

各 国 報 告

1. イ ギ リ ス
2. ア メ リ カ
3. フ ラ ン ス
4. ド イ ツ
5. スウェーデン
6. オーストラリア

1. イギリス

1. イギリスにおける消費者紛争ADR

早川 吉尚
立教大学法学部教授

1. はじめに

まず、英国における現地調査の前提として、英国のADRに関する状況を簡単に纏めてみたい。

(1) 近代の初頭に至るまで英国においては、今日にいう調停手続に類する紛争解決手続が、裁判所の支援の下、これを補完するものとして存在していた。13世紀に至ると裁判所はこの紛争解決手続をさらに活用し、その判断に判決と同一の効力を与えるようになる。さらに14世紀には、一定の種類紛争をこうした手続に任せ、その判断を裁判所の判決と同様に直接に執行する裁判例や制定法が登場するに至る。すなわち、裁判との相互依存関係の中で仲裁が発展してきた面があった。しかし、商人の社会は、このような紛争解決への裁判所の多大な関与を歓迎していなかった。そのため、この紛争解決手続の裁判所外での遂行を許すように要請を続けていたが、その要請は17世紀後半にようやく認められるに至り、その集大成が1698年の仲裁法であったとされている¹。したがって、英国のADRは、歴史的には仲裁を中心としたものであり、しかも、裁判所の相互依存関係が強いという特質を有していたのである。

他方、国際商事仲裁の中心の一つであったという特質もある。その中核をなす London Court of International Arbitration (LCIA)は、そもそもは London Chamber of Commerce などを中心に1891年に設立された仲裁機関に淵源を有する、伝統ある仲裁機関である(その後、二回の改称をし、1975年から現在の名称になっている)²。また、もう一つの中核として、The Chartered Institute of Arbitrators (CI Arb)という世界的な仲裁人団体の存在をあげることもできる。現在においてはCI Arbは全世界的に支部を持ち、これを通じて世界的に仲裁人の研修を行なうなどして、国際商事仲裁の世界の仲裁人の質を高めるといった点で下支えしているが、そもそもはロンドンにおける仲裁人の団体が起源である³。

なお、上記の仲裁に対する裁判所の干渉度合いの強さという特質は、ロンドンの国際的な仲裁地としての地位を維持したいという要請とは矛盾する側面がある。そのため、1996年の仲裁法 (Arbitration Act 1996) の制定時には、そうした特質をできるだけ払拭することが目指された。その結果、同仲裁法は、従来の伝統を受け継いで入るものの、UNCITRAL 仲裁モデル法の実質面での影響を否定できないもの、すなわち、世界標準的な内容を有す

¹ Yarn, *Commercial Arbitration in Olde England (602-1698)*, 50 *Dispute Resolution Journal* 68 (January 1995).

² LCIAについては、<http://www.lcia-arbitration.com/> を参照。なお、LCIAの特徴として、仲裁人の団体である。

³ CI Arb に関しては、<http://www.arbitrators.org/> を参照 (後掲参考資料1)。

る仲裁法に近いものとなっている⁴。

とはいっても、ADR の中でも仲裁が中心的な地位を占め、しかも、裁判所との役割分担が意識されているという性格が全く払拭されたわけではない。そしてそのことは、英国の現代における ADR の展開に対して、大きな影響をもたらしているように思われる。

(2) 英国における現代的な意味での ADR の展開に対して大きな影響を与えたのは、1995 年-1996 年に英国の民事訴訟制度の状況の調査を任されたウルフ卿の報告書であった。ここでは訴訟における高額な訴訟費用、訴訟遅滞、規則手続きの複雑性が指摘され、訴訟のコストを削減し、裁判所の過重な事件負担を緩和し、不必要なまでの当事者対立的な構造を改革する存在として ADR の重要性が強調された。

そして、これを受けて制定された 1998 年の民事訴訟規則(Civil Procedure Rules 1998)においても、①裁判所の事件管理義務の 1 つとして ADR が適切な場合の ADR の利用奨励義務(同規則 1.4(1)、(2)(e)(f))、②裁判所からの ADR 利用を勧められた場合の当事者の協力義務(同 1.3)、③裁判費用は原則敗訴者負担ではあるが裁判所の裁量権によって広く例外を是認することという三点において、ADR の活用が定められることとなった⁵。

もっとも以上のような動きは、国際商事取引における仲裁を除いては、英国では ADR の利用が必ずしも活発ではなかったという状況の反映であるともいえる。このことは、米国の状況と比較すれば明らかであるが、以下で紹介するような英国における現代的な ADR の展開においても、その内容という点で、米国における展開とは全く異なっているという点には注意を要する。すなわち、米国における ADR という運動は、公民権運動の時代の前後に、第三者の判断を仰ぐような紛争解決システムに対する反省(あるいは嫌悪)から、紛争に直面した当事者同士が自分達の手により解決方法を発見するための新しいプロセスとして、民衆の中から始まったものである⁶。したがって、そのような経緯を有する以上、その中心は mediation であり、しかも、手続を指揮する mediator が当事者に対して自らの判断をいかなる形であっても下さないスタイル、すなわち、時に感情的になり混乱しがちな両当事者の主張を整理し、お互いが真に望んでいるものを抽出していくことで、両者が紛争解決に向けた何らかの合意に辿り着くための手伝いをするという non-evaluative な役割が中心的なものになる⁷。

これに対し、以下の調査報告をみればわかるように英国における ADR の活用は、判決と同一の効力が与えられる仲裁判断という形をとる場合にせよ、あるいは、そこにまでは至

⁴ この点に関しては、各国仲裁法の UNCITRAL モデル法の影響を分析した早川吉尚「諸外国における UNCITRAL 仲裁モデル法の採択状況」(1997 国際商事仲裁協会)を参照。

⁵ 以上のような英国の ADR の現状に関して紹介する邦語文献としては、我妻学「イギリスにおける ADR の実情」NBL724 号 13 頁(2001)、大谷太「イギリスにおける司法型 ADR」NBL843 号 12 頁(2006)、竹井嗣人・大宮健男「英国の ADR の現状について」ちょうせい 38 号 24 頁(1996)、(財)比較法研究センター編「裁判外紛争解決 ADR 概要」(2003)などがある、また、欧州委員会のサイトにおける 2006 年 11 月 15 日付の National Report についても参照 (http://ec.europa.eu/consumers/redress_cons/)。

⁶ Stulberg, "Training Interveners for ADR Processes," 81 Ky. L.J. 977, at 984-85 (1993). See, also, Bullock-Gallagher, "Surveying the State of the Mediative Art: A Guide to Institutionalizing Mediation in Louisiana," 57 La. L. Rev. 885, at 889-93 (1997).

⁷ レビン久子・調停者ハンドブック 13 頁以下(1998)を参照。

らない裁定という形をとるにせよ、判断提示型を中心としており、それ以外には、その前の段階で紛争当事者に情報を提供するに止まる、もっとも情報提供の結果として、両当事者が自主的に和解することはありうるが、mediator あるいは調停人が、調停手続き場で、時に感情的になり混乱しがちな両当事者の主張を整理し、お互いが真に望んでいるものを抽出していくことで、両者が紛争解決に向けた何らかの合意に辿り着くための手伝いをするということは必ずしも目指されていない。かかる特徴は、そもそも公民権運動のような経験から ADR を生み出したという沿革を有さず、他方で、(判断を下すことを前提とする) 仲裁のみが ADR として意識され、しかも、もっぱら効率性や専門性といった観点から裁判所との役割分担をするという視点で ADR が理解されてきたという英国の沿革の影響によりものである。

