

(資料3)

# 訪問購入に係る規制の現状について

平成29年6月  
消費者庁取引対策課

# 目次

---

1. 訪問購入に係る規制の概要

2. 訪問購入の現状

3. 論点

4. 課題についての検討

5. 結論

# 1. 訪問購入に係る規制の概要

## 訪問購入の定義

### 特定商取引法第58条の4(抄)

「訪問購入」とは、物品の購入を業として営む者(以下「購入業者」という。)が営業所等以外の場所において、売買契約の申込みを受け、又は売買契約を締結して行う物品(当該売買契約の相手方の利益を損なうおそれがないと認められる物品又はこの章の規定の適用を受けることとされた場合に流通が著しく害されるおそれがあると認められる物品であって、政令で定めるものを除く。)の購入をいう。

### ○特定商取引法施行令

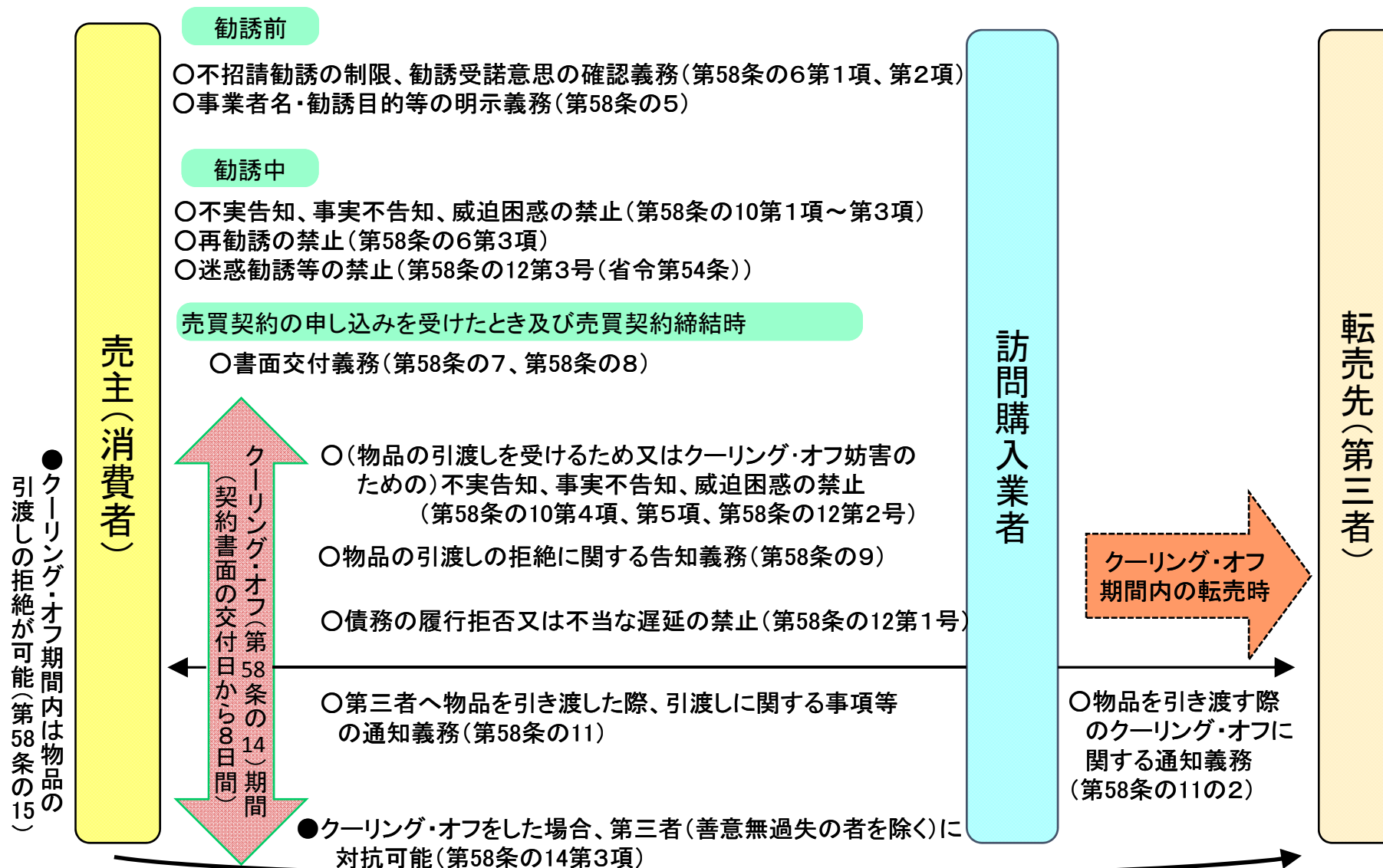
(法第58条の4の政令で定める物品)

第16条の2 法第58条の4の政令で定める物品は、次に掲げる物品とする。

- 一 自動車(二輪のものを除く。)
- 二 家庭用電気機械器具(携行が容易なものを除く。)
- 三 家具
- 四 書籍
- 五 有価証券
- 六 レコードプレーヤー用レコード及び磁気的方法又は光学的方法により音、影像又はプログラムを記録した物

