

特定商取引法・割賦販売法 改正

近年、高齢者等に対して執拗な勧誘をして大量の購入契約を結ばせる訪問販売や、悪質な勧誘販売行為を助長するクレジット会社の不適正と信あるいは過剰と信などの被害事例が目立っている。また、インターネット通信販売などの新しい分野においては、返品を巡るトラブルや、不当請求の手段となる迷惑広告メールの問題、クレジットカード情報の漏洩など、多くの消費者被害が発生している。

そこで、これらの問題に対処するため、規制の抜け穴の解消、訪問販売規制、クレジット規制、インターネット取引等の規制の強化などを内容として、特定商取引に関する法律（以下「特商法」という。）及び割賦販売法（以下「割賦法」という。）の一部が改正され、平成21年12月1日より施行された。^{*1, *2}

今回の特集では、これらの特商法及び割賦法の主要な改正点について紹介する。

（消費者問題特別委員会 監修）

*1：ただし、特商法による電子メール広告（いわゆる迷惑広告メール）規制関係については、既に、平成20年12月1日に施行されている。割賦法による指定信用情報機関関係については、平成20年6月18日（公布日）より2年6カ月以内の施行とされている。

*2：改正経緯などについては、経済産業省「消費者生活安全ガイド」ホームページ上解説を参照（<http://www.no-trouble.jp/#1232679167401>）。

CONTENTS

- ・平成21年改正特定商取引法の解説
- ・平成21年改正割賦販売法の解説
- ・ケーススタディ1：訪問販売について
- ・ケーススタディ2：次々販売について

平成21年改正特定商取引法の解説

消費者問題特別委員会 研修員 下田 和代 (61期)



1 規制の抜け穴の解消

(1) 指定商品・指定役務制の廃止

旧特商法では、訪問販売、通信販売、電話勧誘販売における法規制の対象となる商品、役務、権利が政令により指定されていた。しかし、指定制であるがゆえに、そのすき間を縫って問題となる対象外取引が次々と発生し、その度に政令により後追いで規制せざるを得ない事態となっていた。

そこで、改正特商法では、指定商品・指定役務制を廃止し、原則として、全ての商品・役務を規制対象とし（特商法2条）、例外として、一部の商品・役務について特商法の適用を全て又は一部除外することとした（特商法26条）。

なお、権利については、概念が広く網羅的な規制をすることが難しいという理由で、従来どおり指定権利制が維持されているので注意が必要である（特商法2条4項）。

(2) 再勧誘の禁止

特商法は、勧誘に先立って事業者名、販売目的、商品の種類を明示することを義務付けているが（特商法3条）、迷惑勧誘被害防止を更に強化するため、改正特商法は、訪問販売業者に対し、努力義務として顧客の勧誘受諾意思の確認義務を課す（特商法3条の2第1項）とともに、拒絶した者に対する勧誘の開始・継続・再勧誘を禁止した（同条第2項）。

(3) 過量販売撤回・解除権

近年、訪問販売で、同一消費者に対して次々と商品売り付ける次々販売などの被害が後を絶たず、特に高齢者を被害者とする被害事例が多い（ケース

スタディ2「次々販売について」参照）。

そこで、改正特商法では、訪問販売について、申込者の「日常生活において通常必要とされる分量を著しく超える」過大な分量（以下これを「過量」とする。）の契約につき、消費者が申込みの撤回もしくは解除ができるようにした（特商法9条の2）。

また、勧誘状況について被害者の立証負担を軽減すべく、訪問販売業者による過量販売については、「過量」という外形的事実に基づいて申込みの撤回・解除ができるものとし、個別勧誘行為の違法性・不当性の立証は不要とした。

過量販売の類型と要件・効果については、【表1】を参照されたい。

表 1

訪問販売 において	過量となる状況	要件	効果
	その事業者の1回の取引により過量となる場合（特商法9条の2第1項1号）	①消費者が、過量である商品・指定権利を販売する売買契約、役務を提供する役務提供契約の締結または申込をしたこと（事業者の認識は不要） ②当該契約の締結の時から1年以内に権利行使すること（特商法9条の2第2項）	当該契約の申込の撤回及び解除ができる
	その消費者の過去の取引の累積を前提として、その事業者の当該取引により過量となる場合（特商法9条の2第1項2号）	①事業者が、当該取引によって過量になることを知りながら、消費者と商品・指定権利を販売する売買契約、役務を提供する役務提供契約を締結し、またはその申込を受けたこと ②当該契約の締結の時から1年以内に権利行使すること（特商法9条の2第2項）	当該契約の申込の撤回及び解除ができる
	その消費者の過去の取引の累積が既に過量となっている場合（特商法9条の2第1項2号）	①事業者が、過去の消費者の購入の累積から、既に過量になっていることを知りながら、消費者と商品・指定権利を販売する売買契約、役務を提供する役務提供契約を締結し、またはその申込を受けたこと ②当該契約の締結の時から1年以内に権利行使すること（特商法9条の2第2項）	当該契約の申込の撤回及び解除ができる

