

規制の事前評価書

貴金属等の訪問購入に関する規制の強化

所管課室名：取引対策課

電 話：03-3507-9203

評価年月日：平成 24 年 2 月

1. 規制の目的、内容及び必要性

(1) 現状及び問題点

貴金属等の購入業者による自宅への強引な訪問購入について、平成 22 年度から平成 23 年度にかけて、全国の消費生活センターに寄せられている消費者からの苦情・相談情報が急増しており、早急に消費者被害を未然に防止する必要がある。

こうした中、行政刷新会議による規制仕分け（平成 23 年 3 月 7 日）による議論を経て、「規制・制度改革に係る方針」（平成 23 年 4 月 8 日閣議決定）において、「貴金属等の買取業者による自宅への強引な訪問買取りに係る消費者保護のための法的措置について、被害実態の正確な把握に努めつつ、平成 23 年度中に検討・結論を得ること」とされた。消費者庁は、当該閣議決定を受け、同年 7 月より学者、弁護士、消費者団体、関係省庁で構成する「貴金属等の訪問買取りに関する研究会」を開催し、検討を行った。その検討の結果、同年 12 月にまとめられた「貴金属等の訪問買取りに関する研究会 中間とりまとめ」では、「訪問買取業者の勧誘方法の適正化、売渡者（消費者）と訪問買取業者との契約の適正化、売渡者（消費者）から契約の解除を申し出る場合の適正なルールの設定等が望ましいところ、このためには、新たに法的措置を講じることが必要」とされた。

訪問販売など消費者トラブルの生じやすい特定の取引類型を対象に、トラブル防止のルールを定め、事業者による不公正な勧誘行為等を取り締まることにより、消費者取引の公正を確保するための法律として、特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 57 号。以下「特定商取引法」という。）があり、これまでの累次の法改正及び厳正な法執行により、消費者被害防止に一定の成果をあげている。しかしながら、特定商取引法では対価を支払って事業者から商品やサービスを購入する購入者としての消費者のみを対象としており、物品を事業

者に売り渡す者としての消費者は対象としてきておらず、法目的としても、物品を売り渡す者を保護対象として挙げていない。

(2) 規制改正の目的

訪問購入における商取引を公正なものとし、消費者被害を未然に防止するため、購入業者の勧誘等に係る規制や売主による契約後一定期間内の解約（いわゆるクーリング・オフ）を認めるといった措置などを内容とする特定商取引法の一部改正を行う。

(3) 規制改正の必要性

近年、貴金属等の訪問購入に関して、執拗な勧誘を断り切れないうまま契約を結ばされる事例や、解約を受け付けない旨の書面を理由に解約を拒否する業者の存在など、悪質な訪問購入事業者による被害が、高齢者を中心に増加している。また、消費者から全国の消費生活センターに寄せられる貴金属等の訪問購入に係る相談件数は激増しており、有効な法的措置がない状況では、今後ともこの消費者トラブルは継続するものと考えられる。

したがって、この消費者トラブルの状況を踏まえ、訪問購入業者の勧誘等に係る行為規制及び訪問購入の契約に係る民事規定等の措置を講じる必要がある。

PIONET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）での相談件数

平成 19 年度	平成 20 年度	平成 21 年度	平成 22 年度	平成 23 年度
30	69	138	2,424	3,236

（平成 23 年度分は平成 24 年 1 月 31 日登録分まで）

(4) 規制改正（本規制案）の内容

① 指定物品制

本法の規制の対象となる物品について、法律で訪問購入業者による取引の対象となる物品であって政令で指定するものとし、規制対象となる具体的な物品を指定する。

② 訪問購入業者に対する行為規制

訪問購入業者に対する行為規制として、（1）事業者名・勧誘目的等の明示義務、（2）再勧誘の禁止、（3）契約書面の交付義務、（4）不実告知・重要事項不告知を伴う勧誘・解約妨害の禁止、（5）威迫・困惑を伴う勧誘

の禁止などの規定を設ける。

③ クーリング・オフ期間内の物品の引渡しの拒絶についての告知等

訪問購入業者は、売主に対し、クーリング・オフ（後述）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との規定を設けるとともに、物品を業者に引き渡した後にクーリング・オフを申し込んだ売主から求めがあった場合は、業者は、第三者に物品を引き渡していたか否かなどを通知しなければならないとの規定を設ける。

