることも電話勧誘販売になります。商品等の販売の話始める前に、必ず『何を販売することが目的であるか』を告げなくてはなりません。

特定継続的役務提供

STEP 1

消費者と契約を締結しようとするときは、提供期間やサービス内容など提供する役務の概要について記載した書面（**概要書面**）を交付しなければなりません。契約を締結したときは、契約内容を記載した**法定書面**を交付しなければなりません。



STEP 2

勧誘するときや解約の申し出があったときに、消費者の判断に影響を及ぼす重要な説明に嘘や誇張、事実を隠すことや、脅したり迷惑を覚えさせたりする行為などはしてはいけません。



STEP 3

広告するときは、そのサービスが事実と反して著しく優良であったり、消費者にとって著しく有利であると誤認させるような**誇大広告等**をしてはいけません。



STEP 4

契約を締結するときには、必ず**クーリング・オフ制度**を説明しましょう。また、クーリング・オフ期間以降に解約の申し出があった場合は、決められた条件のとおり解約に応じましょう。

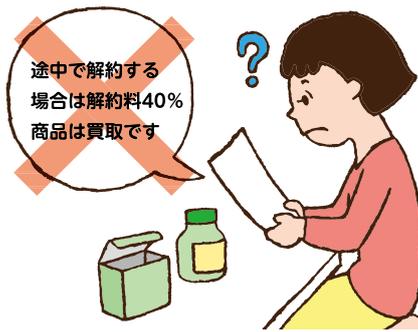


指導事例

- (1) 街頭で消費者に「無料体験をしませんか。」などと声をかけ店舗に連れて行き、実際は特別料金ではないにもかかわらず、「あなたご紹介割引だから50%オフ。」などと、あたかも特別料金で契約できるかのように不実を告げて勧誘し、さらに学生でお金がないので支払えないとの申し立てに対し、「ローンを組めば月々1万円です。」などと要望していないローン契約等を勧めるなど、財産の状況に照らして不相応な契約の勧誘を行っていたエステ事業者に対し業務停止命令を行いました。（不実告知、適合性原則違反）
- (2) 契約を断っているにもかかわらず、繰り返し勧誘を行い、2時間以上にわたって迷惑を覚えさせるような仕方執拗に勧誘を行い、さらに、「1回施術をやりましたよね。だから、クーリング・オフはできません。」などと、あたかもクーリング・オフができないかのように不実を告げていたエステ事業者に対し業務停止命令を行いました。また、未成年者を含む学生等に対し、財産の状況に照らして不相当と認められる勧誘を行っていました。（不実告知、迷惑勧誘、適合性原則違反）

STEP
5

中途解約の場合に、**上限を超える解約料を請求してはいけません**。また、役務に関連する商品の販売を行っている場合、使用により価格が著しく減少するものとして指定されているものを除き、役務の解約に合わせて中途解約を認めなければいけません。



なにが「特定継続的役務提供」にあたるの？

一定期間を超えてサービスを提供し、一定の金額以上の支払いを受けるもので、以下に定められたものを「特定継続的役務提供」といいます。これらの役務は、消費者が体験してみなければ効果が判定できない性格を有しており、かつ長期の契約となっているため、クーリング・オフ期間後の消費者の中途解約権が認められています。