*筆者作成

2 その他

(1) 事前承諾がない者に対する迷惑広告メールの送信禁止

旧特商法では、電子メール広告の受信を拒否した者に対する送信を禁止するというオプトアウト規制がされていたが、受信拒否のメールを送るとかえって個人情報などが悪用されるという実態があった。

そこで、改正特商法においては、事前の同意がない広告メールの送信は禁止するというオプトイン規制がなされた（特商法12条の3）。

また、販売業者等のみならず、電子メール広告に関する業務を一括して委託されている電子メール広告受託事業者も同様の規制を受けることとなった（特商法12条の4）。

(2) 通信販売における契約の解除等

改正前より、通信販売においては解約返品の可否及び条件について表示義務が定められていたが、表示がないときの民事効について規定されておらず、実際にも解約・返品に関するトラブルが多発していた。

そこで、改正特商法では、広告に特約表示がない限り*3、商品の引き渡し又は指定権利の移転を受けた日から8日を経過するまでの間、解除をすることができるものとした（特商法15条の2）。

なお、広告に解約を制限する表示があればその表示が優先する点や、返品のための費用は消費者負担

となる点で、クーリング・オフとは異なる制度であることに注意が必要である。

(3) 消費者団体訴訟制度の適用拡大

従来、消費者契約法において消費者団体訴訟制度が規定されていたところ、特商法及び不当景品類及び不当表示防止法（以下、「景表法」という。）においても消費者団体訴訟制度の規定が設けられた（景表法については同法10条参照）。

すなわち、特商法上に消費者団体訴訟制度の規定が追加されたことによって、特商法で定める不実の告知、故意による事実の不告知、威迫困惑行為等の不当勧誘行為の禁止、誇大広告等の禁止、クーリング・オフ、損害賠償額の制限等に反する行為について、適格消費者団体が差止請求をすることができるようになった（対象行為は特商法58条の4ないし9参照）。*4

*3：インターネット販売契約などの、「電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律」2条1項に規定する電子消費者契約等については、広告で表示し、かつ、特定商取引に関する法律施行規則16条の2に定める方法（顧客が契約の申込操作を行うための表示において、顧客にとって容易に認識できる方法。詳細は同条参照）により表示することが必要である（特商法15条の2第1項ただし書カッコ内）。

*4：この部分の改正法は、「消費者契約法等の一部を改正する法律」として独立して2008年4月に成立し、特商法関係の部分は2009年12月1日に施行された。

平成21年改正割賦販売法の解説



消費者問題特別委員会委員 小森 貴之 (59期)

特集

特定商取引法・割賦販売法改正

1 用語の変更

～「割賦購入あっせん」から「信用購入あっせん」へ～

今回の法改正で、クレジットについては、割賦要件が外され、「2か月以上の後払い」が適用対象となった。そのため、従来の「割賦購入あっせん」で対象外であったボーナス一括払いや2回払いも規制対象となり、また、割賦要件が廃止されたことから、「割賦購入あっせん」の用語が「信用購入あっせん」に変更された。更に、個別方式と包括方式及びリボルビング方式とで規制体系が大きく異なったことに伴い、前者を「個別信用購入あっせん」とし、後者を「包括信用購入あっせん」とした(割販法2条3項, 4項)。用語の変更については、【表2】のとおりである。

2 規制の抜け穴の解消

～原則全ての商品役務、ボーナス一括払も対象に～

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・役務を扱う取引を規制対象にし

た(割販法2条)。

また、前述のように、ボーナス一括払いのクレジット契約も適用対象となった(割販法2条3項, 4項)。もともと、マンスリークリア方式(翌月一括払い)は、単なる決済手段の性格が強いという理由で規制対象から除外された。なお、割賦販売やローン提携販売においては、割賦要件や指定商品制が維持されている。

