

松岡委員提出資料

2020年4月20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」第2回

「消費者の脆弱性につけ込む悪質商法への対策強化」への意見

一般財団法人日本消費者協会 理事長 松岡 萬里野

I. 「特定商取引法」の見直し

1. 特定継続的役務取引提供における定義と指定業種の見直し

現在、特定継続的役務提供は、第41条第2項で以下のように定義されている。

- 一 役務の提供を受ける者の身体の美化又は知識若しくは技能の向上その他のその者の心身又は身上に関する目的を実現させることをもって誘引が行われるもの
- 二 役務の性質上、前号に規定する目的が実現するかどうかが確実でないもの

この定義に該当するものとして政令第12条で以下のように指定されている。

- ・エステティック ・語学教室 ・家庭教師 ・学習塾 ・パソコン教室
- ・結婚相手紹介サービス

しかし、目的が同じでありながら、手段や適用範囲、金額などが異なるために特定継続的役務提供に当たらず、結果として消費者に不利な契約となっている役務契約のトラブルがある。

例えば、

- ・ スポーツ教室（痩身や健康増進を目的とするボクシング、ヨガ、ダイエット指導付きスポーツクラブなど）

- ・ 適用要件を満たさない学習塾（大手予備校などの教材を使った地元の学習塾でパソコンで指導受ける契約など）

これらのトラブルの実態を踏まえ以下の検討が必要。

- ① 施術の解釈を広げ、口頭やダイエット指導も適用とするか指定制度を撤廃する。
- ② 塾の特定継続的役務提供の要件を緩和する。または指定制度を撤廃する。

2. インターネット通信販売の表示・広告の規制の見直し

インターネットによる通信販売が急伸している。インターネット通販は消費者にとって利用しやすいが、質の悪い事業者も参入しやすい。そのため消費者トラブルが増加している。インターネット通販の場合消費者は画面による情報のみとなるため、表示・広告の規制の見直しが急がれる。

トラブルが多い「お試し定期購入」はお試しは1回だけかと申し込むと、次々送られてきて有料扱いになっている。断りたくても住所や電話番号が探しだせない。電話番号を見つけてもなかなか繋がらないなどが実情である。

そのため、次のような見直しが必要である。

- ① 定期購入の場合は、最終画面に支払い総額の明記を義務付けること。
- ② 「特商法に基づく表記」の記載場所を法律で定めること。
- ③ 事業者の責任を明確にするためにも、事業者の住所・電話番号はサイトのトップに記載することを義務付けること。
- ④ インターネット広告の不当表示を誤認した契約については、取消権を認めることとする。

- * アフィリエイト広告やネット広告・表示については、デジタルプラットフォーム問題の検討の時に述べることとする。

II 「預託法」の見直し

1. 特定商品制を廃止すること

悪質な事業者は、指定対象になっていない商品役務を利用して、詐欺的な商法を考えるので、現行預託法では十分な規制をすることができない。特商法が平成 20 年に指定商品、指定役務制を撤廃したため、特商法関連の消費者トラブルが減少している。預託法も指定商品制を廃止すべきである。

2. 参入規制として、登録制を導入すること

高額な投資を求める預託販売は、事業者の資産が重要になる。預託販売を行おうとしている事業者に事業計画や資産状況を事前に提出させ事業が適切に行われる計画かを事前に把握する必要がある。事前に資産状況や事業計画を提出させるべきである。登録制は事業者の把握ができ、登録をしない事業者は悪質制があるとして、行政・相談員・消費者団体も容易に識別することができ、消費者への注意喚起がしやすくなる。また、登録制にすると行政が途中の立ち入り調査もでき、資産がない状態での事業への勧誘を防ぐことができる。届出制では、行政の判断ができず届けたままになってしまい、意味がない。また、事業者が届出でいるとしてお墨付きのように悪用される可能性もある。

3. 勧誘規制を行うこと

① 広告規制を導入すること

ネット上の広告・ホームページを含めて消費者に誤認（特に有利誤認）を与えるような広告を禁止すべきである。

② 勧誘の要請していない者に対する勧誘を禁止する（特商法訪問購入第58条の6の考え方を取り入れる）。その他特商法第3条の2や第36条なども参照すべき。

③ 連鎖販売取引方式による勧誘を規制すべきである。

販売預託商法の多くは連鎖販売方式によって勧誘されている。連鎖販売取引による勧誘の場合、事前説明や書面の交付など正確な情報が伝わらず、儲かる話ばかりになるので、禁止すべきである。

④ 不当な勧誘行為における意思表示の取り消しを法第4条に加えること。

消費者契約法第4条1項、2項を加えるのが適当ではないか。

⑤ 勧誘に当たっての事前説明・書面の交付を義務付けること。

⑥ 適合性原則を導入すること。

事業者は勧誘にあたって契約者の知識、経験、財産の状況、契約締結の目的と照らして判断力などを十分に考慮しなければならないとする。

⑦ 事業者には契約締結前に実績報告や資産状況を契約者に示し事前説明をすることを義務付け、これらの報告書が契約者に渡されてからクーリングオフ期間が開始されることとする。実績報告書や資産状況の報告に虚偽があった場合契約者は契約を取り消すことができるとする。

⑧ 事業者が勧誘に当たって現物の買戻し保証や、元本保証をすることを禁止すること。

販売預託商法の被害者の多くは、購入商品の購入時の価格で買い取られることや、元本が保証されることを信じ契約してしまい、多少配当などの減額、遅配があっても苦情として消費者相談の場に連絡され難い。

4. クーリングオフ期間を延長すること

現行預託法のクーリングオフ期間14日間を特商法の連鎖販売取引や業務提

供販売取引と同じ20日間に延長すること。なお、「販売預託商法」のクーリングオフ期間は30日間とし、事前に渡された資料を十分に検討できるようにすること。

5. 適格消費者団体の差し止め請求権を「販売預託商法」にも適用すること

勧誘や商品紹介などのパンフレットの表示やホームページ上の表示などに誇大・虚偽な内容、表現があったり、不当な勧誘行為や契約書などに消費者に一方的不利になる条項があった場合、適格消費者団体が差し止め請求ができることとする。消費者被害をできるだけ事前に防ぐためには、適格消費者団体が調査し差し止め請求を行うことが有効となる。また、適格消費者団体には、立ち入り検査などの調査権限がないので、合理的根拠資料の提出請求権を与えることとする。

6. 特定適格消費者団体に販売預託商法に対する破産申立権を付与すること。

ジャパンライフ事件のように破産宣告されてときには、ジャパンライフ社名義の資産がほとんどなく、多額の被害を被った契約者の被害回復が望めなくなっている。被害が大きくならないうちに、特定適格消費者団体が事業者の破産申立てができると、早期に事業者の資産を押さえることができ、契約者への返金も可能となる。早期に被害を食い止めるためには、特定適格消費者団体に調査に必要な合理的根拠資料の請求権を与えると共に行政の情報提供協力に基づき、破産申立てができるようにすべきである。

7. 行政庁による破産申立権限の付与

販売預託商法の契約者は、元本保証や商品の買取制などを信じ少しでも配当があると消費者センターなどへ苦情相談をしない傾向にある。被害実態がなかなか公にならず、破産してはじめて被害者が表に出てくる。行政庁（消費者庁）は、登録制によって事業者の資産状況を途中もチェックすることができ、完全破綻に至る前に破産申立てをすることができることとする。そのことによ

って被害の拡大を防ぐことができる。

以上