

フランスの消費者政策

法政大学法学部教授 大澤 彩

フランスの消費者保護政策は、法律・規則を編纂した消費法典の規定に基づいてなされている。また、消費者保護政策の担い手としては消費者保護政策を執行する機関として競争・詐欺・消費防止総局 (DGCCRF)、消費者への啓発活動を行う機関である国立消費研究所 (INC) があるほか、DGCCRF の諮問機関である全国消費審議会 (CNC)、フランス消費法の特徴をなす濫用条項委員会がある。さらに、重要な担い手として、消費者団体がある¹。

1. 消費法典の概要

2016 年の再編纂によって消費法典は 1993 年の法典編纂当初の全 5 編から全 8 編へと再構成され、かつ、各編の内部の構成も全編に共通して「総論規定、各論規定、制裁、海外領土に関する規定」の順番で各章が配置されることになった。特徴的なのは、各編に設けられた「制裁」と題する節である。この節には、従来消費法典の様々な箇所に「散在」していた刑事制裁、民事制裁、行政制裁が結集されており、制裁の一覧性が確保されるとともに、消費法の制裁・抑止的側面がよりいっそう浮き彫りとなった。

消費法典は以下の冒頭規定と第 8 編から構成されている。

冒頭規定

第 1 編 消費者の情報および取引方法 (情報提供義務、不公正取引方法に関する規定、広告規制等)

第 2 編 契約の締結および履行 (濫用条項規制、訪問販売や隔地者間取引に関する規制のほか、電気ガス供給契約、電子商取引等、個別具体的な取引に関する規定も設けられている)。

第 3 編 消費者信用 (消費者信用、不動産信用、保証に関する規定)

第 4 編 製品および役務の適合性および安全性

第 5 編 統制機関に与えられた調査・実行権限 (DGCCRF 等の権限)

第 6 編 紛争に関する規則 (消費者斡旋、消費者団体訴訟に関する規定)

第 7 編 過剰債務状態の扱い

第 8 編 認可を受けた消費者団体および消費 [者行政] 関連機関 (消費者団体の認可に関する規定、INC 等消費者保護関連機関についての規定)

冒頭規定には「消費者」の定義が設けられている (2014 年の消費法典改正で導入され、2016 年改正でさらに微修正される)。具体的には、「自らの商業、工業、手工業、自由専門職

¹ フランス消費法の最新の概説書として、Jérôme Julien, *Droit de la consommation*, 2^{éd.} LGDJ, 2017 があり、本報告書も同書によるところが大きい。

または農業の活動範囲に含まれない目的で行動する自然人」を「消費者」と定めている。以上の定義によれば、事業活動以外の目的で行為を行う法人は「消費者」にはあらず、消費法典の規定による保護を享受しないことになるが、フランス消費法典では「消費者」「事業者」に加え、複数の条文で「非事業者」とされる者にも消費法典の規定による保護の享受を認めている（濫用条項規制（消費法典 L. 212-2 条）、契約の更新（消費法典 L. 215-3 条）、契約条項の解釈（消費法典 L. 211-1 条、L. 211-4 条）、電気通信契約（消費法典 L. 224-26 条、L. 224-42 条）等）。具体的には「当該法人の商業、工業、手工業、自由専門職または農業の活動範囲に含まれない目的で行動するすべての法人」は「非事業者」と定義されている。

2. 消費者政策の担い手

(1) 概要

大まかに言えば、消費法典等の消費者保護関連規定の違反の調査および執行は競争・消費・詐欺防止総局（DGCCRF）が担い、消費者啓発や調査・研究は国立消費研究所（INC）が担っている。また、諮問機関として国立消費審議会（CNC）があるほか、濫用条項問題を専門的に扱う濫用条項委員会が特に重要な役割を担っている。

(2) 競争・消費・詐欺防止総局 (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF))

(a) 概要と構成

経済省の管轄下にあり、競争秩序の維持、消費者保護、製品・役務の安全性および品質の確保を任務とする機関である。生産から流通のすべての段階にわたり販売形態の如何を問わず、あらゆる消費者分野を対象としている。市場における競争の実効性を確保するとともに（フランス商法典第 4 編に定められた競争法規定に基づく執行）、消費者の利益の保護、消費者安全を図るための業務を担っている。消費者保護および競争秩序の維持を担う部署の中にさらに、競争・消費に関する法的問題を扱う部署、食品のラベル規制や表示規制を担う部署、工業製品・健康関連製品・サービス・住居問題担当部署、運送・環境・通信担当部署が存在している²。

