

平成 27 年 9 月 30 日

内閣府消費者委員会事務局 中間取りまとめ等意見受付担当 御中

適格消費者団体
特定非営利活動法人 消費者機構日本
会 長 青 山 侑
理事長 和 田 寿 昭
〒102-0085 東京都千代田区六番町 1 5
プラザエフ 6 階

消費者委員会 特定商取引法専門調査会「中間整理」に対する意見

私ども消費者機構日本（以下「当機構」）は、消費者契約に関する調査、研究、事業者への不当行為の是正申し入れ、消費者への情報提供等を通じ、消費者被害の拡大防止を図ることを目的に、消費生活の専門家と法律の専門家ならびに消費者団体などから構成されている特定非営利活動法人です。また、消費者契約法第 13 条に基づき、内閣総理大臣から適格消費者団体の認定を受けた団体です。

消費者委員会特定商取引法専門調査会における、特定商取引法の改正に向けた審議の「中間整理」に関し、下記のとおり意見を述べます。

記

第 1 横断的な事項について

1. 指定権利制について

（権利の政令指定制の見直しについて） P 3～

本論点の中間整理	COJ 意見
<p>（2）（前掲略）このような議論の結果、今般の特定商取引法の見直しに当たっては、特定商取引法の訪問販売等に係る規制の対象となる「権利」の範囲を広げることとし、具体的な対応としては、規制の後追いの原因となる政令指定制を見直すとともに、権利の売買を原則として特定商取引法の訪問販売等の規制の対象とするべきということで、頭書の意見を除き、概ね意見の一致を見た。</p> <p>（3）権利の政令指定制の見直しに関連して本専門調査会においては、「商品」、「役務」、「権利」という 3 分類を維持することの是非についても議論が行われた。民法等との整合</p>	<p>【意見】 ○本論点の下記の整理に基づいた引き続きの検討を求めます。</p> <ul style="list-style-type: none">・「権利」の範囲を広げて政令指定制を見直す。・権利の販売を原則として特定商取引法の訪問販売等の規制対象とする。・「商品」「役務」「権利」の 3 分類を維持し、3 分類で対象となり得ない事案については、個別対応を検討する。

<p>性や新たな規制の抜け穴が生じることを防止するという観点から、従来の3分類の枠組みを廃止して、訪問販売等によって行われる全ての有償取引を規制対象とすることを支持する意見もあったものの、実務上の分かりやすさや3分類の枠組みを廃止した場合に改正が必要となる条文の範囲の広さ等も考慮すれば現行の枠組みを維持しつつ、3分類で対象となり得ない事案については個別に対応を検討することが現実的、との見解で概ね一致した。今後、この方向に沿って、法制的な検討が進められることが適当である。</p>	
---	--

(外国通貨の両替について) P 4 ~

本論点の中間整理	COJ 意見
<p>(2) 委員からは、一般的な両替行為と詐欺的な投資商法とでは対応を異にすべきとの指摘や、外国為替及び外国貿易法(昭和24年法律第228号)による規制との関係を整理すべきであるとの指摘、あるいは、今回問題となっているのは適正な商取引の問題ではないとの指摘もあったが、委員間で議論を行った結果、外国通貨の両替が訪問販売等によって行われた場合には特定商取引法の規制対象とすべきであることについて合意を得た。また、具体的な対応としては「商品の売買」と同様に扱うことを基本とするべきという意見があった。今後、具体的な規定方法等について、法制的・法技術的な見地から更なる検討が行われる必要がある。</p>	<p>【意見】 ○本論点の下記の整理に基づいた引き続きの検討を求めます。 ・外国通貨の両替が訪問販売等によって行われた場合には特定商取引法の規制対象とする。今後は、具体的な規定方法等について法制的等の見地から検討する。</p>

