

「特定商取引」 (消費者トラブルが生じやすい7類型)

(1)消費者が自ら求めないのに販売の勧誘を受ける

訪問販売



営業所等以外の場所で商品の販売等を行う

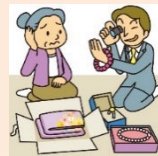
電話勧誘販売



消費者に電話をかけて勧誘し、販売等を行う

(※(2)の要素もあり)

訪問購入



営業所等以外の場所で消費者の所有する物品を買い取る

(2)事業者と対面して商品や販売条件を確認できない (遠隔地取引)

通信販売



消費者が通信手段 (電話、インターネット等) で申込み

(3)長期・高額の負担を伴い解約等のルールが不明確

特定継続的役務提供



特定の7種類のサービスについて、長期・高額の契約を締結して行う

(4)ビジネスに不慣れな個人を勧誘する

連鎖販売取引

いわゆるマルチ商法のひとつ



「他の人を販売員にするとあなたも収入が得られる」と消費者を勧誘し、商品等を買わせる

業務提供誘引販売取引



いわゆる内職商法のひとつ

「仕事を紹介するので収入が得られる」と消費者を勧誘し、その仕事が必要であるとして、商品等を買わせる

「特定商取引法」の目的 (特定商取引法第1条)

① 特定商取引(訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に係る取引、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並びに訪問購入に係る取引をいう。)を公正なものとする

② 取引の相手方である購入者等が不当な損害を受けることのないよう必要な措置を講ずる

ことにより、

(a) 取引の相手方である購入者等の利益の保護

(b) 適切かつ円滑な商品等の流通及び役務の提供

を達成し、

もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

特定商取引法の内容

① 行政規制

被害拡大防止のためルールが設けられ、法違反に対しては、指示命令、業務停止命令といった行政処分又は罰則の適用がある。

i) 氏名等の明示の義務づけ

勧誘開始前に目的や事業者名などを消費者等に告げることを義務づけ

ii) 不当な勧誘行為の禁止

不実告知(虚偽説明)、重要事項の不告知や威迫困惑を伴う勧誘行為等を禁止、再勧誘の禁止、迷惑勧誘等の禁止

iii) 広告規制

① 広告に重要事項の表示を義務づけ(通信販売では返品特約等)、② 虚偽・誇大な広告を禁止、③ 請求や承諾なしに電子メール広告やファクシミリ広告を送信することを禁止

iv) 書面交付義務

契約締結時等に、重要事項を記載した書面を交付することを義務づけ

v) 告知義務

訪問購入業者は、クーリング・オフ期間は物品の引渡しを拒むことができる旨を告げることを義務づけ

② 民事ルール

行政規制とは別に、消費者による契約の解除などの民事ルールが設けられている。

i) クーリング・オフ

契約後一定の期間(訪問販売、電話勧誘販売、特定継続的役務提供、訪問購入は8日間、連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引は20日間)、無条件で解約することが可能。訪問購入では、クーリング・オフ期間中物品の引渡しを拒むことが可能。

ii) 中途解約・過量販売解除

特定継続的役務提供・連鎖販売取引では、クーリング・オフに加えて、将来に向かって契約解除が可能(中途解約)。訪問販売及び電話勧誘販売では、購入者にとって特別の事由なく、通常必要とされる分量を著しく超える契約をした場合、解除が可能(過量販売解除)