

消費者委員会本会議（第168回）
議事録

内閣府消費者委員会事務局

消費者委員会本会議（第168回）

議事次第

1. 日時 平成26年7月29日（火） 15:59～19:13

2. 場所 消費者委員会大会議室1

3. 出席者

（委員）

河上委員長、石戸谷委員長代理、阿久澤委員、岩田委員、齋藤委員、高橋委員、
夏目委員、橋本委員、山本委員、唯根委員

（説明者）

日本司法書士会連合会 山田 消費者問題対策委員会 委員

消費者庁 石ヶ休 消費者政策課企画官

尾原 消費者教育・地方協力課企画官

経済産業省 苗村 商務情報政策局商務流通保安グループ商取引監督課長

日本クレジット協会 與口 理事・事務局長

総務省 松井 総合通信基盤局消費者行政課電気通信利用者情報政策室長

消費者庁 真淵 表示対策課長

表示対策課担当者

（事務局）

井内審議官、大貫参事官

4. 議事

（1）開 会

（2）クレジットカード取引についてのヒアリング

日本司法書士会連合会 山田 消費者問題対策委員会 委員

消費者庁 石ヶ休 消費者政策課企画官

尾原 消費者教育・地方協力課企画官

経済産業省 苗村 商務情報政策局商務流通保安グループ商取引監督課長

日本クレジット協会 與口 理事・事務局長

（3）電気通信事業者の販売勧誘方法に係る消費者問題について

総務省 松井 総合通信基盤局消費者行政課電気通信利用者情報政策室長

（4）改正景品表示法に係る指針について

消費者庁 真淵 表示対策課長

表示対策課担当者

(5) 閉 会

《 1 . 開 会 》

○河上委員長 それでは、時間になりましたので始めさせていただきます。

本日は、皆様、お忙しいところをお集まりいただきまして、ありがとうございます。ただいまから、「消費者委員会本会議（第 168 回）」を開催いたします。

それでは、配付資料の確認につきましては、事務局からお願いいたします。

○大貫参事官 議事次第の紙でございます配付資料、資料 1 が「クレジットカード取引関連資料」、1-1～1-3 まで 3 つに分かれております。資料 2 が「電気通信事業者の販売勧誘方法に係る消費者問題関連資料」。2-1 と 2-2 に分かれております。資料 3 が「改正景品表示法に係る指針関連資料」。参考資料として「委員間打合せ概要」でございます。

《 2 . クレジットカード取引についてのヒアリング 》

○河上委員長 それでは、始めさせていただきます。最初の議題はクレジットカード取引についてであります。

クレジットカードを利用した取引における消費者トラブルが増加しているということ踏まえまして、当委員会ではクレジットカード取引に係る制度や取り組みの改善という観点から検討を行っているところであります。

本日は、日本司法書士連合会から山田茂樹消費者問題対策委員、消費者庁から消費者庁政策課石ヶ休剛志企画官、消費者教育・地方協力課尾原知明企画官、さらに経済産業省は、商務流通保安グループ商取引監督課の苗村公嗣課長、日本クレジット協会から與口真三理事・事務局長にお越しいただいております。

皆様方におかれましては、お忙しいところを御出席いただきまして、まことにありがとうございます。

本日は、皆様からクレジットカードを利用した取引に関する現行制度の運用状況や課題、さらに消費者トラブルを防止するための取り組み等について順に御説明をいただきまして、その後、意見交換をお願いできればと考えております。

それでは、早速ですが、まず、日本司法書士連合会から、クレジットカード取引における消費者被害の防止のために今後求められる方策ということで、時間は 10 分程度で御説明をお願いいたします。よろしく申し上げます。

○日本司法書士会連合会山田消費者問題対策委員会委員 日本司法書士会連合会消費者問

題対策委員会の山田と申します。よろしくお願ひいたします。

早速ですけれども、資料 1-1 に従って簡単に御説明をさせていただきたいと思ひます。なお、時間の都合上、細かい文字の部分に関しては省略をして概略をお話しするという形で御容赦いただければと思ひます。

まず 1 ページ目をごらんください。

対象となるクレジット取引の全体像ということで、何回か御承知のことかと思ひますけれども、昨今のクレジットカードのトラブルに関する主な登場人物はこの図のようになります。I とか II とか III と書いてありますのが、現行の割賦販売法の規制の対象を整理した概念図です。

見ていただきますとわかりますとおり、抗弁の対抗を初め主要な行為規制の対象になっているのは、包括信用購入あっせん業者 III ということになっておりまして、いわゆるイシューアの中の一部の部分に限られているということになっております。

2 番目の 3 ページ目の典型的な相談事例というところで、相談事例を 2 つほど紹介させていただいております。

事例 1 につきましては、いわゆるマンスリークリア事案で抗弁の対抗規定の対象外ということで、イシューアから一時的に請求を留保しますが、あとは決済代行業者と直接交渉してほしい等々と言われて、イシューアのほうから積極的な紛争解決に向けて御協力をいただけなかったというケースでございます。

紛争の解決に関するイシューアの対応の問題は、マンスリークリアだけの話かといひますとそうではないということで、事例 2 を紹介させていただいております。これは包括クレジットのケースですが、抗弁対抗については認めますといったものの、その後、直接業者と話をしてくださいということでイシューアからは、特段の御協力はいただけなかったという事例であったと報告を受けております。

4 ページ、現行法の問題点について簡単に確認をしていきたいと思ひます。

まず、(1) ですけれども、冒頭申し上げましたとおり、マンスリークリア方式の場合は割賦販売法の対象外だということで、イシューアは任意の請求留保を認めるにすぎないという整理になります。そういうことになりますので、事例 1 のように、要は一定期間たつと請求を再開しますということを言われているというケースがあります。

(2) ですけれども、これはマンスリークリア方式に限ったことではないのですが、個別の紛争解決に向けてイシューアが尽力する規定というものが現在の割賦販売法も含めて存在していないということが挙げられます。

アを見ていただきますと、抗弁対抗が出された場合につきましても、状況調査を行うとはされてはいるものの、その後、紛争の解決に向けてまで尽力するというところまでは求められていないということになります。

もう一個、紛争関係絡みとしましては、5 ページのイの業務の運営に関する措置という規定がございます。こちらにつきましては、整理の表 1 というところを見ていただくとわ

かるのですけれども、昨今の問題になっている、いわゆるノン・オン・アス型の場合に関しては、苦情の発生件数が多い場合に初めて調査義務が発動するとされておりまして、しかも、もしその調査の結果改善が必要という場合は、所用の措置を講ずるものとすると言われていただけでありまして、それが果たして個別の現に発生している被害の救済に結び付くかどうかというところ、そこは明確ではないと思います。

6 ページ目、割賦販売法からは離れますが、相談の現場あるいは実務でよく使われている、いわゆる国際ブランドルールの話です。実際、私なども事案を担当しておりまして、チャージバックルールとカリファンドですとか、ここにも出ていますがリトリバルとか、こういう制度を利用して、結果的に既払い金の返還など、紛争解決に国際ブランドルールを使っているというケースはあります。とはいえ、ここにもありますとおり、この国際ブランドルールはイシュー・アクワイアラー間の国際ブランド間のビジネスルールにすぎません。当然ながら、チャージバックは期間ですとか理由が限定的ですので、期間や理由に当てはまらなければ対応はできないという限界があります。

ただ、後述御紹介いたしますけれども、国際ブランドルールの中でも消費者被害回復の視点から、極めて注目に値するようなルールなどもあるようですので、このあたりはまた後で報告をさせていただければと思います。

3 つ目の問題点ですが、7 ページ目の (3) アクワイアラーや決済代行業者の法的責任の位置づけが不明確であるという点が挙げられます。

先ほど、これも冒頭の図で見ていただいたとおり、現在の割賦販売法はクレジットカード情報の管理のところを除きまして、基本的にはイシューを規制客体として法律をつくっておりますので、アクワイアラーや決済代行業者に対して直接の行為規制というものをかけていないという状態になっております。しかしながら、●の2 つ目ですけれども、昨今の事案では決済代行業者の介在しているような被害が多数発生しているということに関しては、もう御承知のことかと思えます。

イですけれども、包括加盟型に関する考え方ということで、アクワイアラーと決済代行業者、さらにその下の店子の関係に関しては、いわゆる包括加盟型の加盟店契約があると整理されることがありますけれども、この包括加盟型に関しては、いわゆる枝番・子番と同視できるという整理がされておりまして、かつて経済産業省は通達で原則としてこれを行わないとしていました。ただ、今、昨年3月に「割賦販売法（後払分野）に基づく監督の基本方針」というものの制定して、かつての通達がおおむね廃止されておりますので、現在は、表現ぶりが実は変わっております。

なお、日本クレジット協会、「包括信用購入あっせんに係る自主規制規則」は、従来の通達どおり、原則として枝番・子番は認めないという形になっているというのがこの後の資料の8～9 ページのところですので、御参考までにごらんいただければと思います。

9 ページのウですけれども、決済代行業者と店子との関係ということですが、これは現在のところ、先ほど来申し上げますとおり、特別法の対象外になっておりますので、あく

までも決済代行業者と店子間の規約、契約によって定まっています。そうすると、規約如何によりますので、優良決済代行業者は悪質な加盟店、店子を排除するように、途上管理や、トラブルが発生した場合には、一時的にアクワイアラーから払われている代金を差しとめて、紛争が解決するまでは店子に代金相当額を払わない旨を規約で定めるなどの対応をされているようですが、これはあくまでも一部の優良決済代行業者さんでして、実際、私どもが実務で遭遇する決済代行業者のなかには、決済代行業者さんに電話をしますと、規約上もお金を払わなければならないから、問題があると思っても払わないと自分たちが債務不履行になってしまうのだということを言われて、結局お金がそのまま問題があると思われるサイト業者のほうに流れてしまったというケースなどもございます。したがって、規約等による自主規制には限界があるといえると思います。

4番目ですが、最近の取引では、クロスボーダー取引というものが多いいという話は前々から出ているかと思えます。国際ブランドのルールには、クロスボーダー・アクワイアリング禁止ルールというものがございますが、これについてもあくまでもビジネス上の権益を保護することを目的とする規定ということで、必ずしも消費者保護という視点から見ると必ずしも妥当なものでもないだろうというような整理ができるかと思えます。

以上を踏まえ、4番目の10ページ、考えられる対応策についてご説明させていただきます。今回の対応策の方向性としてはクレジットカード決済のプレイヤーであるイシューア、アクワイアラー、決済代行業者という三者全てを法律上の対象として、プレイヤー全員でクレジット被害の防止あるいは被害回復に資するような制度をつくっておくべきではないかというのがまず大もとの考え方です。

少し細かいところを見ていきたいと思えます。まず、イシューアに関してなのですが、検討に際してのポイントということで、今後いろいろ検討する上で有益になりそうなところを全部で5点ほど並べてありますので、簡単に紹介だけさせていただきます。

まず、これはあるクレジット会社さんのカード規約なのですが、第〇条の(2)や(3)を見ていただきますと、いわゆるノン・オン・アス取引を前提とした契約ということにまずなっているということが指摘できます。

②ですけれども、イシューアのカード会員に対する債権というのは原因取引ですから、インターネットのサイトの契約であれば、サイトとの役務提供契約ですとか売買契約と関連性を有するというような法的な性質を持っているということが挙げられます。

③といたしまして、いろいろ整理していきますと、マンスリークリア方式と、抗弁対抗規定という有因性のある規定の対象になっている包括信用購入あっせんは類似性を有しているということになりまして、このあたりが恐らく電子マネーですとかデビットカードとは区別ができるのかなと整理をしております。

④で、イシューアの信義則上の義務に関する裁判例ということで、東京地裁の21年10月2日の裁判例を紹介してあります。

これは控訴審である東京高裁でもこのまま原審の判断を維持されておりますので、その

上でということで、重要なところを2つ紹介してあります。

簡単に申し上げますと、1つ目のところは、イシューーにはむやみに購入者が不利益を被ることのないように協力すべき信義則上の義務があるのだという指摘が1点ある。

もう1つ目のところは、イシューーは、みずからの加盟店ではないことを理由として対応を拒むということとはできない。販売店と連絡をとり、その結果をとるなどの対応をとるべき信義則上の義務がある。つまり、個別の事案に関して、イシューーは何らかの紛争解決に向けて尽力をするのだという信義則上の義務がある、こういうような判断をしているというところであります。これは極めて重要なのかなと思っております。

5番目に、国際ブランドであるVISAでは、ゼロ・ライアビリティという考え方がありませんという紹介が消費者庁の報告書の中で挙がっておりましたので、注目に値するのではないかとということで紹介してあります。

その上で、1ページ飛ばしまして13ページで、イシューーに関しては2つのことを検討したらどうかということです。

1つ目が、まず抗弁の対抗ということで、この抗弁対抗規定に関しては、マンスリークリアについても対象とするべきであるということになります。

2つ目ですけれども、紛争解決に向けた行動ということで、抗弁の対抗で、支払いを一旦停止します。また、苦情が多ければ業務の運営に関する措置で今後被害が発生しないように予防策をとりますということでは、現に起きた被害を回復するという点に関して、フィットする規定がありません。そこで、先ほど整理したイシューーの特徴の法的な整理というところを鑑みて、個別の紛争解決に向けた何らかの義務があるのだと規定を設けてはどうかという考え方をしております。

ただ、エの小括ですけれども、これだけでいきますとイシューーのみに過大な負担がかかりますし、効果にも限界があるかと思いますので、アクワイアラー、決済代行業者に関しても何らかの対応をすべきだということになります。14ページ、15ページをご覧ください。

まず、アクワイアラーにつきましては、登録制度の導入・加盟店管理責任の明記ということで、実際、国際ブランドのルールなどを見ますと、アクワイアラーはPSPというのは決済代行業者ですけれども、PSPを、PTAとして登録して、常に監視・管理する義務を負うのだというような規定などもどうも存在するようでして、このような国際ブランドにおけるルールですとか、過去のこれまでのクレジット会社の加盟店管理に関する学説や裁判例なども踏まえれば、アクワイアラーに対して、いわゆる加盟店管理義務というのを法律上明記するというのは十分理屈上あり得るのではないかと思います。さらには捕捉性を高めるためには登録制度を導入すべきだろうと考えています。

イのところすけれども、たびたび出てくるクロスボーダーの対策ですけれども、1つは思い切った政策といたしましては、海外のアクワイアラーは国内の事業者とは加盟店契約をしてはならないという規定を思い切って入れてしまったらどうかという考え方があり

ます。これは何を参考にしたのかといいますと、参考⑥になりますが、資金決済法に関しては、いわゆる資金移動業で、外国の資金移動業者は国内のユーザーに關与してはいけませんよという規定があります。これを御参考にさせていただいて、禁止をするという規定を設けることもあり得るのではないかと考えています。ただ、このような規定を置いた場合の違反の効果をどうするのかですとか、あるいは今の実務への影響、このあたりのことも少し考えなければいけないだろうと思います。

最後が決済代行業者ということで 15 ページですけれども、こちらに關しましても、今の任意登録制度に關しては制度としてどうしても中途半端であり、効果という点でも疑問がありますので、こちらもこれまでの決済代行業者に關する法的責任の議論に加えて、国内アクワイアラーの運用実態なども踏まえたと、決済代行業者もたな子に対する管理義務を法律上明確にし、さらに登録制度を法律上導入してはどうかという提案をさせていただいております。

最後が、先ほどの海外のアクワイアラーが国内の事業者を加盟店としてはいけないという規定を置くという考え方はなかなか難しいところがありますので、代替案というか、もう一つの考え方としては、特に我が国の法律の中ではクロスボーダーのアクワイアリングというものは禁止ということをあえて書かないで、ある意味、事実上許容した上で、しかしながら、決済代行業者の責任を明確にする。もし、店子が何かトラブルを起こした場合には、例えば連帯して損害賠償責任を負うとか、こういうような考え方というのも、これまでの通達ですとか国際ブランドのルールなどから見ると、必ずしも無理なことではないだろうと思いますので、そういったことを考えた上で対応してもいかがかなと思います。

矢継ぎ早にお話をしましたけれども、以上になります。

○河上委員長 短い時間で簡潔に説明していただいております。ありがとうございます。

では、続きまして、消費者庁から、決済代行業者登録制度の今後の進め方に関する検討の状況、クレジットカードの利用に關する消費者教育、情報提供の取り組みということで、これはまた 10 分程度で説明をお願いいたします。

○消費者庁石ヶ休消費者政策課企画官 消費者庁でございます。決済代行業者の登録制度に關してということで、まず御説明差し上げたいと思います。

資料はございませんけれども、5 月 20 日の消費者委員会の本会議のほうで一度御説明をさせていただいております。そのときに申し上げたところから余り変わっていないというのが実態でございます。この決済代行業者の登録制度というのは御案内のとおり、平成 23 年 7 月から任意の登録制度として開始してきておるものでございます。現時点で 33 社ほどの登録があるというところでございます。

これに關しては、消費者庁の予算措置として実験的に行ってきたというところがございますけれども、ことしの 3 月まで有識者会議を開いておまして、その場で決済代行業者の登録制度に關しての評価、検証、そういった作業を行ってきた、そういうところでございます。5 月 20 日の消費者委員会の本会議でも、実はこれは一刀両断に、すぐに結論

が得られるものではないということで説明をさせていただいておるところでございますけれども、今後の進め方につきましては、現在、いろいろな可能性を探っているという状況でございます。

続きまして、消費者教育のほうを説明させていただきます。

○消費者庁尾原消費者教育・地方協力課企画官 消費者教育地方協力課の企画官をいたします尾原と申します。

私のほうからは、クレジット取引に関する消費者教育及び情報提供の取り組みについて御説明させていただきます。資料は配付しておらず、申しわけございません。

まず、消費者教育の取り組みでございますけれども、2年前に成立いたしました消費者教育推進法におきましては、消費者教育の一体的な総合的な推進ということで法律が通り、そして、昨年度、基本的な方針を閣議決定しておるところでございます。現在、消費者庁におきまして、消費者教育推進会議という会議、そこには多様な立場の方、約20名の有識者の方に御参加いただいて今議論を進めておるところでございます。

