

『訪問販売』の研究Ⅳ

A Study on Direct Marketing Part Ⅳ

(1996年3月26日受理)

沢 津 久 司
Hisashi Sawazu

Key words : 訪問販売法, 取引の公正規定, 損害防止規定

I はじめに

『訪問販売』について、筆者はこれまでに、「『訪問販売』の研究」Ⅰ、Ⅱ、Ⅲを発表した¹⁾。
これらの研究を通じ

- ①学生及び高齢者の『訪問販売』の知識の普及度等
- ②学校における『訪問販売』教育の導入
- ③学生及び高齢者の『訪問販売』に対する意識等
- ④高齢者の取消権規定の創設希望
- ⑤高齢者への悪徳商法の取締り・罰則強化の要望
- ⑥学生・家族及び高齢者の『訪問販売』の被勧誘、購入・契約体験及び購入・契約率等の実態等が明らかになった。

本稿では、『訪問販売』を規制している『訪問販売等に関する法律』（以下、『訪問販売法』と略す）等のうち、①「取引関係を公正なものとする」ための販売業者等の氏名などの明示、購入等の申込時における書面の交付、不当行為の禁止等の規定、②「購入者等が受けることのある損害の防止」のためのクーリング・オフ制度について述べ、『訪問販売法』違反の罰則や効果、クーリング・オフの適用除外や制限、『訪問販売法』の課題等について考察し、学校における『訪問販売』教育充実及び消費者の『訪問販売』被害防止の一助としたい。

II 『訪問販売』に関する法令等

『訪問販売』に関し、種々の規制や解釈等を定めている法令等としては下記1～4がある。

1. 法律

『訪問販売等に関する法律』が、昭和51年6月4日法律第57号として制定され、同年12月3日より施行された。その後、昭和59年6月2日及び同63年5月17日改正され、今日にいたっている。

その内容は、5章40カ条からなる。

なお、悪質業者の電話による勧誘販売特に資格商法（士商法）の被害が大きな社会問題となったため、通商産業省は、電話による勧誘販売を法的な規制の対象に組み入れることとし、クーリング・オフの適用や罰則規定（懲役1年，罰金100万円以下）を盛り込んだ『訪問販売法』改正案を平成8年2月，通常国会に提出した²⁾。さらにこの改正案には，マルチ商法の規制強化（罰則の適用対象の拡大，クーリング・オフの14日間から20日間への延長）も盛り込まれている³⁾。

2. 政令

『訪問販売法施行令』が昭和51年12月3日施行され，同52年2月1日，同63年11月8日，平成3年5月29日に改正された。

3. 通商産業省令

- ①『訪問販売法施行規則』が昭和51年12月3日施行され，同63年11月16日に改正された。
- ②『訪問販売法の規定に基づく立入り検査をする職員の携帯する身分を示す証明書の様式を定める省令』が昭和51年11月26日に施行され，同53年7月5日，同63年11月16日に改正された。

4. 通達

- ①『訪問販売法の一部を改正する法律等の施行について』（通達）が平成元年2月17日に出された。
- ②『会員権取引に係る訪問販売の適正化について』（通達）が平成2年11月28日に出された。
- ③『訪問販売法施行令の一部を改正する政令の施行について』（通達）が平成3年7月31日に出された。

III 『訪問販売等に関する法律』の目的

法令の中核である『訪問販売法』1条は、「この法律は，訪問販売及び通信販売に係る取引並びに連鎖販売取引を公正にし，並びに購入者等が受けることのある損害の防止を図ることにより，購入者等の利益を保護し，あわせて商品等の流通及び役務の提供を適正かつ円滑にし，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」と定めている。

「取引関係を公正なものとする」規定として、『訪問販売』に関して，下記1～6の規定を定めている。

1. 販売業者又は役務提供事業者の氏名などの明示（3条）
2. 購入等の申込時における書面の交付（4条，5条）
3. 不当行為の禁止（5条の2）
4. 主務大臣による消費者利益擁護のための必要事項の指示（5条の3）
5. 主務大臣による販売業者等に対する業務停止命令と公表（5条の4）
6. 訪問販売協会の設置（10条の2）

「購入者等が受けることのある損害の防止」に関して，下記1～4の規定を定めている。

1. 訪問販売における申込の撤回＝クーリング・オフ制度（6条）

2. 契約解除等に伴う損害賠償額の制限（7条）
3. 通信販売における申込承諾等の通知（9条）
4. 連鎖販売における消費者からの契約解除制度（17条）

なお、『訪問販売』の定義は、2条で次のように定めている。

- ①販売業者又は役務の提供の事業を営む者（以下、販売業者等と略す）が、営業所、代理店、その他の通商産業省令で定める場所（以下、営業所等と略す）以外の場所において、売買契約の申込みを受け、若しくは売買契約を締結して行う指定商品若しくは指定権利（以下、指定商品・権利と略す）の販売又は役務を有償で提供する契約の申込みを受け、若しくは役務提供契約を締結して行う指定役務の提供（以下、販売等と略す）
- ②販売業者等が、営業所等において、営業所等以外の場所において呼び止めて営業所等と同行させた者その他政令で定める方法により誘引した者（以下、特定顧客と略す）から売買契約の申込みを受け、若しくは特定顧客と売買契約を締結して行う指定商品・権利の販売等

