



誌上法学講座 特別編



村 千鶴子 Mura Chizuko

東京経済大学現代法学部教授・弁護士 日本消費者法学会理事
 専門は契約法、消費者法。国民生活センター消費者判例情報評価委員会、経済産業省消費経済審議会、
 東京都消費者被害救済委員会などの委員を務める。著書に「Q&A消費生活相談の基礎知識—知っておきたい民事のルール」（ぎょうせい）、『誌上法学講座—特定商取引法を学ぶ—』（国民生活センター）ほか多数。

特定商取引法改正 訪問購入規制の概要

1 はじめに

2010年から貴金属の押し買いの被害が爆発的に増加したことから、2012年8月に特定商取引法（以下、特商法）が改正され、「訪問購入」に関する規制が導入されました。改正法は2013年2月21日から施行され、施行日以降に締結された契約に適用されます。本稿では、訪問購入の規制の概要を紹介します。

貴金属等の押し買い被害の取引をみると、大きく分けて2種類の取引形態のものがありませんでした。買い取り業者が突然消費者宅を訪問してくる飛び込み勧誘と、あらかじめ電話でアポイントを取って訪問してくるものです。後者の場合は、貴金属の買い取りが目的であることを告げずに、不要な呉服を買い取るなどと説明して訪問日を約束するものが少なくありませんでした。

このような被害実態を踏まえて、国会に上程された法案では①貴金属などの被害が発生している物品を中心に政令で指定し、政令指定商品に関する訪問購入を規制対象とする。②訪問販売と同様の規制とする。つまり、訪問買い取りは禁止せず、ルールを守って行うように義務づける。③実効性あるクーリング・オフ制度を導入する、というものでした。

上記の法案に対して、参議院では下記の2点の大きな修正がなされました。第一は、原則としてすべての物品に関する訪問購入を規制対象とし、適用から除外する物品を政令で指定すると改めました。対象の物品について原則と例外を逆にしたわけです。第二は、消費者から要請がない場合の訪問購入（飛び込み勧誘）を禁止しました（不招請勧誘の禁止）。

2 規制対象取引

規制対象とされる「訪問購入」とは、物品の購入を業として営む者（購入業者）が営業所等以外の場所において、売買契約の申込みを受け、又は売買契約を締結して行う物品の購入です（58条の4）。物品とは、有体物つまり民法上の動産を意味すると説明されています。ただし、当該売買契約の相手方（つまり、消費者の）利益を損なうおそれがないと認められる物品又は訪問購入の規制の適用を受けることとされた場合に流通が著しく害されるおそれがあると認められる物品で、政令で定めるものに関する訪問購入は適用対象から除外されます。

「営業所等」とは、「営業所、代理店、露店、屋台店その他これらに類する店、一定の期間にわたり購入する物品の種類を掲示し当該種類の物



品を購入する場所で店舗に類するもの、自動販売機その他の設備でその設備により契約の締結が行われるものが設置されている場所」を意味します（規則1条）。

政令で適用除外とされている物品は、自動車（二輪のものを除く）、家庭用電気機械器具（携行が容易なものを除く。大型家電製品を指す）、家具、書籍、有価証券（無記名債権や商品券など）、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（CD、DVD、ゲームソフトなど）です（政令16条の2）。

インターネットの「一括査定サイト」の普及により、乗用自動車の訪問購入のトラブルが増加しています。そのため、乗用自動車を適用除外とすることには強い批判があります。この点は、改正法施行後3年をめどに見直す付帯決議があるので（参議院と衆議院）、施行後もトラブルが多い場合には見直しの際に適用除外から外されると思われます。

次の取引にも訪問購入規制の適用はありません（58条の17第1項）。売り手が営業のために若しくは営業として締結する取引、本邦外に在る者に対する訪問購入、国又は地方公共団体が行う訪問購入、特別の法律に基づいて設立された組合並びにその連合会及び中央会・国家公務員法第百八条の二又は地方公務員法第五十二条の団体・労働組合（これらの団体が構成員以外の者にその事業又は施設を利用させることができる場合には、これらの者に対して行う訪問購入を含む）がその直接又は間接の構成員に対して行う訪問購入、事業者がその従業者に対して行う訪問購入。

3 行為規制の概要

訪問購入を行うに当たって、購入業者が守るべき行為に関する規制（行為規制）は下記のとおりです。①不招請勧誘の禁止、②氏名等の明示義務、③再勧誘の禁止等、④不当な勧誘行為

