

訪問販売の ルールが 変わります



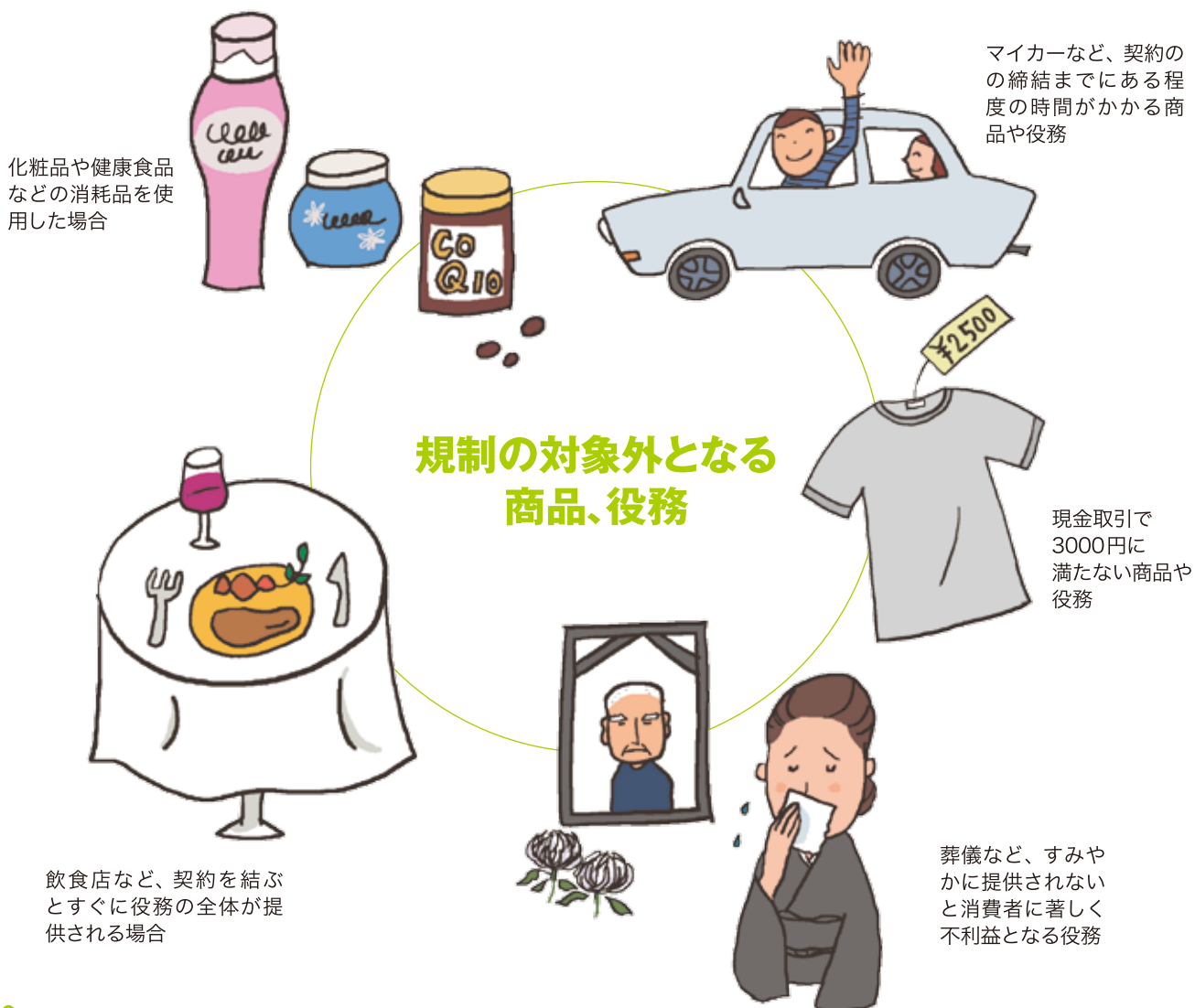
特定商取引法と割賦販売法が
一部改正されました。
新しいルールを守った
営業活動のポイントをご紹介します。

