

消費生活相談の動向と法令改正に伴う効果の把握・分析について

* データ等については整理中のものであり、今後変更がありうる。

I	消費生活相談の動向について ……………	1
II	法令改正に伴う効果の把握・分析について ……………	10
	1 資料の構成、評価の基本的な考え方 ……………	10
	2 法令改正に伴う効果の把握・分析結果の方向性（7 法令、11 事項） ……	11
	・ 平成 20 年特定商取引法改正（平成 20 年 12 月、21 年 12 月施行） ……	11
	・ 平成 24 年特定商取引法改正（平成 25 年 2 月施行） ……	19
	・ 平成 23 年宅地建物取引業法施行規則改正（平成 23 年 10 月施行） ……	24
	・ 平成 20 年割賦販売法改正（平成 21 年 12 月、22 年 12 月施行） ……	29
	・ 平成 18 年貸金業法改正（平成 19 年 1 月、同年 12 月、21 年 6 月、22 年 6 月 施行） ……	34
	・ 平成 21 年商品先物取引法（平成 21 年 10 月、22 年 7 月、23 年 1 月施行） ……………	41
	・ 平成 21 年金融商品取引業等に関する内閣府令改正（平成 21 年 8 月、22 年 8 月施行） ……	44
	・ 平成 21 年金融商品取引法改正（平成 22 年 4 月施行） ……	49
	・ 平成 22 年金融商品取引法施行令改正（平成 23 年 4 月施行） ……	51
	・ 平成 23 年金融商品取引法改正（平成 23 年 11 月施行） ……	54
	・ 平成 23 年老人福祉法改正（平成 24 年 4 月施行） ……	59

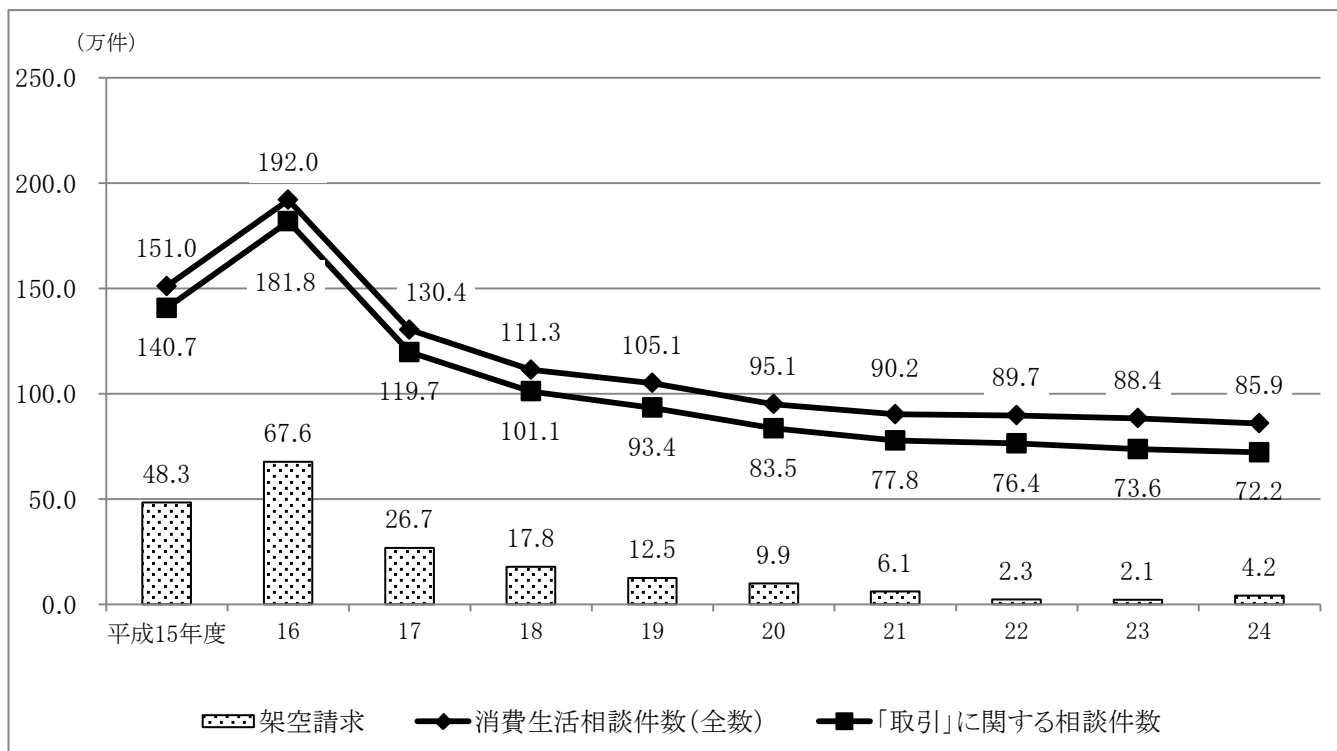
I 消費生活相談の動向について

1 全国の消費生活相談件数の推移

平成15年度から24年度における全国の消費生活相談件数は、図表1のとおり、架空請求に関する相談が急増したことにより、平成16年度に約192万件となったが、その後は減少傾向であり、取引に関する相談件数も減少傾向にある。

また、平成20年度以降の取引に関する相談の減少について、商品・役務別にみると、「フリーローン・サラ金」が20年度の約11.6万件から24年度には約4.3万件と約7.3万件減少しており、近年の相談件数減少の最も大きな要因になっているとみられる。

図表1 全国の消費生活相談件数の推移（平成15年度～24年度）



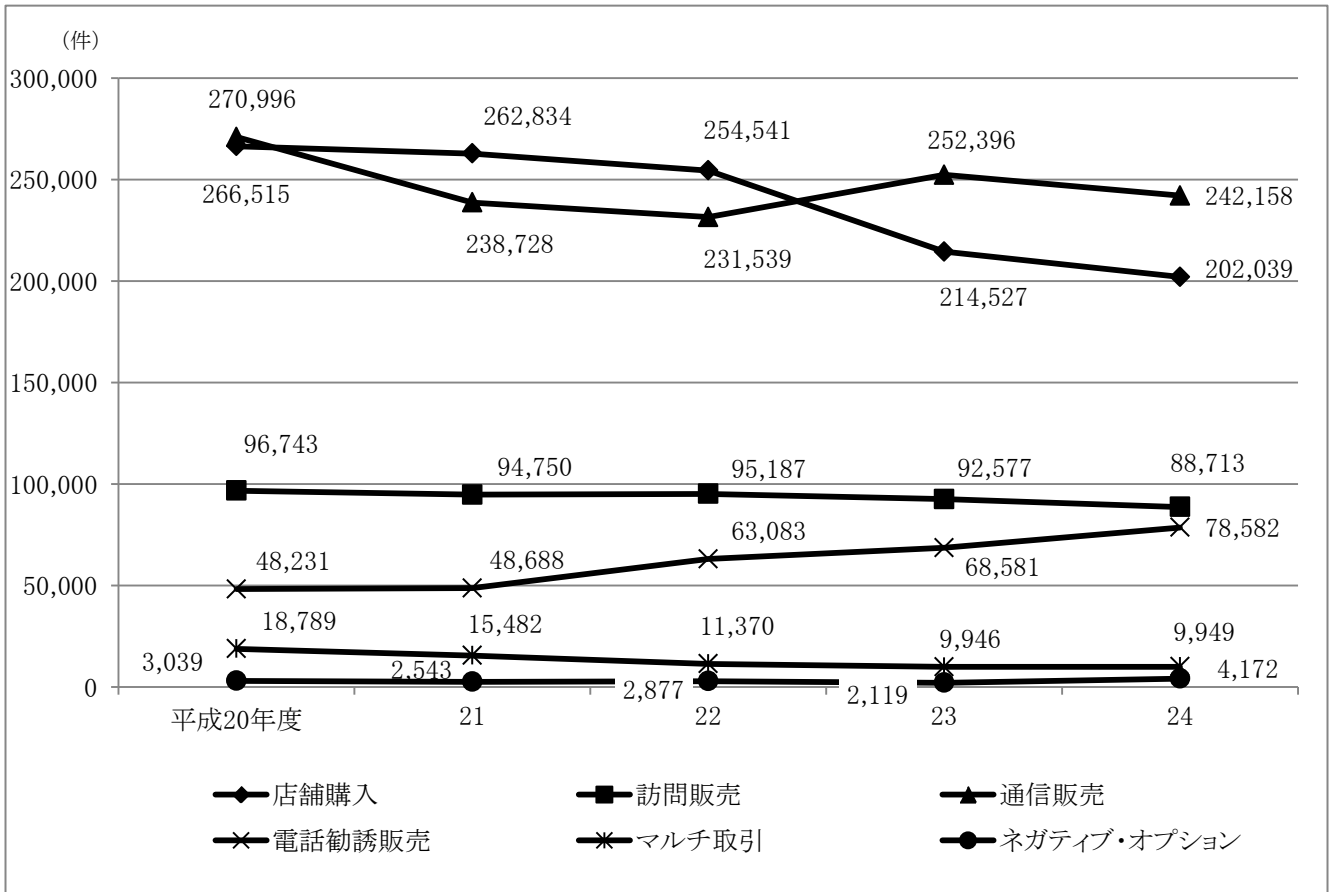
(注) 1 全国消費生活情報ネットワーク・システム（以下「P I O - N E T」という。）に登録された全国の消費生活相談情報（平成25年9月30日までの登録分）による。

2 「取引」に関する相談件数とは、「販売方法」又は「契約・解約」のいずれかが問題となっているものを指す（以下同じ）。

2 販売購入形態別の相談件数の推移等

平成 20 年度から 24 年度における取引に関する相談について、販売形態別でみると、図表 2 のとおり、店舗購入は減少傾向である（20 年度と 24 年度を比較すると、約 6.9 万件の減）一方で、通信販売及び訪問販売は横ばい、電話勧誘販売は増加傾向（同約 3.0 万件の増）となっている。また、件数は少ないものの、ネガティブ・オプションが 24 年度には前年度と比べ約 2 倍に増加している。

図表 2 取引に関する相談における販売購入形態別の相談件数の推移（平成 20 年度～24 年度）



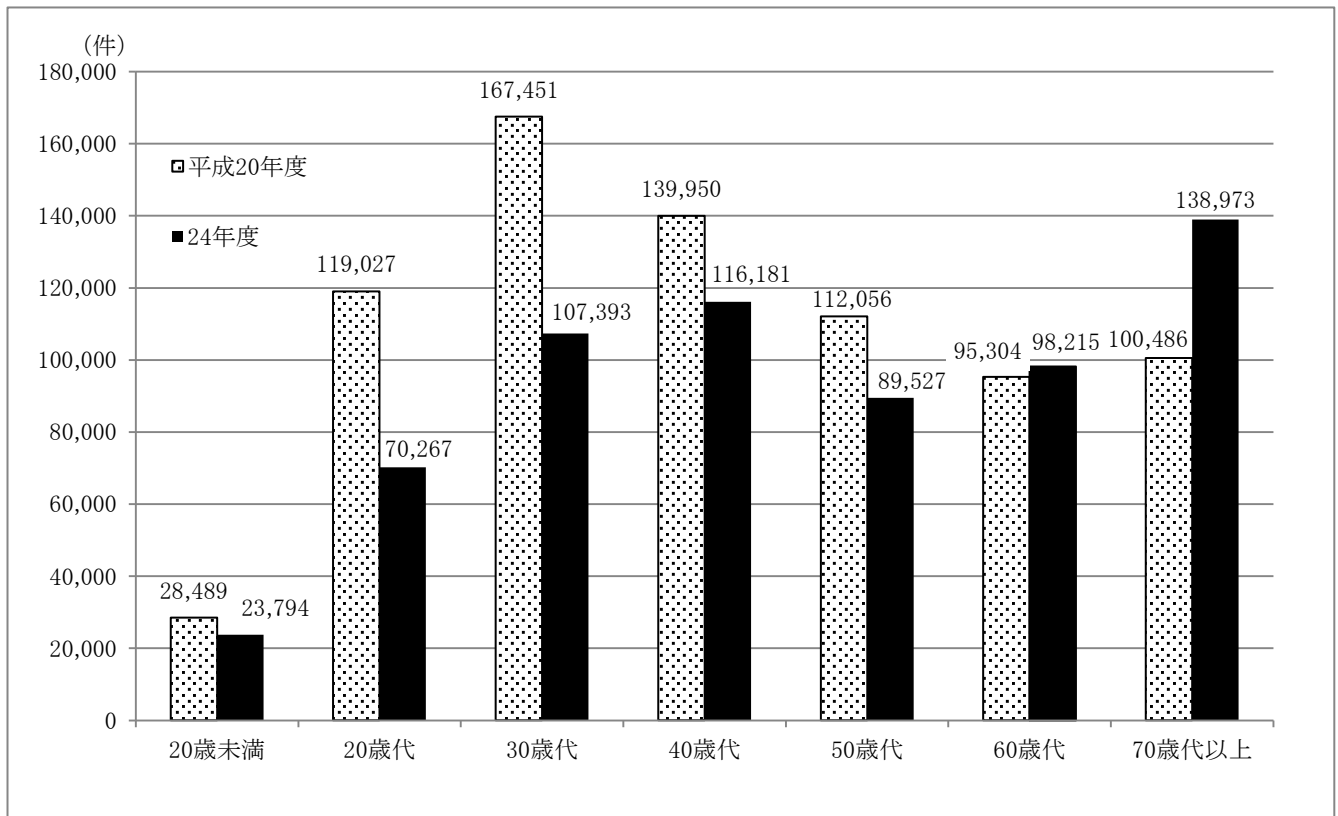
- (注) 1 P I O-N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成 25 年 9 月 30 日までの登録分）による。
 2 平成 25 年 2 月 21 日以降、特定商取引法改正により新設された「訪問購入」は、施行後間もないことから、「訪問販売」に計上している。

3 契約当事者の年代別の相談件数の推移

平成20年度と24年度の取引に関する相談件数について、各年代別に比較すると、図表3のとおり、20歳未満から50歳代は減少しており、特に20歳代、30歳代は4割前後減少している。一方、60歳代及び70歳代以上は増加しており、特に70歳代以上は約4割の増加となっていることに加え、年代別でみた相談件数も最も多くなっている。

また、件数は少ないものの、20歳未満のうち、特に10歳未満の契約当事者は、平成24年度は20年度の約2倍（H20：481件→H24：1,001件）と急増しており、被害の低年齢化がうかがわれる。

図表3 契約当事者の年代別の相談件数の推移（平成20年度、24年度）

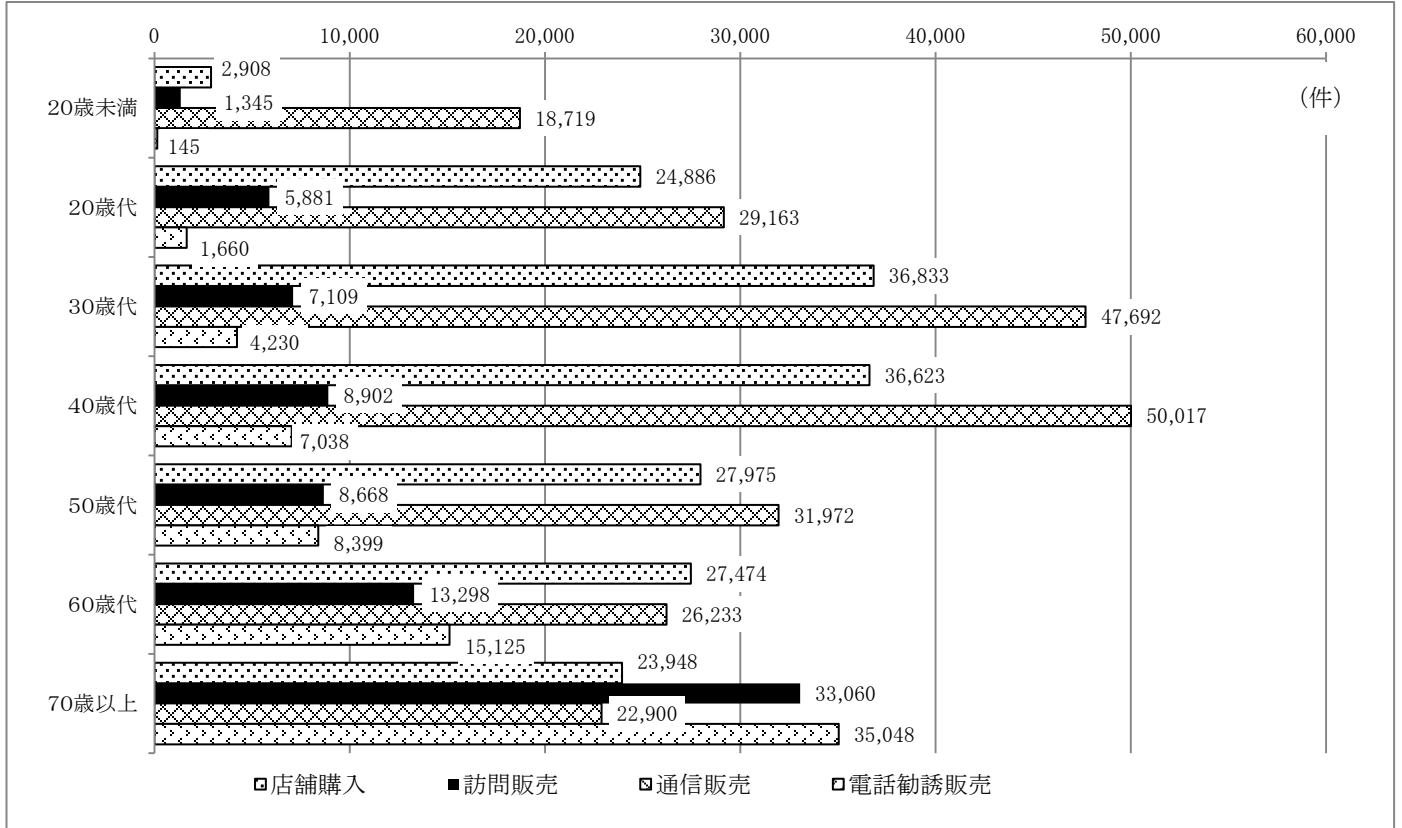


(注) P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成25年5月31日までの登録分）による。

4 年代別の販売形態別の相談件数

平成 24 年度の取引に関する相談件数のうち、件数の多い店舗購入、訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売について各年代別にみると、図表 4 のとおり、50 歳代までの各年代では通信販売が多いが、60 歳代では店舗購入と通信販売が同程度であり、70 歳代以上は電話勧誘販売と訪問販売が多くなっている。

図表 4 年代別・販売形態別の相談件数（平成 24 年度）



(注) P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成 25 年 9 月 30 日までの登録分）による。

5 年代別の上位商品・役務別の相談件数

平成 21 年度と 24 年度の取引に関する相談について、その件数が増加傾向にある 60 歳代及び 70 歳以上の相談における上位 10 の商品・役務を比較してみると、図表 5 のとおり、いずれも「デジタルコンテンツ」が増加しているほか、21 年度には上位 10 に入っていなかった「健康食品（全般）」や「ファンド型投資商品」が 24 年度には上位となっている状況がみられる。

図表 5 60 歳代及び 70 歳以上の上位商品・役務（平成 21 年度、24 年度）

（単位：件）

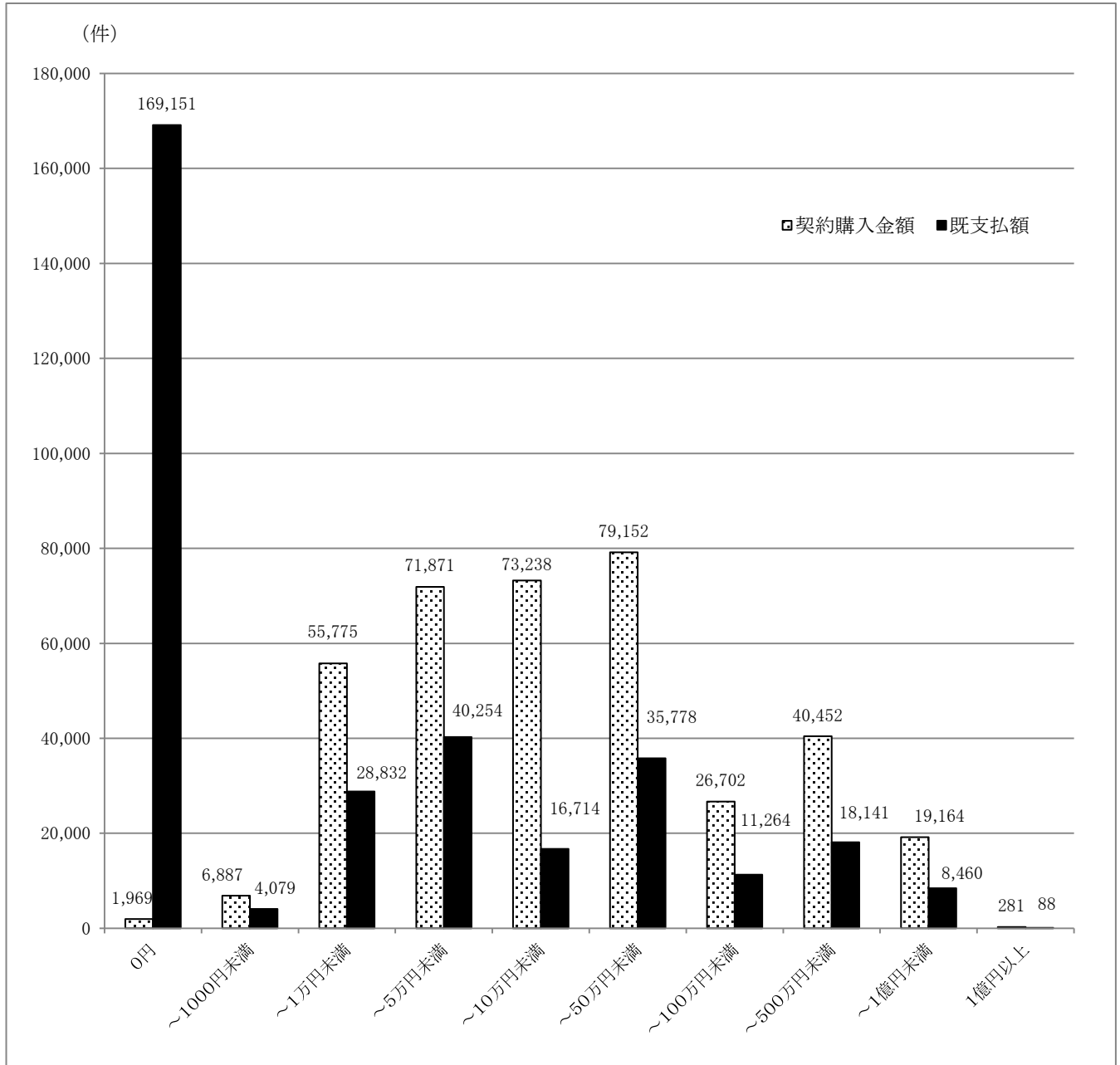
区 分	平成 21 年度		24 年度	
60 歳代	フリーローン・サラ金	12,552	デジタルコンテンツ	13,341
	商品一般	7,463	フリーローン・サラ金	6,400
	デジタルコンテンツ	6,923	工事・建築	4,346
	工事・建築	3,671	商品一般	4,170
	不動産貸借	3,247	ファンド型投資商品	3,710
	株	1,879	不動産貸借	3,119
	普通生命保険	1,694	インターネット接続回線	2,868
	新聞	1,677	健康食品（全般）	2,077
	宝くじ	1,247	新聞	1,697
	修理サービス	1,235	公社債	1,680
70 歳以上	商品一般	8,768	健康食品（全般）	8,720
	フリーローン・サラ金	5,840	ファンド型投資商品	8,111
	工事・建築	5,217	商品一般	6,979
	株	3,638	他の健康食品	6,471
	ふとん類	3,636	工事・建築	6,321
	新聞	3,635	デジタルコンテンツ	5,349
	宝くじ	2,656	新聞	4,352
	デジタルコンテンツ	2,178	フリーローン・サラ金	4,107
	他の健康食品	2,153	株	3,714
	不動産貸借	2,105	公社債	3,520

（注） P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成 25 年 9 月 30 日までの登録分）による。

6 契約購入金額と既支払額の分布

平成 24 年度の取引に関する相談について、契約購入金額と既支払額の状況をみると、図表 6 のとおり、契約購入金額では、「10 万円以上 50 万円未満」が多いが、既支払額では 0 円が圧倒的に多く、多くが支払いの前に相談されていることがうかがわれる。

図表 6 契約購入金額と既支払額の分布（平成 24 年度）

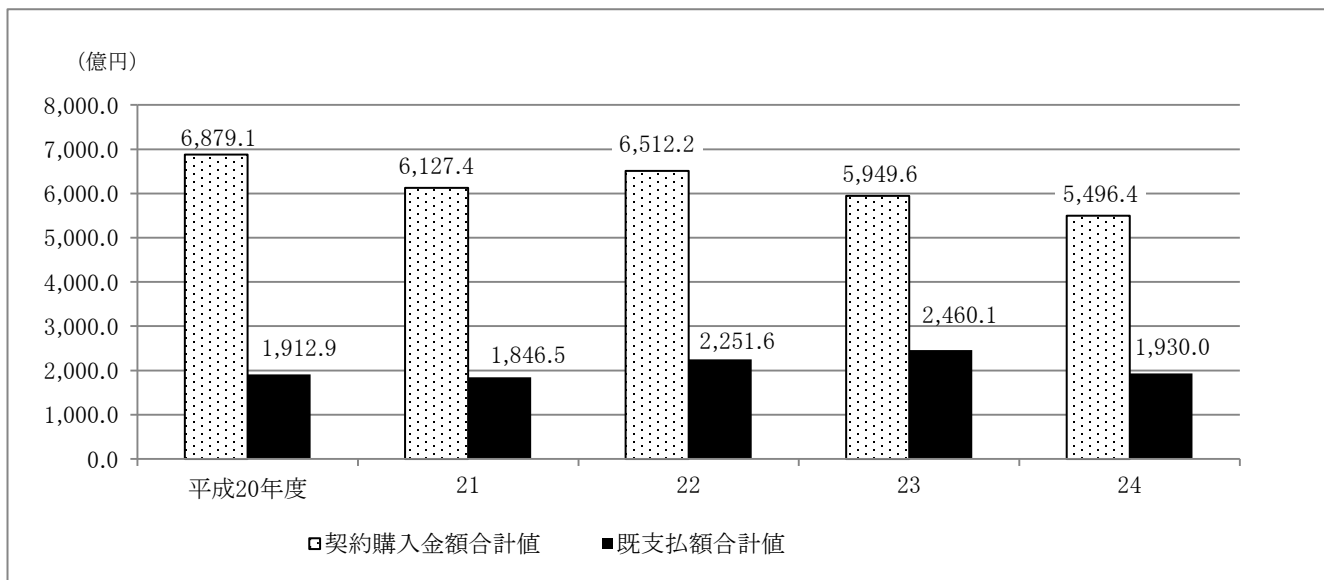


(注) P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成 25 年 5 月 31 日までの登録分）による。