の禁止、⑤クーリング・オフ妨害行為などの禁止、⑥書面交付義務、⑦物品の引渡しの拒絶に関する告知、⑧第三者への物品の引渡しについての相手方に対する通知、⑨物品の引渡しを受ける第三者に対する通知です。

なかでも、不招請勧誘の禁止は従来の特商法にはなかった規制が導入されたもので、画期的といえます。以下、行為規制のポイントについて説明します。

(1) 不招請勧誘の禁止（58条の6第1項）

購入業者は、訪問購入に係る売買契約の締結についての勧誘の要請をしていない消費者に対し、営業所等以外の場所において、当該売買契約の締結について勧誘をし、又は勧誘を受ける意思の有無を確認してはならないと定めています。この規定は、「飛び込み勧誘」を禁止する趣旨です。違反した場合で訪問購入に係る取引の公正及び売買契約の相手方である消費者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その購入業者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができます（58条の12第1項）。

つまり、あらかじめ消費者から「訪問購入の勧誘について要請を受けた場合」か、消費者の同意を得たうえで訪問しなければならないということです。ただし、特商法は購入業者が勧誘電話をかけることについては規制を設けていません。この点は、商品先物取引法や金融商品取引法の不招請勧誘の禁止規定が、電話や訪問による勧誘を共に禁止しているのとは違います。したがって、購入業者が、消費者に電話をかけて、消費者と訪問購入に関する勧誘のために訪問する約束をしたうえで消費者宅を訪問して勧誘することは合法です*。なお、消費者から得た同意が「不要な呉服の買い取り」である場合には、訪問したうえで貴金属の買い取りの勧誘をすると、貴金属の購入の勧誘をした点については不招請勧誘の禁止に該当することになります。呉服の訪問購入の勧誘については同意を得ていますが、貴金属については同意を得ていな



いためです。

消費者が買い取り価格の見積もりや査定に依頼をした場合はどうでしょうか。中古品の買い取りの場合には、処分を考える消費者は、まずいくらくらいで買い取ってもらえるのか、業者に査定や見積もりをしてもらおうと考えるでしょう。インターネットで調べて査定に依頼をしたり、チラシなどで「無料で査定します」という表示を見て電話をしたり、勧誘電話でとりあえず査定を頼む場合などが考えられます。

消費者から依頼を受けて査定のために訪問した買い取り業者は、査定をしたうえで「この金額になりますか、売ってもらえますか」と勧誘することは不招請勧誘に当たるので、禁止されています。消費者は「査定の依頼」をただけで、訪問購入の勧誘について要請しているわけではないので、訪問購入の契約の締結については勧誘をしてはいけません。査定業者は、査定しただけで帰らなければならないということになります。

ただし、買い取り業者が契約の締結について勧誘をすることは禁止されていますが、査定価格を知った消費者のほうから「この金額で契約したい」と申し込むことは禁止されていません。消費者から契約の申込みがされた場合には、買い取り業者が承諾することは許されています。この場合にもクーリング・オフ制度などの適用はありません。

消費者から買い取り業者に査定の依頼をして来てもらう取引形態は、古本の処分や中古自動車の買い取りなどでよくみられます。ただ、これらの物品は政令で適用除外物品として指定していますから、特商法の規制はありません。

なお、消費者から査定の要請を受けた場合に、購入業者が併せて「査定をしたうえで、契約の勧誘をしてもよいか」を確認して同意を得た後訪問した場合には、査定のうえで契約の勧誘をしてもよいということになります。

(2) 氏名等の明示、再勧誘の禁止、不当な勧誘やクーリング・オフ妨害などの禁止、書面交付義務

これらの規制は、訪問販売の規制とほぼ同様の内容です。消費者からの要請を受けて訪問した場合にも、氏名・訪問目的などを明示しなければならず（58条の5）、消費者から勧誘の同意を得る必要があります（58条の6第2項）。消費者から契約の締結を断られた場合には直ちに立ち去らなければならない、居座って勧誘を続けたり、その後も訪問したりすることは禁止されます（58条の6第3項）。契約の締結について勧誘する際やクーリング・オフを妨害するため、あるいはクーリング・オフ期間内に物品の引渡しを受けるために不実の告知や不告知をしたり、威迫して困惑させる行為は禁止しています（58条の10）。

申込みを受け付けたら直ちに申込書を、契約を締結したら遅滞なく契約書を交付する義務があります。これらの書面に記載すべき事項や記載方法については詳細な規定が定められています（58条の7、58条の8）。

