

産業構造審議会 商務流通情報分科会 割賦販売小委員会 第11回 議事録

日時：平成27年4月30日（木曜日） 13時00分～15時00分

場所：経済産業省別館3階312会議室

○山本委員長　それでは、定刻になりましたので、ただいまから産業構造審議会商務流通情報分科会割賦販売小委員会の第11回を開催いたします。

皆様方におかれましては、ご多忙中のところご出席いただきまして、まことにありがとうございます。

議事に進みます前に、委員、オブザーバーの出欠状況及び配付資料の確認を事務局からお願いいたします。

○苗村商取引監督課長　まず、委員、オブザーバーの出欠状況についてご連絡をさせていただきます。本日は丸山委員、それからオブザーバーの赤松様にご欠席と伺っております。

次に、配付資料でございますけれども、お手元の資料の2枚目に配付資料一覧がございます。資料1から6、それから参考資料及び委員提出資料の1と2がございます。なお、資料2につきましては、ご提出者のご意向により、全体版はメインシート及び随行者席のみ配付とさせていただき、傍聴者席及びホームページへの掲載は抜粋版となっておりますので、ご了承いただければと思います。

資料についてはよろしいでしょうか。もし不足、乱丁等ございましたら、途中でも結構ですので、事務局までお知らせいただければと思います。

以上です。

○山本委員長　それでは、審議に入らせていただきます。本日は、イシューにおける相談・苦情対応の実態等を踏まえた措置のあり方についてといたしまして、国民生活センターを代表して鈴木委員から、また、日本クレジット協会を代表して與口専門委員から資料に基づきご説明いただき、さらに事務局からも資料の説明を行った上でご議論いただきたいと存じております。

まず初めに、鈴木委員からご説明をお願いいたします。

○鈴木委員　本日は、改めてご報告の機会をいただきまして、ありがとうございます。今回は、割販法改正前の2009年度と昨年、2014年度の一定期間について、合計4,300件を超

える事例を1件ずつ目でみて分析いたしました。限られた期間とマンパワーで対応しております。わずかではありますが、これまでにない項目について分析しましたので、その結果についてご報告いたします。その結果を踏まえて、今後より安全な決済の場にするために、皆様とともに取り組んでいきたいことを最後に提案させていただきますので、ぜひ前向きにご検討いただければと願っております。

では、1ページおめくりいただきまして2ページですが、これが今回の分析の実施概要です。分析事例は、2009年度と2014年度のそれぞれ8月から10月の3ヵ月間に受け付けた相談で、決済手段としてクレジットカードを使用したもの、そして消費生活センターであっせんを行った相談事例、2009年度は1,558件、2014年度は2,782件、合計4,340件について、統計的な分析に加えまして、1件ずつ目でみて内容を分析いたしました。

今回、この資料のデータ分析部分については、委員限りとさせていただきましたが、その理由は、そもそもPIO-NET情報というのは、各消費生活センターと国民生活センターが共通のルールのもとに運用している共有情報でありまして、国民生活センターだけで勝手に公表したりすることはできないものであることに加え、今回は一件一件目でみて、処理結果も分析しております。しかし、PIO-NETはそもそも目検を想定してつくられてはいないシステムで、特に処理結果については外に出すことはルール上できないことになっておりますので、申しわけありません、委員限りとさせていただきました。

3ページ目になりますが、まず分析に入る前にPIO-NETデータをみる際の、補足的な説明をさせていただきます。

3ページは、PIO-NET情報の収集と活用について全体の流れを示した図です。現在、PIO-NETは全国約1,000ヵ所の消費生活センターとつながっておりますが、各地のセンターは全国共通のルールに沿って相談内容を入力し、PIO-NETに登録しております。そして、その情報をいろいろな場面で活用しており、右側の一番上の囲みにお示した通り、事業者団体からの照会があれば、PIO-NETの一定の情報も提供しております。

次に、4ページですが、消費生活センターにおける相談処理の流れです。先ほど今回の分析結果はあっせんした事例と申し上げましたが、相談が入ってきまして、どんな相談でも全てあっせんしているわけではありません。原則は当事者間の話し合いということで、消費者自身が交渉可能な場合には、センターから交渉に対する手助け、必要な助言を行って終了しております。2014年度についてみれば、約70%が助言で終了しております。

相談が入ってきてから解決するまでの流れなのですが、5ページをごらんください。これは、今、私どもが行っている相談処理の流れですが、各地の消費生活センターも同様とされます。まず、相談が入ってきますと、私どもではまず相談者から詳細な聞き取りをします。また、必要な書類等の確認もします。そして、相談者や内容によってあっせんに入るかどうか判断していきます。いろいろなことを聞いていくのですけれども、3. をみていただきたいのですが、あっせんに入る場合には、まず相談者の主張をお手紙にまとめていただきまして、関係事業者に送ることから始めております。そして、事業者に話し合いを求めて、解決に向けて相談者、事業者双方の主張を十分に確認し、問題点等の整理を行い、双方の合意を得ていくという流れになっております。それがあっせんということなのです。

続いて、6ページですが、先ほど全ての相談においてあっせんに入るわけではないと申し上げましたが、国民生活センターがあっせんに入るポイントを、6ページ一番下にまとめました。まずは、相談者と事業者の間に情報力、交渉力の格差がある場合です。最近では本当に高齢者からの相談がふえています。そうした情報力、交渉力の格差がある場合や複雑な事案で自主交渉ではとても解決できないだろうと思われる事例、それから誰がみてもひどい、深刻なケースであるという場合など、総合的に判断してあっせんに入っております。

全国的なあっせん率の平均は、現在約8%となっております。しかしながら、消費生活センターにご相談される割合というのは残念ながら低くて、7ページになりますけれども、私どもが一昨年度行った調査結果では、1年間に購入した、あるいは利用した商品、サービスについて何か不満をもったり経済的な被害を受けたことがある人は約3人に1人、そのうち、その苦情をどこかに相談したり伝えた人は約60%でした。そして苦情の伝え先は、やはり販売店やセールスマンなどが最も多く、27%でしたが、消費生活センターなど行政の相談窓口は約3%にすぎませんので、消費生活センターに寄せられる苦情というのは、全体の苦情のうちの本当に氷山の一角であると思っております。

では、続いて分析結果に入ります。分析結果のデータを中心にまとめました私どもの第2課長の浦川からご説明いたします。

○浦川国民生活センター相談第2課長 国民生活センター相談情報部の浦川と申します。
どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、分析結果についてご説明させていただきます。まず、9ページの資料でござ

います。今回、全国の消費生活センターに寄せられた相談件数でございますが、2009年と比べ2014年は相談件数は増加しておりまして、決済手段としてのカードが利用された事例も増加しております。その中で、あっせんを行った事例というのが2009年は21.7%、2014年は19.2%となっております。

1枚めくっていただきまして、10ページでございます。分析対象とした事例における商品・役務別の相談件数に関してベスト20を出しております。2009年、2014年とも出会い系サイトが多いのですが、2014年についてみますと、その後、他のデリバティブ取引全般、商品一般、オンラインゲームという順番で続いております。

では、次に、消費者苦情の内容、11ページ以降に入らせていただきます。

まず、12ページでございます。消費者苦情の内容ですが、加盟店と結んだ契約についてトラブルになっている事例をみましたところ、2009年、2014年とも9割が加盟店と結んだ契約についてトラブルになっている事例でした。割販法の適用外となる支払い方法（マンスリークリア）でのトラブルの割合が多少高くなっていたのではないかと考えております。

なお、参考までに上記以外の主なトラブルの例としては、カード会社から申し込んだ覚えのない請求があった、申し込んだ覚えのないカードが送られてきた、カードの解約ができないなどでございました。

次に、13ページに移りまして、今回、相談内容につきまして詳細分類を行っておりますが、相談受け付け時の内容を以下の5つに分類し分析しております。なお、この分類につきましては、P I O—N E Tの分類項目によるものではありませんで、あくまで今回目検を行うに当たって、私どもが独自に分析した項目でございます。

Aは、違法な取引が行われている、ないしはその可能性が高いケースということで、無登録のバイナリーオプションというのを例として出しております。

Bに入りますものは、本来予定された商品の販売やサービスの提供が履行されないもの、商品未着とか、注文したものと違うものが届いた、倒産などによるサービス未提供をBに入れております。

Cといたしまして、事業者が行う説明や表示等と実際に提供された商品、サービスが異なるケースとして、美容医療、アフィリエイト内職、マルチ商法などをこちらに入れております。加えて2009年、2014年ともに、出会い系サイトに関する相談が相当あるものですから、これについては項目を別に設けて分類しております。

最後に、上記のAからC、出会い系サイトのいずれのトラブルにも該当しないケースと

して、相談が寄せられたものをこちらのDということで分類しております。利用覚えのない請求、カードの第三者利用などがこちらに入ります。

14ページに移りまして、相談内容の分類です。2009年、2014年ともに先ほどの分類で示した中のCの相談が大きな割合を占めております。2014年は2009年と比べまして出会い系サイトに関する相談の割合は低くなっております。一方で、A、B、Dの割合が高くなっておりまして、さまざまな内容の相談がみられるようになっております。

次に、15ページの説明に移ります。国内アクワイアラー加盟店とのトラブルということでございまして、これは国民生活センターが相談、処理の過程を通じて、アクワイアラーが判明するケースというのが稀にあるのですが、国内アクワイアラー加盟店とのトラブルであることを知り得たケースを抽出いたしまして、分析を行いました。

なお、本分析も、今回の報告にあたり、独自に抽出、分析したものです。今回抽出できているものは、業務上知り得たケースのみですので、実際のボリュームよりも少ないことが想定されます。

2009年、2014年ともに国内アクワイアラー加盟店のトラブルが大体15%から20%みられます。違法な取引に関するトラブルAはなかったのですが、そのほか消費者と加盟店との間でのトラブルをみておりますと、さまざまなトラブルが消費者トラブルという中で生じてきております。

次に、16ページに移りまして、あっせんの状況でございます。

17ページです。大半の相談は、何らかの形で解決はできております。ただ、全面解約、返金されたものは、あっせん解決のうち大体5割から6割ではないかと私どもではみております。あわせまして、その下に平均処理日数ということで、先ほどのAからDプラス出会い系サイトでどれぐらいの平均処理日数がかかっているのかということを示しております。

この平均処理日数につきましては、比較的時間がかかっているものもあります。例えば、A、B、出会い系サイトです。これは、販売店との交渉ではなかなか解決できないために、チャージバックの活用等といったイシューアの力が大きく関与しているのが影響しているのではないかと考えております。

18ページに移ります。参考までにあっせん解決した事例、あっせん不調に終わった事例について、その相談内容別の割合をみております。その結果が③、④でして、いずれの相談内容別区分においても解決できたもの、解決できなかったものが存在しております。

次のページからは、あっせんの過程で消費者やセンターがどこに連絡、交渉し、結果的に誰が解決にかかわったのか、記録されている範囲で分析したものをご説明いたします。通常、多くの消費者センターは、一義的には契約当事者間での話し合いであるという原則にのっとりまして、まずは販売店に連絡をします。あわせて、販売店の連絡だけでは問題解決において情報が不足しているもの、あと解決が困難である場合にはイシューアーに連絡いたしますし、ケースによっては決済代行会社にも連絡するなど、そのときの状況等々を加味しながら、トラブルの解決に向けた交渉協力を依頼することを行っております。

19ページです。消費者やセンターが連絡、交渉した事業者についてです。結果はこちらにお示ししたとおりでございます。

続きまして、少し飛びまして23ページに移りまして、先ほどセンターが関係各社に連絡した後の関係各社の対応について、こちらで示しております。これは、連絡した事業者のうち結果的に誰が解決にかかわってくれたのか、記録されている範囲で分析したものです。

