

第32回日弁連夏期消費者セミナー

若年者を取り巻く消費者被害

～儲け話にご用心～

—報告書—

日時：2022年7月16日（土）午後1時～午後4時30分

場所：弁護士会館からオンライン配信

主催：日本弁護士連合会

※本報告書は、シンポジウムにおける報告者及び各パネリストの発言内容をまとめたものであり、当連合会の公式な見解ではありません。

第32回日弁連夏期消費者セミナー
若年者を取り巻く消費者被害～儲け話にご用心～

〈プログラム〉

I	開会挨拶	1 頁
	芳野 直子（弁護士・日本弁護士連合会副会長）	
II	趣旨説明	2 頁
	野島 佳枝（弁護士・日本弁護士連合会消費者問題対策委員会副委員長）	
III	基調講演1 「若者を取り巻く消費者被害・トラブルの現況」	3 頁
	加藤 玲子 氏（独立行政法人国民生活センター）	
IV	基調講演2 「若者を対象としたマルチ型消費者被害の実態と対策～埼玉若者投資マルチ被害対策弁護団の活動から～」	11 頁
	上原 伸幸 氏（弁護士・埼玉弁護士会）	
V	基調講演3 「マルチ商法被害をなくすための法整備」	24 頁
	石戸谷 豊 氏（弁護士・日弁連消費者問題対策委員会委員）	
VI	パネルディスカッション	35 頁
	【パネリスト】	
	加藤 玲子 氏	
	上原 伸幸 氏	
	石戸谷 豊 氏	
	【コーディネーター】	
	道尻 豊 氏（弁護士・日弁連消費者問題対策委員会委員）	
VII	閉会挨拶・まとめ	53 頁
	大迫 恵美子 氏（弁護士・日弁連消費者問題対策委員会委員長）	

◆司会 品谷圭佑（弁護士・日本弁護士連合会消費者問題対策委員会委員）

○司会

これより、日本弁護士連合会主催の第32回日弁連夏期消費者セミナー「若年者を取り巻く消費者被害～儲け話にご用心～」を開催いたします。

本セミナーにつきましては、消費者庁に後援をいただいております。

本日は、お忙しい中、本セミナーにご参加くださり、誠にありがとうございます。

本日の司会進行は、日弁連消費者問題対策委員会ニュース・出版部会の品谷が務めさせていただきます。最後まで、どうぞよろしく願いいたします。

初めに、案内事項を申し上げます。

まず、日弁連では、本セミナーを録画しておりますが、参加者の皆様におかれましては、録音・録画、画面のキャプチャーなどをご遠慮くださいますようお願いいたします。

パネリストや司会以外の参加者は、画面に映らないようになっております。

参加者の皆様からのご質問は、受付不可となっております。

Zoomの機能や個別設定、接続不具合などに関するお問い合わせは、日弁連では対応できかねますので、Zoomのヘルプセンターをご利用ください。何らかのトラブルで本セミナーが中断し、10分たっても復旧しない場合は、本セミナーを中止させていただきます。

また、本セミナーでは、慣例上、特定の肩書きを除き敬称は全て「さん」付けで呼ばさせていただきますので、どうかご了承ください。

本日の日程につきましては、資料1枚目の進行次第をご参照ください。

案内事項は、以上です。

I 開会挨拶

○司会 それでは、まず、日弁連副会長の芳野直子より開会の挨拶をお願いいたします。

◆芳野直子（弁護士・日本弁護士連合会副会長）

皆さん、こんにちは。本日は、お忙しいところ、ご参加いただきまして、誠にありがとうございます。本年度、日弁連消費者問題対策委員会の担当副会長をしております芳野直子と申します。どうぞよろしく願いいたします。

毎年1回、この時期に開催しております日弁連夏期消費者セミナーも32回目を

迎えました。これまでは、毎年、隔年で東京と地方会で交互に実施してまいりましたが、コロナ禍という情勢に鑑み、昨年に引き続き、今年もオンラインでの開催となりました。私としては、ご参加の皆様のお顔を直接拝見できないのは大変残念ではありますが、本日は、ウェブを通じて大変たくさんの方にご参加いただくことができました。主催者として心より感謝申し上げます。

さて、明治の民法制定以来、20歳と定められてきた成年年齢が140年振りに見直され、令和4年4月1日から成年年齢が18歳に引き下げられました。これにより、従来は未成年として保護の対象であった18歳・19歳の若者が、成人として自分の判断で契約を締結し、その責任を果たすことが求められるようになりました。

しかし、令和4年の3月31日以前と4月1日以降とで18歳・19歳の若者が急に変わるはずもありません。そのような中で、新しく成人となった若者たちが消費者被害に遭うことが無いように対策を考えることが必要となってまいりました。

今回、「若年者を取り巻く消費者被害～儲け話にご用心～」と題しての夏期消費者セミナーを行うことになりました。成年年齢の引下げという歴史的な改正の時期に改めて若年者の権利を守るためにどのような対応や対策が必要なのか、理解を深める機会としていただければ幸いです。

基調講演では、独立行政法人国民生活センター職員の加藤玲子様、上原伸幸弁護士、石戸谷豊弁護士からご報告をいただきます。

その後のパネルディスカッションでは、道尻豊弁護士をコーディネーターとして、基調講演をいただく皆様から、特に若年者が被害に遭いやすいマルチ商法等を中心として、若年者を取り巻く消費者生活相談の状況や救済のための課題等についてお話をさせていただきます。本日のセミナーを通じて若年者を取り巻く消費者被害の実態についての認識を共有し、今後の対応と展望を考えることができれば幸いです。長丁場になりますが、皆様、最後までお付き合いいただきたく、よろしくお願いたします。

以上をもちまして、開会のご挨拶とさせていただきます。ありがとうございました。

○司会 芳野副会長、ありがとうございました。続きまして、日弁連消費者問題対策委員会副委員長の野島佳枝さんより本日のセミナーの趣旨説明を申し上げます。

II 趣旨説明

◆野島佳枝（弁護士・日本弁護士連合会消費者問題対策委員会副委員長）

皆さん、こんにちは。日弁連消費者問題対策委員会の副委員長で、この夏期消費者セミナーの企画運営を担当しておりますニュース・出版部会の部会長を務めております野島佳枝申します。本日は、お休みの日に多くの方にご視聴いただきまして、誠にありがとうございます。

日弁連消費者問題対策委員会では、20近い部会に分かれて、それぞれの部会が専門分野を持って、日々、活動をしております。この夏期消費者セミナーでは、例年、それらの部会が直接には担当していない隙間の分野や新しい問題を取り上げて、この夏休みの時期にじっくりと日常業務を離れて勉強しようということで、毎年1回開催をさせていただいております。

昨年は、コロナ禍ということで、ウェビナーでの開催をさせていただき、この数年間でウェビナーの開催も随分と私たちの日常生活に浸透してまいりました。今年も、第32回ということで、このセミナーをウェビナーにて開催させていただくことができ、大変うれしく思っております。

さて、今回のセミナーは、成年年齢の引下げに伴い、若者の消費者被害やトラブルの増加が懸念されていることに注目し、特に若者が被害に遭いやすいマルチ商法について法的視点から整理を行い、若者の権利を守るための対応や対策について検討してみようということで企画をさせていただきました。

マルチ商法による被害相談については、よく相談で聞くこともあるかと思いますが、改めて近年の被害状況やトラブルの実態などの状況を知り、被害者救済のための手段や法的な課題についても知見を深めていきたいと思っています。

また、若者だけでなく、消費者の権利を守るためにはどのような法整備が必要なのかについてもじっくりと学んでいきたいと思っています。本日のセミナーが、実務に直結した学びの場となりますとともに、特商法の改正も視野に入れた将来的な展望も含めて皆さんと考えていく機会になれば、大変幸いです。長丁場にはなりますが、最後までどうぞよろしくお願いいたします。

Ⅲ 基調講演1 「若者を取り巻く消費者被害・トラブルの現況」

○司会 では、これより基調講演に入らせていただきます。

最初に、独立行政法人国民生活センター職員である加藤玲子さんから「若者を取り巻く消費者被害・トラブルの現況」と題しまして、基調講演をいただきます。加藤さんのプロフィールにつきましては、資料の48分の1頁をご覧ください。

それでは、加藤さん、よろしくお願いいたします。

◆加藤玲子氏（独立行政法人国民生活センター）

加藤 はい、よろしくお願いいたします。

ただいまご紹介にあずかりました独立行政法人国民生活センター相談情報部の加藤と申します。よろしくお願いいたします。では、資料を共有させていただきます。皆様、ご覧いただいておりますでしょうか。では、資料にのっってお話しさせていただきます。

まず、私からは、トラブルの相談状況をまとめたものをご説明させていただきます。P I O - N E T から見る相談の傾向をまとめてみました。今回、若者についてのどのようにまとめようかと思っって少し悩んだのですが、18歳・19歳の平均値と20歳から24歳の平均値で棒グラフにしてみました。

今、2022年度は、P I O - N E T が5月末までの登録分で2カ月分ぐらいしか出ていないので、成年年齢の引き下げ後の状況をこの段階でどうのこうのと言うことは少し難しいのではないかと思っっています。この後のグラフなどは、2021年度の1年間を分析しております。

この図1ですが、ご覧いただきますとおり、成人になると相談が増え、消費者トラブルに遭う機会が増えます。お金も増えますし、行動範囲も広がることで、様々な消費者トラブルに遭遇する機会が増えることが見て取れるかと思っいます。

2022年度は、2カ月間だけですが523件に対して875件ということで、この段階で差が縮まってきていると言っていいのかどうかは少し疑問なので、当センターとしましては、今後も若者のトラブルについては注視をしていくということで取り組んでいるところでございます。

次に、販売購入形態別の件数でございます。こちらは、若者ですが、通信販売が突出して多いです。これは、18歳・19歳の方も20歳から24歳の方も多いです。定期購入などのトラブルは未成年者も結構多く相談が寄せられてきているので、そのようなものも、この相談の中に入ってきている状況でございます。

マルチ取引ですが、2020年、20歳から24歳の平均値は572件になっています。これは、若者に今回は絞ってしまっているので分かりづらいのですが、全年代で見ると20歳代が半数近くを占めています。これは、過去の『消費生活年報』などを見ただけであれば分かるかと思っ、20歳代でマルチ取引が多いことが現状としてございます。

図3でございます。こちらは、販売方法・手口別の件数です。相談を受けたときにこのような問題が見られるということで特にキーワードを付与しているのですが、

説明不足や虚偽説明、強引、あとは、やはりクレ・サラ強要商法などが成人になると問題勧誘が多く見られるという現状がデータとして出て来ているのではないかと思います。

特に、今後はクレ・サラ強要商法が増えてくると「お金が無い」と言っても断り文句にならないために若者の将来や信用情報に傷が付く可能性もありますので、非常に懸念されるところでございます。

図4です。こちらは、契約購入金額別の割合でございます。20歳から24歳の平均値を見ていただくと、黄色と水色と緑の高額の割合が増えていることが一目瞭然だと思えます。

平均購入金額ですが、18歳・19歳は約17万円、20歳から24歳が約45万円になっています。24歳までの中には給与生活者、働いている方もおられるので契約金額が多少増えるのですが、今後は、やはりこの18歳・19歳の平均契約購入金額がどのように変わってきているのかも見ていく必要があるのではないかと考えています。

図5です。今回は、SNS関連ということで年度別の相談件数を出しています。若者に限らず全体としてSNS関連の相談が結構増えてきています。SNSきっかけで儲け話や情報商材のトラブルや定期購入トラブルなど、いろいろなものがあるのですが、SNSが絡むものに関しての相談の件数でございます。当然ながら若い人が多いですし、20歳から24歳の方に対しては、やはり未成年に比べると多いような状況でございます。

参考までに図6は、全年代ではどうかということを見ているのですが、2021年度は5万件を超えています。これは、SNS広告がきっかけで定期購入のトラブルに遭ってしまったものも多少は含んでいるので、背後にはこのような定期購入商法などのトラブルもあってSNS関連の相談件数が増えていると言えます。

次に、具体的に若者はどのようなものやサービスを購入しているのかを紹介したいと思ひまして『消費者白書』の頁を抜粋させていただいております。

こちらのくくりですが、15歳から19歳、20歳から24歳、25歳から29歳と『消費者白書』では区分しております。男性の未成年は、脱毛剤が1位です。これは、消費者庁から定期購入や脱毛剤を買って肌荒れをしてしまったというようなトラブルの注意喚起が出ていましたが、このような未成年の男性も美容のものに関心があることが見て取れるかと思ひます。

成人では、紫色の儲け話関連が上位に上がって来ていることがよく分かるかと思ひます。

女性は、ピンク色の美容系で、これは、各年代に分布しているので、女性は皆、

美容に関心があることがよく分かります。

女性の成人では、20歳から24歳の1位に「他の内職・副業」が入ってきています。成人になるとそもそも相談件数の母数も増えてくる中でこのように1位になっているので、今回のテーマである儲け話に関しての相談が若い方にも多いことがよく分かるのではないかと思います。

先ほどはSNS関連で相談件数を出しましたが、SNS関連で何を契約しているのかが分かるようにこちら『消費者白書』から抜粋をさせていただきました。

15歳—19歳は、脱毛剤や健康食品や化粧品などの美容系があります。20歳以降になると紫の割合がとても多いと思います。SNS上の広告で情報商材的なものを買ったり、SNS上で知り合った人から勧誘をされるような形で儲け話系のトラブルがSNSきっかけで多いことがこの表からもよく分かるのではないかと思います。

では、事例を少しご紹介させていただきます。今回は、事例を選んだポイントとしては、友人きっかけのものとマッチングアプリきっかけのもの、SNSきっかけのものという形で選んでみました。

まず、事例1ですが、この方は20歳代の男性、学生さんです。高校時代の友人から電話でFXの情報商材を勧められた。その後、友人の先輩や販売会社の人からウェブ会議アプリで「将来、お金が必要になる。何もしなくてもお金が稼げる投資の自動売買ツールがあるよ」と聞いた。自動売買ツールとサポートサービスの代金は50万円だったが、どのように用意したのか聞くと「え、自分は、消費者金融で借りたよ」と説明された。また、別の人からは「借入れの際、収入は偽っても大丈夫。投資資金だと断られる可能性があるから車の購入と言って」と事実と異なる情報で審査を受けるように指示された。店舗の近くまで付き添われ、指定された2店舗の消費者金融で借入れ、その場で渡した。契約書や領収書はもらっていない。その後、海外証券会社の口座を開設し、情報商材を使用しているが、勧誘時の話のように儲けからず、サポートセミナーでは人を誘うと報酬を得られると説明された。騙されたと思うので、返金してほしいというご相談でした。

友人からのきっかけで、結構、このFXの売買ツールは以前からあるのではないかと思います。これは、それほど古い事例ではないのですが、海外の事業者との契約のようなのですが、連絡先が不明ですし、この方は、契約書や領収書ももらっていないので、センターにご相談いただいても連絡先不明で実在するかどうかよく分からないような状況でございましたので、結局、業者というか自分を勧誘した人から返金を求めざるを得ないような状況でございました。このようなケースは、連絡先が友人やSNSでしかつながないような形も最近は多く寄せられてい