④ 訪問購入業者に対する業務停止命令及び指示

主務大臣は、訪問購入事業者が本法に違反する行為を行った場合には、当該事業者に対し必要な措置をとることを指示することや業務停止命令を発することができるとする。

⑤ クーリング・オフ

8日間のクーリング・オフ期間を設け、売渡し（購入）の契約締結後も、期間中は、売主が物品を訪問購入業者に引き渡すことを拒むことができるとする。また、期間中に、業者が物品を第三者に転売した場合であっても、第三者が善意無過失（第三者が引渡しを受けた物品が、クーリング・オフされ得る物品であることを過失なく知らない）の場合を除き、売主がその物品の所有権を主張できることとする。

⑥ 契約の解除等に伴う損害賠償等の額の制限

売主の債務不履行や約定解除によって訪問購入契約が解除される時、及び売主に債務不履行があるものの契約が解除されないときに、損害賠償額の予定または違約金の定めがある場合においても、請求される損害賠償の額を制限する規定を設ける。

⑦ 差止請求権

訪問購入業者による勧誘や解除妨害の際の不実告知、物品の引渡しの局面での不当行為等に対し、消費者契約法（平成12年法律第61号）に規定する適格消費者団体が、当該行為の停止のほか予防に必要な措置をとることを請求できるとの規定を設ける。

⑧ 報告及び立入検査

主務大臣は、特定商取引法の施行のために必要があると認めるときは、購入業者に対し、報告徴収や立入検査を実施することができるとする。

2. 想定される代替案

本規制案「①指定物品制」に対しては下記（イ）、本規制案「②訪問購入業者に対する行為規制」に対しては下記（ロ）（ハ）の代替案が考えられる。

（イ）消費者トラブルの発生を未然に防止するために、訪問購入の規制対象物品を、現時点でトラブルとなっている貴金属等に限った指定物品制とするのではなく、全物品とする。

（ロ）上記「②訪問購入業者に対する行為規制」の本規制案に加え、訪問購入業者に行政機関への登録義務を課し、事業が適切に遂行可能かどうか事前に要件等を厳しく審査する制度を設ける。

（ハ）上記「②訪問購入業者に対する行為規制」の本規制案に加え、事前に消費者に対して来訪承諾を得た訪問購入業者以外は原則として訪問を認めないという不招請勧誘の禁止規定を設ける。

3. 分析対象期間

特定商取引に関する法律の一部を改正する法律の施行後5年とする。

4. 費用及び便益を推計する際の比較対象

本規制案による訪問購入への規制が実施されない場合を比較対象とする。前述のとおり、訪問購入における消費者トラブルが激増している状況を踏まえると、悪質な訪問購入業者が野放しになり、より一層消費者被害が拡大するという状況になることが想定される。

5. 規制の費用と便益

1 本規制案

① 指定物品制

[i] 規制の費用

(1) 遵守費用

指定された物品においてのみ、②～⑧の規制における費用が発生する。

(2) 行政費用

実際に発生している消費者トラブルの状況を踏まえて対象物品を指定することで、指定物品を追加する際には、政令改正の業務が発生し、2～3ヶ月の期間を要するが、現行の体制で対応できる程度と想定される。また、指定された物品においてのみ、②～⑧の規制における費用が発生する。

(3) その他の社会的費用

実際に発生している消費者トラブルの状況を踏まえて、対象物品を指定することから、社会的費用として特に想定されるものはない。

[ii] 規制の便益

消費者トラブルが多発する物品に限定して、消費者被害の未然防止により消費者利益が保護されることが可能となる。

② 訪問購入業者に対する行為規制

[i] 規制の費用

(1) 遵守費用

書面の交付義務により、訪問購入業者には、書面の作成等の費用が発生する。事業者名・勧誘目的等の明示義務について、現行法令では行うことを義務付けられていないため、これらを明示していない業者にとっては追加的な業務となるが、勧誘は、通常、業者名や勧誘目的を告げることから始まるため、通常の業者には特段の費用は発生しない。また、再勧誘が禁止されるものの、相手方が断った後の勧誘をしなければ良いだけであり、業者には特段の遵守費用は発生しない。不実告知の禁止について、消費者

契約法により民事的には既に規範となっており、通常の業者には特段の費用は発生しない。威迫・困惑の禁止等について、平穏な常態からあえて外れた勧誘をすることを禁止することに過ぎないから、通常の業者には特段の費用は発生しない。

