

特定商取引法に係る行政処分の状況（平成27年度）

「特定商取引に関する法律」は、訪問販売や電話勧誘販売などの消費者トラブルが生じやすい7つの取引類型を対象として、事業者の行為に対する行政規制と消費者のための民事ルールを設け、消費者取引の公正を確保する法律である。

1 法律の対象となっている取引類型（7類型）

- ・訪問販売
- ・電話勧誘販売
- ・通信販売
- ・特定継続的役務提供
- ・連鎖販売取引
- ・業務提供誘引販売取引
- ・訪問購入

2 法律の内容

(1) 行政規制

被害拡大防止のためルールが設けられており、悪質な法違反に対しては、指示、業務停止命令といった行政処分が実施されるほか、罰則の適用もある。

- ・不実告知の禁止
- ・勧誘目的等の明示義務
- ・拒否後の勧誘の禁止
- ・契約書面の交付義務
- ・重要事項の告知義務
- 他

(2) 民事ルール

消費者自らによる自力救済が図られるよう、契約解除などの民事ルールが設けられている。

- ・クーリング・オフ
- ・中途解約／過量販売解除
- 他

3 行政処分について

平成27年度の行政処分は、1月5日現在で全国56件（国29件、都道府県27件（うち本県3件））が実施されている。

前回の報告以降に実施した本県の行政処分は次のとおりである。

- | | |
|----------|--|
| (1) 事業者名 | 株式会社正夢 ^{セイム} （福岡県久留米市） |
| (2) 処分日 | 平成27年11月24日 |
| (3) 処分内容 | 業務停止命令（6月間） |
| (4) 取引内容 | 家庭用温熱治療器及び低周波・電気マッサージ組合せ家庭用医療機器の訪問販売 |
| (5) 違反内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・勧誘の際、「このままでは足を切らなければいけなくなる」、「足が腐ってきています」などと告げ、消費者の恐怖心を煽るような不実のことを告げた。（不実告知） ・売買契約の締結後、クーリング・オフ期間内に解約を申し出た消費者に対し、「長く続けていれば絶対に効果があります。」などと言って、クーリング・オフをさせないよう消費者を熱心に説得し、さらに、クーリング・オフの申し出を撤回する旨の念書を書かせていた。（迷惑解除妨害） ・消費者宅を訪問した際、商品の体験であるかのように告げるだけで、商品の売買契約の締結について勧誘する目的である旨をまず明らかにしなかった。（勧誘目的等不明示） |
| (6) その他 | 本件処分は、中国経済産業局、広島県と同時に実施 |

「特定商取引法」及び「消費者契約法」の一部改正について

「特定商取引法」及び「消費者契約法」の一部改正について審議が進んでおり、今国会に改正法案が提出される見込み。

1 経 過

- ・ H26. 8. 5 消費者契約法に係る規律の在り方について諮問
- ・ H27. 1. 20 特定商取引法に係る規律の在り方について諮問
【内閣総理大臣→消費者委員会】
- ・ ～ 消費者契約法専門調査会・特定商取引専門調査会で調査審議
- ・ H27. 9 専門調査会中間報告
- ・ H28. 1. 7 専門調査会報告書を基に答申【消費者委員会→内閣総理大臣】
- ・ ～ 答申を受け、消費者庁において改正法案策定中
今国会（第190回国会（平成28年1月4日～6月1日））に改正法案提出の見込み

2 添付資料

- ・ 消費者委員会 特定商取引法専門調査会報告書の概要
3～6 ページ
- ・ 消費者委員会 消費者契約法専門調査会報告書の概要
7～8 ページ

消費者委員会 特定商取引法専門調査会報告書の概要

平成28年1月 消費者委員会事務局

平成20年の特定商取引法改正では、法律の施行後5年を経過した場合において、同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されていた（附則第8条）。

内閣総理大臣から消費者委員会に対する諮問
(平成27年1月20日)

特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）の施行状況を踏まえた購入者等の利益の保護及び特定商取引の適正化を図るための規律の在り方について

○特定商取引法専門調査会の設置及び審議経過

- ・ 特定商取引法専門調査会の設置（平成27年1月）
- ・ 平成27年3月以降、ヒアリングの実施を含め、計11回の会議を開催 → 中間整理を公表（平成27年8月）
→ 中間とりまとめに関する集中的な意見受付を実施（平成27年9月）
- ・ 中間整理の後、平成27年10月に審議を再開し、さらに計7回の会議を開催
→ 報告書を取りまとめ（平成27年12月）

