

第2回 消費生活用製品の安全確保に向けた検討会 議事概要

開催日時：令和5年2月8日（水曜日）10:00～12:00

開催場所：Teams 会議、経済産業省本館 17 階第 1 特別会議室

<出席者>（敬称略、順不同）

・委員

三上 喜貴	開志専門職大学副学長（座長）
依田 高典	京都大学大学院経済学研究科教授
カライスコス アントニオス	京都大学大学院法学研究科准教授
釘宮 悦子	消費生活アドバイザー
西田 佳史	東京工業大学工学院教授
早川 吉尚	立教大学法学部教授
正木 義久	一般社団法人日本経済団体連合会ソーシャル・コミュニケーション本部長
増田 悦子	公益社団法人全国消費生活相談員協会理事長
森 亮二	英知法律事務所 弁護士
山内 洋嗣	森・濱田松本法律事務所 弁護士
鷲田 祐一	一橋大学商学部教授

・インターネットモール事業者

・関係省庁

消費者庁 消費者安全課、消費者政策課
経済産業省 情報経済課、生活製品課
独立行政法人製品評価技術基盤機構 製品安全センター

・事務局

経済産業省 産業保安グループ 製品安全課
みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社

<配布資料>

資料 議事次第

資料 インターネットモール事業者説明資料

1. 販売店や販売製品の審査・確認方法などについて

(委員)

- インターネットモール事業者が国内外の販売店を登録する際に、どのような審査を行っているのか。
- 販売店が取り扱う製品に対し、どのような審査を行っているのか。
- 出店規制や出品停止等の措置を濫用すると独禁法、取引透明化法との関係もあるところ、どう販売店に配慮しているか。
- 海外製造事業者の製品を取扱う販売店や製品の実態、製造事業者はどの程度把握できているのか。

(回答)

- 実存性や本人性の確認を目的として、必要十分な情報を審査している会社法上の義務履行は審査対象としていないが、会社法も含む国内の法令遵守を求めている。販売店が虚偽の情報を登録等して消費者が出品者と連絡が取れない場合は、インターネットモール事業者の方から販売店に対して、消費者に返信をするように促すといった対応をしている。
- 前述のとおり、取引透明化法に基づき、販売店と消費者のコミュニケーションのサポートを行っている。
- 独禁法や取引透明化法との関係では、ポリシーの変更等の際の事前周知のルールを守っていても出品者からは過剰と言われたり、優越的地位の濫用として官公庁に駆け込む出品者が発生する懸念がある。
- 商流、製造業者、通関法上の輸入事業者の把握が非常に難しく、統計データはない。特に販売店が一次小売ではないリセラーの場合、製造者までたどり着くことは困難な場合が多い。
- 製品安全4法の一部製品について出品前審査でPSマーク取得状況等を審査しており、これを拡大していくことを行っている。今後、輸入事業者や製品リストが経産省より公表されることになれば、情報を突合し、対応に活かすことができると考える。行政機関等から提供された製品検査・試買テストの情報に基づき、危険な製品については調査をした上で出品停止等の措置をとっている。
- 機械学習やキーワード検出などで広く対象となりそうな製品を毎日巡回しており、最終的に人の目視で精度を高めて審査をしている。

2. 製品事故の把握と対応について

(委員)

- 製品事故の把握はどのように行っており、件数はどの程度か。
- 製品事故の対応はどのように行っているか。

(回答)

- 製品事故の正確な数字は不明だが、多くない。理由ははっきり分析ができておらず、そもそも製品事故が起こっていないか、販売店側で対応している場合、販売店から連絡が上がっていない可能性もある。売買契約は販売店と消費者で、顧客対応も販売店が直接やっているため、製品の問合せは販売店にまず一報が行くことも関係すると推察している。
- 現在、カスタマーサービスに寄せられた事故情報は速やかに販売店にも共有しており、事故原因の確認結果も販売店から報告してもらっている。製造・輸入事業者が一義的に製品の詳細や製品事故であるかの判断をするので、販売店を介して輸入事業者の確認結果のフィードバックを得て、安全であると証明する書類が提出され、内容に問題がなければ出品の再開という対応をしている。
- 消費者からの事故報告はカスタマーサービスやレビューで、懸念が示されたものが主であるが、消費者からの情報のため確度が低く、真偽が判断できないものもある。また、製品事故なのか、消費者の誤使用の問題なのか、インターネットモール事業者では判断できない。
- 全ての取引内容を把握するのも難しいが、インターネットモール内で検知されたものは常にエスカレーション対応方針の検討をしており、社内体制の構築はできている。

3. 国内代表者の設置について

- 会社法で求められている国内代表者の設置を審査していないのはなぜか。
- 代表者の選定は会社法上の義務。海外出品者の場合、サイト上に国内の代表者を表示する欄を設けて連絡先を載せれば、消費者や政府機関も連絡できる。そうすればもっと問題が簡単に解決できる。虚偽の代表者が登録されているならば、コンプライアンス違反、登録要件義務違反となる。制度上、法令を改正して代表者についてサイトの表示を求めることもできるが、対応コスト等、弊害はあるのか。
- 重要なのは連絡が取れる体制の確保とのことだが、連絡がつく人が海外にいると製品安全法、罰則が直接執行できず、訴訟になった場合は国内に登記がないと海外訴訟になるが、解決策があるのか。
- インターネットモール上の取引は店舗と消費者の取引だが、消費者が店舗を訴えたい場合、海外事業者の店舗が日本に登記がないときの対応はどうなっているのか。

(回答)

- 代表者登記はすべて必須とはしていない。海外事業者でも国内に支社があつて法人登記しているところは確認している。海外に支社がない・拠点が海外にしかない、いわゆる個人輸入については、国内への登記・代表者設置は必須にはしていないが、日本語対応可能な人を設置するルールを設けている。

- インターネットモール事業者としては、何を出品者情報として表示するのか、特商法上規定されており、販売店によりそれが履行されているかは確認している。
- 製品安全4法上はPSマークを取得している製品については法令上国内に居住している届出事業者がいることになっており、まさにこの届出事業者がリコール責任を負う者であるため、同事業者の実存性、履行能力の有無を確認し、実効性が担保されることが重要。
- 国内代表者の記載を法制化したとしても、その代表者に対してリコール義務を負わせることを想定した場合、その代表者についても履行能力・実存性を担保できる制度設計をしないと、現行の届出事業者同様、形式的にはいるが履行能力がなく実態上はいないことと同じになってしまう。
- 現状は海外事業者でも店舗運営責任者を置いて、連絡を密にとって対応している。必ずしも会社法の条文、日本で取引継続がどういった事業者にどこまで適用できるのかが整理できていなかった。改めて所管省庁に確認し、検討と対応が必要と考えている。事業者によっては即対応が困難であることを懸念している。インターネットモールだけではなく海外事業者にも波及していくところだと思うので、改めて対応を検討していきたい。
- 前述のとおり、販売店のアカウント登録に際しては、実存性や本人性の確認を目的として、必要十分な情報を審査しているもの。販売店に対して、あまねく法令の義務が課される中で、会社法はじめ個別法令について須らく履行審査を行うのは実務上難しい。会社法上の登記を行っていないということや虚偽情報の登録等は国内外の事業者問わず起きる問題である。特に海外事業者に強く求めるということはなかなかやれない。

—了—