そして、きょう、御依頼のありました消費者教育をクレジットカード取引に関する観点からでございますと、個別のものをクレジットカード取引という形で扱っているわけではございませんが、消費者教育の推進会議の下のもとで行われている3つの小委員会も含めまして、金融・経済教育について関係機関と連携しながら議論を進めているところでございます。

また、情報提供でございますけれども、消費者庁のほうで情報提供しております消費者教育のポータルサイトがございまして、今、そのポータルサイトのほうにクレジットカードと自由検索キーワードで入れますと52件の情報が出てまいります。そのなかには、それぞれ自治体さんがつくられた資料、また当庁が作成した資料、あと関係団体の方から提供いただいた資料等、さまざまなものが入っております。

ということで情報は入っておりますが、今後の課題といたしまして、今まではどちらかというところを情報を集めることに主眼を置いてきたのですが、ともすれば、それは情報を集めましたと、それを使ってくださいというところでいろいろ集めてきたのですが、今後はいい情報、利用者、消費者教育ポータルサイトを利用する方々が、どうやったらニーズに応じた形で情報を的確に提供できるか。特に質の面も含めてどう向上していくかということについて今消費者教育の推進会議の小委員会のほうで御議論いただいておりますので、今後は推進会議での御議論を踏まえながら、消費者庁としてもポータルサイトの改善に努めてまいりたいと思っております。簡単ではございますが、以上でございます。

○河上委員長 それでは、続きまして、経済産業省から、クレジットカード取引に係る加盟店管理、苦情発生時の調査、抗弁の接続に関する規制、取り組み、クレジットカードの利用に関する消費者教育、情報提供の取り組みについて10分程度で御説明をお願いしたいと思います。

○経済産業省苗村商務情報政策局商務流通保安グループ商取引監督課長 経済産業省の苗村でございます。どうぞよろしく申し上げます。

お手元に資料1-2というのが配付されていると思いますけれども、こちらを参照しながら御説明をさせていただこうと思います。

それでは、まず1ページ目でございます。苦情の処理に関する御説明でございますけれども、割賦販売法の第30条の5の2に、割賦販売法において消費者保護を図るために、クレジットカード会社に対しまして内部管理体制の整備を求めています。

これにつきましては、申請時には登録拒否要件、登録後に体制整備が十分ではないという場合には改善命令の対象ということになっております。

この体制整備の中に苦情の適正な処理というものが含まれております。先ほど山田さんのほうからも御説明がありましたけれども、苦情がありますと、まず一番左の四角にあります原因究明を行うということで、利用者から、または購入者等からの苦情を受け付けたときは遅滞なくこれをやる。

その上で、真ん中の4つの苦情の定義に当てはまる場合、具体的には①特商法・消費者契約法などに違反するおそれがある苦情。済みません、これは抜けておりましたが、オン・アスの加盟店、つまり、カード発行会社がみずから加盟店契約を結んでいるものについての規定でございます。

②につきましては、それ以外の利用購入者等の利益の保護に欠ける行為と認められるものについて。これは他の加盟店に比べて購入者等の利益の保護が欠ける行為と認められる場合。

③につきましては、オン・アス以外ですから、カードの発行している会社と加盟店契約を行っている会社で違う場合がございます。この場合には、特商法、消費者契約法違反のものも含まれるわけでありましてけれども、苦情の発生状況から見て、購入者等の利益の保護に欠ける行為と認められるものについて対象になる。

④は自社の業務に関する苦情であります。これにつきましては、調査をした上で処理ということで、調査結果に基づき、必要な場合には所要の措置を講じるという形になっております。

続きまして、次のページでございます。支払い停止の抗弁ということで、これにつきましては、昭和59年に新設をし、平成11年に指定権利、役務を追加したということになっております。

一方で、現在の法律の定義で申しますと、信用購入あっせんに限られますので、マンスリークリアなどについては法律的な適用はないということになります。ここに例示として引き渡しが無いと書いてありますけれども、加盟店との間にトラブルが生じた場合に、消費者が加盟店との間に生じている事由をもって、当該支払いの請求をするクレジット会社に対抗するというものでございまして、これに反する特約で消費者に不利なものについては無効という規定も置かれております。

30条の4と申しますのは、分割払いですけれども、リボルビング払いについてもみなし充当といまして、1回1回の支払いがどれに対応するかを計算した上で、同様の支払い停止の抗弁が認められたということになっております。

3ページ目でございます。こちらについては、少し個別信用購入あっせんと対比で御説明をしようと思っております。先ほどの苦情の調査に加えまして、個別信用購入あっせんにつきましては、平成20年度に改正の規制を強化した中で、特に特定商取引法の5類型、いわゆる特商法5類型と言われている取引を行う加盟店につきましては、その契約時でございますとか、個別クレジット、個々の契約ごとの契約時に一定の調査を行い、その記録を作成、保存するというのを義務づけております。

一方で、これは左側の図を見ていただければと思うのですが、個別信用購入あっせんの場合は、クレジット会社が販売業者とまず加盟店契約を結ぶということで、直接的な契約関係にあるということで、特商法5類型のようなトラブルが多いとされる加盟店との契約を結ぶに当たっては、特別の調査義務を課したということでもあります。

一方で、包括信用購入あっせんにおきましては、イシューア、アクワイアラーと書いておりますが、カード発行会社と加盟店契約をする人が、もちろん同じ場合もあるわけですが、近年では異なる場合が一般的であるということになりますので、若干その問題があるのは、イシューアと加盟店が直接的な契約関係にない場合が多いということでもあります。

そういう意味で問題意識はいろいろ持っておりますけれども、包括信用購入あっせんの場合のイシューアについて、加盟店をカードを使える状態にしたということに対するきつい規制をどこまで負わせられるのかということが、今後制度を考えていく上では個別とは異なって、少し難しさがあるのかなと思っております。

ただ、一方で、最近スマートフォン決済みたいなものができていますので、特商法5類型の加盟店の中には、クレジットカードを使って決済をするというような例も出てくると承知しておりますので、そうなってくると、また個別との規制のバランスみたいなことも検討をしていく必要があるのではないかと考えております。

最後、4ページ目でございます。決済代行業者の介在ということで、これも特にすごい最近というわけではありませんけれども、アクワイアラーの下に決済代行業者、包括加盟店という言い方もできるかと思っておりますけれども、こうした人たちが介在する例がふえてきておまして、そうしたものの中には、従来のカード会社では加盟店にしない、もしくは非常に慎重な場合、審査を行わない、しない人たちについても加盟店にするような例があると承知をしております。

さらに申しますと、このアクワイアラー、決済代行業者加盟店、それぞれが海外にいる場合、そういうような場合のトラブル、つまり、海外の模倣サイトのトラブルみたいなものもふえてきているということで、どういう形で対応していくのか実効性があるかということを検討する場合には、そうしたものも含めて考えていかなければいけないということ

であると思います。

具体的な検討というのはこれからということに正式な検討はなりますけれども、我々はこの問題意識は強く持っております。これまで割販法というのは、どちらかというといシューアースайдに網をかけて、そこからいろいろな消費者保護を図っていく、苦情の対応もイシューアースайдを基点としてその調査を求めていくということだったと思います。

もう一つは、アクワイアリングサイドについては、これまで日本のクレジット会社が、要は悪い人をできるだけ加盟店にしないと、もちろん例外としてトラブルが生じることはあるわけですが、トラブルが多いところというのはできるだけ排除していくというようなことを事業者の取り組みとしてやってきたわけですが、このように決済代行業者とかの介在がふえて、プレイヤーがふえる中で、従来の延長上の対応でいいのかというようなことについては、問題意識を持っているということでございます。以上、私からの御説明とさせていただきます。

もう一つ、広報に関しましては、後ほどクレジット協会さんから御説明がありますけれども、クレジット取引一般のようなものについてはかなりクレジット業界さんでやられている面がありますので、最近我々としては国費を使って、予算を使って広報するということはやっておりませんで、最近我々がやったものとしたしましては、例えば携帯電話の分割払いです。割賦販売と気がつかずに延滞をしてしまって、それでクレジット情報、ヒストリーに傷がついてしまうというような例がふえていまして、そういうようなものに対する注意喚起とか、そういう個別的なものについて政府広報の枠組みなどを利用して行っているということでございます。以上です。

○河上委員長 ありがとうございます。

では、続きまして、日本クレジット協会から、マンスリークリア取引、苦情対応、チャージバックルール、消費者教育、消費者向け広報についてということで、30分程度で御説明をお願いいたします。

○日本クレジット協会 與口理事・事務局長 日本クレジット協会の與口と申します。本日はお時間をいただきまことにありがとうございます。

お手元の資料1-3に基づきまして御報告をさせていただきたいと思っております。

まず、表紙をめくっていただきまして、当協会への質問事項ということで、今委員長のからお話がありましたように、事務局の方から4点ほど今回御質問を頂戴いたしております。

1点目は、マンスリークリア方式について割販法の抗弁の接続の対象とされたときにどのような支障が生じるのかという点。

2点目は、割販法において、苦情発生時の調査義務、今御説明がありましたとおりイシューアースайдに課されておるわけですが、これに関してアクワイアラーさんの加盟店に係る苦情に関する調査がどういうふうに行われているのか。その場合に、包括信用購入あつせん、分割の場合とマンスリークリア方式で違いがあるのかどうか。

アクワイアラーや店子を持つ決済代行業者にも調査義務をかける必要はないのかどうか。さらに、法令、自主規制に規定する苦情以外の消費者からの申し出についてどのように処理されているのかという点。

3点目がチャージバックについて消費者センターから求められた場合にどのように対応しているのかという点。

4点目につきましては、消費者教育あるいは消費者啓発、リボ払い、チャージバックの情報提供、これをどういうふうに行っているのかという以上4点について御質問を受けておりますので、これについて順次お答えをさせていただければと考えております。

目次をあけていただきまして、さらに4ページ目、まずはマンスリークリア取引についてでございます。1番目のところで、マンスリークリア取引の現状等についてということとグラフを載せております。このグラフにつきましては、折れ線グラフでカードの発行枚数、それから棒グラフにおきましてクレジットカードのショッピングの取扱高、信用供与額と我々と呼んでおりますけれども、これの多寡をグラフであらわしております。

白い部分の上のほうが、いわゆる割賦方式と言われている割賦販売法に規定をされている取引の部分でございます。斜線の網かけになっているのが非割賦方式、マンスリークリアの部分とお考えいただければと思います。

下のほうの5ページ目に参考ということで、このグラフの数値を挙げておりますけれども、一番右側のところ24年のところをご覧いただければと思うのですが、2段目のクレジットカードショッピングの信用というところで、53兆2,541億円という数字があるかと思っております。これが全体の供与額でございます。

このうち割賦方式というのは3兆9,370億円、非割賦方式、マンスリークリアの部分が49兆3,171億円ということになります。そういう意味では、割賦の部分は7.4%、非割賦の部分が92.6%ということでございますので、圧倒的にマンスリークリアの取引が市場的には大きいという事実がございます。

なおかつ、このグラフにつきましては、平成15年～24年までの10年間をグラフにしておりますけれども、平成15年、非割賦方式は24兆飛んで37億円という数字だったのですが、これが24年には先ほど申し上げましたように49兆円ということで、25兆円増加し、倍に膨らんでいるというような市場規模感だと捉えていただければと思います。

6ページ目になります。この部分はマンスリークリアの取引の性格というものをあらわさせていただきます。マンスリークリア取引につきましては3つの特徴があると考えております。1点目がクレジットカードの利用時点から支払いまでの期間が非常に最短で20日前後と短く、翌月にはすぐ決済されてしまう取引であるということです。

2点目が、利用金額の分割であるとか平準化、リボの払いには月々1万円とかそういった平準化の支払いを行われますので、そういった利用金額の平準化等が行われず、利用金額が一括で支払われる、そういう仕組みであるということでございます。

3点目が、カードホルダーから手数料等の報酬を一切受け取っていない取引だということ

とであります。収益は加盟店のほうの手数料という形で構成されているということで御理解いただければと思います。

そういう意味で、あくまでも支払いの少額化というような効果であるとか、それから繰り延べというような効果、こういったものもマンスリークリア取引にはございません。そういう意味では、ほぼ現金と変わらない決済手段とすることができるのではないかと考えております。

では、そういうメリットのないマンスリークリアの取引をなぜ消費者が利用するのかということで御疑問かと思えますけれども、1つはネット取引の場合について言うと、その場で全ての取引が完結させる、後で振り込んだりとかコンビニに行く必要もないということで、その場で取引を完結する利便性の高さというのが消費者に受け入れられているのではないかと考えております。

もう一点、リアルな取引でマンスリークリアが非常に使われている理由ということで、これは本来、例えば現金を持ち歩かなくてもいいという安全性ということで御説明ができれば一番いいのですけれども、恐らく圧倒的に消費者の方はポイントがつくというのが恐らくメリットでお使いをいただいているのではないかと考えております。そういう意味では、信用供与を受けられるというようなメリットを感じながらマンスリークリアをお使いになれる方というのは非常に少数なのではないかなと考えているところでございます。

7ページ目でございます。マンスリークリア取引と消費者対応ということで、ここについてはもともと事務局の方からいろいろと御説明を受ける中で、マンスリークリアの相談が分割の相談を最近になってかなり上回ってきているというようなお話が前提としてございましたので、相談といたしましては、必ずしもそういうマンスリークリアのような取引というようなものを意識しながら、消費者からのクレームであるとか、苦情の対応をしているわけではないということを御理解いただくために書かせていただいております。

その下のほうに、四角に書いてございますけれども、典型的なクレジットカードに関する相談・苦情等の例ということで、支払いに関するものとしては、例えば3番目のところで、翌月一括払いのつもりでいたが、支払いが全てリボルビングになっていたというような、こういうケースがあるといえはるわけですが、そのほかにも、そもそもクレジットカードの更新がされなかったとか、家族のクレジットカードの利用をやめさせたいというような、さまざまな相談というもののほうが非常に多く、昨年の私どもの平成25年の消費者相談の件数の中で、包括の相談が1,987件ございました。このうちの半数以上、1,067件が支払い方法をそもそも特定しないまま相談が行われております。要するにクレジットカードの申し込みであるとか発行であるとか退会であるとか更新であるとか、利用可能額の増減、紛失、盗難、クレジットカードの不正、そういったもろもろの支払いと直接かかわらない部分での、そもそものカードに伴う相談というのが圧倒的だということで御理解をいただければと思っております。

続きまして、8ページ目でございます。1個目の質問のお答えということにはならない

のかもしれませんが、割販法とマンスリークリアということで四角のところ、割販法で規制しなければならないようなマンスリークリア取引を原因として発生する消費者トラブルというのはどういうトラブルであって、どの程度の規模で発生しているのかというのを欄外になりますが、そういったトラブルの原因をきちっと分析した上で、当該取引に関連する各当事者の方がどういう責務を果たさなければならなかったのかというのを明らかにして、その上でマンスリークリア取引の何が問題なのかが明確にならないと効果的な対応策を講じることはできないのではないかと考えておるところでございます。

特に、当事者といった場合に、例えば加盟店の方が何らかの問題を起こしているということであれば、個別個々の取引においてそれを何とかするという事はカード会社でも可能かと思いますが、その加盟店さんの全業界、業種あるいはひいては例えばインターネット取引、海外におけるインターネット取引の何かに問題があるとすれば、そういったものを根本的に解決する方法を模索しない限り、どうしても対症療法的になってしまいますので、将来の消費者のトラブルというものを防ぎ切れないということになるかと思えます。そういう意味では、特商法ですとか、そういった部分からもぜひ検討が必要なのではないかと考えておるところでございます。

さらに、下のほうで仮にというところでございますが、もしマンスリークリア取引に問題があるとした場合でも、何の問題もなく、今現在マンスリークリアの取引というものを享受していただいている多くのカードホルダーの皆様がいらっしゃいます。その方々に対して、コストの負担であるとか、利便性の低下、そういったものを招かない解決方法というものを志向しなければなりませんので、そういった点。あるいはデビットカードであるとか、電子マネー、送金、そういったほかの決済手段における規制というものととのバランスも考慮した上で検討していかないと、せっかくクレジットカードが何らかの対応をしたとしても、別の支払い方法に不正使用の支払い方法がシフトしてしまえば全く意味のないことになってしまい、対応が常に後追いになってしまうといことを気にしているというところでございます。

参考までに、下のほうに主な支払い方法ということで9ページ目のところですが、即時払いというものについて先ほど御指摘がありましたけれども、問題がないということであれば、例えば後払いという分野だけでも、そこがございますように口座振替、口座振込、あるいはコンビニ決済も後で支払うということになりますし、代引きも基本的には商品到着という後から払う形になります。

今では携帯電話を使ったキャリア決済で、携帯電話の支払いの料金と一緒に引き落とすということも行われておりますので、そういうものとの関連性なども議論すべきではないかと考えております。

続きまして、10ページ目、2つ目の御質問に対するお答えということになります。苦情対応についてということで、他社加盟店に係る苦情調査でございます。他社加盟店に関する苦情が寄せられた場合、現在、国内取引においては自主規制におきまして、包括信用購

入あっせん業者、イシューアから、当該加盟店と契約している立替払取次業者、アクワイアラーに対して調査を依頼するということが決まっております。

下の四角の中で、自主規制の第65条の第3項ですけれども、会員は、第1項の調査の実施及びその調査の報告について、当該他者加盟店と契約している立替払取次業者に依頼することとするという形になっておりますので、そういう意味ではイシューアからアクワイアラーに対して調査の依頼をし、その回答を得てそれぞれが対応するという形になっておるといところでございます。

