

対象消費者への情報提供の在り方

令和3年5月20日
消費者庁

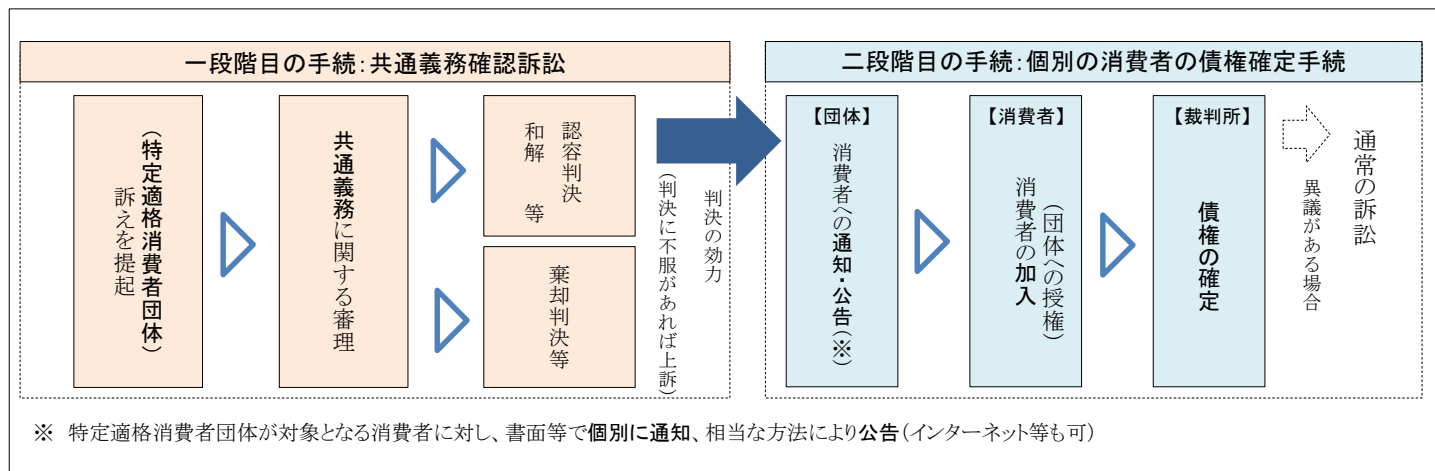
対象消費者への情報提供の意義

消費者団体訴訟制度(被害回復)の全体像

概要

二段階型の訴訟制度

- 【一段階目】
事業者の共通義務
(金銭支払義務)を確認
- 【二段階目】
個別消費者の債権を確定
(誰に、いくら支払うか)



手続全体における対象消費者への情報提供の意義

- 本制度を対象消費者が利用しようとする場合には、団体に対して授權をして手続に加入するという積極的な行為が必要
- 本制度の実効性確保のためには、対象消費者が、手続が裁判所に係属している事実を知り、授權の判断をするために必要な情報を、対象消費者に提供することが重要
- ⇒ そのために定められた情報提供に関する規定の運用上の課題と実効性確保のための方策(本日ご議論いただきたい対象)

対象消費者への情報提供に関する規定

団体による通知・公告（法第25条、第26条）

- 団体は、正当な理由がある場合を除き、団体に授権するために必要な情報を、
 - 知れている対象消費者に対して、書面送付や電子メール送信等により、個別に通知するとともに、
 - 団体のウェブサイトに掲載するなど相当な方法により、公告しなければならない

【団体による通知・公告事項】

- ・ 被害回復裁判手続の概要及び内容
- ・ 共通義務確認訴訟の確定判決の内容
- ・ 対象債権及び対象消費者の範囲
- ・ 団体の名称及び住所
- ・ 報酬又は費用がある場合は、その額又は算定方法、支払方法
- ・ 対象消費者が簡易確定手続申立団体に對して授権をする方法及び期間 等

【事業者による情報開示（法第28条）】

- 事業者は、対象消費者の氏名・住所・連絡先に係る文書を所持する場合、一定の例外的場合を除き、団体の求めに応じて、それを団体に開示する義務を負う

事業者による公表（法第27条）

- 事業者は、団体の求めがあるときは、遅滞なく、官報公告事項を、インターネットの利用、営業所その他の場所において公衆に見やすいように掲示する方法その他これらに類する方法により、公表しなければならない