Ⅳ 「取引関係を公正なものとする」ための規定

上述の「取引関係を公正なものとする」ための規定に関しては、以下のように詳細な解釈・例示がなされている。

1. 販売業者等の氏名などの明示（3条）

販売業者等は相手方に対し、氏名など明示しなければならない。

- (1) 明示事項は、①販売業者等の氏名又は名称、②訪問販売の対象となる商品・権利又は役務の種類である。明示の方法としては、①については、身分証明書、名刺、口頭、パンフレット等②についてはカタログ等である。
- (2) 明示を欠いたとしても、販売業者等は、『訪問販売法』上の罰則は科されない。しかし、3条違反行為が行われ、購入者等の利益を保護する必要性が生じた場合においては、5条の3の主務大臣の是正又は改善措置の指示及び5条の4の主務大臣の業務停止命令による規制を受ける。
- (3) 明示を欠いたとしても、契約の効果が無効となるものではない、とするのが通説的理解である⁴⁾。その後契約の申込みや締結がなされても、6条によるクーリング・オフができるので、実質的に問題がないといえるからである。しかし、クーリング・オフ制度を適用するには期間・方法などに制限がある。一般論としては、3条違反の勧誘行為があり、それによって購入者が契約を締結した場合は、購入者保護の観点からこれを無効とする立法が望ましい⁵⁾。現状では民法96条の詐欺による取消、民法95条の錯誤による無効、民法90条の公序良俗違反による無効を主張することになる。この点、「東京都生活物資の危害の防止・表示等の事業行為の適正化及び消費者被害救済に関する条例」（平成7年1月1日改正施行、以下、東京都条例と略す）

では、不適正な取引の類型を「契約の不当勧誘行為」など7つに分け、7類型をさらに40種に分けて詳細に掲記している。これに反した場合は、裁判所での公序良俗、詐欺・強迫による取消、錯誤等の適用が容易になり、消費者被害救済が迅速に解決されるとの指摘がある⁶⁾。

2. 購入等の申込時における書面の交付（4条、5条）

(1) 販売業者等は、指定商品・権利について、営業所等以外の場所で売買契約の申込みを受けたり、指定役務の提供契約（以下、売買契約等と略す）の申込みを受けたときは、下記の4条所定の書面を申込みをした者に直ちに交付しなければならない。申込者が特定の顧客であった場合には、営業所等で申込みがあったときでも同様である。

1) 申込書面記載事項及び交付（4条）

ア. 商品・権利の販売価格又は役務の対価

イ. 商品・権利の代金又は役務の対価の支払の時期及び方法

ウ. 商品の引渡時期・権利の移転時期又は役務の提供時期

エ. 売買契約等の申込の撤回又は解除に関する事項

オ. 通商産業省令（訪問販売法施行規則第3条）で定める以下の事項

①販売業者等の氏名又は名称・住所 ②売買契約等の申込み又は締結を担当した者の氏名

③売買契約等の申込み又は締結の年月日 ④商品名及び商品の商標又は製造者名

⑤商品の型式又は種類（権利又は役務の種類） ⑥商品の数量

⑦商品に隠れた瑕疵がある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

⑧契約の解除に関する定めがあるときは、その内容 ⑨特約があるときは、その内容

(2) 販売業者等は、次の各号の一に該当するときは、下記の5条一項所定の書面を購入者等に遅滞なく（3～4日以内に）交付しなければならない。

一号、指定商品・指定権利又は指定役務について、営業所等以外の場所で売買契約等を締結したとき

二号、指定商品・指定権利又は指定役務について、営業所等以外の場所で売買契約等の申込みを受け、営業所等においてその売買契約等を締結したとき

三号、特定顧客と指定商品・指定権利又は指定役務について、営業所等において売買契約等を締結したとき

1) 契約書面記載事項及び交付（5条一項）

ア. 商品・権利の販売価格又は役務の対価

イ. 商品・権利の代金又は役務の対価の支払の時期及び方法

ウ. 商品の引渡時期・権利の移転時期又は役務の提供時期

エ. 売買契約等の解除に関する事項

オ. 通商産業省令（訪問販売法施行規則第3条）で定める以下の事項

①販売業者等の氏名又は名称・住所 ②売買契約等の申込み又は締結を担当した者の氏名

③売買契約等の申込み又は締結の年月日 ④商品名及び商品の商標又は製造者名

⑤商品の型式又は種類（権利又は役務の種類） ⑥商品の数量

⑦商品に隠れた瑕疵がある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

⑧契約の解除に関する定めがあるときは、その内容 ⑨特約があるときは、その内容

5条一項の書面と4条の書面とは基本的には同じであるが、上述2.(1)4条1)エ.の申込の撤回が5条では削除されている。

2) 現金取引時の書面記載事項及び交付（5条二項）

販売業者等は、5条一項各号の一に該当する場合において、その売買契約等を締結した際に、指定商品を引き渡し・指定権利を移転し、又は指定役務を提供し、かつ、指定商品・指定権利の代金又は指定役務の対価の全部を受領したときは、直ちに次の5条二項所定の書面を購入者等に交付しなければならない。

