

消費者委員会 特定商取引法専門調査会
第3回議事録

内閣府消費者委員会事務局

消費者委員会 特定商取引法専門調査会（第3回） 議事次第

1．日時 平成27年4月17日（金） 16:00～17:55

2．場所 消費者委員会大会議室1

3．出席者

（委員）

後藤座長、有山委員、池本委員、河野委員、佐々木委員、鈴木委員
高芝委員、朽原委員、野坂委員、花井委員、増田委員、山本（明）委員

（オブザーバー）

消費者委員会委員 石戸谷委員長代理、山本（隆）委員、橋本委員
経済産業省 伊藤消費経済企画室長
国民生活センター 丹野理事
厚生労働省 医政局総務課担当者
厚生労働省 医政局歯科保健課担当者

（参考人）

公益社団法人日本美容医療協会 西山常任理事

（消費者庁）

服部審議官、山田取引対策課長、加納消費者制度課長

（事務局）

黒木事務局長、井内審議官、金児企画官

4．議事

（1）開 会

（2）議 事

権利に関する問題についての検討（2）

美容医療契約に関する問題についての検討

（3）閉 会

1. 開 会

○金児企画官 本日は、皆様お忙しいところお集まりいただき、ありがとうございます。

ただいまから、消費者委員会第3回「特定商取引法専門調査会」を開催いたします。

本日は、所用により村座長代理、阿部委員、沖野委員が御欠席との御連絡をいただいております。

配付資料の確認をさせていただきます。

資料1は、消費者庁からの提出資料で、権利に関する問題について前回の会議における委員の意見を踏まえた本日の御議論のたたき台が記載されたものでございます。

資料2も消費者庁からの提出資料ですが、本日御議論いただく予定の美容医療契約に関する問題についての資料です。

資料3は、日本美容医療協会からの提出資料です。後ほど、同協会の西山常任理事から御説明をいただく予定です。

資料4は、委員からの御提出資料で、資料4-1から4-5までございます。

口頭での御意見を補足する書面のほか、本日御欠席の村座長代理及び阿部委員からもその御意見を記載した書面を提出いただいております。

参考資料1は、参考資料1-1から1-5まであわせてとじられておりますけれども、本日のテーマの1つである美容医療契約に関する問題に関連し、厚生労働省から参考として御提出いただいた資料です。

配付資料は以上でございますが、もし不足がございましたら、事務局へお声がけをお願いいたします。

それでは、ここからは後藤座長に議事進行をお願いいたします。

2. 権利に関する問題についての検討(2)

(1) 消費者庁からの説明

○後藤座長 それでは、本日の議事に入らせていただきます。

本日の会議では、まず前半で権利に関する問題について前回の議論を踏まえて、さらなる検討を行いたいと思います。

その後、後半で美容医療契約に関する問題を取り上げたいと思います。

初めに、資料1により消費者庁から前回の委員の意見を踏まえた本日の議論のたたき台をお示しいただきたいと思います。

では、よろしくお願ひいたします。

○消費者庁山田取引対策課長 資料1をごらんください。

前回の調査会の意見を踏まえた議論のたたき台ということでお示ししております。

枠で囲まれている部分が前回論点として消費者庁から提示した部分でございまして、その後に前回の議論の様子を書き、さらに矢印のところでは今回のたたき台をお示ししているという構成になってございます。

前は、少し特定の論点に議論が集中した感がありますので、それぞれ書き分けてこのようにお示しいたしました。

(1) 有効な方策でございます。権利に関して発生している苦情・相談について、特商法で対応することは必要かということで論点を書いてございます。

前回の議論では、この点については特段の異論がございませんでしたけれども、権利販売に関する苦情・相談について、特商法において対応する方向でよいかということで、私どもからたたき台を提示してございます。

(2) 許容性でございます。

特商法の法目的から見て、権利売買のトラブルの対処を立法目的とすることは許容されるかという論点でございます。

前回の議論では許容されるという意見が出ておりましたけれども、これを立法目的とすることは許容されると考えてよいかということでございます。

2ページ、(3) 特商法の規制のあり方ということで、特商法の対象についてということで①案、②案、③案をお示しし、さらに適用除外についても論点として前回お示しいたしました。

前は、この特商法の対象についてというところに議論が集中したわけでございます。

まず、①案にて対応すべきとの議論はございませんでした。

この点に関しましては、村委員から次の御意見がございました。ここのポツで書いてございますけれども、消費者庁が紹介した権利をめぐる消費者トラブルのほかに「商品を販売する権利」が販売される例や、実態は商品売買・役務提供契約と考えられる取引でも、事業者側が権利の販売だ、だから特商法の適用はないのだと主張する例があるという御紹介がございました。

この点に関して、後ろのところに書いてある別紙というところで、私どもで村先生のおっしゃるような事例を調べておりました、ここに4つほど事例を置いてございます。いずれもこれは商品を販売する権利なのだということで、特商法逃れを現場で主張しているというものでございます。

これらについては、①案ではなかなかいたちごっこのようになるわけでございますけれども、②案や③案であれば、対処することが可能になるということでございます。

2ページに戻りまして、②案、③案のいずれをとるべきかということについては、次のような意見が出されておりました。

最初のポツは、商品・役務・権利という区分は抽象的であり、②案とした場合は民法の権利概念と特商法の権利概念が異なるものになってしまうという御指摘でございます。

次のポツ、②と③との違いについては、③であれば例えば交換のようなものも含まれてくるので

はないか。②によっておおむね規制に漏れないようにできるのであれば、用語のために③をとる必要はないのではないかという御意見。

その次のポツ、特商法は度重なる改正によって規定がわかりにくくなっており、③をとればわかりやすくなるが、そのためには相当な見直しをせねばならず、その必要性はあるかという御意見でございます。

3 ページ、②と③において対象が同じなのであれば、③と比較すれば②がわかりやすいし、実務にも混乱を与えないという御意見。

その次のポツ、③の場合、消費者概念と事業者概念をどのように整理するのか。過去の裁判例等に鑑みて影響を考える必要があるという御意見でございます。

その次の矢印のところが消費者庁からの御提案でございます。③をとる場合は大幅な見直しが必要なことから、現在生じている消費者トラブルに迅速に対応することを重視する観点から②案を軸に検討を行い、②では捉えられない取引で特商法での対応が必要な取引については、個別論点として取り扱う方向でよいかという御提案でございます。

次の矢印、②の方向で検討する場合、権利の範囲についてはどのように扱うかということでございますけれども、商品の所有権については商品類型として整理し、役務提供事業者が訪問販売等における契約当事者となる場合の当該役務提供を受ける債権については役務類型として整理し、それ以外の権利を権利類型として整理した上で、権利の外延は「財産権」の範囲としてよいかという御提案をしております。

その次は、適用除外でございます。前回の議論では適用除外について特段の議論はございませんでしたけれども、適用除外については、現在商品・役務で適用除外としている考え方と同様の考え方でよいかという御提案でございます。

※のところは取引の媒介者の扱いについてでございます。前回、池本委員から御提起がございました論点でございまして、共同購入型クーポンについては、クーポン事業者がクーポンの売り主とはならないものが存在するが、その場合でもクーポンサイトは加盟店と消費者の契約・集金に一定程度コミットしている可能性が考えられ、このような場合にクーポンサイトに通信販売規制ではどのように扱うのかという論点でございます。

この論点につきましては、クーポン以外の取引についても同様の問題があると考えられますため、今回はこの論点は取り扱わずに、別の回において取り扱ったほうがよいのではないかという整理をさせていただきました。

私からの説明は以上でございます。

(2) 意見交換

○後藤座長 ありがとうございました。

それでは、ただいまの御説明も踏まえまして、権利に関する問題について、特定商取引法の規制のあり方をどのように考えるか御議論いただきたいと思っております。

時間としましては、35分程度をめどとしたいと思います。御意見のある方は御発言をお願いします。

前回、御欠席の高芝委員、野坂委員、佐々木委員から、御発言がありましたらいただきたいと思いますが、高芝委員からよろしく願いいたします。

○高芝委員 どうも恐縮です。

前回欠席をしまして、申しわけございませんでした。

その関係もありましたので、今回、資料4-4ということで、書面を付けていただいております。

細かくはその書面でご覧いただければと思うのですけれども、私がここで書かせていただきましたのは、特定商取引法の目的との関係で、この法律が最終的に目的とするところは、消費者の保護、並びに、適正かつ円滑な商品等の流通、役務の提供というところになっていようかと思っております。

その関係で、権利の指定制を撤廃するかどうか。これを検討する中で、1つの柱、課題ということで検討いただきたいと思うところを書いてある訳ですが、一言でいいますと、現在、消費者関係のトラブルがある、それを解決する課題があるということはそのとおりと認識していますけれども、この法律は、その問題のある取引を排除したり、場合によっては禁止することでトラブルを防止するというよりは、基本的には、問題のある取引を適正化して消費者の保護、トラブルの防止を図るというスキームで出来ているのではないかと思うところがあります。

この法律の目的との整合性といいますか、その観点からの検討を加えていただければというお願いになります。

その観点からすると、現在、指定権利制の撤廃をするかどうかというアプローチで検討していますが、場合によっては、もう少し広目の視点ないし別途のアプローチの可能性も含めて検討することがあり得るのではないかと思われまますので、その点も踏まえて御検討いただければと思っています。