ます。

事例2です。マッチングアプリで知り合った人からの勧誘です。この方は、20歳代の給与生活者の女性です。マッチングアプリで知り合った男性から儲かる副業の話聞かないかと持ち掛けられ、オフィスへ連れて行かれた。オフィスは一軒家で、責任者から参加者に対し、アフィリエイトの説明があった。ゲームアプリの販売広告を自分のブログに掲載し、誰かが購入したら2万円、その誰かの広告から購入した者がいれば4,000円が報酬になる仕組みだと言われた。自分の広告に2人つくるとボーナスが加算されるとも言われた。その後、タブレット端末で契約し、入会金約24万円を支払い、登録するように言われた。クレジットカードの信用枠では足りず、消費者金融を勧められ、そのまま借り入れ振り込んだ。その後、「早く昇格できるから」と言われて家族3人分を登録し、3人分の入会金約70万円を同様に借り入れ支払った。しかし、不安になり、家族分のクーリング・オフを申し出たが、家族の身分証明書の提出が必要だと言われた。返金してほしいが、どのようにしたらいいかというご相談です。

このような、商品、物が無いマルチ的な取引が若者のパターンでは多い、目立つのではないかと思います。これも消費者金融を勧められたということで、先ほどの方のケースと同じように、払えなくなると消費者金融を勧められています。それで、その場で振り込んでしまっているのです。その後「早く昇格できるから」と言われて家族3人分というパターンも最近によく見られます。家族に内緒で登録してしまっているので、「返金のときには身分証明書が必要だ」と言われて「どうしよう」というような形でこの方は相談に来ています。センターとしては、とにかく返金してもらおうのだったら、そこは事情を話すしかないのではないかとということで、家族分については何とか返金されていますが、最初に登録してから「早く昇格できるから」と言われて、そのスパンが数十日後だったりしまして、この方は、最初の24万と家族3人分の72万のお金を短期間で簡単に払ってしまっているのです、本当に問題があると思っています。

事例3です。こちらマッチングアプリで知り合った人からのコンサルティング契約の勧誘の事例です。この方は、20歳代の女性で給与生活の方でした。マッチングアプリで知り合った男性と会った際、「ある女性を紹介したい」と言われて会った。その女性から自分の人生観を聞かされ、若いうちに営業の仕事をやってみないかと誘われた。一旦断り、帰宅したが、その後も無料通話アプリで男性から誘われ、再度3人で会うことになった。前回同様「営業の仕事をやってみないか。業務委託で自分の好きなときに働ける。やり方次第では、月収100万円位になる」と勧誘され

た。具体的な説明はなかったが、営業のやり方を教えると執拗に勧誘され断れずに承諾した。契約書を早口で読み上げられ、指示されるままに署名させられ、その途中で50万円を支払わなければならないことを知り、不安になった。全く話が違ったが怖かったのでその場で消費税分5万円だけをクレジットカードで支払い、帰宅後40万円を別のクレジットカードで支払った。その女性から聞いた仕事の内容は、マッチングアプリで知り合った誰かをその女性に紹介することで、誘い文句などは自分がされたことと同じことだと気づいた。お金を返してほしいという相談でした。

これは、事例でまとめてあるので簡潔になっているのですが、知り合った男性と知り合った際には、結構、「将来、どうなりたいの?」「君に紹介したい女性は、すごい人で、若くして経営者って言われてるんだよ。ぜひ君も会った方がいいよ」というような感じで勧められて仕方なく会っているという状況でした。元々の販売目的を隠して呼び出しているところが訪問販売に当たるのではないかと考えられます。

この方は、一旦、断っているのですが、結局、男性とのつながりもあって、また会ったときにいろいろと勧誘を受けて断り切れなくなってしまったと。「分かりました。やってみようかな。でも、今の仕事が忙しいから数カ月先かなあ」と言っても「いや、早くやった方がいいよ」というようなことを言われて、「契約してもいいかな」という雰囲気を出したら契約書がすぐに出て来て、即座に書かされ、自分としては、これほど払うつもりはなかったにもかかわらず「契約した日にとりあえずお金を入れてもらわないと」などと言われて5万円だけ払い、そこでやめればいいのに、結局、帰宅後に40万円をまたカードで払ってしまったという状況でした。

このように、その場で少しでもお金を払わせれば消費者の感覚としては「あの5万円がもったいないな」となってしまっていて、結局、後々やらざるを得ない気持ちになってしまうところもあるので、少しでもお金を払わせるという事業者側のテクニックではないかと思っています。

結局、この女性は入った後に何をさせられたかということ、この男性がしていることと同じようにアプリで知り合った誰かをこの女性に紹介するということとして、仕事の実態が全くないところに問題がありました。センターで相談して何とか解決までには行ったのですが、手口としてやはり問題があるのではないかと考えています。

事例4です。これは、SNSで知り合った人からの海外バイナリーオプションです。これは、マルチ的な要素はないのですが、支払い手段としてフリマアプリを使っているということで昨年度も簡単な注意喚起をしたのですが、いまだにと

きどき見られるので、ぜひ注意をしていただきたいということで挙げております。

バザートアプリにフォローの返信をしたことがきっかけで、海外のバイナリーオプション取引で稼いでいるという女性と知り合った。その人からは「取引のタイミングが分かれば稼げるので、そのツールを買わないか」と勧誘された。ツールの値段は7万円から40万円までの設定で、「値段が高いほど勝率も高くなる」と言われ、勝率が6割の約20万円のツールを買うことにした。代金の支払い方法は、フリマアプリでの架空取引を持ち掛けられた。これは、フリマアプリに海外有名ブランドのバッグを私だけ出品するので、バッグを落札して支払いをすれば、取引ツール代、約20万円を支払ったことにするというものであった。指示どおり出品されたブランドバッグをクレジットカードで決済した。その後、教えてもらったとおりに取引を始めたが稼げなかった。だまされたと思うので返金してほしい。女性とは、今もSNSで連絡は取れているが、それ以上の情報は分からない。だまされたので返金してほしいという相談です。

フリマアプリの事業者もこのような架空取引について注意喚起をしているのですが、いまだに散見されます。決済をすると、一応、評価をするので、架空出品をする人の評価が高くなってしまっているので外形上はよく分からないということで、センターからフリマアプリ業者に情報提供することも必要ではないかと思っているところがございます。

結局、これは、事業者の連絡先もよく分からなくて、女性とはSNSでしかつながっていないので、何とかしてこの女性と直接交渉するしかないような状況でございました。

フリマアプリも、そもそも消費者も利用規約違反をしてしまっている状況なので、くれぐれもこのような架空取引を持ち掛けられたときには一考して、ぜひ注意をしていただきたいと思います。

3に若者の消費者トラブルのキーワードをまとめてみました。

まず「お金」があります。将来の夢、現状への不満や不安、それからSNSで見かけるインフルエンサーや有名人などを見て優雅な生活に憧れることも一つにあるのではないかと思います。

よくあるトラブルの相談の中で、消費者の話や渡された資料などを見ると、会ったときに「今、何か悩みある？」「不満ある？」などと言うと、若い人は、それなりに必ず何かしら現状に対しての不満などがあると思うのです。そのようなことに対して「分かる、分かる」「そうだよねえ」などと共感して見せながら「自分は、今、こういうのですごく稼いでるんだよ」「自分が知り合った人は、とてもすごい人だか

ら君も会って見ない？」というようなパターンが、よくあるものではないかと思えます。

あとは、「美容」があります。先ほどは、女性は美容の相談が多かったことが表にも出ていましたが、「憧れの人に近づきたい」あるいは、最近はSNSなどこのような(オンラインの)会議でよく見えるようにということで、エステもそうですし、20歳を超えるとプチ整形のような美容医療の相談などもあります。

次に「スマートフォン」です。これは、自分の興味・関心などでは情報が偏りやすいのではないかと思います。あとは、ネガティブな情報は避けがちなどころがあるかもしれません。私もそうですが、ツイッターやインスタグラムなどでフォローしていたりすると、どうしてもそれに関連する広告や情報ばかりが一気に出てくるので、自分でも日頃から「情報が偏りやすいな」と思うところがございます。

そのほか「SNS」です。多種多様な人とつながれるメリットがある一方で、つながった人が良い人とは限らないということがあります。

SNS上の知人や有名人の話を信用してしまうこともあるのではないのでしょうか。以前、若い方と話して「情報は、どうやって取っているの？」と聞いたときに「ツイッターとか、インスタとか」と言われて「じゃあ、その人を何で信用できると思う？」と聞いたときに「例えば、フォロワー数とか」と言われて、「フォロワー数が多いと信用できると思っちゃうのかしら」「有名人や知人などでフォロワー数が多いインフルエンサーなどの話は結構信用してしまうところがあるのかな」と感じました。

それから、「借金、クレジット契約」があります。先ほどの事例にも出てきたように、借金強要パターンがあって、「お金がない」という言葉が断り文句にならないことが一つあります。ぜひ気をつけていただきたいことは、信用情報に傷が付くと、将来、住宅ローンを組むときなどに支障が出るおそれもあるので、このような辺りが気を付けなければいけないポイントではないかと思えます。

次に近年見られる消費者トラブルの問題点ということで見ますと、いわゆる「モノなしマルチ」のトラブルが目立つというか、若者の中ではあるのではないかと思います。依然として、商品に関する相談もマルチ商法の中ではあるのですが、若い人だけで見ると、サービスの相談が多くなっています。

レジュメの三つ目にある通り、海外社との商取引やアフィリエイトなどの儲け話を人に紹介すれば報酬が得られると勧誘されて契約したものの、事業者の実態や儲け話の仕組みがよく分からないものもよくあります。

また、海外事業者の場合、返金を求めても交渉が難しいケースもあって、センタ

一も海外に電話することはなかなか困難なので、極端なお話をする、電話することしかできなかつたりするので交渉が難しいケースもあります。

契約のきっかけは、友人のみならず、SNSで知り合った人からの誘いもあります。SNSで知り合った人は、デジタルネイティブ世代だと、リアルかそうではないかの区別があまりないのではないかと感じたりしています。

もう一つの問題点は、借金するよう指示する手口だと思っています。「お金がない」「借金すると不安だ」と言っても「大丈夫、大丈夫、利益がすぐに出るから返せる」などと言われて断り切れなような状況に持って行くこともありますし、先ほどの事例のように無人契約機に付いて行ってその場で断ることが更に難しい状況になったりすることもあります。また、借り方を細かく指南することがあります。リアルで会っていないくても、中にはPDFのようなもので「こう言って、こうやって、こうやれ」などと指示しているパターンも中にはあつたりしまして非常に巧妙で、消費者金融の事業者さんとても気にして質問をしますが、外で待ってられると消費者も「実は」となかなかその場で言えなくて、結局、借りてしまうことがあるのではないかと思います。

最後に、これ以降は参考として国民生活センターの注意喚起資料を掲載させていただきました。昨年度から「若者向け注意喚起シリーズ」ということで、今までに11弾まで出ています。これは、去年の「情報商材や暗号資産のトラブル」のチラシでございまして、これが借金強要手口の公表のとき、それから「SNSをきっかけとした消費者トラブル」などでございます。今後も必要に応じて「若者向け注意喚起シリーズ」をやっていこうかと思っておりますので、ぜひ、皆様から国民生活センターのツイッターなどをリツイートしていただけるとありがたいと思っております。今後とも、どうぞよろしく願いいたします。

それでは、私の発表は、これで終了させていただきます。ありがとうございました。

IV 基調講演2 「若者を対象としたマルチ型消費者被害の実態と対策～埼玉若者投資マルチ被害対策弁護団の活動から～」

司会 続きまして、埼玉弁護士会の弁護士、上原伸幸さんから「若者を対象としたマルチ型消費者被害の実態と対策～埼玉若者投資マルチ被害対策弁護団の活動から～」と題しまして基調講演をいただきます。上原さんのプロフィールにつきましては、資料48分の1頁をご覧ください。それでは、上原さん、よろしく願いいたします。

◆上原伸幸（弁護士・埼玉弁護士会）

上原 よろしくお願ひいたします。埼玉弁護士会に所属しており、埼玉の有志の弁護士によって設立されました埼玉若者投資・マルチ被害対策弁護団の事務局長を務めております。

これから発表させていただきますが、今現在、弁護団といたしましては、多数の訴訟を抱えておりまして、その現場からという観点で私からお話をさせていただきたいと思ひます。

それでは、レジュメのパワーポイントに沿って発表させていただきます。

まず、私ども弁護団についてご紹介をさせていただきますが、先ほどの加藤様のお話にもありましたが、昨今、学生を中心とした若年層に友人関係を利用して巧妙な手口で被害を拡大させるマルチ商法もしくはマルチまがい商法の被害が急速に拡大していることに鑑みまして、埼玉弁護士会所属の有志の弁護士によって、令和元年7月17日付で被害対策弁護団が結成されました。明日で丸3年になります。

現在、多くの被害を生み出している業者に対しまして、弁護団としては積極的に集団訴訟を行っております。

また、多くの被害ではなくて単発的に相談が寄せられている個別の被害につきましては、弁護団員に配てんを行い、配てんされた弁護士によって解決を図っている状況です。

団長は、埼玉中央法律事務所の長田淳弁護士で、事務局長は、先ほどご紹介させていただきました、くすのき法律事務所の私が務めております。

こちらの弁護団ですが、埼玉県内の消費生活センターと連携を取りまして、消費生活センターから弁護団に相談を希望する案件が寄せられております。

令和元年9月から実働を始めておりまして、このレジュメを作った令和4年5月時点で弁護団へ相談が寄せられた案件は286件です。埼玉には、他にもいくつか消費者系の弁護団がございますが、相談件数は若干多いのではないかとと思ひます。

この若者が被害に遭ひやすいマルチ商法・マルチまがい商法の事案については、後述するような共通点が見られますので、これは、後ほど発表させていただきます。

弁護団では、これまでに10件の集団訴訟を行っております。現在も継続しているものは8件で、2件の集団訴訟については、既に和解で解決が図られております。

うち1件につきましては、原告4名で提訴を行ひまして、3名については、直接勧誘者、業者の幹部クラスというよりは、この3名の知人に当たる直接勧誘した方から弁護士費用を含め、全額回収ができております。

残りの1名につきましては、業者の本体から購入代金相当額を全額回収しております。

もう1件につきましては5名で提訴をしております、マルチまがい商法的な案件ですので、依頼者の中には、やはり紹介料をもらっている方がいるのですが、購入代金相当額から受領済みの紹介料を除いた金額で和解をし、それも全額回収済みとなっております。

また、後ほど説明をさせていただきますが、現在残っている8件の裁判につきましては、多数を相手方にして訴訟を起こしており、一部の被告とは和解が成立している状況です。

残りにつきましては、現在も裁判が継続しております、具体的な争点等につきましては、後ほど発表させていただきます。

私どもが取り扱っております近年のマルチ商法・マルチまがい商法の現状について説明をさせていただきます。

近年、被害が拡大しているものは、「投資の学習ツールなど」と称して高額なUSBメモリを借金させて購入させる商法です。バイナリーオプションや日経225取引、FX取引で、大体のうたい文句としては、「80%以上の勝率がある」「年利200%になる」などと言って分析プログラムや投資の勉強用の教材と称したUSBメモリを購入させる手口が非常にはやっております。

金額としては、50万円前後で、これも若者にとっては高額な買い物ですが、やはり先ほどの加藤様の発表にもございましたが、「すぐに返せる」などと勧誘して消費者金融から借り入れをさせて購入させる事案が弁護団が把握している中でも多数報告されています。