(権利の売買における適用除外の検討について) P 5

本論点の中間整理	COJ 意見
<p>今回の見直しで、「権利」についても政令指定制を見直し、権利の売買を原則として規制対象とすることになれば、従来、特定商取引法の規制対象となっていなかった権利の売買にも規制が及ぶこととなる。今後、新たに規制の対象となる権利の売買に関して、既存の特定商取引法の各規定の適用の妥当性の検証を行うとともに、現行の特定商取引法第26条の適用除外規定の考え方を基本として、権利の売買における適用除外の在り方に</p>	<p>【意見】 ○本論点の下記の整理に基づいた引き続きの検討を求めます。 ・現行の特定商取引法第26条の適用除外規定の考え方を基本として、「権利の売買」における適用除外の在り方について検討する。</p>

ついて検討を行い、適切な措置を講じていくことが必要である。	
-------------------------------	--

2. 勧誘に関する規制について P 6～
(訪問販売・電話勧誘販売における勧誘について)
(本専門調査会における検討の経緯と現状について)
(今後の検討について)

本論点の中間整理	COJ 意見
<p>議論の結果、勧誘に関する行為規制の強化の要否も含め対応の方向性については、必ずしも委員間で、立法による対応の必要性も含めて共通認識が形成されるには至っていない。ただし、例えば高齢者被害等の被害実態が確認されれば、そうした被害を防止するための対応等を検討する必要性があるとの一定の共通理解が得られつつある。</p> <p>本専門調査会においては、消費者庁等の協力も得つつ、訪問販売及び電話勧誘販売における消費者トラブルの実態について精緻な分析及びこれまでの法規制の効果の検証を行った上で、立法による対応の必要性についての認識が共有されれば、勧誘に関する規制を強化した場合等の産業界への影響、執行強化と規制強化との優先順位、バランス及び実現可能性等の観点から更なる検討を行い、事業者、消費者等の関係者が協調して取組を進められる一致点を目指して、議論を深めていくこととする。</p>	<p>【意見】 ○本中間整理の本論点の記載内容を読む限り、左記の整理は、専門調査会の委員間の議論内容、消費者トラブルの実態、消費者庁のアンケート調査をふまえた整理がなされていると思えません。PIO-NETによる消費者トラブルの実態報告等や超高齢化社会の到来をふまえれば、訪問販売と電話勧誘販売にオプトアウト制度を導入する必要性は明らかです。オプトアウト制度を導入する方向での具体的な検討を開始してください。</p> <p>【理由】 ○専門調査会では、どのような制度かの具体的な検討に入れず、不招請勧誘に係る議論が入り口でとどまっております。オプトアウト制度に対する事業者サイドの懸念には、実際より過剰と考えられる点もあります。まずは、オプトアウトの制度である訪問販売における DO NOT KNOCK 制度（事前登録した者のステッカー貼付を含む）と電話勧誘販売における DO NOT CALL 制度について具体的な検討をし、その上で、消費者被害の未然防止の効果と、事業者の負担の増加を具体的に整理し、合意が得られる点を協議してください。</p>

3. 販売事業者等によるクレジット・金銭借入・預金引き出しを勧める行為等に関する規制について P 16～

本論点の中間整理	COJ 意見
<p>(1) 近年、契約代金の支払いのため事業者が消費者に金融機関から借入れをさせたり、クレジット契約を組ませたりする行為等に関する苦情相談が増加傾向にある。このような行為等に関連して、事業者が消費者に支払いのために金融機関に対して虚偽の申告を</p>	<p>【意見 1】 ○本論点の下記の整理に基づいた引き続きの検討を求めます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者が消費者の支払いに際して、金融機関に対して虚偽申告をするよう唆す行為を指示対象行為として規定する。

するよう唆す行為については、特定商取引法の指示の対象となる行為として主務省令で規定すべきということで意見が一致した。また、事業者が消費者を支払いのために金融機関等に連れて行く行為については、「消費者が自ら望んでいる場合を除く」ということを明示すべきか否かについてはさらに検討すべきこととされた上で、消費者が望まない場合については、特定商取引法に基づく指示の対象となる行為として主務省令で規定するという方向性について意見が一致した。