以上です。

○後藤座長 ありがとうございます。

野坂委員、いかがでしょうか。

○野坂委員 私も前回欠席をいたしまして、大変失礼いたしました。

権利の販売に関するトラブルが多いということは、前回の資料で出ておりました、改めて問題の重要性を認識いたしました。

こういった被害の拡大を防ぐためにどうすればいいか。やはり待ったなしなのだろうと思います。

平成20年の大改正のときは、商品・役務の指定制の見直しを優先した。さまざまな理由があつてそういうことになったという説明でございましたけれども、あれから7年たち、いろいろな事例が出て、権利そのものの売買をめぐるトラブルも多くなっているという時代の流れに合わせて対応する。これが急務だと思っています。

皆さんほかの委員の方がおっしゃっていますように、指定権利制の廃止、あらゆる権利の対象とすることが求められている。その判断が妥当だと私も思っております。

その具体的な方法については、先ほど事務局から説明があつた、前回の議論を踏まえた3案提示

されておりますけれども、この中では私は②案が一番ふさわしいと思います。

今、求められているのは、規制の後追いにならない、いたちごっこを防ぐ、迅速に対応することが最大の眼目でありますので、③案だとこれを抜本的に改革することになりますと、消費者あるいは産業界の現場にさまざまな周知徹底が一段とハードルが高くなりますので、そういう意味では、現実的には②案によって迅速に対応することが大事だと思っております。

以上です。

○後藤座長 ありがとうございます。

佐々木委員、よろしく願いいたします。

○佐々木委員 私も前回欠席をしております、相済みません。

通販協会としては、我々の会員社の行為とは違いますので、特段の協会としての意見はございません。

ただ、これによって被害者が出ているということではできるだけ早急に対応しなければいけないのではないかと思います。

以上です。

○後藤座長 どうもありがとうございます。

それでは、ただいまの高芝委員、野坂委員、佐々木委員の御発言も踏まえまして、議論に入りたいと思います。

どなたからでも御自由に御質問、御意見等をお出してください。よろしく願いいたします。

増田委員。

○増田委員 ペーパーを私のほうで資料4-3を出させていただいております。

いろいろ御意見があるかと思っておりますけれども、消費生活相談の立場からお話をさせていただきたいと思っております。

詐欺的投資取引であっても、消費生活相談の現場で詐欺だと断定することができませんし、警察へ御案内すべき案件だと思っても、その相談者にとって被害回復の可能性が非常に低いということであれば、消費生活センターは相手方と連絡がとれる以上説得を続けるということを繰り返しております。その取引が明らかな詐欺だからといって、交渉をしないということはありません。

また、あっせん交渉をしていく中で、相手方の実態や現状というものを情報として得ることができますので、そういう情報を入手するという目的もあります。

この交渉においては、特商法、民法、消費者契約法などを全て駆使して説得を繰り返すということからすれば、権利の販売については、指定権利制の廃止に賛成したいと思います。

それと同時に、契約の解消をしたときに商品・役務・権利、それぞれの解消の仕方、清算の仕方も問題になるかと思っておりますので、それがわかりやすく明らかになるような形で書いていただきたいということがございます。

権利を主張する事業者に関しましては、ここにも1つ事例を出しましたがけれども、これも詐欺的投資取引と同様に、連絡がつく以上はあっせん交渉せざるを得ませんし、その権利だとか役務だとかというところで、そのハードルを越えない限りは話し合いができないという状況がございますの

で、ぜひとも廃止していただきたいと思います。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

よろしく申し上げます。

○河野委員 ありがとうございます。

今、増田委員からのお話がありましたけれども、私自身も指定権利制廃止については賛成いたします。

本日、消費者庁さんのほうで整理してくださいました論点ペーパーの1ページで、2つ問われている論点なのですが、権利は販売に関する苦情・相談について、特定商取引法において対応する方向で考えてよいかということ。

もう一点、権利に関する問題への対処を立法目的とすることは許容されると考えてよいか。この2点に関しては、ぜひこの方向で積極的に考えていただきたいと思っています。

さらには、規制のあり方として3案出されていますけれども、この3案で言いますと、私も②案を支持したいと思っております。

本日出されています池本委員の意見書にもあるとおり、特定商取引法、特商法が長年にわたり商品・役務・権利という用語法で運用されてきたこと。③案を採用した場合には全ての条文の文言を見直す必要が生じるということを検討すれば、今、目前にある問題に対処するというのを考えると、②案を採用するのが一番合理的ではないかと思っております。

御提示された論点があと2つありますが、権利の範囲について。これは消費者庁さんの資料に記載があるように、権利の範囲を権利の外延は財産権とするにしろ、池本委員の意見書にあるように現行の定義に含まれない権利の定義を追加する方法にするのか、権利または財産権という包括的な定義とするにしろ、消費者として私が希望するのは、規制のすき間を解消して、後追い規制を回避できるような定義としてほしいということでございます。つまり漏れがないような定義を考えていただきたいと思っております。

最後、指定権利制を廃止した場合の適用除外についてなのですが、これは指定商品、指定役務の適用除外と同様の考えで適用除外というものを定めることが妥当であると考えます。

以上です。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

池本委員、よろしく申し上げます。

○池本委員 池本でございます。

第②案、第③案の前に、高芝委員から問題提起のありました特商法というものの立法目的との関係、この点は前回ほとんど議論ができなかったもので、その点について少し発言をさせていただきたいと思います。

私のレジュメ、詳しいので後でお読みとりいただければと思うのですが、1ページの(2)でそのことを問題提起しております。

実は、権利の売買の中には詐欺的な商法がたくさん含まれている。そういうものを指定権利制を廃止して特商法の対象にしてよいのか。この問題提起とほとんど同じ文脈で平成20改正のときの審

議会、特定商取引小委員会という中でも同じような問題提起があったのです。それはレジュメの2ページの冒頭に書いてありますが、商品や役務の中にそもそも社会の安寧秩序や公序良俗に反するものも存在しているが、これら商品・役務を一定のルールを順守すれば取引を行うこと自体は許容される特商法の規制対象とすることは我が国の法体制全体から見て適切であるかという問題提起がありました。

こういう法目的との関係も意識した上で、平成20年改正で法規制のすき間をつくらないという政策判断により、指定商品・役務制を廃止したのだということで、その意味では、法目的というものの捉え方が少し軌道修正されているのだらうと思うのです。

ただ、問題は③、④のところでも少し触れておいたのですが、全くのむき出しの詐欺商法は特商法でやるのですかという問題があると思います。下のほうに書いておきましたが、例えば麻薬と拳銃の売買はどうなのか。恐らくこれは反復・継続して社会的に見て一つの訪問販売事業としてやるということ、あるいは通信販売事業としてやるということは想定できないと思うのですが、例えば未公開株、厳密に分析していけば金融商品取引法に違反する。あるいは危険ドラッグ、よくよく成分を調べてみれば違法だ。しかし、一般消費者にはそれが見えない、一般消費者から見れば、販売事業のように見えるものは、まず特商法で規制する。正確に表示せよとか、取引を適正化せよということ命じて実態がなければ適正化できないでやめてもらうしかないし、実態があれば適正化して続ける事業があればやっというつながりではないでしょうか。

その意味で、特商法の法目的に合致する。全く詐欺商法を入れるという意味ではなくて、社会的に見て訪問販売、通信販売の事業と目されるものについては、最終的に実態が詐欺かどうかではなくて、取引の外形的な特徴で記述するのだと理解すればいいのだらうと思います。

それ以外にもレジュメの2ページの下あたり、(3)ですが、当時も権利については「外延が不明確」であるということと、相談の数が極めて少数である。この2つ理由で指定権利制廃止は先送りになったといういきさつがあります。

今回、苦情・相談件数がふえているということは前回、具体的なデータも示されておりますから、外延が不明確という問題が残る課題なののだらうと思います。

ただ、これも3ページの上のところにあります。平成20年改正に関する小委員会での議論の中でも、商品は取引対象として明確だけれども、役務というものは労務または便益ということで外延が必ずしも明確でないという指摘がある。この点はどう考えればよいかという問題提起があり、最終報告書の中で原則適用方式、指定制廃止にした場合に適用範囲が一挙に広範囲になってしまう。ただ、その点については、きめ細かい特例措置、つまり適用除外ということで対応するのが必要である。ただ、その場合も余り適用除外を広げ過ぎると原則適用という理念が減殺されますよというかなり配慮の行き届いた検討結果があります。

だとすれば、今回も原則適用方式、つまり指定権利制を廃止した上で特商法の26条の適用除外の約50業種が除外されていますが、それでさらに足りないものがあるのかどうかということ個別に検討していけば、おおむねよろしいのではないかと思います。

もう一点だけ、レジュメの4ページと5ページで、特に5ページのほうから申し上げますと、第

②案と第③案で交換が入る入らないで違いがあるのではないかとということが提起されたかと思えます。交換でこれまで現実にトラブルとして出てきたものは、外貨両替というものでした。だとすれば、外貨両替というものを例えば日本国以外の通貨は動産とみなすという定義を追加することによって、商品の販売に含ませることもできるのではないか。外貨は一般消費者の受けとめからすれば、日本通貨の利用とは違う性質だし、それを投資対象にしたりということもあるわけですから、特商法特有の概念として位置づけるということは許されるのではないか。

それ以外の金銭など以外の所有権同士の交換はどうするのかということ、それに関する具体的な問題、どういうものがあるのかということはまだ具体例は挙がってきていません。ですから、この部分はまた今後の論点として引き続き検討すると少し切り分けてよろしいのではないか。そのように考えます。

以上です。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

ほかに御意見、有山委員、よろしく申し上げます。

○有山委員 先ほど増田委員のほうから詐欺的なものでも相談現場では入っていくということがあったのですが、日常の相談現場では、警察の方は民事不介入なのです。ですから、当然、入りません。何か明らかに犯意があって、だまそうとしているということが明確な場合はすぐに警察に入っただけなのですけれども、詐欺的かどうか微妙なものについては、なかなか入っただけません。

