

連鎖販売取引に関する法規制の強化を求める意見書

2012年(平成24年)4月13日

日本弁護士連合会

第1 意見の趣旨

1 金融商品取引, 商品預託取引に関する連鎖販売取引規制の明確化

特定商取引に関する法律(以下「特定商取引法」という。)第33条が連鎖販売取引規制の対象となる事業を「物品(施設を利用し又は役務の提供を受ける権利を含む。以下同じ。)の販売(そのあつせんを含む。)又は有償で行う役務の提供(そのあつせんを含む。)」と定めている点を改正して, 連鎖販売取引規制の対象となる事業を, 「物品の販売又は有償で行う役務の提供, その他全ての有償取引」と規定するか, 少なくとも, 「施設を利用し又は役務の提供を受ける権利以外の権利」や金融商品取引及び商品預託取引が対象になることを明確にすべきである。

2 借入金, クレジットを利用する連鎖販売取引の勧誘の禁止

特定商取引法第34条の禁止行為規定を改正して, 連鎖販売取引における特定負担(商品の購入若しくは役務の提供の対価の支払又は取引料の提供)の支払方法につき, 借入金による, 又はクレジットを利用する契約の締結について勧誘することを禁止すべきである。

3 入会者数等, 特定利益額の開示義務

特定商取引法第37条を改正して, 連鎖販売取引の概要書面(同条第1項)及び契約書面(同条第2項)につき, 次のものを記載事項として追加すべきである。

直近の会計年度における入会者数・退会者数・期末の会員数

直近の会計年度において, 連鎖販売加入者(連鎖販売取引を店舗その他これに類似する設備によらずに行う個人に限る。)が収受した特定利益(年収)の平均金額

4 クーリング・オフ, 契約の申込み又は承諾の意思表示の取消しの場合における統括者の連帯責任規定の追加

特定商取引法を改正して, 連鎖販売契約(連鎖販売取引についての契約)のクーリング・オフ又は契約の申込み又は承諾の意思表示の取消しによって生ずる当該商品の販売を行った者の債務について, 中途解約の場合(特定商取引法第40条の2第5項)と同様に, 統括者の連帯責任の規定を設けるべきである。

## 5 善意の契約当事者に対する不実告知等に基づく意思表示の取消しを制限する規定の削除

連鎖販売契約の勧誘において、勧誘行為を担当する構成員が不実告知等の行為をした場合において、当該連鎖販売契約の当事者となる構成員（統括者、勧誘者又は一般連鎖販売業者）がその事実を知らなかったときは、連鎖販売加入者は、当該契約の申込み又は承諾の意思表示の取消しができない旨の規定（特定商取引法第40条の3第1項ただし書）を削除すべきである。

## 6 ピラミッド型連鎖販売組織の全面的禁止の検討

様々な組織形態で存在する連鎖販売取引のうち、先順位者が順次後順位者の出えんする金品から利益を受けることを内容とすることでピラミッド式に加入者を増加させる組織（以下「ピラミッド型連鎖販売組織」という。）については、射幸性や破綻必至性が特に強いことや、過去の裁判例においても無限連鎖講に該当するものと認定された事例が存在することから、特定商取引法の改正又は無限連鎖講の防止に関する法律（以下「無限連鎖講防止法」という。）の規定の明確化によって、当該組織の開設、運営、加入、加入することの勧誘及びこれらの行為を助長する行為を全面的に禁止することを検討すべきである。

## 第2 意見の理由

### 1 はじめに

連鎖販売取引は、昭和51年の訪問販売等に関する法律制定時からトラブルが多発する取引形態として規定が設けられ、その後、マルチまがい商法の被害拡大やインターネットを利用したマルチの被害拡大などを踏まえて、適用要件の拡大や法規制の強化などの法改正を繰り返してきた。また、割賦販売法改正によりクレジット会社の加盟店調査義務を強化することにより、トラブルが多発する連鎖販売取引業者のクレジット利用を抑制してきた。

しかし、各地の消費生活センターには、最近でも11,623件（平成22年度）にも上る相談件数が寄せられている状態である。とりわけ、最近の特徴は、クレジット契約を利用しない代わりに、サラ金を利用して代金を支払わせるケースや、金融商品関連の取引についてマルチ型勧誘システムを展開するケースが目立っており、解決困難な実情がある。

連鎖販売取引は、一旦営業活動が広がり始めると破綻に至るまでは被害が潜在化しやすく、破綻後は被害救済が困難となるため、早期に取り締まることが肝要である。

そこで、現行特定商取引法による連鎖販売取引規制の内容につき、近時の被

害事例から問題点を抽出し、喫緊に必要と考える法改正事項を提言する。

## 2 金融商品取引，商品預託取引に関する連鎖販売取引規制の明確化

### (1) 現行法の問題点

特定商取引法第33条第1項は、連鎖販売取引規制の対象となる事業を「物品（施設を利用し又は役務の提供を受ける権利を含む。以下同じ。）の販売（そのあつせんを含む。）又は有償で行う役務の提供（そのあつせんを含む。）」と定めている。

そして、この「物品」とは、「有体物たる動産」であり、「物品」に含まれている「施設を利用し又は役務の提供を受ける権利」の「役務」とは、「広く労務又は便益一般をいう」とするのが所管庁の見解である（消費者庁取引・物価対策課，経済産業省商務情報政策局消費経済政策課編『特定商取引に関する法律の解説（平成21年版）』194～196ページ 平成22年 商事法務）。

この点につき、対象取引を広く捉えるとの見解もあるが、所管庁のような解釈によると、出資契約に基づき金銭の配当を受ける権利などは、「施設を利用し又は役務の提供を受ける権利」に該当しないと解されるおそれがあり、近時、大規模なものを含め多数の被害を発生させている金融商品取引や商品預託取引に関する連鎖販売取引には、そもそも特定商取引法の連鎖販売取引の規制が一切及ばないこととなる。

### (2) 対策

金融商品取引については金融商品取引法，商品預託取引については特定商品等の預託等取引契約に関する法律による規制を受ける可能性があり，これらの法律上，金融商品取引，商品預託取引を勧誘する業者は，その仕組みやリスクについて正確かつ十分な説明を行う義務を負うこととなっているが，新規加入者が後続の加入者を順次勧誘するという特性を持つ連鎖販売取引において，新規加入者がかかる説明義務を業者と同様に果たし得るとは到底考え難い。

