

2017/11/15

適格消費者団体 NPO 法人京都消費者契約ネットワーク (Kyoto Consumer Contract Network, KCCN) 理事長 野々山宏, 事務局長 長野浩三

1 KCCN の概要

京都を中心として、消費者、消費者団体、消費生活相談員、学者、司法書士、弁護士ら約110名で構成するネットワーク組織。2007年12月に、全国で4番目の適格消費者団体として内閣総理大臣より認定された。

KCCNは、全国の適格消費者団体の中で一番多くの差止訴訟を行っている団体で、地元の京都新聞で「全国で最も「戦闘的」といわれる適格消費者団体」として紹介されたこともある。

2 KCCN の差止請求活動

①クロレラチラシ配布差止等請求事件

KCCNは、サン・クロレラ販売株式会社（以下、「サン・クロレラ社」という。）に対し、景表法、消契法に基づき、日刊新聞紙に折り込んだチラシの配布を差止めること等を請求する訴訟を京都地裁に提起。

サン・クロレラ社は、「日本クロレラ療法研究会」の名称を用いて、クロレラやアガリクスにつきガンなどに効くなどと宣伝をする新聞折り込み広告を配布。2015年1月、京都地裁で全面勝訴の判決（京都地判平成27年1月21日判例時報2267号83頁、金判1467号54頁）。控訴審で、大阪高裁は、2016年2月、既にチラシの配布をやめていること、消契法の「勧誘」にはチラシは含まれないことなどを理由に原判決を取り消し、当団体の請求を棄却した。（大阪高判平成28年2月25日金商1490号34頁）。最判平成29年1月24日民集71巻1号1頁は消契法4条、12条の「勧誘」要件につき、チラシ広告が事業者等による働きかけが不特定多数の消費者に向けられたものであったとしても、そのことから直ちにその働きかけが「勧誘」に当たらないということとはできないと判示した。この判断は消費者庁の解説を否定するもので画期的。その後消費者庁は解説を改訂した。

②インターネット接続サービス契約解約料条項使用差止請求事件

インターネット接続サービスの約款では、インターネット契約について2年の最低利用期間を定め、最低利用期間内に解約があったときは、当該サービスの残余期間分の利用料金の全額を徴収する旨の条項について差止判決を獲得（京都地判平成28年12月9日KCCNホームページ掲載）。

③健康食品お試し価格表示差止請求事件

2017年1月、KCCNは、インターネット通販で健康食品の「お試し」商法を展開していた事業者に対し、ホームページ上の表示の差止めを求めて京都地裁に提訴。

事業者は、ウェブサイト上の「980円」の表示自体を削除したため、和解で解決。

④冠婚葬祭互助会の解約金条項使用差止請求事件

冠婚葬祭互助会契約の中途解約料について一部を無効とし、差止を認めた高裁判決を獲得（大阪高判平成25年1月25日判時2187号30頁。原審京都地判平成23年12月13日判時2140号42頁。）。同種の契約件数は全国で2000万件以上といわれる。

⑤その他

結婚式場の解約金条項使用差止請求事件、携帯電話の解約料条項使用差止請求事件、マンション賃貸借契約の「定額補修分担金条項」使用差止請求事件、「敷引条項」使用差止請求事件、更新料条項使用差止請求事件、未公開株勧誘差止請求事件にも取り組んだ。

3 KCCNの最近の意見書等

- ①平成29年（2017年）8月25日消費者契約法の見直しに関する意見
- ②2017年（平成29年）4月28日地方消費者行政の一層の充実・強化を求める意見書
- ③平成29年（2017年）2月22日消費者契約法9条1号の改正を求める意見書
- ④2016年（平成28年）10月18日民法の成年年齢の引下げに関する意見書
- ⑤2016年1月14日特定商取引法改正の答申に対する意見
- ⑥2016年1月14日内閣府消費者委員会消費者契約法専門調査会「報告書」（平成27年12月）及び内閣府消費者委員会「消費者契約法の規律の在り方についての答申」に対する意見
- ⑦2015年11月25日消費者庁・国民生活センターの地方移転に反対する意見書
その他についてはKCCNウェブサイト（<http://kccn.jp/ikenshoyoubou1.html>）参照

4 工程表に対する意見その1

- ①不当な表示に係る事案に対する景品表示法の厳正な執行【消費者庁】について

KCCNでは、健康食品などについて、安い価格を表示し、複数回でのより高額な購入を条件とする、いわゆる「お試し」商法について景表法に基づく差止請求をしているが、これについては即時に措置命令を含む厳しい対応が必要である（声明参照）。

KCCNでは水素水についてアフィリエイトサイトでの医薬品的効能を表示し、商品購入へと誘導する表示について差止請求しているが、これについても即時に措置命令を含む厳しい対応が必要である（措置命令要請書参照）。

これらについては消費者庁において十分な対応がなされているとは言い難いと評価している。

- ②適格消費者団体及び特定適格消費者団体に対する支援の在り方の検討【消費者庁】について

適格消費者団体、特定適格消費者団体は財政的に極めて困難な状況にある。KCCN

の年間予算は百万円強程度であり、活動は弁護士、司法書士、消費生活に関する専門家等のボランティアに支えられているのが現状。財政的な支援の検討は国会の付帯決議等でもなされてきたが、いつまでもこのような状況での活動が続かないことは明らかであり、即時の即効的な財政支援策の策定が必要である。

情報面での支援策として PIO-NET 端末の公費負担での適格消費者団体への設置がなされるべきである。

適格消費者団体、特定適格消費者団体の認知度は低く、これを早急にあげる施策も必要である。

③消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律（消費者裁判手続特例法）の円滑な施行について

そもそも、同法の対象となる請求権は、事案によっては定型的な算定が可能な慰謝料（個人情報漏洩事案など）、有価証券報告書の虚偽記載事案などが含まれておらず、また手続も煩瑣で使い勝手が極めて悪いため、早急な制度の見直しが必要。さらには、人身損害についての請求権も対象とすべきである。

特定適格消費者団体への支援策としての国センによる立担保に関する立法がされているが、迅速かつ特定適格消費者団体に過度な負担がかかってその活用を躊躇することのないような運用が必要である。

④地方消費者行政の充実・強化に向けた地方公共団体への支援等

地域の見守りネットワークの構築については、消費生活センターと福祉分野とのより密な連携が図られる体制が早急に構築されるべきであり、国がそれを主導すべきである。

地方消費者行政の要である消費生活相談を担う消費生活相談員に対する処遇は早急に改善されるべきであり、国においてそれに必要な予算措置を講じるべきである。

（以下は、KCCN の平成 29 年 4 月 28 日付意見書の意見の趣旨である。）

国は、地方公共団体の消費者行政の体制・機能強化を推進するための特定財源である「地方消費者行政推進交付金」の交付要領について、平成 29 年度までの新規事業を適用対象に限定している点を改正し、平成 30 年度以降の新規事業も適用対象に含めるべきである。

国は、地方公共団体が実施する消費者行政機能のうち、消費生活相談情報の登録事務、重大事故情報の通知事務、違反業者への行政処分事務及び適格消費者団体・特定適格消費者団体の活動支援事務等、国の事務処理の性質を併せ持つ事項に関する予算の相当部分について、恒久的に財政負担するべきである。

国は、消費生活相談員及び地方消費者行政における法執行、啓発・地域連携等の企画立案、他部署・他機関との連絡調整、商品テスト等の事務を担当する職員の配置人数の増加及び専門的資質の向上等に向け、実効性ある施策を講じるべきである。