その結果ですが、契約当事者で販売店との交渉の結果、販売店による返金による解決が最も数字的には高くなっております。次いで決済代行会社、イシューアーと続く結果になっております。

消費生活センターのあっせんが必要であると判断した場合には、もちろん法律の仕組み等も踏まえてでございますが、必要に応じて関係各所に理解をしていただいて、いろいろな協力をお願いし、そこで得られた情報を最大限に活用して話し合いによる解決を目指しております。

その結果、相談内容によっては、例えば先ほど分類しましたA、B、あと出会い系サイトのように販売店と連絡できないもの、連絡しても交渉不可能な場合には、イシューアー、決済代行会社に連絡して協力をいただき、解決しているという実態もあります。今回の分析からもその特徴がみられております。

しかし、一方で相談内容のCについては、他の相談内容と比較してセンターからイシューアーへ連絡する割合が低く、連絡を受けたイシューアーも解決にかかわる割合が低いという特徴がみられます。この部分につきましては、センターも含めた関係各所でまだまだできることがあるのではないかと感じている分析結果と認識しております。

では、飛びまして27ページに移りまして、以上の分析結果からみる現状と課題を関係各所ごとにまとめたものでございます。

まず、私どもセンターですが、クレジットカード決済におけるトラブルは近年、多様、

複雑、グローバル化してきておりまして、消費者、またはセンターだけでは解決困難な事例が多くなってきているということを強く感じております。

一方で、イシューア、消費者やセンターにとっての窓口は、私どもの問い合わせを受けて違法性が高いものの場合などには、トラブルの解決に向けて比較的対応してくださっている事例が多いかなと感じております。

しかしながら、最近の事例をみてみますと、あっせん過程で違法な取引の可能性があると判明する事例もあります。最初の聞き取りの段階では違法性があるとは感じなくても、私どもがいろいろ調べていく中で、違法性があると思われるものが出てくることがありますが、そうした事例の場合には、積極的な対応を行うイシューアが必ずしも多くはないのかなという印象があります。さらに、例えばアクワイアラーからの調査結果など、当事者間の交渉に必要な情報の提供が十分ではないのではないかという印象ももっております。

次に、今度はアクワイアラーの部分ですが、一定の加盟店審査、調査を実施していると私どもも思っておりますが、継続的に発生するトラブル情報がある場合に、加盟店の調査等にアクワイアラーごとの対応の違いがあるのではないかと感じております。

最後に、加盟店でございます。トラブルが複数寄せられる業者の中は、後々になって例えば詐欺の疑いで逮捕されたり、行政処分を受けた業者の存在も散見されます。そして、何らかの苦情発生情報や積極的な加盟店調査によって、こうした問題加盟店が淘汰されていくのではないかと感じております。

それでは、次に28ページに移りますが、こちらからは相談部長にかわります。

○鈴木委員　今回の分析に当たりまして、全国に寄せられる相談情報を改めて私も含めて一事例一事例読み込んでみて分かったことですが、クレジットカードがかかわっていると、あっせん率が比較的高くなっておりますが、やはり解決困難な事例が多いからだと思っております。実際に事例をみてみますと、同じようなトラブルを何度も繰り返して、消費者や消費生活センターがイシューアに連絡して、その都度、対応に悩みながらコストをかけていくということは、いかにも非効率であるなど。絶対避けなければという気持ちが強くなりました。

私どもの使命としては、個別救済というのもあるのですけれども、一旦、個別救済と切り離れたトラブルの未然防止、拡大防止の観点から臨む対応について、私どもからお願いしたいのが、私どもなりにまとめた図になります。消費者、国民生活センター、消費生活

センター、いわゆる消費者側もまだまだ課題があるなど。今後も引き続き私どもは研修を受けたり、それから消費者には啓発も含めて消費者教育を進めていくと。日々研鑽を積んでいくことが必要だと思います。

同時に、私どもの力だけでは、トラブルが発生する加盟店の情報を収集して早期に対応することは不可能ですので、私どもからお問い合わせをする事例においても、その問い合わせを積極的に受け付けていただいて、可能な限り国際ブランドですとかアクワイアラーから得られる情報を収集して、その情報を私どもにご提供いただけないかと思っております。

もちろん、イシューは直接加盟店契約を行っていないこと、アクワイアラーと直接契約関係にないことなどは理解しておりますので、ぜひイシューと国際ブランド、アクワイアラー間で情報の展開ができるような仕組みをご検討いただくことが必要だと感じております。

また、アクワイアラーは随時新しい情報を得るためにも、加盟店の適正化を行うためにも、イシューからのトラブル発生情報、調査依頼等が届いた場合には、随時加盟店調査を行うことをご検討いただければと思います。

私どももそうなのですが、常に一件ごとの調査、回答を繰り返すことは大変効率が悪いと感じておりますので、イシュー、アクワイアラー、決済代行業者、国際ブランド間において決済回数によらない情報の蓄積と書きましたが、私どもでも何か情報をご提供できることがあるかもしれませんし、その情報の蓄積を行って活用できるような仕組みの構築も選択肢としてあるのではないかと考えております。

最後に、ふだん、私どもカード会社のご担当者様とは、相談に入ったときの交渉ですとか意見交換会などで一定の信頼関係が築けていると勝手に思っていたのですが、この委員会に参加させていただきまして、カード業界の皆様全体となりますと、国民生活センターや消費生活センターに対して誤解や不信感があるのだなということを強く感じております。それは、コミュニケーション不足によるものかもしれませんが、大きな不信感があるのだということを感じております。

得てして、私どもとカード会社は敵味方のように思われがちなのですが、そうではなく、悪質加盟店を排除していくということや、クレジットカード決済を安全な場にしていくという目的は私どもの願いであり、これはカード業界の皆様と同じであると思っております。今後はこういった双方の誤解ですとか不信感を払拭できるような地道な関係づ

くりも含めまして、当センターといたしましてもトラブルの未然防止、拡大防止のための情報交換や研修の場をもっともっていきたいと考えておりますので、どうぞご協力をお願いいたします。

私どもからの報告は以上でございます。貴重な機会をいただきまして、ありがとうございました。

○山本委員長 どうもありがとうございました。この資料をおまとめになる過程では大変なご苦労があったと思いますけれども、この結果を審議に生かしてまいりたいと思います。

では、続きまして、與口専門委員からご説明をお願いいたします。

○與口委員 お手元の資料3になります。この会議の第3回のときに、私どもからマンスリークリア取引に抗弁の接続ということに対して、そもそもマンスリークリア取引は分割みtainな誘因性も複雑性もありませんので、現金の支払いと変わりませんとか、あるいはクレジットカード取引だけを規制しても、他の決済手続にシフトすれば規制の意味もなしませんので、他の決済手段とのバランスも考慮すべきである、あるいは消費者の苦情の問題はそもそも販売事業者等にあつて、マンスリークリア取引に問題があるわけではないかというお話をさせていただいたのと一緒に、必要以上の規制をすると、カード会社の対応コストが上昇して、現在何の問題もなく利用している圧倒的多数のカード会員や加盟店さんにその負担が及ぶ可能性があるという陳述をさせていただきました。

その内容に基づいて、今日はどういう影響があるのかということを我々のほうでもお示しをしたいということでまとめさせていただいたのがお手元の資料3になります。表紙をお開けいただきまして、下にページを振ってありますけれども、まず2ページでございます。今回、まさにクレジットカード会社の収益構造、要するにコストが増すということがどういうことを引き起こすのかということを理解いただくために、クレジットカード会社自体がそもそも少なくともマンスリークリア取引からそれほどの収益を上げているわけではないのだということをまずご説明させていただきたいと思っております。

一番上の四角にございますように、いわずもがななことでございますけれども、マンスリークリア取引は消費者の方から手数料を頂戴しておりません。では、どこから利益がというと、加盟店さんからいただきます加盟店手数料の中で、アクワイアラーさんとイシューアーでそれぞれ取り分がございますので、カード発行会社、イシューアーさんからすれば、イシューアー分の取り分が唯一の収入ということになりますので、それだけでやっていかな

ければいけないことになります。

一方で、2 ページ目の下に四角で囲わせていただいておりますけれども、カード事業を営むに当たって、いろいろな経費がかかるということを明示させていただいているところです。この図の下で共通にかかる基礎的な費用ということで、どういう事業を営んでいらっしゃる方も当然人件費等々がかかっていくわけでございますけれども、そのほかクレジット固有といいますか、クレジット独特の費用として上にございますような例えば入会・発行関連費用ということで、カードの入会申込書であるとか、カードの原板作成、IC カードは結構コストが高うございますので、こういった費用、あるいは事務費用ということで、与信等も適切に行っていく必要性がございます。

行政の方を前にいうのもなんなのですが、法対応ということで、支払い可能見込み額等々、慎重にいろいろなことをやらねばならぬということもございます。これはかけなければならぬコストだということはわかっておりますけれども、コストとしては業界、カード会社としては非常に重いコストがかかっているとか、あるいは右側の会員管理の関連費用ということで、維持コストということで会員のデータをずっと保持していかなければいけませんので、そういった維持管理のためのコスト、あるいはポイントの還元はそもそも決済に余り関係がないではないかといわれるかもしれませんが、カードビジネスにおいて、今、これは非常に大きな意味をもちますし、販促の費用がかからないビジネスはあり得ませんので、こういったものがかかってくるというのがその図でございます。

続きまして、3 ページ目をお開けいただければと思います。それが具体的にどのぐらい我々を圧迫するのかということをみていただくために、具体的な数字を出してみました。表題の四角の下にまた細かい字で書いてありますけれども、主要なカード会社さんにヒアリングをするとともに、カード会社の有価証券報告書等、公表されているような、数字的に明らかになっているようなものを、シェアでいうと50%近くで掌握することができました。

それを業界全体に推計させていただいたのが下の四角に囲われた図でございます。イシューの取り分ということで、クレジットカードの信用供与額が41兆と私ども発表しておりますけれども、実際にはカード会社のイシューさんの利益というのは約6,400億円となります。逆算するとそもそもばれてしまうので、申し上げない理由がなかなかないのですが、要は加盟店手数料は今2%以下になっております。そういう意味では、その率で先ほどの41兆、そのうちのマンスリークリアが9割ぐらいですので、そういったもの

を計算していただくとこのぐらいになるということでございます。

それから、営業費用のほうですけれども、これも下に米印で書かせていただいておりますが、実際にはカード会社さん、クレジット会社さん、カード以外に個別クレジット、あるいは保証、融資、さまざまな業務をやっていると思います。そういう意味では、その費用をマンスリークリアだけに区分するというのは非常に困難だということなので、50%と仮定と書いてありますけれども、何の根拠もなく50%にしているわけではなくて、それぞれの個別だとか保証、融資全部合わせた営業収益全体に占める包括信用購入あっせんの収益の割合が約50%ということでございます。

そういう意味では、実際には恐らくマンスリークリアは取り扱いとしてはかなり大きくなっておりますので、50%で済むのかなという感じはいたしますけれども、一応これを仮に置かせていただいているというところでございます。それをマンスリークリア分を90ということで算定させていただいて、8,300億というのがおおよその経費ということになります。うちポイント還元とか金融費用でございますけれども、ポイントであるとか金融費用といったものがクレジットには特有でございますので、ここがどのぐらいかというのを参考までにお示しさせていただいております。ポイント還元額は約1,800億、それから金融費用は約700億ということで経費がかかっていると。

6,400から8,300だと1,900も差があるではないかということで、これではそもそもビジネスが成り立たないのではないかというご指摘も当然あるかと思います。ここについては、マンスリークリアだけで実際収入が上がっているわけではないので、余り偉そうなことはいえないのですが、例えば年会費のようなものについても、ここで入れますと、若干差を補うことができますので、そういったものでヒアリングなどで聞いてみると、マンスリークリア取引において本当に赤だという会社さんと何とかとんとんという会社さんが存在する状況でございます。

