

特定商取引法 訪問販売編2

解答

〔設問 1〕 勧誘目的不明示 氏名又は名称等の不明示

正答：③「株式会社〇〇の A と申します。本日は、弊社の屋根のリフォームをお勧めにまいりました」と話し始める。

訪問販売をしようとするときは、その勧誘に先立って、消費者に対し、事業者の氏名又は名称、契約の締結について勧誘をする目的と勧誘する商品やサービス等の種類を明らかにしなければなりません。基本的に、インターホンで開口一番に告げなければいけません。「無料で〇〇できます」等と告げるのみで、それに続く販売の意図があることを隠すということはず、勧誘目的であることを告げましょう。

〔設問2〕 再勧誘の禁止

正答：①ア。

事業者は、契約を締結しない旨の意思表示をした消費者に対し、同じ契約の締結について勧誘をしてはいけません。その訪問時においてそのまま勧誘を継続することはもちろん、その後改めて訪問して勧誘することも禁止されています。同一会社の他の勧誘員が勧誘することも同様です。また「浄水器はいりません」という意思表示は、広く浄水器全般を購入しない意思表示だと解されるため、別のタイプの勧誘を続けることは違法となります。

〔設問3〕 重要事項不告知

正答：①個別指導授業を希望する消費者に対し、別料金で追加できる講座については、パンフレットがあるので見ておいてほしいと伝えて口頭では説明しない。

法第6条第2項において、事業者は契約締結を勧誘するに際して、重要な事項について意図的に黙っていて、契約を締結する行為を禁止しています。

必ずしも全てを口頭で伝える必要はありませんが、消費者が認識できるように示す必要があります。

重要な事項とは、知っていれば契約を結ぶかどうかの判断がされる事項、例えば商品・役務の種類や販売価格や支払の時期・方法が当たります。

〔設問4〕 重要事項不告知

正答：②イ。

法第7条第1項第3号においては、申込の撤回や、契約解除を妨げるために、顧客の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものについて、故意に事実を告げない行為を禁止しています。

消費者が認識できる方法で示さないことも、不告知に当たります。

〔設問5〕 過量販売

正答：①夫婦二人暮らしの消費者に対し、よくお客さんが来るといので、6客1セットの洋食器を販売した。

法第7条第4項には、いわゆる「過量販売」の禁止を規定しています。また、法第9条の2において、消費者は、過量販売の契約申込みの撤回、解除ができます。

通常必要とされる量を大きく超える量を販売すること、一回の販売量は少なくても、以前に契約した量と合わせると過量となる量を販売することは、過量販売にあたります。過去に契約した事業者とは別の事業者が販売した場合であっても、後から販売した事業者が過量性を認識している場合には、過量販売規制の適用を受けます。

また、消費者の手元にある量自体は少量でも、何度も買い替えさせるなど、頻度によっては、過量とされる場合もあります。

ただし、多くの量を契約させる正当な理由がある場合は、過量販売に当たらない場合があります。

〔設問6〕 適合性原則違反

正答：③ア、イ、ウ。

法第7条第1項第5号（省令第7条第3号）

訪問販売をしようとするときは、顧客の知識、経験及び財産の状況に照らして不相当と認められる勧誘を行ってはなりません。

販売業者等が消費者に対して、その商品等に関する知識や経験の不足につけこむ勧誘や、財産の状況に照らして不相応または不要な支出を強いる契約の勧誘を行うことは、本号に該当します。

〔設問7〕 判断力不足便乗

正答：②通常の判断能力がないと分かった時点で契約の勧誘を止める。

法第7条第1項第5号（省令第7条第2号）

訪問販売をしようとするときは、老人その他の者の判断力の不足に乘じ、訪問販売に係る契約を締結させてはいけません。

「老人その他の者」には、老人、未成年者、成年被後見人等が一般的には該当し得ますが、これらの者に対し、通常の判断力があれば締結しないような、本人にとって利益を害するおそれがあるような契約を締結させることは本号に該当します。

〔設問8〕 支払能力虚偽申告

正答：②ア、イ。

法第7条第1項第5号、省令第7条第6号イ

消費者に契約の代金を支払わせるため、消費者の年収、預貯金又は借入れの状況その他の支払能力に関する事項について虚偽の申告をさせてはいけません。

「その他の支払能力に関する事項」とは事業者が消費者の支払能力について調査を行う際の調査事項であり、年収、預貯金、借入れの状況などがこれに当たります。

〔設問9〕 預金払戻し同行

正答：①契約時に消費者が、手持ちのお金がないので、自ら銀行に行きたいと言ったので、営業車で送った。

法第7条第1項第5号、省令第7条第6号ロ、ハ

訪問販売において、消費者の意に反して貸金業者の営業所、銀行の支店その他これらに類する場所に連行してはいけません。

「その他これらに類する場所」には、消費者が契約に必要な金銭を得るための契約を締結する営業所等の場所であり、例えばATMなどを指します。

「連行」とは事業者が消費者を物理的に連れて行くことを意味しています。

また、物理的な「連行」をしない場合でも、金銭の借入等について「迷惑を覚えさせるような仕方」で「勧誘」してはいけません。例えば長時間に及ぶ勧誘がこれに当たります。

〔設問 10〕 SNS によるアポイントメントセールス

正答：③会社の公式 SNS の投稿で全体公開にして「新発売のジュエリーの発表会を開催します。販売も行いますので、ぜひお越しください」と勧誘する。

特定商取引法は平成 28 年の改正により、いわゆる SNS によって特定の個人に対し「契約の締結について勧誘をするためのものであることを告げずに」もしくは「他の者に比して著しく有利な条件で」契約できることを告げて店舗等への来訪を要請する勧誘方法を「訪問販売」に該当するとしました。ダイレクトメッセージのような特定の個人に対して送信するもののほか、グループ機能等によりあらかじめ特定された複数の者に対して一斉送信する場合も対象となります。

SNS による勧誘を行う場合は、本法の規制が適用される可能性があることに留意して取引行為を行いましょう。