

# 特定商取引法について

平成 2 1 年 8 月 3 日

- 1 . 特定商取引に関する法律の概要
- 2 . 特定商取引法及び割賦販売法の一部を改正する法律  
の概要
- 3 . 特定商取引法違反に係る行政処分件数の推移
- 4 . 特定商取引法に係る消費経済審議会の役割

# 特定商取引に関する法律の概要

「特定商取引に関する法律」は、訪問販売など消費者トラブルを生じやすい特定の取引類型を対象に、トラブル防止のルールを定め、事業者による不公正な勧誘行為等を取り締まることにより、消費者取引の公正を確保するための法律(旧称:訪問販売等に関する法律)。

## 1. 本法律の対象となっている取引類型

### 1. 訪問販売

自宅への訪問販売、キャッチセールス(路上等で呼び止めた後営業所等同行させて販売)、アポイントメントセールス(電話等で販売目的を告げずに事務所等に呼び出して販売)等

### 2. 電話勧誘販売

電話で勧誘し、申込を受ける販売

### 3. 通信販売

新聞、雑誌、インターネット等で広告し、郵便、電話等の通信手段により申込を受ける販売

### 4. 特定継続的役務提供

長期・継続的な役務の提供とこれに対する高額の対価を約する取引(現在、エステ、語学教室、家庭教師、学習塾、結婚相手紹介サービス、パソコン教室の6役務が対象)

### 5. 連鎖販売取引

個人を販売員として勧誘し、さらに次の販売員を勧誘させる形で、販売組織を連鎖的に拡大して行う商品等の販売

### 6. 業務提供誘引販売取引

「仕事を提供するので収入が得られる」と誘引し、仕事に必要であるとして、商品等売って金銭負担を負わせる取引

## 2. 法律の内容

左記類型毎に多少の差がある

### 行政規制

事業者に対して、消費者への適正な情報提供等の観点から、各取引類型の特性に応じて、以下の規制。違反に対しては、業務改善の指示、業務停止の行政処分又は罰則。

#### ①氏名等の明示の義務づけ

勧誘開始前に、事業者名、勧誘目的である旨などを消費者に告げることを義務づけ

#### ②広告規制

広告をする際には、重要事項を表示することを義務づけ  
虚偽・誇大な広告を禁止

#### ③不当な勧誘行為の禁止

不実告知(虚偽説明)、重要事項(価格・支払条件等)の故意の不告知や威迫困惑を伴う勧誘行為等を禁止

#### ④書面交付義務

契約締結時などに、重要事項を記載した書面を交付することを義務づけ

### 民事ルール

消費者が意に反する契約により不当な損害を受けないよう、消費者による契約の解除、意思表示の取消し等を認め、また、事業者による法外な損害賠償請求を制限する等のルールを定める。

#### ①クーリング・オフ

契約後一定の期間(8日間又は20日間)、冷静に再考して、無条件で解約できる機会を消費者に与える制度

#### ②意思表示の取消し

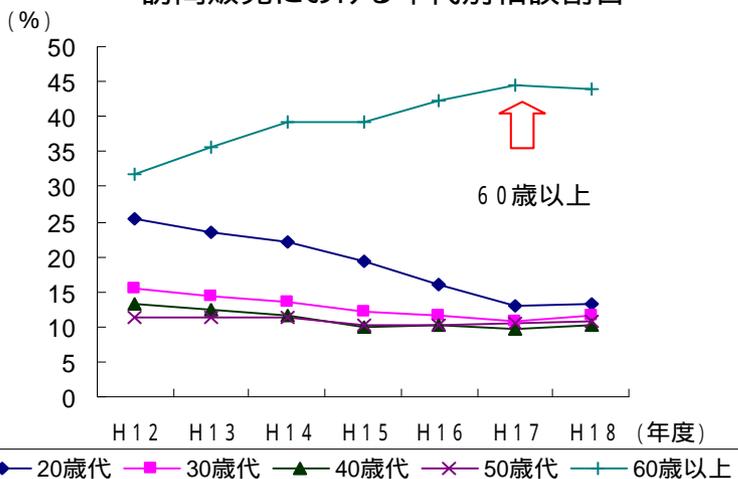
事業者が不実告知や重要事項の故意の不告知等の違法行為を行った結果、消費者が誤認して契約の意思表示をした場合、その取消しを可能とする制度

#### ③解約時の損害賠償制限等

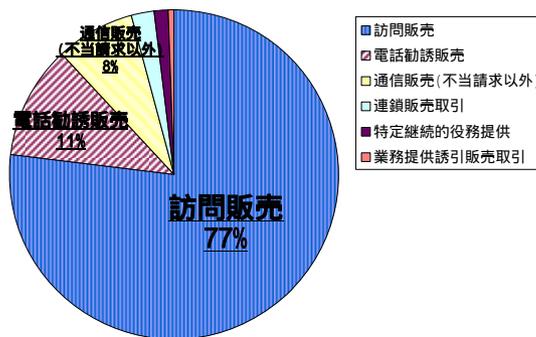
消費者が契約を中途解約する際に、事業者が請求できる損害賠償額の上限を設定等

# 特定商取引法及び割賦販売法の一部を改正する法律の概要

訪問販売における年代別相談割合



判断力不十分者を契約当事者とする類型別相談件数 (平成18年度)



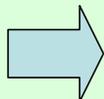
いずれのグラフもPIO-NETデータより経済産業省作成

## 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

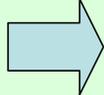


別法で消費者被害の是正等ができるものを除き、原則すべての商品・役務を扱う取引(訪問販売、電話勧誘販売、通信販売)を規制対象に。【改正特商法第2条】【改正割販法第2条】