原則、すべての商品・役務が規制対象です

訪問販売、通信販売、電話勧誘販売では、原則すべての商品・役務が規制対象となりました。

その上で、クーリング・オフ等になじまない商品・役務等が規制対象から除外されます

(特定商取引法・割賦販売法改正)



ここがポイント

これまでの特定商取引法では、訪問販売、通信販売、電話勧誘販売に関する規定で、それぞれ政令で定める指定商品、指定役務、指定権利だけを規制対象としてきました。この方法では、商品や役務が多様化し提供方法が複雑化するにつれて、規制対象外の商品等に悪質業者が目をつけ、その結果として、新たな消費者被害を引き起こすといった事案が起きていました。

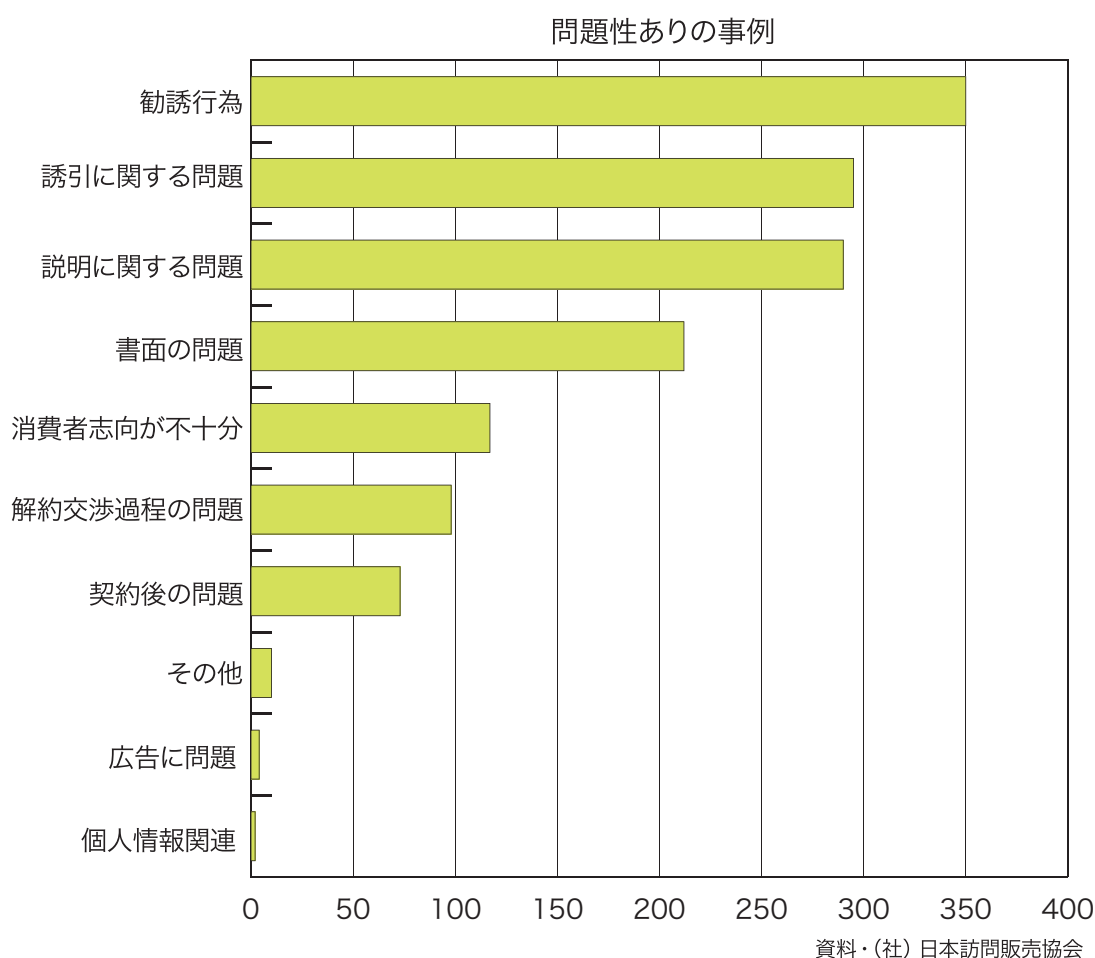
そこで消費者被害を未然に防止するために、既に他の法律によって消費者被害を是正する措置が設けられているものを除いて、原則としてすべての商品及び役務が規制対象となりました。なお、クーリング・オフ等になじまない商品、役務はこれらの規制の対象外とすることとします。