5 工程表に対する意見その 2

※詳細は、添付資料の当団体の意見書を参照してください。

① 高齢者の消費者被害の防止策の強化について【消費者庁、厚生労働省、国土交通省】について

高齢者の消費者被害の増加は著しく、被害の範囲は多様であり、喫緊の課題である。身元保証や住まいに限定することなく、被害の予防・拡大防止、被害救済のための政策や法制度が必要。見守りは、消費者団体や地法自治体の消費者関連部門だけでなく、老人クラブ、社会福祉協議会など的高齢者団体、自治連合会などの地域団体及び地方自治体の福祉部門との連携が不可欠。これらを視野に入れたネットワーク作りが必要。

訪問販売、電話勧誘販売などの不招請勧誘による被害が多い。特定商取引法の改正などを改正して、不招請勧誘の事前拒否登録制度やお断りステッカー制度の導入が必要。

金融機関の ATM の高齢者振り込み制限措置の普及。

消費者契約法に、年齢等を原因とする判断能力不足を利用したつけ込み勧誘に対して取消権を付与や、年齢を勧誘に当たって考慮要素とするなどの改正が必要。

② 成年年齢引き下げに対する対応【消費者庁、文部科学省、法務省】について

消費者教育や被害救済法制の現状は、成年年齢引き下げを実現する環境にはない。現状での引き下げは行うべきではない。

消費者教育の強化だけで被害予防は実現できない。消費者契約法に、年齢等を原因とする判断能力不足を利用したつけ込み勧誘に対して取消権を付与や、年齢を勧誘に当たって考慮要素とするなどの改正が必要。

③ 消費者契約法改正について【消費者庁】

消費者委員会の答申内容は必ず実現しなくてはならない改正点。

さらに消費者委員会が付言した内容も今回の改正で実現されるべき。特に、年齢等を原因とする判断能力不足を利用したつけ込み勧誘に対して取消権を付与や、年齢を勧誘に当たって考慮要素とするなどの改正は高齢者被害や成年年齢引き下げにおいて不可欠な改正である。

適格消費者団体の差止請求の実施においては、消費者契約法 9 条 1 項の平均的損害の立証責任を転換する改正が必要。

6 その他の消費者委員会への要望、意見

日本のリーディングカンパニーに公正取引に対する姿勢に問題が多く生じている今日、公正な消費者取引の実現に消費者委員会の役割がますます重要となる。

消費者委員会に求められている役割を十分に果たしていただきたい。

平成 29 年（2017 年）8 月 25 日

内閣総理大臣	安 倍 晋 三 殿
内閣府特命担当大臣（沖縄及び北方対策、消費者及び食品安全、海洋政策）	江 崎 鐵 磨 殿
消費者庁長官	岡 村 和 美 殿
消費者委員会委員長	河 上 正 二 殿
内閣府消費者委員会消費者契約法専門調査会座長	山 本 敬 三 殿

内閣総理大臣認定適格消費者団体

特定非営利活動法人京都消費者契約ネットワーク

理事長 野々山 宏（京都産業大学法務研究科教授）

〒604-0847 京都市中京区烏丸通二条下ル秋野々町 529

番地ヒロセビル4階

電 話 075-211-5920

F A X 075-746-5207

消費者契約法の見直しに関する意見

当 NPO 法人は、消費者の権利擁護を目的として、消費者、消費者団体、消費生活相談員、学者、司法書士及び弁護士らで構成し、平成 19 年 12 月 25 日に消費者契約法 13 条の内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体である。

消費者契約法の見直しに関し、以下のとおり意見を申し述べる。

第1 意見の趣旨

今回の法改正において、「消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者の年齢又は障害による判断力の不足に乗じて、当該消費者の生活に不必要な商品・役務を目的とする契約や当該消費者に過大な不利益をもたらす契約の勧誘を行い、その勧誘により当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる」という規定を絶対に導入すべきである。

第2 意見の理由

1. 平成29年8月4日付で公表された消費者契約法専門調査会報告書（以下、「報告書」という。）においては、合理的な判断をすることができない事情を利用して契約を締結させる類型（法第4条第3項）として、靈感商法や恋愛商法等を規制する規定新設の提案がなされている。

しかし、これらの提案は、事業者が消費者の合理的な判断ができない事情を作出ないし増幅させ、その状況を不当に利用して契約を締結させる不当勧誘行為を問題とした規定である。したがって、事業者が作出したものではない消費者の合理的な判断ができない事情を不当に利用して契約を締結させる不当勧誘行為（いわゆる非作出型のつけこみ型不当勧誘行為）に対しては、十分な手当がなされていない。この点において、報告書の提案は絶対的に不十分であり、看過できない重大な問題があるといえる。

2. この点、高齢化の進展に対する対応は、内閣総理大臣の諮問や2016年（平成28年）の法改正の際の衆議院の附帯決議で特に指摘されているように、今回の改正における最も重要かつ必須の事項である。

特に、判断力の不足等を不当に利用する勧誘は最も典型的な高齢消費者被害であり、救済の必要性がきわめて高い。認知症等により事理弁識能力の不十分な高齢者の率は年々増加しており¹、このような合理的な判断ができない状況にある高齢者を狙った消費者被害は高止まりしている。このような現況からすると、高齢者の消費者被害の防止、救済のための法改正は、もはや一刻の猶予もない状況といえる。

また、知識・経験が不足している若年者事案に対する対策についても、仮に臨時国会において民法の成年年齢引下げが現実化すれば、知識・経験の不足により合理的な判断ができない若年者を狙った消費者被害が急増するものと考えられ、その対策は急務である。内閣府消費者委員会の成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループ報告書（2017年1月10日）においても、成年年齢引き下げについての「望ましい対応策」として「事業者が若年成人の知識、経験不足等の合理的な判断をすることができない事情に乗じることにより締結させた、当該若年成人にとって合理性・必要性を欠く消費者契約を取り消すことができる制度の検討」の提案がなされている。

平成29年8月8日付消費者委員会の答申中の「付言」においても、「特に早急に検討し明らかにすべき喫緊の課題とされた事項」として、「合理的な判断をすることができない事情を利用して契約を締結させるいわゆる『つけ込み型』勧誘の類型につき、特に、高齢者・若年成人・障害者等の知識・経験・判断力の不足を不当に利用し過大な不利益をもたらす契約の勧誘が行われた場合における消費者の取消権」

¹ 全国の65歳以上の高齢者の認知症有病率推定値は15%（総数約462万人：平成24年時点）、正常でも認知症でもない中間状態の者（Mild Cognitive Impairment, 以下「MCI」という。）の有病率推定値は13%（総数約400万人：平成24年時点）と言われている（平成26年12月19日「認知症施策の現状」厚生労働省老健局高齢者支援課 認知症・虐待防止対策推進室作成資料より抜粋）。

を設けることが挙げられている。

このように、高齢者、若年者に対する消費者被害の防止、救済が喫緊の課題であることからすれば、今回の改正において、「消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者の年齢又は障害による判断力の不足に乗じて、当該消費者の生活に不必要な商品・役務を目的とする契約や当該消費者に過大な不利益をもたらす契約の勧誘を行い、その勧誘により当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる」といった規定を絶対に導入すべきである。