【官報公告事項】

- ・ 簡易確定手続開始決定の主文
- ・ 対象債権及び対象消費者の範囲
- ・ 団体の名称・住所
- ・ 届出・認否期間

裁判所による官報公告（法第22条第1項）

- 裁判所は、簡易確定手続開始決定をしたときは、官報公告を行わなければならない

内閣総理大臣による公表（法第90条第1項）

- 内閣総理大臣は、団体から所定の報告を受けたときは、インターネット等により、速やかに、公表を行う

【内閣総理大臣による公表事項】

- ・ 共通義務確認訴訟の確定判決の概要
- ・ 団体の名称、相手方の氏名・名称 等

対象消費者への情報提供における団体と事業者の役割

基本的な考え方

対象消費者への実効的な情報提供を実施するために、

- ① 団体は、消費者による授権(二段階目の手続への加入)に必要な情報を提供するため、通知・公告を行う
- ② 事業者は、一段階目の手続の結果、対象消費者に対して共通義務を負うことが確認され、個々の消費者に対して対象債権についての法的責任を負うことになる蓋然性がある状態にある
⇒合理的な負担の範囲内であれば、団体による通知・公告を補う形で、対象消費者に対する情報提供のための一定の義務を負うこととするのが合理的

【事業者による情報提供の実効性と負担の範囲】

	実効性	負担の範囲
公表 (法第27条)	対象消費者にとって契約の相手方である事業者の発信する情報は、団体のそれと比べて対象消費者の目に触れる機会が多い	- 公表事項は裁判所の<u>官報公告事項に限定</u> - 公表方法は、法定する合理的な方法のうち、<u>どの方法によるかは事業者が選択することができる</u>
情報開示 (法第28条)	対象消費者と契約関係など接点のある事業者は、対象消費者に通知をするために必要な情報が記載された文書を所持している可能性が高い	<u>開示すべき文書の範囲の特定に不相当な費用又は時間を要するときは義務を負わない</u> (法第28条第1項ただし書)

情報提供の各方策における運用上の課題

1. 団体による対象消費者への個別通知(事業者による情報開示を含む)

特定適格消費者団体へのヒアリング内容

○ 通知費用の負担

- 対象消費者が手続参加費用を負担することは、消費者一人当たりの回収額が少ない場合に、消費者の参加リスク(費用倒れのおそれ)になる
 - ※ 被害総額に比して事業者の資産が小さい場合、一人当たりの被害額の単価が少ない場合等
- 上記の点や、公告などの手続に関する負担が、団体にとって、申入れ等の対応や提訴を躊躇する要因となる
 - ※ 通知・公告費用が費用倒れとなり、制度や団体への信頼が失われることを懸念
 - ※ 団体が負担することにも財政的な限界がある

(参考)

通知・公告に要する費用は、消費者裁判手続特例法において、事業者に負担させる旨の特段の規定は設けておらず、通知・公告を行った団体が負担(団体は、手続に加入した消費者から、支払いを受けることができる)

(「一問一答 消費者裁判手続特例法」(消費者庁消費者制度課編))

情報提供の各方策における運用上の課題

1. 団体による対象消費者への個別通知(事業者による情報開示を含む) 【続き】

特定適格消費者団体へのヒアリング内容

○ 対象消費者に関する情報(通知のための連絡先)確保の困難さ

- 医学部入学試験に関する被害回復裁判手続において、実際の授権者数が事前に把握していた対象消費者の一部にとどまったのは、事業者から開示された情報が対象消費者の一部であり、多くの対象消費者に個別通知ができなかったことが、大きな要因
- これを受けて、同種の別事案の提訴前に、事業者において情報が破棄されないよう、証拠保全の申立てを検討したが、消費者から授権を受けていない共通義務確認訴訟の段階で、対象消費者の情報について証拠保全をすることができるかが懸案だった

※結局、同事案においても既に破棄されていることが明らかであったため、申立ては行わなかった

(参考)

- 医学部入学試験に関する被害回復裁判手続では、対象消費者563名分・債権891個の債権届出
※通知に先立ち、事業者から団体に対して開示された対象消費者に関する情報は一部にとどまった
※団体の推計では、対象消費者は延べ約5200名
- 団体による申入れを受けて自主返金を行った大学(医学部入学試験に関する別事案)では、(提訴した場合における)対象消費者である5,738名の受験生全員に個別通知を行い、約91%に当たる5,232名への返金を実施したとの報告(2020年12月31日時点)
- 同様に、団体による申入れを受けて自主返金を行った事業者(工事請負契約事案)は、消費者裁判手続特例法施行後の案件については個別通知を行い(421名)、344名に返金を実施したが、同法施行前の案件については個別通知を行っておらず、134名への返金を実施したとの報告(2019年9月30日時点)

情報提供の各方策における運用上の課題

1. 団体による対象消費者への個別通知(事業者による情報開示を含む) 【続き】

特定適格消費者団体へのヒアリング内容

○ 通知の分かりやすさ(通知を受けた対象消費者の授権を促すため)

