

## 資料：配布資料からの抜粋

### 山下教授配布資料（抄）

(1)

#### 6 代表訴訟の機能と評価

- 1993年改正後
- 代表訴訟の脅威、代表訴訟の濫用の懸念
- 最近
- 年間70～80件前後と安定（中小会社も含む）
- 濫用といえるものもあまりなし
- 判例の蓄積による予測可能性の高まり
- 脅威論の解消へ

(2)

#### 消費者問題と代表訴訟

- 代表訴訟以外の消費者のための裁判制度の多様化
- 代表訴訟の役割の低下か？
- 引き続き消費者問題にも関連する代表訴訟
- ベネッセ事件、東洋ゴム事件など
- 取締役個人責任リスクによる不祥事抑止

(3)

#### 7 コーポレート・ガバナンスの動向と消費者問題

- コーポレート・ガバナンス
- 会社経営の組織のあり方
- 目的
- ①適法適正な経営の実現、不祥事の防止
- ②株主の利益を実現する経営
- ①から②への重点の移行傾向

(4)

コーポレートガバナンス・コード  
(2015年)

- Comply, or explainのルール
- 「攻めのガバナンス」
- ステークホルダーの利益の考慮は認めつつも、
- ②の強調
- リスクの回避や不祥事の抑止ということを過度に強調すべきでない
- 説明
- 消費者利益をどのようにして実現すべきか？

野村教授配布資料 (抄)

(5)

「企業不祥事」とは

- 「悪徳商法」と「企業不祥事」の違い
  - ビジネスを装う
  - 正規のビジネスの過程で生ずる
- 「企業不祥事」の1つとしての消費者問題
  - ① 企業を取り巻く多様なステーク・ホルダー
  - ② 企業と消費者の特殊な関係
    - 経済成長は消費に依存する(総生産=総消費=総所得)
    - 情報の非対称性/交渉力の不均衡
  - ③ 消費者問題がもたらす企業ダメージ

2017/10/28 S.NOMURA 2

(6)

ステークホルダー型  
(長期的利益追求型)

資金の拠出者  
↑ 受託者責任  
機関投資家 → 株主  
会社債権者 (金融機関)

企業の社会的責任 (CSR)  
従業員の生活向上  
消費者の信頼  
地域住民との共存共栄

どうやってベクトルを合わせるか

2017/10/28 S.NOMURA 3

(7)

### 具体例(企業不祥事としての消費者問題)

- ・ 雪印乳業集団食中毒事件(2000年)
- ・ 三菱自動車リコール隠し事件(2000・2004年)
- ・ 雪印食品牛肉偽装事件(2001年)
- ・ 建築士による構造計算偽装事件(2005年)
- ・ 保険各社による保険金不払問題(2005年)
- ・ 船場吉兆食品偽装事件(2007年)
- ・ ミートホープ・加ト吉等による牛肉ミンチ品質表示偽装事件(2007年)
- ・ 石屋製菓賞味期限改ざん事件(2007年)
- ・ 赤福賞味期限改ざん事件(2007年)
- ・ 大手ホテルによるメニュー(食材)偽装事件(2013年)
- ・ カネボウ化粧品白斑事件(2013年)
- ・ ノバルティスファーマ医薬品データ改ざん事件(2013年)
- ・ 東洋ゴム耐震偽装事件(2016年)
- ・ 三菱自動車燃費データ不正(2016年)
- ・ 日産自動車無資格検査問題(2017年)

2017/10/28 S.NOMURA

4

(8)

### 改正民法と定型約款

#### (1) 定型約款(548条の2第1項)

「定型約款(定型取引において、契約の内容とすることを目的としてその特定の者により準備された条項の総体をいう。以下同じ。)」

「定型取引(ある特定のものが不特定多数者を相手方として行う取引であって、その内容の全部又は一部が同一的であることがその双方にとって合理的なものをいう。以下同じ。)」

#### (2) 約款のみなし合意

① 契約当事者が定型約款を契約内容とすることを合意した場合

② 定型約款を準備した者が、あらかじめ、当該定型約款を契約の内容とすることを相手方に表示した場合

#### (3) 不当条項・不意打ち条項の不合意(548条の2第2項)

「前項の規定にかかわらず、同条項の規定のうち、相手方の権利を制限し、又は相手方の義務を加重する条項であって、その定型取引の態様及びその実情並びに取引上の社会通念に照らして第一条第二項に規定する基本原則に反して相手方の利益を一方的に害すると認められるものについては、合意をなかつたものとみなす。」