〔※本資料においては、特定商取引に関する法律(昭和51年法律第57号)を「特商法」といい、条文番号の引用時には名称を省略することもある。〕

# 訪問購入の規制概要(イメージ)



## 2. 訪問購入の現状

I. 訪問購入に係る相談の状況

II. 業界の状況(ヒアリング結果)

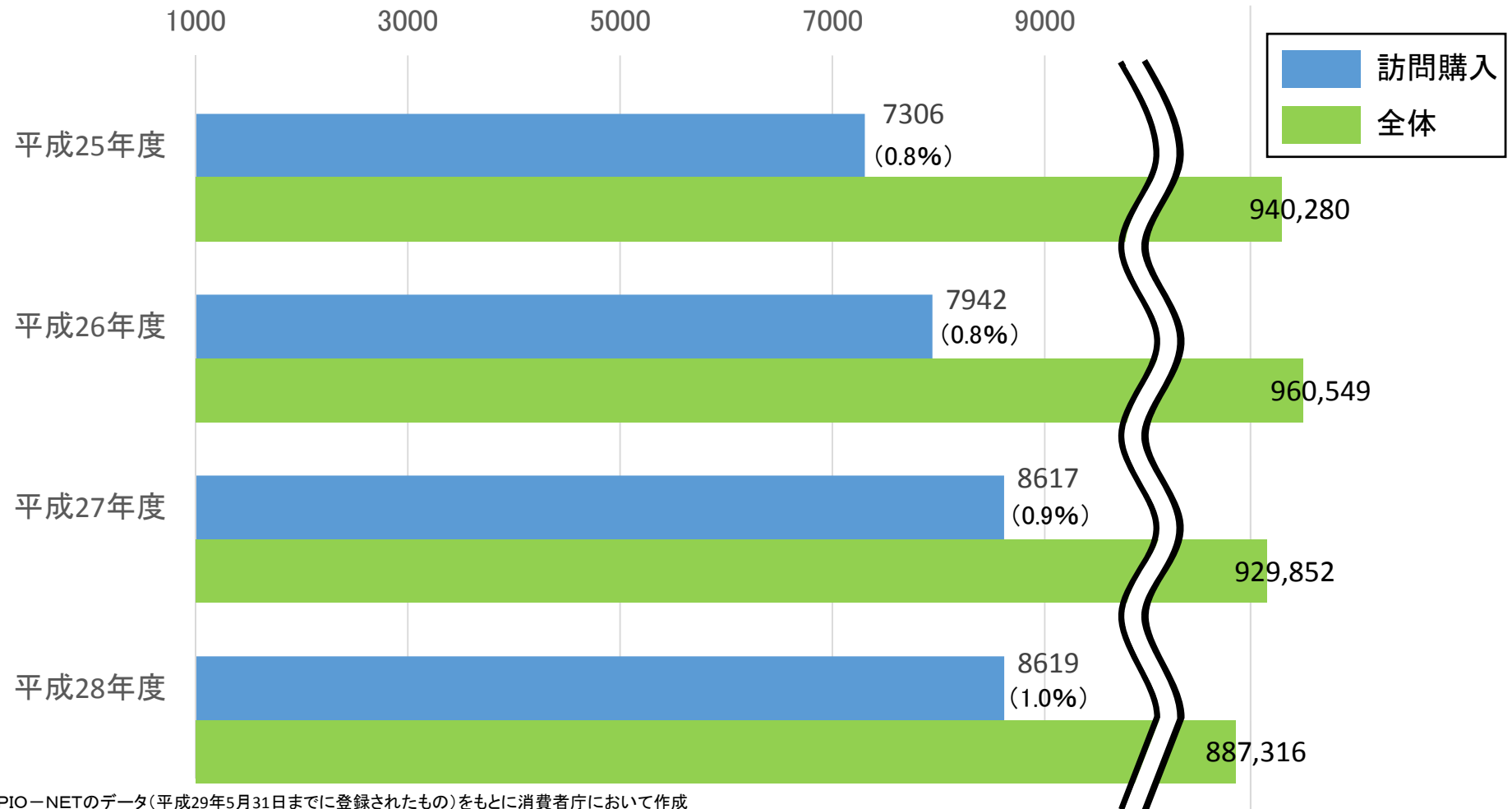
III. 訪問購入業者に対する行政処分状況

IV. 訪問購入事犯の検挙状況及び被害額

# I. 訪問購入に係る相談の動向

訪問購入に係る相談の受付件数の推移は、規制の導入後、増加傾向にあるが、全体の相談に占める割合は、1%以下で推移している。

○年度別にみた訪問購入に係る相談の受付件数の推移



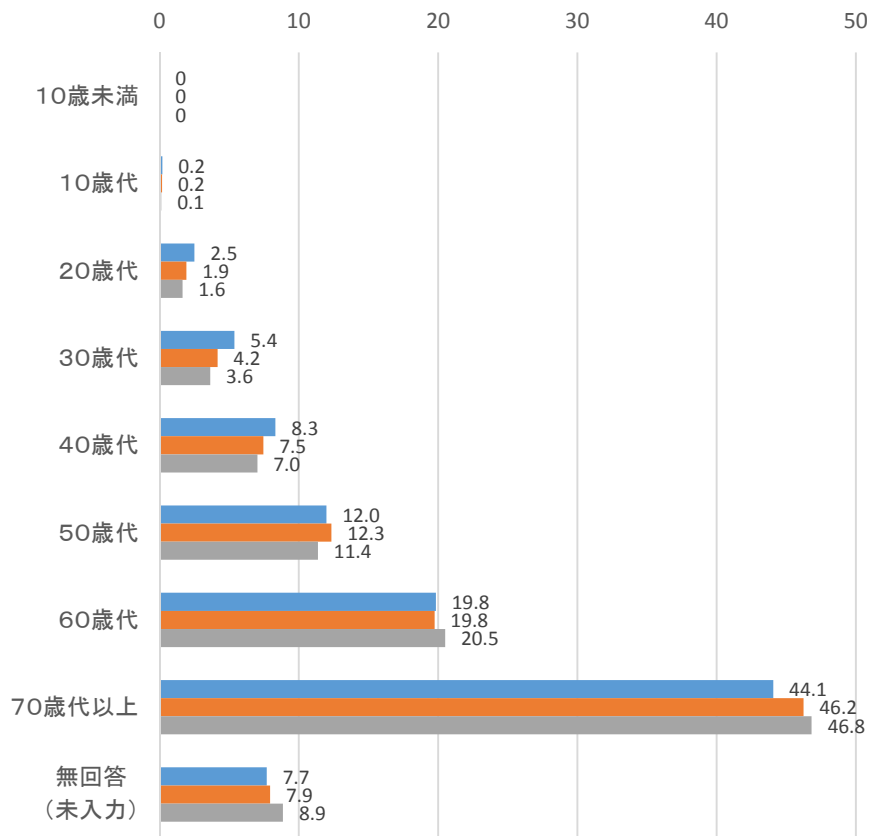
※PIO-NETのデータ(平成29年5月31日までに登録されたもの)をもとに消費者庁において作成  
(「販売購入形態」(必ずしも特定商取引法に基づくものではない)が「訪問購入」と登録されたデータを検索)  
(特定商取引法の改正に伴い、平成25年2月21日以降受付分より、販売購入形態に「訪問購入」を設定)  
(平成27年度以降は、消費生活センター等からの経由相談を除いている)

※次頁以降の訪問購入に係る相談情報の内容分析は、平成28年10月31日までに登録されたもの(例:平成27年度については8,611件)について、消費者庁が国民生活センターから提供を受けて行ったもの