7 契約購入金額と既支払額の推移

平成20年度から24年度の取引に関する相談について、契約購入金額と既支払額の推移をみると、図表7のとおり、24年度では、契約購入金額の合計は約5,496億円、既支払額の合計は約1,930億円となっており、前年度と比較するといずれも減少しているが、特に既支払額の合計は最近5年間はほぼ横ばいで推移している。また、図表8のとおり、24年度の平均契約購入金額は約146万円、平均既支払額は約58万円で、前年度と比べると平均購入金額は横ばいであるが、平均既支払額は減少している。

図表7 契約購入金額と既支払額の推移（平成20年度～24年度）



(注) P I O - N E Tに登録された全国の消費生活相談情報（平成25年5月31日までの登録分）による。

図表8 平均契約購入金額と平均既支払額の推移（平成20年度～24年度）

(単位：万円)

区 分	平成20年度	21	22	23	24
平均契約購入金額	160.8	149.8	156.2	146.2	146.4
平均既支払額	55.3	54.5	66.3	70.3	58.0

(注) P I O - N E Tに登録された全国の消費生活相談情報（平成25年5月31日までの登録分）による。

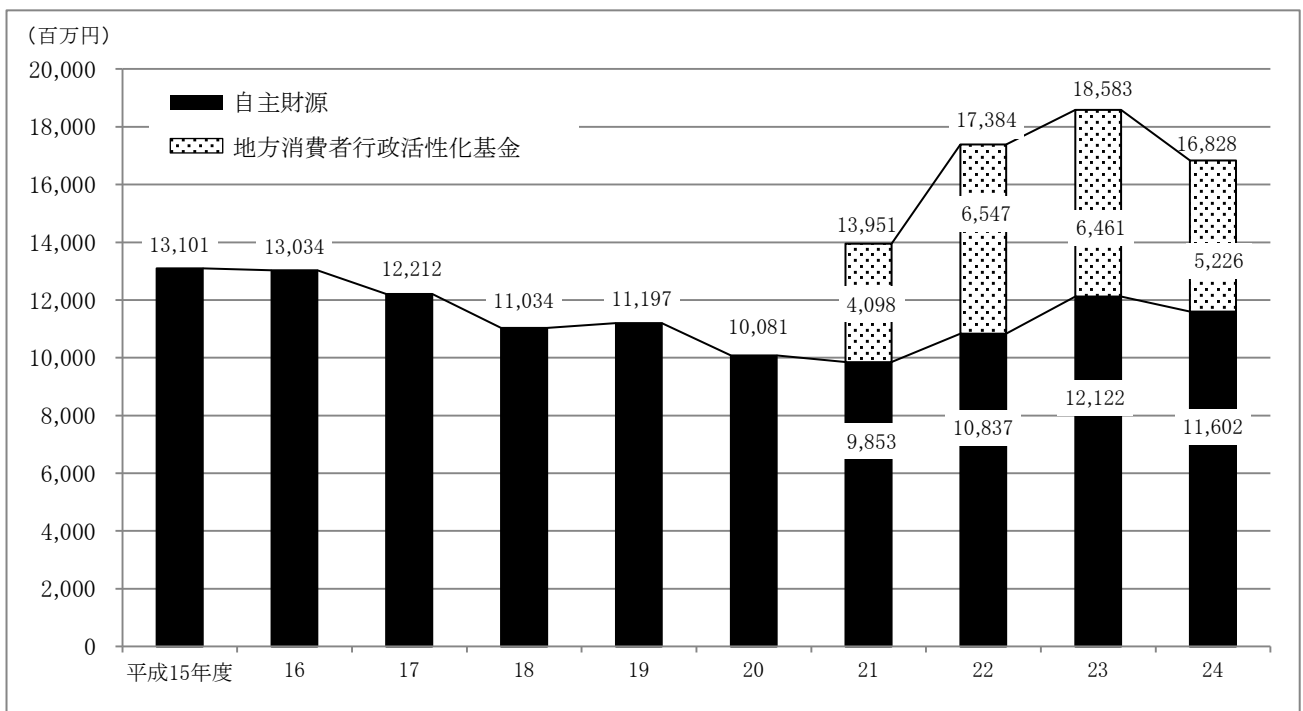
8 消費者行政に係る予算額の推移等

(1) 地方消費者行政に関する予算額の推移

地方消費者行政に係る予算については、図表9のとおり、平成15年度以降20年度までは減少傾向となっているが、平成20年度の第2次補正予算で「地方消費者行政活性化交付金」(150億円)が各都道府県に交付され、「地方消費者行政活性化基金」が造成されている。本基金については、当初、23年度までの「集中育成・強化期間」に取り崩すとされていたが、24年度及び25年度についても基金の上積み分が予算化され、25年度一杯の取り崩しが可能となっている。

また、この他に、平成22年度補正予算で「住民生活に光をそそぐ交付金」(1,000億円)が都道府県に対し交付されている。本交付金は、地方消費者行政のほか、自殺予防対策やDV対策、図書館の充実等住民生活に大事な分野について幅広く対象となるものであるが、このうち25億円が地方消費者行政に投入され、一部は地方消費者行政活性化基金への積み増しとして、一部は自主財源としてその目的に応じた活用を図るとされている。

図表9 地方消費者行政に関する予算額(狭義)の推移(平成15年度~24年度)



- (注) 1 消費者庁「地方消費者行政の現況『平成24年度地方消費者行政の現況調査(第1次)』」による。
 2 平成23年度までは最終予算額であり、24年度は当初予算額である。
 3 「狭義」とは、消費者行政本課及び消費者生活センターにおける予算を指す。

(2) 消費生活センター及び消費生活相談員数の推移

消費生活センター数及び消費生活相談員数の推移をみると、図表 10 及び 11 のとおり、平成 21 年度以降、地方消費者行政活性化交付金が活用できるようになったことに伴い、消費生活センターは 20 年度の約 1.4 倍に、消費生活相談員は約 1.2 倍に増加している。消費生活センターについては、都道府県のセンターが減少している一方で市区町村のセンターが増加している状況にある。

図表 10 消費生活センター数の推移（平成 7 年度～24 年度）

(単位:窓口数、センター数、%)

区 分	平成 7 年度	…	20	21	22	23	24
合 計 (21 年度比)	395		578	501 (100.0)	611 (122.0)	679 (135.5)	721 (143.9)
都道府県	160		140	123	116	113	110
政令市	21		20	26	30	30	31
市区町村	214		418	351	462	533	576
広域連合・一部 事務組合	0		0	1	3	3	4

- (注) 1 平成 20 年度までは「都道府県等の消費者行政の現況」(平成 21 年 2 月、内閣府国民生活局)、21 年度以降は「地方消費者行政の現況『平成 24 年度地方消費者行政の現況調査』」(消費者庁)による。
 2 平成 20 年度までは、週 4 日以上相談窓口を開設している窓口の数を、21 年度以降は消費者安全法に基づいて設置されている消費生活センターの数を計上している。
 3 各年度とも 4 月 1 日現在の数値である。

図表 11 消費生活相談員数等の推移（平成 7 年度～24 年度）

(単位:人、%)

区 分	平成 7 年度	…	20	21	22	23	24
消費生活相談員 (21 年度比)	2,335		2,734	2,800 (100.0)	3,146 (112.4)	3,319 (118.5)	3,355 (119.8)
うち資格保有者	—		—	2,140	2,328	2,531	2,614
割合 (%)	—		—	76.4	74.0	76.3	77.9

- (注) 1 平成 20 年度までは「都道府県等の消費者行政の現況」(平成 21 年 2 月、内閣府国民生活局)、21 年度以降は「地方消費者行政の現況『平成 24 年度地方消費者行政の現況調査』」(消費者庁)による。
 2 各年度とも 4 月 1 日現在の数値である。

Ⅱ 法令改正に伴う効果の把握・分析について

1 資料の構成、評価の基本的な考え方

(1) 説明資料の構成

- ① 改正の概要
- ② 各省庁による規制の事前評価の実施状況
- ③ 総務省行政評価局の分析（規制の事前評価を参考とした指標の推移等）
- ④ 地方支分部局及び地方公共団体に対する実地調査結果
- ⑤ 都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査結果
- ⑥ 評価の方向性

(2) 評価の基本的な考え方

- ① 各法令改正に当たり、当時各省庁で想定していた効果と効果を把握するための指標について、**規制の事前評価書や各省庁へのヒアリングを通じ把握**（今回対象とした法令改正の多くは、消費者トラブルの防止を目的として行為規制の導入や事業者に対する指導監督の強化が行われている。）
- ② ①で想定していた効果が法令改正後に発現しているかについて**指標の推移を把握**するとともに、**地方支分部局や地方公共団体等に対するインタビュー、消費生活相談員に対する意識等調査を実施**

2 法改正に伴う効果の把握・分析結果の方向性

平成 20 年特定商取引法改正（平成 20 年 12 月、21 年 12 月施行）

1 改正の概要

(1) 訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売における指定商品、指定役務制の廃止

《背景》

訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売の 3 種の取引類型において、政令で指定している商品、役務及び権利を規制対象とする限定列举方式を採っていたが、規制対象外の商品や役務の消費者被害が後を絶たなかった。

《改正内容》

上記の取引類型について、従来の限定列举方式から、原則すべての商品の販売又は役務の提供を規制対象とし、必要に応じて適用除外を設けた（原則適用方式）。

(2) 訪問販売の規制強化

《背景》

執拗な勧誘を断りきれないまま契約を結ばされたり、個別クレジットを利用した訪問販売により通常必要とされる量を著しく超える大量の販売契約を結ばされ、被害が高額となる等の悪質な訪問販売による消費者被害が多発していた。

《改正内容》

訪問販売において、契約を締結しない旨の意思を示した消費者に対する契約の勧誘を禁止（再勧誘の禁止）するとともに、通常必要とされる量を著しく超える分量の販売契約（過量販売）した場合に契約後 1 年間は契約の解除等を可能とした。

(3) 通信販売の規制強化

《背景》

通信販売の広告において、返品に関する特約が表示されていない場合や、表示されていたとしても特約の内容（条件やプロセス等）が明確ではないために、通信販売に係る返品及び交換に関する消費者トラブルが多発していた。また、電子メール広告について、以前からオプトアウト規制を行っていたが、迷惑広告メールは増加していた。

《改正内容》

原則として消費者の送料負担で契約解除を認め、事業者によって契約解除に関する特約が明確に表示されている場合にはその特約を優先する形で契約解除の処理を行う規定を導入した。

また、電子メール広告については、オプトアウト規制を見直し、消費者が事業者からの電子メール広告の送信を事前に承諾しない限り、電子メール広告の送信を原則的に禁止する規制（オプトイン規制）を事業者に課した。

2 経済産業省による規制の事前評価の実施状況

経済産業省は、平成 20 年法改正に際し、行政機関が行う政策の評価に関する法律施行令（平成 13 年政令第 323 号）に基づき、以下の 3 つの事前評価を実施し、その効果を「規制の便益」（「3 総務省行政評価局の分析」参照。）として想定している。

- ① 特定商取引に関する法律の適用を除外する対象を定める規制の影響の事前評価書（評価実施時期：平成 20 年 12 月）
- ② 悪質商法対策に関する訪問販売規制の強化にかかる事前評価書（評価実施時期：平成 20 年 2

月)

- ③ インターネット取引の進展に伴う通信販売規制の強化に係る事前評価書（評価実施時期：平成20年3月）

3 総務省行政評価局の分析（規制の事前評価を参考とした指標の推移等）

- (1) 訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売における指定商品、指定役務制の廃止

経済産業省の規制の事前評価書によると、図表1のとおり、P I O - N E Tに登録された全国の消費生活相談情報のうち、訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談件数を指定商品、指定役務制の廃止の効果を把握するための指標としており、その基準となる時点を平成19年度としている。

図表1 特定商取引に関する法律の適用を除外する対象を定める規制の影響の事前評価書（抜粋）

<p>7. 規制の便益</p> <p>現在、全国の消費生活センターが受付け、P I O - N E Tに登録された消費生活相談情報の総件数は約104万件である。そのうち、<u>訪問販売⁷、通信販売、電話勧誘販売に関する全相談件数は約50万件発生している⁸</u>。今回の改正案の実施によって、今後、そのうちの特商法の規制対象となるか否かといった限定列举方式の体系下で発生していた問い合わせのうち、<u>一定数の相談が減少すると考えられる。</u></p> <p><相談件数の減少予想></p> <table border="1"><tr><td>○ 消費生活センターに寄せられた相談件数全体 … 約104万件のうち、一定数の相談件数の減少が見込まれる。特に、</td><td rowspan="4">} の合計約50万件のうち 一定数が減少する見込み</td></tr><tr><td>・ 訪問販売 … 約12万件</td></tr><tr><td>・ 通信販売 … 約33万件</td></tr><tr><td>・ 電話勧誘販売 … 約5万件</td></tr></table> <p>また、訪問販売、通信販売、電話勧誘販売に係る相談について、現在は、国全体として50万件的相談が寄せられているが、相談一件あたりの販売契約の金額は平均して約133万円⁹である。仮にこの約50万件的のうち、約1割¹⁰の5万件について事案の発生の減少や救済が図られると予測した場合、推計で最大約665億円の便益が生ずる試算となる。</p> <p>⁷ 「訪問販売」には、「家庭訪販」「アポイントメントセールス」「SF商法」「キャッチセールス」などが含まれる。</p> <p>⁸ 平成19年度、消費生活年報2008より</p> <p>⁹ P I O - N E Tデータに寄せられた相談の平均契約購入金額より</p> <p>¹⁰ 経済産業省の消費者相談室に寄せられた、平成19年度の訪問販売に係る相談件数1768件の内、純粋に指定商品・指定役務に該当するか否かを相談した事例が189件であることより（平成20年11月28日現在）</p>	○ 消費生活センターに寄せられた相談件数全体 … 約104万件のうち、一定数の相談件数の減少が見込まれる。特に、	} の合計約50万件のうち 一定数が減少する見込み	・ 訪問販売 … 約12万件	・ 通信販売 … 約33万件	・ 電話勧誘販売 … 約5万件
○ 消費生活センターに寄せられた相談件数全体 … 約104万件のうち、一定数の相談件数の減少が見込まれる。特に、	} の合計約50万件のうち 一定数が減少する見込み				
・ 訪問販売 … 約12万件					
・ 通信販売 … 約33万件					
・ 電話勧誘販売 … 約5万件					

(注) 1 下線は当省が付した。

2 相談件数には、特定商取引法の適用除外の商品等に係る相談も含まれる。

① P I O - N E Tに登録された消費生活相談件数

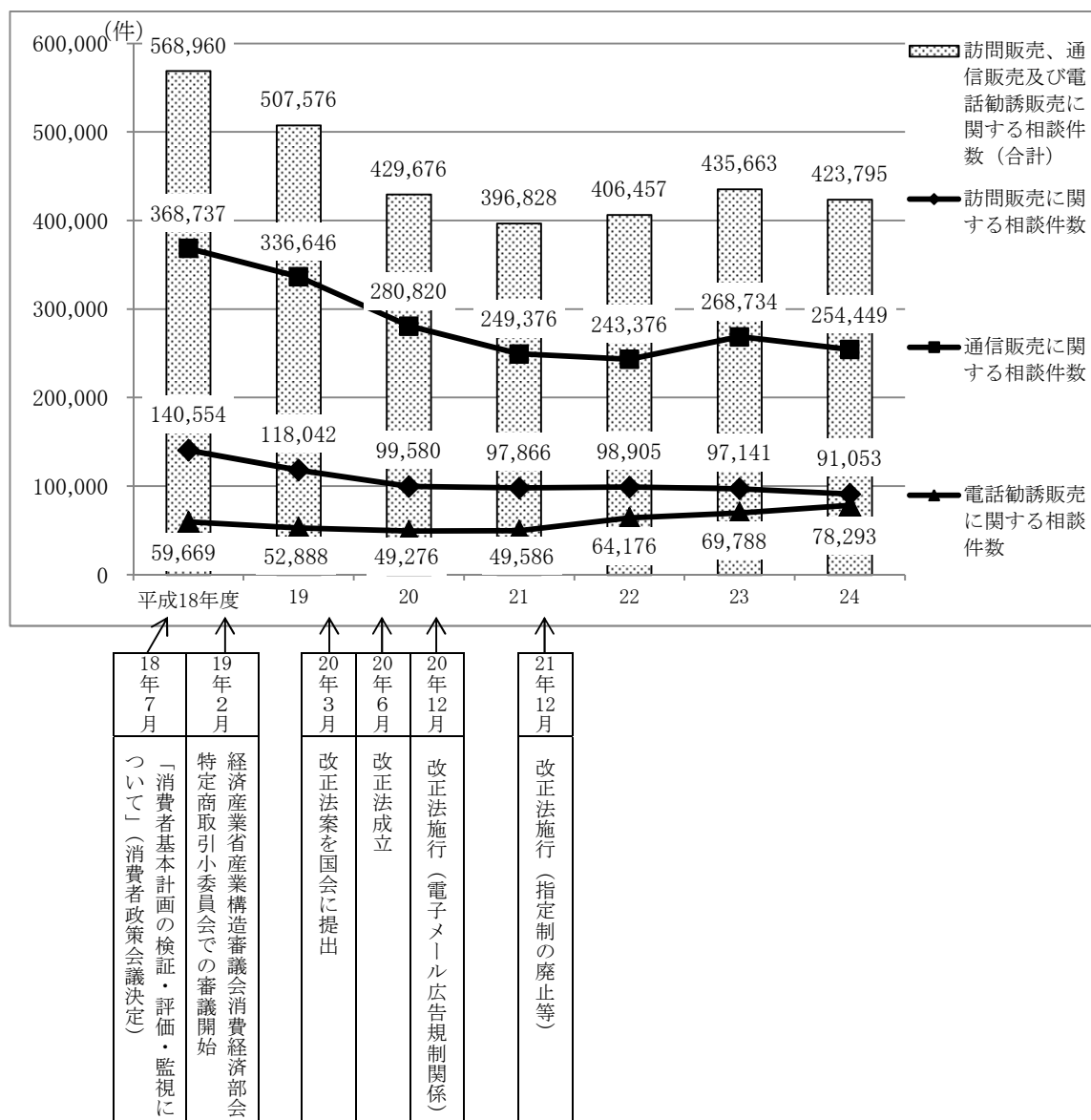
P I O - N E Tに登録された全国の消費生活相談情報のうち、平成18年度から24年度までの訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談件数は、図表2のとおりとなっており、19年度と24年度を比較すると、83,781件（16.5%）減少している。

なお、平成19年度における訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談の平均契約金額は約63万円（注）であり、これに上記の相談件数の減少分である約8万4千件を乗ずると約528億円の便益が発生したことになる。

(注) 経済産業省の規制の事前評価では、P I O - N E T に登録された相談の平均契約購入金額(約 133 万円)を用いていたが、ここでは訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談の平均契約購入金額を用いる。

加えて、本改正の効果を把握するための指標の基準となる時点である平成 19 年度の訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談件数は、18 年度と比較すると、61,384 件(10.8%)減少しており、本改正が 19 年度以降の相談件数の減少にどの程度影響を及ぼしたかまでは分からなかった。

図表 2 P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報のうち、訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談件数の推移と主な施策等の動き(平成 18 年度～24 年度)



(注) 1 相談件数は、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報(平成 25 年 5 月 31 日までの登録分)による。

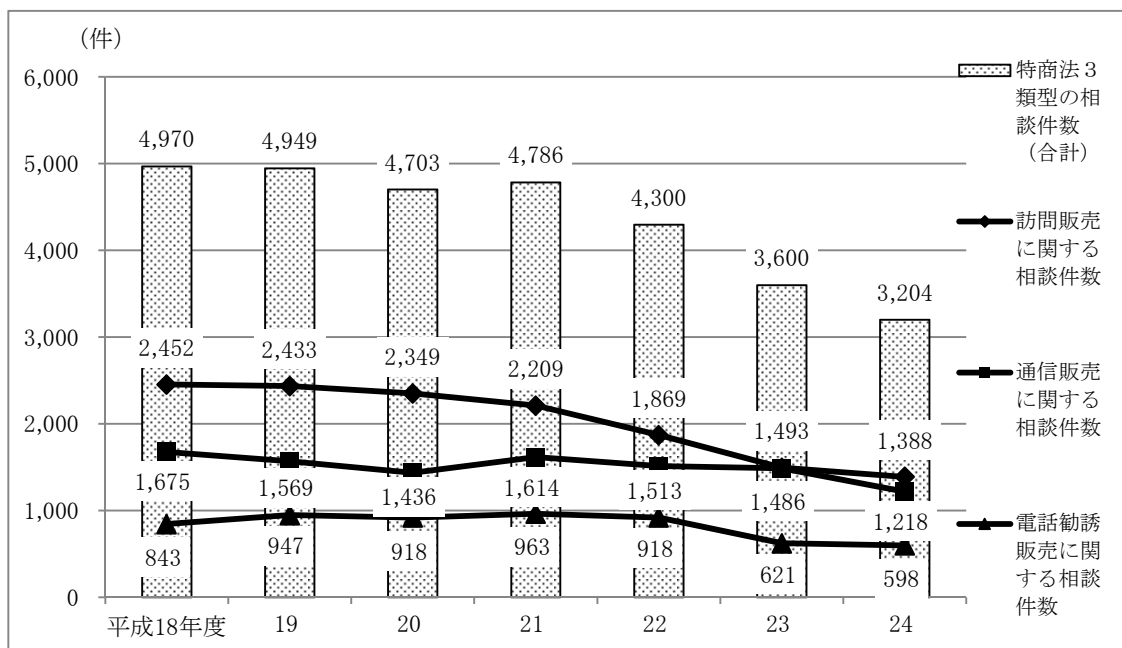
2 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。

② 経済産業省消費者相談室における相談受付件数

平成 18 年度から 24 年度までの経済産業省で受け付けた消費者からの相談受付件数のうち、訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談件数は、図表 3 のとおり、本改正法が施行された翌年度である 22 年度以降、減少傾向にあり、19 年度と 24 年度を比較すると、1,745

件 (35.3%) 減少している。

図表3 経済産業省における相談受付件数のうち、訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談件数の推移 (平成18年度～24年度)



(注) 経済産業省の資料に基づき当省が作成した。

(2) 訪問販売の規制強化

経済産業省の規制の事前評価書によると、図表4のとおり、P I O-N E Tに登録された全国の消費生活相談情報のうち、訪問販売における「強引・長時間勧誘」又は「過量販売・次々販売」に関する相談件数を訪問販売の規制強化による効果を把握するための指標としており、その基準となる時点を平成18年度としている。

図表4 悪質商法対策に関する訪問販売規制の強化に係る事前評価 (抜粋)

7. 規制の便益

現在、我が国における訪問販売に関する全相談件数は以下のとおり約14万件発生している (P I O-N E Tデータ (平成18年度))。そのうち、直接今回規制の目的にかかる相談件数は、約5万3千件と想定されているが、今回改正案の実施によって、今後、そのうちの一定数の相談が減少すると考えられる。

○ 訪問販売に関する相談件数全体 … 約14万件のうち、一定数の相談件数の減少が見込まれる。特に、

- ・ 強引・長時間勧誘 … 3万5千件
- ・ 過量販売・次々販売 … 1万1千件

} の合計3万4千件のうち一定数が減少する見込み (重複分調整)

また、過量販売 (次々販売含む) に係る相談については、現在は、国全体として1万1千件の相談が寄せられているが、一件あたりの契約金額は平均して約163万円⁷であることから、推計で最大約180億円の規模の消費者トラブルについて救済が図られる試算となる。

⁷ ただし、消費者からの申し出による。(P I O-N E Tデータより)

