

令和6(2024)年10月

御中

特商法の抜本的改正を求める全国連絡会

ご質問

特定商取引法（以下、「特商法」）対象分野の取引における消費者被害について、以下の通り質問します。添付の回答用紙でファクスにてご回答をお願いします。なお回答は当連絡会等関係団体のHPに掲載させていただきます。

第1 訪問販売・電話勧誘販売

- 1 訪問販売の分野では、平成28年（2016年）以降、修理サービスや屋根工事などの高額被害が増加し、深刻化しています。匿名・流動型犯罪グループがこの分野に進出しているという問題も出てきています。また訪問販売・電話勧誘販売被害は、特に高齢者層において多く発生する傾向があります。こうした被害状況についての認識・評価及び被害の予防・救済のための具体策について、貴党の御見解をお聞かせください。
- 2 諸外国では、訪問販売や電話勧誘販売による消費者被害を防止するため、勧誘を事前拒否した者に対する勧誘禁止の制度として、Do Not Knock や Do Not Call などが導入されています。我が国においてこれらの制度を導入することの是非について、貴党の御見解をお聞かせください。

第2 ネット通販について

- 1 詐欺的なお試し定期購入被害については、令和3年（2021年）に特商法が改正され、対策が講じられたにもかかわらず、法施行後も被害が増加するという事態に陥っています。こうした状況についての認識・評価及び今後の対応策について、貴党の御見解をお聞かせください。
- 2 SNS を使った、例えば副業や投資の広告・勧誘などをきっかけとする消費者トラブルも増加の一途をたどっています。こうした状況についての認識・評価及び被害の予防・救済のための具体策について、貴党の御見解をお聞かせください。

第3 マルチ商法について

- 1 マルチ商法については、暗号資産やアフィリエイトなどを通じた儲け話を勧誘して紹介料や報酬を得る、いわゆる「モノなしマルチ」被害が増加しています。こうした「モノなしマルチ」を含むマルチ商法についての被害状況の認識・評価及び今後の対応策について、貴党の御見解をお聞かせください。
- 2 マルチ商法については、数十億の被害を出しながらきわめて軽い刑事処分しか科されないため、名前を変えて次々と同種の手口を繰り返す業者が後を絶たず、現行の法制度では抑止力がないとの指摘がなされています。当連絡会や日本弁護士連合会等では、こうした悪質業者を排除するために登録制の導入が必要であるとの意見を出しています。マルチ商法についての登録制導入について、貴党の御見解をお聞かせください。

第4 特商法改正全般

- 1 現在、全国の100を超える自治体から、上記項目に関連して、特商法の改正を求める意見書が国に対して提出されています。こうした地方からの多くの意見に対し、国としてどのように対応すべきか、貴党の御見解をお聞かせください。
- 2 多発する特商法対象取引分野における消費者トラブルを予防・救済するためには、法執行の充実強化も必要と考えられます。これを所管する消費者庁の担当部署の機構・定員の在り方について貴党の御見解をお聞かせください。

以上

自由民主党

第1 訪問販売・電話勧誘販売

1 【訪問販売の被害状況についての認識・評価及び被害の予防・救済のための具体策】

答 本年9月時点、国民生活センターの消費生活相談件数によると、年齢が高くなるにつれ、訪問販売や電話勧誘販売に関する相談が多い傾向にあります。

修理サービスや屋根工事などの訪問販売や電話勧誘販売には、特定商取引法において、販売業者等に対して氏名等の明示義務、再勧誘の禁止等の厳格な規制が設けられており、これに違反する事実がある場合には、消費者庁において法律に基づいて厳正に対処されているものと承知しております。

さらに、高齢者を消費者被害から守るためには、予防的措置を講じる必要もあると考えます。高齢者を念頭においた消費者教育の充実や、見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)を活用した情報発信などの取り組みを期待します。

2 【DoNotKnock や DoNotCall 制度を導入することの是非】

答 DoNotKnock や DoNotCall 制度の導入については、制度運営に伴う費用負担の問題や実効性の問題、登録した消費者の個人情報が悪用され得る問題など様々な課題があるものと把握しております。