それは強い権力をお持ちだから当たり前のことだと思います。あちらからこちらに相談に行つて消費者相談に来られた場合、明らかに詐欺的なものに該当する場合は警察に相談していただく。相談者を通して、こういうお話で問題がありそうですよ、協力して何とか相談・解決に結びつけましょと警察に協力を依頼することもあります。余り明確に特定商取引法は取引の適正化を図るためという目的のために詐欺的なものはできないというお話になると、私たち相談現場としては解決できないものが多くなると思います。

権利の相談では地域の優良老人ホームに入る権利の販売ということで、高齢者の方からいろいろな理屈をつけて600万をとってしまった。こういうものについて詐欺だから警察がいいのか、消費者センターがいいのか判断ができません。警察の協力を得て、警察も並行して動いていただきたいと思います。ペットのサプリを販売する権利というものもありました。普通、通信販売でペットのサプリを売るとしたら、自分のところにサプリの在庫を抱えることが一般的だと思うのですが、権利だから消費者は収益を上げるためにお金を提供するみたいな話もありました。また、高齢の母が自宅でソーラーシステムの投資の権利の勧誘を受けた。これもソーラーシステムを見たこともないのにお金だけが動く。多分、権利というものが曖昧なところが残っているので、権利といっていけば何とかお金を引き出せるという現象が起きているのです。ぜひ、すき間のない方向で権利については対応していただきたいと思います。

以上です。

○後藤座長 ありがとうございました。

よろしく申し上げます。

○消費者委員会石戸谷委員長代理 オブザーバーですけれども、テクニカルなところなのでちょっと発言させていただきたいと思います。

私も消費者庁のたたき台の方向で結構だと思いますけれども、そのときに個別論点として残るもの、いわゆるすき間の部分が生じないように定義するという事は十分可能だと思います。先ほども御紹介がありましたが、役務自体が労務または便益ということで、非常に幅広い概念であるので、従来の消費者庁の解釈と運用をベースにしても十分対応可能だと思います。

従来は行政処分などの例を見ていまして、CO2排出権取引だとか、適格機関投資家等特例業務の悪質なものについて、役務の提供ということで捉えて処分しているわけですが、二者間取引を役務、三者間取引を権利という考え方をベースにして、すき間なくということであれば、従来の解釈運用の延長線で捉えられるし、かつ、すき間もなくなり、さらに適用除外についても役務のところでは26条で一旦全部検討しているわけですので、改めて権利について1から検討する必要はないのではないかと思います。

ですので、例えば両替についても両替という役務の提供と捉えることができるし、そうすべきだと、圓山茂夫「詳解 特定商取引法の理論と実務」（第3版）では既にそういう考え方が示されておりまして、これは消費者庁の解釈運用で十分このように捉えられると述べているので、すき間なくということも②をとった場合でも十分可能ではないかと思います。

○後藤座長 ありがとうございます。

花井委員、よろしく申し上げます。

○花井委員 第一回会議のときに質問させていただき、また、皆さんが仰ったことに重なるのですが、前回の改正のときに、権利についての相談件数が少ないとか、外延がはっきりしないという理由で先送りされたために、相談現場ではわけのわからない権利に関する相談が急増し、これは権利だからクーリング・オフもできなければ法の適用も受けないよということがすごくあり、それがどんどん募ってきて、やっと、今回の会議の開催ということになったわけなので、今回こそは、強く漏れがないようにということを思います。

案がどれというよりも、むしろ②案にするならそれでもいいのですけれども、残っている先ほど言われた交換のことだとか、今後、漏れが出ないようにするためには、どのようにこれから対応していくのかというところをきちんと検討していかなければならないと強く思います。

以上です。

○後藤座長 ありがとうございます。

ほかにございますか。

山本委員、よろしく申し上げます。

○山本（明）委員 ありがとうございます。

この指定権利制については、東京都もかねてから国に対して廃止の方向で要望してまいりましたので、その方向で議論していただけるのは大変ありがたいと思っております。

どういう方法でいくかということについては、池本先生のペーパーにもございましたけれども、

交換のところは②と③のところはどうなのかというお話がありましたので、そういったところをきちんと個別論点で対応ができるという方向で進めていくのであれば、実務的な観点からも②でやっていただくのがよろしいのかと思います。

以上です。

○後藤座長 ありがとうございます。

ほかにございますでしょうか。よろしく申し上げます。

○池本委員 済みません、池本です。

1点だけ補足させてください。先ほど石戸谷委員から漏れないようにということに関連して、私のレジュメの4ページで、1点だけ意見を申し上げます。

現在の定義規定の中では、施設を利用し、または役務の提供を受ける権利として、その中で政令指定としてあります。したがって、法の文言のまま指定制だけを廃止したのでは不十分である。その不十分だというのは意見の②のところへ書いているのですが、施設を利用だけではなくて、物品の利用も入れるのかとか、投資利益を受ける権利を入れるのか。この権利の中身を列挙する書き方ではまたまた漏れが出る可能性があります。その意味では、権利あるいは財産権という商品・役務・権利とすっきりと規定して、その意味合いは解釈で明確に示すのか、あるいは法文に書くのか、そこの技術的なところはわかりませんが、そのようにしていくのが適切だろうと思います。

その場合、連鎖販売取引と業務提供誘引販売取引も、実は法文上は施設を利用し、または役務の提供を受ける権利となっているのです。そこもあわせて見直しをしていただく必要があるのかと思います。

以上です。

○後藤座長 ありがとうございます。

ほかにございますでしょうか。

それでは、今の御議論で大体方向性は一致してきていると思いますが、最初に高芝委員がお話なさった許容性のところで、詐欺的取引について取り上げるかどうかということについて、ほかの委員からは取り上げるという御意見が多数あったのですけれども、先ほどの高芝委員の御意見も取り上げるな、という趣旨ではなくて、もう少し広めの視点というおっしゃり方をしておりましたので、その辺について何か御意見があればお願いしたいのですが。

○高芝委員 発言の機会をいただきまして、ありがとうございます。

私は、検討課題についてお話をさせていただいたところなのですけれども、実体性がない取引ないしは他の法律で禁止されている無登録業者の取引等について、特商法の対象として、そういうものも原則含むという前提のスキームをとるのか、そうではなくて、そういうものは原則含まない前提のスキームをとり、例外的にそういうものがあつたときに対応するのかという、前提の置き方が課題となるであろうと思っています。

そして、もし、特商法の対象として、実体性がない取引ないしは他の法律で禁止されている無登録業者の取引等も含む前提のスキーム、つまり、前回の議論の中では、外からは最初は分からないので、権利取引の外形で捉えてみてはという意見があつたかと思うのですけれども、その考え方で進

んだときに、時間はかかるかも知れないのですけれども、この取引は実体がないという判断がされたとき、ないしは、他の法律で禁止されているということが分かったときなどに、その後、特商法による取引の適正化はストップするということになるのか、ストップするとしたらどういう理屈づけでストップになるのか、という検討課題が出てくるのではないかと考えています。他方、実体性がない取引ないしは他の法律で禁止されている無登録業者の取引等であっても、他法は他法、特商法は特商法で取引の適正化を図るのであれば、何かそれはおかしいところがあるので、今回の議論の中で、御検討いただければという趣旨でお話をいたしました。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

よろしく申し上げます。

○消費者庁山田取引対策課長 済みません。今の点について、実務は実際どう動いているかということをし少し申し上げますと、特商法で我々が処分した後に警察がそれを詐欺で立件するということが起きていますし、また、これは極めて珍しい例ですけれども、警察は詐欺で引っ張った後でそれを特商法で打ったということも、現実に実務は動いてしまっているということも御理解いただきたいと思います。

○後藤座長 ほかにございますでしょうか。

今まで出させていただきました御意見ですと、たたき台にあります②の考え方を支持するという御意見が多いのですけれども、前回、③の考え方も出ておまして、ここですんなり②だということにもならないかもしれません。その辺について御意見がありましたら、お出しいただければと思います。全ての有償取引に適用するという点について、どうお考えなのかということです。

特にここで御意見がないということであれば、たたき台の②の御説明は説得的なものとして受け取っていただいたということによろしいでしょうか。

そうすると、ここでは②の指定権利制の廃止という方向で考えていくということになるかと思えます。

権利の外延のところ、財産権という意見も出ておりますけれども、基本的な方向としてそれでは疑問だとか、もっといいアイデアがあるとか、そういうことがありましたら、お出しただけからありがたいと思いますが、いかがでしょうか。

では、この点についてもたたき台で示していただいたところで異論なしということによろしいでしょうか。

どうもありがとうございました。

それでは、特商法において規制の対象範囲を指定権利以外の権利まで広げる点については、当専門調査会において、全体の合意があったということになるかと思えます。

したがいまして、この論点については8月の取りまとめに向けた準備を進めさせていただきたいと思えます。

3. 美容医療契約に関する問題についての検討

(1) 消費者庁からの説明

○後藤座長 それでは、続きまして、美容医療契約に関する問題について御議論いただきたいと思
います。

このテーマにつきましては、まず、資料2について消費者庁から御説明をいただきたいと思
います。

なお、本テーマに関連して医療分野の規制状況等に関する点について、委員から御質問等をいた
だいた場合などに、必要に応じて御説明いただくため、本日は厚生労働省にも御出席いただい
ております。厚生労働省におかれましては、御協力どうもありがとうございます。