これらの改定は原則、割賦販売法においても同じです。

一度断られたら、さらに勧誘はできません

訪問販売では、事業者は勧誘開始につき、まず消費者から勧誘を受ける了承を得るよう努めなければなりません。その後の勧誘で、もし「いりません!」などと意思表示された場合、さらに勧誘すると法律違反となります。(特定商取引法改正)

平成18年度 訪問販売についての相談内容



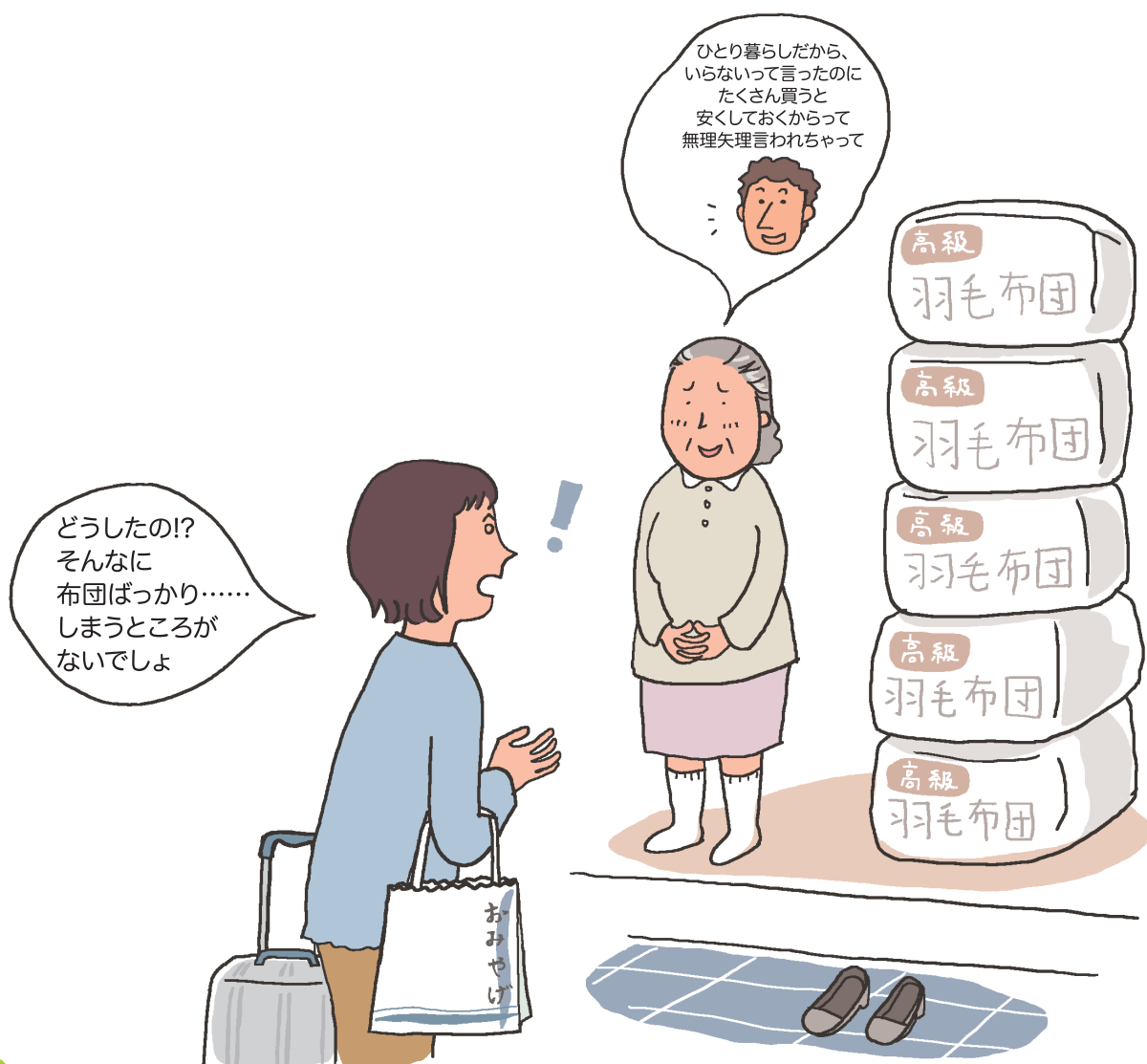
ここがポイント

訪問販売では高齢者や判断力の低下した方々に被害が目立っています。その多くは、執拗で、時には威圧的な、長時間に及ぶ勧誘にやむをえず…などによるためです。そこで今回の法改正では、そういった勧誘行為の姿勢を正しています。販売業者は訪問した時、まず消費者から勧誘を受ける了承を得るよう努めなければなりません。了承を得てから勧誘になりますが、その後、もし消費者が契約しない旨の意思表示をした場合は、それ以上、勧誘してはならないことが法律で明示されました。

日常必要とされる量を著しく超えると、契約は解除されます

訪問販売では、通常必要とされる量を著しく超えた過量販売は、消費者への配慮義務を欠いた行為として行政処分の対象となります。さらに契約後でも、1年間は解除の対象となります。

例外は、消費者に特別な理由がある場合だけです。(特定商取引法改正)



ここがポイント

一回の契約で大量の商品等を買わされ、一度でも購入すると販売業者が何度もやって来て、あるいは同業他社が入替わりやって来て、生活に不必要な量の商品等を売りつけられる過量販売の被害が目立ちます。しかもクレジットと相まって、極めて高額な支払いを迫られている深刻な被害事例も増加しています。