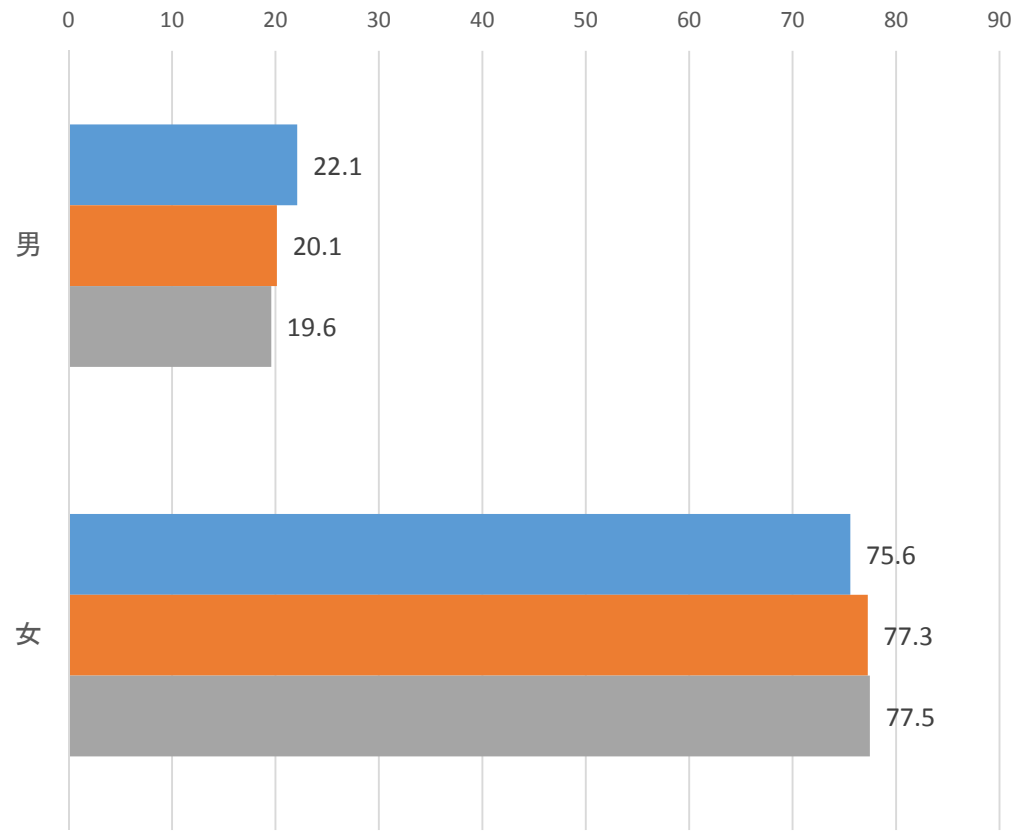
# I. 訪問購入に係る相談の状況

- ◆ 契約当事者年齢構成比をみると、各年度とも70歳以上が最も多く、相談件数の半分近くを占めている。
- ◆ 契約当事者の性別等構成比をみると、女性が約8割を占めている。

○年度別にみた契約当事者年齢構成比（単位：%）



○年度別にみた契約当事者性別等構成比（単位：%）



■平成25年度 ■平成26年度 ■平成27年度

■平成25年度 ■平成26年度 ■平成27年度

※PIO-NETのデータをもとに消費者庁において作成

（「販売購入形態」（必ずしも特定商取引法に基づくものではない）が「訪問購入」と登録されたデータを検索）

（特定商取引法の改正に伴い、平成25年2月21日以降受付分より、販売購入形態に「訪問購入」を設定）

※契約当事者性別等構成比においては、母数に「団体等」、「不明」、「無回答（未入力）」を含む



# I . 訪問購入に係る相談の状況

訪問購入に係る相談を第1商品キーワード別にみると、「アクセサリ」と「被服品」が上位を占めていることが分かる。

受付年度別・第1商品キーワード(上位10物品)							
		平成25年度		平成26年度		平成27年度	
1	商品一般	1132	商品一般	1243	商品一般	1441	
2	アクセサリ(全般)	741	アクセサリ(全般)	666	被服品一般	742	
3	被服品一般	538	被服品一般	638	アクセサリ(全般)	656	
4	指輪	445	指輪	474	着物類	547	
5	ネックレス	406	ネックレス	408	指輪	536	
6	普通・小型自動車	375	着物	364	ネックレス	437	
7	着物	283	普通・小型自動車	362	洋服一般	362	
8	着物類(全般)	213	婦人洋服(全般)	248	靴(全般)	325	
9	婦人洋服(全般)	213	着物類(全般)	222	普通・小型自動車	319	
10	貴金属	196	洋服一般	201	紳士・婦人洋服(全般)	252	

※PIO-NETのデータをもとに消費者庁において作成  
平成27年度にKWが改訂されており、経年的な推移は単純に比較することはできない。

## Ⅱ．業界の状況（ヒアリング結果）

平成24年改正法の施行状況の調査の一環として、平成29年2月、リサイクル・リユース関係団体及び宝石・宝飾品関係団体（合計3団体）に対し、個別にヒアリングを実施した。

### ①訪問買取の状況等

- ・訪問買取で扱うのは家電や家具など大型の物が多く、貴金属の訪問買取は要請があっても消費者に店舗への持参をお願いし、基本的に訪問買取を行っていない（個別の事情によっては行うケースもある。）。
- ・宝石や貴金属の査定（鑑定）は高い技術や器具などが必要で、店頭以外で正確な価値を判断することは難しい。

### ②規制導入による流通への影響等

#### ①家電等

- ・家電等については、通常、動作確認やクリーニング、価格付けなどが必要で販売までに8日以上かかる。また、消費者からクーリング・オフされたという事例を加盟店からは聞いたことがなく、規制による影響はあまりなかった。

#### ②貴金属・アクセサリ

- ・貴金属等は、価格変動等のリスクを負えないため、買取った後、即転売することが多い。
- ・一部加盟店は訪問買取も行っていたが、規制が導入されたことを一つのきっかけとして、訪問買取を行わなくなった。

### ③平成24年改正法への意見等

- ・現行法の下でも、貴金属の訪問買取は8日間のクーリング・オフによる、相場変動等のリスクを負う状態にあり、普通の事業者が訪問買取市場から退出してしまい、却って悪質事業者がはびこる規制になっているのではないか。
- ・平成24年改正法の周知・啓発が十分とはいえないのではないか。パンフレットもよいが高齢者への訴求効果が高いテレビなどを活用して行うべき。

### Ⅲ. 訪問購入業者に対する行政処分状況

- ◆ 訪問購入の処分案件は、国、都道府県合わせて7社(業務停止命令2社、指示5社)。
- ◆ 違反事由は、氏名等不明示が7/7社、不招請勧誘が6/7社認定されている。
- ◆ 全事業者が貴金属を取り扱っている。