ア. 商品・権利の販売価格又は役務の対価

イ. 売買契約等の解除に関する事項

ウ. 通商産業省令（訪問販売法施行規則第5条）で定める以下の事項

①販売業者等の氏名又は名称及び住所 ②売買契約等の締結を担当した者の氏名

③売買契約等の締結の年月日 ④商品名及び商品の商標又は製造者名

⑤商品の型式又は種類（権利又は役務の種類） ⑥商品の数量

(3) 書面交付義務に違反した場合

販売業者等が4条、5条の書面交付義務に違反した場合は次のように対応がされる。

1) 申込書面や契約書面、現金取引時の書面の交付義務を怠ったり、記載事項の不備があったり、記載内容に虚偽事項があったりした場合は、50万円以下の罰金を科される（23条）。

2) 販売業者等は、行政的措置として、5条の3の主務大臣の是正又は改善措置の指示及び5条の4の業務停止命令による規制を受ける。

3) 購入者等はクーリング・オフ（6条）ができる。しかし、クーリング・オフ制度を適用するには期間・方法などに制限がある。極端な法令違反があった場合は、むしろ私法上の効果を否定するという立法が望ましい⁷⁾。

4) 購入者等は民法96条の詐欺又は強迫による取消、民法95条の錯誤による無効、民法90条の公序良俗違反による無効が主張できる。

「専門知識のある業者側が、経験の乏しい消費者に対して販売契約を締結するときの、その契約内容や取引対象物についての知識・情報の提供に関し、不注意又は意識的に不備・不完全があるときは（事業者の告知・説明義務の違反）、消費者は当該契約関係の拘束力から解放されるという効果を認めよう」という契約締結上の過失論⁸⁾も主張されている。消費者側からの「契約解除」請求と「損害賠償」請求が認められる⁹⁾ことになる。

3. 不当行為の禁止（5条の2）

販売業者等は、5条の2に定める下記の禁止行為をしてはならない。

(1) 5条の2第一項「販売業者等は、顧客又は購入者若しくは役務の提供を受ける者の判断に影

響をおよぼすこととなる重要なものにつき、不実のことを告げる行為をしてはならない」

- 1) 不実のことを告げる行為とは、契約を締結させるために、消火器販売で「法律上の設置義務がある」、ステンレス鍋販売で「アルミ鍋は有害である」、ガス漏れ警報器販売で「通産省が設置をするように決めた」などと告げることである {『訪問販売法の一部を改正する法律等の施行について』(通達)四(1)(ロ)①。以下、通達と略す}。また、施設利用会員権で「いつでも解約できる」「不要になったら会社が買い取る」「希望した日にいつでも利用できる」などと告げることなどである¹⁰⁾。
- 2) 不実のことを告げる行為とは、契約の申込の撤回又は解除時に、「印鑑を既に彫り始めたので解除できない」、「ミシンの梱包を開いているので解除できない」、「名前をコンピューターに登録してしまったので解除できない」などと告げることである {通達四(1)(ロ)②}。
- (2) 5条の2第二項「販売業者等は、人を威迫して困惑させてはならない」
威迫とは脅迫に至らない程度の人に不安を生ぜしめるような行為をいい、困惑させるとは困り戸惑わせることをいう。
 - 1) 契約の締結時に、「買ってくれないと困る」と声を荒げられて、誰もいないのでどうしてよいかわからなくなり、早く帰ってもらいたくて契約してしまった。ことさらに入墨を見せられ、こわくなって契約をしてしまった {通達四(2)(イ)①②}。
 - 2) 契約の申込の撤回又は解除時に、クーリング・オフを申し出ると、業者から支払の催促の電話があり、「残金を支払わないと現住所に住めなくしてやる」と言われ、不安になってクーリング・オフの行使を思いとどまった {通達四(2)(ロ)}。
- (3) 不当行為の禁止（5条の2第一項、二項）に違反した場合
販売業者等が、5条の2第一項、二項に違反した場合は次のように対応がされる。
 - 1) 違反した者は、1年以下の懲役又は100万円以下の罰金を科される（22条）。
 - 2) 販売業者等は、行政的措置として、5条の3の主務大臣の是正又は改善措置の指示及び5条の4の業務停止命令による規制を受ける。
 - 3) 購入者等はクーリング・オフができる。しかし、クーリング・オフ制度を適用するには期間・方法などに制限がある。極端な法令違反があった場合は、むしろ私法上の効果を否定するという立法が望ましい¹¹⁾。
 - 4) 購入者等は民法96条の詐欺又は強迫による取消、民法95条の錯誤による無効、民法90条の公序良俗違反による無効が主張できる。
4. 主務大臣による消費者利益擁護のための必要事項の指示（5条の3）
 - (1) 主務大臣は、販売業者等が下記の1)に違反した場合、又は2)に掲げる行為をした場合、「訪問販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあると認めるとき」は、その販売業者等に是正又は改善の必要な措置をとるべきことを指示することができる。そのために主務大臣は、販売業者等から報告徴収及び販売業者等の店舗等への立入り検査ができる(20条の2)。この必要事項の指示（5条の3）、業務停止命令と公表