2. 英国の消費者 ADR

消費者 ADR については、英国政府が欧州委員会に提出した消費者 ADR 機関リストがあるが、そこには 22 の消費者機関が列挙されている⁸。そのうちの半数の 11 機関がオンブズマンであって、その高い利用度により、英国の消費者 ADR の特徴は、①オンブズマンであり、さらに②Office of Fair Trading (OFT : 公正取引庁) が認証する ADR 機関の行動規範による紛争解決がなされているので、これらの 2 種であるといえよう⁹。今回の調査においては、その代表例として、それぞれ①については Pension Ombudsman Service を、②については Direct Selling Association の 2 機関の調査を行なった。さらに、Office of Fair Trading および消費者団体の Which? にもヒアリングを行い、ADR に関する評価の調査も行なった。

本稿では、まず OFT と Which? について述べ、その次に各型の ADR の特徴による分類をする。さらに本論で ADR 機関の詳細について述べることにする。

2.1 Office of Fair Trading (OFT : 公正取引庁)¹⁰ (<http://www.offt.gov.uk/>)

⁸ http://ec.europa.eu/consumers/redress_cons/ecc_united_kingdom_en.htm

⁹ 欧州委員会 UK National Reports – 15 November 2006 http://ec.europa.eu/consumers/redress_cons/

¹⁰1973 年設置当時、公正取引法(Fair Trading Act 1973(c.41))においては、「国務大臣が公正取引長官を任命すること及び公正取引長官 (Director General of Fair Trading) は必要なスタッフを任命することができることのみしか規定されておらず、機関そのものは制定法上のものではなく、事実上存在している組織であった。」(<http://www.jftc.go.jp/worldcom/html/country/uk.html>) しかし、2002 年の企業法の成立により、その法的根拠を制定法に置くものとなった。現行の 1973 年公正取引法 124 条は、OFT の長官に、英国の消費者の利益の保護・促進のための指針として、関連組織が行動規範 (codes of practice) を準備し、その会員に普及啓発をさせることを奨励する義務を課している。同条に基づき、OFT は、事業者が自己規制により競争・消費者法を遵守し取引慣行の改善を奨励するため、消費者規範認証機構 (スキーム) (Consumer Codes Approval Scheme : CCAS) を策定し、その下で行動規範認証 (Approved Codes of Practice http://www.offt.gov.uk/oft_at_work/consumer_initiatives/codes/) を与えている。

OFT は消費者クレジットや企業合併という限られた分野での法執行 (operation) において制定法上の権限を有し機能しており、その他の業務内容としては、次のようなものがある。

- ・ 目に余る悪質業者の違法行為を断固としてやめさせること
- ・ 取引の調査を行い必要とされる場合には取るべき対策を勧めること
- ・ 情報を得て商品選択の知識とスキルなどの能力を消費者に与え、市場から最高の価値を引き出させ、そし

Office of Fair Trading は、1973 年に設置された大臣が置かれない政府機構 (non-ministerial government department) であり、公正取引に関して監督する公的機関であるが、消費者取引の公正さの確保についても所轄する公的機関として責任を有している。

法執行機関としての OFT の ADR の評価は、次のようなものである。消費者にとって裁判は、少額裁判手続きについての知識がかなり普及したにも拘わらず、まだ格式ばった、場合によっては高額なものとして捉えられている。OFT は、実行可能な、裁判手続きに代わる手段の提供として、ADR による消費者に救済へのアクセスを提供することは、消費者の救済を強化をするものとして強く支持をする立場をとっている。ADR メカニズムの提供者は、法の執行機関ではない。しかし、例えば事業者が消費者法に違反しているかどうかについては補償という形で救済を求めることができ、ADR 主宰者をむしろ消費者にとってのファシリテータと見なしている。効率的な ADR メカニズムでは、取引業者が自己の事業分野において法の遵守を推し進め、またその水準を高めることができる可能性があるが、OFT は、こういったことが彼らの消費者のための補償スキームの主たる機能であるとは考えていない。

OFT は ADR の質を向上させ取扱件数を増加させるための主な方策として、消費者規範認証機構 (スキーム) (Consumer Codes Approval Scheme : CCAS) と地方自治体保証取引業者スキームネットワーク (Local Authority Assured Trader Scheme Network (LAATSN) を行っている。両スキームには補償メカニズムが機能するための要件を含んでいる。以下、それぞれのスキームについて述べる。

● 消費者規範認証機構 (スキーム) (Consumer Codes Approval Scheme : CCAS) ¹¹

CCAS の目的は、消費者が、自分たちを公正に扱う業者を見つけることを支援し、それによって消費者の利益を保護・促進することである。

OFT が認証する消費者規範は次の項目を含んでいる :

- ・ 特定業種分野における、消費者法制遵守の意味を消費者と事業者に明確にする。
- ・ 法定の最低基準を上回る明確な利用者サービス基準 : その業種に合った、好ましくない取引慣行や錯誤を生じかねない広告のルール、明確で入手可能な契約前の情報、明確な契約条件、引渡しとその履行などについて。
- ・ 消費者苦情の迅速で利用しやすい救済手続き : 苦情には、法律違反のものだけでなく、規範に規定する補則違反を含む場合もある。

OFT 認証行動規範の会員企業を利用する消費者は、個々の事業の内部苦情処理手続きやオンブズマンや裁定スキーム (adjudication schemes) のような独立の救済スキームにアクセスをすることになる。

て Consumer Direct を通して供給業者との問題解決を支援することである。

¹¹ http://www.dsa.org.uk/consumer_codes_approval_scheme.htm

CCAS の場合は、次の 3 種類の救済メカニズムによることが要件である：

- 1) 個々の企業が機能させている内部苦情処理手続き
- 2) 行動規範の主宰者が通常提供する conciliation (調停) メカニズム
- 3) 裁定、仲裁、オンブズマンスキームなどの独立の救済メカニズム

認証を得るための規範に定められた救済メカニズムの基準は CCAS の基準¹²に説明されており、他のスキームのよい慣行 (good practice) が基になっている。これらは、現在、その他の救済スキームが満たすべき基準とされ、よく見られる。

● **地方自治体保証の取引業者スキームネットワーク (The Local Authority Assured Trader Scheme Network (LAATSN))¹³**

The Local Authority Assured Trader Scheme Network (LAATSN) は事業分野の取引基準に関する地方自治体取引業者スキームを活発にし発展させるために設置され、その発展のための枠組み作りと支援を提供している。LAATSN の会員に適用されるスキームは最低基準を満たさなければならず、一番、重点を置いているのは、種々のスキーム間のよい慣行 (good practice) の共有と開発である。

地方自治体取引業者スキームは地方のコミュニティに大きな利益を多くもたらしている。地方事業者による利用者サービス基準の向上、消費者に自信を与え、評判のよい事業者を示し、質の悪い業者を減らす支援を行っている。さらに、大きな全国規模の事業者団体に加入しながら多くの小規模業者を引きつけている。

LAATSN は地方自治体取引基準サービス (Local Authority Trading Standards Services) が所有し、地方自治体法制調整協議会 (Local Authorities Coordinators of Regulatory Services : LACORS)¹⁴、取引基準協会 (Trading Standards Institute : TSI)¹⁵と OFT によって全国的に支援を受けている。LAATSN には ADR メカニズムの規定策定が次の目標である。

● **不動産業救済スキーム (Estate Agents Redress Scheme (EARs))¹⁶**

2007 年消費者不動産業者及び救済法 (Consumers Estate Agents and Redress Act 2007 (CEARA)) では、国務大臣は、住宅用地の不動産業に関する者に認証救済スキームに加入するように求めることができるとしている。CEARA のもとでは、救済スキームは OFT の認証が必要である。OFT は認証基準を発表しており、今日までに不動産業救済スキームで認証されているのは 1 件のみである。2008 年 10 月以降は英国で営業するすべての不動産業者は認証不動産業救済スキームに加入しなければならない。

OFT は、認証救済スキームについては、認証後も基準を満たしているか引き続き監視をおこなう。また、実施中の (effective) ADR スキームにおいて不可欠とされキーとなる要

¹² Consumer Codes Approval Scheme: Core criteria and guidance, March 2008
http://www.offt.gov.uk/shared_offt/Approvedcodesofpractice/oft390.pdf