コロナウイルスが流行する以前は、主に渋谷などの喫茶店に呼び出しをして勧誘をするケースがほとんどでしたが、コロナの流行後は、東京都内に限らずZoomなどを用いて全国的に勧誘しているケースも報告されているのが現状です。

具体的な手口についてご説明をさせていただきますと、初めに、中学も含まれるのですが、高校や大学の知人・友人から「飲みに行こう」などと誘われて、その食事の場で誘ってきた知人が直接の勧誘者になりますので「直接勧誘者」と呼称させていただきますが、その方から投資の話がされます。それで「投資ですごく稼いでいる人がいる」あるいは「その人を紹介する」などと勧誘されるのですが、ほとんどの場合、この時点ではUSBメモリを買わせる目的などの勧誘目的を明示されないことが一般的です。

その後、直接勧誘者から「投資ですごく稼いでいる人に会わせる」などと言われ、

渋谷などに来るように言われます。その際は、大体が「2日間空けておくように」と指示されるケースが多いです。なぜ、2日間空けるかということについては、すぐに述べさせていただきます。

あとは、大体が「スーツで来るように」などの特別感を出させるような指示がされます。

渋谷の喫茶店などでは、まず、直接勧誘者、高校や大学の知人・友人などから勧誘されます。具体的には「普通に働いていても将来の生活資金が無くなるよね」などと不安をあおられて、「足りなくなった資金を稼ぐには投資をした方がいい。ただ、投資だとすごいリスクがあるよね」という話から、やはり投資で勝つツールが必要だという勧誘につなげられるのが一般的です。

その後、弁護団からしますと正しく業者の幹部である業者の勧誘役に合わせられて、ここで初めてUSBメモリなどの商品の説明がされます。その際に「大体、勝率は80%である」「年に200%」などという勧誘がフリップなどを用いて行われると多数報告されています。

その後、「実際に、じゃ、稼いでる人の話を聞きに行こう」などと言われてまた別の人物に合わせられます。そこで稼いでいる人の話として「購入するときに借金をしたが、すぐに返せました」「いや、俺、もう大学辞めて投資で食べているよ」などと、あたかも借金をして商品を購入してもすぐに返済できるかのような体験談を聞かされます。この時点で大体の若者といいましょうか、被害者の皆さんは「あ、ほんとに儲かるんだ。借金をしてもすぐに返済できるんだ。だったら、このソフトを買った方がいいんじゃないか」というような誤信をしてしまうことが多いのではないのでしょうか。

先ほどお伝えした、なぜ、2日間を取らされるかということ、大体、業者としても気が変わらないうちにお金を回収するために翌日に学生ローンなどの金融機関に「一緒に行こう」と言われるのです。その際、学生ローンで借金をする際に真正面からマルチの形で「USBメモリの投資用のソフトを購入する」などの借り入れの目的を書くとはねられてしまう可能性があるため、その場では、大体、留学やサークルでイベントを行うなどの虚偽の目的を伝えるように指示されることがほとんどのケースでは行われています。

借り入れを行った後、今度は、大体、先ほどの業者の勧誘担当者とはまた別の幹部が現れて、契約担当者となって契約書の作成が行われます。その際、ほぼ全ての事案では、確認書にチェックを入れさせられています。

この確認書とはどのようなものかということ、業者が違法な勧誘をしていないこと

の確認になっていることが主です。業者からは、その上で、この確認書は業者が言うとおりにチェックしなければ購入できないと説明されるため、若者としては、もう、この時点で「この商品を買えば儲かる」「チェックしないと、もう買えないんだ」と思い込んで、しかもお金を借りて後が無い状況ですので、そのような心理状態の中で業者の指示どおりにチェックを入れてしまうのです。

この契約の手続きが完了した後は、大体、業者から「商品を使いこなすためのミーティングやセミナーがあるから、これに参加しようよ」というような勧誘がされます。このミーティングやセミナーでは商品の使い方などが説明されるのですが、クーリング・オフ期間を過ぎると「じゃあ、そろそろ実際の取引を行ってみようか」などと言われ、その際に「でも、取引を行うためには資金が必要だから、その資金を稼ぐために商品を知人に紹介しよう」と、ここで初めて紹介料の話がされるのがこの商法における一般的な特徴でしょうか。

その後は、商品の使い方ではなくて、知人を勧誘するための勧誘方法について専らレクチャーされます。その際の勧誘方法が、実際に被害者が勧誘を受けた説明とほぼ同一であることが発覚して、その時点で大体の方は「自分がマルチの被害に遭ったのではないか」と気づくケースが多いです。

以上が近年のマルチ商法・マルチまがい商法に共通する商法の手口ではないかということです。

これまでに説明を行わせていただいたマルチ商法・マルチまがい商法の手法については弁護団としては、当然ながら違法な商法であると考えています。実際に消費者庁や東京都が先ほど説明したマルチ商法・マルチまがい商法を行っている業者に対して特定商取引法に違反する事実が認められたとして業務停止の行政処分を行っています。

代表的なものとしては、令和2年3月26日で株式会社アイテックジャパン他が消費者庁から業務停止処分、令和2年5月21日に株式会社Axisが東京都から業務停止処分、令和3年2月2日に株式会社DEAN他の会社が消費者庁から業務停止処分を受けていると公表されています。

では、ここからは、弁護団として裁判でどのような法的構成になっているのかというお話をさせていただきます。ご参加されている方で弁護士以外の方にとっては、なかなか分かりにくい話かもしれませんが、引き続きご清聴いただければと思います。

弁護団としては、主たる構成としては不法行為責任で主張しておりまして、一つめは、適合性原則違反を主軸に闘っています。先ほど申し上げたマルチまがい商法

のターゲットは、基本的には大学生で、大学生は貯金や収入も無く、投資経験もありません。そのような大学生に先ほど申し上げたバイナリーオプションや日経225、FXなどのハイリスク・ハイリターンな投資を行うように勧誘して、しかも、投資を行うその前に50万前後の商品を借金させて購入させる、これでは明らかに適合性原則に違反するだろうという主張になっています。

具体的には、勧誘の類型が連鎖販売取引か訪問販売かというところでももちろん争いはあるのですが、少なくとも訪問販売の要件を満たすことから特定商取引法7条1項5号、特定商取引法施行規則7条3号に定められている適合性原則に違反する、これを一つの軸として不法行為責任を追及しています。

なお、この適合性原則違反であるということに関しては、先に述べた消費者庁や東京都の行政処分においても違反事実として認定されております。

次に、商品の性質に関する重大な事項についての虚偽説明です。これは、やはりマルチ商法・マルチまがい商法を行う業者が、「商品を用いれば勝率80%である」あるいは「年利200%が得られる」などの勧誘を行っていますが、やはり、これだけ被害が大きいことは、実際に商品を用いても業者が言っている80%、200%というような利益を上げることができないので虚偽の説明を行ったところをもう一つの基軸にしています。

具体的には、消費者契約法4条1項1号や特定商取引法6条1項1号などを根拠として不法行為責任を追及しています。

もう一つの柱としては、信義則上の説明義務違反です。2で挙げた虚偽説明と事実関係はかぶるのですが、商品の性質について信義則上で説明をする義務があるにもかかわらず、このような説明を行っていないことから説明義務違反が認められるという主張も行っております。

先ほど少し触れました、そもそも連鎖販売取引なのか訪問販売なのか、というところですが、弁護団としては、やはりこれは連鎖販売取引の脱法行為であるということをも不法行為の構成としては一つ入れておまして、近年のマルチまがい商法の業者は、特定利益による誘因が勧誘時に行われていないことから形式的には特商法上の連鎖販売取引の要件を満たさないことを認識しているのでクーリング・オフ期間を8日間と説明しているのが実態です。

ただ、実体としては、ソフトで利益を上げるものではなくて、紹介料で利益を上げる商法であることからすると、これはマルチ商法であり、そうすると、連鎖販売取引の脱法的行為であって違法な商法であるということがもう一つの柱となります。

最後に「全体として詐欺を構成すること」というところですが、参考となる裁判例としては、東京地方裁判所平成 28 年 11 月 10 日判決が挙げられます。この判決では、特定利益による誘引を後から行うことを捉えて「これは、『後出しマルチ』だ」という認定をされまして、その上で「被害者は『後出しマルチ』であって、紹介料によって利益が上げられる構造になっていた。それを認識してたら契約をしなかった。その部分について虚偽の説明をしたので、それは全体として詐欺行為を構成する」という判断をしている判決がございまして、これを基に弁護団としても全体として詐欺であるという主張しているところです。

裁判における具体的な不法行為の主張というよりは、その他の事実認定に係る部分ですが、業者からは確認書を根拠として「違法な勧誘は行っていない」などの主張がなされています。

これに対して弁護団からは、『司法研修所編』『民事訴訟における事実認定』326 頁の「ある高裁裁判官のインタビュー」という所で「一部の金融業者等は、裁判所は書類を重視している」と見た上で、殊更、たくさんの書証を作成し、提出しています。例えば、金銭交付の場面を写真に撮り、その場で大量の書類を作成して交付し、これらを書証として提出することなどです。もっとも、悪質な業者は、書類を作り過ぎて、かえって馬脚を現しているとも言えましょう」を引用した上で反論を行っています。

では、実際にどうなのかというと、先ほども少し触れましたが、借金までしている状況で「必ず儲かる」と説明している取引ツールについて、「言うとおりに確認書にチェックをしなければ購入できない」と説明をされてしまえば、普通であれば、やはり言われるまま確認書にチェックせざるを得ないということが理屈として考えられるということで、そのような反論を行っています。

また、確認書には、「これから行うバイナリーオプションやFXはリスクが高い取引であることを理解している」というようなチェック項目があるのですが、「そもそも借金をしている被害者が更に損失を被るリスクが高い取引を行うことを理解しているのであれば、そもそも商品を購入するはずがない」というような反論も行っています。

これらが、ここの高裁裁判官のインタビューにあるように、やはりこのような確認書を作ったことによって、かえって馬脚を現しているのではないかとということを弁護団は主張しております。

裁判の状況についてですが、現在、裁判所からは明確な心証の開示はありません。ただ、今の主たる争点は、共同不法行為責任の範囲となっていることから、弁護団

としては、マルチ商法・マルチまがい商法の違法性は裁判所において認められると確信を持って弁護活動を進めております。

和解については、実際に「購入金額相当額の返還でなければ和解に応じられないというのが弁護団の基本方針です」と裁判所に説明していますが、裁判所から「いや、この案件じゃあ負けるかもしれないから金額を減額して和解したらどうですか」というような直接的な減額を求められたことはございません。

現在、中心的な焦点としては、業者、会社が不法行為責任を負うかという論点よりも業者の従業員がどの範囲まで責任を負うかが争点になっているように思われます。

弁護団では、直接勧誘者を含めて関与したと思われる者全てを訴えております。その理由は後ほど説明させていただきますが、裁判所からは、代表取締役や取締役以外の従業員が勧誘を担当した原告以外、要は勧誘をしていない人との関係において、なぜ、共同不法行為責任を負うのかという点について度々釈明を受けています。

ただ、この点につきまして弁護団からは、「訴訟となっている事案は、そもそもマルチ商法・マルチまがい商法の事案で、これらは組織的に一体となって被害者を増やしていく、その実態を見てください」ということを何度も主張しているところであります。

従業員が直接勧誘していなかったとしても、その従業員の組織における役割やそれが果たす重要性、組織における役割がどのようなものであったとしても、被害者を獲得するためには必要不可欠だということを丁寧に論じて、従業員全員に対して不法行為責任が認められるのだという主張を弁護団では展開しております。

弁護団の今までの活動をご説明させていただきましたが、今後、現場の活動を通じてマルチまがい商法の被害者をどのように救済していくべきなのかという点について、私見ですが、お話をさせていただければと思います。

第1点としましては、そもそもこのようなマルチまがい商法は、先ほどお伝えしたように1人だと50万円程度という金額が少額であることから弁護士はなかなか介入しづらい分野だということが実際問題としては挙げられるのではないのでしょうか。

この点につきましては、弁護団としましては被害救済の観点から着手金を抑えて実際に活動している部分がございます。被害救済のためには、やはり弁護士が積極的にこのような事案を受任して被害の撲滅に努めていくことが何より重要になってくるのではないかと考えられます。

法的な構成については先ほど述べたとおりですが、その上で、今回のセミナーの

趣旨である成年年齢の引き下げとも相まって、今後は、より若年層への被害が拡大するものと思われます。

他方で若年層への被害が拡大すればするほど、さきに述べた適合性原則違反が問題になるものと思われますので、若年層への投資の介入、しかも、これがこの商法の一番の問題点だと思うのですが、商品の代金が高額で借金を伴う点に変わりがなければ適合性原則違反という構成は引き続き通用するのではないかと考えております。

ただ、私もそうですが、実際に訴えてみたものの、このような消費者事件を担当されている弁護士の先生の皆さんが苦勞されるのは、やはり回収の部分だと思います。では、その回収についてどのようにしているかということですが、これまでの弁護団の活動からしますと、直接勧誘者に対する請求が一定程度の効果を上げているのではないのでしょうか。実は、弁護団の集団訴訟においても、1人だけですが、直接勧誘者と直接勧誘者から勧誘された原告との関係で和解が成立して、全額ではないものの被害回復は多くのケースではできています。上記の観点から言えば、被害回復の点では直接勧誘者を訴えることもそうですが、関与した全ての者を訴えることは、被害救済の可能性を広げるとともに、直接勧誘者であっても「自分は、この商法が悪いものだとは全然思っていませんでした。だから友達に勧めたんです」という立場の人であったとしても、やはりこのような悪質な商法に加担、関与してしまったことに関して責任を問うように弁護士活動を続けていけば、このような商法に安易に手を貸さなくなるのではないかと考えています。

先ほどのところに追加すると、そのような判決などが積み重なることによって、このような悪質なマルチ商法に少しでも関与すれば自分も責任が問われることなどが世間的に周知されることによって、マルチ商法・マルチまがい商法にそもそも関与しないという土台作りができればいいのではないかと考えております。

では、今後の被害救済の課題としてどのようなことが挙げられるのかというと、まず一つは、どのようになればこの被害を減らせるのかということで、やはり消費者教育の充実は重要になってくるでしょう。被害が表面化したケースは、やはり大体が業者も資金を隠して既に逃げているケースが多いのです。弁護士に依頼して裁判を行ったとしても、被害回復をできない可能性が相当程度あります。そうすると、そもそも被害に遭ってから弁護士が関与して訴訟を起こして勝訴を得るのではなくて、消費者教育を徹底させて、悪質なマルチ商法・マルチまがい商法に巻き込まれないこと、最初の段階でこのような商法にそもそも関与しない、そのようなことが極めて重要になってくるものと考えています。

その観点からは、小学生ぐらいの小さい頃からとは言いませんが、やはり中学生、高校生ぐらいから消費者教育の充実が大きな課題になってくるのではないかと考えています。

また、先ほどお伝えしましたように、マルチまがい商法は、実質的には特定利益による勧誘が後から行われるので「後出しマルチ」であると考えていますが、この「後出しマルチ」に関しては、形式的にはどうしても連鎖販売取引の要件を満たしません。現在は、この連鎖販売取引の規制を潜脱しているのが現状です。