3. なお、上記規定を設けることのほか、規定案で提案されている案は全て実現すべきである。

さらに、以下の点を実現すべきである。

- ① 消費者契約における約款等の契約条件の事前開示につき、事業者が合理的な方法で、消費者が契約締結前に、契約条項（新民法第548条の2以下の「定型約款」を含む。）をあらかじめ認識できるように努めるとの規定を設けるべきである。
- ② 消費者に対する配慮に努める事業者の義務につき、考慮すべき要因となる個別の消費者の事情として、「当該消費者契約の目的となるものについての知識及び経験」のほか、「当該消費者の年齢」等が含まれるものとすべきである。
- ③ 消費者契約法9条1号の「平均的な損害の額」の立証責任は、事業者が負うことを明文化すべきである。
- ④ 契約解除後に履行期が到来する役務等の逸失利益が「平均的な損害」に含まれないとの規律を設けるべきである。

以上

地方消費者行政の一層の充実・強化を求める意見書

2017年（平成29年）4月28日

内閣総理大臣	安倍晋三殿
内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全、防災）	松本純殿
内閣府副大臣	松本洋平殿
内閣府大臣政務官	長坂康正殿
消費者庁長官	岡村和美殿
地方消費者行政の充実・強化に向けた今後の支援のあり方等に関する検討会座長	山本隆司殿
財務大臣	麻生太郎殿
財務副大臣	木原稔殿
財務副大臣	大塚拓殿
財務大臣政務官	三木亨殿
財務大臣政務官	杉久武殿

内閣総理大臣認定適格消費者団体

特定非営利活動法人京都消費者契約ネットワーク

理事長 高 寛 英 弘（京都産業大学法務研究科教授）

〒604-0847

京都市中京区烏丸通二条下ル秋野々町 529 番地

ヒロセビル4階

電 話 075-211-5920

F A X 075-746-5207

当 NPO 法人は、消費者の権利擁護を目的として、消費者、消費者団体、消費生活相談員、学者、司法書士及び弁護士らで構成し、平成19年12月25日に消費者契約法13条の内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体である。

地方消費者行政の一層の充実・強化を求め、以下のとおり意見を申し述べる。

第1 意見の趣旨

- 1 国は、地方公共団体の消費者行政の体制・機能強化を推進するための特定財源である「地方消費者行政推進交付金」の交付要領について、平成29年度までの新規事業を適用対象に限定している点を改正し、平成30年度以降の新規事業も適用対象に含めるべきである。

- 2 国は、地方公共団体が実施する消費者行政機能のうち、消費生活相談情報の登録事務、重大事故情報の通知事務、違反業者への行政処分事務及び適格消費者団体・特定適格消費者団体の活動支援事務等、国の事務処理の性質を併せ持つ事項に関する予算の相当部分について、恒久的に財政負担するべきである。
- 3 国は、消費生活相談員及び地方消費者行政における法執行、啓発・地域連携等の企画立案、他部署・他機関との連絡調整、商品テスト等の事務を担当する職員の配置人数の増加及び専門的資質の向上等に向け、実効性ある施策を講じるべきである。

第2 意見の理由

1 地方消費者行政の役割

(1) 消費者被害の現状

全国の消費生活センターに寄せられる消費者被害やトラブルに関わる苦情相談件数は、最近10年程は90万件前後で推移している（国民生活センター『2015年度のPIONETにみる消費生活相談の概要』）。

また、平成27年1年間の全国における潜在的な被害を含む消費者被害・トラブルの合計金額の推計額は約6.1兆円に上る（消費者庁『平成28年版消費者白書』）。

京都府においても、府（府センター及び各広域振興局）の消費生活相談窓口寄せられた相談件数は平成27年度から過去5年間で6000件弱で推移しており、京都府内で市町村を含めた消費生活相談窓口で受け付けた相談は2万件弱で推移している（京都府『平成27年度消費生活相談の概要』）。

このように、消費者被害は、全国的にみても、京都府という地域で見ても、一向に減少していない。

それどころか、社会の高齢化・情報化や取引の複雑化等により、消費者被害はその解決が困難なものが多くなっている。

(2) 地方消費者行政の役割

地方消費者行政は、これまで、消費生活相談のほか、消費者被害情報の収集、違反事業者に対する行政処分、消費者向けの啓発・教育等により、地域における消費者被害の予防・救済の役割を担ってきた。

各地域の実情を踏まえながら、被害に遭った消費者の窓口となり、苦情相談を処理し、また、被害予防につながる情報を集め、消費者の啓発・教育にも努めてきているものである。

加えて、平成26年の消費者安全法改正により消費者安全確保地域協議会の制度が導入され、消費者庁が「地方消費者行政強化作戦」を策定したことも受け、今後の地方消費者行政の重要な役割として、地方公共団体内の他部署との連携による高齢者見守りネットワークの構築や官民連携によるきめ細やかな消費者啓発・見守りの実施が期待されている。

2 「地方消費者行政推進交付金」継続の不可欠性（意見の趣旨1）

（1）「地方消費者行政推進交付金」の意義

このように、地方消費者行政がその役割を担ってきた背景には、「地方消費者行政活性化基金」の交付措置や平成21年の消費者庁創設及び地方消費者行政の拡充の議論等があり、地方消費者行政を含む我が国の消費者行政がステップアップしてきた経緯がある。

その流れで、「地方消費者行政活性化基金」は「地方消費者行政推進交付金」に移行し、現在まで地方消費者行政を支援してきた。

そして、「地方消費者行政推進交付金」の交付要領は、適用対象事業を平成29年度までの新規事業として限定的に定めることにより、地方公共団体が早期に積極的な体制整備に取り組むことを促してきた。

（2）地方消費者行政の課題

しかしながら、地方消費者行政は、一方で、多くの課題を抱えている。

全国的にみて、消費生活相談員の人員は未だ十分といえないし、地方公共団体の消費者行政担当事務職員は減少傾向を辿っており（消費者庁『平成28年版消費者白書』）、また、都道府県における特定商取引法の法執行件数も減少している（消費者庁『特定商取引法違反に基づく処分件数の推移』）等、担当職員の配置や資質向上、都道府県の法執行担当職員の拡充等、全国の最低限の体制整備も未だ進んでいないのが現状である。

また、消費者安全確保地域協議会の設置状況としても、上記「地方消費者行政強化作戦」では、人口5万人以上の全市町（516自治体）での設置が目標と掲げられたが、平成29年1月1日現在で、人口5万人以上の市町のうち21市、人口5万人未満の市町では6市町、都道府県では4道県での設置に留まっている（消費者庁『「地方消費者行政強化作戦」の進捗状況』）。

このように、地方消費者行政は、人員の拡充や体制の整備等多くの課題を抱えているのが現状である。

（3）「地方消費者行政推進交付金」継続の不可欠性

このような状況の下で、交付金により新規事業を実施できるのが平成

29年度までとなれば、その後の事業は地方公共団体が自主財源で行うこととなる。

しかしながら、現実には、厳しい地方財政において財源を捻出することは容易ではない。実際、地方公共団体の消費者行政関係の独自予算はほとんど増加していないのが現状である。

このように、地方消費者行政について、今後ますます重要な役割が期待されるにもかかわらず、大きな課題を抱えながらも地方財政において独自予算を獲得できないでいるまま、交付金による体制整備の道が閉ざされれば、地方消費者行政が衰退することになりかねない。