¹³ http://www.offt.gov.uk/oft_at_work/consumer_initiatives/trader/laatsn

¹⁴ <http://www.lacors.gov.uk/lacors/home.aspx>

¹⁵ <http://www.tsi.org.uk/>

¹⁶ http://www.offt.gov.uk/advice_and_resources/resource_base/EARS/

素は、提供者や企業から独立していることと、直ぐにアクセスでき、廉価で、透明性が保たれるということである。

なお、OFT は将来的に、紛争解決機能それ自体に乗り出すことに興味関心を有している¹⁷。

現在のところは、OFT は、消費者向けの相談窓口 (Consumer Direct) の運営のみを行っている。Consumer Direct は公的に運営されている無料の消費者紛争の相談機関であり、誰でも電話か電子メールで気軽に利用することができる (<http://www.consumerdirect.gov.uk/>)。もっとも、相談に対応するのは法律家ではなく、4 週間のトレーニングプログラムを経たコンサルタントが対応することになっている¹⁸。

なお、相談の内容は、消費者保護政策決定のためのデータベースとして内部は共有されるが、外部に公開されることはない。

また、英国では地方自治体の取引基準局 (Trading Standard Services) とともに全国 3,300 箇所を拠点を持つ慈善団体の市民助言局 (Citizens Advice Bureau (CAB)) が消費者相談において大きな役割を果たしている。市民助言局はその相談内容が法律問題、金銭問題などということで厳密な意味での消費者問題に限定されないが、年間 500 万件の相談

¹⁷ 但し、現在、具体的な計画が進んでいるわけではない。

¹⁸ Consumer Direct については、今回の直接の調査対象とはなっていなかったため、その情報に関しては上記のウェブサイトの情報に依拠するしかないが、Consumer Direct の活動は、消費者のために、公正で偏らない状況の査定をおこない、可能な場合は次にとるべき行動を勧める。Consumer Direct の権限は情報提供とアドバイスだけであるので、業者に対して行動を取るといった消費者問題には直接介入することはできない。適切と思われる場合には、苦情の詳細を後述する取引基準局のような、直接行動を取る権限を持つ機関に送致することもある。同サイトによれば、以下のような事項につき相談サービスを行っているとのことである。

- ・商品購入や役務提供を受ける前に事前に消費者に購入前のアドバイスを行なう
- ・消費者の権利を説明する
- ・販売業者と問題や意見の不一致がある場合について消費者にアドバイスを行なう
- ・販売業者がおかしなことをしていると思われる場合に、消費者が販売業者に対して苦情申立てをすることを手伝う (Consumer Direct が消費者に代わって苦情を申し立てることはない)
- ・いい加減なまたはアグレッシブ(cowboys)な販売業者をいかに避けるかの一般的なアドバイスを与える
- ・保証・クレジットによる購入・インターネットショッピング・返金や返品といった消費者関連の問題について説明する
- ・詐欺・ペテンによる取引を避けるためのアドバイスを行なう
- ・行政や他の機関による支援の方が合っている場合は、そちらに行くように仕向ける
- ・地方の取引基準局 (Trading Standards Services) やそのような機関による支援の方が合っている場合は、これらの当局にその事案を差し向ける
- ・Consumer Direct はそれぞれの電話で持ち込まれる問題や質問を個々に扱う。誠実で公正な状況の判断を行ない、可能な場合は次に取るべき明確な行動を推奨する。Consumer Direct が行なうのは情報提供とアドバイスのみであり、業者に対して行動を取るといった直接、消費者の問題に介入するという事は出来ない。適切である場合には、消費者の苦情の詳細を、取引水準審査局のような直接の行動を取ることができる機関に廻すことができる。

さらに、Consumer Direct ができないことも明記されている：

- ・消費者に販売業者・機関を推薦すること (但し、こういった事情に詳しく役立つ情報を持つ別の機関に消費者を差し向けることはある。)
- ・販売業者について、これまで苦情があったかどうかなどの特定情報を提供すること
- ・消費者に代わって販売業者に苦情を申し立てること
- ・その他、特定の製品についての、またはガス・電気・水道などの公共事業、さらに住宅ローン (mortgages) や借家、住宅・福祉給付、個人の借金や金融商品の誤売、地方政府の問題等についてのアドバイスを与えること

を受け付けており、無料で助言を与えている。そもそもは1939年にNational Council of Social Servicesにより戦時被害を受けた市民に対する緊急の支援組織として設立された団体で、職員は約2万7千人、そのうち76%が訓練を受けた無償ボランティアで、相談は1万2千人の相談員によって行なわれている。そのネットワーク全国組織Citizens Adviceは政策、メディア、広報、議会活動をコーディネートするとともに、相談員に対する研修、年間620万件のアクセスのあるウェブサイトwww.adviceguide.org.ukでの情報提供なども行なっている¹⁹。

2.2 Which? (<http://www.which.co.uk/>)

英国最大の民間の消費者団体であるWhich?は、その主たる業務を、消費者の立場からの製品のテスト結果の比較情報について会報を通じて会員に提供する点におくが、その他に、様々な消費者保護問題に関してキャンペーンを行い、消費者の権利の啓蒙により、消費者が十分な情報のもとで製品やサービスを選択できるよう活動を行っている。広告や物品の受け渡しは行っておらず、独立が維持されている。資金は、加入者から提供されており、株主はいない。1957年の創刊以来、数多くの会員を集めており、現在の会員数は6万5000人を超えている²⁰。

Which?においては、紛争に対する裁定などのサービスは行っておらず、もっぱら会員向けに消費者紛争を専門とする12人の弁護士による電話等での相談サービスの提供のみが行われている（相手方企業に対して消費者に代わって連絡をするといったサービスは行っていない）。会員以外でも、Which?のウェブサイト等を通じて、様々な消費者保護に関する情報を取得できるが、重要な情報や上記の相談サービスは会員のみ提供がなされており、そのことで会費を支払うインセンティブが生じているともいえる（かかる会費のみによってWhich?は運営されている）。

相談の内容は、Which?自身の政策決定、すなわち、会員である消費者に対する製品情報や製造企業に関する情報の提供の際の分析活動に様々な活かされている。もっとも、目に余る場合には、Office of Fair Tradingに対する通報といったことがなされることもあるらしい。なお、一般的に、Which?の会員は、製品に関して何らかの不満を有し、不良品を製造するメーカーの責任を問いたいからこそ相談してくるのであり、その際、自らのプライバシーといったことを過剰に心配する会員はほとんどいないとのことである。

Which?のADRについての評価は、今回の調査においては明らかにならなかった。これは、

¹⁹ その予算の9割近く（2006/07年は3,711万ポンド（約8億円））は政府（旧通商産業省）からの補助を受けている。なお、相談件数のうちの約30万件は消費者相談であるとのことである。

<http://www.citizensadvice.org.uk>、細川幸一「消費者行政に関する諸外国の法制について」日弁連シンポジウム「国民生活センターの今後を考える（2007年11月5日）」4頁。

²⁰ Which?は、1950年代に労働党のresearch directorであったマイケル・ヤングが「消費者相談サービス」の設置を党のマニフェストに盛り込むことを提案したが、拒絶にあったため、1957年に雑誌Which?の1号を公刊した。その後50年を超える歴史をもつに至っている。

業務は、上述の製品テストでは優良商品には“Best Buy”ラベルを付し、企業も消費者もそれに価値を認めている。

消費者団体としては苦情を扱っているが、ADR 機関については十分な知識がなく、評価ができないとの理由からであった²¹。また、これに関連しては、Which?においては、上述したように会員のみで苦情の相談サービスを行なっているだけであり、他のADR機関との連携はあまり密に取られていないと思われる。

2.3 英国の消費者ADR機関の特徴による分類

今回ヒアリングを行なった対象機関が、それぞれがどのような機関・団体であり、どのようにADR機能を果たしているのかに関しては後に具体的に述べるが、ここでは、それぞれがどのような特徴を有するかについてだけ、分類する形で言及したい。

