

消費者委員会に寄せられた要望書・意見書・声明文等一覧(9月分)

■令和5年9月1日～令和5年9月30日

令和5年9月30日現在

【参考送付】:発信者が他省庁、他団体宛に発出した要望書等で、消費者委員会に対しては参考として送付されたもの。

<消費者安全関係:1件>

日付	件名	発信者	要望書・意見書等のポイント
9月5日	移香実証実験についての情報提供及び実証実験を求める要望書	カナリア・ネットワーク全国 世話人一同	日用品に含まれる香料や消臭成分等の化学物質による健康被害(香害)を受けている当事者(香害被害者)は、他者が使用した当該製品の香料や消臭成分等による「移香(いこう)」に苦しめられている。こうした状況の中、当ネットワークは「移香」が、香害被害者の感覚的なものでないことを証明するために実験を行った。その結果、間に椅子を入れるという2段階を踏んだ場合でさえも、未使用の衣類に香料成分が付着する「移香」が確認された。これ以上の健康被害や移香被害が広がらないように、製品の欠陥を明確にして、一日も早く、安全の確保と品質の改善を事業者に求めている。以下のとおり要望する。 消費者庁は製品の持つ問題を明らかにし確認するため、国民生活センターに各種実証実験を実施させること。

<取引・契約関係:5件>

日付	件名	発信者	要望書・意見書等のポイント
9月6日	特定商取引法平成28年改正における5年後見直し規定に基づく同法の抜本的改正を求める意見書	第一東京弁護士会 会長 菰田 優	国に対し、特定商取引法附則第6条に基づく「所要の措置」として、以下の内容を含む抜本的な法改正等を行うことを求める。 1 訪問販売・電話勧誘販売について (1) 勧誘拒否者に対する訪問販売の規制(家の門戸に「訪問販売お断り」との張り紙を貼るなどの方法によりあらかじめ拒絶の意思を表明した場合を特定商取引法第3条の2第2項の「契約を締結しない旨の意思を表示した」場合に該当することを条文中明らかにする) (2) 勧誘拒否者に対する電話勧誘販売の規制(消費者が事前に電話勧誘販売を拒絶できる登録制度の導入) (3) 勧誘代行業者に対して特定商取引法上の行為規制が及ぶことを条文中明らかにすること (4) 訪問販売業者、電話勧誘販売業者の登録制 2 通信販売について (1) インターネットを通じた勧誘による申込み・契約締結についての行政規制、クーリング・オフ及び取消権の付与並びに消費者によるクーリング・オフ及び取消権を認めること (2) インターネットを通じた通信販売における継続的契約の中途解約権を認め、中途解約の場合の損害賠償額の上限を定めること (3) 解約・返品に関するインターネット通信販売業者の受付体制整備の義務化 (4) インターネット広告画面に関する規制の強化(広告・申込画面において、契約内容の有利条件や商品等の品質・効能の優良性を殊更に強調する一方、打消し表示が容易に認識できないものを特定商取引法第14条第1項第2号の指示対象行為として具体的に禁止すること。また、広告表示における透明性の確保を法令等で明確化すること) (5) インターネットの広告表示等を途中で止めた場合であっても行政処分が可能であることを明示すること (6) インターネット上の広告・申込画面、広告・勧誘動画の保存・開示・提供義務 (7) 連絡先が不明の通信販売事業者及び当該事業者の勧誘者等を特定する情報の開示請求権(詐欺等加担者情報開示請求権) (8) 適格消費者団体の差止請求権の拡充を行うこと 3 連鎖販売取引について (1) 連鎖販売業に対する開業規制(国による登録・確認等の事前審査を経ること)の導入 (2) 後出し型連鎖販売取引を特定商取引法の連鎖販売取引の拡張類型として規制が及ぶことを条文中明確にすること (3) 連鎖販売取引を、22歳以下の若年者との間で行うこと、投資取引・投資情報等の利益收受型取引を対象商品・役務として行うこと及び借入金・クレジット等の与信を利用して行うことについて、禁止すべきこと (4) 連鎖販売取引における特定利益の計算方法等の説明義務の新設 (5) 連鎖販売取引における業務・財務等の情報提供義務の新設
9月15日	特定商取引法の抜本的改正を求める会長声明	滋賀弁護士会 会長 中井 陽一	現行の特定商取引法について被害防止のために平成28年改正法の附則第6条の「所要の措置」として、以下のような改正を早急に行うことを求める。 1. 訪問販売について、例えば「訪問販売お断り」といった貼り紙を家の門戸に貼付した場合には特定商取引法第3条の2第2項の「契約を締結しない旨の意思」の表示に該当すること等を条文中明確にすべきである。また、事業者が勧誘に先立って勧誘目的である旨等を明らかにすべきことを定めた特定商取引法第3条について、刑事罰規定の創設についても検討すべきである。 2. 電話勧誘販売について、例えばDo-Not-Call制度(電話勧誘を受けたくない人が電話番号を登録機関に登録し、登録番号に事業者が電話勧誘することを禁止する制度)のような、消費者が事前に電話勧誘販売を拒絶できる登録制度を導入すべきである。また、事業者が勧誘に先立って勧誘目的である旨等を明らかにすべきことを定めた特定商取引法第16条について、刑事罰規定の創設についても検討すべきである。 3. 通信販売について、スマートフォンの急速な普及に伴い、インターネット(特にSNS)を利用した広告や勧誘を契機として消費者トラブルに発展するケースが多く見られるところ、「不意打ち性」の点で訪問販売や電話勧誘販売とその危険性において何ら変わりがない。また、インターネットを用いた勧誘であっても電話勧誘販売に該当する場合も多いため、それにもかかわらず事業者が通信販売該当性を主張してクーリング・オフに応じない事案が多発している。したがって、通信販売にも、他の取引類型と同様の行政規制やクーリング・オフ制度、不実告知による取消権といった民事上の規制がなされるべきである。 4. 連鎖販売取引について、行政庁において事業者が行おうとする連鎖販売取引業の適法性・適正性等を事前に審査する手続を経ることを内容とする開業規制を導入すべきである。また、物品販売等の契約をした後に新規加入者を獲得することによって利益が得られる旨を告げてマルチ取引に誘い込む、いわゆる「後出しマルチ」について、その危険性は通常のマルチ取引と同様であることから連鎖販売取引の拡張類型として明文で規定すべきである。