続きまして、そのような低収益体質のマンスリークリア取引において、抗弁がどういう費用を発生させるのかということをお示ししているのが4ページ目以降でございます。抗弁の申し立てがあった場合については、通常の苦情相談に対する費用のほかに、また新たに費用が発生しているという実態がございます。これは、わかりやすくいうと、例えば通常の苦情相談をコールセンターで受けていただいて、そこから抗弁ということになりますと、通常のコールセンターでは対応できないということもあって、別の部門が対応に当たるといったイメージをもっていただければいいかと思います。そうしますと、下にございま

すように当然別の部門の人件費、あるいは物件費ということで、固定費的なものが発生する。細かな費用は一切含んでおりませんが、少なくともそういうものが恐らく1件当たり2万5,000円ぐらい現在かかっているというのがヒアリングの結果でございます。実際にはもっと高いところもありますが、根拠というものが高い低いといっても難しいということで、比較的低いほうをとらせていただいて、少なくともということで2万5,000円を出しております。

その下にさらにと書いておりますけれども、基本的には抗弁の接続というのは今のところまでです。あくまでもイシューとアクワイアラー間の問題ではありますが、問題解決のために発生するコストということで、参考までにお示しをさせていただいておりますけれども、チャージバックの費用が別途かかります。伝票1件当たり数千円という費用がかかるのですけれども、これが事案に何件かの取引があると、掛ける数千円ということになりますので、極端な話、1件3,000円のチャージバックの費用がかかって、3件ぐらい取引があれば9,000円、多くなれば万を超える費用が別途かかる状況にあるということでございます。

さらに、下に抗弁の申し出を受けた場合の業務ということで、抗弁の受け付け、それから受け付け後の処理として、実際に抗弁の事由があった場合、それから抗弁の事由がなかった場合について、処理の内容を書かせていただいておりますので、後ほどごらんいただければと思います。

続きまして、5ページ目でございます。ここからが消費者への影響、加盟店への影響というところなのですが、誤解をしていただきたくないのは、要するにコストといたしますか、収益が非常に少なく、コストがかかるマンスリークリア取引について、そういうコストがかかるから抗弁を受けたくない、反対だといっているわけではなくて、そもそも先ほど来申し上げましたような現金であるとか、ほかの決済手段と全く同じように販売店と交渉して、本来問題が解決できる環境にあるはず、もしそれでも消費者保護が図れないというのであれば、本来販売店との間で解決するということですので、販売店に対して何らかの措置を講ずるべきというのがまず前提にあるということでご理解をいただきたいと思います。

その上で、2の消費者への影響というところでございます。

1個目は収益性が低い取引だというだけでございます。

丸の2つ目でございますけれども、そういった抗弁の申し出（モラルハザードを含む）

というのは、実際の実務の中では抗弁なのか抗弁でないのかの狭間のようなもの、あるいは消費者のいいがかり的なものなどもちょっと含んでおりますので、こういったものも対応しなければいけないという意味から、これも含んでこういったものが大幅に増加すると、対応費用は当然増加することになります。

「…」と書いてありますけれども、こういった抗弁の申し出、あるいはモラルハザード的なものも、カード会社側で何とかできるものではなくて、相手のある話でございますので、実際にどのくらいふえるのか、どのようになるのかというのは我々自身もわかりません。ただ、もし大きくなれば、自社で吸収できないコスト増ということになれば、相当な影響が出ることは可能性として考えられるということでございます。

3つ目の丸でございます。結果として、クレジットカード会社としては以下の対応を検討せざるを得ないということで、①で今、いろいろな各種サービスを会員の方々に提供しております。ポイント付与、あるいは海外旅行の傷害保険といったものをやっておりますけれども、こういったサービスが縮小、あるいはやめなければいけないということも起こるかもしれないということ、②で現在、比較的柔軟に対応させていただいている支払い停止の申し出に対する運用といったものも、厳格に運用しないと耐えられないということも起きかねないということでございます。

そういう意味で、下に矢印で書いてありますけれども、これまで問題なくマンスリークリア取引を利用している多くの消費者に対して、こういった影響が及ぶのではないかとということを大変危惧しているというのがここでございます。

次に、6ページ目で加盟店への影響というところでございます。今も加盟店で抗弁を受けていただいているという現実でありますので、ここはやはり申し出が大幅に増加するという前提に立ちますけれども、個社対応になるのか、あるいは業種ごとになるのかわかりませんが、もしそういうものが大幅にふえてきますと、クレジットカード会社としては、そこにございますような対応を検討せざるを得なくなるのではないかと危惧しているということでございます。

1つ目の①が抗弁事由がないことが判明するまで、あるいはカード会員から支払いが行われるということを確認するまで、加盟店さんへの立て替え払いの支払いを留保せざるを得ないという事態が起きるかなと。

それから、②でもし抗弁の接続があったときに加盟店さんに対して我々から調査依頼をするときに、それに対するどういう状況だったのかということをお答えいただけるような

エビデンスとしての取引記録の保管をかなり細かく要求していかざるを得なくなるかなと
思っております。

そういうことが起きますと、2つ目の四角でございますけれども、カード会社からの支
払いの留保、あるいは過剰な取引の記録保管といったものを求めていくと、身に覚えのな
い加盟店さんからすれば、カード取引は何とメリットが少なく面倒なものだという不安定
なものとして捉えられてしまう。

最後の四角になりますけれども、そうしますと、こういったカード取引よりも別の取引
がいいのではないか、そもそもカードなんか取り扱うのをやめようかということで、加盟
店が縮小する、あるいはキャッシュレスの推進に対して逆行するということも考えられる
のではないかとこのところでございます。

次に、最後でございますけれども、7ページ目、先ほど来モラルハザードという言い方
をさせていただいておりますが、そもそも何なのかということ为例示させていただいてお
ります。

クレジットカード会社に調査権であるとか捜査権があるわけではないので、本当にモラ
ルハザードなのかといわれれば判断に困るところはあるのですけれども、例えば事例1で
ございます。出会い系サイトを利用している会員で、結局、だまされたという理由で抗弁
の申し出があったと。その後、同じ会員が別の出会い系サイトでだまされたといって、再
度申し出てくると。実際に最初の抗弁の申し出のときに、今、相談としては非常に長い時
間がかかっているのだそうですけれども、いかに自分がだまされたかということを延々に
主張されていたにもかかわらず、まただまされるということがどうしても本当にだまされ
たのかと疑問を呈さざるを得ないという事例でございます。

それから、事例の2番目でございます。海外事例でネット通販の利用者からにせのブラ
ンド品が届いた、これは詐欺ではないのかといって、抗弁の申し出ということでございま
す。ただ、ネットのお店なので、カード会社がみても、どう考えても模造品だろうと
いうサイトから購入しているというケース。中には、話をされていて、ほぼわかって買った
だろうと思われるパターンなどもあるということでございます。

それから、事例の3番目です。通販で商品を購入した会員から、購入後に販売店に電話
したところ、その販売店のコールセンターの対応、言葉遣いであるとか態度が悪いという
ことで払いたくないといってくる。購入商品に対する問い合わせに対して、例えば不適切
な説明があったということに関していえば抗弁だと思いますけれども、購入商品とほぼ何

の関係もないものについて抗弁をいつてくるということがあるのだそうです。

それから、事例4です。配送された商品に傷があるということで、抗弁の申し出があったと。加盟店からは、商品を返品してくれたらキャンセルしますよという回答を得ていてお願いしているのですが、カード会社も加盟店も会員に対して再三にわたって連絡しても、会員が加盟店との話し合い、あるいは返品に一切応じてくれないというケースも少なくなくあるのだそうです。

これ以外にもモラルハザードといえるのかどうか分かりませんが、例えば使った覚えがないという理由についても、実はよくよく聞いてみると、家族がカード会員本人に黙って購入するとか、酔って覚えていなくて、後で加盟店に聞いたら控えもサインもきちんとあって、単に自分は使った覚えがないから払いたくないといっていたりというケースも実際にはあるのだそうです。そういう意味では、こういったものも含めて、抗弁という形で持ち込まれても、それに対して何らかの対応をとっているというのが今の現実だということでご紹介をさせていただければと思います。

○山本委員長 どうもありがとうございます。規制によってコストが増加しますと、市場経済システムのもとでは、中長期的には広く薄く全てのユーザーや加盟店に影響が及ぶということは、従来しばしば指摘されてきましたけれども、役所の会議でここまで赤裸々に情報を提供されることは珍しいかと思います。大変貴重な情報を提供いただきまして、ありがとうございました。

では、次は事務局から資料のご説明をお願いいたします。

○苗村商取引監督課長 それでは、私では資料4、イシューにおける相談・苦情対応の状況についてご説明させていただきます。

今回、仮説ではありますけれども、カード会社ごとに対応がかなりばらつきがあるのではないとか、場合によっては例えばチャージバックみたいな国際的なルールが十分理解がないから、差が出ているのではないかということがありましたので、私どもでそこに書いてあります銀行系、信販系、流通系などの形態もばらしまして、大手だけでなく中小についてもカード会社、カード発行を行っている銀行などについて、15社程度に対応についてヒアリングを行いました。

私どもが聞き取った話なので、やや模範解答的な面があり得るということとは否定できないと思いますけれども、一方で会社としての基本的な対応方針であるとか、苦情解決のためどういう手段があって、どういうところが情報連携がうまくいっていて、逆にうまくい

っていない場合、どこなのかということについては参考になるかと思っております。

まず、1. をごらんください。相談、苦情処理の大まかなフローですけれども、①から②でありますように、コールセンターで問い合わせを受け付けして、その後、そこ、または関係部署で内容を聞き取ると。

③ですけれども、加盟店と利用者間の取引にかかわる分については、利用者による交渉を求めるというのが原則的な対応ということになっております。この間ですけれども、後ほどご説明しますが、支払い請求を留保することもあるということでございます。

他方で、④にありますように、イシューアーとしての事実確認という観点から、自社加盟店への照会ですとか、国内アクワイアラーの加盟店につきましては、当該アクワイアラーの伝票徴求、調査依頼、海外については手段が若干限られていますけれども、伝票徴求などによって取引内容の確認を行っているということが一般的でございました。

ただ、こういう調査をカード会社がみずからやっているということについてお客さんに伝えるという場合と伝えない場合があって、その辺についても受けとめ方の違いの原因になっているのではないかと考えております。

続きまして、⑤ですけれども、当事者間で解決しない場合には、まず国内アクワイアラー取引の場合については、アクワイアラーと協議して解決するというのが一般的に行われております。これは、お互い顔がみえる関係ということで、国内取引についてもチャージバックはルール上できるのですけれども、実際にチャージバックをかけますと期間とかコストがかかりますので、そうしたものを使わずに解決されているということが明らかになりました。

他方、海外アクワイアラーについては、チャージバックリーズンに該当する場合はチャージバックを行うということで、チャージバックを認めれば、当然ですけれども、利用者への請求はしない。そうでない場合には、基本的には利用者から回収するのが原則ですけれども、事案に応じてはカード会社が全部かぶっているという事例もございました。

次に、2 ページにまいりまして、⑥にありますように、対応終了後、相談、苦情の処理に係る社内記録をつくるという作業を行っておりまして、注5にありますとおり、一部のイシューアーですけれども、割販法の適用がある取引かどうかということで分類して、割販法の適用があるものについては、より厳重な社内決済記録保存を行っているという回答がございました。

1 つ上の注3・4に戻っていただければと思います。これも一部イシューアーの対応です

けれども、加盟店とのトラブルであっても、事案に即して解決に向けた関与を行う場合があるということで、イシューアから連絡すると返金に応じる傾向が強いP S Pと加盟店がございますので、こうしたものにつきましては直接連絡するですとか、伝票徴求とかの時間、コストを考えて、みずから加盟店と交渉するというイシューアもございます。