これらの行為規制は、消費者から訪問購入についての勧誘の要請を受けて訪問した購入業者が順守しなければならない義務です。消費者から勧誘に来るように要請を受けた購入業者が約束どおり消費者宅を訪問した場合でも、消費者と接触したら開口一番に「氏名等を明示」しなければなりません。消費者から「勧誘してほしいくない。契約するつもりもない」と拒絶された場合には、直ちに帰らなければならない。

「あなたに要請されて訪問したのに、そんなむちゃな」「約束が違う」などと居座って勧誘を続けた場合には、再勧誘の禁止に反するということになります。

消費者に依頼されて訪問したのに訪問購入の規制が及ぶのは奇妙な感じがするかもしれませんが、これは、訪問購入の規制は、消費者から訪問購入の勧誘について要請を受けた場合でなけ

れば勧誘してはならないとしたうえで、勧誘の要請を受けて訪問勧誘する場合のルールを定めているという規制の仕方をしてしているためです。むしろ、飛び込み勧誘の場合にも行為規制は及ぶので、行為規制に反すれば違法性が高くなり、業務停止や刑事罰などの対象になります。飛び込み勧誘による契約にもクーリング・オフ制度の適用があります。

ただし、購入業者が消費者から頼まれて訪問した場合で、氏名等の明示義務と再勧誘の禁止の規制以外の規定は適用されない場合があります。それは次の2つの場合です。①その住居において売買契約の申込みをし又は売買契約を締結することを請求した者に対して行う訪問購入、②購入業者がその営業所等以外の場所において物品につき売買契約の申込みを受け又は売買契約を締結することが通例であり、かつ、通常売買契約の相手方の利益を損なうおそれがないと認められる取引の態様で政令で定めるものに該当する訪問購入（58条の17第2項）。②としては御用聞き取引、常連取引、引っ越しに伴う訪問購入です（政令16条の3）。

①は、消費者がその購入業者に売却すると決めたとうえで契約したいからと請求して来てもらった場合を指します。買い取り価格が決まってい

る場合(査定は済んでいる場合など)にその価格で売却するからといって来訪の請求をした場合が典型的です。または、「いくらでもいいからお宅に買い取ってもらいたいから来てほしい」と請求した場合も含まれます。「訪問購入の契約の締結について勧誘をすることを要請する」場合には、売却価格などの契約の内容や契約の意思はまだ不確定で決まっていません。契約の締結を請求した場合とは、「その購入業者と契約する意思」を持っていて、それを購入業者に請求したという点が違います。消費生活相談員は消費者から相談を受ける際にこの点がどちらだったのかをよく聞き取る必要があります。これらの場合にはクーリング・オフ制度の適用もありません。

(3) クーリング・オフ制度の実効性確保のための規制

訪問購入とは、訪問販売とは違って消費者が所有している特定の物品を売却するというものです。クーリング・オフをしたら、消費者が売却した物品を返してもらわなければ消費者にとっては意味がありません。一方、購入業者の目的は買い取った物品を処分して利益を得ることにあります。貴金属の訪問購入では、購入業者は買い取った物は短期間のうちに溶かして処分し

