

特定商取引法及び預託法の制度の在り方に関する検討委員会（第5回）

特定商取引法及び預託法の制度の在り方に関する検討委員会 報告書骨子(案)について

令和2年7月28日

独立行政法人国民生活センター

Ⅲ 消費者の脆弱性につけ込む悪質商法への対策強化

2 消費者被害の拡大防止等を図るための措置

- ・ 訪問販売、電話勧誘販売等での断定的判断の提供の禁止
- ・ 特定商取引法上の禁止行為を取消事由にするなど、民事効果の付与
- ・ 契約を取消し・解除できるような場合に、借金をさせて契約しているケースについて、その利息部分を事業者負担させるような民事ルール
- ・ 行政処分後に新たに会社を設立し、人やノウハウ等に移転する役員・関係者や、行政処分された事業者と関係性があり、当該事業者と同様のノウハウ等で事業を行う事業者等への対処
- ・ 特定の事業者への行政処分（その資料等）において、他の事業者にも同様にみられる問題に関して、事業者が参考・遵守すべき、また、消費生活センター等における相談処理でも活用可能な、事業者への抑止力が生じるようなルール形成について記載等の工夫

Ⅳ 経済のデジタル化・国際化に対応したルール・環境整備等

1 「詐欺的な定期購入商法」への対応

- ・ 広告や申込みの最終段階の画面上において、価格等と契約内容・解約条件を一体として容易に認識できないような表示の禁止
- ・ こうした表示により消費者が誤認して契約した場合は中途解約できる（例えば、1回目の商品は表示された価格のまま買取り、2回目以降の商品については返品可能）など、民事効果の付与
- ・ アフィリエイト広告やSNS上の広告などについて販売事業者の責任の明確化
- ・ 解約等の連絡を受け付けるための十分な体制や確実な連絡手段の確保
- ・ 電話がつながらないなど、消費者の解約を妨げる行為の禁止
- ・ 電話がつながらないなどが理由で解約ができなかった場合、解約日を遡及するなどの措置

○その他のインターネット通販

- ・根拠のない時間制限・人数制限のもとで焦らせる表示や、インターネット上の広告や販売サイト等で、当該販売サイト等を公式サイトである等と誤認させる表示などの禁止
- ・こうした表示により消費者が困惑・誤認して契約した場合は取消しができるなど、民事効果の付与

2 デジタル・プラットフォームを經由した取引等への対応

- ・オンライン・ショッピングモール等における販売事業者等の消費者からの連絡を受け付けるための十分な体制や確実な連絡手段の確保
- ・販売事業者等の表示義務の履行や連絡手段等の確保のため、デジタル・プラットフォーム企業から販売事業者等に対する確認・対応
- ・消費者トラブル発生時、
 - ・国民生活センター・消費生活センターにおける相談処理も含め、トラブル解決へのデジタル・プラットフォーム企業の協力
 - ・デジタル・プラットフォーム企業から販売事業者等への調査・対応

3 国際化への対応

- ・日本国内で事業を行う海外事業者への法の適用の理解・遵守の促進、違反事業者への法執行の強化

V 「新たな日常」における課題への機動的な対応

- ・「送り付け商法」において代引きや収納代行等により代金を支払ってしまった場合の被害救済措置

VI 今後の検討課題

- ・インターネット等の広告がきっかけとなる水漏れ修理、トイレ修理、鍵の修理などのうち不意打ち性のある取引についてルール整備

以 上