これを防止するため、改正法では、事業者に対して正当な理由もなくこうした過量販売につき勧誘する行為を行政処分の対象とするとともに、消費者がこのような契約を締結させられてしまった場合、契約後1年間は契約の解除を主張できる制度を導入します。ただし、消費者側に特別な理由があり、それを販売業者が証明できれば契約は解除されません。大量に売る場合はその事情を確認するという、消費者の意思を尊重した勧誘を行ってください。

使われてしまった商品、でも代金は請求できません

訪問販売でのクーリング・オフは法律で決められた書面を交付してから8日間以内です。

けれども事業者がウソをついたり、脅したりするクーリング・オフ妨害があると、

クーリング・オフ期間に関係なく、契約を解除することができます。

クーリング・オフされると、すでに使われてしまった商品でも、

販売業者はその代金を請求することはできません。(特定商取引法改正)



ここがポイント

訪問販売について、特定商取引法でのクーリング・オフ期間は8日間です（ただしマルチ商法や内職モニター商法のクーリング・オフは20日以内です）。けれども、事業者がウソをついたり、脅したりするなどのクーリング・オフ妨害があった場合、クーリング・オフ期間に関係なく契約を解除することができます。こうしたクーリング・オフの長期化にともなって、消費者が商品等を使ってしまったことによる「使用利益」をめぐる販売業者とのトラブルが課題となっていました。

そこで今回の改正法で清算ルールの対象に「商品」を加え、「クーリング・オフが成立した場合には、仮に消費者が商品を使ってしまっても、販売業者はその対価を請求できない」としています。