この観点から言いますと、特定商取引法の連鎖販売取引の要件を緩和して、実体として紹介料による利益行動になっている商法については特定商取引法による規制を行う必要があるものと考えます。

加えて、先ほどの「共同不法行為の範囲をどこまで認めるのか」というところに関与しますが、どの範囲の者が、どの範囲で責任を負うかという点についても今後の課題としては残っているのではないのでしょうか。弁護団としては、マルチ商法・マルチまがい商法に関与した者たちは、全員が勧誘に関与していない被害者との関係においても共同不法行為責任を負うべきです。そのようにすることで、先ほど述べたように安易にマルチ商法・マルチまがい商法に関与しなくなる効果が期待されるため、このような被害撲滅にも役立つのではないかと考えて訴訟を行っているのが現状です。

ただ、他方で、例えば1人しか勧誘していない本当に末端の直接勧誘者が、勧誘をしていない被害者との関係で責任を負うことは酷であるという考え方もあり得るのではないかと思います。弁護団としては、実際に一つの訴訟で原告が10名を超えるケースがあります。そうすると、もし、こちらの弁護団が主張する請求が無事に認められた場合は、50万しか勧誘していない末端の勧誘者が他の残りの原告の損害賠償請求金額のトータル500万を負うことになります。それについては、組織の本当に末端中の末端で、1人しか勧誘していない人が500万の損害賠償を負うのは酷ではないかという考え方も当然にあり得るので、やはりこの点のバランスをどのように考えるかということについては、今後の課題ではないかと考えています。

なお、共同不法行為の範囲について少し補足させていただきますと、末端の直接勧誘者については、勧誘していない被害者との関係で共同不法行為が認められた判決については、現状では不見当です。もちろん、末端の勧誘者が直接勧誘した人との関係においては責任が認められた判決は幾つか存在しています。

他方で幹部クラスの上位者に関しましては、勧誘に直接的に関与していなくても責任が認められた判決は存在します。例えば、東京地方裁判所平成29年10月25日

判決では、当該事件の被告が詐欺的な組織の中核的地位にいたことを認定した上で上位者の責任が認められています。

こちらがその際の東京地方裁判所の規範です。ここで「主導的な役割を果たした者であるから不法行為が成立する」と認められた、「自身の会社を通じて投資勧誘活動を行うことで」うんぬんと、「結果的に故意による不法行為が成立すると認められる」という判示がされています。

この東京地裁の判決では、弁護団として見れば当然の結論ですが、「組織的に中核的な役割を担っているのであれば、直接的に勧誘に関与していなくても責任が認められるべきだ」というところは弁護団としても同様の見解です。

他方で現在係属中の裁判においては、裁判所は、末端はひとまず置くとしても、セミナーやミーティングにおいて講師の役割を担っている者は、弁護団からすれば、正しく当人が中核的な役割だと考えている者についても共同不法行為責任が認められるかという点については、前述のとおり釈明がなされており、納得が得られているとは言い難いのではないのでしょうか。

これは、私の感覚、感触ですが、恐らく裁判所としては、セミナーやミーティングに参加している程度では組織において中核的な役割を担っているとまでは評価できないと考えているのではないかと思います。

では、この点について弁護団からはどのような反論を行っているかということですが、それは、セミナーやミーティングを行うことによって組織の勧誘員に仕立て上げられ、それにより被害が拡大していくという構造であることに鑑みれば、セミナーやミーティングで講師を務めている者がいなければ組織の拡大ができない以上、組織において必要かつ重要な役割を担っているのであるから中核的な役割は担っているという反論を行っています。

この代表取締役や取締役ではなく、かつ直接の勧誘に携わっていない者であったとしても、マルチもしくはマルチまがい商法の組織の中心的な役割を担っている者については共同不法行為責任が認められると、そのような法理論を構築していくことも短期的には被害救済のため、長期的には被害撲滅のためには必要だと考えております。

今までマルチ弁護団の活動についてお話をさせていただきましたが、マルチ商法・マルチまがい商法の点から少し離れて、若年層の消費者被害の救済への課題という大きなくりでお話をさせていただければと思います。

消費者を主にやられている先生方におかれましては共通認識かと思われませんが、本年4月から成年年齢が引き下げられたことによって、今後、若年層の消費者被害

は拡大するおそれは極めて強いと考えています。一応、私どもの弁護団としては、マルチ商法・マルチまがい商法以外の悪徳商法についても、若年層の被害である場合には対応しております。マルチ商法・マルチまがい商法以外で相談が寄せられている事案についてですが、主として情報商材、ロマンス詐欺、オンラインカジノ詐欺被害の事案が存在しております。

情報商材被害につきましては、決済手段がクレジットカードであったり、業者が日本国内の業者であるケースが多いことから、これは比較的解決が見込める事案ではないかと考えております。

他方でロマンス詐欺やオンラインカジノ詐欺などは、社会問題化しており、非常に多いのですが、これについては、実態は日本の業者、日本人がやっているのですが、フロント、表面的に出ている会社は基本的に海外の業者になっているので、そもそも業者を特定することができずに泣き寝入りを強いられているケースが非常に多いのではないかと状況になっています。

このケースは、業者名や対象商品すら明確にせず、ただ「儲かる」と勧誘して暗号資産で決済させられるケースも現れてきており、被害回復が困難な事案が増えてきているのではないのでしょうか。このオンラインカジノ詐欺につきましては、私が相談を受けた限りでは、「モノなしマルチ」というよりは、ほぼ、ねずみ講に近いような事案ではないかと個人的には考えているところです。

ただ、このような事案であったとしても、結局は相手方を特定できないことから訴訟提起にまで踏み込めない、交渉する相手がそもそも分からないことで弁護団としてもなかなか困難になっているというのが現状です。

では、どのようなところが課題になってくるかということですが、若年層は、電話番号やメールアドレスを交換する習慣が非常に薄いのではないのでしょうか。「じゃあ、連絡先は、何で把握しているんですか」と言うと、大体がLINEで「それだけしか分かっていません」というケースがほとんどであると思われます。

このLINEやツイッター、インスタにしてもそうですが、昨今の中心的なSNSに関しては、本人確認義務を課す法律が存在しておらず、メールアドレスを登録するだけで行えるために本人確認が不十分になっている現状があるのではないのでしょうか。

さらに、LINEは弁護士法23条の2に基づく照会に対しても回答拒否の傾向にあることから、仮に本人を特定する情報があったとしても開示されることが無いのが現状だと思われます。

特に若年層に関して言いますと、ほとんどがLINEを用いた悪徳商法だと思うの

ですが、これについては、相手方を特定することができないことが現状の大きな問題点だと思われます。

若年層という形で伝えていましたが、LINEにつきましては、老若男女を問わずコミュニケーション・ツールになっています。そのような現状で、しかもLINEから相手方を特定する情報を得られない点で、現在、様々な団体から申し入れが行われている状況です。

最初に申し入れが行われたのは、私が調べた限りですが、東京の投資被害弁護士研究会が令和3年8月2日に申入書を送付しております。その後、埼玉弁護士会及び愛知弁護士会からSNS事業者に本人確認義務等を課すべきであるとの意見書を提出しておりますし、意見書という形式ではないのですが、福井弁護士会も同趣旨の会長声明を出されています。

しかし、LINEは、依然として弁護士法23条の2に基づく照会に対して回答を拒否し続け、そのような運用を改めておらず、令和4年4月5日の内閣府消費者委員会のワーキンググループにおけるヒヤリングにおいても、「弁護士法23条の2に基づく照会については内部基準に従って対応している」と述べるのみでした。

若年層のコミュニケーション・ツールについては、今後、LINEに代わるものが流行する可能性はもちろんあるとは思いますが、ただ、現在、圧倒的なシェアを占めるLINEについては、少なくとも本人確認義務を導入するなどの規制が行われなければ若年層の悪徳商法被害の救済は、ますます困難になっていくのではないかと予想されています。

最後になりましたが、先ほどもお伝えさせていただきましたとおり、当弁護団が結成されてから明日でちょうど丸3年になります。この間、発足して実働開始した当時よりも相談件数は少しずつではありますが、減少はしてきていると感じられます。また、裁判において一定の回収に成功し、また、今後も和解等による解決が見込める状況となっております。

他方で、これまで述べたとおり、若者に対する消費者被害の防止や救済の観点では、そもそもまだまだ法律が追い付いていません。特商法の改正にしてもそうですし、先ほどお伝えしましたコミュニケーション・ツールとなっているSNSについての本人確認義務などがまだまだできていない。その結果、悪徳商法を行う業者も、法律の穴を突き、様々な悪徳商法を次々と発明しているのが現状かと思われます。

もちろん、当弁護団としましても、今現在行っている裁判でまずは勝訴もしくは勝訴的な和解に収め、このような商法がいかにか違法で悪質性が強いかを世間的にわかっていただけのような爪跡を残していく活動に尽力させていただく所存です。そ

の上で若者に対する悪徳商法は少しずつ形を変えていろいろな商法が増えている現状ですので、今後もそのような商法についても積極的に解決を図っていきたくと考えています。

最後になりますが、この発表が、私ども弁護団がマルチ商法・マルチまがい商法撲滅のための契機となり、今回、参加されている先生方におかれましても何かの参考になれば非常に幸いです。

それでは、私の発表を終了させていただきます。ご清聴ありがとうございました。

V 基調講演3 「マルチ商法被害をなくすための法整備」

司会 続きまして、日弁連消費者問題対策委員会委員の石戸谷豊さんから「マルチ商法被害をなくすための法整備」と題しまして基調講演をいただきます。石戸谷さんのプロフィールにつきましては、資料48分の1から2頁をご覧ください

それでは、石戸谷さん、よろしくお願いいたします。

石戸谷 石戸谷です。よろしくお願いいたします。

では、私もレジュメを共有させていただきます（資料の25頁から。以下、レジュメを右下のレジュメの頁で参照します）。

これまでに提起された問題のうち、マルチ商法被害自体が深刻であることと、この解決が一山あるなかなかの問題なので、そこに絞って「被害防止のための法整備はこうあるべき」というような提案をしていくという役回りになっております。よろしくお願いいたします。

まず、なぜマルチ商法被害は延々と続くのかというところが問題で、1970年代から続いているわけで、これだけ続いている悪徳商法は、もう他に無いと思うのですね。預託法が、昨年、抜本改正がされまして、マルチの場合は、訪問販売法が預託法の更に10年前なので、それが続いているわけです。しかも、山口隆祥は、元祖マルチで、預託については詐欺の公判で最後には「申し訳なかった」と謝罪していますが、マルチについては、3頁に挙げてありますように自慢話として述べていました。それを聞いて「こういうのをずうっと続けるようなことは許しちゃいかな」という思いがますます強くなりました。

被害が続発している場合は、被害救済とは別の観点で被害防止の対応策を検討しなければいけないので、これまでに取り組んできた立法活動例を4頁に挙げていますが、この中身に入りますとかなり時間を取ってしまうので、ご紹介だけにして、早速本題に入りたいと思います。

組み立ては、このようになっていきます（2頁）。今は、1の「はじめに」というところですが、2で歴史的経緯を見ていきまして、問題の所在を解明します。3では、「こうしたらどうか」ということで、その対応策を検討します。

「2を飛ばして3を早速検討しようじゃないか」という方面もあるかと思うのですが、それですと正しい対応になっているのかという検証ができないので、回りくどいようではありますが、2のこれまでの歴史的経緯で「ここが問題ですよ」というところを指摘しつつ、「それに対する対応は、こうである」ということで、3の対応策を出すという組み立てになっております。それを聞いていただいて「いや、ここがおかしいんじゃないか」あるいは「こういう案の方がいいんじゃないか」というようなことを考えながら聞いていただければ幸いです。

では、まず、問題の所在を解明する項から入って行きたいと思いますが、そもそもこのマルチ商法は、1960年代にアメリカで発祥したもので、70年には大きな社会問題になったものです。米国発です。

アメリカでは、連邦取引委員会、F T Cが摘発に動きまして、ホリデイマジック社に対して審決を出したことを皮切りに、次々と同様の審決を出していきます。

79年にはアムウェイ審決が出たのですが、これは大事なところなので、後で紹介します。

アメリカで摘発が始まったので、続々と海外に転出しまして、日本にも1971年に上陸したのを皮切りに、続々と登場してくることになり、山口のジェッカーチェーンのような日本組も参画して、非常に社会問題になったという経緯です。

日本の場合は、これに対してどのように対応したかということですが、1971年というと、まだ生まれていない方も大勢おられるかと思います。つまり、その時代を生きていないのでその感覚、状況が分からないかと思うので、若干、補足しておきますと、消費者問題では、1968年に消費者保護基本法が出来まして、経済企画庁の国民生活局の消費者行政課が担当になったのですが、及川さんの歴史の証言（及川昭伍・田口義明『消費者事件 歴史の証言』（民事法研究会、2015）によりますと、その当時は10人ぐらいしか人がおらず、地方との連絡もままならないということで、1970年に国民生活センターが発足したという経緯で、あとは、各省庁が別々の部局で消費者問題を自分の関係のところだけをやっていたというような状態でした。

そのような状態でマルチ商法はどこが担当するのかということになるわけですが、アメリカでF T Cが摘発しているのだから日本でも公取が出来ないかということになり、日本の独禁法は、戦後のG H Q改革で米国法を母法として作ったもので「いや、それできますよ」という話になり、公取が実際に動いて、75年、アメリカ

カと同じくホリデイマジック社に審決を出したのを皮切りに、A P O ジャパンにも立ち入りし、ホリデイマジック社も A P O ジャパンも潰れていきました。ここまでは、アメリカと同じです。

ここから先は、アメリカと日本では、大きく道が分かれてきました。日本の場合には、立法が必要だという動きが強くなりました。公正取引委員会の活動だけでは撲滅することはなかなか難しいということでした。

実は、アメリカでも F T C に対して似たような批判が起き、F T C がどのように対応したかということは後にご報告いたしますが、日本の場合には、個別立法で対応、消費者保護を図っていくという日本型の消費者立法の原点というか原風景がこの辺りにあるかと思えます。

経済企画庁の国民生活審議会が中間覚書を出したのですが、先ほどお話ししましたとおり、経済企画庁は法案を企画・立案して法律を所管していくような組織体制になっていなかったのも、マルチは物流、商品の流通の形を取っているのも通産省だろうということで、通産省の産構審の流通部会が当たりました。

流通部会は、流通部門を担当していたわけですが、時代背景を若干補足しますと、この当時は、流通論から見るとまだまだ発展途上の段階で、1960年代に大型スーパーが出て来て「流通革命」と言われた時代です。コンビニ第1号が出来たのが74年ですから、今とは全然状況が違いました。

通販には物流が欠かせないわけですが、宅配便の第1号が登場したのは、この後の76年の話です。ですから、非常に流通部門が未発達の状況の中で、流通の中の特殊なものということで流通部会特殊販売小委員会を作りまして、そこで、その活動を実質的に禁止するよう厳しい規制を行うべきだということで、中間答申では(1)から(5)までの提案がされました(9頁)。

このうち(1)から(4)までを採用して立法がなされました。それが1976年で、当初の連鎖販売取引規制は非常にコンパクトなもので、10頁に書いてありますように定義がありまして、その範囲で規制を掛けるということでした。