(2) 借入れをする行為やクレジット契約を組む行為、預貯金を引き出す行為については、高額商品を購入する際に通常行われている行為であり、事業者が消費者に対してこうした行為を勧める行為が直ちに不適切なものにはならないとし、営業活動への影響を懸念する観点から慎重な意見があった。他方、特定商取引法第7条では、指示を行う前提として「取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあると認められるとき」と規定されており、何らかの悪質性を伴わない場合には指示は行われなため、一般の借り入れやクレジットの利用を勧める行為を一律に規制するものとはならないという意見があった。また、金融機関からの借り入れとクレジット契約とは性質が異なるという意見もあった。これらの意見を踏まえ、引き続き検討を行う必要がある。

・事業者が、消費者が望んでいないにもかかわらず、支払いのために金融機関等に連れて行く行為を指示対象行為として規定する。

【意見2】

○事業者が消費者に対して、金融機関への借り入れやクレジット利用を勧める行為、預貯金を引き出すことを勧める行為については、下記の理由から指示対象行為に含める方向での引き続きの検討を求めます。

【理由】

○特定商取引法の取引類型では、不意打ち型的、利益收受型的な勧誘が行われる傾向があり、消費者が冷静な判断ができない状況下にある勧誘過程で事業者が消費者に借入れを勧める行為には不当性があります。

○特定商取引法第7条では、指示を行う前提として「取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあると認められるとき」と規定されており、悪質性を伴わない場合には対象とならないことを考慮すれば、借入れを勧める行為等を指示対象に含めても、善良な事業者には何ら影響はないと思います。

第2 個別取引類型における規律の在り方について

1. 訪問販売における規律について P17~

(アポイントメントセールスにおける来訪要請方法について)

本論点の中間整理	COJ 意見
<p>(2) アポイントメントセールスが成立する来訪要請方法に関して、委員からは、特定商取引法の適用を逃れようとする事業者の手口が巧妙化するとともに 新たな情報通信サービスの普及等により、アポイントメントセールスの成立を認めることが困難な事例で消費者トラブルが生じていることを踏まえ、</p>	<p>【意見】 ○本論点については、まずは、来訪要請方法の追加の議論を行ってください。その後、規制対象とすべき取引の適否についての検討を行ってください。</p> <p>【理由】 ○現行法はアポイントメントセールスの販</p>

<p>勧誘目的を告げないあるいは他と比して著しく有利な条件での契約締結が可能な旨を告げて行う、住居訪問以外の場所における対面での要請、SNS や SNS 以外の広告等による要請を政令で追加規定するべきとの意見があった。</p> <p>一方、「勧誘目的を告げない」という要件や「不意打ち性」の内容が必ずしも明確とはいえないことを理由に、営利的表現の自由や営業の自由等の観点から来訪要請方法への追加は慎重に検討するべきという意見があった。ヒアリングを行った事業者からは SNS は消費者に一度友人等として認証された者から送信されるものであることから、法令上電子メールとは異なる扱いを受けているのではないかという意見もあった。これに対し、委員からは、SNS は電子メールと同様に個人にメッセージを送信する機能があることから、すでに政令で指定されている「電磁的方法」に該当すると考えられ、この点を明確にすべきとの意見もあった。また、ガイドラインによって不意打ち性のあるものとならないものを区別する等、当該要件の内容を明確にすることで対応できるのではないかという意見もあった。</p> <p>(3) これらの意見を踏まえ、特定商取引法の訪問販売に係る規制を及ぼすことが必要な取引とそれ以外の取引をどのように画していくかという観点から、引き続き検討を行う必要がある。</p>	<p>売目的隠匿型・有利条件提示型にわけていますが、両類型とも来訪要請方法を政令にて限定しているため脱法行為が発生しています。また、両類型とも不意打ち的な勧誘が行われるという問題点があります。</p> <p>例えば、飲食店等に呼び出した後に営業所等に来訪を要請するケース、営業所等に来訪要請したものの販売目的を隠したまま次の来訪要請を行うケース等は、対面による来訪要請が政令にて「住居訪問」「拡声器による住居外からの呼びかけ」に限定されていることから、アポイントメントセールスには該当しません。</p> <p>タウン誌や雑誌の広告にて販売目的を隠したり、他者より著しく有利な条件を提示して来訪要請するケースは、書面による来訪要請の方法が政令にて「郵便、信書便、ビラ・パンフレット（販売目的隠匿型のみ）」に限定されていることから、アポイントメントセールスに該当しません。</p> <p>SNS のメッセージを利用した販売目的を隠しての来訪要請も「電磁的方法」が「電子メールの送信」に限定されていることから、アポイントメントセールスに該当しません。また、ホームページに特定の商品や役務のクーポンや割引券にて有利な条件を提示して来訪要請して不意打ちに別の商品・役務を勧誘してもアポイントメールセールスに該当しないのが現状です。</p> <p>○上述の現状をふまえれば、来訪要請方法を追加（または、来訪要請方法を問わない）し、脱法を防止すべきだと思います。</p> <p>○そして、来訪要請の追加の結論を得た後に、規制対象とすべき取引の適否について検討を行ってください。</p>
---	---