#### (4) 約款の変更

① 約款の変更が、相手方の利益に適合するとき

② 約款の変更が、契約目的に反せず、かつ、変更の必要性、変更後の内容の相当性、約款の変更をすることがある旨の定めの有無及びその内容その他の変更に係る事情に照らして合理的なものであるとき

2017/10/28 S.NOMURA

7

(9)

### 消費者契約法の改正

- (1) 消費者概念の拡大
- (2) 事業者に対する情報提供の義務付け
- (3) 取消要件の拡大
  - ① 勧誘要件の見直し
  - ② 重要事項の拡張
  - ③ 不利益事実の不告知  
(先行行為要件・故意要件の見直し)
  - ④ 断定的判断の対象拡大
  - ⑤ 過量販売契約の取消
- (4) 第三者による不当勧誘
- (5) 取消期間・取消の効果の見直し


2017/10/28 S.NOMURA

9

(10)


### 体制(態勢)整備・機能発揮

企業A  
内部統制システムなし




従業員の遵法行動

企業B  
組織はあるが動かない



従業員の遵法行動

企業C  
機能が発揮できる



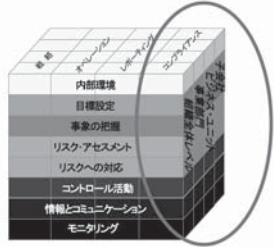
従業員の遵法行動

2017/10/28 S.NOMURA 13

(11)

### Internal ControlとCompliance


- COSO ERM 2004

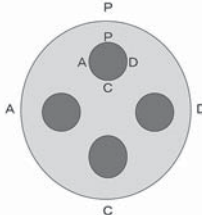


2017/10/28 S.NOMURA 16

(12)

### コーヒーカップ(遊具)とコンプライアンス





2017/10/28 S.NOMURA 17

## 片山弁護士配布資料（抄）

## 2 消費者政策の転換

国民生活審議会消費者政策部会報告「21世紀型の消費者政策の在り方について」（平成15年5月28日）で消費者政策の転換が示された。

(<http://www.consumer.go.jp/seisaku/shingikai/bukai-index.html> 参照)

## 消費者の位置づけの転換—保護から自立へ

これまでの消費者政策は、事業者を業法等に基づき規制するという手法を中心に展開されてきた。そこでは、一般的には消費者は行政に「保護される者」として受動的に捉えられてきた。

一方、近年、規制緩和が進展し、市場メカニズムの活用が進められている。市場メカニズムの活用は、消費者が市場において主体的に行動し、自由で多様な選択を行うことを可能とするものである。市場メカニズムを十分活用するためには、事業者間において自由で活発な競争が行われ、市場の公正性及び透明性が確保されるとともに、消費者は「自立した主体」として市場に参画し、積極的に自らの利益を確保されるよう行動する必要がある。

同時に、行政は消費者の自立のための環境整備を行うことが必要である。

そこでは、消費者は、行政の事業者に対する規制によって保護されるという受身の立場から、積極的に事業者を選択・淘汰するという「市場の自立した主体」と位置づけられた。

## 4 消費者庁の設置とそのめざすもの

平成20年6月27日閣議決定の

「消費者行政推進基本計画～消費者・生活者の視点に立つ行政への転換～」で説明

## ○ 新たな公共的目標に向けて消費者庁を設置

今や「安全安心な市場」「良質な市場」の実現こそが新たな公共的な目標として位置づけられるものとなった。

それは競争の質を高め、消費者・事業者双方にとって長期的な利益をもたらす唯一の道である。

消費者庁の創設は、この新たな目標の実現に向けて政府が積極的に取り組むことを自らの行動を通して示すもの。

→消費者・行政・事業者は、同じ目標に向けて協働しなければならない関係にある  
そのためには、消費者・行政・事業者の相互理解と信頼構築が不可欠

## KC'sの活動のご紹介

### ◆「消費者団体訴訟制度」ってなあに？

別紙 1

消費者被害の拡大を防ぐために、「適格消費者団体」が事業者に対して不当な契約や勧誘の「差止（やめさせること）」を請求する裁判をおこなうことができるのが「消費者団体訴訟制度」です。KC'sは、一定の条件を満たして内閣総理大臣の認定を受けた「適格消費者団体」（全国で16団体）です。以下の法律に基づいて「差止請求」を行い、消費者被害の拡大防止、未然防止の活動をしています。