さらに、前述の「平成21年改正特定商取引法の解説」で説明のあった過量販売契約を締結した場合、購入者は、販売契約とともに個別クレジット契約を解除することができ、個別クレジット業者に対して既に支払った弁済金の返還を請求することができる(割販法35条の3の12)。

3 クレジット規制の強化

(1) 個別クレジット業者の登録制と行政規制

～契約書型業者も登録制に～

旧割販法では包括クレジット業者(クレジットカード型業者)と異なり、個別クレジット業者(契約書

表2

旧割販法	改正割販法	通常の意味
個品割賦購入あっせん	個別信用購入あっせん	契約書型クレジット
総合割賦購入あっせん リボルビング式割賦購入あっせん	包括信用購入あっせん	カード式クレジット
割賦購入あっせん関係販売業者	信用購入あっせん関係販売業者	クレジット利用の販売業者
割賦購入あっせん関係受領契約	信用購入あっせん関係受領契約	クレジット契約

*弁護士塩地陽介「改正特定商取引法・割賦販売法の全体像(日弁連特別研修会)」の表をもとに筆者が作成

図1 書面交付義務

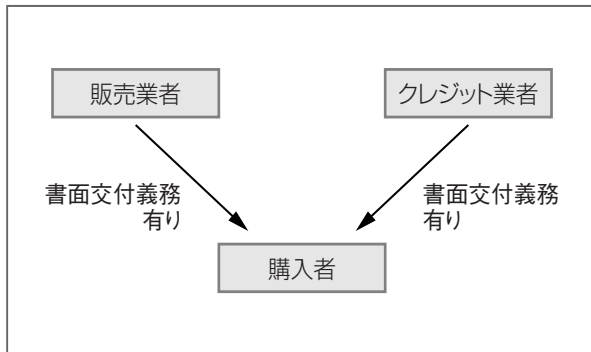


図2 クーリング・オフの行使方法

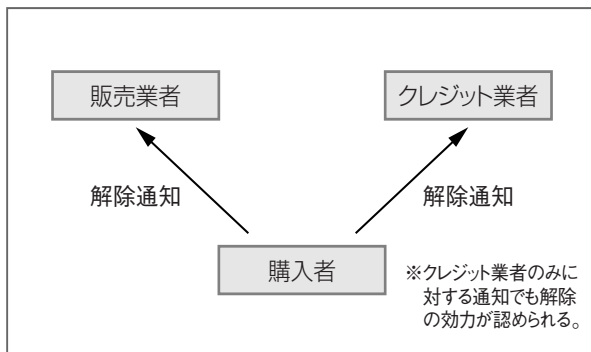
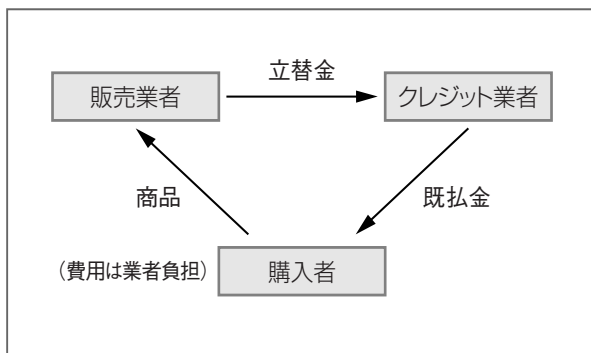


図3 クーリング・オフ後の清算



* 図1及び図2は弁護士塩地陽介「改正特定商取引法・割賦販売法の全体像(日弁連特別研修会)」, 図3は経済産業省「割賦販売法の解説」の図をもとに筆者が作成したものである。

型業者)には登録制や行政規制はなかった。

しかし、個別クレジットを利用した取引による消費者被害が急増していたことから、個別クレジット業者についても包括クレジット業者と同様に登録制や行政規制を導入した(割販法35条の3の23~35)。

(2) 個別クレジット契約の書面交付義務とクーリング・オフ

～クレジット契約のクーリング・オフ、既払金返還請求が可能に～

ア 旧割販法において、特商法の定める取引について個別クレジットを利用したときは、購入者と直接相対する販売業者に書面交付義務があり、購入者は販売契約についてのみクーリング・オフが可能であり、また、クレジット契約は抗弁対抗により未払分について支払が拒絶できただけであった(旧割販法30条の4)。

しかし、改正割販法では、個別クレジット業者にも書面交付義務を課し(割販法35条の3の9)、販売契約だけでなく、個別クレジット契約についてもクーリング・オフが可能になった(割販法35条の3の10, 同11)。

