

対象消費者への情報提供の在り方

令和3年6月17日

消費者庁

第4回の議論を踏まえた基本的な方向性・検討事項

基本的な方向性

- 実効性確保のためには、情報提供の趣旨・目的や対象に応じた効果的な方法で、複層的な情報提供が必要
- 各主体の役割分担(手続・費用負担)は、各主体が情報提供の役割を担う合理性と、実効性の程度から検討 ※その際、何が実効的かは事案ごとに異なることを考慮
- 個別通知が情報提供の手法として効果的であることを踏まえ、対象消費者の所在等に関する情報の確保のため、事業者による情報開示の実効性確保を図る方策を検討

検討事項

- ① 情報提供の在り方について、その趣旨・目的や対象に照らして整理してはどうか
- ② 情報提供の実効性を確保し、各主体の合理的な役割分担を実現するため、具体的にどのような手続きが考えられるか
- ③ ②と同様の観点から、通知・公告に関する費用負担の在り方については、具体的にどのように考えるか
- ④ 情報開示の実効性確保を図る方策について、具体的にどのように考えるか
- ⑤ 上記①～④を検討するに当たり、参考にすべき制度はあるか

検討事項① 情報提供の方法(1)

検討事項①

情報提供の在り方について、その趣旨・目的や対象に照らして整理してはどうか

第4回の議論に基づく整理

I <u>誰に何を請求できるかについて知らせる</u> (対象消費者が気付く)ための情報提供	II <u>授權について判断し、その方法を知ることを</u> <u>助けるための情報提供</u>
【対象】 必ずしも関心を有しているわけではない 多数の対象消費者	【対象】 関心を有している対象消費者
【伝達手段】 PUSH型によることが実効的	【伝達手段】 PULL型によることが合理的
【内容】 短く簡便なものが望ましい (情報量が増えると、費用がかかる一方で、消費者の理解の意欲を削ぎ、関心低下につながる)	【内容】 充実させることが望ましい (判断・行動を促すに足りる情報である必要。他方、消費者が関心を有していることが前提であり、分量が多くても意欲を削がない)
【留意点】 ・ 情報の正しさ・信用性が見極めが難しく、警戒心を持たれやすい (オンラインを中心にPUSH型通知が増加。フィッシングや詐欺的な商法が含まれる通知も存在)	【留意点】 ・ 情報提供元や場所への信頼感がないとアクセスされない

(※) PUSH型・・・情報の受け手側の能動的な操作を伴わず、必要な情報を受動的に受け取るタイプの伝達手段
PULL型・・・情報の受け手側の能動的な操作により、必要な情報を取りに行くタイプの伝達手段

検討事項① 情報提供の方法(2)

検討のポイント

- IとIIの各目的・趣旨に照らし、より効果的な情報提供を実施するために、どのような工夫があり得るか

(例) 個別通知はその実際の記載内容を必要最小限とし、詳細を公告等で補完する

【関係する主な意見】

- 通知する内容というのはできるだけ短く簡便で必要なものに限る一方で、公告の内容については充実させていくことが望ましい
- 通知では、参加する権利があることをシンプルに伝え、それ以外の事項は事案の性質や消費者の属性に応じて分かりやすいアクセス手段で簡便に周知するのがよい
- 二段階目の手続を実効化するためには、多くの消費者が参加しなければならない以上、必要な情報が適切なタイミングで届くことが重要だが、どの段階でどの程度の情報を伝えるべきかは、改めて検討が必要
- 現在は、最初の接触である通知でフルパッケージを伝えるのが基本になっているが、全てのケースでそれが適切かには疑問がある

検討事項② 各主体の役割(1)

検討事項②

情報提供の実効性を確保し、各主体の合理的な役割分担を実現するため、具体的にどのような手続きが考えられるか

これまでの議論に基づく整理

- 情報提供の実効性を確保するためには、以下の点が重要である旨指摘された
 - i. 個別通知の十分な活用
 - ii. 対象消費者が信頼を置きやすい情報提供の実施(情報提供主体、手法、主体間での連携・補完)
 - iii. 各主体の基本的な役割は明確化しつつ、事案ごとに効果的な情報提供を実施する仕組み

検討事項② 各主体の役割(2)

関係する主な意見の整理

全体	<ul style="list-style-type: none">• 団体が主たる役割を担うとしても、他の主体の役割が「補助的なもの」にとどまるものでよいかについては検討が必要• 団体に人的・体制的リソースがないと、十分な情報提供が行われなかったということがあり得るが、それは制度の実効性という観点から問題• 訴訟外で事業者が任意の対応を行った事案(訴訟提起に至った事案と同種の事案)で、個別通知がなされ高い返金率だったことを見れば、個別通知が効果的であることは明らか• アクションを起こしたい人がアクションを起こせる情報提供であるためには、情報への信頼性を確保していく必要
団体	<ul style="list-style-type: none">• 団体は通知・公告を効果的に実施し、消費者の費用負担を少なくし、かつ、団体の収入を増やすための様々な工夫をすることが期待される
事業者	<ul style="list-style-type: none">• 現行法の枠組みの下でも、事業者の公表義務について、その手段として知れたる対象消費者に個別に情報提供をすることや、団体の通知・公告に協力する(例:団体化からの通知を事業者を通じて送る)義務を課するなど、より積極的なものにしてよいのではないか• 団体に対する社会的な認知・信頼度を補完する役割を果たすということが考えられる• 抽象的にであれ、事業者の責務がもう少し明確になれば、事業者による積極的な被害回復に向けた判断を促すことにつながるのではないかと• どのような公告をしても効果は限定的であり、多額な費用を投入する公告を事業者に強いるのは合理性がない• (コストをかける広告を強制することは)通知・公告の負担を事業者に転嫁するということと同義であるため、法で強制すべきものではない

