



2022年11月7日

5年後見直し規定に基づく特定商取引法の見直しと抜本的な改正を求めます！

全国消費者行政ウォッチねっと

消費者庁が創設されて13年が経過しましたが、全国の消費者トラブルは相変わらず高止まりが続いています。令和4年版消費者白書によると、このうち特定商取引法（以下「特商法」）の対象取引分野が、約55%という高い比率を占めています。

とりわけ訪問販売・電話勧誘販売の割合は、認知症等高齢者の消費者トラブルの中で48.6%と圧倒的な多数を占めています。このことから、超高齢社会において判断力の衰えた高齢者が悪質商法のターゲットにされていることがうかがわれ、今後更にこの傾向が強まることが懸念されます。

また世代全体で見ると、インターネット通販に関する相談が23.0%と最多となっており、デジタル社会の進展、さらにはコロナ禍の影響もあって、インターネット通販におけるトラブルが増加していることが見て取れます。この傾向はデジタル社会の更なる進展とともに、今後更に強まると思われます。

他方、20歳代においてはマルチ取引が5.1%と高い比率を占めています。今後は、本年4月の成年年齢引下げに伴い、18歳から19歳を狙ったマルチ取引被害の増加が予想されるところです。

ウォッチねっとではこの間、連続勉強会を開催し、これらの分野において近時発生している消費者被害の実情を確認してきました。その結果、現在の特商法の制度・規定のままでは、上記分野を中心に多発している消費者被害を激減させることは難しく、社会の変化に伴う抜本的な見直し・改正が必要であるとの結論に達しました。

よって私たちは、平成28年改正の際に規定された附則第6条に基づく5年後見直しを早急に行い、以下の内容を中心とした特商法の抜本的改正を行うことを求めます。

- 1 訪問販売や電話勧誘販売について、「およびでない勧誘」（不招請勧誘）への規制を見直し、消費者があらかじめ拒絶の意思を表明した場合には勧誘してはならない制度（いわゆる Do Not Knock、Do Not Call 制度）を導入すること。
- 2 SNS 等を通じたインターネット通販の勧誘について、クーリング・オフや勧誘規制等電話勧誘販売と同レベルの規制を導入するとともに、SNS 事業者等に対し、消費者トラブル発生時における販売店に関する情報の開示を義務付けること。

- 3 連鎖販売取引について、国による登録・確認等の開業規制を導入するとともに、被害の予防・救済のための規制を強化すること。

以上