その際、実務におきましては、これは割販法の対応ということになるわけですけれども、実際には支払い方法でマンスリークリアだからどうだとか、リボだからどうだ、分割だからどうだという区分は行われておりませんので、全ての取引に対して類似の対応が行われていると御理解いただければと思っております。

続きまして、(2)でございます。もう一つ、自主規制で規定されている苦情以外の消費者からの申し出についてですが、これは誤解をしているのかもしれませんが、先ほど経済産業の苗村課長から御説明がありましたように、かなり割販法も広い苦情を定義しておりますので、それ以外の苦情というのがなかなかイメージできませんでしたので、恐らく一般的な法令に違反するようなものでない相談についてどうしているのかということで受け取らせていただいて、当然、消費者相談窓口をしっかりとっておりますので、適切に対応が行われていると理解していると回答させていただいております。

続きまして、11ページ目でございます。先ほど、いろいろとお話が出ております決済代行業者についてでございます。決済代行業者に調査義務を課すべきかどうかということに対して特段異論を挟むつもりがあるわけではございません。むしろ決済代行業者というものについて、我々自身もいろいろと考えるところがあって、調べさせていただいている中で、幾つか、課題があるのではないかとということでの指摘と御理解いただければと思っております。

まず、①でございますけれども、決済代行業者の定義が確立していないということが挙げられるかと思っております。決済代行業者と一言に申しまして、カード取引、アクワイアラーのカード取引のほぼ全般にかかわるような業者もいれば、本当に単純に加盟店の委託業者として情報処理を行っているのにすぎないというような業者まで、業務範囲というのが非常に多岐にわたっているというのが1点目でございます。

2)ということで、定義の仕方によってはさまざまな事業者が決済代行業者に含まれるということです。例えばa)のところ、ショッピングセンターがテナントとして加盟店契約を結ばれてクレジットカードを含む売り上げを一括で処理するというケースがあるのですが、この場合のショッピングセンターなども決済代行業者とすることができるということでございます。

あるいはb)ということで、宅配便の配達先でのクレジットカード支払い等を可能にしている事業者ということで、宅配のファイナンス会社がこういったことを可能にしており

ますけれども、こういった事業者も決済代行業者ということになります。

さらにc)で最近出ておりますスマートフォン決済、加盟店でスマートフォンを使って決済のデバイスとして活用するほうですが、このような業務を行っている事業者もある意味決済代行業者とすることができます。

ネットのショッピングモールが先ほどのショッピングセンターと同じような働きをすれば、これもまた同じように決済代行業者となります。

e)は、いわゆる決済代行業者さんということになりますが、そういうもろもろの方々がいるということでございます。

②のところでは包括加盟店方式、包括代理加盟店方式などの契約内容が、個社ごとに異なるということがございます。ここについては大変恐縮ですが、飛んでいただきまして14ページ目、参考ということで決済代行業者の契約形態というのを図にさせていただいております。こちら※印に書かせていただいておりますが、必ずしも明確な定義というのがありません、あくまでも私どもが捉えている一説だとお考えをいただきたいのですが、(1)ということで包括加盟店方式と言われているものにも実は幾つかありまして、この場合、Aということで区分をさせていただいております。

こちらのほうは図にございますように、真ん中の決済代行業者がアクワイアラーとの間で加盟店契約を結ぶ。こちらのほうが包括加盟店ということになるのですが、代表加盟店などという言い方をする場合もあります。

先ほど来出ております、いわゆる店子、枝番と言われているようなものです。これは実は既に先ほど来御説明があるように、経産省からいろんな指導が出ているということもあって、事実上、この決済代行業者さんが、店子に問題が生じたときに、その責任を全てとるといようなことを義務づけられている関係上、今、もうほぼこの形態はないと考えていただいております。どんどん撤収をしており、既にそれ以外の形態に移行してしまっているというような状況下にあります。

(2)ということで包括加盟店方式のB、同じ包括加盟店という言い方をするのですが、この場合、決済代行業者の役割というのは、あくまでも加盟店の募集と、カードの加盟店契約の仲介という業務にすぎません。ただ、これも右側のところに、いわゆる包括加盟店契約と書かせていただいておりますが、そういうふうと呼んでいるケースも非常に多々あるということになります。この場合、加盟店契約は加盟店となるお店とアクワイアラーが直で行い、決済代行業者は加盟店契約に直接関与いたしておりません。

3番目が、包括代理加盟店方式と言われているものです。今はだんだんこれが主流になってきているとお考えいただければと思うのですが、こちらのほうは、決済代行業者がお店の代理人としてカード会社と加盟店契約を締結するという形のものでございます。

加盟店になるお店は、一応決済代行契約とともに委任契約を結ぶことになるのですが、あまりこの辺の意識を持って契約を結んでいらっしゃるお店というのはいないような気がいたします。そういう意味では、全てを決済代行業者にお任せをしてやってもらっている

というようなイメージかと思います。

ただし、あくまでも加盟店契約の主体は店とカード会社ということになるというような契約でございます。お戻りいただきまして11ページ目で、こういうそれぞれの契約で、なおかつ、それぞれの契約が一社一社のカード会社、決済代行業者によって大きく異なっているという事実があるというのが2つ目のところでございます。

12ページ目でございますが、3つ目、位置づけが不明確であるということでございます。これについては、先ほどもPSPというようなお話が出ておりましたけれども、国際ブランドでは、まさに御指摘のとおり、ある種の取り扱い規定を設けて、こういったアクワイアラーの業務の一部を行う者を規定の中において位置づけておるところですが、日本国内ではこのような規定に基づいて業務を行っている業者のというのがほぼ存在しておりません。1社だけ個社名を出すのはどうかと思いますが、スクエアという会社がPSPのライセンスを持ってらっしゃいますけれども、それ以外は日本国内にこういうライセンスを持って仕事をしてらっしゃる決済代行者はいないという状況でございます。

④ということで、玉石混交であるということですが、非常に信頼性の高い大手の決済代行業者もたくさんいらっしゃいます。ただ、一方で、地方の情報処理会社が、それこそ業務の多角化の一環として決済代行業務を行っているようなところであるとか、あるいはアダルトサイトなどを専門に行うような業者で、先ほど来お話があります国際ブランドルールに反するようなクロスボーダー・アクワイアリングをやるような業者、こういったようなところも存在をしているという非常にいいところと悪いところが混在をしているのではないかと理解しております。

その結果として矢印の下でございます。的確な苦情調査を行うためには、どのような決済代行業者に任せることが有効なのか検討が必要であるということになります。要するに信頼に足る決済代行業者をきちっと定義し、その方に苦情調査を依頼すれば、それなりの効果というものは期待できると思うのですが、そういった実態がはっきりしない中で、どのように規定をし、どのようにそれを有効足らしめるかということをきちっと議論しないと、効果のないものになってしまうおそれがあるのではないかとという危惧感で申し上げたということでございます。

直接質問には関係しないのですが、13ページ目に、ルールに反するクロスボーダー・アクワイアリングを行う決済代行業者について、コメントをさせていただいております。これについては、私どもの業界も大変に苦慮しているということを書かせていただいております。

せっかく国内のカード会社が一生懸命加盟店を精査し、トラブルを起こさないような加盟店を何とかセグメントしながら契約をしていく中で、そこが落としているような加盟店を決済代行業者が拾って海外のアクワイアラーとつないでしまうというようなことが現に起こっております。これについては、私どもも既に5年前から出会い系サイトに端を発して何とかしようということに取り組んでおります。カード会社さんからクロスボーダー・

アクワイアリングの情報を入手して国際ブランドに報告し、海外のアクワイアラーである銀行にその旨をお伝えし、加盟店契約を切っていただくというようなことも取り組んでおりますけれども、残念ながらいたちごっこというか、お店の名前を変え、クロスボーダー先の決済代行業者の名前を変え、あるいはアクワイアラーそのものを変えてしまい、また同じように同じようなところが業務をやってしまうという現実がございます。この点については、むしろ我々も有効な手立てがあればぜひお願いをしたいというぐらいに思っておりますということを申し述べさせていただいているところでございます。

御質問の3つ目になります。17ページ目、3番目のところで、チャージバックについてということでございます。1で国際ブランドルールというところでございますが、まずは先ほど来お話が出ておりますように、あくまでもチャージバックについては国際ブランドのルールということでございますので、私どものようなところがお話をするのが適切かどうかわかりませんが、私どもが理解する範囲で御説明をさせていただければと思っております。

まず、最初の四角でございませけれども、国際ブランドではカードホルダーからのクレームに対しては、カードホルダーとイシューアとの契約、主にカード会員契約ということになるかと思っておりますけれども、この契約に基づいてイシューアが自社の責任において対処するというふうに定められておることということでございます。そういう意味では、イシューアが一義的にクレームに対しては対応する責任を負っているのだということでございます。

次の二重の四角で囲われたところでございますが、その際、イシューアが当該クレームに対し返金等の対処を行った場合、当該クレームが、国際ブランドが規定する事由、チャージバックリーズなどと呼んでおりますけれども、そういうものに該当する場合に、該当する売上電文をアクワイアラーに返して、清算された資金を回収するということが許されております。この制度がいわゆるチャージバックと呼ばれている制度でございます。

四角の下でございませけれども、イシューアがカードホルダーに先ほど申し上げましたように返金したからといって別にチャージバックをしなければいけないと決まっているわけではなくて、あくまでも、もしイシューアが返金したことによって自分の損失をアクワイアラーに請求したいと思えば行うという、いわゆる権利であって義務ではないという制度でございます。

次のイシューアは、自社のカードホルダー向けにチャージバックの運用に沿った規定を設けることが許されていないというところでございませけれども、これはいわゆるアクワイアラーが返金に応じてくれたら消費者にも返金するというような運用をイシューアが規定することは本来許されないということでございます。これは要するに先ほど冒頭に申し上げましたように、あくまでもクレームに対応するのはイシューアということになりますので、アクワイアラーが返してくれたらというのは、アクワイアラーに責任を転嫁することになりますので、そういうアクワイアラーに責任を転嫁するようなルールの決め方とい

うのは本来許されていないというのがこの部分でございます。

※印のところは、国内取引でイシューアールとアクワイアラーが同一の場合にはチャージバックの概念が存在し得ないというのは、単純なことございまして、イシューアールイコールアクワイアラーという場合には、このやりとりというのは当然起きないというだけのことでございます。

そういう意味で、カードホルダーのクレームの対応とチャージバックは全く別のものであると御理解をまずはいただきたいということでございます。

18 ページ目にその内容を簡単に図式したものがございます。クレームが例えば不正、処理・手続のエラー、商品・サービス提供の不履行といったチャージバックのリーズンコードに該当しますとチャージバックが可能になると理解しております。

四角で囲われたクレーム対応ということで、カードホルダーとイシューアールとの間のやりとり、これが1つのまず対応ございまして、次に縦型の四角、チャージバックというのは、また別にイシューアールとアクワイアラーの中で起きるということでございます。

イシューアールからアクワイアラーにチャージバックの請求があれば返金、もしアクワイアラーがそれに異論があれば、取引を精査した上で差し戻しし、再回収を行う。さらにイシューアールがそれに納得しなければ、右側でございますけれども、最終裁定の請求ということで国際ブランドに要求することができるというのがこの全体像ということでイメージをいただければと思います。

19 ページ目に、今度は実務対応ということで、今、申し上げたのは一応ルールという形で決まっているものなのですが、實際上、実務においてはというところでございます。クレジットカード会社のほとんどのところは、消費者からの相談、苦情に対して、割販法であるとか国際ブランドのルール、そういったものに限らず、各社のできる範囲で何とか対応しようと努力しております。そういう意味では、例えば海外アクワイアラーが関係する取引において、チャージバックの類型に該当するかどうかの判断が難しいようなケースの場合でも、消費者の主張を入れてチャージバックの請求を行うということが考えられます。

その際、一部のカード会社が、アクワイアラーがチャージバックを受けられれば返金するといった説明を行っているという理解しております。

※印のところでございますように、チャージバックの類型に該当していれば、あえてこのような説明をする必要はなく、イシューアールが単独でクレームに対応し、後でチャージバックをすればいいわけですが、ぎりぎりのところでの判断ということになるとこのような表現になってしまうのではないかと考えております。

また、こういった対応ですとか、あるいは説明というのがチャージバックを直接的な消費者救済手段と誤って認識をさせてしまったということについては、我々自身も反省しなければならぬと思っておりますけれども、こういうことが恐らく今出ている御質問の原因ではないかと考えております。

ここまでがお答えということになるのですが、下の点線のところ、大変出過ぎた言葉に

なるのですけれども、法ですとかルールを超えて、カード会社がよかれと思って対応したことが、この間是对応してくれたのに、なぜ今回は対応してくれないのか、あるいはAカード会社は対応してくれたのになぜBカード会社は対応してくれないのか。業界ばらばらの対応はおかしいというような新たな不満というようなものを消費者の間に生み出してしまっているというようなことについては、我々自身も非常に忸怩たるものを持っておりません。

さらに、一方で解決が難しい取引でも、カード会社ならば何とかしてくれるのではないかという、言葉が過ぎるかもしれませんが、かなり過剰な期待というものを生じさせている可能性もあるのではないかと我々自身も考えております。これについては、決して何もしないということは全くございません。できる限りのことはしたいと考えておりますが、できることとできないこと、こういったものは多々あるということを御理解いただき、どこまで我々がやれるのか、やるのがよいのかということについてきちっと考えさせていただければと考えておるところでございます。

最後の質問になります。お手元の次のページでございます。

4番目、消費者教育・消費者向け広報についてということで、私ども、さまざまな消費者教育あるいは広報をさせていただいております。

(1)ということでクレジット教育支援活動、学校における消費者教育の支援ということで、学校向けに各種資料、お手元にも幾つか配付しておりますけれども、学校向けの資料ということで「くれじつとの入門」あるいは「クレジット教育実践の手引き」、ワークブック、こういったものを使って消費者教育の一助としてもらっております。

②ということで、教員の方々にそもそもクレジットを勉強していただくということで勉強会といったようなものも開催させていただいております。

③で、機器の貸し出しということで、実際にクレジットの処理なども体験できるような端末なども無償で貸し出しながらやっておるところです。

④で教育関係機関への講師派遣ということで、いろんなところに講師を派遣させていただいております。

22ページ目、(2)というところで、一般消費者に向けた情報提供ということで、私どものホームページにさまざまな消費者注意喚起のためのバナーなども張っております。リボについてもこういったところに、右側でございますけれども、リボルビング払いって何と、こういったものでいろいろと注意喚起をさせていただいております。

あと、下のほうでございますけれども、23ページ目の2で、一般消費者向けの資料提供ということで、これも今回お手元に配付させていただいておりますけれども、幾つかパンフレットをつくって配付をさせていただき、それから最後のページで消費者向けのキャンペーンなども力を入れてやらせていただいておりますというところで御理解を賜ればと思っております。ちょうどお時間になりましたので、以上とさせていただきます。

○河上委員長 どうもありがとうございました。盛りだくさんな内容を、短い時間に説明いただいております。

それでは、ただいまの御説明を前提にして、御質問、御意見のある方は発言をお願いいたします。いかがでしょうか。石戸谷委員長代理、どうぞ。

○石戸谷委員長代理 御説明ありがとうございました。クレジット協会さんのほうに、事実の面から、マンスリークリアのトラブルのところですか。国民生活センターのほうでヒアリングをやりまして、2010年と2013年の比較をしますと、包括信用も個別信用も苦情相談は減っているのです。ところが、2カ月払い以内、マンスリークリアのほうは2010年が1万3,000何某であったのが2013年では2万9,930、約3万件近くになっていて、ほかと違ってこれは大幅に伸びているというのがありまして、その辺の事実関係というのはそういうことでよろしいのでしょうか。

○日本クレジット協会 奥口理事・事務局長 その国民生活センターさんの相談内容を我々は見せていただけないものですから、なかなかその精査ができないのですけれども、おっしゃっているのが何かのトラブルの支払い手段として、いわゆるクレジットカードのマンスリークリアが用いられたということについて言えば、先ほどお話をしましたように、クレジットのマンスリークリアの取引というのは49兆円ほどありますし、単純に1件1万円の平均利用単価だと考えれば、49億件の取引が存在するわけですので、そういう意味では、そういういろんなトラブルの中に、クレジットカードが支払いの手段として用いられている可能性というのは十分あっておかしくはないと思います。

ただ、それはクレジットカードが原因で起きている消費者トラブルなのか、その消費者トラブルを何とかしなければいけないということで、その解決策の方向性としてクレジットカード会社に何かを働きかけることによって解決を図ろうとしたものなのか、そのこの区別が、我々には大変申しわけないのですができないので、ただ、恐らく事実としては、きっとクレジットカードが使われる取引でトラブルが起きたということは事実なのだろうとは思いますが。

○石戸谷委員長代理 今の話の関連ですけれども、先ほどのお話ですと、苦情調査のところでマンスリークリアであるかどうかにかかわらず同様の対応をしているということで、その苦情の調査をやられてその中身がわかるということになるかと思うのですけれども、その辺はどういうふうにお考えなのですか。どういう苦情が多いかというのは、そこでわかるのではないかと思うのですけれども、どうなのでしょう。

○日本クレジット協会 奥口理事・事務局長 私どもで将来に向けて同じことが起きないように、加盟店でどういうことが行われたのかということについてはおっしゃるとおりお調べをしますので、例えば特商法に反するような取引が本当に行われていた、不実の告知、あるいは伝えるべきことを伝えていなかったというようなケースがあれば、その事実をつかむことはもちろん可能だと考えています。

そういった事実について、各社がそれに気づいて、これは非常に問題だということであ

れば加盟店契約を切る、解除するというようなこともありますし、そこまでいなくても、私ども経済産業省さんの指導のもとに、加盟店情報交換制度というものが動いておりますので、その加盟店情報交換制度の中にそういったものを取り込んで、各社で連携をさせていただいているというような状況になるかと思っております。

