

2015年9月30日

内閣府消費者委員会 委員長 河上 正二 殿
同 特定商取引法専門調査会 御中
消費者庁 取引対策課 御中
経済産業省 消費経済企画室 御中

消費者委員会 特定商取引法専門調査会「中間整理」に対する意見

一般社団法人 新経済連盟
代表理事 三木谷 浩史

1. 立法事実の有無の把握について

法規制を検討するにあたって、立法事実の有無の把握は最も重要なプロセスである。消費者保護関連の法規制の検討に際しては消費者の相談事例が立法事実の材料としてよく用いられるが、相談内容や相談結果の詳細な分析が十分に行われなければ、問題の所在をつかむことが難しく、立法事実の有無を把握することができない。本専門調査会においても複数の委員から指摘があったとおり、これまでのところ相談事例の分析が十分とは言えず、規制の必要性を裏付ける立法事実がしっかりと示されているとは言い難い。とりわけ、特定商取引法において手当てした場合に効果があるかという観点での分析は、今後時間をかけてでもしっかり行うべきであると考えます。

2. 実務実態の把握の重要性について

経済活動に大きな影響を与える法規制について検討・議論を行うに際し、実務実態の把握や実務に即した意見は極めて重要である。先日発表された第4次消費者委員会は、消費者保護関連の法規制の検討に際して事業者の実務実態に配慮した議論がなされるか不安を抱かざるを得ない委員構成となっている。問題に対して実効性のある対応策を検討するためにも、具体的な検討の場に、事業者の実務実態をよく知る者を参加させたいと議論を行うべきである。問題事例ばかりに着目してしまうことで、通常一般に行われている実務の全体像が見えなくなってしまうよう、注意が必要である。

3. 規制目的と手段の整合性について

ある規制の導入を検討する際には、その規制の目的と手段に整合性があり、その目的達成のために必要最小限度の規制となっているかどうか、常に検証が必要である。不招請勧誘を一切禁止する規制や、特商法の対象事業者に対する事前参入規制は、目的と手段の整合性が取れておらず、適切でないと考える。また、問題の解決のために法規制以外の手段がないかについても検討すべきである。

4. 競争環境の考慮について

近年は、国内においても海外事業者との競争にさらされる環境になってきており、特にインターネットの分野では、事業者は常に国際的な競争環境に置かれている。特定商取引法の改正が競争環境に及ぼす影響にも十分配慮する必要があり、イノベーションを阻害しないようなルール作りやイコールフットイングという観点も重要である。中間取りまとめにおいて、通信販売のみに虚偽・誇大広告に基づく取消権を導入する案が紹介されているが、虚偽・誇大広告の問題は通信販売に限って起こる問題ではなく、他の取引形態も含めて消費者契約一般の問題として検討すべきである。また、事前参入規制は参入障壁を生み、起業やイノベーションの妨げとなる。

以上