

～訪問販売を行う事業者の方へ～

早わかり特商法ガイド【訪問販売のルール】

はじめに～特定商取引法と訪問販売～

訪問販売を行う上で、事業者が必ず守らなければならない中心的なルールが“特定商取引に関する法律（以下、特商法）”です。

特商法は、訪問販売の他に、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に係る取引、業務提供誘引販売取引、訪問購入を規制の対象としています。

この資料では、事業者の方のために、特商法で定める訪問販売に関する規制の概要を簡単に説明しています。詳しい内容については、法律の条文や政令、省令、通達等を確認してください。

1 訪問販売とは(訪問販売の定義/第2条)

「営業所等」以外の場所で勧誘・契約する取引が訪問販売に該当します。

具体的には…

- ①「ごめんください」とお客様の自宅を訪問する。
- ②自宅に友人・知人を招き、またはファミレス・喫茶店等で商品等を勧める。

「営業所等」での取引であっても訪問販売に該当する場合があります。

例えば…

- ③営業所等に呼び出しての勧誘…“目的を告げず”呼び出して勧誘を行う。
“他人より著しく有利な条件で契約できる等と告げて”呼び出して勧誘を行う。

- ④営業所等に連れて行き勧誘…“駅前や路上等で声をかけて”営業所等に同行させて勧誘を行う。

※上記③④等の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は訪問販売の一類型として特商法の訪問販売に関する規制を受けます。



2 お客様への第一声(氏名等の明示義務/第3条)

訪問販売をしようとするときは、勧誘に先立ってお客様に伝えることが義務付けられている「3つのこと」があります。

- 1 会社名
- 2 目的
- 3 商品サービスの種類



- ①会社名(個人事業主の場合は戸籍上の氏名)
- ②勧誘をする目的であること
- ③お勧めする商品・サービスの種類

「勧誘に先立って」とは、相手はその勧誘を“受ける”か“断る”かを定めることができるように、お客様に接する一番初めの時点をいいます。言葉で伝えても、名刺等の書面を提示しても構いませんが、できるだけ身分証明書等を携帯提示するよう心がけましょう。例えば訪問販売協会が発行する登録証（JDSA認定教育登録証）の交付を受けている方は、これを提示しましょう。

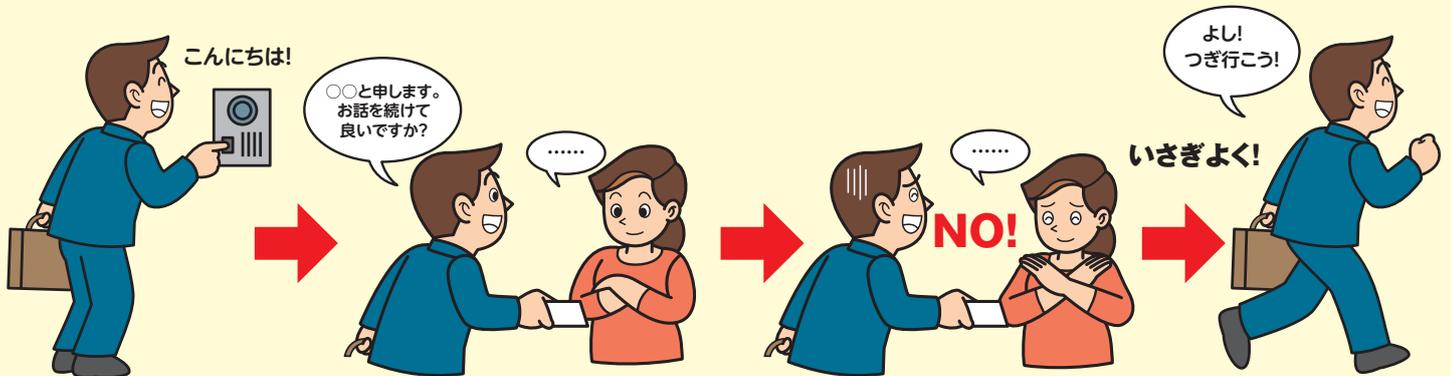
3 ご都合かがい、引き下がる勇気(再勧誘禁止等/第3条の2)

特商法では、「相手に勧誘を受ける意思があることを確認する努力」を事業者に求めています。

具体的には、開口一番に第3条の氏名等の明示を果たし、あわせて「このままお話を続けて良いですか？」などと相手の意思(勧誘を受ける意思)を確認するように努めなければなりません(努力義務)。

