

## 消費者被害を防止・救済する実効的な法制度の実現を求める会長声明

- 1 高齢化が進行する我が国において、65歳以上の高齢者の消費生活相談件数は、平成25年度では全体の約3割と大きな割合を占めており、平成20年度から平成25年度までの増加率は6割強と、高齢者人口の伸びを大きく上回るペースで増加してきている。悪質業者が、独り暮らしの高齢者などを狙って、突然訪問したり電話をかけたりして、高齢者の判断能力が低下していることや断りにくい状況にあることにつけ入り、不本意な契約をさせる事態は後を絶たない。こうした高齢者など被害に遭いやすい消費者が、被害に遭うのを未然に防止するとともに、被害に遭ってしまった場合にその救済を図ることができる、実効性のある法制度を実現することが急務となっている。
- 2 本年5月25日、第190回国会において、「特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）の一部を改正する法律」と「消費者契約法の一部を改正する法律」が可決され、成立した。
- 3 (1) しかし、特定商取引法の改正に関しては、訪問販売や電話勧誘販売を事前に拒否する意思を明らかにした者に対しては勧誘を禁止する制度（具体的には、訪問販売に関しては、お断りステッカーによる事前拒否に法的根拠を認める制度などであり、電話勧誘販売に関しては、勧誘を受けたくない消費者が電話番号の登録を行い、登録者への電話勧誘を法的に禁止する制度など）を導入すべきか否かが議論されたが、今回の法改正では見送られており、未だ消費者保護の見地からは不十分である。  
(2) 消費者が望んでいないにもかかわらず、突然の訪問や電話で勧誘されたことにより、高齢者などを中心に、断りきれずに不本意な契約をしてしまうことが少なくなく、消費者トラブルの温床となっている。事実、全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）に登録された相談件数をみると、訪問販売全体では近年減少傾向にあるが、家庭訪販については増加傾向にあり、電話勧誘

販売についても増加傾向にあって、訪問や電話による不意打ち的な販売行為による消費者被害が後を絶たない状況がうかがえる。

また、近時の消費者庁の調査によれば、消費者の96%以上が訪問勧誘、電話勧誘を「全く受けたくない」と回答しており、消費者が望まない訪問や電話による勧誘は、消費者の私生活の平穩を害する迷惑なものであることは明らかである。

よって、消費者の私生活の平穩を維持するとともに、不本意な契約を締結してしまう危険から高齢者をはじめとする消費者を保護するため、訪問販売や電話勧誘販売を事前に拒否する意思を明らかにした者に対しては勧誘を禁止する制度を速やかに導入すべきである。

- (3) また、この制度は、あくまで事前に勧誘を望まない意思を明確にした者に対する訪問や電話による勧誘を禁止するものであるから、この制度を導入することにより、事業者の事業活動に何らかの影響が生じるとしても、それは必要最小限のものである。むしろ、事業者にとっても、事前に勧誘を拒否する意思を示していない消費者のみを対象にして勧誘活動ができるので、より効率的な営業活動ができるというメリットもある。

さらに、現在は、高齢者を中心に、迷惑な勧誘を受けたくないとの思いから、敢えて電話に出なかったり居留守を使ったりすることがあり、そのため、地域社会において高齢者の安否を見守る活動をしている人たちからの電話や訪問にも応じないといった事態が生じている。この制度が導入された場合、そういった一切の電話や訪問に応じない消費者が減少すると考えられるため、地域社会における高齢者の見守り活動も、より効果的に行えるようになることが期待できる。

- 4(1) また、消費者契約法の改正に関しては、加齢や認知症等により合理的な判断をすることが困難な事情を利用して契約を締結させる不当な勧誘類型について、消費者の取消権が新たに導入されたものの、過量契約(事業者から受ける物品、

権利、役務等の給付がその日常生活において通常必要とされる分量、回数又は期間を著しく超える契約) という限定的な範囲にとどまっており、未だ消費者保護の見地からは不十分である。

- (2) 認知症あるいは軽度認知障害にある高齢者は、平成24年の統計で約820万人とされているところ、平成26年12月末段階での成年後見制度の利用者数は、わずかに約18万人と、全く追いついていない状況にある。

こうした中、成年後見制度を利用していない高齢者が、判断能力の不足につけ込まれ、執拗な勧誘や粗野・乱暴な言動による勧誘を受けて、不必要な契約を締結させられた場合、現行の消費者契約法にはこうした不当な勧誘を受けたことを理由に取り消すことができる規定がないため、高齢化社会の中で、被害を予防することや事後的に救済することが十分できない状況にある。

高齢者をはじめとする判断能力が不足している消費者は、どのような勧誘を受けたのかを消費者自身で再現することが難しいことや、被害に遭ったことに気づいてもどうしたらいいか分からなかったり、他人に知られたくないという思いから誰にも相談できないまま時間が経ってしまったりすることも少なくない。さらに、消費者にとって不利益な契約条項が契約書に盛り込まれていることも重なり、消費生活相談の現場での対応が困難であることはもちろん、裁判によっても被害を救済することが極めて困難である。

- (3) よって、消費者が合理的な判断を行うことができない状況を利用して締結した契約については全面的に取り消すことができる規定を導入して、執拗な勧誘または威迫する勧誘により締結した契約を取り消すことができるようにするとともに、消費者の利益を一方的に害するものとして無効となる契約条項をさらに明確にすること、などの改正を行うことによって、被害の救済が実効的に図られるようにすることが必要である。

こういった被害を救済するための法制度を充実させることは、悪質業者を市場から排除して、事業者による勧誘方法や契約条項を見直すことを促進するこ

と、ひいては、消費者被害を未然に防止することはもちろん、国民経済や地域社会の健全な発展にもつながるものといえる。

- 5 以上の理由により、消費者被害を防止・救済する実効的な法制度を実現し、もって高齢者をはじめとする消費者の安心安全な生活を確保するため、上記の特定商取引法及び消費者契約法の改正で見送られた事項について、時間をおくことなく速やかに法改正に向けた検討が再開されるべきである。

以 上

2016（平成28）年8月24日

愛媛弁護士会

会長 宮 部 高 至