日付	件名	発信者	要望書・意見書等のポイント
9月19日	特定商取引に関する法律平成28年改正における5年後見直し規定に基づく同法の改正を求める会長声明	宮崎県弁護士会 会長 永友 郁子	<p>平成28年改正における5年後見直し規定に基づき、少なくとも下記のとおり指摘した点に係る特定商取引法の改正を早急に行うことを求める。</p> <p>(1) 訪問販売及び電話勧誘販売について  訪問販売については、家の門戸に「訪問販売お断り」と記載された張り紙等を掲示した場合も特定商取引法第3条の2第2項の「契約を締結しない旨の意思」の表示に該当するものとして、解釈上の疑義がないことを条文中明らかにすべきである。  電話勧誘販売についても、Do-Not-Call制度（電話勧誘を受けたくない人が電話番号を登録機関に登録し、登録番号に事業者が電話勧誘することを禁止する制度）のような、消費者が事前に電話勧誘販売を拒絶できる制度を導入すべきである。  訪問販売や電話勧誘販売は、不正な行為を行いながらその所在を変えて事業を繰り返すことも可能であり、悪質事業者によるこのような行為を防ぎ、店舗販売に準ずる信頼を確保し規制を実効あらしめるため、事業者の登録制を採用すべきである。</p> <p>(2) 通信販売について  特定商取引法の他の取引類型と同様の行政規制や、クーリング・オフ等の民事上の規制を及ぼすべきである。また、インターネット通信販売による継続的契約にも連鎖販売取引や特定継続的役務提供と同様の中途解約権（事由を問わず将来に向かって契約を解消する権利）を認めるとともに、その場合に消費者が負担する損害賠償額の上限を定めるべきである。  そして、特定商取引法上の表示義務を満たさないインターネット上の広告又はインターネット等を通じて行われた勧誘によって自己の権利を侵害されたとする者に、当該事業者に関する情報を有しているSNS事業者、プラットフォーマーその他の関係者に対し、通信販売業者及び勧誘者を特定するため住所、氏名等の情報開示請求権を明示的に認める立法措置を講ずるべきである。</p> <p>(3) 連鎖販売取引について  行政庁において事業者が行おうとする連鎖販売取引業の適法性・適正性等を事前に審査する手続を経ることを内容とする、登録制や事前確認制度等の開業規制を導入すべきである。  「後出しマルチ」についても、その危険性は通常のマルチ取引と同様であるから、連鎖販売取引の拡張類型として規制が及ぶことを条文中明確にすべきである。</p>
9月21日	インターネット上の詐欺的な定期購入商法被害の激増への対処を求める意見書	日本弁護士連合会 会長 小林 元治	<p>消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律（以下「特商法」という。）の2022年6月1日施行以降にインターネット上の詐欺的な定期購入商法の被害件数が激増している事態に対し、直ちに以下の法令等の整備をすべきである。</p> <p>1 定期購入契約に係る広告画面において、①商品・特定権利・役務の分量を表示義務（特商法第11条）の対象に追加すること、②初回分の価格・数量と2回目以降の価格・数量・回数を分離して表示する方法を禁止すること、③支払総額・引渡し総数量及び引渡し総回数（無期限の場合には例示として1年当たりの金額・数量・回数等）を消費者が見やすい位置に消費者が容易に認識できるよう表示すべきこと、④初回分の価格が特別に有利であるかのような表示や「お試し」等の定期購入契約であることと矛盾する表示を禁止すること、⑤その他、特商法第11条に掲げる事項及び商品・権利・役務の分量について人を誤認させる表示（例えば、「いつでも解約可能」と表示しながら実際には連絡が容易につかず解約が困難であったり、「返金保証」としながら実際には厳しい条件が付されていてほとんど返金されない等の表示）を禁止することを、特商法に規定すること。  また、定期購入契約の表示に限らず、広告画面に関する表示の具体的な在り方についても、通達に伴うガイドラインを設け、具体例と判断の目安を明示すること。</p> <p>2 定期購入契約に係る特定申込画面において、①初回分の価格・数量と2回目以降の価格・数量・回数を分離して表示する方法を禁止すること、②支払総額（無期限の場合は1年分等）・引渡し総数量及び引渡し総回数を消費者が見やすい位置に消費者が容易に認識できるよう表示すべきことを、特商法又は省令に明確に規定すること。</p> <p>3 インターネット通信販売業者が特定申込画面を通じて契約の申込みを受けたときは、申込者に対し、最終確認画面を遅滞なく電磁的方法により提供する義務及び同義務に違反した場合は当該契約を解約できることを、特商法に規定すること。</p> <p>4 インターネット通信販売業者が、広告画面（アフィリエイト広告を含む。）並びに勧誘動画及び申込確認画面を、広告掲載中止から1年間保存する義務及び契約者の請求に応じて開示する義務を、特商法に規定すること。</p> <p>5 広告表示において、①特商法第11条各号の表示義務に違反して不実の表示又は表示をしない行為をしたこと、並びに②本意見の趣旨の第1項の②から⑤に掲げる表示事項及び商品の品質・効能若しくは役務の内容・効果に関する表示事項について人を誤認させるような表示を行ったことにより、消費者が誤認して契約を締結したときは、これを取り消すことができることを、特商法に規定すること。</p> <p>6 定期購入契約について特約により解約を認める場合、契約申込の方法と同等の解約申出方法（例えば、ウェブサイトを通じた申込みであればウェブサイトを通じた解約申出）を設定する義務を、特商法に規定すること。</p> <p>7 定期購入契約について、中途解約権の確保及び損害賠償額の上限規制を特商法に規定すること。</p>