また，金融商品取引法や特定商品等の預託等取引契約に関する法律の適用対象取引は政令等で指定されているので，これらの法律が適用される取引は一部にとどまり，政令等で指定されていない取引には適用がなく，政令指定外取引については，そもそも，これらの法律による規制も特定商取引法による規制も及ばない。

次に，連鎖販売取引の特性として，親しい者からの勧誘により冷静な判断

が妨げられたり、「必ず儲かる。」などの不実告知や断定的判断の提供といった不当な勧誘が行われやすいといったことが指摘できる。

金融商品取引等にこれが利用されると冷静な投資判断を妨げるおそれが大きく、しかも、対象取引による利益とリクルート利益という二重の利益が得られることをもって誇大な内容の勧誘がなされる事例が多い。

そこで、特定商取引法が連鎖販売取引規制の対象となる事業を「物品（施設を利用し又は役務の提供を受ける権利を含む。以下同じ。）の販売」又は「有償で行う役務の提供」に関するものに限定している点を改正して、少なくとも、「施設を利用し、又は役務の提供を受ける権利以外の権利」を含めて金融商品取引、商品預託取引に関する連鎖販売取引が規制対象になることを明確にすることが急務である。

さらには、連鎖販売取引規制は、そもそも新規加入者を獲得することによる利益（リクルート利益）が得られることをもって誘引するという販売方法自体を規制するものであり、金融商品取引・商品預託取引のほかにも規制対象外と考えられるような取引による被害が発生することを防止するためには、連鎖販売取引規制の対象となる事業を、物品の販売又は有償で行う役務の提供、その他全ての有償取引と規定することが望ましい。

### (3) 被害事例

#### 株式会社近未来通信

同社（平成18年12月20日破産手続開始決定）は、ネット技術を使って通話料を安くするIP電話事業を展開しているという触れ込みで、「IP電話中継局オーナーシステム」と称する事業を展開するとし、「中継局オーナー」を募集して多額の金銭を払い込ませ、IP電話利用者から徴収する通信料収入を基に毎月、多額の配当金を支払うと称していたが、実際には、新しく「中継局オーナー」となった者から集めた資金の大半を配当に回す自転車操業状態であった。

代理店契約（投資額105万円）をすることによって、他の者を勧誘すると、被勧誘者の契約内容に応じてインセンティブ（一時金）と毎月の稼働マージン等のリクルート利益がもらえると勧誘していた。

#### 株式会社ワールドオーシャンファーム

同社（平成20年5月22日破産手続開始決定）は、フィリピン国内の養殖場でエビの養殖事業を実施しており、その事業から莫大な利益が得られると称して、多数の被害者に対し、最低1口50万円の投資をすると投資金額が1年で2倍の100万円になると勧誘し、同社に投資するための匿名組合

への出資を募ったが、事業の実態は全くなかった。

出資者が他者を勧誘して入会させると、紹介料、情報提供料として、出資金の利息以外のリクルート利益が得られると勧誘し、そのため高額利得者も生じた。

国民生活センターの平成20年8月7日付け記者説明会資料「マルチ商法型出資勧誘トラブル～勧誘行為は刑事罰に問われることも～」の相談事例事例1

友人から「外国でお金を運用し、毎月15%～20%儲かる。半年位で倍以上になる」と誘われた。この出資契約をするには運用実績を見るためのソフトの月額利用料約2万円と入会金1万円が必要で合計3万円かかる。運用のため300万円を振り込み、人を紹介すれば紹介料が手に入るとのことだったので内100万円は妹を紹介した形で契約した。

しかし、契約概要が記載されている書面には、運用実績を見るソフトの記載はなく「FX自動売買ソフト」の契約になっていた。お金の振込先はソフト業者とは別の業者で「ポイント」と呼ばれる電子マネーの購入契約になっていた。換金には手数料がいるとのこと。また、電子マネーを使っただの商品申込書があり、「FX」、「弊社運用に応じてポイントを付与するが割り込むこともある。」などと、契約をすることにより電子マネーが増減するような記載があった。他の資料には「本人の意思で売買することはできない」とあることや、商品の契約先はソフト業者になっていることから、このソフト業者がお金の運用先になっているようである。

事例2

友人に「アメリカの投資会社に1000ドル投資すれば、1週間で80ドルのボーナスが40週もらえ、誰かを紹介すると紹介料もボーナスとしてももらえる。投資金額は100ドルから始められる。」と勧められた。資料には「確定利益を40週間提供する。」、「過去実績7倍～20倍」などとあり、良い話だと思ったので、FXで運用するという海外ファンドの契約をし、日本の代行会社の口座に約12万円振り込んだ。ボーナスの受取は、インターネットを通じてアメリカの投資会社に請求できるとのことであったが、ネット上に受取額が表示されているものの実際に受け取ることができなかった。

### 3 借入金・クレジットを利用する連鎖販売取引の勧誘の禁止

#### (1) 現行法の問題点

近時、特定負担の支払方法として、消費者金融等から金銭を借り入れさせたり、クレジットを利用して連鎖販売取引を行わせるよう勧誘する事例がみられるが、現行の特定商取引法では、かかる勧誘行為については特に規制がなされていない。

## (2) 対策

手持ちの資金がない者に対して、特定利益が得られるという射幸心をあおり、借入金等による連鎖販売取引へと誘引する行為は、期待した利益が得られない場合において被勧誘者が多額の負債を負うなどのリスクも大きい。

このように、手持ち資金のない者や経済的に困窮している者に対して、いわば借金することによって得た資金を元手に射幸性の強い行為へと誘引する行為は、適合性原則違反、公序良俗違反のおそれがあることから、かかる勧誘行為を特定商取引法第34条の禁止行為に新たに加えることによって禁止すべきである。

## (3) 事例

国民生活センターの平成18年11月8日付け記者説明会資料「マルチ取引の相談が引き続き増加 - 学生が“サラ金”に誘導されることも - 」の相談事例

友人から「よい副収入を得る方法がある」と言われ、後日、説明会に誘われて参加した。説明会では、「まず自分がビデオ教材を販売する代理店になり、次に販売代理店になる人を紹介すれば収入が得られる。成功すれば月に数百万円を稼ぐことができる」と説明された。そんなに儲かる副業ならやってみたいと思い、契約書に署名・捺印したところで、説明をしていた人から「仕事をするには、最初に36万円必要になる」と言われた。自分にはお金がないと伝えると、「サラ金で借りればいいよ」と言われ、友人に消費者金融に連れて行かれて、約36万円を借りた。契約後、何人が誘ってみたがなかなか代理店として契約してもらえず、勧誘時に説明されたように簡単に儲からない。