職員は 2017 年 1 月 1 日現在 3067 名である³。職員の採用・育成機関として、競争・消費・詐欺防止・国立学校（Ecole nationale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes : ENCCRF）があり、DGCCRF の調査員や執行員の採用および教育（消費法の内容や消費者問題の実態等に関する講義）を行っている（例えば、職員への採用

²

https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/dgccrf/mission_organ/Organigramme_DGCCRF.pdf

³

https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/dgccrf/diaporamas/presentation_dgccrf_fr-04-2018.pptx のスライド 7 を参照。

後1年間はフランス・モンペリエにある同校での研修を受けることになる)⁴。

歴史的には、1905年8月1日の詐欺防止法に基づいて設立された詐欺防止局と、1945年6月30日のオルドナンスによって設立された競争・消費問題総局(DGFF)の2つを合併して1985年11月5日のデクレによって設立された行政機関である。DGCCRFの本部はパリにあり、13の各地域ごとに(パリの場合にはイル＝ド＝フランス地域)DIRECCTE(企業・競争・消費・労働および雇用地方局)が設置されている。さらに、各県にDDPP(住民40万人以上の県)およびDDCSPP(住民40万人未満の県)が設置されている。

(b) 任務

以上のように、DGCCRFは、競争法および消費法規定違反の調査および確認を行う執行機関である。このうち、消費者保護については、不公正取引の規制、製品のラベル規制といった消費法典およびその他の法典、およびEU指令の規定が遵守されているか監視するとともに、違反した事業者に対する執行を行っている。また、安全分野については、危険性を有することが発覚した食品の排除など、あらゆる商品・役務の品質および安全性の確保を図っている。しかし、これらの監視・執行にとどまらず、DGCCRF自ら消費者に対してインターネット上で紛争解決方法等の情報提供も行っている。

① 監視・確認・執行

具体的には事業者の事業所等への立入検査や関連書類収集、関係事業者の呼び出し、さらには裁判所の許可を得た上での立入捜索等の手段を用いて違法行為の調査を行い、違法行為の存在を確認した上で、「指導」(違反事業者に対して法規定への違反について通知・指導する)、「矯正」(違法行為および危険行為の改善命令や差止命令)、「抑止」(行政罰、刑事裁判所によって刑事罰を発してもらうことを目的とした違反調書(procès-verbaux)の検察官への送付)を行う。

2014年の消費法典改正により、DGCCRFの権限が強化された。具体的には、DGCCRFの消費法典違反の調査権限の強化(例えば、財および役務の適合性・安全性に関する家宅捜索の権限の付与)がDGCCRFに付与された点はその例である。また、2016年の消費法典改正(法典の構成等の見直しにわたる「再編纂」と呼ばれる)により、これまで各編に散在していたDGCCRFの権限に関する規定が消費法典第5編に集約された。

このうち、注目すべきは2014年の消費法典改正による行政罰の新設である。行政罰は十分には実行されていない刑事罰よりも迅速な手続きによって科すことができ、消費法の実効性を向上させるとの理由で設けられたものであり、DGCCRFからの命令に事業者が違反した場合の行政罰と、消費法典の実体規定違反に直接科される行政罰とがある。後者の例として、情報提供義務違反(L.111-6条)、反証の余地なき形で濫用的であるとされる条項のリスト違反(いわゆるブラック・リスト違反)、隔地者間契約・営業所外契約に関する規定違

⁴ <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/La-DGCCRF/ENCCRF/informations-pratiques>

反がある。例えば、ブラック・リストに反する濫用条項を用いた場合の行政罰は事業者が個人の場合には 3000 ユーロ、法人の場合には 15000 ユーロである。行政罰が科された旨は消費法典に定める方法で公表される。DGCCRF によると、DGCCRF が 2017 年に科した行政罰は 2697 件である⁵。

②消費者への情報提供・相談体制

情報提供はインターネットサイトで行うとともに（消費者向けパンフレットのダウンロード可能、また、安全性を欠く商品・役務の警告も行っている）、「3939」番の電話問い合わせ窓口も開設している（すべての行政機関共通の電話番号である。1 分あたり 0.15 ユーロの利用料のほか通話料がかかる。詳細は後述する）。