他方で、利用状況について、利用者本人以外から照会に応じないという加盟店も存在していますので、そうした場合にはお客様から連絡をとるように促すというイシューアもありましたということで、案件によっても対応が少し出てくるのかなということでございます。

それから、またのところにありますけれども、伝票徴求、チャージバック、アービトレーション、それぞれ1取引ごとに以下のようなコストがかかるので、少額なものについてはむしろそういう手続を経ることなく、自社でかぶる、雑損として処理をするというイシューアもございます。

続きまして、1. 2. のアクワイアラーへの苦情情報の連携状況についてご説明します。

まず、国内アクワイアラー経由の取引についてですけれども、こちらにつきましては、イシューアごとにアクワイアラーに伝票徴求、調査依頼をする取引の範囲について異なる部分がありますが、少なくともイシューアが加盟店取引に問題があると認識した情報については、ヒアリングを行ったいずれのイシューアもアクワイアラーに調査依頼を行っており、何らかの回答を受領しているということで、国内については情報連携がスムーズに行われているのではないかと。

他方、3 ページの上にまいりまして、海外アクワイアラー経由の取引につきましては、国際ブランドのルールにのっとりた伝票徴求、チャージバック等情報共有の手段に限界があるという声が聞かれました。また、伝票徴求をしてみないとアクワイアラーがわからないものもあるという回答もございまして、いずれにしても限定的な連携にとどまるという指摘がございました。

それから、限られた手段を用いて情報連携することもあるが、加盟店の是正が行われているか疑問に感じるというご指摘もございました。これは、チャージバックとかで個々の取引については解決するのですけれども、それが根本的な加盟店の指導とかそういうのにつながっているかどうか判然としないということだと思います。

続きまして、1. 3. の支払い請求の留保、チャージバックの運用状況についてご説明します。

まず、支払い請求の留保ですけれども、割販法の規定によりますと、まず包括信用購入あっせんであるということが要件になってまいりまして、利用者の側で抗弁事由の存在を立証した場合のみ抗弁可能ということになるわけですが、各イシューはこの規定の考え方よりは、緩やかに支払い請求の留保を行っていたということで、類型1から5まで書いております。

まず、類型1でございますけれども、こちらにつきましては、割販法の適用有無にかかわらず、利用者等からの申し出内容に明らかな不自然な点がなければ留保するというものでございます。

類型2でございますけれども、抗弁書の提出があった場合には、先ほどと同様、割販法の適用有無にかかわらず、申し出内容に明らかに不備がなければ、特段の立証を求めることなく支払い請求を留保するというものでございます。抗弁書提出がないものについては、相談、苦情内容が利用不知の申し出の場合には一旦留保するけれども、取引内容に対する不満の場合は、原則として引き落としと。ただ、取引内容によって利用者が加盟店と交渉する意向があることや、消費者センターが加盟店との交渉に介入することを前提に支払い請求を留保する場合もあるというのが類型2でございます。

類型3でございますけれども、割販法の適用がある取引について抗弁書の提出があった場合には、同様に明らかな不備等がない限りは支払い請求を留保する。その他のものの取り扱いについては、類型2と同様というのが類型3でございます。

類型4も割販法が適用される取引について、申し出内容、それから資料等から抗弁事由が存在すると合理的に推測できる場合には、支払い請求を留保するというものでございます。

最後に、類型5ですけれども、割販法が適用され、抗弁事由に該当する場合、取引のみ支払い請求を留保する。ただし、申し出内容に明らかな不備がなければ、利用者に立証を求めることはなく、支払い請求は留保するということでございまして、傾向的には1から3の会社が多かった、4、5は少数派ということでございます。

それから、3. 2. のチャージバックにまいります。次の4ページをごらんいただければと思いますけれども、こちらにつきましては、利用者救済の観点から幅広く活用するという方針の会社が多かったということでございます。

類型1です。チャージバックを濫用すると、当然ですけれども、国際ブランドからペナルティーを科されるおそれがあるということで、リーゼンに該当するか慎重に検討してい

るが、利用者の主張を汲んで可能な限りチャージバックを試みるというのが類型1でございます。

類型2は、原則としてチャージバックのリーズンに該当する事実が確認された場合にチャージバックをするということですが、ただし、取引態様により不正な取引の疑いが強い場合については、若干疑義がある場合でもチャージバックするということで、それが類型2でございます。その例といたしましては、最初のポツにありますように、加盟店との連絡がつかないとか、音信不通になったというものの、それから、2つ目と3つ目にありますメール交換サイトで必ず出会えるとか、芸能人をかたるものがあらわれているとか、何度も約束をキャンセルされるとか、そこに書いてあるようなサクラの疑いが強い場合。厳密にいきますと、メールを交換するためのポイントの購入みたいな役務自体を提供されているのですが、厳密に解釈するとチャージバックのリーズンにならないのですが、このような場合についてはチャージバックをかけるというものでございます。

最後ですが、模造品の疑いのある商品について、正規の商品でないという証明書がないが、販売価格とかをみて模造品の疑いが強い場合についてもチャージバックをかけるということを回答されたのが類型2ということです。

類型3でございます。リーズンに該当する場合のみチャージバックするけれども、その他のケースは他の解決手段を模索するということで、メール交換サイトについていえば、先ほど申しましたように役務提供が完了しているわけですが、チャージバックを使ってやるというのではなくて、そうしたものについては、当該イシューアがP S Pやメール交換サイトに解決を促して、売り上げをキャンセルさせるということで、請求を解消するというを行っています。

類型4につきましても、リーズンに該当する場合のみチャージバックをするということですが、その他のケースについては、消費者相談センターを案内する等、他の手段による解決を促すということをしているということでございまして、傾向的には類型2が多いという形になっております。

それから、5ページ、その他ご意見ということで、まず相談・苦情対応全般についてですが、イシューアは加盟店と利用者の紛議は、両当事者間で解決すべきだということを原則にしながらも、顧客サービス等の観点から、先ほどお示したような一定の支援を行っているとおおむね全ての社が回答されております。

それで、マンスリークリア、クレジットカード事業については不採算事業であるという

ことですが、2つ目と3つ目のポツに書いてありますように、コンプライアンスや顧客サービスのため、他のサービスも含めた自社利用者へのサービスという観点で対応しているという回答がございました。

それから、4つ目のポツですが、苦情対応については、各事案ごとケース・バイ・ケースで柔軟に利用者保護を行っているという認識で、仮に苦情対応に何らかの定型的な義務を課した場合に、この提携を漏れなく遂行するコスト、どのような苦情に対しても一定の行為を求められるということですか、重層的な社内チェックが必要となるとかいろいろ書いてございますが、こうした理由から相談、苦情対応を含む顧客サービスのレベルを下げざるを得ない可能性や、顧客に追加的なコスト負担を求めざるを得ない可能性があるという回答があるという回答が一部の社からございました。

次に、クレジットカード取引の性質として、包括的利用枠を供与する、オフアス型の取引が一般化しているという現状を踏まえると、加盟店取引についてイシューがコントロールすることは困難だというコメントがございました。

それから、次にありますように、通販を営む加盟店の中には相談窓口を設置、表示していないものもある。こうした通販業者に設置、表示を徹底させるべきではないかというご意見もございました。

次に、5ページの最後のポツですが、相談、苦情対応については、個別の利用者保護はもちろんなのですが、他方で法令、ブランドルールを遵守する、顧客間の公平性、経営上の対外的な説明責任確保といった観点にも配慮する必要があるというご意見がございました。

続きまして、6ページ、2. 2. のアクワイアラーへの情報連携ということでございますけれども、先ほども出てまいりましたように、国内取引については加盟店取引について問題を認識すれば情報を連携しており、適切な是正が行われているはずということがおおむね全ての社の回答がありまして、お互い顔がみえているということで、事案に応じた形で連携がとられているのではないかとということでございます。

2つ目のポツにありますように、その際、各イシューですが、問い合わせが多いか少ないかということではなくて、個別の事案に即して不適切な取引情報をアクワイアラーに連携して、あくまで個別の事案ごとに連携しているということで、もし情報連携が不十分という指摘があるとするれば、単に苦情が多い事案を不適切と捉えるかどうかの違いではないかというコメントがございました。

他方で、海外アクワイアラーにつきましては、手段が限られているということで、情報連携をルールで策定されたとしても、海外アクワイアラーに国内の窓口を整備させないことには遵守のしようがないというコメントや、その次のポツにありますように、国内に日本語で対応できる相応の体制があれば、国内アクワイアラーと同様に情報連携を行える可能性があるのではないかというご発言がありました。

次に、苦情解決に向けた協力についてということで、消費者相談センターとは意見交換、情報共有を行って連携を図っていると大半の社がおっしゃってしまして、恐らく皆さんこのようにお答えになるのだと思いますけれども、一定の連携が図られているということだと思います。

この後、幾つかチャージバックについてのコメントを書かせていただいておりますけれども、個々にご紹介すると時間がかかりますが、カード会社にとってみれば、チャージバックというのは解決のための1手段で、事案に応じて使ったり使わなかったりという判断がある一方で、とにかくチャージバックをしてくださいとか、チャージバックできるはずなのでカード会社にいつてくださいと顧客からいわれたりするということで、やや困惑されている例があるのかなと思います。

ただ、一方で7ページの2. 3. の一番最後にありますように、メール交換サイトに係る苦情など、加盟店側に問題があるのか、単に利用者が支払いを逃れたいだけなのか、自社のノウハウでは判別が難しいこともあって、こうした場合に消費者相談センターが加盟店との交渉に関与していただけると、事実確認、チャージバックを行うべきかの判断をスムーズに行うことができるので、大変ありがたいという声もあります。そういう意味では、お互いどういう手段を使えるのかよく認識し合って、先ほど鈴木委員からもありましたけれども、うまく連携していくことが大切なのではないかと思います。

最後、2. 4. の相談・苦情に係る対応方針を公表することについてということで、こちらについてもご質問してまいりましたけれども、やはり個別事案ごとに内容が多岐にわたるので、あらかじめこのような事案はこのような救済を行うということを示すのは困難だということがおおむね全ての社の方の回答でございました。もし仮に公表を求められたとすると、加盟店と利用者の紛議は当事者間で解決すべきものという原則を文書化した上で、個々に柔軟な対応を行うということで、そういう意味でいうと、特に踏み込んで書くということがなかなかできない状況にあるのかと思います。

済みません。駆け足になりましたけれども、以上でございます。

○山本委員長 ありがとうございました。それでは、意見交換は後刻行いますので、まずただいまご説明のありました鈴木委員のご報告、それから與口専門委員のご報告、事務局からのご説明、一括してご質問を最初にお出しいただければと思います。それでは、尾島委員。

○尾島委員 では、国民生活センターにお願いしたいのですけれども、今後検討していくものが各イシューとかアクワイアラーの責任の分担というものだと思いますので、さっき関係各社の対応ということで説明された中の解決にかかわったということをおっしゃった。そのかかわった内容を教えていただきたいのですけれども、例えば窓口になったとか、最終的に損をかぶったとか、いろいろなことがあろうかと思うので、その内容について確認させていただきたいと思います。よろしくお願いします。

○浦川国民生活センター相談第2課長 解決にかかわったというところでございますが、私どもが目検した結果、最終的に相談者に返金するとか、この契約を解約するというように、誰が判断したのかというのをカウントしたものでございます。