また、本日は日本美容医療協会の西山真一郎常任理事に御出席いただいております。西山様、お
忙しいところ御出席いただきまして、ありがとうございます。

西山常任理事からは、消費者庁の説明の後、本テーマに関するヒアリングを行いたいと思
います。御説明の後、委員の皆様にご意見交換を行っていただく時間をとりたいと思
いますので、よろしくお
願いたします。

では、まず消費者庁から資料の御説明をお願いいたします。

○消費者庁山田取引課長 資料2のパワーポイントの横長の紙をごらんください。

4ページから御説明いたします。

1ポツ、現行法における位置づけということでございます。まず、美容医療ということござい
まして、国民生活センターのホームページによりますと、美容医療というものは「美容を目的とした
医療サービス」ということで、定義されてございます。

特定商取引法は政令で特定継続的役務提供という類型について、これは長期、高額にわたる役務
提供について、消費者をその拘束から解放させて救済するという規定を置いておるところござい
ます。

現行法では、いわゆるエステティックサービスというものは特定継続的に役務として指定されて
おりますけれども、美容医療サービスはその対象とされていないということでございます。

しかしながら、美容医療サービスについては近年トラブルが増加しておりますので、昨年の消費
者庁と経産省が主催して行いました特定商取引法実態把握検討会では、この美容医療についても特
定継続的に役務提供の指定をするべきだということで、今後十分に検討を加えるべきという意見が
出ておりました。

続きまして、5ページにまいります。それでは、この美容医療が医療法ではどのように位置づけ
がされているのかということの説明したペーパーでございます。医療法では入院時における書面交
付義務でありますとか、広告規制など、一定の規制はあるわけでございますけれども、クーリング・
オフや中途解約といった民事上の特別な解約ルールは定められておりません。

また、インターネット上の医療機関のホームページについては、医療法の広告とは扱わないとい
う運用がされておまして、これはガイドラインによって自主的な取り組みがなされているところ
でございます。

7 ページ、トラブルはどのような状況かということを示しております。

左上の「美容医療サービスに関する消費者の相談件数」ということでございまして、こちらは美容医療サービス全般については、4年前から1.5倍の増加を示しているというところでございます。

左側の下のほうは、そのうち販売方法とか契約・解約に関するものに絞込んだものでございまして、専ら安全性にかかわるようなものは外しているわけでございますけれども、こちらの件数も4年前から約1.6倍にふえているという状況になってございます。

右上は年齢構成を示したものでございまして、最近はだんだんお年寄りもふえておりますけれども、全体的には20代、30代のあたりが大半を占めているというところでございます。

右下のグラフは男女比でございまして、女性が多いというところでございます。

8 ページは金額的なことを見ているわけですが、左側のグラフはPIOに寄せられた相談の被害金額の合計額ということでございまして、PIOに上がってきているのはもともと氷山の一角だということでございますので、この合計額には余り意味はございまして、むしろ右側の平均額のところをごらんいただきたいのですけれども、消費者1人当たりの契約金額の平均額は約80万円。既払い金額のところは約31万ということでございまして、中途解約が認められれば、差額の約50万の部分は返ってきますし、クーリング・オフが認められれば、全額80万は取り返せるということになろうかと思っております。

9 ページ、施術の種類別の分析ということでございまして、一番トラブルが多いのは脱毛ということで、全体の18.6%が「脱毛」でございまして。脱毛はその性質上、継続的な施術がほとんどだということでございます。

2番目に多いのは包茎手術などでございまして、こちらは継続的な施術ではなくて、ワンショットの1回切りの施術が性質上ほとんどだと理解しております。

3番目の肌・皮膚表層関係のところは、コース契約になるものと1回切りのものが混ざっているというところでございます。

右側のところが消費者が消費生活センターに行って相談するまでの日数を分析したものでございまして、7日以内ものが半数近くということでございまして、これは特定継続的役務で8日間のクーリング・オフの対象となれば、救われるものが半分近くあるということを示しております。

10ページ、これはトラブルの原因別の分析でございます。一番多いのが「説明・広告内容と役務内容の不一致」というたぐいのトラブルが一番大きくて、19.1%。

その次に多いのが「役務の安全性」。18.0%。

少し飛んで「表示・説明と実際の価格の相違」というものが9.2%でございまして、サービスの内容が違った、価格が違ったというところは特商法の適用をすればかなりの部分は保護されるというところになるかと思っております。

11ページ、これはトラブルの原因別の分析をさらに深めたものでございまして、「説明・広告内容と役務内容の不一致」を原因とするトラブルでの消費者の具体的な要望は何かということでございますけれども「全額返金希望・支払拒否」というものが31.2%で最も多くなっております。

価格が違うということの原因とするトラブルの消費者の要望といたしましては、減額・返金を希

望するものが33.7%を占めてございます。

右側の表は、事業者に対して消費者が返金などを請求した後にどういう状況になっているのかということでございますけれども、現在、特商法の適用がされていないもとでは、納得がいかない説明がされたというものが13.7%。苦情への対応が不誠実というものが6.9%。解約料、違約金などが要求される、入会金が返金されないという苦情が4.1%を占めてございます。

次に、12ページに移ります。これは消費者が相談しているものをその契約の長さを調べたものでございます。もともと特商法の特定継続的役務は1回限りの施術というものは性質上適用できませんので、それを除き、さらに除いたもののうち施術の期間が判明した相談を分析いたしましたところ、2013年度中に1回限りの施術を除いて期間が判明したもののうち、92%は1カ月超の長期的な契約に関する相談であったということでございます。

特定商取引法は先ほども申し上げましたけれども、長期、高額なものを救済するということが特定継続的役務の種類の位置づけでございますので、エステの場合は1カ月超のものを特定継続的役務としているわけでございますけれども、1カ月超ということでほとんどの部分は救われるということでございます。

この92%の内訳ということがその右側でございます。解約に関する相談というものが半分以上を占めているということと、説明不足、強引、虚偽説明、問題勧誘など、不適切な勧誘行為に対する相談も一定程度寄せられているということでございます。

13ページからが事例の紹介でございます。これら特商法の適用下におけば救済される事例ということですが、長時間にわたる勧誘、強引な勧誘を行っている事例ということです。

最初のは歯科ホワイトニングでございます。説明を2時間以上受けた。もうくたびれてしまい、帰りたくて、すごく高いと思ったが申し込むことにしたという事案。

その次の事案は、にきび、肌荒れの事案でございます。強引な勧誘を受けた。3～4人に囲まれて絶対治るから大丈夫、治らないとしたらあなたの努力不足などと言われ、契約を結んでしまった。そのように言われたことにショックを受けたという事案でございます。

2ポツ、絶対痩せると不実のことを告げ、強引な勧誘を行っている事例でございます。この消費者はもともと二重まぶたにしたいと考えて病院に行ったわけですが、個室のやりとりの中でおなかの脂肪の話になりまして、絶対痩せると約1時間説明を受け、断れず契約して施術した。強い痛みを伴ったけれども、効果は感じられなかったということで、強引に進められ、高額な上痛くて効果がない施術を受けてしまったということで後悔しているという事案でございます。

14ページ、3-1、広告に掲載されているコースが実際に受けられない事例ということで、ふくらはぎの脂肪吸引でございますけれども、約20万円の施術を20%オフで受ける契約をしたということなのですが、施術の前にカウンセリングがあって、医師からは35万円のコースしか施術しないといわれた。この消費者は20万円のコースが受けられないのではということで施術を取り消したわけでございますけれども、病院のホームページに20万円のコースが掲載されていて、実際にその施術の申し込みを受けておきながら、施術直前になって一番高いコースしか施術しないということは納得できないという事案です。

次に3-2、広告と実際の施術の内容が異なる事例ということで、8,900円を一度だけ払えば無期限・無制限でシミ取りの施術を受けられるということで施術を受けたわけですが、2回目の施術に行くと、看護師からスポット数が多いので30スポットに制限するとほおだけ照射されたということで、当初の約束とは違うので返金してもらって解約したいという事例でございます。

15ページ、4ポツ、解約・返金に応じてもらえない、または返金額が少ない事例。

最初の事例、AGA治療という薄毛の治療ですが、半年コースで契約を結んで、診療誓約書を渡されたが、一切返金に応じないと書かれている。領収書もくれず契約書もないクリニックに対して不信感を持ったということでございます。

その次の事例は、医療脱毛とアンチエイジングということで、150万で契約し、その後転居のために解約を申し出たが返金は不可。返金分をサプリメントで渡すことはできると言われたが、むやみにサプリメントを飲むのは怖いと感じて断ったということで返金を希望されている事例でございます。

最後の事例、顔の毛穴に関して、1年間6回のレーザー治療を契約したということで、1回目の治療を受けたところ、効果があるのが疑問を感じ解約の申し出をしたら、3分の1しか返金できないという計算書が送られてきたという事例でございます。

17ページから論点でございます。

1ポツ、美容医療サービスに関して多数の苦情・相談が寄せられているわけですが、この美容医療の役務提供契約に対して、対応のあり方の検討が必要ではないかという問題提起でございます。

2ポツの(1)が、必要な対応ということでございまして、現在でも医療法や景品表示法、業界の自主規制による対応も行われているわけですが、特商法の特定期間継続的役務提供類型における解約規定や勧誘・表示規制等で対応することも必要かという問題提起をしております。

赤い枠囲いの中に少し細かい点を書いております。1点目は診療契約については民法上の準委任契約だということで、救済を行った裁判例もあるわけですが、実際には解除権放棄特約や高額な違約金が設定されている場合もあり、民法による対応では事実上契約解除しがたい状況になることがあり得るのではないかと書いてございます。