2. 通信販売における規律について

(虚偽・誇大広告に関する取消権について)

P 18 ~

本論点の中間整理	COJ 意見
<p>(3) なお、現在、消費者委員会消費者契約法専門調査会において消費者契約法の見直しが検討されており、消費者契約法の「勧誘」要件の在り方についても議論が行われてい</p>	<p>【意見】 ○本論点については、消費者契約法改正の議論の結果がはっきりとしない現時点で、特定商取引法での検討の必要性はないとの判断</p>

<p>る。本専門調査会においては、消費者契約法専門調査会における議論の推移も注視しつつ、通信販売という取引形態の特性を踏まえて、必要に応じ、更なる検討を行うこととする。</p>	<p>はするべきではありません。取消権を認めるとの方向での引き続きの検討を求めます。</p> <p>【理由】</p> <p>○訪問販売や電話勧誘販売は、事業者の不実告知や故意の事実不告知があつて消費者が誤認し契約締結に至った場合に消費者に取消権を付与しています。</p> <p>○通信販売（インターネット通販等）の場合は、広告表示画面を見て契約意思を形成し、申込画面をクリックして契約の申込みを行うため、虚偽・誇大広告と契約の申込みとの結びつきが直接的です。</p> <p>○従いまして、通信販売において虚偽・誇大広告が行われ、消費者が商品の品質や契約条件等の「重要事項」について誤認して意思表示を行った場合には、契約取消権を付与すべきです。</p> <p>○なお、特定商取引法第 11 条には広告の記載事項が法定化されていますので、「重要事項」を当該範囲とすれば、事業者と消費者にとっても取消権の範囲が明確となります。</p>
--	---

（通信販売事業者の表示義務について） P 19～

本論点の中間整理	COJ 意見
<p>(3) 今後、割賦販売法の見直しの具体的な進捗と産業構造審議会割賦販売小委員会からの期待を踏まえ、事業者の負担に配慮しつつ、引き続き検討を行うこととする。</p>	<p>【意見】</p> <p>○本論点については、通信販売事業者の表示義務の対象項目として、アクワイアラー・PSP の登録情報を追加する方向での引き続きの検討を求めます。</p> <p>【理由】</p> <p>○産業構造審議会 商務流通情報分科会 割賦販売小委員会 報告書（平成 27 年 7 月 3 日）では、特定商取引法に係る事項について下記（★）のように記述されています。</p> <p>○「アクワイアラー・PSP に関する情報を表示する」との点については、これら情報を消費生活センター等が活用できれば、消費者被害の回復に資するところとなります。また、特定商取引法に基づく表示の活用に関する消費者教育と併せて行うことによって消費者が安全な取引を選択できる環境づくりにも資することとなります。</p>