| 特定継続的役務 | 規制対象 | | 中途解約の損害賠償等の額の上限 | | |
|---|----------|---------------|-----------------|-------------------------------|--|
| | 役務提供期間 | 契約金額 | 役務提供開始前 | 役務提供開始後 | |
| いわゆるエステティック 人の皮膚を清潔にしもしくは美化し、体型を整え、または体重を減らすための施術を行うこと（いわゆる美容医療に該当するものを除く） | 1月を超えるもの | いずれも5万円を超えるもの | 2万円 | 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 | |
| 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、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） | | | | 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 | |
| いわゆる語学教室 語学の教授（入学試験に備えるためまた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 | | 5千円 | 1万円 | 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 |
| いわゆる家庭教師 （学校（小学校および幼稚園を除く）の入学試験に備えるためまたは学校教育（大学および幼稚園を除く）の補習のための学力の教授（いわゆる学習塾以外の場所において提供されるものに限る） | | | 2万円 | | |
| いわゆる学習塾 （入学試験に備えるためまたは学校教育の補習のための学校（大学および幼稚園を除く）の児童、生徒または学生を対象とした学力の教授（役務提供事業者の事業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） | | | 1万円 | 1千円 | 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 |
| いわゆるパソコン教室 （電子計算機またはワードプロセッサの操作に関する知識または技術の教授） | | | 5千円 | 1万円 | 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 |
| 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） | | | 3万円 | | 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 |

- * 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「受験」対策は含まれません。「学習塾」には、浪人生のみを対象とした役務（コース）は対象になりません（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）。
 - * 2 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。
 - * 3 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。
- ※「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。

通信販売

STEP 1

広告には販売する商品等の価格や事業者名と連絡先、解約に関する事項などの重要事項は必ず掲載しなければなりません。代金前払い式の通信販売においては取引の承諾及び引渡し時期などを記載した書面を発行しなければなりません。



STEP 2

広告では、事実と相違して、実際よりも著しく優良または消費者に有利であると誤認させるような虚偽や誇大な表示をしてはいけません。



STEP 3

送付すると契約の申込みとなるはがきなどの書類は、消費者がそのことを容易に認識できるようにわかりやすいものにしましょう。

アンケートや資料請求の申込みと誤解を与えるようなものは禁止です。



STEP 4



確認などのために戻れない画面も禁止

「次に」「送信」で契約成立することは禁止!

インターネット通販の場合は、そのボタンをクリックすると契約申込みになることが明確にわかるように、「注文」「購入」「申込み」等のわかりやすい言葉を使い、最後に申込み内容を消費者が確認し変更できるようにしなければなりません。

指導事例

- (1) ウェブサイトにおいて、「販売業者」欄には屋号を、「運営統括責任者」欄には実在しない人物の氏名を表示し、家庭用電気機械器具を販売していた事業者に対し、業務停止命令を行いました。(広告表示義務違反)
- (2) 裏付けとなる合理的な根拠となる資料が存在しないにもかかわらず、本件商品を使用することにより、あたかも、臭いの原因菌又は病原菌が99.9%殺菌又は除菌され、かつ、殺菌効果が72時間継続するかのような表示をして販売していた事業者に対し、業務停止命令を行いました。(誇大広告)

★承諾のないファクシミリ広告、電子メール広告の送信は禁じられております。

特定商取引法において、事前の承諾を得た顧客以外へのファクシミリ広告、電子メール広告の送信は禁じられております。また、電子メール広告の送信についての事前の同意は、承諾の可否を画面上で簡単に確認できるようにしなければなりません。

STEP 5

返品の制度はきちんと表示しましょう。

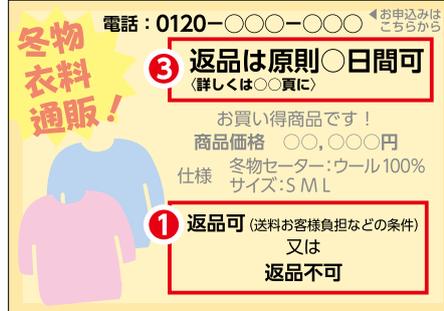
返品特約について

- ① 返品の可・不可等を商品ごとに表示する場合は、条件をしっかりと表示
- ② 共通部分に表示する場合は、記載場所が明確にわかるようにタイトルなどをつけ、商品の返品条件がわかるようにする。返品にパターンがある場合は、商品頁に印をつけ、パターンごとに詳細を表示
- ③ 共通表示部分に表示する場合は、電話番号の近くなど消費者が確認しやすいところに表示
- ④ テレビ画面に電話番号が表示されている間は、常に返品特約が表示されていることが望ましい