国会審議では「なぜ、全面禁止にしないのか」ということが問題になったわけですが、当局の考え方は、罰則で禁止するとなると適用対象をかなり厳格に規定しなければいけないので対象が非常に狭くなり、容易にすり抜けられることになってしまうので、それよりは、網を広くかぶせてその中の悪質なものを禁止することによって実質的に禁止ができるのだという説明でした。その中心になっていたものが、この12条の重要事項の不実告知の禁止です。

けれども、これも違反が1年間の懲役で50万円以下の罰金で、今から考えると非

常に軽いということで、15条の書面の不交付の場合などは違反が10万円以下の罰金ということで、マルチ業者にして見れば本当にポケットマネーにもならないし、国会では、「違反して何億も稼いでやっているのに軽過ぎるんじゃないか」というようなことが問題となりました。しかし、当時は、これで実質禁止ができるということでスタートしました。それで、実際に一時は沈静化しました。

その後の状況に入る前に、日本の場合は、マルチとは別にねずみ講があったので、それを見ておかなければいけません。

実は、ねずみ講は、マルチよりも早くて、古くは戦前からあったわけですが、社会問題化したのは、1967年に内村健一が「天下一家の」会を始めて全国的に蔓延化したということですので、マルチの場合は、曲がりなりにも商品の流通組織という形を取っていたのに対して、ねずみ講の場合は、単にお金を分配するだけなので経済的意味は全く無いし、悪質性はマルチよりも明らかですが、にもかかわらず、なぜ訪問販売法が1976年で、無限連鎖講防止法が78年なのかという疑問が湧くと思います。

その点で立法の経緯を調べますと、一応、省庁が集まって会議を立ち上げ、会議を重ねたのですが、どこも積極的に乗り出さないで会議を重ねるだけの状態がずっと続きました。それを見かねて国会が動いたのです。今のように消費者問題特別委員会がありませんので、衆議院の物価問題特別委員会に小委員会を作って議員立法の法案を検討してまとめて、それを採択した法案になりました。

そうすると、ここでまた疑問が出てくると思います。公正取引委員会は、マルチに対して対応したのに、ねずみ講については、なぜ対応しなかったのでしょうか。

それについて公正取引委員会は、そもそも公正競争の範疇に入らないような悪徳業者は公取の分野ではないということで、この考え方はこのときだけではなく、その後もずっと維持され、豊田商事のときも同じようなスタンスを取り続けて豊田国賠が起きたのですが、裁判において公正取引委員会は「豊田商事の商法が取引を装って顧客から金銭をだまし取るというものであるとすれば、不公正な取引保護の問題の範疇に入らず、独禁法や景表法で対応できる問題ではない」というような主張を展開いたしました。当然ながら、地裁判決も高裁判決もこのような考え方は誤っていると判断しております。

公取の悪徳商法に対するこのような残念な姿勢は、消費者行政を一元的に担当する構想が出てきたときに、諸外国では、公正取引委員会あるいはそれに類似したような組織が公正競争のみならず、消費者保護も車の両輪あるいは表裏一体として担当しているところがあるので、当初は日本でもできるのではないかという構想もあ

ったのですが、「やらない」と言っている者がそのようなことをやるのかという問題と安全の問題は公取が扱えないこと、公取自体もあまり乗り気でなかったこともあって、もう新組織を作るしかないということになって消費者庁創設になっていったわけですね（12頁）。

話を戻しまして、マルチ商法とねずみ講との関係ですが、無限連鎖講防止法は、ねずみ講を全面的に禁止している法律です。3条にありますとおり、「何人も、無限連鎖講を開設し、若しくは運営し、無限連鎖講に加入し、若しくは加入することを勧誘し、又はこれらの行為を助長する行為をしてはならない」ということで違反については罰則があるという作り方になっています。そうしますと、こちらは全面禁止でマルチが行為規制であるということで、物品介在型のねずみ講の適用関係はどのようなようになるのかという問題が生じたわけですが、それよりも勧誘の場面においては、ねずみ講は禁止されていますがマルチは訪販法、今で言うの特商法で認められているというような使われ方をされているのが現状ではないかと思えます。

しかし、訪問販売法と無限連鎖講防止法が出来まして、一時沈静化しました。沈静化したのですが、またぞろマルチは復活して社会問題になってきました。マルチ商法被害は無くなるはずであったのですが、そうではありませんでした。従って、次々と法改正がなされていきました。改正の数がかなり多いのですが、それを時系列に見ていくことは、あまり意味が無いのではないかと思いますので、私なりに4つの視点から改正の問題を分類してみました（14～17頁）。

4つと言っても1プラス3です。その「1」は、適用対象の拡大です。当初は、実質禁止は訪問販売法でできる、また被害が出ているのは適用対象にならない取引によって被害が出ているのだから、そこに適用されるようにすれば被害の防止はできると、そのような考え方で適用対象の拡大が行われました。1988年改正では、上から1次問屋、2次問屋のような形で商品を買って、更にそれを販売するようなタイプで、再販売型だけだったのです。

そこに委託販売です。委託販売は、1980年代のジャパンライフで言いますと、健康布団でマルチをやったのですが、その仕組みは、山口が法律をすり抜ける方法を考えたのです。ジャパンライフと新たな会員との間で売買契約をやって、勧誘している者は、その売買の委託をされているだけの受託関係にあるということで再販売型には当たらない、従って、マルチまがいということで被害が多発したので、それを適用対象に含めるようにしました。

あっせんは、豊田商事系列のベルギーダイヤモンドがこの形でした。ダイヤモンドの売買を行ったのはベルギーダイヤモンド社と新会員との間で、勧誘する者は、

その売買をあっせん媒介するだけだということで再販売に当たらないということでこれもマルチマがいと呼ばれたのですけれども、そのようなものについて適用できるようにしました。

そしてまた、特定負担も2万円の要件があったのですが、これが脱法されていたので、その枠を撤廃しました。適用対象を拡大すれば禁止はできるという路線で行ったのですが、実際にはそのようにはなっていないところが問題で、4つの視点の残りの3つは、実効性の確保の方策の問題です。ここが対応策を考える上では非常に大事です。

まず、項目だけを見ていきますと、罰則の強化、行政規制の効果、それと民事効果という3点です。このうち民事効果は、2004年の改正で他の類型にも入ったのですが、これはこれで当然効果を発揮したのですが、被害の救済の場面で効果を発揮するからと言って被害の防止ができるかはまた別で被害が続いている現状です。

行政規制を見ていきますと、当初から行政処分の規定はあるのですが、20年ぐらいは全然使われていませんでした。国会で質疑をやった際に「ところで連鎖販売取引について行政処分はどれぐらい出ているのか」という問いに対して、実は1点もないということで「何だ、それは」ということになって、大きな問題になったことでやるようになったのですが、やっていなかった20年間は、結局、実効性は刑事罰頼みであったと、ここがかなり重要なところの一つです。

もう一つは、行政処分を出すようにはなったのですが、「もうそこはやめて別のところでやり始めればいい」ということで、それでは十分でなく、抑止効果、再犯防止の効果が上がりませんでした。

実は、これは、FTCが批判されたというか、直面したことと同じ問題でありまして、FTCは、後に述べますようなことで対策を取っていったのですが、日本の場合は、ここが未解決の問題です。

ということで、罰則の強化が実効性確保において大変重要だということが分かります。書面不交付が10万円から50万円、50万円から100万円、そして懲役刑が加わっていくというように罰則が引き上げられますし、不実告知の禁止などを定めたところは懲役1年から2年、2年から3年というように罰則を引き上げていきます(15頁)。

国会の審議録を見ますと、これらの改正は、都度、警察庁の要請で行われてきました。実効性の確保は、通産省としては「これは、警察がやってください」となって、実際に警察が動いて摘発したのですが、要件が狭いし罰則は軽い、捜査は長期化するということで実効性がなかなか上がらないので、これをもう少し抑止力のあ

るものにしてもらいたいという要請が重なって、少しずつ罰則が上がってきました。ここは、対応策を考える上で大変重要なポイントだと考えております。

現状ですが、行政処分から見ますと、最近の行政処分を一覧にしますとこのようなものがあります（18頁）。19頁に特徴的なものを挙げています。リーウェイジャパンの万病に効く健康食品という薬機法（旧薬事法）違反といますか不実告知というもの、あるいはNOVAは、「オンラインカジノは日本の法律に触れない」というような刑罰法規違反の全くでたらめをやっていて、マルチでなくても元々違反のものをやっていました。

また、必ず儲かるというバイナリーオプションやFXの学習教材、それから「AI搭載なので簡単に稼げる」という全くでたらめなもの、あるいは預託のマルチや48ホールディングスはクローバーコインで公開すると10倍に値上がりするというような未公開株商法の暗号資産版といますか、悪質なものが実質禁止されるどころか、もう跋扈している状態ではないでしょうか。

それ以外の事案をよく見てみますと、商品はどうでもいいのです。商品はそっこのけで「こうやって人を勧誘すれば儲かる」という話で勧誘することが実態になっています。

今までの話を先に総括してしましますと、立法時に詐欺的な悪徳連鎖販売業が残存していく余地はほとんどなくなるのではなかろうかということで立法したのですが、今見てきたとおり悪徳業者による被害が多発している現状なので、これまでの枠組みでは、もはや無理だ、規制枠組みを抜本的に見直す必要があるというのがこれまでの流れの結論ではないかと思えます。

戻りまして、話をややこしくしているもう一つは、20頁の（3）にあるリピート型連鎖販売取引で、この考え方は圓山先生が『特商法の理論と実務』で提唱されているもので、ピラミッド型マルチは破綻が必至であって禁止しなければいけないが、実際に1970年代から続いている業者もあるということです。これを見てみると、参加者の収入源がお得意客に対する消耗品のリピート販売に由来して、地道に販売するという条件があれば持続可能性があり、これがピラミッド型と違ってきます。

20頁の（2）の市場規模ですが、全国直販流通協会の『連鎖販売白書』によりますと8,000億ぐらいになっていて、これのほとんどがリピート型の金額を集計しており、企業数は400～500社ぐらいあるそうです。

商材を見ますと、健康食品、サプリメントが約半分、化粧品が32%で8割以上ということで、圓山先生が指摘されているとおり、使って無くなるのでまた買うという反復売買が行われるもので、しかも商材が非常に多種類・多様であるということ

で、こういうものはピラミッド型と違った類型として考えなければいけないのではないかということだと思います。

以上を前提としまして、対応策に入りたいと思います。

まず、対応策を考える上で参考になるものは、アメリカのFTCは、その後どのようなようになったのかということです。アメリカ発ですし、日本も米国法を母法として独禁法を作ったわけですから、アメリカで対応できるのであれば日本でも対応できるのではないかという疑問が当然出てきます。

その場合、ピラミッド型スキームとそうでないものとの区別はどのようにになっているのかということで、23頁にFTCの1979年のアムウェイ審決が判断基準の考え方を示しております。これは、細川先生の論文によるのですが、趣旨は同じです。FTCのホームページはもう少し長々とした説明ですが、翻訳ソフトで普通に読むことができます。

要は、消費者への小売りをベースとする報酬システムで、流通としての実態があるということです。人を勧誘・紹介することで報酬を得るのではなく、商品を消費者に売ることが要求されていて、その販売がパフォーマンスボーナスを受け取る必須条件で、70%、10人の顧客ルールということで、必ず一定数、一定割合の末端消費者に売らなければいけないことになっているので、これは、ピラミッド型スキームではなくて物流として位置づけられるという考え方です。

先ほど来、問題になっている実効性の確保をどのようにやったのかということです。マルチ商法の対応について、日本でもアメリカでも批判が起こるのですが、そこは「排除命令を出すまでに時間が結構掛かるので、それまでに業者が荒稼ぎしてしまう。しかも、排除命令を出しても被害者にお金が戻るわけではないので業者のやり得になってしまうではないか」という批判です（24頁）。

これに対してどのように対応したのかということが、次の丸の所でありまして、1973年改正では裁判所に仮の差止命令を求めて提訴する権限、それから1975年の改正が非常に大事でして、契約の取り消し、金銭の返還、損害賠償の請求を消費者の救済のためにすることができるということで、要は、違法収益の吐き出しです。FTCがまとめてお金を集めてきて、それを被害者に配分するというような法改正です。

裁判所も、元々違法収益の吐き出しには積極的なので、これを活用して積極的にやるようになったという対応で、あくまでも横断性を維持しつつ、FTCの権限を強化して実効性を高めました。日本の場合は、個別的な立法で、その間に隙間が出たり適用対象ではないものが出たりする問題があるのですが、それとはかなり対照

的です。

ついでにEUを見ていきますと、EUにもピラミッド型スキームがありまして、ブラックリストに明記されております。考え方は、アメリカとよく似ておりまして、ピラミッド型の販促スキームは、賞金が商品の販売や消費によってではなくて、主として他の消費者をそのスキームに引き入れることによって獲得される場合にこれを開設・運営・促進することをブラックリストとして禁止することになっております。これは、2005年の不公正取引指令で完全平準化ということで、このとおりに国内法を整備しなければいけません。

実効性確保ですが、この段階では、カライスコス先生のこの本では、各国がばらばらです。国内法によることになっているので、英国のようにフルコースであるものもあり、フランスのように一部罰則、一部罰則プラス民事制裁のところもあり、ドイツのように不正競争防止法によっているところもあるということだったのですが、2019年の現代化指令で改正・強化されています。この辺りは、カライスコス先生が消費者庁でやっている景品表示法検討会の資料として出されていてネットですぐに見ることができ要約的に紹介されていますので、これがいいのではないかと思います。

エンフォースメントの部分も、各国国内法によるのではなくて、これも平準化して、現代化指令は非常に幅広いものです。その中のエンフォースメントの改正部分では、そこを損害賠償や契約解除を含む実効的な救済手段が付与されなければいけないことになって、これの国内法化による発効期限は今年の5月28日で、実際にその後はどうなったのかについてはデータが無いので、このぐらいにしておきます。

ついでですが、主要国における競争政策と消費者政策をどの部署でやっているのかについて、ちょうど今年3月に消費者庁の委託調査がデータでアップされていますので、これで見ることができるのですが、両方を受け持っているところが多いということです（29頁）。

以上を前提にしまして対応策を打ち出す場合にどのように考えるかということですが、やはりピラミッド型スキームを全面的に禁止すべきだと思います。ピラミッド型スキームの実質的意義を見ますと、31頁ですが、預託が社会的に価値がもう無いから原則的に禁止すべきだという考え方を打ち出しているのですが、それと同じで社会経済的にそもそも無価値なものを業者が効率意欲を拡散させるために使っているにすぎないということです。オンラインカジノは、それ自体が違法でありますし、「必ず儲かる情報商材」などは、それ自体がもう不法行為だということで、マル

チの仕組みは悪質性にレバレッジを掛ける役割を果たしているだけだということです。

その他のものも、「紹介すれば儲かる」というものは、商品流通に名を借りたねずみ講と実質同じだということが言えるので、このようなものは入り口で排除すべきということです。

入り口で排除すべきということで、参入規制というか介入規制を設けるべきというのはなぜかという、ねずみ講であれば無限連鎖講防止法で禁止すればいいのですが、商品が介在しているようなもの、あるいは商品はあるけれども、それ自体はどうでもよくて、実質ねずみ講であるようなものは、ねずみ講に当たる・当たらないという問題ではなくて、そもそも認める意味がありません。違反に対して刑事処分が有効であることは今まで見てきたとおりですが、今のやり方は、不実告知の辺りになると、供述調書などの裏付けをかなりの部分で取らなければいけないので捜査がかなり長期化するところがネックになっているので、入り口規制を掛けて、確認制度なら確認を取っていない、登録制度なら登録していないというところだけですぐに捜査、刑事処分を出せるようにするところがポイントです。