2点目のところは、少し私どもおわびをしないといけないのですが、公表されていないものではないのですが、過去、消費者庁が美容医療サービスというものは、特商法41条2項2号に当たらないのだと、だからエステの条文では読めないのだということを非公式にそういう解釈を示したことがございまして、それが相談員さんの間でそういう理解が広がっているということでございますけれども、医療というのは先ほども申し上げたように準委任契約でございますので、例えばがんを治すとか、そういうことをについて最善の努力を果たせば、それは契約は履行したということになりますので、特商法41条2項2号の目的が実現するかどうか確実ではないものという整理になりますので、この条文には該当する。その上で政令指定されるかどうかの問題だということをご改め確認させていただきます。

次のポツ、1回で終わる長期的とはいいたい施術もたくさんあるわけですが、そういう

ものについて、消費者トラブルが発生している状況に鑑みると、特商法での特定継続的役務提供での対応は一部分の解決にしかならないのではないかと書いてございます。

18ページ、(2) 具体的な規制対象ということで、仮に特商法で規定する場合にはその範囲をどのように定義するかということでございます。

箱の中にいろいろ書いてございます。ここの定義というものは箱の中にcfという下のところに書いてございますけれども、エステの今、読んでいる条文、これはエステということで理解してございますので、これに並べる形で恐らくは美容医療の定義をするということになるかと思いますが、その具体的な定義の書き方については、大変申しわけないのですが、今日の時点ではうまくお示しすることができておりませんので、オープンな形になりますけれども、その範囲をどのように定義するかということで、オープンな問題提起の形になってございます。

仮に特商法で規定する場合は、損害賠償額の上限であるとか、クーリング・オフできる関連商品の範囲というものも定めなくてははいけません。これについても、今後業界の実情をよく伺って、検討を深めてまいりたいと思っております。

今日のところで全てを決め切るということではなくて、今日、このように問題提起をし、今後そういう点を詰めていくことにしたいと思っております。

以上でございます。

(2) 日本美容医療協会からの説明

○後藤座長 どうもありがとうございました。

続きまして、日本美容医療協会の西山常任理事から御説明をいただきたいと思えます。10分程度でよろしく願いいたします。

○日本美容医療協会西山常務理事 西山でございます。このような席にお呼びいただき、ありがとうございます。

私のほうでは資料3を見ていただきますとおわかりになります。協会における自主規制等の取り組みでありまして、公益法人日本美容医療協会では、美容医療のトラブル原因の多くは医療広告ということで、協会設立時から20年以上になりますけれども、広告の適正化ということに取り組んできました。

その主な内容は、平成6年に医療広告の自主規制コードをつくり、当時の厚生省から都道府県に通知していただきました。また、違法広告に対し、それを出している医院、広告会社、出版社に対し、一つ一つ違法広告である部位を指摘し、修正していただけるよう文書を送付しました。

さらに、美容医療と広告という論文を日本美容医療協会のホームページに載せ、公開するとともに、同名学会が2つある日本美容外科学会、その両方に論文として載せました。

医療広告ガイドラインの最後の表に1つずつ文言を載せ、それが広告可能か不可か、その理由も載せました。

また、電話相談やネットでの相談を受けている中で、金銭の問題も多々あり、下記のような実態

があります。これらに関しては当協会のホームページに載せて注意するように働きかけています。

1つは、包茎問題として必要のない処置をし、値をつり上げていく。いわゆるトッピング商法。これは主に包茎専門クリニックに多いと思います。

次に、手術費を不当に低く見せる手法として、例えば今手術すれば半額ですよと、それでも高いという場合には、モニターになればもっと安くするといったあり得ない金額を最初に言い、次第に下げることによっていかにも安くなったように見せる詐欺行為的な方法。これは一部のチェーン店に多い。

いかにも安い金額の広告をしていて、実際は他のいろいろな部位の脱毛を進める。これはエステ店に多い。

施術の予約をしたが、解約したいといったときに、キャンセル料を払えと言われた。幾らが適正なのだろうという問い合わせ。キャンセル料に関しては、医療法の中には決まりはないと思いますが、協会の相談室には時に相談があります。協会理事会ではホテルなどのキャンセル料と同じようにしてはどうかといった意見もありますが、まだ積極的な動きはありません。

当協会は医師によって構成されているために、医療行為のトラブルに関してはお答えできるのですが、これら金銭的なトラブルに対しては弁護士の先生を紹介するようにしております。

トラブルを起こす医院を考えますと、ほとんどが広告にお金をかけ、患者を呼び込もうとしているところばかりです。広告をきちんと取り締まるのが先決ではないでしょうか。

当協会にはさまざまな委員会があり、会員委員会において入会時の会員資格を審査した上で理事会でも審査しています。医道委員会もあり、患者からのクレームが協会に届けば、内容を確認した上で回答し、医者の方にももし改善が必要と思われるものであれば、その旨伝えております。

さらに広告の規制を守っていることや、過去3年に医師法に違反していないことなど、協会の定める認定基準を満たしている医師。これは形成外科専門医であり、かつ美容外科専門医になるわけですけれども、審査の上適正認定医、いわゆるマル適として認定証を交付しております。

美容医療従事者についてですけれども、当協会の会員数は約500名で、主に形成外科を学んだ日本美容外科学会（JSAPS）会員になった者が会員になります。

日本美容外科学会（JSAPS）のほかに、開業医を中心として日本美容外科学会（JSAS）学会があり、正式に会員名簿が出ているのは公益法人美容医療協会とJSAPSです。

JSASはそのホームページ上に会員名簿がありますが、希望者は載せないということですので、全て載せているようではありません。

どちらの学会にも属していない美容外科医の人数は不明ですが、当協会会員の組織率は約50%とっております。

美容医療が特商法の対象になった場合の影響についてですけれども、当協会の会員で目につくような違反広告をしている者は非常に少ないと思います。特商法の対象となりそうな契約は脱毛やシミのような一度で解決できないものではないかと思えます。しかしながら、これらについてもその都度払いにすれば特商法の対象となり得ず、全く問題を生じないと考えております。

当協会理事は下記のとおり意見を述べております。

1つ、医療行為全般について特商法で規制することについては違和感がある。

2、美容医療に対し特商法を適用することについては賛成。

3、法律を適用されたとき影響があるのはチェーン展開してキャンペーン割引をしているような医院ではないか。

4、前払い（チケット制度）などの場合、返金に影響が出るが、その場合でも特商法の規定では既に施術した分まで返金しなければならないということではないので、余り問題にはならないと思う。

5、例えば医療脱毛1回3万円、5回セットなら12万円などの場合やピーリングのセット料金については、施術していない分の解約が返金対象になるのならいいと思う。一部クリニックでは、不当に高額な契約もされているようであり、そのような料金の返還があってもいい。医師が料金を告げているのではなく、事務員が取り囲んで契約させるようなものは、少なくとも問題だと思う。

以上のような意見がありましたけれども、法規制強化ということに対しては賛成する者はいないと思います。今、起きているトラブルなどを考えますと、真つ当な医師の医療行為を促進し、安心して美容医療を受けられるようなある程度の規制はやむを得ないだろうと思っております。

ありがとうございました。

(3) 意見交換

○後藤座長 どうもありがとうございました。

それでは、ここから先はこれまでの御説明内容をもとに美容医療契約に関する問題につきまして、特定商取引法の規制のあり方をどのように考えるか、議論をしたいと思います。

御質問、御意見がある方はお出してください。よろしく願いいたします。

○国民生活センター丹野理事 オブザーバーですけれども、発言をさせていただきたいと思います。

美容医療サービスに関する相談は相談の中でも非常にセンシティブな相談に属します。それは被害の深刻さ、金額の高さだけではなくて、身体への侵襲行為が行われて、その結果に怒りや心の傷を抱えて、本来決して積極的には相談しないような方が相談せざるを得ないようになる。そういう相談が非常に多いのが特徴でございまして、施術を受けてから何年もたってから相談する方も少なくありません。

先ほど課長のご説明にありましたけれども、そのような美容医療の契約関係に関する相談に助言やあっせんを行っていますが、訪販や電話勧誘販売等で勧誘・販売されていないことと、従来は特商法の特定継続的役務で読むことはだめですよと言われていたと私どもは思っておりましたので、特商法では対応してきておりません。

ただし、特商法41条を素直に読めば、専らエステサロンを対象に規定はしているけれども、条文を素直に読めば施術者の規定はないので、この規定が美容医療と差があるとは必ずしも思えないと思っております。

先ほどどのようにおっしゃっていただいて、今日は大変ありがたいと思っております。

また、美容医療は医療であります。不要不急の色合いが非常に強い医療だと思っております。役務提供を行う消費者契約ですが、契約締結のトラブルが非常に多くあるにもかかわらず、実際には厚労省さんが隣においでになるので言いにくいのですが、医療法では十分な消費者保護が必ずしも達成されていないように思います。そうすると、現実には被害がこれだけあり、またこれからアンチエイジングの風潮の中で、ますます美容医療を受けようとする年代が広がっていくと予想される中では、網をかぶせていかなくてはいけないだろうと思いますので、少なくとも特定継続的役務の要件である一定期間、金額に該当する美容医療は、ぜひそこで読んでいただければありがたいと思います。

もちろん、美容医療の中でも手術みたいなものは1回ぼっきりという手術が多いのですが、その部分は対象外にはなってしまいますが、それでも美容医療が特定継続的役務の対象であるとされれば、今後の被害救済や未然防止、拡大防止に大いに資することになると考えておりますので、ぜひお願いしたいと思います。