○石戸谷委員長代理 ありがとうございます。そうだと思うのですが、それらのまとめといいますか、先ほど典型的な相談、苦情の例というのを御紹介いただいたので、そういうのをまとめて把握されているのではないかということでお尋ねしたのですが、特にそういうのはないわけですか。

○日本クレジット協会與口理事・事務局長 そういう意味では、先ほど言いましたように、加盟店情報交換制度の中でそういったものが集約をされているということは言えるのかもしれない。そういう事実関係を皆さんが登録していただいていますので、それが集約されています。

○石戸谷委員長代理 特には協会さんのほうではどういう苦情が多いたとか、そういうのは分析というか、事例を集めたり、検討したり、では、それに対してどう対応しようとか、そういうことというのは特にはないわけですか。

○日本クレジット協会與口理事・事務局長 そういう意味では、例えばそういった加盟店情報交換制度になっている情報を分析しております。ただ、私、残念ながらその全体というか中身をきちっと手元に持っておりませんので、大体どういうものが多いのかというのを今お答えすることができません。分析は行っていると思います。

○石戸谷委員長代理 そうですか。質問というのは、その辺の趣旨があつてここは出ているのではないかということでお聞きしたのです。わかりました。

マンスリークリアでかなり相当の数がといっても、問題のないのが多いということであれば、特に抗弁の接続というのが仮に入ったとしても大半に影響がないということに逆になるのではないかと思うのです。それで救済されれば大半のところは影響がないので、余り全体として見ると支障がないような印象を受けるのですけれども、そこはどのようにでしょうか。

○日本クレジット協会與口理事・事務局長 逆に言うと、先ほど回りくどいような申し上げ方をしましたけれども、今の市場性から言っても、まだ今は抗弁の接続を受けている、正式に法律に基づいて抗弁の接続を受けているのはごく一部でございますので、仮に単純にマンスリークリアにそれを拡大するとなれば10倍近くの市場、取り扱いの規模になりますので、その際にどういうことが起きるのかということについて、そう簡単に今影響があるかないかということがお答えしにくく、そういう意味で、そういう精査がきちっと行われるべきだとお答えをさせていただいたのはそのせいでございます。

そういう意味では、今、まさに特にマンスリークリアを区別したりとか、そういうことをしていないというのは事実ですけれども、一方で、先ほど、御指摘があるように、支払いをとめて様子を見させてもらいますけれども、かといって未来永劫それをとめるという

ようなことはできませんので、一定期間たてば、あくまでも加盟店とのやりとりについては、その売買契約なり役務提供契約を行っている消費者と加盟店の間で行った上で、その解決が難しいとなれば、引き続き支払いを続けていただく可能性というのも当然でございます。例えば公の場で言うてよろしいのかどうか微妙なのですが、今でも支払い停止の抗弁というものを、いわゆる支払い停止の抗弁とはとらずに、債務の放棄を求めることができる権利だと思われる消費者の方というのも実はおります。そういう意味では、支払い停止の抗弁書を送れば、あとは加盟店との交渉も一切自分では行わず、カード会社が何とかしてくれるまで放置状態に置かれるという方もいらっしゃると思いますので、そういうような方が先ほどのような 10 倍の市場の中でたくさん出てきてしまったときに我々が耐え得るのかどうか。このあたりも十分精査する必要があるような気がいたしております。

○石戸谷委員長代理 余り私だけやっているのもあれですが、今の絡みで。

○河上委員長 ほかに今の関係で御質問のある方、お願いします。いかがでしょうか。

相談現場では随分こういう問題が出てくるということですが、唯根委員は何かございますか。

○唯根委員 今の関係というよりもクレジット協会さんに伺いたいのですが、13 ページで先ほど決済代行業者の件で伺ってしまっていていいのでしょうか。

○河上委員長 はい。

○唯根委員 国際ブランド会社の協力も得て対応策を講じてきていると、対応策というのは具体的にどんなものなのか、それから、こういった違法性のある取引について、ほかの諸外国で起きているケースとかはどう対応されているのか、そういうのは国際ブランドさんがどう考えてらっしゃるとかというところがいつも見えてこないのです。その辺を分かれば教えて戴きたいのと、もう一点、17 ページのチャージバックについてですが、下から 4 行目のイシューアは自社のカードホルダー向けに、チャージバックの運用に沿った規定を設けることが許されていないというのは、誰に許されていないのか教えていただければと思います。

○河上委員長 お願いします。

○日本クレジット協会 理事・事務局長 そうしましたら、比較的簡単に答えられるところから。

一番最後のご質問については、主語がなくて申しわけなかったのですが、いわゆるメンバーの方です。要するにイシューアに対して国際ブランドがこういう規定を設けることを認めていないということになります。先ほど簡単に早口で申し上げましたけれども、アクワイアラーにチャージバックをかけて、アクワイアラーのほうで返金に応じてくれるならば、お客様に対してお金を返しますみたいなルールをイシューアが規約に入れるということはまずないので、会員さんとの約束事にそういうものを入れるということは認められていないと理解しております。

○唯根委員 会員規約の中に入れるとは。

○日本クレジット協会與口理事・事務局長 会員規約に入れることはまずないと思うので、実際にはこういうものが日本国内では存在しておりませんので、ないと思うのですが、国際ブランドさんの規則的にはこういうものがあるそうなので、念のために書いてみたというだけのことでございます。

先ほどちょっと申し上げましたように、本来、一番上のところの消費者からのクレームに対しては、イシューアが自分の責任において行わなければいけないので、第三者にその責任を転嫁することは許されません。その第三者がアクワイアラーであっても許されないのです。ですから、アクワイアラーが責任を認めて返してくれるなら、私も消費者、カードホルダーの方にお金を返しましょうというのは、あくまでもイシューアの責任で行わなければならないものをアクワイアラーに責任に置きかえていますね。なので、それがよろしくないということだと理解をしております。

1 個目の御質問でございます。どういう対応をしているかということなのですが、既に 13 ページ目の必ずしも効果的とは言えず苦慮していると言っているものなので大変恥ずかしい対応ということになってしまうのですが、ただ、本当に一生懸命国際ブランド連携会議というものを私どもつくって、国際ブランドとカード会社と一緒にあって、どうしたらこういうものに対応できるのだろうと議論しました。その結果として、現在行っているのは、非常にそういう意味では原始的かもしれませんが、ルールに反するクロスボーダー・アクワイアリングをやっているであろうということを見つけたら、それを国際ブランドに通報するというやり方です。ですから、それによって国際ブランドはその件数が一定件数たまれば、それに対して、これはほぼ事実であろうと推定して、海外のアクワイアラーである銀行に、あなたの加盟店にクロスボーダー、要するに日本の加盟店がいるのではないかと調べて調査をかけるように指示をしてくれるのです。そうすると、なかなかピンとこないかもしれないのですが、お手元の 16 ページ目のところで簡単な図を書いているのですが、実は網かけがずれてしまっているのを見にくくなって申しわけないのですが、この網かけは本当は下のところの海外を囲っているのですが、上のほうの四角の部分が日本国内です。下のほうの右側の隅にあるのが海外でございます。

海外の決済代行業者は、実は加盟店を偽装しているケースがあります。要するに、自分が加盟店でたくさんビジネスをしているのですと、いろんなサイトを持っているのですと言ってアクワイアラーと契約をしているケースがあって、アクワイアラーはそもそもこの決済代行業者を、自国にいる加盟店だと誤って認識しているケースがあるのです。

この場合について、このアクワイアラーに対して、日本の加盟店があなたの加盟店の下に枝番として存在しているよと教えてあげると、本当に善意のアクワイアラー、海外の銀行さんは、銀行でするのでそんなに悪いところはいませんから、調べるとそれについてわかるので、契約を切ってくれます。そういう意味では、決済代行業者との取引を一旦潰すということはできます。ただ、先ほども申し上げましたように、この決済代行業者が名前を変えてしまったり、あるいはこの店子のところが別のところにくっついてしまったり、い

ろんな形があるのですが、あるいはこの決済代行業者がまた別のアクワイアラー、世界中に銀行はいっぱいありますので、そのどこかと契約を締結してしまったりというようなことで、本当に究極的に潰れているかという、そこは全然潰れてはいないと思っています。

ですから、一時的に潰すというやり方を繰り返しているというような状態で、今非常に長くやっておりますけれども、疲弊しているというのが今の現実です。本当に根本的な解決にもならないのにカード会社は一生懸命それを伝え、潰し、伝えということを繰り返していることについて、もっとほかに何か手立てはないのかといった状況で疲弊をしているというのが現状でございます。

○唯根委員 ありがとうございます。

○河上委員長 どうぞ。

○石戸谷委員長代理 悪質な決済代行業者の件で御苦勞されているということなので、むしろ、そこであれば「決済代行業者とは」と、きちっと法的に位置づけをしてしまったほうがはっきりしているのではないかという気がするのですけれども、そこはいかがですか。

○日本クレジット協会與口理事・事務局長 おっしゃるとおり、うまく規制ができてそこを、お隣に経済産業省さんがいらっしゃるので技術的にかいろんな問題が多々あるような気がいたしますので簡単なことを言っただけいけないような気がしますけれども、何らかの形で網がかけられて、そこがきちっとした規制のもとで健全なことしかできない環境になるというのは非常にいいことだろうと思っています。

今は正直言って、誰も手が出せなくて違法だと誰も言えないのでとめられないというのが残念ながら現実です。消費者庁さんのサイトにそういう会社さんも載っています。

○河上委員長 ほかにいかがでしょうか。岩田委員、どうぞ。

○岩田委員 なかなかビジネスモデルが込み入っているので質問が正確にできるかどうかというのがあるので、クレジット協会さんと経済産業省さんと司法書士連合会さん、三者にお尋ねしたいと思うのですが、現在の割販法の規定ぶりについて、2つのことについてお尋ねしたいと思います。

1つは、今も話題になっておりましたけれども、マンスリークリア方式について、抗弁の対抗とされていないというのは、どういう理由でされていないのか、それをされていない理由というのは、今日でも妥当性があるのか、それとも状況の変化があつて見直す必要があるのかというのが1つ目の御質問です。

2つ目は、加盟店に対する管理の責任についてですけれども、アクワイアラーや決済代行機関については、その規定がないということについては、それは現行法に規定がないというのはどういう理由でないのか、あるいは現状ないということが今日でも妥当なのか、見直す必要があるのか、これまでのお話に出てきていることもございますけれども、簡単に3人からお伺いしたいと思います。

○河上委員長 それでは、最初に経済産業省さんからお願いできますか。

○経済産業省苗村商務情報政策局商務流通保安グループ商取引監督課長 まず、マンスリ

ークリアについて、規制がかかってないと申しますのは、先ほど議論の端々に出てまいりますけれども、やはり非常に短期間のうちに決済が1回払いで終わるということで、取引の誘因、自分が持っているお金よりたくさんのお金の取引をするというようなことになりにくいということ、そういう被害実態とかも踏まえて、現在、ほとんどの規制についてマンスリークリアは対象外となっております。

割販法の適用対象につきましては、例えば前回の大きな改正までは、例えばボーナス一括払いというのは対象になっておりませんでした。ですが、ボーナス一括払いとか、それに非常に類似したようなもので割販法逃れみたいなものが出てきているという被害実態を踏まえて見直して拡大をしたということで、現在は2カ月を超える支払いについては割販に対応するようになっているということです。もちろん対象の取引については、時代を追って見直していくべきだということについては当然のことだと思っています。

その議論をする上で問題なのは、やはり先ほど出ていますように、マンスリークリアについて生じている問題が、割販法の網をかければ解決するものがどのくらいあるのかどうかというような問題というのはありますので、そこはもう少し具体的なデータがあるといいなというのが我々の思いであります。

例えば国民生活センターさんの情報ですけれども、全部見ると物すごい数ですので、我々、課の中で手分けをして、昨年度末の3月25～31日の1週間分だけ一生懸命見ました。そういう意味では、マンスリークリアが400件くらい、包括信用が200件くらいということで、件数としては包括のほうが少ない状態でしたけれども、この相談、苦情の中には、こういうことが生じたのだけれども、どうしたらいいのでしょうか、どこに相談していいのでしょうか、クレジットカード会社に相談するように伝えましたということでその報告が終わっているようなものはかなりあって、そういうものがクレジットカード会社と調整をしたけれどもトラブルが解決できないというようなものというのはむしろ半分以下で、そういう意味では、法律があって、クレジットカード会社に義務をかければ解決する問題なのか、それとも今でもクレジットカード会社に相談すれば解決するものなのかとか、そういうものをもう少し丁寧に見ないとわからないという部分があります。

あと、マンスリークリア、先ほどクレジット協会の奥口さんから御説明があったように、ボリューム的には今かかっているより相当ふえますので、本当に全部にかける必要があるのかと。そうではなくて、どういうところにトラブルが生じているのか。これも具体的なトラブルをもう少し情報をいただきながら見極めて議論していかなければいけないのではないかなと思います。

加盟店管理のほうでありますけれども、これについては、割販法がどちらかというところ、もともとは非常に古い話になりましたけれども、イシューアースとアクワイアラーサイドが別々に分離しているという形態よりは、むしろ同じ形態からスタートして、イシューアのほうに規制をかけてクレジットカード事業者を守る、加盟店の保護という観点もあります。そういうようなことでやってきたわけですけれども、イシューアースとアクワイアラー

を分離する、取引も当然国際化をするという中で、本当にイシューアースイドの苦情処理ということで加盟店が適切性を担保していくことが今まで通りできるのかどうかというようなことについても、我々も問題意識は持っております。

ただ、一方で、国内に規制をする。そうすると、海外に逃げるという問題もありますので、執行まで考えると全く同じことはできませんけれども、どういうバランスで内外がやっていくのかどうか。そういうようなことを議論しながらやっていくということで、これは加盟店管理を考えるとときにアクワイアリングサイドについて何らか考えていかなければいけないということは言えるのではないかと考えております。

○河上委員長 では、日本司法書士会連合会のほうから何か補足的に説明があればお願いします。

○日本司法書士会連合会山田消費者問題対策委員会委員 今、実際の相談、実務現場では、よくイシューアースイドにアクワイアラー加盟店等への連絡や対応などを求めると、うちの加盟店ではないから、うちでは何の知りようもないし、要は管理も何も仕様がなのだと。いわば無過失責任を押し付けるなといったような趣旨のことを遠回しに言われることがあります。

確かに無過失責任を負わせるならば、それ相応の根拠がなければいけないだろうというようなことになりますので、先ほどの御報告もその前提に立ってイシューアースイドに対してもちろん行為規制の強化をしていただきたいのですが、アクワイアラーなども規制客体とするようなたてつけをしたのです。

ところが、きょう、日本クレジット協会の御説明の中で、特に一番印象的だったのが17ページのところになりまして、多分唯根委員からも御質問があったチャージバックの運用に沿った規定を設けることが許されていないということで、これはカードホルダーに関する紛争が生じた場合の一義的な責任主体というのはイシューアースイドなのだ。ここは無過失責任になる場合があったとしても、私の理解としては、カード業界では、もしカードホルダーにトラブルが起きたときには、これはお客様であるカードホルダーを守るのはイシューアースイドであるのだというような趣旨なのかなと私は今御説明いただいたときに読みました。

仮にそうであるとするならば、あくまでも他のいわゆるゼロ・ライアビリティという考え方があることも併せて考えますと、報告書では、考え方として、イシューアースイドのみの対応を強化することは、過大な負担になるから、アクワイアラーに対しての加盟店義務の強化もすべきだという形で少し整理をしていたのですけれども、ただ、もしカード業界の考え方で、そここのところに関して、カードホルダーとのクレジット契約の中におけるイシューアースイドの義務という形で紛争解決するための具体的な規定を規律することが可能であれば、そういう方向でもう少し検討、議論をしていってもいいのかなと思います。済みません、感想みたいになってしまいました。以上です。

○河上委員長 クレジット協会さん。岩田委員の御質問というのは、要するに法律がかつての規制の枠組みで今運用されていて、それが現在の実務の運用として見たときに、必ず

しも適合的ではない状況があるのかどうかという感触を探りたいということなのだろうと思うのです。実務界で見ていてどういう御意見でしょうか。

○日本クレジット協会 奥口理事・事務局長　そういう意味からすると、マンスリークリアについては、外れている理由は先ほど苗村課長等から御説明したとおりだと思いますし、歴史的にいえば恐らく金融庁さんと経済産業省さんとの若干の綱引きのようなものも存在していたのだらうとは聞いておりますので、要するに決済手段の一環として金融庁も捉えていたりとか、そういう意味では、今回の法改正で番号の管理のところでは2月払いということでマンスリークリアは割販法の中に規定をされたのですけれども、それまで割販法でも、金融庁の関係のどの法律の中にも規定のない存在でしたので、そういう意味では若干空白地帯であったと、ただ、捉え方としてはあくまでも決済という形で捉えていたがゆえにそういう状態にあったのだらうと考えています。

ですので、決済というものをどういうふうに考えていくのかということについて議論することについては全然問題はないと思うのですが、単なるクレジットカードのマンスリークリアを焦点に、消費者救済という観点だけで議論するのが本当に良い事なのか、いわゆる決済手段をどういうふうに捉えていくのかということのを将来的に見たときに、そういう見方というのが本当に消費者にとって、日本にとっていいことなのかどうかは慎重に見極めるべきだと思います。それがマンスリークリアの部分です。

加盟店のほうについては、これも先ほど御説明いただいたとおりだと理解をしていますが、特に決済代行業者については、もともと決済代行業者というものはカード会社が例えば要請してつくったわけでもありませんし、加盟店のほうも要請してつくったわけでもなく、みずから利ざやを稼ぐという言葉は悪いかもしれませんが、カードの仕組みあるいは他の、別にカードだけを決済代行業者がやっているわけではないので、他の決済手段の仲介をすることによって利ざやを稼ぐというビジネスを新たに考えて、それをうまく市場に乗せたということなので、実を言うと、歴史的には当初クレジットカード会社は、自分たちのシステムで上前をはねるような決済代行業者の存在というのには、否定的だったという歴史があります。