事業者名	処分日	処分内容	処分主体	買取物品	違反事由							
					勧誘規制						書面不備	債務不履行
					氏名等不 明示(58 条の5)	不招請勧 誘(58条 の6①)	勧誘を受ける意 思確認義務違 反(58条の6②)	再勧誘 (58条の6 ③)	引渡拒絶告 知違反(58 条の9)	迷惑勧誘(58 条の12三、省 令54一)	書面記載 不備(58条 の8②)	債務履行拒 否・遅延(58 条の12一)
株式会社 HE-ART (エア)	H26. 5.23	業務停止 3ヶ月	消費者 庁	貴金属、切手、古 着、家電製品等	○	○	○		○	○		
株式会社 リマック	H26. 11.6	指示	関東経 済産業 局	貴金属、ブランド品、 金券類、着物等	○	○						
株式会社 ランド	H27. 3.20	指示	消費者 庁	貴金属、中古ブラ ンド品、ブランド時 計、宝石類、中古 衣類、着物、記念 切手等の金券等	○	○			○	○	○	
株式会社 T&Aコーポ レーション	H28. 4.26	指示	九州経 済産業 局	貴金属、中古ブラ ンド品等	○	○	○	○		○	○	
株式会社 Top around	H28. 7.4	指示	埼玉県	貴金属等	○					○		
株式会社 エスイーシー	H29. 3.15	業務停止 6ヶ月、指 示	中国経 済産業 局、広 島県	貴金属等	○	○	○				○	○
株式会社 ホールド	H29. 5.18	指示	東京都	貴金属等	○	○				○	○	

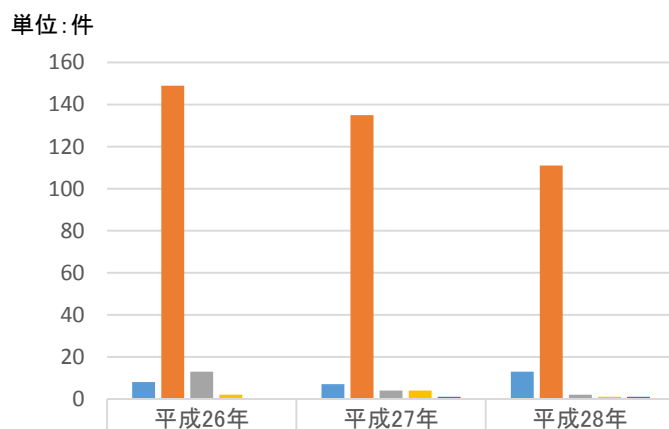
## IV. 訪問購入事犯の検挙状況及び被害額

- ◆ 特定商取引等事犯(※1)のうち、訪問購入事犯の検挙件数は平成26年以降毎年10件前後であり、訪問販売事犯の十分の一程度。
- ◆ 訪問購入事犯の検挙事件に係る被害総額(※2)は2千万円未満で、訪問販売事犯に係る被害額の百分の一未満。

※1 特定商取引法違反及び特定商取引に関連する詐欺、恐喝等に関わる事犯。

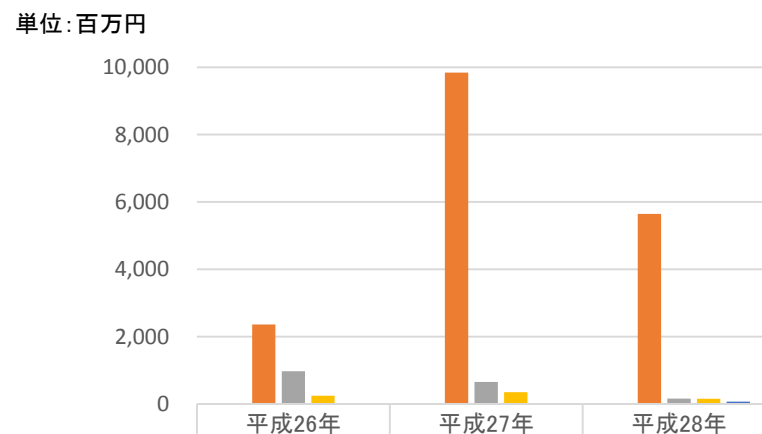
※2 特定商取引法違反の契約額及び詐欺の被害額等

### 特定商取引等事犯の検挙状況



	平成26年	平成27年	平成28年
訪問購入事犯	8	7	13
訪問販売事犯	149	135	111
電話勧誘販売事犯	13	4	2
連鎖販売取引事犯	2	4	1
業務提供誘引販売取引事犯	0	1	1

### 検挙事件に係る被害額



	平成26年	平成27年	平成28年
訪問購入事犯	18	1	15
訪問販売事犯	2,361	9,843	5,646
電話勧誘販売事犯	971	655	160
連鎖販売取引事犯	242	348	153
業務提供誘引販売取引事犯	0	25	69

※「警察庁資料(平成26/27/28年中における生活経済事犯の検挙状況等について)」をもとに消費者庁において作成

## 3. 論点

### 3. 論 点

---

#### 論点①

物品の占有を確実に回復し又は保持することができるようにするための制度

#### 論点②

勧誘規制の在り方

#### 論点③

適用除外物品の在り方

### 3. 論 点

---

#### ○平成24年改正特定商取引法 附則

(検討)

第四条 政府は、新特定商取引法第五十八条の十四第一項に規定する申込者等  
が同項の規定による売買契約の解除をした場合において当該申込者等が新特  
定商取引法第五十八条の四に規定する訪問購入に係る物品の占有を確実に回  
復し又は保持することができるようにするための制度について検討を加え、その  
結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

2 政府は、前項に規定するもののほか、この法律の施行後三年を経過した場合  
において、新特定商取引法の規定の施行の状況について検討を加え、必要があ  
ると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする

#### 【参考】民法

(即時取得)

第九十二条 取引行為によって、平穩に、かつ、公然と動産の占有を始めた者は、善意であり、か  
つ、過失がないときは、即時にその動産について行使する権利を取得する。

### 3. 論 点

---

#### ○参議院消費者特委における附帯決議(平成24年6月20日)

四、訪問購入に係る規制の対象とならない物品及び不招請勧誘の禁止の規定の適用除外となる取引の態様を政令で定めるに当たっては、規制の隙間が生じないようにするとともに、消費者委員会の意見を十分に尊重すること。また、本法の施行状況を十分に踏まえ、適宜適切な見直しを行うこと。

五、訪問購入に係るトラブルの相談件数のうち、電話勧誘によるものが一定割合を占める状況に鑑み、本法の施行状況の検討と併せて訪問購入に係る不招請の電話勧誘を禁止することの要否について検討を行い、必要な措置を講ずること。

#### ○衆議院消費者特委における附帯決議(平成24年8月7日)

四 訪問購入に係る規制の対象とならない物品及び不招請勧誘の禁止の規定の適用除外となる取引の態様を政令で定めるに当たっては、規制の隙間が生じないようにするとともに、消費者委員会の意見を十分に尊重すること。また、本法の施行状況を十分に踏まえ、適宜適切な見直しを行うこと。

五 訪問購入に係るトラブルの相談件数のうち、電話勧誘によるものが一定割合を占める状況に鑑み、本法の施行状況の検討と併せて訪問購入に係る不招請の電話勧誘を禁止することの要否について検討を行い、必要な措置を講ずること。



