

問い合わせ先
内閣府国民生活局消費者企画課
高橋，小菅，山岸
03 - 3581 - 9095

国民生活審議会第8回消費者政策部会議事要旨

1. 日 時 平成14年9月13日(金)9:30~12:30

2. 場 所 中央合同庁舎第4号館 共用第4特別会議室(406号室)

3. 出席者

(審議会)

落合部会長，浅岡委員，有馬委員，大羽委員，加藤委員，高委員，高橋委員，鍋嶋委員，野村委員，福川委員，益田委員，松本委員，宮部委員，山中委員，山本委員

(事務局)

亀井内閣府大臣政務官，永谷国民生活局長，田口官房審議官，河官房審議官，堀田国民生活局総務課長，中村消費者企画課長，七尾国際室長 ほか

4. 概要

事務局より，「消費者契約の適正化について(論点ペーパー)その2」に基づいて説明が行われた後，論点ごとに，大要以下の議論がなされた。

(1) 表示・広告について

- ・ 表示・広告については，基本的理念をきちんと持つ必要がある。一般に，広告はある程度誇張して行うことが許されているといった風潮がある。法令も，「著しく誤認を与える場合」などと規定している。
- ・ 表示・広告に関するトラブルを減らすための対応として，規制の要件が適切か，罰則が適切か否か，執行体制が十分か，企業の内部体制が十分か，の4つが考えられるのではないか。
- ・ 消費者保護基本法は，表示について規定しているが抽象的である。しかし，解釈や判例などで明確にしていくということも考えられる。
- ・ 表示に関する法令に違反した場合の罰則はどうなっているのか。諸外国の状況も調べてもらいたい。企業の内部監査については，企業が役員選任などにあたって，コンプライアンスを適切に行っていることを評価するといったシステムを取り入れることを等を検討する必要がある。
- ・ 表示違反についての執行体制についても考える必要がある。差止めも重要だが，民事救済も考えなければならない。公取委の拡充が期待できないのであれば，消費者団体に訴訟権限を付与するということが考えられる。ドイツではそうしている。訴訟以外では，広告主が消費者の意見を聞く等自主的な取組を奨励するといったことも重要。
- ・ 表示関係の規制の法律は，すべて「著しく」といった要件が付されている。なぜ消費者保護基本法の規定から「著しく」といった要件が出てくるのかわからない。
- ・ テレビのサラ金の広告は規制できないものか。望ましくない広告というものも考えなくてはならないのではないか。
- ・ 景表法違反の措置が排除命令だけで，事業者の不当な利得を吐き出させる方法がないのは問題ではないか。事前規制から事後チェック型の社会へ変革させるというが，事後チェックが機能しなければその市場は悪質事業者だらけになってしまう。
- ・ 公取委が内閣府に移ってくるということなので，公取委に消費者保護機能を与えてよいのではないか。また，事業者に対する制裁措置は，事業者が自主行動基準を作成してい

