

2020年（令和2年）12月1日

内閣総理大臣 菅 義偉 殿

内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全） 井上 信治 殿

消費者庁長官 伊藤 明子 殿

総務大臣 武田 良太 殿

経済産業大臣 梶山弘志 殿

衆議院議長 大島 理森 殿

参議院議長 山東 昭子 殿

消費者委員会委員長 山本 隆司 殿

不招請勧誘規制を求める関西連絡会

世話人：国府泰道（弁護士，大阪弁護士会所属）

長谷川彰（弁護士，京都弁護士会所属）

山崎省吾（弁護士，兵庫県弁護士会所属）

山崎敏彦（弁護士，先物・証券被害問題研究会（大阪））

浅田奈津子（司法書士，大阪司法書士会所属）

牧野直人（司法書士，大阪司法書士会所属）

ミシェル・タン（研究者）

飯田秀男（全大阪消費者団体連絡会 事務局長）

連絡先：リード総合法律会計事務所（弁護士吉田実）

（TEL06-6282-0007 FAX06-6282-0005）

「電話による勧誘の適正化に関する法律（略称:電話勧誘適正化法）」の制定を求める意見書

第1 意見の趣旨

1 取引を目的とした電話による勧誘について、事前に消費者が勧誘を許諾

した場合のみ勧誘ができるものとする。少なくとも消費者が事前に勧誘を拒絶できる制度を導入し、拒絶意思が表明された消費者への電話による勧誘を禁止すること。

2 上記制度のために「電話による勧誘の適正化に関する法律（略称:電話勧誘適正化法）」を制定すること。

を求める。

第2 意見の理由

1 電話勧誘販売の被害状況

電話勧誘販売の相談状況について、再勧誘禁止規定が施行された翌年の2010年（平成22年）以降の推移は下記のとおりである。

2010年	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
62,689件	68,629	78,666	100,589	89,954	79,763	68,971	58,053	59,802	57,001

2012年から2014年にかけて、一時的に電話勧誘販売の相談件数が増大しているのは、当時魚介類や健康食品の送りつけ商法が増加していたことによるものと思われる。それ以外の年度を比較すると、相談件数は高止まりの状態が続いている。

また電話勧誘販売の契約当事者年代割合を見ると、70歳以上の高齢者がほぼ40%を占めている。特に高齢者に対する消費者保護の見地からも、電話勧誘販売に対する実効的な対策が必要である。

2 電話勧誘販売に対する規制の経過

特定商取引法は、平成8年改正で電話勧誘販売を規制するようになった。さらに、平成20年改正により電話勧誘に再勧誘禁止制度が導入された（特商法第17条）。これは、事業者が一旦電話により勧誘を開始しようとするのに対して消費者が拒絶の意思を表明した場合にさらに勧誘を継続してはならないという

だけであって、事前に拒絶の意思を表明している場合の勧誘を禁止するものではないという不徹底なものであった。

- 3 平成 28 年の特定商取引法改正において、電話勧誘販売等のいわゆる不招請勧誘について消費者による事前の拒絶意思表示による勧誘禁止制度が検討されたが、法規制によるよりはまずは業界の自主規制が望ましく経過観察のうえで見直すこととされた。

しかし同法施行後 3 年を経過しつつある現在においても、電話勧誘販売については、依然として被害相談件数が高止まりしている状態であり、実効性ある規制が必要である。

- 4 そのような状況の中で本年 6 月、東京電力エナジーパートナーズ（以下、「東電 EP」という）から電力販売を受託した「りらいあコミュニケーションズ」（以下、「りらいあ社」という）による不正電話勧誘が発覚し、社会問題になった。コールセンター業務を業とする東証一部上場企業による不正な電話勧誘事件は、社会に衝撃を与えた。電話勧誘が不適正取引の有力な手段となり、一部の詐欺グループのみならず、大手企業によっても広く利用される勧誘手段であること、それに対して消費者はまったく無防備であることが改めて明らかになった。

