

内閣府消費者委員会

消費者庁

経済産業省 御中

平成27年12月11日

(一社) 日本自動車販売協会連合会

特定商取引法専門調査会 取りまとめに対する意見

1. 勧誘に関する規制について

勧誘に関する規制の取りまとめにあたっては、中間整理において「勧誘に関する行為規制の強化の要否も含め対応の方向性については、・・・立法による対応の必要性も含めて共通認識が形成されるには至って」おらず、「・・・消費者トラブルの実態について精緻な分析及びこれまでの法規制の効果の検証を行った上で、立法による対応の必要性についての認識が共有されれば、・・・更なる検討を行い、事業者、消費者等の関係者が協調して取組を進められる一致点を目指して、議論を深めていくこととする」とされたことを踏まえ、立法による対応の必要性についての認識が共有され、事業者と消費者の認識の一致が見られた取組だけを記載するようにしていただきたい。

この点、第15回の専門調査会において、勧誘行為に関する新たな法規制、再勧誘の禁止（法第3条の2）の解釈見直し等につき、「将来の検討課題」等として記載することについての意見が述べられた。

しかし、中間整理に対する意見では、勧誘規制に賛成が545件、反対が39,428件と大差がついており、これにより、事業者が立法による対応の必要性は存在しないと認識していることが明らかとなっている。このように事業者において、立法事実は存在しないと認識している以上、「将来の検討課題」等という認識もなく、消費者と共通認識が形成されるに至っていない。

したがって、新たな法規制や再勧誘の禁止等を「将来の検討課題」等と記載することは、事業者と消費者の認識が一致していない事項を記載することとなり、中間整理及び中間整理に対する意見を踏まえた取りまとめとは言えず、強く反対する。

2. 販売事業者によるクレジット・金銭借入・預金引き出しを勧める行為等に関する規制について

(1) 事業者が消費者を支払いのために金融機関等に連れて行く行為

事業者が消費者を金融機関等に連れて行く行為の取りまとめにあたっては、以下①～③の事実を踏まえ、「消費者が望んでいない場合」という要件を明示していただきたい。

この明示がない場合、①～③のように規制の必要性が認められないか、あるいは同行することが消費者の利便性の向上などの消費者の利益につながるような場合でも、自動車販売会社の営業員は金融機関等に同行することに躊躇・萎縮してしまい、かえって消費者の利便性などの消費者の利益が損なわれることとなってしまう。

- ① 現在、自動車販売会社は消費者に請求書を発行し、金融機関に対する振込により代金を回収することが多く、同手続の履践は消費者に委ねられている。しかし、消費者の中にも自動車の代金のような高額な振込手続に不慣れであり、消費者としても過誤なく手続を行いたいという要望があることから、営業員が銀行等に同行し消費者の振込手続を支援サポートすることがある。
- ② また、現金の手交による支払いを希望する消費者も一定割合存在し、その場合、営業員が銀行等に同行し、その場で消費者から現金を収受することがある。
- ③ 消費者が銀行や JA のマイカーローンを選択した場合、それら金融機関との手続は消費者に委ねられているが、自動車のような高額商品の融資手続に不慣れであり、過誤なく手続を行いたいとの消費者の要望があることから、消費者が審査申込書の記入等をする際にこれを支援サポートするために、営業員が金融機関に同行することがある。

(2) 事業者が消費者に対して、借入れ・クレジット契約・預貯金の引き出しを勧める行為

自動車はまさしく典型的な高額商品であり、購入の際に消費者においても様々な支払い方法を検討することは住宅購入の際と同様である。その際、販売店において銀行等のマイカーローンや個品クレジットを比較して具体的に勧める（推奨する）ことは、消費者自身も求めていることから、販売手法として定着し通常行われている行為である。

そして、実際に借入等の行為に及ぶかどうかは消費者自らが判断しており、販売店の行為は支払い方法の推奨にとどまっている。よって、事業者がこうした行為を

勧める行為自体に直ちに弊害が認められるものとは解されない。

したがって、事業者がこうした行為を勧める行為を規制することは、結果的にはかえって消費者の利便性などの消費者の利益が損なわれることにもなりかねず、強く反対する。

この点、第16回の専門調査会において、勧める行為のみではなく他に何らかの積極的な関与が認められる場合に規制を行うのではどうかとの意見が述べられた。

しかし、自動車販売店においては消費者の便宜のため、各種のクレジット契約書が常置されており、その場からクレジット申込もできる仕組みを取っている拠点多い。また、上記の通り、預貯金の引き出しや金融機関へのローンの申込にあたり、消費者より同行を求められるケースもままあるものである。

どのような行為について積極的な関与と判断されるのか判然とはしないが、この点についての詳細な検討がないまま何らかの例示を行うことは、健全な業界への萎縮を招き、ひいては消費者の利便性を著しく阻害する事態となる。

したがって、「何らかの積極的な関与が認められる場合に規制を行う」等との記載をすることについても強く反対する。

3. アポイントメントセールスにおける来訪要請方法について

アポイントメントセールスにおける来訪要請方法の取りまとめにあたっては、現在一般に定着している営業活動に影響を及ぼさないよう、より多くの業種・業態の事業者に対してその実態のヒアリングを実施し、具体的かつ広範に営業活動の内容を把握した上で、悪質事業者に対する規制を検討する旨を明記していただきたい。

自動車販売会社では、「新車の試乗会」等のイベントを開催してお客様にご来店いただき、実際の車に触れたり運転したりしていただいた上で、関心をお持ちのお客様と商談を行うという営業活動を長年にわたっておこなってきている。

このような営業活動は広く一般に定着したものであり、規制対象とする理由に乏しい一方、規制範囲が不明確な場合、事業者を躊躇・萎縮させる効果は大きい。

この点、これまでの専門調査会では、悪質とみられる一部事業者の相談事例が数例示されただけで、多数かつ健全に行われている個別具体的な営業活動が十分に把握できていない。

悪質事業者に対する効果的な規制手段を策定するためにも、より多くの具体的かつ広範な営業活動の内容を把握することが不可欠である。

以 上