

特定商取引法改正への問題意識

2015年（平成27年）3月5日

全国消費者団体連絡会

河野 康子

1. はじめに

通信販売におけるインターネット取引や、電話勧誘販売のトラブルが増加しており、引き続き高水準である訪問販売におけるトラブルへの対応と合わせ、いくつかの政策的対応を検討することが必要と考える。

2. 「訪問販売」「通信販売」「電話勧誘販売」に共通する検討課題

(1) 適用除外（特商法第26条）の見直し

他の法律で消費者の利益を保護することができる等と認められているものが適用除外となっているが、指定商品・指定役務制の撤廃の後5年余が経過しており、本規定により適用除外とされている事業分野について、消費者トラブルの動向を把握し、適用除外の見直しの要否を検討すべきである。

(2) 指定権利制の廃止

指定権利制により、「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つの権利以外の権利販売は、「訪問販売」「通信販売」「電話勧誘販売」の規制は適用されないことになっている。通常の商品販売であるにもかかわらず商品を購入する権利の売買であるとか、役務提供であるにもかかわらず役務を受ける権利の売買であるとか主張し、特商法の適用を免れようとする例もあると聞いている。指定商品、指定役務が撤廃されており、権利にだけ指定制を残しておくことの積極的意味もないと思われることから、廃止を検討すべきである。

3. 「訪問販売」「電話勧誘販売」に共通する検討課題

(1) 不招請勧誘に対する規制

最近、消費者契約法専門調査会の議論に資するため、「消費者契約に関する意識調査」を実施した。その中で、不招請勧誘（訪問と電話含む）について迷惑と感じるかどうか訊いたところ、1680名のうち、実に96.3%（1617名）が迷惑と感ずると回答した。そして、自由記入欄には、迷惑と感ずると回答した者の95.2%がなんらかの記述をしており、不招請勧誘に対する反発が強いことを実感した。不招請勧誘に対する規制について、ぜひ検討していただきたい。（〔添付資料〕参照）

(2) 「訪問販売」におけるアポイントメントセールス等の誘因方法及び「電話勧誘販売」における電話をかけさせる方法の拡充について

これらの方法は、政令で「電話、郵便、信書便、電報、ファクシミリ若しくは電子メール」とされている。しかし最近では、ソーシャルネットワークサービス（以下、SNS）の発展や、ターゲティング広告の展開等により、個別性の強い働きかけができる手法が普及しており、これ等についても、政令指定することを検討すべきである。

(3) 契約締結のために、消費者に金銭の借入を強く勧めたり、金融機関から預貯金を引き出させるような行為を禁止するよう検討すべきである。

学生を対象とした投資情報 DVD の販売事案では、学生ローンを借りるよう強く勧め契約を締結させるといった例が多発した。個品割賦に対する規制が強化される一方拡大してきた手法であり、適合性への配慮も求められているところから、消費者に金銭の借入を強く勧めたり、金融機関から預貯金を引き出させるような行為も規制対象とすることを検討すべきと考える。

4. 「通信販売」における検討課題

(1) 返品期間を定める場合に、表示すべき事項の追加

返品期間の定めは、消費者都合による返品の場合に適用されるものであるが、その点についての無理解から、事業者側に責がある場合（瑕疵のある商品を届けた、注文と異なる商品を届けた等）にも返品期間を限定するような約款がまま見受けられる。このような規定がおかれていると、事業者側に責がある場合であっても、消費者は返品の申し出をあきらめてしまうことにつながる。返品期間を定める場合には、「事業者に責がある場合の返品はその限りではない」との趣旨の記載を表示すべき事項として追加してはどうか。

(2) 広告規制の在り方の再検討

ここ数年ターゲティング広告手法の発展や、ステルスマーケティングによる問題の発生、SNS の普及がすすんでいる。そのような環境変化により、広告の誘因性が強くなっていると考えられ、誇大広告によって誤認して締結した契約について取消権を付与するなど民事効を規定することについて検討してはどうか。