その中で、こんなに EC が普及するとは思っていなかった面もあって、EC の加盟店さんをぐっと握られてしまって、もはや今となつては逆に言うとパートナー以上の関係にならざるを得ないというところがありますので、お互いに尊重し合いながら今やっているのですけれども、そういう歴史的な中で、今そういうものが存在しているということなので、まさにそれをどうするかというのはこれから検討しなければいけないと思っています。

山田さんの御意見に若干補足してもよろしいでしょうか。

○河上委員長　どうぞ。

○日本クレジット協会 奥口理事・事務局長　先ほどの部分ですが、あくまでも国際ブランドは、イシューアーに対しては、カードのホルダーとの契約において対応と言っているのですが、逆に言うと海外では、自分たちのお互いの権利関係というのをカード会員契約で明確にし

ているので、契約以上、以下はないのです。ですから、契約に基づいて消費者対応をちゃんとしなさいと言っているので、大変申しわけないですけれども、もしかすると諸外国は結構厳しいかもしれない。要するに、消費者に対して、一定の責任を消費者にも負っていただく、カード会社も当然規約に従って責任を負う。その関係を明確に規定してあるので、その規定の範囲内においてちゃんと責任を果たせと言っているのです、何でもかんでもクレームがあったら責任を持ってイシューアがやれなどということは国際ブランドはまず絶対言わないというところです。

それとゼロ・ライアビリティなのですけれども、これも要するに消費者がみずからきちんと安全対策を講じていけば責任を追及しないと言っているだけで、消費者が自分を守る義務を果たしていなければ、逆に責任を問われるのです。ですから、何でもかんでも消費者を守れというのは国際ブランドの発想にはないです。済みません。

○河上委員長 橋本委員、お願いします。

○橋本委員 実は私もクレジット協会さんの17ページの説明を聞いて、素晴らしいと考えていたのですけれども、ただ、やはりある程度ルールの中でイシューアがやるべきことというのを明確にしなければいけないというのは、それはもうきちんとイシューアさんにやっていただきたいというところですし、その中でチャージバックというのは、1つの解決方法だということ、そういったところを先ほどおっしゃった内容で、消費者の側もきちんと学習する機会というか、自分が持っているカードについて、やはり広報とかそういうところでこれから消費者教育の中できちんとしていかなければならないのだなということ、を改めて考えたところです。

ただ、マンスリークリアにこだわるのですけれども、例えば司法書士会のほうでは、マンスリークリアに関しては抗弁の接続があってもいいのではないかというような話が載っていると思うのですけれども、その場合、やはり電子マネーやデビットカードとの関係が書いてありました。クレジット協会さんのほうも、マンスリークリアというだけではなくて、今言ったほかの決済手段との関係で、そちらのほうを大きく見たほうがいいのではないかと私は受け取ったのですけれども、これからマンスリークリアの問題点について、いろいろと研究していかないと実際わからないのだよというようなこともおっしゃっていたのですが、現時点において、そういったほかの電子マネー等の決済手段とマンスリークリアの類似性というところで考えられるようなところを司法書士会さんとクレジット協会さんにお伺いしたい。

あと、これも今後の課題ということでおっしゃっていた、経済産業省さんがイシューアとアクワイアラーとの関係に、今後考えていかなければいけない問題性があるというような認識をしているのだというお話をしていらっしやっただけで、その辺も今考えられるところがあればお聞きしたいです。

では、関連しているのでこれだけお願いします。

○河上委員長 クレジット協会さん、いいですか。

○日本クレジット協会 理事・事務局長 彼の決済手段について、先ほどそういうふう
に申しあげましたし、そういう意味では理由としては、要するに我々だけを何らかの形で
規制をして、それで全てのトラブルが本当に、我々にだけ原因があるならばそれでいいと
思うのですけれども、そうでないと別のところにただ支払い手段が移行してしまうのでは
ないですかという意味で申しあげたという点が1つ。

ある種の本音の部分かもしれませんが、当然ビジネスをやっておりますので、自
分たちだけがそれにおける何らかの負荷を負うことによってコストが増して、他との競争
に負けてしまうというのもよろしくないと思って申しあげたのです。

そういう意味では、例えばデビットカードを例に挙げるのがよろしいのかどうかかわら
ないのですけれども、デビットカードというのは実は同じブランドデビットというのがある
のですが、銀行が主に発行してらっしゃいますけれども、このブランドデビットについ
ては、加盟店は実は我々のほうのカード会社が開拓した加盟店を用いています。同じよう
な加盟店で同じように決済を行われていて、物を買うときに先ほど山田さんの中には無因性
とあったのですけれども、実は無因ではなくて有因です。間違いなく物を買うということ
について同じ決済の手段として海外でも分類されておりますので、そういう中でそうい
ったものが全く即時だというような形で除かれているのかもしれませんが、例えば実
際には当座貸し越し、要するに口座に現金がなければ残高が足りなければ当座貸し越しも
行われますので、後からそれが補填されれば、事実上、後払いにもなりますし、ネットな
どでは難しいのだと思うのですけれども、実はオフラインデビットと言って、その場で即
時に落ちないようなデビットカードの仕組みも存在しています。

ですから、そういう意味でからいくと必ずしもそういったものはどうなのだろうとか、
先ほどキャリア決済のことにも触れましたけれども、金額はすごく少ないのですけれども、
上限が2万円とか決まっていますが、あれはもうもろ我々とびったり一致で、締め日があ
って、引き落とし日があるという形ですので、キャリア決済と我々のマンスリークリアは
何がどう違うのだろうと思うと、上限金額が2万円と決まっていればそれがいいのかみた
いな話になってしまいますので、そういう意味からすると、例えばそういうものでゲーム
だとかいろんな不正なサイトとかの料金も落とせてしまいますので、その辺あたりも取り
立てて違いもない中で、そこは大丈夫なのだろうとか、そういうようないろんなことも
考えながら、そういう支払い手段というものを全体として眺めたときに、どういうふうな
今後先ほど申しあげましたようにやり方をすれば、一番いい形で市場にそういったものが
より溶け込んでいくのかということを考える必要があるのではないかなというような意味合
いで申しあげたということでもあります。

○河上委員長 山田さん何かありますか。

○日本司法書士会連合会 山田消費者問題対策委員会委員 デビットカードの無因性の件に
つきましては、決済手段に関する文献における整理では、手形小切手とほぼ同様の性質を
有しているという形で、原因債権が例えば錯誤無効とか何か取消とかであっても、その決

済自体には影響を及ぼさないという意味の整理で無因性というように整理されているということでした。そのような趣旨で報告書には無因性と記載した次第です。

それから、橋本委員からお話がありました電子マネーのお話ですけれども、実はこれも当然放っておいていいという考えは全くございませんで、実際、確かに支払い方法としてプリペイド型の電子マネーと、あるいは振り込みなどが非常に決済のトラブルで多くなっているわけですし、これに関しては、資金決済法で、例えば現在は、前払式支払手段において、ガイドラインレベルで設けられている加盟店管理の強化を法律上の管理義務という形にするとか、あるいは資金移動、振り込み先口座を提供するという事業者もおるわけですが、このあたりに関してはきちんと資金移動業者と捉え方をすべきなのか、銀行法違反の為替をやっていると厳格に解釈するのかという問題がありますけれども、きちんとそれも捉えた上で、加盟店管理義務等々について、資金決済法で考えていくということがまず考えとしてはあるのではないかなと考えております。以上です。

○河上委員長 経済産業省さん、どうぞ。

○経済産業省苗村商務情報政策局商務流通保安グループ商取引監督課長 アクワイアラーの件についてお尋ねがあったと思いますけれども、やはりアクワイアラーについてルールを考えるとというときに主たる目的というのは加盟店の管理という視点だと思います。

イシューとアクワイアラーが別々だったとしても、これまでというのはアクワイアリングを国内でやっている方というのはクレジットカード会社さんだったわけで、実質的にはそんなに大きな問題はなかったわけですが、決済代行業者さんとかそういうような人が入ってくる。制度的にも必ずしもアクワイアラーというのは包括信用購入あっせん業者さんでなくてもいいわけで、これはブランドのライセンスさえもらえばできるわけですから、そうしたときに結局新しい加盟店を獲得するという機能を持っている人に対して、やはり何らかのルールづけが要るのではないかという問題意識であります。

ただ、やはり海外に逃げていくという話とか、いろいろなことが絡み合いますので、有効性、手段の妥当性みたいないろいろ難しい面がありますけれども、なかなか現時点では何か具体的にということがありますし、観点としては加盟店の管理の部分というのをイシュー基点で今までやってきたものだけでは難しくなっているのではないかということがあります。

○河上委員長 ついでにうかがいますが、決済代行業者で、日本に事業所を展開しているような人について、登録制度を導入するという事は技術的にはかなり難しいですか。

○経済産業省苗村商務情報政策局商務流通保安グループ商取引監督課長 これも具体的に割販法でどうするかというのはいろいろ正式な検討とか審議会での議論とかを踏まえなければいけないので、一般的な考え方で申しますと、海外の事業者国内に拠点を置くようにという義務を課している例というのは先ほどの山田さんの御説明があったように、資金決済法ですとか、あと金商法などで類例はありますので、制度的にできないことはないと思います。

ただ、これも金商法とかちゃんと読んでみないとわからないのですが、要はB to Cの取引を越境でさせないために拠点を置かせているのだとすると、加盟店獲得ということを越境で許されている。これはB to Bに縛りをかけるということなので、絶対できないということはないと思いますけれども、その辺は少し追加的な検討が要るのかもしれない。

○河上委員長 ほかにはいかがですか。

橋本委員。残りのものですね。お願いします。

○橋本委員 今、決済代行のほうに移行したので、それについてお伺いしたいのです。

皆さん、決済代行については、今のままではいけないというのは認識として一緒だということですが、今、委員長の話からもありましたけれども、この決済代行会社のクレジット業界が定義すらきちんとしていないのだよというお話で、まさにそうだなと思うのですが、この決済代行会社を別に考えるのか、または割販法という中で考えるのか。今、それもできるみたいなことをおっしゃっていたのですが、今後、この決済代行会社を、もうこれだけいろいろな決済手段にあらわれて、後退するということはありませんかと思うのですが、こういったところを正常な経済活動の中で活躍していただくには、こういったような枠組みが必要なのか。もし法律的なところで例えば割販法でやっていくべきなのか、または別な法律でやっていくのかというのは、経済産業省さんにお聞きしたいのと、クレジット協会さんには、そういう正常な経済活動の中でどういうふうに取り組んでもらえばいいのかということをお伺いしたいのです。よろしいでしょうか。

○河上委員長 では、経済産業省さんから。

○経済産業省 苗村 商務情報政策局 商務流通保安グループ 商取引監督課長 まず、私の説明が舌足らずだったのかもしれませんが、やはり割賦販売法の中で決済代行業者を見るにしても、これはクレジット取引、もちろんマンスリーを含む、含まないというのは、その辺はぎりぎりあると思うのですが、それと全くことなる、いわゆる収納代行的なものとか、ほかの決済手段の決済代行の部分を割販法で見るといようなことは、相当な飛躍であると思いますので、これは現実的には難しいのではないかなと思います。

○橋本委員 入れるところは割販法の中でと考えるのか、全く別な枠組みで考えていったほうが現実的なのかということによろしいですか。

○河上委員長 これは先ほど岩田委員から出てきた、状況の変化がどのあたりにあるのかということと関係してくるのでしょうかけれども、支払い手段としてのほかの制度に限りなく近づいていっている。ただ、現在の割販法は、2カ月のリボは含めるといった意味では両者はかなり近づいている。マンスリークリアというのは2カ月が1カ月になっているというぐらいの違いであれば、相対的な違いでしかない。

ですから、割販法の中で、やれる範囲までぎりぎり対応していくというのも1つの道ではあるわけです。他方で、決済法のほうに一元化して、決済の問題としてこれを整理してしまうというやり方もあり得るところですね。

ただ、登場人物が全部出てくるのは割販法なので、とりあえず枠組みとして考えるときに割販法を土台にして考えてみたらどうかというのが山田さんのほうからの幾つかの問題点として出てきているのですが、例えば先ほどの山田さんのほうからの御提案に対しては、クレジット協会さんはどんなお考えですか。

○日本クレジット協会 與口理事・事務局長 山田さんのどの点ですか。

○河上委員長 幾つかこういう考えられる救済策というのが出ておりまして、加盟店管理義務を法律上も課してしまうとか、登録制度を導入し、加盟店管理責任を明記するというようなことはどうだろうかというようなことが最後のほうに出ています。

○日本クレジット協会 與口理事・事務局長 要するにプレイヤーとして、例えば先ほど国際ブランドの例を挙げて、PSP というようなことをきちんとした位置づけにして、何らかの形でアクワイアラーと同様の仕事をする人たちに対しては一定のルールを課すべきみたいなことというのは、可能性としては全くないわけではないと思っておりますし、我々も先ほど言いましたように、大手さん、少なくとも大手の決済代行業者できちんとしていらっしゃるのところとは、我々としてはパートナーとしてビジネスをしていきたいと考えていますので、そういうところに対して、できれば健全な形で一緒にビジネスが営める環境をつくっていききたいというのが、例えばそういった登録制だとか、そういったものになっていくのであれば、それはそれでよいのではないかとは思ったりもいたしますし、それによって例えば余りよろしくない決済代行業者が何らかの形で精査されていくとか、そういうようなことが起きれば、それはそれでまたそれも1つだなどは思っております。

先ほど決済代行業者と一口には言っているのですけれども、実は例えばネットなどでも、クレジットカードだけをやっているわけではなくて、ありとあらゆる決済手段、例えばペイジーさんとか、コンビニ決済とか、いろんなことをやっているもので、決済代行業者という言い方をすると乱暴になるのかもしれませんが。要するにクレジットカードの部分にかかわっている部分においてそういうような考え方ということなので、業者を一括りに登録してしまっているのかどうかということところが先ほど苗村さんが悩まれていたところで、ほかの部分はどう扱って、そのクレジットの部分だけ決済代行業者に登録制なのかとか、いろんなことを考えなければいけないのだと思います。何らかの形で健全な市場をつくるために彼らに本当に正規のプレイヤーとして、彼ら自身も決して大手さんとお話しても、自分たちは全くどういう規制をかけられようが、どういう登録制を引かれようが何の問題もないといっています。私どもの会員に実は決済代行業者がいらっしゃいます。私どもの会員になっていただいているような決済代行業者は規制をされても全然痛くもかゆくもないとおっしゃっていますので、そういう意味では健全なところというのは、そういうことについて別段同等な立場で何かビジネスができるほうが良いとおっしゃっていますので、そこは特に今考えただけでは大きな問題ではないのではないかと思います。

○河上委員長 ありがとうございます。齋藤委員、どうぞ。

○齋藤委員 このクレジット協会さんの資料に関して質問をいたします。2つあります。

1つは、9ページのところにいろんな支払い方法が書かれています。もし、私が普及啓発活動をするということであれば、この中のクレジットカードだけに関して啓発するというよりは、むしろ全体について普及啓発活動をしつつ、その中で、この取引方法にはこういう特徴があるので注意して欲しいというのではないかと思うのです。そのあたり、実際にいろいろ普及啓発活動をされていて、どのような問題意識をお持ちかということが1点。

もう一つは、18ページのところ。カードホルダーとイシューア－の関係において、基本的に、取引関係は全て完了するのであって、イシューア－とアクワイアラーの間の関係については、よほど特殊な場合でアクワイアラーが認めたときに取引の返金等が行われるという説明を受けました。その間において、国際ブランドに最終裁定を請求することがあるということですが、この国際ブランドにはどのような問題が上がってくるのか。いろんな国の問題が多分上がってくると思うのです。どのようなトラブルの種類が多いのかということと、もう一つは、どの国からの裁定請求が多いのか。これをお教えいただければ、日本はもっと裁定請求してもいいのではないかと考える参考になるので、お伺いしたいと思います。

○河上委員長 何か情報をお持ちですか。

○日本クレジット協会 理事・事務局長 2つ目の質問はまことに申しわけありません。先ほどこの説明を私がすること自体もはばかりがあると思っているぐらいに国際ブランドの話がございまして、どのようなトラブルがあるいはどの国からということについては、私自身、全く過去聞いたこともないので、情報を持っておりません。大変申しわけございません。

1つ目の主な支払い方法に関してどのような普及啓発的なものというお話ですけれども、私どもはそういう意味ではクレジットカードのみなものですから、クレジットカードに関して普及啓発をいろいろな形でやっておりますけれども、それぞれの支払い手段において、実際には恐らくさまざまなトラブルだとか、あるいはいいところ、悪いところ、いろいろあると思いますので、実際電子マネーなどは一生懸命いろいろと宣伝などもやっていますし、国際ブランドさんも、デビットもクレジットカードもプリペイドもみたいな形で広報されたりしていますので、そういう意味では、それぞれのメリットを普及のためにいろいろとやられるということについては、本当に消費者の選択肢を広げるという意味では非常にいいことだろうと思いますし、そのときに我々のほうも大変注意をしてやっておりますけれども、メリットだけではなくて、そういったデメリットの部分とか、注意しなければいけないこと、こういったものもやはりほかの支払い手段についても同様に行われていくべきだろうなどは思っております。簡単ですが、済みません。

○河上委員長 齋藤委員、どうぞ。

○齋藤委員 それでは、横断的に見る立場にある行政のほうではどういう点に配慮しているかということをお伺いしたいと思います。

○河上委員長 これは消費者庁の話ですか。

○齋藤委員 両方。経済産業省もあると思うので。

○河上委員長 では、経産省さんからお願いします。

○経済産業省 苗村 商務情報政策局 商務流通保安グループ 商取引監督課長 もちろん、全体を見なければということなのですけれども、やはり経済産業省が所管している取引自体がクレジットカード中心なものですから、そういう意味では我々のほうで独自に何か全体をやるというのはなかなか難しい状況にあります。