○山本委員長 よろしいですか。

○尾島委員 ちょっとよくわからないのですけれども、要するに交渉過程で最終的な判断をされた当事者ということでよろしいですか。

○浦川国民センター相談第2課長 そうでございます。

○山本委員長 要するに、複数社がかかわりますから、返金した後の最終的な負担の分担をどうするか、そこを仕切った人ということのようです。

ほかにご質問ございますか。では、沢田委員、お願いします。

○沢田委員 ありがとうございます。国民生活センター様とクレジット協会様に1点ずつ質問がございます。

まず、国民生活センター様には大変な作業、お疲れさまでございました。ありがとうございました。今の尾島委員のご質問とも多少かわる話かと思うのですが、同じく25ページのところで関係各社の対応となっていて、若干違和感をもちましたのが、販売店そのものとイシューと決済代行業者が何となく同列に扱われている点です。本来は解決に尽力すべき相手は販売店のはずで、決済代行業者は販売店側の代行という位置づけだとすればそんなに違和感はないのかもしれないのですけれども、少なくともイシューさんは直接の売買契約の当事者ではないわけですから、あくまでイシューさんに話をもっていくときというのは、先ほどご説明の中ではそのようにおっしゃっていましたが、紛争解決のため

に協力を依頼するという位置づけだと理解しています。それも含めてあっせんと呼んでいるのかというのが質問の1つです。

先ほど不信感というお話もちょっとあったのですが、ここは想像なのですけれども、国民生活センターさんは、もちろん、交渉すべき相手は販売店であってイシューアーではない、ということを十分理解された上で協力依頼をされているのだと思います。が、消費者の中には、カード会社は、自分が契約した販売店からの命を受けて、自分に請求してくる存在だと思っている方が結構いると実感しています。クレジット協会さんにお聞きしたかったのは、事務局がおまとめいただいた資料4に関してです。1ページ目の1ポツ、②以降になれば余り問題はないのですが、実際に起きていることとして、①の段階で冷たくされる、拒絶されるというのが相談現場の不満としてたまっているのではないかと考えております。①の段階で止まってしまい、そこから先へ行かない。コールセンターに受け付けられた後、担当部署に事案が引き継がれないという状態です。

そのときに、①でコールセンターは、「トラブルは当事者間で解決してください、カード会社は何もできません」という原則論をおっしゃっているのではないかと考えるのです。それは、何度も申し上げましたように、間違っていないのですけれども、それに対して物すごく理不尽だという思いを消費者がもってしまう。それは、本来は、カード会員がカード会社に立て替えを頼んでいるという関係だと思うのですが、そこを誤解していて、自分が契約した悪質な相手方からの請求を代行しているカード会社のことを販売店側と誤解しているのではないかと考えているのです。

クレジット協会さんへのご質問は、原則はもちろん規約には書いてあるのですけれども、それ以外にカード会員さんに対して、実は割賦販売法の対象でない取引に関しては、売買契約の相手方との紛争にはカード会社は基本的に介入しないので自分でやるのですよという周知というか、啓発をどのようにされていますかという質問です。

○山本委員長 それでは、鈴木委員、あるいは浦川さんから。

○浦川国民センター相談第2課長 今の沢田委員からのご質問でございますが、私どもプレゼンで申し上げましたように、まずは当事者同士ということで、消費者、販売店の間でトラブルを解決するということを基本にしておりますが、解決がなかなかできない場合ないしは必要な情報を得ることが必要だと判断した場合には、イシューアーにも話をもっていくことがあります。つまり、イシューアーにも何らかの協力を求めることもあっせんの過程で行う処理の1つを構成していると考えております。

○鈴木委員　先ほど冒頭に申し上げたのですけれども、私どもがあっせんに入る場合に、主張をお手紙にまとめて販売店に送ってくださいねというときに、国民生活センターにももちろん控えを送ってくださいというのですが、そのときに関係事業者であるカード会社にも送ってくださいねということを申し上げるのです。協力を求めているにかわりはないのですけれども、それもあっせんの処理過程に入れております。

○山本委員長　沢田さんのおっしゃることは非常によくわかるのですけれども、国センのあっせんでは民事紛争のあっせんということですが、この場合、イシューとカードホルダーとの間のカード代金支払いの民事紛争をあっせんするという自体は普通の話ではないかと思います。ただ、背景のご指摘は非常に重要なご指摘だったと思います。

それから、與口専門委員、お願いします。

○與口委員　そういう意味では、沢田さんと私の認識とは異なっておりまして、入り口で冷たくされているということを私としては認識していないというか、そんなことはないだろうとまずいいたいと思っております。要クレジット業界はそういう意味では過去いろいろありまして、消費者相談体制の整備を法律的にも求められておりましたし、私どもずっとやってきているということがありますので、相談というか問い合わせの段階で冷たくあしらわれるということは今ないのではないかと信じているところです。

例えば最近でもないですけれども、海外のアクワイアラーとの消費者トラブルが非常に多発したときも、海外の事案だと中小さんなどはどうしても腰が引けるといいますか、海外の相手にいろいろなことができないということもあって、ちょっと避けたい気持ちはありつつも、そこはそうではなくて、ちゃんと相手の主張を聞いて、できる限りのことをしてくれといって、私どもからメンバーに対して要請文を出しておりますし、そういう意味では門前払いのような対応をしていることはないのではないかと思っております。

以上です。

○山本委員長　基本的には加盟店との紛議は、少なくともマンスリーの場合は消費者と加盟店で交渉・解決するのが第一義ですよということを、協会としてどれぐらい啓発されているのかというご質問だったと思います。

○與口委員　私の記憶がある限りにおいては、要するに当事者同士で解決してくれということを消費者に何らかの広報をしたとか、啓発したという事実はありません。

○山本委員長　沢田さんの意見は、それをやるべきではないかというご指摘だったかと思いますが、ご質問の答えとしてはそういうことで。

それでは、岩崎委員。

○岩崎委員 私からは、鈴木委員の資料についての質問が2点ございます。

まず1点目なのですが、15ページのところで国内アクワイアラー加盟店とのトラブルが少なく見積もっても15から20%、本当はもっとあるのではないかというお話についてです。これまでこの委員会で聞いた話と随分異なると思っております、トラブルはほとんどが海外の事例と伺ってきましたので、この点につきまして、鈴木委員だとおわかりにならないかもしれないのですが、與口委員もコメントがあればぜひ伺いたいと思います。

それから、質問の2点目ですが、あっせんに持ち込まれた件数で明らかに消費者に非があるもの、例えば先ほど與口委員がおっしゃっていました、酔って払った覚えがないなど、消費者に非があるもの、あるいは消費者の誤解によるものも含まれるのかどうかについて、一件一件分析なさったということです、もし数字としてわかれば教えていただきたく存じます。

以上です。

○山本委員長 それでは、鈴木委員、それから與口委員。鈴木委員からお願いできますか。

○鈴木委員 まず第1点目なのですが、国内アクワイアラーについてということなのですが、10ページをごらん下さい。2014年度はモバイルデータ通信や携帯電話サービス、また光ファイバー、インターネット接続回線全般というものが多くなっております。これは、今、電気通信事業法における消費者保護規定について検討が進んでおりますが、これらの相談が非常に多くありました。私どもが相談処理の過程で事業者とお話ししていく過程で、多くの事例で国内アクワイアラーの加盟店であると確認できております。

それから、2点目の例えば酔って何とかしたものはあっせんに入るのかということですが、それは全く入りません。というのは、私どもはもちろん、相談を受けて、詳細に聞き取りを行い、明らかに消費者に非があるものについては、消費者教育というものも私どもの役目の1つだと思っておりますので、それは違いますよ、それはご自分の責任ですよということをはっきり申し上げます。

それで、あっせんに入るポイントで何点か挙げましたが、これは消費生活センターが入らなくては解決できないであろうというものや、どちらにも問題があるであろうと思ったものについてですので、酔ってとかそういうことはこの件数に入っておりません。

○山本委員長　それでは、時間の関係もありますので、後の意見交換の中でも質問があれば追加でやっていただくことといたしまして、質問の時間帯の中では、池本さんが最後ということをお願いいたします。

○池本委員　池本です。與口委員にお伺いします。資料3でマンスリークリア取引に抗弁権の接続が規定された場合の影響についてということで、抗弁主張が大幅に増加するとこういう事態になるということが論じられているのですが、これは抗弁の接続規定だけが入る場合の想定をされているのでしょうか、それとも加盟店調査義務なり、あるいは苦情対象義務なりもセットで規定された場合も相談ということを想定されているのでしょうか。

と申しますが、2008年改正で個別クレジット、包括クレジットに加盟店調査義務が入ったことによって、個別クレジットは相談件数、苦情が大幅に減っていますし、包括クレジットもほぼ横ばいでふえていないと思うのです。ですから、今回は私の認識では、加盟店調査義務、あるいは苦情の対象義務ということを入れようということがまず議論の出発点で、さらにそれに加えて抗弁接続を入れるかどうかという議論かと思うのですが、このレジュメの大幅に増加するという抗弁接続規定は、加盟店調査を含む趣旨かどうかという点をお伺いしたいと思います。

それから、これは報告を超えるのですが、後からリボの問題はまとめてご質問してよろしいでしょうか、それとも後の議論の中で。

○山本委員長　どうぞ。

○池本委員　委員提出資料1の私のレジュメの最後に、以前に小委員会で記させていただきました後からリボ変更機能付きのカードについて、そもそもマンスリークリア専用カード、兼用カードの発行状況の内訳とか、特に後からリボ払いの変更機能付きのカードがどのぐらいの社でどのぐらい発行されているのか、あるいは実際の取扱高など把握されているのかということを質問しました。その問題意識は、私のレジュメの5ページに書いておいたところです。

このごろは、マンスリークリアとリボ払いはほとんどのカードが兼用カードになっていて、兼用どころか店舗ではマンスリーで決済をして、後で電話かメールでリボルビングに変更できますというものもあるし、事前に登録しておけば、個別連絡なしに自動的にリボ払いになるものもたくさんあるという状況があるようです。

今の資料の後ろから2枚目のところへ16社ほどホームページで調べたのですが、調べる限りでは、ほとんどの社が後からリボ、もしくは自動変更リボが掲載されていました。で

すから、これがどのぐらい普及しているのか。それによっては、リボとマンスリーは機能は別だという議論が果たして今後成り立つのかという疑問がありましたので、それについても伺いたい。

質問事項には書いていないのですが、経産省のテキストでは、後からリボの場合は、リボ払いに変更申し出があった場合には割販法の適用があるという解釈をされています。クレジット業界でもそういう前提で解釈運用されているのかどうか、その点も含めて伺いできればと思います。

以上です。

○山本委員長 それでは、與口委員、コスト等の影響については抗弁接続を主にいわれたけれども、加盟店調査、苦情処理の新たな規律がマンスリーに導入されたらどうか。それから、後リボのことについてご質問がありましたので、よろしくお願いします。

○與口委員 今回発表させていただいたのは、あくまでも抗弁の接続の話だけでございます。

それから、後リボの話でございますけれども、お手元のご質問に従ってお答えしたいのです。カードの発行枚数、それから取扱高に関しては、各社とも非公表ということなものですから、答えられる範囲でヒアリング等をしましたので、定量的なものはないのですけれども、定性的な形でお答えをさせていただければと思います。

①のマンスリークリア方式の専用カードを発行している会社数と発行枚数ということなのですが、数的にはわからないのですが、マンスリークリア専用カードというのは今ほとんどないということで、法人カードで一部発行されていますというのが大体のお答えでした。

それから、②のマンスリークリア方式とリボルビング方式兼用カードについてですけれども、これについてはほとんどのカード会社が発行しているということでございます。

③については、今の②と同じですけれども、そういうカードを発行されているところについては、後からリボルビング払いに変更できる機能はおおむねついているという回答でございました。

4番目のリボルビング払いの残高のうち、後からリボ払いの変更機能を利用した取扱高が把握されていればその金額ということだったので、先ほどいいましたように金額はわかりません。ただ、主な会社さんに確認をさせていただいたところ、後リボ自体、まだまだ全然普及していない。リボ自体が普及していないのであれなのですが、マンスリ