日付	件名	発信者	要望書・意見書等のポイント
9月22日	特定商取引法平成28年改正における5年後見直し規定に基づく改正を求める会長声明	三重弁護士会 会長 伊藤 明紀	<p>特商法の平成28年改正では、附則第6条において、「政府は、この法律の施行後五年を経過した場合において、この法律による改正後の特定商取引に関する法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。」と定められているところ、施行後5年は経過しており、被害が増加している取引類型を中心とした以下のような特商法の改正を早急に行う必要がある。</p> <p>訪問販売について、「訪問販売お断り」という張り紙等について特商法第3条の2第2項の適用があることを明文で規定すべきである。</p> <p>電話勧誘販売について、特商法17条の規律を更に進めて、消費者が意に反する電話勧誘を受けないようにするために、Do-Not-Call制度（電話勧誘を受けたくない人が電話番号を登録機関に登録し、登録された番号に事業者が電話勧誘することを禁止する制度）のような、消費者が事前に電話勧誘販売を拒絶できる制度を導入すべきである。なお、その際には、登録機関の保有する電話番号を事業者側が照会する制度（リスト洗浄方式）を採用すべきである。</p> <p>通信販売について、SNSなどのインターネットを利用した勧誘は不意打ち性などの点で訪問販売や電話勧誘販売とその危険性において何ら変わりがないため、通信販売にも他の取引類型と同様又は類似の行政規制や、消費者によるクーリング・オフ、不実告知及び重要事実の不告知の場合の取消権といった民事上の規制を及ぼすべきである。</p> <p>連鎖販売取引について、行政庁において事業者が行おうとする連鎖販売取引業の適法性・適正性等を事前に審査する手続を経ることを内容とする開業規制を導入すべきである。また、物品販売等の契約をした後に新規加入者を獲得することによって利益が得られる旨を告げてマルチ取引に誘い込む、いわゆる「後出しマルチ」について、その危険性は通常のマルチ取引と同様であることから連鎖販売取引の拡張類型として明文で規定すべきである。</p>