まず、行政型ADRか民間型ADRかという点であるが、Office of Pensions Ombudsman、が行政、Direct Selling Associationが民間と分類することができる。また、民間型ADRに関しては、特にB to C紛争についてはADR提供主体がB側の業界団体、C側の消費者団体それぞれが考えられるところ、Direct Selling Associationが業界団体型と整理することができる。

次に、提供されているADRの中身であるが、①消費者からの相談に対して必要な情報を提供する、②消費者の不満を相手方企業に伝達する、③ neutral が紛争に関して裁定を下すというように機能に分類するとすれば、①②③全てを行っているのがDirect Selling Associationであり、③のみがOffice of Pensions Ombudsman（但し別の関係機関により①は行われている）であった（なお、今回の調査対象の中には、調停的なサービスを行っている機関・団体は無かった）。また、ADR機関ではないが、Which?とOffice of Fair Tradingは①も担っていた。

さらに、ADRの利用主体の制限という観点からは、Office of Pensions Ombudsmanといった行政型に関しては、基本的に制限はない（但し、Office of Pensions Ombudsmanについては、紛争の性質による制限はある）。これに対し、Direct Selling Associationについては、これに加盟している企業との間における消費者紛争に限られたサービスである。特に民間型ADRに関しては、その運営資金を（国庫からの支出によらずに）どのように捻出するかという問題があるが、この問題が利用主体の制限という形で影響を与えていると思われる。

本稿では、2つの機関・団体および文献によって調査を行ったFinancial Ombudsman Serviceの1機関についてそれぞれ紹介した上で（2.1、2.2、3.）、わが国におけるADR機関の設立・運営にとって示唆的な部分について若干の考察を行うこととしたい（4.）。

3. 各ADR機関の詳細

3.1 Office of Pensions Ombudsman (<http://www.pensions-ombudsman.org.uk/>)

²¹ この点については、英国のWhich?についてだけでなく、他の調査対象国(米国、ドイツ、スウェーデン)の消費者団体からも同様の反応が見られた。

Office of Pensions Ombudsman は年金（但し公的年金は除かれる）を巡る紛争を扱う公的な ADR 機関である²²。年金を巡るトラブルは相対的に非常に多く、かつ、判断においては専門性が必要とされるため、裁判所に解決を任せるよりも専門の ADR 機関に任せる方が望ましい。そのような観点から、特別に創設されたものであり、前身まで含めればその創設は 1967 年に遡り、現在の形になったのは 1991 年からである。運営には公的資金が用いられ、政府により任命される存在ではあるが、任命後は政府から独立して運営がなされることが保障されている。

公的年金を除く年金（Occupational Pension と Personal Pension の二つがあり、大雑把に言えば、前者は企業年金、後者はそれ以外の私的な年金である）につきトラブルを抱えた者は、まずは、The Pensions Advisory Service²³ なる機関に相談をすることができる。こちらにはボランティアのアドバイザーが揃っており、年金受給者の立場に立って必要な情報が提供される。重要なのは、この機関が Office of Pensions Ombudsman とは別の機関であるという点であり、このために、Pensions Ombudsman は、一方に偏ることなく、中立的な立場を確保できているといえる。

かかるアドバイザーの助力により、あるいは、全く独自に、年金受給者側から Office of Pensions Ombudsman に書面でクレームが提出された場合には²⁴、まずは Office の職員によってクレームが Ombudsman の裁定を仰ぐ適格を有するものか否かにつき（例えば、Ombudsman の裁定の対象となる種類の年金か否か、単なる日常生活に関するお悩み相談ではないか否か等）、いわば形式面の審査がなされる。年によって異なるが、毎年、750 から 1000 のクレームが寄せられているが、そのうち実際に Ombudsman による裁定手続にまで回されるのは、その半分ほどであるとのことである。

手続は基本的に書面でなされている。制度的には審問を開催することも不可能ではないが²⁵、現実的にはその必要が生じるのは少なく、年間で 10 件ほどとのことである。その場合には、双方出席で cross-examination が前提である。なお、かかる裁定手続は、法律上、対象となっている年金の支払者に（判決手続と同様に）応諾が義務付けられているものである。また、（やはり判決と同様に）下された裁定²⁶は双方当事者に対して拘束力を有するものであるが、不服を有する当事者は、裁判所へ控訴することが可能である²⁷。もっとも、

²² ここでの苦情は State scheme を除く殆どの種類の pension スキームに関するものであるが、特に販売やマーケティングに関する苦情については、Financial Ombudsman Service (FOS:金融オンブズマンサービス (後述)) が取り扱う。

²³ Pensions Advisory Service は、必要な時にはスキームの専門家と連絡を取って、質問に回答をしたり問題解決を図るボランティアのアドバイザーのネットワークを持っており、国内における紛争解決手続きについて消費者を支援し、Pension ombudsman への苦情申立てを推奨し、実際に申し立てるところまで手助けをする。Pension ombudsman 以外が問題を扱った方がよいと考えられる場合についても説明を行なう。Pensions Advisory Service のサービスは無料であり、サービスへのアクセスは、他の支援団体に住所を教えてもらえる地方の Citizen's Advice Bureau を通して、または Pensions Advisory Service のウェブサイトから行なうことができる。

²⁴ クレーム申立ては電話などでは出来ないので、口頭では行なえないようである。

²⁵ 審問が開催された場合は、公開にしないという十分な理由がない限り、公開でなされる。

²⁶ 裁定手続は一部は法律によるが、一部はオンブズマンの裁量による。

²⁷ 控訴は、イングランド・ウェールズでは高等法院 (High Court)、スコットランドでは民事上級裁判所 (Court of Session) または、ノーザンアイルランドでは控訴院 (Court of Appeal) になされることに

控訴がなされるケースはほとんど無いとのことである²⁸。

Ombudsman は2名であり、公的機関である以上、その報酬は公的に賄われているといえる。その上でさらに、制度の透明な運営で、中立性が確保されていると考えているようである。

かかる運営の透明性は、具体的には Annual Report の他、裁定が全て公開されているという点においても確保されていると考えられている(これまでに下された裁定に関しては、<http://www.pensions-ombudsman.org.uk/determinations/> で検索することができる)。なお、この点は、年金紛争に関しての先例構築という観点からも重要と考えられている。かかる裁定の公開は、当事者名などが匿名化された上でなされている。もちろん、手続それ自体が非公開であることは言うまでもない。なお、Annual Report にはクレームの傾向につき詳細に分析がなされているが、いずれにしても、上記の年金に関する受給者と支払者との間のトラブルであり、それ以外のトラブルが持ち込まれることはない。

3.2 Direct Selling Association (DSA) (<http://www.dsa.org.uk/>)

Direct Selling Association は訪問販売業者からの拠出により運営されている訪問販売業者の団体であり、39万6千名の訪問販売員を抱える全39の会員企業を擁している。DSAの会員企業の商品やサービスの売上高は、英国内で年間に消費者に訪問販売で売られる20億ポンド (£2 billion) のうちの70%を超える。Office of Fair Trading (OFT: 公正取引庁) の消費者規範認証機構(スキーム)(Consumer Codes Approval Scheme: CCAS)の下に消費者行動規範(Consumer Code of Practices)について認証を得ており、このようなOFTから行動規範に認証を与えられた3番目の業界団体(trade association)である²⁹。

容易に想像できるように、英国においても訪問販売は消費者との間で一定のトラブルを常に抱えざるを得ない業態である。そのため1965年からこのような団体を結成し、トラブルを生じさせない商慣行ルールを確立する、さらには、トラブルが発生した場合の解決方法を顧客に提供するといったことで、顧客の信頼を高め、この業態への信頼性を高めることが目指されてきた。前者の商慣行ルールとしてはそのCode of Practice for Consumers³⁰であり、後者としてはDSAがその内部において有する以下に紹介するようなADRである