(5条の4)、報告徴収及び立入り検査の権限は、都道府県知事に委任される。

1) 販売業者等が3条から5条の2までの規定に違反した場合

2) 次に掲げる行為をした場合

ア. 契約に基づく債務又は契約の解除によつて生ずる債務の全部又は一部の履行を拒否し、又は不当に遅延させること

イ. 通商産業省令（訪問販売法施行規則6条の2）で定める以下の事項

① 当該契約を締結する意思がない旨を表示している者に対し、迷惑を覚えさせるような仕方で勧誘をすること

「締結する意思がない」旨を告げる場合のみならず、黙示的に締結を嫌っていることを示した場合も含む。「迷惑を覚えさせるような仕方」とは、正当な理由なく午後9時から午前8時までその他不適當な時間帯に勧誘をすること、長時間にわたり勧誘をすること等が考えられる {通達五(2)(イ)}。

② 顧客又は購入者若しくは役務の提供を受ける者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものにつき、故意に事実を告げないこと

類似規定の5条の2（禁止行為）第一項と比較すると、第一項「不実のことを告げること」は1年以下の懲役又は100万円以下の罰金であり、「故意に事実を告げないこと」の50万円以下の罰金よりも重くなっている。

③ 老人その他の者の判断力の不足に乗じ、売買契約又は役務提供契約を締結させること
老人、未成年者等が一般的には該当し得るが、判断力が不足している場合にのみ適用されることとなる {通達五(2)(ハ)}。

④ 当該契約に係る書面に年齢、職業その他の事項について虚偽の記載をさせること

その他の事項とは、顧客の信用能力についての情報（持家の有無、勤続年数、収入等）が中心であるが、これに限定するものではない {通達五(2)(ニ)}。

⑤ 勧誘をするため、道路その他の公共の場所において、顧客の進路に立ちふさがり、又は顧客につきまとうこと

「公共の場所」とは、公衆が利用できる場所全てを指すものであり、公園、公会堂のみならず劇場、映画館、飲食店等を含む {通達五(2)(ホ)}。

⑥ 指定商品の売買契約の解除を妨げるため、契約を締結した際、購入者に当該商品を使用させ又はその全部若しくは一部を消費させること

3) 「必要な措置をとるべきことを指示できる」とは、違法状態又は不当な状態を改善するために必要な措置を具体的に販売業者等に指示して行わせるものである¹²⁾。

4) この指示を発してもその旨を公表することは行われない。

5) 本条の規定に違反して指示に従わない者に対しては50万円以下の罰金が科される（23条）。

6) 本条の規定に違反して指示に従わない者に対しては業務停止命令と公表が行われる。

5. 主務大臣による販売業者等に対する業務停止命令と公表（5条の4）

(1) 主務大臣は、販売業者等が下記の1)又は2)に該当する場合、その販売業者等に1年以内の期間を限り、訪問販売に関する業務の全部又は一部を停止すべきことを命ずることができる。

1) 販売業者等が、3条から5条の2までの規定に違反し若しくは5条の3各号に掲げる行為をした場合において、訪問販売に係る取引の公正及び購入者若しくは役務の提供を受ける者の利益が著しく害されるおそれがあると認めるとき

「著しく害されるおそれがあると認めるとき」とは業務停止命令を発動しなければ実態が改善されないと判断される場合をいう¹³⁾。

2) 5条の3の規定による主務大臣の指示に従わないとき

3) 主務大臣はこの命令をしたときは、その旨を公表しなければならない

業者に対する社会的制裁を行うことに加えて、業者名を広く消費者に知らしめて被害の拡大防止を図るためである¹⁴⁾。

4) 命令に違反した者に対しては1年以下の懲役又は100万円以下の罰金が科される(22条)。

6. 訪問販売協会の設置(10条の2, 10条の4)

(1) 訪問販売を業として営む者は、訪問販売に係る取引を公正にし、並びに購入者及び役務の提供を受ける者の利益を保護するとともに、訪問販売の事業の健全な発展に資することを目的として、民法34条の規定による法人(訪問販売協会)を設立することができる。

訪問販売の規制は、画一的な法律による直接規制のみでは十分な効果をあげがたく、業者の団体による自主規制にまつところが大きい¹⁵⁾。業界自主規制の中心的役割をにやう公益法人を訪問販売に位置付けたものである。訪問販売協会でない者が、その名称中に訪問販売協会という文字を用いたときは、10万円以下の過料が科される(25条)。