また、消費者にとって不利益な事実であっても、契約の意思決定に影響を与えるような重要なものについては、表示することを義務付けることはできないか。

(3) インターネットモールの運営事業者の責任

インターネットモールの運営事業者に対して、加盟店管理などの責任があることを法定できないか。

5 「連鎖販売取引」における検討課題

いわゆる後出しマルチに規制が及ぶようにできないか。

この間、学生向けの DVD 販売に伴うトラブルが多発し、消費者庁等による行政処分にまで及んだが、処分は訪問販売で出されており、この取引の連鎖販売的な特性についてのものではない。DVD の売買契約終了後に、DVD 購入時の借金の支払いを埋めるために、友人を紹介すれば利益が生じるという仕組みをとっており、「連鎖販売取引」の規定を潜脱する取引であった。このような行為について、規制がかけられるように検討が必要。

6. 「特定継続的役務提供」における検討課題

指定役務に付加すべきものはないか。現在指定されている 6 事業に加え、継続的役務提供取引でトラブルを聞く分野として、自由診療契約がある。その他の事業も含め、指定役務として追加する必要性があるものがないか検討してはどうか。 (以上)

(参考資料)「消費者契約に関する意識調査」

「消費者契約に関する意識調査」調査概要

1. 調査の目的

インターネット取引など「契約」をめぐる状況も大きく変化中、消費者がどのように感じているかを調査し、消費者委員会消費者契約法専門調査会の議論の参考となる情報を提供するために実施。

2. 調査対象・調査方法

日本生活協同組合連合会が募集した「くらしと商品に関するインターネットアンケートモニター」を対象として、2015年2月19日(木)～2月24日(火)の期間にeメールでアンケート用サイトのURLを送信し、記入後に送信してもらうインターネットモニターアンケート方式で行った。

3. 回収状況

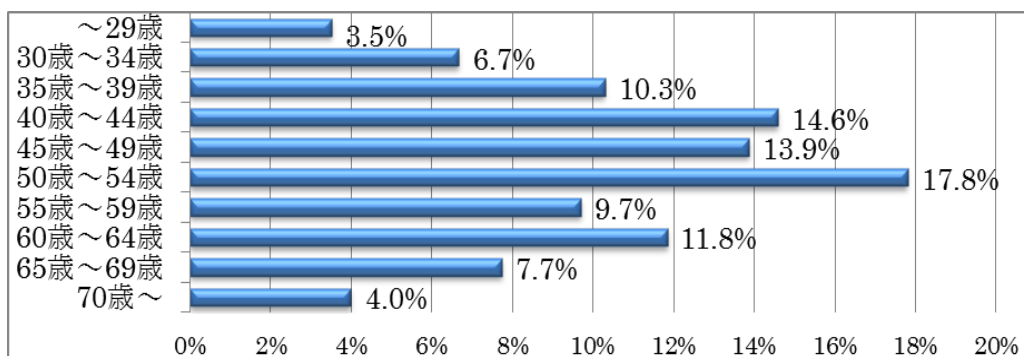
1,927人に配信し、締切日(2015年2月24日)までに1,680件の回答があった。回答率は87%。

4. 調査実施体制

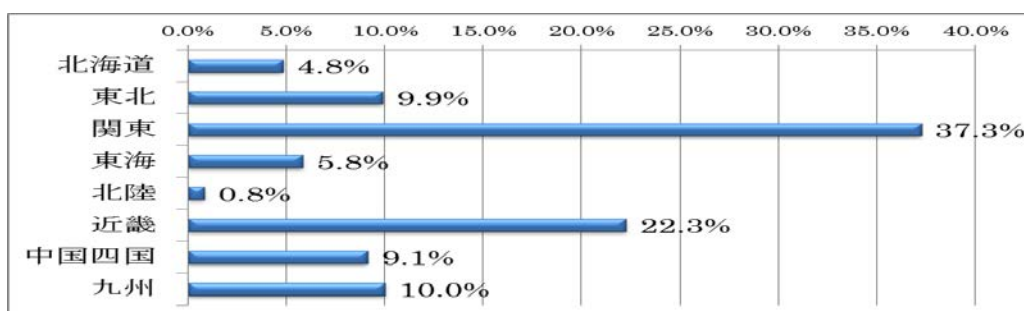
全国消費者団体連絡会事務局が調査票を作成し、日本生協連ブランド戦略本部ブランドコミュニケーション推進部組合員の声グループの協力を得て実施した。