イ クーリング・オフの行使方法など

①特商法上の5類型(訪問販売, 電話勧誘販売, 連鎖販売, 特定継続的役務提供, 業務提供誘引販売。以下, 同じ。)に係る個別クレジット契約を利用して商品を購入したとき, ②購入者は, 契約書面受領日(その前に申込書面を受領したときは申込書面受領日)から8日間(連鎖販売取引, 業務提供誘引販売の場合は法定書面受領日から20日間), ③無理由・無条件で申込みの

表3

当事者	効果
販売業者・購入者間	①販売業者の購入者に対する損害賠償請求不許(割販法35条の3の10第6項) ②商品返還費用を販売業者が負担(同第10項) ③販売業者の購入者に対する使用利益等の請求不許(同第11項)
購入者・個別クレジット業者間	①個別クレジット業者の購入者に対する損害賠償請求不許(同第3項) ②個別クレジット業者の購入者に対する手数料などの利用利益等の請求不許(同第7項) ③個別クレジット業者の購入者に対する既払金の速やかな返還義務(同第9項)
販売業者・個別クレジット業者間	販売業者の個別クレジット業者に対する立替金返還義務(同第8項)

*筆者作成

撤回もしくは個別クレジット契約を解除できることになった(割販法35条の3の10, 同11)。

行使方法は、書面による通知が必要とされ、販売業者と個別クレジット業者の両方にクーリング・オフの通知を送るのが原則である。ただし、個別クレジット業者にのみ送付した場合でも、申込みの撤回もしくは販売契約に対する解除の効力が認められる(割販法35条の3の10第5項)。

書面交付義務及びクーリング・オフの行使方法については、【図1】及び【図2】のとおりとなる。

ウ クーリング・オフ後の効果

クーリング・オフ後に、個別クレジット業者・販売業者・購入者との関係を一括して清算できる規定が設けられている。クーリング・オフ後の各当事者間は、【図3】のように清算することになる。

そして、クーリング・オフ後の各当事者間の具体的な効果は、【表3】のとおりとなる。

エ 適用除外

なお、特商法に合わせて、次のような適用除外も規定されている。まず、①乗用車(契約まで一定期間を要するのが一般的でその間に購入意思が安定するため)、②葬儀等、法律で給付義務が課されている場合や、速やかに役務を提供しないと消費者に不利益となるもの及び③化粧品・健康食品等のいわゆる消耗品を使用または消費した場合は、クーリング・オフ規定の適用がない(割販法35条の3の60, 特商法26条3項各号, 同条4項, 同法施行令6条の2ないし4)。

(3) 加盟店調査義務・不適正与信の禁止

～加盟店調査義務や不適正与信禁止義務違反の場合には行政処分の対象に～

今回の改正の背景となったクレジット取引におけ

るトラブルの大半が、個別クレジット取引に係るものであり、加盟店の悪質な販売行為に対しては、通達等の指導が繰り返されていたものの、法的な効力がないため実効性が不十分であった。

そこで、改正割販法ではクレジットを利用した不適正な与信を防止すべく、個別クレジット業者については、販売方法の調査義務を課し（割販法35条の3の3）、特商法で禁止され消費者契約法で取消原因とされている行為（不実告知等）を確認した場合はクレジット契約の申込みまたは承諾を禁止し（割販法35条の3の7）、これを行った場合は改善命令の対象とした。

(4) 個別クレジット契約の取消権

～クレジット契約自体の取消権と無過失の既払金返還責任～

ア 旧割販法では、特商法に定める販売契約に特商法上の取消事由が存在するとき、クレジット業者に対しては未払金の支払が拒絶できるのみだった（旧割販法30条の4）。しかし、それでは、クレジット業者に対する加盟店調査の動機付けが弱く、また、被害者救済に十分でなかった。

そこで、改正割販法では個別クレジット契約の取消及び個別クレジット業者に対し過失を要件としない既払金返還責任を認めた（割販法35条の3の13～16）。

イ これは、個別クレジットを利用した訪問販売等の販売契約について、消費者契約法5条の法理（媒介者の法理。個別クレジットにおける加盟店は、クレジット契約の契約条件の交渉、契約書の作成・提出業務をクレジット業者から委託された媒介者にあたる。）を活用して、個別クレジ

ット契約を取り消せるものとしたものである。

このように、媒介者の法理に基づく規定であるため、加盟店がクレジット契約の締結につき媒介者の役割を果たす個別クレジットの場合にのみ適用され、包括クレジットの場合には適用されない。