○後藤座長 ありがとうございます。

よろしく申し上げます。

○消費者庁山田取引課長 今、丹野理事から御発言があったことについて、若干御説明をさせていただきたいのですが、17ページにありますところで私は先ほど特商法の法律の第41条の2項2号に当たらないという解釈を過去消費者庁は非公式にしたことがありますということをおわび申し上げて、そこには読めるのだということをお知らせしました。

18ページに、その上で政令のところでエステの条文ということでこの箱の中のcfと書いてある条文がございまして、この条文はエステを読むということで、世の中の理解も定着していると思いますし、それはこの施術というのは専ら身体への侵襲を伴わない施術を言っているのだということで限定的に解釈してございます。

その上で、今回仮に美容医療を追加するという事になったときに、このエステの条文をいじるのか、それとも新たに条文の項目をつけ加えるのかということは、もっぱら法技術的な話になりますので、法制的な検討でおのずから落ち着くところに落ち着くと思いますが、恐らくは既にエステとして定着している条文の解釈変更でやるよりかは、追加をして新たにお示しするということがわかりやすかろうとは思っております。

以上でございます。

○後藤座長 ありがとうございます。

ほかにもございますでしょうか。

よろしく申し上げます。

○河野委員 先ほど御提示いただきました美容医療についてなのですが、消費者庁さんのほうから論点整理がされています。資料の17ページ、まず、必要な対応ということに関しての最初のポツ、発生している苦情・相談については医療法や景表法、業界の自主規制による対応が行われているが、特商法の特定継続的役務提供類型における解約規定や勧誘・表示規約適正法で対応することが必要かということに関して、意見を申し上げたいと思います。

最近美容医療の種類がふえまして、雑誌や電車広告など、消費者向けの派手な宣伝がたくさん行われています。それに伴って、さまざまな美容医療についての被害が発生していると聞いておりますし、それに対して適切な対応がとられていません。複数回にわたる施術について、一括して契約し、一括支払いをするため、中途解約等のトラブルが多発していると思われまます。

ぜひ、政令の改正を行って、継続的な美容医療の契約については、今回の特役ということで指定する必要があると考えております。

本日、欠席されております村先生が意見書に書かれていますけれども、例えば脱毛で言えば、医療機関によるものとエステサロンによるものとが混在しているような場合、脱毛したと思って契約した消費者が契約相手が医療機関かエステサロンかによって特商法の適用があるかないかなど、そういった問題を生じていると思っております。医療機関で契約した場合には、消費者を救済する制度の適用というものはございません。消費者にとっては極めて不合理な事態だと思っております。

本日、お示しいただきました資料でも、美容医療サービスに関する相談というものが増加傾向にありますし、契約金額の平均が80万円、既に支払った金額の平均も30万円超と非常に高額になっています。消費生活相談等に寄せられます被害実態をしっかりと分析して、ぜひ継続的サービスに該当する取引については、特役対象としてしっかりと今回指定していただければと思っております。

美容医療サービスにおいて、この継続的ではない、1回で終わる長期的とはいいがたい施術についても消費者トラブルが発生している状況を鑑みると、特商法の特役提供の対応は一部分の解決にしかならないのではないかと論点の2つ目なのですけれども、このことに関しましては、確かに1回の施術については対象とするのは難しいかと感じるところですけれども、ただ、安価な施術の広告を誘引するとして、その施術は効果が期待できないとか、他の高額な施術を勧める例が見られます。ぜひアポイントメントセールスの要件と、他の訪問販売としての取引規制の対象となるはずのものもありますから、美容医療の1回施術のトラブルというものがたくさんあるということ念頭に置いて、特役ではない違うところでこのことは議論していただきたいと感じています。

論点が4点示されていますので、それぞれ御意見を申し上げたいのですけれども、18ページ、3つ目の仮に特商法で規定する場合はその範囲をどのように定義するかということなのですが、本日、資料では苦情や相談が多い美容医療サービスで特定継続的役務提供に該当しそうな役務は、増毛、発毛、植毛等、それから脱毛、肌・皮膚表層関係、審美歯科を含めている歯が認められますけれども、これらについては、ぜひ特役指定となるようにしていただきたいと思っております。

ただ、役務の個別指定では後追い規制となってしまいますので、美容医療サービスで継続性がある役務については、基本的に全て網羅できるようにしていただきたいというのが要望です。

病気や事故の治療目的の美容医療の除外については、これはやむを得ないと考えたいと思っております。

そのほかは、現行エステが提供期間が1カ月を超え、支払金額が5万円を超えていますので、類似取引である美容医療サービスもこの要件水準が妥当であるかと思っておりますが、ほかの方の御意見もぜひ参考にしたいと思っております。

現在、6類型に適用されている誇大広告、迷惑な勧誘、迷惑な解除・妨害等の行為規制についても、ぜひ適用していただくことを望みたいと思っております。美容医療だからといって適用除外というも

のをつくらないでいただきたいと考えています。

以上です。

○後藤座長 ありがとうございます。

西山常任理事、よろしく申し上げます。

○日本美容医療協会西山常任理事 すみません。今、お話を聞いていまして、美容医療ということに関してエステも全部含めるというのは、我々としては非常に心外だと思っております。要するに、美容医療という医療であるのとエステというのは何の資格もないところで一緒くたにされるというのは、一つ問題があるのではないかと。

例えば脱毛などでは、厚生労働省のほうでは違法とっております。要するに、永久に脱毛できる状態では皮膚に何らかの障害を与えるわけですから、これは違法ですし、おとしですか、大坂のほうの裁判でも違法ということが言われております。エステでやるのは彼らが言うのは減毛するかという言い方をしています。脱毛ではないのです。減毛するということです。

だけれども、広告では脱毛になっていますし、極端な話、脇とVラインが100円ですよとって広告に出しています。そういうのは医者の方では出していないと思います。それを全部ミックスして、美容医療で相談されると非常に迷惑だという感じは受けます。

ありがとうございます。

○後藤座長 ありがとうございます。

花井委員、よろしく申し上げます。

○花井委員 お願いします。

私もいろいろ過去の相談について、調べてきたのですがけれども、国民生活センターの方が言われたように、ここ3年で地方の岐阜でも美容医療の相談が急増していました。それは大都市名古屋が本当に近くにあるため、多くの相談が、名古屋駅周辺に行って美容医療のトラブルに遭うというものでした。先ほど言われたように、実際にエステに行っても、「レーザー脱毛だとは美容医療のほうに行きなさいね」ということで、入口はエステなのですが、美容医療の契約をしてしまうなどというケースもかなりありました。そこで解約を申し入れても、一度契約した以上は解約できないよという相談が何件もありました。

問題になるのは勧誘の方法だったりとか、広告などではないかと考えています。よって、美容医療を特定継続的役務提供に入れていただきたいと思います。

先ほど問題となりました41条の2項2号のことについて少し情報提供させていただくと、岐阜に小顔整形の整体院がありまして、それが裁判をしたところ、小顔整形もエステに当たるということでクーリング・オフされた例がありましたので、我々消費生活センターでは、これを例に出して、クーリング・オフだということを日ごろの実務の中ではやらせていただいています。

あと、特商法の範囲というのか、これからの議題としては、どういうものをこの美容医療サービスという7つ目の中に入れていくのかということは、今後もう少し議論が必要なのかと思いますが、先ほど河野委員が言われたように、いわゆる医療行為を受診して、最後に美容医療を受診するようなものは除外せざるを得ないのかと思います。

美容医療を特定継続的役務提供に入れると、クーリング・オフが適用になったり、あるいは中途解約が使えるので、随分助かる例もありますので、ぜひ入れていただきたいと思います。しかし、先ほどの事例の中で1回だけの施術によるトラブルも随分ありましたので、その辺はいわゆる個別業法のところになるかと思いますが、ぜひ厚労省の方も今日、いらっしゃっていますので、そこら辺は何とか消費者保護の観点を重視して御検討いただきたいと思います。

以上です。

○後藤座長 ありがとうございます。

池本委員、よろしくをお願いします。

○池本委員 池本です。

幾つかもう既に意見が出ていますので、若干補足的な発言になります。

資料4-1の6ページ、7ページに少しレジュメを加えてあります。これ全部をお話するのではなくて、何点か気づいたことに絞ります。

先ほどエステティックと美容医療との違い、決してこれは一緒くたにするということではなくて、従来は違うものとしてエステティックの概念とは区別されていたということに関連して、ちょっと私の理解なのですが、先ほど消費者庁からも御説明がありましたが、この特定継続的役務提供というものは特に中途解約違約金とか、そういうところもあるので、業種・業態でくくって指定しているということがあります。

例えば消費者庁の資料2の19ページで見ますと、家庭教師と学習塾というものは入学試験に備えたり、学校教育の補習という意味では同じことをやっているのですが、事業者が用意した場所でやるのか、それ以外のところ、通信教育だったり家庭訪問したり、業態が違うのでわざわざ分けてあるのです。これは違約金とか、その辺の業態の違いが規定の中身にかかわってくるからわざわざ分けている。

エステティックを議論したときに、まだ美容医療が正面から大きな問題でなかったということもあるのかもしれないのですが、医師が身体に侵襲を加える医療行為というものと医師でない者がやるエステティック施術というものは、社会的にも概念は違うという受けとめがあったので、先ほどもありましたけれども、身体を美化する施術というのは、医療行為以外を指すと事実上概念されていたのだらうと思うのです。