## 4. 論点についての検討

I. 物品の占有を確実に回復し又は保持することができるようにするための制度の検討

II. 勧誘規制の在り方の検討

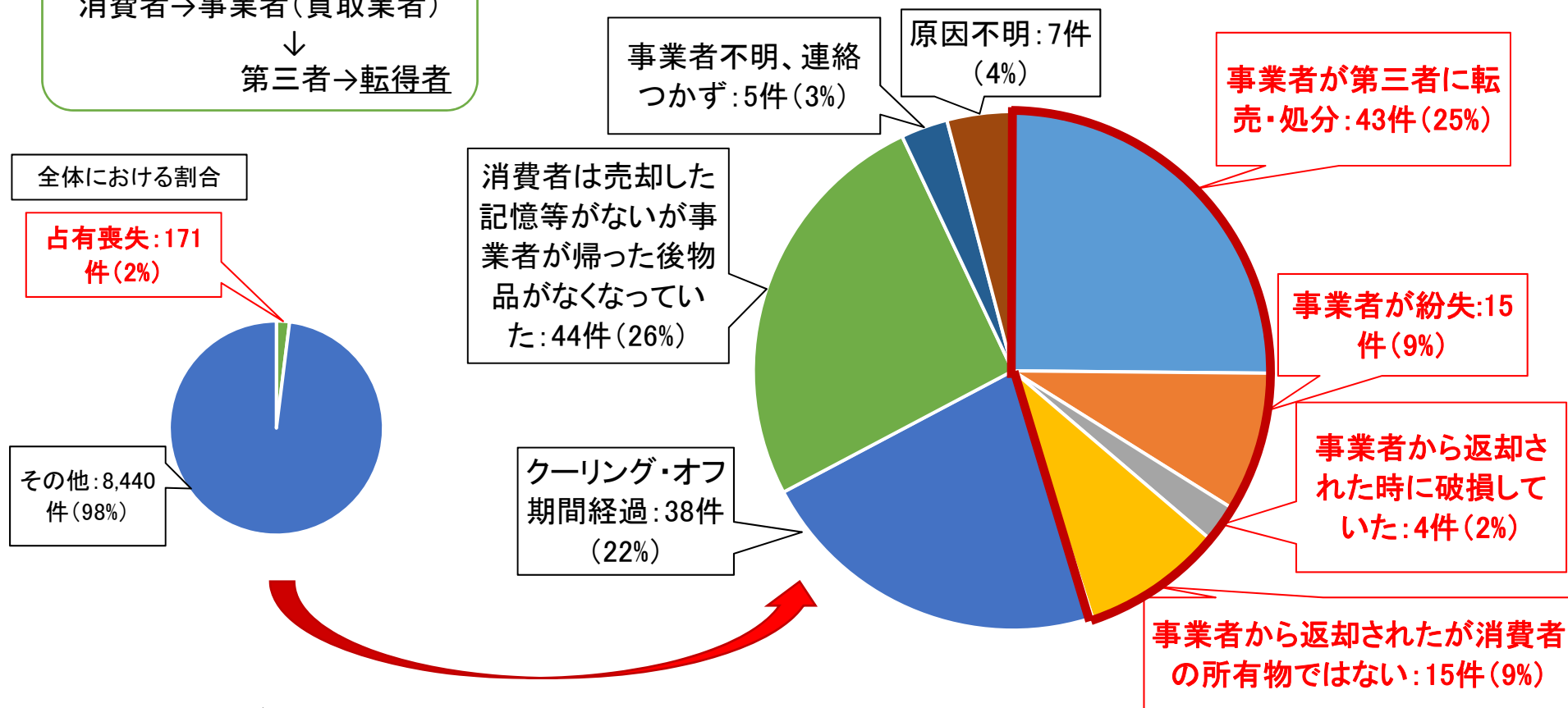
III. 適用除外物品の検討

# I. 物品の占有を確実に回復し又は保持することができるようにするための制度の検討

- ◆ 平成27年度にPIO-NETに寄せられた相談中「訪問購入」に関するものは8,611件
- ◆ 8,611件中、占有が回復されなかったものは171件(2%) (左下グラフ)
- ◆ 171件中、事業者側に原因があると考えられるものは77件(右下グラフ赤枠部分)
- ◆ 第三者から物品を取得した転得者(※)が即時取得(民法192条)したことによる占有喪失は0件

※物品の流れ  
 消費者→事業者(買取業者)  
 ↓  
 第三者→転得者

注) グラフ中のパーセンテージは、占有喪失(171件)に対する割合。

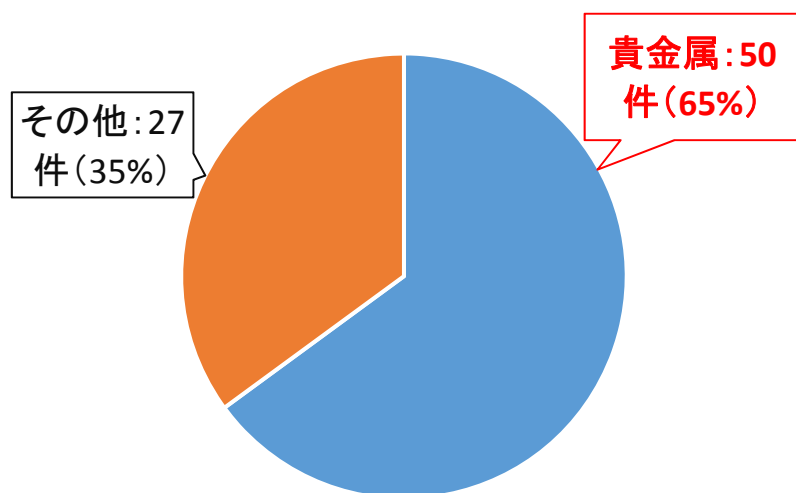


※PIO-NETのデータをもとに消費者庁において作成

# I. 物品の占有を確実に回復し又は保持することができるようにするための制度の検討

## ○占有喪失した物品(貴金属)の検討

### 占有の回復が問題となるものは主に貴金属



※PIO-NETのデータをもとに消費者庁において作成

事業者側の原因により占有が回復しなかったと考えられる77件中(前頁グラフ赤枠部分)、貴金属は65%(50件)

### 訪問購入 過去の処分事業者一覧

事業者名	買取物品
株式会社HE-ART (エア)	貴金属、切手、古着、家電製品等
株式会社リマック	貴金属、ブランド品、金券類、着物等
株式会社ランド	貴金属、中古ブランド品、ブランド時計、宝石類、中古衣類、着物、記念切手等の金券等
株式会社 T&Aコーポレーション	貴金属、中古ブランド品等
株式会社Top around	貴金属等
株式会社エスイーシー	貴金属等
株式会社ホールド	貴金属等

