

# 特定商取引法および割賦販売法 改正の要点について

平成21年10月5日

弁護士法人エルティ総合法律事務所所長弁護士

元東京地方裁判所非常勤裁判官

総務省行政管理局技術顧問、東京都入札監視委員会副委員長

藤 谷 護 人

## 改正の要点

### ① 訪問販売における消費者保護対策の強化

- ◆規制の抜け穴の解消(商品、役務の指定制の廃止、割賦の定義を見直し等)
- ◆訪問販売規制の強化(再勧誘禁止、過量販売規制)

### ② 通信販売における消費者保護対策の強化

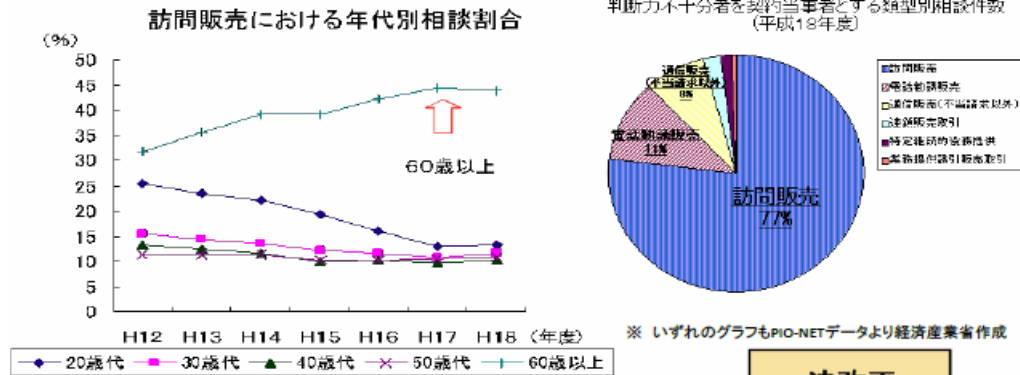
- ◆返品特約の表示
- ◆電子メール広告規制

### ③ その他（自主規制の強化、罰則の強化）

### ④ 我が国企業活動における「第二次文化革命」

# 改正の要点①

## 訪問販売に関する対策



### 被害事例

- ・独り暮らしで年金生活の母が訪問販売を受け、呉服などを1千万円以上を買わされていた。複数の信販会社から請求を受け、貯金も底を尽きている。母は判断力が低下しており、買った着物もほとんどが未開封であった。
- ・判断力が低下した高齢者の姉妹が複数の業者から総額約5千万円のリフォーム工事を訪問販売で売りつけられた。最終的に信販会社が被害者の自宅を競売にかけた。

### 法改正

#### 規制の抜け穴の解消



- 別法で消費者被害の是正等ができるものを除き、原則すべての商品・役務を扱う取引(訪問販売、電話勧誘販売、通信販売)を規制対象に。【改正特商法第2条】【改正割販法第2条】
- その上で、クーリング・オフになじまない商品・役務等は、該当規制から除外。【改正特商法第26条】【改正割販法第35条の3の60】
- 割賦の定義を見直し、2ヶ月以上後の1回払い、2回払いも規制対象に(現行は3回払い以上)【改正割販法第2条】

#### 訪問販売規制の強化



- 訪問販売業者に当該契約を締結しない旨の意思を示した消費者に対しては、契約の勧誘をすることを禁止。【改正特商法第3条の2】
- 訪問販売によって通常必要とされる量を著しく超える商品等を購入する契約を結んだ場合、契約後1年間は契約の解除等が可能に(消費者にその契約を結ぶ特別な事情があったときは例外)【改正特商法第9条の2】