今回、医師の医療行為の中で美容医療がこれだけ問題が出てきたとなれば、美容目的とした施術のうち、身体に侵襲を加えるものというものを独立の項目として立てて、また、規制のそれぞれの規定についても美容医療の実態を調査した上で関連商品とか損害額の上限もエステとは違うのかもしれませんし、そこは少し実態調査をしていただいた上で、より適切なものを定めていただくという必要があるのかと思います。

その意味では、どういう定義がいいのかという論点ですが、現在のエステティックは「皮膚を清潔にし若しくは美化し、体形を整え、又は体重を減ずるための施術」という言葉ですが、先ほど来紹介された美容医療の中で現に継続的な取引でトラブルが起きているものが、この概念で本当に入るのか、むしろ実態を前提にそれが定義の中に盛り込まれるように考えると、あるいは多少表現

が変わってくる、追加するものがあるのかということはあるかと思しますので、実態を前提に定義をもう一回見直すとしていただくことが適切かと思します。

最後に、保険適用があるような病状の治療のようなものは、保険適用の場合は基本的にその都度清算になるはずですから、継続的契約にはつながらないはずなのです。保険適用を除くと書くのか、書かなくても事実上外れるとなるのか、そのあたりはわかりやすさということで御判断いただければいいのかと思します。

以上です。

○後藤座長 野坂委員、お願いします。

○野坂委員 先ほど西山常任理事の説明を伺って、幾つか質問というか意見を申し述べたいと思します。

自主規制行動あるいは医療広告ガイドラインができていているということですが、伺いますと学会が2つあったり、あるいは組織率が50%程度ということで、2つの学会あるいは協会に参加されていない方もかなりいらっしゃる。要するに実態がよくわからない点があるのかと思っております。

そうしますと、自主規制に幾ら取り組んでいてもなかなか被害がいろいろな形で出てきている。その被害を食いとめることができにくいのかと思します。

そういう意味で、西山常任理事の発言の中で、ペーパーにも出ておりますけれども、美容医療に対して特商法を適用することに賛成であるという指摘は大変重たいと思します。業界みずからそのように思っている。つまり、真つ当な業者といろいろなトラブルを起こしている業者が混在している中では、特商法を適用して悪質な業者については、しっかり取り締まってほしいということで理解してよろしいのでしょうか。

それは後でお答えいただくとして、もう一つ、エステと美容医療を一緒に取り扱われることについても問題だと指摘されました。この点も重要だと思うのです。これだけ被害が拡大している中で特商法が美容医療の問題、トラブルに対してしっかりカバーするというのだという姿勢を明確にすることが大事だと思します。

そういう意味では、エステの中の解釈変更ということではなくて、先ほど事務局が説明されたように、美容医療を取り出して特商法がしっかりこれから悪い事例については厳しく見ていきますという姿勢を明確にすることが大事であろうと思っております。

それから、外延の問題ですけれども、確かに先ほどの指定権利のときも当初は外延があやふやだったからということで、20年改正ではフォローできなかったわけですが、結果的に数年たってみると外延があやふやだということで先送りしたことが後で響いてきているということも言えるわけでありまして、今回の現状からすると、外延が不明確ではあるけれども、ここは何とか工夫していただいて、ほかの委員がおっしゃっているように漏れがないように最善を尽くす形で今の対応が求められると思っております。つまり美容医療をしっかり指定して対応するということが妥当だと思っております。

以上です。

○後藤座長 どうもありがとうございます。

西山常任理事、何かコメントございますでしょうか。

○日本美容医療協会西山常任理事 2つの同名学会がある。内容がいかげんではないかという話なのですが、美容外科の標榜化がなったときに、いわゆる昔からあった美容外科と形成外科出身の医者とが同時に日本美容外科学会というものをつくったのです。これが一緒になるという話を最近までしていたのですが、余りにも相入れないというか、内容が違い過ぎるということがあります。

それに目をつぶって一緒にしよう、そのほうが消費者にとってはわかりやすいだろうという意見があった。ところが、もう一つの学会のほうで財団法人の委員長というか、彼が一緒になったときに自分たちの会員は全部1回目はマル適とか何かが取れたにしても、専門医は取れなくなるだろう。だから一緒になるのはやめたほうが良いという話で、結局話が進まなかったという例はあります。

それから、美容医療というものを例えば私たちは美容外科医と思っています。形成外科医であり美容外科医。そうすると、美容外科というものはどういうことかという、皆様は美人をつくるのではないとか、そういう考えかもしれませんが、美人の定義というのは何だという話になってきますし、我々としては患者さんが悩んできた悩みに対してどう解決してするかという考え方をしています。ですから、非常に美容外科という言葉自体がこれでいいのかという話も中ではあるのですが、標榜化された以上はそれでいこうという話になっているものですから、その辺をお互い話をしていてもちょっと誤解があるのではないかという気がします。

あと、外延というのは何でしたか。

○野坂委員 それは西山さんというより消費者庁に対する私の指摘であります。要するに私が懸念するのは組織率50%とあって、カバーされていないその他いろいろな方がいらっちゃって、実態が把握できていない。そういう中にこそいろいろな問題を起こす業者さんがいるのかという懸念を持っておりまして、それゆえに自主的にガイドラインとか、さまざまな取り組みをされていても、漏れが生じている。そここそ特商法でカバーしなければいけないのではないかという問題意識であります。

○日本美容医療協会西山常任理事 我々としては、消費者、要するに患者さんがよくなればいいわけであって、それはどういうやり方であっても本来はいいと思っております。

○後藤座長 ありがとうございます。

増田委員、よろしく申し上げます。

○増田委員 美容医療サービスを継続的役務に入れていただきたいということの理由を少し追加させていただきたいと思います。

私の資料にも一部入れましたけれども、共同購入クーポンをきっかけとした美容医療サービスの身体危害というものもございますし、高齢者のアンチエイジングの分野については、これからますますふえるだろうと思います。お金を持っている高齢者が少しでも若くいたいというのは当然の希望でございますし、しわ取りに行ったときにその日の300万以上の契約をしたとか、そういう相談も寄せられているのが現状です。

実際に消費生活センターが交渉する際に、相手がお医者様であるということになりますと、非常

に交渉が難しい状況ですので、そこが速やかに解約料の清算などで解決ができるということは大きなメリットがあると感じております。

緊急性のない美容医療サービスに関しましては、少なくともその日のうちに施術するということが少なくなるということは、トラブルが少なくなるのではないかと期待しているところです。エステとは別に規定を設けていただくほうがいいのではないかと考えております。

もう一つ、エステティックと判断がしがたい部分、美容医療がエステかまたは、それらとは異なる美容サービスがありますので、そういうものについてはエステの部分でも改正などを考えていただきたいと思います。小顔矯正が景表法で処分されましたけれども、特商法の対象となるよう、ぜひとも検討していただきたいと考えております。

以上です。

○後藤座長 ありがとうございます。

ほかにございますでしょうか。

山本委員、よろしく申し上げます。

○山本（明）委員 ありがとうございます。

2点ほどお話をさせていただきたいと思うのですが、1回限りの施術についてですけれども、消費者庁さんの資料ですと、フェースリフトがそれほど大きな数字になっていないのですが、これが2009年から2013年の累計なのでこういう形なのかと思うのですが、最近都内で割とフェースリフト、リフトアップに関する相談がふえておりますので、1回限りの施術についての対応というものも考えていかなければいけないかと考えております。

そういったこともあって、年齢構成でも7ページのところにあります全国の年齢別の比率よりも、都内のほうが年齢層が高くなっているということが出ております。1回限りの施術の場合、典型的といっているのかどうかあれなのですけれども、インターネットの広告を見てクリニックを訪れて、自分が希望していた施術ではないものを不意打ち的に勧誘を受ける。かつ、即日の施術であれば割引になりますからということをお言われたり、かなり迷惑を覚えるような勧誘を受けているということがありますので、訪問販売のアポイントの類型というか、アポイントメントセールスの特徴があらわれている。消費者が出向いていくわけなのですけれども、そういう傾向がありますので、アポイントメントセールスの要件を少し検討していただいて、対応していくという方法があるのではないかと感じております。

いろいろ課題はあろうかと思えますけれども、そこは検討する価値はあるのかと思えます。

2点目としましては、これは我々も法執行をやっておりますので、その観点からの課題という感じなのですけれども、トラブルの多くは迷惑を覚える勧誘の部分ですので、ほかの類型と同じような対応ができると思うのですが、不実告知とか重要事項不告知については、事前の説明の中で施術の効果ですとか、施術後の状況についても説明があるわけなのですけれども、そこがどういったものが不実と言えるのかというところが微妙なところがあると思うのです。施術の問題なのか、あるいは患者さんというか、消費者の個性によるものなのか。この辺であることもあり得ると思いますし、ただ、いろいろな相談情報を見ますと、明らかに不実と言えることが明らかというか、

不実ではないかと考えられるものがありますので、その整理をしていくことが必要だと思いますし、それをやっていくことはできるのではないかと考えております。

以上です。

○後藤座長 山田取引対策課長、よろしく申し上げます。

○消費者庁山田取引対策課長 今回の山本委員の発言に関連して、アポイントメントセールスに関する問題というものは、前回の資料7で今後のスケジュール表の中にも明記しておりますので、それはその問題として取り扱って、結果として執行しやすくなるようにということは予定しております。

以上です。

○後藤座長 ありがとうございます。

有山委員、よろしく申し上げます。

○有山委員 過去には、割販法の改正があった前後、未成年者にクレジット組ませるような美容外科がありました。専門の部署を設けていました。脱毛に関しても継続的に施術を受けている間にこうすれば1回で終了するというので、また高額なものを重ねて売っていく。美容医療でも今後関連商品を販売していくなどということもあり得るのではないかと思います。きちんとエステとはまた別に、美容医療として規制を検討いただきたい。定義をきちんとしていただきたいという思いがあります。

