

2020年7月28日

## 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）に対する意見

（公社）日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

永沢 裕美子

報告書骨子案に賛成をいたします。

その上で、骨子案の流れに沿って意見ならびに要望を申し述べます。

#### I. はじめに

- 消費者を取り巻く環境について、異論はございません。細部になりますが、消費者の脆弱性の背景については、報告書ではより丁寧な記述をお願いしたいと思います。具体的には、少子高齢化とありますが、高齢者だけで暮らす世帯の増加という家族のあり方の変化ではないでしょうか。また、（本論Ⅲの冒頭に記載はありますが）高齢者に限らず一般の消費者であっても、昨今のICTの分野での技術革新に対応しきれておらず、「誰でも脆弱な消費者となりうる」ことにも言及し、誰にとっても他人事ではないことを強調してはどうでしょうか。

#### II. 検討を行う際の視点

- 河上正二座長が、消費者被害を発生させる悪質事業者は消費者にとっても正業を営む事業者にとっても「共通の敵」と明言くださったことで、この検討委員会は、消費者側委員も事業者側委員も一つとなり共通のゴールに向かって走ることができたと感じております。「消費者の脆弱性のつけ込む悪質商法」を市場から駆逐することが、健全な市場の育成につながり、消費者の利益の擁護と公正な取引を行う事業者の発展につながることを確認し合うことができました。報告書において、悪質な事業者にターゲットを絞り実効的な規制を措置する抜本的な制度改革を実行すべき、という強い言葉で本委員会の決意を述べることに賛成をいたします。

#### III. 消費者の脆弱性につけ込む悪質商法（販売預託商法）への対策強化

- 預託法に販売預託取引の原則禁止を明文で定める必要があることを報告書において強く打ち出すことに全面的に賛成です。販売預託取引については、「原則禁止」だけでなく、やらせないようにするために「十分な抑止力となるだけの刑罰の法定化」と、

被害者の迅速な救済のための「当該取引によって締結された契約は無効を明文化」することの明記を強く要望いたします。

- なお、この章における整理の仕方ですが、販売預託取引と言われる類型については、本検討委員会の総意として、その取引自体が無価値であると捉えるのが相当であるとの評価に至ったこと、万が一仮に正業と言えるものがありうる場合は、金融商品取引法及び信託業法等他法令に基づく枠組みの中で事業を行うべきであるとの結論に至ったこと等を記載してはどうでしょうか。
- 最終報告書には、預託法がどのようなビジネス形態を規制する法律になるのか、その中で禁止される行為、行政処分の対象となる行為等を概略示したポンチ絵的なものがあることが望ましいとも考えます。この点に関連する質問として、特定商品制を撤廃するわけですが、法律の目的がどのような記述になるのかも気になるところです。改正法では、無限連鎖講の防止に関する法律のように、販売預託商法等の悪徳商法をはびこらせないためという目的を明記することになるのでしょうか。
- 2 ページの後段以降の、特定商取引法の改正の提案内容にも全面的に賛成します。
- 販売預託商法の撲滅のためには、悪質な事業者が法の目をかいくぐって販売預託商法に類似のことを行うことをさせないように、警察庁や金融庁その他省庁との連携を強化いただくとともに、消費者保護の観点からは横断的な法規制を作っていくことも課題であることも明記いただくことを要望します。

#### 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

- 「詐欺的な定期購入商法」を念頭におき、特商法における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することを求めると報告書に明記することに賛成します。
- この分野の消費者トラブルが、消費者が解約しようとする段階で発生・顕在化している実状に鑑み、解約権の民事ルールの創設は特に重要と考えます。この点、脚注でもいいので、具体的なトラブル事例を紹介いただくことが望ましいと考えます。例えば、体質に合わないという理由等で途中解約しようとしても医師の診断書の提出を求められた（第3回検討委員会にて報告）等の事例です。こうした非合理的な契約から消費者を解放することを可能とする民事ルールの規定が強く望まれます。
- 消費者の誤認を誘発するような広告を、契約段階における規制の強化、インターネット通販におけるガイドラインの見直しを早急に実施いただき、法執行を強化いただくことにも賛成です。
- 4 ページの後段以降のデジタルプラットフォームを経由したオンライン取引に対する規制については、事務局案に賛成をします。
- オンラインモールを運営するデジタルプラットフォームに対して、運営するモール

にて営業を行うことを認めた営業者に対する監督責任を課す方向で規制づくりをお願いしたいと思います。

- 前回の事業者側委員からの説明を聞き、企業側の自主的な取り組み・姿勢は高く評価できると思いました。イノベーションにより変化の速度の大きい分野でもあることから、消費者庁と企業が連携をして、健全な市場を育てていくために、利用者・消費者が安心して取引を行えるような規律（プリンシプル）づくりについて協議を継続いただくことを望みます。

#### V. 「新たな日常」における課題への機動的な対応

- 通信販売には、対面取引とは異なる楽しみや喜び、すなわち、欲しいものを自由自在に探す楽しみがあり、また、歩いて探すのでは到底手に入れることができないものを容易に手に入れることができる喜びがあります。しかし、その楽しみや喜びは、安心して取引ができる、期待通りの取引ができるという信頼が大前提となっています。こうした消費者の期待を裏切らないよう、業界としてご努力をお願いしたいと思います。
- この機会に通信販売を行っておられる事業者には是非ともご検討をお願いしたいことがあります。解約する場合は電話でしか受け付けないということが、悪質な事業者に限らず、まっとうなビジネスをされている事業者の通信販売においても行われていますが、このビジネス慣習については是非とも改めていただきたいと思えます。メールやハガキでの解約通知なども認めるべきです。私自身、化粧品の通信販売の定期購入を止めるのに、解約は電話のみとなっており、解約するのに半年以上かかってしまい、使いきれない化粧品の山を抱えております。私だけかと思っておりましたら、多くの方が私も私もと言われますので、どうも、通信販売の分野では普通のこととして行われているようです。こうしたビジネス慣行については、消費者志向の観点からは是非とも自主的に見直し改めていただきたいものです。
- もちろん、消費者教育も重要です。クリックひとつ、電話一本で気軽に契約ができてしまうことから、通信販売は対面取引と比べて、消費者の契約の意味についての理解・認識が希薄になっているかもしれません。契約が成立したら、その巻き戻しは事業者や関係者ひいては社会全体に大変な負担をかけるということを消費者は理解することも必要です。消費者も経済社会の一員であるとの啓発も行っていくべきでしょう。

以上