消費者からの苦情の件数は 2017 年の 1 年間で 71333 件であり、2016 年に比べて 3%増加している⁶。苦情の対象となっている取引類型は、詐欺的取引行為（18%）、訪問販売・電話勧誘販売（7%）、価格・請求額に関する相談（6%）、契約締結前の情報提供義務違反（4%）、価格に関する情報提供不足（4%）、詐欺（4%）である。苦情の発信源の多くは電子メール（33551 件）であり、以下、電話（21146 件）、郵便（13468 件）と続く。

その他、「アトリエ」と呼ばれる消費者問題・競争法をテーマとした講演会・シンポジウムを年に 4、5 回開催している。

③調査

DGCCRF では毎年国の調査プログラム（un programme national d'enquêtes (PNE)）を策定し、競争・消費法分野で特に重点を置いて調査する事項を定めている。その際には近時の立法・法改正や経済発展、現下の消費者問題、消費者団体や事業者団体からの調査の希望を考慮している。調査結果については、各エリア（DIRECCTE）および各県（DD(CS)PP）の調査による補充もなされている。2018 年の調査対象は電子取引分野、消費者の健康・安全を害するリスクの特定等である。

④消費者安全問題への対処

DGCCRF は消費者向けの財（食品およびそれ以外の製品等）のうち、安全性を欠くものについての警告も発している。2017 年の 1 年間で食品の安全性に関する警告は 575 件（野菜由来の食品、動物用の食品、栄養補助食品が主に警告の対象となっている）、食品以外の安全性に関する警告は 674 件（玩具、電気製品、化粧品が主に警告の対象となっている）であ

⁵ Résultats 2017 de la DGCCRF

(https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/dgccrf/rapports_activite/2017/resultats-dgccrf-2017.pdf), p. 9.

⁶ 以下、Résultats 2017 de la DGCCRF

(https://www.economie.gouv.fr/files/files/directions_services/dgccrf/dgccrf/rapports_activite/2017/resultats-dgccrf-2017.pdf), p. 8 による。

る。例えば消費者から安全性に関する苦情を受け、検査機関の調査結果を受けて警告を発することもある。さらに、警告の一部はヨーロッパレベルでも共有され、他の EU 加盟国の消費者が事故に遭うことを防いでいる。

検査は、「研究所共同ネットワーク (Service commun des laboratoires (SCL))」⁷が行う。SCL は、2007 年に DGCCRF および DGDDI (関税・間接税局) の共同で設けられた研究所ネットワークであり、DGCCRF および DGDDI、さらにはその他の行政機関の請求に基づいて分析・調査、技術的支援、研究を行う。ネットワークの本郡はパリにあり、フランス全土 11 の研究所で構成されている (イル＝ド＝フランス、レンヌ、ストラスブール、リヨン、マルセイユ、ボルドー、モンペリエ、ル・アーブル、リールおよび海外県に研究所が存在する)。

(2) 国立消費研究所 (Institut national de la consommation : INC)

国立消費研究所は 1966 年に設立された、消費者問題の調査・情報提供・研究を行う機関であり (消費法典 L. 822-1 条以下)、消費担当大臣の管轄下に置かれた商工業的公施設 (活動の性質は私的企業と類似するが、活動が公益性をもつ施設) である⁸。主な財源は国および地方公共団体からの補助金、出版物販売による収入である。技術者、法律家、ジャーナリスト、経済学専門家等、70 名の職員から構成されている (2015 年現在)⁹。所長が消費担当大臣によって任命される。

収入源の 1 つである出版物の代表例は、『6 千万人の消費者』(60 millions de consommateurs) という月刊誌である。消費者は駅売店や路上の新聞・雑誌店といった消費者にとって身近な場所でも購入できる (1 冊 6.5 ユーロ)。特に興味深い内容として INC が各分野の代表的な複数の商品の調査を行った上で商品の質、値段、食品や薬品の場合には栄養価、安全性等複数の項目に分けた上で点数をつけ、ランキング化した特集が毎号組まれる (例えば、スーパーのプライベートブランド等、既製品のピザやハムの品質・安全性等のランキングなど)。時に安全性を欠く商品の場合には消費者に購入を避けるよう、厳しいコメントも付されることがあり、消費者に対する啓発としての役割を果たしている (例えば、市販薬の安全性について調査・比較した特集が設けられ、その中で効能が不確実なものであることや副作用がありうることを理由に当該薬品の購入を避ける警告が促されていたこともある)。同時に、事業者にとってはこの特集で自社の製品が評価の対象となることで、品質・安全性のインセンティブが高まる。

