

## 後出しマルチ対策も焦点 特商法改正議論が開始



全国直販流通協会  
顧問  
弁護士  
千原曜氏

**2021**年の特商法改正によって、業界待望の法定書面の電子化制度が導入されました。しかし、その後の政省令の審議の中で、見事に「骨抜き」にされ、(ごく一部の業態を除いて)ほぼ使えない制度となりました。業界側にもメリットがある特商法改正だけに残念でした。

さて、早いもので、6年ぶりに、次の改正の検討会がスタートしました。今回は「後出しマルチ」「レスキュー・点検商法」「SNSなどデジタル取引被害」への対策などが予定されており、これらの内容についてコメントしたいと思います。

まず「後出しマルチ」ですが、最近、私が顧問会社などの相談から得る情報として、行政は、ネットワークビジネス(NB)会社が、通販会員・愛用者会員を「入り口」として、その後、ビジネス会員に勧誘するパターンを問題視しています。

現在の法律解釈としては、通販会員・愛用者会員→ビジネス会員への勧誘時点において、連鎖販売の事前告知義務を果たし、法定書面の交付を行えば、(おそらく)問題がないですが、もう少し幅広く、愛用者等の勧誘時点などからの規制がなされる可能性があります。

ただ、この点を法制化するのは、法律の構成が難しく、テクニカルな

問題から、結局、規制がなされない可能性もありそうです。現状、NB会社は、ビジネス会員勧誘時の事前告知義務をしっかり守ることが重要だと思います。

続いて「レスキュー商法」ですが、こちらは(弁護士として)被害者側の相談を受ける機会もありますが、特商法などの法律を守る意識がない、小規模な会社が、鍵や水道などの緊急工事で、チラシ・ネット等で安い料金を表示し、実際に頼むと高額な料金を請求する、というものです。

ゲリラ的なビジネスなので、消費生活センターが入って、返金請求をしても、ほとんど無視するなどして、指導に応じないケースが多いです。被害実態は多いので、チラシやネットへの具体的な表示規制など、何らかの法的な手当がなされる可能性は高いと思います。

なお、特商法を守り、PIO-NET情報を定期的に取り、クレーム件数の管理に努めている、善良な訪問販売会社にとって、このような悪徳業者は、業界から退場してもらった方が良いと思いますが、表示規制などが影響してくる可能性はあると思います。

「点検商法」対策については、これまでどおり、事前告知義務を果たすだけだと思います。「SNSなどデジタル取引」については、今後の議論の過程で、さらに広範囲な規制になる可能性があると思います。

議論されている「SNSのチャット

機能を利用した勧誘」は、恐らくは電話勧誘販売の一類型とされるのではないのでしょうか。

また、現在の特商法や特定電子メール法による、勧誘時の「オプトイン規制」は、(最近はあまり勧誘に利用されることのない)電子メールやSMS(ショートメールサービス)だけが対象で、SNSは規制外になっています。

これは、明らかに時代の変化に対応していない遅れた状況です。そこで、(これは現時点で明確ではないですが)、SNSの利用について、「チャット機能の利用も電話勧誘販売に含める」ような些末な改正に止まらない、もっと大規模な法律の規制が将来的になされる可能性もあると思います。

最後に、「特商法改正に対する対策」のタイミングについて、一言説明します。これまで、何度も、「特商法の改正の議論→法律の制定→政省令の制定」という流れを見てきました。契約書面の電子化が典型ですが、最終的に法律に基づく政省令(あるいはガイドライン)が制定されるまで、どんな内容になるかは分からず、対策のしようがありません。

あまり早まって対策を検討しても無駄になってしまうことが多いです。よほど本質的な改正であるケースを除いては、政省令やガイドラインが出た段階で、本格的に対策を検討するのが効率的だと思います。