

平成27年10月26日

特定商取引法専門調査会

座長 後藤 巻則 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

やむを得ない事情により本日「第12回特定商取引法専門調査会」を欠席いたしますことをご容赦ください。

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

私たちを取り巻く取引環境は、従前の対面、書面方式に加えインターネットの普及により、さらに多様化・複雑化しています。そのような中で本専門調査会が重視すべきは、ネット取引への対応をはかることは当然のことながら、今後むかえる超高齢化社会、そして、成年年齢が引き下げられた場合の社会経済状況等を考慮し、契約弱者ともいえる高齢者、障害者等を保護するための法整備を行うことと思います。

今審議は「中間整理」を踏まえ、議論の成熟度が十分ではない論点や見直しの方向性が委員間で一致しなかった論点を重点的に取り上げて議論を進めることと思いますが、留意すべきは「中間整理」の議論を繰り返すことなく、各論点について具体的な制度設計の議論に入ることです。

今審議で建設的な議論を行うためには、消費者側委員・事業者側委員・消費者委員会・行政の協力が不可欠です。関係者全員で力を合わせ、知恵を出し合いながら、上述の社会経済状況の変化に対応する特定商取引法改正につなげたいと考えております。

なお、「中間整理」に対して消費者委員会が集中的に受け付けた意見募集において、本専門調査会で今後重点的に審議されられると思われる論点について、当団体は、下記の意見を提出しております。

1．勧誘に関する規制について

(意見) 消費者が事前に勧誘拒否の意思表示を行うことができる制度が必要です。

(理由) 平成 20 年改正後の全国の消費生活相談窓口に寄せられる訪問販売、電話勧誘販売の苦情相談件数、そして、消費者庁の意識調査を踏まえれば、消費者が販売業者と接触する前に勧誘拒否の意思表示ができる制度が必要です。

具体的な方法としては、諸外国で既に導入されている「do-not-call 制度」(事前に電話勧誘を拒否する旨を登録した消費者への電話勧誘を禁止する制度)

「do-not-knock 制度」(事前に住所等を登録した消費者への訪問勧誘を禁止する制度)の導入を望むもので、勧誘の全面禁止(不招請勧誘禁止の導入)ではありません。「中間整理」までの議論では、残念ながら具体的なイメージが共有されなかったのではないかと思慮しています。今後の議論では、前述の

「do-not-call 制度」「do-not-knock 制度」案を軸に、具体的な制度設計の議論に進むことを期待しています。

2．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

(意見) 適用逃れの手口の巧妙化や、情報通信手段の多様化に対応し、アポイントメントセールスの成立要件を拡大して下さい。

(理由) 販売目的を隠して飲食店等で口頭で要請する方法や、SNS・ホームページ・雑誌等で来訪を要請する方法は、消費者にとって不意打ち性、攻撃性が高いものと評価でき、アポイントメントセールスでの規制強化が必要です。

消費者トラブルを防止するため、現行法でアポイントメントセールスの成立を認定することが困難な来訪要請についても、特定商取引法を適用できるようにすべきです。

3．虚偽・誇大広告に関する取消権について

(意見) 「重要事項」に関して虚偽・誇大広告があった場合について取消権を付与してください。

(理由) 訪問販売や電話勧誘販売は、事業者の不実告知や故意の事実不告知があって消費者が誤認し契約締結に至った場合に消費者に取消権を付与しています。

通信販売(インターネット通販等)の場合は、広告表示画面を見て契約意思を形成し、申込画面をクリックして契約の申込みを行うため、虚偽・誇大広告と契約の申込みとの結びつきが直接的です。

通信販売において「重要事項」に関する虚偽・誇大広告が行われた場合には、消費者が誤認して意思表示を行ったとみなし、契約取消権を付与すべきです。

4．通信販売における規律について（通信販売事業者の表示義務について）

（意見） 特定商取引法に基づく通信販売事業者の表示義務の対象項目としてアクワイアラ・PSPに関する情報を追加して下さい。

（理由） 7月3日に公表された産業構造審議会の割賦販売小委員会報告書では、特定商取引法専門調査会に対して、アクワイアラ・PSPに関する情報の表示の検討が期待されると記述されました。

日本国内の消費者を取引相手とする海外通販サイト業者は特定商取引法の広告表示義務等の適用を受ける立場にあることから、クレジット決済を利用する場合のアクワイアラ・PSPが割賦販売法の登録業者であるか否かの情報の表示を義務付けられることは、通販を利用する消費者にとって信頼感・安心感が得られるうえ、消費者自らが安全な取引を選択できる環境づくりという点で有効と考えます。

また、これら情報を消費生活センター等が活用できれば、消費者被害の回復にも役立つと考えます。

5．美容医療契約の取り扱いについて

（意見） 美容医療契約のうち役務が継続的に提供されるものについて、特定商取引法の特定継続的役務として規制対象として下さい。

（理由） 美容医療契約に関しては、不適切な勧誘や解約に関する消費者トラブルが増加しています。特定継続的役務に加えるべきです。

6．執行上の課題について

（意見） 行政処分の効力の対象・範囲の拡大を積極的に進めて下さい。

（理由） 消費者の保護と健全な市場の構築のために、法規制の潜脱を図ろうとする者に対する行政の執行力強化が必要です。「中間整理」に挙げられている内容はいずれも今日的な状況をふまえると必要なものばかりであり、整備する必要があります。

以上