この入り口の部分は、預託の場合でいきますと、契約内容、管理体制等が適正と認められなければ確認できません。適正と認められるときでなければ確認してはならないことになっていますので、非常に要件が厳格です。確認を受けずに広告や勧誘や契約を締結することも禁止で、かつ違反については5年以下の懲役と非常に重く、組織犯罪処罰法の対象にもしております。

ということでありまして、連鎖販売取引においても適切性、適法性が確認できないものは入り口段階で排除して、違反については速やかに警察が動いて厳罰で処分できることで抑止力を持たせるようにすべきです。勧誘方法がSNSであれ、面談であれ、電話であれ、あらゆるものはここで抑止できるように組み立てればよいのです。

F T Cのところでも述べました違法収益の吐き出しのところは、日本でも議論がありますが、制度化にはまだまだ時間が掛かるのでそこが問題ですけれども、組織犯罪処罰法があります。組織犯罪であれば犯罪収益の没収が可能になりますので、闇金のときのように没収されたものを犯罪被害財産等による被害回復給付金の支給に関する法律で被害回復給付金として支払いが可能だということで、これで違法収益の吐き出しが可能で、この要件もなかなか狭いので違法収益の吐き出し制度が要るのですが、とりあえずということです。

残ったのはリピート型連鎖販売取引のところ、ここはまた一山ある大きい問題

です。今まで見てきた主要国の場合と違いまして、日本の場合には、消費者政策は消費者庁、競争政策は公正取引委員会というように分かれていますので、ここにどのように響くかということです。

ここをどのように考えていたのかということは、国会の審議録に残っていますが、立法時においては公正取引委員会は、訪問販売法は訪問販売法、独禁法は独禁法という両方が相まって効果を発揮するというスタンスでおりました。訪問販売法制定後も引き続き公取は公取でやっていきますということでした。

ところが、平成16年改正になりますと、竹島委員長が「いや、もう特商法が効果を発揮しているので、それでいいんじゃないでしょうか」というようなことで一気に引いています（34頁）。

なぜ、公取が出て来なければまずいのかということですが、先ほどのアメリカのFTCのアムウェイ審決を見ると、ある程度、理由が見えてくるのではないかと思います。ピラミッド型スキームに当たらないのでシステム全体としては違法ではないとしながらも、「ここは違法ですよ」というところを何点か指摘しております。

その部分については禁止する命令を出しているのですが、例えば、再販売価格維持や取引相手の制限などは、リピート型マルチの場合にランクが10段階、20段階、30段階と非常に多くなるわけですが、消費者保護というと、大体、下のランクの入り口部分に注目が行くわけで、上の方に行けば行くほど消費者性は弱くなり、事業者性が強くなるということでもあります。その事業者性が強くなっていく部分が再販売価格維持や取引相手の制限など、35頁の③の表示の「幾ら儲かるか」というようなところは共通ですが、正に公正取引ルールが事業者間取引にも適用されることが重要になってくる部分があるので、その辺りを考えなければいけないのですけれども、ここについては、議論が非常に少ないというか乏しいです。日本の連鎖販売取引の議論で掛けている部分ではないかと思えます。これは指摘だけしておきます。

一応、そのような問題があるとして、消費者保護的な側面を重視して、とりあえず参入規制で禁止されたものは排除されるのですが、入って来た部分について「こういうのが必要だよ」ということを幾つか挙げてあります。

まず、1は説明義務のところですが、投資取引については説明義務もかなりハイレベルになってきているのですが、連鎖についてはあまり進展していません。しかし、報酬プランは非常に多様で複雑なので、聞いても容易には分かりません。仮に契約した場合、何人勧誘してどの程度の売り上げがあると具体的に幾らの収入になるのかということが簡単に分かる程度のシミュレートした書面などを交付して渡すことで正確性を担保したりする工夫がいるでしょう。

それから、37頁の2と3は適合性原則の問題です。先ほど上原さんからもご報告がありましたとおり、現行法でも規定はありまして、借入を勧めた事案について適用されているのですが、本来この適用制度はもう少し幅広いです。投資商品で適用性原則が出てきたわけですが、連鎖販売の場合は、事業者として自ら活動しなければいけない側面が非常に強いので、特定負担する以上に出費が通信連絡費やデータの印刷代、外で勧誘すると飲食代など、いろいろと掛かかります。それが「1年やったけど、結局、何にもならなかった」ということで負担になるうえ、とりわけ若年者にとって貴重な時間を非常に使うことがあったりするので、適合性原則の観点から22歳以下の勧誘を禁止すること、あるいは借入を利用する勧誘も禁止することなどを明文化したらどうかということです。

最後に、規制をいくら厳格化しても適用対象にならなければはみ出てしまうので、上原さんからもご報告がありましたように、後出しマルチは明確化しなければいけないだろうということです。先ほどご説明がありましたとおり、今の定義を厳格に解していくと、「特定利益を収受し得ることをもって誘引する」というところが問題になってきます（38頁）。

細かく見ると、その他の要件もいろいろと問題になってくるので、これを何とかしなければいけないということになります。考え方としては39頁に3通りぐらいご紹介していますが、今でも含まれると解することもできるような密接性がある場合はこれでいけるのですが、当初は商材の売買の話だけで、半年ぐらいたってから紹介料の話をするという場合でも「特定利益を収受し得ることをもって誘引した」と評価できるのかというような問題が出てくるので、②は、法改正するのであればこれを含むように法改正すればいいのではないかという考え方です。

③として、別類型として禁止してしまうという考え方があります。その場合、紹介商法を幅広く全部というわけにはいかないもので、目下のところ、要件としては禁止事項で見てきたようなものを禁止するような決め方でどうかというように考えていますが、どうでしょうかということです。以上です。ありがとうございました。

IV パネルディスカッション

○司会 時間になりましたので、これよりパネルディスカッションを始めさせていただきます。

パネルディスカッションは、日弁連消費者問題対策委員会委員の道尻豊さんにコーディネートをお願いします。

パネリストは、先ほど基調講演をいただいた加藤さん、上原さん、石戸谷さんに

ご参加いただきます。

道尻さんのプロフィールにつきましては、資料 48 分の 2 頁をご覧ください。

それでは、道尻さん、進行のほど、よろしくお願いいたします。

◆コーディネーター：道尻豊氏（弁護士・日本弁護士連合会消費者問題対策委員会委員）

◆パネリスト：加藤玲子氏（独立行政法人国民生活センター）

上原伸幸氏（弁護士・埼玉弁護士会）

石戸谷豊氏（弁護士・日弁連消費者問題対策委員会幹事）

1 自己紹介・テーマ等

道尻 はい、これからパネルディスカッションを始めさせていただきます。

私は、コーディネーターをさせていただきます弁護士の道尻です。

先ほど基調講演をしていただいた 3 名の皆様とともに、本セミナーのテーマであります儲け話による若年者の消費者被害、その原因や特徴あるいは被害回復の手段、弁護士など法律家の役割、さらには、被害を防ぐためにどのようにすべきかという点について意見交換をしていきたいと思っております。

2 若年者の被害と原因

道尻 まず、若年者の被害、その原因をどのように見るかが対策を考えていく上でも必要なことだと思いますが、P I O - N E T のデータで儲け話についての相談件数を年代別に見ますと、マルチ取引の相談で 20 歳代以下が 49% と約半分、情報商材の相談でも、20 歳代以下が 46% と圧倒的に若年者が多くて、このような話を一般の方などにご紹介すると、皆さんが大変驚かれる状況になっています。

このような若年者の被害やトラブルについて、加藤さんの基調講演では SNS きっかけあるいはマッチングアプリきっかけというようなお話もありましたが、加藤さんは、なぜ、これほど若年者がこのような儲け話に引っ掛かってしまうのか、その原因はどのようなところにあると感じていらっしゃるでしょうか。

加藤 はい、ありがとうございます。

儲け話系の特にマルチのやり取りを相談者の検証などを見て感じることは、質問のやり方がとてもうまいと思っています。「今、何か悩みとかある？」「将

来の夢ある？」などと聞いたときに、例えば「海外に将来は行きたいんだよね」「え、何で今、行かないの？」「いや、今、仕事があって忙しいんだよね」「何で今、仕事やんなきゃいけないの？」「お金が無くて」というようにいろいろな質問、クエスチョンを投げ掛けていって、最終的には「あなたの今の問題って、結局、お金だよね」「あ、私の問題って、確かにお金だわ」というよう感じに持って行き、「じゃあ、稼ぐんだったら、これだ」というように進めていくと、そのようなやり方は非常にうまく思うこともあり、新入社員1年目、2年目では、誰しも収入はまだそれほどないし、社会の厳しさも少し知って「どうしようかな」と思っているところにそのような話があると、話に乗っていってしまうことも分からなくはないかなと思っています。

あとは、SNSきっかけも非常に気になっていて、やはり情報商材は、会わなくてもチャットのやり取りの中で数千円の情報商材を買ったりしているのですが、そこは、やはりSNS特有の機能のようなものが一つはあるのではないかとも思っています。

もちろん、我々と違ってデジタルネイティブの世代なので、リアルな関係ではない人であっても抵抗が無いのかもしれないけれども、例えばLINEでの吹き出しでのやり取りは、2次元で会話しているようにも見えますし、スタンプなどをとても有効に活用して、言語コミュニケーションも非常にうまくやり取りができます。

あとは、既読スルー問題もありますが、既読にするということは、一応、読んだというアピールというか、メッセージにそれ自体がなったりすると、リアルに近いコミュニケーションができています。

今、消費者委員会のワーキングで情報商材の問題などを取り上げていますが、SNSのチャットのこのようなやり取りは、通販なのだけれども電話勧誘やリアルな勧誘と同じような状況を作出しているというような問題があるのではないかと思っています。以上です。

道尻 ありがとうございます。

上原さんからは、基調報告で若者のマルチ商法の被害について、具体的な手口をご紹介いただきました。若者専門の弁護士が立ち上がっていることを最初に聞いたときに私は少し驚いたところがあったのですが、このように若者、若年者の被害が増えている現状の原因あるいはその対策について、先ほど触れていただいたところもありますが、更に何か付け加えていただくようなことはあるでしょうか。

上原 はい、やはりマルチ商法、特に近年流行っているマルチまがい商法の事案を通じて思うことは、若者の将来に対する不安、それから社会経験不足に付け込んで「儲かる商法がある」というような形で高額なUSBを買わせるところに共通点があるように感じております。

では、このようなどころの問題点、対策についての私なりの考えですが、実は、このような商法は、近年のUSB型に限らず、それより以前からDVDの投資教材によるマルチまがい商法も過去にはありました。そのときの業者につきましても、適合性原則違反などで業務停止の行政処分が下りて被害は一旦、下火になったのですが、その後、また今回のような被害が拡大してしまっています。

その原因については、私としても、やはり以前のそのようなDVDのときに新しいマルチに対する何かしらの抜本的な規制などがされていれば、業者としてもやりにくさを感じて、近年のこのような被害の拡大にはつながらなかったのではないかと感じております。

先ほどの基調報告の中でも申し上げさせていただきましたが、やはり法律による規制もそのように改正されれば即効性のある対策として挙げられるのですけれども、根本的なものとしては、若年者に対する消費者教育の充実という点は非常に重要になってくるのではないのでしょうか。

成年年齢引き下げの際の附帯決議の中に消費者教育の充実を推進していこうというようなものがあつたかと思うのですが、では今、成年年齢が引き下げられた現状において消費者教育が図られているかということ、私としては、残念ながら図られていないのが現状だと思っております。

やはりなかなか消費者教育の充実は一朝一夕にはできないと考えてはおりますが、他方で、やはり既に成年年齢が引き下げられて、今後は若者の被害の拡大が予想されている現状では、このセミナーのテーマの一つでもある特商法の改正の観点から連鎖販売取引の要件の緩和や民事効、取消権をより柔軟に認めるなどの消費者保護を厚くした対策を取らなければ、私個人としては、ますます被害が拡大していくのではないかという懸念を持っております。

3 消費生活相談と被害の回復

道尻 ありがとうございます。

次に、消費生活相談の中で被害回復が難しいような事案について加藤さんに少し伺っていきたいのですが、最近の儲け話や投資の事案では、直接の勧誘

者やセミナーで講師をしているような人のこともよく分からない事案もありますが、さらに、実際の運営主体である事業者のことが情報としてほとんど把握できないようなケースが多いのではないかと思います。

私を取り扱ったような投資の事案でも、結局は、ウェブサイト上で自分が投資した資金がどのように増減していくかということは、表示はされているのですが、実際の運営者は海外にいることになっていて直接連絡も取れないし、正体も分からないということで、被害者といいますか、消費者から相談があっても、相談現場で被害回復を行っていくことはなかなか難しいような事案が増えているのではないかと思いますので、具体的には、どのような事案が難しいとお感じになっているか、少しご紹介いただけますか。

加藤 はい、ありがとうございます。やはり海外の事業者との「モノなしマルチ」的なものは、一応、どうやら海外だと聞くけれども、国内に事務所はありません。ただ、夕方になるとどこかの一軒家に若者がたむろしているらしいことは分かるのだけれども、では、国内の誰が代表かがよく分からないので、センターとしても誰を相手に交渉すればいいのかがよく分からないというような、そもそも交渉相手は誰で、どこにいるのかが分からないものが増えていくと思います。

また、USBとFX、あとは暗号資産の儲け話系ですと、仕組み上は儲かっているように見えているだけで、実際には取引しているわけではないこともあって、そのような場合も、どこの相手と連絡を取ればいいのか、結局は、自分を勧誘して来た相手と交渉するしかないようなケースが多いと感じています。

道尻 特商法上の表記はウェブサイトなどを見ても海外の住所が書いてあるのだけれども、実態は国内にあるような業者が結構多いのではないかと思います。消費生活センターでは窓口対応が難しい事案については、わが国で言えば弁護士など専門家に依頼して請求するというような方向になっていくわけですが、行政が用意している今の手続きは、あっせんの他には苦情処理委員会や国民生活センターのADRあるいは消費者裁判特例法の集団的消費者被害回復手続きなどが考えられるわけですが、わが国のこのような消費者被害を回復する制度については十分と言えるのかどうか、日本の現行制度は何が問題であって、今後はどのようにしていくべきなのか、この部分については石戸谷さんにお話をいただけますか。

石戸谷 はい、ここは、とても大事なところなので、補足的なレジュメを使わせて

いただきたいと思えます。

レジメ 41 頁以下の補足の所ですが、今のお話で、中川丈久先生が事業者を従順層、中間層、極悪層の 3 分類を提唱しているのですが、今日出てきたような極悪層は、いろいろありますけれども、ADR ではなかなか難しいです。かといって、個別に裁判をやるのは大変だということで、埼玉で頑張っておられるような形でやるか、消費者裁判手続特例法があるので、これでもって集合訴訟をやるのが考えられます。現に、特定適格消費者団体が頑張っているのですが、使い勝手がなかなか良くないということで、中川先生は、極悪層に対しては、行政・警察が出てしっかりやらなければ駄目だという話をされています。