日本では、訪問販売・電話勧誘販売に関する消費生活相談件数が年々減少傾向にあります。費用対効果やリスク対応の観点から、慎重な検討が必要であると考えます。

第2 ネット通販について

1 【詐欺的なお試し定期購入被害についての認識・評価及び今後の対応策】

答 定期購入に関する消費生活相談件数は、令和3年法改正後の周知活動によって、現在ではピーク時の6割程度と承知しています。

令和3年特商法改正で、インターネット上での詐欺的な定期購入商法対策として、最終確認画面での誤認表示禁止規定や取消権が創設されました。また、周知や注意喚起に加えて、法律に違反する事実があれば積極的に行政処分が行われており、引き続き法律に基づいて厳正に対処されることを期待しています。

2 【SNS を使った消費者トラブルについての認識・評価及び被害の予防・救済のための具体策】

答 SNS による消費者被害・トラブルの実態は様々です。例えば、電話勧誘販売や連鎖販売取引にあたるものもあり、かつそれが特定商取引法に違反する事実がある場合には、消費者庁において厳正に対処されており、不適当な勧誘をした連鎖販売業者や、メッセージ機能を用い勧誘を行いクーリング・オフの行使を妨害した訪問販売業者には、行政処分が行われています。SNS利用によるトラブルの未然防止対策には、SNSを悪用した勧誘・儲け話の手法についての注意喚起を消費者庁および国民生活センターが実施をしています。

引き続き、SNS を利用した消費者トラブルには、厳正な行政処分や消費者への注意喚起を実施することで、被害防止が図られることを期待します。

第3 マルチ商法について

1 【マルチ商法についての被害状況の認識・評価及び今後の対応策】

答 「モノなしマルチ商法」の相談件数は、令和元年度以降、減少傾向ですが、契約当事者を年代で見ると、20歳代の割合が高まっています。また、マルチ取引に関する消費生活相談件数も減少傾向ですが、年代別では20歳代の割合が高い傾向にあります。

消費者庁はこの状況に対し、若者を狙った投資勧誘に関するチラシを公表するなど注意喚起を行い被害の防止に努め、違反事業者に対しては厳正に行政処分を行っていることと承知しています。

今後も引き続き連鎖販売取引による消費者被害の防止が図られることを期待します。

2 【マルチ商法についての登録制導入】

答 マルチ商法について、名前を変えて次々と同種の手口を繰り返す事業者を含め、法令に違反する事業者に対しては厳正な処分が行われています。

マルチ商法についての登録制導入については、登録制に必要な行政コストに効果が見合うか、登録に伴い国が特定の連鎖販売業者に事実上のお墨付きを与える逆効果など、幅広く勘案すべき問題と認識しています。

第4 特商法改正全般

1 【地方からの特商法の改正を求める意見に対し、国としてどのように対応すべきか】

答 特定商取引法については、これまでも適時・適切に見直しを行っており、令和3年に改正、令和5年6月の全面施行からまだ1年程度しか経っていないため、まずは改正された部分の効果をしっかりみる必要があると考えています。

各種の規制は不断に見直しを行うべきものであり、引き続き被害の状況、特定商取引法の施行状況を全体として注視し対処されることを期待しています。

2 【特商法を所管する消費者庁の担当部署の機構・定員の在り方】

答 消費者トラブルを予防・救済するためには、厳正な法執行が重要です。法執行専門職員等の人的リソースを確保するなど体制の充実を図ることが必要です。引き続き、消費者保護の取組みを着実なものとするため、必要な体制の充実・強化を目指します。

以上

【ファクス返信先 043-225-6663】

回答用紙

令和6(2024)年 10月 22日

貴政党名 [日本共産党]

ご担当者氏名 [XXXXXXXXXX]

ご連絡先 [TEL 03 - 5474 - 8434]

第1 訪問販売・電話勧誘販売

1 【訪問販売の被害状況についての認識・評価及び被害の予防・救済のための具体策】

訪問販売・電話勧誘販売は被害が多い類型と認識しています。高齢者や障害者など勧誘を断ることがそもそも難しいと指摘される消費者での被害が深刻と認識しています。本人の要請や同意がない限りそもそも勧誘させない Do Not Cal 制度の導入など規制を強化すべきです。

2 【Do Not Knock や Do Not Cal 制度を導入することの是非】

賛成です。日本共産党は、2023年4月14日参議院費者問題に関する特別委員会で倉林明子議員が、「訪問販売お断りと明記した）ステッカーは自ら貼るという行為そのものが明確な意思表示だ」と強く法制化を求めました。また、Do Not Cal 制度についても導入の検討を政府に求めました。