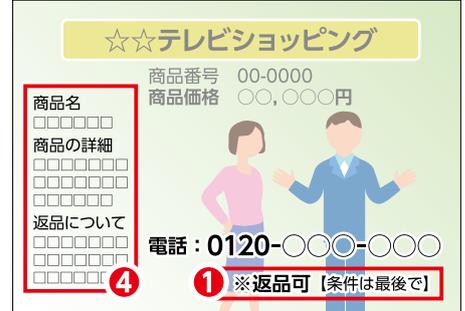
インターネットなどの例



チラシ・カタログなどの例



テレビショッピングの例



STEP 6

いわゆる定期購入契約に関しては、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（それぞれの商品の引渡時期や代金の支払時期等）を表示しなければなりません。

例1

申込みの最終確認画面に申込者が締結することとなる定期購入契約の主な内容(※)が全て表示され、その画面上で「この内容で注文する」といったボタンをクリックしてはじめて申込みになる場合

例2

「注文内容を確認する」といったボタンをクリックすることにより定期購入契約の主な内容が全て表示され、当該操作を行って初めて申込みが可能となっている場合

(主な内容とは…)

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、送料及び支払総額等)及びその他の特別の販売条件がある場合にはその内容

注文内容確認
注文内容を確認し、注文を確定してください(これが最後の手続きです)。下記の注文内容が正しいことを確認してください。【注文を確定する】ボタンをクリックするまで、実際の注文は行われません。

| 商品名 (定期購入コース) | 〇〇定期購入 (6か月間購入コース) | 備考 |
|------------------|-----------------------|-----------|
| 商品価格 | 1,000円(税抜) | 初回(月)分 |
| 送料 | 3,000円(税抜) | 第2回～第5回分 |
| 消費税 | 2,500円(税込) | 5か月分 |
| 消費税込 | 1,040円 | |
| 総額 | 16,540円(税込) | 5か月間購入コース |

〇お届け先 消費 太郎 千100-xxxx 東京都千代田区霞が関 x-x-x
〇発送方法: 宅配便
〇支払方法
△△カード xxxxx-xxxx
有効期限: 06/2020
TOPに戻る(注文は確定されません)

注文内容確認
注文内容を確認し、注文を確定してください。下記の注文内容が正しいことを確認してください。【注文を確定する】ボタンをクリックするまで、実際の注文は行われません。

〇注文内容

商品名 〇〇定期購入コース(6か月間定期購入コース)
商品価格 1,000円(税抜)
送料 500円(税込)
消費税 80円
総額 1,580円(5か月コースのうち初月分+税込)

5か月間定期購入コースの内容を確認する。
(内容を確認するまでは申込みができません。)

- 〇〇定期購入コースは5か月間の定期購入契約となり、総額16,540円になります。
- 初(月)回のみ、お支払額は1,580円(送料+税込)になります。
- 第2回から第5回までは1月あたり3,740円(送料+税込)となります。
- 初月を含めた5か月間の支払額の合計は16,540円になります。

〇お届け先 消費 太郎 千100-xxxx 東京都千代田区霞が関 x-x-x
〇発送方法: 宅配便
〇支払方法
△△カード xxxxx-xxxx
TOPに戻る(注文は確定されません)

●通信販売の広告には、解約・返品に関する事項を表示しなければなりません。

解約、返品に係る記載がない場合は購入者が商品の引渡し等を受けた日から起算して8日を経過するまでの間は契約の解除ができることとされています。

Q & A

●通信販売事業者と個人はどこで分かれるの？

インターネットではネットオークションなどで個人が商品を出品して消費者に販売するケースがありますが、経済産業省のガイドラインにより、個人名であっても、一定数量以上の出品を反復継続して行うものや同一の種類の商品を一時点に複数出品(一定の数量以上)する場合は販売業者と判定するとしています。