(2) 行政費用

購入業者に課せられる規制の遵守状況について監督・指導するといった業務が発生するが、現在の体制で対応できる程度と想定される。

(3) その他の社会的費用

特に想定されるものはない。

[ii] 規制の便益

勧誘や契約の締結等において取引が適正化され、売主である消費者の利益が保護されることが予想される。

③クーリング・オフ期間内の物品の引渡しの拒絶についての告知等

[i] 規制の費用

(1) 遵守費用

業者は、売主の求めに応じて、第三者への物品の引渡し等にかかる事項の情報を売主へ通知する際に必要な費用（書面により通知する場合の書類作成費用）等が発生する。

(2) 行政費用

特に想定されるものはない。

(3) その他の社会的費用

特に想定されるものはない。

[ii] 規制の便益

クーリング・オフ期間中に、売主が本来望まないままに物品が業者や第三者に引き渡されてしまうことを防ぎ、また、売主の求めに応じ、物品を第三者に引き渡していたか否か等について通知しなければならないと規定することにより、物品を引き渡してしまった場合における、売主の第三

者に対する所有権の対抗を実効的なものとすることができる。

④ 訪問購入業者に対する業務停止命令及び指示

[i] 規制の費用

(1) 遵守費用

悪質な業者が、一定期間の業務停止命令等の処分を実施され得るが、業者が本法に違反する行為を行った場合にのみ適用されるものであり、特定商取引法に基づき適正に業務を営む通常の業者には特段の費用が発生しない。

(2) 行政費用

行政機関において、違法行為を行う購入業者に対して業務停止命令等の処分を実施することによる業務が発生するが、現在の体制で対応できる程度と予想される。

(3) その他の社会的費用

特に想定されるものはない。

[ii] 規制の便益

訪問購入をめぐる違法行為に対して、業者への必要な是正又は改善の措置や業務停止命令等の処分が実施されることにより、取引の適正化と消費者被害の未然防止により、消費者利益の保護が可能となる。

⑤ クーリング・オフ

[i] 規制の費用

(1) 遵守費用

業者には、一度締結した契約について、売主から無理由によりクーリング・オフがなされ、また、物品の原状回復を求められる可能性があることから、物品の引渡しを受けた場合であっても、第三者への転売がし難くなり、物品の保有のための費用が発生する。

さらに、転売先の第三者には、善意無過失の立証責任を負うという点での費用が発生する。

(2) 行政費用

特に想定されるものはない。

(3) その他の社会的費用

特に想定されるものはない。

[ii] 規制の便益

業者と売主との間の情報の非対称性による売主に一方的に不利な契約の締結を防ぎ、物品の原物返還を可能とする。

⑥ 契約の解除等に伴う損害賠償等の額の制限

[i] 規制の費用

(1) 遵守費用

契約解除の場合や売主の債務不履行の場合の損害賠償請求額が制限されるが、あくまで妥当な金額に損害賠償請求額を制限するものであり、業者には特段の費用が発生しない。

(2) 行政費用

特に想定されるものはない。

(3) その他の社会的費用

特に想定されるものはない。

[ii] 規制の便益

業者が主導する訪問購入において、法外な損害賠償請求がなされることを防ぐことが可能となる。

⑦ 差止請求権

[i] 規制の費用

(1) 遵守費用

特に想定されるものはない。

(2) 行政費用

特に想定されるものはない。

(3) その他の社会的費用

特に想定されるものはない。

[ii] 規制の便益

消費者利益の保護の担い手としての適格消費者団体が、消費者自身による市場監視や私的紛争の解決の途を強化・拡充することが可能となり、消費者トラブルを未然に防ぐことが可能となり、悪質な業者による不特定かつ多数の消費者被害を減少させることが予想される。

⑧ 報告及び立入検査

[i] 規制の費用

(1) 遵守費用

業者は、主務大臣への報告や書類の提出が求められ、また、事業者へ立ち入られることとなるが、これらは特定商取引法の施行のために必要があると認められる場合にのみ行われるものであり、特定商取引法に基づき適正に業務を営む業者には特段の費用は発生しない。