国民生活センターからの聴取結果（平成22年11月16日）

クレジットカードで特定負担を支払う（2回以上又はリボ払い）ケースが出てきている。特定負担となる購入商品は受領しているが、一定期間経過後、業者が所在不明になり、カード会社への債務のみが残ることがある。

## 4 入会者数・特定利益額等の開示義務

### (1) 現行法の問題点

連鎖販売取引においては、「年収 万円が可能。」「私は×万円の収入を得ています。」などといった勧誘がなされ、これを信じて取引したところ、実際にそうした収入を得ることができずにトラブルになることが多い。

こうした勧誘に関し、特定商取引法第35条第3号は、「その連鎖販売業に係る特定利益について広告をするときは、その計算の方法」を表示しなければならないと規定しており、同法施行規則第26条第2項第3号は、「收受し得る金額その他の特定利益の指標を表示するときは、その指標と同等の水準の特定利益を実際に收受している者が当該連鎖販売業に係る商品の再販売、受託販売若しくは販売のあつせんをする者又は同種役務の提供若しくは役務の提供のあつせんをする者の多数を占めることを示す数値を表示するなど、特定利益の見込みについて正確に理解できるように、根拠又は説明を表示すること」としている。

例えば、「年収 万円が可能」「私は×万円の収入を得ています。」といった表示をする際には、実際に販売員の中で、それと同等以上の額の特定利益を得ている者が多数を占めることなど、事実に基づく根拠を示し、実際以上に高収入が得られるかのような見込みを持たせないようにしなければならないとされている（消費者庁取引・物価対策課，経済産業省商務情報政策局消費経済政策課編『特定商取引に関する法律の解説（平成21年版）』215ページ 平成22年 商事法務）。

他方、広告以外については、特定利益による収入額の根拠を示すことを定めたような規定はない。

特定商取引法第37条第1項は、連鎖販売取引に伴う特定負担をしようとする者（その連鎖販売業に係る取引を店舗その他これに類似する設備によらないで行う個人に限る。）は、その特定負担についての契約を締結するまでに、その連鎖販売業の概要について記載した書面（いわゆる概要書面）を交付しなければならないことを規定している。

また、同条第2項は、連鎖販売業を行う者との間でその連鎖販売業に係る連鎖販売契約（連鎖販売取引についての契約）を締結した相手方が、その連鎖販売業に係る取引を店舗その他これに類似する設備によらないで行う個人であるときは、遅滞なく、その連鎖販売契約の内容を明らかにする書面（いわゆる契約書面）を、交付しなければならないことを規定している。

この概要書面や契約書面においては、「連鎖販売業に係る特定利益に関する事項」を明記するものとされているが（同法施行規則第28条第1項第6号，第29条第5号），これに関する所管庁の見解では、当該連鎖販売業に

において得られる利益の仕組みについて取引の相手方が理解し得る形で記載すべきものとされ、「販売金額と仕入れ金額の差額のほかボーナスとして月間取扱金額の %があなたの収入になります。」、「あなたが勧誘した販売員の売上額の %をバックマージンとして支払います。」、「新規販売員を1人紹介する毎に紹介料として 円を支払います。」といった例が挙げられている（前掲書226ページ）。

しかし、こうした利益が得られる仕組みについての情報だけでは、取引をしようとする者が、勧誘時に説明されたり、自ら期待している年収額や月収額を特定利益によって実際に得られるかどうかを判断することは困難である。

## (2) 対策

特定利益について根拠のない金額を告げるなどの不当な勧誘を防止し、取引をしようとする者が特定利益に関する十分な情報の下に契約の締結やクーリング・オフの行使を判断することができるようにするため、概要書面や契約書面には、直近の会計年度における、入会者数・退会者数・期末の会員数と、連鎖販売加入者（連鎖販売取引を店舗その他これに類似する設備によらずに行う個人に限る。）が収受した特定利益（年収）の平均金額を記載することを義務付けるべきである。

## 5 クーリング・オフ、契約の申込み又は承諾の意思表示の取消しの場合における統括者の連帯責任規定の追加

### (1) 現行法の問題点

連鎖販売契約が中途解約された場合については、統括者（連鎖販売業に係る商品に自己の商標を付し、若しくは連鎖販売業に係る役務の提供について自己の商号その他特定の表示を使用させ、連鎖販売取引に関する約款を定め、又は連鎖販売業を行う者の経営に関し継続的に指導を行う等一連の連鎖販売業を実質的に統括する者。特定商取引法第33条第2項）は、これによって生ずる当該商品の販売を行った者の債務を連帯して弁済する責めを負うことが規定されており（特定商取引法第40条の2第5項）、これは、販売を行った者が無資力であったり所在をくらますなどの場合に加入者の救済を図るためのものとされている。

この趣旨は、連鎖販売契約がクーリング・オフされたり、申込み又は承諾の意思表示が取り消された場合にも同様に当てはまるところ、クーリング・オフ（同法第40条）や不実告知等による意思表示の取消し（同法第40条



の3)の場合については、統括者の連帯責任に関する規定が設けられていない。

## (2) 対策

クーリング・オフや不実告知等による意思表示の取消しの場合についても、中途解約と同様に、統括者が、これによって生ずる当該商品の販売を行った者の債務を連帯して弁済する責めを負う旨の規定を設けるべきである。

## 6 善意の契約当事者に対する不実告知等に基づく意思表示の取消しを制限する規定の削除

### (1) 現行法の問題点

特定商取引法第40条の3第1項本文は、連鎖販売加入者は、統括者若しくは勧誘者（統括者がその統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引について勧誘を行わせる者。同法第33条の2）が、その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売契約の締結について勧誘をするに際し不実告知等の行為をし、又は一般連鎖販売業者（統括者又は勧誘者以外の者であって、連鎖販売業を行う者。同条）が、その連鎖販売業に係る連鎖販売契約の締結について勧誘をするに際し不実告知の行為をしたことにより、誤認をして当該連鎖販売契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、この意思表示を取り消すことができると定めている。