なる。苦情申立人を含む裁定の当事者は、控訴が可能であり、オンブズマンも同様である。控訴がされる場合、Pension Ombudsman's Office は通常、法的アドバイスなどの手助けは行なえない。控訴がなされなければ、Pension Ombudsman の裁定は裁判所によって執行される。

²⁸ 扱われるケースの審査期間は、大まかに6ヶ月以内が3分の1、12ヶ月以内が3分の1、それ以上が3分の1といったところである。

²⁹ OFTによって認証されるDSA Code(行動規範)には金融商品や金融サービスに関する条項が含まれない。そのため、DSAの加盟業者は、商品販売に関する通常のクレジットの手配を除いては、OFTのロゴを付して金融商品やサービスの販売は出来ない。2002年企業法(The Enterprise Act 2002)の制定によって、OFTには、企業・事業者団体が策定するconsumer codes of practiceについてOFTのコア基準に合致するものを認証し推奨するというより大きな権限が与えられ、OFTは企業・事業者団体が効率的な自己規範を創出する支援が出来るようになった。OFTのConsumer Codes Approval Scheme: CCASは、消費者がよりよい事業を知るための手助けをすることによって消費者の利益を促進・保護し、さらに事業者には顧客サービスの基準を高めることを推進させることを目的としている。

³⁰ http://www.dsa.org.uk/code_consumer.htm

DSA Consumer Code of Practiceでは14.1項のcode administration(コード・アドミニストレーション):

ということになる。

Direct Selling Association においては、その加盟業者との間における訪問販売に何らかの不満を有する消費者は、Direct Selling Association に対して書面によりクレームを送付することができる。自らの相手方である業者が Direct Selling Association に加盟しているか否かは、Direct Selling Association のロゴ等により消費者が簡単に識別できるようになっている。逆に言えば、消費者の信頼につながる DSA のロゴを用いることができるということが、訪問販売業者にとって DSA に加盟するためのインセンティブとなっているといえる。なお、訪問販売に関わる業者の約 6 割が Direct Selling Association に加盟しているようであり、(相対的には規模が大きい業者ほど加盟する傾向があるが故に) 訪問販売のセールス全体に占める DSA の割合はさらに大きいとのことである。なお、消費者からのクレームの件数については、2006/07 年度の Annual Report によれば、2002/03 年度は 15 件、2003/04 年度は 50 件、2004/05 年度は 58 件、2005/06 年度は 59 件、2006/07 年度は 27 件とのことである。

消費者から書面により DSA に送付されたクレームは、DSA から当該加盟業者に伝達されることになる。この情報を受け、当該加盟業者は自らの顧客である当該消費者に連絡を取り、まずは両当事者間における自主的なトラブルの解決が図られることになる。そして、現実的には、この段階で解決するケースがほとんどであるとのことである。例えば、2006/07 年度の Annual Report によれば、消費者からのクレームに関しては、2006/07 年度に関しては、27 件のうち、1 件を除いた 26 件がこの段階で解決されている。

もしも、それでも紛争が解決しない、すなわち、依然として当該消費者が不満を有している場合には、Code Administrator³¹ による裁定手続に移行することとなる³²。裁定手続

規約管理)に関して、コードの監督管理と Code Administrator (コード・アドミニストレーター:規約管理者)の責務を規定している:

14.1 DSA コードは、本協会を代表するカウンスルによって任命された、独立した法的に資格を有する Code Administrator によって監督、管理される。

14.2 Code Administrator は次の任務を負う:

- (a) 本協会のメンバーが行う取引実務と必要書類作成が本コードに従ってなされることを監督する、
- (b) コード違反があった場合は、チーフ・エグゼクティブに報告し、相応の対応策を進言する、
- (c) 進言に従って本協会メンバーの行動がとられなかった場合、調査を行う、
- (d) 本協会メンバーにコード違反がありその改善なされなかった場合、これを本協会カウンスルに報告する、
- (e) Code Administrator が経験から得たコードの改善策としての提言が含まれる年報を発行する。年報は 1 部を情報提供として、Office of Fair Trading に送る。

[*なお、DSA Code of Practice for Consumers の全訳 (仮訳) は添付の参考資料を参照]

³¹ Code Administrator (Independent Code Administrator と呼ばれる) は DSA から委託された独立した消費者事件を扱う弁護士である。(「消費者-事業者間紛争に対する ADR の有用性についての報告」 National Consumer Council 2004 年)

³² Code Administrator の消費者苦情処理手続きのより詳しい概要は、以下のようなものである。

- ・苦情の申立ておよび費用負担: 苦情処理手続きは、簡単、迅速、かつ廉価に処理され、苦情申立人は、法的代理人を立てる必要はない。専門家の代理、あるいはその援助や助言を利用することは自由であるが、この費用は自己負担となる。Code Administrator が費用の負担について支払いを命ずることはない。手続きは苦情申立人には無料である。
- ・事実の立証: 書面によってすすめられ、双方の同意があり、両当事者および Code Administrator にとって便利である場合、手続きのすべてまたは一部は電子メールで行われる。例外的に、Code Administrator が口頭のヒアリングが必要であると判断した場合、両当事者は出席することを求められ

は基本的に書面でなされる。制度的には審問を開催することも不可能ではないが、現実にはその必要が生じたことは今までに無いようである。また、Code Administrator により下される裁定は片面的な拘束力を有するものであり、消費者が同意すれば業者側は自動的に拘束されることとなるが、消費者には同意をせずに裁判に訴えるといった選択肢が残されている。

Code Administrator は1名であり、上述のような現在のクレーム件数の状況の下では、十分に1名で対応できると考えられているとのことである。なお、報酬が業界団体である Direct Selling Association によって支払われていることとの関係で、Code Administrator の中立性について問題にする余地が無いわけではないが、DSA においては、Code Administrator に身分保障がなされていること（外部者をも含む規律委員会による決定がない限り職を追われることがなく、DSA の意向の影響を受けにくい体制となっている）、さらには、Code Administrator、Direct Selling Association の双方が従わなければならない上述の Code of Practice for Consumers の存在によって確保されていると考えられているようである。

なお、かかる Code of Practice for Consumers は、Office of Fair Trading（前述）により approve されており、その旨を表示するための OFT のロゴも、Direct Selling Association のロゴと同様に常に明示されている。

他方、Code Administrator により纏められる Annual Report においては、クレームの傾向につきサマリーが付されるが、それを超えては情報が外部に開示されることはない、すなわち、情報の秘密性・プライバシーは確保されているとのことである。ちなみに、2006/07 年度の Annual Report にはクレームの傾向のサマリーが書かれているが、いずれにしても、訪問販売業者と顧客との間におけるトラブルであり、それ以外のトラブルが持ち込まれることはない。

3.3 Financial Ombudsman Service (FOS:金融オンブズマンサービス)³³

る。提出された資料はすべて相手方も閲覧することができ、意見を述べることもできる。

Code Administrator の役割は、(a) 裁定 (adjudication) に至るまでのあらゆる過程において、両当事者に友好的に問題を解決するよう働きかけること、および (b) 一方または他方の当事者に対して、ある特定の情報や書類について質問をすることである。両当事者はそうした質問に対して誠意をもって回答し、懸案の情報や書類を提出することになる。

- Code Administrator は関係者から（通常書面による）証拠を集めることができ、これらの証拠のコピーは両当事者が閲覧することができる。
 - 裁定 (adjudication) を下す前には、Code Administrator は両当事者に暫定的な事実認定を提示し、最終的な事実認定前に、意見を求めることができる。
 - 手続きの迅速性: Code Administrator は、迅速解決に努力し、処理手続きの過程で当事者に返答の締切期日を決め、締切りが守られなかった場合には、その返答を考慮することなく裁定を下すことができる。通常、両当事者の最終の弁論や書類および意見の提出を受けてから2週間以内に裁定が下される。
- 以上については、http://www.dsa.org.uk/complaints_procedure.htm を参照。