(2) 訪問販売協会は、購入者又は役務の提供を受ける者等から会員の営む訪問販売の業務に関する苦情について解決の申出があったときは、その相談に応じ、申出人に必要な助言をし、その苦情に係る事情を調査するとともに、当該会員に対しその苦情の内容を通知してその迅速な処理を求めなければならない。訪問販売協会は、必要があると認めるときは、当該会員に対し、文書若しくは口頭による説明を求め、又は資料の提出を求めることができる。会員は、正当な理由がないのに、これを拒んではならない。訪問販売協会は、第一項の申出、当該苦情に係る事情及びその解決の結果について会員に周知させなければならない。

V 「購入者等が受けることのある損害の防止」のための規定

前述の『訪問販売法』1条「購入者等が受けることのある損害の防止」をはかるための規定に関しては、以下のように詳細な解釈・例示がなされている。

1. 訪問販売における申込の撤回＝クーリング・オフ制度(6条)

訪問販売といえば「クーリング・オフ」という言葉を思い浮かべるほど、クーリング・オフはポピュラーな制度であり¹⁶⁾、消費者のなかには、場所や商品等を問わず8日間以内であれば、全

てクーリング・オフできると誤解している者もある。しかし、クーリング・オフは万能ではなく、実際はいろいろな制限等があり、6条以外の規定も含めて、総合的に理解することが必要である。

以下種々の観点からまとめてみたい。

(1) クーリング・オフができない場合

1) 場所的なもの

ア. 店舗及び通常の店舗とみなしうる場所で売買契約等の申込みや契約の締結をした場合、クーリング・オフできない(2条参照)

店舗及び通常の店舗とみなしうる場所とは、①営業所(店舗)、②代理店のほか、③一定の期間にわたり指定商品を陳列し、当該指定商品を販売する場所であって店舗に類するもの(最低2、3日以上期間にわたって指定商品を陳列し、消費者が自由に商品を選択できる状態のもとで、展示場等販売のための固定的施設を備えている場所で販売を行うもの)、④露店、屋台店その他これらに類する店(露店、屋台店のほかバスまたはトラックに物品を陳列して販売を行うもの等、外見上何を販売しているかが明確なもの)を意味し{通達一(2)(3)}、これらで売買契約等の申込みや契約の締結をした場合クーリング・オフできない。

ホテル、公会堂、体育館、集会場等で③の()内を充足する形態で販売が行われていれば店舗に類する場所での販売に該当{通達一(3)}し、クーリング・オフできない。SF商法については、③の()内を充足していても、ピラもしくはパンフレットにより、又は拡声器を用いて、販売意図を明らかにせず顧客を誘引した場合はクーリング・オフできる{通達一(4)}。なお、通常の店舗販売業者が店舗の前で行う呼び込みや駅前や街頭でチラシを配布して来店を勧誘する行為、スーパー店や百貨店が顧客を無料バスで送迎すること等は、キャッチセールスに該当しないため¹⁷⁾、クーリング・オフできない。④については、露店とは路傍等において屋根を設けることなく物品を陳列して販売を行うもの等をいい、屋台店とは持ち運ぶように作った屋根のある台に物品を陳列して販売を行うもの等をいう。天井をテントで覆ったのみの会場である場合や、三方をテントやビニールで囲んだだけの店といった場合には、露店または露店類似店と判断される場合が多いと思われ、訪問販売には該当しない¹⁸⁾。しかし、周囲及び天井をテント張りにした会場ないしそれ以上の設備をした会場である場合等には、営業所等以外の場所での販売として訪問販売に該当するものと考えられる。

イ. 営業所等において申込をし、営業所等以外の場所で売買契約等を締結した場合

この場合は、顧客の意思が自発的に形成されていると考えられることから『訪問販売法』の適用がない。

2) 時間的なもの

クーリング・オフについて告知した4条又は5条所定の書面受領の日から8日を経過した場合、クーリング・オフできない(6条一項1号)

書面を交付されていないときや書面を交付されていてもクーリング・オフが記載されていない場合は、契約等から8日を経過していてもクーリング・オフできる。

3) 指定外商品等の場合

ア. 訪問販売法施行令2条別表第一、二、三に定める指定商品、指定権利、指定役務以外のもの場合、クーリング・オフできない(6条1項)

指定商品、指定権利、指定役務であればクーリング・オフできる。

イ. 次の商品については、指定商品とはされておらず、今後とも指定される可能性は小さい¹⁹⁾。

① 主として御用聞き販売で販売されることが通例である商品

生鮮食料品、冷凍食品、石油・石炭製品、木炭等

② 低額商品であって、かつ、消費者が周辺で手軽に入手できるか、又は容積、重量があるため、訪問販売、通信販売になじまないと考えられるもの

電池、マッチ、製綿、ちり紙等

③ 他の法令により訪問販売、通信販売が制限されている商品

銃砲、医薬品等が該当する。なお、医薬品について富山の薬売りのような訪問販売業(配置販売業)については指定商品とはされていない。消費者の日常生活に定着しており、また消費者の利益を損なうこともないと考えられるからである。

