

平成 23 年 3 月 31 日

消費者集合訴訟制度に関するアンケート調査（概況）について

経営法友会
消費者法制研究会

1. 目的：

平成 22 年 9 月に消費者庁から「集团的消費者被害救済制度研究会報告書」（以下、「報告書」という）が公表され、パブリック・コメントに付された。これを受けて、経営法友会（【参考資料 2 - 2】参照）では、同年 10 月 15 日に、「『集团的消費者被害救済制度』に関する意見」（【参考資料 2 - 3】参照）を消費者庁に提出し、その後も消費者法制研究会を立ち上げ、同制度について研究を続けている。

消費者集合訴訟制度の導入については、現在、消費者委員会の集团的消費者被害救済制度専門調査会において議論が重ねられている。

消費者法制研究会では、専門調査会での議論を注視しながら、消費者集合訴訟制度が企業に与える影響等の整理・研究を行っており、この整理・研究にあたっては、企業活動の実態を踏まえる必要があることから、会員企業に対してアンケート調査を行った。

2. 調査方法：

平成 23 年 2 月 25 日～3 月 11 日

アンケート票（【参考資料 2 - 4】参照）を WEB ページに掲載し、専用ファイルで回答後メールを送信する方式で実施

3. 回答状況：（回答の集計結果については、【参考資料 2 - 5】参照）

発送件数 1,031 社

回答数 238 社（「B to C」事業のある会社 140 社、〔Q. 2〕）

回収率 23.1%

140 社の業種内訳

製造業 63 社（45.0%）、卸売業 10 社（7.1%）、小売業 12 社（8.6%）、サービス業 25 社（17.9%）、

金融業 13 社（9.3%）、その他 17 社（12.1%）

企業規模や業種による分析は反映されておらず、今後特に中小企業に対する影響等に関しても分析を行う予定である。

4. 分析概況：

消費者集合訴訟制度の認知度（238 社の回答結果〔Q. 5〕）

消費者集合訴訟制度の認知度については「ほとんど、または全く知らなかった」が 59 社（24.8%）と、回答会員企業の約 4 分の 1 が消費者集合訴訟制度を認知していない結果となった。

なお、「ある程度知っているが、対応や対策までは検討していない」が 152 社（63.9%）と最も多かったが、これは自由回答欄での「検討内容は理解しているが、最終的な制度内容が不明確な現状においては具体的な影響等を検討することは難しく、引き続き議論の動向を注視していきたい。」との指摘に代表されるように、消費者集合訴訟制度の具体的な設計が固まっていないことによるものと推測される。

消費者被害の未然対応策（140 社の回答結果〔Q. 6〕）

「『お客様相談』等、問い合わせの担当者や担当部署の設置」が 116 社（82.9%）、「『お客様』からの寄せられた声（意見含む）の現場（生産部門、営業部門等）への迅速なフィードバック（社内での情報共有）」が 103 社（73.6%）、「『お客様対応』を重視した日常的な従業員（社員等）教育」が 92 社（65.7%）となっており、大半の回答会員企業が消費者からの問い合わせ担当（部門）の設置、お客様からの声のフィードバック、従業員教育等、消費者被害を未然に防ぐための対応策を実施していることが判明した。

以上のアンケート結果及び140社中120社(85.7%)が、法的には義務や責任が必ずしも明らかでない場合にも、消費者の要望に応じて自主的に消費者からの苦情等を解決しているという次のアンケート結果から、消費者集合訴訟制度の導入の前提である救済されない多数の消費者被害が実際に起きる環境がありうるというデータは得られなかった。

消費者からの苦情等への対応(140社の回答結果〔Q.7、Q.9～Q.11〕)

消費者からご指摘(苦情・クレーム等)を「受けたことがよく(頻繁に)ある」または「受けたことが稀にある」と回答した会員企業は、合計136社(97.1%)と、ほぼすべての回答会員企業が消費者から苦情等を受けていることが判明した。そして、120社(85.7%)が、法的には義務や責任が必ずしも明らかでない場合にも、消費者の要望に応じて自主的に消費者からの苦情等を解決していると回答している。現在においても、多くの企業が顧客第一の視点から最大限の努力をしていることがうかがえた。