³³ 以下の内容は、欧州委員会のサイトにおける UK - National Reports

(http://ec.europa.eu/consumers/redress_cons/adr_en.htm#docs)、および Financial Ombudsman Service のウェブサイト (<http://www.financial-ombudsman.org.uk/>) に掲載されている Annual Review - Fiscal Year 2007/2008 と Corporate Plan & 2008/2009 Budget による。

ここでは、ヒアリングはしなかったが、英国のオンブズマンサービスの中で一番よく利用されている金融オンブズマンサービスについて触れておく。

金融オンブズマンサービスは、金融や保険、信販、投資、担保等に関する不服を取り扱っており、Financial Services and Markets Act 2000 の定めに基づいて、2001年に設置されたものとなっている。法の定めに基づいて公的なサービスを提供する機関ではあるが、行政からは独立した計算で運営されており、独立採算でのマネージメントがなされている。

実績面では、2007年において、約79万5千件の紛争について紛争解決の相談・申立がなされ、うち約12万3千件がオンブズマン・審査員の関与が必要なケースであるとして受理された後、約10万件について紛争を解決したとされている。うち9万2千件が審査員による取扱いの中で解決され、残りの約8千件がオンブズマンの最終判断によって処理されたものとなっている。処理内容の傾向としては、当座取引やクレジットカード取引という一部の分野を除けば、消費者の不服を認めた案件は全体のおよそ3分の1、企業側の反論を認めた案件が全体のおよそ3分の2となっており、両者の主張の中間的な結論を金融オンブズマンサービスとして導き出す比率は、おおむね5%~7%程度にとどまっている。

紛争処理に要する期間についてみると、不服の相談があつてから0~3ヶ月以内に紛争が解決される割合は42%であり、0~6ヶ月以内までに解決する割合は70%となっている。もっとも、金融オンブズマンサービスでは、mortgage endowmentsに関する案件を、時間を要する困難事案として認識しており、それらを除いてみれば、0~3ヶ月以内に解決する割合は53%、0~6ヶ月で83%となっている。

オフィスに従事しているスタッフの人数は、およそ825名である。オンブズマンは合計で37名存在しており、うち1名がChief Ombudsmen、2名がPrincipal Ombudsmen、残りの34名がPanel Ombudsmenとなっている。

金融オンブズマンサービスでは、消費者自身が紛争について処理の相談を持ちかけることができるほか（消費者自身による相談は73%）、消費者の利益のためにクレームを取りまとめるクレーム処理会社等からの相談も受け付けている。取引基準局や市民助言局（前述）からの相談も、20件に1件程度の割合で存在する。

利用者は相談に先立ち、まず相手となる企業が設けている内部的な不服処理手続を用いて、紛争解決を試みなければならない。それでも解決に至らなかった場合に限り、まず金融オンブズマンサービスは、Customer Contact Divisionで相談を受け付けることとなる。相談は、消費者等からの電話、書面または電子メールによる。この相談の段階で、金融オンブズマンサービスからの情報提供やアドバイスを受けることで、紛争が解決したり、失当な主張として紛争が解消したりすることも多い。

Customer Contact Divisionの段階で問題が解決しなければ、当該紛争は審査員（adjudicator）の審査対象となる。審査員は、紛争の内容を吟味しながら、和解や調停による紛争の解決を模索する。それでも紛争の解決に至らなければ、審査員はより厳格な推奨されるべき紛争解決内容として、裁定（adjudication）を下すことになる。両当事者が裁定に納得すれば、その段階で紛争は解決するが、不服が残る場合には、さらにオンブズマンの判断を仰ぐことができる。

この場合、オンブズマンは紛争について最終的な解決のため裁定を行う。オンブズマンは厳格法に従う必要はなく、当該事案にとって合理的・公平と思われる内容であれば、広い裁量の下で判断を下すことができる。オンブズマンによる裁定は、金融オンブズマンサービスが提供する最終的な紛争解決手段であるが、必ずしも両当事者を拘束する性質のものではなく、オンブズマンの判断に不満があれば、消費者は法廷でさらに事件を争うことも可能である。

4. 考 察

以上、今次に調査を行った四つの機関・団体について、そのADR機能について簡単に説明してきたが、わが国におけるADR機関の設立・運営にとって示唆的な部分について若干の考察を行ってみたい。

第一に、B to C紛争については、民間型であればADR提供主体がB側の業界団体、C側の消費者団体それぞれが考えられるが、その際に裁定者の中立性をどのように確保するかが問題となる。なお、この点については、行政型であったとしても当該機関が消費者保護を主目的とする機関であれば、同様の問題があり得るように思われる。

これに対しては、まずは、Code of Conductを定める、内部的に身分保障を与える、消費者（あるいは業界）対応の部署とは（内部的にでも）組織を分けるという方策が英国では採られているといえる。しかし、それ以上に関心を抱いたのが、裁定者の人数を絞り込んで、その名前やバックグラウンドを開示するという手法が採られているという点である（この点、英国の担当者は、この手法が当たり前すぎて意識すらしていないようであった）。この点につきわが国のADR機関では、どちらと言え、裁定にあたるべき多数の候補者をプールして、その中からスケジュールがあう者、あるいは、当事者が選択する者に具体的に裁定を任せるといった手法が採られることが多いように思われる。しかし、英国の上記の二つの機関・団体では、裁定にあたる者は特定の者に固定されており、その名前やバックグラウンドも開示されている。そして、このことによりその者は、万一偏った判断を下した場合には個人として批判を受けることになる。逆に言えば、自らの評判を維持するためには公正な判断を心がけるしかないということになり、そのことにより公正さが担保されているとも言える。

第二に、行政型ADRと民間型ADRの役割分担という問題についてであるが、英国での調査を通じて一貫して感じたことは、ある問題についてADRを提供すべき機関・団体を一つに絞り込む必要性は全く無いと考えられているということである。むしろ、複数の機関・団体が同じ問題に対してADRサービスを提供する、そして、その間の競争によってサービスの質が全体として改善するとすれば、それは望ましいという考え方である。この点は、わが国については必ずしも共有されていないとも感じられ、示唆的であるように思われる。

第三に、ADRのサービス提供の過程で得られた情報の取扱いについてである。この点については、当事者名等が十分に匿名化されれば、政策決定のための内部データベースのために、さらには、先例の積み重ねによるルール形成のために、積極的に活用しようという

動きを見出すことができるように思われる。これに対し、わが国では個人情報保護法の制定後、過剰なまでに抑制的な対応が目立つようになっている。当事者への事前の情報取扱いに関する十分な説明が必要かもしれないが、この点に関しては、あまり消極的になる必要はないとの示唆を得ることができるようにも感じられた。

5. おわりに

以上、四つの機関の調査結果を纏めた上で、示唆的な部分について言及した。今回の英国調査であらためて感じたのは、想像以上の ADR の多用な広がりであった。そしてその背景には、理念よりもまず目の前にある問題に適切な解決を与えていこうとする英米法系諸国に特有のプラグマティズムがあるように感じられる。わが国においては、かかる機動性そのものこそ、参考にされるべきではないか。そのようにも感じられた次第である。

[参考資料]

訪問販売協会³⁴
消費者のための行動規範
(2007年5月21日発効)