地方消費者行政の衰退は、地域における消費者被害予防・救済の機能不全、消費者被害情報の収集困難、及び、見守りネットワークの構築断念・弱体化につながり、ひいては国の消費者行政そのものを揺るがすものである。

- (4) したがって、地方消費者行政がその役割を十分に果たし、ひいては、安全・安心な国民生活の基礎を築くためにも、平成30年以降の新規事業を交付金の適用対象に含めるべきである。

3 国の事務の性質も有する消費者行政費用に対する恒久的財政負担（意見の趣旨2）

地方消費者行政が行う事務には、自治事務とされながらも、国の消費者行政事務を地方で分担しているとも捉えられる性質のものがある。

例えば、消費生活相談情報の登録事務は、相談情報をPIONEETに登録して全国で共有し、消費者被害の予防や法執行に活用することにつながるものである。

また、消費者安全法に基づく重大事故情報の通知事務も、国の消費者被害情報の収集事務の一端を担うものといえる。

また、都道府県が特定商取引法や景品表示法に基づき行政処分を執行することは、我が国における市場の公正を確保するものといえるし、インターネット取引や電話勧誘販売等地域的に限定されない消費者被害が増加しており、そのような場合、処分によって全国的な被害予防につながるものといえる。

さらに、各地域の適格消費者団体や特定適格消費者団体は、差止請求や被害回復により我が国の市場の公正を確保し、消費者の権利を擁護するものであり、国の役割の一部を担うものといえる。地方消費者行政が、そのような適格消費者団体及び特定適格消費者団体を支援することも、国の消費者行政事務を担うものといえる。

以上のように、地方消費者行政が国の消費者行政事務を担っていることを

踏まえ、そのような事務については、国が恒久的に財政負担すべきである。

その方法としては、地方財政法を改正し、地方公共団体が法令に基づき実施する事務のうち、国がその経費の全部ないし一部を負担すべきものを定める同法10条に、上記事務を加えること等が考えられる。

4 担当課及び担当職員の拡充の必要性（意見の趣旨3）

上記のとおり、これからの消費者行政には、消費生活相談、消費者被害情報の収集、違反事業者に対する行政処分、消費者向けの啓発・教育のほか、見守りネットワークのキーとしての役割も期待される。

そして、そのような役割を担うためには、専門的資質を備えた消費生活相談員及び地方消費者行政担当職員が適切に配置されることが必要になる。また、法執行等に関する法的支援のため、弁護士等の法律専門家を適切に配置することも必要である。

しかしながら、その体制整備が未だ進んでいない。地方消費者行政担当職員の配置は地方公共団体の独自財源でなされなければならないところ、その財源が厳しい状況にあることは上記のとおりである。また、消費生活相談員の配置についても、専門職として位置づけキャリアパスを見通しながらその職務を行えるよう非常勤ではなく常勤の職員とすべきであり、恒久的ではない「地方消費者行政推進交付金」を利用するのではなく、地方公共団体の独自財源でなされなければならないところでもある。

そこで、国としては、消費生活相談員及び地方消費者行政担当職員の配置人数の増加や研修の一層の充実化等専門的資質の向上に向け、財政的・人的支援を強化する施策を講じるべきである。また、弁護士等の法律専門家をパートタイム雇用する等の地方消費者行政の法的支援に向けた実効的な施策を講じるべきである。

平成 29 年（2017 年）2 月 22 日

内閣総理大臣	安 倍 晋 三 殿
内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全、防災）	
	松 本 純 殿
消費者庁長官	岡 村 和 美 殿
消費者委員会委員長	河 上 正 二 殿
内閣府消費者委員会消費者契約法専門調査会座長	
	山 本 敬 三 殿

内閣総理大臣認定適格消費者団体

特定非営利活動法人京都消費者契約ネットワーク

理事長 高 篤 英 弘（京都産業大学法務研究科教授）

〒604-0847 京都市中京区烏丸通二条下ル秋野々町 529

番地ヒロセビル 4 階

電 話 075-211-5920

F A X 075-746-5207

消費者契約法 9 条 1 号の改正を求める意見書

当 NPO 法人は、消費者の権利擁護を目的として、消費者、消費者団体、消費生活相談員、学者、司法書士及び弁護士らで構成し、平成 19 年 12 月 25 日に消費者契約法 13 条の内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体である。

現在、内閣府消費者委員会消費者契約法専門調査会で議論されている消費者契約法 9 条 1 号の不当条項規制をめぐる論点について、以下のと

おり意見を申し述べる。

第1 意見の趣旨

消費者契約法9条1号につき、以下のとおり改正すべきである。

- 1 「平均的な損害を超えること」の立証責任を事業者を負わせることを明文化する。
- 2 「平均的な損害」の算定にあたり、解除の時期的区分によって損害に差が生じる契約類型においては、当該区分が合理性を有するものでなければならないことを明文化する。
- 3 契約解除後に履行期が到来する役務等の逸失利益は原則として、「平均的な損害」に含まれないことを明文化すべきである。

第2 意見の理由

1 消費者契約法9条1号「平均的な損害」の立証責任について

事業者が生ずる損害について、消費者が資料を有していることは通常想定できず、消費者が「平均的な損害を超えること」の立証をすることは困難である。また、消費者に立証責任を負わせる結果、事業者が積極的な立証活動を行わず、原資料に基づく適正な審理が阻害されるという弊害が生じる。例えば、当ネットワークが原告となり、結婚式場利用契約の解約料を徴求する条項が「平均的な損害」を超えるとして、被告事業者の使用していた解約料条項の有効性を争った事案において¹、被告事業者が「平均的な損害」の算定根拠となる原資料を提出せず、被告事業者が訴訟提起後に作成したエクセル表の数値（例え

¹京都地判平成25年4月26日刊行物未登載、京都地判平成26年8月7日判時2242号107頁。

ば、結婚披露宴のキャンセルされた契約一覧、再販売状況一覧、婚礼部門の粗利益率等の数値を記載したもの等)を基礎として審理が行われた。エクセル表に記載された数値の根拠となる原資料が提出されていないため、その数値自体の正確性に疑義が残るまま判決が言い渡される結果となった。このような審理は到底適正なものとは言い難い。

このような弊害をなくするためには、端的に消費者契約法9条1号の条文を改正し、事業者が立証責任を負うことを明記すべきである。

2 「平均的な損害」の算定の区分の設定について

解除の時期的区分によって損害に差が生じる契約類型においては、区分の設定如何により平均的な損害の金額が大きく変動する。それにもかかわらず、「平均的な損害」の算定の基礎となる時期的区分を事業者が自由に設定できるとなると、解約時期により損害が少額になるはずの消費者が高額になるケースに引きずられて全体として平均化された高額の違約金を支払わされることになる。例えば、逸失利益が損害となる例において、1月を区分として平均的な損害を算定した場合には、23か月目に解約した消費者と1か月目に解約した消費者は区別され、前者の消費者は本来少額の違約金にとどまり、他方、後者の消費者の方が高額の違約金となるはずであるところ、2年間を1区分として算定した場合には、23か月目に解約した消費者が1か月目に解約した消費者と同じ扱いとなり、違約金が高額になる後者のケースに引きずられて平均化された高額の違約金を負担させられるという結果になる。このような結果が公平性を欠くことは明らかである。

この点、裁判例のなかには、携帯電話の定期契約の中途解約における違約金条項の有効性が問題となった事例において、区分の合理性に配慮し、事業者の設定した2年という区分ではなく、1か月を1区分として「平均的な損害」を算定したものが存在する(京都地判平成24