(注) 1 下線は当省が付した。

2 相談件数には、特定商取引法の適用除外の商品等に係る相談も含まれる。

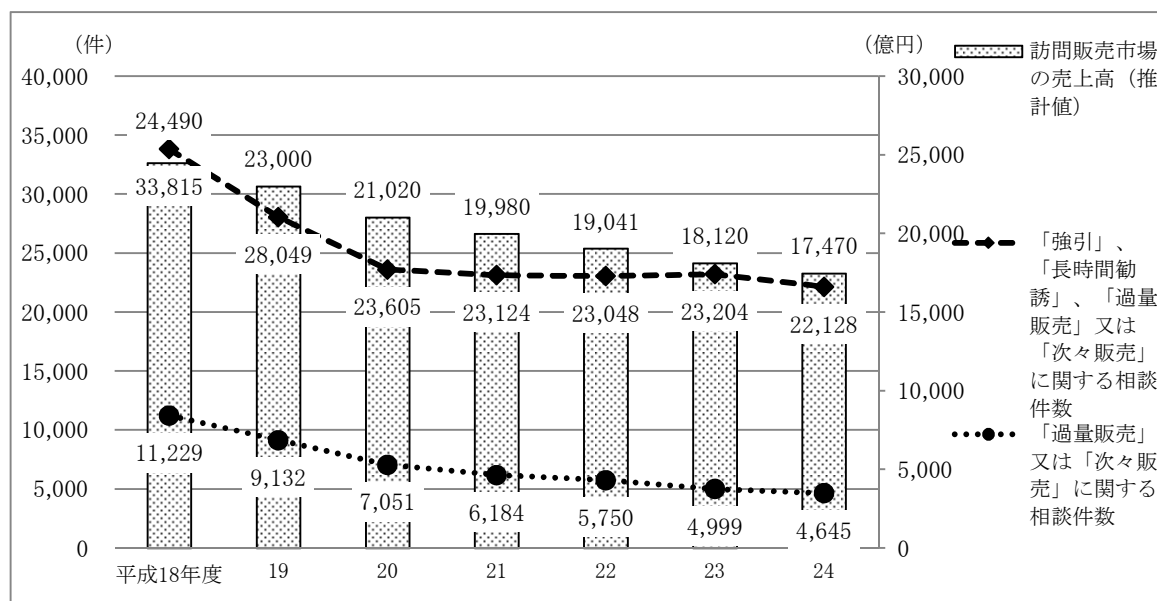
PIONEETに登録された全国の消費生活相談情報のうち、平成18年度から24年度までの訪問販売における「強引」、「長時間勧誘」、「過量販売」又は「次々販売」に関する相談件数は、図表5のとおりとなっており、18年度と24年度を比較すると、11,687件(34.6%)減少している。

また、公益社団法人日本訪問販売協会では、同協会の正会員事業者の訪問販売売上高を基にした訪問販売市場の売上高の推計(注)を行っており、その売上高は、図表5のとおり、減少傾向にあり、18年度と24年度を比較した場合、7,020億円(28.7%)減少している。「強引」、「長時間勧誘」、「過量販売」又は「次々販売」に関する相談件数の平成18年度から24年度までの減少率(34.6%)は、訪問販売市場の売上高の減少率(28.7%)を上回っている。

(注) 訪問販売市場の売上高の推計には、自動車、新聞、医薬品、食料品の訪問販売売上高及び百貨店の外商の売上高は含まれていない。

なお、訪問販売における「過量販売」又は「次々販売」に関する相談件数を平成18年度と24年度を比較すると、6,584件(58.6%)減少しており、これに18年度の同相談の平均契約金額164万円を乗ざると約108億円の規模の消費者トラブルについて救済が図られた試算となる。

図表5 訪問販売における「強引」、「長時間勧誘」、「過量販売」又は「次々販売」に関する相談件数、「過量販売」又は「次々販売」に関する相談件数、及び訪問販売市場の売上高(推計値)の推移(平成18年度~24年度)



(注) 1 相談件数は、PIONEETに登録された全国の消費生活相談情報(平成25年5月31日までの登録分)による。

2 訪問販売市場の売上高(推計値)は、公益社団法人日本訪問販売協会の資料による。

(3) 通信販売の規制強化

経済産業省の規制の事前評価書によると、図表6のとおり、PIONEETに登録された全国の消費生活相談情報のうち、通信販売(不当請求を除く。本項目において以下同じ。)における「DM広告」又は「返金」に関する相談件数を、通信販売の規制強化の効果を把握するための指標としており、その基準となる時点を平成18年度としている。

図表6 インターネット取引の進展に伴う通信販売規制の強化に係る事前評価書（抜粋）

○ 通信販売に関する相談件数全体（不当請求を除く）	… 約 11 万件のうち、一定数の相談減少が見込まれる。特に、	} 合計 2 万 7 千件のうち、一定数が減少する見込み（重複分除く）
・ DM広告	… 1 万 7 千件	
・ 返金	… 1 万 1 千件	

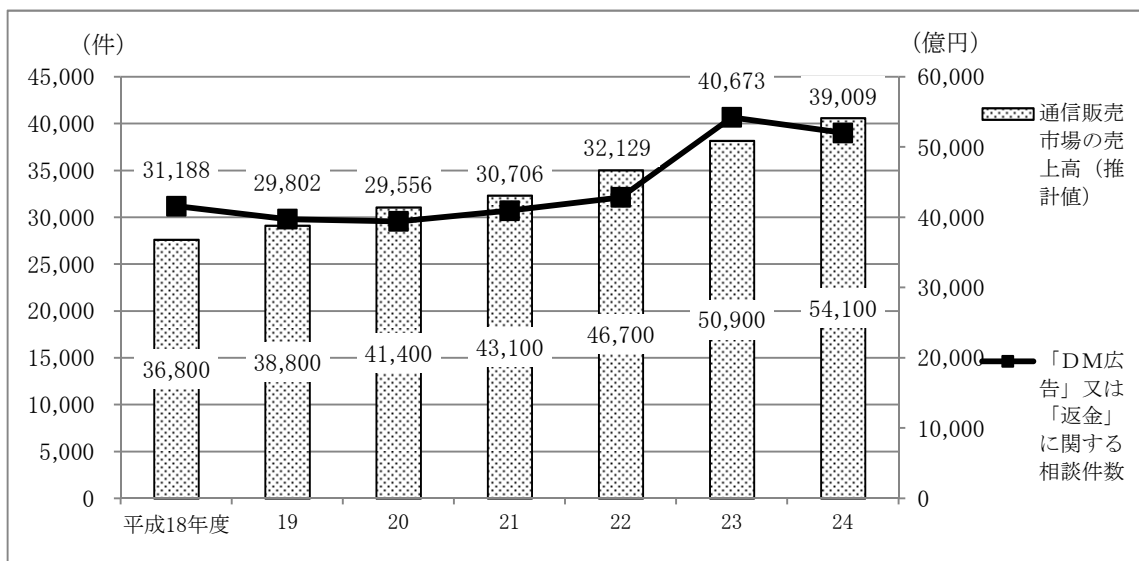
(注) 1 下線は当省が付した。

2 相談件数には、特定商取引法の適用除外の商品等に係る相談も含まれる。

PIONEETに登録された全国の消費生活相談情報のうち、平成18年度から24年度までの通信販売における「DM広告」又は「返金」に関する相談件数は、図表7のとおりとなり、18年度と24年度を比較すると、7,821件（25.1%）増加している。

また、公益社団法人日本通信販売協会では、同協会の会員事業者の売上高等に各種調査から推計できる有力非会員事業者（約180社）の売上高を加えた通信販売市場の売上高の推計を行っており、その売上高は、図表7のとおり、平成18年度と24年度を比較した場合、1兆7,300億円（47.0%）増加している。通信販売の「DM広告」又は「返金」に関する相談件数の平成18年度から24年度までの増加率（25.1%）は、通信販売市場の売上高の増加率（47.0%）を下回っている。

図表7 通信販売における「DM広告」又は「返金」に関する相談件数及び通信販売市場の売上高（推計値）の推移（平成18年度～24年度）



(注) 1 相談件数は、PIONEETに登録された全国の消費生活相談情報（平成25年5月31日までの登録分）による。

2 通信販売市場の売上高（推計値）は、公益社団法人日本通信販売協会の資料による。

3 経済産業省の規制の事前評価では、平成20年2月までにPIONEETに登録された消費生活相談情報を用いたのに対し、本図表では平成25年5月31日までに登録された消費生活相談情報を用いているため相談件数には差がある。

4 地方支分部局及び地方公共団体に対する実地調査結果

調査した9経済産業局等及び26都道府県の特定商取引法執行担当部署のうち、本改正の効果の発現状況について、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答しているのは、図表8のとおり、91.4%となっている。

図表8 経済産業局等及び都道府県特定商取引法執行担当部署における本改正効果の発現状況
についての回答結果

(単位：部署)

回答区分	経済産業局等	都道府県	合計
大いに効果があった	1 (11.1%)	8 (30.8%)	32 (91.4%)
ある程度効果があった	8 (88.9%)	15 (57.7%)	
あまり効果がなかった	0 (0.0%)	2 (7.7%)	2 (5.7%)
効果はなかった	0 (0.0%)	0 (0.0%)	
効果を把握していない・分からない	0 (0.0%)	1 (3.8%)	1 (2.9%)
合計	9 (100.0%)	26 (100.0%)	35 (100.0%)

(注) 1 当省の調査結果による。
2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が100にならない場合がある。

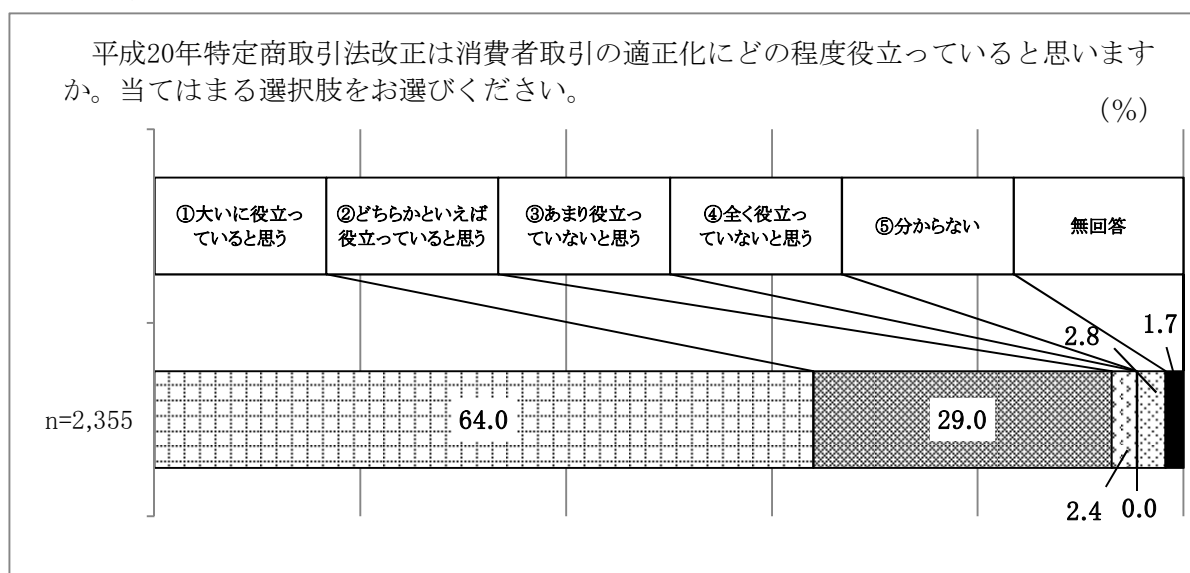
また、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した主な理由は、相談件数の減少(32部署中19部署、59.4%)のほか、指定制の撤廃により行政処分の実施可能な範囲が拡大した等事業者に対する執行面の効果(32部署中9部署、28.1%)を挙げている。

5 都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査結果

当省の意識等調査結果では、本改正が消費者取引の適正化にどの程度役立っているかとの問いに対して、「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答している者が、図表9のとおり、93.0%となっている。

また、「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答し、その理由の記載があったもののうち、59.4%が、指定商品、指定役務制の廃止により、クーリング・オフの活用の幅が広がり被害救済を図りやすくなった等消費者相談対応面の効果を挙げている。

図表9 都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査結果



(注) 1 当省の意識等調査結果による。
2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が100にならない場合がある。

6 評価の方向性

平成19年度と24年度を比較すると、訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する相談件数は

減少している。

また、経済産業局等及び都道府県特定商取引法執行担当部署に対する実地調査では、本改正の効果の発現状況について、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答しているのは約90%となっている。

さらに、都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査では、本改正が消費者取引の適正化にどの程度役立っているかとの問いに対して、「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答しているのは約90%となっている。

⇒ 以上のことから、規制の事前評価で想定されていた効果は一定程度発現していると考えられるのではないか。

平成 24 年特定商取引法改正（平成 25 年 2 月施行）

1 改正の概要

《背景》

平成 22 年度から 23 年度にかけて、貴金属等を中心に、主に高齢者や女性を狙った訪問購入について、消費者から全国の消費生活センターに寄せられる相談が急増した。

《改正内容》

特定商取引の対象に訪問購入を追加し、政令で定める物品（自動車（二輪のものを除く。）、家庭用電気機械器具（携行が容易なものを除く。）、家具、書籍、有価証券、レコードプレーヤー用レコード及び磁気的方法又は光学的方法により音、影像又はプログラムを記録した物）以外のすべての物品を本改正法の規制の対象とした。また、購入業者に対し、氏名等の明示義務、不招請勧誘の禁止、勧誘意思の確認義務、再勧誘の禁止、不実告知や重要事項不告知を伴う勧誘の禁止、勧誘の際に威迫、困惑させる行為の禁止等の規制を課すとともに、訪問購入に係る売買契約の申込みや締結が行われた場合であっても、法定書面を受領した日から起算して 8 日以内であれば、当該売主たる消費者は書面により申込みの撤回や契約の解除（クーリング・オフ）が可能となった。

2 消費者庁による規制の事前評価の実施状況

消費者庁は、平成 24 年の法改正に際し、行政機関が行う政策の評価に関する法律施行令に基づき、図表 1 のとおり、事前評価を実施し、その効果を「規制の便益」として想定している。

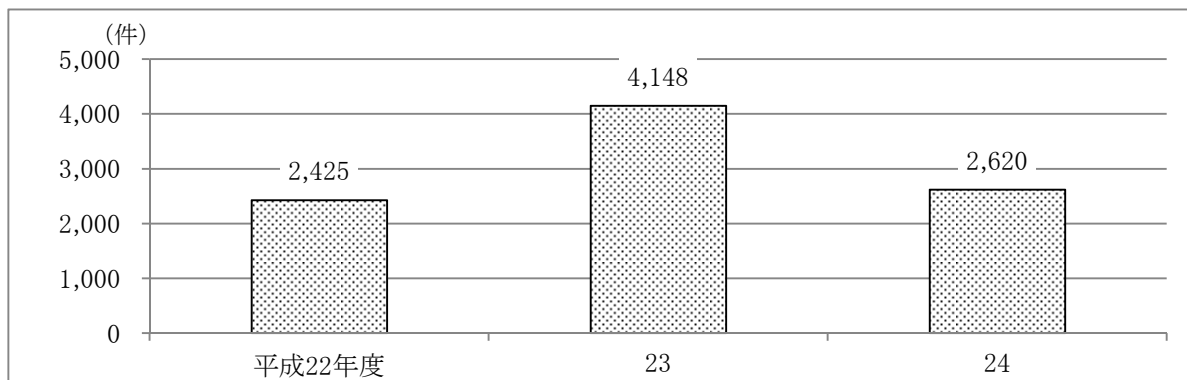
図表 1 訪問購入に係る規制内容の整備に係る規制の事前評価書（評価実施時期：平成 24 年 12 月）（抜粋）

6. 規制の便益
訪問購入をめぐる消費者トラブルに対して、より実効的な法執行が可能となり、取引の適正化と消費者被害の未然防止により、消費者利益の保護が可能となる。

3 総務省行政評価局の分析（規制の事前評価を参考とした指標の推移等）

平成 22 年度から 24 年度までにおける P I O - N E T に登録された貴金属等の訪問買取りに関する年度別の相談件数は、図表 2 のとおり、相談件数が最も多い 23 年度と本改正法が施行された 24 年度を比較すると、1,528 件（36.8%）減少している。

図表 2 貴金属等の訪問買取りに関する相談件数の推移（平成 22 年度～24 年度）



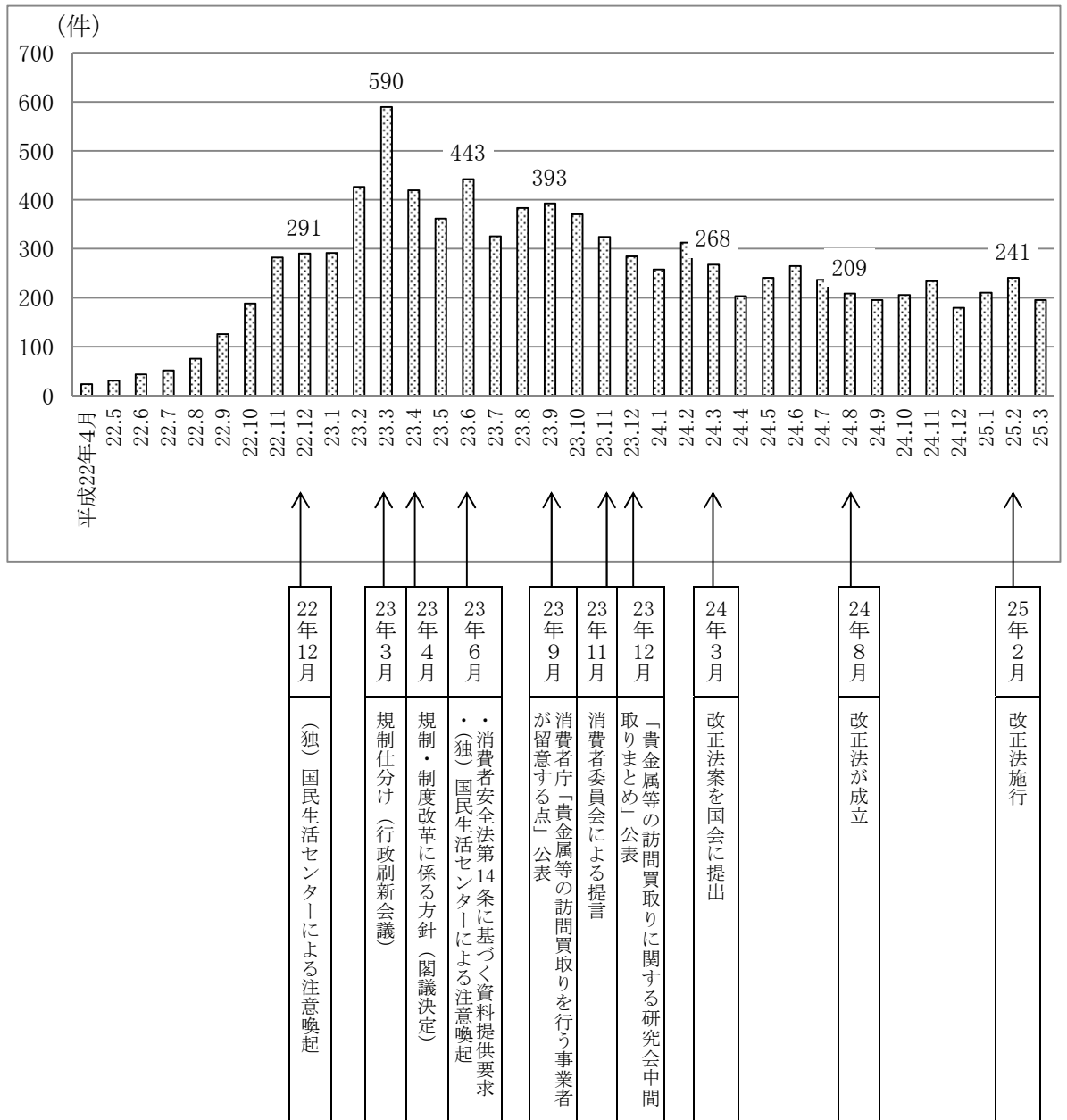
(注) 1 P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報(平成 25 年 5 月 31 日までの登録分)による。

2 平成 24 年度の相談は、特定商取引法の改正に伴い 25 年 2 月 21 日以降に P I O - N E T に

「訪問購入（販売購入形態）」が新設されたため、2月21日以降の相談件数（282件）と2月20日以前の相談件数（2,338件）とは集計方法が異なる。

また、貴金属等の訪問買取りに関する相談件数の推移を月別で見ると、図表3のとおり、平成22年度後半から相談件数が増加し始め、23年3月の590件をピークとして減少し、24年3月の改正法案の国会提出時には268件まで減少し、24年度以降は200件前後で推移している。

図表3 貴金属等の訪問買取りに関する月別相談件数の推移と主な施策等の動き（平成22年4月～25年3月）



- (注) 1 相談件数は、PIO-NETに登録された全国の消費生活相談情報（平成25年5月31日までの登録分）による。
- 2 特定商取引法の改正に伴い、平成25年2月21日以降にPIO-NETに「訪問購入（販売購入形態）」が新設されたため、2月21日以降の相談件数と2月20日以前の相談件数とは集計方法が異なる。
- 3 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。

なお、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報を基に、規制対象とする物品に係る訪問買取りに関する相談件数と規制の対象外とした物品の訪問買取りに関する相談件数を改正法施行前後で比較しようとしたが、改正法施行前について、規制の対象外とした物品の訪問買取りに関する相談件数を把握できず検証できなかった。

消費者委員会による内閣総理大臣への答申（平成 25 年 1 月 23 日）では、「規制対象外物品等において消費者被害が拡大すると認められる場合には、これを訪問購入規制の適用対象とすることも含め、必要な見直しを機動的に行うこと」としている。

4 地方支分部局及び地方公共団体に対する実地調査結果

調査した 9 経済産業局等、26 都道府県の特定商取引法執行担当部署及び 26 都道府県、64 市区の消費生活担当部署のうち、本改正の効果の発現状況について、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答しているのは、図表 4 及び 5 のとおり、経済産業局等及び都道府県の特定商取引法執行担当部署では 45.7%、都道府県及び市区の消費生活担当部署では 56.7%となっている。一方、改正法の施行後間もないこと等から「効果を把握していない・分からない」と回答しているのは、経済産業局等及び都道府県の特定商取引法執行担当部署では 51.4%、都道府県及び市区の消費生活担当部署では 43.3%となっている。

図表 4 経済産業局等及び都道府県特定商取引法執行担当部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：部署)

回答区分	経済産業局等	都道府県	合計
大いに効果があった	0 (0.0%)	4 (15.4%)	16 (45.7%)
ある程度効果があった	0 (0.0%)	12 (46.2%)	
あまり効果がなかった	0 (0.0%)	1 (3.8%)	1 (2.9%)
効果はなかった	0 (0.0%)	0 (0.0%)	
効果を把握していない・分からない	9 (100.0%)	9 (34.6%)	18 (51.4%)
合計	9 (100.0%)	26 (100.0%)	35 (100.0%)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が 100 にならない場合がある。

図表 5 都道府県及び市区の消費生活担当部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：部署)

回答区分	都道府県	市区	合計
大いに効果があった	6 (23.1%)	9 (14.1%)	51 (56.7%)
ある程度効果があった	6 (23.1%)	30 (46.9%)	
あまり効果がなかった	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
効果はなかった	0 (0.0%)	0 (0.0%)	
効果を把握していない・分からない	14 (53.8%)	25 (39.1%)	39 (43.3%)
合計	26 (100.0%)	64 (100.0%)	90 (100.0%)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が 100 にならない場合がある。

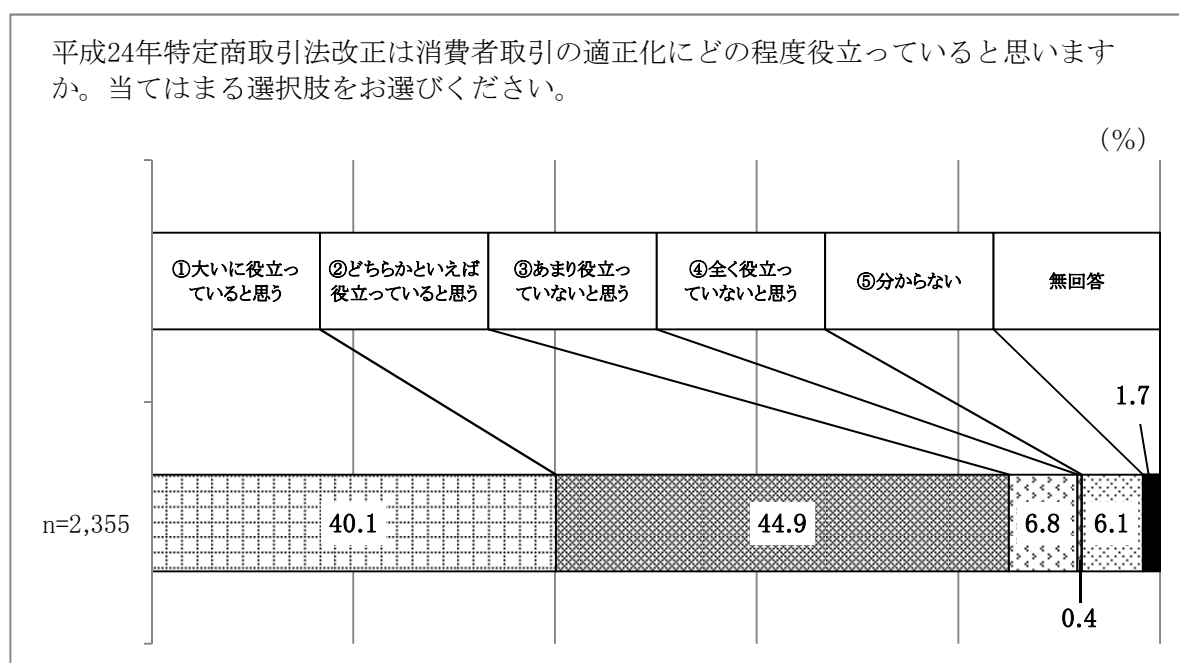
また、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した主な理由としては、経

経済産業局等及び都道府県の特定商取引法執行担当部署では、相談件数の減少や相談内容の変化（16 部署中 10 部署、62.5%）、事業者の悪質行為の抑制に繋がっている（16 部署中 3 部署、18.8%）を挙げており、都道府県及び市区の消費生活担当部署では、相談件数の減少や相談内容の変化（51 部署中 43 部署、84.3%）のほか、契約後の被害救済がし易くなった等消費者相談対応面の効果（51 部署中 5 部署、9.8%）を挙げている。

5 都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査結果

当省の意識等調査結果では、本改正が消費者取引の適正化にどの程度役立っているかとの問いに対して、「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答している者が、図表6のとおり、85.0%となっている。

