

早めに「普通の注意」を 行政処分を避けるには

特

定商取引法の適用会社にとっては、行政処分を避けることが、営業の推進と同じレベルで重要なことであるのは周知の事実だと思います。

行政処分を受けるデメリットは、①長期にわたる新規営業禁止 ②社名の公表と、業務禁止命令を受けた代表者等の氏名の公表(半永久的なもの) ③レピュテーションの毀損 ④社員や会員(その家族なども含む)のモチベーションの低下 ⑤銀行、クレジット、物流会社等との取引打ち切り、あるいは困難 ⑥公表をきっかけとした既存顧客からのキャンセル請求 ⑦競合他社からの攻勢、引き抜き ⑧警察の捜査と連動する可能性——など、たくさんものがあり、会社が倒産してしまうことも珍しくありません。いずれにせよ「世間に迷惑をかけた悪徳企業」というレッテルが貼られてしまいます。

それを避けるための方策としては、①特定商取引法遵守の営業を行う ②PIO-NET情報を定期的に取得し、クレーム情報の増加については、迅速な手を打つ——ことがポイントとなります。

行政が行政処分の実行を決める過程は公表されていないので、推測するしかありませんが、大きく次の三つのルートが考えられます。

一つ目は、「消費生活センターのクレームの数」です。何年も継続して

100件以上のような水準であれば、いつ行政処分を受けてもおかしくないと思います。

もしくは短期間で、大量のクレームが出るような事態も、直ぐに処分につながるリスクがあります。

その意味でも定期的なPIO-NET調査はかならず行うべきです。

二つ目は、「警察による逮捕など、世間で話題になるような消費者トラブルを起こすこと」です。

ある有力連鎖販売企業は警察による会員逮捕事件があってから、程なくして、行政処分を受けました。警察の動きはなかなか読めませんが、たとえば「がんが治る」トークなどは、警察の検挙につながりやすい典型です。

消費生活センターのクレーム件数が、それほどではなくても、そのような悪徳業者を放置することは行政側が問題視されるので、その時点で、いきなり処分の検討対象になってしまいます。

そして三つ目は、「国民生活センターが注意喚起をする事例に当てはまってしまうような問題を起こすこと」です。

例えば4~5年前から、行政は、若年者へのSNSを使ったネットワークビジネス(NB)の拡散を問題視する公表を行っていました。その後に行われた、NB企業への行政処分のほとんどは、そうした問題がメインの原因となっていました。現在もその傾向が続いています。

2023年10月には、国民生活センターから、屋根工事の点検商法のトラブルが増えている旨が公表されています。

「近所でしている工事のあいさつにきた」などといった切り口で勧誘に訪

れ、「屋根瓦がずれている」「このままだと近所に迷惑がかかる」「今、契約すると特別に安くできる」などのトークを行うというものです。勝手にドローンで屋根瓦を撮影して写真を見せる、というような極端なものもありました。

これらの悪質な訪問販売は、多くの行政処分などによって消滅した印象でしたが、発表によると、この5年で約3倍に相談件数が増えているということです。

今後、行政はそのような業者を一掃するために、政策的に、どんどん行政処分を出すことが予想されます。

訪問販売会社は、販売員が万一にも、このようなトーク、販売方法を行わないように、しっかりと指導、監視する必要があります。

また、こういうトークや販売方法は、不審に思った人から警察に通報される可能性もあり、非常にリスクが高いものだと思います。

私が見ている、行政処分を受けた企業に共通することは、行政処分のリスクに無頓着で、営業のことばかり考えているという点です。

これは、ビッグモーター社にも通じる企業精神だと思います。

そういう企業は、ある日、突然、行政から立ち入り調査が入り、慌てふためきます。

私の所にもその段階で相談があることがよくありますが、その時点では、行政処分を避けるために打つ手が無くなっています。

行政処分は、普通に経営サイドで注意をしていれば、防げることだと強く感じています。



千原曜氏
全国直販流通協会顧問
弁護士