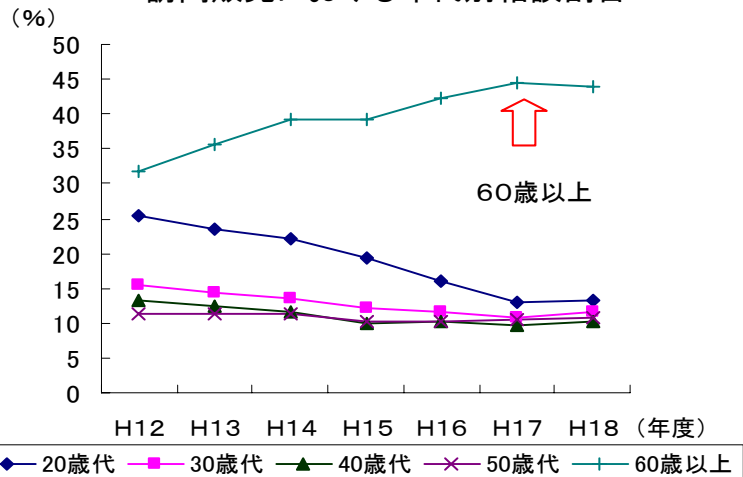
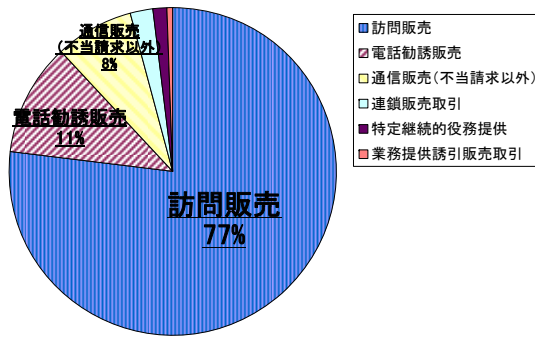


特定商取引法及び割賦販売法の一部を改正する法律案の概要

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)



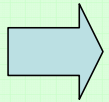
※ いずれのグラフもPIO-NETデータより経済産業省作成

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。

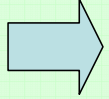
法改正

規制の抜け穴の解消



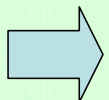
- 別法で消費者被害の是正等ができるものを除き、原則すべての商品・役務を扱う取引(訪問販売、電話勧誘販売、通信販売)を規制対象に。【改正特商法第2条】【改正割販法第2条】
- その上で、クーリング・オフになじまない商品・役務(例:生鮮食料品、葬儀)等は、該当規制から除外。【改正特商法第26条】【改正割販法第35条の3の60】
- 割賦の定義を見直し、2ヶ月以上後の1回払い、2回払いも規制対象に(現行は3回払い以上)。【改正割販法第2条】

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に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の内訳

(平成18年度:相談上位項目)

苦情内容	件数	構成比
返品・交換	513	24.9%
顧客対応	356	17.3%
電話が繋がらない	254	12.3%
商品の未着・延着	235	11.4%
その他	703	34.1%

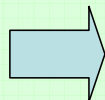
※ 日本通信販売協会
2006年度「通販110番」報告書より

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。

法改正

インターネット取引等の規制強化



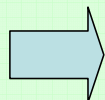
- 返品可否・条件を広告に表示していない場合は、8日間、送料消費者負担で返品(契約の解除)が可能に。【改正特商法第15条の2】
- 消費者があらかじめ承諾しない限り、迷惑広告メールの送信を禁止。【改正特商法第12条の3等】
- 個人情報保護法でカバーされていないカード情報の漏洩や不正入手をした者を刑事罰の対象に。【改正割販法第49条の2】

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】