年 7 月 19 日判タ 1388 号 343 頁)。

そこで、「平均的な損害」の算定にあたっては、解除の時期的区分によって損害に差が生じる契約類型においては、区分設定に合理性を要求するよう現行法を改正すべきである。

3 「平均的な損害」と逸失利益について

契約解除後に履行期が到来する役務等の逸失利益が「平均的な損害」に含まれるとすると、消費者は解除したとしても常に多大な損害賠償責任を負わされる。特に利益率が高い業態の場合にはこの消費者の不利益が大きい。したがって、消費者利益保護の見地からは、原則として事業者の逸失利益は「平均的な損害」に含まれないと解するべきである。

また、当該消費者契約の目的が他の契約において代替ないし転用される可能性がある場合は、事業者の逸失利益は「平均的な損害」に含まれないと解するべきである（日本弁護士連合会編「コンメンタール消費者契約法第 2 版増補版」174 頁）。

この点、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモに関する京都地判平成 24 年 3 月 28 日及び同控訴審である大阪高判平成 24 年 12 月 7 日は、消費者契約法 9 条 1 号は、事業者に対し、消費者契約の目的を履行する前に消費者契約が解除された場合においては、「その消費者契約を当該消費者との間で締結したことによって他の消費者との間で消費者契約を締結する機会を失ったような場合等を除き、消費者に対して、契約の目的を履行していたならば得られたであろう金額を損害賠償として請求することを許さず、契約の締結及び履行のために必要な額を損害賠償として請求することのみを許す」ものと判示した。その上で、携帯電話の定期契約にあつては、「ある消費者との間で本件契約を締結した場合であっても、他の消費者に対して同時に行うことが可能であ

るから、被告においては、ある消費者との間で本件契約を締結した場合に、他の消費者との間で本件契約を締結する機会を喪失するということは考えられない。」として、逸失利益が「平均的な損害」に含まれないという見解をとっている。

文献においても、原則として「平均的な損害」を原状回復賠償の範囲に限定し、逸失利益を含まないとすべきとする有力な見解が存在する（森田宏樹『消費者契約の解除に伴う「平均的な損害」の意義について』「特別法と民法法理」2005年、93頁、城内明『携帯電話利用契約における解約金条項の消費者契約法上の有効性』「新・判例解説 Watch 民法（財産法）No.75」、2014年、1頁等）。

以上より、契約解除後に履行期が到来する役務等の逸失利益は、原則として、「平均的な損害」に含まれないことを明文化すべきである。

民法の成年年齢の引下げに関する意見書

2016年（平成28年）10月18日

内閣総理大臣	安倍晋三 殿
法務大臣	金田勝年 殿
内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全、防災）	松本純 殿
消費者庁長官	岡村和美 殿
内閣府消費者委員会委員長	河上正二 殿
内閣府消費者委員会成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループ座長	樋口一清 殿
内閣府消費者委員会消費者契約法専門調査会座長	山本敬三 殿

内閣総理大臣認定適格消費者団体

特定非営利活動法人京都消費者契約ネットワーク

理事長 高 寛 英 弘（京都産業大学法務研究科教授）

〒604-0847 京都市中京区烏丸通二条下ル秋野々町529番
地ヒロセビル4階

電 話 075-211-5920

F A X 075-746-5207

当 NPO 法人は、消費者の権利擁護を目的として、消費者、消費者団体、消費生活相談員、学者、司法書士及び弁護士らで構成し、平成19年12月25日に消費者契約法13条の内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体である。

民法の成年年齢の引下げについて、以下のとおり意見を申し述べる。

第1 意見の趣旨

民法の成年年齢を20歳から18歳に引き下げることについては、反対である。

引下げに伴う問題点を克服するための施策が十分に実施され、その効果が浸透し、国民がこれを認識するとともに、世論の多くが契約年齢の引下げを望んでいる状況になることが不可欠であり、これらが達成されるまでは引下げるべきではない。

第2 意見の理由

1 はじめに

民法の成年年齢を18歳に引き下げることについて、消費者取引被害の予防及び救済の観点からみたとき、現時点においては、以下に述べるとおり、未成年者取消権の喪失という大きな問題点があり、それに対する対応策も未だ十分に採られていないことからして、反対する。

2 未成年者取消権の喪失による問題点

民法の成年年齢を18歳に引き下げた場合に最も大きな問題となるのは、18歳、19歳の若年者が未成年者取消権（民法第5条第2項）を喪失することである。

すなわち、現行民法においては、18歳、19歳の若年者を含む未成年者が単独で行った法律行為については、未成年者であることのみを理由として取り消すことができるため、この未成年者取消権は未成年者が違法もしくは不当な契約を締結するリスクを回避するに当たって絶大な効果を有しており、かつ、未成年者を違法もしくは不当な契約を締結するよう勧誘しようとする事業者に対しては強い抑止力となっている。

実際、20歳になると消費者相談の件数、契約購入金額及び既払額が増加することや、悪質な業者が20歳の誕生日を狙って取引を誘いかける事例があることからすれば、現行民法の下では20歳以上の者が消費者被害のターゲットとなっているとみられる。このような状況で、民法の成年年齢が引き下げられることにより未成年者取消権が喪失すれば、そのターゲットとなる層が18歳、19歳にまで拡大することは必至である。しかも、若年者の自立の遅れが指摘されている昨今においては、20歳の若年者の場合にも増して、18歳、19歳の若年者の間で消費者被害が蔓延してしまう可能性が極めて高いといえる。

以上の点については、法制審議会の「民法の成年年齢引下げについての最終報告書」も「未成年者取消権（民法第5条第2項）の存在は、悪徳業者に対して、未成年者を契約の対象としないという大きな抑止力になっているものと考えられる。そうすると、民法の成年年齢が引き下げられ、契約年齢が引き下げられると、18歳、19歳の者が、悪徳業者のターゲットとされ、不必要に高額な契約をさせられたり、マルチ商法等の被害が高校内で広まるおそれがあるなど、18歳、19歳の者の消費者被害が拡大する危険があるものと考えられる。」（同報告書13頁）と指摘しているとおりである。

これらの現状からすれば、民法の成年年齢を引き下げることによって、18歳、19歳の若年者から未成年者取消権を喪失せしめた場合には、これらの若年者に対する消費者被害の拡大が必至となる。

3 契約年齢を引き下げた場合の問題点を解決するための施策の状況

上記のような契約年齢を引き下げることによる問題に対して、現状では、若年消費者保護の施策が十分に実施され、その効果が明らかになっているとはいえ、また、契約年齢を引き下げた上で若年者の消費者被害を防ぐ有効な対策が見いだせない状況である。

(1) 消費者保護施策について

仮に民法の成年年齢を引き下げた場合には、上記のように若年者の消費者被害の予防・救済にとって重要な意義を有する現行の未成年者取消権に代替する消費者保護施策が十分に実施されることが必要となる。

この点、一定の条件の下で若年者に取消権を付与することは考えられるが、実効性のある要件を定めることが不可欠であり、基本的に、現在と同程度の若年消費者保護の制度とする必要がある（例えば、消費者契約を前提に、特定商取引法において、現行民法上の未成年者取消権と同様の制度を導入することや、消費者契約法において、内閣府消費者委員会消費者契約法専門調査会で議論されているような、事業者が消費者の知識、経験及び判断力の不足等につけ込んで契約を締結させた場合や威迫的な勧誘により契約を締結させた場合における取消権を導入すること等が考えられる。）。しかしながら、現時点においては、そのような法制度の導入はなされていない。

