

クーリング・オフを 知ろう!

Cooling-off

Cooling-off

1 わが国の クーリング・オフ40年史

圓山 茂夫 Maruyama Shigeo

明治学院大学法学部消費情報環境法学科准教授

1984年、兵庫県庁に入庁し、主に消費者行政分野に勤務。消費生活相談や訪問販売法の事業者指導などの仕事を務める。2007年から現職。著書に『詳解 特定商取引法の理論と実務』など。



● ● ● クーリング・オフとは

わが国にクーリング・オフ制度が導入されたのは1972年。40年以上が経過して、消費者を守る手段としてすっかり定着しました。

クーリング・オフ (Cooling Off) は、消費者が、①事業者と契約を結ぶに当たって、8日間など一定の熟慮期間を与えられ、②その期間中は、事業者が嘘をついた、契約を履行しない、などの理由があってもなくても、契約をやめたいという意思を事業者に通知するのみで、③事業者からの損害賠償の請求、既払金の没収など経済的な不利益を受けることなく、④その契約を解除して、契約前の状態に戻すことができる。さらに⑤クーリング・オフ期間を短縮するといった、法律よりも消費者に不利な特約を結んだとしてもその効力は認めない（強行規定）、という制度です。

クーリング・オフの意義は、消費者に契約を考え直す機会を与えて、「よく調べたら損だった」「今はやめておこう」という気持ちになったら、不本意な契約から離脱することが認められる点で、消費者の権利を擁護することです。

その一方で、事業者が強引な販売や紛らわし

い説明をして契約を取ったとしても、消費者がクーリング・オフをすると契約を解除されてしまうため、事業者にとっても、勧誘のやり方を考え直し、改善する動機を与える制度ともいえます。

以下、まず、特定商取引に関する法律（特定商取引法。以下、特商法）と割賦販売法における展開の経緯をたどり、次に、多様な分野のクーリング・オフに触れます。クーリング・オフの沿革一覧表（表）も参照してください。

● ● ● 特商法と割賦販売法の展開

(1)クーリング・オフの創設—割賦販売

1972年、割賦販売法が改正され、クーリング・オフ制度が初めて導入されました。

対象となったのは、消費者が訪問販売で、かつ割賦販売（販売業者と消費者の二者間で、2カ月以上3回以上の分割払いで支払う）の契約をした場合で、クーリング・オフ期間は4日間でした。当時は、訪問販売等に関する法律（特商法の旧称。以下、訪問販売法）が存在しない時代で、英語版の百科事典等の訪問販売トラブルに対して、まず割賦販売法を改正して対処しようとしていました。

1 わが国のクーリング・オフ40年史



	1972年	1976年	1980年	1984年	1988年	1996年	1999年	2000年	2008年	2012年
割賦販売法	●店舗外の割賦販売		4日間	7日間	8日間				×	廃止(特定商取引法で対応)
				●個品割賦購入あっせんのもととなる店舗外販売					×	廃止(特定商取引法で対応)
				7日間	8日間					●特定商取引法5類型に伴う個別信用購入あっせん契約 8日間、20日間
					冠婚葬祭互助会契約は標準約款で8日間				●	特定商取引法を適用
訪問販売法 (2000年改正で特定商取引法に改称)		●訪問販売	4日間	7日間	8日間					
		●連鎖販売取引	14日間			→20日間				
						●電話勧誘販売	8日間			
							●特定継続的役務提供	8日間		
							●業務提供誘引販売取引	20日間		
								●訪問購入	8日間	
宅地建物取引	(宅地建物取引業法)		●宅地建物取引業者の店舗外販売							
			5日間		8日間					
保険契約 共済契約		1974年(約款によるクーリング・オフ制度)				●保険業法で8日間				
						(農業協同組合法)	●2004年・8日間			
						(中小企業等協同組合法)	●2006年・8日間			
						(生活協同組合法・水産業協同組合法)	●2007年・8日間			
現物まがい取引 投資顧問		(特定商品預託等取引法)		●1986年・14日間						
		(投資顧問業規制法)		●1986年・10日間					●	2006年・金融商品取引法に統合されたが投資顧問業のクーリング・オフは維持
ゴルフ会員権		(ゴルフ場等会員契約適正化法)		●1992年・8日間						
不動産ファンド		(不動産特定共同事業法)		●1994年・8日間						
海外先物取引		(海外商品先物取引法)		●1982年・14日間					×	2009年商品先物取引法に統合され、クーリング・オフ制度廃止
商品ファンド		(商品投資事業規制法)		●1991年・10日間					×	2006年金融商品取引法に統合され、クーリング・オフ制度廃止
小口債権販売		(特定債権等事業規制法)		●1992年・8日間					×	2004年信託業法に統合され、クーリング・オフ制度廃止

