

一消費者トラブル情報一

<あいちクリオ通信 平成26年2月号 (No. 309) >

訪問購入に関するトラブル! あきらめないでクーリング・オフ

平成25年2月21日に改正特定商取引法が施行され、訪問購入に関する規制が設けられました。規制の主な内容としては、勧誘や来訪を求めている消費者への勧誘行為の禁止、法律で記載が定められた書面交付の義務化などです。また、法定書面の交付後8日間は、クーリング・オフができるようになりました。

改正法の施行から約1年が経過しますが、いまだに訪問購入のトラブルに関する相談が多く寄せられています。

不当な勧誘があった場合はきっぱりと断り、売り渡した後でも契約を解除したい場合は、クーリング・オフを活用しましょう。

※過去6か月間の訪問購入に関する相談の傾向につきましては、2～3ページをご覧ください。

1 不当な勧誘行為の禁止

- ・訪問購入で飛び込みの勧誘はできません。消費者から査定のみに関して訪問の要請を受けた場合、それを越えた勧誘行為（例：契約締結の勧誘）は禁止されています。
- ・執拗な勧誘や、買い取る品物の種類をはっきりさせずに勧誘することも禁止されています。

2 法定書面の交付

訪問購入の事業者は、事業者の連絡先、物品の種類や特徴、購入価格、引き渡しの拒絶やクーリング・オフ制度について記載された書面を交付しなければなりません。

3 引渡しの拒絶

クーリング・オフの期間中（前項の書面交付から8日以内）は、物品の引渡しを拒むことができます。また、事業者は、迷惑を覚えさせるような方法で引渡しをさせることも禁止されています。

4 クーリング・オフ

クーリング・オフ制度により、法定書面の交付から8日間は無条件で契約の解除が可能です。また、クーリング・オフ期間中に事業者が物品を第三者に引き渡してしまった場合、その情報が事業者からすぐに通知されます。

以上の規制は、原則としてすべての商品・役務が対象となりますが、次の場合は対象外です。

- ・自動車（二輪を除く。）、家具、家電（携行が容易なものを除く。）、本、CD、DVD、ゲームソフト類、有価証券などの物品
- ・消費者が自ら自宅で契約締結等の請求をした場合（いわゆる御用聞き取引、常連取引、転居に伴う売却などの取引） ※再勧誘の禁止等、一部規制は除外されません。

愛知県県民生活部県民生活課

*この内容は、2月7日午前10時から愛知県のWebページでご覧いただけます。

<http://www.pref.aichi.jp/kenmin/shohiseikatsu/>

または

広報誌・機関紙等への転載などに、ぜひご活用ください。

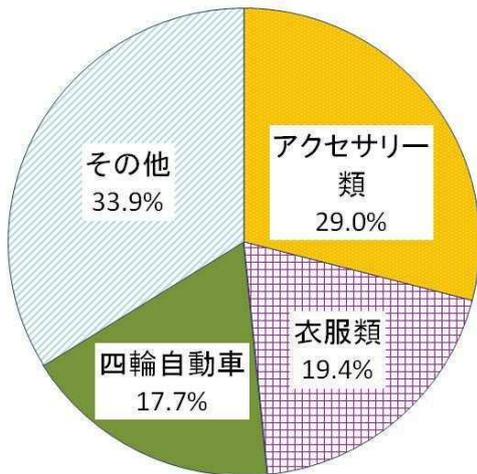
訪問購入に関するトラブルの実態

＜過去半年の相談事例から（平成25年7月～12月）＞

- ☆ 平成25年7月から12月までの6か月間に、訪問購入に関する相談は62件寄せられました。
- ☆ 商品の内訳では、アクセサリ類に関する相談が最も多く29.0%（18件）で、次いで衣服類の19.4%（12件）、四輪自動車の17.7%（11件）となっています。
 なお、洋服の買取と見せかけて、本来の目的はアクセサリであったという相談も多く寄せられました。
- ☆ 契約当事者の年齢別では、70歳以上が38.7%（24件）と最も多く、次いで60代の22.6%（14件）、40代の11.3%（7件）となっており、比較的高齢の方の相談が多くなっています。
- ☆ 契約当事者の性別では、女性が74.2%（46件）と圧倒的に多くなっています。
- ☆ 契約当事者の職業別では、家事従事者が48.4%（30件）と最も多く、次いで無職の24.2%（15件）、給与生活者の16.1%（10件）となっています。

