

## 第9回特定商取引法専門調査会

「その他の個別論点に関する検討」、「販売事業者等によるクレジット・金  
銭借入・預金引き出しの勧誘に関する状況」への意見

2015年7月31日

一般社団法人 日本経済団体連合会

常務理事 阿部 泰久

## 「その他の個別論点に関する検討」について

## I. 外国通貨の両替について

## 【検討の視点】

先述のとおり、従来、「外国通貨の両替」は「商品の売買」には該当しないことと解されてきたが、これについて、規制の後追いの防止という今回の見直しの趣旨及び現在の被害実態からどのような対応が適切と考えるか。

## 【対応の方向性】

案1. 「役務提供契約」として対応する（例えば、消費者が支払った日本円に対して、提供された外国通貨の価値が著しく低いような場合に、差額を手数料として扱い、有償の役務提供があったとする。）。

案2. 特商法上の「商品」又は「商品の売買」の概念を広げることにより対応する（「商品の売買」に「外国通貨の両替」が含まれるとする。）。

## 【意見】

「外国為替及び外国貿易法」（外為法）による規制の現状を整理した上で、更に検討すべきである。「案1」並びに「案2」への賛否は保留する。

## 【理由】

「外国為替及び外国貿易法」では、マネー・ローンダリングやテロ資金対策の観点からではあるが、月中100万円相当額を超える外国通貨又は旅行小切手の売買状況に関する取引を行う両替業者に報告義務を課しており（「外国為替の取引等の報告に関する省令」（報告省令）第18条第1項）、報告義務違反については罰則（外為法第71条第8号）もある。両替業を行う者の法令遵守状況等について財務大臣に検査を実施する権限がある（外為法第68条第1項）。

これらの規制の内容や執行状況、消費者トラブルを起こしている事業者への適用可能性も含め、更に検討すべきである。

## II. 通信販売等における FAX 広告について

### 【論点】

- ①現在の被害実態等を踏まえ、FAX 広告に関する規制を導入する必要性をどのように考えるか。
- ②仮に FAX 広告に関する規制を導入する場合、どのような内容の規制とするべきか。  
※ 先述のとおり、平成 20 年改正では、電子メール広告について、「その数が増加傾向にあること」、「(消費者側からの連絡があった場合に送信が禁止される) 規制が逆に消費者に被害をもたらす側面があること」から、規制を強化している。
- ③仮に FAX 広告に関する規制を導入する場合、特商法のいずれの取引類型で導入するべきか。  
※ 現在の特商法では、通信販売、連鎖販売、業務提供誘引販売取引において電子メール広告規制が規定されているが、FAX 広告については通信販売以外の取引類型における消費者相談はほとんど寄せられていない。
- ④仮に FAX 広告に関する規制を導入する場合、どのような手法で順守を確保するべきか。  
※ 電子メール広告について、現在の特商法では、行政処分(指示、業務停止)の対象とするとともに刑事罰(100 万円以下の罰金)の対象としている。

### 【意見】

立法事実について精査した上で、新たな規制の導入の可否も含め、更に検討すべきである。

その際には、通信販売等における FAX 広告について、正常な取引に至るケースとそうでない悪質な取引に誘導されるケースがどの程度の割合であるのか、相談件数の中で悪質な取引に実際に至った場合の被害額の推移等も整理すべきである。

### 【理由】

事前の承諾無く送りつけられた FAX 広告について、①受信した消費者側の費用負担、②消費者側が受信を止めることが困難、といった問題点については理解できるところもあるが、資料に今回示された「具体的な相談事例」には実際に取引に至ったケースがないこと、FAX 広告に新たな規制を設けた場合に影響を受ける可能性がある正常な取引がどの程度あるのかといったデータも不十分であることから、規制の是非や内容について方向性を示すことは困難である。

### Ⅲ. 電話勧誘販売における過量販売について

#### 【論点】

①現在の特商法の枠組みでは、訪問販売で「過量販売」、「次々販売」を行うと解除の対象となる一方、電話勧誘販売で同様の行為を行うと解除の対象とはならないが、これについてどのように考えるか（悪質事業者が意図的に法の潜脱を図る危険性があるのではないか）。