第2 ネット通販について

1 【詐欺的なお試し定期購入被害についての認識・評価及び今後の対応策】

「定期購入」のトラブルが急増していると認識しています。対策を講じた改正特定商取引法施行にもかかわらず急増しており、さらなる対策が必要です。新たな詐欺的手法が次々と取られており、場当たりの対応ではなく、詐欺的な定期購入商法に対応するための抜本的な法改正が必要だと考えます。

2 【SNS を使った消費者トラブルについての認識・評価及び被害の予防・救済のための具体策】

SNS 関連の消費者トラブルが近年、急増していると認識しています。手口が多様化・巧妙化し、若者でのトラブルも頻出していると認識しています。この分野でのすみやかな対応が必要です。「定期購入」対策と同様に、場当たりの対応ではなく、SNS を使った消費者トラブルに対応した抜本的な法改正が必要だと考えます。

第3 マルチ商法について

1 【マルチ商法についての被害状況の認識・評価及び今後の対応策】

「モノなしマルチ商法」、「後出しマルチ」など手口も多様化し、若者の被害が高水準で推移していると認識しています。被害は深刻です。悪質業者を排除できる、抑止力となる対策が必要だと考えます。

2 【マルチ商法についての登録制導入】

賛成です。参入規制を課し、違反に対しては、速やかに厳罰で対応することで、悪質業者を排除し、被害防止を進められると考えます。

第4 特商法改正全般

1 【地方からの特商法の改正を求める意見に対し、国としてどのように対応すべきか】

特商法改正を求める地方議会からの意見書の採択が広がっていると認識しています。意見書は、議会の意思を意見としてまとめた文書であり、国は真摯に対応すべきです。

2 【特商法を所管する消費者庁の担当部署の機構・定員の在り方】

消費者庁の体制を強化すべきと考えます。「紅こうじ」問題を受けた対策でも、消費者庁の立ち入り検査体制の弱さが指摘されています。消費者にもっとも身近な地方の消費相談体制を強化することも急務です。

以上

【ファクス返信先043-225-6663】

回答用紙

令和6(2024)年10月22日

政党名 [立憲民主党]

ご担当者氏名[██████████]

ご連絡先 [TEL 03-3597-2880]

第1 訪問販売・電話勧誘販売

1 【訪問販売の被害状況についての認識・評価及び被害の予防・救済のための具体策】

訪問販売や電話勧誘など、不意打ちで消費者の合理的な判断の機会を奪い、必要のないサービスや過度に高額なサービス等を提供する事例は明らかに悪質な商法であるものの、現在の消費者法制では商法の定義づけと対策がいたちごっこになっていると認識しています。事業者と消費者との間に情報の質・量、交渉力に構造的な格差があることから、「消費者の権利の保障」を第一として、消費者行政強化と消費者保護を推進しつつ、被害の予防・救済に向けた改正について、さらに具体的に検討していきます。

2 【Do Not KnockやDo Not Call制度を導入することの是非】

一部自治体で取り入れられているDoNotCall制度などについて、その成果の検証を含め、検討していくべき課題であると考えます。

第2 ネット通販について

1 【詐欺的なお試し定期購入被害についての認識・評価及び今後の対応策】

定期購入トラブルについて、特商法改正後も多くの被害が報告されていることから、より効果的な対策について法改正を含めて検討します。

2 【SNSを使った消費者トラブルについての認識・評価及び被害の予防・救済のための具体策】

増加傾向にあるSNS勧誘による投資被害や脱毛エステ契約トラブルなど実際の消費者被害救済のため、特商法の運用強化及び改正に向け、政府に働きかけを行います。

第3 マルチ商法について

1 【マルチ商法についての被害状況の認識・評価及び今後の対応策】

若年者の被害が拡大しやすい連鎖販売取引（マルチ商法）に対する消費者教育を重点的に行うとともに、法執行を強化し、消費者被害の拡大防止のために22歳以下の者との取引を禁止することなどについて検討します。

2 【マルチ商法についての登録制導入】

マルチ商法についての登録制の導入は党として議論ができていませんが、被害をなくしていくための手法について、被害者に寄り添うみなさんの意見をしっかりお聞きしながら議論していきます。

