

平成27年11月16日

特定商取引法専門調査会

座長 後藤 卷則 先生

一般社団法人 全国消費者団体連絡会

河 野 康 子

意見書

まずは、消費者庁に対して、短期間に「訪問販売・電話勧誘販売等の勧誘」に関する提出資料（以下「消費者庁資料」）を整えられたことに感謝申し上げるとともに敬意を表します。

当方は、やむを得ない事情により本日の「第14回特定商取引法専門調査会」を欠席いたしますが何卒ご容赦ください。

本書面をもって、本日の審議に関する意見を述べますので、ご高配賜りますようお願い申し上げます。

記

○勧誘を受けるか否かの選択権は消費者にあるべきです。

「消費者庁資料」（P6、P8）によれば、消費者が意思に反し勧誘を受けていたと考えられるケースが訪問販売では約68%（勧誘に関する苦情792件のうち541件）、電話勧誘販売では約81%（勧誘に関する苦情450件のうち364件）と、高い割合となっています。

そもそも、勧誘を受けるか否かの意思決定の選択権は消費者にあるべきと考えます。同選択権の行使としての勧誘拒否の意思表示を明確に行える制度の構築が必要です。

○高齢者を保護するための法整備が必要です。

「消費者庁資料」（P6、P8）によれば、消費者が意思に反し勧誘を受けていたと考えられるケースのうち、契約に至ったのは、訪問販売では約79%（541件のうち426件（ア～オの「既に契約」の合計）、電話勧誘販売では約46%（364件のうち169件（ア～オの「既に契約」の合計））と、高い割合になっています。そして、当該契約者のうち高齢者の割合は、訪問販売では約48%（ア～オの高齢者の割合の平均）、電話勧誘販売では約46%（ア～オの高齢者の割合の平均）となっています。

訪問販売・電話勧誘販売が、不意打ち性が高い取引類型ということも考慮しても、契約に至る割合が約7~5割というのは、とても高いという印象を受けました。そして、そのうち、半数が高齢者であるということであれば、今後むかえる超高齢化社会に備え、契約弱

者といえる高齢者を守るために、勧誘拒否の意思表示を明確に行える制度の構築は喫緊の課題と言えます。

○勧誘拒否の意思表示制度は、行政処分の認定等も容易にします。

現行の訪問販売・電話勧誘販売の再勧誘禁止は、「契約を締結しない旨の意思表示をした者に対して勧誘をしていけない」との定めになっています。「契約を締結しない旨の意思表示」といっても、日本人の気質からいって、直接的な言葉で勧誘を拒否するのではなく、「消費者庁資料」(P5、P7)のそれぞれ(イ)で示されているように、遠回しに、または遠慮がちに勧誘を断るほうが多いのではないのでしょうか。それにより、事業者の再勧誘禁止への抵触の認定を判断する際にも、消費者と事業者間に「断った」「断られていない」という水掛け論が生じ違反の認定が困難となるのだと思います。

勧誘拒否の意思表示制度が構築されれば、行政処分の認定・処分も容易になり、不意打ち的で望まない契約から消費者を守ることに繋がります。

○自主規制が徹底されている事業者であれば、勧誘拒否の意思表示制度の導入は受け入れ可能。

「消費者庁資料」(P17)の事業者アンケート結果によれば、再勧誘禁止を遵守するための措置を講じている事業者は約78%(76件のうち59件)であり、「訪問拒絶の報告があった場合、それを記録し、再度訪問しないよう周知徹底を図っている」「訪問を希望されないお客様の情報を端末機にて共有」「マニュアルで“お客様より拒否を感じたら直ちにアプローチを中止”としている」等との取り組みが紹介されています。既にこのような措置を講じている事業者であれば、勧誘拒否の意思表示制度を導入を受け入れても支障はないと考えます。但し、同アンケートの回答事業者数が非常に少ないことから、より多くの事業者団体や事業者が積極的に自主規制を取り入れ、徹底することを望みます。

以上