②現在の被害実態を踏まえ、また、今後の高齢化の進展等を見据え、電話勧誘販売にも過量販売解除を導入する必要性をどのように考えるか。

※ 先述のとおり、現在の訪問販売における過量販売解除に関する規定は、消費者側の立証負担の（ママ）軽減するとともに、事業者側の取引安全にも配慮しており、事業者にとって過度な負担とならないようにしている。

#### 【意見】

被害実態の詳細な分析に加え、事業者に対するヒアリング等も行いつつ、規制の導入の可否も含め、更に検討すべきである。

#### 【理由】

電話勧誘販売の「過量販売」に関する既支払額の合計額及び平均額については、2011年から2014年まで3年連続減少を続けている。

### Ⅳ. 訪問購入における交換について

①現在の被害実態等を踏まえ、訪問購入に関する規制の対象を「交換」にまで広げる必要性をどのように考えるか。

※ 例えば、現行の規定を前提に、一度売買が成立したとした上で、支払手段の選択の問題として処理することが可能な事例や代物弁済の成立を認めることが可能な事例も存在すると考えられるところ、新たに「交換」という概念を導入する必要性をどのように考えるか。

※ 例えば、事業者が「交換」と主張することで訪問購入における行為規制の潜脱を図るような場合をどのように考えるか。

②仮に「交換」まで対象とした場合に、本来、特商法で規制する必要の低い取引に対して悪影響を与える可能性は考えられるか。また、それについて、現行の適用除外規定等で対応することは可能か。

※ 先述のとおり、現行の特商法では、売買契約の相手方の利益を損なうおそれがないと認められる物品、特商法の訪問購入に関する規定を適用した場合に流通が著しく害されるおそれがあると認められる物品を政令指定により適用除外としている。

#### 【意見】

訪問購入に関する規制の対象を「交換」にまで拡張することについては、訪問購入業者や資源リサイクル事業者等の意見も確認し、規制の対象の拡張の可否も含め、更に検討すべきである。

## 販売事業者等によるクレジット・金銭借入・預金引き出しの勧誘に関する状況

契約に関する支払いのため、サラ金等の貸金業者から借金をさせたり、クレジット契約を組ませる行為、銀行から預金を引き下ろさせる行為については、消費者が契約締結を断りきれずに支払いを行ってしまうという消費者トラブルを引き起こしやすいのではないかと懸念されている。

- 当該問題に対応するにあたって特商法は現行法の規制で十分か。
- 仮に特商法で新たな規制を検討する場合、相談件数が多数確認される取引類型に、指示対象行為として省令に追加することが考えられるか。 どのような行為を追加すべきか。

### <論点メモ>

- 1 金融機関からの借り入れやクレジット契約締結や預金の引き下ろしを勧める行為そのものを禁止する規制は産業界に対する影響が大きいのではないかと懸念されている。消費者の利便性を阻害する懸念はないか。
- 2 金融機関等へ事業者が同行した場合、消費者としては離脱することができず、勧誘のみの場合に比べて消費者の意に反した借り入れ等につながりやすいのではないかと懸念されている。一方で、消費者みずから借り入れ等を望んでいる場合の道案内等、悪質とはいえないケースについてもとらえてしまうのではないかと懸念されている（「消費者が自ら望んでいる場合を除く」等、限定する要件を追加すべきか。）
- 3 業者が消費者に不実の申告を行わせることは、契約締結が断りにくくなるだけでなく、金融機関を害する行為でもあり問題ではないかと懸念されている。また、用途に真実の用途ではなく「パソコン購入費100万円」とかかせる例など、悪質商法対策を行う金融機関がトラブルの可能性に気が付くことができない点でも問題ではないかと懸念されている。
- 将来に債務を発生させる借り入れ等と、債務を発生させない預金の引きおろしについては、問題性に差はないかと懸念されている。

### 【意見】

立法事実及び関係する事業者へのヒアリング等を踏まえ、新たな規制の導入の可否も含め更に検討すべきである。

### 【理由】

- 単に金融機関からの借り入れやクレジット契約締結を勧める行為については、カーローンや月会費の自動引落しのためのクレジット契約など、広く定着しており、これを一律に禁止することは消費経済への影響が極めて大きい。
- 金融機関等への同行については、金融機関への道案内、カーローン申し込み手続の支援、取引代金の現金引渡し等を希望する消費者からの要請を受け、事業者がサービスの一環として対応している場合もある。

以上