【訪問購入のトラブルに関する相談状況（平成25年7月～12月）】

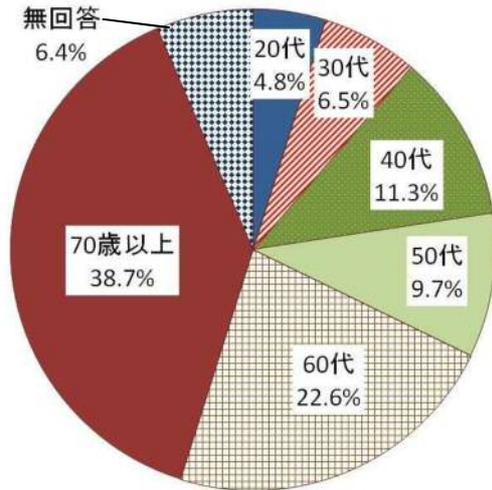
○商品内訳別



(単位:件)

アクセサリ類	衣服類	四輪自動車	その他
18	12	11	21

○契約当事者年齢別



(単位:件)

20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	無回答
3	4	7	6	14	24	4

◆契約当事者の性別

- ①女性：46件（74.2%） ②男性：15件 ③不明：1件

◆契約当事者の職業別

- ①家事従事者：30件（48.4%） ②無職：15件 ③給与生活者：10件 ほか

◆契約金額

平均：489,000円 最高額：3,400,000円

◆売却金額

平均：24,000円 最高額：90,000円





相談事例

不用品を集めていると電話があり、業者が来た。結局は貴金属の買取が目的だった。

(西三河県民生活プラザ 相談者:50代女性)

「お店を出すため、不用品を何でも集めている」と電話があった。夫の背広など、通常なら断られるような品物でも何でも引き取ると言われ、来訪を承諾した。実際に見せたところ「型が古すぎて引き取れない。いらぬ貴金属はないか。貴金属と一緒に買い取る」と言われて、ダイヤの指輪、金のネックレスなどを約14,000円で売却した。その後、近所のリサイクルショップに聞いたら、安く買い取られたと言われたので、業者に貰った書面でクーリング・オフのハガキを出した。

業者が返品に応じたら、古着も引き取らないといけぬか。

古着を引き取る目的で来訪を約束したにも関わらず、目的物以外の貴金属を勧誘するのは禁止行為である。クーリング・オフは契約を白紙にするものであり、古着は返品されても仕方ないと説明。後日、無事に戻ってきたことが確認できた。相談者が業者に不用品の勧誘ではなかったのかと尋ねたら、「不用品ではなく、貴金属が目的だった」と言われた。

自宅に来たリサイクル業者が、断りもなく自宅に上り込んで、強引にタンスなどを物色していった。

(中央県民生活プラザ 相談者:70代女性)

「不用品はないか」と電話があり、不用な食器洗浄機があったので、取りに来てもらうように伝えて玄関に出しておいた。すると、20代の男性が来訪して勝手に自宅に上がりこんできた。断りもなく洋服ダンスや小物入れなどを物色し、イヤリングや指輪を3,000円で買い取っていった。契約書などの書類は、一切もらってない。

訪問購入の特定商取引法の規制について説明し、今後、業者が来るような場合は新たな勧誘に当たるので、家の中に入らずに玄関先で用件を聞き、必要がなければきっぱりと断るよう助言した。今後も迷惑行為があったら、警察に相談するよう案内した。

ネットから車の一斉査定を依頼して業者が来訪して売却契約をしたが、解約したい。

(西三河県民生活プラザ 相談者:20代男性)