○本報告書の位置付け等

- ・ 本報告書は、上記のとおり諮問を受けて設置された特定商取引法専門調査会における議論を取りまとめ、政府において提言内容の実現に向け最大限の努力を行うことを期待して、措置すべき具体的な事項を提言するもの。
- ・ 措置すべき具体的な事項については、
（1）分野横断的な事項、（2）個別取引分野に関する事項、（3）執行に関する事項
に分類した上で、各項目についての「基本的な考え方」と「具体的な事項」をそれぞれ記載。

分野横断的な事項

● 法の規制対象の拡大（「権利」の取扱い）

- 指定権利制を見直し、規制の後追いという問題が解消されるよう、必要な措置が講じられるべき。

● 勧誘に関する対策

- 法改正による規制強化及び解釈見直しの必要性については、委員間で共通認識が形成されるには至らなかった。
- 以下の各点については現時点において対策を行うべき点として意見が一致。
 - ・ 法執行の強化
 - ・ 自主規制の強化
 - ・ 相談体制等の強化・充実
 - ・ 情報共有・連携の促進
 - ・ 高齢者被害対策の強化
 - ・ 消費者教育の推進

● クレジット契約・金銭借入れ・預貯金の引出しを勧める行為等

- 事業者が消費者に支払いのために金融機関等に対して虚偽の申告を行うように唆す行為 ⇒ 行政による指示の対象とする。
- 事業者が消費者を支払いのために金融機関等に連れて行く行為 ⇒ 消費者の求めに応じて同行する行為等の不適切とはいえない行為を除外した上で、行政による指示の対象とする。
- 金銭借入れ・預貯金の引出しを勧める行為 ⇒ 事業者からの消費者に対する積極的な関与が認められる場合に対象を限定するなど、営業一般に与える影響を最小限度とする観点から、検討を行うべき。

個別取引分野に関する事項

● 訪問販売に関する事項（アポイントメント・セールスにおける来訪要請手段）

- アポイントメント・セールス等として既に指定されている方法によって来訪させた消費者に対して、対面で再度来訪を要請し、当初から不意打ち性が連続している状態で来訪した消費者に勧誘等を行う場合 ⇒ アポイントメント・セールスの規制が及ぶようにすべき。
- SNS・電子広告といった来訪要請手段による不意打ち的な勧誘 ⇒ 対象となる来訪要請手段の外延を明確にしつつ、アポイントメント・セールスの規制が及ぶようにすべき。

● 通信販売に関する事項（フアクシミリ広告への対応、虚偽・誇大広告に関する取消権、通信販売事業者の表示義務、インターネットモール事業者の取扱い）

- 消費者の事前の承諾等を得ることなく、事業者が一方的にフアクシミリ広告を送信する行為 ⇒ 行政処分の対象として位置付ける。
- 虚偽・誇大広告に関する取消権の付与 ⇒ 意見の一致をみなかった。景表法・消契法の状況等も踏まえ、必要に応じて検討。
- 通信販売事業者に義務付けられる表示事項の追加 ⇒ 割賦販売法の改正の進捗を踏まえた後、必要に応じて検討。
- インターネットモール事業者 ⇒ 直ちに特定商取引法上の特別な義務を課す必要はなく、今後のトラブルの推移等を見ながら別途検討。

● 電話勧誘販売に関する事項（過量販売解除権の導入）

- 電話勧誘販売においていわゆる過量販売に該当する取引 ⇒ 訪問販売と同様に、解除権の導入を行うべき。
「通常必要とされる分量を著しく超える」か否かについては、判断基準に関するガイドラインが整備されることが望まれる。

● 特定継続的役務提供に関する事項（美容医療契約への対応）

- 美容医療契約 ⇒ 特定継続的役務と位置付ける。
「美容の向上を主たる目的として行う医療行為」を規制対象とし、具体的に対象となる役務については列挙していくという基本的な方向性。

● 訪問購入に関する事項（「交換」への対応）

- 事業者が「購入」ではなく「交換」と主張するような場合であっても、売買契約が成立した後、その支払手段として金券が用いられた場合等 ⇒ 訪問購入の規律が及ぶと考えることが適当。

執行に関する事項

● 行政処分の強化

- 業務停止命令を受けた事業者の役員等が新たに別の法人で同種の事業を行うこと等
⇒ 禁止されるよう必要な法律上の措置を講じることが望まれる。
- 業務停止命令の期間 ⇒ 現在最長で1年となっているところ、悪質事業者をより長期間、市場から排除することができるようにするなど法的措置が講ぜられることを期待。
- 都道府県知事による行政処分の効力を都道府県の区域を越えて及ぼすことの可否
⇒ 都道府県のリソースを積極的に活用することが重要であるとの観点、必要な情報を広域から収集・分析し実行するための体制充実が必要であるとの観点等を踏まえ、さらに検討を進めることが必要。
- 事前参入規制の導入 ⇒ 意見の一致をみなかった。