#### 消費者契約法

・不当な勧誘行為・不当な契約条項



ワソついでまで・・・

この機械をつけ  
れば、電話代が安  
くなり、かなりお  
得ですよー(ワ  
だけど 笑)

#### 景品表示法

・優良誤認表示 ・有利誤認表示

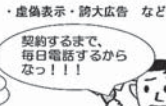


割引券使用で  
70,000円

お社請求額  
80,000円  
がっかりだわ  
「優待」と書いて  
たのに・・・

#### 特定商取引法

・不当な勧誘行為・不当な契約条項



これじゃ、資金だよ・・・

・虚偽表示・誇大広告 など

契約するまで、  
毎日電話するから  
なっ！！

### ◆KC'sは、これまで、どんな活動してきたの？

■9件の「差止請求裁判」を提起し、ほとんどの裁判で「勝訴」もしくは「勝訴的和解」を勝ち取っています！！（※全国では46件の「差止請求裁判」が提起されています。）

- ①2008年4月：貸金業者の「早期完済金」の規定使用停止を求めた。⇒最高額は業者側上告を受理せず、勝訴確定。※早期完済金とは貸付金の返済期日に貸付金額の全部を返済する場合、残元金と利息に加え残元金に対する3%の「違約金」を負担させる契約条項のこと。
- ②2008年8月：英会話教室運営業者に対してしつこい勧誘の停止等を求めた。⇒勝訴的和解・違約金請求訴訟後、同社は廃業。

「それって、おかしくない？」  
「不当じゃないの？」  
「ひどくない？」

- ③2011年11月：不動産賃貸会社に対して、家賃を滞納した借主の家財道具の正当な手続きを経ない没収や、鍵の交換を行うことのできる条項等の使用停止を求めた。⇒最高額は双方の上告受理申立を受理せず、一審、二審判決の一部差止を認めた判決が確定。
- ④2011年11月：家賃債務保証会社に対して、同上の条項などの使用停止を求めた。⇒裁判上の和解成立。
- ⑤2012年10月：美術通信教育講座運営会社に対して、中途解約金が高額であるとして契約書の一部差止を求めた。⇒同社が解消要請中止のため取り下げ。
- ⑥2013年9月：貸衣装会社に対して、解約条項の一部使用停止を求めた。⇒KC'sの主張に沿った裁判上の和解成立。
- ⑦⑧2015年9月：貸衣装会社に2社同時に、解約条項の一部使用停止を求めた。⇒被告2社はKC'sの主張を全て認めた。
- ⑨2016年10月：家賃債務保証会社に対して、「保証契約書」の不当な契約条項の修正・削除などを求め、現在、訴訟中。

◎KC'sには、年間100件を超える情報があり、消費者の皆さんから寄せられます。  
◎KC'sでは、消費者の皆さんから直接寄せられた情報をもとに、活動に取り組んでいます。

■90を越える事業者に「お問い合わせ」「申入れ」「要請」を行い、60を越える事業者が改善に応じています！！

- ・携帯ゲームサイト運営会社のテレビCM・・・ゲームによっては有料のものもあり断絶を招くとして「無料です」という音声をなくすように改善。
- ・光回線の勧誘地のチラシ・・・「再勧誘停止についての連絡先」や「工事前の解約についての連絡先」の電話番号をHPなどでわかりやすく表示。
- ・関西放送各社での定期券購入後すぐの解約について・・・やむを得ない理由での定期券払い戻し可能期間を3日⇒7日へ改善。
- ・健康食品販売会社のテレビCM、HP等の広告表示の改善・・・景品表示法「優良誤認」にあたるとして変更・削除を求め、改善された。etc

### ◆2017年6月21日、KC'sは、『特定適格消費者団体』の認定を受けました。

2016年10月1日よりスタートした「新しい消費者被害回復訴訟制度」では、新しく認定を受けた「特定適格消費者団体」が、個々の被害者に代わって、被害者に損害を与えている事業者に対して、訴訟を提起できるようになりました。

2017年6月21日、KC'sは、「特定適格消費者団体」の認定を受けました。今後のKC'sに、ご期待ください！！



被害にあった  
お金を取り戻  
せるようにな  
るんだ。

消費者被害の未然防止・拡大防止のために

ケースーズ 特定非営利活動法人  
**KC's** 消費者支援機構関西 P.9  
(内閣総理大臣認定・適格消費者団体)

