

報告書骨子案に対する意見

7月28日 池本誠司

1. 販売預託取引について

(1) 販売預託取引の反社会性と罰則による全面禁止の妥当性

販売預託商法は、①元本保証であるかのように誤認させる仕組み、②新規契約者の代金を既存の契約者に回すポンジスキームの仕組み、③対象物品の欠如が発覚しにくい構造など、仕組み自体に反社会性があり、過去の大規模被害が1兆円を超えるなど、罰則による原則禁止とすることの根拠が端的に示されている点で、賛成である。

(2) 事業活動への不当な制約にならないこと

ある物品を活用した事業に顧客の資金を集めて運用する販売預託取引を罰則で禁止しても、契約形式をわずかに調整すれば金融商品取引法や信託業法の枠組みで実施できることから、事業活動への不当な制約にはならないという点で賛成である。

(3) 販売預託取引の原則禁止の実効性確保と脱法行為防止の重要性

販売預託取引自体が、金融商品取引法や信託業法や出資法の脱法行為であり、詐欺的・欺瞞的は取引の仕組みであるから、十分な抑止力を持つ罰則による原則禁止と民事上無効とすることは、必須の措置として賛成である。

なお、販売預託取引の定義に直ちには当たらない取引または当たるか否か不明確な取引をカバーする意味で、現行法の「商品預託取引」の定義について、特定商品制（政令指定制）を廃止することはもちろん賛成であるが、ほかに、ケフィア事業振興会の「オーナー契約」は、「3か月以上の預託期間」を潜脱する契約条件を定めていた。こうした契約形態を預託法の対象として位置づけるのか、金融商品取引法の対象とするのか、関連法の適用対象との関係で漏れが生じないように検討されたい。

その他の関連法との関係で適用除外を検討するに当たっても、解釈運用のすき間が生じないように十分な検討を行うことを求める。

(4) 現行預託法の実効性確保措置

販売預託取引の前提となる現行預託法の実効性確保として、特定商品制（政令指定制）の廃止、勧誘規制の強化、広告規制の新設、合理的根拠資料提出要求とみなし規定、民事ルールの充実、適格消費者団体による差止請求などは、いずれも必要な措置として賛成である。

なお、適格消費者団体の差止請求の実効性を確保するためには、預託者に付与されている業務・財務書類の閲覧権（預託法6条、施行規則5条）を、適格消費者団体にも付与することが不可欠である。

2. その他の特商法違反行為への対応について

(1) 過量販売禁止と合理的根拠資料の提出要求

訪問販売・電話勧誘販売における過量販売の禁止に関して、通常必要とされる分量を著しく超えているか否か、正当な理由があったのか否かについて、事業者が明確にしようとしめないケースが見られる。そこで、過量販売禁止について、行政規制に伴う合理的根拠資料の提出要求の規定が必要である点で賛成である。

(2) 不実告知等の罰則強化

特商法の不実告知等の罰則が、現在は「3年以下の懲役または300万円以下の罰金」ととどまっているが、深刻な被害を発生させている悪質業者に対する罰則として極めて不十分である。少なくとも「5年以下の懲役」として違法収益の没収と被害回復給付金制度に結び付く規定とすること、相当額の罰金に引き上げ抑止効果を確保することが必要である。

(3) 行政処分と集団的被害回復制度との連携

消費者庁の行政処分に呼応して特定適格消費者団体が集団的被害回復制度を活用しようとする場合、独自の証拠収集権限がないことがネックになっている。既存の購入者等の利益保護も特定商取引法の目的（法1条）に合致することであるから、行政処分を被害回復に活用できる措置は必要不可欠である。

3. 詐欺的な定期購入商法への対応

(1) 意に反して申込みをさせようとする行為の規制強化

「顧客の意に反して通信販売に係る契約の申込みをさせようとする行為等の規制を強化」として、「直罰化を含めた制度的な措置を検討」、「解約・解除を不当に妨害する行為の禁止」「解約権等の民事ルールの創設」はいずれも賛成である。

これに関して、日本弁護士連合会が本年7月16日「インターネット通信販売における定期購入契約等の被害に対する規制強化を求める意見書」を採択し公表した。①インターネット通信販売の広告画面・申込画面の表示方法の具体的規制、②アフィリエイト広告を委託した場合の広告主の責任及び広告代理店等の責任の明確化、③誇大広告等を中止した場合でも行政処分が可能であることの明確化、④不適切な広告表示に伴う民事効果の導入および広告画面の保存・開示義務の規定、⑤解約申出方法の確保及び適切処理義務の導入、⑥適格消費者団体の差止請求権の拡充など、本検討委員会で議論されたような課題が論じられているので参考にされたい。

(2) ガイドラインの早期見直し

お試し定期購入の被害が激増していることに鑑み、法改正を待つことなくガイドラインの見直しで対応できるところは早期に実施することに賛成である。

広告画面や申込画面において初回分の契約条件と2回目以降の契約条件をことさら分離して記載する表示方法の禁止や、定期購入契約における「お試し」の表示禁止など、ガイドラインで対応可能なところはできる限り盛り込んでいただきたい。そのうえで、後日法令上にも確認的に明記することによってルールの明確化を図ることが望ましい。

(3) アフィリエイト広告の違反行為への対応について

これについては、報告書6頁で今後の検討課題とされている。広告業界のヒアリングを行う時間がなかったことなど、あらたな法規制の結論を本報告書で示すことは難しいかもしれないが、現行法制度の解釈論で対処できることもあるのではないか。

これに関して事務局に質問したい。

- ① 例えば、アフィリエイト広告の不当表示について、通信販売業者がアフィリエイトに広告表示の内容の決定を委ねているような場合は、通信販売業者が不当表示の責任を負うという解釈が、景品表示法や健康増進法に関して示されていたと思うが、特定商取引法でも同様に解釈してよいのか。
- ② アフィリエイトサービスプロバイダー（ASP）がアフィリエイト広告の表示内容の決定まで関与しているケースがあるが、そのような場合は、ASPは通信販売業者共同して通信販売を展開している主体とみて誇大広告の禁止について責任を負うものと解釈してよいのか。
- ③ インターネット通信販売の広告画面や申込画面の表示は頻繁に変更されるが、次々と変更して違反行為を再開する可能性があるときは、購入者等の利益が害されるおそれがあるとして行政処分を行うことができると解釈してよいのか。

4. デジタルプラットフォーム経由の取引について

(1) モール上の通信販売業者の連絡先等の表示義務の履行確保

ショッピングモール上の通信販売業者の連絡先等の表示義務の履行確保や追跡可能性の確保のための規定を検討すべきという提案に賛成である。

プラットフォーム事業者との情報共有を通じて自主的対応を促す方法も想定されているが、法令遵守の姿勢が見られない悪質プラットフォームが存在することも事実であり、自主規制だけでは悪質プラットフォームが排

除できない。少なくとも、モール上の通信販売業者の連絡先等の表示義務の履行確保は、特定商取引法に規定することが適切ではないか。

5. ネガティブオプションについて

(1) 法規制強化の方向性

送り付け商法は何ら正常な事業活動とはみなされないものであることに鑑み、販売業者による消費者への一方的な商品の送り付けについては、諸外国の法制度を参考に必要な制度的な措置を検討するという方向性はもちろん賛成である。

法規制の方策としては、現行特商法59条の『14日経過後は返還請求権を失う』との規定から、経過日数を問わず代金請求権・損害賠償請求権を失うとする民事規定を設けることと、指示対象行為として行政規制を加えることと併用することが、諸外国の趨勢であり実効性確保の点でも必要である。