【参考】→ <http://www.no-trouble.go.jp/pdf/20120401ra01.pdf>

消費者に交付する書面

訪問販売や電話勧誘販売、特定継続的役務提供などの販売形態においては、勧誘時に契約に必要なすべての内容を明確に消費者に伝えることが難しいものです。

特定商取引法では、訪問販売及び電話勧誘販売においては申込みを受けたときと契約締結時に、特定継続的役務提供においては勧誘時などの契約締結前と契約時に、法令で定められた内容を記載した書面を消費者に交付することが義務付けられています。

| | 書面 | 交付するタイミング | 定められた記載事項 |
|-------------|------|--|--|
| 訪問販売・電話勧誘販売 | 申込書面 | 契約締結前、契約の申込みがあった場合に直ちに（電話勧誘販売においては遅滞なく）消費者に交付 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 商品（権利、役務）の種類 2. 販売価格（役務の対価） 3. 代金（対価）の支払時期、方法 4. 商品の引渡時期（権利の移転時期、役務の提供時期） 5. 契約の申込みの撤回（契約の解除）に関する事項（クーリング・オフができない部分的適用除外がある場合はその旨含む。） 6. 事業者の氏名（名称）、住所、電話番号、法人ならば代表者の氏名 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、商品の商標または製造業者名 10. 商品の型式 11. 商品の数量 12. 商品に隠れた瑕疵（一見しただけではわからない不具合）があった場合、販売業者の責任についての定めがあるときには、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 <p>* 書面の内容を十分に読むべき旨を赤字の中に赤字で記載しなければならない。また、契約書面のクーリング・オフの事項についても赤字の中に赤字で記載しなければならない。</p> <p>* 8ポイント以上の大きさの文字をもちいること</p> |
| | 契約書面 | 契約締結後、遅滞なく消費者に交付 （契約を締結した際に、商品を引き渡し、若しくは特定権利を移転し、又は役務を提供し、かつ、商品若しくは特定権利の代金又は役務の対価の全部を受領したときは、直ちに交付） | |
| 特定継続的役務提供 | 概要書面 | 契約締結前、契約を締結するまでに、消費者に交付 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 事業者の氏名（名称）、住所、電話番号、法人ならば代表者の氏名 2. 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（権利の販売価格）そのほか支払わなければならない金銭の概算額 5. 上記の金銭の支払い時期、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 <p>* 書面の内容を十分に読むべき旨を赤字の中に赤字で記載しなければならない。</p> <p>* 8ポイント以上の大きさの文字をもちいること</p> |
| | 契約書面 | 契約締結後、遅滞なく消費者に交付 | <ol style="list-style-type: none"> 1. 役務（権利）の内容、購入が必要な商品がある場合にはその商品名 2. 役務の対価（権利の販売価格）そのほか支払わなければならない金銭の額 3. 上記の金銭の支払い時期、方法 4. 役務の提供期間 5. クーリング・オフに関する事項 6. 中途解約に関する事項 7. 事業者の氏名（名称）、住所、電話番号、法人ならば代表者の氏名 8. 契約の締結を担当した者の氏名 9. 契約の締結の年月日 10. 購入が必要な商品がある場合には、その種類、数量 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（名称）、住所、電話番号、法人ならば代表者の氏名 14. 特約があるときには、その内容 <p>* 書面の内容を十分に読むべき旨を赤字の中に赤字で記載しなければならない。また、クーリング・オフの事項についても赤字の中に赤字で記載しなければならない。</p> <p>* 8ポイント以上の大きさの文字をもちいること</p> |

クーリング・オフとは

クーリング・オフとは、訪問販売、電話勧誘販売などのように消費者にとって不意打ち性の高い販売方法や、特定継続的役務提供のように契約時に長期的にわたる取引内容を客観的に検討することが難しいものなど、消費者が冷静に判断できないまま契約してしまうことが多い商法に対して、契約後も一定期間消費者に頭を冷やして考え直させる機会を与えるために導入された制度です。