○河上委員長 続いて、消費者庁、お願いします。

○消費者庁 尾原 消費者教育・地方協力課 企画官 消費者教育の推進会議の中で、金融経済教育も関係機関と連携しながら行っておりまして、個別のそれぞれの立場というよりも、その全体の中で連携しながら、今後賢い消費者という形で、自立した消費者、それから合理的な行動がとれるための消費者教育について、先生方に御議論いただきながら、我々も進めてまいりたいと思っております。

○齋藤委員 では、関連質問を1つ。9ページにあるように、いろんな支払い方法が存在するわけです。そうすると、もぐらの頭叩きにならないような手の打ち方が必要です。1カ所叩いたら、別の所で問題がぼんと出てくるようなことではいけない、という配慮が必要ということになりますね。教育も同じだと思うのです。

○消費者庁 尾原 消費者教育・地方協力課 企画官 今いただいた御質問というのは、できるだけ消費者教育の観点から、利便性ですかね。例えば消費者教育のポータルサイトの場でも、今、クレジットカードと入れると52件ほど出るのですけれども、ただ単に量がふえただけではなくて、それぞれ使われる利用者、学生さんであったりとか教師の先生であったりとか、そのニーズに合わせて、できるだけ的確にそういう情報が提供できるに消費者教育のポータルサイトのほうを今後とも充実させていきたいと思っております。

○河上委員長 高橋委員、どうぞ。

○高橋委員 今、教育の話が出てきましたので、クレジットカード協会さんにお伺いしたいと思います。本日の質問事項の4番目に、クレジットカードに関する消費者への情報提供を消費者教育としてどのような取り組みを行っているかというのがあります。資料を配ってくださいまして、どういうものがあるかをレジюмеの中にも入れていただいているのですけれども、短時間でさっと目を通した限り、決済代行業者についての記述が見当たらなかったのです。見つかっていないだけかもしれないので、どんなふうに教えているのか、この資料の中にあれば教えていただきたいと思います。

また、チャージバックルールとかりボについてどうかについて、具体的に御質問として出してあったわけですが、これも拝見した限り、チャージバックについては見つからなかったのと、リボについてもリボ払いのメリットについては書いてあるのですけれども、デメリットについては、無計画に使うといけないよという、その程度までしか書いていないのです。

それともう一つ、抗弁の接続の有無に関してマンスリークリアでどういうふう書いて

あるのか見ましたら、ほとんど記述がなくて、教師用のテキストのところに、分割払いにはあるけれども、マンスリーにはないと書いてあるだけです。クレジットで買った商品が届かない場合、マンスリーだと抗弁の接続がないことが、子ども向け教材には書いていない状況です。問題意識として、そもそもそういう今起きているし、これからも起きるであろう問題、今、齋藤委員がおっしゃったことも含めて、そういう観点で教材をリニューアルしていくという考えがあたりか、お伺いします。

○河上委員長 どうぞ。

○日本クレジット協会 理事・事務局長 お手元にお配りした消費者教育用のものというのは、どちらかというとベーシックな部分で、しかも残念ながら我々に与えられている時間というか、クレジットに割ける時間というのは、ほぼ本当に1時間あるかないかの中でやっていますので、その中で本当に細かなところまで立ち入っていろんなことをお教えするということはほぼ不可能と考えておりますので、今、お手元にある中でも、本当は不十分なことはほかにもいっぱいあると思うのですけれども、その中で本当にクレジットというものをしっかりと基本的なところを理解していただくための部分というものに注意してつくっておりますので、その部分に、今起きていることをさまざま書き込んでしまっていて、それを教えるために、本質のところ疎かになるということは若干教育という観点から本末転倒ではないかなと思っています。

ただ、一方では、先ほど御説明しましたように、ホームページであるとか、リーフレットであるとか、そういったようなもので、今起きている問題ということについては、さまざまな啓発であるとか、注意喚起というのは行っております。恐らくその両方を用いて今の御質問にお答えをしていくしかないのかなと。

変な話ですけども、いろんなことが本当に起きます。日常的にさまざまなトラブル、次のまたいろんな今のリスクというのがまさに情報漏えいとかいろんな問題も起きていきますので、そういう意味では情報漏えいが起きたときに自分をどう防ぐのかとか、どう守るのかというような問題も指摘しなければいけないようなことも多々ありますので、そういう意味では、恐らくそういうものでやっていくのだろうと思います。

例えばリボについても、お手元にお配りをしていないのがいけないのですけれども、リボはリボのためのパンフレットがあって、この中にはかなりリボの特徴と留意点ということで、無計画に利用する支払い残高がふえて支払いが困難になる場合がありますよとか、クレジット会社によってはリボの種類や利用の仕方も違って、仕組みや手数料を含む返済の仕方がわかりにくい面もありますということで、赤字で書いています。そういう意味では、用途に従ってそれぞれいろいろなものをつくって注意喚起をしたり、教育をしたりというようなことで使い分けをさせていただいていると言うしか、申しわけありません、不十分かもしれませんが、今の状況はそういうことでございます。

○高橋委員 御説明ありがとうございました。ただ、我々からの事前質問事項が消費者への情報提供ということで、学生とかカードが持てる成人を対象にして何をやっていらっし

やるのかを伺いたかったのです。それに対し、配られた資料が学生、生徒向けのもので、それであれば網羅的なのは仕方がないと思うのですけれども、やはり教育も消費者啓発もメリハリをつけて、その時代に即したものをやっていただく必要があります。苦情相談の窓口もお持ちなわけですから、そこで挙がってくる問題を自主規制規則に生かしたり、教育に生かしたりは当然のことだと思うのです。そのあたり、今後力を入れていただきたいと思ひますし、制度改正のときには御協力いただきたいと思ひます。

○河上委員長 段階的に教育していかないといけないので、その意味では基礎的な教材として見たときに、私はこれを拝見して大変感心させられたところです。現代的な問題についてもまた応用問題として出していただけるようお願いしたいということでしょうか。

では、これを最後にいたします。阿久澤委員、どうぞ。

○阿久澤委員 消費者教育の関連のところで、学生向けの教材ということで、高等学校がメインということですが、数が高等学校生 330 万ぐらいかなと思ひますが、それに対する数が 6 万とか 7 万ということは、2% ぐらいかなと思ひます。また、消費者庁さんの場合はポータルサイトを利用されてということですが、実際これがどのように使われているかということが重要だと思ひます。教材など、素晴らしいものがあると思ひます。それらがどのように使われているか。その辺のところをどのように把握されておりますでしょうか。お二方にお聞きしたい。

○河上委員長 では、クレジット協会さん、どうぞ。

○日本クレジット協会 御指摘のように、資料のところの冒頭にもありますように、昭和 59 年から実は 40 年近く、消費者教育、あとクレジット教育というのをやらせていただいているのですけれども、時代によってすごく波があつて、文科省さんが指導要綱に取り入れていただき授業の中に正規なものとして入って、かなりやっていた時代も過去あるのですけれども、いろんなカリキュラムがどんどんふえていく中で、クレジットの授業の時間が削られ、なくなり、今でも全高等学校に当ててこういうものを提供させていただくので協力してくれというお話をさせていただいても、反応としてはこういう現状です。そういう意味では、学校教育の中でクレジットというものをなかなか取り入れていただけないという現実があるのはそのとおりだと思ひます。

我々のほうはこういった形で配付させていただいたものについては、アンケートの調査を入れたりとか、あるいは我々が高等学校に実際に授業に行くようなケースもありますので、そういう場合については、授業に行つて、生徒さんにアンケートに答えていただいたり、先生にアンケートに答えていただいたり、あるいはそういったレポートを出していただいたりという形でどういうふうな使われ方、どういうふうに捉えたかということについては、本当に数としては少ないのですけれども、そういったところでは把握させていただいているというのが現状でございます。

○河上委員長 消費者庁、どうぞ。

○消費者庁尾原消費者教育・地方協力課企画官 消費者庁でございます。

高等教育なのですけれども、今、阿久澤先生がおっしゃった問題点は大変我々も重要だと思っております、今のポータルサイトはここへの情報提供をいただいたものを載せる形で、ある意味で一方的に載せている感じになっていて、それを使われた方の御意見をいただいた上で改善する仕組みというのがまだ中で検討しているところでございます、実はそれを消費者教育の推進会議の小委員会のほうでも、どうやって質を高めていくかというのを御議論いただいて、使われている方々の意見をどうフィードバックするかも含めて、今後ポータルサイトのほうを改善していきたいと思っておりますので、また皆様の御意見もしっかり受けとめさせていただいて、改善に努めてまいりたいと思っております。

○河上委員長 大体予定していた時間が来てしまいましたので、このあたりで閉めたいと思います。私は講義でクレジットのことを話すときに、1対1で売主と買主がいて、最初は自社割賦で与信をしていたのが、クレジット会社が出てきて、機能分担をしながら三当事者になり、その三当事者がさらに今国際ブランドが出てきたり、決済代行が出てきて複雑化・多層化していくことになる。けれども、もともと自社割賦のときから出発して、多当事者の取引関係に展開する過程で、そこから生まれてくるさまざまなトラブル・リスクを一方的に顧客だけが負担するような仕掛けにするのは不公平だから、その意味では共同事業者として当該事業を展開していく過程でお互いに持ちつ持たれつの関係で利益を上げている人々の間では、ある程度責任を担っていくというのがこれからの複合的取引に関与する事業者の責任の取り方だという説明をしてまいりました。

その意味では、今回のような決済代行や国際ブランドが入ると、そのときに抗弁権が切断されてしまう。また、それが割賦ではなくてマンスリークリアになった途端に難しくなるというのは問題があると思います。ですから、今後、せつかくですから、決済に近づけたところも含めてしっかりとした立法的な対応をぜひ一緒に考えていきたいと思っておりますので、またお力添えをいただければと思います。

本日は、皆さまから御報告をいただき、しかも活発な意見交換をさせていただきました。さまざまな論点について貴重な御意見を伺うことができ大変ありがたく思います。今後、当委員会での検討に当たっても、本日の御意見を参考にさせていただきたいと思っております。

日本司法書士会連合会、消費者庁、経済産業省、日本クレジット協会におかれましては、お忙しい中審議に御協力いただきまして、まことにありがとうございました。

(休 憩)

《 3. 電気通信事業者の販売勧誘方法に係る消費者問題について 》

○河上委員長 それでは、次の議題は「電気通信事業者の販売勧誘方法に係る消費者問題について」であります。

総務省におかれましては、お忙しいところ御出席いただきまして、まことにありがとうございます。

当委員会は、平成 24 年の 12 月に電気通信事業者の販売勧誘方法の改善に関する提言を取りまとめ、また昨年 7 月には検討状況のフォローアップを行い、総務省に対して、消費者が契約内容を十分理解して利用できる環境の実現を図るための法的措置を講ずること等、必要な措置を検討して実施することを求めてまいりました。その後、総務省の ICT サービス安心・安全研究会において検討が行われ、このたび、消費者保護ルールの見直し・充実に関する中間取りまとめが 7 月 14 日に取りまとめられたと伺っております。

本日は、中間取りまとめの概要等について御説明をいただき、意見交換を行いたいと思います。説明は、大変恐縮ですが、10 分程度でお願いできればと思います。よろしく願いいたします。

○総務省松井総合通信基盤局消費者行政課電気通信利用者情報政策室長 総務省の松井でございます。本日はお時間をいただきまして、まことにありがとうございます。

10 分という時間ですので、早速、概要を御説明させていただきます。資料 2-1 をご覧ください。

検討の背景につきましては、今、河上委員長から御指摘があったとおり、消費者委員会にいただいた提言も踏まえて検討を進めてきたというものでございます。

検討の状況については、3 ページから 7 ページまで、研究会のメンバーも併せて記載させていただいております。

それから、9 ページ目以降に PIO-NET の苦情相談の最新の状況をまとめさせていただいております。最近の電気通信サービスに関する苦情・相談でございますけれども、2013 年度につきましては、全体の 5% の 4 万 6,409 件が電気通信サービスに関するものでございました。

その中で、状況を見ますと、10 ページ目でございますけれども、増加傾向というのは残念ながら続いており、前年度からの 10% の増加しております。特に割合に多いと考えられます携帯電話サービス、モバイルデータ通信、光ファイバーを詳細に分析しており、お手元の資料の緑、青、赤の順で、2011 年度、2012 年度、2013 年度の件数を表しておりますが、増加傾向が続いているという状況でございます。

その内訳につきましては、11 ページ、12 ページ、13 ページ目で分析しております。大きな傾向としては、平成 25 年度も平成 24 年度と変わっておりません。解約に関するもの、サービス品質に関するもの、販売勧誘活動に関するもの、期間拘束、自動更新付契約といった契約に関するもの等々が寄せられているところでございます。

また、今回検討した中で、14 ページ目で販売形態別の分析をしておりますけれども、基本的には、携帯電話サービスについてはほとんどが店舗購入、モバイルデータ通信については約半分が店舗購入ですけれども、通信販売、電話勧誘販売、訪販も行われております。光ファイバーについては、約半分が電話勧誘、それから、訪販が約 26%、店舗が約 11%と

いう状況になっております。このように、多様な販売形態がとられているという状況がございます。

また、契約解除希望の内訳ですけれども、契約解除を希望する苦情のうち、契約当初に解約を希望するというものについて調べたところ、携帯電話については約 31%、モバイルデータ通信については約 46%、それから、光ファイバーについては約 65%が契約当初の解約を希望しているという状況がございます。

こうした状況を踏まえまして、16 ページ目に制度検討に当たっての電気通信サービスの基本的特性ということでまとめさせていただいております。電気通信サービスが国民に広く普及しているという状況、それから、その背景となる技術が高度かつ複雑、また契約内容が高度化・多様化・複雑化している状況でございます。

また、多様な販売形態がとられていること、それから、販売勧誘を代理店が通常行っているということで、その代理店が複数多階層になっているという状況がございます。

それから、役務の提供においては、工事が必要なもの、それから、工事なくすぐに使えるようなもの、それから、通信速度についても、ベストエフォート型が基本でありまして、通信速度についての、あるいはサービスエリアについての個別事例における状況把握が困難であるという状況で、実際に利用してみないと、契約対象となるサービスの品質がわからない場合があるということがございますので、全体として、事業者と利用者の間の情報の非対称性、交渉力の格差が拡大する傾向にあるということで、利用者が十分に契約内容や役務の品質を理解して契約することが困難であるという特性が全体としてあるだろうということで、提供条件の説明によっても、サービス品質等を契約締結時に把握するには一定の限界があるというのが、電気通信サービスの特性として挙げられるということを背景に、電気通信サービスにおける消費者保護ルールを検討させていただいております。

18 ページ目でございます。説明義務の在り方について、適合性の原則について検討しております。こちらについては、高齢者、未成年、障がい者等に対して、適切なサービスの選択に資するような説明が十分なされていないのではないかという苦情相談に対しまして、提供条件の説明の際に、利用者の知識、経験、契約目的等に配慮した説明を行わなければならない旨、制度化することが適当という中間取りまとめをいただいております。その上で、利用者からの希望があれば、一部説明を不要とすることも可能とするということでまとめいただいたところでございます。

それから、19 ページ目が書面の交付でございますけれども、提供条件の説明については、現行法においても、原則として書面で説明を行うこととなっておりますけれども、個別の契約内容については書面の交付が必須とされていないという状況がございますので、契約内容を記載した書面について、原則紙媒体で、利用者からの希望があれば電子媒体も可ということで、書面の交付を制度化することが適当という中間取りまとめをいただいております。

20 ページ目は広告表示でございますけれども、こちらについては、今回の景品表示法が

改正されたということで、事業所管大臣に対して調査権限の委任が可能になったことを踏まえ、総務省においても消費者庁と連携して景品表示法の執行をしっかりとやっていくという方向が適当だろうということで中間取りまとめをいただいたところでございます。

それから、21 ページ目以降が契約からの離脱ということで、取消し、クーリングオフ、解約、この3点について検討しております。

22 ページ目が取消しでございます。こちらについては、消費者契約法や特商法を踏まえて、重要事項に関する不実告知、不利益事実の不告知が行われた場合には、まず、そうした重要事項について明確化を図った上で、こうした行為を禁止するとともに、利用者が誤認して契約を行った場合には取消権を付与することが適当ということで中間取りまとめをいただいております。

また、契約の締結に至る動機に関する事項についても、不実告知を禁止するという一方で、それによって取消権を付与することが適当という中間取りまとめをいただいたところでございます。

23 ページ目がクーリングオフに関してでございます。こちらについては、訪問販売、電話勧誘販売等の契約意思が不安定な場合、それから、商品の複雑性等によって、商品のサービス内容を十分に理解しないまま契約に至るという特商法等におけるクーリングオフに加えて、実際に利用してみないとサービス品質が分からないという電気通信サービスの基本的特性を踏まえて、販売形態によらずにクーリングオフを導入することが適当という中間取りまとめをいただいたところでございます。

その具体的条件につきましては、24 ページ目でまとめさせていただいておりますけれども、何点かポイントといたしましては、まずは、工事が必要となるサービスについては、工事費の負担、あるいは原状復帰が必要であるということで、利用者、事業者、双方に費用負担が大きくなり得るということで、こちらについては異なる取扱いを検討することが適当ということでいただいております。

それから、③のクーリングオフ行使可能期間中のサービス利用の対価でございますけれども、クーリングオフ期間中にサービス利用の対価請求を一定程度認めることが適当という中間取りまとめをいただいております。これは電気通信サービスとして、例えば、海外への通話や、海外でのローミングのように大量に利用することが可能である側面がございますので、そうしたことを踏まえて、対価請求を一定程度認める。ただし、その請求範囲、条件については、また基準を明確化して定めることが適当という中間取りまとめをいただいております。