● 報告徴収・立入検査等の強化

- 虚偽報告や検査忌避等 ⇒ 罰則の引上げを検討。
行政処分を行うことができるよう必要な措置がなされるべき。
- 立入検査の対象となる「密接関係者」の範囲 ⇒ 広げるため必要な政令改正が行われるべき。

● その他

- 違反事業者の所在地が不明な場合 ⇒ 公示送達による行政処分に関する規定を特定商取引法に整備することが必要。
- 違反事業者のウェブサイトに関する行政府からプロバイダに対する削除要請 ⇒ 関連事業者等の意見も聞きつつ検討が行われるべき。
- 特定商取引法違反に対する罰則 ⇒ 適切な抑止力が働く水準となるよう、法人重課等、他法の例も踏まえつつ、必要な検討を行うべき。

消費者委員会 消費者契約法専門調査会報告書の概要

平成28年1月 消費者委員会事務局

○内閣総理大臣から消費者委員会に対する諮問（平成26年8月）

消費者契約法（平成12年法律第61号）について、
施行後の消費者契約に係る苦情相談の処理例及び裁判例等の情報の蓄積を踏まえ、
情報通信技術の発達や高齢化の進展を始めとした社会経済状況の変化への対応等の観点から、
契約締結過程及び契約条項の内容に係る規律等の在り方を検討すること。

裁判例等の蓄積

社会経済状況の変化

○消費者契約法専門調査会の設置及び審議経過

- ・消費者契約法専門調査会の設置（平成26年10月）
- ・平成26年11月以降、計17回の会議を経た後、中間取りまとめを公表（平成27年8月）
→ 中間取りまとめに関する集中的な意見受付を実施（平成27年9月）
- ・中間取りまとめの後、平成27年10月に審議を再開し、関係団体に対するヒアリング等を実施。
→ さらに計7回の会議を経た後、報告書を取りまとめ（平成27年12月）

○本報告書で示された方向性

本報告書においては、各論点について、

- ① 解釈の明確化で一定の対応ができるものは、解釈の明確化を図る
- ② 解釈の明確化だけでは対応できないものは、規律の明確化に留意しつつ、速やかに法改正を行う
- ③ ①と②のほか、現時点で法改正を行うことについてコンセンサスが得られていないものについては、
今後の検討課題として引き続き検討を行う

という方向で整理。

速やかに法改正を行うべき
内容を含む主な論点

○ 重要事項（法第4条第4項）

○ 合理的な判断をすることができない事情を利用して契約を締結させる類型

○ 取消権の行使期間（法第7条第1項）

○ 不当勧誘行為に基づく意思表示の取消しの効果

○ 消費者の利益を一方的に害する条項（法第10条）/不当条項の類型の追加

○ 不実告知による取消しに限り、「消費者が当該消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項を追加して列挙する。」

(想定される事例)「床下が湿っており、このままでは家が危ない」と言われ、床下への換気扇の購入・設置の契約を締結した事例

○ 事業者が、消費者に対して、過量契約に当たること及び消費者に過量契約の締結を必要とする特別の事情がないことを知りながら勧誘して、契約を締結させたような場合に、取消しを認める規定を設ける。

(想定される事例)呉服店において、事業者が、軽度の認知症である高齢の女性に対し、老後の生活に充てるべき資産をほとんど使ってしまっほどの量の着物を購入させた事例

○ 取消権の行使期間のうち、短期の行使期間を1年間に伸長する。

○ 消費者が、給付を受けた当時、取り消すことができるものであることを知らなかったときは、消費者の返還義務の範囲を現存利益に限定する旨の規定を設ける。

○ 債務不履行の規定に基づく解除権又は瑕疵担保責任の規定に基づく解除権をあらかじめ放棄させる条項を例外なく無効とする規定を設ける。

○ 法第10条前段の例示として、消費者の不作為をもって当該消費者が新たな契約の申込み又は承諾の意思表示をしたものとみなす条項を挙げる。

(想定される事例)通販で掃除機を購入したところ、掃除機が届けられた際にサプライメントが同封されており、契約の中には、継続購入が不要である旨の電話をしない限りサプライメントを継続的に購入する旨の条項が含まれていた事例

今後の検討課題として引き続き検討を行う主な論点(●)、解釈の明確化等による対応を図る主な論点(◆)

● 重要事項(上記以外の列挙事由等)、● 合理的な判断をすることができない事情を利用して契約を締結させる類型(上記規定の適用対象とならない被害事例)、● 不当条項の類型の追加(上記以外の契約条項)、

● ◆ 「勧誘」要件の在り方、● 不利益事実の不告知、● 困惑類型の追加(威迫による勧誘等)、● 第三者による不当勧誘、

● 「解除に伴う」要件の在り方、● ◆ 「平均的な損害の額」の立証責任、● ◆ 条項使用者不利の原則 等