

主な論点について（第4回）に対する意見

日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

宮園 由紀代

7月10日に開催された専門調査会で議題となった「主な論点について（第3回）」において既に提出した意見に加え、消費者の利益擁護と公正な市場の実現を目指す立場から、以下のとおり意見を提出いたします。

第6 プリンシプルの実現に向けて求められる具体的な方策

1. 支払手段の適切な選択のための情報提供

- ① 消費者が複数の支払手段の中から自ら選択することが必要な場面と、利用可能な支払手段があらかじめ限定されており実質的に選択の余地がない場合とで、それぞれどのような情報提供がなされるべきか。

「主な論点について（第3回）」に対する意見でも述べたとおり、登録又は届出事業者であることは、消費者が当該事業者を一定程度信頼できるかどうかを簡便に判断するための重要な目安となる。そのため、消費者が決済時又は契約時に、当該事業者が登録又は届出事業者であることを容易に確認できる表示・情報提供が行われることが望ましい。登録又は届出の有無、監督官庁、苦情処理体制、紛争解決手続の有無を、消費者が決済時に確認できるよう統一的な表示様式（マークなど）を設けることが考えられる。

また、利用可能な支払手段があらかじめ限定され、消費者に実質的な選択の余地がない場合には、その支払手段を利用することに伴うリスク、救済の可否、相談先等について、事前に分かりやすい警告表示が行われることが必要である。

- ② 高齢者や障害者等、情報取得や理解に配慮を要する消費者に対しては、どのような情報提供や情報伝達の工夫がなされるべきか。

ウェブコンテンツのアクセシビリティとして、文字サイズの拡大、音声読み上げへの対応、十分なコントラストの確保、点滅や強い光の使用の抑制、シンプルで予測可能な画面構造、確認画面やエラー表示の明確化など、入力ミスや誤認を防ぐための支援が考えられる。詳細は、JIS X 8341-3「高齢者・障害者等配慮設計指針—情報通信における機器、ソフトウェア及びサービス—」を参照されたい。

高齢者、障害者、若年者を含む多様な消費者を対象に、重要事項表示、警告表示、苦情申出画面等についてユーザーテストを実施し、理解度や到達しやすさを検証することが必要である。形式的な情報提供ではなく、実際に理解され、行動につながる情報提供であるかを継続的に改善することが重要である。

③オンライン環境下において大量の情報が提供される中、消費者はそれらの情報をどの程度理解し、活用できているのか。消費者が求めている情報提供の内容や方法はどのようなものか。

消費者トラブルを抱えた消費者が支払関連事業者に相談しても、苦情が十分に取り扱われない事例が散見されることを踏まえると、決済時に提供された情報が、消費者自身の紛争解決のために十分活用できていない可能性がある。したがって、トラブル発生時に実効的に機能する連絡先、申出方法、必要資料、対応期限等が、消費者に分かりやすく提供されることが期待される。あわせて、支払関連事業者、決済代行会社、収納代行会社、プラットフォーム等について、消費者がどこに申し出ればよいかを決済画面、請求画面、利用明細、アプリ内に分かりやすく表示し、受付後の一次回答期限、調査開始期限、結果通知期限を標準化することが望まれる。

また、複数のクレジットカードでリボ払いを重ねて返済困難に陥るケースや、キャリア決済の支払いができず携帯電話の利用停止につながるケースが見られる。こうしたトラブルを抱える消費者は、自らが選択した支払手段の仕組みや将来の家計への影響を十分に理解できていない場合が少なくない。ポイント還元や特典に関する情報は訴求力が高く、消費者にとって有益な面もあるが、同時に、返済総額、支払時期、延滞時の影響等を把握し、返済可能性を可視化できるよう返済シミュレーションの提供や、その利用を促す仕組みを整備することが必要であると考ええる。

3. 紛争解決

高齢者、障害者、外国人等への対応に当たっては、高齢者の権利擁護、障害者差別解消法の趣旨、外国人消費者への支援の観点を踏まえ、企業が本人のみを対象として対応するのではなく、必要に応じて支援者が関与できる体制を整備することが期待される。具体的には、本人の同意を前提として支援者に対して必要な説明を行うことや、支援者が本人に代わって苦情を申し出ることを可能とすること等が考えられる。また、外国人消費者については、言語のみならず文化的背景の違いが紛争の理解や解決に影響する場合があることから、単に日本語を外国語に翻訳するだけでなく、通訳者その他の支援者が紛争解決手続に関与できる苦情対応体制を整備することが望まれる。

4. 過剰与信防止

過剰与信防止規制の適用範囲

消費者は、日常生活において多様な支払手段を利用しており、それらは全体として家計管理に影響を及ぼしている。現在は個別法ごとに過剰与信防止規制が設けられているが、当該規制の対象とならない支払手段も存在し、消費者の生活全体としてみれば、支払能力を超える与信が行われ得る状況にある。そのため、法形式ではなく、消費者に与える機能やリスクに着目して規律を検討することを支持する。

信用情報機関の活用

個人情報保護法は、個人情報の取扱いについて利用目的の達成に必要な範囲を超えてはならない旨を定めている。過剰与信防止の観点から重要なのは、消費者の支払能力を把握するために必要な情報である。したがって、信用情報機関を活用する場合であっても、共有される個人データは、目的達成に必要な範囲に限定されるべきであり、例えば債務残高等、支払能力判断に必要な情報に限定する方向を支持する。