ークリア取引全体の1～2%しか後リボというのはそもそもないのだそうで、ただご指摘のようなリボ払いの取引額を100と考えると、業界で後リボと認識している取扱高というのは30%程度です。

池本委員の3番目のご質問の括弧書きの中で、個別連絡型と事前登録型を含むということで、実は業界では後リボというよりもリボ専に含まれるのだそうですが、仮にこれを含めると80%から90%、当初からリボの専用のカードがありますので、それを含めると100%になるという状況でございます。

ちなみに先ほどご説明があった池本委員の意見書の中で、後からリボ払いですとか事前登録型の自動リボ払いは、クレジットカード会社自身がマンスリークリア取引とリボルビング払いの境界を解消する仕組みを導入しているものでありという記述があるのですが、少なくともクレジットカード会社さんにはそういう認識は全くありません。後からリボですとか自動登録型のリボ払いについては、カード会員さんの変更手続といったものを簡便化するために取り入れた仕組みということですので、商品性は全く別のものということですので、念のため申しておきたいと思います。

なおかつ、法の対応については、もちろんリボになりましたら割販法の適用になるということで運用させていただいているということでございます。

○山本委員長 どうもありがとうございました。山田課長、簡潔にお願いします。

○山田消費者庁取引対策課長 オブザーバーの立場で申しわけございませんけれども、1点だけ、以前私が発言したことに関連するので、プリミティブな質問ですが、お許しください。

国民生活センターにお伺いしたいのですが、今回、せっかく一件一件目検されたということなのですが、せっかくやられたのであれば、少し事業者ごとにあっせんの解決率にばらつきがあるのかどうかというのはぜひ調べられるようであれば教えていただきたいと思います。

なぜこういう発言をするかということ、資料4の2. 4. で対応方針の公表ということで苗村課長からお話がありましたけれども、私からお願いしたいのは、むしろ消費者の側はカード会社に会費を払って、サービスの提供を受けている立場にあるので、こういう一律の対応方針というよりも、むしろ個々の対応実績がどのぐらいなのか、それぞれの会社ごとに門前払いはないのではないかと與口委員からおっしゃられるということではなくて、やはりどの会社はどれだけ門前払いしているのか。もちろん持ち込まれる状況はそれぞれ

違うと思いますので、別にそれはただ単に公表してほしいということです。どのぐらい門前払いで、どれだけチャージバックした、どれぐらい理由なしだったのか、どれだけ売り上げキャンセル処理したのかということがやはり消費者の目からみてわかる。ただでさえ、カードはサービス内容がほとんど差がないものでございますので、規制をかけるかどうかということは別にしても、やはり消費者の側からはぜひお願いしたいと思います。

以上です。

○山本委員長　これはご意見ですね。

それでは、予定の時間をかなり超過しておりますので、このあたりで議題を進めさせていただきまして、事務局から論点メモが提出されておりますので、これについてご説明いただき、その後意見交換とさせていただきます。では、よろしくお願いします。

○苗村商取引監督課長　時間が迫っていますので、飛び飛びになってしまっていて、むしろ本来正確にご説明しなければいけないのですが、お手元の資料をみながら聞いていただければと思います。

それでは、資料5でございますけれども、まず1. です。抗弁の接続、苦情、相談対応の現状についてということで、まず1. 1. の(1)に書いてあります。ここには現行法の規定のことが書いてあります。苦情の処理や必要に応じた原因究明を求めているけれども、紛議の解決までは求めていないということと、カード会社の会員規約、加盟店規約においても、加盟店と消費者の紛議は当事者間で交渉するというのが一般的だということを書いております。

(2)ですけれども、ここのについてはイシューアの聞き取り調査を書いてございます。加盟店と消費者の間の紛議は、当事者間で解決すべきという原則を維持しながら、加盟店の行為に問題があると推認されるような場合には、事案に応じて柔軟に対応している実態が明らかとなったとしております。

(3)ですけれども、具体的な対応の方法を3つ書いております。その上で、紛議の解決についてどのような事案にどの程度協力するかについては、各事案の内容や各イシューアにおける顧客サービスの考え方等により差異があるとしております。

他方、(4)にありますように、相談現場からは各社ごとの対応にばらつきがあるという指摘があります。これにつきましては、法令、ブランドルールの理解が不十分であるという可能性もありますけれども、どちらかといいますと、紛議の解決に係る各社の柔軟な対応により、法令、ブランドルールの本来の趣旨に沿って運用する、ある意味厳格な対応をし

ている会社の対応に不満を生じている面もあるのではないかとしております。

(5)は、こうしたことを踏まえまして、現状でいいますと本来の立証責任を求めた場合には、救済されない消費者でも救済しているという側面があるといえるのではないかとしております。

アクワイアラーとの連携、2ページにまいりますけれども、ここにありますように、先ほど申しました国内については情報連携がある程度うまくいっているのではないかと。他方、海外については連携手段に限りがあり、限定的な情報連携にとどまるという回答があったとしております。

(2)でこうしたことを受けまして、各イシューアークワイアラーへの情報連携を怠っているというよりは、海外アクワイアラーに対し適宜情報連携を行うことは難しいという実態を示しているのではないかとしております。

措置の方向性でございます。

まず、イシューアークワイアラーへの措置ですけれども、そうした対応のばらつきにつきましては、会員規約とか法令を本来の趣旨にのっとって運用する社もあることから生じたとはいえ、ばらつきがあるということ自体が抗弁の接続や苦情処理といった制度上の負担を課すべき根拠とはならないのではないかとしております。ここについては、ばらつきがあるということとを理由にそれをする理由にはならないということであって、ほかの理由も含めてないということをここで書いているものではございません。

(2)ですけれども、先ほどクレジットカードについての採算状況が厳しいことを踏まえると、制度上新たな措置を求めた場合には、負担増からかえって画一的な対応をとらざるを得ず、消費者救済が後退する、クレジットカードを利用する全ての消費者の利便性を損ねるといったおそれがあるのではないかとしております。

(3)ですけれども、アクワイアラーへの情報連携についても、イシューアークワイアラーに追加的に何らかの義務を課すよりも、まず各海外アクワイアラーを含め、登録の対象とするアクワイアラー等に加盟店調査等に係る体制の整備の一部として、イシューアークワイアラーから情報連携を受ける窓口を整備させることが必要ではないかとしております。

(4)で、以上のことからアクワイアラー側における加盟店調査等に係る体制整備（イシューアークワイアラーから情報連携を受ける窓口の整備を含む）を求めるとともに、加盟店調査において相談、苦情情報をより活用できるように、今あります加盟店情報交換制度を充実させるであとか、窓口の対応についてももちろんばらつきがある、ポリシーに基づくものではない

形での相談ごとの底上げみたいなお話もあると思いますので、業界における研修強化等の取り組みを促すことをしてはどうか。その上で、さらなる制度上の措置については、これらの措置の取り組みの効果を踏まえて、必要に応じ検討することとしてはどうかとしております。

2. 2. の包括信用購入あっせんに係る規定の見直しについてですけれども、(1)については現行の制度のことが書いてありまして、その中でオフアス取引における加盟店は包括信用購入あっせん業者との契約関係がないため、調査、是正等におのずと限界が生じるとしております。

(2)ですけれども、今般、これまで議論いただいていますように、割販法の規定をオフアス取引を前提としたものに改めるとすれば、現行包括信用購入あっせんに係る規定を加盟店との取引に係るもの、カード利用者との取引に係るもの、それぞれに整理し、前者についてはアクワイアラー等に係る規定、後者についてはイシューアーに係る規定としてはどうかとしております。

(3)ですけれども、この整理において加盟店に関する苦情の処理については、イシューアーがアクワイアラーに苦情情報を通知し、通知を受けたアクワイアラーが原因究明等の処理を行うという考え方を見直すべきではないかとしております。

○山本委員長 どうもありがとうございました。それでは、以上の説明を受けまして、この資料5に関しましてご意見をいただきたいと思います。また、前半部分でご質問の時間が限られていたということで、追加でのご質問があればそれもお願いしたいと思います。いかがでしょうか。興口委員。

○興口委員 前半の質問の続きでもよろしいでしょうか。どうしても国民生活センターさんのご発言を踏まえて一言いって、1つ質問したいと。決して信頼関係を失いたと思っているわけではないので、ぜひ我々業界も信頼関係をさらに深く構築したいと思っているということをいいたいの1点。

それから、先ほどの資料の中で、過去ずっと相談内容をぜひ明らかにしてほしいといい続けてきた観点から、どうしても1点だけご質問させていただきたいので、ご勘弁をいただきたいのです。あっせんが非常に大事だということはわかっているのですけれども、今回P I O—N E Tそのものではなくて、あっせんの事案だけを抽出して分析されたということなのですが、あっせんのような非常に難しい案件についても2割ぐらいしかなくて、残り8割はそもそもあっせんが必要ではないということだと思うので、そういう意味では

当事者間で十分解決できる事案が8割あるのだとまず認識させていただいております。

その上で分析結果をみて、あっせんの非常に厳しい事案でも、92%が解決されているという状況ですし、全面解約、返金ができなかったとおっしゃっていますけれども、これは消費生活センターさんがご努力されて、なおできないということです。販売店の主張にも一利あるのだろうし、消費者サイドにも多少落ち度があったというケースだろうと思いますので、むしろ100%取り戻さなければ解決ではないのだというほうがよほど現実みがないので、それはちゃんと解決しているのではないかと考えると、今回の調査結果の評価というものがどこにも余り書かれていないような気がしていて、私ども、今回の議論の前提でクレジットカードのマンスリークリア取引の相談、苦情が1万件から3万件に急増していて、法改正をしなければ救えない消費者が山のようにいるのだという指摘を受けてスタートしていると捉えております。

そういう意味では、そういう状況は業界の認識とは余りにもかけ離れているので、ご指摘いただいた3万件の内容について本当に法改正が必要な内容なのかとか、あるいはカード取引そのものに問題があるのかどうなのか、その内容を教えてくださいとお願いさせていただいていたと思うのですが、そういう意味からすると、今回一件一件分析させていただいて本当にありがたいと思うのですが、それをやった結果として、今はどのようにお考えになられているのかということをぜひ教えていただきたいということでお願いさせていただきます。

○山本委員長 お答えがありますか。私は、今回、国民生活センターからは独立行政法人としての中立的な立場から、粛々と事実を紹介していただいて、それをどう評価するかはこの小委員会の仕事かと思っていましたが、今、ご質問がありましたので、もし何かご発言があれば。しかし、強いるつもりは全くありませんので。

○鈴木委員 要請にお答えして粛々とやったということなのですが、評価はこの委員会では思っておりますが、私どもからのお願いは、先ほどの28ページでお示したトラブル防止、拡大防止の観点から望まれる対応であり、イシューア、アクワイアラー、国際ブランド、加盟店、それから私ども全体でいい方向にして参りたいということです。

○山本委員長 ということで、先ほどのペーパーの最後にあったご提案に尽きるというお話でした。例えば興口さんが従来いっておられる、マンスリーに係るトラブルが急増しているという言い方が正しいのかという点についても、我々が評価するということです。他方、国センは国センで、国民に注意を促すことを重要な仕事としているところですので、

数値が上がっていれば、全体の中での比率の点は度外視して、数が上がったから注意してくださいねと注意喚起するということが自体は、国民生活センターの仕事だと理解してあげなければいけないと思います。ただ、それが我々の法改正の話にどう参考にされるかは、それは我々が評価、判断するというところでよろしいですか。