ネットで四輪自動車の一斉査定を取った後、査定した業者のうちの一者が訪問してきたので、売却契約をした。後日、考え直し、解約を申し出たが、断られた。

四輪自動車は、特定商取引法による規制の対象外になっている。契約書の解約条項を確認するよう助言した。契約書に「解約できない」旨の内容が記載されている場合、既に申し出を拒否されているので、解約は難しいことを説明した。

アドバイス

☆買い取ってもらうつもりがなければ、毅然とした態度できっぱり断りましょう。

勧誘に安易に応じ、後でトラブルになるケースが少なくありません。電話や訪問での勧誘に対しては、必要なければきっぱり断りましょう。

☆必ず買い取り条件などが明記された書面を受け取りましょう。

業者の住所、電話番号、買取価格、条件等が確認できる書面を交付しない業者とは、契約しないようにしましょう。

☆契約後も、一定期間は無条件に契約を解除できます。

書面交付から8日以内は、無条件で契約の解除が可能です。また、この期間内は、商品の引き渡しを拒絶できます。

※ただし、クーリング・オフの適用除外商品などの例外もありますので、注意しましょう。

☆一人で業者に対応しないようにしましょう。迷惑行為は警察へ。

なるべく一人での対応は避け、家族や友人などに同席してもらいましょう。

退去するように言っても居座られたり、強く迫られるなど、危険を感じたら警察を呼びましょう。

トラブルに遭った場合は、早めに最寄りの県民生活プラザ
又はお住まいの市町村の消費生活相談窓口にご相談ください。

消費生活相談の概要 一速報一

＜平成25年度（4月～12月）の相談の特徴＞

平成25年12月に、愛知県の8か所の県民生活プラザに寄せられた相談の件数は1,353件となり、平成25年12月までに寄せられた本年度の相談件数の累計は13,528件となりました。この件数は、前年同期（12,297件）と比べて**10.0%（1,231件）増加**しています。

県民生活プラザ別相談件数（平成25年度4～12月）

単位：件

期間	中央	尾張	海部	知多	西三河	豊田	東三河	新城	計
12月	569	158	89	116	205	55	139	22	1,353
H25(4～12)	5,792	1,529	815	1,140	2,050	690	1,273	239	13,528
前年同期	5,300	1,578	802	1,003	1,719	669	1,054	172	12,297

☆ **30代を除く各年代からの相談が増加**……………表1

契約当事者を年代別にみると、「40代」が2,494件で最も多く全体の18.4%を占め、次いで、「70歳以上」の2,290件（16.9%）、「30代」の2,183件（16.1%）の順となっています。

増加件数が多いものは、「70歳以上」が対前年同期488件増（2,290件）となっています。

☆ **食料品に関する相談が増加**……………表2-1・2

品目別にみると、デジタルコンテンツ、インターネット接続回線などの「運輸通信サービス」が4,228件で最も多く、次いで、ファンド型投資商品、公社債などの「金融保険サービス」の1,202件、電話機・電話機用品、新聞などの「教養娯楽品」の1,035件の順となっています。増加件数の多いものは、健康食品、飲料などの「食料品」が対前年同期464件増（1,016件）となっています。

また、更に細かい分類である**商品等別**にみると、「デジタルコンテンツ」が3,211件で最も多く、次いで、「健康食品」の639件、「工事・建築」の352件の順となっています。増加件数の多いものは、「健康食品」の対前年同期370件増（639件）、「デジタルコンテンツ」が同130件増（3,211件）、「インターネット接続回線」が同74件増（302件）となっています。

☆ **通信販売に関する相談が多い**……………表3-1・2

店舗外取引に関する相談は8,987件で、総相談件数13,528件の66.4%を占めています。このうち、「通信販売」に関する相談が5,604件で最も多く店舗外取引に関する相談の62.4%を占め、次いで、「電話勧誘販売」の1,549件（17.2%）、「訪問販売」の1,364件（15.2%）の順となっています。

