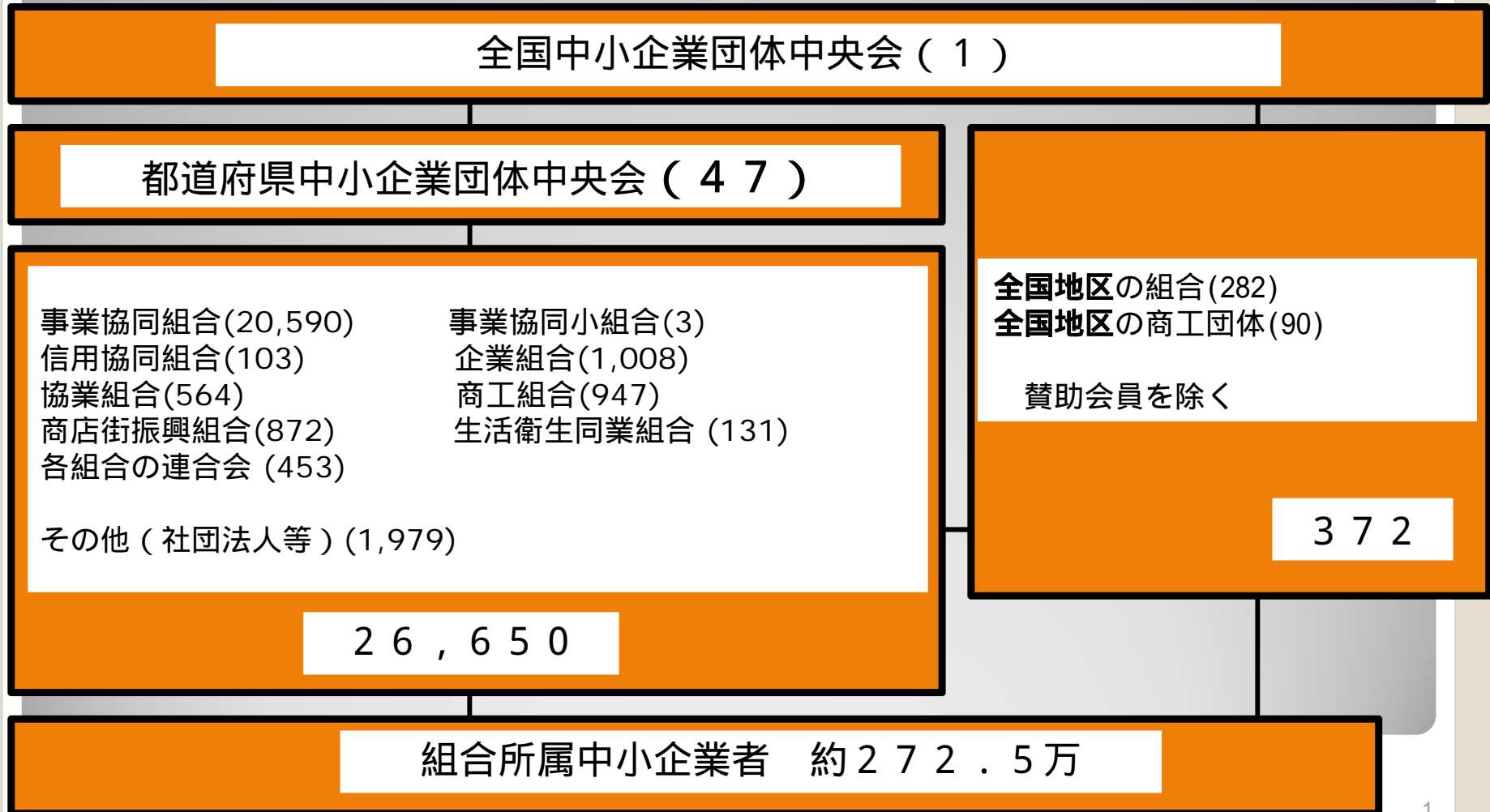


第19回 消費者契約法専門調査会 資料

2015/10/23

全国中小企業団体中央会

中小企業団体中央会の組織図



【根拠法】

中小企業等協同組合法（1949年法律第181号）

中小企業団体の組織に関する法律（1957年法律第185号）

【設 立】

1956年4月10日

【組合制度の特徴】

経済的に力の弱い小規模事業者等が「相互扶助」の精神を基盤として、協同の事業を行い、経済的地位の向上を図る組織であること

市場競争の中で、共同経済事業を行う「事業体」であること

共同経済事業は独占禁止法の「適用が除外」されること

組合の「定款自治」により、組合員の、組合員による自主的、民主的な組織運営が行われていること

組合の経済的地位の改善を図るため、取引条件に関する「団体協約の締結」が認められていること

2 . 消費者契約法「中間取りまとめ」への意見

消費者保護・悪徳業者排除には賛成
事業者の活動を一方的に網をかける見直しには反対



「消費者 = 弱者」「事業者 = 強者」という単純な二元論では解決できない！

一部の悪徳業者によって一般の善良な中小企業・小規模事業者は大変迷惑

現行法での取締り強化、消費者教育の推進
契約の一般法である「民法」改正案が国会に上程
改正がなった後、時間をかけて審議すべき

法の目的である「国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展」に資する規制はどうあるべきかを十分に検討すべき

立法事実がどの業界にどの程度関係し、それを除去しないと国民生活にどの程度悪影響を与えるのか？

不当景品類及び不当表示防止法改正

中小企業・小規模事業者 = 全国約 385 万

我が国の雇用の約 7 割を担っている

規制強化に円滑に対応できない可能性

廃業に拍車の掛かる恐れ

少子高齢化・人口減少、後継者不足

地域経済を支えるのは中小企業・小規模事業者

商店街等小売店が地域のコミュニケーション、高齢者の社会的接点

「勧誘」要件の在り方

広告も勧誘に該当するとなると、詳細を記載しないと事業者が思わぬリスクを被る

「重要事項」

どこまでが「重要事項」に該当するのか、消費者個々のレベルによって異なると、事業主の負担が増す

会員団体からの意見