

消費者に向けた自主行動基準の策定・運用に関する指針 (中間報告スケルトン案)

平成 14 年 1 月 28 日

・ 総論

(1) 当指針の位置付け

当指針の意味

- ・ 事業者が消費者に向けた自主行動基準を策定または運用する場合、望ましい在り方を明示したもの。
- ・ 消費者の事業者への信頼の増進および望ましい取引慣行を促進することを目的とする。したがって、消費者保護関連法令下での義務を遵守するとともに、法を上回る価値ある社会的利益をもたらすものでなければならない。
- ・ の基準については、業種によっては関係が薄い項目がありうることから、どの項目をどのように明示するかは各事業者が判断。
- ・ 本指針自体、法整備、経済社会環境の変化等を踏まえ、時間の経過とともに弾力的な見直しが必要。

自主行動基準の対象

- ・ 事業者と消費者の間の取引及び消費者の安全に関連するもの。

自主行動基準策定のメリット

- ・ 企業経営の透明化を図り、対外的にも明確な説明が可能
- ・ 他事業者からの差別化を図り、競争上の優位性を確保し得る手段。特に消費者の事業者または製品への愛着心・忠誠心を高める。
- ・ 積極的に消費者の声を吸収し、企業経営に利用、反映することが可能
- ・ 消費者と事業者の間の紛争解決の基準として利用することも可能。その結果、トラブルの減少、取引の安定性をもたらすことも可能
- ・ 重大な苦情についても迅速で一貫性のある対応が可能。特に緊急事態への確な対応が可能。
- ・ 海外年金基金を中心に機関投資家の重要な投資基準となり、投資を呼び込む効果
- ・ 善管注意義務を具体的に担保する手段となり、結果的に株主代表訴訟等のリスクを軽減する効果
- ・ 明確な自主行動基準を作成し、遵守することは過度の規制導入を回避。また、実効性が高ければ既存の規制の緩和を行う根拠ともなる。

優良自主行動基準に求められる要件

- ・ 具体性（抽象的な記述でなく、具体的な内容を示すこと）
- ・ 明確性（平易かつ明快で理解されやすい内容になっていること）
- ・ 透明性（消費者に公開され、目に触れるやすい）
- ・ 信頼性（実効性を確保し、信頼を高めるものであること）

法令との関係

- ・ 自主行動基準は法令等の遵守を基本とし、その法令の具体化・明確化、法令適用の自主的拡大、法令の上乗せを含む。

他の規格・方針等との関係

- ・ ISO、JIS 規格
- ・ 公正競争規約
- ・ 社訓、倫理綱領 等

自主行動基準策定の問題点

- ・ 不十分な自主行動基準ばかりが作成される、または策定された自主行動基準が形骸化する可能性があり、実効性確保、モニタリングが必要。
- ・ 本来、規制を導入することが必要な分野へ規制を導入することが遅れる懸念からある程度の行政の関与が必要。

（２）自主行動基準策定・運用のための留意点

効果的な自主行動基準策定の手順

第 1 ステップ：事業者にとってのリスクの把握

第 2 ステップ：主要な利害関係者との協力関係の確立（ワーキンググループの設置も含む）

第 3 ステップ：行動基準の草案作成

第 4 ステップ：行動基準の成文化と正式決議（作成に関わらなかった外部の意見を聞く手続きを含む）

第 5 ステップ：行動基準の公表と PR（消費者を含む利害関係者への無料配布を含む）

第 6 ステップ：自主行動基準の実行・運用（下記 参照）

第 7 ステップ：見直し

効果的な社内体制

- ・ 経営トップのメッセージ（コミットメント）
- ・ 経営トップに直結した責任者の任命
- ・ 独立性をもつ実行部署
- ・ の手順に基づいた自主行動基準の成文化
- ・ 体系的な教育・研修プログラムの実施
- ・ 効果的な監査の実施
- ・ 従業員から恒常的な報告・照会を受けられるホットラインの運用
- ・ 罰則規定の整備
- ・ 問題が発生した時の緊急対応策と再発防止策の確立
- ・ 定期的な消費者の満足度の調査・分析

主な利害関係者の役割

- ・ 事業者団体（自主行動基準の水準引上げ、実効性の向上等）
- ・ 消費者（事業者の評価等）
- ・ 行政（自主行動基準策定の促進、具体的自主行動基準への助言、法的枠組みの検討等）