INC の任務は大まかに次の 4 つに分けることができる (消費法典 L. 822-2 条)¹⁰。

⁷ <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Le-service-commun-des-laboratoires-DGDDI-et-DGCCRF>

⁸ <https://www.inc-conso.fr/> 以下の記載にあたっては、INC の法律専門職員である Patricia Foucher 氏より提供していただいた情報も含まれている。

⁹ https://www.inc-conso.fr/sites/default/files/pdf/Faits_marquants_INC_2015.pdf

¹⁰ <https://www.inc-conso.fr/content/linstitut-national-de-la-consommation> および、<https://www.inc->

第1に、消費者団体の支援。具体的には、法的・経済的調査の実施、文書の提供、法改正等についての教育等があげられる。その一方で、消費者団体と連携した消費者啓発や消費者教育も行っている。例えば、2016年には、後述するテレビ番組「Conso.mag」の120本中80本を消費者団体に作成してもらったとのことである¹¹。また、INCのサイトで消費者に向けて各消費者団体の住所等の情報提供を行っている¹²。その際、各消費者団体の得意分野（フランスの消費者団体には消費者保護団体の他に、家族問題や住居問題を専門とする団体もある）ごとにリストアップするなど、消費者に対しても見やすい形での情報提供を行っている。

第2に、調査・研究および製品・役務の商品テストの実行および調査結果の公表。公表は前述した機関誌『60 millions de consommateurs』やテレビ番組「Conso.mag」（地上派各局で毎日放送されている番組）¹³、INCインターネットサイト上でなされる。

第3に、消費者、および、事業者、関連団体に向けた消費者問題に関連する情報提供、教育の実行。情報提供は前述した機関誌やテレビ番組、INCのホームページ、SNSで精力的に行われている。また、後述する消費者教育のほか、「責任ある消費（consommation responsable）」というスローガンのもと、消費者自身が食品安全や環境保全のために自律的な行動をとることを呼びかけている¹⁴。

第4に、濫用条項委員会に対する技術的・理論的支援を行っている（2010年の消費法典改正により、旧消費者安全委員会（2017年に廃止され、同委員会が担っていた安全性を欠く製品の警告は現在ではDGCCRFが行っている¹⁵）および濫用条項委員会がINC内部に設けられた）。

国立消費研究所内部には審議会が存在する。メンバーは、消費担当大臣によって任命される消費者代表5名、消費担当大臣および経済省によって任命される国の代表5名、産業界代表2名、消費者安全委員会委員長、濫用条項委員会委員長、国立消費審議会の事業者会代表、技術者である。少なくとも年に3回開催され、INCの活動方針の作成、財政、人事等について審議している。

(3) 国立消費審議会 (Conseil national de la consommation)

国立消費審議会 (Conseil national de la consommation) は、1983年に設置された消費担当大臣の管轄下にある諮問機関である。消費者団体の代表、事業者団体の代表の他、INC

conso.fr/sites/default/files/pdf/Faits_marquants_INC_2016.pdf

¹¹ https://www.inc-conso.fr/sites/default/files/pdf/Faits_marquants_INC_2016.pdf の4頁を参照。

¹² <https://www.inc-conso.fr/content/les-associations-de-consommateurs>

¹³ <https://www.inc-conso.fr/content/les-videos-consomag-en-mai>

¹⁴ <http://www.jeconsoresponsable.fr/>

¹⁵ <https://www.inc-conso.fr/content/la-commission-de-la-securite-des-consommateurs>

の等の公的機関の代表で構成され、全体およびテーマ毎に分かれたグループでの協議の上で消費者問題に関する今後の方向性について意見を提示する機関である（消費法典 D. 821-1 条以下）。特にフランス法に大きな影響を与えうる EU 法についての審議等がなされる際には、行政機関からも諮問がなされる。最近では、健康分野関連インターネット接続機器の安全性等についての意見や、個人間のオンラインプラットフォームについての意見が公表されている。他に、事業者団体と消費者団体の間での協定を結ぶ際の交渉の場となることもある。