このように、不実告知等を行った者と連鎖販売契約の相手方（契約当事者となる連鎖販売業を行う者）が異なる場合（例えば、勧誘者の不実告知により連鎖販売加入者が誤認して統括者との連鎖販売契約の締結に係る意思表示をした場合又は一般連鎖販売業者が連鎖販売契約の当事者となって新たな連鎖販売加入者との連鎖販売契約を締結するに当たり統括者若しくは勧誘者が不実の告知を行った場合）であっても、連鎖販売加入者は、当該意思表示を取り消すことができることが原則とされているが、同法第40条の3第1項ただし書は、当該連鎖販売契約の相手方が、同契約締結の当時、当該統括者、当該勧誘者又は当該一般連鎖販売業者が不実告知等の行為をした事実を知らなかったとき（ここで、「知らなかったとき」とは、過失なく知らなかったとき、すなわち、善意かつ無過失のことと解釈される。通達。）には、意思表示の取消しができないと規定している。

以上のように、同法第40条の3第1項ただし書が適用されるためには、連鎖販売契約の相手方（連鎖販売業を行う者）において、統括者、勧誘者又は一般連鎖販売業者が不実告知等の行為をしたことにつき、契約締結当時、

善意・無過失であったことを立証しなければならないこととなる。

同法第40条の3第1項ただし書の適用場面として考えられるのは、勧誘者が連鎖販売加入者に対して不実告知等を行い、その結果、誤認をした連鎖販売加入者が統括者と連鎖販売契約を締結をする場合であるが、同法第40条の3第1項ただし書によると、契約の「相手方」である統括者が、「勧誘者が連鎖販売加入者に対して不実告知等をしたことについて善意無過失である」と主張立証して連鎖販売加入者からの取消しを争う場面である。

しかし、そもそも勧誘者とは、「統括者がその統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引について勧誘を行わせる者」であり、統括者にとっては連鎖販売組織拡大のための手足にほかならないことから、勧誘者の不実告知等は統括者自身の不実告知等を同視されるべきであり、統括者は勧誘者の不実告知等について、その善意・悪意を問わず、意思表示の取消権の行使を受けなければならない。

特定商取引法は、勧誘者が不実告知等の禁止行為を行った場合には、統括者の善意・悪意を問わず、統括者も連座的に行政処分の対象となることを定めており（同法第38条第1項本文、同法第39条）、行政処分上は統括者は勧誘者の不実行為等の禁止行為について連座して行政処分を受けることとなっているにもかかわらず、意思表示の取消しの場面では、統括者が勧誘者の不実告知等の行為について善意かつ無過失の場合には取消権の行使を受けないとするのは首尾一貫しない。

さらに、勧誘者は、事業者である統括者から連鎖販売契約の締結について媒介することの委託を受けた第三者（消費者契約法第5条1項）に該当する場合があり、この場合には、消費者契約法上は、統括者が勧誘者の不実告知等について善意無過失であっても消費者である連鎖販売加入者は意思表示の取消しができるのであるから、特定商取引法第40条の3第1項ただし書は消費者契約法第5条1項とも矛盾する。

他方で、統括者又は勧誘者以外の一般連鎖販売業者が新たに連鎖販売加入者との間で連鎖販売契約を締結するに当たり、自ら新規会員を勧誘するケースだけでなく、統括者や勧誘者が実質的な勧誘行為を分担し、不実の告知等に及ぶケースもある。この場合も、一般連鎖販売業者は、連鎖販売取引システムを利用して統括者又は勧誘者による勧誘行為を委託し、その成果を利用する関係にあると評価できることから、同様に不当勧誘行為による不利益を引き受けるべき立場にあると考えられる。

## (2) 対策

以上より、特定商取引法第40条の3第1項ただし書は、契約当事者となる連鎖販売業を行う者が勧誘行為を担当する者の不実告知等の行為について善意かつ無過失の場合に取消権の制限を設けている点で不当であり、同法第38条1項本文、同法第39条や消費者契約法第5条1項とも矛盾するほか、そもそも、統括者が勧誘者の不実告知等の行為について善意かつ無過失であることは事実上考えられないことから、実際上の適用場面も考えられず、その存在自体無意味な規定でもあるから、削除すべきである。

## 7 ピラミッド型連鎖販売組織の全面的禁止の検討

### (1) 連鎖販売取引と無限連鎖講

連鎖販売取引は、「連鎖販売業を行う者と勧誘を受ける加入者との取引において、再販売・受託販売・販売のあっせんをする他の者が支払う取引料・商品代金等の財源から利益（特定利益）が得られることを誘引文句として、商品販売・役務提供等の契約を行う取引」、として定義付けられている。

連鎖販売取引は、会員の拡大により大きな利益が得られるかのような誘引方法が射幸心をあおる特徴がある一方で、加入者の拡大が有限であるため破綻必至性があり、多くの者が損失を被る構造であることから実質的に禁止すべきものと指摘されてきたものの、経済活動を行う多段階の販売システムが広く該当する可能性もあることから、罰則による全面禁止ではなく、やや厳しい行為規制にとどめたものとされている。

これに対し、無限連鎖講は、金品を出えんする加入者が無限に増加するものであるとして、先順位者が後順位者の出えんする金品から自己の出えんした金品の価額、数量を上回る価額、数量の金品を受領することを内容とする金品の配当組織をいうものと定義付けられており（無限連鎖講防止法第2条）、その射幸性の強さや破綻必至性などの理由から、その開設、運営、加入、加入することの勧誘及びその他これを助長する行為は罰則をもって全面的に禁止されている（同法第3条）。

以上のように、連鎖販売取引は、売値から仕入値を引いた差益など商品流通により得られる利益のみならず、新規加入者を獲得することによる利益（リクルート利益）を設定し、後者が得られることを誘引文句として会員拡大の営業活動を展開する特徴がある点で、無限連鎖講と共通する特徴があるといえることができる。

現に過去の事案においても、取引の仕組みとしては連鎖販売取引に該当するものと評価される事業者が、組織の特徴としては無限連鎖講にも該当する

ものと認定された事例も少なくない（ベルギーダイヤモンド事件についての大阪高裁平成5年6月29日判決。判例時報1475号77ページ）。

連鎖販売取引は、勧誘を行う事業者と勧誘を受ける者とその先の第三者（他の者）との取引条件によって定義付けられているのに対し、無限連鎖講は金銭配当組織としての仕組みによって定義付けられているため、両者の要件は排斥関係ではなく重複適用される可能性があるからである。

そのため、連鎖販売取引の仕組みを設定して商品販売活動を展開している事業者の中には、ピラミッド型の無限連鎖講の組織的特徴を備えることにより、その破綻必至性や社会的有害性が特に強く、無限連鎖講による罰則を適用すべき事案であるにもかかわらず、「連鎖販売取引であるから営業活動を行うこと自体は適法である」との弁明を許す結果となっている実情がある。