もし、クレジットの与信契約がクーリング・オフされると…

個別クレジットの契約で、消費者が与信契約をクーリング・オフすると、その結果、販売契約もクーリング・オフされます。それにともない、書面交付義務ルールも変わります。
(割賦販売法改正)



ここがポイント

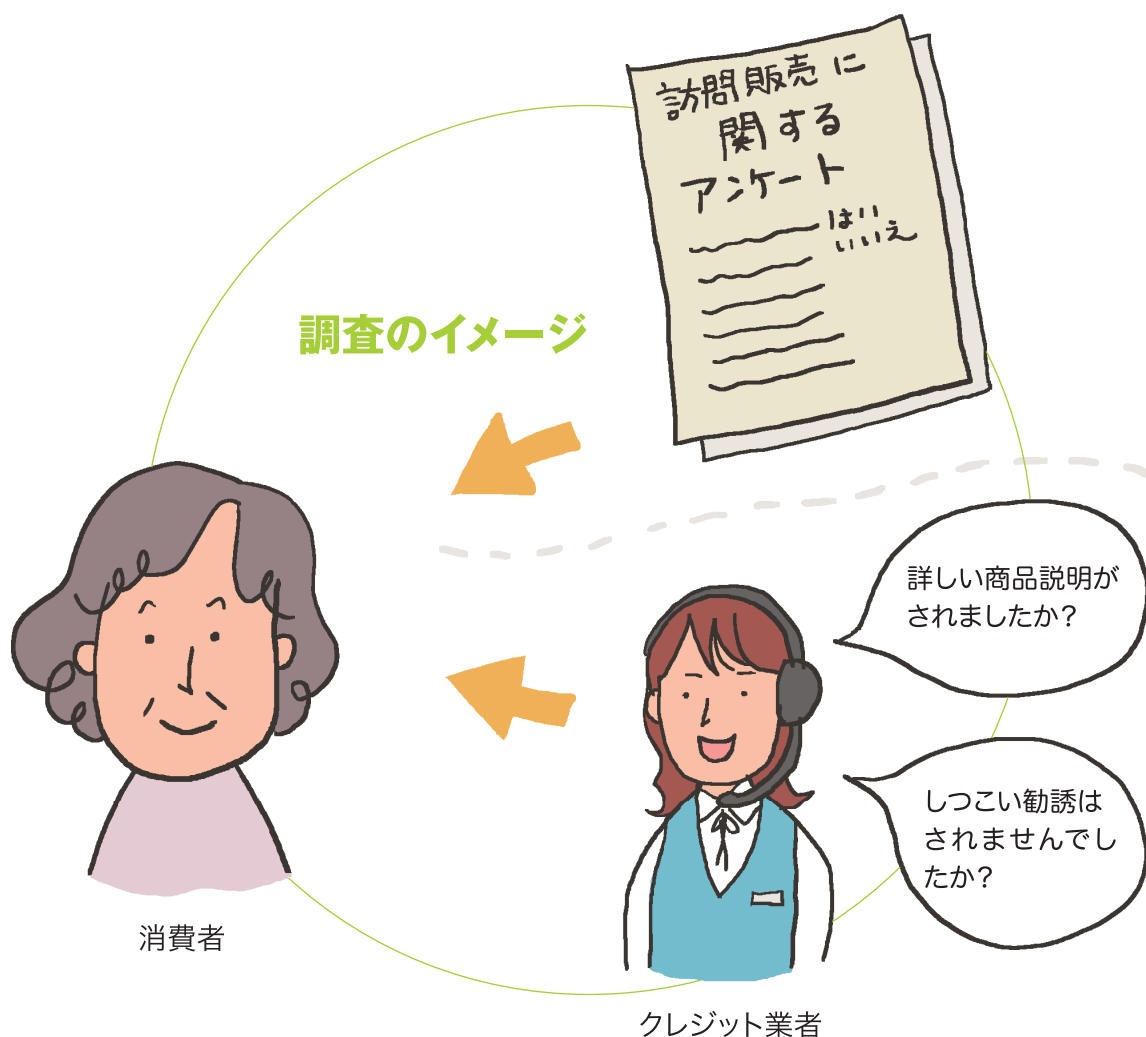
訪問販売、電話勧誘販売、特定連鎖販売個人契約、特定継続的役務提供契約、業務提供誘引販売個人契約等のための個別クレジットの与信契約について、新たにクーリング・オフが導入され、それと同時に販売契約もクーリング・オフされる仕組みが設けられました（クーリング・オフ期間は特定商取引法と同様）。消費者は、クレジット業者に対してだけ通知することで足り、クレジット業者は販売事業者にその旨を通知しなければなりません。