(4) 全国食品評議会 (Conseil national de l'alimentation)

1985 年に設立された機関であり、農業省、厚生省、消費担当大臣の管轄下に置かれている（消費法典 D. 824-1 条以下）。食品安全政策の策定や行政機関や食品業界等に対する意見の提示（現在までに 76 の意見が提示されている）を任務としている諮問機関であり、消費者団体代表、農業生産者の代表、流通業者の代表等 55 名のメンバーから構成されている。2010 年より、食品に関する国家プログラムの作成および遂行に参加している。

(5) 濫用条項委員会 (Commission des clauses abusives)

濫用条項委員会は消費担当大臣のもとに置かれ、司法官・行政官・契約法および契約実務に関する有識者・事業者代表・消費者代表からなる 13 人のメンバーから構成されている（メンバーの任期は 3 年）。行政からは独立した機関である。同委員会は、①デクレ制定にあたって意見を述べる、②契約ひな型を調査し、濫用条項となりうる条項について法的根拠を付して勧告する、③年報作成および法改正の提案を行う、④裁判官に対して意見を述べる権限を有している（消費法典 L. 822-4 条以下）。委員会は年に平均 10 回開催される。

その中でも最も重要な役割として、濫用条項の削除ないし修正を勧告するという役割がある。勧告には総合的な勧告（すべての契約に適用される）と個別業種ごとの勧告の両方からなり、現在までに 70 以上に達している。勧告には法的拘束力はないものの、裁判所が勧告を当該条項の濫用性の評価にあたって頻繁に参考にしてしている。また、立法内容に影響を与えたり、事業者の自主規制を促す役割、契約ひな型を作成する際の手本としての役割も果たしている。勧告作成にあたっては、濫用条項委員会の委員および委員以外の有識者が現に当該業種で用いられている条項を網羅的に収集した上でそれらの法的問題点や当該条項の濫用性についての見解をまとめた報告書を作成している（時に 200 頁ほどに及ぶこともある）。この報告書をたたき台に複数回にわたって同委員会で議論を行い、さらに事業者の意見も聞いた上で最終的に勧告が発せられる¹⁶。条項の列挙・分析から最終的な勧告が発せられるまで実に半年を要することもある。

¹⁶ 過去に報告書を作成した経験がある Natacha Sauphanor-Brouillaud 教授（ヴェルサイユ・サン・カンタン・アン・イヴリーヌ大学）および Claire-Marie Pégliion-Zika 専任講師（パリ第 2 大学）より情報をいただいた。

(6) 国立計測・試験研究所(Laboratoire national de métrologie et d'essais)

1901年に設立され、現在は経済・財政大臣（産業担当）の管轄下にある商工業的公施設である（消費法典 L. 823-1 条以下）。行政機関、産業界、消費者関連機関の依頼に基づいて製品の品質証明、商品テスト、キャリブレーションをおこなっている。消費者保護のためのみならず、産業界の発展、競争秩序の維持も目的として以上の任務を担っている。

(7) 消費各省間グループ(Groupe interministeriel de la consommation)

消費各省間グループはが消費者政策に関して各省間の調整や連携をになっている。具体的には、関係省庁に消費者保護および情報提供の改善のために最良の手段を提案することや、消費法に関する法案等について意見を述べることもある。

3. 消費者団体

フランスでは消費者保護政策にあたって消費者団体が重要な役割を果たしている。消費者団体の多くは非営利目的のための手段に関する 1901 年 7 月 1 日の法律に基づく非営利社団である。消費者団体にはある地方を活動エリアとしている地方レベルでの団体から国全体において活動している団体、さらにはヨーロッパレベルで活動している団体もある。活動内容も様々であり、消費者問題を専門的に扱う団体のみならず、家族問題や住宅問題を得意分野としている団体も存在する。

消費者団体は消費者に法的助言や法的援助を行うほか、行政機関や委員会（例えば国立消費審議会や濫用条項委員会）において消費者代表として消費者の声を代弁する。また、消費担当大臣と司法大臣の共同による命令による承認（地方レベルの団体の場合には当該団体が存在する県や地域の知事の命令による承認）を受けることで消費者団体による差止訴訟を提起することができる。承認を受けるためには、少なくとも 1 年以上団体が存続していることや、消費者保護に関する公的活動（出版物の発行、集会の開催等）を継続的に行っていること、規模（個人会員の数。国レベルの団体の場合には 1 万人以上の会員がいること）、事業活動からの独立性が認められなければならない（消費法典 R. 811-1 条以下）。認可は 5 年間有効である。