#### クレジット規制の強化



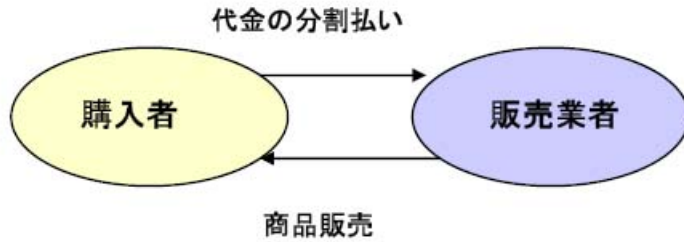
- 個別クレジットを行う事業者を登録制の対象とし、行政による監督規定を導入【改正割販法第35条の3の23等】
- 個別クレジット業者に訪問販売等を行う加盟店の行為について調査することを義務づけ、不適正な勧誘があれば、消費者へ与信することを禁止。【改正割販法第35条の3の5～7】
- 訪問販売等による売買契約が虚偽説明等により取り消される場合や、過量販売で解除される場合、個別クレジット契約も解約し、消費者が既に支払ったお金の返還も請求可能に。【改正割販法第35条の3の12～16】
- クレジット業者に対し、指定信用情報機関を利用した支払能力調査を義務づけるとともに、支払能力を超える与信を禁止。【改正割販法第30条の2、第30条の2の2、第35条の3の3～4】

民法規定の消費者保護のための特別法化①→消費者契約法→改正特商法→改正割販法

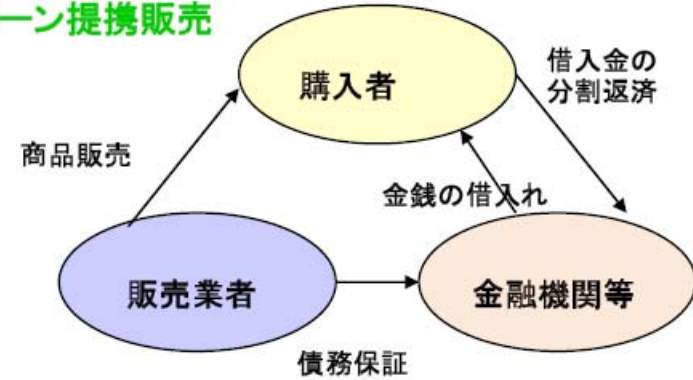
<p>民法96条詐欺取消。取消権の消滅時効5年。</p>	<p>消費者契約法4条1項・2項:要件緩和。重要事項について事実と異なる告知、将来の不確定事項を断定的説明、不利益事実の不告知の場合、取消できる。但し、取消権の消滅時効6ヶ月。代金返還請求しうるが、不当利得返還もしなければならない。</p>	<p>◆改正特定商取引法9条の2、12条:さらに要件緩和。日常生活において通常必要とされる回数、期間若しくは分量を著しく超えた場合(過量販売)、著しく事実と相違する表示、実際よりも著しく優良・有利であると誤認させるような表示の場合、解除をできる。◆但し、契約締結の時から1年間以内に行使。◆代金返還請求しうるし、不当利得返還はしなくても良い(9条の2、3項、9条5項準用)。</p>	<p>◆改正特商法9条:法5条の申込者からの書面を受け取ってから8日間は無理由かつ無条件で契約(通販を除く)を解除できる。代金返還請求しうるし、不当利得返還はしなくても良いと改正された(クーリング・オフ制度の清算方法、9条5項)。</p>	<p>◆改正割賦販売法35条の3の10~11により、個別クレジットに該当する場合に、(1)クレジット契約のクーリング・オフ制度(創設)により、同時にもとの販売契約もクーリング・オフされる。(2)個別クレジット業者、販売業者、購入者の関係を一括精算できる。①購入者は、商品を販売業者に返還し、販売業者は頭金などすでに受け取った金額を購入者に返還しなければならない。②販売業者は、個別クレジット業者から支払われた立替金を返還する。③購入者は、個別クレジット業者への既払い金の返還を受けられる。④個別クレジット業者は、販売業者に支払った立替金相当分を購入者に請求できない。</p>	<p>◆改正割販法35条の3の12~16により、過量販売に対する個別クレジット契約は、(1)1年内は解除可能とし、(2)①与信契約に関する損害賠償が制限される。(2)個別信用購入あっせん業者は、立替金相当額を購入者に請求できない。(3)販売業者は立替金を個別信用購入事業者に返還しなければならない。(4)個別信用購入あっせん業者は、購入者から受け取った既払い金を購入者に返還しなければならない。</p>
<p>民法96条強迫取消。取消権の消滅時効5年。</p>	<p>消費者契約法4条1項・2項:要件緩和。求めに反して自宅や職場に居座って勧誘、店舗などに長時間拘束して勧誘の場合取消を可。但し、取消権の消滅時効6ヶ月。</p>		<p>◆同上</p>	<p>◆同上</p>	