さらに、契約をしない旨の意思表示をした相手には、その契約について勧誘を続けることや、再度勧誘のために訪問することが禁じられています。

「帰ってください」等と言葉では言えず、態度で示すお客様もいます。引き際の判断は難しい場合もあるかもしれませんが、ここは粘り強さよりも、いさぎよさが肝心だと理解しましょう。



4 お客様のためのクーリング・オフ制度(クーリング・オフ/第9条)

クーリング・オフとは、お客様が申込書面または契約書面を受取った日から8日を経過するまでは、お客様が一切の不利益を被ることなく、無条件でその申込みを撤回又は契約を解除することができる制度です。

訪問販売は、お客様の自宅等を販売員が訪問して行なわれる場合が多く、お客様は受け身の立場で説明を聞いたり、契約をしますから、意思が明確でないままに契約することもあり得ます。また、販売のプロである販売員とお客様では、知識や経験、交渉力に差があることも多いと考えられます。

その差を埋めるために、受け身の立場で契約した内容について、じっくり考える期間が必要であるとの趣旨で、このクーリング・オフ制度が特別に設けられました。クーリング・オフ期間とは「頭を冷やす」期間ということです。



👉 クーリング・オフの方法

お客様は、申込書面または契約書面を受取った日から、その日を含めて8日間以内に、ハガキ・封書などの書面または電子メール等の電磁的記録により、申込みの撤回または契約の解除をする旨を発信すれば、クーリング・オフができます。なお、クーリング・オフの行使を妨げるために、販売者が、クーリング・オフについての不実の告知をしたことによりお客様が誤認し、又は威迫したことにより困惑してクーリング・オフをしなかった場合は、クーリング・オフ期間を過ぎていても、販売者側からクーリング・オフ妨害解消のための書面が交付され、その内容について説明を受けた日から8日を経過するまで、お客様はクーリング・オフすることができます。

👉 クーリング・オフ後の処理

クーリング・オフは法律に基づく制度ですから、事業者として、以下のようなルールに則った対応が必要です。お客様本位の制度であるということをよく理解しておきましょう。

- ①事業者は損害賠償および違約金の支払いを請求することができません。
- ②既に商品がお客様に引き渡されている場合、その引き取り費用は事業者が負担します。権利の移転が既にされているときは、その返還に要する費用を負担します。
- ③お客様がその商品を使用している場合、その使用利益を事業者は請求できません。
- ④サービスが提供され、又は権利の行使がなされたあとも、金銭の支払いを請求できません。
- ⑤お客様から既に代金を受取っている場合は、速やかに全額を返還しなければなりません。
- ⑥サービスの提供又は権利の売買に伴い、土地又は建物、その他の工作物の現状を変更したときは、お客様からの求めに応じて、無償で元の状態に戻さなければなりません。
- ⑦「クーリング・オフできない」などのお客様にとって不利な特約は無効となります。

👉 クーリング・オフが適用されないケース

契約の締結後直ちに行われることが通例である役務や契約の締結後速やかに提供されないと消費者の利益が著しく害されるおそれがある役務、その使用若しくは一部の消費により価額が著しく減少するおそれがある消耗品等、**政令で指定されている商品や役務**についてはクーリング・オフが適用されない場合があります。詳しくは政令を確認してください。

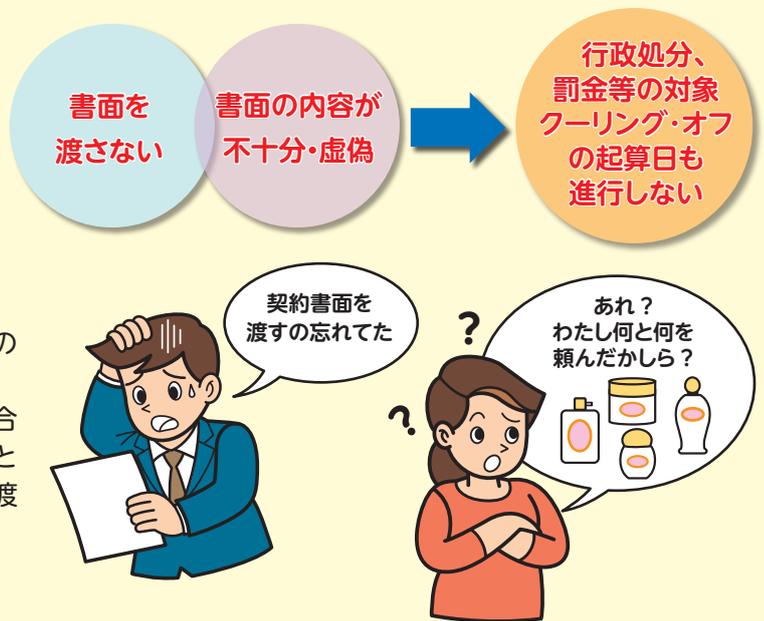
5 お客様に書面を渡す(書面交付義務/第4条・第5条)