代表的な団体として、消費者連盟（Union fédérale des consommateurs : UFC）がある。この団体は 1951 年に設立された消費者問題専門の団体であり、月刊誌「Que choisir ? (何を選ぶか)」を発行している。

4. 消費者紛争の解決方法

フランスでもまずは消費者が裁判所に訴えることによる紛争解決が考えられるという点では日本と共通しているが、実際には実効性が高くないという点でも共通している（もっとも、消費者団体による団体訴訟は、濫用条項削除等の重要な役割を果たしている）。むしろ、

裁判費用の補助等、裁判へのアクセスを容易にする制度は存在するものの、裁判所に対する心理的な抵抗や消費者の自己の権利についての知識不足といった要因によって裁判所に訴えることは多くない¹⁷。

そこで、消費者トラブルを抱えた消費者は、まず各事業者が開設している「お客様窓口」へ直接電話等でアクセスすることが一般的である¹⁸。事業者は消費者に対して住所や電話番号等、消費者が事業者にアクセスするために必要な情報を提供する義務を負っており（消費法典 L. 111-1 条 1 項 4 号）、また、消費者が事業者に電話で問い合わせ・苦情を申し出た際に通話料を消費者に負担させることは禁止されている（消費法典 L. 121-16 条）。

また、紛争解決にあたって消費者団体に相談することも少なくない。具体的には消費者団体に相談を申し出たり、紛争解決にあたって必要な情報の提供を求めるといったものである。フランスの消費者団体には、家族問題を中心に扱う団体、消費者問題を特に重点的に扱う団体など、団体訴訟訴権を付与された団体が 15 団体存在する（代表的なものとして、前述した UFC がある）。これらの団体の多くは消費者紛争解決の助力を行うが、紛争解決を求めらるにあたっては当該団体に入会し、会費を支払うことを求められることが多い。

さらに、DGCCRF や INC から情報を収集して紛争解決につなげることもよく見られる。具体的には第 1 に、前述した全国共通の電話番号「3939」が設けられている。消費者問題についての助言を求めてこの番号に電話すると、DGCCRF の職員が対応する。第 2 に、DGCCRF および INC のホームページにおける充実した情報をもとに消費者が紛争解決手段を学ぶことになる。

さらに、消費者斡旋という制度が存在する。これまでフランスは複数の EU 指令によって消費者保護のための裁判外紛争解決手段を設けるよう求められてきたことから、2005 年には命令（アレテ）で「消費者紛争解決委員会」（C R L C）が各県および各地域に作られるよう定められたが、現在では 3 地域にしか存在せず、成功を収めたとはいえない。そこで、消費者紛争の裁判外解決に関する 2013 年 5 月 21 日の EU 指令を国内法化する 2015 年 8 月 20 日のオルドナンスによって、消費者問題に特化した斡旋制度が消費法典に設けられ、2016 年 1 月 1 日より施行された（消費法典 L. 611-1 条以下）。

消費者斡旋制度は国内外を問わず消費者と事業者との間で生じた紛争（フランス国内の紛争のみならず越境紛争も対象となる）に適用され（非経済的な一般利益に関するサービス、健康サービス、公的な教育サービスは除く）、消費者は無料で斡旋委員による解決を求めることができる（斡旋費用は事業者が負担しなければならない）。すべての事業者は店舗によるものかオンラインによるものかを問わず消費者が斡旋員に紛争解決を求めることができるような態勢を整えなければならない（消費法典 L. 612-1 条 2 項）。斡旋委員は各企業（例えば、郵便局（La Poste）、電力会社（E D F）毎）または各業種ごと（保険等）に選定さ

¹⁷ Gilles Paisant, *Défense et illustration du droit de la consommation*, LexisNexis, 2015, n°213 et s, pp.267 et s.

¹⁸ Jérôme Julien, *Droit de la consommation*, 2^eéd, LGDJ, 2017, n°433, p.574.