それから、④のクーリングオフに伴う端末の取扱いでございますけれども、基本的には、電気通信サービスの提供に係る契約のクーリングオフと、携帯端末・附属品等の物品の販売契約は区別することが適当であるということでございますけれども、サービスと提供が密接不可分な物品として、例えば、SIMロックがかかっている携帯端末が考えられますけれども、こうしたものについては、契約のクーリングオフに準じた取扱いを検討するこ

とが適当というふうにいただいております。

それから、クーリングオフの制限がございしますが、特化したルールではなくて、クーリングオフの適正な費用負担を含めた適切な制度設計によって対応するというので、必要に応じて権利の濫用の防止に係る措置を検討するという中間取りまとめをいただいたところでございます。

また、事業者による試用サービスの取扱いについては、サービス品質を試すという意味では、試用サービスを提供する可能性が事業者からも指摘があったところでございますけれども、こちらについては、まずは実効性がある試用サービスが事業者によって導入されるかどうかといったことを含めて、今後検討を行うということでまとめていただいたところでございます。

それから、25 ページ目が契約からの離脱のルール、解約でございしますが、これは、いわゆる期間拘束付の契約について、一律の契約解除料が発生するという点について、契約を解約することが実質的に制限されてしまうため、問題ではないかということが、研究会の中でも指摘があったところでございます。この中間取りまとめにおきましては、まずは利用者の契約意思が確認できるよう、自動更新の更新月についてのプッシュ型の通知について、現状では携帯各社、希望があった方のみメールで通知するとなっておりますけれども、プッシュ型通知をさらに改良して、できるだけ利用者が誤解がないように、しっかりと期間拘束つきプランについて認識していただけるような周知方法を改良の方法として捉えることが必要だろうという中間取りまとめをいただいております。また、期間拘束、自動更新付契約の解約の在り方そのものについては、引き続き本研究会におきまして情報収集を行って、事業者の対応も踏まえつつ検討するという中間取りまとめをいただいております。

それから、オプションサービスについては、契約当初に無料期間がついたものについて、無料期間終了後に自動継続されて課金がされるということで、それが苦情につながっているという部分がございます。こちらについては、基本的には自動継続ではなくて、一度契約を終了し、利用者の利用意思を確認する取組を推進していただくことが必要という中間取りまとめをいただいたところでございます。

26、27 ページが代理店関係でございますけれども、再勧誘の禁止、26 ページ目でございます。こちらについては、代理店による再勧誘の禁止を制度化することが適当という中間取りまとめをいただいております。基本的には、訪問販売、電話勧誘販売を念頭にということでございますけれども、再勧誘禁止の範囲としましては、下の図に参考でつけさせていただきます。下位の代理店、二次代理店（X）において再勧誘拒否があった場合には、その上位の代理店 B にも及びますし、また、その親元の事業者である A にも及ぶ。一方で、さらに A の別系列の代理店である C と D にも及ぶということで、事業者 A のもとでの代理店について、再勧誘禁止の効果を及ぼすことが適当という中間取りまとめをいただいたところでございます。

27 ページ目は代理店監督でございますけれども、こうした消費者保護ルールの導入とあわせて、そういったことを代理店にしっかりと守っていただくということで、数次にわたる代理店を把握した上で、適切に販売勧誘が行われるよう、監督体制を整備することが適当という中間取りまとめをいただいております。また、必要に応じて、代理店が委託契約を行った下位の代理店に対する監督についても制度化することが適当という中間取りまとめをいただいたところでございます。

28 ページ目が苦情・相談処理体制の在り方でございます。現在は電気通信分野において特化した第三者機関、苦情・紛争処理を行う機関は存在しておりませんが、ほかの業界の事例、あるいは海外においては電気通信サービスに特化したADR機関が設けられていることも踏まえまして、近年の苦情・相談が非常に増えていること、また、電気通信サービスの特性から、裁判による解決がなかなか困難である、あるいは早期に解決することが求められるといった特性を踏まえると、こうした第三者機関による苦情処理に取り組む方向で検討することが適当という中間取りまとめをいただいております。ただし、運営者や範囲、それから、手続費用等について、ADRに関する知見を有する方、または事業者団体等を含めて、より詳細な検討を行うことが適当ということで、さらに検討を深めていきたいと考えております。

それから、通信サービス料金、その他提供条件の在り方でございます。30 ページ目が販売奨励金等の在り方ございまして、特に昨年度末、3月ごろに新規獲得についての非常に過剰なキャッシュバックが代理店の間で行われるといった現象がございました。他社から乗りかえた場合に数万円のキャッシュバックが支払われる、家族全員乗りかえると数十万といった、行き過ぎともいえるキャッシュバックがございました。こちらについては、基本的には直接行政が規制するというのではなくて、端末のSIMロックの解除等、競争環境の整備を通じて適正化を促すことが適当ということでございますけれども、販売奨励金の状況について、携帯事業者に対して定期的な報告を求めること、さらに、利用者がキャッシュバックの条件を正確に把握できるようなことについて、事業者にとしっかりと説明を行うことが適当ということで中間取りまとめをいただいたところでございます。

31 ページ目は端末のSIMロックの解除でございます。こちらについては、2010年に総務省はSIMロック解除に関するガイドラインを策定して、事業者主体による取組の実施を求めたところでありますけれども、今は限定的な状況になっているということでございます。また、そうした端末による顧客困り込みは、高額なキャッシュバックや通信料金の高止まり等につながっているのではないかとということがございましたので、基本的には、SIMロックについて、少なくとも一定期間経過後は利用者の求めに応じて、迅速、容易かつ利用者負担なく解除に応じることが適当であること、それに伴ってSIMロック解除に関するガイドラインを改正して実効性を確保することを前提とした検討が必要であること、また、端末のアフターサービスについて、利用者への対応に当たる体制を明確化して、インターネット利用における青少年保護等も含めて課題の整理を行うことが適当とい

う中間取りまとめをいただいたところでございます。

最後は 32 ページ目、モバイルサービスの料金体系でございますけれども、利用者の利用実態に合った多様な料金サービスの導入を図ることが適当であろうという中間取りまとめをいただいております。その際には、利用者のデータ通信料の分布に応じた多様な料金プランということで、多段階の料金プラン、あるいは、その中でデータ通信料の平均値や分布を勘案することということでございます。

また、総務省においては、各事業者から利用者 1 人当たりのデータ通信料の分布や、それに対応した料金プランの設定状況について定期的な報告を求めることが適当という中間取りまとめをいただいております。

また、音声通話についても同様に、多様なサービス、料金プランについて検討を行われることが適当という中間取りまとめをいただいております。

中間取りまとめの概要は以上でございます。今後、秋に向けての最終的な研究会等でのということで、それを踏まえて必要な制度的対応、法改正ということについては、来年の通常国会を目指して作業を進めていきたいと考えております。報告は以上でございます。

○河上委員長 どうもありがとうございました。それでは、御質問、御意見のある方は発言をお願いいたします。いかがでしょうか。石戸谷委員、どうぞ。

○石戸谷委員長代理 御説明ありがとうございました。

大変充実したまとめだと思います。私としては高く評価したいと思います。特にすばらしいなと思うのは、検討の方法として、まず、消費者保護ルールの見直し・充実の前提として、電気通信サービスの特性というところをきちっと分析をした上で、それと苦情の実態を組み合わせ、その上で論点ごとの検討にそれを落とし込んで組み立てをしているというところだと思います。

えてして検討の場合に、法律間の、横並びで見て、でこぼこをどうするかといった議論になりがちなのですが、取引ないし商品の特性と、その苦情の実態というところをよく分析した上で、これでいきますと、説明義務の在り方、それから、契約関係の離脱がどうあるべきか、クーリングオフの適用対象をどうするかということであるとか、解約、再勧誘の禁止、代理店監督制度がどうあるべきかというところまで落とし込んでいって組み立てをしているというところが高く評価できると思います。

それに加えて、苦情・相談処理体制の在り方というところも、ルールの実効性の観点でこれを取り上げているというところで、私としては大変結構な内容だと思いますので、若干、これからまた詰めるところが中身的にあると見受けられますけれども、ぜひ詰め切っていて、立派な制度をつくっていただきたいと思います。

○河上委員長 ほかにはいかがでしょうか。夏目委員、どうぞ。

○夏目委員 御説明ありがとうございました。本当に今回の中間取りまとめでは、大きく消費者保護に踏み込んでいただいたことは、とても消費者としてうれしく思いますので、これからさらに中間取りまとめから進める段階におきましても後退することのないように取

り組んでいただければありがたいと思います。

特に電気通信サービスは、法律で余り縛ることなく、事業者たちが自主ルールを決めながら進めてきたという、ある意味では規制緩和を先取りしたような形の事業者であったと思いますので、そこはやはり余り縛らないでいくのがよろしいかと思うのですけれども、ただ、余りにサービスの内容や、また機器の開発等が猛スピードで進んだために、消費者、特に高齢者にとっては中身がわかりにくいというところが出てきている。全体として既に、情報の非対称性とか、交渉力の格差ということを課題として挙げていらっしゃると思いますが、今後は、やはりそこのところに配慮しながら、どうしたら利用者にとって、つまり消費者にとっていいサービスを提供できるかという観点で、総務省としては、電気通信サービスの事業者を指導するような形でいってほしいなということをお願いしたいと思います。以上でございます。今回の消費者保護について、私もとても高く評価しておりますので、頑張ってくださいなという気持ちです。

○河上委員長 ほかにはよろしいですか。岩田委員はよろしいですか。

○岩田委員 はい。

○河上委員長 もう絶賛の嵐であります。それでは、ほかに意見がないようですので、これまでと致します。本日、委員からも発言ありましたけれども、今回中間取りまとめの内容というのは、消費者トラブルの実態であるとか、委員会の提言に照らしても、しっかり対応していただいたということで、私からも心からお礼を申し上げたいと思います。その御努力を高く評価して、今後、これを強力に推進していただけることを期待しているところでございます。

そこで、今回の中間取りまとめに対して、委員の間でこれを拝見して、いろいろ意見交換もしまして、そこで出てきた意見を踏まえて、私からも一言申し上げたいと思います。ちょっと長い発言になってしまいますので、あらかじめ私のほうで書面を用意させていただきました。事務局から配付いただけますでしょうか。

(資料配付)

○河上委員長 追加いただいた書面を、せっかくですから読ませていただきます。

消費者委員会は、平成24年12月に公表した「電気通信事業者の販売勧誘方法の改善に関する提言」において、総務省に対し、代理店を含む電気通信事業者による自主基準等の遵守徹底を図るとともに、クーリングオフや自動更新の問題についても改善を促すこと、また、その改善状況の検証を行い、相談件数が明確な減少傾向になる等の一定の改善が見られない場合には、消費者が契約内容を十分理解して利用できる環境の実現を図るための法的措置を講じることを含め、必要な措置を検討し確実に実施することを求めました。

これを受けて、総務省の「利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会」提言した「スマートフォン安心安全強化戦略」では、スマートフォンサービス等の適正な提供に係る課題への対応として、平成25年9月に「CS適正化イニシアティブ」が盛り込まれ、同イニシアティブに基づき、電気通信サービス向上推進協議会、業界団体等

は自主的な取り組みを強化しているが、苦情・相談件数は平成 25 年度も増加しております。

同イニシアティブにおいては、「利用者からの苦情・相談の件数が高止まり傾向にあることからすれば、従来の延長線上にある自主的な取組だけでは足りず、電気通信事業法における消費者保護ルールを見直し、所要の規定を設ける等の制度提供な対応の検討に着手すべきである」という提言がなされておりました。

このような状況を受けて、総務省は、本年 2 月に「ICT サービス安心・安全研究会」を開催し、消費者保護ルールの見直し・充実等の直面する課題への対応について、ワーキンググループを設置し検討を重ね、本年 7 月 14 日に、研究会としての「中間取りまとめ」を公表したところです。

中間取りまとめは、消費者トラブルの実態や当委員会の提言に照らし、高く評価できる内容となっております。当委員会としては、総務省において、残された課題についての検討を遂げ、関係法令の改正案の策定を含む具体的な制度設計を行うことを期待し、ここに意見を述べることにいたします。

まず、「消費者保護ルールの見直し・充実について」でありますけれども、第 1 に「電気通信サービスの特性」についてでありまして、中間取りまとめは、消費者保護ルールの検討の前提として、電気通信サービスの基本的特性を的確に整理しております。こうした考え方及び示された基本的特性は、個別ルールの検討について重要な意味を持つものであると考えます。

「説明義務等の在り方」が 2 番目でして、中間取りまとめは、説明義務等の在り方の項目で、適合性の原則、書面交付等についてまとめています。説明義務については、説明の対象事項、説明の方法、説明の程度が重要であるところ、中間取りまとめは、契約内容をわかりやすく記載した書面の交付とオプションサービス等についても同一の書面に一覧性を持って記載する等の取り組みが適当であるとした上で、いわゆる適合性の原則を踏まえた説明を行わなければならないことを制度化することが適当であるとしておりまして、これは積極的に評価できる内容となっております。

3 番目、「契約関係からの離脱のルールの在り方」ですが、特定商取引法に関する法律は、電気通信事業法による消費者保護の施策を前提として、電気通信事業者の役務提供契約を適用除外としております。そして、特定商取引に関する法律は、消費者契約法上の重要事項に加え、「契約の締結を必要とする事情に関する事項」に係る不実告知を禁止し、その違反による消費者の誤認について消費者に取消権を付与しております。そこで、当委員会は提言で、電気通信事業法においても、特定商取引に関する法律と同等の規定整備がなされることを求めておりました。

中間取りまとめは、重要事項を可能な限り具体的に列挙し明確化した上で、動機に関する事項を含め、不実告知や不利益事実の不告知を禁止し、販売形態のいかんにかかわらず、違反の場合に顧客に対し取消権を付与することが適当であるとしております。

このような措置は、冒頭で整理した電気通信サービスの特性に応じた重要事項を明確化

し、違反があった場合に契約の取り消しを可能とする民事的効果を伴う実効的な法的措置を行うものでありまして、適切なものと評価できます。

「（４）クーリングオフ」。中間取りまとめは、電気通信サービスの基本的特性と苦情・相談の実情から、販売形態のいかんにかかわらず、クーリングオフを導入することが適当であるとしております。これは、サービスの品質等を契約締結時に完全に理解することには一定の限界がある等の電気通信サービスの基本的特性の整理を踏まえたものであり、適切なものと評価できます。

クーリングオフ制度の導入に当たっては、今後の検討課題とされている点、すなわちサービス利用時の利用料や端末・その附属品、オプションサービスの取扱い等における公平な費用負担、また、工事費や原状復帰の費用負担の扱いなどについても検討を行う必要があります。その際には、クーリングオフ制度の導入の趣旨に照らして妥当な負担方法を明確化することが求められるかと思えます。

なお、クーリングオフ権の濫用防止については、正当な権利行使が妨げられないよう、十分に配慮して慎重に検討していただきたいと考えます。

「（５）解約」。中間取りまとめは、期間拘束や自動更新付契約について、利用者の経済的合理性ある判断に資するような情報提供や、利用者が契約内容を十分に理解できるような環境整備が必要不可欠であるとしつつ、引き続き検討を行うとしております。

当委員会は、提言において、消費者の理解が不十分な状況が続く場合には、長期間にわたって契約関係を継続させる契約形態の妥当性について再検討を求めました。今後、この趣旨を踏まえた検討が推し進められることを期待しております。

「再勧誘禁止・代理店監督制度」についてですが、中間取りまとめは、再勧誘禁止や代理店に対する監督制度を設けることが適当であるとしております。当委員会としても、利用者利益の保護や電気通信分野における消費者保護規定の実効性を確保するために、再勧誘禁止や代理店に対する監督制度の創設は不可欠であると考えておりまして、この方針を評価したいと思えます。

「（７）苦情・相談処理体制の在り方」。中間取りまとめは、第三者機関におけるADRの導入等に取り組む方向を盛り込み、紛争解決の実効性を図るためには金融商品取引法等を参考に、事業者に対する第三者機関との契約締結義務や片面的受諾義務等の導入等も含め、より詳細に検討することが適当であるとしています。

電気通信サービスに係る事業者と消費者の紛争は少額であることが多く、手続費用や解決期間の点から消費者が泣き寝入りしやすいため、専門的知見を活用した簡易迅速な解決が期待される分野であります。ADRは、消費者問題において各分野で整備が進められており、電気通信サービスの分野においも、契約の取消し等のような民事的効果を伴う法的措置が導入された場合に、その実効性を確保する意味でも、簡易迅速な苦情・紛争の解決制度を整備する意義は大きいと考えられます。導入に向けて、早期に検討を行うことを期待したいと思えます。

「3. 通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等」ですが、中間取りまとめでは、電気通信サービスの基本的特性として、「電気通信サービスは広く国民が利用するサービスであり、日常生活に不可欠なサービスとなっている」と書かれております。

そして、販売奨励金等の適正化や利用実態に合った多様な料金プランの導入等の推進が適当であるとするとともに、販売奨励金等の状況やモバイルサービスの料金プラン等について、定期的な報告を求める等、総務省による把握が適当としています。当委員会としても、利用者の利用実態やニーズに合わせた利用しやすい料金になることが望ましいものと考えております。今後、総務省において、把握した結果に基づいて、必要に応じて情報開示や消費者の意見を聴取するといった機会を設けることを含めて、検討が進められることを期待したいと思います。