○奥口委員 結構です。

○山本委員長 それでは、さらにご意見いただきたい。では、池本委員、お願いします。

○池本委員 今の質疑にも関連するかもしれませんが、国民生活センターから報告いただいた資料を読んだ私なりの評価を交えて意見を述べたいと思います。

国民生活センターの資料の24ページと25ページで、相談内容Bはイシューが60%、55%、解決に向けてかかわっていると評価しているけれども、相談内容Cは30%から21%と非常に低い率であると。

これは何を意味するかといいますと、13ページにあるA、B、C、Dという相談内容の分類でいいますと、商品未着とか倒産によるサービス未提供、あるいはにせブランド品というある意味で外形的に容易に判別できる苦情については、イシューも対応してもらえる。ところが、Cはアフィリエイトとかマルチ商法、つまり勧誘時の説明と実際が違うという話になると、相談者の言い分と加盟店側の言い分も両方調べてみないと、なかなかみきわめがつかないという問題である。ということは、現在のオフアス取引ではイシューだけではなかなか十分対応できないからだろうと思うのですが、対応の率が非常に低い。

しかも、15ページ、Bの類型は1割前後を占める。Cの分類が5割以上を占めているということは、やはり現時点のカードトラブルの中で過半数については十分な対応をされていないのではないかという評価をされても仕方ないのではないかと感じるわけです。

そのことを前提に、私の委員提出資料でるる書いてあるのですが、時間がありませんので要点だけ申し上げます。

先ほど事務局から論点メモがありました。資料5の論点メモで、まずもって残念なのは、抗弁接続と苦情、相談対応の両方を一くくりにして導入するかどうかという議論になっています。これまでの議論では、加盟店調査とか苦情対応をどうするかということをまず議論し、それと抗弁接続をどうするかというのは別の論点としてやってきていたはずですし、この2つについてハードルが違うということは自覚しているつもりです。

ところが、このレジュメでは2つを一括して、しかも先ほどの抗弁接続が入るとカード会社にとって非常に厳しいという議論も含めて見送りという議論になっていないでしょう

か。その意味で、やはりその2つは区別して議論する必要があると考えるわけです。

そして、事務局資料の2ページ目の上から2行目に、加盟店起因の問題を認識した場合には、国内アクワイアラーに情報を連携しており、何らかの回答を得ているとか、あるいは中ほどの(2)にも同じように対応しているし、仮に制度上新たな措置を求めた場合、負担増からかえって画一的な対応をとらざるを得なくなり、消費者救済が後退するという評価が下されております。

しかし、先ほどの国民生活センターの資料報告の読み取りからみても、イシューアさんが加盟店取引に問題があると認識したというのは、外形的に容易に判別できる、いわば1割前後のものについては対応されているかもしれませんが、加盟店調査を踏まえた上で判別しなければいけないところについては、残念ながら十分な対応ができていないといわざるを得ません。先ほどの分析は、国内アクワイアラー関連のものについてもそうだということですから、その事実を前提に議論していくと、国内取引、海外取引を問わず、イシューアについて新たな義務を課す必要はないという結論には至らないのではないかと考えるわけです。

そして、さらに理論的な問題、あるいは全体の整合性の問題からみても、イシューアの責任ということは無視できないというのは、私のレジュメの4ページあたりに触れておきました。つまり、加盟店調査措置とか苦情対応ということは、根本的にはカード契約上のカード会社の消費者に対する一定の責任、取引適正化の責任ということに由来するはずです。マンスリーについては今何も規定がないところで、イシューアの義務は何も否定しないで、いきなりアクワイアラー決済代行の義務だけが登場するというのはどう説明すればいいのかというのは私には理解できません。むしろ現在の包括クレジットに規定があるように、イシューアの責任。ただ、イシューアだけでは賄い切れないところを履行補助者であるアクワイアラーと役割を適正に分担して、義務を履行すると考えるべきではないかと思えます。

それから、このレジュメで具体的に書いていないのですが、加盟店情報報告制度に登録するということも、イシューアからもアクワイアラーからも情報を出していただく必要があります。マンスリークリア取引について、イシューアの法的位置づけが何もないとすると、加盟店情報に登録するということもきちんと整備されないということになってしまうと思えます。

それから、レジュメの6ページの(5)で最後触れておいたのですが、ばらつきがあるとか、

そういうことでばらつきのことが事務局資料の中でもいわれています。ここでいうばらつきというのは、現在、マンスリークリアについては何ら法的措置がない中で、自主的にそれなりに対応していただいているところがある、そういう対応もないところがあると。このばらつきを議論しているのであって、現行法に従ってというのは何もしていないということになるわけです。だから、今のままでは困るので、何らかの対応をしていただくところでもう一步レベルアップしてくださいということを申し上げているのであって、ばらつきがあるからということが不満の原因ではなくて、何もしていないということが不満の原因なわけです。

その意味で、私のレジメの①の下に書いておきましたが、法的な措置を定めると、かえって画一的な対応をとらざるを得ず、後退するという指摘がありました。しかし、そういう理解だと、マンスリークリアよりも加盟店調査とか規定が入っている包括クレジットのほうが、消費者保護は薄いということになってしまうのでしょうか。そんなことはないはずです。少なくとも一定の最低限の措置は義務づけておく。その中でさらに各事業者が独自のノウハウで被害防止に向けて取り組んでいただく。加盟店調査、苦情の対処をきちんとやることで、トータルの苦情を減らそうということを目指しているわけですから、それについてイシューアの義務を定めないという論拠は私には理解できない。

以上です。

○山本委員長　それでは、さらにほかの委員の意見も伺いますが、今、事務局へのご質問もあったように思いますので、それを最初に伺ってからお願いします。

○苗村商取引監督課長　ありがとうございます。私から特定のことはお答えすることではなくて、あくまで私どもがつくったメモについて、なぜそのようにつくったのかということについてご説明をさせていただきます。

まず、抗弁の接続と苦情対応について、本来別の論点で議論すべきということで、そういう意味では、もちろんそれぞれの措置を講ずるかどうかなんてのは個別の判断だと思います。ただ、この資料の中でまとめたのは、やはりヒアリング等をしていく中で、苦情相談の対応というものに対して、法律を科すことによるコストの部分であるとか、そうしたものがかなり共通している部分があったものですから、事実との整理の関係でまとめて書いたということで、結論も一体で出していただくという趣旨で書いたものではございませんので、ここは個別に議論いただければありがたいと思っております。

順番に行きますと、意見書の4に書いていただいたように、ばらつきがあることがその

理由にならないとか、考え方の整合性というご質問があったと思います。まず、整合性で申しますと、やはりイシューに苦情が入りやすいということが前提で、アクワイアラーに何らかの形で伝えなければいけないということについては、その必要性は認識しておりますし、中間論点整理にもそう書かせていただいているわけですが、これをどうやるかについてかなりいろいろな方法があると思います。

一番厳格なのは、法律で個々に苦情内容を伝えなければいけないということなのですが、それだけではなくて、例えばJDMをもっと使うとか、特に国内については評価が分かれるのかもしれませんが、今の段階でかなり自発的な世界でもちゃんと連携できているということであれば、改めて法律上の義務を課すことで、これまでファクス1枚送って処理していれば済んだものが、厳格にちゃんと連携を行ったかどうか記録に残さなければいけないとか、連携を行うためにこんなことを伝えなければいけないということで、より重くなるということが、ある意味規制のコストみたいなものについて、それを正当化できるための実態があるかどうかというのが少し議論いただく必要があるかなということでございます。

あと、後退するということについて書かせていただいたのは、結局、包括のほうレベルが低くなるという趣旨で書いたのではなくて法律で書けば、多分、業者の人はそれを守ります。だけれども、例えば今、包括支援購入あっせんについて抗弁の接続のところでカード会社さんがどういう対応をされているかという、抗弁事由があるかどうか、ある意味若干疑いがあるようなところも全部とめているということでやっているわけです。プラスアルファのような取り組み。

そうしたものが結局、一律にある程度のところもやらなければいけないとなると、ケース・バイ・ケースでこれは救う必要が高い案件だというものと、これは消費者のほうの問題があるのではないのという案件とある意味差をつけて対応することによって、全体としてこなしていったものがボトムラインがぐっと上がることによって、逆にいうと上を飛び出して柔軟にやっていった部分ができる余地がなくなるのではないかと。そういう趣旨で書いたのですけれども、文意が伝わらなかったとしたら申しわけないと思います。

○山本委員長　　ということでありまして、イシューの苦情対応の通知義務の問題と抗弁接続は分けて考えたのだけれども、書き方としては結論が一緒なのでまとめて書いたということです。池本さんだって不適正与信防止の配慮義務を挙げて、結局同じ論拠で両方の論点の根拠にしておられるわけですし、その点では同じだというのが答えです。

それから、2 ページの 2. 1. のところは、実際に規制をして社会実験ができないところで、池本さんのご意見のように、現行法令上、マンスリーにつき何の義務もないところまでこれだけかなりの譲歩を得ているのだから、これで抗弁接続を明文化すればもっとすごいことができるぞという話がわかりやすいかどうかという判断になります。ですので、そこはさらにご意見を伺って、報告書の最終的な書きぶり等を工夫させていただきます。ただし、もっとすごいことをやるのがいいかどうかというのがここでのイシューでありますので、そういうことで資料の書きぶりにつきましてはご理解いただければと存じます。

最後の点については、別にイシューが取り組みをすることを要らないといっているわけではなくて、どういう手法でやるか、強行法規でそれを命ずるかかどうかということが、イシューであるということです。

それでは、ほかのご意見。はい、二村委員。

○二村委員 ありがとうございます。今回の特にマンスリーに関して、あるいはマンスリーに関して苦情処理をどうするかということに関しては、最終的に今使われているマンスリークリアという支払い手段をどのようにみているか、どう評価するかということを抜きに語れないと思っています。つまり、苦情、トラブルが起きているというのは、いわば全体の中の病理現象の話でありまして、それ以外の取引の正常な取引を殺すことになるのかどうかということを抜きに、苦情のみを解決すればそれで足りるというものではないということだろうと思っています。

お考えいただければ容易に理解できると思いますが、今日、ネット取引などを含めて、非常に多くの取引の決済はクレジットカードによって担われています。しかも、消費者はこのコストをほぼ負担しないで済んでおります。年会費無料のカードも多数ありますから、このケースを想定すれば、ただであるどころか、ポイント分も考えれば、むしろ取引をすることによって消費者はプラスになっているわけです。これは現金取引ではあり得ない話なのです。

このコストを誰が負担しているかといったら加盟店です。加盟店が先ほど 2 % という数字が出てきましたけれども、非常にわずかな部分で負担している手数料をもって、カード会社もコストをかけつつようやく回している。それを成り立たせているのは、大量取引をシステムによって画一的に処理するという運用方法のほうなのです。

苦情の対処というのは個別処理です。個別処理の話を調査権限も何もないカード会社にやりなさいといって義務を課してくるということは、今の仕組みとは真っ向ぶつかる話で

すから、物すごくコストをかけるのは明らかなのです。そのことが、結果として、今、利便性あるものをつぶさないかという視点です。

実際起きている苦情に対してはどうするのだという質問は当然出てくるわけですが、ここに出てきているものは何ですかというと、加盟店、販売業者、役務提供事業者起因なのです。なぜそこに対して手を出さずに、カード会社が負担をせよという話になるのか。それによって、大多数の問題なくカードを使っている人にコストを転嫁させるということが正当視されるのか。そこを見落とした議論をしてしまったら、いかに苦情が処理できたとしても、それは結果としてマイナスの制度設計になってしまう。このように理解しています。これが1点です。

抗弁接続について一言だけ触れておきますと、抗弁接続というのはイシューアに過失があるかどうか一切問題にしない制度なのです。ということは、お店と購入者との間では、お店に過失なり帰責性があるということは、抗弁の性質上、当然のことではありますが、その中でお店と購入者の間の購入者にも若干過失があるケースで、イシューアには全く過失がないケースであっても、抗弁は接続され得るということになるはずなのです。