<食品表示関係:1件>

日付	件名	発信者	要望書・意見書等のポイント
9月14日	人工甘味料についての申し入れ	食の安全・監視市民委員会 共同代表 佐野 真理子 山浦 康明	<p>ゼロカロリーなどと謳い販売されているアスパルテームなどの非砂糖甘味料（人工甘味料）について、体重を制御したり、非感染性疾患（ガン・心疾患・糖尿病など）のリスクを減らすために使用したりしないよう、WHO（世界保健機関）が勧告を行った。この勧告は食品添加物のあり方について重要な改善措置を求めるものであり、当委員会は、WHOの勧告に沿った施策展開こそ必要と考えている。</p> <p>アスパルテームは1996年に食品衛生法に基づき指定された添加物で、「砂糖の200倍の甘み」「カロリーオフ」などと称して、多くの飲料などに使われてきた。今回勧告の対象となった人工甘味料には、アスパルテームの他にアセスルファムK、ネオテーム、スクラロースなども含まれている。WHOは、「健康を改善するためには、人生の早い段階から食事の甘さを完全に減らす必要がある」と指摘している。</p> <p>このアスパルテームについては7月14日、IARC（国際がん研究機関）が、発がん性グループ2Bのリストに収載することを発表した。グループ1は「ヒトに対し発がん性がある」、グループ2Aは「ヒトに対しておそらく発がん性がある」とされるもので、グループ2Bは、「ヒトに対して発がん性がある可能性がある」という分類で、アスパルテームはこの「2B」に位置付けられた。</p> <p>IARCの指摘に対し、JECFA（WHOとFAOの合同食品添加物専門会議）は、アスパルテームの1日当たり許容摂取量を体重1キログラムあたり40ミリグラムとしており、対応を変更する必要はないと説明している。しかしその根拠とされる論文は、1981年に味の素社が行った実験であることが分かった。当時はGMP（医薬品の製造管理及び品質管理の基準）が定められていなかったため、現在から見れば不十分・不適切な実験ではないかと考えられる。</p> <p>さらに、勧告の対象に含まれているもう一つの人工甘味料、「スクラロース」についても不純物スクラロース-6-酢酸に、遺伝毒性の疑いがあることが指摘されている。最近ではアメリカノースカロライナ州立大学のSusan Schiffman氏が発がん性に関する論文を発表している。</p> <p>このように、ダイエット効果も期待できず、心疾患を防ぐ効果も期待できず、あろうことか、発がん性の恐れすら指摘されるに至っているのがこれら日常的に摂取している人工甘味料であり、もはや、それらを多用する意味はない。</p> <p>今、最も懸念されるのが、日本における研究機関の減少である。GMP基準に従った発がん性試験をできる機関はないとも聞いている。</p> <p>当委員会は、このような事態の改善へ向け、以下の点を申し入れる。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. WHO及びIARCの勧告・意見を重く受け止め、すでに指定されている食品添加物について、新しい知見に基づいた再評価をすること</li> <li>2. 食生活における食事の甘さ問題に積極的に取り組むこと</li> <li>3. 発がん性試験が可能な研究機関を充実させること</li> </ol>

なお、団体から寄せられた意見等のほかに、個人から8件の意見等が寄せられました（内訳：消費者安全関係：4件、取引・契約関係：1件、その他：3件）。寄せられた意見等については、消費者委員会が調査審議を行う上で、参考とさせていただきます。