	<p>(★)「3. 特定商取引に関する法律と関係する事項」 クレジットカード取引に係る相談・苦情の大半は加盟店に起因するものであるが、割賦販売法による措置は加盟店が国内に立地する場合に限られるため、海外を含む加盟店適正化や、取引に際しての消費者の注意の向上等については、別途の検討が必要となる。</p> <p>このような点に対応するため、特定商取引に関する法律（以下「特商法」という）において、通信販売に係る必要な対応を行うことに加え、同法の規定等を端緒とし、悪質な販売業者等に対する行政による効果的な法執行並びに業界による是正及び排除を推進することが期待される。</p> <p>なお、本小委員会における検討と関連する事項としては、例えば、アクワイアラー・PSP に関する情報を表示するといったことも考えられるが、これに限らず、特商法に係る検討においては販売等取引を適正化するための実効的な制度整備・執行強化等について検討されることが期待される。</p> <p>さらに、適用対象の見直し等、特商法に係る検討状況を踏まえ、必要な場合には、割賦販売法においても見直しを行うよう、政府において検討を継続すべきである。」</p>
--	---

(FAX 広告に関する規制の導入について)

P 2 0 ~

本論点の中間整理	COJ 意見
<p>(3) 委員間では、FAX 広告に関する規制を導入する必要性については合意されており、今後、事業者による既存顧客に対する連絡等に悪影響が生じることのないように留意しつつ、検討が進められる必要がある。</p>	<p>【意見】 ○本論点の下記の整理に基づいた引き続きの検討を求めます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後、既存顧客に対する連絡等に悪影響が生じないように留意しつつ検討を進める。

3. 電話勧誘販売における規律について P 2 1

(過量販売解除の導入について)

本論点の中間整理	COJ 意見
<p>(2) 今後の高齢化のより一層の進展等を視野に入れ、過量販売に当たる場合の要件や判断事由の明確化という観点にも留意しつつ、電話勧誘販売においても過量販売が行われた場合には消費者に契約の解除を認めることとする方向で、今後、検討が進められる必要がある。</p>	<p>○本論点の下記の整理に基づいた引き続きの検討を求めます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後、過量販売の要件の明確化に留意しつつ、契約解除を認める方向で検討を進める。
<p>★中間整理では、特段、触れられていないが、検討を要すると考える事項 ⇒電話勧誘販売のクーリング・オフ規定（特定商取引法 24 条）の整備</p>	<p>○訪問販売については平成 20 年の改正時に、それまで、見解が定着していた消費者のクーリング・オフ時の商品の使用利益の不払いの取り扱いが、特定商取引法 9 条（訪問販売のクーリング・オフ規定）に条文として新設されました。電話勧誘販売での健康食品のトラブル等が増えており、同様の規定を電話勧誘販売のクーリング・オフに関わる部分に設けることが必要です。</p>

4. 特定継続的役務提供における規律について P 2 1 ~
 (美容医療契約の取扱いについて)

