

平成27年8月18日

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

有山 雅子

特定商取引法専門調査会 中間とりまとめ（案）への意見

【意見1】：5ページ 訪問販売・電話勧誘販売における勧誘について

（3）として、消費者団体連合会アンケート、消費者庁アンケートの結果を掲載してください。

【意見2】：6ページ （2）の2行目 修正

現在：から提出された主な意見は以下のとおり・・・

修正：から提出された主な意見と現状は以下のとおり・・・

「と現状」を入れてください。【意見3】を入れるためです。

【意見3】：8ページ （2）の最後に⑤を追加してください

⑤ヒアリングで話された各社、各団体において、不意打ち的な飛び込み勧誘はおおむね、行われていない。その上、DMや訪問による威圧感を消費者が持つことがないよう、メールアドレスを消費者に登録してもらい登録者に対し情報提供をするなど、消費者とよい関係を持つように努力している。また、試供品や試読紙を提供することで、利用を促すなど、様々な工夫がされている現状が確認できた。以上のような事前に勧誘することについて消費者の了解を得るような取組みについて委員から評価された。

追記理由：勧誘を嫌がる消費者に対し勧誘を受けて断らなければならないという話はほとんどヒアリング事業者からは話されていなかった。ヒアリングの企業、団体の話された内容では、オプトイン的な対応をしている状況が伺えた。

【意見4】：「勧誘に関する規制について」全体を通して

今回の報告書では、当初、特定商取引法の改正によって被害を抑制しようという点は事業者、団体、消費者側委員共通の問題認識だったはずですが、この報告書では、そもそも被害実態がないということになりかねません。被害実態はあると明記してください。

【意見5】：「勧誘に関する規制について」全体を通して

特定商取引法は同法に明記された行為規制を遵守しない事業者を規制するものであり、健全な事業活動の展開を促し、かつ、暮らしの安全・安心を守るインフラ整備のための法改正と認識している。従って「悪質業者を規制するものではない」。行為規制そのものが理解されていないと思われる。何をもち「悪質業者」と「健全業者」というか、明確な区別を伺いたい。いや、区別等出来ないことを知らしめるべきである。