

2015年11月16日

意見書

東京経済大学現代法学部

村 千鶴子

第14回特定商取引法専門調査会にやむを得ず出席することができませんので、簡単に書面で意見を提出させていただきます。よろしくお願いいたします。

記

1 資料2による分析は、従来の分析にさらに加えて詳細かつ精緻に分析されており、十分な調査内容であると考えます。

ことに、「強引」であるとの消費者が訴えている相談内容の分析は、具体的であり、実情がよくわかる内容となっていると考えます。

以上の資料を踏まえた意見は下記の通りです。

2 訪問販売における平成20年改正の効果について

分析内容から下記の事実が明らかである。

- ・平成20年改正で禁止された再勧誘による被害は減少しておらず、むしろ増加傾向にある。この点については、事業者アンケートに対する回答でも取り組みは少ないことがわかる。
- ・消費者が断っているのに強引であると被害を訴えているうち、現行法で禁止している再勧誘に該当するものはごく一部に過ぎず、消費者の認識と大きくずれがある。
- ・多くの消費者は勧誘を断る場合に「お金がない」とか「今はいそがしい」などという断り方をすることが多い。消費者の認識は、「断った」「きっぱり断った」というものであり、この消費者の意向を無視して勧誘を続けたとしても再勧誘に該当しないとする現行法の運用は消費者の認識や生活の実状にそぐわないものであって、不十分である。

以上から、現行法の再勧誘の運用は狭すぎることは明白である。

- ・訪問販売に関する「強引である」ことを問題とする苦情のうち、現行法の特商法の規制対象取引の割合は6割、うち87%が勧誘が強引であることを問題とするものである。
- ・強引な勧誘に関する苦情の約半分が70歳代以上の高齢者によって占められている。

3 電話勧誘販売について

- ・現行法の特商法の占める割合が三分の一程度と低めになっているほかは、傾向は訪問販売の場合とほぼ同様の傾向にある。

4 まとめ

以上から、高齢者に対する強引な勧誘についての規制は、現行法では不十分であるということがわかる。

高齢者が安心して日常生活を送ることができ、適正かつ自主的な契約の選択をすることができる機会を保証するためには、現行法の規制を見直す必要がある。

高齢者に電話をしても電話に出てもらえない、訪問しても対応に出てもらえない、などという事態が多く出現している。その背後には、電話や訪問者に対応しようとする強引であることが少なくないため、懲りてしまいやむを得ず自衛しているものと考えられる。このような状況は消費者にとっても事業者にとっても不幸なことである。このような事態を改善するためには、訪問勧誘・電話勧誘の適正化について見直す必要があると考える。

以上