第4 特商法改正全般

1 【地方からの特商法の改正を求める意見に対し、国としてどのように対応すべきか】

消費者被害が疑われる際に、さらなる消費者被害の発生を食い止めるため、立入検査の徹底、業務停止命令などについて、運用状況の見直しを含めて抜本的に見直します。2023年、消費者委員会の専門部会から、ジャパンライフ等の破綻必至商法による被害の回復が現行制度では困難であることから、今後の政策提案を含めた報告書が出されたことを立法府として受け止め、現行法制にとらわれず、総合的に消費者被害対策を検討します。

2 【特商法を所管する消費者庁の担当部署の機構・定員の在り方】

消費者庁は各府省庁の所管分野に横断的にまたがる事案に対して、消費者行政の「司令塔」として機能し、各行政機関の権限の円滑な調整を行い、必要な事案に対しては、自ら迅速に対応する新たな組織の設立が求められ、設立されました。近年では、ジャパンライフ問題やスルガ銀行問題といった悪質な消費者被害への対応はもちろん、旧統一教会によるマインドコントロールによる被害や紅麴に関する食の安全に関する問題など、多種多様な問題への対応が求められています。こうしたことから、悪質な消費者被害を防止し、救済することは当然として、消費者力の向上のため、消費者庁の強化・定員の増強は必要であると考えます。

以上

特商法の抜本的改正を求める全国連絡会アンケート
〔ファクス返信先 043 -225 - 6663〕
回答用紙

令和6(2024)年10月22日
貴政党名〔公明党〕
ご担当者氏名〔 〕
ご連絡先〔 TEL 03-3353-0111 〕

第1 訪問販売・電話勧誘販売

1【訪問販売の被害状況についての認識・評価及び被害の予防・救済のための具体策】

ご指摘にある修理サービスや屋根工事等を含む訪問販売や電話勧誘販売については、特定商取引法において、販売業者等に対して氏名等の明示義務、再勧誘の禁止等の厳格な規制が設けられており、これに違反する事実がある場合には、法律に基づき消費者庁において厳正に対処されているものと承知しております。

高齢者や障がい者、若年者等の消費者の被害防止、救済に確実に繋がるよう取り組みを一層進めるため、DX化を含む消費者相談体制の強化、消費者教育の充実、消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)を活用した情報発信などの対策の他、手口の巧妙化を見据えたさらなる対策の強化、消費生活相談員の資格取得講座の開催や就労支援を実施することで相談員の確保や質の高い相談体制の整備を進めたいと考えます。

2【Do Not Knock や Do Not Call 制度を導入することの是非】

Do Not Knock や Do Not Call 制度については、制度運営に伴う費用負担や実効性の問題、あるいは登録した消費者の個人情報が悪用される可能性がある等の様々な課題があるものと認識しております。

我が国においては、訪問販売や電話勧誘販売に関する消費生活相談件数が年々減少傾向にある中で、費用対効果の観点やリスク対応の観点から、慎重な検討が必要であると考えております。

第2 ネット通販について

1【詐欺的なお試し定期購入被害についての認識・評価及び今後の対応策】

消費者庁によれば、定期購入に係る消費生活相談件数については、令和3年の特商法改正後の周知活動により、一時期は増加したものの、現在ではピーク時の6割程度となっていると承知しております。

令和3年の法改正において、インターネット上での詐欺的な定期購入商法対策として、最終確認画面における誤認表示の禁止規定や取消権が創設され、周知活動や注意喚起に加え、法律に違反する事実があれば積極的に行政処分が行われていると承知しております。

引き続き、法律に基づき厳正に対処していくとともに、今後の被害実態の状況を踏まえ、必要な対応策について検討していきたいと考えます。

特商法の抜本的改正を求める全国連絡会アンケート
〔ファクス返信先 043 -225 - 6663〕
回答用紙

2【SNSを使った消費者トラブルについての認識・評価及び被害の予防・救済のための具体策】

SNS を介した消費者トラブルなどに対する対応としては、未然防止の観点から、消費者庁や国民生活センター等による注意喚起の他、特定商取引法の表示義務規定や誇大広告等の禁止規定など SNS のメッセージによる広告表示を含めた通信販売に関する規定の執行はじめ、様々な取り組みを進めているものと承知しております。

引き続き、消費者に対する注意喚起や厳正な法執行等により SNS を利用した消費者トラブル防止を図りながら、その対応状況や社会情勢等を踏まえて、今後更なる特定商取引法における対応を含め必要な対策について、検討を行うべきと考えます。