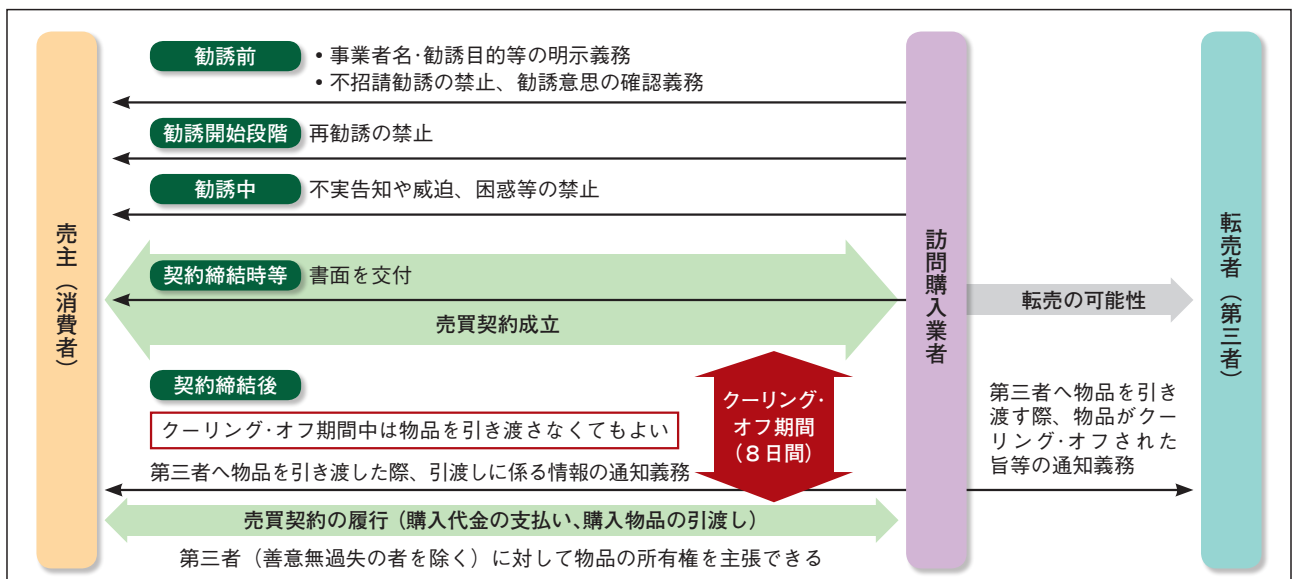


図 典型的な取引の流れ (勧誘からクーリング・オフ期間中)

消費者庁ホームページを参考に作成



てしまっている場合が少なくありませんでした。

こうした訪問販売とは異なる訪問購入の特殊性に着目して、クーリング・オフ制度を実効性あるものとするための制度を新たに定めています。

まず、消費者はクーリング・オフ期間内は売却した物品の引渡しを拒絶することができる権利を導入しました(58条の15)。併せて、購入業者は、消費者から直接物品の引渡しを受けるときは、相手方に対しクーリング・オフ期間内は物品の引渡しを拒むことができる旨を告げなければならないものとし(58条の9)。クーリング・オフ期間中は売却物品を消費者の手元に置いておけば、クーリング・オフをした場合に物品が溶かされたり転売されたりして取り戻せないという事態は防ぐことができます。

次いで、クーリング・オフ期間内に売却物品を購入業者に渡してしまった場合のクーリング・オフの実効性を確保するために、2つの制度を導入しました。第一に、購入業者は、クーリング・オフ期間内に転売して、転売先である第三者に転売物品を引き渡したときは、転売先や転売日時など主務省令で定める事項を、遅滞なく、消費者に通知することを義務づけました(58条の11、規則52条)。これによって、消費者は自分が売却して引き渡した物品の転売先を知ることができます。

第二に、クーリング・オフ期間内に消費者から引渡しを受けた物品を転売して転売先の第三者に引き渡すときは、主務省令で定める記載事項を記載した書面を渡すという方法で、クーリング・オフされる可能性があることなどを第三者に通知すべきことを義務づけました(58条の11の2、規則53条)。

民法では、動産を売買契約などの合理的根拠に基づいて引渡しを受けた者は、引渡しを受けたときに善意無過失であれば(つまり、落ち度がなく自分が完全に所有権を取得したと信じた場合という意味)即時に所有権を取得するという考え方を取っています(民法192条、178条)。

しかし、転買の契約をして引渡しを受けるときに「クーリング・オフされる可能性がある」ことを説明されていた場合には、「善意無過失」ではないので、消費者はクーリング・オフをした場合には転買した第三者に、物品の引渡しを請求することができることとなります。

4 民事ルール

消費者被害を救済するための民事ルールとしては、訪問販売と同様の8日間のクーリング・オフ制度と、消費者の債務不履行などによって契約が解除された場合の損害賠償の額の制限(購入業者による違約金等の名目でのボッタクリ条項の禁止規定、訪問販売類似の制度)を設けています。不実告知等による取消制度は設けていないので、クーリング・オフ期間が経過しているなどの理由により契約の取消しをしたい場合には消費者契約法の適用を考えます。

(1) クーリング・オフ制度(58条の14)

訪問購入の申込み又は契約の締結をした場合には(営業所等において申込みを受け、営業所等以外の場所において売買契約を締結した場合を除く)、58条の8の書面(契約書)を受領した日(その日より前に第58条の7の書面(申込書の控え)を受領した場合には、その書面を受領した日)を初日として計算して8日を経過するまでは、書面によりその売買契約の申込みの撤回又はその売買契約の解除を行うことができます。