このため消費者に交付する個別クレジットの書面の内容が強化され、「与信契約のクーリング・オフで販売契約がクーリング・オフされること」も明記されます。そして販売業者の書面交付義務は販売契約締結時だけとなり、申し込み時の書面交付義務は廃止され、クレジット業者は申し込み時と与信契約締結時における書面交付義務を負うこととします。ただし、実態としては、引き続き販売業者が与信契約書面についても交付することとなります。

クーリング・オフの起算点は与信契約の書面を消費者が受領した日ですが、クーリング・オフ妨害があった場合は起算されません。ただし特定商取引法で適用除外（P2）とされるものは、与信契約のクーリング・オフでも適用除外となります。

勧誘行為は、後から厳正にチェックされます

販売業者の勧誘行為をクレジット業者が調査することが法律で義務づけられ、もし不適正な勧誘があった場合、与信契約は禁止されます。(割賦販売法改正)



ここがポイント

訪問販売の個別クレジットでは、クレジット業者が消費者と契約締結する前提として、勧誘した販売業者の調査を義務づけられました。調査内容は勧誘の過程で特定商取引法が禁止している不実告知、重要事項不告知、威迫・困惑行為などがなかったかなどです。調査の結果、不適正な勧誘があった場合、クレジット業者は消費者に対する与信をすることができません。またクレジット業者は、調査記録を作成して保存することが義務づけられます。さらにクレジット業者が、調査や与信禁止の義務を違反した場合は、業務改善命令などの行政処分が下されます。

しかし消費者に契約を必要とする特別の事情があることなどを販売業者が証明できれば、例外的に与信の契約を成立させることができます。

契約は消費者の支払い能力の範囲内で

消費者の支払い能力をクレジット業者が調査することが法律で義務づけられ、もし支払い能力を超えていれば、与信契約は禁止されます。(割賦販売法改正)