なお、事業者取引の種類や若年者の特性に応じた重い説明義務を課したとしても、判断能力が十分でない18歳、19歳の若年者が説明を受けた旨の書類に不用意にサインすることで、事業者が義務違反を免れる旨主張してくることが予想されることに留意を要する。また、専用相談窓口の設置も必要であるが、消費者問題における事後的な相談や救済は、あくまで個別的なものに留まり、限定的な効果しかない上、事後的には十分な被害回復がなされないことも少なくないことを留意すべきである。さらに、18歳、19歳の若年者に対して、未成年者取消権がなくなる可能性があることを自覚させるには至っておらず、今後の広報がありうるとしてもその効果は不明である。

以上から、18歳、19歳の者を取り巻く消費者被害の現状に鑑みれば、未成年者取消権に代わる有効な施策が見出せない現状では、やはり、同取消権による網羅的な抑止力を維持すべきといえる。

(2) 消費者関係教育について

また、仮に民法の成年年齢を引き下げた場合には、若年者の消費者被害の予防・救済のため、消費者関係教育が十分に実施され、その効果が

明らかとなっている必要がある。

しかしながら、消費者教育推進法が施行されてから十分な時間が経過しておらず、かつ、その効果が現れたことを示すデータ等も示されていない。

したがって、我が国における「消費者関係教育」は未だ道半ばという状況にあり、契約年齢の引下げの問題点を解決する施策として十分な効果を挙げていないと言わざるを得ない。

- (3) 以上のとおり、現状においては、消費者保護施策及び消費者関係教育のいずれの施策も、未だ十分な実施がなされておらず、また、その効果が浸透しているとは言い難い。

このように、我が国は契約年齢を引き下げた上で若年者の消費者被害を防ぐ有効な対策が見いだせない段階であることからしても、成年年齢の引下げはなされるべきではない。

- (4) 成年年齢引下げがなされるとしたら、以上の施策が十分に実施され、その効果が浸透し、国民がこれを認識するとともに、世論の多くが契約年齢の引下げを望んでいる状況になることが不可欠である。

2016年1月14日

内閣総理大臣	安倍晋三 殿
内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全）	河野太郎 殿
消費者庁長官	板東久美子 殿
消費者委員会委員長	河上正二 殿
消費者委員会特定商取引法専門調査会座長	後藤巻則 殿

内閣総理大臣認定適格消費者団体
特定非営利活動法人京都消費者契約ネットワーク
理事長 高嵩 英弘（京都産業大学法科大学院教授）
〒604-0847
京都市中京区烏丸通二条下ル秋野々町529番地
ヒロセビル4階
TEL075-211-5920 FAX075-746-5207
E-mail mail@kccn.jp

特定商取引法改正の答申に対する意見

内閣府消費者委員会は、本年1月7日、特定商取引法専門調査会の報告書に基づき特定商取引法の規律の在り方についての答申を公表しました。

特定商取引法の報告書は、被害の後追いとなる指定権利制を廃止すること、アポイントメントセールスの呼出し手段等としてSNSと電子広告を適用対象に加えること、継続的な美容医療契約を特定継続的役務提供に追加することなど、被害防止・救済に資する提言が複数あることは評価できます。しかし他方で、迷惑な訪問勧誘や電話勧誘を事前に拒否する拒否者登録制度やお断りステッカー制度の導入が見送られたことや、インターネット通信販売の虚偽広告による契約の取消権の付与が見送られたことは消費者被害の救済の観点から極めて遺憾です。

今回の専門調査会は、事業者団体関係者のヒアリングばかりを繰り返し、消費者・消費者団体側のヒアリングは全く行われないなど、事業者側の意見を偏重する傾向がありました。

また、勧誘規制に関する審議の中で、事業者側委員は、全国の消費生活センターに寄せられる消費生活相談を集約したPIONEER情報に対し、消費者の一方的な申出を記録したものに過ぎないとか、相談情報が客観的に整理し切れておらず勧誘規制を強化する根

拠とならない、などという主張を繰り返しました。しかし、専門調査会の審議の中でも示されたように、P I O-N E T情報は、消費者問題専門家である消費生活相談員が消費者から事情を聴き取り、統一的な入力要領に基づいて情報を入力し、担当職員の二重のチェックを経て登録される情報であること、1件ごとに見れば消費者の申出であっても、同様の苦情が数百件、数千件、数万件と集約されれば、不適正な販売方法の存在が推測されるデータとして十分な価値があること、民事裁判の資料や警察の捜査資料や各省庁の審議会の資料や国会審議の資料として年間3000件以上の情報提供が行われていることなど、消費者トラブルの実態を示す第一級のデータベースです。P I O-N E T情報の信頼性を否定しようとする事業者側委員の態度は、消費者被害の実態や消費者の意見を無視する事業者の姿勢にほかなりません。

私たちは、高齢者の消費者被害やインターネット取引被害が日々繰り返されている現状を踏まえ、消費者委員会の答申に基づいて特定商取引法の改正を直ちに進めることを要望します。そして、先送りされた課題については、今後の消費生活相談の推移や消費者・消費者団体の声を踏まえて、できるだけ早い時期に実効性ある法制度の改正に向けた検討を開始することを要求します。

2015年11月25日

内閣総理大臣 まち・ひと・しごと創生本部本部長 安倍晋三 殿
地方創生担当大臣 石破茂 殿
内閣府副大臣 松本文明 殿
消費者担当大臣・行政改革担当大臣 河野太郎 殿
消費者庁長官 坂東久美子 殿
消費者委員会委員長 河上正二 殿
国民生活センター理事長 松本恒雄 殿
政府関係機関移転に関する有識者会議座長 増田寛也 殿

内閣総理大臣認定適格消費者団体
特定非営利活動法人京都消費者契約ネットワーク
理事長 高嶋英弘（京都産業大学法務研究科教授）
〒604-0847
京都市中京区烏丸通二条下ル秋野々町529番
地ヒロセビル4階
TEL075-211-5920 FAX075-251-1003

消費者庁・国民生活センターの地方移転に反対する意見書

当NPO法人は、消費者の権利擁護を目的として、消費者、消費者団体、消費生活相談員、学者、司法書士及び弁護士らで構成し、2007年12月25日に消費者契約法13条の内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体です。

現在、政府では、消費者庁並びに国民生活センターの徳島県への移転を検討しているときいています。

しかし、消費者行政の司令塔として誕生し、活動している消費者庁や、全国の消費生活センター・消費生活相談窓口のセンターオブセンターとして地方消費者行政の支援等を行う国民生活センターを地方に移転することは、これらの機能を大幅に減衰させるものであり、当団体は消費者庁・国民生活センターの地方移転については断固反対します。

具体的には、以下の弊害が考えられます。

- 1 消費者庁
- ① 企画立案機能（立法機能）の減退

消費者庁は、表示、製品安全、取引の安全、地方消費者行政、消費者教育等幅広い分野にわたる消費者行政の企画立案機能を持っています。この機能を果たすためには、国会・政党に頻繁にアクセスするとともに、他省庁との調整や審議会・検討会の開催、消費者団体や事業者団体との意見交換等の関連業務を日常的に行うことが必要です。仮に地方移転ということになれば、これらの業務は大幅に制限されることになり、機能の低下は必至です。