図表6 都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査結果



(注) 1 当省の意識等調査結果による。

2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が100にならない場合がある。

6 評価の方向性

貴金属等の訪問買取りに関する相談件数は、法改正に向けた消費者トラブルに対する一連の行政措置に伴い、改正法の施行前から減少している。

また、地方支分部局及び地方公共団体に対する実地調査では、本改正の効果の発現状況について、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答しているのは、経済産業局等及び都道府県の特定商取引法執行担当部署では45.7%、都道府県及び市区の消費生活担当部署では56.7%である一方、改正法の施行後間もないこと等から「効果を把握していない・分からない」と回答しているのは、経済産業局等及び都道府県の特定商取引法執行担当部署では51.4%、都道府県及び市区の消費生活担当部署では43.3%となっている。

さらに、都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査では、本改正が消費者取引の適正化にどの程度役立っているかとの問いに対して、「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答しているのは85%となっている。

⇒ 以上のことから、規制の事前評価で想定されていた効果は一定程度発現していると考えられるのではないか。ただし、改正法の施行後間もないことから今後の相談件数の推移及び規制の対象外となった物品における相談件数を引き続き注視する必要があると考えられるのではないか。

平成 23 年宅地建物取引業法施行規則改正（平成 23 年 10 月施行）

1 改正の概要

《背景》

全国の消費生活センター等に寄せられるマンションの勧誘に関する相談件数は、平成 18 年度から 22 年度までの 5 年間で、2 万 2 千件を超え、契約を締結させるにあたって、相手を威迫したり、電話による長時間の勧誘等により相手を困惑させたりする等、その強引で悪質な勧誘が社会問題化していた。

《改正内容》

宅地建物取引業法第 47 条の 2 第 3 項に基づき、同法施行規則第 16 条の 12 において、宅地建物取引業者等の勧誘行為について、相手方等を困惑させることを禁止していたが、当該行為について以下の事項の明確化を行った。

- ① 勧誘に先立って宅地建物取引業者の商号又は名称、勧誘を行う者の氏名、勧誘をする目的である旨を告げずに勧誘を行うことを禁止
- ② 相手方が契約を締結しない旨の意思（勧誘を引き続き受けることを希望しない旨の意思を含む。）を表示したにもかかわらず、勧誘を継続することを禁止
- ③ 迷惑を覚えさせるような時間の電話又は訪問による勧誘を禁止

2 国土交通省による規制の事前評価の実施状況

本改正は施行規則の改正であり、国土交通省は事前の規制評価を実施していない。

3 法令改正の効果の分析

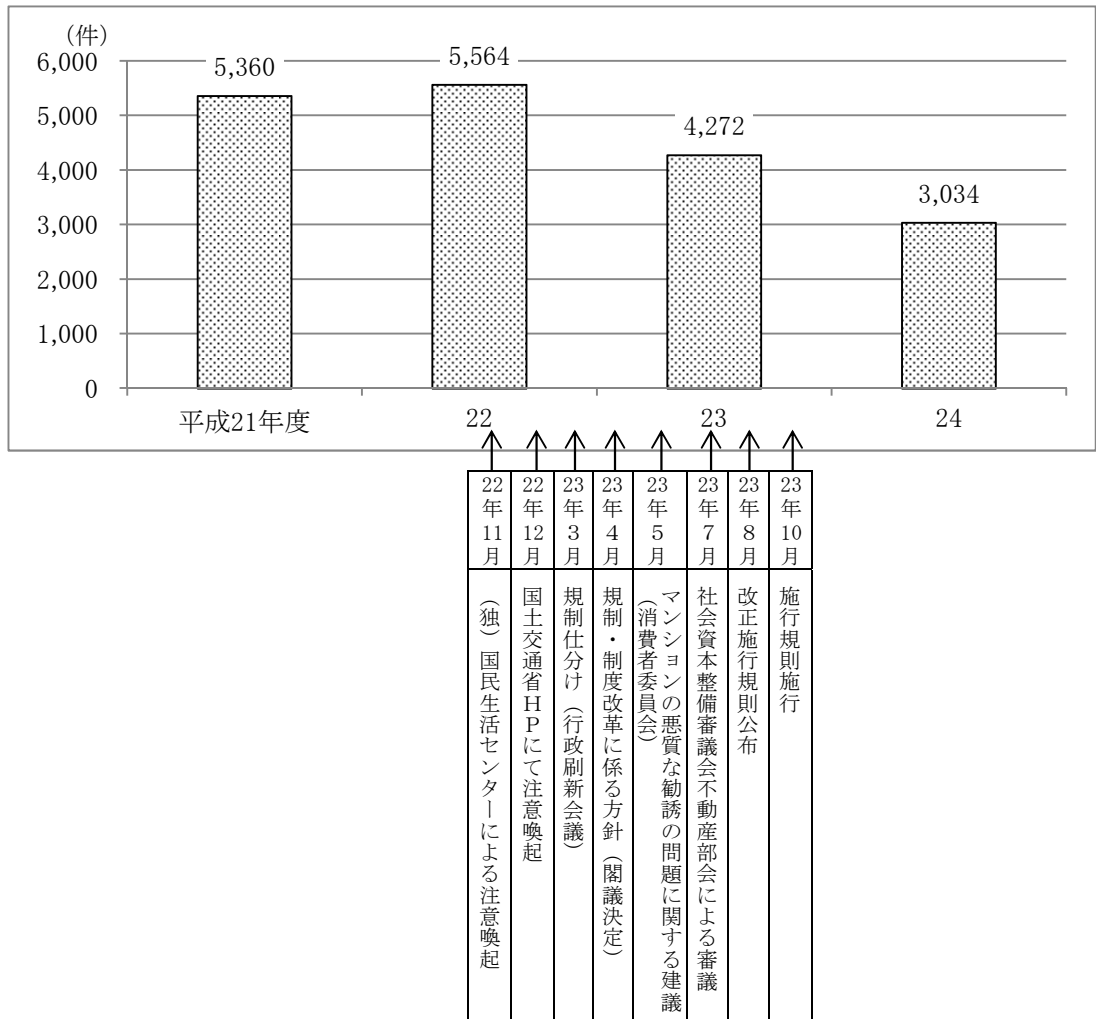
(1) 国土交通省の説明

国土交通省は、上記 2 のとおり規制の事前評価を実施していないが、本施行規則改正による効果を把握するための指標としては P I O - N E T に登録された相談件数が考えられるとしている。

(2) 総務省行政評価局の分析

平成 21 年度から 24 年度までにおける P I O - N E T に登録されたマンションの勧誘に関する相談件数は、図表 1 のとおり、改正施行規則が施行された 23 年度以降は減少傾向にあり、相談件数が最も多い 22 年度と 24 年度を比較すると、2,530 件 (45.5%) 減少している。

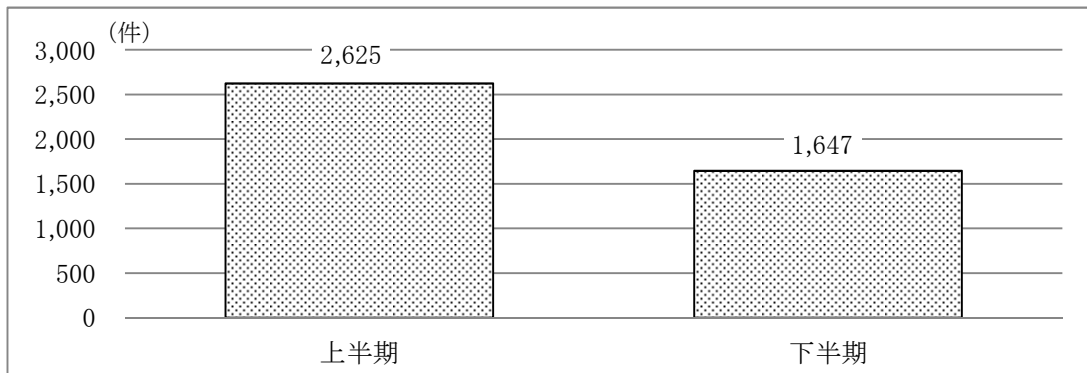
図表1 マンションの勧誘に関する相談件数の推移及び主な施策等の動き（平成21年度～24年度）



(注) 1 相談件数は、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成25年5月31日までの登録分）による。
 2 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。

また、平成23年度における改正施行規則の施行前後の相談件数は、図表2のとおり、施行後に大幅に減少している。

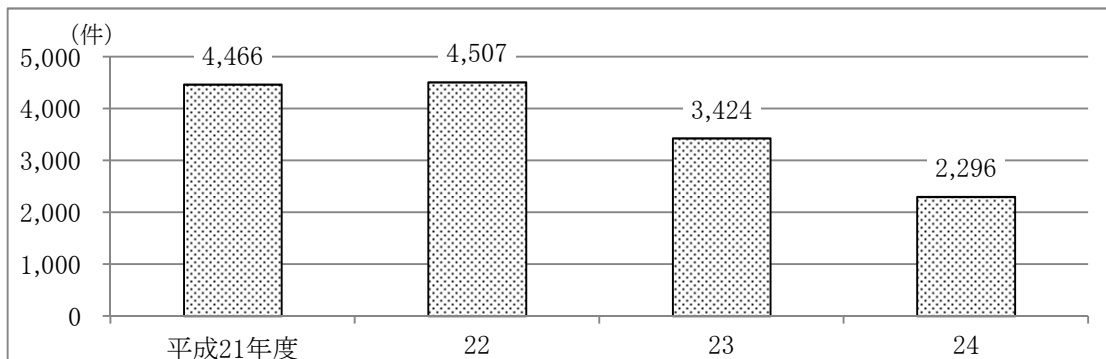
図表2 マンションの勧誘に関する施行日前後の相談件数の推移（平成23年度）



(注) P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成25年5月31日までの登録分）による。

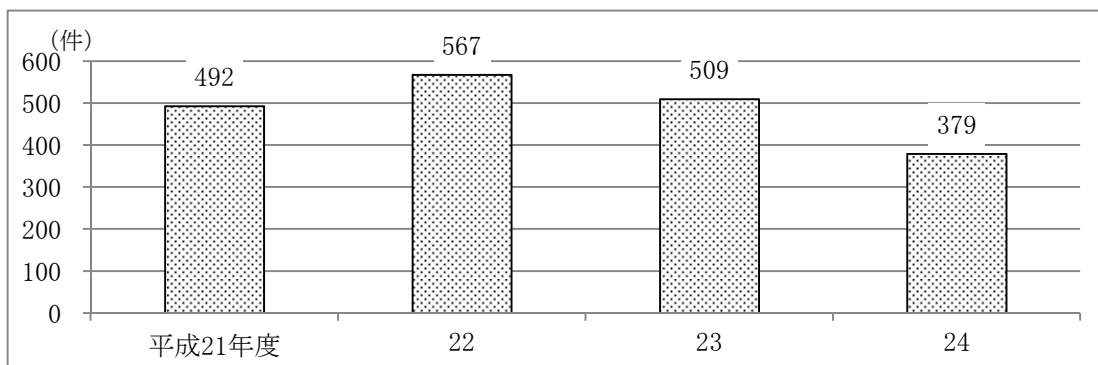
さらに、本改正前に問題となっていた、①マンションの勧誘の「強引・強迫」に関する相談件数、②マンションの「長時間勧誘」に関する相談件数、及び③マンションの「夜間勧誘」に関する相談件数は、図表3～5のとおり、平成22年度と24年度を比較するといずれも減少している。

図表3 マンションの勧誘の「強引・強迫」に関する相談件数（平成21年度～24年度）



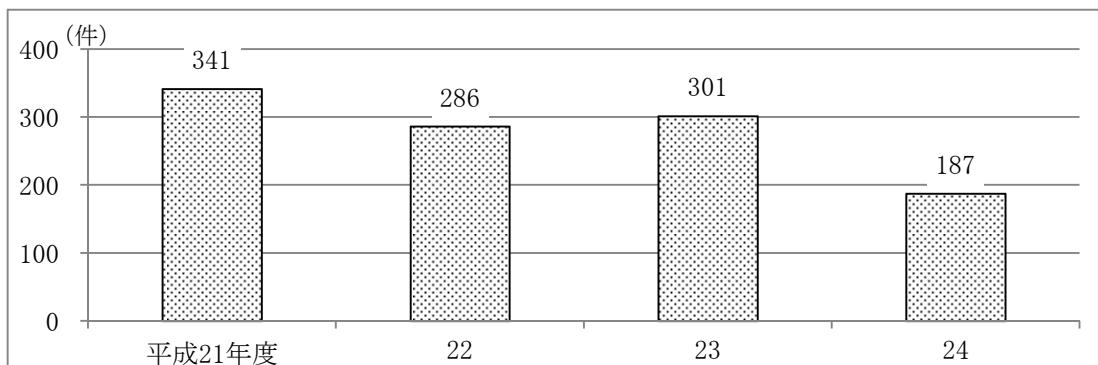
(注) P I O - N E Tに登録された全国の消費生活相談情報（平成25年5月31日までの登録分）による。

図表4 マンションの「長時間勧誘」に関する相談件数（平成21年度～24年度）



(注) P I O - N E Tに登録された全国の消費生活相談情報（平成25年5月31日までの登録分）による。

図表5 マンションの「夜間勧誘」に関する相談件数（平成21年度～24年度）



(注) P I O - N E Tに登録された全国の消費生活相談情報（平成25年5月31日までの登録分）による。

4 地方支分部局及び地方公共団体に対する実地調査結果

都道府県及び市区の消費生活担当部署では、本改正の効果の発現状況について、規則改正前から相談が少なく効果が分からないとの意見も少なくないが、調査した 10 地方整備局等及び 24 都道府県の宅地建物取引業法所管部署のうち、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答しているのは、図表 6 のとおり、61.8%となっている。

図表 6 地方整備局等及び都道府県の宅地建物取引業法所管部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：部署)

回答区分	地方整備局等	都道府県	合計
大いに効果があった	1 (10.0%)	0 (0.0%)	21 (61.8%)
ある程度効果があった	7 (70.0%)	13 (54.2%)	
あまり効果がなかった	0 (0.0%)	1 (4.2%)	1 (2.9%)
効果はなかった	0 (0.0%)	0 (0.0%)	
効果を把握していない・分からない	2 (20.0%)	10 (41.7%)	12 (35.3%)
合計	10 (100.0%)	24 (100.0%)	34 (100.0%)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が 100 にならない場合がある。

図表 7 都道府県及び市区の消費生活担当部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：部署)

回答区分	都道府県	市区	合計
大いに効果があった	4 (15.4%)	1 (1.6%)	34 (37.8%)
ある程度効果があった	8 (30.8%)	21 (32.8%)	
あまり効果がなかった	0 (0.0%)	13 (20.3%)	14 (15.6%)
効果はなかった	0 (0.0%)	1 (1.6%)	
効果を把握していない・分からない	14 (53.8%)	28 (43.8%)	42 (46.7%)
合計	26 (100.0%)	64 (100.0%)	90 (100.0%)

(注) 1 当省の調査結果による。

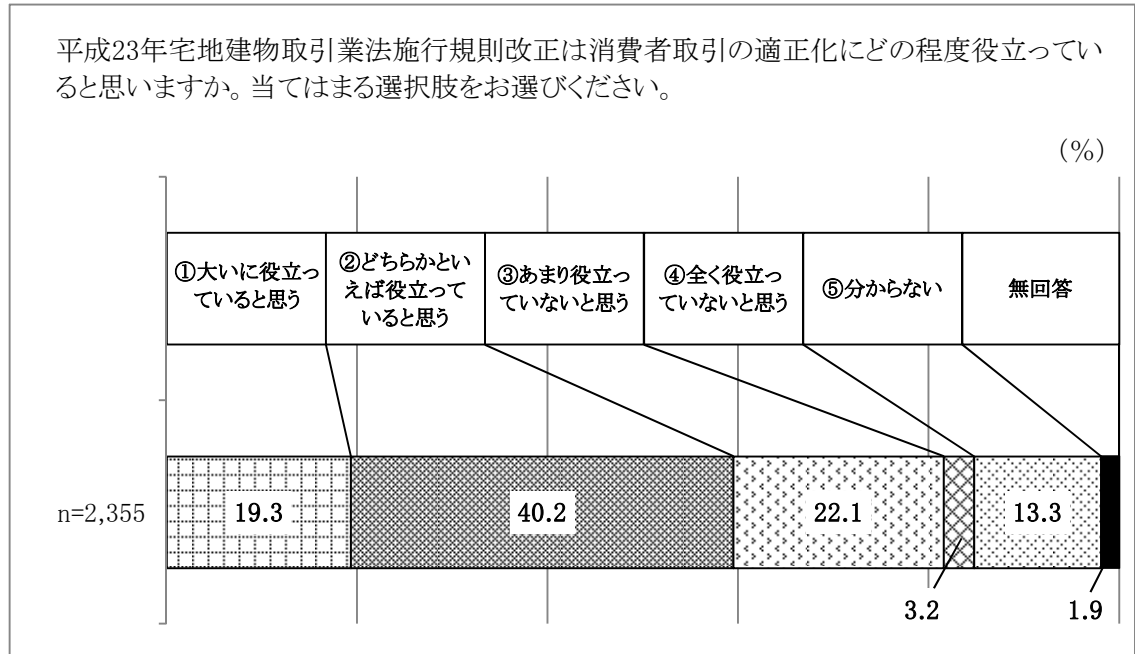
2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が 100 にならない場合がある。

また、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した主な理由として、地方整備局等及び都道府県の宅地建物取引業法所管部署では、事業者の悪質な勧誘の自制が働いていることや事業者に対して明確な指導が可能になったこと (21 部署 9 部署、42.9%)、相談件数の減少等 (21 部署 7 部署、33.3%) を挙げており、都道府県及び市区の消費生活担当部署では、相談件数の減少や相談内容の変化 (34 部署中 28 部署、82.4%) を挙げている。

5 都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査結果

当省の意識等調査結果では、本改正が消費者取引の適正化にどの程度役立っているかとの問いに対して、「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答している者が、図表8のとおり、59.5%となっている。

図表8 都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査結果



(注) 1 当省の意識等調査結果による。

2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が100にならない場合がある。

6 評価の方向性

マンションの勧誘に関する相談件数は、改正施行規則の施行後に減少している。

また、地方支分部局及び地方公共団体に対する実地調査では、本改正の発現状況について、都道府県及び市区の消費生活担当部署では規則改正前から相談が少なく効果が分からないとの意見も少なくないが、地方整備局等及び都道府県の宅地建物取引業法所管部署では、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答しているのは約60%となっている。

さらに、都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査では、本改正が消費者取引の適正化にどの程度役立っているかとの問いに対して、「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答しているのは約60%となっている。

⇒ 以上のことから、当初想定されていた効果は一定程度発現していると考えられるのではないか。

平成 20 年割賦販売法改正（平成 21 年 12 月、22 年 12 月施行）

1 改正の概要

《背景》

クレジットを利用した消費者トラブルが多発し、平成 17 年度にはクレジット取引に関する消費生活センターへの相談のうち約 8 割の支払方法が個品割賦（以下「個別クレジット」という。）に係るもので特に、訪問販売に係るトラブルでの利用が多く見られた。また、平成 17 年には高齢の姉妹が、3 年間に繰り返し個別クレジットを利用し住宅リフォーム契約をし、代金が払えずに自宅が競売にかけられるという事件が発覚し、高齢者に係るトラブルが社会問題化した。

《改正内容》

行政監督が及ばなかった個別クレジットについて事業を行う者に対する登録制を設け、行政監督の対象とし、訪問販売等を行う加盟店の勧誘行為の調査を義務づけ、不適正な加入による与信を禁止するなど悪質商法を助長する与信防止の規定を創設。また、個別クレジット契約に対するクーリング・オフや加盟店が不実告知等を行った場合や過量販売を行った場合、契約の取消・解除を認めるなどの民事ルールの整備や年金しか収入のない高齢者に返済能力を超える与信を行うことを防止するために信用情報機関を利用した支払い能力調査の義務付けし、支払能力を超える与信の禁止を定めた。

2 経済産業省による規制の事前評価の実施状況

経済産業省は、割賦販売法の平成 20 年改正に際し、行政機関が行う政策の評価に関する法律施行令に基づき、図表 1 のとおり、事前評価を実施し、その効果を「規制の便益」として想定している。

図表 1 悪質商法対策に関するクレジット規制の強化に係る事前評価書（評価実施時期：平成 20 年 3 月）（抜粋）

7. 規制の便益

今回の規制強化は特に訪問販売による悪質商法に対して、弱い立場にある高齢者等の保護を図ることを目的としているが、実際、高齢者の個別クレジット契約に関する消費者トラブル（相談件数）は、平成 17 年度で 27,000 件と全体の約 30%にも該当する。今回の改正案及び代替案の実施によって、この被害を減少させる便益が期待される。

【改正案】

本改正案に基づく規制の実施に伴い、被害件数が 30%減少すると見込まれる。

① 高齢者におけるトラブルの低減（△30%）

平成 17 年の高齢者における個品割賦購入あっせんの相談約 27,000 件は改正案により、18,900 件程度に減少するものと推計される。

※（社）全国信販協会の自主ルールである商品別ガイドライン（8 業種）の結果、厳格な与信により、8 業種全体の成約件数の対前年比率が、30%減少したことから推計。

② 事後救済効果の増大

改正案により、訪問販売等に係る与信契約のクーリングオフや既払金返還ルールが導入されることにより、改正後の高齢者の個別クレジット契約に関する消費者トラブルのうち訪問販売等に係るもの（全体の約9割と推計）であり、かつ、解約等に関するもの（約75%）が解決されると試算される。

$$\frac{(\text{改正後の相談件数}) \times 0.9 \times 0.75 \times (\text{相談事例に係る平均契約額})}{=} 18,900 \text{ 件} \times 0.9 \times 0.75 \times 96 \text{ 万円} = \text{約 120 億円}$$

③ 規制を逃れるような取引に対する後追いの規制がなくなることにより、消費者トラブルの減少

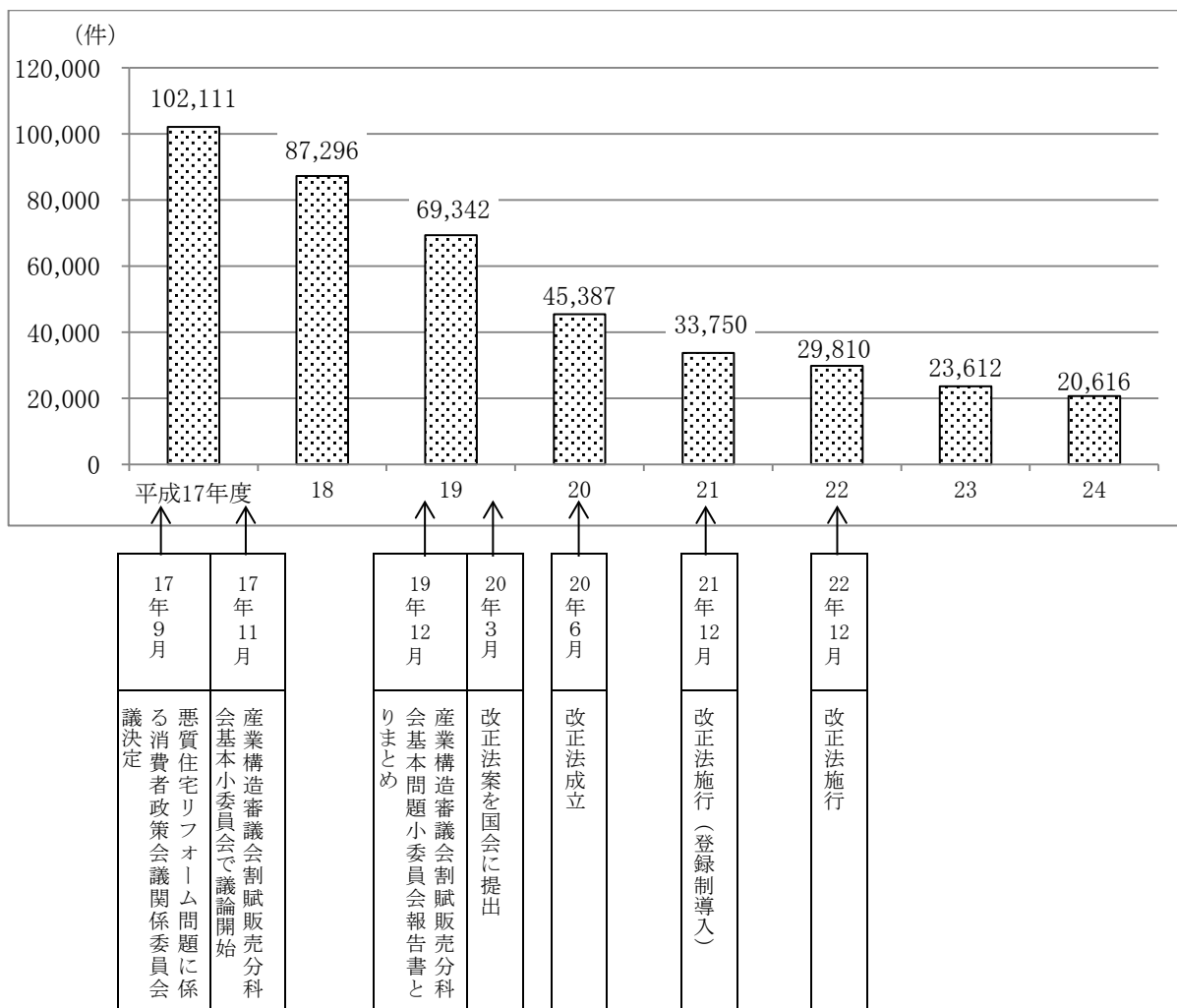
(注) 下線は当省が付した。

3 規制の事前評価書の検証（規制の事前評価を参考とした指標の推移等）

PIONEETに登録された消費生活相談情報のうち、個別クレジットに係る相談件数は、図表2のとおり、平成17年度から一貫して減少しており、17年度と24年度を比較すると81,495件（79.8%）減少している。