また、店舗外取引に関する相談を**販売方法別・商品別**にみると、通信販売の「デジタルコンテンツ」が3,184件で最も多くなっています。増加件数の多いものは、電話勧誘販売の「健康食品」が対前年同期278件増（396件）、「インターネット接続回線」が同60件増（146件）、通信販売の「デジタルコンテンツ」が同123件増（3,184件）となっています。

表1 年代別相談件数

単位：件

区分	未成年	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	不明	計
12月	78	140	247	268	152	174	184	110	1,353
25年度(4~12)	641	1,508	2,183	2,494	1,595	1,749	2,290	1,068	13,528
構成比(%)	(4.7)	(11.1)	(16.1)	(18.4)	(11.8)	(12.9)	(16.9)	(8.1)	(100.0)
前年同期	546	1,477	2,219	2,303	1,446	1,434	1,802	1,070	12,297
対前年同期 増減数	(+95)	(+31)	(-36)	(+191)	(+149)	(+315)	(+488)	(-2)	(+1,231)
対前年同期 増減率(%)	(+17.4)	(+2.1)	(-1.6)	(+8.3)	(+10.3)	(+22.0)	(+27.1)	(-0.2)	(+10.0)

表2-1 品目別相談件数

単位：件

区分	商品計	主なもの			サービス計	主なもの				他の相談計	計
		教養 娯楽品	食料品	被服品		運輸通信 サービス	金融保険 サービス	教養娯楽 サービス	保健福祉 サービス		
12月	530	108	63	91	814	450	102	30	50	9	1,353
25年度(4~12)	5,360	1,035	1,016	766	8,049	4,228	1,202	484	417	119	13,528
構成比(%)	(39.6)	(7.7)	(7.5)	(5.7)	(59.5)	(31.3)	(8.9)	(3.6)	(3.1)	(0.9)	(100.0)
前年同期	4,162	954	552	542	8,018	4,003	1,261	494	460	117	12,297
対前年同期 増減数	(+1,198)	(+81)	(+464)	(+224)	(+31)	(+225)	(-59)	(-10)	(-43)	(+2)	(+1,231)
対前年同期 増減率(%)	(+28.8)	(+8.5)	(+84.1)	(+41.3)	(+0.4)	(+5.6)	(-4.7)	(-2.0)	(-9.3)	(+1.7)	(+10.0)

※主な商品等 教養娯楽品…電話機・電話機用品137件、新聞85件、パソコンソフト81件、パソコン73件など
 食料品…健康食品639件、飲料104件、魚介類78件、穀類38件、調理食品32件など
 被服品…運動ぐつ77件、婦人用バッグ76件、財布類60件、靴58件、ネックレス46件など
 運輸通信サービス…デジタルコンテンツ3,211件、インターネット接続回線302件など
 金融保険サービス…ファンド型投資商品277件、公社債150件、フリーローン・サラ金135件など
 教養娯楽サービス…旅行代理業59件、宝くじ55件、スポーツ・健康教室33件、資格講座24件など
 保健福祉サービス…エステティックサービス165件、医療サービス54件、募金27件など

表2-2 商品等別相談件数

単位：件

区分	順位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12月	デジタルコンテンツ	インターネット 接続回線	健康食品	四輪自動車	工事・建築	ファンド型 投資商品	修理サービ ス	エステティッ クサービス	化粧品	携帯電話 サービス	
	331	54	37	37	35	23	21	19	19	15	
25年度(4~12)	デジタルコ ンテンツ	健康食品	工事・建築	四輪自動車	インターネット 接続回線	ファンド型 投資商品	携帯電話 サービス	修理サービ ス	エステティッ クサービス	公社債	
	3,211	639	352	314	302	277	210	193	165	150	
前年同期	3,081	269	373	316	228	249	198	173	171	151	
対前年同期 増減数	(+130)	(+370)	(-21)	(-2)	(+74)	(+28)	(+12)	(+20)	(-6)	(-1)	
対前年同期 増減率(%)	(+4.2)	(+137.5)	(-5.6)	(-0.6)	(+32.5)	(+11.2)	(+6.1)	(+11.6)	(-3.5)	(-0.7)	