本論点の中間整理	COJ 意見
<p>(2) 美容医療契約に関しては、近年、不適切な勧誘や解約等に関する消費者トラブルが増加している。これを受け、委員からは、美容医療契約のうち役務が継続的に提供されるものについて、エステティックとは区別をしてトラブルに対処する観点から、特定商取引法の特定継続的役務として規制対象とすることに対して肯定的な意見が多く出された。</p> <p>今後、業界の実情を十分に踏まえつつ、更なる検討が行われる必要がある。</p> <p>なお、委員からは、継続的とはいえ一回限りの施術についても消費者トラブルが存在することから、上記のように特定商取引法における対応を図るとともに、個別業法における対応についても検討すべきとの意見も出された。</p>	<p>【意見】 ○美容医療契約を特定継続的役務提供に追加指定してください。</p> <p>【理由】 ○特定継続的役務提供には下記①～⑥のような構造的問題が指摘されていますが、美容医療契約も同様の問題をもっています。</p> <p>①役務の内容、質の客観的判断が困難。 ②役務の効果に対する客観的判断が困難。 ③長期の契約期間中に事情変更が生じても、消費者から契約離脱することが困難。 ④契約の締結に際して不適切な勧誘が行われる。 ⑤契約内容や役務の内容等についての情報提供が不十分である。 ⑥前払いであり、中途解約時の清算ルールが不明確又は事業者に不当に有利に定められている。</p> <p>○また、美容医療契約に関する相談件数の増加や、契約金額や既払い金額が高額であることを考慮すれば法規制すべきと考えます。</p> <p>○なお、美容医療契約を特定継続的役務提供に追加指定に向け、下記事項について意見を表明しておきます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続的な美容医療契約で苦情や相談が多いものとして「増毛・発毛・植毛等」「脱毛」「肌・皮膚表層関係」「歯（審美歯科）」があげられますが、役務の個別指定では後追い規制となってしまうので、美容医療契約で継続性がある役務についてはすべて網羅できるようにしてください。 ・行為規制については、6類型に適用されている誇大広告、迷惑な勧誘・迷惑な解除妨害等についても、適用除外とすることなく、規制対象としてください。 ・損害賠償額等の上限の定めや、関連商品の指定等については、現行の6類型についての損害賠償や関連商品を定める際に、各業界にアンケート等を実施するなどしてから検討を行ったと聞いていま

	す。美容医療契約における損害賠償等の上限の定め等を決める際にも、消費者トラブルや業界の実態をふまえた上で、適切な水準で設けるようにしてください。
--	--

5. 訪問購入における規律について

(訪問購入における「交換」への対応について) P 2 2

本論点の中間整理	COJ 意見
<p>(2) このような事例に関して、現在でも、民法及び特定商取引法の解釈として、商品券やプリペイドカード等のいわゆる金券が用いられる場合には、多くの事例において売買契約の成立を認めた上で支払手段の選択の問題あるいは代物弁済の問題であると評価して、訪問購入の成立を認めて特定商取引法の規律を及ぼすことが可能と考えられる。この点について解釈を明確化するべく検討を進め、その結果が広く明らかにされることが必要である。</p> <p>(3) 一方、いわゆる物々交換のような売買契約の成立を観念しがたい事例も規制対象としようとした場合、訪問販売との区別等、特定商取引法の基礎的な概念から再度整理することが必要になることが考えられる。また、換金性が高いものとそうでないものの区別や適用除外についても検討が必要となる。引き続き苦情相談の状況等を注視していくことが必要である。</p>	<p>【意見】</p> <p>○本論点の下記の整理に基づいた引き続きの検討を求めます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品券やプリペイドカード等の金券が用いられる場合、売買契約の成立を認めたうえで支払手段の選択の問題または代物弁済の問題として評価して訪問購入の成立を認めて特定商取引法の規律を及ぼすことが可能と考えられるので、この点の解釈を明確化すべく検討を進める。 ・その他の物品相互の交換は、販売・購入等の概念の整理が必要であり引き続き注視する。

第3 執行上の課題について

1. 行政処分の効力の対象・範囲の拡大について P 2 3

本論点の中間整理	COJ 意見
<p>(2) これは現行の特定商取引法に基づく行政処分が事業者単位を基本として行われていることを理由とするものと考えられるが、こうした事案への対応として、他法の例も参考としながら、違反行為により行政処分を受けた事業者の役員（事業者が法人の場合。）や役員と同等以上の支配力・影響力を有する従業員（事業者が個人事業主の場合も含む。以下「役員等」という。）に対しても、業務停止命令の効力を及ぼし、業務停止命令に違</p>	<p>【意見】</p> <p>○本論点の下記の整理に基づいた引き続きの検討を求めます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行政処分を受けた事業者の役員や支配的従業員に対し行政処分の効力を及ぼすこと、業務停止命令違反には罰則を科すことができるよう検討を進める。 ・実質的に違法行為に関与している別法人や黒幕的第三者に対する実効的な対処を検討する。