それは後でお話しするとして、消費者裁判手続特例法の使い勝手の悪さは認識されておりまして、一部は、先の国会で消費者契約法とともに特例法も改正されまして、被告を拡大したり、一定の手当てはやっております。

マルチの場合でいきますと、とりあえず支配性の要件が問題になるのではないのでしょうか。この支配性の要件は、多数の被害者をやるわけだから、あまり違いが無いのであれば、ある程度は画一的に損害を計算できるものでなければいけないということですが、仮想通貨による稼ぎ方の情報商材を扱っている株式会社 ONE MESSAGE に C O J が共通義務確認訴訟を起こしたのですが、1 審も 2 審も支配性の要件を欠くということで却下になっております。

その理屈は、簡単に言えば、同じような勧誘を受けたとしても、過失割合などは個々ばらばらではないかという話で、これは、消費者ごとに違うのだから支配性の要件は無いという非常に狭い運用の仕方をしているので大問題でして、今は上告中ということなので、最高裁では、ぜひ明確で使えるような判断を出してほしいと思っています。

それはさておき、先ほどの行政機関による違法収益の吐き出しのところですが、これについては F T C も S E C も同じような権限を持っております。ほぼ同等です。

それで、M R I インターナショナルという事件がありまして、日本では第 2 種金融商品取引業者としてお金を集めて実際の運用、資産は全部、アメリカに行ってしまうので、M R I 弁護団は、アメリカの現地の弁護士と連携しながら、アメリカの制度を使って被害回復をやっています。

そこで実際に S E C が違法収益の吐き出しでまとめてお金を集めて来て、レシーバーという破産で言えば破産管財人のようなものですが、そこが配当す

るということで非常に成果を上げています。

日本では同時並行的にジャパンライフの事件があったので、その違いが非常に顕著になっているわけですし、いかにこれが大事かということです。これは、日本でも必要だという話は消費者庁創設の時から議論されておりまして、消費者庁国会のときに約90時間の審議をやったのですが、「良質な市場による公正な競争」という考え方で行くべきということで、かなりの部分をここに費やしているのです。

これは、どのようなことかということ、マルチの規制にしても、縦割りの業法で行くので、業者の自由と消費者の保護という対立構造で捉えてしまっているのですが、そうではなく、「良質な市場における公正な競争」という視点から見ると、先ほどの従順層、中間層に対しても極悪層は敵対的であるという観点で、極悪層は徹底的に排除しなければいけないことは認識されているのです。従って、41頁にありますように設置法の附則にも入っていますし、附帯決議にも入っているのでやらなければいけない話なのですが、実際に消費者庁では途中まで検討しているのですが、2013年以降は止まっています（45頁）。

「これは止まっていたは駄目でしょう。進めないと」ということで、現在は、内閣府の消費者委員会でルール形成ワーキングの第3ラウンドをやっておりまして、正に多数消費者被害事案の不当収益剥奪被害救済制度の検討をされておりまして、先ほど述べましたMRIインターナショナルの五十嵐さんとジャパンライフの方で私から報告しまして、日米の制度の違いが明瞭に出ています。来月に中間取りまとめで、来年の春に取りまとめということなので、ぜひ、こちらにも注目していただいて、違法収益の吐き出しを実現することが大事だと思います。

道尻 ありがとうございます。違法収益の凍結や剥奪などは、行政の手続き、あるいは特定適格消費者団体の活動の中できちんと実現できなければ、やはり被害回復にはなかなかつながってこないところはおっしゃるとおりです。そちらの方向は、この先の動きを期待したいと思います。

4 弁護士・法律家の関わり

道尻 本セミナーは日弁連のセミナーということでもありますので、被害に遭った消費者から弁護士が依頼を受けて、弁護士がどのように被害を回復するための活動を行うかというところを掘り下げてみたいと思うのですが、上原さん

からは、基調報告で埼玉の若者投資マルチ被害対策弁護団の活動をご紹介いただきました。私は、最初にこの話をお聞きしたときには、若者以外の投資やマルチの被害はどうかという単純な疑問があったのですが、これについては、また別の受け皿としての弁護団があるということでしょうか。

上原 はい、埼玉弁護士会における消費者系の弁護団としては、他に投資被害対策弁護団、サクラサイト被害対策弁護団などが存在しております。こちらの投資被害対策弁護団は、発足当時は先物被害や証券被害もあったのですが、その後は投資の詐欺的な案件が増えてきたこともありまして、そのような案件を中心に扱っております。こちらの投資被害対策弁護団は、若者に限らず老若男女の全ての案件を扱っています。

同様に、サクラサイト対策被害弁護団につきましては、10年以上前から被害が確認されております主に出会えない系やお金をあげると言いながらポイントを次々と費消させるようなものが典型的なものの一つですが、そのようなサクラサイトに対する被害対策弁護団です。

こちらのサクラサイト被害対策弁護団と投資被害対策弁護団は明確に事案のすみ分けができていないのですが、サクラサイト被害対策弁護団は、主にインターネット上のトラブル、詐欺的な案件に対応している形になっています。

道尻 弁護団では、消費生活センターとの連携も取っていらっしゃるって、そこから対応困難な事件を「弁護士さんに相談してみたら？」という感じで相談者がやってくるということではないかと思うのですが、私は、札幌が地元で、悪質商法の弁護団で同じような活動をしているので、ある程度のイメージはあるのですが、現在、そのような連携がされていない地域もあると思います。そのようなところでは、ぜひ、消費生活センターあるいは窓口で解決できないような事件を弁護士が取り組むような体制を作っていただけたらと思うのですが、埼玉では、消費生活センターとの連携は、どのようなきっかけで出来てきたのかということ、各地域への参考として少しお話し願えますか。

上原 分かりました。まず、1点、お断りというか、私が弁護士になった時点で埼玉弁護士会の消費者委員会の先生方と消費生活センターの皆さんとの連携は既に出ていた状況ではあったのですが、それらにつきましては、私が伺った話ですと、埼玉の池本誠司弁護士のご尽力によって連携が出来ていたと伺っております。

経緯からは少し外れてしまうのですが、今はどのような形で埼玉の消費者系

の弁護士と消費生活センターの方々との間で連携を取られているのかについて参考的にお話しさせていただければと思います。

現状としては、先ほど申し上げた池本誠司弁護士のご尽力によりつながりが出来まして、その後も定期的に埼玉県内の消費生活センターの相談員の皆さんと弁護士との間で勉強会が開かれている状況です。

この勉強会も決して一つに限られているものではなくて、例えば地域ごと、埼玉で申し上げますと、浦和や越谷、熊谷、川越などのセンターの皆さんとの勉強会が複数存在しておりまして、私も一つの勉強会に所属しているのですが、共通する特徴としては、勉強会においては相談員の皆さんから事例を挙げていただくケースが多いです。

事例としては、やはり悩まれた事案や、その勉強会が行われた当時にセンターに集中的に寄せられているような案件が勉強会に挙がってくるようなイメージです。

その中で担当した弁護士は、持ち込まれた事案について法的にどのように解決をしていったらいいのかなどのアドバイスをし、その後は相談員の皆さんと議論をして、解決に導くためには法的な観点だけではなくて、実務的な観点として相談員の立場としてどのような交渉ができるかなども含めて勉強会で具体的に議論をしていく形になっています。

私も埼玉の勉強会に参加していると、このような言葉はどうかと思いますが、相談員の皆さんは非常に勉強熱心で、大変恥ずかしいのですが、正直言ってガイドラインやインターネットの規制におけるガイドラインまで手が回っていない状況のときなどは、むしろ相談員の皆さんから「こういったガイドラインがある」ということで、非常に細かいところまでご指摘をいただけますので、弁護士にとっても勉強になります。

また、その時々でどのような消費者事件が多発しているのか、相談員の皆さんがこの消費者事件における最先端の事案に取り組んでいらっしゃると思いますので、そこから弁護士に上がってくるというようなイメージがございます。そこで私も、今、どのような詐欺被害が先端のものなのかということはこの勉強会を通じて勉強させていただいているところです。

今回のマルチ弁護団の発足の経緯につきましても、やはり勉強会において相談員の皆さんから多数のマルチまがいの案件が寄せられていることから担当弁護士が話を聞きまして、それを埼玉の消費者の弁護士の中で問題提起をされて、これらの問題について取り組まなければいけないということで有志の

弁護士が集まって私どものマルチ被害対策弁護士が発足したという形です。以上です。

道尻 ありがとうございます。ぜひ、各地でも今のような話を参考にしてきっかりと取り組んでいただけたらと思います。

さて、法律的な話も本当はいろいろとお聞きしたいのですが、時間の都合もありますので、上原さんには実務的に興味深いところをもう一つだけ伺います。先ほどの基調報告の中で「できる限り被害を回復するために直接の勧誘者だけではなく、関与したと思われる者全てを訴えている」というお話があったのですが、法人登記からは代表取締役の住所、氏名は分かるのですが、それ以外の平取締役の住所あるいは従業員を訴える場合の住所などは、訴訟を提起するときどのようにされていくのでしょうか。

上原 まず、直接勧誘者につきましては、やはり依頼者と知人関係にあったということで、例えば、住所を分かっていたり、電話番号などの個人情報を把握しているケースが多くて、ここから住所等を特定いたしました。

被告の業者の幹部クラスの個人情報がなかなか分からない場合はどのようにしたかということ、就業場所送達で一括して業者の住所地に訴状を送達してもらったところ、代理人が軒並み付いた訴訟もございました。

その他、そのような代理人が付かなかったケースもしくは就業場所で届かなかったケースについてどのように特定をしているかということですが、これはかなり実務的な話になってくるのですけれども、結局のところ、このマルチまがい商法の特徴的なケースとしては、加害者もやはり若者です。本格的な詐欺事件の場合などは、偽名を使われるケースの方が多いと思うのですが、マルチまがい商法のケースですと、本名でやっているケースがほとんどです。というか、偽名を使われたケースは、私の経験上はありません。そうすると、どのようになるかということ、若者ということでやはりSNSをやっているケースが多いです。フェイスブックやインスタ、ツイッターなどを実名でやっているケースが多くて、そこから住所などを特定したケースがございました。具体的な話を申し上げますと、例えば、フェイスブックやインスタに卒業高校が載っていたので、そこにこちらから弁護士会照会をして回答をもらったケースもございまして、この商法は若者という特徴があるかもしれませんが、インターネットによるリサーチは、かなりの効果を挙げております。

道尻 ありがとうございます。

上原さんからいただいた先ほどの基調報告の中においていろいろな問題

点としてお話しいただいた中で、代表取締役や取締役ではなくて直接の勧誘にも携わっていないけれどもセミナーやミーティングで講師の役割を担っていて中核的と思われるような人物の共同不法行為責任については、裁判所の納得が得られているとは言い難いというようなお話が出てきました。

石戸谷さんにお聞きしたいと思いますが、どこまで不法行為者として取り込めるかという辺りのことについてコメントあるいはアドバイスなどはありますか。

石戸谷 はい、アドバイスというほどではないのですが、集団訴訟だと常に出てくる問題で、ジャパンライフの場合も全国 10 カ所で支店の中の勧誘者責任ということで裁判をやっているのですが、裁判所によっては勧誘した者以外の者の共同不法行為責任については、違法性の認識や因果関係などを問題視することは似たような状況にあります。

遡りますと、豊田商事のときも全国各地で勧誘者責任を問う訴訟が起こったのですが、そのうちの金沢弁護士で果敢に挑戦して金沢地裁が出した判決が唯一画期的で、金沢支店の全従業員が金沢支店の全被害者に対して連帯して責任を負うということで「おっ」というような感じでした（金沢地判昭和 63 年 10 月 14 日判例時報 1290 号 29 頁）。このようなことが続くのかと思ったら、やはりなかなかそうはいきませんでした。後が続かなくて、伝統回帰といえますか、共同不法行為責任の範囲ということで似たようなことが今日までずっと問題、論点になっております。

そうではあるのですが、先ほど上原さんから指摘されたセミナーやミーティングで講師の役割を担っている者は、一連の勧誘を受けた中で契約締結に至るかなり重要な役割を担っているものと思いますので、これは、上原さんが先ほど言われたようなことで、ぜひ責任を認めるべきだと思います。

具体的には、事案によってどのように認定させるかというような細かな議論になるのですが、そこについては、これまでのやり方だと、複数の弁護士があると、やはり連絡会や研究会を作ったり、そこに学者を呼んだりするような活動で、多様な視点が入ってくると、弁護士内部で議論しているものとは違った示唆があるという作り方でやってきておまして、今日を経験してまた新たな弁護士が立ち上がれば、そこの連絡会でまた情報交換しながらやっていくことが有効ではないかと思います。

道尻 そうですね、私も、今日のお話を聞いて、代表者は別にして、勧誘者以外についてはこれまでターゲットとして考えていなかったのですが、確かに講師

をやっているような中心的な人物は、全体の仕組みの中で共同不法行為責任を生むのだという理屈で積極的にやって事例を積み重ねていくようなことが必要なのではないかと感じたので、これからは考えていきたいと思います。

5 被害の防止（法改正による規制強化）

道尻 さて、被害の防止策の方に話を移していきたいと思います。

現在の特商法でマルチを規制している連鎖販売取引の規定では開業規制がされていなくて、誰でも行える取引が基本になっていて、書面交付やクーリング・オフなどの厳しい規制の下で行わせるという構造になっているのですが、実際のところ、今日の被害事例などを見ていると、トラブルの本質を防ぐことはできない状況になってしまっていて、法改正の意見も各所から出されているということです。

石戸谷さんの基調報告でも触れていただいたところですが、学者や法律家の団体などから出ているマルチ取引の規制強化の提案はどのような感じになっているのか改めてご紹介をして、皆さんのお考えを少しお話しただければと思います。

画面を表示しますので、少しお待ちください。

こちらです。本日の配付資料の中にも資料4で入っております。

まず、そもそも不適切な業者を排除する仕組みが必要なのではないかとということで、開業規制がこの（1）の部分です。国による登録など、事前の審査を経なければ取引をしてはいけないということ、しかも、その登録は、どのような場合でもさせるのではなくて、きちんとした審査をして、取引が違法であるおそれがある、適正に行われないおそれがあるというようなときには、そもそもマルチ取引の開業を許さないという規制を設けるべきではないかということが一つです。

それから、大きな柱の二つめですが、（2）のところにある所の利益の「後出しマルチ」が今日の皆さんからお話にもあったとおり、今現在、かなりはびこっているということです。

そもそも特商法の連鎖販売取引の規制対象に入っているのか入っていないのかよく分からない状況では、今のように次々と行われてしまっているところがありまして、後からであれ、マルチ取引の組織に加入させる目的で経済的な負担を伴うような契約をまずさせて、その後で人を誘い込むと紹介利益が得られるというような「後出しマルチ」は連鎖販売取引である、あるいは、

それに類似するものとして規制するということが条文上で明確にすることが必要ではないかということです。

三つめとして、(2)のところは「連鎖販売取引としての規制を守ればやってもいいですよ」ということですが、(3)では後出しのような紹介利益で組織に取り込むようなことをやってはいけないケースもあるのではないかといいことで、例として22歳の以下の人や投資など正に儲け話の利益收受型の取引をしている方、あるいは、先行している契約に関して債務を負っており、その支払いをしなければならない状態にあるような方を「新規契約者を獲得することで紹介利益を得られますよ」というように誘い込むこと自体がそもそも適合性を欠くということで禁止すべきではないかということです。

