

特定商取引法の概要

参考資料 1

- 原則として、「何人も、・・・契約をするかどうかを自由に決定することができる」（改正民法 第521条第1項。契約自由の原則）。
- 消費者契約（事業者と消費者との間で締結される契約）については、事業者と消費者の間の「情報の非対称性」等から、特別の民事ルールを規定（勧誘の際に不実の説明が行われた場合の取消権など）。
- さらに、特定商取引（訪問販売や通信販売、連鎖販売取引など）については、「勧誘時の不意打ち性」や「覆面性」、強い「誘引力」、長期・高額 of 契約、隔地者間取引といった特殊性により、消費者の自由意思が特に歪められるおそれが高いことから、より重い特別のルール（行政規制（罰則や行政処分で担保）＋民事ルール（クーリング・オフ、中途解約権、取消権等））を規定。

1. 本法律の対象となる取引類型

（消費者が自ら求めないのに、販売の勧誘を受ける）

1. 訪問販売

2. 電話勧誘販売

（事業者と対面して商品や販売条件を確認できない）

3. 通信販売

（長期・高額の負担を伴う）

4. 特定継続的役務提供

（ビジネスに不慣れな個人を勧誘する）

5. 連鎖販売取引

6. 業務提供誘引販売取引

（消費者が自ら求めないのに、購入の勧誘を受ける）

7. 訪問購入

2. 法律の内容

<行政規制>

- 氏名等の明示の義務付け
 - 不当な勧誘行為の禁止
 - 広告規制
 - 書面交付義務
 - 告知義務
- 等

<民事ルール>

- 取消権
 - 中途解約権
 - 返品ルール
 - 過量販売解除
- 等