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ヶ月を超える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】

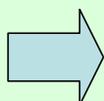
### 訪問販売規制の強化



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の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が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】

# 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)



(経済産業省作成)

## 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19年度:相談上位項目)

苦情内容	件数	構成比
返品・交換	646	20.30%
顧客対応	445	13.90%
電話がつかまらない	295	9.20%
商品の未着・延着	217	6.80%
その他	1590	49.80%

日本通信販売協会

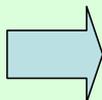
2007年度「通販110番」報告書より

## 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と返信すると、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。

## 通信販売の規制強化



返品の特約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、電子メール広告の送信を禁止。【改正特商法第12条の3等】

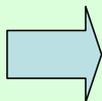
個人情報保護法でカバーされていないカード情報の漏洩や不正入手をした者を刑事罰の対象に。【改正割販法第49条の2】

## その他

## 罰則の強化

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。

## 自主規制の強化



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】



## 特定商取引法に係る消費経済審議会の役割

平成 2 1 年 8 月

### 1. これまでの審議状況

特定商取引法第 6 4 条により、消費経済審議会に諮問すべき特定商取引法施行令の制定又は改廃事項が具体的に法定されている。近年以下のような事項が消費経済審議会特定商取引部会で諮問されてきた。

平成 1 9 年度 全 2 回 (平成 1 9 年 3 月から 6 月まで)

具体的政令改正事項

- ・ 指定商品等の追加 (みそ・しょうゆ等)

平成 2 0 年度 全 5 回 (平成 2 0 年 7 月から平成 2 1 年 5 月まで)

平成 2 0 年特定商取引法改正に伴う具体的政令改正事項

- ・ 指定制廃止に伴う適用除外事項の制定
  - 全面適用除外すべき商品販売又は役務提供 (他法により是正措置が講じられるもの)
  - 部分適用除外すべき商品販売又は役務提供 (クーリングオフ規定等を適用除外するもの)
- ・ 行政調査の権限拡大
  - 販売事業者等に提出を命ずる物件の内容を規定
  - 密接関係者、電子メール広告受託事業者に対する報告聴取の内容を規定

### 2. 今後の位置づけ

消費者庁・消費者委員会設立後は、特定商取引法にかかる政令整備等の必要が生じた場合には、内閣総理大臣は消費者委員会に、経済産業大臣は消費経済審議会に諮問することとされている。

## 参考

( 参照条文 )

### 特定商取引法第六十四条

1 主務大臣は、第二条第四項、第九条第一項( 第三号を除く。 )、第二十四条第一項( 第三号を除く。 )、第二十六条第二項第二号若しくは第三項第二号、第四十一条第一項第一号( 期間に係るものに限る。 )若しくは第二項又は第四十八条第二項の政令の制定又は改廃の立案をしようとするときは、政令で定めるところにより、消費者政策委員会及び消費経済審議会に諮問しなければならない。

2 主務大臣は、第二条第一項第二号若しくは第三項、第六条第四項、第九条第一項第三号、第二十四条第一項第三号、第二十六条第三項第一号、第三十四条第四項、第四十条の二第二項第四号、第四十一条第一項第一号( 金額に係るものに限る。 )、第四十九条第二項第一号若しくは第二号、第五十二条第三項又は第六十六条第二項( 密接関係者の定めに係るものに限る。 )の政令の制定又は改廃の立案をしようとするときは、政令で定めるところにより、消費者政策委員会及び消費経済審議会に諮問しなければならない。

### 第六十四条第一項

主務大臣( 内閣総理大臣・経済産業大臣・物資等所管大臣 )の諮問事項 :

- ・訪問販売・通信販売・電話勧誘販売における指定商品・役務・権利
  - ・訪問販売・電話勧誘販売における契約の申込みの撤回等ができない指定商品
  - ・適用除外される訪問販売・電話勧誘販売の取引の態様
  - ・特定継続的役務提供の継続期間・役務内容
  - ・特定継続的役務提供における契約の申込みの撤回等ができない指定商品
- を定める政令の制定又は改廃の立案

第六十四条第二項 主務大臣( 内閣総理大臣・経済産業大臣 )の諮問事項 :

- ・訪問販売における特定顧客の誘引方法
  - ・電話勧誘販売における電話をかけさせる方法
  - ・訪問販売・連鎖販売取引・業務提供誘引販売における勧誘目的を告げない誘引方法
  - ・訪問販売・電話勧誘販売における契約の申込みの撤回等ができない役務の対価額
  - ・電話勧誘販売規制が一部適用除外となる事業者が電話をかけることを請求される行為態様
  - ・連鎖販売における商品販売契約の解除ができない行為態様
  - ・特定継続的役務提供に該当する金額
  - ・特定継続的役務提供における契約解除時の損害賠償額の算定基準
  - ・主務大臣が報告徴収・立入検査等できる密接関係者の該当者
- を定める政令の制定又は改廃の立案

特定商取引法施行令第十六条の二

法第六十四条の規定による諮問は、次の各号(同条第二項の規定による諮問にあつては、第三号を除く。)に掲げる主務大臣が、それぞれ当該各号に定める消費者委員会及び消費経済審議会に対してするものとする。

諮問大臣	諮問先
内閣総理大臣	消費者委員会
経済産業大臣	消費経済審議会
法第六十七条第一項第六号の当該商品の流通を所掌する大臣、当該権利に係る施設若しくは役務の提供を行う事業を所管する大臣又は当該役務の提供を行う事業を所管する大臣	消費者委員会及び消費経済審議会