（高齢者の個別クレジットに係る相談件数及び事後救済額に関し、経済産業省に対し、高齢者としている年代の範囲を照会中。）

図表2 個別クレジットに係る相談件数及び主な施策等の動き（平成17年度～24年度）

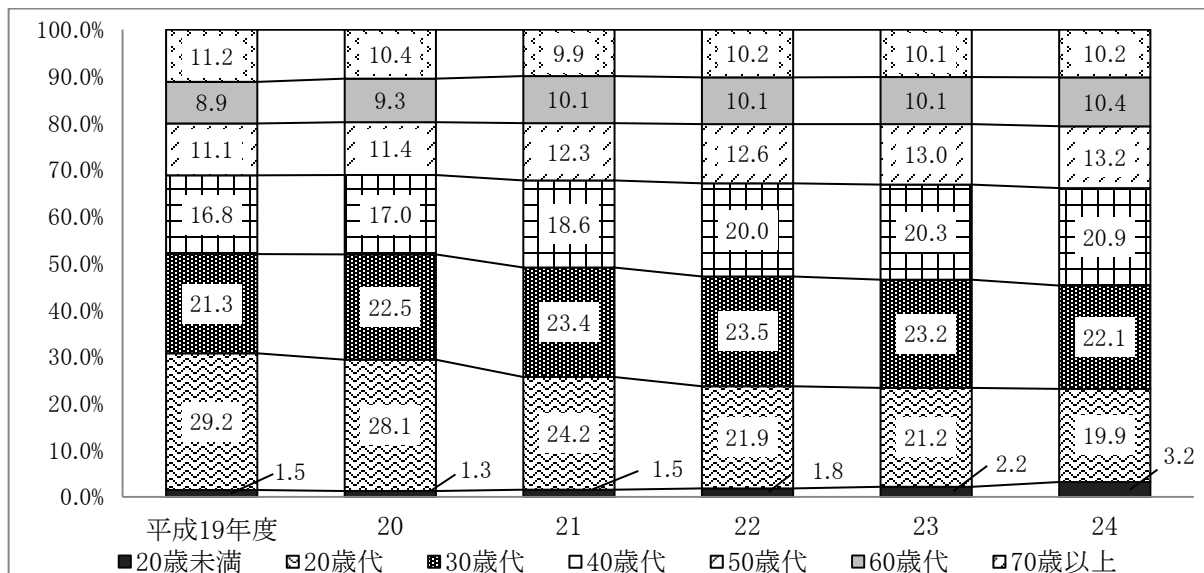


- (注) 1 相談件数は、「消費生活年報 2013」(国民生活センター発行)による。
 2 割賦販売法の改正に伴い、平成 22 年度以降は「個別信用」の件数、それ以前は「個品割賦」の件数。P I O-N E T では、契約日に関係なく、受付日が 22 年度以降のものについては、「個別信用」としている。
 3 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。

なお、平成 18 年には事業者団体で個別クレジット業者に対する加盟店の管理の強化・徹底等 20 年改正と同様の自主ルールを定め、法改正に先駆けて運用を開始している。

さらに、規制の事前評価で算出されている平成 17 年度の販売信用の年代別相談件数の構成比と個別クレジットの年代別相談件数の構成比がほぼ同等のものとなっていたため、参考までに平成 19 年度から 24 年度までの P I O-N E T に登録された販売信用に係る相談件数の年代別構成比をみると、図表 3 のとおり 60 歳代及び 70 歳以上の割合は 19 年度で 20.1%、24 年度で 20.6%と横ばいになっている。

図表 3 販売信用に係る相談件数の年代別構成比 (平成 19 年度～24 年度)



(注) P I O-N E T に登録された全国の消費生活相談情報 (平成 25 年 5 月 31 日までの登録分) に基づき当省が作成した。

4 地方支分部局及び地方公共団体に対する実地調査結果

調査した 9 経済産業局等、25 都道府県の割賦販売法執行担当部署及び 25 都道府県、64 市区の消費生活担当部署のうち、本改正の効果の発現状況について、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答しているのは、図表 4 及び 5 のとおり、経済産業局等及び都道府県の割賦販売法指導監督部署では 58.8%、都道府県及び市区の消費生活担当部署では 56.2%となっている。一方、効果を把握する指標がない等の理由から「分からない」と回答しているのは、経済産業局等及び都道府県の割賦販売法指導監督部署では 26.5%、都道府県及び市区の消費生活担当部署では 41.6%となっている。

図表4 経済産業局等及び都道府県割賦販売法指導監督部署における本改正効果の発現状況
 についての回答結果

(単位：部署)

回答区分	経済産業局等	都道府県	合計
大いに効果があった	5 (55.6%)	3 (12.0%)	20 (58.8%)
ある程度効果があった	4 (44.4%)	8 (32.0%)	
あまり効果がなかった	0 (0.0%)	3 (12.0%)	5 (14.7%)
効果はなかった	0 (0.0%)	2 (8.0%)	
効果を把握していない・分からない	0 (0.0%)	9 (36.0%)	9 (26.5%)
合 計	9 (100.0%)	25 (100.0%)	34 (100.0%)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が100にならない場合がある。

図表5 都道府県消費生活担当部署及び市区の消費生活担当部署における本改正効果の発現
 状況についての回答結果

(単位：部署)

回答区分	都道府県	市区	合計
大いに効果があった	8 (32.0%)	14 (21.9%)	50 (56.2%)
ある程度効果があった	8 (32.0%)	20 (31.3%)	
あまり効果がなかった	0 (0.0%)	2 (3.1%)	2 (2.2%)
効果はなかった	0 (0.0%)	0 (0.0%)	
効果を把握していない・分からない	9 (36.0%)	28 (43.8%)	37 (41.6%)
合 計	25 (100.0%)	64 (100.0%)	89 (100.0%)

(注) 1 当省の調査結果による。

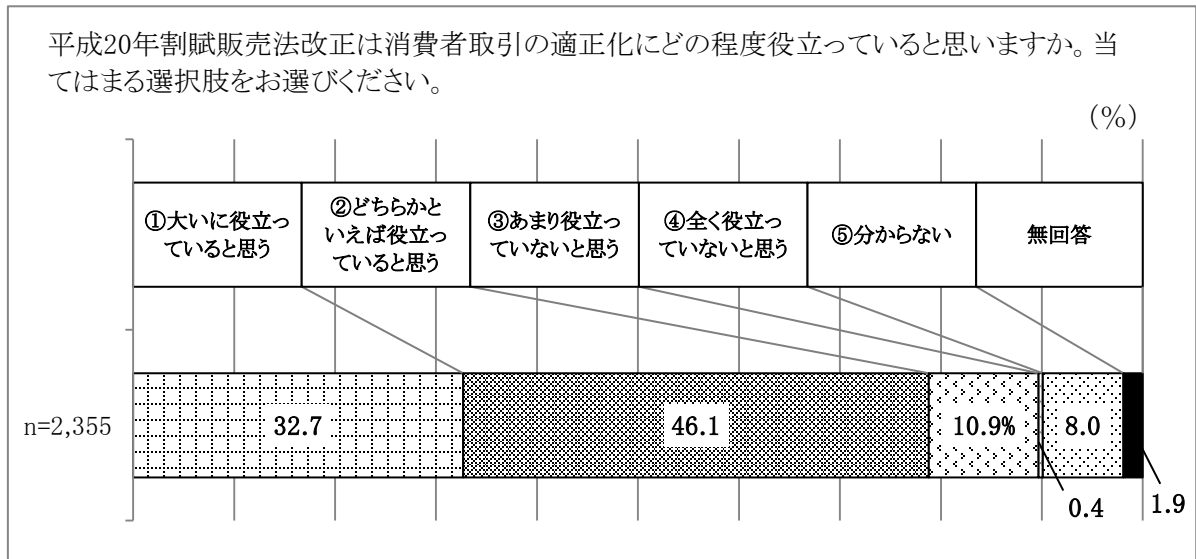
2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が100にならない場合がある。

また、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した主な理由として、経済産業局等及び都道府県割賦販売法指導監督部署では、相談件数の減少や相談内容の変化(20部署中14部署、70.0%)、事業者の悪質行為の抑制(20部署中4部署、20.0%)を挙げており、都道府県消費生活担当部署及び市区町村生活担当部署では、相談件数の減少や相談内容の変化(50部署中32部署、64.0%)、事業者との交渉が行いやすくなった等の相談対応における効果(50部署中5部署、10.0%)を挙げている。

5 都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査結果

当省の意識等調査結果では、本改正が消費者取引の適正化にどの程度役立っているかとの問いに対して、「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答している者が図表6のとおり、78.8%となっている。

図表6 都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査結果



(注) 1 当省の意識等調査結果による。
2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が100にならない場合がある。

6 評価の方向性

平成17年度と24年度を比べ個別クレジットに係る相談件数は減少している。

また、経済産業局等及び地方公共団体に対する実地調査では、本改正の効果の発現状況について、経済産業局等及び都道府県割賦販売法指導監督部署では約60%が「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答し、都道府県消費生活担当部署及び市区町村消費生活担当部署についても約60%が「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答している。

さらに、都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査では、本改正が消費者取引にどの程度役立っているかとの問いに対して、約80%が「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答している。

⇒ 規制の事前評価で想定されている高齢者被害の減少割合は現在精査中。

平成 18 年貸金業法改正（平成 19 年 1 月、同年 12 月、21 年 6 月、22 年 6 月施行）

1 改正の概要

《背景》

借り手の返済能力を上回る貸付が行われ、多重債務者が多く発生し、平成 19 年 2 月末時点において、5 件以上の無担保無保証の貸付利用者が約 180 万人、これらの者の平均借入総額は約 240 万円に上っていた。

このような多重債務問題の深刻化を受け、同問題の直接の背景として考えられていた、過剰な貸付、高金利等を解消するため、平成 18 年に貸金業法が抜本的に改正（平成 19 年より段階的に施行、22 年 6 月に完全施行）された。

また、本改正による「貸し手」への規制強化とともに、「借り手」への対策として、現に多重債務状態に陥っている者に対して、債務整理や生活再建のための相談（カウンセリング）を行う窓口を整備・強化するため、平成 19 年 4 月に「多重債務問題改善プログラム」がとりまとめられた。

《改正内容》

主な改正点は、①貸金業の適性化、②総量規制の導入、③上限金利の引き下げ、④ヤミ金融対策の強化であり、主な改正内容は以下のとおりである。

- ① 貸金業者の参入条件を厳格化するため、財産的基礎要件の 500 万円以上から 5,000 万円以上への引き上げや貸金業務取扱主任者の資格試験の導入を行うとともに、取立規制の強化や事前書面交付義務の導入が図られた（「財産的基礎要件の引き上げ」は平成 21 年 6 月及び 22 年 6 月段階的に施行。「取立規制」は平成 19 年 12 月、「貸金業務取扱主任者の資格試験の導入」は平成 21 年 6 月、「事前書面交付義務の導入」は平成 22 年 6 月に施行。）。
- ② 個人が借り手の場合の年収把握や返済能力調査の義務づけ、及び総借入残高が年収の 3 分の 1 を超えた貸付けを原則禁止にする規定が新たに追加された（平成 22 年 6 月施行。いわゆる「総量規制」）。
- ③ 出資法の上限金利が 29.2%から 20%に引き下げられた（平成 22 年 6 月施行）。
- ④ ヤミ金融に対する罰則が懲役 5 年から 10 年に強化された（平成 19 年 1 月施行）。

2 金融庁による規制の事前評価の実施状況

本改正は規制の事前評価が義務づけられた平成 19 年 10 月以前の改正であり、金融庁は事前の規制評価を実施していない。

3 法改正の効果の分析

(1) 金融庁の説明

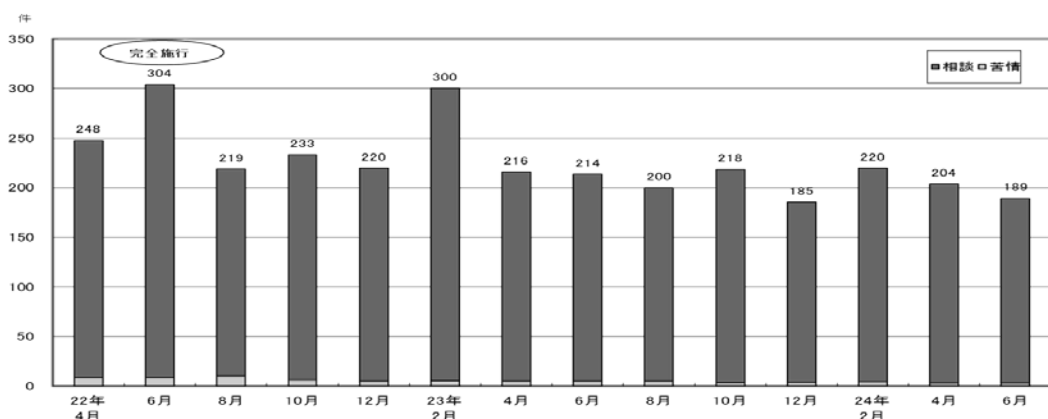
金融庁は、平成 24 年 9 月に、同法完全施行後の効果検証を行っており、図表 1 及び 2 のとおり、5 件以上の無担保無保証の貸付利用者は 19 年 3 月末の 171 万人から 24 年 8 月末には 37 万人へ、1 日当たりの苦情相談件数は 22 年 4 月（法完全施行は同年 6 月）の 248 件から 24 年 6 月には 189 件へ減少していること等を以って効果を説明している。

図表1 貸金業利用者の一人当たりの残高金額及び5件以上無担保無保証借入の残高がある人数

	19年 3月末	20年 3月末	21年 3月末	22年 3月末	23年 3月末	24年 3月末	24年 8月末
1人当たり残高金額 【万円】	116.9	106.6	95.7	79.7	67.1	59.0	56.7
5件以上無担保無保証借入の残高がある人数 【万人】	171	118	73	84	70	44	37

(注) 金融庁の資料による。

図表2 金融庁、財務局及び日本貸金業協会における1日当たりの相談・苦情件数（貸金業関係）

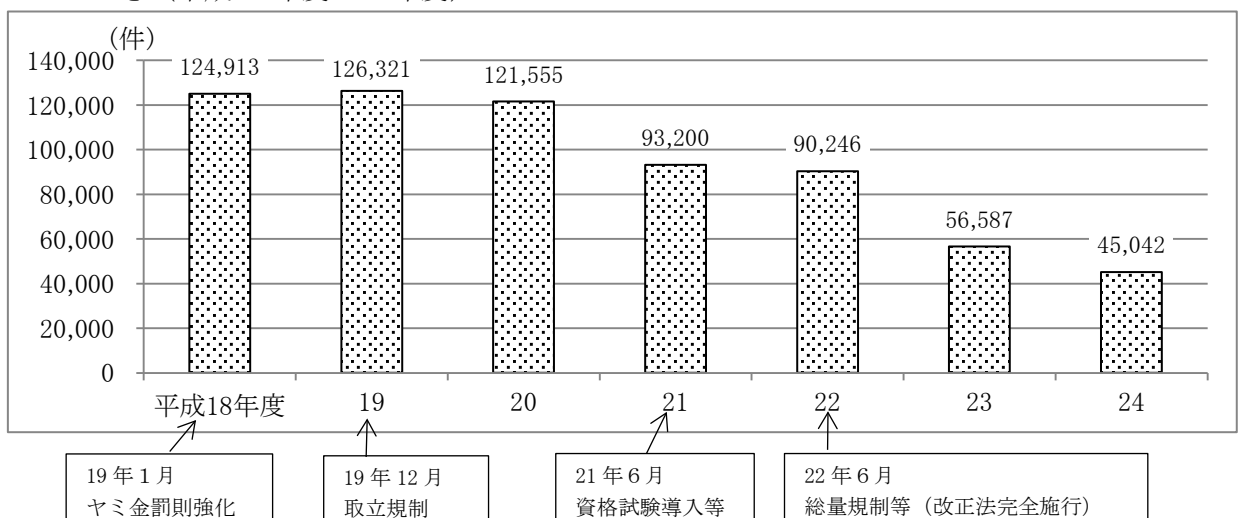


(注) 金融庁の資料による。

(2) 総務省行政評価局の分析

PIONEETに登録された貸金業者に関する相談件数は、図表3のとおり、相談件数が最も多い平成19年度と24年度を比較すると、81,279件（64.3%）減少している。

図表3 貸金業者（「フリーローン・サラ金」）に関する相談件数の推移及び主な施策等の動き（平成18年度～24年度）

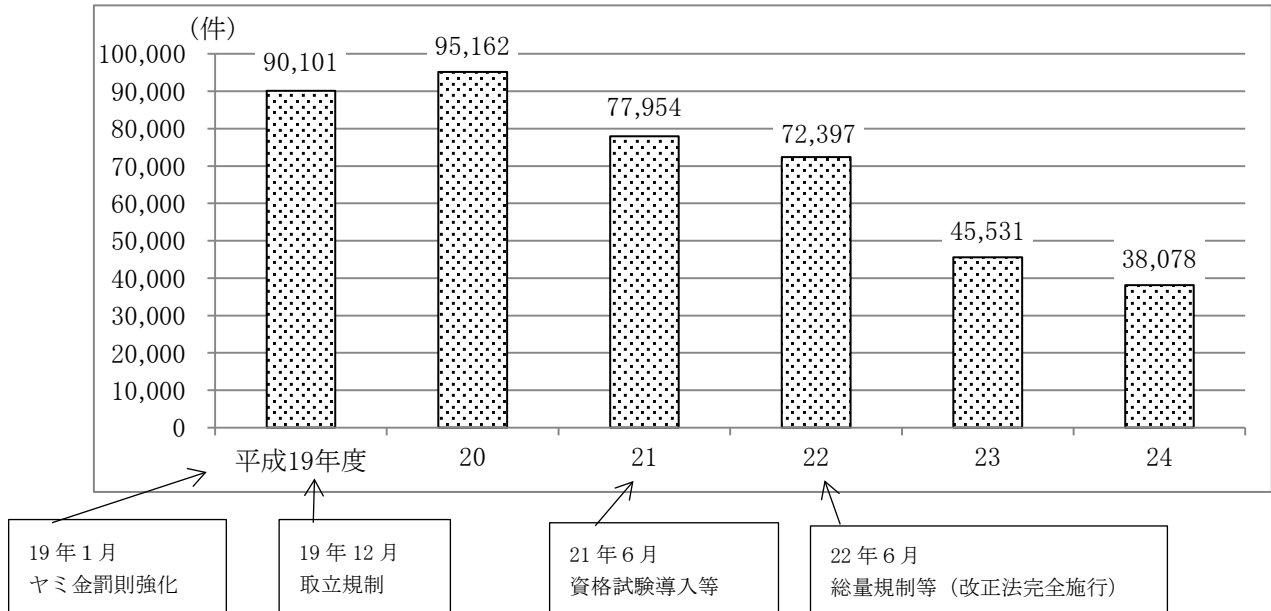


(注) 1 相談件数は、PIONEETに登録された全国の消費生活相談情報（平成25年5月31日までの登録分）による。

2 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。

また、本改正の契機となった「多重債務」に関する相談件数（P I O - N E Tに登録件数）は、図表4のとおり、相談件数が最も多い平成20年度と24年度を比較すると、57,084件（60.0%）減少している。

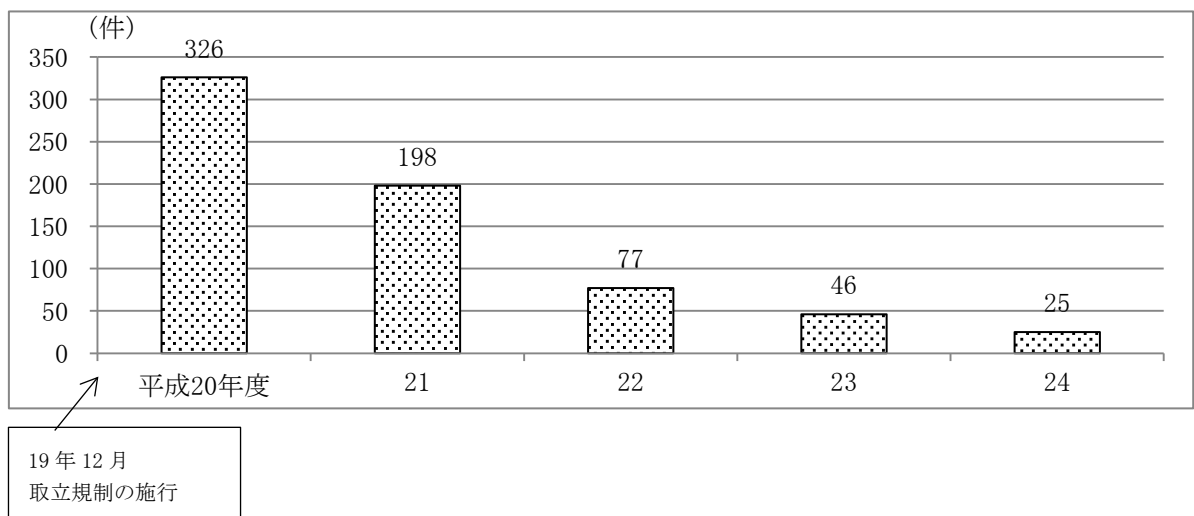
図表4 「多重債務」に関する相談件数の推移及び主な施策等の動き（平成19年度～24年度）



(注) 1 相談件数は、P I O - N E Tに登録された全国の消費生活相談情報（平成25年5月31日までの登録分）による。
 2 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。

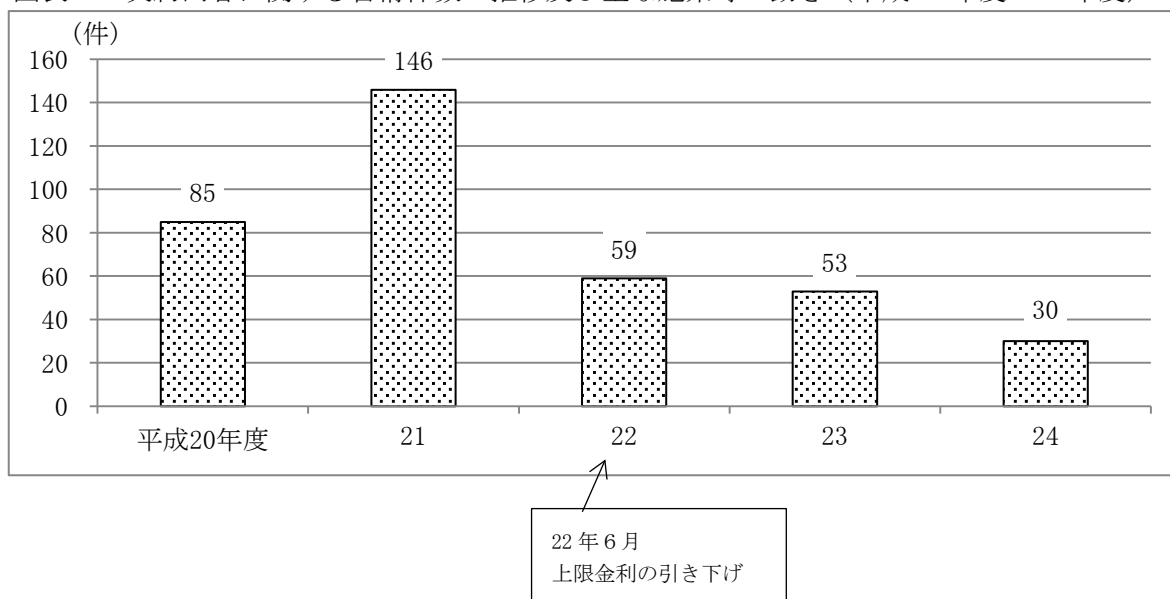
さらに、改正前に問題とされた、①「取立行為」、②「契約内容」及び③「金利」に関する苦情件数（日本貸金業協会受付件数）は、図表5～7のとおり、苦情件数が最も多い年度と平成24年度を比較するといずれも減少している。

図表5 取立行為に関する苦情件数の推移及び主な施策等の動き（平成20年度～24年度）



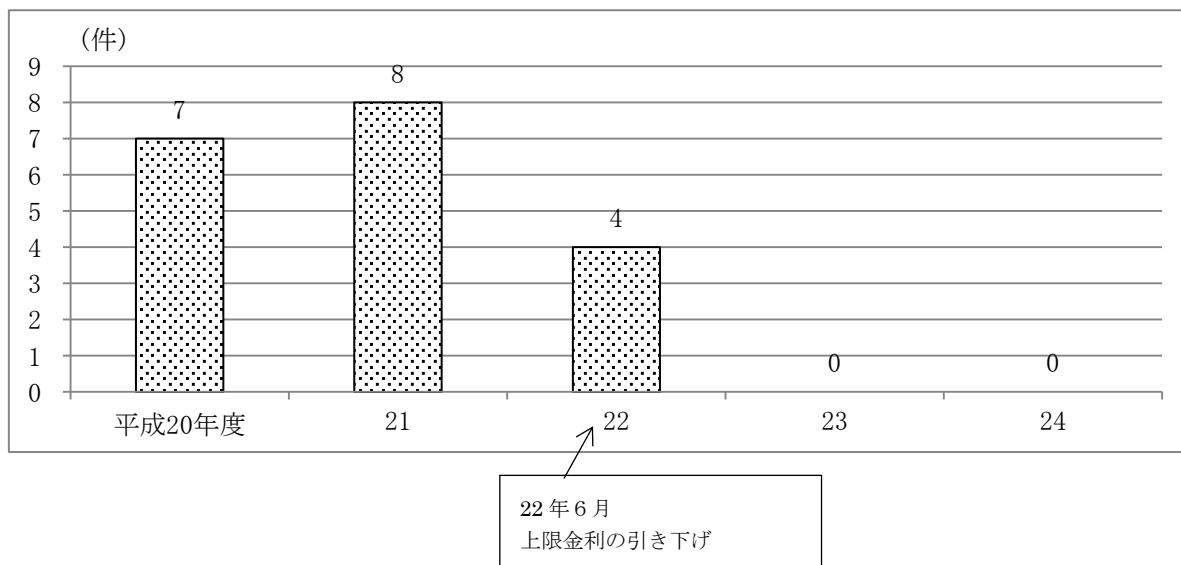
(注) 1 苦情件数は、日本貸金業協会の資料に基づき当省が作成した。
 2 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。