第8 プリンシプルの実効性確保のための制度的枠組み

【論点】

1 登録・届出を通じた監督の実効性確保

小規模事業者であっても、一定の義務は不可欠であると考ええる。本専門調査会では、「機能に応じた横断的規律」を求めている。したがって、事業規模が小さいからといって、情報提供、苦情対応、不正防止などの消費者保護の中核的原則（プリンシプル）を免除する理由にはならない。中間整理においても、「事業者団体への非加盟事業者では、苦情処理体制に差異が生じている可能性がある。」「悪質事業者が規制の隙間を利用して参入することが市場の健全性を損なう」と指摘している。適用除外が広くなれば、悪質業者が「小規模」を装って参入することによって、消費者被害が増加し、登録・届出事業者が不利になる可能性もある。このような事態を鑑み、小規模事業者であっても、最低限の義務を課し、情報提供、不正防止、紛争解決の連携などを確立し、消費者保護の空白を作らず、公正な市場を形成する制度設計にすることが期待される。

【論点】

2 消費者被害の発生時における民事上の効果及び救済の在り方

個別信用購入あっせんと特定商取引法における消費者保護の考え方

個別信用購入あっせんにおける消費者保護の考え方を、一定の通信販売取引(消費者に誤認を与える表示がなされている場合や解約妨害等がみられる場合等)に準用することについて、どのように考えるか。

インターネット通販は、閲覧履歴等を用いたターゲティング広告や反復的な表示、ダークパターンなどにより、勧誘性が極めて高い。そのため、誤認表示や解約妨害がある取引では、消費者は「自ら選んだ」というよりも、強く誘導されている状態にある。そのような取引については、個別信用購入あっせんにおける特商法5類型と同様の枠組みを準用することが合理的だと考える。

【論点】

3 後払い決済について

利用者保護及び規制の整合性を確保する観点から、制度改正の必要性についてどのように考えるか。

後払い決済は、クレジットカードを保有しない者や未成年者でも比較的容易に利用できる場合があり、SNS 広告等を契機として衝動的に購入に至る事例も見られる。親権者の関与や支払能力の確認が十分でないまま利用できる場合には、自らの支払能力を超えて利用するおそれがある。また、個人信用情報の照会を前提とする与信を受けにくい消費者にとっても利用しやすいことから、経済的に脆弱な消費者が過大な負担を負う可能性もある。

このように、後払い決済は、利便性が高い一方で、未成年者や経済的に脆弱な消費者を含む利用者に過剰な支払負担を生じさせ得る決済手段である。そのため、消費者の利益擁護のニーズは高い。未成年者の利用に関する特則、利用限度額の設定及び横断的管理、利用時の分かりやすい注意喚起、苦情対応・紛争解決手続の整備等について、法的規律を含む制度的対応を検討する必要がある。

第9 制度を支える観点

1 支払手段の多様化を踏まえた消費者教育の在り方

支払手段の多様化・複雑化が進展する中、消費者保護と自己責任の適切な均衡を確保する観点から、事業者による消費者保護措置の充実に加え、支払手段ごとの機能やリスクの特性を踏まえ、消費者が負担すべきリスクの範囲をどのように考えるべきか。・・・消費者の理解と適切な行動を促すため、どのような消費者教育・情報提供を行うことが適当か。

支払手段の多様化は契約構造を複雑にし、消費者被害を構造的な問題として顕在化させ

ている。現状では、支払手段ごとの仕組みやリスクに関する消費者の理解は十分とはいえない。そのため、消費者が負担すべきリスクは最小限にとどめるべきである。

PSD2（EU 決済サービス指令）や FCA（英国金融行動監督機構）を参考にすれば、消費者が負担すべきリスクとして、消費者の重過失によるもの、救済コストが取引額を上回るような少額取引による損失、消費者が理解可能な状態で選択したリスクなどが挙げられる。

消費者が負担すべきリスクがあるならば、消費者教育や情報提供においては、その内容を明確に示し、どのような行動をとると救済が得られにくくなるのかを消費者が理解できることが必要である。また、トラブル発生時に救済を受けやすい支払手段を理解し、必要に応じて選択できる力を身に付けられるようにすることも重要である。

ただし、消費者が負担すべきリスクを判断する際には、単に金額や形式的な過失の有無だけでなく、画面表示、勧誘状況、認知・判断能力、生活状況等、その消費者が当該行動をとった背景事情も考慮されることが重要である。

<その他>

収納代行について

本専門調査会の中間整理でも指摘しているように、収納代行は、支払手段の多様化・複雑化が進む中で、消費者からは支払関連サービスの一部として認識される場面が少なくない。とりわけ、原因取引に問題がある場合であっても、消費者にとっては、関与する事業者の役割分担や責任の所在が分かりにくく、苦情申出や返金・取消しの手続において支障が生じ得る。

収納代行は、事業者の機能類型のいずれかに含まれるものと考えられるが、消費者被害の発生状況、加盟店管理の実態、苦情対応体制、原因取引への関与の程度等を踏まえ、消費者保護上必要な規律や実効性確保措置の在り方について、引き続き検討することが望まれる。