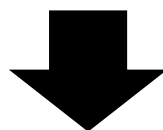
過去の処分案件において、全事業者が貴金属を取り扱っている

- 事業者等へのヒアリングによると、貴金属以外の物品(携行容易な家電等)は、物品のクリーニング等、次の販売に向けた準備が必要であるため、事業者の買取後店頭で並ぶまで8日間以上かかることが多い。

## I. 物品の占有を確実に回復し又は保持することができるようにするための制度の検討

### ○現在の状況

- ◆ 平成27年度の訪問購入に関する相談8,611件のうち、クーリング・オフした消費者が占有を回復できなかった理由として確認できるものは、買取の相手方である消費者に通知のない第三者への転売や買取事業者による紛失(いずれも現行の特商法違反の可能性が高い)等であり、転得者による即時取得(民法192条)が理由となった事例は1件も見当たらない。
- ◆ 現行の規制により、すでに多くの事業者が貴金属の訪問購入を行っていないことがうかがわれる。  
【理由】8日間のクーリング・オフの規定により価格変動リスクを負う等、コストを負担しきれない。



消費者被害の一層の防止のためには、現行の規制の周知徹底、現行の規制を遵守していない悪質事業者に対する積極的な法執行が効果的

## I. 物品の占有を確実に回復し又は保持することができるようにするための制度の検討

### ○今後の対応

#### ◆消費者によるクーリング・オフに対し、正当な理由なく物品を返還しない事業者に対する処分基準を明確化(通達改正)

##### ➤特商法第58条の12(指示)

「一 訪問購入に係る売買契約に基づく債務又は訪問購入に係る売買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」

⇒法執行に当たっては、消費者によるクーリング・オフに対し、「紛失した」等として買い取った物品を返却しない事例が複数認められる事業者については、特段の理由のない限り、「債務の全部又は一部の履行を拒否し、又は不当に遅延」を行っているものと取り扱う旨を明確化する。

#### ◆現行の規制を遵守しない悪質事業者に対する一層積極的な法執行

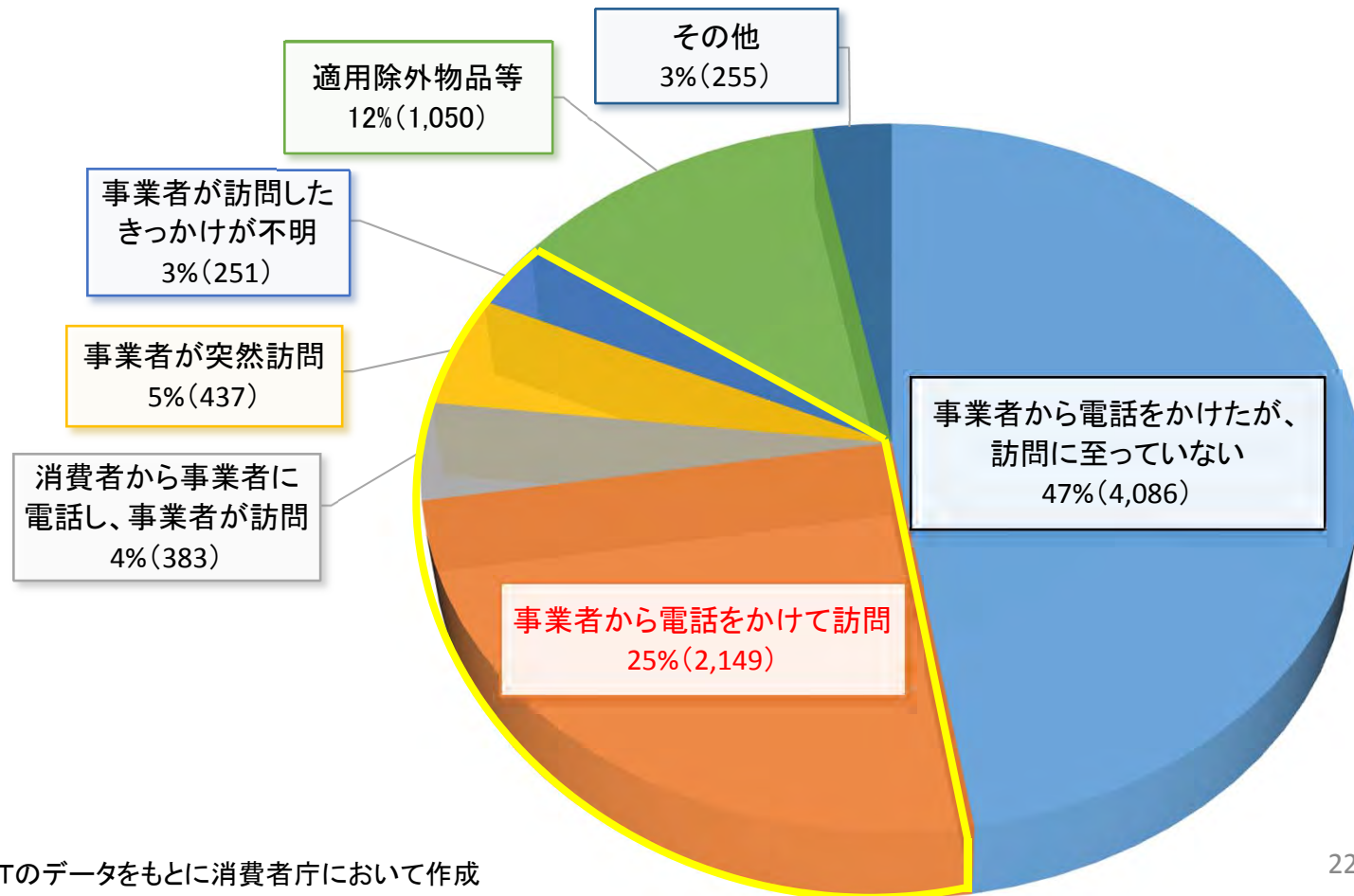
#### ◆現行の規制について、消費者及び事業者への周知を徹底

- ・クーリング・オフ期間中の物品の引渡しの拒絶に関する告知(第58条の9)
- ・第三者への物品の引渡しについての相手方に対する通知(第58条の11)等

## Ⅱ. 勧誘規制の在り方の検討

- ◆ 平成27年度にPIO-NETに寄せられた相談で、「訪問購入」に関するものは8,611件。
- ◆ 事業者から消費者に電話をかけたが、まだ訪問に至っていないものが全体の約半分を占める。
- ◆ 相談事例のうち、事業者からの電話により訪問に至ったものは2,149件(25%)。(グラフ赤字部分)