ここがポイント

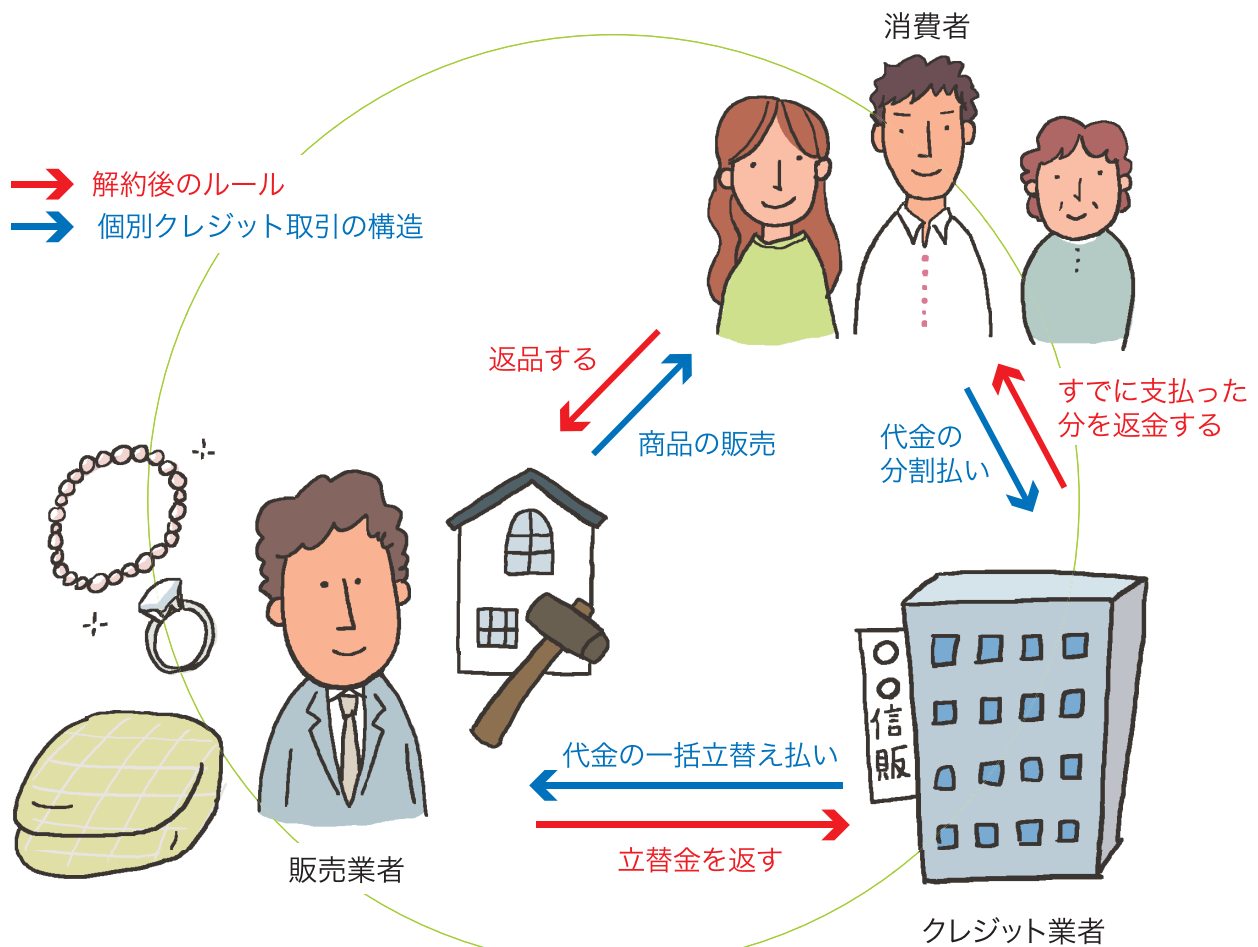
訪問販売に関する消費者被害のかなりの部分に、支払い方法となっていたクレジットの存在があります。そこで今回の法改正で、クレジット業者に対して、指定信用情報機関を利用して購入契約する消費者の「支払可能見込額」の調査が義務づけられました。

この「支払可能見込額」は、利用者の年間の収入など(居住している住宅資産等は含まれません)から、生活を維持するために必要な額を除き、円滑に支払うことができる額です。クレジット債務を返済するために、利用者が現に生活している住宅まで奪われず、生活を維持でき、債務の支払いのために新たな債務が必要のない額です。

見込額を超える場合、個別クレジット契約の締結やカードの発行、見込額を超える極度額の増額をすることはできません。

解約後の返済が、きちりルール化されました

虚偽説明で勧誘したり、過量販売などで結ばれたクレジット契約が解約されると、クレジット業者は既払い金を消費者に返し、販売業者は立替金をクレジット業者に返済しなければなりません。（割賦販売法改正）



ここがポイント

これまで、悪徳商法のさまざまな違法勧誘によって結ばれてしまった契約を解約しても、悪質業者の場合には倒産や行方不明などで販売代金の返還を踏み倒す事例が多発しています。さらにそういった場合にも、今までは未払い金の支払請求は拒絶できても、既払い金は消費者に返還されませんでした。そこで改正法では、販売業者による悪質な勧誘行為があった場合には、与信契約が割賦販売法によって取り消され、かつ販売契約が特定商取引法の取消権によって無効となった場合には、次の清算規定を適用することになりました。