※この他、商品(サービス)を特定できないものを分類した「商品一般」が658件あります。

※デジタルコンテンツとは、インターネットを通じて得られるアダルトサイトや出会い系サイトなどの情報のことです。

表3-1 店舗外取引に関する相談件数

単位：件

区分	訪問販売	通信販売	電話勧誘販売	マルチ商法	送りつけ商法	訪問購入	その他無店舗	計
12月	141	575	134	26	8	10	6	900
25年度(4~12)	1,364	5,604	1,549	186	68	90	126	8,987
構成比(%)	(15.2)	(62.4)	(17.2)	(2.1)	(0.7)	(1.0)	(1.4)	(100.0)
前年同期	1,524	4,829	1,227	199	28	0	113	7,920
対前年同期増減数	(-160)	(+775)	(+322)	(-13)	(+40)	(+90)	(+13)	(+1,067)
対前年同期増減率(%)	(-10.5)	(+16.0)	(+26.2)	(-6.5)	(+142.9)	(0.0)	(+11.5)	(+13.5)

※訪問購入は、H25.2.21以降に設けた分類であり、H24年度のデータはありません。

表3-2 店舗外取引に関する相談の商品等別件数

(1) 訪問販売

単位：件

区分\順位	1	2	3	4	5
12月	工事・建築 19	新聞 14	ソーラーシステム 8	給湯システム 7	テレビ放送サービス 6
25年度(4~12)	工事・建築 167	テレビ放送サービス 69	新聞 67	インターネット接続回線 54	ソーラーシステム 53
対前年同期増減数	203 (-36)	62 (+7)	79 (-12)	53 (+1)	76 (23)

(2) 通信販売

単位：件

区分\順位	1	2	3	3	5
12月	デジタルコンテンツ 328	健康食品 12	パソコンソフト 9	靴 8	化粧品 6
25年度(4~12)	デジタルコンテンツ 3,184	健康食品 96	パソコンソフト 74	運動ぐつ 74	婦人用バッグ 65
対前年同期増減数	3,061 (+123)	67 (+29)	31 (+43)	25 (+49)	27 (+38)

(3) 電話勧誘販売

単位：件

区分\順位	1	2	3	4	5
12月	インターネット接続回線 38	ファンド型投資商品 16	健康食品 12	公社債 8	固定電話サービス 5
25年度(4~12)	健康食品 396	インターネット接続回線 146	ファンド型投資商品 139	公社債 93	株 65
対前年同期増減数	118 (+278)	86 (+60)	146 (-7)	88 (+5)	86 (-21)

(4) マルチ商法

単位：件

区分\順位	1	2	3	4	4
12月	健康食品 6	化粧品 5	複合サービス会員 2	浄水器 2	シャンプー 1
25年度(4~12)	健康食品 58	化粧品 19	ミネラルウォーター 8	ファンド型投資商品 5	浄水器 5
対前年同期増減数	47 (+11)	32 (-13)	2 (+6)	12 (-7)	4 (+1)

(5) 送りつけ商法

単位：件

区分\順位	1	2	3	3	5
12月	健康食品 1	化粧品 1	単行本 1	ペット用品 1	入浴剤 1
25年度(4~12)	健康食品 24	化粧品 5	単行本 4	魚介類 4	果実 3
対前年同期増減数	0 (+24)	1 (+4)	10 (-6)	2 (+2)	0 (+3)

(6) 訪問購入

単位：件

区分\順位	1	2	3	4	5
12月	指輪 2	音響・映像機器 1	婦人洋服 1	四輪自動車 1	食器 1
25年度(4~12)	四輪自動車 14	指輪 8	婦人洋服 7	ネックレス 6	着物類 3
対前年同期増減数	0 (+14)	0 (+8)	0 (+7)	0 (+6)	0 (+3)

※訪問購入は、H25.2.21以降に設けた分類であり、H24年度のデータはありません。