図表6 契約内容に関する苦情件数の推移及び主な施策等の動き（平成20年度～24年度）



- (注) 1 苦情件数は、日本貸金業協会の資料に基づき当省が作成した。
 2 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。

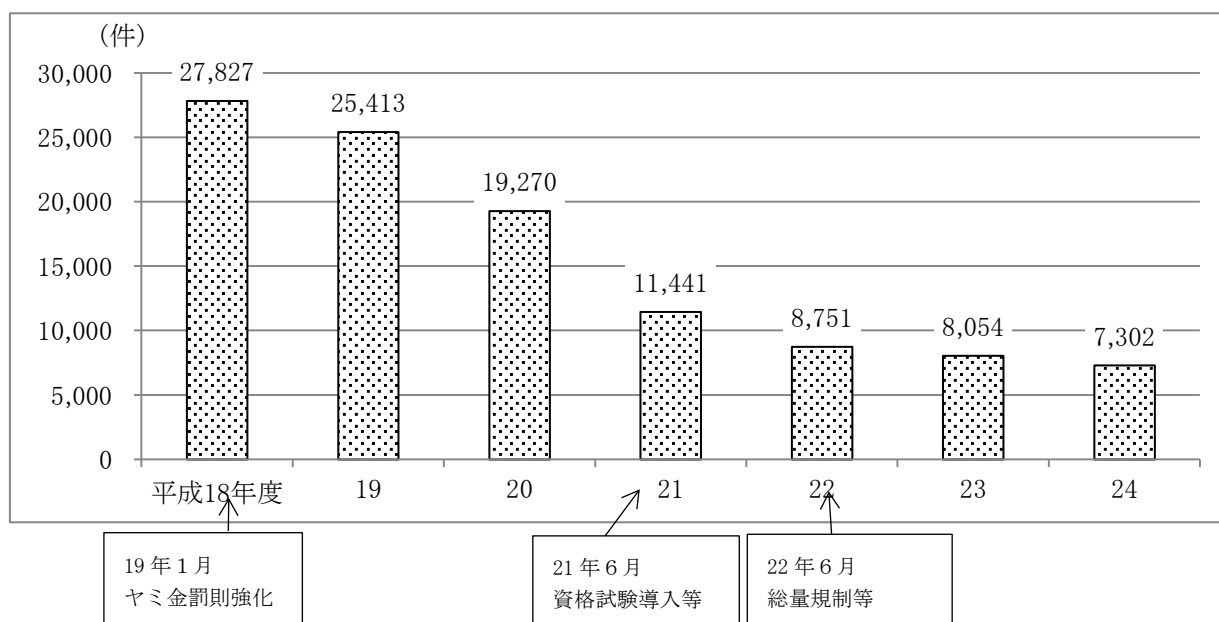
図表7 金利に関する苦情件数の推移及び主な施策等の動き（平成20年度～24年度）



- (注) 1 苦情件数は、日本貸金業協会の資料に基づき当省が作成した。
 2 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。

一方、改正貸金業法の施行により、ヤミ金に係る問題が増えているとの指摘があることから、P I O - N E T に登録されたヤミ金に関する相談件数を把握したところ、図表8のとおり、相談件数が最も多い平成18年度と24年度を比較すると、20,525件(73.8%)減少している。

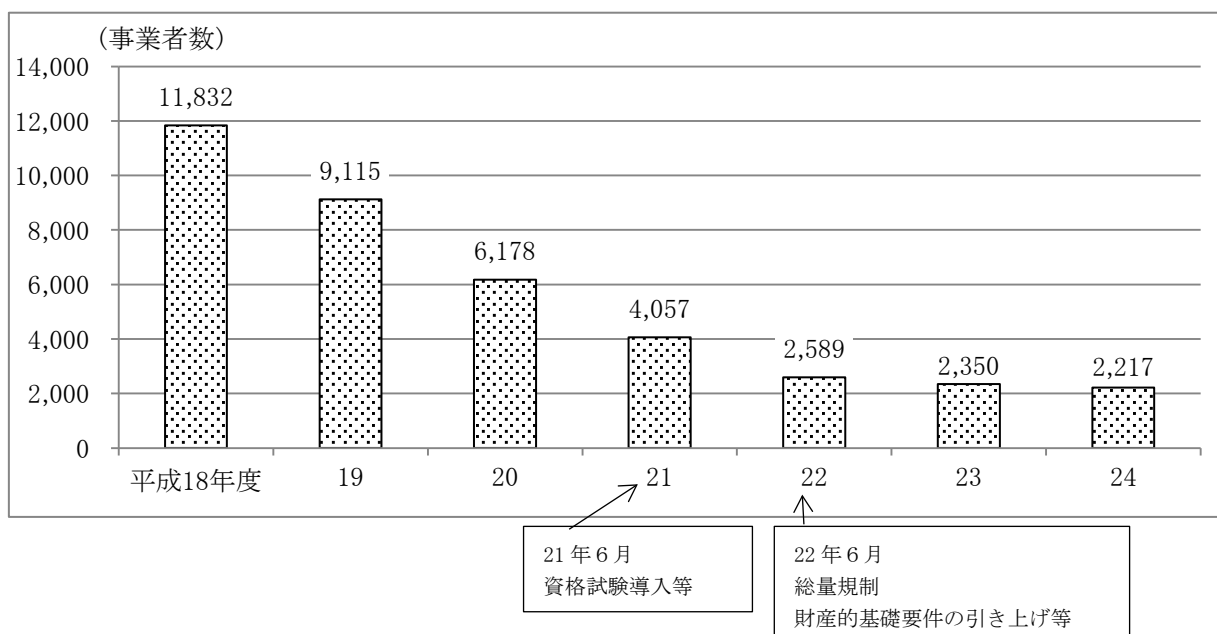
図表8 ヤミ金に関する相談件数の推移及び主な施策等の動き（平成18年度～24年度）



- (注) 1 相談件数は、P I O-N E Tに登録された全国の消費生活相談情報（平成25年5月31日までの登録分）のうち、当省において、相談情報に文字列“ヤミ金”“やみ金”“闇金”を含むものとした。
- 2 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。

なお、貸金業法改正における財産的基礎要件の引き上げや総量規制の導入により、図表9とおおり、貸金業者数が最も多い平成18年度と24年度を比較すると、9,615社(81.3%)減少している。

図表9 財務局等及び都道府県に登録している貸金業者数の推移及び主な施策等の動き（平成18年度～24年度）



- (注) 1 貸金業者数は、金融庁の資料に基づき当省が作成した。
- 2 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。

4 地方支分部局及び地方公共団体に対する実地調査結果

調査した 10 財務局等、24 都道府県の貸金業法担当部署及び 26 都道府県、24 市区の消費生活担当部署のうち、本改正の効果の発現状況について、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答しているのは、図表 10 及び 11 のとおり、財務局等及び都道府県の貸金業法指導監督部署では 97.1%、都道府県及び市区の消費生活担当部署では 84.4%となっている。

一方、適切な指標がないことやヤミ金被害の発生等から「効果を把握していない・分からない」と回答しているのは、財務局等及び都道府県の貸金業法指導監督部署では 2.9%、都道府県及び市区の消費生活担当部署では 15.6%となっている。

図表 10 財務局等及び都道府県貸金業法指導監督部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：部署)

回答区分	財務局等	都道府県	合計
大いに効果があった	5 (50.0%)	13 (54.2%)	33 (97.1%)
ある程度効果があった	5 (50.0%)	10 (41.7%)	
あまり効果がなかった	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
効果はなかった	0 (0.0%)	0 (0.0%)	
効果を把握していない・分からない	0 (0.0%)	1 (4.2%)	1 (2.9%)
合計	10 (100.0%)	24 (100.0%)	34 (100.0%)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が 100 にならない場合がある。

図表 11 都道府県及び市区の消費生活担当部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：部署)

回答区分	都道府県	市区	合計
大いに効果があった	14 (53.8%)	30 (46.9%)	76 (84.4%)
ある程度効果があった	8 (30.8%)	24 (37.5%)	
あまり効果がなかった	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
効果はなかった	0 (0.0%)	0 (0.0%)	
効果を把握していない・分からない	4 (15.4%)	10 (15.6%)	14 (15.6%)
合計	26 (100.0%)	64 (100.0%)	90 (100.0%)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が 100 にならない場合がある。

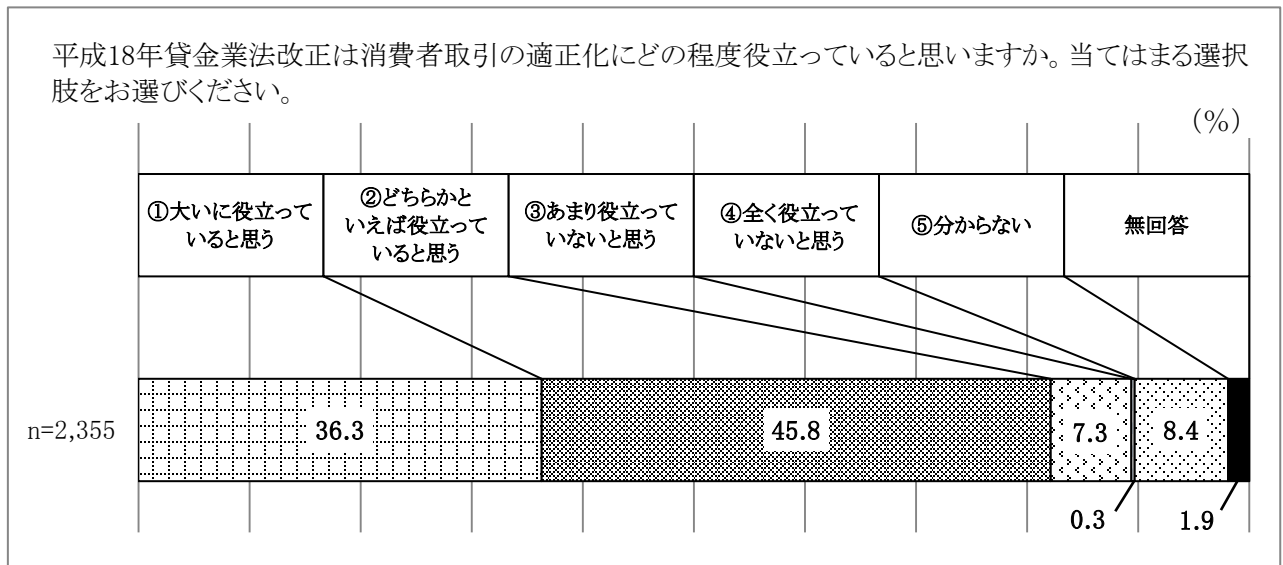
また、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した主な理由としては、財務局等及び都道府県の貸金業法指導監督部署では、「財産的基礎要件の引き上げや総量規制により、登録貸金業者が激減していることや事業者の激減や健全化による苦情等件数の減少」(33 部署中 32 部署、97.0%) を挙げており、都道府県及び市区の消費生活担当部署では、「相談件数の減少や相談内容の変化」(76 部署中 66 部署、86.8%) を挙げています。

一方で、クレジットカードの現金化や偽装質屋を含め「ヤミ金」による被害を新たな手口として懸念しているのは、財務局等及び都道府県の貸金業法指導監督部署では、34 部署中 5 部署 (14.7%)、都道府県及び市区の消費生活担当部署では、90 部署中 21 部署 (23.3%) となっている。

5 都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査結果

当省の意識等調査結果では、本改正が消費者取引の適正化にどの程度役立っているかとの問いに対して、「大いに役に立っていると思う」又は「どちらかといえば役に立っていると思う」と回答している者が、図表 12 のとおり、82.1%となっている。

図表 12 都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査結果



6 評価の方向性

PIONEETに登録された貸金業者や本改正の契機となった多重債務に関する相談件数及び日本貸金業協会に寄せられた貸金業者に関する苦情件数等は減少している。

また、地方支分部局及び地方公共団体に対する実地調査では、本改正の効果の発現状況について、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答しているのは、財務局等及び都道府県の貸金業法指導監督部署では 97.1%、都道府県及び市区の消費生活担当部署では 84.4%となっている。

さらに、都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査結果では、本改正が消費者取引の適正化にどの程度役立っているかとの問いに対して、「大いに役に立っていると思う」又は「どちらかといえば役に立っていると思う」と回答している者が 82.1%となっている。

⇒ 以上のことから、金融庁が当初想定していた本法改正による効果はあったと考えられるのではないか。

平成 21 年商品先物取引法改正
(平成 21 年 10 月、22 年 7 月、23 年 1 月施行)

1 改正の概要

《背景》

かつて、国内商品先物取引における不当な勧誘により、非自発的な投資で多額の損失を被るトラブルが多く発生していたが、平成 16 年及び 18 年に商品取引所法を改正し、適合性の原則や不当勧誘禁止を強化するなどの措置が図られ、国内市場におけるトラブルは大幅に減少した。一方、店頭デリバティブ取引や海外先物取引所法で規制されていた海外取引については国内市場と比べ、規制が弱く、17 年度以降、トラブル件数が増加した。また、店頭デリバティブ取引を営む者については国内取引所相場を利用しない場合は制度上、行政の監督が及ばず、トラブル解決が困難であった。

《改正内容》

国内外及び取引所内外で横断的な規制体系を構築するため、国内商品先物市場に関する規制を規定していた商品取引所法、海外商品先物取引に関する規制を規定していた海外商品先物取引法を商品先物取引法に統合し、国内・海外・店頭デリバティブ業者全てを許可制とした。また、国内商品先物取引のみに適用されていた適合性の原則や不当勧誘禁止等消費者保護に関する規定が全ての商品先物取引に適用され、新たに勧誘の要請をしていない顧客に対する勧誘の禁止（不招請勧誘の禁止）を規定した。

2 経済産業省による規制の事前評価の実施状況

経済産業省は、商品先物取引法の平成 21 年改正に際し、行政機関が行う政策の評価に関する法律施行令に基づき、図表 1 のとおり、事前評価を実施している。

図表 1 「使いやすい」「透明な」「トラブルのない」商品先物市場の実現に係る規制の事前評価
(評価実施時期：平成 21 年 3 月) (抜粋)

③「トラブルのない」商品先物市場の実現

改正案では、現行制度において、参入規制のない海外商品先物取引や、法律上の位置づけが不明確な店頭商品先物取引を行う者が、新たに商品先物取引業者として厳格に規律されることとなり、特に店頭商品先物取引については、不招請勧誘を禁止する措置を講じることを予定している。

これらの措置は、平成 17 年の金融先物取引法改正による措置と類似するものであるため、この時のデータを参考に、以下のとおり海外商品先物取引及び店頭商品先物取引の苦情件数の推移を算定することが可能である。

《海外商品先物取引・店頭商品先物取引の苦情件数推移見込み》

	法律施行前	法律施行後
苦情相談件数 (年間)	1,738	195

また、同案によった場合、一般投資家向けに行う店頭商品先物取引が、業として認められることとなる。既述のとおり、このような取引については、近時、資産運用手段の一つとし

て社会的に認知されつつあり、適正な規制の下で行われることには、一定の意義があると考えられる。

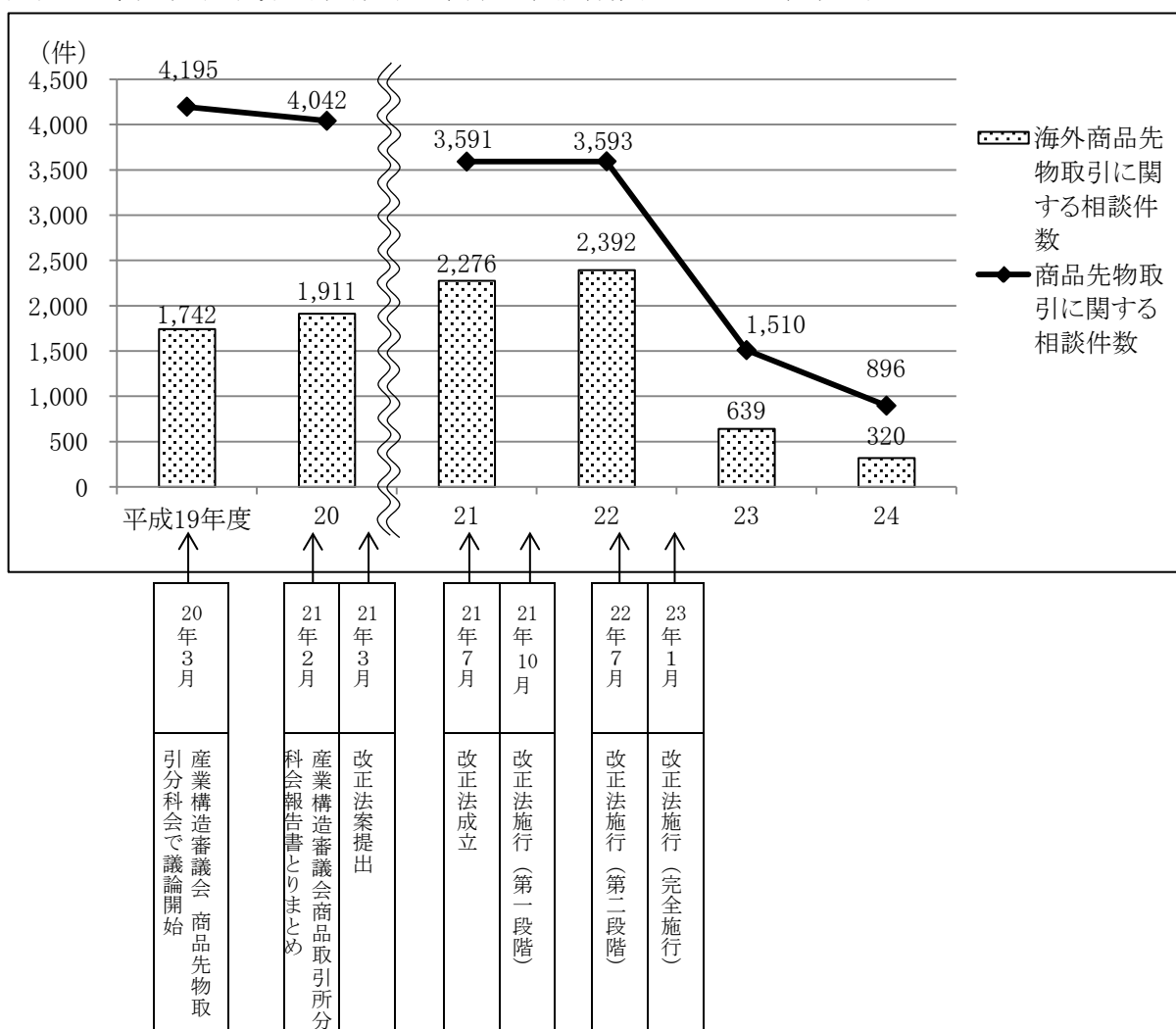
(注) 1 下線は当省が付した。

2 苦情相談件数についてはP I O-N E Tデータを元に経済産業省が集計したものである。

3 総務省行政評価局の分析（規制の事前評価を参考とした指標の推移等）

P I O-N E Tに登録された消費生活相談情報のうち、相談件数の最も多い平成 22 年度と 24 年度を比較すると 2,697 件（75.1%）減少している。また、海外商品先物取引についても図表 2 のとおり相談件数が最も多い 22 年度と 24 年度を比較すると 2,072 件（86.6%）減少している。

図表 2 商品先物取引・海外先物に関する相談件数及び主な施策等の動き



(注) 1 相談件数は、P I O-N E Tに登録された消費生活相談情報（平成 25 年 5 月 31 日までの登録分）による。

2 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。

3 平成 21 年度 P I O-N E T 分類・キーワード改訂により 19、20 年度と 21 年度以降の相談件数は時系列比較できない。

4 平成 19 年度の海外商品先物取引に関する相談件数は、P I O-N E T による検索時期の違い等により、21 年 3 月に実施された経済産業省による規制の事前評価に記載されている数値と異なる。

《参考》

図表 3 国内市場における売買枚数、取組高及び業者数

区分	平成 20 年度	21	22	23	24
国内市場売買枚数（千枚）	92,623	68,518	63,570	65,818	56,227
国内市場取組高（千枚）	415	447	393	394	391
国内取引業者（者）	49	37	33	33	32
商品先物取引業者合計（者）	—	—	53	59	56

（注）日本商品先物取引協会「日本商品先物取引協会会報（2013年10月）」による。

図表 4 委託者数

区分	平成 17 年	…	20	21	22	23	24
人数	140,200	…	69,210	53,401	42,776	36,455	33,523
前年度比		…	69.8%	77.2%	80.1%	85.2%	92.0%
H17 を 100%とした割合		…	49.4%	38.1%	30.5%	26.0%	23.9%

（注）1 農林水産省・経済産業省「商品先物取引に関する実態調査」（平成 22 年度以降は「商品先物取引に関する委託者等の実態調査」に名称変更）による。

2 24 年のみ開設口座数である。

4 評価の方向性

平成 22 年度と 24 年度を比較すると商品先物取引全般及び海外先物取引に関する相談件数は減少している。

⇒ 以上のことから、規制の事前評価で想定されていた効果は一定程度発現していると考えられるのではないか。

1 改正の概要

- (1) 外国為替証拠金取引業者に対してロスカットルール整備・遵守の義務付け（平成 21 年 8 月施行）

《背景》

外国為替証拠金取引において、ロスカット取引（注）が適切な時期に行われず顧客の損失を拡大させた事例が見られる等、顧客に不測の損害が生じるおそれ、またそのことにより業者が債権回収リスクを負うことになり、業者の財務の健全性に影響が出るおそれが生じていた。

（注） 「ロスカット取引」とは、取引が決済された時点で、顧客に生ずることとなる損失の額が、当該顧客との間であらかじめ約した計算方法により算出される額に達する場合に、業者等が強制的に行う決済取引である。

《改正内容》

外国為替証拠金取引を取扱う業者（以下「FX 業者」という。）に対し、ロスカット取引を適切に行うためのルールの整備・遵守を義務付ける。

- (2) FX 業者等に対する証拠金規制（平成 22 年 8 月施行）

《背景》

内外の金利差が縮小してきていること等から、店頭取引・取引所取引ともに、高レバレッジ化が進展。

高レバレッジでの取引については、(1)顧客保護（ロスカットが十分に機能せず、顧客が不測の損害を被るおそれ）、(2)業者のリスク管理（顧客の損失が証拠金を上回ることにより、業者の財務の健全性に影響が出るおそれ）(3)過当投機の観点からの問題があり、規制が必要とされてきた。

《改正内容》

外国為替証拠金取引等について、業者に対し、ロスカットを適切に行うためのルールの整備・遵守を義務付けることに加え、店頭取引・取引所取引共通の規制として、想定元本の 4%以上（レバレッジ 25 倍以下）の証拠金の預託を受けずに取引を行うことを禁止した。

（注） 平成 22 年 8 月 1 日からレバレッジの上限は 50 倍、23 年 8 月 1 日以降は上限が 25 倍とされた。

2 金融庁による規制の事前評価の実施状況

金融庁は、金融商品取引業等に関する内閣府令の平成 21 年度改正に際し、行政機関が行う政策の評価に関する法律施行令に基づき、図表 1 及び 2 のとおり、事前評価を実施し、その効果を「規制の便益」として想定している。

図表 1 外国為替証拠金取引規制の見直しに係る規制の事前評価書（評価実施時期：平成 21 年 4 月）（抜粋）

7. 規制の便益

適切にロスカット取引が行われるためのルールの整備・遵守が義務付けられることにより、顧客に不測の損害が生じるおそれ、業者の財務の健全性に影響が出るおそれが減少し、投資家保護、業者の財務基盤の健全性確保の充実が図られる。