② 司令塔機能の減退

消費者庁は、現在38本の法律を所管していますが、多くは他省庁との共管となっています。これは、消費者庁が消費者の視点から我が国の行政のパラダイム転換を目指すために創設され、司令塔としての役割を強く期待されているためです。そのためには、情報収集・分析機能を充実させるとともに、関係省庁と頻繁なアクセスを行うことが不可欠です。地方移転によってこうしたアクセスが阻害され、機能低下することが懸念されます。

③ 執行機能の大幅低下

執行については、消費者庁と地方自治体（都道府県）が担っていますが、多くは消費者庁が行っています。行政処分を行うには当然の事ながら事業者からの事情聴取や立入調査等の事実調査が必要ですが、事業者の多くが首都圏に集中しているため、事実調査の多くも消費者庁を含む首都圏で行われることになります。

このため消費者庁が地方に移転されることになると、事実調査に多くの時間とコストがかかることが予想され、迅速な執行が阻害される可能性が極めて高いと思われます。このように、消費者庁の地方移転は執行機能の大幅な低下をもたらします。

④ 人的資源の減少

消費者庁は、現在約300名の正規職員と200名程度の非正規職員で成り立っています。地方移転した場合、正規職員自身がどこまで残るかわかりませんが、少なくとも非正規職員については多くが離れていく可能性があります。これらの人員の多くが一気に削られた場合、移転先で速やかに調達可能かどうかという問題もありますし、引き継ぎ等の問題でさまざまな業務上の支障が発生することも予想されます。ひいては消費者庁全体の機能低下につながるおそれがあります。

⑤ 消費者団体・事業者等とのコミュニケーション能力の低下

消費者庁は現在、消費者団体や事業者等と日常的に意見交換、情報交換を行いながら消費者目線での業務遂行に努めています。消費者団体とのコミュニケーションはまだまだ十分というわけではありませんが、今後ますます重要となることは間違いありません。

仮に地方移転ということになれば、このようなコミュニケーションが著しく阻害され、消費者目線での業務遂行も難しくなっていくことが懸念されます。

2 国民生活センター

① 消費者庁・消費者委員会等との連携の低下

国民生活センターは、消費者庁・消費者委員会や他省庁と随時連携をとりつつ業務を遂行しています。具体的には、全国から集まってきた被害情報を分析して注意喚起や各省庁への提言を行う際に関係省庁とのすりあわせを行ったり、消費者庁との間で情報分析についての定期的な協議会を設けたりしています。これらの業務は単にデータベース上の情報を分析しただけでは不可能であり、他省庁担当者との法令解釈や方向性についての密な協議が不可欠です。

地方移転によってこれらの機能が大きく後退する可能性が大です。

② 人的資源の減少

国民生活センターは現在半数近くが非常勤職員であり、地方移転によって一気に人員が減少する可能性があります。また、ADRや試験委員会等外部の有識者との審議会的組織も複数ありますが、これら外部の担い手の確保も課題となります。

③ 消費者・事業者等とのコミュニケーション能力の低下

国民生活センターが被害予防情報を発信する際は、他省庁との摺り合わせのみならず関係事業者からのヒアリング等を行っています。現在行っている消費者団体との意見交換やマスコミとの関係も希薄になることが懸念されます。このため地方移転によって情報発信機能やコミュニケーション能力が後退する可能性があります。

以上のとおり、消費者庁・国民生活センターの地方移転には、さまざまな弊害が予想され、これをカバーするのはそもそも困難か、或いは相当のコストを要すると考えられます。

3 消費者委員会

現時点で消費者委員会の移転は提案されていませんが、万一同様の移転が提案されるようであれば、消費者委員会についても地方移転に反対します。

消費者委員会は、少数の非常勤の委員によって構成され、消費者庁等からの諮問事項を審議するほか、任意のテーマを自ら調査して他省庁への建議等を行うという監視機能を有しています。他省庁からの諮問の場合に諮問した省庁等との連絡を密にすることはもちろん、建議等の監視機能の行使においても、他省庁や関連事業者、事業者団体からの事情聴取・協議も頻繁に行うこととなります。この場合、消費者委員会の会議の場にこれら関係省庁、事業者等を招へいするほか、委員会側から直接赴いて事情を聴取し、或いは改善の必要性について説得することも行われています。

地方に移転するとなると、これらの権限を十分に行使する機会を確保することが困難になる危険性が高くあります。

お試し価格表示差止請求事件和解にあたって

2017年6月2日

内閣総理大臣認定適格消費者団体

特定非営利活動法人京都消費者契約ネットワーク

理事長 高 篤 英 弘 (京都産業大学法務研究科教授)

〒604-0847京都市中京区烏丸通二条下ル秋野々町529番
地ヒロセビル4階

電 話 075-211-5920

F A X 075-746-5207

当NPO法人は、消費者の権利擁護を目的として、消費者、消費者団体、消費生活相談員、学者、司法書士及び弁護士らで構成し、平成19年12月25日に消費者契約法13条の内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体である。

当NPO法人が原告となって、京都地方裁判所に提起した、お試し価格表示差止請求事件について、2017年6月2日、被告合同会社BRONXと和解が成立した。

第1 本訴訟の概要

平成29年1月11日、当NPO法人は、合同会社BRONX（以下「被告」という。）に対し、景品表示法30条に基づく差止請求訴訟を提起した。

被告は、被告の運営するウェブサイトにおいて、ミュージーを販売しているところ、その広告が、あたかも、1回だけ、特別価格980円で購入できるかのように、消費者を誤認させるもので、当NPO法人は、被告ウェブサイトの表示が有利誤認（景品表示法30条1項2号）に該当するものとして、この表示の差し止めを求めた。

請求の趣旨は、概要、「被告は、対象となる商品が、「980円」と表示されている直前又は直後に、「980円」の表示の少なくとも半分以上のポイントで、3280円での、さらに4回の購入が義務付けられ、最低支払総額が1万4100円となることを表示せずに、対象となる商品が「980円」であると示す表示を被告のウェブサイトで行ってはならない」というものである。

第2 和解の成立

今般、この訴訟について、下記和解条項のとおり和解が成立した。これは、被告が、これまで表示していたウェブサイトの表示を、消費者の誤認を招かない表示に是正させたものであり、当NPO法人の勝訴的和解といえる。

- 1 被告は、下記対象となる表示記載の表示を行わない。

記

(表示媒体)

被告ウェブサイト

(対象となる商品)

「Natural Original Smoothie (ナチュラルオリジナルスムージー)」

(表示内容)

上記対象となる商品が、「980円」と表示されている直前に、「980円」の表示の少なくとも半分以上のポイントで、3280円での、さらに4回の購入が義務付けられ、最低支払総額が1万4100円となることを表示せずに、対象となる商品が「980円」であると示す表示。

- 2 被告は、被告ウェブサイト上の本件商品の申込画面において、本件商品を「キレイ痩せコース」で購入する場合の総額が1万4100円(税別)であることを表示し、当該表示の直後に、申込画面から入力確認画面に進むためのハイパーリンクを貼った表示を表示する。
- 3 被告は、被告ウェブサイト上の本件商品の入力確認画面において、定期購入及び2回目以降の価格が通常価格であることを明示し、これらの条件を反映させた契約内容を表示する。
- 4 原告はその余の請求を放棄する。
- 5 訴訟費用は、各自の負担とする。