- 5 平成 28 年特商法改正で見送られた「電話勧誘の規制」は喫緊の課題であるといわなければならない。特商法 17 条の改正により「事前に拒絶の意思を表明している者に対する勧誘をしてはならない」旨の定めを置くことは可能であるが、消費者が事前に拒絶の意思を表明するための手段が与えられなければ実効性はない。そうすると、「事業者は、予め電話勧誘をすることの許諾を得た者でなければ勧誘をしてはならない」というオプトイン規制をとるべきこととなる。

(なお諸外国の架電規制(ドントコール)制度で広く採用されているオプトアウト方式については後述する)。

自宅に突然電話がかかってきて、その内容が望まない取引(あるいは必要を感じない取引)の勧誘電話であることで迷惑を感じることは容易に理解できる。消費者庁の調査等で「勧誘電話を全く受けたくない」という人が約96%と報告されているが、このような回答になるのは当然である。自宅は安息の場であり、戸外での緊張から解放される場である。米国の裁判例では「sanctuary(聖域)」と表現している。そのような場に、事前の了解もなく突然に取引の電話をしていくことが許されるはずがない。

しかも、多くの場合、個人情報の第三者提供を業とする個人情報取扱事業者(いわゆる名簿屋等)によって売買された名簿に基づいて電話されており、自宅で寛ぐ者にとって迷惑以外の何物でもない。

加えて、電話勧誘販売においては、電話の「不意打ち性」や「覆面性」という特性から電話勧誘を受ける者が電話を切りにくい状況におかれ、また電話をかけることの「容易性」から、販売業者等が執拗な勧誘を容易に行い得るといった特性を有しており、電話勧誘を受ける者が自らの意思に反して取引に引き込まれ易いといった問題を有している¹。

- 6 特商法17条の改正による電話勧誘の禁止だけでは、特商法の規制が及ばない電話勧誘業者が存在することの問題がある。

この間、電話による勧誘がきっかけになった被害事例として、電話勧誘販売事業者にはあたらない受託業者や代理店による被害が相次いで報告されている。上述した「りらいあ社」のケースでは、電話勧誘販売者は東電EPであって、りらいあ社は顧客と東電EPとの電力供給契約の締結を仲介・勧誘するだけの立場であり特定商取引法の適用を受けない。

¹ 消費者庁HP「特定商取引に関する法律・解説(平成28年版)」第17条の解説。

また特定商取引法においては適用除外規定により業種によっては適用を受けないことがある。「りらいあ社」は、電力小売り事業の販売受託により電話勧誘をして今回問題となったが、それ以前は電力ではなく電気通信事業の受託業者として光回線のなどの勧誘を手広く行い、そこでも多数の被害を引き起こしていた。その場合は、特定商取引法の適用除外により、「りらいあ社」のみならず委託者の電気通信事業者も特定商取引法の規制が及ばない。

そのように考えると、もはや特定商取引法における電話勧誘販売の業態規制では適切な規制がなしえない。業態を問わず全ての電話勧誘に規制を及ぼすことのできる「電話勧誘適正化法」（仮称）が必要となる。

7 電話勧誘適正化法（仮称）の内容

事前に消費者が勧誘を許諾した場合にのみ勧誘ができるものとする必要がある（いわゆるオプトイン）。少なくとも消費者が事前に勧誘を拒絶できる制度を導入し、拒絶意思が表明された消費者への電話による勧誘を禁止するべきである（いわゆるオプトアウト）。

オプトアウトにおける事前の拒絶意思表示の手段としては、消費者が自己の電話番号を拒否者リスト登録できる制度を設け、事業者が勧誘対象候補の電話番号リストを登録機関に提出して洗浄化方式によって登録されていない消費者についてのみ勧誘しえる方式とするべきである。

登録機関は、国民生活センターあるいは新たに創設する政府機関とし、その運営のためには、電話番号リストの洗浄手続を有料にすることが考えられる。

以 上