<回答者プロフィール>

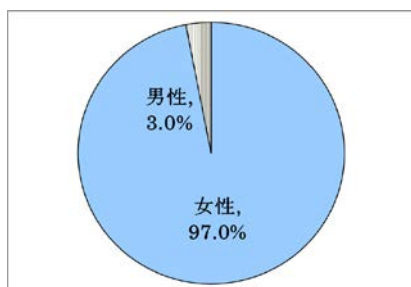
1. 年代(5歳刻み)(N=1680)



2. 地域分布(N=1680)



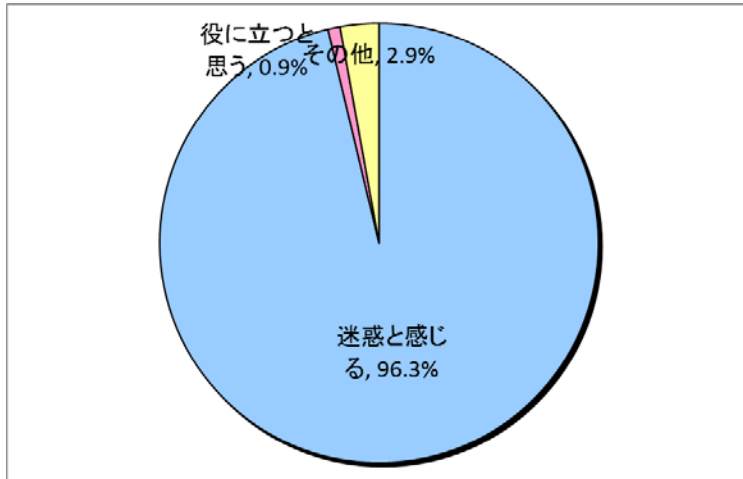
3. 性別(N=1680)



Q17～Q19 は不招請勧誘について尋ねました。

ほとんど全ての方が迷惑と感じています。その理由を記述式で尋ねたところ、必須回答としなかったにも関わらず、設問対象の 1617 名の 95.2%にあたる 1540 名が回答を記入しました。内容もこの問題に対する消費者の苛立ちが感じられるものでした。

【Q17】 自分から要請した訳ではないのに、訪問や電話によって勧誘されることをどう感じますか。〈お答えはひとつ〉 (N=1680)