- (1) クレジット業者が販売業者に支払った立替金は、販売業者がクレジット業者に返還義務を負う。
- (2) 消費者がクレジット業者に支払った既払い金は、クレジット業者が消費者に返還義務を負う。

法改正で知っておきたい話

① 割賦販売法の規制対象となる支払方法の範囲が広がりました。

(割賦販売法改正)

今回の改正で、規制対象となる支払方法を「2月以上かつ3回以上」から、「2月以上」にわたっての支払いとしたことにより、いわゆるボーナス一括払い等も規制対象となりました。よって、そのような支払方法によって販売等をする場合には、販売業者は取引条件の表示や書面の交付が必要となります。

② 消費者の利益を守り、健全な業界の発展を推進する認定割賦販売協会が創設されます。

(割賦販売法改正)

現在、クレジット業界の各社・各団体は、自主的にルールを作り、運用、苦情処理、情報収集や提供を行っていますが、いまだに深刻な被害にあう消費者が後を絶ちません。

クレジット業界の発展と消費者の利益を守るためには、行政の厳格な法の執行とともに、業界が一体となって公正な取引の実現に取り組むことが必要です。そこで、一定の体制や財産的な基礎のある一般社団法人を国が認定し、行政の監督のもと、自主的な取り組みを進めていくこととします。

認定割賦販売協会は、加盟店管理や与信管理の厳格化、クレジットカード番号などの適切な情報管理など、業界として自主的に取り組む点を整理して自主ルールを制定します。それにとまって協会は、消費者トラブルを引き起こした加盟店の情報（取引停止情報など）の交換制度を構築し、会員が必要に応じて当該情報を閲覧して加盟店調査に活用できる環境を整え、健全なクレジット産業の事業活動を推進します。

③ 悪質行為が後を絶たないため、罰則が強化されました。

(特定商取引法・割賦販売法改正)

特定商取引法、割賦販売法それぞれ、違反が疑われる事業者から、指定する物件や資料を提出させる規定を新設。さらに事業者の取引先等にも関連資料を提出させる規定を新設して行政の監督権限を強化しています。

罰則については、例えば、特定商取引法違反を構成する中核的な罪である不実告知、重要事項不告知、威迫・困惑行為については、これまで行政処分を行った事件のほとんどのケースで行われている極めて悪

質な違反行為であったことから、他の法令の罰則水準も踏まえて「3年以下の懲役又は300万円以下の罰金、又はその併科」へと引き上げました。

さらに最近、マルチ商法や悪質エステ商法で摘発例が目立っている、消費者を複数の勧誘者が取り囲んで行う威迫勧誘なども、「1年以下の懲役又は200万円以下の罰金、又はその併科」へと引き上げています。

割賦販売法でも罰則の追加と見直しが行われています。

④ 日本訪問販売協会による消費者救済のための基金の創設等、 自主規制の強化が図られます。 (特定商取引法改正)

社団法人日本訪問販売協会は、特定商取引法に位置づけられた自主規制の実施主体として、協会会員の業務に関する消費者の苦情の解決や自主行動基準の策定等を進めてきました。その日本訪問販売協会による消費者利益の保護を推進するため、会員が訪問販売の契約解除にともなう返金をしないトラブルなどがあつた場合は、協会会員による一種の相互保証という考え方から、会員が支出した基金の範囲内で消費者に対して金銭を補償することとします。

(社)日本訪問販売協会 電話03-3357-6531

⑤ 施行について

特定商取引法、割賦販売法に関する規定は、主として2009年中に施行されます。ただし、電子メール広告に関する規定は2008年中など、一部の規定は施行予定が異なります。

法改正について、もっと詳しくお知りになりたい方へ

経済産業省では、No!トラブルのための情報サイト

「消費生活安心ガイド」

www.no-trouble.jp

において、今般の法改正の内容や各種説明会の議事録など、
法改正についてよく知るために必要な情報を提供しています。

詳しく知りたい方は、同サイトをご利用下さい。