

【第7回】特定商取引法専門調査会

平成27年6月24日

(公社) 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

NACS 消費者相談室 有山 雅子

インターネット通販、アポイントメントセールス等に関する意見・要望**1. インターネット通販に関する問題についての意見・要望****第一回 特定商取引法専門調査会（平成27年3月5日）でのNACSからの意見**

3. インターネット販売に対する規制を求めます

- ① 詐欺的なサイトの取引口座凍結がスムーズに行える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

上記意見の他、下記事項について要望します。

通信販売での広告表示事項の見直し・追加と罰則規定の導入を

通信販売事業者には、特定商取引法（法第11条）で、広告の表示として、13の事項の表示をするように定められていますが、特に、「5. 事業者の氏名（名称）、住所、電話番号」に関して、表示がない、間違った表示であることが多々あります。消費者は、事業者とトラブルになった場合、この表示が頼りです。

現在は、販売価格・送料その他消費者の負担する金額を全部表示したとき、全部表示しないとき、両方とも「省略できる」となっていますが、最低限この事項は必須事項として、記載すべきです。どちらの場合も「省略できない」とすべきです。

また、越境型のネット通販のトラブルが急増していますが、その際、支払手段で決済代行会社等が介入するケースが増えています。そこで、「2. 代金（対価）の支払い時期、方法」の中に、決済代行会社等を利用するケースには、その決済代行会社等の名前や連絡先等を記載させる方向で、表示事項の追加を要望します。

また、正しい表示をさせるためには、罰則規定を導入することも検討して欲しいと思います。

通信販売規制に民事ルールの規定導入を

通信販売は広告だけを見て、購入の意思決定をする人が少なくありません。その広告が「誇大広告」「虚偽広告」等である場合、取り消しができるように、民事ルールの規定導入を要望します。

インターネット・オークションにおける「販売業者」に係わるガイドラインの販売業者と判断される例示について

現在、インターネット・オークションで「販売業者」とみなされるのは、「すべてのカテゴリでは、①過去1ヶ月に200点以上又は一時点において100点以上の商品を新規出品している場合②落札額の合計が過去1ヶ月に100万円以上である場合③落札額の合計が過去1年間に1,000万円以上である場合、）特定のカテゴリ・商品について①（家電製品等）について、同一の商品を一時点において5以上出品している場合②（自動車・二輪車の部品等）について、同一の商品を一時点において3以上出品している場合③（CD・DVD・パソコン用ソフト）について、同一の商品を一時点において3以上出品している場合④（いわゆるブランド品）に該当する商品を一時点において20以上出品している場合⑤（インクカートリッジ）に該当する商品を一時点において20以上出品している場合（健康食品）に該当する商品を一時点において20点以上出品している場合（チケット等）に該当する商品を一時点において20点以上出品している場合」になります。

この例示は、ハードルが高く、販売業者であるとの認定が困難な場合が少なくありません。販売業者とみなせると、トラブル解決のため、消費者生活センター等の介入も可能です。例示の見直しを要望します。

2. アポイントメントセールス等に関する意見・要望

訪問販売のアポイントメントセールスの「誘引」方法について、定義の見直しを

【事例1】街でネイルのアンケートと声をかけられ、肌の調子を見てあげると言われ、サロンの予約をした。後日サロンへ行くと、29万円の美顔器を購入させられた。クレジットカードの分割払いをしようとしたが、与信が通らなかった。消費者金融で借りて支払っている。（20歳代女性 学生）

【事例2】女性週刊誌に掲載されていた広告を見て、無料の悩み相談をしてもらうために電話をかけた。その電話で8,000円の開運ブレスレットを勧められて購入した。効果がないと思って相談のために電話をかけると14万円の祈禱の契約を勧められて契約した。さらに、150万円の祈禱代金と言われ振り込んだら仏像が送られて来た。（40歳代女性）

【事例3】アダルトサイトのワンクリック詐欺に遭い、高額な登録料を請求された。ネット検索して被害回復をするという調査会社に電話をしてしまった。電話で事情を話したら、「すぐ対応したほうがいいし、任せてくれれば請求を止められる」といわれたので、住所と名前と電話番号を伝え、不当請求業者の電話番号を伝えた。「54000円になる。後日書面を郵送する。」と言われた。(20歳代 女性)

【事例4】ポスティングされたタウン誌で「エステ体験無料」で出向いたところ、総額10万円の補整下着を買わされた。

【事例5】SNSで知り合い友人になった男性から会いたいと言われ喫茶店で会った。「アフリエイトで儲けている。アフリエイトで儲かる講座を月に1万円で受けてみないか」と誘われた。再度、SNSで事務所に呼び出され、クレジットカードやセキュリティ番号を教えた。講座が25万円もするとは知らなかった。解約したい。(50歳代 女性)

訪問販売として定義されるアポイントメントセールスの「誘引」方法について、政令第1条では、「電話、郵便、信書便、電報、ファクシミリ若しくは法第十二条の三第一項に規定する電磁的方法により、若しくはビラ若しくはパンフレットを配布し若しくは拡声器で住居の外から呼びかけることにより、又は住居を訪問して、当該売買契約や役務提供契約の締結について勧誘するためのものであることを告げずに営業所その他特定の場所への来訪を要請するもの、又は、他の者に比して著しく有利な条件で当該売買契約又は役務提供契約を締結することが出来る旨を告げ、営業所その他特定の場所へ来訪を要請するもの」とされています。

また、新聞折り込みチラシはビラを配布と言えるかという点においては、フリーペーパー（ミニコミ誌（冊子））は雑誌と言われており、ビラ、パンフレットではないとされています。加えて、「電磁的方法」は、省令11条の2で、電子情報処理組織を使用して電磁的記録を相手方の使用に係る電子計算機に送信して提供する方法（他人に委託して行う場合を含む。）及び電話番号を送受信のために用いて電磁的記録を相手方の使用に係る携帯して使用する通信端末機器に送信して提供する方法（他人に委託して行う場合を含む。）とされています。

上記事例では、販売目的を告げられずに来訪を要請、もしくは、電話をかけさせられています。政令には「対面」もしくは、「広告」での呼び掛けの方法が含まれておらず、SNS等を利用しての来訪要請も、「電磁的方法」に含まれていません。

こういった販売目的を隠しての、口頭、書面、電磁的手段による来訪要請を、場所を問わず、手段を問わず、広く適用されるよう、訪問販売のアポイントメントセールスの定義の見直しを要望します。

電話勧誘販売の定義の見直しを

【事例6】広告を見て健康食品 680 円のサンプルを申し込もうと電話をかけたら広告にない定期コース月々38,000 円の商品を勧められ、契約した。

通達によると、「新聞や雑誌等に掲載されている通信販売広告や商品広告により消費者から自発的に電話をかけた場合には、その電話の中で事業者が売買契約等に関する勧誘を行ったとしても、電話勧誘販売には該当せず、通信販売に該当する」とされ、以前から利用をしている顧客だったら適用除外とされてしまいます。

初めて電話をかけて、その電話で注文しようと思う商品と違う商品を勧められた場合は、通信販売とはせず、電話勧誘販売に該当するよう、定義の見直しを要望します。

以 上