第3 マルチ商法について

1【マルチ商法についての被害状況の認識・評価及び今後の対応策】

国民生活センターによれば、いわゆる「モノなしマルチ商法」に関する相談件数は減少傾向にあります。20 歳代の割合が高い傾向があるようです。

こうした状況を踏まえ消費者庁では、若者を狙った投資勧誘に関するチラシを公表して注意喚起等を行うとともに、違反事業者に対しては特定商取引法に基づき厳正に行政処分を行っているものと承知しております。

連鎖販売取引による消費者被害の防止を図るため、引き続き、これらの取り組みを推進するとともに、消費者の意識やリテラシーを向上するための消費者教育等を推進します。

2【マルチ商法についての登録制導入】

いわゆるマルチ商法については、名前を変えて次々と同種の手口を繰り返す事業者を含め、法令に違反する事業者に対しては、これまでも厳正な処分が行われてきたものと承知しております。

ご指摘のマルチ商法についての登録制導入につきましては、登録制に必要な行政コストに対する効果検証を行う必要があります。また、登録制度が導入されることで、国が特定の連鎖販売業者に事実上のお墨付きを与える逆効果なども検証すべき課題です。

こうした課題を整理した上で、今後の社会情勢等も踏まえ、議論する必要があるかと思います。

第4 特商法改正全般

1【地方からの特商法の改正を求める意見に対し、国としてどのように対応すべきか】

特定商取引法は、令和3年の改正により、令和5年6月から全面施行され、様々な取り組みを進めているものと承知しております。まずは厳正な法執行により着実に実績を積み上げつつ、効果を検証し、今後の社会情勢や被害状況等を踏まえつつ、更なる特定商取引法における対応について、必要に応じて検討を行うべきと考えます。

特商法の抜本的改正を求める全国連絡会アンケート
〔ファクス返信先 043 -225 - 6663〕
回答用紙

2【特商法を所管する消費者庁の担当部署の機構・定員の在り方】

今後も消費者トラブルの予防・救済に向けた厳正な法執行を図るためには、法執行専門職員等の人的リソースを確保するなど、体制の充実を図る必要があります。

消費者保護の取り組みを着実に進めるため、引き続き、必要な体制の充実を推進してまいります。

「ご質問」への回答【日本維新の会】

1-1

特定の期間以内であれば、訪問販売を利用した消費者は事業者に対して、書面又は電磁的記録により申込みの撤回や契約の解除（クーリング・オフ）ができることを消費者に徹底していき、特定商取引法ガイドをわかりやすく記載し周知していきたいと考えます。

1-2

Do Not Knock や Do Not Call 制度について、英語表記では日本人にとってわかりづらい部分があるため、制度を今後導入するにあたり、わかりやすい日本語（例「勧誘拒絶制度」名称を変更等）にし、かみ砕いて説明していくべきだと考えます。

2-1

通信販売は特定商取引法上において、ウェブサイト上に表示されている返品の可否と返品可能な場合の条件（返品特約）に基づいて返金手続きを行わなければならない、クーリングオフができない現状です。ウェブ上の返品特約表記を分かりやすくすることはもちろん、制度を周知するとともに罰則を強化するべきです。また、返金手続きを違反した際の罰則を明確化するべきだと考えます。

2-2

SNS（インターネット）を通じた新たな犯罪・特殊詐欺などが横行していることに鑑み、省庁横断や消費者団体等との連携によるサイバー犯罪対策を強化し、消費者保護に努めるべきだと考えます。さらに、プライバシー権に配慮しながら、インターネットや SNS 等のトラブルに対応していくべきだと考えます。

3-1

マルチ商法に関する消費生活相談件数は 2011 年より増加傾向にあり、被害額は大きい状況です。クーリングオフ制度の適用内であるため、クーリングオフ制度の活用を推進するとともに、被害がこれ以上広がらないように国会で対応を議論していくべきだと考えます。

3-2

マルチ商法の被害拡大を防ぐために、登録制度の導入を検討していきたいと考えていますが、登録制度の抜け穴として会社の名前を変更し、再度別会社として登録する可能性があります。制度に抜け穴ができないように対策が必要であると考えます。

4-1

地方からの特商法の改正を求める意見に対して、今後、国会で積極的に議論・検討していきたいと考えています。

4-2

消費者被害が増加していることに鑑み、民間の消費者団体・弁護士団体と連携し、消費者保護機能を強化していきたいと考えます。未然防止に努め、消費者が安心して購買活動を行えるように支援するべきだと考えています。

以上