ウ. 消耗品についてのクーリング・オフの制限(6条一項2号)

①指定商品であること、②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商品として政令で定めるもの、③販売業者から当該商品を使用し、又はその全部若しくは一部消費したときは申込の撤回等を行うことができない旨告げられた場合、クーリング・オフできない。政令(訪問販売法施行令)4条の別表第4では、①健康食品、②不織布及び幅が13センチメートル以上の織物、③コンドーム及び生理用品、④防虫剤、殺虫剤、防臭剤、⑤化粧品、毛髪用剤及び石けん、浴用剤、合成洗剤、つや出し剤、ワックス、靴クリーム、歯ブラシ、⑥履物、⑦壁紙を規定している。

使用又は一部消費したことになるかについては、個々のケースに応じて判断することになるが、一般的にはその商品価値の回復が困難となったとき(即ち、再販売が困難となったとき)が基準となろう²⁰⁾。商品によっては容易に包装し直せる場合における包装の開封、セット商品についてはばら売りがなされているかどうかによる。通常販売される商品の最小単位を基準として一部使用等した商品を除く他の商品についてクーリング・オフできると解される。

エ. 6条1項の政令で定める指定商品である場合

訪問販売法施行令3条により乗用自動車指定され、クーリング・オフの適用がない。

しかしクーリング・オフ制度の適用について積極的検討を求める声もある²¹⁾。

4) 金額的なもの(6条一項三号)

3,000円未満の現金取引はクーリング・オフできない。このため、「センターから来ました。

訪問販売で被害に遭わないように、これをよく読んでください」とリーフレットを、2,990円を買わされた事例もある²³⁾（なお、リーフレットそのものも指定商品ではない）。

5) 訪問販売法10条（適用除外）に該当する場合

下記のア・イは訪問販売に関する規定が全て適用除外され、ウ・エは4条～7条が適用除外されるので、いずれもクーリング・オフの適用がない。

ア. 売買契約等で、申込者等が営業のために若しくは営業として締結するもの

申込者等が営業のために若しくは営業としてだけでなく、通常事業・職務の用に供するために購入し、又は役務の提供を受ける場合もクーリング・オフできない。「消火器の点検に来ました」と男性が事業所を訪れ、8本の消火器の薬剤補充費として約15万円請求した。クーリング・オフができないため、いくぶんの値引きで解決した事例もある²³⁾。

（なお、本邦外に在る者に対する商品・権利の販売等以下3号は本稿では略）

イ. 事業者がその従業員に対して行う販売等

有利な条件でアルバイトができると思いつけるところ、高額な商品を買わされたという事例が後を絶たない²⁴⁾。アルバイトで勧誘することは販売店にとっては、人を集めやすい、バイト代で支払えるからと勧めやすい、高齢者や学生でも定収入のある従業員にすれば信販会社が通りやすいなど都合が良い面があり、また事業者が従業員に対して販売する場合、『訪問販売法』の適用がないからである。

ウ. その住居において、売買契約等の申込みをし又は売買契約等を締結することを請求した者に対して行う訪問販売

請求の程度は「〇〇を購入するから来訪されたい」等の明確に意思表示があった場合に限らず、「工事箇所の下見、工事の見積をされたいので来訪されたい」「〇〇のカタログを持参されたい」等取引行為を行いたい意思があると認められる程度であればよい（通達十一（2））。工事の場合にあっては、当初の見積り等のための来訪が要請されていない場合であっても、2回目以降の来訪が要請されたものであれば、適用除外となる。単に事前のアポイントを取って訪問する場合は、消費者の請求に応じて行う販売でないので、適用除外とならない。

エ. 販売業者等がその営業所等以外の場所において、指定商品等につき売買契約等の申込みを受け又は売買契約等を締結することが通例であり、かつ、通常購入者等の利益を損なうおそれがないと認められる取引の態様で政令（訪問販売法施行令6条）で定める以下のものに該当する訪問販売

① 店舗販売業者等が定期的に住居を巡回訪問し、指定商品等の売買契約の申込み若しくは締結の勧誘又は指定役務の役務提供契約の申込み又は締結の勧誘を行わず、単にその申込みを受け、又は請求を受けてこれを締結して行う販売等

いわゆる米店、酒店などの御用聞き販売である。

② 店舗販売業者等が顧客（当該訪問の日前1年間に、当該販売等に関して、取引のあっ

た相手方をいう) に対してその住居を訪問して行い販売等

③ 店舗販売業者以外の販売業者等が継続的取引関係にある顧客(当該訪問の日前1年間に、当該販売等に関して、2以上の訪問につき取引のあった相手方をいう) に対してその住居を訪問して行い販売等