仮訳：(財)比較法研究センター

販売方法

- 1.1 商品やサービスの販売/提供にあたり、本協会メンバー（およびその訪問販売者）はその販売/提供に関係するすべての法律を遵守する。
- 1.2 UK 以外の国で訪問販売行為に携わる本協会メンバーは、その国の DSA メンバーになることが望まれる。もし、その国の DSA メンバーでない場合は、訪問販売をするにあたり the WFDSA（World Federation of Direct Selling Associations）の World Codes of Conduct を遵守してその販売行動を行なうようにする。
- 1.3 本協会メンバー（およびその訪問販売者）は本規範を遵守し、遠距離および通信販売の場合、本規範の補則に従うものとする。
- 1.4 本協会メンバーは本協会に対して次の要件を満たすことが求められる：
 - (a) 特に社会に対する責任の観点から、すべての訪問販売員に対して十分な初期研修と情報が与えられ、また、その訪問販売員の契約期間中を通じて、継続的な研修が利用可能であること、
 - (b) 製品の実際販売や販売後の使用によって、死亡や傷害事故、また財産的損害が引き起こされたという全ての訴えに対して、十分な補償がなされなければならない。これらの補償は、本協会によって認証されるものであるという前提で、ふさわしいと認可された保険会社の保険か、自らがリスクを負って本協会メンバー自身によって弁済される。
 - (c) 訪問販売員は必要に応じて相応の賠償責任保険に入っておくことが勧められる。
- 2 本協会メンバーの販売・勧誘方法が将来訪問販売員や消費者になる可能性のある人達を集会に呼ぶという行為を含む場合、すべての勧誘行為が次の点を保障していなければならない：
 - (a) その会合の目的を明確にしていること。
 - (b) 招待客に購買の義務がないことを説明していること。招待客は、担当者の名前、電話およびファックス番号もしくは電子メールアドレス等詳細を知らされなければならない。
- 3 本協会メンバーは、訪問販売員が誠実に行動していることを把握するために、あらゆる合理的な手順をふんでいるという書面によるガイダンスを作成することで本協会の期待に

³⁴ Direct Selling Association: Code of Practice for Consumers
http://www.dsa.org.uk/code_consumer.htm

答えねばならない。特に：

- (a) 誤解を招いたり、詐欺的であったり、不正である販売行動をしない、
- (b) 消費者のプライバシーに関する権利と、いかなる関係も解消できる権利を尊重する、
- (c) 商品や製品について誠実に正確に説明する、
- (d) 消費者からの質問に正直に明確に答える、
- (e) 商品の価格とアフターサービスのあらゆる側面について、明確かつ法的に正確な情報を伝える、
- (f) 商品の販売や販売促進に関するすべての現行のガイドラインを遵守する、
- (g) どのような形であれ消費者、とりわけ弱い立場のものを利用するようなことをしない、
- (h) 商取引基準監督官や、消費者を代表するようなその他の個人または団体（市民相談所；Citizens Advice Bureau等）に対し最大限の協力を申し出る。

4 本協会メンバーは次の点で本協会の要求にこたえることができねばならない：

- (a) 取引および消費者保護に関する現行法、またデータ保護に関して熟知していること。
- (b) 訪問販売員に、関連のある法的義務について適宜知らせ、常に最新の変更について適切に知識を更新させること。

広告

5 (a) 本協会メンバーの広告は誠実で正確でなければならず、原則として協会メンバーである旨の言及がくみこまれていなければならない。協会メンバーの販売と宣伝用チラシもまた誠実で正確でなければならず、協会メンバーである旨の言及を含んでいなければならない。

(b) 本協会メンバーは、関連のあるBritish Codes of Advertising and Sales Promotionに従うことで本協会の期待に応えなければならない。

(c) 本協会メンバーが訪問販売や電話勧誘販売をする場合、ダイレクトメール拒否サービスやセールス電話拒否サービスを利用する。

身分表示

6 すべての訪問販売員はただちに：

- (a) 消費者となる可能性のある相手に対し、自分の身分を明らかにする、
- (b) 自分達の行動の目的を説明する、
- (c) 本協会メンバーであることおよびその商品を明らかにする。

7 本協会メンバーはすべての訪問販売員に本行動規範をもたせ、すべての消費者が利用できるようにしなければならない。

注文フォーム

8 消費者の注文フォームは、使用前に、本協会およびコードアドミニストレーター（Code Administrator）によって認証されたものでなければならず、以下の事項を含んでいなければならない：

- (a) 本協会メンバーの氏名および住所が明記されていること、
- (b) ルール9で言及されているすべての保証が説明されていること、
- (c) ルール11で言及されている消費者の契約取消権が説明されていること、

(d) 当該協会メンバーが本協会に所属していることを示し、また本協会のロゴを含んでいくこと、

(e) 訪問販売員の詳細な連絡先を知らせ、訪問販売員と消費者との契約関係が明示されていること、

(f) DSAが紛争解決手続きを有することを示すこと。

注文の写しは注文がなされた時に消費者に手渡されねばならない。注文を受けた時かそれ以前に、消費者に渡された注文フォームまたはその他の書類には、商品供給の取引内容や条件に関する情報が記載されていなければならない。また、配送/取引完了の日付の情報もまた含まれていなければならない。特に別の取り決めがなければ、配達/取引完了は注文を受けてから30日以内になされねばならない。

保証

9 商品の保証書は明確でわかりやすいものでなければならない。それは消費者がすでに有する法的権利を十分にカバーするものでなければならない。法令に定める消費者の権利を侵害するものであってはならない。すべての保証条件は、本協会およびコード・アドミニストレーターによって使用される前に認証されたものでなければならない。

アフターサービス

10 アフターサービスが提供される時は、その詳細と範囲が明確に書面で述べられていなければならない。消費者が通常期待するアフターサービスが、提供されない場合、そのことが書面によって明記され、その書類が消費者に渡されていなければならない。

契約の取消しおよび返金

11.1 本協会メンバーは、発注の日から数えて14日以内であれば消費者は注文を取消することができるということを保証し、その権利は書面によって消費者に伝えられなければならない。代金または頭金の全額返還はただちになされねばならない。この期間中に商品の品質が損なわれたり、誤った取り扱いがなされた場合、本協会メンバーは相応の修正をすることができる。

11.2 11.1は下記の場合には適用されない：

(a) サービスの提供が、消費者の同意のもとで契約取消日より前に始まった場合（長期間にわたって継続的に提供されるサービスを除く）。消費者は、そのサービスの提供が始まった後は注文の取消しができないことを書面によって知らされねばならない。

(b) 500ポンド以下の契約で提供される商品で、返還されて協会メンバーの一般的な在庫となるには商取引上現実的でない商品は以下のものである：

- i) ある消費者の注文に応じて製造されたもの、
- ii) 明らかに個人使用に特化されたもの、
- iii) その性質上返還不能のもの、もしくは
- iv) 急速に品質低下または賞味期限切れしてしまうもの。

消費者は、このような注文の場合キャンセルできないことを書面で知らされねばならない。

11.3 本協会メンバーが商品やサービスの提供を出来ない場合は、消費者が代替商品か代替サービスの受領に同意しないかぎり、代金または頭金の全額を返還しなければならない。

11.4 本項で保障される契約取消しやその他の権利は、法律による規定に付加されるものである。

前払い金 (Pre-Payments)

12.1 消費者が、主体となって販売活動を行なう訪問販売員から商品を購入するにあたり、前払い金（頭金を含む）を払った場合で、商品の発送ができない場合、訪問販売員はその前払い金を返還しなければならない。もし、訪問販売員が商品を配達できず、また、消費者の前払い金を返還することができない場合は、本協会メンバーが商品を配達するか、代金の返還をしなければならない。

12.2 消費者から前払い金や頭金を受け取り 2 営業日が経過した DSA メンバーは、約束の商品やサービスを提供できない場合に備え、支払金の保護のための対策をしなければならない。

12.3 12.2 の要件は、コード・アドミニストレーターと 公正取引庁 が免除を認証した協会メンバーには適用されない。

12.4 第12項の返金は前払い金および不提供/不配達を証明する証拠に基づいてなされる。

自主規制および苦情処理

13 本協会メンバーは以下の要件を守らねばならない：

- (a) 本行動規範の遵守を証明するシステム、手続き、必要書類の収集について定期的監査を行う、
- (b) 苦情受付担当者（その氏名ならびに郵送住所）を書面で消費者に伝える、
- (c) 消費者からの苦情を処理ししかるべき期限内（10営業日以内）に対応できる効率的な手続を有する、
- (d) 消費者から寄せられた苦情と、その対応策の記録を残す。