## (2) 対策

そこで、連鎖販売取引の中でも、先順位者が順次後順位者の出えんする金品から利益を受けることを内容とすることでピラミッド式に加入者を増加させる組織（ピラミッド型連鎖販売組織）については、特定商取引法の改正又は無限連鎖講防止法による禁止規定の要件の見直すことにより、物品の販売や有償の役務提供などの連鎖販売取引の形態を取る場合であっても禁止されることを明確化し、脱法的な無限連鎖講による被害が拡大しないよう、早期に取締りの実効性を上げることを検討すべきである。

ピラミッド型連鎖販売取引は、商品流通により得られる利益が存在する点では通常の経済活動の側面も認められるものの、新規加入者が無限に拡大することが組織維持の前提となっているならば、組織としての破綻必至性が明確に認められるものであるから、その実態が明らかになった組織に対しては罰則をもって禁止すべきである。

以上

## 特定商取引に関する法律の適用対象の拡大を求める意見書

2012年(平成24年)5月1日

日本弁護士連合会

## 第1 意見の趣旨

特定商取引に関する法律(以下「特商法」という。)における訪問販売, 通信販売, 電話勧誘販売, 特定継続的役務提供について, 脱法的取引による消費者被害の予防と救済を図るため, その適用対象取引を拡大すべく, 特商法及び特定商取引に関する法律施行令(以下「特商令」という。)を以下のとおり改正することを求める。

- 1 特商法第2条第4項の「指定権利」について, 「施設を利用し又は役務の提供を受ける権利のうち国民の日常生活に係る取引において販売されるもの」という限定を削除するとともに, 適用される権利を「政令で定めるもの」とする指定権利制を廃止すること。
- 2 事業者が消費者に対して商品や権利を「販売」する取引や「有償で役務を提供」する取引とは評価し難い, 消費者から物品を買い取る行為, 外国通貨との交換(両替), 医療機関債に代表される消費者が事業者に金銭を貸し付ける行為などの取引も, 訪問販売, 通信販売, 電話勧誘販売の規制対象とするべきである。そのうち, 外国通貨との交換(両替)や医療機関債の取引については, 特商法第2条を改正し, 「販売」, 「役務を有償で提供」に加えて, 「その他一切の有償取引」を規制対象取引とすること。また, 事業者が消費者から物品を買い取る行為については, 特商法の新たな第七の規制取引類型と位置付け, 特商法の訪問販売, 通信販売, 電話勧誘販売に準じた規制をするとともに, 事業者が消費者から物品を買い取る行為の特殊性に鑑み, 特有の規制をすること。
- 3 特定継続的役務提供について, 特商令第12条, 別表第4を改正し, 各種資格取得講座, 大学受験予備校, ミュージックスクール, 自己啓発セミナー(いわゆる「就活セミナー」や「婚活セミナー」を含む。)など, 従来政令指定されている6つの役務と同様に消費者被害が多発している全ての種類の継続的役務提供を追加的に政令指定し, 特商法の特定継続的役務提供の規制対象とすること。

## 第2 意見の理由

- 1 特商法の適用対象外の「権利」取引による被害への対応

## (1) 特商法の権利に関する規制の現状

特商法は、従来、訪問販売、通信販売、電話勧誘販売の規制対象となる取引について政令指定制を採用し、国民の日常生活に係る取引において販売される物品や有償で提供される役務、施設を利用し又は役務の提供を受ける権利のうち国民の日常生活に係る取引において販売される権利にあって、政令で定めるもののみを規制の対象としていた（2008年改正前特商法第2条第4項）。

しかし、規制の隙間を狙い、政令指定外の取引を行う悪質業者が後を絶たず、規制の後追いの弊害が多発していたことから、2008年の改正により、商品と役務については政令指定制が廃止され、一部の例外を除き、商品・役務には広く特商法が適用されることになった。

ところが、権利については、上記法改正においても、政令指定制度が維持され、規制範囲の拡大は見送られた。

現行特商法第2条第4項は「指定権利」の定義について、「施設を利用し又は役務の提供を受ける権利のうち国民の日常生活に係る取引において販売されるものであって政令で定めるもの」と限定的に規定しており、政令で指定されている権利は、保養のための施設又はスポーツ施設を利用する権利、映画、演劇、音楽、スポーツ、写真又は絵画、彫刻その他の美術工芸品を鑑賞し、又は観覧する権利、語学の教授を受ける権利の3つにとどまっている（特商令第3条別表第1）。

## (2) 「権利」の販売取引に関する被害の多発

近時、特商法の適用対象となっていない「権利」を勧誘・販売の対象とする消費者トラブルが多数報告されている。

例えば、開設の予定がないのに「老人ホームを開設する」として電話で老人ホーム利用権の購入を勧誘するなどの有料老人ホーム利用権・入居権に関する被害、「水資源の権利が当たったら当社に高く買い取らせてほしい」、「水を保全する権利を買ってほしい」など水の権利（水資源開発の譲渡担保権等）に関する劇場型のトラブル、カラオケ著作権の投資被害、CO2排出権の取引、未公開株や社債等の取引などの被害が多発している。

以上のうち、は、「施設を利用し又は役務の提供を受ける権利のうち国民生活に係る取引において販売されるもの」といえるものの、当該権利は政令指定されていないことから、特商法の規制が及ばず、からについては、「施設を利用し又は役務の提供を受ける権利のうち国民の日常生活に係る取引において販売されるもの」に該当しないので、同様に特商法の規制が及ば

ず、政令での追加指定によっても対応できない被害類型である。

このように、各種「権利」に関する被害が拡大しているのは、商品及び役務に関する規制が強化されたために、規制の隙間を狙う業者が、特商法の適用対象とならない「権利」の販売に狙いを付けたからと考えられる。

### (3) 規制の問題点と法改正の必要性

2008年の特商法改正により、商品と役務については政令指定制が廃止されたにもかかわらず、権利について政令指定制が維持されたのは、権利に関するトラブルは商品・役務に比べると多くはなく、商品・役務について規制を強化すれば足りると考えられたことが主な理由とされている。

また、特商法改正に当たっては、従来の「指定役務」との整合性を図るために設けられていた権利についての「施設を利用し又は役務の提供を受ける」との限定の見直しも行われなかった。