あと、(4)、(5)は、「簡単に稼げると思ったんだけど、実際は、全然、そうじゃないよね」というようなことをどのように防ぐかという意味では、利益がどのように計算されるかということをしつかりと説明させたり、そのマルチ取引の業務、財産についてどのような状態にあるかをきちんと開示させる必要があるのではないかと提案がされております。

さて、まず、国センの加藤さんに、儲け話による消費者被害をどのように防いでいくかについてのお考えをお聞きしたいと思います。現行法は、特商法や景表法で規制もされているのですが、その現状について問題点をどのように感じているのか、あるいは、今、私からご紹介したような法改正の提案についてどのようなお考えをお持ちでしょうか。

加藤 はい、ありがとうございます。一つは、やはり「後出しマルチ」の対策は必要ではないかと感じています。そのようなパターンが見受けられるのですが、センターの場合は、相手方事業者に対しての説得ですから、説得材料が欲しいということで条文上で明確化していただけるとありがたいと思います。あとは、このマルチに限らないのですが、行政処分をしても同じことを繰り返す人の問題をどのようにするかということが一つはあると思っていて、そのような人たちを排除するために開業規制なども考えられるのではないかと思いました。

また、行政処分そのものをつなげるためにも現場である消費生活センターが問題行為をきちんと聴き取って、断定的判断の提供があったり、このような問題があることを分かるようにきちんとP I O-N E Tに登録していく必要があるのですが、そこが海外の事業者との取引になるとよく分からない、あっせんもできない、助言で終わってしまうと情報が集まらなくなって行政処

分につながらなくなってしまうのではないかと考えているので、現場はなかなか難しいところはあるのですが、これまでの行政処分などを見ても、各地の相談員さんの心意気といいますか、頑張りにつながってきた行政処分があるのではないかと考えておりますので、これは、ぜひ、当センターとしても各地のセンターを支援しつつ、センターの現場として頑張っていきたい、頑張っていく必要があるところではないかと考えております。

道尻 はい、ありがとうございます。

上原さんは、実際に弁護団において被害回復のために活動をされていくお立ち場ですが、現行法の規制や先ほど紹介しましたような規制強化の提案については、どのようなお考えをお持ちでしょうか。

上原 私個人としましては、非常に有益な提案だと考えております。

まず、参入規制、登録制にすることの意義ですが、今、私どもが訴訟の相手方としている業者は、実は、次々と会社を設立して、外側だけ変えてこのマルチまがい商法を継続していた実態がございました。

さらに、その他に、その組織内、業者内でマルチまがい商法のノウハウを積んだ者が「自分独りでやった方が儲かる」ということで、また別の会社を設立して同じような商法をしていることも多数確認されています。

このような現状からすれば、登録制にして参入規制をすることは非常に大きな効果が見込めるのではないかと考えられます。

また、「後出しマルチ」の規制につきましても、先ほど私からもお伝えしましたが、明確に連鎖販売取引の規制を受けることになれば業者としても簡単にはこちらの商法に頼れなくなる意味では被害防止の観点では有益とされます。

加えて、支払いのために借り入れすることを禁止することについてですが、これは、このマルチまがい商法の観点からすると、極めて必要な規制ではないでしょうか。この商法の最も被害の大きなポイントは、お金の無い大学生にお金を借りさせて全く意味の無い商品を買わせるところにその特徴があって、今、大学生は、一般的には経済的にそれほどお金を持っているわけではないので、大学生からお金を奪おうとするのであれば結果的に借り入れをさせるしかないと思うのです。そこが禁止になれば、そもそも大学生に高額な商品を買わせることができなくなってしまうので、この若者マルチの根本的、本質的な問題である大学生の被害の減少について大いに効果があるのではないかと考えています。

仮に、本当に借入れをさせられて購入してしまった事案であっても、もし直截的にこの法律にそのような改正が通れば、この法律に反しているとも言えますし、さらには適合性原則違反をより言いやすくなるのではないかと思いますので、不法行為の主張においても有益な改正になると思われま

道尻 ありがとうございます。

今日の先ほどの提案の紹介の中では、紹介利益の後出しの局面で債務を負っている人に対する勧誘等の禁止というお話でしたが、そもそもマルチ取引を借入れやクレジットでさせること自体、許してはならない性格のものであるということはおっしゃるとおりでありまして、これについては、日弁連としての過去の意見書でも、そのような勧誘は禁止という意見を出している

ので、ぜひ、そこも含めて法改正につながっていけばいいと思います。さて、石戸谷さんからは、既に基調報告の中でマルチの規制強化についても触れていただき、被害防止のための立法運動についても先ほどは 2021 年の預託法改正のことなども少し触れていただきましたが、何かこの点について参考になるようなお話をいただけましたらお願いします。

石戸谷 はい。レジュメの初めの所で挙げましたとおり、これまでに様々な法改正で立法活動をやってきているのですが、感じていることは、法整備は非常にやりがいがあるし、ドラマチックで大変面白いということをお伝えしたいと思います。

特に、預託法の改正のときは、消費者庁は法改正の必要はないということでもうずっと平行線だったのですが、ある局面から急転回しまして、原則禁止となりました。こちらとしては、登録制を叫んでいたのですが、原則禁止とすることをベースにして、確認制度という更に強力なものを採用したので、こちらが思っていなかったことだったのでおおっと思いました。

背景にあったのは、経済的・社会的に意義がある取引なのかということ。預託を見ると、脱法行為として使われているだけではないかということで、実質的な価値をきちんと見て、それに対応した制度を打ち出しているのが大変重要なところだと思います。

だから、マルチの場合も、産構審の流通部会で取り上げたように、本来的に流通システムとして実質的に価値があるものなのかどうかということ。きちんと見た上で、価値がもう無いものは、かえって市場の阻害になるので排除するという発想でいくことが大事ではないでしょうか。

預託法のときも、学習会を何度かウェブでやりまして、そのアフターフォ

ローとしてユーチューブで「本日の国会」ということでその日の国会審議の様子を10分程度にまとめてアップしたのですが、それは、いろいろと勉強、検討して来たことが、その後に国会でどのように議論され、出来上がっていくののだろうかという現場感覚を共有していただきたいと思ってやっていたわけで、今はオンライン化されていますので、マルチについても大変関心がある方は広範囲に多いと思いますので、ぜひ、情報を共有しながら進めていければと思っています。

6 最後に

道尻 はい、それでは、時間も徐々に残り少なくなってきましたので、最後に今日参加いただいている皆さんに、この若年者の儲け話によるトラブルのこと、あるいは、より広く消費者被害の救済・防止の問題について、パネリストの皆さんなりのメッセージ、あるいは今日のセミナーの感想などでも構いませんので、お1人2、3分程度でお話をいただいて終わりにしたいと思います。では、加藤さんからお願いできますか。

加藤 はい、ありがとうございます。

先ほどの上原先生のお話にもありましたとおり、消費者教育が必要ではないかと感じています。情報商材などは、もう「ああ、これって例のあれだよな」ぐらいの感じで皆に浸透してくると被害が少なくなるのではないのでしょうか。また、消費者教育として、メッセージの方をわれわれ行政としても考えなければいけないのではないかと感じています。最近、知り合いから「島田広先生の話が面白かった」という話があって、先生のレジュメを私も拝見して「あ、なるほど」と思ったことは、消費生活センターで行く出前講座やわれわれが出す発表は、言葉は悪いのですが、少し脅して「こういうトラブルがあるから気をつけてください。だからセンターに相談してくださいね、とにかく危ないから」というような感じのものが多いたのですが、それだと「自分は大丈夫だよな」と思われてしまう。若い人は何かしら社会の役に立ちたいという思いを持ってくださっている方も結構多いと思うので、そのようなアプローチで「できればそのようなことを知ってもらって誰かに話す、あるいは誰かがそのような被害に遭ったら声を掛けてあげることが社会の役に立つんですよ」というように、「これを知って、友達が何かおかしかったら声を掛けてあげる、あるいはセンターに相談するように言ってくれることがすごくお手伝いになるんですよ。皆さん、ご協力お願いしますね」というようなメッセー

ジの方が、何となく「協力してあげようかな」と思ってもらえるのではないかと考えていて、最近では、われわれもメッセージの仕方を考えなければいけないと覚悟しているところでは。

特に、若者のマルチの場合、相談に来たきっかけが、友達を勧誘したら、その友達から「え、駄目じゃない？」「大丈夫なの？」と言われて相談に来ることが多く、友達が言っていることは比較的素直に聞いてくれる人も多いので、ぜひ、そのような形で啓発してくれる仲間を増やすイメージで発信していくことが必要ではないかと覚悟しているところでは。以上です。

道尻 では、次に、上原さんからお願いできますか。

上原 本日は、ありがとうございました。

私から申し上げることは2点ほどございまして、一つは、マルチ被害対策弁護士会事務局長の立場としては、「ぜひ、このセミナーをきっかけに」という言い方もどうかと思いますが、他の弁護士会におかれましても、このマルチ被害に苦しんでいる方々はたくさんいらっしゃると思いますので、弁護士会などの設立をぜひご検討いただきたいと考えております。埼玉だけだと、やはりなかなかマンパワーも足りないこともございまして、全国的な運動といいたまいますか、全国的な問題提起がなかなかできないのではないかと感じております。

法改正やお話があった提案を現実化するためにも、社会における被害の実態などをもっと掘り起こして全国的に声を上げることが重要ではないかと考えておりますので、先生方におかれましても、マルチ被害対策弁護士会の設立もお考えいただけたらありがたいです。

もう1点は、今回のマルチの話から若干ずれてしまうのかもしれませんが、私の基調講演でも最後に触れたところでもございましてけれども、やはり若者ということで、今後はSNSによる被害は、まず間違いなく拡大していく、LINEなどのSNSでしか分からない状況で加害者を特定できずに泣き寝入りを強いられることが今後も増えていくのではないのでしょうか。私としては、今後、若者は、大人と言いましょうか、成人していく過程でますます電話やメールよりこのようなSNSが発達していくのではないかと予想しております。

ただ、その部分については、やはり本人確認義務などの法整備が全くされていません。その現状では、結果的に被害が全然回復できないし、フロントに出ているのは海外の業者でセンターの皆さんも相談ができず、弁護士も泣き寝入りを強いられるという状況の中です。

埼玉弁護士会の消費者委員会ではSNSの本人確認の意見書を挙げさせていただいて、愛知弁護士会にも続いていただいで、さらに、福井の弁護士会においても会長声明の形で出していただいでいる状況ですが、やはりこのようなSNSの本人確認義務などの法整備もますます重要になってくるのではないかと個人的には考えております。

私は、埼玉弁護士会の消費者委員会の副委員長も務めておりますので、その立場からも、そのようなことについて、ぜひ、他会においてもご検討いただければと考えております。

私からは、以上です。

道尻 では、石戸谷さん、お願いいたします。

石戸谷 はい。

今、上原さんからご指摘の点は、特商法の5年後見直しの中の検討項目に入っております、近々、日弁連の意見も公表されると思います、ぜひ、各地でもということですが。

私からは、神経がどうしても法整備というか、予防に行ってしまうのです。

「被害が出てくるんだったら立法じゃないか」というような単純な発想で、商品先物以下をやってきております。法整備は非常に面白いことは強調しておきます。

ただし、その場合、ただ理屈で言っても立法は成り立たないので、必ずそこに被害実態があり、被害者がいて、弁護士がいるという形でなければ推進力が無いです。ジャパンライフの場合でも、単に「預託法のここが不備だから」と言っているだけでは推進力は無いです。具体的な事件が基にあって、それをてこにして一気に進むわけですから、上原さんからの呼び掛けを各地で前向きに捉えていただいで、被害救済と立法が同時並行的に進んでいけばうれしいです。今日は、どうもありがとうございました。

道尻 はい、そうですね。法改正という話をしていますが、それにつなげていくためには被害者の声と立法の必要性をきちんと出していかなければいけないという意味では、今日のパネリストの皆さんもそうですし、日弁連としては各地で取り組んでいる皆さんのご協力もこれからお願いすることが多々あるのではないかと思いますので、お願いします。

パネリストの皆さん、基調報告から長い間、お話をいただきまして、大変お疲れになったことと思います。ありがとうございました。

以上をもちまして、パネルディスカッションは終了とさせていただきます、

司会にお返しいたします。

Ⅶ 閉会挨拶・まとめ

○司会 道尻さん、加藤さん、上原さん、石戸谷さん、どうもありがとうございます。ありがとうございました。

それでは、最後に、日弁連消費者問題対策委員会委員長の大迫恵美子さんより閉会の挨拶をお願いいたします。

◆大迫恵美子（弁護士・日本弁護士連合会消費者問題対策委員会委員長）

日弁連の消費者問題対策委員会委員長の大迫恵美子と申します。よろしく願いいたします。

本日は、長時間にわたり、大変有意義な勉強をさせていただいて、私も聴いておりまして、「これは、いろいろと大きな運動につなげていく最初の勉強だな」と思いました。

マルチは、私が弁護士になりました頃からずっと被害を出しておりまして、もう随分前になりましたが、例えば八葉物流という非常に大きな事件が起きたり、マルチが大きな被害を出すことは、よく知られていることだと思います。

ですけれども、特定商取引法の中でマルチを取り締まる規制があるにもかかわらず、少しも被害が減っていきません。そればかりか、時々、大きな被害を生むことの繰り返しになっております。現在も「ネットワークビジネス」というような名称を用いるなどして、いかにも社会の中で認知されているような素振りを見せたり、有力な国会議員が国会で擁護するような質問をしたりすることも本当に周期的に起きているような厄介な悪質商法だと思っております。

それが、この4月からの成年年齢の引下げで若者に大きな被害を生みそうになっている、生んでいることは、本当に大問題だと思います。

私は、成年年齢の引下げは、青年に対して「早く大人になれ」ということではないと思っております。これは、社会が今までより2歳若い若者を成年として受け入れることを宣言する事態だと思っております。ということは、社会の方が2歳若い成年のために法整備、社会制度などを変えていかなければいけない、これは社会の側の義務の問題だと思っております。

そのような意味で、若年者に被害を出さないような法制度を急ぐ、社会制度を作ることは今の社会の責務だと思いますので、そのようなこととして成年年齢の引下げの問題を受け取らなければいけないと思います。

まずは、大きな被害を出すマルチの撲滅を目指して、日弁連消費者問題対策委員会がいろいろな運動をこれから繰り返し広げていくことが大切なのだと改めて今日は決意をいたしました。

登壇者の皆様には、充実したご準備をしていただき、資料を提供いただき、また、有意義な講演、それからパネルディスカッションを聞かせていただきました。本当にありがとうございました。

では、今日のこの夏期セミナーを機会にマルチをどうするのか、そして、若年者が安心して成年として暮らしていける社会にどのように作り変えていくのか、私も、このような課題に向けて前へ進んでいこうと思います。

消費者庁のご後援をいただいた夏期セミナーでしたが、大変良いセミナーだったと思います。ありがとうございました。

○司会 大迫委員長、どうもありがとうございました。以上をもちまして、本日のプログラムを全て終了いたします。皆様、長時間にわたりお付き合いくださり、ありがとうございました。視聴を終了しますと、退室画面から本セミナーに関するアンケート画面にお進みいただくリンクを用意しております。アンケートへのご協力をぜひお願いいたします。本日は、どうもありがとうございました。