検討事項② 各主体の役割(3)

行政	<ul style="list-style-type: none">被害回復の道筋をより明確にし、かつ、必要なときにすぐに情報にリーチでき、情報収集の手間を短縮できる、個別の事案ごとの対応にとどまらない仕組み(プラットフォーム)作りが求められる団体に対する社会的な認知・信頼度を補完する役割を果たすということが考えられる個別通知の信用性についての後ろ盾となる(個別通知をサポートする)機能が求められる通知において、消費者庁ウェブサイトや消費者ホットライン188(消費生活センター等)へ誘導し、アクセスすると詳細な情報が得られるような仕組みが考えられるのではないか
第三者	<ul style="list-style-type: none">補充的な第三者(クレジットカード会社、デジタルプラットフォーム等)の協力を得る仕組みが考えられないかデジタルプラットフォーマーも、個人情報保護の観点から、情報の保持は量的にも時間的にも極力限定せざるを得ない。そのため、持っている情報には限りがあり、また、情報保管期間は必ずしも長いわけでもない。どこまで実効性があるかを踏まえた検討が必要

検討のポイント

● 事業者の役割について、どのように考えるか

(例)

- 事業者の公表義務に、その手段として知れたる対象消費者に個別に情報提供をすることを含める
- 団体が実施する通知・公告に対して一定の協力をするを、事業者の義務として位置付ける(例:団体の通知を事業者を通じて送る、事業者と連名で行う等)

● 行政の役割について、どのように考えるか

(例)

- ウェブサイト等で対象消費者への呼びかけや進捗状況を含めた必要な情報を発信可能とする
- 団体の通知・公告への協力を可能とする(例:通知を補完する形でウェブサイト等で授権に必要な詳細情報を発信する等)
- メディアに対する効果的・効率的な情報発信を行うようにする

● 第三者の役割について、どのように考えるか

検討事項③ 通知・公告費用の負担の在り方

検討事項③

②と同様の観点から、通知・公告に関する費用負担の在り方については、具体的にどのように考えるか

検討のポイント

- 通知・公告費用を事業者の負担とすることについて、どのように考えるか
- 仮に事業者の負担とするとして、その条件、負担する範囲・内容及びその決定方法について、どのように考えるか

【関係する主な意見】

- 一段階目の手続で支払義務が抽象的にでも確定しているのだから、通知・公告費用は事業者負担としても必ずしも不当ではない
- 共通義務そのものは確認されているという段階で、団体には二段階目の手続開始の申立義務があり、それに伴って通知・公告が必要になるのだから、その費用を団体、ひいては消費者が全て負担するべきかという点については、なお議論の余地がある
- 仮に手続費用として位置づけることが難しいとしても、例えば、損害賠償訴訟で損害として認めることで結果的に義務者負担とする扱いが認められている弁護士費用等とも似たところがあり、そうした実体的なアプローチで費用負担をさせることができるのかも視野に入れて、全体として合理的な線引きが改められないかはなお考えられるべき
- 公告費用について、事業者が対象消費者の連絡先情報を保管していないために通知が困難となり、広く宣伝をする必要がある場合においては、裁判所の認める範囲でその宣伝費用を事業者負担するような制度を検討いただきたい
- 通知・公告費用は訴訟の準備のための費用であり、また、通知・公告の方法について特定適格消費者団体に委ねられているものであるため、特定適格消費者団体が負担をすべきであるとされている
- 団体に適切な方法で通知・公告というものがなされていくのかを事業者側が検証できないままに費用を負担することはできない
- 仮に費用を事業者が負担できるとしても、それは団体と事業者の間で合意が成立したときしかあり得ず、(通知・公告の)方法を事業者側で考えることになるのが当然

検討事項④ 情報開示の実効性確保を図る方策

検討事項④

情報開示の実効性確保を図る方策について、具体的にどのように考えるか

検討のポイント

- 一段階目の訴え提起前に、対象消費者に関する情報を保全する手続を設けることについて、どのように考えるか。仮にそのような手続を設けるとして、具体的な保全の方法について、どのように考えるか
- 事業者が情報を開示できないときに通知・公告費用を負担することにするという方策について、どのように考えるか(検討事項③に関連)

【関係する主な意見】

- 二段階目でいきなり公告しても、訴訟の進行を注視していない消費者には届かない(ので、個別通知は重要であり、)一段階目の訴え提起前に、対象消費者に関する情報を保全する手続が作れないか
- 届出消費者になるべき者の情報が廃棄されていたら通知ができないというのは、制度の実効性からすると非常に大きな問題。実際に共通義務確認訴訟が認められた場合には、事業者の側でも団体に情報を開示する義務を負うということは既に規定されているので、そうした義務の実効性を確保するための一定の保全処分的なものも申立てを可能にし、およそ勝訴の見込みがない濫用的なものについては裁判所の判断で認めないといった制度について検討するはある
- 簡単に「破棄をした」という主張をされては、誠実な事業者が損をする。情報を提供できないときには通知・公告費用を負担することとするなど、情報保存のインセンティブが働く制度とすることがあり得るように思う
- 個人情報保護法制では「不必要な個人情報は持たない」のが大前提であり、それに基づいて事業者は、何をいつまで持っているか決めることになる。必要かどうかわからない個人情報を、漏洩するリスクを負いながら保持するという過大な負担を事業者に負わせるべきではない
- 訴えが提起されていても、訴訟要件を満たさないもの等として却下される可能性があるということを考えると、審理中の段階で(個人情報を保管する義務という)負担を負わせるべきではない