

ODR 活性化に向けた法制度の在り方について

2020年2月28日

(公社) 全国消費生活相談員協会 理事長 増田悦子

1. 消費者の苦情の現状

令和元年消費者白書によると、2018年度の消費生活相談件数は101.8万件に上ります。また、消費者意識基本調査によると、何らかの消費者被害・トラブルを経験したことのある人は、9.9%、そのうち、「相談又は申出をした」と回答した人の割合は50.8%、「誰にも相談又は申出をしていない人」は、43.3%です。そして、「相談又は申出をした相手のうち、市区町村や消費生活センター等の行政機関の相談窓口」に相談した人は、8.1%で、2018年度の相談件数101.8万件に該当すると推測されます。被害・トラブルの内容にもよりますが、約4割の人が誰にも相談せず、被害・トラブルを受けたままとなっていると考えられます。

また、何らかのトラブルにあった人が、どこに相談したらよいかわからず、インターネット検索をして、「無料相談可能」という窓口に電話で相談して、二次被害に遭ったり、法律相談のサイトに登録して、1回の相談のつもりだったのに毎月会費が引落しされたりなどの相談が寄せられています。

今発生しているトラブルが消費生活相談であるかがわからない、この程度のことでも相談してよいかためらいがある、費用がかかるのではないかという不安がある、相談窓口はどこかわからない、平日昼間に相談しにくいなど、適切な相談窓口に行きつくまでにはいくつものハードルがあります。

2. 消費者にとってのODRの利便性

- ① 簡易な方法で相談できるようになります。結果として、不審なサイトへの相談の減少が期待できるのではないかと考えられます。
- ② ひな形の利用、メール等による通知が可能となり、郵送・FAXの必要がなくなることで、手書きでの書面作成が苦手な人、郵便局を利用したことがない人、FAXを持っていない人にとってメリットとなります。
- ③ 高齢者・障がい者・体調不良等、消費生活センターに来ることが困難な場合に、出向く必要がなく、また相談窓口の開設時間帯に関係なく相談ができます。
- ④ 相手方と連絡がつきにくいなど、あっせん交渉の際に日程調整が困難なケースがありますが、オンラインでのやり取りにより迅速に進めることができる場合があります。
- ⑤ 同種の相談の解決の蓄積により、その後の事業者や相談者へ説得や説明がしやすくなる可能性があります。
- ⑥ キャンセル料等の目安が蓄積され、将来活用できる可能性があります。

3. 一方で、消費者にとって ODR は懸念もあります。

①消費者と事業者の格差を踏まえたあっせんをしていただくよう要望します。

消費者・事業者双方からの相談を受け付けることになる場合、相手方が消費者となる可能性があります。例えば、商品やサービスが契約どおりではない場合、消費者の中には解決のための方法を知らなかったり、事業者のどこに連絡してよいかわからないなどの理由から、事業者に申し出たり話し合ったりしないままに支払い拒絶をすることがあります。そのような場合、十分な話し合いがなされないまま事業者から簡単に支払い請求の申し出がされる可能性もあります。

消費者は、争いがあるため払わないでいるようなケースでも、弁護士など第三者の介入があると、あきらめて支払ってしまうことが容易に想像できます。

消費者が消費生活センターを利用する機会を失うことがないようにしていただきたいと思います。

②消費生活センターに寄せられた消費生活相談が PIO-NET に集約され、それを元に国民に対する注意喚起、事業者への行政処分、必要な法律の制定、法律改正等を行っていることを踏まえ、ODR の相談が消費生活相談である場合にどのように活用するのかをしっかりと検討していただくよう要望します。

消費生活センターに寄せられた消費生活相談は、国民生活センターが運営する PIO-NET に集約されます。PIO-NET への入力には地方自治体に勤務する消費生活相談員の業務の中で大きな割合を占め、そのデータは消費生活行政の根幹をなすものです。

消費生活相談員が PIO-NET に入力する際には、国民生活センターのルールに則ることになりますが、そのルールは社会の変化や消費者トラブルを反映して日々改定、追加されています。また、単に相談内容と助言・あっせん内容を記録するだけでなく、消費者被害の拡大防止や未然防止のための情報発信や行政処分のための根拠となること、現状の法律では規制できない問題が多発した場合には法律改正の根拠にもなることを意識して入力しています。

ODR の相談が消費生活相談である場合に、どのように活用するのかをしっかりと検討していただくことを要望します。

③迅速な解決を第一に目指すことにより、本来目指すべき解決レベルではなく初めから低いレベルでの合意とならないよう、また、そうしたレベルが蓄積されることにより、それがスタンダードとなることがないように要望します。

消費生活相談員は、消費者関連法令や業法や制度など、民事ルールだけでなくさまざまな法律・制度を活用して事業者を説得し、解決を目指しています。

例えば、本来であれば、特定商取引法のクーリング・オフや消費者契約法の取

消しの規定により全額返金されるべきところ、迅速な解決を第一に目指すために初めから一定割合の返金が当然になることのないようにしていただくことや、さらにそれがスタンダードにならないようにすること、事業者が守るべき業法やガイドラインなどに反することがあれば、それも踏まえた解決を目指すなど、消費者の権利がないがしろにならないよう要望します。

④相談内容によって、適切な相談窓口を案内するよう要望します。

消費生活センター、ODR、各種ADRなど、どこに相談することが一番適切か消費者はわかりません。消費生活センターでは、相談内容によっては、相談者の希望を聞き、適切な案内をします。

また、消費生活相談は、少額であっても関係者が多数、利用する法律も多数となり、複雑なことが多くあります。消費生活センターで解決することが適切と思われる事件は、消費生活センターを案内していただきたいと思います。

そのためにも、利用規約等によりわかりやすい表示・説明にさせていただくこと、相談窓口の特性などを掲載していただくことなどをお願いします。

⑤相談者が誤解することのないよう、専門用語等を利用する際には注意をすること、解説を充実させることなどを要望します。

対面での相談であれば、誤解していることがわかり丁寧な説明、繰り返しての説明が容易にできます。メールによる相談、回答の場合、誤解したままであったり、わからなくても問い合わせずにそのままになったりの可能性があります。また、法律用語、横文字、ネット特有の言葉などは丁寧な解説が必要です。

相談者が誤解のないよう、専門用語等を利用する際には注意をすること、解説を充実させることなどを要望します。

⑥ODRの相談費用は、少額事件を踏まえた金額にさせていただくよう要望します。

消費生活センターは無料ですが、ODRは一定の費用負担が必要になると思います。少額事件であることが多い消費者トラブルに対応した費用としていただくようお願いいたします。

⑦IT機器の利用ができない人、機器所有できない人等などの場合について検討していただくよう要望します。

ITツールを利用する人が拡大しているとはいえ、実際には、スマートフォンのメールやSNSを利用する程度の人が多いのが現状です。ITツールを利用できない、回線やOSなど、ITの環境が劣っている、リテラシーが低いなどの場合への対応も検討していただきたいと思います。

⑧**広報、情報提供を充実させていただくよう要望します。**

これを機に、トラブルが発生した場合に相談すべきであること、消費者教育、法教育を目的に、しっかり広報、情報提供をしていただくよう要望します。

また、同種のサイトを作成し偽 ODR の出現も想定できます。検索エンジンのトップに表示されるようにするなどをお願いします。