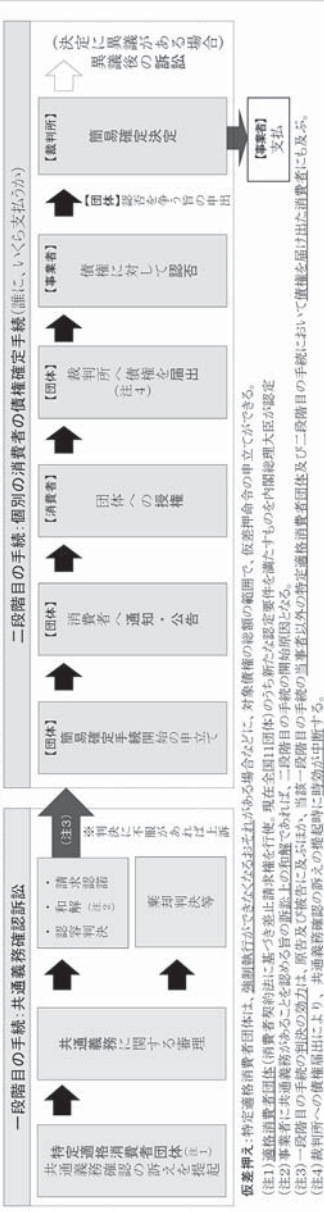
住所：〒540-0033 大阪市中央区石町一丁目1-1 天満橋千代田ビル  
TEL: 06-6920-2911 / FAX: 06-6945-0730  
e-mail: jin@kcs.or.jp / HP: http://www.kcs.or.jp

Kansai Consumer's Support Organization

# 消費者の財産的被害の集団的回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律について①

**二段階型の訴訟制度：一段階目：事業者の共通義務の承認(注)**  
二段階目：対象消費者の債権を個別に確定

(注)事業者が、相当多数の消費者に対して、これらの消費者に共通する事実上及び法律上の原因に基づき、金銭を支払う義務を負うべきことの確認



**○対象となる請求(第3条第1項)**

事業者が消費者に対して負う金銭の支払義務であつて、消費者契約に関する以下の請求に係るもの

(簡易確定手続で債権の存在・内容を適切・迅速に判断することが困難な場合は、訴え却下できる。)

- ① 契約上の債務の履行の請求 (第1号)
- ② 不当利得に係る請求 (第2号)
- ③ 契約上の債務の不履行による損害賠償の請求 (第3号)
- ④ 瑕疵担保責任に基づく損害賠償の請求 (第4号)
- ⑤ 不法行為に基づく民法の規定による損害賠償の請求 (第5号)

(注)被告となるのは、消費者契約の相手方である事業者(⑤は、債務の履行をする事業者、勧誘をする、させる・助長する事業者も被告となり得る。)

**○経緯**

- 消費者契約法の一部を改正する法律案に対する附帯決議(衆議院、参議院内閣委員会)(平成18年)
- 消費者被害の救済の実効性を確保するため、適格消費者団体が損害賠償等を請求する制度について、...、その必要性等を検討すること
- 消費者庁及び消費者委員会設置法附則(平成21年6月)
- 6. 政府は、消費者庁関連三法の施行(平成21年9月)後三年を目途として、加害者の財産の隠匿又は散逸の防止に関する制度を含め多数の消費者に被害を生じさせた者の不当な収益をばく奪し、被害者を救済するための制度について検討を加え、必要な措置を講ずるものとする。

⇒平成25年4月19日、第183回国会提出(閣法第60号)。同年11月11日、衆議院において修正議決(全会一致)、同年12月4日、参議院において可決・成立(全会一致)。同月11日公布(法律第96号)。

**○対象外の損害(第3条第2項)**

- いわゆる拡大損害(消費者契約の目的となつたもの以外の財産が滅失・損傷したことによる損害)(第1-3号)
- 逸失利益(消費者契約の目的物の提供がなされ得るはずであつた利益を喪失したことによる損害)(第2-4号)
- 人身損害(人の生命又は身体を害されたことによる損害)(第5号)
- 慰謝料(精神上の苦痛を受けたことによる損害)(第6号)

**○目的(第1条)**

【消費者契約に関して相当多数の消費者に生じた財産的被害】消費者と事業者との間の情報の質・量や交渉力の格差により、消費者が自ら回復を図ることは困難を伴う場合がある。

財産的被害を集団的に回復するための裁判手続を創設

もつて国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与