たか否かで量刑を変えるアメリカの連邦量刑ガイドラインのような考え方を取り入れるのがよいのではないか。

- どのような新手の取引が出てきても、消費者が選択を誤ることのないような環境が作られなければならないのではないか。
- 消費者契約法は、勧誘に際して消費者に誤認を与えた場合に取消しを認めている。不特定多数の者を対象としている広告は、通常、勧誘とみることができないだろうが、消費者が当該広告で誤認し、事業者がその誤認を解けなかった場合などには取消しを考えてもよいのではないか。内閣府の解釈だと広告は勧誘とみることがないとのことだが、解釈の見直しを検討してもらいたい。
- 民法でも錯誤、詐欺については取消しが認められているが、現実に適用するとなると難しい。事業者等の自主行動基準に広告等について規定させて、違反するようなことがあれば取消しができるといったことを検討してはどうか。
- 消費者契約法は、情報提供については規定しているが、広告表示も情報提供の一つとして考えるべきではないか。また、情報提供について努力義務としておくことを再検討する必要があるのではないか。
- 財・サービスと表示概念は一体として考えるべきである。日本はそこが離れている。
- 法律を作るだけでなく、きちんと罰を課さなければ被害はなくなる。製品の連絡先すら書いていないようなところは、社内できちんと見直せと言っても見直さないのではないか。
- 景表法で排除命令が出て、個々の消費者にとっては自分がその後どうなるかが問題。それがどう解決されたのかわかるようにすることが重要。
- インターネットを利用した取引等で書面等がきちんとされていないものが増えている。それをどう取り扱っていくかが重要。
- 広告と説明のため表示と一緒に考えるのは難しい。広告には表現の自由もあるので、様々な分野での検討が必要。
- 広告については、J A R O が様々な検討をしており、その報告も出されている。不当な表示についてはやり得になっているので、制裁金のようなものを導入する必要があるのではないかと思う。
- 表示・広告の適正化のためには、あらゆる手段を尽くす必要がある、消費者契約法の解釈の見直しなどはすぐにでもできるのではないか。団体訴権の導入の考えられる。また、行政機関がしっかりと法執行を行っていくことも重要。また、事業者のコンプライアンス体制の整備も重要である。
- 各種法律があるにもかかわらず被害が増えていることを考えてもらいたい。救済も必要だが、未然防止にも努めなければならない。
- 自主行動基準は、無いよりはよいが、業界団体等が自主的に行うというのはおかしい。これでは消費者は納得しないので、法律をきちんと整備してもらいたい。
- 表示に関しては、一括してどこかの役所が行うのではなく、個別の法律に関係する部署でよっていくべき。
- 情報提供に際しては、不利益情報の開示を義務付けることも必要ではないか。

(2) 勧誘行為の適正化について

- 消費者契約法は、不退去・監禁ということで威迫の要件が、明確化・限定化された。し

かし、消費者契約法制定時の議論では、威迫的言動その他消費者の自由な意思形成を妨げるものを取り消しの対象とすべきで、今後見直すべきとということになった。

なお、困惑をしたことだけを理由として取消しを認めることは民事ルールでは難しいだろう。

- ・ 泣き落としで困惑させるといったことも行われている。困惑させるような勧誘を制限するといったことも必要ではないか。
- ・ 目的を隠した勧誘も多くある。市の水道からのアンケートなどと言って近づき、物売りつけてくるようなこともある。
- ・ FAX等による勧誘もオプト・アウトであれば仕方ないと思うが、実際にはきちんと手続きを踏んで勧誘されてくるものはほとんどない。また、電子メールについては一応規制はされているが、規制する根拠が消費者のためではなく、システム障害が発生する可能性があるためである。生活圏を侵害するような不公正な行為は許されないのではないか。
- ・ 消費者保護基本法で、プライバシーに関する規定が欠けているのは問題。私生活の領域尊重の規定は入れてもらいたい。しつこい勧誘の電話などは、迷惑であると同時に、個人情報が出ているといった問題もある。論点6については、契約の問題だけではなく、もう少し大きな視点から議論すべき。
- ・ 勧誘に際しては、オプト・インのシステムを導入できないかとも思う。金融商品などそもそも電話勧誘を行うことがふさわしくないものもあり、このようなものは勧誘自体を規制することも考えるべき。
- ・ 不当な勧誘は、どのような制裁措置を採れば抑制できるのか考えるべき。それでなければ、目的を隠した勧誘が横行しているような現状を是正することはできない。

(3) クーリング・オフに関する問題について

- ・ 突然の契約だから頭を冷やす期間を与えるというより、消費者と事業者の情報ギャップを根拠にクーリング・オフを認めるべきではないか。通信販売については、現在クーリング・オフが法令上認められておらず、業者が自主的にクーリング・オフを認めている例があるがこうした対応がとられる原因は、事業者の勧誘の際の説明が不十分であることが多いからではないのか。また、クーリング・オフの行使期間についても検討する必要があるのではないか。
- ・ クーリング・オフ制度の根拠について、日本では、契約について、頭を冷やす熟慮期間を与えるもの、錯誤、詐欺で取消すことが望ましいが、実際には困難であるので、無条件取消しを認め事業者に無過失責任を課しているものがある。一方EUでは、これに加えて、通販等で商品到着後一定期間クーリング・オフを認めており、消費者の期待はずれ等に対応するための制度となっている。
- ・ クーリング・オフ制度を統一的なものとすることは実現可能性が少ない。しかし、指定商品制度を見直すことはできるのではないか。規制すべき商品・役務を逐次指定していくことはコストがかかる。また、クーリング・オフは民事ルールでもあるので、逆指定制度（クーリング・オフ除外商品について指定する）といったことが考えられるのではないか。
- ・ 指定商品制度はやめてもらいたい。韓国でも指定商品制とはしないとのことであった。

