

消費者委員会 第1回特定商取引法専門調査会

平成27年3月5日

公益社団法人

日本消費生活アドバイザー・

コンサルタント・相談員協会

(通称 NACS)

相談室長 有山雅子

特定商取引法の見直しに関して、以下の点について、審議をお願いいたします。

1. 不招請勧誘規制の導入を求めます

当相談室や消費生活センターの相談の中で「依頼してもいないのに勧誘が繰り返され、断りたい」と言う相談があります。現状の法律では勧誘されたからの再勧誘を断ると言う状況です。平穏な生活を望む者にとっては、訪問販売であれ、電話勧誘販売であれ、はじめから勧誘自体を断る仕組みがほしいと望む声が多く寄せられています。

また、電話勧誘販売で多重に契約を繰り返してしまう相談者から、「断っても、断っても」電話がかかるので、電話が怖いと言う相談もあります。訪問販売も同様で、ドアをたたく音を想像するだけで心臓の鼓動が高鳴り、息苦しくなると訴える相談者もおります。勧誘をする者の営業の自由ではなく、平穏な生活を営む権利を消費者に与えてほしいと望むものです。

2. 指定権利制の廃止を求めます

昨今、CO₂排出権、鉱物採掘権などのまがい取引や簡単に収入になるような仕組みを権利化してネットで販売勧誘するような情報商材やサイドビジネスなどがあります。

また、日常でもリゾートクラブ会員権、スポーツクラブ利用権、自動車をシェアする権利など様々な「権利」があります。

このような取引がインターネットの普及により多様化し、役務なのか、権利なのか、境界が不明確で、消費者には大変わかりにくくなっています。トラブルに巻き込まれると解決が困難になります。

2008年の特定商取引法改正で、訪問販売や通信販売、電話勧誘販売において、2条に定める指定商品・役務制が廃止されました。同法において唯一残る政令指定権利を廃止することを求めます。

3. インターネット販売に対する規制を求めます

① 詐欺的なサイトでの取引について、消費者被害救済法の口座凍結がスムーズに行えるような被害救済のシステムの構築

② 通信販売規制に民事ルールの強化

「広告規定」「特定商取引法上の表示」「返品規定」などに問題があっても、誤認による取り消しなどの規定がない状況です

③ 越境取引トラブルの問題を専門に相談を受ける窓口の強化。諸外国の機関と提携し、被害救済が可能となるシステムの充実

④ SNSメッセージやチャット、電子メールなどの勧誘や広告について規制の強化

⑤ ネット上のターゲットマーケティングの攻撃的な広告についての議論