第3 本訴訟の社会的意義

国民生活センターは、平成28年6月16日付で、消費者がホームページやウェブサイトにおいて、商品を通常価格より安い価格で購入したところ、実際は定期購入だったというトラブルが急増していると報道発表していた。

このような報道発表にもかかわらず、消費者の誤解を招く表示をしている事業者のホームページ広告は、依然として存在していたところ、本訴訟により、そのようなホームページ広告の問題性が明らかとなり、その1つが、景品表示法を遵守するものに是正されたことには大きな社会的意義がある。

第4 今後の課題等

しかし、当然ながら、本訴訟により解決したのは、社会に存在する問題の氷山の一角である。

そもそも、景品表示法は、頻発し、かつ、波及性・昂進性のある不当表示等の行為に対し、効果的に行政上の措置を講じることができるようにするための法律である。

インターネット広告には、次の2点の性質がある。1点目は、現代社会においては、事業者の主要な広告手段であり、その数は相当多数に上ること。2点目は、事業者が、行政処分等によって景品表示法上違法と認定されたウェブサイトを是正しつつも、別のドメインにおいて、引き続き法律上問題のある広告を続けることが容易であることである。

このようなインターネット広告の性質を踏まえれば、適格消費者団体による差し止め活動には、自ずから限界がある。

消費者庁をはじめとする各行政機関は、本件と同様の問題のあるお試し価格表示について、速やかかつ徹底的に措置命令で対応すべきである。

当NPO法人としては、問題のあるインターネット広告について、調査・検討を引き続き行っていく。

2017年(平成29年)7月24日

消費者庁長官 岡村和美殿

内閣総理大臣認定適格消費者団体

特定非営利活動法人京都消費者契約ネットワーク

理事長 野々山 宏

〒604-0847 京都市中京区烏丸通二条下ル秋野々町 529 番
地ヒロセビル4階

電話 075-211-5920

FAX 075-746-5207

措置命令要請書

当 NPO 法人は、消費者の権利擁護を目的として、消費者、消費者団体、消費生活相談員、学者、司法書士及び弁護士らで構成し、平成19年12月25日に消費者契約法13条の内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体である。

本書は、アフィリエイト広告を利用して、当該事業者の販売する水素水商品につき優良誤認表示を行っている事業者に対し、御庁が措置命令を発することを求めるものである。

第1 優良誤認表示が行われているアフィリエイトサイト

1 「水素水ガイド」(<http://www.h2h2o.net/>) (添付資料1)

(1) 優良誤認の内容

上記「水素水ガイド」なるウェブサイトでは、水素水の効果・効能として、「水素水の臨床試験では、認知症、パーキンソン病、アルツハイマー病などの神経変性疾患や、進行性筋ジストロフィーなどの筋疾患、腎炎、膀胱炎、腎透析等の腎疾患・膀胱疾患関連、癌関連など数多くの疾患・病状に対する効果・効能の論文が発表されています。」などの記載があるものの、国立健康・栄養研究所の公表データ(添付資料2)によれば、現時点では、水素水について、人体に対して医薬品的な効果効能があることは確認されていない。

従って、上記の表示をはじめとする上記ウェブサイトの表示は、水素水について、医薬品的な効果効能があるという誤認を惹起するものであり、優良誤認(景品表示法5条1号)に該当する。

(2) 上記サイトにアフィリエイト広告が掲載されている事業者

上記サイトにアフィリエイト広告が掲載されている事業者とその水素水商品は以下のとおりである。

トラストネットワーク株式会社 商品名「トラストウォーター」

(但し、現在はリンク切れ)

株式会社伊藤園

商品名「高濃度水素水」

(但し、現在はリンク切れ)

株式会社アビスト H&F

商品名「浸みわたる水素水」

2 「水素水効果ガイド」(水素水効果ガイド.com) (添付資料3)

(1) 優良誤認の内容

上記「水素水効果ガイド」なるウェブサイトでは、水素水の効果として、「リウマチ、動脈硬化、心筋梗塞、むくみ、糖尿病など、あらゆる病気を改善させることができます。」との記載がある。その他にも、水素水が、ダイエット、便秘、腋臭、加齢臭、口臭、花粉症、肩こり、不妊治療にも効果を有する旨記載があり、これらの表示は、水素水に医薬品的な効果効能があるという誤認を惹起するものであり、優良誤認表示(同法同条項)に該当する。

(2) 当該サイトにアフィリエイト広告が掲載されている事業者

上記サイトにアフィリエイト広告が掲載されている事業者とその水素水商品は以下のとおりである。

株式会社アビスト H&F

商品名「浸みわたる水素水」

株式会社 健康家族

商品名「仙寿の水」

新日本水素株式会社

商品名「クリスタル水素水」

トラストネットワーク株式会社

商品名「トラストウォーター」

(但し、リンク無し)

株式会社メロディアン ハーモニーファイン

商品名「水素たっぷりのおいしい水」

(但し、現在はリンク切れ)

株式会社 KIYORA きくち

商品名「ナノ水素水キヨラビ」

(但し、現在はリンク切れ)

株式会社サラスバ

商品名「水素水サラスバ」

株式会社ナチュラループラス

商品名「水素水 IZUMIO」

(但し、リンク無し)

株式会社ガウラ

商品名「ポータブル充電式水素水ボトル

「GAURA WALK」

第2 表示主体

上記各ウェブサイトの運営者は、水素水商品を販売する上記各事業者とは別主体であるようである。しかし、平成28年6月30日付けで御庁が公表した「健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項について」では、アフィリエイトの行った表示（広告）について、表示内容の決定に関与（決定を委ねている場合も含む）している広告主は景品表示法の「表示」の主体であるとされる。

そして、上記各事業者と上記各ウェブサイト運営者との間には広告掲載についての委任契約ないし準委任契約等が存在し、各事業者は表示内容の決定に関与又は決定を委ねている可能性がある。

従って、上記各ウェブサイトにおける優良誤認表示の表示主体は、上記各事業者である可能性がある。

第3 アフィリエイト広告を利用した優良誤認表示商法の問題性

当該事業者のウェブサイトにおいては、景品表示法違反の表示を行わず、その一方で、消費者からすれば客観性・中立性があるように見えるアフィリエイトサイトにおいて、優良誤認表示を行い、消費者を誘引することは、明らかに消費者を欺く行為であって、重大な悪質性がある。

当NPO法人では、以前に「水素水効果ガイド」にアフィリエイト広告を出稿していたと思われた株式会社マハロに対し、本年6月、優良誤認表示の差し止めを申し入れたところ、同社は、当該サイトは、同社とは無関係であると回答しながらも、当該サイトへの掲載をとり止めさせるという措置をとった。

適格消費者団体による差止活動は、一度に可能な申し入れの数には限界があり、加えて、事業者に、アフィリエイトサイトへの広告の掲載をやめる（やめさせる）という措置をとられてしまうと、適格消費者団体としては、それ以上の追及が困難となるのが現状である。しかし、このようないたちごっこを繰り返していても、ネット上に数多ある、優良誤認表示を行っているアフィリエイトサイト及びそこに広告を出稿する事業者をなくすことはできない。

以上から、御庁に、上記各事業者に対し、優良誤認表示を理由とする措置命令を発することを求める。

以上

添付資料1 「水素水ガイド」ウェブページ抜粋

添付資料2 国立健康・栄養研究所の公表データ

添付資料3 「水素水効果ガイド」ウェブページ抜粋