〈その他・記述 44 件〉 特徴的な記述

70 代～	女性	参考にとどめる
30 代	女性	迷惑を感じるものもあれば、参考になるものもある。その時々で感じ方は違う。9 割方は迷惑なものではあるが。

【Q18】 Q17で「迷惑と感じる」とされた方にお尋ねします。その理由についてお考えをお書きください。

(記述 * 必須回答とはしません) N=1540

～20代	女性	必要のないことに時間を割いてられないし、こちらの住所や電話番号をどうやって入手したのかも怪しいし、はっきり言ってそのような相手と話すのも姿を見られれのも気持ち悪いと思う。
～20代	女性	話を聞くのが面倒。必要ならこちらから申込む。やんわり断っても引き下がらないので、はっきり断るが、営業マンがかわいそうになる。こちらが心苦しい。
～20代	女性	購入したい物があれば、自分でその業者に問い合わせをするから。防犯の意味でも勝手に連絡がくる事に恐怖すら感じる
30代	女性	しつこい。断り続けても、「ああ言えばこう言う」で引き下がらない。逆ギレを露わにする業者もいる。
30代	女性	必要としていないものである事も多いし、一方的に業者がしゃべり続けることにいらだちを覚えるから。また、いらぬ、と言っているにも関わらず何回も同じ業者から違う人が電話をかけてきて同じ事を何度も説明されてイライラするから。
30代	女性	金銭的損害がないとしても、応対するなど時間や労力が奪われると感じるから。時間泥棒だと感じ、憤りを覚えます。
30代	女性	訪問してくるのはすべてうさんくさく感じるし、チャイムもしつこかったりして迷惑。二度と来るなど言っても断っても何度も来る。
30代	女性	必要なものは自分で調べて、情報を得ているし、必要に応じて直接アポイントも取っている。自分にとって必要のないものに関して、時間を取られるのが不愉快だし、身元が不明の人と話をしたくない。電話にしる訪問にしる、勧誘されることは迷惑にしか感じません。
40代	女性	訪問勧誘は、断ると家が分かっているので恨まれそうで怖い。電話勧誘は、どうやって番号を知ったのかわからず、とても怖い。どちらも、知らない相手であり、家や電話を知られたくない。
40代	女性	まず、何かの取引に使ったと思われる個人情報、取引した以外に流れていることが不快に思うことと、電話で勧誘が来るものが今も多少ありますが、在宅時間を狙って電話してくるようで、夜9時以降に平気でかけてくるので迷惑に感じてしまう。
40代	女性	あるインターネット回線会社などは、いくつもの代理店をとおして勧誘してくるので、断っても断っても電話がかかってきます。非常に不快です、しつこいので苦情を言えれば言いたいです。
40代	女性	買いたいものやサービスがあったら自分で調べて行動するので、電話の勧誘で買う人は少ないと思うがどうしてそんな効率が悪くて印象の悪い方法を取るのかわからない。どうして自宅の電話番号を知っているのか。塾や家庭教師、学習教材などどうして子どもの年齢などがわかるのか。個人情報の管理に腹が立つ。自宅の電話にかかってくるのは勧誘目的が多いため、外から家に電話しても子供が電話に出てくれないという弊害がある
50代	女性	今はインターネットなどでいくらでも情報を得られるし欲しいものは自分から行動を起こせば済む。勧誘されて言いくるめられて、たとえ良いものだとしても今すぐ必要でない買い物をするのは不快感が残る。
60代	女性	こちらの無知をいいことに、言葉巧みに勧誘することに腹立ちを感じる。
60代	女性	今の世の中は詐欺など心配です。見知らぬ業者から訪問や電話があると警戒心が強く働いてとても迷惑です
60代	女性	4.5年前に2時間位のしつこい電話勧誘でした。熱心ではありますが、2時間の長電話で、丁度夕食時だったので大変迷惑な思いをしました。常識を持った行動をして欲しかったです。
60代	女性	当方に購入の意思が無いにも関わらず、電話対応に一定の時間が割かれるから。すごく昔の事ですが、自分で購入を検討していた消火器の訪問販売に「主人の相談してから・・・」と躊躇したものの、相手の言葉に押され倍近い金額で購入した苦い経験があるので、余計にいやなのかもかもしれません。
60代	女性	インターネットの接続を含めた光回線の勧誘がしょっちゅうある。ほとんど、まったく別の会社なのに、それがわからないような勧誘のしかただったので、不愉快だった。もう少しで乗ってしまうところだった。
70代～	女性	ほしくもないものにあたかも必要のごとくに、押し付けられることには怒りを感じるだけで出なく、かえって嫌悪感を抱くからです。誘導されてあたかも必要のごとく思われるのは嫌いです。

【Q19】 Q17で「役に立つと思う」とされた方にお尋ねします。その理由についてお考えをお書きください。(記述 * 必須回答とはしません) N=11

30代	女性	契約書は難しく、何が書いてあるかわからないから
～20代	女性	自分の知らない情報を得ることは悪いことではないため。
70代～	女性	地方住まいで世情にも若干遅れをとっている面があると思っているので勧誘などは最新の誘いであるだろうから乗らなくても聞いてみてもよいと思っている
60代	女性	情報を入手することが出来るのは良い。判断は自分がする事なので。
40代	男性	滅多に無いが自分に興味がある事だと話が聞けるから。