訪問販売では、お客様の自宅などお店以外の場所で契約をしますから、「どこに所在する何という事業者と契約したのか」「何を契約したのか」「いくらで契約したのか」等の情報をきちんと伝える必要があるため、書面の交付が義務付けられています。



そして、申込書面・契約書面は、クーリング・オフ期間の起算点ともなります。

「書面が渡されていない」、または「内容が不十分」な場合には、お客様はいつまでもクーリング・オフができます。その意味からも、お客様に正しく書面を渡すことが大事になります。



👉 書面を渡す時期

訪問販売で契約の締結をした場合、事業者はお客様に、「契約の内容を明らかにした書面」(契約書面)を渡さなければなりません。多くの場合は、お客様に商品等をお勧めし、お客様が契約の内容を理解して、「契約する」と言っていただければ、その場で契約成立となり、販売員はこの書面を直ちに渡すことになります。

ただし、訪問販売では、お客様から申込みをもらい(その場では契約せず)、一旦会社等に帰るような場合もあります。そのような場合は、「申込みの内容を明らかにした書面」(申込書面)を直ちに渡し、かつ、後日契約が成立したときに、契約書面を遅滞なく渡すことになります。

👉 書面の内容

契約書面・申込書面に書かなければならない事項は、特商法で定められています(以下①～⑮参照)。販売担当者は、書面の記入欄に、もれなく正確に記入することも重要です。

- ①書面の内容を十分に読むべき旨 **※赤字で記載し、赤枠で囲む**
- ②商品等の種類
- ③商品の販売価格・権利の販売価格・役務の対価
- ④代金・対価の支払い時期及び方法
- ⑤商品の引渡時期・権利の移転時期・役務の提供時期
- ⑥クーリング・オフに関する事項 **※赤字で記載し、赤枠で囲む**
- ⑦販売業者等の氏名または名称、住所及び電話番号並びに法人にあっては代表者の氏名
- ⑧担当者氏名 **※必ずフルネーム（姓名）を記載**
- ⑨申込みまたは契約締結年月日
- ⑩商品名及び商品の商標または製造者名
- ⑪商品に型式がある場合には当該型式
- ⑫商品の数量
- ⑬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
※ただし、この場合に、販売業者はその不適合について責任を負わない旨が定められていないこと。
- ⑭契約の解除に関する定めがあるときはその内容
※ただし、この場合に、消費者からの契約解除ができない旨が定められていないこと及び販売業者等の責に帰すべき事由により契約が解除された場合における販売業者等の責務に関し、民法第545条に規定するものより消費者に不利な内容が定められていないこと。
- ⑮上記⑬⑭の他、特約があるときはその内容 **※ただし、法令に違反する特約でないこと。**
- ※書面の文字・数字は日本産業規格Z8305に規定する8ポイント以上の大きさで記載しなければなりません。**

書面の電子化

訪問販売では、お客様の承諾を得た場合に限り、一定のルールのもとに、申込書面や契約書面の交付を電子化（電磁的方法による提供）することが認められています。

〈手続きの概要〉

お客様が書面電子化を希望したとき…

①お客様への提示と重要事項の説明を行う

②お客様に適合性等の確認を行う

③お客様の承諾を得る
※控え等の交付

④電磁的方法による提供とお客様に到達等の確認を行う

電磁的方法の種類・内容を提示する。
 以下のような省令で定める重要事項を説明する。
 ・電子化しない場合は紙の書面交付になること
 ・クーリング・オフ期間について
 ・お客様が使用する電子計算機（PC・スマートフォン等）に必要な画面サイズ（4.5インチ以上）等