れており（各企業や業界団体が斡旋員と契約を結んで斡旋員を選定している）、消費者はDGCCRFのホームページで斡旋委員の連絡先等の情報を得ることができる¹⁹。斡旋委員には公的な機関から消費法典の規定に基づいて選任される斡旋員と各事業者によって選任される斡旋員、さらにはあたかも弁護士事務所のように複数の斡旋員で構成された斡旋員団体まで存在する。ただし、特に各事業者や業界団体内部で選任された斡旋員（とりわけ当該事業者と同じ建物内に斡旋員のオフィスがあるような場合）²⁰については当該事業者から独立して斡旋業務を行うのかについての懸念が残るため、公的に選任された斡旋員が満たすべき要件に加えてさらに厳格な要件のもとで任命されるとともに、独立性の有無について後述する評価委員会で厳格に審査される。

各斡旋員は自己のホームページで斡旋の手順について消費者に対して情報提供する義務を負っている（消費法典L.614-1条）。ただし、消費者は斡旋を求める前に事業者に直接書面で苦情を申し立てなければならない。その上で解決がかなわなかった際には斡旋の申し立てを行うことができるが、申し立てが消費者斡旋制度を利用することができるが、請求が無根拠かつ濫用的なものでないか、当該斡旋員の専門内の紛争か否かの審査を経て請求が認められることになる（斡旋の可否は請求書面の受領から3週間以内に斡旋員が消費者に回答しなければならない。消費法典L.612-2条）。斡旋開始の回答から90日以内に斡旋が行われるが、事案が複雑な場合には延長することもできる（R.612-5条）。

斡旋委員の質確保のために、消費者斡旋統制委員会（Commission d'évaluation et de contrôle de la médiation de la consommation）が設けられている。同委員会は各斡旋員の登録、各斡旋員の働きぶりについて評価し、統制を行う。斡旋員候補者が消費法典の要件を満たしていない場合には登録を拒否するとともに、すでに登録された斡旋員が消費法典で課された斡旋員としての義務を果たしていない場合にはリストから抹消することができる。

消費者斡旋など、ADRの紛争解決手段があることについて、事業者は消費者に情報提供する義務を負っている（消費法典L.111-1条1項6号）。もちろんDGCCRFも消費者斡旋制度の存在について情報提供を行っているが、事業者自身に情報提供をさせている点に特徴がある。また、事業者は消費者に対して訴訟提起の前に斡旋を求めることを義務づけてはならない（L.612-4条）。

最後に、最近発展しているものとして、オンライン上の紛争解決窓口や、インターネットサイトによる紛争解決窓口の紹介がある²¹。例えば、EUレベルではあるが、オンライン上の紛争解決窓口が存在する

<https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.home2.show&lng=EN>

¹⁹ <https://www.economie.gouv.fr/mediation-conso/liste-des-mediateurs-consommation>

²⁰ DGCCRFのNicole Nespoulous氏、Aurélie Kuakivi氏よりいただいた情報による。

²¹ <http://www.annuaires.justice.gouv.fr/annuaires-12162/conseils-departementaux-daces-au-droit-21771.html>

)。これらの紛争解決方法についても DGCCRF や INC のサイトで紹介されている。

4. 消費者教育

最後に消費者教育についての INC の取り組みについて簡単に紹介する。INC は消費者教育に関する資料（事業者、消費者（若年者等）向けの教材など）を INC のインターネットサイト上でテーマ等のいくつかの指標に分けて列挙している²²。具体的には、学校等の教育機関が消費者教育を行う際に用いる有益な教材が提供されている²³。

古くは 1987 年に CNC が若年消費者教育に関する見解を提示しており、その中で消費者教育における INC の役割が認められていた。具体的には、消費者教育用の教材の目録作成や関係者に対する情報提供といった役割を INC が担うというものである。そこで、INC 内部に評価委員会 (Comite Paritaire d' evaluation) が設置され、消費者教育用教材の質や技術的有用性等を評価している。同委員会のメンバーは事業者代表、消費者代表、INC 代表、DGCCRF 代表から構成されており、年に 6 回評価作業が行われる。これまでに評価を経た教材は実に 3000 を超える²⁴。

²² <https://www.inc-conso.fr/content/textes-et-circulaires-sur-leducation-la-consommation>

²³ <https://www.inc-conso.fr/outil-pedagogique>

²⁴ <https://www.inc-conso.fr/content/le-comite-paritaire-devaluation>