図表2 外国為替証拠金取引規制の見直しに係る規制の事前評価書（評価実施時期：平成21年5月）（抜粋）

7. 規制の便益

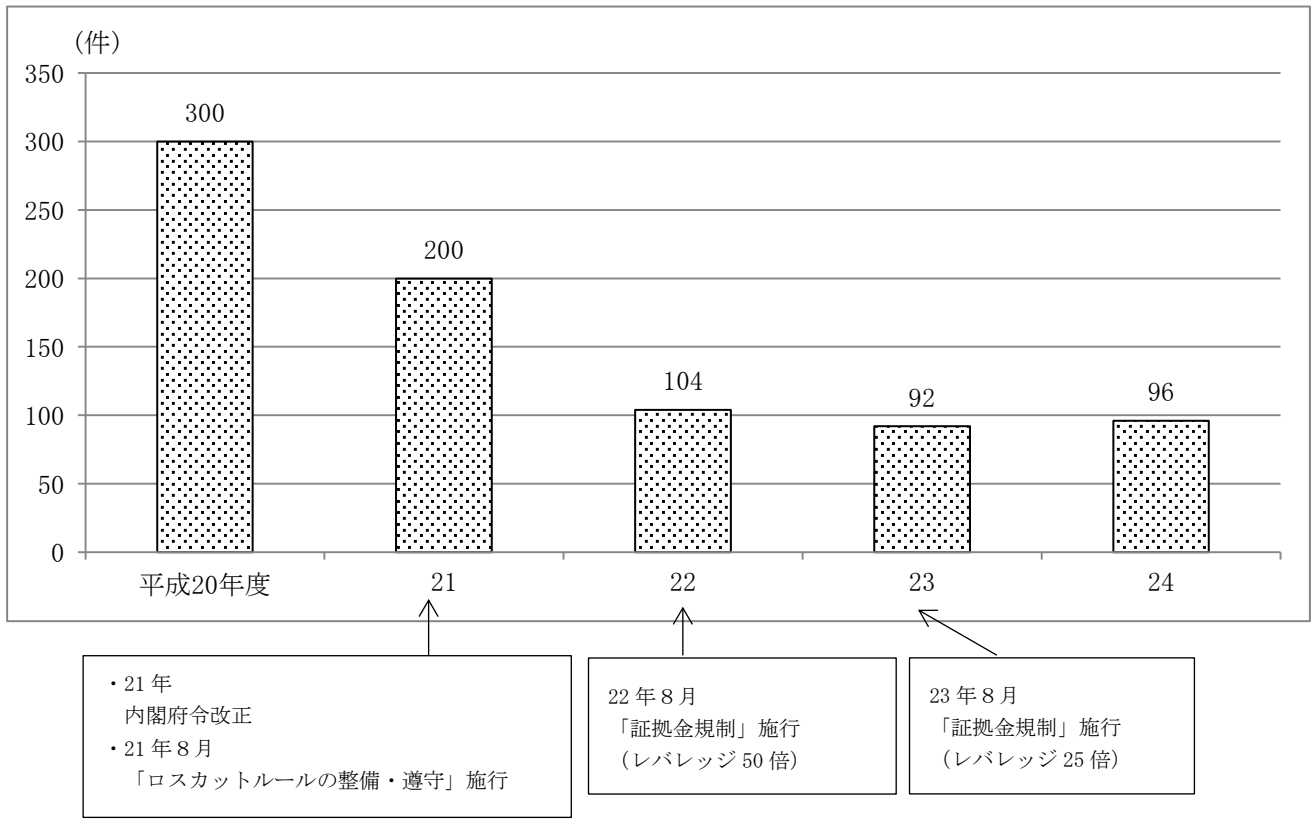
証拠金規制を導入することにより、高レバレッジでの取引が禁止されることとなり、相場急変時等ロスカットが必ずしも適切に機能しないおそれがあるところ、こうした場合においても、証拠金のバッファーが厚いことから、顧客が不測の損害を被るおそれが減少し、これに伴い、業者の財務の健全性への影響も減少する。さらに、過当投機が抑制されることになる。

3 規制の事前評価を参考とした指標の推移等

(1) 総務省行政評価局の分析

規制の対象となるFX取引について、金融先物取引業協会及び証券・金融商品あっせん相談センターが受け付けた、同協会の協会員が行うFX取引に係る苦情件数は、図表3のとおり、苦情件数が最も多い平成20年度と24年度を比較すると204件（68.0%）減少している。

図表3 金融商品取引業協会の協会員が行うFX取引に係る苦情件数の推移及び主な施策等の動き（平成20年度～24年度）

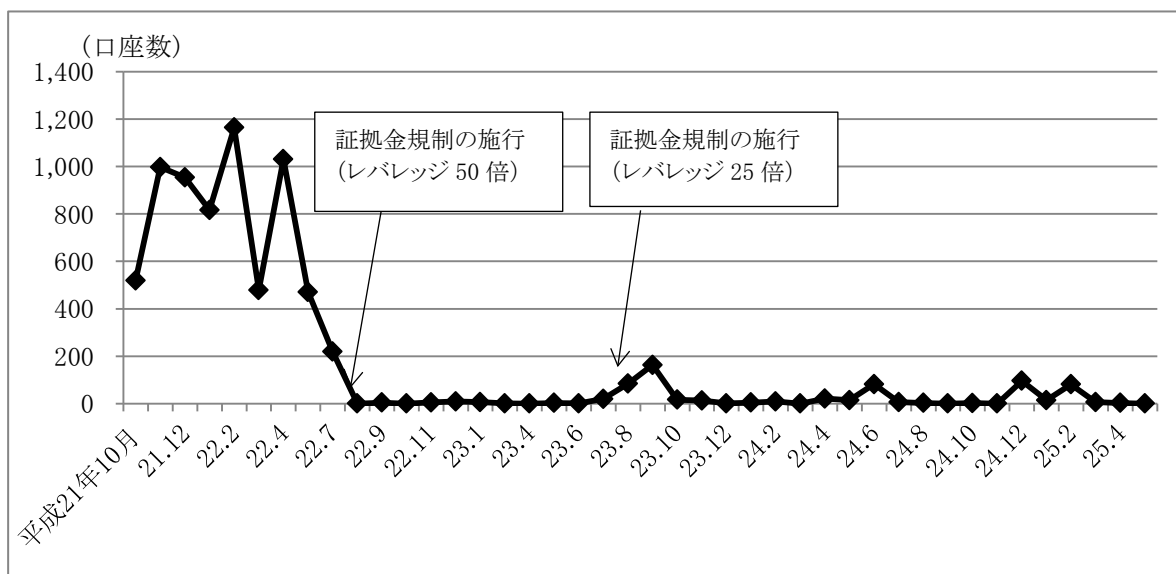


(注) 1 苦情件数は、金融先物取引業協会及び証券・金融商品あっせん相談センターの資料に基づき当省が作成した
2 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。

本府令改正に関し、規制の対象となったFX業者等の未収金や出来高の推移は、以下のとおりである。

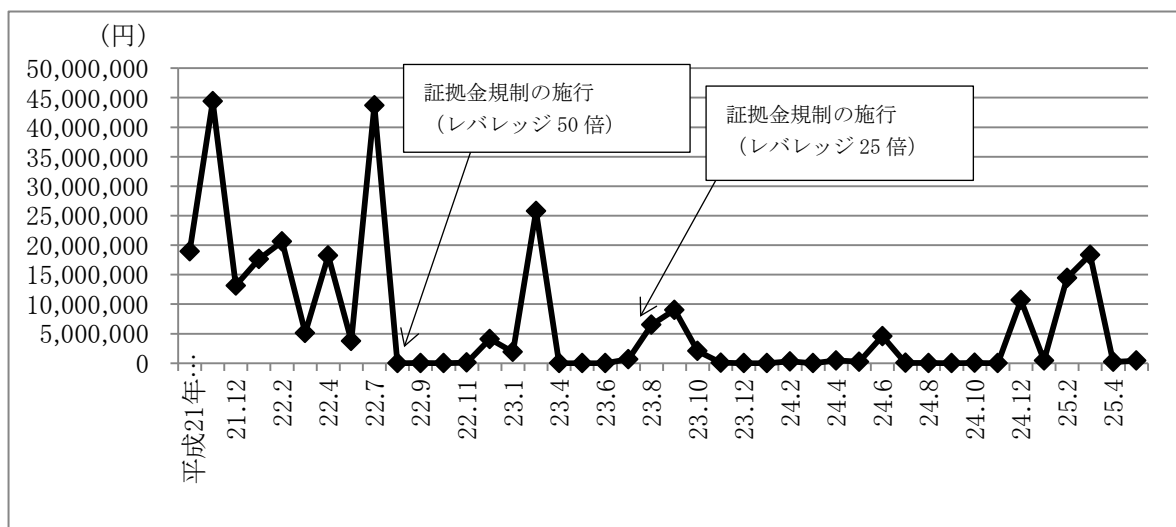
ア 図表4及び5のとおり、平成22年8月のレバレッジ規制導入後に投資家のロスカット損失が証拠金額を上回ることによって発生する未収金の発生件数がゼロとなり、それ以降も発生件数が非常に抑制されている。これはロスカット制度の義務化とレバレッジ規制の導入が未収金発生への抑制に効果があったと考えられ、投資家が被る不測の損害の防止、またFX業者等の財務リスクの低下に寄与したと考えられる。

図表4 ロスカット未収金に係る口座数の推移及び主な施策等の動き（平成21年10月～25年4月）



- (注) 1 未収金に係る口座数の推移は、金融先物取引業協会の資料に基づき当省が作成した。
 2 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。
 3 平成22年5月及び平成23年3月は異常値のため省略している。

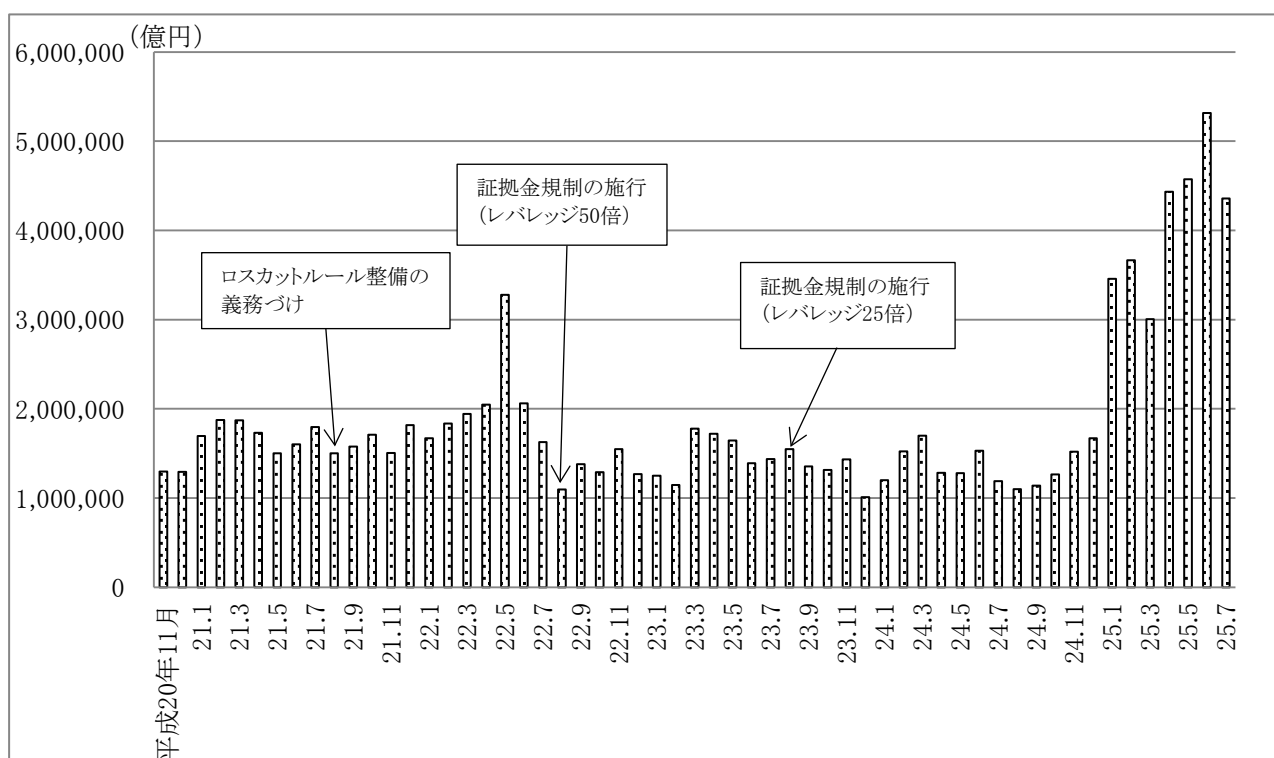
図表5 ロスカット未収金に係る未収金額の推移及び主な施策等の動き（平成21年10月～25年4月）



- (注) 1 未収金額の推移は、金融先物取引業協会の資料に基づき当省が作成した。
 2 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。
 3 平成22年5月及び平成23年3月は異常値のため省略している。

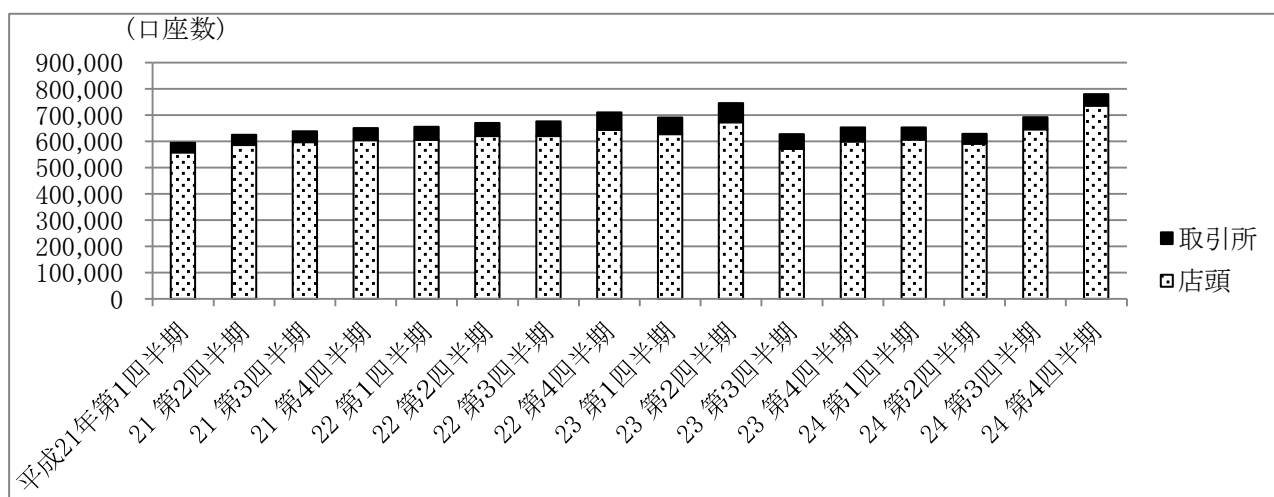
イ また、出来高は、図表6のとおり、規制が導入された平成22年8月以降一時的に減少したが、その後22～24年を通じて安定した出来高を示していることから影響は限定的だったとみられる。また、平成25年に入り外国為替相場的大幅な変動を受け出来高は急拡大した。一方で、図表7のとおり、投資家の稼働口座数は時期によって変動がみられるが、図表8のとおり、証拠金は安定的に増加している。

図表6 店頭外国為替証拠金取引月次出来高の推移及び主な施策等の動き（平成20年11月～25年5月）



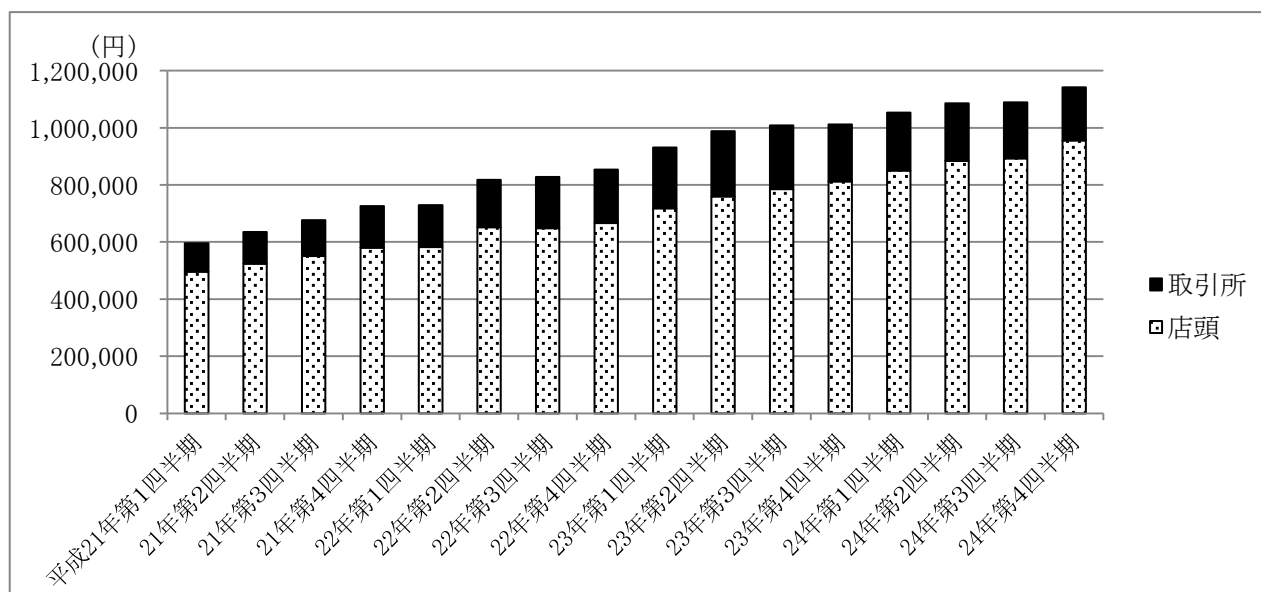
(注) 1 出来高の推移は、金融先物取引業協会の資料に基づき当省が作成した。
2 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。

図表7 市場・店頭外国為替証拠金取引実績口座数の推移（平成21年第1四半期～24年第4四半期）



(注) 金融先物取引業協会の資料に基づき当省が作成した。

図表8 市場・店頭外国為替証拠金取引受入証拠金残高の推移（平成21年第1四半期～24年第4四半期）



(注) 金融先物取引業協会の資料に基づき当省が作成した。

(2) 金融先物取引業協会の見解

上記のように未収金の改善や出来高及び証拠金残高の安定的な増加がみられることについて、FX 業者等が加盟する金融先物取引業協会は、「経済情勢に加え、上述のような公的規制の枠組みの整備や種々の自主規制措置により、市場が健全化されたことや、これに応じたFX 業者等の業務態勢の整備によるものではないか」としている。

4 評価の方向性

金融先物取引業協会の協会員が行うFX取引に係る苦情件数が減少していることに加え、FX業者等の未収金も改善され、出来高及び証拠金残高が安定的に増加している。

⇒ 以上のことから、規制の事前評価で想定されていた効果が一定程度発現しているものと考えられるのではないか。

平成 21 年金融商品取引法改正（22 年 4 月施行）

1 改正の概要

金融商品取引業者等が、無登録業者により格付された金融商品を提供する際の説明義務の付与
《背景》

これまで公的な規制がなかった信用格付業者に法による規制を導入する目的で、信用格付業を公正かつ確に遂行するための体制が整備された法人等は登録を受けることができるとされ、体制整備、格付提供行為及び情報開示等において各種規制が設けられた。

《改正内容》

上記に併せて、金融商品取引業者等が、金融商品取引契約の締結の勧誘時に、①無登録業者による格付けであること、②格付付与に用いられた方針・方法の概要や格付の前提・意義・限界等を説明することなく、無登録業者の格付を提供することを制限する規制（説明義務）が課された。

2 金融庁による規制の事前評価の実施状況

金融庁は、金融商品取引法の平成 21 年度改正に際し、行政機関が行う政策の評価に関する法律施行令に基づき、図表 1 のとおり、事前評価を実施し、その効果を「規制の便益」として想定している。

図表 1 信用格付業者に対する公的規制の導入に係る規制の事前評価書（評価実施時期：平成 21 年 3 月）（抜粋）

7. 規制の便益

信用格付業者の市場参加者に対する透明性を確保するための規制（格付方針等の公表、説明書類の縦覧等）を導入することにより、投資者に対する情報提供機能を高めることが可能となるとともに、格付の利用者による信用格付業者の比較・検証が可能となるため、市場の規律の下において信用格付業者の自律的な取組を促進することも可能となると考えられる。

3 規制の事前評価を参考とした指標の推移等

(1) 金融庁の説明

金融庁では、「本規制の導入により、信用格付業者において格付方針等の公表や説明書類の縦覧が義務化された結果、投資者に対する情報提供機能が確保されるとともに、格付の利用者による信用格付業者の比較・検証が可能となった。ただし、投資者による信用格付業者の比較・検証がどの程度可能となったかを分析する事は困難であるため、事後分析は行っていない。また、本規制の導入により、信用格付業者の自律的な取組が促進されたものと考えられるが、その度合いを分析することは困難であるため、事後分析は行っていない。」としている。

(2) 総務省行政評価局の分析

当省においても、「投資者による信用格付業者の比較・検証がどの程度可能となったか」や「信用格付業者の自主的な取組の促進」について、適切な指標や分析方法を設定することができなかった。

4 地方支分部局に対する実地調査結果

調査した 10 財務局等では、本改正の効果の発現状況について、図表 2 のとおり、すべての部署が「効果を把握していない・分からない」と回答している。

図表 2 財務局等金融商品取引法指導監督部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：部署)

回答区分	財務局等
大いに効果があった	0 (0.0%)
ある程度効果があった	0 (0.0%)
あまり効果がなかった	0 (0.0%)
効果はなかった	0 (0.0%)
効果を把握していない・分からない	10 (100.0%)
合計	10 (100.0%)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が 100 にならない場合がある。

また、「効果を把握していない・分からない」と回答した主な理由として、効果を把握する適切な指標がない (10 部署中 5 部署、50.0%) のほか、本改正事項に係る事例がないこと (10 部署中 5 部署、50.0%) を挙げている。

5 評価の方向性

金融庁の説明 (上記 3 (1) 参照) と同様に、当省においても、適切な指標や分析方法を設定することができなかった。

⇒ **本法改正に係る効果を検証することは困難ではないか。**

1 改正の概要

個人向け店頭デリバティブ取引における不招請勧誘等の禁止

《背景》

改正前の金融商品取引法においては、店頭金融先物取引（店頭 FX 取引（外国為替証拠金取引）等）のみが不招請勧誘の禁止等を含む規制の対象となっており、店頭 FX 取引と類似する証券 CFD 取引（差金決済デリバティブ取引）は規制の対象外であったが、これらの取引が個人に広がりを見せ、主として訪問・電話勧誘等の対象となる在宅高齢者等に対する適合性原則遵守上の問題が発生していた。

《改正内容》

個人向け店頭デリバティブ取引について不招請勧誘及び再勧誘を禁止するとともに、勧誘受諾意思確認義務(注)等の対象とすることとした。

(注) 金融商品取引業者等が勧誘前に顧客に勧誘を受けるかどうかを確認する義務

2 金融庁による規制の事前評価の実施状況

金融庁は、金融商品取引法施行令の平成 22 年度改正に際し、行政機関が行う政策の評価に関する法律施行令に基づき、図表 1 のとおり、事前評価を実施し、その効果を「規制の便益」として想定している。

図表 1 デリバティブ取引に対する不招請勧誘規制等の見直しに係る規制の事前評価書(評価実施時期：平成 22 年 10 月) (抜粋)

7. 規制の便益

個人向けの店頭デリバティブ取引が不招請勧誘の禁止の対象となることにより、個人が高リスクの取引であることを理解しないままに取引を行うことを予防し得る効果があるほか、その結果として、不測の投資損失を回避させることにも繋がり得るという点で顧客保護の充実が図られる。

3 規制の事前評価を参考とした指標の推移等

(1) 金融庁の説明

金融庁では、「規制の効果を定量的に検証することは困難であるが、PIO-NETに登録された消費生活相談情報のうち、不招請勧誘に関連するトラブルの状況は注視しており、例えば、不招請勧誘に関連する相談件数は過年度に比して減少傾向にあることから、一定の効果があったものと考えている。」としている。

(参考) 不招請勧誘に関連する相談件数 (注)

2010 年度まで (過去 5 年平均) : 166, 100 件

2011 年度 : 165, 800 件

(注) 「PIO-NET にみる 2011 年度の消費生活相談」(平成 25 年 9 月 6 日、国民生活センター公表)における「訪問販売」と「電話勧誘販売」の相談件数を合算したものである。

(2) 総務省行政評価局の分析

金融庁が参考指標としている、「不招請勧誘に関連する相談件数」は、販売購入形態別相談件数のうち「訪問販売」と「電話勧誘販売」の件数を集計したものであり、金融商品以外の商品等に関する相談が、どの程度、含まれているか及び「訪問販売」と「電話勧誘販売」にどの程度、不招請勧誘の件数が含まれているかは不明である。

【P I O－N E Tに登録された金融商品に関する相談件数のうち「訪問販売」と「電話勧誘販売」の件数等、関連する相談データは精査中】

4 地方支分部局に対する実地調査結果

調査した10財務局等では、本改正の効果の発現状況について、図表2のとおり、すべての部署が「効果を把握していない・分からない」と回答している。

図表2 財務局等金融商品取引法指導監督部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：部署)

回答区分	財務局等
大いに効果があった	0 (0.0%)
ある程度効果があった	0 (0.0%)
あまり効果がなかった	0 (0.0%)
効果はなかった	0 (0.0%)
効果を把握していない・分からない	10 (100.0%)
合計	10 (100.0%)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が100にならない場合がある。

また、「効果を把握していない・分からない」と回答した主な理由として、効果を把握する適切な指標がない(10部署中5部署、50.0%)のほか、本改正事項に係る事例がないこと(10部署中5部署、50.0%)を挙げている。

5 評価の方向性

金融庁が参考指標としている、「不招請勧誘に関連する相談件数」は、金融商品以外の商品等に関する相談がどの程度、含まれているか及び「訪問販売」と「電話勧誘販売」にどの程度、不招請勧誘の件数が含まれているかは不明である。

【P I O－N E Tに登録された金融商品に関する相談件数のうち「訪問販売」と「電話勧誘販売」の件数等、関連する相談データは精査中】

⇒ 関連データは精査中であるが、いずれにしても、当省の調査において、適切な指標や分析方法を設定することは難しいと考えられることから、本法改正に係る効果を検証することは困難ではないか。

1 改正の概要

無登録業者の未公開株の売買禁止及び広告・勧誘行為の禁止

《背景》

金融商品取引法上の登録を受けていない業者が、未公開株等について「上場間近で必ず儲かる」などと勧誘を行い、高齢者等に対して不当な高値で売り付けるといった事例が多発していた。

《改正内容》

無登録業者による未公開株等の売付けを原則として無効とするとともに、無登録業者による広告・勧誘行為を禁止した。

2 金融庁による規制の事前評価の実施状況

無登録業者による未公開株等の売付けを原則として無効とすることについては、私人間のルールを定めるものであり、「規制」には該当しないため、無登録業者による広告・勧誘行為を禁止については、無登録業者による詐欺的な行為は、既に監督指針や刑事罰で対応していたものであるため、金融庁は、規制の事前評価を実施していない。