以下のような省令で定める適合性等を事業者のホームページ等を利用する方法で確認する。
 ・電子計算機をお客様が自ら操作できること
 ・お客様が使用する電子計算機のサイバーセキュリティの確保
 ・第三者にも電子化した内容をメールするか等

承諾を得る手続きは、紙の書面でも電磁的方法でもよいが、氏名や必要事項の記入（キーボード入力を含む）で記録を残す。チェックボックスやボタン押下のみは認められない。
 電磁的方法の場合、その記録は事業者が印刷することで紙の書面を作成できる必要がある。
※承諾を得たことを証する紙の書面（控え等を含む）を交付する。

以下のような電磁的方法による提供を行う。
 ・メール等で送信する
 ・事業者のホームページ等からダウンロードしてもらう
 ・DVD・USBメモリ等の記録媒体で渡す
 いずれも、お客様が印刷することで紙の書面が作成できる必要がある。
 提供したデータ等がお客様の電子計算機のファイルに記録されたこと、閲覧に支障がないことを確認する。

※上記①～④の手続きは、政令や省令、ガイドラインを確認し、適正な方法で行わなければなりません。禁止行為も定められているので注意が必要です。

※クーリング・オフ期間は、記録媒体で交付する場合を除き、お客様が使用する電子計算機（PC・スマートフォン等）のファイルに電子化した内容が記録された日から起算します。

6 嘘の説明、迷惑を覚えさせる…等の禁止行為(禁止行為/第6条～第8条等)

特商法では、訪問販売をする者が行ってはならないことを禁止行為として定めています。この禁止行為を行ってしまうと、懲役や罰金が科せられる場合もあります。また、業務停止命令や社名公表など行政処分の対象となる場合もあるので注意が必要です。



👉 不実告知・重要事項の故意の事実不告知の禁止

お客様に商品の説明をするときには、ぜひとも買ってもらいたいという気持ちで、その商品の良さをアピールするでしょう。このとき、事実でないことを告げてはいけません。「嘘をつこう」「相手を騙そう」という気持ちがなくても、つい力が入って大げさな説明をしたり、うまく説明できずにごまかしたりすることがあるかもしれません。そのような、「不実のことを告げる」行為(不実告知)は禁止されています。

また、事実をあえて告げないことも「重要事項の故意の不告知」として禁止されています。例えば、販売価格が1回目のみ低額で2回目以降は1回目比べて高くなる契約であるにもかかわらず、「1回〇〇円で試すことができる」とのみ告げる場合などです。

👉 威迫困惑の禁止

契約をさせるためや、クーリング・オフを妨げるために、お客様を威迫して困惑させることは禁止されています。威迫困惑とは、脅迫には至らないけれども、それにより不安を生じさせ、お客様を困り戸惑わせる行為をいいます。例えば、「買ってくれないと困る」と声を荒げられ、早く帰ってほしいために契約してしまった場合や、「クーリング・オフをするとこの近所では住めなくしてやる」などと脅されて怖くなってクーリング・オフを思いとどまったというような場合です。

👉 販売目的を隠し公衆の出入りしない場所に誘い込んでの勧誘

勧誘するためだとは知らせず、お店以外の場所で呼び止めて同行させたり(いわゆるキャッチセールス)、目的を告げずに呼び出して(いわゆるアポイントメントセールス)、『公衆が出入りしない場所』で勧誘をすることも禁止されています。

『公衆が出入りしない場所』とは、例えば、事業者の事務所や個人宅、公共施設の会議室、カラオケボックスなど、不特定多数の人が自由に出入りすることが想定されていないような、密室状態の場所のことです。

👉 その他、行政処分の対象となり得る禁止行為

上記の行為は、懲役や罰金が科せられる禁止行為となります。その他に、特商法で義務付けられていることを怠ったり、次の①～⑫のような行為を行なった場合には、行政庁から「業務改善指示」や「業務停止命令・業務禁止命令」を受けることもあるので注意が必要です。