## 【取引形態図】

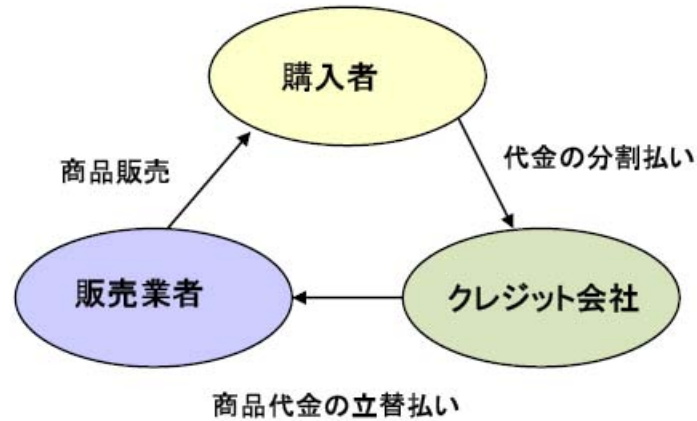
### (1) 割賦販売



### (2) ローン提携販売



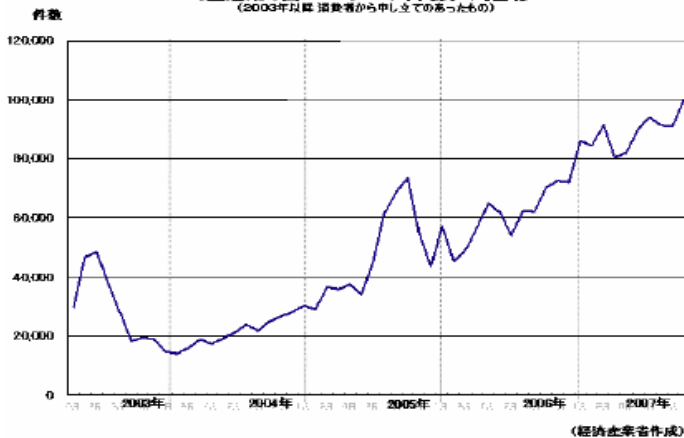
### (3) 割賦購入あっせん



## 改正の要点②

### インターネット通信販売などの新分野

迷惑広告メールの件数の推移  
(2003年以降 消費者から申し立てのあったもの)



通信販売における返品トラブルに関する苦情の内訳  
(平成18年度:相談上位項目)

苦情内容	件数	構成比
返品・交換	513	24.90%
顧客対応	356	17.30%
電話が繋がらない	254	12.30%
商品の未着・延着	235	11.40%
その他	703	34.10%

※日本通信販売協会

2006年度「通販110番」報告書より

### 法改正

### 被害事例

- ・インターネット通販で購入した商品が広告画像とあまりに違う上、返品ができないとの表示もなかったため、返品を申し出たが、まったく取り合ってくれない。
- ・これ以上メールを送信しないように返信すると、他の事業者を含めてより多くの迷惑広告メールが到着。
- ・クレジット会社の業務委託先の従業員がカード番号・有効期限の情報15万件を第三者に漏洩し、インターネット取引で600万円超の不正利用が発生。