中小事業者等における自主行動基準

- ・ 中小事業者については、基本的には における項目のうち、関連の深い項目が限定されると考えられることから、それらの項目については明示する努力をすることは消費者との良好な関係を築く上でも望ましい。事業者団体または第三者機関によって策定された自主行動基準への遵守を約束するという選択肢もある。
- ・ また、インターネット等、無店舗の事業者の顔が見え難いことから、こうした取引形態を取っている中小事業者においては、簡略化されたものであっても策定すべき。

事業者団体で自主行動基準または雛型を策定する際の留意点

- ・ 加盟会員には強制力を持つべき（懲戒手続き等）
- ・ 競争制限的にならない
- ・ 同業者内で水準が上がるよう努力する
- ・ 苦情処理に当っては地域の消費生活センター等とできる限り、協力する
- ・ 透明性の向上のために苦情などについての報告書の策定・公表

・自主行動基準

以下は事業者が自主行動基準を策定し、公表することが望ましい項目を列挙したもの。自主行動基準は消費者対応に関する方針を示す部分（（１）消費者対応）と自主行動基準の手続き、実行体制を示す部分（（２）自主行動基準策定・運用の体制・手続き）の２つに分類されている。

（１）消費者対応

消費者との関係

a)自主行動基準策定の目的

事業者が自主行動基準を策定した目的の明確化。消費者が事業者を理解する出発点になる情報として、当該事業者の考える経営上の消費者の位置付けともなる。自主行動基準による消費者の関係構築、消費者紛争処理の指針、消費者利益の向上、消費者法と自主行動基準との関係の明確化、等が考えられる。

b)緊急事態時に優先される価値

消費者や地域住民の健康や安全に害を及ぼすような緊急事態に陥った場合、優先されなければならない価値の明確化。

c)取引事業者の考慮

調達業者や納品業者の法令等遵守状況の考慮。

d)顧客情報の保護方針

個人情報収集・利用目的、安全保護措置、第三者提供の有無、センシティブ情報の考え方、消費者への事業者の開示、修正、削除等の手続き、等といった顧客情報の保護に関する方針。

広告

a)広告主の責任と広告の明確化

広告の内容への責任の明確化や広告と記事やニュースとの区別の方針。

b)広告、ダイレクトメール等の在り方

不利益事実への配慮、活字の大きさといった見やすさ、配布先の方針、等に関する考え方。

c)不適切な広告

d)比較広告

望ましい比較広告、相応しくない比較広告の考え方。客観的妥当性のあるデータや客観的事実の利用、他社商品の誹謗中傷や不明確な表現の禁止を含む。

情報開示・提供

a)契約前の情報提供方法

契約の締結前に消費者に重要な事項について情報提供する方法（書面、口頭等）。

b)書面交付・保存の方針

書面で商品・サービスに関する情報を提供する場合、重要事項に関しては口頭でも説明する等の書面交付に当たっての方針。電子媒体の場合の書面の保存期間等も考えられる。

c)事業者のデメリット情報提供の方針

事業者にとってデメリットとなるものの、情報提供しないと消費者の不利益となるような情報についての提供の有無等、デメリット情報の取扱いに関する方針。

d)重要事項の具体的内容

・商品・サービスの内容

商品・サービスの売買によって提供される対象、製品の場合の原材料、添加物、製品自体の品質、性能、効能、サービスの場合の商品の仕組み、リスク等、商品・サービスの内容に関わる情報のうち、開示または説明する情報の範囲。

・アフターサービス、保証・ワランティー

アフターサービスの方法、間違った商品が届いたときの処理方法、同一商品が在庫がなく代替品に取り替える条件、無料保証期間、保証対象、免責条項の内容といった契約後に関する情報のうち、開示または説明する情報の範囲。