この120社の内、47社(39.2%)が、消費者集合訴訟制度の導入により、法的義務や責任が明らかでない事案への対応を「慎重もしくは消極的にならざるを得ない」とし、36社(30.0%)が、現時点では「わからない」と回答した。そして、これらの理由としては「消費者の個別事情を考慮した自主的対応の結果が、事情の異なる不特定多数の消費者に適用されるおそれがある」(56社(67.5%))という点が最も懸念されていることが判明した。

一方で、自由回答欄では、消費者集合訴訟制度が導入されると、「悪質なクレーマーによる企業恐喝のネタに使われる」、「クレームが訴訟に発展しないように、今まで以上に積極的にお客様対応をする必要があり、過大なコスト増となるおそれがある(お客様からは集合訴訟をチラつかせられ、結果として必要以上の対応を強いられるおそれがある)」と消費者集合訴訟制度が脅し的手段として利用されるおそれがあり、脅しに屈する形で必要以上の対応をせざるを得なくなるとの指摘もあった。

消費者集合訴訟制度の導入についての懸念事項(140社の回答結果〔Q.12〕)

消費者集合訴訟制度の導入についての懸念事項についての質問への回答の選択肢は11個用意し、各会員企業で3つ選択してもらうという形式にした。104社(74.3%)が「濫用的な賠償請求をされるおそれがある」と回答し、「これまでのように自主的な問題解決や対応・対策を行いにいくなくなる」(43社(30.7%))がこれに続く。さらに、「些細なミスから莫大な損害賠償額となり会社の存立の危機につながるおそれがある」(38社(27.1%))、「制度内容がよくわからない」(36社(25.7%))、「消費者とまじめな企業の実態を理解しない制度になるおそれがある」(34社(24.3%))、「米国のような訴訟社会になるおそれがある」(31社(22.1%))、「訴訟を回避する対応体制、または訴訟になった場合の社内の体制整備のための費用・人員がまかなえない」(26社(18.6%))、「対策に関する大幅な費用増が必要となり企業の国際競争力をそぐ」(21社(15.0%))との回答があった。

自由記載欄においては、に記載のような消費者集合訴訟制度が脅し的手段として利用されるおそれや、「グレーゾーン金利対応パブルが去り、次なる弁護士の稼ぎ口として、また現在の弁護士資格者の就業状況を大きく改善する可能性があることから、不特定多数の消費者を相手に薄く広く商売をする企業にとっては、非常にリスクの高い状況が生まれる可能性がある」といった懸念が指摘されている。

消費者集合訴訟制度が導入された場合の準備対応(140社の回答結果〔Q.13、Q.14〕)

「商品、サービスや業務プロセス等について」は「現状の商品表示等の検証・変更が必要となり必要に応じて実行することになる」または「現状の商品表示の検証・変更が必要だが対応可能かわからない」との回答が合計90社(64.3%)、また、「特別な訴訟対応準備等について」も、「特別な訴訟対応準備が必要となり必要に応じて実行することになる」または「特別な訴訟対応準備が必要と考えるが対応可能かわからない」との回答が合計83社(59.3%)と、大半の回答会員企業が消費者集合訴訟制度が導入された場合には、現状の商品表示等の検証・変更や訴訟対応準備が必要とした。

この結果と、自由回答欄における「足元の日本経済環境下において、企業に訴訟コスト、係争予防コストの著しい増大を招くおそれのある本制度の導入は適当とは思われない」といった回答や、「消費者集合訴訟制度の導入についての懸念事項」(上記の質問)において、「対策に関する大幅な費用増が必要となり企業の国際競争力をそぐ」と回答した会員企業が、

21 社（15.0%）存在している点等をあわせて鑑みると、消費者集合訴訟制度が導入された場合の大幅な費用増を含んだコスト増の懸念があることは解決すべき課題といえる。

5 . おわりに :

以上の分析は平成23年3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震以前に実施したアンケートに基づくものである。この地震により企業を取り巻く状況は大きく変化したため、今後もアンケートを実施することを検討している。

消費者集合訴訟制度は、消費者のみならず、中小企業を中心とした多数の事業者に大きな影響を与えるものであることから、その導入の検討にあたっては、今後、制度の一方の当事者となる事業者も含めた関係者から幅広く意見等を聴取し、各界から指摘される懸念について精緻な議論がなされるべきであると考えます。

以 上