- ① 債務の履行の拒否・不当な遅延
※商品の引渡しやクーリング・オフ後の返金などを拒否したり、不当に遅らせたりすること。
- ② 顧客の判断に影響を及ぼすことになる重要な事項を故意に告げないこと
- ③ 正当な理由もなく通常必要とされる分量を著しく超える商品等の売買契約等の締結についての勧誘
- ④ 迷惑を覚えさせる行為
※例えば、正当な理由なく午後9時～午前8時に勧誘することや、長時間にわたって勧誘することなど。
- ⑤ 若年者、高齢者などの判断力不足に乗じた勧誘
- ⑥ 顧客の知識、経験及び財産の状況に照らして不適当な勧誘
- ⑦ 契約書面に虚偽事実を記載させること
- ⑧ 消費者を被保険者とする生命保険を付すことへの同意に係る記載が認識しにくい書面に署名・押印させる行為
- ⑨ 消費者の年収などについて虚偽の申告をさせたり、意に反して金融機関などに連れて行くことや、借入れなどをさせるために迷惑を覚えさせる勧誘をする行為
- ⑩ 公共の場所での進路の立ちふさがり
- ⑪ 化粧品や健康食品など政令で指定された消耗品の契約解除を妨げるために消費させること。
- ⑫ 書面電子化に係る禁止行為
 - ・書面電子化を希望しない旨の意思を表示した消費者に書面電子化の手続を進める。
 - ・不実告知や威迫困惑、財産上の利益供与、通常の書面交付に財産上の不利益を与える。
 - ・適合性などの確認の際、偽りや不正の手段により消費者に不当な影響を与える。または、その確認をしなかったり、確認ができない消費者に書面を電子化する。
 - ・偽りや不正の手段により承諾を代行したり、電磁的方法による受取りを代行する。
 - ・上記のほか、消費者の意に反して書面電子化を承諾させるなどの行為。

7 過量契約の解除(通常必要とされる分量を著しく超える商品等の契約解除/第9条の2)

訪問販売により、通常必要とされる量や回数・期間を著しく超える商品の売買契約またはサービス提供契約をした場合は、契約から1年以内に限り、お客様は、その契約を解除することができます。ただし、お客様側にその契約を必要とする特別な事情があった場合は除きます。



👉 「通常必要とされる量」とは…

「通常必要とされる量」や「著しく」について明確な基準はありません。この規制は、簡単に言うと、売りすぎを禁止する規定です。

訪問販売協会では、自主的に「通常、過量には当たらないと考えられる分量の目安」を定めているので参考にしてください。

参考：「通常、過量には当たらないと考えられる分量の目安」について（協会ホームページ）

→ <http://www.jdsa.or.jp/quantity-guideline/>

8 取消しができる場合(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)

特商法では、事業者が不当な勧誘を行った場合には、消費者は契約の意思表示の取消しができるよう定めています。

◆取消しの対象となる勧誘行為

事業者の行った勧誘行為に「不実告知」または「重要事項の故意の不告知」があり、これらの勧誘行為によってお客様が「誤認」し契約の申込みまたは承諾の意思表示をした場合には、お客様はその申込みまたは承諾の意思表示を取消することができます。

◆取消しの効果

契約が取り消された場合は、その契約は無効となり、最初からなかったこととなります。事業者はお客様に受け取った代金を返し、お客様は受け取った商品を事業者に返すこととなります。

9 訪問販売協会(第27条～第29条の3)

特商法では、訪問販売を行う事業者の自主規制を促進するために、業界の自主規制を進める中心的な法人として訪問販売協会についての規定があります。この規定に基づく唯一の法人が日本訪問販売協会となります。

具体的には、名称の使用制限や苦情解決、協会への加入制限、被害救済等について規定されています。

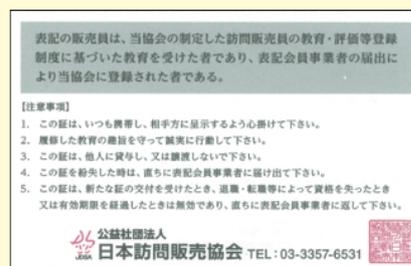
参考：JDSA 認定教育登録証

JDSA認定教育登録証は、訪問販売協会が定めた教育を受け、試験に合格した販売員に交付する登録証です。登録証は協会加盟事業者の販売員であることの証になります。

(表面)



(裏面)



令和5年6月発行

編集・発行/公益社団法人日本訪問販売協会

東京都新宿区四谷4-1細井ビル TEL: 03-3357-6531

【公式WEBサイト】<http://www.jdsa.or.jp>