・決済関係情報

決済方法、価格、手数料、保証金等の付随費用、前払い保護方法など決済に絡む情報のうち、開示または説明する情報の範囲。

・配達方法、配達日

製品の配達またはサービスの提供の方法、配達・提供期限の考え方等、配達・提供に絡む情報のうち、開示または説明する情報の範囲。

・解約条件、クーリングオフ

契約の解約を認める条件、クーリングオフを行うことができる条件、期限などについての方針。

・その他重要事項の具体的内容の提示

勧誘方針

a)不適切な勧誘類型

・子供、若年、高齢者等への勧誘方針

子供、若年、高齢者など勧誘の対象となる者の知識、経験、財産などの状況に照らして配慮する事項についての情報。理解確認の方法等を含む。

・勧誘時間帯の方針

勧誘の時間帯に関する勧誘方針。深夜勧誘の禁止等。

・その他の不適切な勧誘類型

契約条項

a) 約款などの内容面での留意事項、策定方針

約款を作成する際に留意する事項、あるいは策定に当たっての方針。特に消費者と事業者の間の情報力・交渉力の格差に基づいて明確かつ平易な内容にするための留意点（作成者不利原則の採用の有無等を含む）、約款の策定段階で消費者や第三者等外部の意見を取り込む方策、等を含む。

b) 約款に盛り込むべき事項

消費者とのトラブルを避けるために、契約書、約款に盛り込む事項のうち、重要な条項。

c) 約款などの見直し手続き

体系的な見直し方法の有無。特に苦情事例等の反映、見直しの組織、第三者の参画の有無、見直し時期、見直し内容の周知方法などについて明示されることが考えられる。

（事業者団体が自主行動基準または雛型を策定する場合）

d) 追加的な不当条項類型

消費者契約法第10条の一般条項を具体化する条項を明示。さらに消費者契約法を上回るもので、事業者が不当と考える条項も含む。

製品安全

a) 品質管理

品質管理について品質の維持向上を図る上での体制や方法、またはルーチン化慣れの克服方法・チェック体制等の品質管理に関する方針。

b) 重大な欠陥情報・事故情報・苦情情報の開示方針

重大な欠陥情報、事故情報、消費者からの苦情に関する情報開示の方法、頻度、範囲等の方針。

c) 製品回収を実施に関する基準

製品回収を実施する基準・手続きに関する情報のうち、例えば、被害想定基準、経営トップなどの関与方法等の情報を含む。

d) 製品回収の告知方法

基準に従って製品回収が行われることが決まった後、告知媒体、方法等に関する情報。

e) 誤使用回避の方針（経年劣化の考え方を含む）

誤使用の捉え方、それを製品開発、販売などへの反映の仕方等の方針。

環境にやさしい製品

環境負荷の少ない製品（製造及び消費過程）、リサイクル可能な商品等に関する情報。

その他業界・取引類型の特性に応じた情報

相談・苦情処理

a)消費者窓口・手続き

消費者が相談、苦情がある場合に連絡すべき連絡先および手続きに関する情報。公平性・透明性の確保の方策、苦情申立者への苦情のフィードバック方法等、苦情対応方針を含む。

b)窓口などへの消費者相談・苦情の利用方法

窓口で受け付けた相談・苦情に関する社内の処理・反映の方法、製品・サービスの開発などにフィードバックする方法。

c)相談・苦情の実態の公表方針

消費者からの相談、苦情事例について公表の有無、内容等、公表する場合の方針。

d)斡旋、調停、仲裁の手続

外部機関で苦情の斡旋、調停、仲裁を行う場合の当該機関の窓口先、手続き等に関する情報。有償・無償の範囲等、費用に関する情報を含む。

(2) 自主行動基準策定・運用の体制・手続き

行動基準策定・運用の枠組み

a)担当部署

当該自主行動基準の策定・見直し、体制の運営、社員等への普及・啓発などに関して責任を有する担当部署に関する情報。また、責任担当役員が存在する場合や独立委員会が存在する場合は当該情報も含む。

b)対象者の範囲

グループ企業内等、当該自主行動基準の適用される対象者の範囲に関する情報。

c)手順

当該自主行動基準の策定手順に関する情報。

教育・研修

策定した自主行動基準が遵守されるための方法、頻度、対象社員に対する教育・研修を実施する手続きに関する情報。

モニタリング方法（内部監査、外部監査、倫理委員会等）

頻度、監査方法（内部監査、外部監査、倫理委員会での審査等）等の自主行動基準の遵守状況に関するモニタリング方法に関する情報。

見直し・改定方法

成文化された自主行動基準の問題点に関するフィードバックの方法、具体的な見直し手続き、第三者の関与方法、等の見直し、改定に関する方針。

消費者の関与方法

自主行動基準の策定段階、実行段階、あるいは検証又は見直し段階での消費者の関与の仕方に関する情報。

違反への対処方法

自主行動基準に違反が見られた場合の対処方法。違反者への対応策も含む。

(以下、追加)

実効性確保・策定促進の方策

今後の課題