表 クーリング・オフの沿革一覧表

(2)訪問販売法—訪問販売、連鎖販売取引

1976年、訪問販売法が立法されました。当時は、訪問販売、通信販売、連鎖販売取引の3分野が規制対象でした。

訪問販売は、販売員の勧誘により消費者が乗せられたり押し切られたりして、契約意思が不確定なまま契約に至るので熟慮期間が必要です。連鎖販売取引は仕組みが複雑で、一定額の投資(特定負担)を伴うので、訪問販売よりも長い熟慮期間が必要だとされました。そこで、(ア)訪問販売で指定商品の申込みをした場合は4日間、その売買契約をクーリング・オフできる、(イ)連鎖販売取引で申込みをした場合は14日間、その連鎖販売契約をクーリング・オフできる、と規定されました。

(3)割賦販売法—個品割賦購入あっせん

1984年、割賦販売法が改正され、クレジット会社が入る三者型の分割払いの契約について、割賦購入あっせん(現在の信用購入あっせんの前身)の規定が新設されました。その中で(ア)販売業者に対して生じた事由をクレジット会社

に対抗でき、支払いを停止できる抗弁権の規定が設けられ、(イ)個品割賦購入あっせん(個別信用購入あっせんの前身)にクーリング・オフが規定されました。期間は7日間。消費者と販売業者の間の店舗外の売買契約をクーリング・オフで解除し、それをクレジット会社に抗弁して支払いを免れるという仕組みでした。

同時に、訪問販売法の訪問販売のクーリング・オフ期間も7日間に延長されました。

(4)訪問販売法の対象の拡大

1988年、訪問販売法が改正されました。豊田商事*1などの悪質業者に規制の抜け穴を狙われたので、その穴を塞ごうとしたものです。

訪問販売では、(ア)指定商品を^{きんじがね}金地金、貴金属、絵画などを含めて拡大し、(イ)シロアリ駆除やエステティックサロンなどの指定役務とゴルフ場会員権などの指定権利が追加され、(ウ)期間を8日間に延長しました。(エ)現金取引(契約をしたその場で、代金を全額支払い、商品を全部受け取り、取引が完了するもの)もクーリング・オフ可能としました。また、連鎖販売取

1 わが国の
クーリング・オフ40年史

Cooling-off

引では、規制が再販売型*²のみだったので、ベルギーダイヤモンドなど紹介販売型*³のマルチ商法が野放しでした。(オ)それを改め、すべてのタイプが規制対象とされました。

(5)起算日を「書面交付」へ変更

一般の消費者はクーリング・オフの正確な知識を持っていなければ権利を行使できません。そこで、プロである販売業者側に、権利の内容を告知する責任を負わせました。告知の有無は、クーリング・オフ期間の算定に影響します。

1988年の改正で、クーリング・オフ期間の起算日が、「クーリング・オフのことを告げた日」から「法定の書面を交付した日」に変更されました。改正前は、書面にクーリング・オフの記載義務はあったものの、申込み時に口頭でクーリング・オフについて説明をすれば、書面の交付が遅れたとしても、説明した日が「告げた日」となって起算日となります。しかし、これだと「言った言わない」「説明が不十分だったときに『告げた』と評価できるか？」などの問題が起きました。そこで、法定書面の交付という明確な行為をした日を起算日に変えたのです。

(6)クーリング・オフ回避による期間延長

(5)の改正以前は「告げた日」が起算日であったことから、販売業者が「この契約はクーリング・オフできないと嘘をつく」だけでなく、「クーリング・オフの記載のある契約書を封筒に入れて封をして渡す」などのクーリング・オフを回避する行為が問題になりました。

相談実務では、販売業者がこれらの行為をした場合、実質的にはクーリング・オフの権利があることを消費者に告げていないので、クーリング・オフ期間はまだ経過していない(クーリング・オフ期間はずっと延長される)取り扱いをしていました。その一部が、2004年改正で、クーリング・オフを妨害するとクーリング・オフ期間が延長される規定へとつながりました。

(7)書面不備による期間延長

(5)の改正は、従来「告げなかったらクーリン

グ・オフ期間が延長される」ものが、「法定書面が交付されない場合はクーリング・オフ期間が延長される」に変わったことを意味します。ここから、契約した数年後でも書面不備によりクーリング・オフ可能という裁判例が導かれ、相談実務でも定着することとなりました。

逆に、書面をポンと渡せばクーリング・オフについて説明せずに済むとなっては本末転倒なので、法の施行通達は、併せて口頭で説明するよう求めています。最近でも、特商法の業務停止命令の中で、「クーリング・オフの説明をしなかった」ことが違反の認定事実の1つ「故意の事実不告知」として列挙されており、口頭の説明は依然重要です*⁴。

(8)電話勧誘販売、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引へ拡大

訪問販売法は、規制分野を順次拡大していきます。1996年、強引な電話勧誘のトラブルに対応して電話勧誘販売の規制が新設されました。1999年、エステティックサロンや英会話教室など継続的なサービス契約のトラブルに対応して特定継続的役務提供の規制が新設されました。これらのクーリング・オフ期間は8日間です。