ウ 要件は、①個別クレジットを利用、②訪問販売等の販売契約及び③不実の告知または故意の事実不告知があるときに適用される。なお、前述のように、個別クレジット業者に過失があることは要しない。

エ 効果としては、①個別クレジット業者から購入者に対する立替代金相当額請求の禁止、②販売業者から個別クレジット業者に対する立替金返還義務及び③購入者から個別クレジット業者に対する既払金返還請求権がある（割販法35条の3の13～16）。

(5) 支払能力調査義務と支払能力を超える与信の禁止

～過剰与信をした場合には行政処分の対象に～

ア 旧割販法においても、過剰与信の防止に努める規定はあったが、抽象的な努力規定であり、法的な実効性がなかった。そこで、改正法では、クレジット業者に顧客の支払能力調査義務（割販法30条の2第1項、同法35条の3の3第1項）を課すと共に、支払能力を超えるクレジット契約の締結を禁止する過剰与信規制が規定された（割販法30条の2の2、同法35条の3の4）。

イ まず、包括クレジットについては、カード発

行時、極度額増額時、カードの更新時に、経済産業省の定めるところにより、①年収、②預貯金、③クレジットに係る債務の支払状況、④借入れの状況、⑤その他当該利用者の「包括支払可能見込額」を算定するために必要な事項として経済産業省令で定めるものを調査しなければならない（割販法30条の2第1項本文）。

また、個別クレジットについては、契約の締結に先立って、経済産業省令が定めるところにより、①年収、②預貯金、③信用購入あっせんに係る債務の支払の状況、④借入の状況、⑤その他の当該購入者等の「個別支払可能見込額」を算定するために必要な事項として経済産業省令で定めるものを調査しなければならない（割販法35条の3の3第1項本文）。

ウ そして、包括クレジットについては、支払可能見込額を超えるカード等の交付等が禁止され（割販法30条の2の2本文）、同条の規定に違反した場合には改善命令の対象となり（割販法30条の5の3）、命令に違反した者は100万円以下の罰金に処せられる（割販法51条の6第1号）。

また、個別クレジットについては、個別可能見込額を超える場合の契約締結が禁止され（割販法35条の3の4本文）、同条の規定に違反した場合には改善命令の対象となり（割販法35条の3の21）、命令に違反した者は100万円以下の罰金に処せられる（割販法51条の6第2号）。

4 その他

～認定割賦販売協会及び加盟店情報報告制度～

従来から、全国信販協会やクレジット産業協会などの業界団体が存在し、任意の加盟店情報交換制度が設けられているが、クレジット被害防止のための取り組みが十分とは言えず、情報交換制度も実効性のある活用はされていないという実情があった。

そこで、経済産業大臣が購入者の利益保護を目的とする認定割賦販売協会を認定することができ（割販法35条の18）、クレジット業者は販売業者が利用者の保護に欠ける行為を行ったときは、認定割賦販売協会に報告する義務を負うこととした（割販法35条の20）。

ケーススタディ1 訪問販売について



消費者問題特別委員会委員 佐藤 嘉寅 (57期)

事例

相談者(58歳、女性、パート収入月15万円、一人暮らし)は、訪問販売業者から訪問を受け、「健康な体をつくるためには、食生活から改善しないとはいけません。当社は、サプリメントなどの健康食品に加え、味噌や醤油などの調味料も取り扱っています。味噌と醤油はすべて無農薬で作られた大豆を原料に作っています。今なら、キャンペーン中で、これらの健康食品・調味料のセット販売をされていて大変お買い得です。今なら、3ヶ月分で、10万円になっています。是非、購入してみませんか?」と勧誘してきた。

相談者は、特に、健康食品に興味がなかったのですが、一旦、断ったが、営業担当者が、「このサプリメントを飲んでいる人は、飲んでいない人に比べると、心筋梗塞や脳卒中になる確率が、10%程度になるというデータもでています。」などと言うので、それだけの効果があるのであれば、購入してもいいなと思い、結局、購入してしまった。

購入に際しての支払いは、クレジット会社を利用して、ボーナス月に一括で支払うとの内容で、2ヶ月後に代金を支払った。

しかし、味噌や醤油などの調味料も無農薬製法で作られた大豆を原料としたものではなかったし、発ガン率のデータも科学的な根拠に基づくものではなく、サプリメントの心筋梗塞、脳卒中に関するデータもでたらめなものであった。相談者は契約を取り消して、すでに支払い済みの金銭も返してもらいたいが可能か。

