

訪問販売法及び割賦販売法の一部改正について

平成 13 年 5 月
経済産業省消費経済部

先の臨時国会で、訪問販売法及び割賦販売法の改正が行われた。
(平成 12 年 11 月 10 日成立、11 月 17 日公布。本年 6 月 1 日施行)

．法改正の目的

「内職・モニター商法」などの新種の悪徳商法の横行による消費者トラブルの急増に対応し、訪問販売法、割賦販売法による消費者保護規制の強化を行い、トラブルの事前防止を図ることを主たる目的とする。

また、消費者向けの電子商取引（インターネット通販）における誤注文等による消費者トラブルへの対応も併せて行う。

．法改正の概要

1．内職・モニター商法に係る規制の新設

内職・モニター商法については、現行の訪問販売法等では対応できないことから、必要な規制を新設。

・内職・モニター商法： 「パソコンを買えば、それを使った内職を紹介する」というように、内職等の仕事を提供するので収入が得られると誘い、仕事に必要であるとして、商品等売りつけ金銭負担を負わせる商法（しかし、実際にはあまり仕事は出されない。）

(1) **新たな取引類型を追加**

内職・モニター商法を、新たな規制類型（「業務提供誘引販売取引」）として定義し、下記の(2)～(5)の規制を課す。

(定義)

物品販売等を行う事業であること

顧客に対して、「販売した物品等を利用した業務（内職など）を提供するので、それにより収入を得ることができる」と誘引すること
顧客に、物品の対価や登録料などの金銭負担を負わせること

(2) **書面交付の義務づけ**

- ・事業者が顧客に、契約の内容（商品の内容、提供する業務による収入の条件、顧客の金銭負担の内容、契約解除の条件等）を明らかにする書面を交付することを義務づけ。

(3) **広告規制**

- ・重要な事項の表示の義務づけ（商品の種類、顧客の金銭負担の内容、業務の提供について広告するときはその提供条件）。
- ・誇大広告等の禁止。

(4) **不適切な勧誘行為の禁止**

- ・勧誘の際の不実告知、威迫困惑行為等の禁止。

(5) **クーリングオフ制度の導入**

- ・契約締結後20日間は、顧客に無条件解約を認める。

(6) **クレジット取引における抗弁権の接続【割賦販売法の改正】**

- ・消費者と販売業者との間に、内職・モニター商法に係る物品の販売等に係るトラブル（業務の報酬の不払いによる解約等）が生じたときに、それを理由に、消費者がクレジット会社からの支払請求を拒むことを認める。

2. マルチ商法に係る規制の強化

雑誌やインターネットでの誇大広告の横行や脱法的なやり口の増大により、トラブルが拡大しているため、連鎖販売取引規制を強化。

・マルチ商法： 個人を商品の販売員として勧誘し、さらに次の販売員を勧誘すれば収入があがるとして販売活動をさせ、連鎖的に販売組織を拡大する商法。

(1) 広告規制の強化

従来は本社のみが広告を行い、個人勧誘員は専ら口コミで友人や親戚を誘い込むというのが取引実態であったが、近時、個人勧誘員が雑誌やネットでの広告を多用して盛んに組織拡張を図る事例が増加（広告の多用もあって、20代以下の若年層の被害が一段と増えている）。現行の広告規制では、このような新たな状況に対応できないため、以下の規制強化を行う。

規制対象者の拡大： 従来の統括者（本社）による広告規制に加え、個人勧誘員による広告も規制。

表示事項の追加： 表示すべき事項としては、従来は、商品や金銭負担の内容等を義務づけていたが、今回、「利益」について広告するときはその具体的根拠（計算の方法）を明示することを新たに義務づけ。

（例えば、「月々100万円儲かる」という広告をする場合には、収入の裏付け、計算方法を明示する必要。）

誇大広告等の禁止

(2) 規制逃れの防止（負担下限額の廃止）

現行制度では、契約で条件とされる負担額（例えば、取引の始めに買い込む商品の代金や入会金）が2万円以上のものに限り規制。

これに対して、「最近、契約上の負担額を2万円未満にしながら、実際には、その後の商品購入等により高額負担を負わせるような規制逃れが横行している」との警察当局の指摘あり。

このような脱法行為を防止するため、負担下限額を廃止し、何らかの金銭負担があるものは全て規制対象とする。

3 . 電子商取引に係る消費者保護

(1) ネット通販における消費者トラブルへの対応

インターネット通販において、パソコンの誤操作等による消費者トラブルが増加していることなどに対応するため、申込に関しわかりやすい画面表示を行うことを事業者¹に義務づけ。

「通信販売」に係る規制の中で、顧客に意図しない申込を行わせるような行為（誤認を生じさせやすい画面設定）を行政処分の対象に追加。

（例えば、あるボタンをクリックすれば、それが有料申込となることを明示していない、申込の際に申込の内容を確認、訂正できるよう措置していないこと）

(2) カードレス取引の規制対象化【割賦販売法の改正】

カードレス取引（物理的なカードの交付なしに、クレジット会社から付与されたIDやパスワード等の番号等のみを通知して行うクレジット取引）についても、カードが交付される場合と同様に、割賦販売法による消費者保護規制の対象とする。

4 . 法律名の改正

法律名を「訪問販売等に関する法律」から「特定商取引に関する法律」に改正。（内職・モニター商法規制の新設により、6つの多様な取引類型が対象となることから、この広範な内容にふさわしい法律名に改正。）

(参考1)