(4) 消費者信用に関する問題について

- ・ リボルビング払い、分割払いについて、実質金利の提示を義務付けることはできないか。
- ・ 消費者信用を議論するにあたっては、金利の問題は避けて通れない。ドイツやフランスでは貸金の問題はあまりない。そういう社会に向かっているかなければおかし。
- ・ 信用情報は、過剰与信を防止するためだが、それが顧客リストにもなってしまう。このようなことについての制裁措置をきちんと採るべき。
- ・ 抗弁権の接続については、事業者と信販会社等の共同責任を明確にすることが必要。それにより既払金についての返還も認められるようになる。
- ・ 過剰与信の問題は、契約の適正化の議論を超えているのではないか。過剰与信の問題は、事業者の保護になりかねない。不当な取立等が問題になるのではないか。
- ・ 高金利を防止するためには、きちんとした過剰与信を行って営業を行っていないところは貸金を回収できないといった措置をとることも必要。
- ・ 過剰与信については、契約の適正化ではなく、プライバシーの問題と一緒に整理して、消費者保護基本法上の一つの大きな論点になるのではないか。
- ・ 抗弁権接続が民事ルールであるということを考えると、その部分については指定商品制はやめることも考えられるのではないか。
- ・ 過剰与信は、適合性原則とも関係するので、それを踏まえて検討してもらいたい。

(5) 公益通報者保護制度

- ・ 昨今の企業不祥事について、公益通報者が果たした役割は大きい。食品安全基本法の制定において公益通報者保護制度を入れる考えがあるかと訪ねたところ、国生審の議論を注目しているといわれた。しかし、包括的な法律とともに個別法でも規定すべきではないか。
- ・ 包括的な法律は必要。参考資料にアメリカの制度があるが、実際にアメリカはもっと複雑で、利用しようとするのとどの法律を適用してよいかわからない状況。参考にすべきはイギリスの公益開示法だと思う。
- ・ 公益のために通報する事業者の保護も必要ではないか。
- ・ アメリカには不正請求法というのがあり、国家に対する不正請求を行った者を告発すると、被害額の3倍が徴収され、そのうち、告発者が最大30%もらえる。国家のためと自分のために告発を奨励する制度があるが、日本にはなじまないだろう。
- ・ 内部告発は、社会的正義の観点から賛成したい。ただし、原職復帰させる等労働者の保護を図ってもらいたい。
- ・ 公益通報者保護制度は、消費者保護基本法の中に位置付けてもらいたい。
- ・ 食品安全委員会とはどのように調整しているのか。食品安全基本法に入らないから消費者保護基本法にも入らないといったようなことでは困る。また、消費者保護基本法に入れば食品安全を含むすべてに反映されるのか。消費者政策部会で早急に審議し、方向性を出してもらいたい。
- ・ 関西では、弁護士等が公益通報者をサポートするといったことが行われている。
- ・ アメリカは、最初から内外問わずに告発できるのに対して、イギリスでは一義的には企業内で対処すべきとされているようだが。

アメリカでも、最初に企業内部での対処を義務付けている分野もある。一方、イギリスは、企業内部ではなく、企業内部と主務官庁の双方に告発することができる。いずれ

にしても、企業は自ら問題解決できる体制を作らなければならない。

- ・ 公益通報者保護制度を認めるのは、暴露する社会を奨励するのではなく、風通しのよい社会を作るためのものであることを認識する必要がある。
- ・ 法的には、告発を奨励するのではなく、告発することによる不利益をなくすことだと思う。公益通報者保護制度は、きちんとした経営を行わなければならないという企業の緊張関係を奨励しているものであり、内部告発を奨励しているものではない。その点を記者レク等でもきちんと説明していただきたい。
- ・ 企業がヘルプラインを作って、そこで解決できなければ告発するといったような考え方が望ましいのではないか。

次回開催は 10 月 21 日（月）14:00 時からの予定（議題：消費者安全）。

以上

この議事要旨は暫定版であり、修正されることもありえる。