また、販売業者の販売方法に問題はないか。

解説

1 指定商品・指定役務制度の廃止

旧特商法では、訪問販売において指定商品・指定役務制がとられていたので、特商法の適用を検討するにあたって、まずは、指定商品にあたるか否かを検討する必要があった。

本事例では、指定商品を定めた旧特商法政令別表

一1の「動物及び植物の加工品(一般の飲食の用に供されないものに限る。)であって、人が摂取するもの」にあたるかが問題となり、味噌、醤油はこれに該当しなかった。しかし、被害が多発したため、平成19年6月20日の政令改正によって(同年7月15日施行)規制対象に追加された。また、サプリメントについては、解釈上問題となるものであって、平成19年2月経済産業省消費経済政策課がまとめた「特定商取引法ポイント解説」で例示された。つまり、指定商品に該当する可能性が高いが、ことばだけでは違うものも入る可能性があるため個別に判断を要するものの一つであって、健康食品と考えられるが形状のみでは判断できない、とされていた*1。

このように、指定商品・指定役務制は、そのすき間を縫って訪問販売を行う業者を生み、被害が現れてから後追いで規制することとなり、また、ことばの解釈の問題が生じ適用範囲が分かりづらいこともあって、消費者の被害救済に不十分な面があった。

そこで、改正特商法・改正割賦法では、かかる指定制を廃止して原則的に全ての商品・役務を対象とし、逆に適用除外事由にあたること(特商法26条1項)を業者側で反論立証しなければならぬこととし、消費者保護を厚くした。

2 割賦法の適用要件

クレジットについて、旧割賦法は、「2か月以上かつ3回払い以上」を規制対象としていたが、改正割賦法はこの割賦要件をはずし、「2か月以上の後払い」を全て対象とすることとなった。従って、マンスリークリア(翌月一括払い)を除き、1回払い・2回払いの支払いも規制対象となり、本事例のように、2ヶ月後のボーナス一括払いも、改正割賦法が適用される。

3 継続勧誘・再勧誘の禁止

改正特商法では、訪問販売における勧誘段階の規制ルールとして、①勧誘を開始する前に、相手方(消費者)に勧誘を受けるか否かを確認することの努力義務

(勧誘受諾意思確認義務)が課せられたとともに(特商法3条の2第1項)、②契約を締結しない意思を表示した者に対しての勧誘を禁止している(同条第2項)。

訪問販売は、不意打ち的な販売類型であり、長時間・複数回勧誘されてしまうと、買う意思のない者、特に、高齢者の方たちは、つい根負けして購入してしまう可能性が高いため、このような規定が新設された。

本事例では、健康食品の購入の勧誘の際に、一旦、断っていることから、この後、継続的に勧誘することは上記に反することとなり、指示、業務停止命令などの行政処分の対象となる(特商法7条、8条)。

なお、この点、自治体などが配布している訪問販売お断りステッカーを家の門戸に貼っていても、この拒絶の意思表示にあたらぬという解説が消費者庁取引・物価対策課よりなされているが*2、拒絶の意思表示をしたか否かが争いになるときに、このようなステッカーを貼っているということ自体が、拒絶の意思表示をしたことを推認させる一つの事情となると考えられ、ステッカーを貼っても無意味ということにはならないと考える*3。

また、継続勧誘・再勧誘の禁止に違反しても、改正特商法上、民事的な効果は規定されていないが、法が、継続勧誘・再勧誘を禁止した趣旨からすれば、訪問販売業者が同条に違反して勧誘した場合は、民法上の不法行為責任の違法性を基礎づける事実にもなりうるものと考えられる(民法709条)。

4 改正割賦法とクレジット契約の取り消し

本事例では、味噌、醤油は、無農薬製法の大豆を原料としているとの勧誘文言であったが、無農薬製法の大豆を使ったものではなかったというのであるから、「商品の…品質」に関する事項で購入者の判断に影響を及ぼすことになる重要なものについて不実の告知があったといえる。また、サプリメントについては、心筋梗塞や脳卒中になる確率が10%程度というのもデータに基づかない虚偽のものであったというのであるから、このような虚偽の事実がなかつ

