

改正特定商取引法・割賦販売法説明会 出席報告書

業務部の活動として、標記の法改正説明会に参加いたしましたので、下記の通りご報告申し上げます。

【行事】 改正特定商取引法・割賦販売法説明会（経済産業省委託事業）

【日時】 平成21年12月10日 13：00～17：15（大阪会場2回目）

【場所】 新梅田研修センター

【プログラム】

13：00～15：00 「特定商取引法改正について」

講師：消費者庁取引・物価対策課 課長補佐 山村 直弘氏

15：15～17：15 「割賦販売法改正について」

講師：経済産業省取引信用課 課長補佐 藤井 法夫氏

【報告】

今回、「特定商取引に関する法律（昭和51年6月4日法律第五十七号、以下『特商法』とする。）」及び「割賦販売法（昭和36年7月1日法律第百五十九号、以下『割販法』とする。）」が改正され（最終改正平成21年6月5日）、平成21年12月1日に施行された。経済産業省は外部委託して平成21年9月から改正法の内容、政・省令、ガイドラインなどについての説明会を全国レベルで開催しているが、この説明会はそのうちの大阪会場2回目にあたる。パワーポイントを使って、それぞれの法の沿革と改正ポイントについて分かり易い解説があった。

今回の改正は、一人暮らしで年金生活の高齢者や、判断力の低下した高齢者を狙って、高額な健康食品、布団、呉服などを売りつけたり、リフォーム工事の契約を締結したりする悪質な訪問販売、電話販売などの被害が多発しているため、その救済および予防の強化がメインの目的である。

まず、従来の規制の抜け穴の解消が図られた。日々商品・役務は多様化し、商品提供方法は複雑化する。また、悪質業者はとかく規制対象外の商品・役務に目をつける。そこで、旧法下の指定商品・役務制を廃止し、原則全ての商品・役務を規制の対象とした（特商法第2条関係、割販法第2条関係）うえで、クーリング・オフになじまないなどの規制になじまないものを適用除外とする（特商法第26条関係、割販法第36条の3の60）という方法で、規制の後追い状態の脱却を図る。また、割賦販売の定義を見直し、「2カ月を超える与信であれば、一括払いも含めすべて」を規制の対象とした（割販法第2条関係）。

次に、訪問販売の規制を強化するとし、通常必要とされる量を著しく超える商品等を購入契約した場合、契約後1年以内は解除を認めるとする（特商法7条、第9条の2関係）のはいいとして、特商法第3条の2関係では、業者に勧誘開始の段階で相手方（消費者）

に勧誘を受ける意思があるかどうかの確認をし、「契約しない旨の意思」を示した消費者に対してはさらなる契約の勧誘および同じ契約に関する再訪問を禁止するとする。先日橋下徹大阪府知事と福島瑞穂消費者・少子化担当相の間の議論でニュースの話題になったが、思うに、そもそも「契約しない旨の意思」を表示できるような消費者であれば、契約は成立しえない（＝被害に合わない）し、業者が別の契約の勧誘に再訪問出来るのであれば、この規制は殆ど消費者保護のためにはならないのではないか。

あと、クレジット規制の強化としては、個別クレジット業者を登録制とし、行政による立入検査、改善命令などの監督を行い（割販法第35条の3の23～35等）、罰則規定も「3年以下の懲役又は300万円以下の罰金」に引き上げた（特商法第26条関係、割販法第36条の3の60）。個別クレジット業者には、加盟店の調査義務（割販法第35条の3の5～7関係）、指定信用情報機関を利用した支払能力調査義務（割販法第35条の3の3～4等）、契約書面交付義務（割販法第35条の3の8～9）などの義務が課された。そのうえで、消費者の支払い能力を超える与信契約の締結を禁止し（割販法第30条の2、第30条の2の2）、訪問販売業者が虚偽説明等による勧誘や過量販売を行った場合、個別クレジット契約も1年以内であれば解除し、すでに支払ったお金の返金も請求できる（割販法第35条の3の12及び20）とする。

また、特商法第9条の定めるクーリング・オフに関しても、クーリング・オフのあった場合、仮に商品を使用しても事業者はその対価を請求できないこととし、消費者の保護を図っている。

今回の法改正のもう一つの目的は、最近増加の一方にあるインターネット通信販売に伴う様々な問題を解消することである。こちらはインターネット通信販売をよく利用する私にとって身近な問題である。業者の商品の返品規定がまちまちで、わかりにくい。私のパソコンにも毎日30～50通迷惑広告メールが入り、メール停止の連絡をすれば、より多くの広告が到着する。個人情報保護法でカバーされていないカード情報の漏えいや不正入手も心配である。これらに対し、それぞれ、「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）可（特商法第15条の2）」、「広告メール送付にはあらかじめ消費者の承諾が必要（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えいや不正入手した者を刑事罰の対象とする（割販法第49条の2）」などの規制強化規定を設けた他、罰則も強化したとする。

前述の訪問販売に関する問題点については、福島瑞穂消費者担当相が早くもさらなる改正について考えたい、とニュースにあったが、インターネット上の規制は目に見える効果を出すには困難であろうし、今回導入されたクレジット取引の認定自主規制団体の効果（割販法第35条の18等、訪問販売については既存団体あり。）が現れるには年数がかかるであろう。今回の改正法が消費者の保護に対して実際にどのような効果があるか、今後注目されるところである。

（業務部 坂本久美）