<p>反した場合には刑事責任を追及することができるよう、今後、検討が進められる必要がある。</p> <p>(3) この他にも、違法行為のノウハウを持つ従業員や形式的には業務委託先等である別法人や黒幕的第三者が、実質的に違法行為に深く関与・主導しているような事例も存在している。このような場合、個別の事実認定の結果、上記の役員等に該当する事例や全体を一体の事業者として行政処分を行うことが可能な事例も存在するものと考えられるものの、なお行政処分の対象とはできないような事例の存在も想定される。他の法令との均衡、対象となる者の具体的な要件、規定方法やその明確性等にも留意しつつ、このような者に対しても実効的な対処を行うことができるよう、適切な対応について検討が行われる必要がある。</p> <p>(4) また、特定商取引法の執行は国及び都道府県において行われているところ、現在の実務では、都道府県による行政処分の効力は当該都道府県の区域内にしか及ばないと解されていることから、都道府県による行政処分を受けた事業者が他の都道府県において同種の違反行為を行うことが可能となっているという指摘がある。行政のリソースの効率的配分、消費者被害の効果的・効率的な発生予防・拡大防止、都道府県が行政処分を実施することのインセンティブ等の観点を踏まえ、特定商取引法の執行における都道府県の処分の効力を見直し、再整理すべく、都道府県の意見も聞きながら、都道府県が判断を行う枠組みも含め、検討が進められる必要がある。</p>	<p>・都道府県の行政処分は当該都道府県内しか効力が及ばないため、事業者が他の都道府県で違反行為を行うことができる。被害の効率的な拡大防止、都道府県が行政処分を行うインセンティブ等の観点を踏まえ、都道府県による行政処分の効力を見直す。</p>
--	---

2. 事前参入規制等について P 2 4

本論点の中間整理	COJ 意見
<p>(3) これらの意見を踏まえ、事業者に及ぼす影響、消費者保護及び取引の適正化への効果とそれに必要なコスト等の観点を押さえながら、制度の目的、対象となる事業者の範囲、管理体制等の制度設計について慎重に検討を行いつつ、事前参入規制等の導入につい</p>	<p>○本論点の下記の整理に基づいた引き続きの検討を求めます。</p> <p>・制度設計について慎重に検討を行いつつ、事前参入規制等の導入について、引き続きその適否を含めて検討を進める。</p>

て、引き続きその適否も含めて検討を進めることとする。	
----------------------------	--

3. 報告徴収・立入検査の強化について P 24～

本論点の中間整理	COJ 意見
<p>(2) 現在、特定商取引法に基づく報告徴収及び立入検査に対する虚偽報告・検査妨害等については 100 万円以下の罰金が定められているが(両罰規定がある。)、違法行為によって収益を上げている事業者に対しては十分な抑止力とはなっていないとの指摘がある。報告徴収や立入検査の実効性の強化を図るため、懲役刑も含めた法定刑の引上げについて、他の法律の水準も参考に、検討が行われる必要がある。あわせて、虚偽報告・検査妨害等を行った事業者名の公表等、刑事罰以外の方法による一定の対応ができるような仕組みについて、検討が進められるべきである。</p> <p>(3) また、現行法においては、違反事業者との関係によって関係事業者等は報告徴収・立入検査の対象となる「密接関係者」は政令で列举される者に限定されている。しかしながら、例えば外部のコンサルティング会社やバックオフィス業務の委託先事業者、製品の卸売事業者等、違反事業者と政令に規定されている関係以外の関係を有する事業者等が、実際には違反事業者の業務運営に深く関与・主導し、経営方針の決定等にも関与・差配しているような例も存在している。報告徴収・立入検査の対象範囲の見直しについて、他の法令等も参考に、検討が進められる必要がある。</p> <p>(4) なお、特定商取引法に基づき、執行当局は事業者に対して「帳簿、書類その他の物件」の提出を命じ、又はその職員に検査させることができることとされているが、あらかじめ特定商取引法に基づき、事業者に対して、一定の従業員名簿や取引関係書類等の作成及び備付けを義務付けるとともに、そのような義務に違反した場合には、特定商取引法</p>	<p>【意見 1】 ○本論点の下記の整理に基づいた引き続きの検討を求めます。 ・報告徴収への虚偽報告、立入検査の妨害については 100 万円以下の罰金であることから事業者の抑止力となっていないため、懲役刑を含めた法定刑の引き上げを検討する。併せて、虚偽報告・検査妨害を行った事業者名の公表等も検討する。 ・違反事業者の関係事業者への立入調査につき、「密接関係者」が限定的に規定されているが、違反事業者の業務運営に深く関与している事業者に範囲を見直すよう検討する。</p> <p>【理由】 ○中間整理「第 3. 執行上の課題について 5. その他」では、「なお、我が国の経済事犯に対する罰則は、一般的に諸外国と比べて軽く、十分な抑止力が働いていないという意見があった。特定商取引法違反に対する罰則が適切な抑止力として機能するよう、他の法律における罰則の水準等も踏まえながら、法定刑の引上げについて、検討が行われる必要がある。」とまとめられています。本趣旨にそのような、法定刑の引き上げ等の検討を求めます。</p> <p>【意見 2】 ○「一定の従業員名簿や取引関係書類等の作成及び備付けを義務付けるとともに、そのような義務に違反した場合には、特定商取引法上の行政処分を行うことができる」との方向性での引き続きの検討を求めます。</p> <p>【理由】 ○悪質な事業者の組織や業務の実態解明を容易にする上で、一定の従業員名簿や取引関係書類等の作成及び備付けを義務付けることは有効です。従業員名簿や取引関係書類は、事業者は通常業務で作成しているものと</p>