たならば、商品を購入することはなかったといえ、「商品の…性能」に関する事項で購入者の判断に影響を及ぼすことになる重要なものについて不実の告知があったといえる。

よって、どちらも改正割賦法35条の3の13第1項第3号によりクレジット契約自体の申込の意思表示を取り消すことができる。

個別クレジット契約が取り消され、かつ、販売契約が始めから無効とされた場合の効果は、次のようになる。

- ①個別クレジット業者は、相談者に対し個別クレジット契約に基づく立替代金支払い請求はできない。相談者は、立替金残高の支払いを免れる(割賦法35条の3の13第2項)。
- ②販売業者は個別クレジット業者に対し、交付を受けた立替金相当額を返還する(割賦法35条の3の13第3項)。
- ③相談者が個別クレジット業者に対して支払い済みの金員があるときは、相談者は個別クレジット業者に対し、既払い金の返還請求をすることができる(割賦法35条の3の13第4項)。

以上のように、本事例では、クレジット契約の取消が可能で、その効果として契約がなかった状態に巻き戻されることとなり、旧割賦法では明文上認められていなかったクレジット料既払い分の返還が可能となった。従来、販売業者との関係で取消が行われても(特商法9条の3)、販売業者が倒産していれば被害回復は望めなかったが、改正割賦法により、クレジット業者から既払い分の返還を受けられるので、消費者保護が手厚くなった。

*1：経済産業省HP 経済産業省消費経済政策課 特定商取引法ポイント解説より (<http://www.meti.go.jp/policy/consumer/pointkaisetsu.pdf>)

*2：消費者庁HP取引・物価対策課公表資料より (http://www.caa.go.jp/trade/pdf/091210kouhyou_1.pdf)

*3：消費者庁HP大臣等記者会見 福島内閣府特命担当大臣平成21年12月8日記者会見要旨参照 (http://www.caa.go.jp/action/kaiken/pdf/091208d_kaiken.pdf)

ケーススタディ2 次々販売について

消費者問題特別委員会委員 相澤 和義 (56期)



事例

Xは、販売業者A社の勧誘員の訪問販売を受け、羽毛掛け布団を、2年間に10件、合計約800万円、契約書型クレジット契約（信販会社B社）を利用して購入した（羽毛掛け布団20点）。Xは、75歳の一人暮らし、その収入は年金（2か月に20万円）のみであった。購入した羽毛掛け布団のうち、1点は使用しているが、そのほかは未使用のまま保管している。A社勧誘員は、Xを勧誘するに際し、羽毛掛け布団について、実際は安物のフェザーを使用しているにもかかわらず、高級ダウンを使用しているなどと商品の説明をしていた。

Xは、改正特商法・改正割販法によりいかなる主張ができるか。

解説

1 過量販売解除

（特商法9条の2、割販法35条の3の12）

次々販売とは、訪問販売等により同一消費者に対し次々と商品を販売する商法をいうが、本件において、Xは、訪問販売により、2年間で、20点もの羽毛掛け布団を購入させられているので、本件はいわゆる次々販売事案に当たる。

改正特商法は、訪問販売により、日常生活において通常必要とされる分量を著しく超える商品・役務を購入する契約を締結した場合、購入者等は当該契約の申込みの撤回又は当該契約の解除をすることができる（特商法9条の2）、改正割販法は、特商法9条の2にあたる販売契約に係る個別信用購入あっせん関係受領契約（以下「個別クレジット契約」という）の申込みの撤回又は当該契約の解除ができるとしている（割販法35条の3の12）。

Xは、訪問販売により、2年間で、20点もの羽毛掛け布団について売買契約及び個別クレジット契約を締結させられているので、販売業者A社に対して特商法9条の2に基づき過量販売にかかる売買契約の解除を、信販会社B社に対し割販法35条の3の12に基

づき過量販売にかかる個別クレジット契約の解除を主張することが考えられる。

過量販売による解除が認められるのは、日常生活において通常必要とされる分量を著しく超える商品・役務を購入する契約を締結した場合である（特商法9条の2第1項）。この要件に該当するかは、まず、その販売する商品等に関し、当該商品等の性質、機能や相手方消費者の世帯構成人数等の個別の事情にかんがみ、その個別消費者にとって、「日常生活において通常必要とされる分量」を超えるかどうか判断される。そのうえで、過量の程度が「著しく超える」にあたるかについて、社会通念によって判断されることになる。