### ○訪問購入に関するPIO-NET上の相談情報(平成27年度)



※PIO-NETのデータをもとに消費者庁において作成

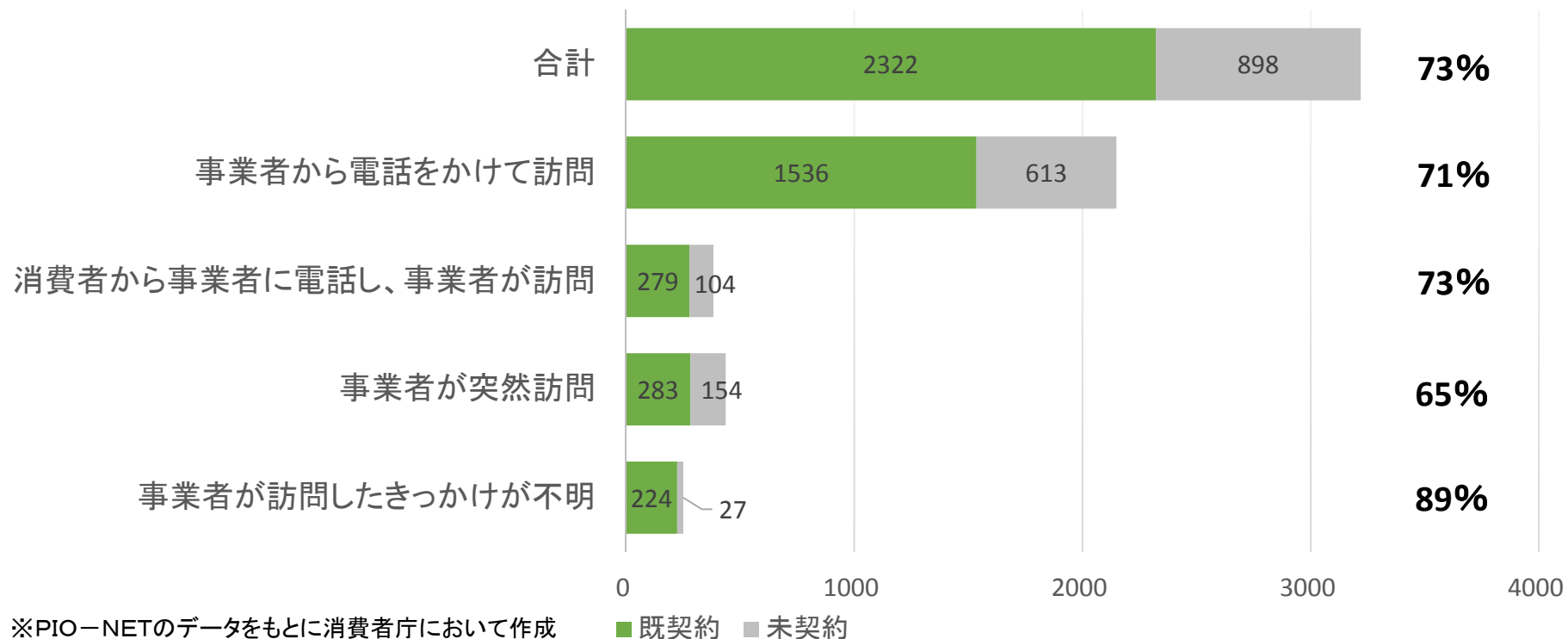
## Ⅱ. 勧誘規制の在り方の検討

- ◆ 2015年度の相談8,611件のうち、事業者が消費者宅を訪問したもの(※1)は3,220件(※2)。
- ◆ 消費者宅を訪問したものうち、契約に至ったものは2,322件(73%)。
- ◆ 契約に至った割合については、事業者から電話をかけたケースと、消費者から電話をかけたケースで、大差はない。

※1 特商法の訪問購入規制が及ぶものに限る。

※2 前頁の円グラフのうち、黄色で囲った部分。

### ○事業者が消費者宅を訪問した相談事例のうち、契約に至ったものの割合



## Ⅱ. 勧誘規制の在り方の検討

### ○代表的な相談の内容(事業者からの電話により訪問に至ったもの)

事業者からの電話により訪問に至ったもの(2,149件)について、代表的な相談事例は以下のとおり。

(1) 訪問時に電話と違う種類の物品について勧誘されたもの (1,541件)

- ① 電話では「不要品(衣類等)があれば買取りたい」と言われたのに、実際には貴金属の買取について勧誘され、貴金属を強引に買取られた。
- ② 電話では親切そうな女性が「いらぬ衣類を買取りに伺います」と言っていたのに、実際には男が訪ねてきて貴金属を出すよう言われ、怖かった。

(2) 訪問時に電話と違う物品について勧誘していない(又は勧誘内容が不明な)もの (556件)

- ① 電話で「アクセサリを買取る」と言われたので不要な指輪を用意していたところ、売るつもりがなかったネックレスまで強引に買取られてしまった。
- ② 電話で「貴金属を買取る」と言われて来訪してもらったところ、相場よりかなり安い値段で買取られてしまった。
- ③ (取引内容に不満はないが)買取の際、書類に個人情報を記載したのが不安。

(3) 電話で消費者が訪問を断ったのに、事業者が訪問したもの (52件)

- ① 断ったにもかかわらず業者が家に来て、貴金属を買取られてしまった。
- ② 断ったにもかかわらず業者が家に来たが、対応しなかった。



## Ⅱ．勧誘規制の在り方の検討

### ○相談事例の検討

➤事業者からの電話がきっかけで訪問に至ったものについては、以下①②より、現行法の厳格な執行により対応できるケースが多いと思われる。

①前頁の(1)及び(3)については明らかに現行法の不招請勧誘規制(第58条の6第1項)に違反するもの

②(2)についても、現行の迷惑勧誘等の規制や、クーリング・オフにより救済が可能であるものが多いと見られる。また、事業者から電話をかけて相手方から訪問の appointments を取得したからといって、現行法上禁止されている不招請勧誘に当たらないとはいえない(※)。

➤訪問購入の適正化を図るためには、事業者には現行法の遵守を求めるとともに、消費者にもクーリング・オフ制度の存在や、クーリング・オフが可能な期間内には物品の引渡しの拒絶ができる旨等について周知啓発を行うことが重要。

※「特定商取引に関する法律等の施行について」(通達)

相手方が購入業者に単に査定のみを依頼した場合は、「勧誘の要請」があったとはいえない。また、一般的な事項に関する照会や資料の郵送の依頼等があったことをもって、「勧誘の要請」があったとすることはできない。購入業者から電話をかけ、訪問して勧誘を行ってよいか否かを積極的に尋ねて相手方から「勧誘の要請」を取り付けるような場合も同様である。

### Ⅲ. 適用除外物品の検討

平成27年度のPIO-NETに登録された訪問購入に関する相談件数(8,611件)のうち、適用除外物品の買取等が相談の直接的な原因となっていると考えられるものは下表のとおり。