その期間に、消費者が書面で解約を申し出た場合は、いかなる場合も説明不要で無条件で解約を認めなければなりません。販売方法等によって、以下のとおりクーリング・オフ制度が定められています。

| 取引形態 | | 期間 | 根拠法・条項 |
|---|--|------|------------|
| 訪問販売（キャッチセールス、アポイントメントセールス、催眠商法などを含む） | | 8日間 | 特商法第9条 |
| 電話勧誘販売 | | | 特商法第24条 |
| 特定継続的役務提供（エステティックサロン、特定の美容医療サービス、語学教室、学習塾、家庭教師派遣、パソコン教室、結婚相手紹介サービス） | | | 特商法第48条 |
| 参 考 | 訪問購入（いわゆる訪問買取） （自動車、家電、家具、書籍、有価証券、CD等は除く） | 8日間 | 特商法第58条の14 |
| | 連鎖販売取引（マルチ商法） | 20日間 | 特商法第40条 |
| | 業務提供誘引販売取引 （いわゆる内職商法、モニター商法） | | 特商法第58条 |

【注意】

- クーリング・オフ期間は、契約書面を消費者が受領した日を含めて起算します。
- 事業者が虚偽の説明をしたり、脅かすなどしてクーリング・オフを妨害した場合には、その妨害について消費者に説明し、解消されるまでクーリング・オフが適用されます。
- クーリング・オフ期間内であれば、消費者が商品を使用したり、サービスを受けていたりした場合であっても解約を認めなければなりません。
- ただし、以下の場合はクーリング・オフが適用されません。
 - ・化粧品や健康食品など指定消耗品（政令別表第3）を使用、消費している場合（未使用分は解約可能）
 - ・現金取引で3,000円未満の場合
 - ・自動車や自動車リースの場合
 - ・電気、ガス、熱の供給、葬儀に関する役務の提供

○特定商取引法に係る他の3つの販売形態に関する主な規制の概要は、以下のとおりです。

| 販売形態 | 販売要件 | 主な規制 |
|------------|---|---|
| 連鎖販売取引 | 商品購入代金等を支払って販売組織に参加し、別の人を組織に勧誘して商品等を販売すればマージンが得られると誘引して、販売組織を連鎖的に拡大して行う商品・役務の取引 | 販売目的等の明示、広告表示義務、書面交付義務、不当な行為・誇大広告等の禁止のほか、中途解約権、返品ルール（1年以内の退会で商品受領後90日以内の未使用商品を返品する場合、商品の契約解除違約金の上限は返品する商品価格の10%以内など）がある。クーリング・オフは20日間 |
| 業務提供誘引販売取引 | 事業者から提供またはあっせんされる業務に従事することにより利益を得られると誘引し、それに必要だとする商品等を売って金銭負担を負わせる取引 | 販売目的等の明示、広告表示義務、書面交付義務、不当な行為・誇大広告等の禁止のほか、不当勧誘行為により契約した場合の契約取消権がある。クーリング・オフは20日間 |
| 訪問購入 | 営業所以外の場所で物品の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行う取引 | 売買目的等の明示、書面交付義務、不当な勧誘・再勧誘・不招請勧誘の禁止のほか、物品の引渡しの拒絶に関する告知義務などの規制がある。クーリング・オフは8日間 |

参考となるサイト

- 東京都生活文化局、「東京暮らしWEB」（不適正な取引行為の禁止）
https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/torihiki/f_tori/
- 消費者庁、「取引対策」
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/
- 経済産業省、「消費者行政の推進」
<https://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/index.html>

『これだけは守りたい販売事業者のルール』 — 特定商取引法の正しい知識 —

（訪問販売・電話勧誘販売・特定継続的役務提供・通信販売編）

平成25年10月発行
令和元年9月第七版発行

編集・発行 東京都生活文化局消費生活部取引指導課
東京都新宿区西新宿二丁目8番1号
電話：03(5388)3072

このパンフレットは、ホームページ「東京暮らしWEB」からご覧いただけます。
URL：<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/>

登録番号 31 (24)