しかし、以上に述べたとおり、このような法規制の隙間を狙った被害が増加しており、こうした被害について特商法の規制が及ばず、被害救済が図られない現状に鑑みると、権利についての政令指定制や「施設を利用し又は役務の提供を受ける権利のうち国民の日常生活に係る取引において販売されるもの」との限定がもはや妥当しないことは明らかである。

権利の販売についても、訪問販売等の形で行われる取引においては、商品の販売や役務の提供と同様、不意打ち、押し付け的な勧誘による被害やトラブルのおそれは同様に存在することから、規制の隙間を解消して後追い規制を回避しようという2008年改正法の趣旨に照らしても、権利についてのみ、適用対象を限定することの合理性を見いだすことは困難である。

また、権利は契約自由の原則によって種類や性質も様々なものを形成することから、当事者の合意により「施設を利用し又は役務の提供を受ける権利のうち国民の日常生活に係る取引において販売されるもの」以外の「権利」の取引と称したり、政令指定されていない「権利」の取引と称することで、特商法の脱法を容易に行えることになってしまう。

さらに、無記名証券の販売や自社サービスの利用券の販売など、商品・役務の取引と権利の取引の関係について、その関係が明確でない形態も存在する。

以上の理由から、当連合会は、意見の趣旨1のとおり求めるものである。

## 2 「商品・権利の販売」、「有償の役務提供」以外の取引類型による消費者被害への対応について

### (1) 現行制度

特商法は、訪問販売、通信販売、電話勧誘販売の規制対象となる取引を、事業者の行う「商品若しくは指定権利の販売又は役務を有償で提供する契約」と定義し、規制対象取引を売買契約（販売）又は有償の役務提供契約に限定している。

その結果、特商法の文言を形式的に解釈すると、事業者が商品等を買取る取引（以下「買取り取引」という。）や外国通貨との交換（両替）などの取引（以下「交換取引」という。）、事業者が消費者から金銭を借り入れる取引などは、特商法の規制対象取引とならないことになる。

### (2) 買取り商法や外貨販売などの消費者被害の多発

近時、「商品」・「権利」の販売、有償の役務提供契約には必ずしも該当しない取引にかかる消費者被害が増加している。

具体的には、事業者が、高齢者を中心とした消費者の自宅を突然訪問し、執拗、強引に貴金属や呉服等の物品の売渡しを勧誘する「買取り商法」と呼ばれる買取り取引、電話勧誘販売の手法で、高齢者に対し、「必ず儲かる」、「いつでも両替可能」などの詐欺的勧誘により、イラク・ディナールやスーダン・ポンドなど、換金困難であり事実上無価値の外国通貨を「販売」する「外貨商法」と呼ばれる交換取引、「国債と同じ安全な商品である」、「医療機関にお金を貸せば高い利息が付く」などと事実と異なる説明や高利を強調して医療機関への貸付けを勧誘（金銭消費貸借契約の貸主になることを勧誘）する、医療機関債取引による被害が目立っている。

外国通貨の販売は「外貨の両替」であり、契約の性質は、通貨の売買又は交換であり、これらについては、解釈上特商法の適用があると解すべきと考えられるものの（通貨を「商品」とみる見解や「中値との差額を対価とする役務提供」とみる見解など）、かかる解釈が実務上確立しているわけではない。

### (3) 規制の問題点と法改正の必要性

特商法は消費者被害を発生させる危険性の高い類型の特定の取引について、事業者に対する行政規制と契約についての民事規制を設けることによって消費者被害の発生を未然に防止し、被害救済を実現するための法律であることから、解釈上「商品・権利の売買」、「有償の役務提供」には必ずしも該当しない取引であっても、現に消費者被害を発生させ、あるいは被害を発生させるおそれがある取引については、できる限り規制の対象とするべきである。

そのためには、上記買取り商法や外貨販売に関する取引、金銭の貸借を勧



誘う消費者トラブルが増加していることを踏まえて、このような被害に対する規制も広く取り込むべきである。

したがって、特商法における訪問販売、通信販売、電話勧誘販売の適用対象取引のうち、商品・権利の販売や有償の役務提供とは必ずしも捉えられない取引を「その他一切の有償取引」という文言で包括的に規制対象とすることにより、脱法的取引による消費者被害に対応することができるようにすべきである。

ただし、事業者が消費者から物品を買い取る行為については、消費者が物品を事業者提供し、事業者が消費者に買取り代金を支払うという特殊性を有することから、事業者が消費者に対して物品の販売し、消費者が売買代金を事業者を支払う行為を念頭に置いて規定されている特商法第2条の訪問販売、通信販売、電話勧誘販売の規制をそのままの形で適用することが困難である。よって、これを特商法の新たな第七の規制取引類型として位置付けることによって対応することが適当である。

以上の理由から、当連合会は、意見の趣旨2のとおり求めるものである。

### 3 特定継続的役務提供の政令指定役務の拡大について

#### (1) 現行制度

特商法は、特定継続的役務提供については指定役務制を維持しており、規制対象となる取引を、「エステティック」、「外国語会話」、「学習塾」、「家庭教師」、「パソコン教室」、「結婚相手紹介サービス」の6つに限定して政令指定している（特商令第12条別表第4）。

#### (2) 指定外役務の取引による被害の多発

ところが、現行法の規制対象として政令指定されている6つの継続的役務提供以外の取引に関しても多くの消費者被害が発生している。

例えば、各種の資格講座やビジネス講座、スキューバダイビングの講座、大学受験予備校、自己啓発セミナー（いわゆる「就活セミナー」、「婚活セミナー」などを含む。）、ミュージックスクール（音楽関係の講座）等について、「中途解約を申し出たが認められない」、「中途解約の場合に多額の解約料を請求された」、「解約したのに返金を認めてくれない」等のトラブルが各地の消費生活センター等に寄せられている。

このほか、いわゆる「婚活パーティー」については、具体的な結婚相手を紹介するわけではないので、直接には結婚相手紹介サービスには該当しないとされているが、結婚相手を探している者を対象に出会いの場を提供していることから、実質的には特定継続的役務提供とされる結婚紹介サービスに類

似した面がある。

特に、複数回にわたり利用している者の場合には、結婚相手紹介サービスの実態を有すると考えられるが、キャンセルや不参加の場合の返金拒否や高額解約料を請求する業者もあり、トラブルが多発している。

