

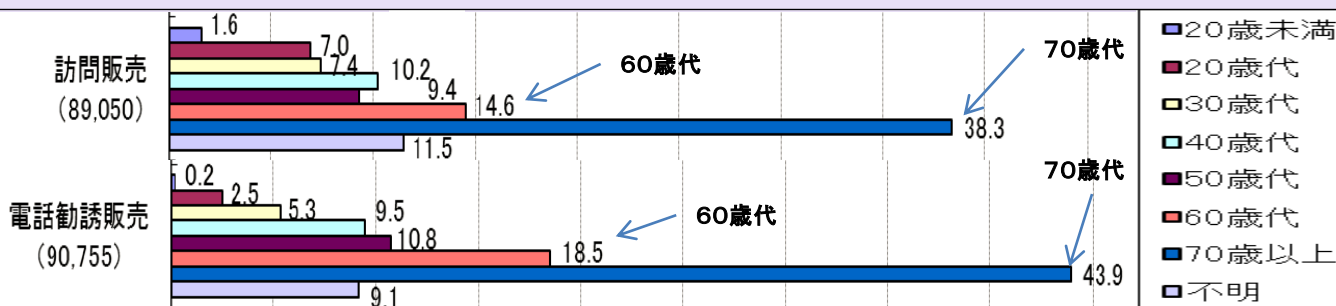
高齢者を消費者被害から守るための 制度を導入して下さい！！

高齢者の消費者被害が多発しています

契約当事者が60歳以上の相談が半数以上を占めています

契約当事者の年代構成比における60歳以上の割合
訪問勧誘 52.9% 電話勧誘 62.4%

〔図表〕 2014年度の主な販売購入形態別にみた契約当事者年代構成比



出典：国民生活センター報道発表資料より作成

認知症など判断能力が低下した高齢者の消費者トラブルも深刻です

〔図表〕 認知症高齢者数の推移(日常生活自立度Ⅱ以上)

(単位:万人)

将来推計 (年)	平成22年 (2010)	平成27年 (2015)	平成32年 (2020)	平成37年 (2025)
日常生活自立度Ⅱ以上	280	345	410	470
	9.5%	10.2%	11.3%	12.8%

出典：厚生労働省報道発表資料

これら認知症高齢者の半数は自宅で生活しています

〔図表〕 認知症高齢者の居場所別内訳(平成22年9月末現在)

(単位:万人)

	居宅	特定施設	グループホーム	介護老人福祉施設	介護老人保健施設等	医療機関	合計
日常生活自立度Ⅱ以上	140	10	14	41	36	38	280

出典：厚生労働省報道発表資料

そのため

自宅における悪質な勧誘から高齢者を守る必要があります！

現在の制度とその問題点

現行法

訪問販売・電話勧誘販売において、拒否者に対する再勧誘が禁止されています
(特定商取引法第3条の2第2項, 第17条)

裏を返せば、販売員が消費者に一旦接触すること自体は禁止されていません。

しかし

✔ ひとたび始まった巧みなセールストークを途中で拒否することは難しいものです。

✔ とりわけ、断る気力が低下している高齢者は根負けして不本意な契約を締結してしまう場合が多くあります。

その解決のためには

① 事前に勧誘を拒否する旨の登録等をした者に対して勧誘をしてはいけない制度を導入して下さい！(特定商取引法)

- ✔ 販売員との接触後にはっきりと断ることが難しい高齢者にとって、接触することなく断ることができるため、特に高齢者の消費者被害を予防する効果が高いといえます。
- ✔ 事前に拒否している消費者に対する勧誘だけを禁止するものであり、それ以外の人への勧誘は制限されないため、事業者の営業の自由に対する制約は小さいです。
- ✔ 事業者にとっても契約する見込みの低い消費者に対する営業の労力やコストを省くことができ、効率的な営業をすることができます。

② 合理的判断ができない事情につけ込むような不当な勧誘により結んでしまった契約を取り消せるようにして下さい！(消費者契約法)

- ✔ 契約を締結するかどうかを合理的に判断することができない事情があることを不当に利用してさせた意思表示を取り消すことができるようにすることで、高齢者等の消費者被害の救済の幅を広げる必要があります。

? 罰則や執行を強化する方法で対処が可能？

- A:** ➡ 販売員と消費者との間だけのやりとりのため、勧誘を拒否したか否かは水掛け論となり、再勧誘禁止に違反したことを理由に罰則や処分を課すことはなかなか困難です。
- ➡ 罰則や執行の強化は事後規制である上、被害を受けた被害者自身の救済にはなりません。