内職・モニター商法、マルチ商法に関する苦情・相談件数の増加

	内職・モニター商法関係		マルチ商法関係	
	件数	%	件数	%
平成元年度	1,926	1.2	4,365	2.6
2	1,411	0.9	4,778	2.9
3	1,359	0.8	6,309	3.7
4	1,731	0.9	6,231	3.3
5	2,717	1.2	8,249	3.8
6	3,169	1.4	5,339	2.3
7	5,167	1.9	6,656	2.4
8	8,488	2.4	9,939	2.8
9	11,681	2.9	14,441	3.6
10	13,522	3.3	16,045	3.9
11	17,121	3.7	18,176	3.9

(「%」は、苦情相談件数全体に占める比率)

(出典：国民生活センター PIONET)

内職・モニター商法等の消費者トラブルの事例

1 . 内職・モニター商法のトラブル事例

【パソコンの内職商法】

「パソコンを購入すれば、パソコンを使った内職をあっせんする」と電話で勧誘され、約65万円のパソコン(学習ソフトとセット)を購入。

勧誘の際は、「月5~10万円の収入になる」という話だったが、内職のあっせんは少なく、期待していた収入はあがらない。

【着物のモニター商法】

「着物のモニターとして働かないか」と勧誘された。モニターとしての業務は、展示会場での月1、2回の接客業務等の説明。

モニター報酬として着物のクレジット支払額相当額以上を毎月支給するとの約束の下に、自分名義のクレジットで約100万円分の着物を購入した。

最初のうちは約束通りモニター料の支払があったが、途中で支払停止。以後、自分で支払わざるを得なくなった。

2 . マルチ商法のトラブルや誇大広告の例

【トラブル例】

21歳の娘が、高校時代の友人から誘われ化粧品のマルチビジネスを始めた。入会金1万円を支払って入会。その後、借金をして化粧金を約30万円分購入した。さらに1年程度の間商品を買込み、借金は200万円以上に拡大。

ビジネスを止めるように説得しているが、組織の上の者から言われたことを鵜呑みにし、「将来100~200万円の月収が入るのだから、今返せなくても構わない」と言っている。

【誇大広告の例】

家庭用品のマルチ商法に関する雑誌の広告で、「家庭用品の簡単な販売ビジネスで成功の波に乗りませんか。1セット8,500円の基本セットの購入で数十万、数百万の収入になります。」との記述。どのような方式で利益が得られるのかといった具体的な説明はない。

(参考3)

インターネット通販の現状

1. 最近、インターネット通販（消費者向け電子商取引）が急拡大。

【売上金額】 98年から2000年の2年間で、約10倍の増加
650億円/98年 6500億円/2000年

(出典：電子商取引推進協議会、アクセンチュア)

【店舗数】 95年以來の5年間で、100倍以上に増加
240店/95年 22,000店/99年 27,000店/2000年[5月]

(出典：NRIサイバービジネス・ケーズ、サイバー社会基盤研究推進センター)

2. 一方、ネット関連の消費者トラブルも増大。

(1) インターネット通販では、意図しない申込によるトラブルが増大。

<トラブル例>

- ・ 「無料サービス」のような画面だったので、無料と思ってクリックしたら、有料の申込になって、代金請求された。
- ・ 1つ注文するつもりで、2つ注文したことになり、同じ商品が2つ送られてきた。

(2) インターネット上のマルチ商法や内職・モニター商法の広告・勧誘によるトラブルも増加。

(参考) インターネット関連の苦情・相談件数の増加

(件数)

	ネット通販関連	マルチのうち ネット関連	内職・モニターの うちネット関連
平成8年度	61	138	69
9	265	386	245
10	544	647	412
11	1,075	812	615

(出典：国民生活センター PIONET)

(参考4)

「特定商取引に関する法律」の概要 (「訪問販売等に関する法律」を平成12年改正で改称)

訪問販売

規制対象： 自宅訪問販売、キャッチセールス等(営業所等以外で申込を受ける販売)

規制内容：

- ・書面交付の義務付け(申込時、契約締結時)
- ・不適切な勧誘行為の禁止(不実告知、威迫困惑行為)
- ・クーリングオフ(契約後8日間は無条件解約を認める) 等

通信販売

規制対象： 郵便、電話、インターネット等通信手段により申込を受ける販売

規制内容： 広告規制(一定事項の表示の義務付け、誇大広告禁止) 等

電話勧誘販売

規制対象： 電話をかけるなどして勧誘し、申込を受ける販売

規制内容：

- ・書面交付の義務付け(申込時、契約締結時)
- ・不適切な勧誘行為の禁止(不実告知、威迫困惑行為)
- ・クーリングオフ(8日間) 等

連鎖販売取引

規制対象： 個人を販売員として勧誘し、さらに次の販売員を勧誘すれば収入が得られるとあって、連鎖的に販売組織を拡大する取引

規制内容：

- ・書面交付の義務付け(契約締結前、契約締結時)
- ・広告規制(一定事項の表示の義務付け、誇大広告禁止)
- ・不適切な勧誘行為の禁止(不実告知、威迫困惑行為)
- ・クーリングオフ(20日間) 等

特定継続的役務提供

規制対象： 身体の美化、知識の向上等を目的として、継続的に役務を提供する取引形態(エステ、語学教室、家庭教師、学習塾)

規制内容：

- ・書面交付の義務付け(契約締結前、契約締結時)
- ・誇大広告の禁止
- ・不適切な勧誘行為の禁止(不実告知、威迫困惑行為)
- ・クーリングオフ(8日間)、中途解約 等

業務提供誘引販売取引

規制対象： 仕事を提供するので収入が得られると勧誘し、仕事に必要であるとして、商品等売り金銭負担を負わせる取引

規制内容：

- ・書面交付の義務付け(契約締結前、契約締結時)
- ・広告規制(一定事項の表示の義務付け)
- ・不適切な勧誘行為の禁止(不実告知、威迫困惑行為)
- ・クーリングオフ(20日間) 等