④ 販売業者等が他人の事務所その他の事業所に所属する者に対してその事業所において行い販売等(その事業所の管理者の書面による承認を受けて行いものに限り)

6) 販売等の形態によるもの

ア. 通信販売はクーリング・オフできない

商品等の引取り又は返品については特約があればそれによる。「返品不可」としていても、商品等に瑕疵がある場合は、販売業者等の責任を追求できる。

イ. 電話による勧誘販売はクーリング・オフできない

前述のように、平成8年2月、通商産業省は、電話による勧誘販売を法的な規制の対象に組み入れる『訪問販売法』改正案を通常国会に提出した。

ウ. エステティックサロン、語学教室などの広告等を見て、消費者が自分から業者の所へ出向いたときは、原則としてクーリング・オフできない²⁵⁾(業界団体の自主的クーリング・オフ制度をまつしかない)。

- | | |
|------------------------------|-------|
| 2. 契約解除等に伴う損害賠償額の制限(7条) | 本稿では略 |
| 3. 通信販売における申込承諾等の通知(9条) | 本稿では略 |
| 4. 連鎖販売における消費者からの契約解除制度(17条) | 本稿では略 |

VI 今後の課題

以上のように、『訪問販売』については、『訪問販売法』のみならず、訪問販売法施行令(政令)、訪問販売法施行規則(省令)、通達も含めて総合的に理解することが必要である。通達であっても上述のように重要な事項を含んでいる。

1. 学校教育への導入について

六法全書には政令(訪問販売法施行令)、省令(訪問販売法施行規則)、通達は収録されていない。一般消費者が通達まで含めて理解することは困難である。クーリング・オフについても理解は困難である。学校教育へ取り入れる場合は、『訪問販売』について通達も含めた研修等を受けた教員が担当すべきで、授業にかなり時間をかけること、わかりやすく整理されたテキスト、ビデオも必要である。この点に関しては、消費生活センターで家庭科教員を中心とした学校教員のための消費生活講座が開設されているので、自覚を持った教員のより多数の参加が望まれる。

2. 悪質な訪問販売の取締りについて

悪質な訪問販売については、『訪問販売法』のみならず、刑法、薬事法などにも触れる場合があり、警察の取締りを受けることとなる。特に、高齢者は警察の取締り強化を望んでおり、また

消費生活センターから離れた地域等では警察への期待も大きいので、地域住民への訪問販売知識の普及とともに警察官への訪問販売知識普及、警察学校での教養科目への一部取り入れなどが望まれる。

3. 『訪問販売法』等規定の課題

ア. 条文の難解さ

現行の『訪問販売法』については、長文の条文が多く、難解である。例えば第6条（契約の申込みの撤回）は、第一項本文だけで575字と長文であり、「若しくは」が22回も使用されている。平易、簡潔化が望ましい。

イ. 条文の不備

販売業者等が3条（訪問販売における氏名等の明示）に違反しても、罰金等の罰則は科されないし、契約を無効とする私法的効果についての規定もない²⁶⁾。契約等した場合、現状ではクーリング・オフ、民法96条の詐欺又は強迫による取消、同95条の錯誤による無効、同90条の公序良俗違反による無効、同1条から導かれる契約締結上の過失を主張することになる。場合によって、同570条の瑕疵担保責任、同415条の債務不履行、同709条の不法行為等も主張できる。上述の東京都条例のような規制も考えられるが、3条違反の勧誘行為によって、消費者が契約を締結した場合は、これを無効とする立法が望ましい。販売業者等が4条（訪問販売における書面の交付）、5条（訪問販売における書面の交付）に違反した場合、50万円以下の罰金が科されるが、契約を無効とする私法的効果についての規定はない。やはりこれを無効とする立法が望ましい²⁷⁾。

ウ. 通達の問題点

2条等によれば、販売業者等が一定の期間にわたり指定商品を陳列し、当該指定商品を販売する場所であって店舗に類するもので、売買契約等の申込みや契約の締結をした場合、『訪問販売』に該当せずクーリング・オフができない。ホテル、公会堂、体育館、集会場等での販売も店舗に類するものに該当する場合は、クーリング・オフできない。消費者保護の観点からは、その際の最低2、3日以上という期間は最低7日間程度に延長することが望ましい。

エ. 指定商品、指定権利、指定役務の問題点

ステッカー、リーフレット、映画の無料・格安鑑賞チケットは指定商品となっていないため、クーリング・オフできない。指定商品の見直しが望まれる。3,000円という金額も同様である。

オ. 販売形態等の問題点

エステティックサロン、語学教室などの無料体験・割引体験の広告等を見て、消費者が自分から業者の所へ出向いたときは、原則としてクーリング・オフできない²⁸⁾。法的規制が望まれる。

カ. 高齢者取消権等の創設

未成年者には取消権が認められているが、高齢者には認められていないため、高齢者取消権の創設希望が多い。主務大臣が販売業者等へ指示できる項目に「老人その他の者の判断力の不

