

## 特定商取引法の見直しの議論にあたっての要望

公益社団法人日本訪問販売協会

副会長 鈴木 弘樹

当協会は、1980年4月の設立以来、各種の自主的事業を実施し、前回の平成20年の改正の折にも、「会員管理の強化及び悪質事業者の入会拒否」「過量販売における業界としての考え方を取りまとめ、通常、過量に当たらないと考えられる分量の目安」を策定したほか、訪問販売による消費者被害を救済するため「会員企業からの資金提供による基金の創設」などの制度を導入し消費者保護の取り組みを強化してまいりました。

この間の相談件数の推移を、国民生活センターのPIO-NETのデータからみてみますと、訪問販売については、平成22年度98,916件だったのが、平成25年度は90,529件と8.5%減少しているのがわかります。高齢の契約者の相談比率が高い点は、特商法の適用のない放送サービスやインターネット接続回線、生保、金融商品等の相談情報がデータに含まれているようですので、さらに詳細な分析が必要であると考えておりますが、現在、当協会では、高齢者の保護の強化を図るための自主行動基準の改定の検討をすすめています。

また、訪問販売という形態は、消費者の最も身近にある存在であります。現在の市場は1兆7770億円（訪販協推計。自動車、新聞、医薬品、食料品や百貨店が行う訪問販売の売上高を除く。）あり、地域創生や女性の活躍といった施策の重要性が叫ばれる中、およそ90万人（実働）いるといわれる訪問販売員の約8割以上が女性を占め、高齢者や女性が生き生きと働くことができる場となっています。さらに、高齢の単身世帯が増えていく中で、そのネットワークを活かし、地域の見守りに貢献するなどの取り組みをすすめています。

善良な事業者は自主的に消費者保護を図っている一方で、一部の悪質な事業者によって消費者被害が引き起こされています。こうした悪質事業者による被害は、規制を強化したところで容易に減るものではないと考えます。今後の見直しの議論においては、これまでの規制強化の効果や苦情相談の現状を精査したうえで、訪問販売業界全体を一律に規制するような方法ではなく、悪質業者は排除され健全な事業者が健全に発展するような必要な規制の在り方を検討し

ていただきたいと考えております。

特に、訪問販売に「不招請勧誘禁止」などの勧誘規制を導入すべしという声があることについては、消耗品などいわば庶民の日常生活に問題なく定着しているような訪問販売が、その基本である「消費者との対面の機会」を奪われるようなことになれば、多くの女性販売員がその職を失うこととなります。一部の悪質事業者のために、地域や高齢者の雇用を支える場を奪うことや、消費者側の商品選択の機会を減らし利便を損なうような法律の改正とならないように慎重な議論をすすめて下さるようお願いいたします。