

平成 19 年 7 月 26 日

「産業構造審議会消費経済部会特定商取引小委員会中間とりまとめ」
に対する意見

経済産業省産業構造審議会消費経済部会特定商取引小委員会において、最近の悪質商法の現状を踏まえた特定商取引法の改正論議が精力的になされたことにまず敬意を表します。

特定商取引法の前身である訪問販売法が成立した時点から、消費者にとっての問題指摘事項「指定商品制」が、今回の論議の主要論点の一つとなり、撤廃に向け大きく舵をきったことも評価するものですが、なお、消費者被害の未然防止の観点から若干の意見を申し述べさせていただきます。

また、蛇足ながら私ども（社）日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会は全国に 4000 名の会員を要する団体であり、毎週土曜日・日曜日にはウィークエンド・テレホンと銘打ち消費者相談を行っております。

この提言は消費者被害の実態に即したものと受け止めていただきたく要請するものです。

I 【訪問販売】について

(1) 個品割賦購入あっせんを利用した訪問販売業者の登録制導入について

個品割賦購入あっせんを利用した訪問販売業者の登録制導入については基本的に賛成いたします。

消費者相談の現場では訪問販売と個品割賦購入あっせん契約と結びついたところの被害が多発しております。資力のない悪質訪問販売事業者とその事業者を手足として代理させ、顧客を誘導してくれる行為に胡坐をかいて適正与信を忘れてきた信販会社との連携プレーにより、被害が増幅してきた経緯があります。したがって、この登録制の導入には大いに賛意を表しますが、次の点について、十分配慮するよう併せて要請します。

「登録事業者との加盟店契約である」ことを免責要件とさせないために、加盟店契約締結のための審査責任及び、個々の与信審査責任は一元的に信販会社に存在することを明確化すること

信販会社に不適切な加盟店契約及び与信審査を行わせないためにも、瑕疵ある売買契約及び与信発生の場合においては既払金返還を含む民事責任を負わせる旨の共同責任規定の導入を図ること

(2) 不招請勧誘の規制

不招請勧誘により、多くの消費者が不本意な契約を結ばされているだけでなく、勧誘そのものが消費者の平穏な生活を脅かす実態があります。不招請勧誘を防止するには、事前に要請がない消費者への勧誘の禁止（オプトイン方式）を望みます。また、勧誘の拒否の方法としては、「訪問販売お断りステッカー等」でも十分な意思表示とみなして下さい。

（３）判断力が不足した者への勧誘規制

判断能力が低下した高齢者等は、勧誘を断る力が弱く、事後的に勧誘内容の再現もできないので、被害の防止も救済も困難です。現行の特定商取引法の施行規則 7 条では禁止行為でありながら、取消権までは付与されておりません。「高齢者の判断力不足」及び「適合性の原則違反」については取消権の付与を視野にいたした救済措置を講じることを要請します。

（４）誘因方法に関する規制

特商法施行規則 1 条の「店舗に類するもの」といえるためには、クーリング・オフ期間（8 日）を超える程度の固定的施設の具備を要する必要があると考えます。展示会販売などでは高額な和服や毛皮・宝石類の販売が日常的に行われていますが、展示会期日を 2 日や 3 日として「店舗販売」と解釈させて、クーリング・オフ逃れが一般的に行われています。また、スーパーなどの一角に位置して店舗と誤認させての無店舗販売なども規制対象とするべく政省令の見直しも緊急の課題として下さい。

II 【インターネット通信販売を中心とした通信販売関係】について

（１）販売媒介者や販売代理等の形態に特商法の適用があることの明確化

インターネットを利用したアフェリエイトやドロップシッピング等販売媒介者や販売代理等の形態について、購入者である消費者側の情報量が圧倒的に不足していること、インターネットを利用した通信販売に発展に伴うトラブルが増加していることを踏まえ、これらの取引についても特商法の適用があることを明確にしてネット関連事業者への注意喚起及びコンプライアンスの徹底に努めるよう要請します。

（２）サーバの管理者、販売サイト・オークションサイトの管理人らに対する情報開示請求権

インターネットを通じた販売は、販売者等に関する情報が限定されたものとなっております。また、消費者がトラブルにあっても損害賠償等の行使のために必要な情報については、なかなか入手するのは困難な状況です。今後更なるインターネット取引の発展のためには、今から安全・安心の取り組みを強化していくことが重要と考えます。消費者保護の見地からサーバの管理者、販売サイト・オークションサイトの管理人らに対する情報開示

請求権を認めるべきと考えます。

(3) 通信販売の返品ルールについて

現在、通信販売における返品ルールは、通達による「特約がなければ返品が可能」との解釈がなされておりますが、このルールの明確化、明示的に法文化することを要請します。

Ⅲ【消費者団体訴権制度】について

特定商取引法の中に消費者団体訴訟制度を導入することに賛成です。現在「消費者団体訴訟制度」は消費者契約法の中に位置づけられております。しかし、被害を多発させている特定商取引関係業者に対し消費者団体が監視できるように、特定商取引法の中にこそ団体訴訟制度の導入が必要であると考えます。行政権限と差止請求権限との調整は、差止請求権行使の前に消費者団体から経済産業省に通知することを義務付けるなど、方法論はいくらでもあります。消費者団体の監視機能を尊重し、行政と消費者団体との有機的連携も期待できる導入に賛成します。

Ⅳ【指定商品・指定役務制度】について

特定商取引法が「訪問販売法」と言われていた時代から、「指定商品・役務」の指定については悪質な事業者の指定逃れが横行しており常に法律は後追いで、一定の被害の発生を見なければ「指定」にならなかった経緯があります。

「シロアリ駆除」が指定されたら、「床下調湿剤」と標榜し、指定逃れの商法を展開するとか、原野商法の二次被害で、「測量」が指定されたら、除草だ、整地だと主張する事業者に苦慮した経験は多くの消費者相談に共通するものです。「訪問販売法」の時代から「指定」は無くすよう繰り返し主張してきました。特定商取引における被害は勧誘方法や取引形態に起因するものであり、商品・役務の種類には直接関係はなく、取引対象品目によって法適用の救済の有無がある合理性は認められません。指定商品・指定役務制は、直ちに廃止するよう要請します。

Ⅴ【ネガティブオプション】について

販売業者が消費者の注文を受けないで商品の送付により申込みを行うネガティブオプションについては、販売業者は、申込みにかかわる契約内容、事業者名等の表示とともに、「注文に基づかない商品送付であり、購入義務はない」、「諾否の回答や商品変換をしなく

とも不利益が生じない。」、「14 日経過後は商品を処分しても不利益を受けない。」旨を記載した申込書面交付義務を課すべきです。

なお、今回の論点には出てこなかったクーリング・オフ期間の延長に関しても、今後の検討議題として取り上げていただきたくお願いいたします。

以 上

問い合わせ先

(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会

消費者提言特別委員会

世話人 花井 小林

1 5 2 - 0 0 3 1 東京都目黒区中根 2 - 1 3 - 1 8 第百生命都立大学駅前ビル

電話 0 3 - 3 7 1 8 - 4 6 7 8 FAX 0 3 - 3 7 1 8 - 4 0 1 5

E mail nacs-muse@y3.dion.ne.jp