足に乘じ、訪問販売に係る売買契約等を締結させること」が含まれており、指示に従わない者は50万円以下の罰金が科せられる。契約の効果についても、高齢者取消権等の創設によって規制すべきである²⁹⁾。高齢者が悪徳商法に騙されて財産を失うことは、憲法25条に定める「健康で文化的な最低限度の生活を営む権利」を危うくするものであり、憲法29条に定める「財産権の保障」とあいまって、悪徳商法から高齢者を保護すべきである。

キ. 業者名公表制度の拡充

5条の3により主務大臣が販売業者等へ指示をしても、(購入者等の利益を著しく害する恐れがあると認めるとき以外)は業者名は公表されず、結果的に消費者保護に欠ける事態も生じる。非公表は、憲法22条「職業選択・営業の自由」も配慮してのことと思われるが、一方では「公共の福祉」に反しない限りという制約もある。高齢者、未成年者を含む「国民の財産を保護する」という「公共の福祉」にかなう視点からすれば、条例の上乗せ規制等による公表制度の拡充が望ましい。情報公開し、消費者の被害を防ぐ点では効果のある制度となる。

〔付記 本研究は、中国短期大学特別研究費の助成を得て行ったものである〕

注

- 〔1〕拙稿「『訪問販売』の研究」Ⅰ－山陽地方における女子学生の調査から－（中国短期大学紀要第21号 平成2年6月）、同Ⅱ－『訪問販売法』改正前後の比較調査から－（同第22号 同3年6月）、同Ⅲ－山陽地方における高齢者の調査から－（同第24号 同5年6月）
- 〔2〕日本経済新聞 平成8年2月12日「電話勧誘販売に規制、クーリング・オフの対象に」伊藤 進、木元錦哉、村千鶴子『消費者法』（日本評論社、平成6年）99頁参照
- 〔3〕日本経済新聞 平成8年3月18日「マルチ商法の規制強化」
- 〔4〕山口康夫『訪問販売関係法の解説』（一橋出版、平成6年）28頁
- 〔5〕石田賢一「訪問販売法における明示義務」〔梶村太市、深澤利一、石田賢一編『訪問販売法』（青林書院、平成4年）所収。29頁〕
- 〔6〕木元錦哉、佐藤圭敬吾監修『悪質商法被害例と救済法』（自由国民社、平成7年）8頁
- 〔7〕石田賢一「訪問販売の際の書面交付義務」〔梶村太市ほか、前掲5 45頁〕
河上正二「民法と現代社会2－消費者保護と民法」〔『法学教室』No186（有斐閣、平成8年3月）所収。26頁参照〕
- 〔8〕石田賢一「販売業者の義務違背と契約締結上の過失」〔梶村太市ほか、前掲5 51頁〕
なお、木宮高彦編著「消費者保護の法律相談」（学陽書房、平成2年5月）276頁参照
- 〔9〕石田賢一 前掲7 54頁
- 〔10〕通商産業省産業経済局消費経済課編 新訂版『訪問販売等に関する法律の解説』（通商産業

調査会，平成5年）102頁。なお，本書第三部「資料」に政令，省令，通達を収録している。

- [11] 石田 前掲5 45頁
- [12] 前掲10 110頁
- [13] 前掲10 112頁
- [14] 前掲10 112頁
- [15] 前掲10 168頁
- [16] クーリング・オフの知名度等については，拙稿，前掲1 参照
- [17] 前掲10 48頁
- [18] 鍛冶 勲「販売場所と訪問販売法」（梶村太市ほか，前掲5 125頁）
- [19] 以下，前掲10 58頁
- [20] 西山昇一「クーリング・オフ制度」（梶村太市ほか，前掲5 62頁）
- [21] 岡山県消費生活センター「最近の消費生活相談事例」（平成4年）No41
- [22] 前掲21（平成6年）No10
- [23] 前掲21（平成6年）No48
- [24] 前掲21（平成4年）No42
- [25] 伊藤 進ほか，前掲2 90頁
- [26] [27] 石田 前掲5，7に同じ
- [28] 伊藤 進ほか，前掲2 89頁
- [29] 高齢者取消権等については，賛否等含めて以下参照
 - ・木宮高彦編著 前掲8 74頁
 - ・国民生活センター『くらしの豆知識』（国民生活センター，平成7年）38頁
 - ・伊藤 進ほか，前掲2 55頁
 - ・中田裕康「契約自由の原則」〔『法学教室』No171（有斐閣，平成6年12月）所収。31頁〕
 - ・河上正二「行為能力」〔同No171 所収。42頁〕
 - ・河上正二「高齢化に伴う消費者問題」〔『ジュリスト』No1034（有斐閣，平成5年11月）所収。42頁〕
 - ・滝沢昌彦「約款規制のあり方についての一考察」〔同No1034 所収。27頁〕
 - ・道垣内弘人「成年後見制度私案（七）」〔同No1080（平成7年12月）所収。85頁〕