2000年、内職商法、モニター商法の被害に対応して業務提供誘引販売取引の規制が新設されました。クーリング・オフ期間は20日間です。併せて、特商法に改称されました。

(9)原則適用方式へ拡大

訪問販売、通信販売、電話勧誘販売の3分野は指定商品指定役務制でしたが、2008年改正で、行政規制の隙間をなくすため、原則適用方式(政令除外制)に変わりました。この結果、特商法が適用される契約は大幅に広がり、例えば食料品、警備、プロパンガスなどがクーリング・オフできるようになりました。

(10)立替払契約自体を対象に

割賦販売法のクーリング・オフは、(3)で述べたように、販売業者との売買契約をクーリング・オフしてクレジット会社に抗弁する方式でし

1 わが国の
クーリング・オフ40年史

Cooling-off

た。これでは、今後の分割払いは停止できるけれども、立替払契約は残っているため、すでにクレジット会社に支払ったお金は、法律上は戻ってきません。

このため、2008年改正で、特商法のクーリング・オフができる契約（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）をした場合に限られますが、その契約に伴う立替払契約そのもの（個別信用購入あっせん）をクーリング・オフできるようにしました。クレジット会社との間の立替払契約が解除されると、既に支払った分割払金が、消費者に返還されることとなりました。

(1)訪問購入へ拡大

特商法の2012年改正で、買取業者が消費者宅を訪問して貴金属などを安く買いたたいて持ち去る被害に対応して、訪問購入の規制が新設されました。クーリング・オフの期間は8日間です。

● 多様化するクーリング・オフ

クーリング・オフは広がりを見せています。

宅地建物取引業者が自ら売主となる、宅地・建物の販売についても、店舗以外で契約した場合に、クーリング・オフが規定されています。

生命保険、損害保険、共済の契約にも、クーリング・オフが規定されています。金融商品では、証券取引法（現在の金融商品取引法）にはクーリング・オフは規定されませんでした。不動産ファンド、商品ファンド、小口債権販売には規定されました（一部はその後廃止）。

高額な消費者被害をもたらした、ゴルフ場会員権、投資顧問、現物まがい取引、海外先物取引には、訪問販売・店舗販売を問わず、クーリング・オフが規定されました（一部はその後廃止）。

● クーリング・オフの導入が必要な取引

(1)適用除外の分野がある

訪問販売や電話勧誘販売でトラブルが多く、クーリング・オフが必要なのに、それができな

い分野があります。他の規制法でその契約を規制しているという理由で特商法が適用除外される一方で、その規制法にはクーリング・オフの規定がなく、空白地帯となっているからです。主なものを列挙します。

- **金融商品。**電話勧誘販売等で、株、社債、ファンドの苦情が多発していますが、金融商品取引法にクーリング・オフの規定がありません。
- **電気通信サービス。**電話勧誘販売等で、光回線などの苦情が多いですが、電気通信事業法にクーリング・オフの規定がありません。
- **放送サービス。**訪問販売で、NHKの受信料やCATVの契約の苦情が目立ちますが、放送法にクーリング・オフの規定がありません。

この状況に対しては、(ア)特商法のクーリング・オフを適用する、(イ)他の規制法にクーリング・オフを新設する、のどちらかで空白を解消することが必要と思われます。

(2)通信販売

通信販売は、特商法の中では、唯一、クーリング・オフがありません。立法時に、消費者は不特定多数に向けた広告を見て自発的に購入意思を固めて申込みを行うので、事業者からの勧誘がなく、消費者の意思に対する干渉もないとされたためです。

しかし、現在の通信販売は、電子メールによる勧誘が行われたり、個々の消費者に合わせたお勧め商品が画面に表示されたり、オンラインゲームの佳境で課金を勧められるなど、事業者が主導する場合があります。クーリング・オフの導入を工夫すべきであると考えられます。

- * 1 豊田商事の勧誘員が主に高齢者宅を訪問し「金を買って、それを預けてくれば運用するので年利10%の貯蓄になる」などと言い、金の代金と引き換えに、現物を渡さずに証書を置いていく「現物まがい商法」を展開し高額の金銭をだまし取った。被害者約3万人、被害額約2,020億円で大きな社会問題となった。再発防止のために特定商品等の預託等取引に関する法律（特定商品預託取引法）が制定され、訪問販売法が改正された。
- * 2 再販売型は、マルチ商法の会員が、本部から商品を購入し、それを新規加入者等に転売する形態。
- * 3 紹介販売型は、マルチ商法の会員が新規加入者を勧誘し、本部と新規加入者との間で商品の購入契約を結ぶように仲介する形態。ベルギーダイヤモンドは、低価値のダイヤモンドを、紹介販売型マルチで30～50万円で販売し約17万人の被害者が出た。
- * 4 大阪府の2010年3月26日の業務停止命令
<http://www.pref.osaka.jp/shouhi/syobun/220326.html>