### (3) 規制の問題点と法改正の必要性

特商法が、特定継続的役務提供を規制対象としているのは、役務の内容が分かりづらいこと、役務提供を受けてみなければそれが消費者の目的にかなう効果があるかが分からないこと、継続的役務については契約（提供）期間が長期に及び金額が多額になることが多いこと、役務提供に必要であるとして教材、化粧品、健康食品などの高額の商品を購入させられることが多いこと等の理由から、一旦契約をしてもその後に消費者に解約をする自由を認める必要性が高く、そのような場合に消費者が高額の違約金や不要となった教材などの代金支払を強いられるなど不当な損失を被らないようなルールを定める必要が大きいためである。

したがって、現在規制の対象とされている6つの指定役務以外でも、以上の特定継続的役務提供の法規制の趣旨が妥当し、実際に被害が多発している継続的役務提供は、政令により追加の指定がなされるべきである。

以上の理由から、当連合会は、意見の趣旨3のとおり求めるものである。

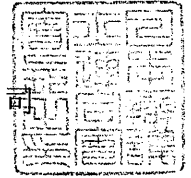
以上

日弁連総第59号

2012年(平成24年)6月26日

消費者庁長官 福嶋浩彦 殿

日本弁護士連合会  
会長 山岸 憲



特定商取引に関する法律の執行強化について(追加要請)

第1 要請の趣旨

当連合会は、貴庁に対し、2011年7月29日付け要請書(「特定商取引に関する法律の執行強化及び同法適用除外取引類型における被害への対応について」(要請))で、特定商取引に関する法律の執行強化の要請を行ったが、同要請書で指摘した被害以外にも多くの分野で消費者被害が多発していることを踏まえ、改めて下記の事項を追加的に要請する。

記

- 1 特定商取引に関する法律の適用対象取引とされる取引類型で別紙記載のような消費者被害が発生している。  
かかる消費者被害に対して、同法の執行強化及び同法の適用対象取引の拡大を伴う同法の改正、その他同法適用除外取引を対象とする各所管業法の改正を含めた、別紙記載の所要の措置を速やかに講じていただきたい。
- 2 今後の対応について意見交換をするため、貴庁と当連合会との協議会を開催いただきたい。

第2 要請の理由

特定商取引に関する法律(以下「特商法」という。)は、2008年6月に大幅な改正がなされ、2009年12月に本体部分が施行されたことにより、それまで大きな問題となっていた次々販売等の悪質商法に対しては大きな効果をあげており、これらの被害には顕著な減少傾向がみられる。

しかし、その一方で、別紙のように、特商法の適用対象取引であるにもかかわらず、依然として多数の被害が報告されている取引類型が存在し、これらの取引類型については、特商法の執行強化によって対応すべきであると思われる。

そこで、当連合会は、貴庁に対する、2011年7月29日付け要請書と同

様，特商法の適用対象取引であるにもかかわらず多数の被害が報告されている取引類型について，別紙記載のような特商法の執行強化を求める取組を実践していく所存である。

以上の取組の一環として，改めて貴庁に上記第1の事項を要請するものである。

以上

(別紙)

特商法の規制対象であるにもかかわらず、多数の被害が報告されており法執行の強化によって対応すべき取引類型の被害

## 第1 インターネットを利用した通信販売による被害について

### 1 被害内容・傾向

#### (1) 成人向け情報サイト

いわゆるワンクリック詐欺の被害相談が多い状況が続いている。

近時、無料の成人向け情報サイトにアクセスしていたところ、パソコンのデスクトップに突如そのサイト（又は別のサイト）に直接アクセスさせるバナーが表示される（パソコンウィルス的一种）との被害事例もみられる。

#### (2) 出会い系サイト

出会い系サイトのいわゆるサクラ（出会い系サイトの利用を促すために、付き合うことを装った女性からのサイト利用を継続的に勧誘するメール）により、多額のメール交換ポイント料金を支払わされたり、直接金銭をだまし取られたなどの被害事例が多い。

近時は、芸能人のマネージャーと称する者から、芸能人の相談にのってくれないかとのメールによる勧誘から始まる被害事例が多くみられる。

利用者の決済方法は、クレジットカードを利用した決済代行業者によるもののほか、サイト業者指定の口座に振り込ませる方法が多い。

### 2 規制の問題点と今後の対応

成人向け情報サイトと、出会い系サイトのいずれについても、特商法第11条違反（通信販売における広告についての表示義務）、同法第14条第1項第2号、第3号違反（顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為及び通信販売に係る取引の公正及び購入者等の利益を害するおそれがあるもの）、同法第12条の3違反（承諾をしていない者に対する電子メール広告の提供の禁止等）などの問題がある。

これらの行為については、同法による行政処分や罰則の適用を積極的に行うべきである。

また、利用の契機となる迷惑広告メールについては、未承諾であれば特商法第12条の3第1項による規制が及ぶところ、かかる被害を実効的に防止するために、送信委託を受けた電子メール広告受託業者に対する罰則（同法第12条の4・同法第72条第1項第4号）の適用を積極的に行うことが必

要である。

これらの取引類型については、特商法の規制が及んでいる分野なので、義務違反の認められる事例については、地方の消費生活センターや行政体との連絡連携を密にし、被害情報を円滑・迅速に共有するなどして、特商法による処分を積極的に行うべきである。

さらに、サイトを利用することによる対価の支払についてクレジットカード決済が用いられ、当該クレジットカード決済の過程にいわゆる決済代行業者が関与するケースでは、決済代行業者が悪質なサイト業者からの依頼を受け、クレジットカード決済を可能とする便宜を提供している実情がある。

消費者は決済代行業者とは直接の契約関係がなく、他方、クレジット会社は末端のサイト運営業者とは直接の契約関係がないため、末端のサイト運営業者に対するクレジット会社の加盟店審査・管理が十分に及ばず、また、悪質なサイト業者は所在不明・連絡不能・倒産などにより、事実上、法的責任の追及が困難であることから、決済代行業者の関与する事案に対しては、決済代行業者が末端のサイト業者の違法行為に対する連帯責任を負うなどの早急な法規制の導入の検討が強く望まれる。

## 第2 高齢者に多い被害について

### 1 被害内容・傾向

#### (1) 訪問販売による不要なリフォーム工事

訪問販売によるリフォーム工事の契約については、2008年の割賦販売法の改正により、クレジット会社の加盟店審査や管理が厳格化したため、クレジット会社が関与する事例は激減したが、代わりに、クレジット会社を利用せず現金を支払わせるものや、割賦販売法における割賦販売（いわゆる自社割賦）による被害が増加している。