以前、エステと美容外科が併設されていて、そこに入った患者は美容外科の部屋に行ったりエステの部屋に行ったりして、それ以外に重ねて関連商品を買ったなどという事例もあります。美容医療に関しては、私が知る限りではお医者様はそれほど関与していなくて、お医者様のための待ち時間を設けて、その待ち時間に営業というのでしょうか、対応する職員がお医者さんとは別に過剰な期待を抱かせるようなセールストークをするということもあります。きちんと規制をしていただきたいと考えております。

以上です。

○後藤座長 ありがとうございます。

ほかにございますでしょうか。よろしいでしょうか。

申し上げます。

○野坂委員 せっかく厚労省の方が出ていらっしゃるので質問したいと思いますが、1回限りの施術の場合は特商法の場合、長期・高額ということではないということで対象にできないわけですが、1回限りの施術についてもかなりトラブルが多いという中で、厚生労働省として、この問題にどう対応されようとしているのか、教えていただければと思います。

○後藤座長 よろしく申し上げます。

○厚生労働省医政局総務課担当者 御質問ありがとうございます。厚生労働省医政局総務課でございます。

まだ、お答えになっていないお返ししかできないのですが、そもそも美容医療というものは医行為を通じて喜びを与える医療ということでございますので、消費者保護、患者さんの保護という観点では非常にこの問題は重要と認識しております。

また、医師・歯科医師は職能集団でございまして、日本医師会や日本歯科医師会もこの手の問題に対しては大変重大な関心を示しているということで伺ってございますので、本日は議論のきっかけということで事務局から事前に伺っておりますので、本日を契機として、また専門的な議論をするときには、日本医師会、日本歯科医師会さんも交えた御議論をお願いできればと思っています。

今までのお話をお伺いしておりますと、本当に困った事例、本当にとめなければいけない事例を何かしなくてははいけない。

一方で、真摯に美容医療に取り組んでいらっしゃる方々が萎縮するのはよくないというバランスもあるかと思っておりますので、ぜひ今後専門的な検討が続けられると伺っておりますので、その際はぜひ職能集団を交えた検討を深めていただければということが、現時点でお願いでございます。

○後藤座長 ほかに厚生労働省の担当の方に御質問なり御意見はございますか。

よろしく申し上げます。

○池本委員 池本です。

今の御発言に直接関連ではないのですが、参考資料としてお出しになっている中で、広告規制についてというものでこの資料の3ページ、4ページにはホームページの内容の適切なあり方に関する指針、ガイドラインをつくっておられます。

ただ、その大前提として消費者庁の資料2の5ページの医療法の全体的な説明の広告規制のところにあるのですが、インターネット上のホームページは原則として広告とは扱わない、バナー広告にリンクしているようなものは除いて、それ以外は原則として広告とは扱わない。自主的な取り組み、ガイドラインで自主的なものでやっているのだという説明だろうと思うのです。

先ほど来出ていた美容医療の問題は、悩みを抱えている方だから自分でホームページとかいろいろ調べて、ここは安くてすばらしい効果がありそうだ、あるいは体験だけでもできそうだといって行ったら、非常に高額なものを一気に契約させられるというトラブルだと思うのですが、まさに施術の内容、必要性、金額、契約条件にわたるようなことの表示も含めて、そもそも広告と扱わないということはどのように理解したらいいのかということとはちょっとよくわからないのですが、そのあたりを教えていただければと思います。

○後藤座長 よろしく申し上げます。

○厚生労働省医政局総務課担当者 資料にもございますように、今、池本様からお話がありましたように、医療機関ホームページの内容に関しましては、厚生労働省の中での検討会の結果を踏まえまして、現在のような取り扱いになっているところでございます。

また、こちらにつきましても、指針などをお示しして自主的にお願いしたいということで、現在行っているところでございます。

ただ、そちらにつきましても時代の流れを踏まえた上で、また見直す点も出てくることもあるかということで、検討会の事務局をしています私たちとしては考えています。

現時点でお答えできる範囲は以上でございます。

○後藤座長 ありがとうございます。

厚生労働省に対して、今、御質問という形で、あるいは御意見という形で御発言いただきました

けれども、資料の読み方等、厚生労働省の担当の方から何かつけ加えることはございますでしょうか。

○厚生労働省医政局歯科保健課担当者 医政局歯科保健課の高田と申します。

今回の論点にも範囲をどうするか、という話がありましたけれども、例えば「肌」とか「脱毛」とか患者本人が見ることができるものは、実際に疾病が有るか無いかに関わらず、美容目的というくくりになりがちなのかもしれないと思っております。

「歯」についても同じように、本来であれば咀嚼であるとか、構音であるとか、そのような機能を回復させることを目的としているのですけれども、患者さんとしては、例えばそれがきれいな歯並びになること。例えば歯の形をおぎなうことというのは、治療ではなく美容だと捉える可能性があります。

また、今回、消費者相談のリストの中に部位であるとか技術という仕分けの仕方があろうかと思っておりますけれども、実際に医療行為をするときには、お医者さんが診断した上で、病気があるかないかということを確認した上で、それを直す方法を探るといってございまして、部位や技術で決めるというよりは、何が美容目的で何が治療目的だったのかということの視点というものが非常に重要ではないかと思っております。

あと、歯科の業界で申し上げますと、実際には疾病の治療に当たるようなものが保険診療ではなくて自由診療に当たっているものが多いございまして、そのあたりも歯科については難しい課題かと思っております。

繰り返しになりますが、例えば歯の位置異常でありましたり、歯の着色でありましたり、そのようなものを治すのは基本的には歯科医療行為と捉えておりますので、あらためて申し上げたいと思います。

以上でございます。

○後藤座長 ありがとうございます。

ただいまの御説明に対して何かございますでしょうか。よろしいでしょうか。

○消費者委員会石戸谷委員長代理 先ほどの御説明でよくわからなかったことがあるのでお尋ねしたいのですけれども、今後の検討というところで、美容医療については消費者委員会の本会議のほうでもたびたび厚生労働省のほうにおいでいただいて、議論をやっているわけですが、例えば121回本会議では、特商法と医療法等の議論があったときに、厚生労働省のほうからはそれぞれの持っている法律の特性を踏まえて見ていくと、我々としては医療法というよりそうした法律のほうの方が適切ではないかと考えているわけでございますということが述べられておまして、特商法でやってくださいという考え方なのかと思っていたのですけれども、先ほどの話だとよく意味がわからなかったのですけれども、どういうことなのか。もうちょっと意味合いをわかるように説明いただきたい。

○後藤座長 よろしく申し上げます。

○厚生労働省医政局総務課担当者 今の話は恐らく契約の関係の話で、契約の関係は医療法の範疇ではなかなかカバーできないというお話だったのかもしれませんが。医療法自体がそもそもなぜ存在

するかという、必要最低限の基準ということから始まりましたが、医療機関において例えば病床のスペースはこのぐらいとれとか、明るさはこれぐらいといった、医療機関として守るべき最低の基準というものを示しているのが医療法のそもそもの考え方ですので、なかなか個々の契約に当たるところまではカバーができないという趣旨の発言だったと思ったところでございます。

○後藤座長 ありがとうございます。

よろしいでしょうか。

お願いします。

○河野委員 先ほど池本委員がホームページのことに御質問されました。その続きという形で疑問に思ったことを御質問したいと思います。

本日の参考資料1-3に医療機関のホームページの内容の適切なあり方に関する指針として、自主的な取り組みを促すものであるということで、ここに具体的にさまざまな指針が示されています。かなり具体的に書かれていると思います。

この内容に関しまして、厚生労働省さんのほうでは定期的にパトロールをされて、これに対して違反しているといいましょうか、ガイドラインを守れていないものに対して、どの程度指摘され、是正の指示をされているのか。これが実際どのような制度で運用されているのかということをお教えいただければと思います。

○後藤座長 お願いいたします。

○厚生労働省医政局総務課担当者 こちらは地方自治体の自治事務として地方自治体の衛生部局の医務課を中心に、各都道府県の取り組みとして行っているところでございます。

また、私たちといたしましても、どのような形で地方自治体、都道府県の担当課の方が活動しているかということもいろいろ教えていただきながら、明らかな虚偽、誇大な広告に対しては、どう厳正に対処すべきかということも含めて、現在内部で検討しているところでございます。

○後藤座長 ありがとうございます。

それでは、ほかに何かございますでしょうか。

本日の検討では美容医療を特定継続的役務の規制対象とすることについては、肯定的な意見が多く寄せられたかと思えます。残された検討課題につきましては、先ほど西山常任理事からも御発言がありましたが、業界の実情を十分踏まえた上で、消費者庁の協力を得て検討・整理し、8月の専門調査会の取りまとめに、場合によって9月以降に改めてお示ししたいと思えます。

では、そろそろお時間もまいりましたので、本日の議論はこのあたりにさせていただきたいと思えます。

次回は、前回、確認したスケジュールに従いまして、訪問販売、電話勧誘販売等に勧誘に関する問題についての検討を行いたいと思えます。

4. 閉 会

○後藤座長 最後に事務局から事務連絡をお願いいたします。

○金児企画官 本日も熱心な御議論をどうもありがとうございました。

次回は4月28日火曜日の10時からの開催を予定しておりますので、よろしくお願いいたします。

○後藤座長 それでは、本日はこれにて閉会とさせていただきます。お忙しいところお集まりいただきまして、ありがとうございました。

以 上