

私は、請願第5号「特定商取引法平成28年改正における5年後見直しに基づく同法の抜本的改正を求める意見書」採択に関する請願に賛成する立場で討論に参加いたします。

特定商取引法令和3年の改正の内容として、1点目、送り付け商法対策、2点目、クーリング・オフの通知の電子化、3点目、通信販売における規制強化、4点目、行政処分の強化、5点目、海外執行当局への情報提供、6点目、事業者が交付すべき契約書面等の電子化が改正内容として挙げられます。

確かに、平成28年改正において、改正された事項については、時期はずれながらも改正後施行されているものもあります。

しかし、被害等が続いていることを踏まえ、次の点を挙げて改正が必要であることの理由として申し述べたいと思います。

1点目、訪問販売、勧誘販売において、2016年は積み残された課題であり、高齢者に集中している被害です。しかしこの時点では、産業界からの反対により、見送られました。高齢者の被害防止は喫緊の課題です。

また、当時附帯決議で指摘された高齢者の訪問販売、電話勧誘販売被害が多発している場合、見直しに該当するものです。

2点目、海外法制において、電話勧誘販売に対し、拒否者の登録をした電話番号へ勧誘の電話をかけることを禁止する、いわゆる Do Not Call は、既に23もの国と地域で導入されています。2015年2月に全国消費者団体連絡会が行った消費者契約に関する意識調査によると、訪問販売及び電話勧誘販売について、必要ない、来てほしくないと考えている人の割合は、96.3%でした。同年3月に、消費者庁が行った意識調査も同じような高い割合の数字が出ており、ほとんどの消費者が、訪問販売と電話勧誘販売に対して拒絶する意識であることが分かりました。

3点目、被害発生のおそれが低い取引類型の適用除外。これに対し、訪問勧誘や電話勧誘による消費者への情報提供や購入機会の提供において、社会的に有用性が認められるケースであることを踏まえ、消費者被害が発生するおそれが低いと認められる取引類型については、一定範囲で適用除外とすることの検討はあってよいと考えられているそうです。

4点目、インターネット通信販売について。相談者の年齢層は、2017年は20歳代が多数を占めていたようですが、2021年度は、20歳代から50歳代に至るまで被害が広がっています。

社会のデジタル化が進むにつれて、SNSを利用する年代も広がりを見せており、SNSを利用した勧誘のトラブルは今後も拡大することが予想されます。

5点目、チャット機能による勧誘については、電話勧誘販売の特徴に類似しているとされ、被害が多いです。インターネット通信販売における匿名性の悪用に

対する措置、SNS運営事業者の発信者情報確認・開示義務を設ける必要があります。

6点目、連鎖販売取引等、いわゆるマルチ商法についても、連鎖販売取引の相談件数の推移は、マルチ取引に関する年代別相談件数の割合を見ますと、20歳の若者が43.6%を占めています。このことから、社会経験や取引経験の乏しい若年層が、巧妙かつ多様な勧誘手法によって仲間を増やして儲けにつながるという幻想的なマルチ取引に誘い込まれていることが分かります。

また、2022年4月1日より成年年齢が20歳から18歳に引き下げられたことに伴い、若年層のマルチ取引被害がさらに拡大するおそれがあります。消費者教育の強化はまさしく必要ではありますが、その前に被害の増加を食い止めることを求めたいと思っています。

冒頭で申し上げた賛成の理由は、まさにこれらの課題はいずれも深刻な被害が現に発生、増加していることが問題なのです。消費者庁または消費者委員会において速やかに実態調査を行い、特定商取引法の抜本的な改正は、被害をなくすことであり、この改正を求める意見書の採択に関する請願に賛同する次第です。