(2) 行政費用

行政機関において、必要に応じて業者に対する報告徴収や立入検査を実施することによる業務が発生するが、現在の体制で対応できる程度と予想される。

(3) その他の社会的費用

特に想定されるものはない。

[ii] 規制の便益

訪問購入をめぐる消費者トラブルに対して、より実効的な法執行が可能となり、取引の適正化と消費者被害の未然防止により、消費者利益の保護が可能となる。

2 代替案

① 指定物品制

(代替案 (イ))

[i] 規制の費用

(1) 遵守費用

全ての物品において、②～⑧の規制における費用が発生する。

(2) 行政費用

全ての物品において、②～⑧の規制における費用が発生する。

(3) その他の社会的費用

全物品を対象とすることにより、本来、法令を遵守している業者であっても訪問購入の市場への参入を控えることにより、市場が縮小する可能性がある。つまり、私的自治として自由とされている民間取引が必要以上に抑制され、社会経済全体に負の影響を及ぼすことが想定される。

[ii] 規制の便益

全物品を対象とすることにより、現時点での消費者トラブルの発生状況にかかわらず、消費者被害の未然防止により消費者利益が保護されることが可能となる。

② 訪問購入業者に対する行為規制

(代替案 (ロ))

[i] 規制の費用

(1) 遵守費用

上記本規制案の費用に加え、行政機関への登録において、行政機関への事業計画書の作成・提出や登録申請手数料などの費用が新たに発生する。

(2) 行政費用

上記本規制案の費用に加え、随時、業者からの登録申請に対応するため、現在の体制で対応していない受付・審査業務が発生する。

(3) その他の社会的費用

特に想定されるものはない。

[ii] 規制の便益

悪質な業者が一定程度排除されることにより、消費者被害が上記本規制案以上に抑制される可能性がある。

(代替案 (ハ))

[i] 規制の費用

(1) 遵守費用

上記本規制案の費用に加え、業者は消費者から求めがない限り、訪問購入ができなくなり、従来より営業の機会が減少することになる。

(2) 行政費用

上記本規制案の費用に加えて特に想定されるものはない。

(3) その他の社会的費用

法令を遵守している業者にとって、現存する取引機会が奪われ、私的自治として自由とされている民間取引が必要以上に抑制され、社会経済全体に負の影響を及ぼすことが想定される。

[ii] 規制の便益

勧誘行為自体に厳しい規制を課すことから、悪質な業者による不当な勧誘行為が一定程度排除されることにより、消費者被害が上記本規制案以上に抑制される可能性がある。

※②～⑧の規制による費用と便益は本規制案と同様。

6. 政策評価の結果（費用と便益の関係の分析等）

本法の改正により、規制の便益の面に関しては、本規制案・代替案のいずれの案によっても、「訪問購入」という、これまで法的措置を講じることが不可能であった取引の適正化と消費者被害の未然防止により、消費者利益の保護が可能となる。

他方、規制の費用の面に関しては、代替案は、悪質な業者の活動抑制と参入阻止を狙い、訪問購入の対象になるとは言い難いものも含めた全物品を規制の対象とし、また、新たに行政機関への登録義務などを課す措置である。その場合、本来、法令を遵守している業者の活動も抑制され、現存する取引機会が奪われ、民間取引が必要以上に抑制されることが想定される。また、登録制度を置くことにより、登録申請を行う事業者側の費用が発生するだけでなく、受付・審査を行う行政側にも多大な費用が発生することとなるが、登録制を義務付けたとしても、登録制に従わない悪質な訪問購入業者を完全に市場から排除できるわけではない。その一方で、本規制案は、訪問購入業者に対して、不当な勧誘行為等に係る規制を課すものであるが、通常の訪問購入業者や行政機関に対しては、特段の費用は発生しない。

7. 代替案との比較

上記のように、両案の効果と費用について比較すれば、本規制案は、便益がほぼ同等である代替案よりも概ね費用が小さく、優れていると考える。

8. 有識者の見解その他関連事項

消費者庁において、有識者や関係省庁等からなる「貴金属等の訪問買取りに関する研究会」を立ち上げ、平成 23 年 12 月 9 日に中間取りまとめを行った。本規制案は、その取りまとめを踏まえたものである。また、当該取りまとめについては消費者委員会の調査審議を経ているものである（平成 23 年 10 月及び 11 月）。

9. レビューを行う時期又は条件

特定商取引に関する法律の一部を改正する法律の施行後 5 年を経過した場合において、この法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

（以 上）