一人暮らしの本件では、2点目以降の販売は原則として「日常生活において通常必要とされる分量」を超えていると考えられる。問題は、2点目を超える購入が、Xにとって日常生活において通常必要とされる分量を「著しく超える」と認められるか否かであるが、特商法はこの点についての一般的基準を定めていないので、上記のとおり、Xの年齢や、配偶者やその他の同居家族の有無、人数、収入や毎日の生活の実態等を踏まえて判断することになる。一人暮らしの高齢者であることや、2年経っても購入した羽毛掛け布団20点のうち1点のみしか使用していないことからすれば、購入した布団の大部分は過量販売解除の対象となるといえよう。

なお、これに対して、販売業者側が過量販売による解除が認められないと主張する場合は、「当該契約の締結を必要とする特別の事情」があることを販売業者側が立証しなければならない。

また、本事例は販売契約が複数存在するため、販売業者が日常生活において通常必要とされる分量を著しく超えること、あるいは既にそのような量を超えた状況にあることを知りながら販売することを要するが（特商法9条の2第1項2号）、本事例は同一業者による事例であるため、A社は、日常生活において通常必要とされる分量を著しく超えること、既に

そのような量を超えた状況にあることについて当然に認識していたものと評価できよう。

もっとも、過量販売解除権の行使期間は契約時から1年とされている（特商法9条の2第2項、割賦法35条の3の12第2項）。したがって、Xは、日常生活において通常必要とされる分量を著しく超えた分以降の売買契約及び個別クレジット契約については、かかる行使期間を経過していない限り、過量販売を理由に契約解除することができる。

2 クレジット契約の書面交付義務とクーリング・オフ

改正割賦法は、個別クレジット業者に対し、特商法上の5類型にかかる個別クレジット契約の申込を受けたとき、及び当該契約を締結したときは、それぞれ遅滞なく、法定事項記載の書面（申込書面、契約書面）を交付する義務を課し（割賦法35条の3の9）、かかる個別クレジット契約についてクーリング・オフ制度を導入した（割賦法35条の3の10、11）。

本事例では、Xは訪問販売の際に契約書型クレジット契約を利用しているので、かかる個別クレジット契約につきクーリング・オフを主張することが考えられる。

訪問販売にかかる個別クレジット契約のクーリング・オフは法定書面受領時から8日間の行使期間とされているが（割賦法35条の3の10第1項）、かかる法定書面の記載に不備があるときは、法定事項が記載された書面の交付を受けるまではかかる行使期間は起算されないため、本事例においても、Xが交付を受けた契約書面等に不備があれば（たとえば、クーリング・オフに関する記載がない、商品の特定ができないなど）、Xは本件個別クレジット契約をクーリング・オフすることができる。

3 クレジット契約の不実の告知等を理由とする取消権

改正割賦法は、特商法上の5類型にかかる個別ク

レジット契約の締結について勧誘するに際し、販売契約又はクレジット契約に関する不実の告知又は故意の事実の不告知により誤認して契約したときは、個別クレジット契約を取り消すことができるとした（割賦法35条の3の13～16）。

本事例においても、Xを訪問勧誘したA社勧誘員は、Xを勧誘するに際し、羽毛掛け布団について、実際は安物のフェザーを使用しているにもかかわらず高級ダウンを使用していると不実の告知をなしており（割賦法35条の3の13第1項3号「商品の品質」に関する事項に該当）、かかる不実の告知によりXは誤認し契約したといえるので、Xはかかる個別クレジット契約を取り消すことができる。

4 クレジット業者の支払能力調査義務と過剰与信規制

改正割賦法は、個別クレジット業者は契約の締結に先立って、経済産業省令・内閣府令で定めるところにより、年収、預貯金、信用購入あっせんに係る債務の支払いの状況、借入れの状況その他の当該購入者等の個別支払可能見込額を算定するために必要な事項として経済産業省令・内閣府令が定めるものを調査しなければならないとし（割賦法35条の3の3第1項）、購入者等の支払総額のうち1年間に支払うこととなる額が個別支払可能見込額を超えるときは、契約締結してはならないとしている（割賦法35条の3の4）。

本事例でも、Xの支払総額のうち1年間に支払うこととなる額が、個別支払可能見込額を超えるときは、A社はXと個別クレジット契約を締結してはならないこととなる。

もっとも、かかる過剰与信規制違反の効果としては、個別クレジット業者への行政処分が認められているにすぎず（割賦法35条の3の31～32）、民事効の規定が置かれていないことから、Xは民法の公序良俗違反や不法行為（違法性）を主張するうえで、過剰与信規制違反を主張することになる。