

平成27年12月11日

内閣府消費者委員会事務局
消費者庁取引対策課
経済産業省消費経済企画室 御中

一般社団法人日本新聞協会
販売委員会

消費者委員会特定商取引法専門調査会における審議について

当協会は、消費者委員会特定商取引法専門調査会で審議されている同法の見直しに関し、これまで意見書やヒアリング等で意見を述べていますが、答申取りまとめを前にあらためて意見を表明します。

特商法の見直しに際しては、消費者利益の保護と国民経済の健全な発展という同法の目的を踏まえ、見直しの理由・根拠を明確にすることが議論の出発点となることに異論はないと考えます。そうである以上、まず特商法上の被害実態を検証すべきであり、そこから初めて規制の在り方、方向性が導き出され、その手法の妥当性を検討するという順の審議となるはずです。

新たな規制の根拠として、国民生活センターおよび全国の消費生活センターに寄せられる苦情相談件数が挙げられています。しかしながら、これまでの審議では、苦情等の基準に対する疑問が呈され、センターの斡旋努力を求める声が出るなど、委員間でも規制根拠の認識が共有されていないと受け止めています。弱者の保護や救済などは必要であるとの立場は新聞界も同じです。問題は、どのような消費者がどのような損害を被り、それを保護・救済するためにどのような施策が適当なのかという点ですが、専門調査会では詳細に検証されなかったと理解しています。

専門調査会の「中間整理」に対しては、規制強化に反対する多くの意見が寄せられました。被害実態に関する分析が十分ではなく、規制根拠があいまいなことへの疑問を反映したものと理解しています。

新聞は、消費者の立場に立って消費者問題を積極的に報道し、注意喚起、啓発に努めるなど重要な役割を果たしています。新聞界は、報道面だけでなく、新聞販売所の地域貢献活動を含め、消費者教育の強化については協力していけるものと考えています。

このような基本的な考えの下、特に以下の点について意見を述べます。

1. 訪問販売・電話勧誘販売の勧誘規制について

訪問販売・電話勧誘販売の勧誘行為に関する第15回専門調査会の審議では、新たな規制の導入や勧誘の解釈拡大について検討が行われましたが、一方的に過剰な規制を導入する

ことには反対です。「今、忙しい」「時間がない」といった言葉を勧誘拒否の意思表示と見なすべきだとの意見が一部委員から出されました。しかし、消費者庁の資料でも被害実態は明らかにされず、専門調査会で一致した見解を示せなかったのは当然と考えます。

また、中間整理に対するパブリックコメントの結果でも明らかなように、勧誘規制の導入については反対意見が賛成意見を大幅に上回りました。答申では、こうした事実を明確に示すとともに、立法事実を確認できなかった論点が、将来にわたり事業者活動を制約することがないよう強く求めます。

2. 自主規制の強化について

答申項目に関する第15回専門調査会の審議では、訪問販売・電話勧誘販売の勧誘行為に関する対応の一つとして、自主規制の強化が挙げられましたが、その対応や成果を業界団体に制度として求めるのであれば、過度な負担を課すものであり、強く反対いたします。自主規制の取り組みは、各業界や事業者が実情を踏まえ自らの判断で行うべきものであり、取り組みの目標や成果の検証とは外部から評価されるべきものではなく、ましてや法的義務を負うべきものではありません。また、業界団体に加盟していない事業者だけを法規制の対象とすべきだとの意見についても、十分な審議が尽くされたとは言えません。

答申では、これらの点に留意し、自主規制の方法や評価は各業界や事業者の判断に委ねるとともに、正当な活動を行う事業者に対して過度な規制、制約を課す制度を導入しないよう強く求めます。

以 上