なおかつ、アクワイアラーとイシューアが異なるという状態が生まれてきている中では、その加盟店を加盟店としたということ自体についても、イシューアは責任を問い得るポジションにはないわけです。このようなケースまでイシューアにコストを負担しなさいということが果たして正しいのか。

もとより、いろいろな問題があって、個別のところでも見ていったときの紛争解決の中では、例えば最高裁が信義則によってということをしているわけです。しかも、信義則による解決について、最高裁は判断基準まで示しているわけです。こういうことを抜きにして、マンスリークリアで全部抗弁接続を認めるというのは行き過ぎではなかろうかと考えております。

○山本委員長　ほかに。では、小塚委員、お願いします。

○小塚委員　ありがとうございます。なるべく手短にしますが、まず最初に、私が申し上げたいことを整理して申しますと、データの読み方自体は、私は池本先生とほぼ同じで、ただ評価は恐らく大きく違う。そして、結論は事務局の論点メモでほぼよろしいのではないかということです。

以下、順に申し上げます。まず、今回、国民生活センターが出していただいたデータの中で、私にとって一番おもしろかったのは、やはりトラブルの90%は、結局、原因取引の

問題で、いわゆるカード固有の問題ではないのだということだったわけです。そうすると、先ほどから沢田さんとか二村さんがおっしゃっているように、原因関係上の加盟店と消費者の間のトラブルを何故にクレジットカード会社が調整しなければいけないかという問題が出てくるということだろうと思います。

次に興味深かったのは、これも国民生活センターのデータで、池本先生と同じところなのですが、Aの違法取引の類型とかBの明らかな不履行の類型については、カード会社はほぼ消費者側に立って対応している。どちらの言い分を聞いたらいいかよくわからない、あるいは両方の言い分があるという場合に、必ずしもイシューアが対応をとるということになっておらず、そこが主観的には消費者の不満のもとになっているということだと私は読みました。

これは、結局、裁判所のような事実認定権限があるわけではない。仮に両当事者の主張を聞いたとしても、反対尋問のような形で検証していく手続があるわけではない。クレジットカード会社の立場からすると、非常に行動をとりにくい。責任をもってこれはこちらだといいいやがないということなのではないか。

そうしますと、抗弁の接続はもとよりとして、苦情対処義務についても、例えば一旦は消費者側の主張を全面的に支持した上で、それをとにかく加盟店側、あるいはアクワイアラー側に伝えなさいという義務を法令上課すことには躊躇があるということで、制度の改正の方向としては、事務局のご提案の方向でよいのではないかとということです。

ほぼと申し上げましたのは、ある種運用上のご提案があるということのと、もう1つはテクニカルな意見があるということなのですが、運用上のご提案というのは、実はCの類型の中には、恐らく時間がたっていくとAと認定されるというものがあるのではないかと。最初、1例、2例のときはよくわからないのですが、重なってくると、実はこれはこんなひどいことだったのだというのが明らかになっていく事例があるのではないかと。

そのあたりをいかに迅速に、Aのほうに振り分けていけるかというのが、消費者の不満解消という意味では恐らく有効なのではないかと私は思いますし、そういう意味で鈴木さんのご発言の最後に情報の共有という言葉がありましたけれども、国民生活センターとか消費者庁と関係業界の間でよく情報を共有して、これは違法だと疑われるものについては、早くそのように社会的に明らかにして指摘をしていくという形で、とりあえずの対応をみるということがよいのではないかと。制度的には、事務局ご提案のような制度にした上で、そういう運用をしていくのがよいのではないかとというのが私の意見です。

最後に、テクニカルな話で、きょう申し上げるべきことかどうかよくわかりませんが、事務局が最後のほうでイシューとアクワイアラーを分けてという規定の仕方のことをおっしゃっています。現行の割賦販売法は、基本的にはアクワイアラーの規定がないのですが、クレジット番号管理のところで一応立て替え払い取次業者という用語が入っており、経産省の解説書によると、商法上の取り次ぎであって、準問屋であるということが書かれているのです。イシューを起点としてみた場合には、イシューの業務の一部について取次形態で行っているという見方ができないわけではないかもしれませんが、イシューとアクワイアラーが別個の主体だという制度設計のし直しをしたときには、取り次ぎ、そして準問屋という整理は妥当しなくなる。少なくともそれに入らないものが出てくるということではないかと思いますので、その点は再考いただきたいということです。

以上です。

○山本委員長　最後にご指摘いただいた点は、事務方も問題は十分認識しているところかと思います。ほかに。渡辺委員、お願いします。

○渡辺委員　いろいろ踏み込んだ議論が出た後で、単なる感想を申し上げるのははばかれるのですが、簡単に一言申し上げたいと思います。

きょう、非常に興味深く拝聴したのは、国民生活センターから出された資料で、特に鈴木委員がその中で個別の相談事例に基づくものであるけれども、個別救済にとどまらない未然防止をしたいのだと。要するに、悪質加盟店の排除をして、安心・安全なクレジットを構築していくというのがこれからの重要な議論になってくると思います。

その意味で、鈴木委員の資料、それから事務局のご報告として資料4ですとか、その後の資料5にも共通して出てきたのですけれども、1つこれから鍵を握ると思われすのは、悪質加盟店をより適格にキャッチして排除していくためのイシューと特にアクワイアラーとの間の情報の共有というものではないかという印象をもちました。

それで、鈴木委員の資料28ページになりますが、イシューとアクワイアラーとの間の事実上の問題として調査依頼、そして、それに対する回答がアクワイアラーからなされているということがあって、資料4の事務局提出資料にも2ページの下に全く同じ調査依頼、回答受領という言葉が出てまいります。実態調査を同じようになさったので、同じ言葉が出てくるのは当然だと思うのですが、別に示し合わせて同じ言葉が使われたわけではないと思います。

要するに、相互の情報のやりとりを現在、事実上の問題として、特に国内取引で行われ

ているものをうまく後押ししていけるような制度設計ができることを希望いたします。このことは、資料5のアクワイアラーへの処置の方向性の中で、情報連携という言葉で語られていたと思うのですが、要するに連携というのは、一方から他方に対する単なる伝達だけではなくて、相互のやりとりであるということを前提とした上で、事実上の今の取引実態を後押しするような制度設計をこれからやっていくというのが有意義なのではないかという感想だけ申し上げたいと思います。

以上です。

○山本委員長　それでは、大谷委員、遅くなりまして申しわけありません。ペーパーをお出しいただいています、池本委員のご発言と重なる部分もかなりあるかと思います。そして、その点につきましては、事務方からも先ほどレスポンスがありましたので、残されたところを中心によろしくをお願いします。

○大谷委員　私からは、今回、意見書という形で1枚ペーパーを出させていただいております。その中で、要点的には相談の現場からぜひお願いしたいというのは3つになるのですが、その中でも強くお話をさせていただきたいのは、やはり消費者が今回のマンスリークリアの取引に関してご協力を仰ぐとすれば、イシューしかない現状がありますので、やはり今回、トラブルが起こって、それが加盟店との間での起因する問題だということが明確になっているような苦情の場合であっても、苦情に対しての適切な処理をする義務というのをイシューにもやはり設けていただきたいというのが一番強い要望です。

現状としては、ご相談があった場合にもイシューに協力を仰いで、その大半は柔軟な対応によって解決されているという実情があるかもしれません。ただ、今の法規制では、法令どおりにやっていただいた場合には消費者は救われていないという現実がありますので、やはりその部分、何らかの形でもっとよりよく柔軟な部分を担保していただけるような試みができないかというのは強く思っています。

あともう一点は、国民生活センターさんからも提供がありましたように、消費者に対しても苦情に対してどういう調査をしていただいたのか、その結果どうなのかというのは全く知らされない。お金が返ってくればそれでいいのでしょうかという形での解決になっていますので、そのところが情報共有化にもつながると思うのですけれども、開示、説明をしていただくといったものが必要になってくるのではないかと強く思っています。

この2点を現場、消費者からということをお願いしたいと思います。

○山本委員長　ほかにご意見ございますか。では、二村委員。

○二村委員　先ほど1点だけ漏らしましたので。全体として、ますの中で動かしていくというときに、情報共有のときにも個別の定性的な情報という以上に、定量的な情報という観点からの活用も考えられるかと思うのです。つまり、苦情を連携するときに、一件一件のつぶつぶの連携だけに力を入れる、あるいはそこをフォーカスするのではなくて、マーチャントごとにどのような苦情なり相談がどういう件数出ているのか、急増しているのかなど、量的な部分でみていくということによって、より適切な環境が作りやすくなるのではないかと思います。

○山本委員長　それでは、まだご意見多々あるかと思いますが、本日……何かございますか。よかったです。

○尾島委員　もしよろしければということなので。さっきコストの話が出たので、基本的に事業ですので、何らかのコストが生じたときには、恐らく最終的には消費者に負担させられるかどうかというのが問題になって、仮に負担させられないのであれば、事業として成り立たないということになっていくのではないかと。

さっき、例えば加盟店手数料のところで行っていますよということだったのですが、恐らくそれも加盟店が完全に負担しているのではなくて、価格に乗せて消費者に負担させる。あるいは今度、イシューに何か義務を課せば、何らかの形でコストが生じますので、それは会員費とか何とかという形で乗ってくるかもしれないし、いろいろな形で乗るということなので、コストの考え方というのも1つ視点としてあるかなということで、今の話の流れとはちょっと違っていたのでどうしようかと思っていたのですが、一言発言させていただきます。

○山本委員長　おっしゃるとおりで、同種のご意見が先ほど興口委員と二村委員からも出されていたかと思います。しかし、池本委員のペーパーの中にありましたように、全部の消費者が広く浅く負担すべきなのだという価値判断もありえます。

我々は、平成20年改正のときは、高齢者相手の訪問販売等による住宅リフォーム等で多額の個別信用購入あっせんを組ませたという事案については、場合によっては購入者全部で負担してでも保護すべき場面ではないかと考えて、非常に強い規制を入れました。今回問題となっておりますのは、サクラサイトだとか、出会い系だとか、ブランド物の安いバッグのネット取引であることを踏まえて、全体としてどうバランスをとるかを意識しながら、皆さんご議論いただいているのではないかと思います。

ということでありまして、本日のテーマでありましたイシューに係る措置につきまし

ては、お手元に参考資料として中間的な論点整理というのが配付されているかと思いますが、抗弁接続につきましては、中間論点整理と基本的には同じような意見分布で、措置に慎重な意見が多数で、措置を検討すべきという意見もありましたが、きょうは規制に積極的な方の中でも、少し柔軟に、ハードルが高いというご指摘もあったところです。それから、イシューの苦情に対する対応の措置につきましては、中間論点整理では何らかの対応を検討すべきというご意見がありました。本日は、それをソフトローベースで、実際の連携でしていくことを当面試みるべきではないかという案が提示され、ご支持が多かったかと思いますが、大谷委員、池本委員からは法令の強行法規を導入すべきだというご意見も出されたところです。

本日のご意見を踏まえ、意見の内容等を精査させていただいて、最終的なとりまとめに向けてさらに検討させていただければと思います。

それでは、時間を延長してしまいましたけれども、貴重なご意見をいただきましてありがとうございました。

最後に、事務局から次回の日程についてご連絡をお願いします。

○苗村商取引監督課長　次回ですけれども、ご連絡させていただいていますとおり、5月28日木曜日の13時から、議題は措置事項の骨子について議論をいただくとともに、特商法の改正に向けた検討が今行われておりますので、その状況につきまして消費者庁様からご説明をいただくことを予定しております。

○山本委員長　それでは、これをもちまして割賦販売小委員会の第11回を閉会させていただきます。本日はどうもありがとうございました。

——了——