3 法改正の効果の分析

(1) 金融庁の説明

金融庁は、上記 2 のとおり規制の事前評価を実施していないが、本法改正による効果を把握するための参考指標としては無登録業者への警告書発出件数や P I O - N E T に登録された「未公開株」に関する相談件数が考えられるとしている。

(2) 総務省行政評価局の分析

無登録業者への警告件数について、法改正前は、有価証券の売買等（売買の媒介、取次ぎ、代理を含む）を無登録で業として行う場合には罰則の対象としていたが、広告・勧誘行為のみでは、その行為が金融商品取引業に該当する場合を除き、法違反には該当しないため、行政当局も警告書の発出ができない状況であった。

しかし、本法改正で、無登録業者が未公開株等の売買等を行う前の広告、勧誘行為についても禁止されたことにより、無登録業者が、未公開株等の売買の広告・勧誘行為を行っていることをもって、警告書を発出することが可能になったため、図表 1 のとおり、無登録業者への警告件数が増加している。

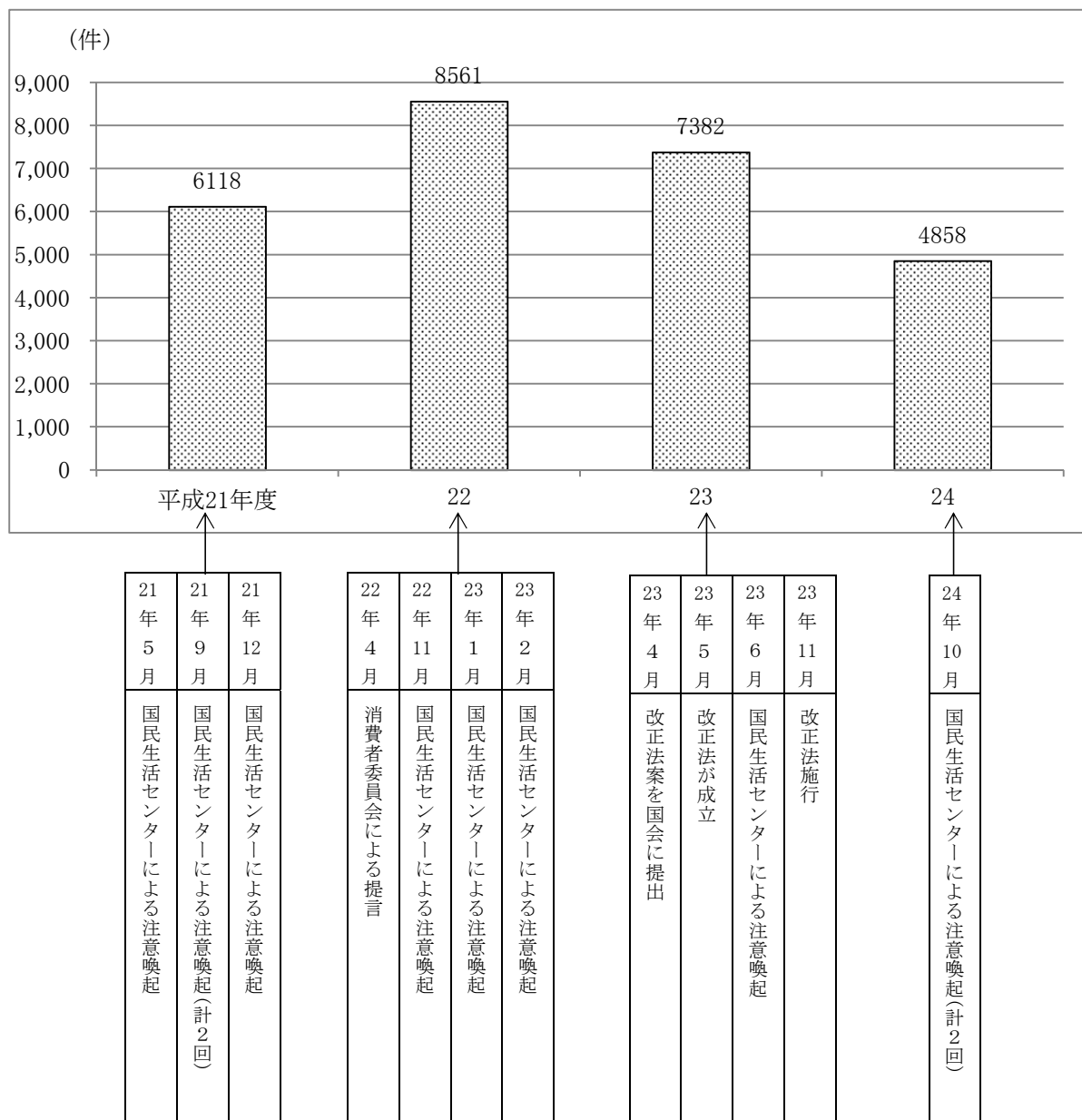
図表 1 財務局等における無登録業者への警告書発出件数

区分	平成 23 年度	24 年度
財務局等	38	137（対前年度比 260.5%増）

（注） 警告書発出件数は、金融庁の資料に基づき当省が作成した。

また、平成 21 年度から 24 年度までに P I O - N E T に登録された「未公開株」に関する相談件数は、図表 2 のとおり、相談件数が最も多い平成 22 年度と 24 年度を比較すると、3,703 件（43.3%）減少している。

図表2 「未公開株」に関する相談件数の推移及び主な政策の動き（平成21年度～24年度）



(注) 1 相談件数は、P I O - N E Tに登録された全国の消費生活相談情報（平成25年9月30日までの登録分）による。

2 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。

4 地方支分部局に対する実地調査結果

調査した10財務局等のうち、本改正の効果の発現状況について、「効果を把握していない・分からない」と回答しているのは、図表3のとおり、70.0%となっている。

一方、「ある程度効果があった」と回答しているのは、30.0%となっている。

図表3 財務局等金融商品取引法指導監督部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

(単位：部署)

回答区分	財務局等
大いに効果があった	0 (0.0%)
ある程度効果があった	3 (30.0%)
あまり効果がなかった	0 (0.0%)
効果はなかった	0 (0.0%)
効果を把握していない・分からない	7 (70.0%)
合計	10 (100.0%)

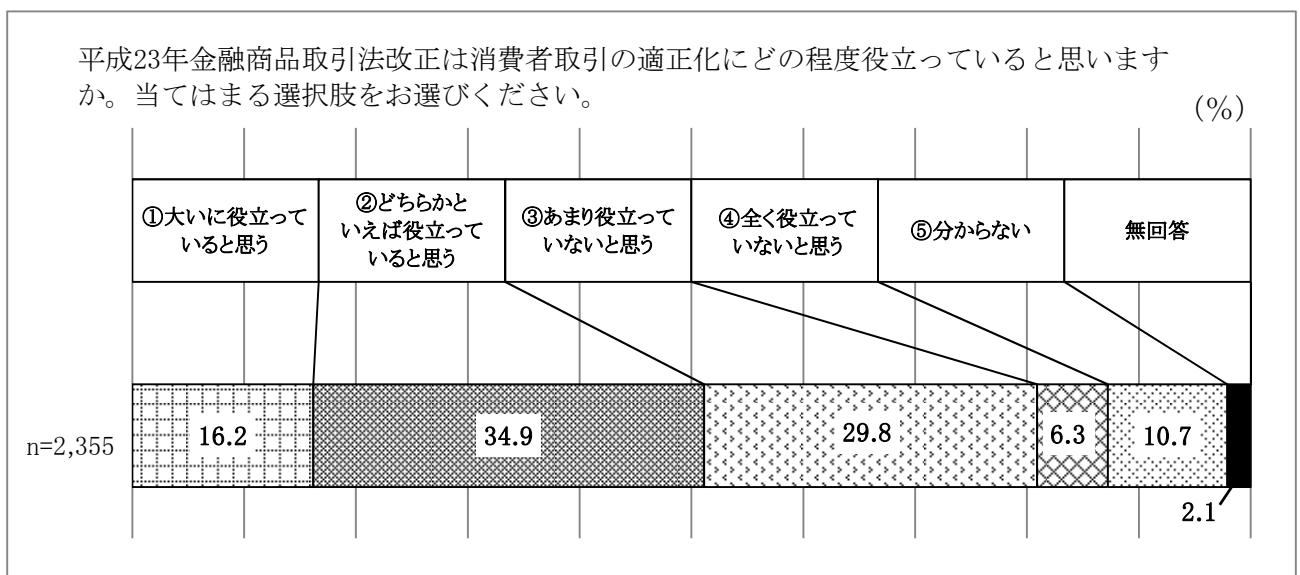
- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が100にならない場合がある。

また、「効果を把握していない・分からない」と回答した主な理由として、効果を把握する適切な指標がない(7部署中5部署、71.4%)のほか、本改正事項に係る事例がない(7部署中2部署、28.6%)としており、「ある程度効果があった」と回答した主な理由としては、無登録業者の広告・勧誘行為に警告書を発出することができるようになった(3部署中3部署、100%)ことを挙げている。

5 都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査結果

当省の意識等調査結果では、本改正が消費者取引の適正化にどの程度役立っているかとの問いに対して、「大いに役に立っていると思う」又は「どちらかといえば役に立っていると思う」と回答している者が図表4のとおり、51.1%となっている。一方、「あまり役立っていないと思う」と回答した者が29.8%となっている。

図表4 都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査結果



- (注) 1 当省の意識等調査結果による。
 2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が100にならない場合がある。

6 評価の方向性

財務局等による無登録業者への警告件数が増加している一方で、未公開株に関する相談件数は減少している。

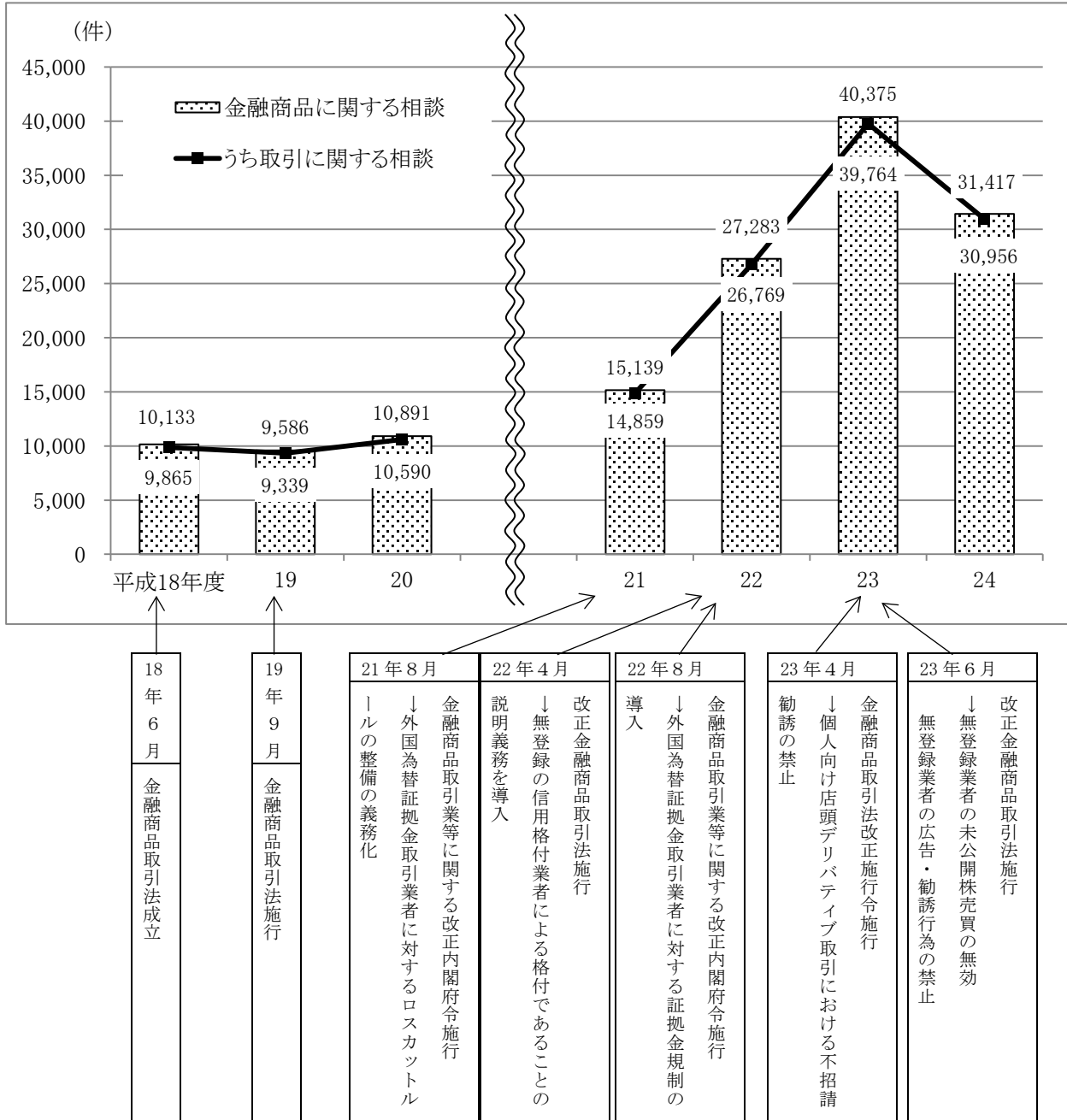
また、都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査結果では、本改正が消費者取引の適正化にどの程度役立っているかとの問いに対して、「大いに役に立っていると思う」又は「どちらかといえば役に立っていると思う」と回答している者が51.1%となっている。

⇒ 以上のことから、金融庁が当初想定していた本法改正の効果は一定程度あったものと考えられる。

【参考】金融商品取引法改正と金融商品に関する相談件数の推移

平成20年度以降の消費者取引に係る金融商品取引法の改正とP I O-N E Tに登録された金融商品に関する相談件数の推移は、図表1のとおりである。

図表1 金融商品に関する相談件数の推移及び主な施策等の動き（平成18年度～24年度）



- (注) 1 相談件数は、P I O-N E Tに登録された全国の消費生活相談情報（平成25年5月31日までの登録分）による。
- 2 平成21年度のP I O-N E T分類・キーワードの改定に伴い、平成18年度から20年度までは、「株」、「他の預貯金、証券等」、「投資信託」、「為替相場」、「公社債」の相談件数を計上。21年度から24年度までは「株（未公開株含む）」、「投資信託」、「ファンド型投資商品」、「公社債」の相談件数を計上しており、20年度以前と21年度以降の相談件数は時系列比較できない。
- 3 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。

1 改正の概要

《背景》

有料老人ホームへの入居契約においては、利用者がまとまった前払金を支払う契約を交わして入居する形態が一般的に行われている。この前払金は高額になることが多く、入居後短期間で退去したのにもかかわらず少額の返還金のみが返還されるなどのトラブルが生じ、そうしたトラブルに係る苦情の件数が増加していた。

《改正内容》

上記の前払金について、事業者が受領できる費用を家賃、敷金、介護等の日常生活上必要な便宜の供与の対価に限定するとともに、事業者に対し、入居後一定期間内に契約解除があった場合に受領した前払金を利用者に返還する旨の契約を締結することを義務づけた。

2 厚生労働省による規制の事前評価の実施状況

厚生労働省は、老人福祉法の平成 23 年改正に際し、行政機関が行う政策の評価に関する法律施行令に基づき、図表 1 のとおり事前評価を実施し、その効果を「期待される便益」として想定している。

図表 1 有料老人ホーム等における前払金の返還に関する利用者保護に係る規制影響分析書（評価実施時期：平成 22 年 3 月）（抜粋）

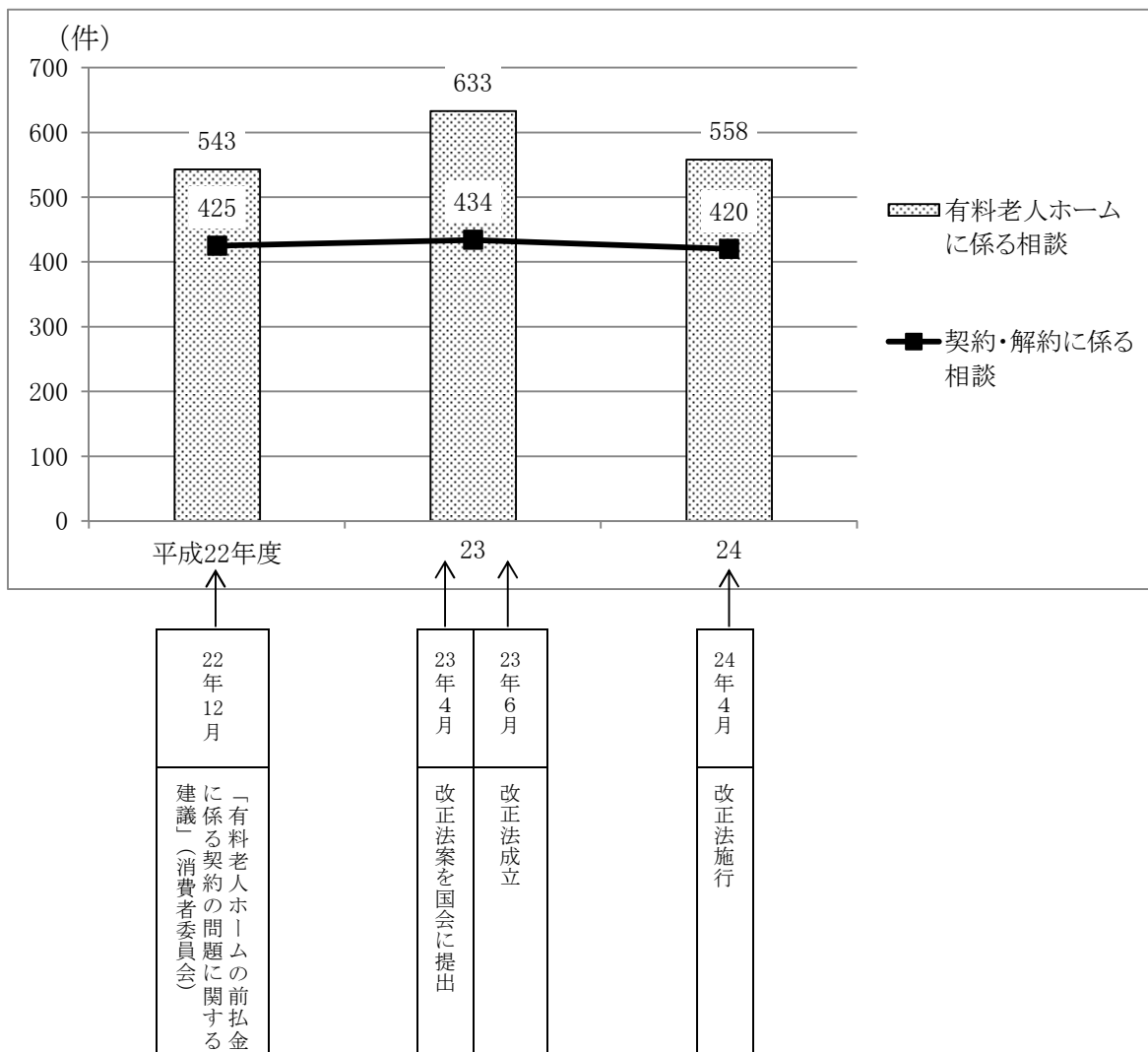
（1）期待される便益

有料老人ホームの利用者について、入居後一定期間内に契約解除をした場合、事業者に対して支払った前払金が返還されることとなります。また、前払金の支払いがあっても、返還義務があるため安心して入居でき、これらに伴うトラブルが減少します。

3 規制の事前評価の検証（総務省行政評価局の分析）

P I O - N E T に登録された消費生活相談情報のうち、有料老人ホームの契約・解約に係る相談件数は、図表 2 のとおり、件数が最も多い平成 23 年度が 434 件であるのに対し、改正法が施行された 24 年度が 420 件と横ばいとなっている。

図表2 P I O-N E Tに登録された消費生活相談情報のうち、有料老人ホームの契約・解約に係る相談件数の推移と主な施策等の動き（平成22年度～24年度）



(注) 1 相談件数は、P I O-N E Tに登録された全国の消費生活相談情報（平成25年5月31日までの登録分）による。
 2 主な施策等の動きは、当省の調査結果による。

なお、法改正の効果の検証に当たっては、有料老人ホームの施設数及び定員数が毎年増加していることを考慮する必要があると思われることから、施設数及び入居定員当たりの相談件数を算出したところ、図表3のとおり、いずれも平成22年度以降、減少傾向にある。

図表3 有料老人ホームの施設数及び入居定員数からみた契約・解約に関する相談件数の推移（単位：施設数、人、件）

区分	平成22年度	23	24
施設数	5,232	6,244	7,563
千施設当たりの相談件数	81.2	69.5	55.5
入居定員数	235,526	271,286	315,678
定員千人当たりの相談件数	1.8	1.6	1.3

(注) 厚生労働省の資料に基づき当省が作成した。

4 地方支分部局及び地方公共団体に対する実地調査結果

調査した 24 都道府県の老人福祉法指導監督部署及び 26 都道府県、64 市区の消費生活担当部署のうち、本改正の効果の発現状況について、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答しているのは、図表 4 及び 5 のとおり、都道府県の老人福祉法指導監督部署では 70.8%、都道府県及び市区の消費生活担当部署では、7.8%となっている。一方、有料老人ホームの前払金に関する相談を受け付けた実績がほとんどないこと等から「効果を把握していない・分からない」と回答しているのは、都道府県の老人福祉法指導監督部署では 29.2%、都道府県及び市区の消費生活担当部署では 90.0%となっている。

図表 4 都道府県老人福祉法指導監督部署における本改正効果の発現状況についての回答結果
(単位：部署)

回答区分	都道府県
大いに効果があった	2 (8.3%)
ある程度効果があった	15 (62.5%)
あまり効果が無かった	0 (0.0%)
効果は無かった	0 (0.0%)
効果を把握していない・分からない	7 (29.2%)
合 計	24 (100.0%)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が 100 にならない場合がある。

図表 5 都道府県及び市区の消費生活担当部署における本改正効果の発現状況についての回答結果

回答区分	(単位：部署)		
	都道府県	市区	合計
大いに効果があった	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
ある程度効果があった	3 (11.5%)	4 (6.3%)	7 (7.8%)
あまり効果がなかった	1 (3.8%)	0 (0.0%)	1 (1.1%)
効果が無かった	1 (3.8%)	0 (0.0%)	1 (1.1%)
効果を把握していない・分からない	21 (80.8%)	60 (93.8%)	81 (90.0%)
合 計	26 (100.0%)	64 (100.0%)	90 (100.0%)

(注) 1 当省の調査結果による。

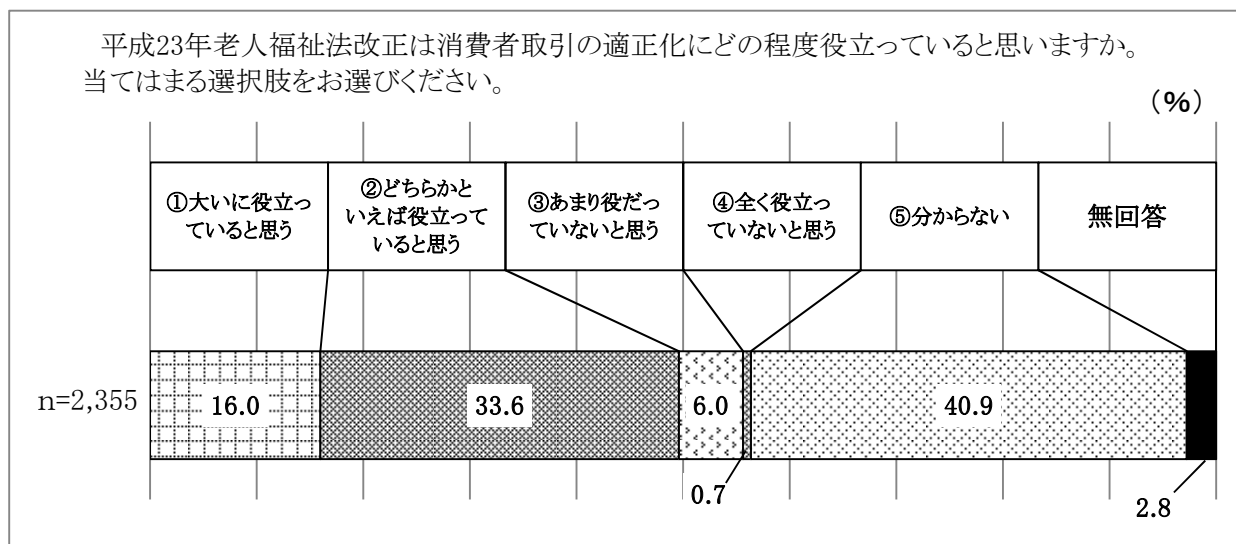
2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が 100 にならない場合がある。

また、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答した主な理由として、都道府県の老人福祉法指導監督部署では、事業者指導がやりやすくなった、事業者が法改正に合わせて業務改善を行った等事業者に対する指導監督上の効果があったことを挙げている (17 部署中 17 部署、100.0%)。

5 都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査結果

当省の意識等調査結果では、本改正が消費者取引の適正化にどの程度役立っているかとの問いに対して、「大いに役立っていると思う」又は「どちらかといえば役立っていると思う」と回答している者が図表 6 のとおり、49.6%となっている。

図表6 都道府県・市区町村等の消費生活相談員に対する意識等調査結果



(注) 1 当省の意識等調査結果による。
 2 割合については、四捨五入による表記のため、合計が100にならない場合がある。

6 評価の方向性

有料老人ホームの契約・解約に関する相談件数は法施行後も横ばいであるが、施設数や入居定員数当たりで見ると減少傾向にある。

また、都道府県老人福祉法指導監督部署に対する実地調査では、本改正の効果の発現状況について、「大いに効果があった」又は「ある程度効果があった」と回答しているのは約70%となっている。

⇒ 以上のことから、規制の事前評価で予定されていた効果は一定程度発現していると考えられるのではないか。