私のほうであらかじめ用意していた文章は以上でありまして、今、議論出ましたが、皆さん、大体、似たような趣旨で、重なっていたかと思えます。実は、きょう出なかった意見の中で、SIMロック解除の問題が中間取りまとめの中にはあって、これをどういうふうに考えるか、さらに推進していったらどうかという取りまとめがございます。この点についてもいろいろ委員の間で話が出たのですけれども、今のところ、これについて、どういうふうに考えていったらいいかまとまった提言を作ることができませんでした。そこで、この点については触れておりません。けれども、全体として見ると、非常によくできた報告書で、ぜひこれを今後、強力で推進していただければありがたいと考えているところでございます。

総務省におかれましては、お忙しい中、審議に御協力をいただきまして、まことにありがとうございました。

(総務省松井電気通信利用者情報政策室長退室)

○河上委員長 さて、次の議題は「改正景品表示法に係る指針について」であります。

消費者庁にお越しいただいて、この指針について説明をいただくことを予定しております。いましばらくお待ちください。

○高橋委員 委員長、済みません。先ほどは時間枠の関係で発言しなかったのですけれども、SIMロックのことを最後に触れていただきましたので、SIMロック解除の検討を総務省の委員としてやっていた経緯もありますので、一言よろしいでしょうか。

○河上委員長 お願いします。

○高橋委員 電気通信産業は、昔は電力、上下水道と同じように規制分野だったのですけれども、光ファイバーとか、ケーブルとか、さまざまな情報通信技術の発展により、競争市場に移行しようという考え方で、2006年からは事実上、携帯に関しては料金規制が全面的に撤廃されています。そのときに総務省のほうで、さらに競争を促進するためには、端末と通信が一緒になっている今の競争状態はいびつなので、それを変えていこうということを検討し始めました。それが資料の31ページあたりにあるSIMロック解除、それと関係するのが、その前のページの販売奨励金ということになります。

2010年のSIMロック解除で、自主的な競争がもっと進んでいくことを期待したのですが、消費者にメリットのある競争になったかと言えば、せっかくナンバーポータビリティ制度もつくったのに、乗りかえるインセンティブに販売奨励金がからみ、今日の消費者問題を招いたと思っています。2010年にSIMロック解除を進めるべくガイドラインもつくったけれども、実際に進まなかったという現状があります。

それで、今回の中間取りまとめでは、義務化に近いものを取り込もうとしているわけですが、私たちとしても、そこのところをよく議論したい。ここ数年間の実態に基づいてSIMロック解除の議論が今後進むことを、私は元情報通信審議会の委員として期待しています。

○河上委員長 どうもありがとうございました。

他方で、SIMロックを解除してしまった途端に、端末を持った当事者が自由に移動してしまうと。そうすると、本人確認のところでは手続がずさんになると、非常に問題が複雑化する可能性もあるという問題もあるので、その辺も含めて、もうちょっと議論しないといけないなということだろうと思います。どうもありがとうございました。

(消費者庁真淵表示対策課長・消費者庁表示対策課担当者入室)

《 4. 改正景品表示法に係る指針について 》

○河上委員長 それでは、次の議題は「改正景品表示法に係る指針について」であります。

消費者庁におかれましては、お忙しいところを御出席いただきましてありがとうございます。

先般、6月9日に成立しました改正景品表示法の第7条第2項に、事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置に関して指針を定めることとなっており、同条3項に、指針を定めようとするときは、消費者委員会の意見を聞かなければならないという規定ぶりになっております。

本日は、消費者庁において策定された指針案について御説明をいただきまして、その後、若干の意見交換を行いたいと考えております。説明は10分程度でお願いいたします。よろしく申し上げます。

○消費者庁真淵表示対策課長 消費者庁で表示対策課長をしております真淵と申します。本日はよろしく申し上げます。

お手元の資料で、右上に資料3と書いてございます資料に基づいて御説明をさせていただきます。

今、委員長からお話がありましたとおり、私どもで指針の案をつくって御意見を伺うという趣旨でございます。お手元の資料を1枚めくっていただきますと、右上に別紙と書いてある資料が出てまいります。基本的にはこれが指針の本体でございまして、この別紙という資料に基づいてお話を続けさせていただきます。

まず、今回のこの指針の構成ですけれども、別紙の1ページから5ページまでが指針の本文でございます。5ページをめくっていただきますと、右上に別添と書いてある資料がついておりますけれども、これが具体的な事例の部分でございます、この指針本文と具体的な事例の2部構成になっております。

別紙に戻っていただきますけれども、指針の基本的な考え方を第2のところ書いております。ポイントだけ申し上げますと、まず、改正景表法で求められている必要な措置が求められる事業者といたしましては、景品類を提供したり、自己の供給する商品、サービスについて、一般消費者向け表示をする事業者に対して必要な措置を講じることを求めることになっております。

2点目ですけれども、事業者の規模、業態等に応じた措置を講ずることと、ここに書いております。

3つ目といたしまして、先ほど申し上げた別添の指針の事例がございますけれども、こちらのほうは、事業者の理解を助けるための必要な措置の例であるということが1ページから2ページのところに書かれております。

続いて、第3の「用語の説明」というところでございます。改正景表法の第7条第1項に規定しております必要な措置というのは、景表法を事業者が遵守するために必要な措置を包括的に表現したものでございまして、第7条第1項の法律の本文そのものに書かれております体制の整備というのは、事業者が講ずべき必要な措置の一例だという考え方でございます。

続いて、2のところでございますけれども、景表法8条の2の第1項によりますと、事業者が正当な理由なく第7条1項の規定に基づき、事業者が講ずべき措置を講じていないと認めるときには、内閣総理大臣が勧告をすることができるという規定になっておりまして、その正当な理由につきまして、ここで考え方を明らかにしております。正当な理由とは、専ら一般消費者の利益の保護の見地から判断されるものであって、必要な措置を講じないことが一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがないことを言うということでございます。

続いて、第4ですけれども、「事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の内容」でございまして、1から7までの事項を実行するための具体的な措置を講ずる必要があるということで、7つの項目に分けて考え方を書いております。

3ページにまいります。ここから7つ出てまいりますけれども、まず1つ目が「景品表示法の周知・啓発」ということで、事業者が不当表示等の防止のため、表示等に関係している関係役員、関係従業員に景品表示法を周知・啓発することでございます。

2つ目として「法令遵守の方針等の明確化」ということで、不当表示防止のため、景表法を含む法令遵守の方針や、法令遵守のためにとるべき手順等を明確化することでございます。

3点目といたしまして「表示等に関する情報の確認」ということで、景品類を提供しよ

うとする場合には、違法とならない景品類の価格の最高額、総額、種類、提供の方法等を確認すること、表示を行う場合には、その表示の根拠となる情報を確認することです。この「確認」がなされたと言えるかどうかというのは、個別具体的に判断されることとなるということで、若干例示のようなことが書いてございます。小売業者が、事業者が当然把握している範囲の情報を表示の内容等に応じて適切に確認することは通常求められるということですが、全ての場合について、商品の流過程を遡って調査を行うことですか、商品の鑑定、検査などを行うことまでを求めるものではないといった考え方をここで示しております。

続いて4ページにまいりまして、4点目の事項でございます。「表示等に関する情報の共有」ということで、事業者がその規模に応じて、先ほど3で確認した情報を各組織部門において共有する仕組みを構築することです。

続いて5番目、「表示等を管理するための担当者等を定めること」ということで、ここでは表示等管理担当者という言葉が当ててはありますが、こういうものをあらかじめ定めるということで、以下のような条件を満たしていただくということです。

1つ目が、表示等管理担当者が実際の表示等に関して、その権限を有していること。

2つ目が、表示管理担当者が複数存在する場合には、それぞれの権限・所掌が明確であること。

3つ目として、景表法の研修会に参加するなど、表示等管理担当者が景表法に関する一定の知識の習得に努めていること。

4つ目として、その管理担当者を社内において周知する方法が確立していることといった条件を満たしていただく管理担当者を定めてもらうということです。

続いて、6点目の項目として「表示等の根拠となる情報を事後的に確認するために必要な措置を採ること」ということで、先ほど3で確認された表示等に関する情報を事後的に確認するために、資料の保管等、必要な措置をとってもらうということです。

最後、7点目ですが、「不当表示等が明らかになった場合における迅速かつ適切な対応」ということで、景表法違反となるおそれがある事案が発生したような場合、その事案に対処するため、次の措置を講じるということで、迅速かつ正確にその事実関係を確認すること、事実関係を確認するとともに、一般消費者の誤認排除を迅速、適正に行うこと、再発防止に向けた措置を講じるという対応をしていただくということです。

これが指針の主な内容でございます。その次のところにある別添というのは、今、申しました1から7の項目事項に関しましての具体的な事例を整理をしたものでございます。

最後に、この指針につきましての今後のスケジュールでございますけれども、資料3と書いてあった冒頭の資料に戻っていただきまして、2ページ目でございます。第3というところに「今後の予定」を書いておられますけれども、この指針の案につきましては、8月中にパブリックコメントに付しまして、各省の協議、あと、消費者委員会から再度御意見をいただいた上で、最終的には、12月1日が改正法の施行ですので、11月の上旬には官報

に公示できるように作業を進めてまいりたいと考えております。私からの説明は以上でございます。

○河上委員長 どうもありがとうございました。

それでは、御質問、御意見のある方は発言をお願いします。どうぞ。

○石戸谷委員長代理 ありがとうございます。

確認ですけれども、これは新設の条文として、国会でもいろいろ質疑があったところで、7条は読みようによっては優良誤認しか入らないのではないかとか、いや、そうではなくて全部入るのだとか、いろいろその辺のやりとりがあって、全部入るのであるということ、指針においてその趣旨は明らかにするというやりとりがあったかと思うのですけれども、それ自体を特に書いているわけではないのですが、中身を見ると、4条が全部入っている上に、3条の点にも言及しているので、要するにトータルであるということをつくっているということによろしいですね。

○消費者庁真淵表示対策課長 そのように御理解いただいて結構でございます。

○河上委員長 ほかにはいかがですか。齋藤委員、どうぞ。

○齋藤委員 私はこれを読んで、詳しくは読んでいませんが、これを周知徹底するとしたら、文字の数が多というのが第一印象です。中小・零細事業者のトップがこれを頭に入れないと、実施していただけないわけです。そのための工夫がよほどなされないといけない。現場に定着するどころか、受け入れられないと思います。そのための工夫をぜひしていただきたい。年末にこれが成文としてまとまったら、その段階でそういうものを工夫されるつもりかもしれませんが、パブリックコメントの意見の中などに、そのような要請が出てくる可能性があります。十分留意して、事前にそういうものを準備しながらパブリックコメントを求めるべきだと思います。

その際に、相談窓口の話が出てくると私は予想するのです。2つの意味の相談窓口があり得ます。一つは、これを実際に実施するにはどうやったらいいのか指導して欲しいというもの、もう一つは、これを実際に事業者の中で制定して運用し出したときに、具体的な案件でどこに相談したらいいのかというもの。これを同時に示さないと、なかなか浸透しないと思います。

それから、別紙の1ページ目の2の下から2段目のところですが、**「事業者の組織が大規模かつ複雑になれば、不当表示等を未然に防止するために、より多くの措置が必要となることに留意しなければならない。」**というところには違和感があります。管理の方法は事業者によってさまざまで、規模が大きいから多くの管理をしているとは限りません。また、多くの管理をするところがいい成果を上げているとも限りません。シンプルな管理をするところがいい業績を上げることもあります。このまま公表されるのかもしれませんが、恐らく消費者庁が言いたいのは、不当表示等を未然に防止するために効果的に機能する措置が必要であるというような趣旨だろうと思うので、直せるのであれば、そういうふう直したらどうかと思います。複雑怪奇な管理方法が必ずしもいいとは限らないと

いうことは、私もいろいろな場面で実感しております。ぜひ、この辺、配慮していただければと思います。

○河上委員長 何かございますか。どうぞ。

○消費者庁真淵表示対策課長 今回の御指摘、3点ほどあったかと思いますが、まず、文字ばかりでわかりにくいのではないかということですが、この点につきましては、俗に言うポンチ絵みたいなものを用意をして、普及啓発の際には活用していきたいと考えております。

それと、相談窓口ということですが、こういう指針を出しますと、事業者の方から、具体的にどうしたらいいのかという御相談をいただくのは当然想定されますので、相談窓口についてもあわせて普及啓発を図っていきたくて思っております。

○消費者庁表示対策課担当者 最後の、複雑、事業規模が大きかったりという点についてなのですけれども、2のところについては、一般的には、とりわけ工程が何部門にも分かれていたりですとか、そういった場合には、単純な、一番比較の対象にすれば、1人の人が事業をやっている場合に比べると、より段階を踏んだチェックの体制とかも必要になるのではなかろうかということに記載させていただいておりますので、場合によってはシンプルな体制というものも否定しているものではありませんので、そういった御理解をしていただければと思います。

○河上委員長 よろしいですか。

○齋藤委員 理解はしにくいです。恐らくパブコメを受けた後、変わるのではないかと思っています。

○河上委員長 夏目委員。

○夏目委員 ただいま課長からの御説明の中にもございましたけれども、3ページの3の「表示等に関する情報の確認」で、確認がされたかどうかは個別具体的に判断されるというところが非常に微妙なところで、これはよほどガイドライン等できちっとお示ししていないと、どこが景表法に引っかかり、どこが景表法から外れるのかというところを、これは事業者には義務づけられている措置なのですけれども、やはり事業者を違反させないようにするための、先ほどおっしゃったような相談窓口といいますか、そういう方たちがいかに表示を適正にするかというところの窓口を広くとっていただいて、ぜひ、事業者側への措置だけではなくて、指導も十分にさせていただいて、できるだけ事業者には罪を犯させないみたいな方向性を示していただければいいなと願うわけでございます。これが発端になった例の食品の偽装表示の場合も、事業者は景表法のガイドラインがわかりにくいということを盛んにおっしゃってましたので、法律ができて、それが理解されるような形で事業者に対して普及啓発をしていかないと、実効性のあるものにならないと思いますので、ぜひ、そういう面での消費者庁としての指導とか、御努力もお願いしたいと思っております。以上でございます。

○河上委員長 ただ今の点について、何かお答えになりますか。

○消費者庁真淵表示対策課長 御指摘を踏まえて普及啓発に努めてまいりたいと思います。

○河上委員長 ほかにはいかがですか。高橋委員。

○高橋委員 別添の「事業者が講ずべき表示等の管理上の措置の具体的事例」についてです。この事例は、事業者にこういうやり方がありますよということを例として示していると思うのです。大体はわかりやすいのですが、最初の「景品表示法の周知・啓発の例」の1つ目と2つ目のポツについては、どういうことをおっしゃっているのかが私には理解できません。3つ目からは景品表示法に関していろいろ書いてあるのですが、前の部分では「朝礼・終礼において、関係従業員等に対し、表示等に関する社内外からの問合せ及びそれに対する対応・考え方を周知すること。」と書いてあります。これはどういうことを想定しておっしゃっているのでしょうか。社外というのが入っているので、トラブル対応とか、再発防止のときの対応のようにも見えるのですが、表示法の周知啓発として、具体的に何をしたらいいのかがよくわからなかったのですが、お教え願えますか。

○消費者庁表示対策課担当者 確かに社内及び社外からというものを含めて書かせていただいているので、「景品表示法の周知・啓発という例」にそぐわないように読まれてしまうかもしれないのですが、例えば、社外からも、自社が販売している商品等に関して質問等があったような場合に対して、景品表示法を踏まえた上で、即座に回答できるかどうかは別としてですけれども、回答できるような周知ですとか、考え方ですとかを社内に伝えておくことによって、対応ができるのではないかとというところで、一応、記載させていただいていると。ただ、確かに社外からということを含めてしまうと少しわかりにくいかもしれませんが、一応、そういったところを考えているところであります。

○高橋委員 そうですか。ありがとうございます。具体例として私には理解ができなかったのですが、これは後ろのほうにあるセールストークについてであったら少し理解できると思います。いきなり表示法の周知・啓発のところに入れる場合は、表現ぶりを工夫していただけたらと思いました。

○河上委員長 ほかにはいかがでしょうか。よろしいですか。

景表法のときなどもそうだったのですけれども、事業者の方と話をしていると、どういうふうにやったら正当な措置と言ってもらえるのか、著しく有利だとか、そうでないかという実質的な判断基準はどういうところにあるのだろうかというあたりについて、具体的なスタンダードを示してもらえるとありがたいということをしきりにおっしゃっていた。ただ、これは中身の問題ではなくて、どちらかというところと体制のところですね。

○消費者庁真淵表示対策課長 おっしゃるとおりでございます。本年6月に成立した景表法改正は、法律の実体規定を改めるのではなく事業者の方に体制整備を含めた必要な措置を、景表法違反が起きないようにとっていただくというところの話でございます。

○河上委員長 ですから、その意味では、これの役割はかなり限定された役割なので、あるいは業界の方が期待しているものは、もうちょっと具体的な、内容に踏み込んだところのスタンダードを明らかにしてほしいということだったのかなという気がしますので、そ

の辺もまた御検討いただければありがたいと思います。窓口をつくって、相談があったときにきちんと対応できるようにしておくというのは確かに大事なことだと思うのですが、業界内部での自力努力も期待される場所ですね。

ほかによろしいですか。それでは、本日、委員から出ました意見や、今後のパブリックコメントなども踏まえて、さらに修正をされるのだろうと思いますけれども、後日、改めて修正した原案の形で説明をいただいて、恐らくそれに対して消費者委員会として正式にお答えをするという段取りになろうかと思しますので、またそのときによろしくお願ひしたいと思います。

消費者庁におかれましては、お忙しい中、審議に御協力いただきましてありがとうございました。

本日の議題は以上になります。

《 5 . 閉 会 》

○河上委員長 最後に、事務局から今後の予定について説明をお願いします。

○大貫参事官 次回の本会議の日程、議題については、決まり次第、委員会ホームページ等を通じてお知らせいたします。

なお、この後、委員間打ち合わせを開催しますので、委員の皆様におかれましては、委員室のほうに御移動いただくようお願いいたします。

○河上委員長 それでは、これで閉会致します。