<p>上の行政処分を行うことができるようにすることが、悪質な事業者の組織や業務の実態解明を容易にする上で有効と考えられる。事業者の負担にも留意しつつ、類似の規定を置く他の法令も参考に、特定商取引法における対応の在り方について、必要に応じて、検討が行われることが期待される。</p>	<p>思われますので、義務付けられたとしても、追加作成作業は発生しないと思われるので、負担にはならないと思います。</p>
--	---

4. 新たな技術・サービスの発達・普及への対応について P 25～

本論点の中間整理	COJ 意見
<p>(1) (前掲略)</p> <p>特定商取引法の執行を迅速かつ安定的に行うため、執行当局が十分な調査を行ってもなお違反事業者の所在等を把握できないような場合には、執行当局の判断によって公示送達による行政処分を行うことができるよう、特定商取引法に関連規定を設けることについて、検討が進められる必要がある。</p> <p>(2) (前掲略)</p> <p>他の法律においては、プロバイダが行政機関からの削除要請に安心して従うことができるよう、削除要請に従ってウェブサイトを削除したことにより違反事業者が発生した損害についてプロバイダの賠償責任を免除するものも存在しており、特定商取引法においても、他の法律の例も参考にしつつ、同様の規定の導入について、検討が行われることが適当である。</p> <p>(3) また、近年、いわゆるレンタルオフィス、バーチャルオフィス等のサービスが悪用されることにより、執行当局による違反事業者の実態把握に支障を来す事例が生じている。これらの事業者には、犯罪による収益の移転防止に関する法律（平成 19 年法律第 22 号）に基づき、取引時の本人確認等の義務が課されているところ、主務官庁においてはこれらの義務が確実に果たされるよう、事業者に対する監督を適切に行うことが期待される。</p>	<p>【意見】</p> <p>○本論点の下記の整理に基づいた引き続きの検討を求めます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インターネット通販業者やバーチャルオフィス等による違反事業者について所在を把握できない事例があることから、公示送達による行政処分を可能とする規定を検討する。 ・ウェブサイト上の違反広告の是正指示に従わない事業者について、執行当局からプロバイダに対する削除要請の規定とプロバイダの損害賠償責任の免除規定の導入について検討する。

以上

<本件の問い合わせ先>

消費者機構日本

専務理事：磯 辺 浩 一

TEL : 03-5212-3066

FAX : 03-5216-6077

e-mail : isobe@coj.gr.jp