コード・アドミニストレーション

14.1 DSA 規範は、本協会を代表する評議会によって任命された、独立した法的に資格を有するアドミニストレーターによって監督、管理される。

14.2 コード・アドミニストレーターは次の任務を負う：

- (a) 本協会のメンバーが行う取引実務と必要書類作成が本規範に従ってなされることを監督する、
- (b) 規範違反があった場合は、チーフ・エグゼクティブに報告し、適切な対応策を勧告する、
- (c) 進言に従って本協会メンバーの行動がとられなかった場合に、調査を行う、
- (d) 本協会メンバーにコード違反がありその改善なされなかった場合、これを本協会カウンセラーに報告する、
- (e) アドミニストレーターが経験から得た規範の改善策としての提言が含まれる年報を発行する。年報は 1 部を情報提供として、公正取引庁に送付する。

消費者コード（規範）違反

15 消費者コード（補則を含む）のいかなる違反も次の手順で取り扱われる：

- (a) 苦情申立人は、次の者宛にそれを提出する：

- (i) 本協会メンバーのチーフ・エグゼクティブ (Chief Executive) 、または
 - (ii) 本協会会長 (Director)
- (b) もし、苦情申立人が当該協会メンバーの提案した解決策に満足しない場合、もしくは、その苦情が初めから会長宛になされた場合、次の手続きがとられる：
- (i) 苦情申立人は苦情の詳細を書面によって提出するよう求められる、
 - (ii) 会長は、その苦情書面を当該協会メンバーに送付し、迅速な改善措置をとることを要求する。苦情申立人はその苦情の取り扱いについて随時知らされる。
 - (iii) 21日以内にその案件の解決が会長に報告されない場合、会長はその件をコード・アドミニストレーターにまわし、本協会評議会 に報告する。
- (c) もし苦情申立人が推奨された措置に満足しない場合、あるいは、当該協会メンバーが会長に指示された行動をとらない場合は、会長はその苦情をコード・アドミニストレーターに連絡する。

コード・アドミニストレーターによる調査

16.1 コード・アドミニストレーターは報告されたすべての苦情を調査し、苦情申立人、当該協会メンバー、その他すべての関係者から証拠の提出を受けて、できるだけ早く書面による裁定 (adjudication) をくだす。

16.2 裁定は当該協会メンバーおよび訪問販売員に拘束力をもつが、苦情申立人はその裁定により拘束されるものではない。

制裁措置

17.1 本協会メンバーに消費者コード (補則を含む) 違反があると認められた場合、コード・アドミニストレーターは当該協会メンバーに次のことを要求することができる：

- (a) 苦情申立人が支払った金額を全額返還すること、
- (b) 無料での製品の交換または修理をすること、
- (c) 技術的な助言や製品テストのためにコード・アドミニストレーターに生じたあらゆる費用を支払うこと、
- (d) 同じ違反が繰り返されないように、指定された処置をふくめ、すべての必要な処置をとること、
- (e) 苦情申立人に賠償金を (5000ポンドを超えない範囲で) 支払うこと。

17.2 コード・アドミニストレーターは、当該協会メンバーを規律委員会にかけることを提案し、当該協会メンバーがとる行動について助言を与えることができる。

規律委員会

18.1 規律委員会は、2名のカウンスルメンバーと、カウンスルによって任命された3名の独立メンバーよりなる。規律委員会は、すべての証拠を検討し、また書面あるいは口頭による証拠を集めたりする。規律委員会の決定は、公式にはCouncil of the Associationへの助言であり、次に掲げるもののうちのいずれかである：

- (a) 不問に付す、
- (b) 当該協会メンバーに具体的な改善策を講じることが求められる、
- (c) 正式な警告がカウンスルから出される、

- (d) ある一定期間、DSAのメンバーであることを停止する、
- (e) DSAから除名する。

停止や除名は“保留”されることがある。すなわち、一つまたはそれ以上の条件が満たされれば執行されないことがある。

18.2 規律委員会は苦情申立人、当該協会メンバー、協会評議会にその報告を送る。当該協会メンバーは、裁定に拘束される。

18.3 評議会は、規律委員会の決定を覆すことはできない。

しかし、評議会は、当該協会メンバーによる申請によって、もしくは評議会自身の判断で、その決定を規律委員会に再審のために戻すことができる。

18.4 規律委員会の提言を検討する、規律委員会のすべての会議やCouncil of the Association の会議には、The Office of Fair Trading からオブザーバーを送ることを要請される。

用語の定義

“協会” および“DSA” は訪問販売協会を意味する。

“訪問販売員” は、どのような資格であっても、訪問販売にかかわる人をさす。

“訪問販売”は、消費者に製造物を、家庭もしくは、通常の販売場所から離れた場所のいずれかで、販売員が、実演したり製造物のカタログを配布したりして、注文を受け、製造物の配達を手配し、商品の代金を集め、あるいはクレジット支払の手続きをする等により、直接販売することを意味する。

“メンバー” は本協会のメンバーを意味し、その被雇用者をも意味する。

“製造物”はすべての商品またはサービスをさす。

=====

消費者行動規範 補則

この補則は、遠距離または通信販売契約により、商品またはサービスを購入した消費者にさらなる保護を与えるものである。

遠距離および通信販売

1. 本補則はDSAの消費者行動規範を補足するものである。これは、商品およびサービスが遠距離もしくは通信販売によって消費者に販売された場合に適用される。たとえば、消費者が電話、郵便、あるいはインターネットで商品の発注を行った場合などである。これらの場合、本協会メンバー（およびその訪問販売員）は次のことを遵守しなければならない：

- (a) 本補則の条件、
- (b) 2000年（訪問販売に関する）消費者保護規則（The Consumer Protection (Distance Selling) Regulations 2000）で定められている条件。

消費者情報

2.1 本協会メンバーは、契約が締結される前、もしくは契約の履行もしくは商品の配達時あるいはその前に、書面（もしくは耐久性のある形態）で消費者にすべての情報を明確にわかりやすく伝えなければならない。

2.2 その情報には、下記第3項のもと、消費者の契約取消権が詳細に説明されていなければならない。

2.3 その情報はまた、次の要件を満たしていなければならない：販売者/供給者の氏名および住所、商品またはサービスの主な内容の説明、値段（どれほどの期間有効か、またVAT（付加価値税）や送料が含まれているかどうかを含む）、配達/履行の手配と支払、配達料（価格にそれが含まれていない場合）。

2.4 耐久性のある形態で与えられる情報は、次の要件を含んでいなければならない：消費者が契約取消権を行使する場合の条件と手続き方法、苦情の送付先住所、保証およびアフターサービスに関する情報。

2.5 本協会メンバーは消費者保護規則（the Consumer Protection (Distance Selling) Regulations 2000）で定められている情報提供要件に従わなければならない。

契約取消権利

3.1 サービスの場合、協会メンバーは、消費者は契約締結の日から数えて14日以内であれば契約取消しができることを保障し、その権利を書面によって知らせなければならない。

3.2 商品の場合、協会メンバーは、消費者は商品配達の日から9営業日以内（もし、より遅ければ発注から14日以内）であれば注文の取消しができることを保障しなければならない。

3.3 価格の全額または頭金の返還は直ちになさなければならない。

3.4 例外として、DSA消費者行動規範の第11.2項に規定されている状況の下では、契約取消権は認められない。そのような場合、消費者は注文の取消しができないことを契約前に書面によって知らされねばならない。

履行

4. 別段の取り決めがなければ、配達/履行は発注から30日以内に為されねばならない。

支払カードの不正使用

5. 遠距離・通信販売に関して、消費者の代理人ではない第三者によって、消費者の支払カードが不正に使用された場合、当該消費者は支払を取り消し、その口座に返金してもらう権利がある。協会メンバーはクレジットカード発行者と協力して消費者のこの権利を尊重すべきである。

Direct Selling Association

Code of Practice for Consumers

SAH2007