#### ○平成27年度の訪問購入(適用除外物品)に関する相談状況の全体像

物品	当該物品の買取等が相談の直接の原因となっている件数
自動車	448
家電	53
家具	14
有価証券	2
書籍	13
レコード等	7

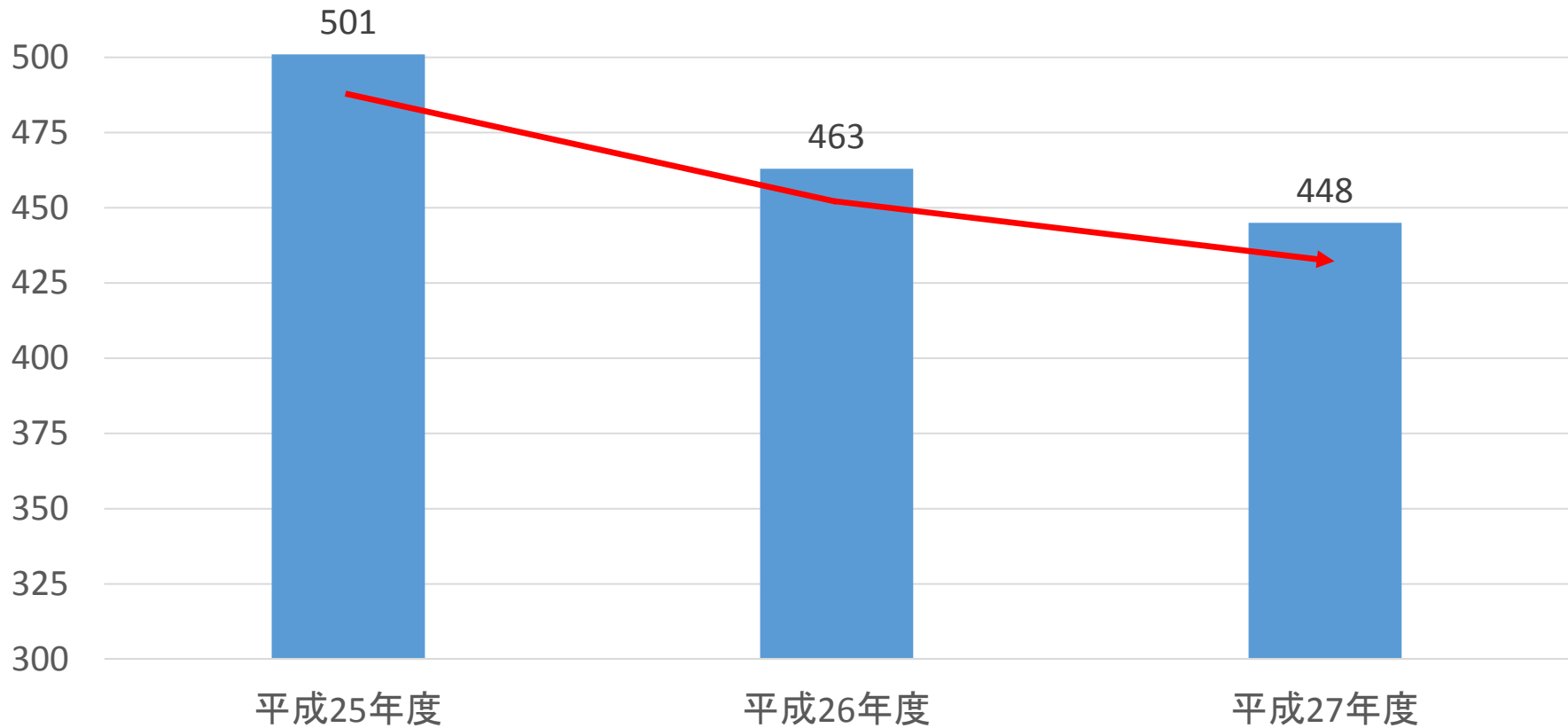
※1 PIO-NETのデータをもとに消費者庁において作成

※2 1つの相談において、2以上の適用除外物品についてカウントしている場合もある。

### Ⅲ. 適用除外物品の検討

近年の自動車の訪問購入に関する相談件数を年度別にみると、訪問購入規制が導入された直後の平成25年度が501件と最も多く、その後は、減少傾向にある。

PIO-NETに登録されている自動車の訪問購入に関する相談件数(年度別)



※ PIO-NETのデータをもとに消費者庁において作成

### Ⅲ. 適用除外物品の検討

自動車の訪問購入に関する相談448件を分析すると、相談の約8割を買取価格や解約等に関する相談が占めている。

年度	件数	内訳	件数
平成27 年度	448	①買取価格・解約等に関する相談	360
		②事業者の対応・手続等に関する相談	39
		③税金還付(返金)に関する相談	8
		④契約内容に関する相談	3
		⑤問合せ等	38

#### ○相談事例

##### 【事例1】（買取価格・解約等に関する相談）

軽自動車を売却するため、売却見積もりサイトに登録した。最初に来訪した買取業者が53万円で買い取るというので、契約をした。後刻、他の業者が来訪し、査定額が71万8千円と言われ、そちらと契約したいと思った。すぐに契約した買取業者に電話をすると、解約はできないと言われた。

##### 【事例2】（買取価格・解約等に関する相談）

インターネットで車の査定を申し込んだところ、業者が来宅し、主人と話をして契約をした。業者が帰った後私と主人で話し合い、車を売却すると主人の通勤手段がなくなるので契約はなかったことにしてもらおうということになった。業者に解約を申し入れたができないと言われた。



適用除外物品を見直すべき特段の状況は見当たらない。

## 5. 結論

## 5. 結論

訪問購入に係る消費者被害の現状を踏まえれば、現行の規制の周知及び一層の運用の強化により、消費者被害の防止を図ることが重要。

具体的には

- ・消費者・事業者に対し、改めて現行の訪問購入に係る規制の周知・啓発を徹底する。  
※ 平成28年改正法の周知と併せて行う。
- ・通達の改正等により訪問購入に係る規制の円滑な運用を図る。
- ・法令違反事案、特に消費者の正当な占有回復が妨げられるような悪質事案等に対して、一層積極的な法執行を行う。
- ・訪問購入については、比較的狭い範囲で行われるケースが多いと考えられる反面、都道府県による単独の行政処分はなお2件にとどまることから、都道府県レベルの一層の積極的な執行を支援する。  
(例)・特商法執行ネット(消費者庁、地方経済産業局、都道府県の法執行部門を結ぶ調査情報ネットワークシステム)の更新(平成29年度予算)
  - ・地方ブロック会議における情報交換の実施等
  - ・警察との連携強化(古物商向けの周知等)

今後の相談状況等もよく注視し、訪問購入に係る規制の見直しについては、必要があれば平成28年改正法の見直しと合わせて行う。