

2008年6月に成立した、「特定商取引に関する法律及び割賦販売法の一部を改正する法律」が12月1日から施行されました。この改正には、

- ・規制の抜け穴の解消
- ・訪問販売規制の強化（特定商取引法改正）
- ・クレジット規制の強化（割賦販売法改正）
- ・インターネット取引等の規制強化
- ・その他、罰則や自主規制の強化

等の内容が改正されましたが、今回はこの中でも特定商取引に関する法律の改正における、訪問販売規制の強化についてにお伝えいたします。

訪問販売規制に係る部分は、主に以下の2点となります。

## 1. 訪問販売業者に「契約しない旨の意思」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

訪問販売の被害事例では、執拗な勧誘による販売や、高齢者に対する販売が目立っています。特に高齢者は、判断力の低下や一人暮らしで相談する相手がいないなどの状況につけ込む悪質な業者のターゲットにされることが少なくありません。

こうした被害をなくすために、勧誘に関する規制が強化されます。

- ①勧誘開始の段階で消費者に勧誘を受ける意思があるかどうかを確認することを努力義務とする。
- ②「契約を締結しない旨の意思」を表示している消費者に対しては勧誘の継続や再度の来訪による勧誘の禁止

※同じ契約に関する契約であったとしても、消費者が断ったからと言って未来永劫勧誘が禁止されるわけではありません。扱う商品の季節性やその契約から想定される一般的な期間等といった社会通念に照らして相当と考えられる期間、再訪が禁止されます。

## 2. 訪問販売で、通常必要とされる量を著しく超える商品等を購入契約した場合、契約後1年間は契約の解除をすることができます。（ただし、消費者にその契約を結ぶ特別の事情があった場合は例外）

最近、過量販売や次々販売で生活に必要な量を著しく超える量の契約を結ばされる被害が増加しています。

悪質な販売業者は、「たくさん買うと安くなるから」などと言葉巧みに勧誘をし、ずさんなクレジット与信と相まって高額な契約をさせられます。

しかも、一度このような契約をしてしまうと、業者は手を変え、品を変え次々に違う商品を販売しようとしてきます。

そこで、以下のような新しい制度が導入されることになりました。

- ①事業者に対して、正当な理由もなく「過量販売」につき勧誘する行為を行政規制の対象とする。
- ②消費者がこのような契約をさせられた場合、契約後 1 年間は契約の解除をすることができる。  
(ただし、消費者に契約をすることにつき、特別な事情があったことを事業者が立証する場合は例外)

売り方による過量販売の 2 パターンについて

- ①ある事業者の 1 回の販売行為が過量な商品等の契約となる場合

⇒ 過量という外形的な要件で解除が認められます。

- ②過去の消費者の購入の累積から、ある事業者の販売行為によって過量になること、もしくはすでに過量であることを知りながらさらに販売する場合

⇒ 知りながら販売を行ったという悪意性が要件として付加されます。

このほかにもインターネット取引の規制等大きな改正がございましたが、その他の改正点については、次回以降お伝えいたします。

以上