(2) クーリング・オフの効果

申込みの撤回等は、申込みの撤回等に係る書面(クーリング・オフをする内容の通知)を発信したときに、その効力を生ずる発信主義をとることは訪問販売と同様です。クーリング・オフをされた場合には、購入業者は、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ません。その売買契約について代金の支払が既にされているときは、その代金の返還に要する費用及びその利息は、購入業者の負担とされます。



(3) 物品の引渡し拒絶

消費者は、クーリング・オフ期間が経過するまでは、契約上売却物品の引渡しの期日の定めがあるときであっても、購入業者に対し、訪問購入に係る物品の引渡しを拒むことができます(第58条の15)。

(4) クーリング・オフ期間内に物品を転売された場合

クーリング・オフ期間内に売却物品を引渡し、購入業者が転売してしまった場合には、次の規定があります。

消費者は、クーリング・オフをした場合には、そのクーリング・オフの効果を転売先である第三者に対抗することができます。対抗することができるという意味は、購入契約をクーリング・オフしたという理由で、転売先に対して直接物品の引渡しを請求することができるということです。ただし、第三者が善意であり、かつ、過失がないときは、物品の引渡しを請求することができません。訪問購入業者が転売先に引き渡すときに「訪問購入によるものなので、クーリング・オフされる可能性がある」ということを通

知すべき義務に違反して通知しておらず、かつ転売先が転売業者が訪問購入をしていることをまったく知らなかったという事情がある場合には、クーリング・オフをしても転売先には物品の返還の請求ができないということになります。

(5) 片面的強行規定

クーリング・オフに関する58条の14の規定に反する特約で申込者等に不利なものが契約上定められていても、その契約条項は無効です。

5 差止訴訟

消費者契約法による適格消費者団体は、訪問購入業者の禁止行為の違反、クーリング・オフ制度と損害賠償の予約に関する規制に反する契約条項を不特定多数に行い又は行うおそれがある場合には、その行為の停止や予防、その行為に供した物の廃棄や除去その他の違反する行為の停止若しくは予防に必要な措置をとることを請求することができます(58条の24)。

※購入業者が消費者に電話をかけ、強引に「勧誘の要請」を取りつけた場合は消費者から「勧誘の要請」があったとはいえ、違法となる可能性がある。

(1) 法的措置を講ずる対象物品	原則としてすべての物品。ただし、訪問購入に係る消費者トラブル等のおそれがないと認められる物品については政令で対象から除外。
(2) 訪問購入業者に対する不当な勧誘行為の規制	① 事業者名・勧誘目的等の明示義務 ② 不招請勧誘の禁止、勧誘意思の確認義務、再勧誘の禁止 ③ 不実告知・重要事項不告知を伴う勧誘の禁止 ④ 勧誘の際に人を威迫、困惑させる行為の禁止 など
(3) 書面の交付	次の事項を契約書面等に記載して交付する義務規定を設ける。 ・物品の種類・物品の購入価格 ・物品の引渡し拒絶に関する事項 など
(4) 訪問購入に係る売主(消費者)によるクーリング・オフ	① 売渡し(購入)の契約締結後も、売主(消費者)は契約の一方的な解除(クーリング・オフ)ができる。 ② クーリング・オフの期間は8日間。 ③ クーリング・オフにより物品を確実に売主に巻き戻すためには、クーリング・オフ期間中は購入物品を売主の手に置いておくことが肝要。このため、以下の規定を設ける。 ・クーリング・オフ期間中は、売主は物品の引渡し拒絶が可能 ・物品の引渡し拒絶が可能であることの書面記載義務 ・物品の引渡しの際の不実告知や威迫、困惑の禁止 など ④ ③にもかかわらず、同期間中に訪問購入業者に購入物品が引き渡され、更に第三者に転売された場合でも、売主がクーリング・オフしたときに、第三者(善意無過失の者を除く)に対して物品の所有権を主張できる規定を設ける。
(5) 第三者への物品の引渡しに関する売主への通知	クーリング・オフ期間中に第三者へ物品を引き渡した場合には、売主の求めの有無等に関わらず、第三者への引渡しに係る情報について売主に通知を行う。
(6) 物品を引き渡す際の第三者への通知	クーリング・オフ期間中に第三者へ物品を引き渡す際に、物品がクーリング・オフされた、あるいはされる可能性がある旨について当該第三者に通知を行う。

➡ 違反業者に対しては、業務停止等を命令。悪質な違法行為は、懲役や罰金の対象。

表 改正商取引法(訪問購入の規制)の概要

消費者庁ホームページを参考に作成