また、特商法の法定交付書面に虚偽の住所地を記載してクーリング・オフの通知書面が返送されるようにしたり、年金受給日に消費者宅を直接訪問して割賦金を取り立てるなど、手口が悪質化・巧妙化している。

#### (2) 電話勧誘販売による俳句・絵画の出品契約

高齢の消費者に対し、当該消費者の作成した絵画や俳句などが、あたかも社会で高く評価される芸術であるかのごとく褒めたり、「先生」、「師匠」などとおだてる等の巧妙な手段を用いて展覧会や雑誌・書籍等への出品・掲載契約を締結させ、高額の料金を徴収する手口である。

絵画等の作品の展覧会への出展については、実際に展覧会に出品されたのかどうかはそもそも不明であったり、同種の業者が一人の高齢の消費者

に対して次々と同種の契約をさせられ、数千万円規模の被害に遭ったとの被害事例もある。

被害者は高齢者が多く、契約の詳細が不明であったり、そもそも被害に遭っているということ自体に気付いていないことも多く、潜在的な被害は相当に多数・多額と考えられる。

### (3) 電話勧誘販売による自分史の編纂

高齢の消費者に対して、先祖や自分自身の歴史を編纂しませんか、と勧誘し（いわゆる「自分史」の編纂の勧誘）、その対価として、多額の費用を前払いさせるが、実際に完成した「自分史」を受け取ってみると、粗悪なパンフレット程度のものが多く、およそ多額の費用に見合ったものではないという被害も多い。

### (4) 電話勧誘販売や訪問販売による生前契約

高齢の消費者が、自己の死亡後の葬儀や遺品の片付け、遺族への対応等、死亡時及び死後の処理などを業者に依頼するという契約をあらかじめ締結するという「生前契約」が高齢者を対象に広く勧誘されている。

しかし、かかる契約には、契約内容・範囲が不明確であったり、契約締結後のキャンセルの場合には一切返金をしない、など問題の多いものがある。

また、かかる契約では、契約者本人が履行の段階で死亡していることが前提となっていることから、契約に基づいた履行がなされたかどうかについて契約者本人が確認しようがなく、さらに、契約者の遺族も、このような契約の存在すら知らないので、業者が履行をしないまま放置をしても遺族が関知し得ないという問題もある。

かかる契約の法的性質を委任又は準委任と解すれば、死亡時に終了するとも考えられ、そもそもの契約の有効性にも疑義がある。

## 2 規制の問題点と今後の対応

これら高齢者を対象とした訪問販売や電話勧誘販売の特徴として、判断能力の低下した高齢者は自ら被害を防止することが難しく、何度も繰り返し同様の被害に遭いやすいこと、被害情報が複数の業者に出回り、「ターゲット」として更に狙われること、発覚まで時間を要するため被害の総額が大きくなること、生命線である年金が奪われること等が挙げられ、深刻な問題が生じている。

かかる現状を踏まえ、広範囲にわたる高齢者被害に対応するには、高齢者の被害が多い取引類型については、事業者に対する特商法上の規制を特に厳

格に適用すべきである。

訪問販売や電話勧誘販売については、特商法の規制が及んでいる分野であり、訪問販売については特商法第7条や同法第8条、電話勧誘販売については同法第22条や同法第23条による処分を、地方の消費生活センターや行政体との連絡・連携を更に密にし、被害情報を円滑・迅速に共有するなどして、積極的に行うべきである。

### 第3 特定継続的役務提供に関する被害

#### 1 被害内容・傾向

##### (1) 結婚相手紹介サービス

###### ① 契約内容・サービス提供について

結婚相手紹介サービスについては、特商法により書面交付義務が課されているが、概要書面・契約書面を見るだけではサービスの質の善し悪しがほとんど判断できず、契約締結の是非を判断するに当たって、その契約内容を確認することが難しい。

また、業者が本当に契約者を相手方異性に取り次いで紹介をしているのか、契約の目的とされる役務の提供が実際に行われているのかどうか自体も確認できないことがある。

さらに、零細事業者の場合には、そもそも概要書面・契約書面が交付されていなかったり、書面が形式上交付されていても記載不備の書面が交付されているにすぎないという場合が多い。

###### ② 中途解約の場合の返金について

契約締結時に高額の前金の支払を求められ、その後、消費者が中途解約を申した場合には、支払済みの役務の対価から初期費用等の名目ではほとんどの金員を差し引かれ（登録費、加入費、写真撮影代、カウンセリング代、面接代等、様々な名目で差し引かれる）、満足なサービスを受けていないにもかかわらず、高額のコストを徴収された（差し引かれた）として、返金に関するトラブルになるケースが多い。

###### ③ 前受金について

契約内容としていわゆる「出会い保証」を付け、成婚できなかったら前払金の一部を返金するなどとされていることが多いが、このような場合においても、30万円～50万円の高額の前払金を支払わされ、事後、成婚に至らない状況で業者が倒産し、前金の返還がなされないケースがあるほか、そもそも成婚前の契約締結段階で、成婚をした結果に対する対価の支払をあらかじめ要求して消費者から徴収すること自体が問題で



ある。

(2) 語学教室（英会話教室，日本語学校等）

特商法上の法定書面を交付していない業者がいまだに相当数ある。

また，特定継続的役務提供としての規制対象となるための要件（役務を2月を超える期間にわたり提供し，かつ，5万円を超える金銭を支払う）を際どいところで回避することで，書面交付義務等の特商法による規制を意図的に免れようとしている業者もみられる。

2 規制の問題点と今後の対応

これらの取引類型については，特商法の規制が及んでいる分野なので，法定書面の不交付や記載不備書面については，地方の消費生活センターや行政体との連絡連携を密にし，被害情報を円滑・迅速に共有するなどして，特商法に基づく処分を積極的に行うべきである。

結婚相手紹介サービスについては，以上述べたような被害が多発していることに加え，契約者の家族構成や職業・収入，趣味・嗜好等，高度のプライバシー情報を取り扱う業態であることなどから，特商法による規制強化に加えて，他の特別法を制定し，問題のある業者の参入を制限して，国による監督を及ぼし得るような措置（登録制・許可制等）及び前受金の保全措置（保証金制度）を設けることが検討されるべきである。

さらに，特商法規制の要件に関する脱法的契約が見受けられてトラブルとなっているという実態を考慮し，法適用対象となる役務提供期間（1月又は2月を超える）及び消費者の役務対価の支払額の下限額（5万円超）の要件の見直し（緩和）も是非とも検討されるべきである。

以上