### インターネット取引等の 規制強化



- 返品の可否・条件を広告に表示していない場合は、8日間、送料消費者負担で返品(契約の解除)が可能に。【改正特商法第15条の2】
- 消費者があらかじめ承諾しない限り、迷惑広告メールの送信を禁止。【改正特商法第12条の3等】
- 個人情報保護法でカバーされていないカード情報の漏洩や不正入手をした者を刑事罰の対象に。【改正割販法第49条の2】

## 改正の要点③

### 罰則の強化 自主規制の強化



- 違反事業者に対する罰則を強化【改正特商法第70条等】【改正割販法第49条等】(不実の告知、重要事項不告知 → 現行2年を3年に引き上げ)等。
- クレジット取引の自主規制等を行う団体を認定する制度を導入。【改正割販法第35条の18等】
- 訪問販売協会(既存制度)による自主規制の強化。【改正特商法第27条の2等】



## 民法規定の消費者保護のための特別法化②→電子消費者契約法、→改正特商法

<p><b>民法95条</b> 錯誤無効、ただし、表意者に重大な過失がある場合、表意者から無効を主張できない。</p>	<p><b>電子消費者契約法3条</b> 「民法の錯誤の例外規定」は、消費者が行なう電子消費者契約の申込み又はその承諾に意思表示について、その契約の要素に錯誤があった場合であって、当該錯誤が次のいずれかに該当する場合は適用しない。但し、事業者側が意思表示の確認処置を講じた場合又は消費者からそのような確認処置が不要であるという意思の表明があった場合は、この限りではない。          ・消費者が電子消費者契約の申込み又はその承諾をする意思がなかったとき。          ・消費者が電子消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示と異なる意思表示をする意思があったとき。          なお、錯誤に関する電子契約法の規定は、消費者と事業者間に限られた規定であることに注意すること。</p>	
<p><b>民法97条1項</b> 隔地者に対する意思表示は、その通知が相手方に到達したときからその効力を生じるのが原則、<b>民法526条1項</b> 例外として、隔地者間における契約は、承諾の通知を発したときから成立する、とされる。</p>	<p><b>電子消費者契約法4条</b>によると、「民法の隔地者間の契約に対する例外規定」は電子承諾通知を発生する場合には適用しない、とされる。言いかえると、隔地者間の契約では電子承諾通知が相手に到達したときに契約が成立する、ということになる。          また、電子承諾通知に関する電子契約法の規定は、消費者と事業者間に限られた電子承諾通知に対する規定ではなく、電子承諾通知全体に関する規定である。(錯誤に関する電子契約法の規定とは、適用範囲が異なる。)</p>	
<p><b>民法の意思自治の原則</b>によれば、契約の誘引について何らの制限はない。</p>		<p><b>改正特定商取引法12条の3、36条の3、54条の3</b>で、相手方消費者の承諾を得ないで「通信販売電子メール広告」をすることを禁止。<b>各同条の4</b>で、「通信販売電子メール広告」の一括受託者にも禁止。違反者に対しては、<b>同法14条、38条、56条</b>で取引の公正・消費者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、主務大臣が「必要な措置の指示」、<b>同法15条、39条、57条</b>で、著しく害されるおそれがあると認めるとき、または「指示」に従わないときは、通信販売業務の全部または一部の「停止命令」「公表」</p>

## 改正の要点④ 我が国企業活動における「第二次文化革命」

[改正特定商取引法3条の2、1項]販売業者又は役務提供事業者は、訪問販売をしようとするときは、その相手方に対し、勧誘を受ける意思があることを確認するよう努めなければならない。

[同法3条の2、2項]販売業者又は役務提供事業者は、訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約を締結しない旨の意思の表示をした者に対し、当該売買契約又は役務提供契約の締結について勧誘をしてはならない。＜再勧誘禁止規制＞

[同法7条1項、8条]主務大臣による「必要な措置の指示」、「業務停止」



営業マン→トップの意識改革→企業文化革命

「再勧誘禁止ルールの確認」→「再勧誘防止台帳」の作成等の対策

Cf.「第一次文化革命」は？