- 通知は、見やすく、あるいは見る気が起きるようにすることが必要であり、通知事項と公告事項を分けて、通知事項は極力減らすべきではないか
- 詳しいことを知りたい場合には、ウェブサイトを見る・問合せをするというアクションを求めてもよいのではないか

○事業者による協力の必要性

- 事案によっては、団体・事業者連名での通知の方が、対象消費者から信頼が得られるのではないか
- 団体が行った、申入れを受けて返金対応を行った複数の事業者(景品表示法に基づく措置命令を受けたもの)に対するアンケートによると、返金率が高い事業者は、消費者が、自分が購入した商品について返金措置の対応がとられていることを認識しやいような工夫をしていた(郵送で通知をする、「親展」・「〇〇(※商品名)についてのお知らせ」など重要性を示す記載を入れる、など)

情報提供の各方策における運用上の課題

2. 団体による「相当な方法」による公告

特定適格消費者団体へのヒアリング内容

○ 公告費用の負担(それによる公告方法の物理的制約) (1・2点目は、5ページの再掲)

- 対象消費者が手続参加費用を負担することは、消費者一人当たりの回収額が少ない場合に、消費者の参加リスク(費用倒れのおそれ)になる
 - ※ 被害総額に比して事業者の資産が小さい場合、一人当たりの被害額の単価が少ない場合等
- 上記の点や、公告などの手続に関する負担が、団体にとって、申入れ等の対応や提訴を躊躇する要因となる
 - ※ 通知・公告費用が費用倒れとなり、制度や団体への信頼が失われることを懸念
 - ※ 団体が負担することにも財政的な限界がある
- 事案に応じた広報媒体の選択・拡張と、広報費用の確保が必要
- 例えば、マスコミ・広報などで宣伝すれば授權を増やせるかもしれないが、団体としては資金的に困難
- 不特定多数の対象消費者を探し出すため、行政には、一段階目の判決と二段階目の開始を大々的に広報してほしい

※医学部入学試験に関する被害回復裁判手続では、団体ホームページでの公表、予備校や大学生協施設でのポスター掲示を行った（その他、事業者による公表のほか、消費者庁による長官会見、ウェブサイト・SNSでの発信を実施）

(参考)

- ・ 「相当な方法」に当たるか否かは、情報提供の実効性及び効率性の観点を総合的に考慮して判断
- ・ また、事案における被害実態や特徴、国民生活センター等に寄せられている相談内容等から想定される対象消費者の属性等も踏まえ、判断 (「一問一答 消費者裁判手続特例法」(消費者庁消費者制度課編))

情報提供の各方策における運用上の課題

3. 事業者による公表

特定適格消費者団体へのヒアリング内容

○ 消費者に対する情報提供へのより積極的な関与

- 事業者による公表について、事業者と対象消費者との接触機会が一過性のものであるような場合には、法第28条に定める方法による公表は意味がない
- 事業者が、団体に対する対象消費者に関する情報の開示もできないような場合には、より広い範囲の事項についてマスコミを通じた公表をするなど、事業者に対し、対象消費者に伝わる公表の仕方も求めることができるようにしてもよいのではないか

(参考)

- ・ 医学部入学試験に関する被害回復裁判手続の対象消費者に対するアンケート調査(消費者機構日本が実施)によると、訴訟が行われていることの認知経路として【事業者(大学)のホームページ】を選んだ人は8.0%(25人中2人)
 - ※ 【新聞やテレビの報道】は80.0%(20人)、【インターネット上のニュース報道】は56.0%(14人)
 - ※ 団体からの個別通知を受ける前に訴訟が行われていることを認知していた人が母数

(第2回 消費者裁判手続特例法等に関する検討会 資料4-1の12ページ参照)

対象消費者に対する情報提供の在り方(全体像)

1. 対象消費者による授権を促すために提供すべき情報の内容
2. 対象消費者への実効的な情報提供という観点から、各主体^(※)の役割分担をどのように考えるべきか

(※) 団体、事業者、行政(国、地方公共団体)等、情報提供の役割を果たし得る各主体について、ご検討いただきたい

情報提供の実効性確保のための課題

3. 運用上生じている課題について、どのように手当てをするべきか
 - ① 事業者による情報開示の実効性確保
 - ② 団体による公告及び事業者による公表の効果的な実施

(特に、事案ごとに、対象消費者の属性のほか、個別通知の実施状況等を踏まえて、実効性ある公告・公表が行われるための方策について)

- ③ 通知・公告の費用負担の在り方