

公正取引協議会アンケートのご報告

公正取引協議会のアンケートに、ご協力いただきありがとうございました。アンケート結果を報告いたします。アンケートのきっかけは、報告書にあるように公正取引協議会会員の不正行為の相談からです。公正取引協議会の根拠法は景品表示法（以下景表法）により、消費者庁創設に伴い、公正取引委員会から、消費者庁に移管されています。

公正取引協議会に対するアンケート調査報告

消費者にとって「公正マーク」は信頼のマークとの認識があります。しかし、「公正マーク」を表示しながら、悪質な取引を行っている公正取引協議会（以下協議会）加盟の事業者に対し、協議会が何ら対応せず被害を拡大させている事例が見られます。

相談事例

「公正マーク」を表示している中古車販売店（以下：販社）をネットで見つけた。店舗に出向き全額を現金払いしたが、車はいつまでたっても納車されず、その後、転売されていたことが判明した。返金を求めたところ、罵詈雑言を浴びせるばかりで話ができない。そこで加盟している協議会に販売会社への対応を求めたところ全く応じてもらえない。この間もネット上では「公正マーク」を表示して販売行為を続けていた。その後、販社は警察に逮捕されたことがわかったが、返金には至っていない。「公正マーク」は、だれのためにあるのか。

このようなことが生じないためにも、協議会の実態を知りたいと考え、**既存の全協議会 80 団体**にアンケート調査を行いました。同時に**消費者 100 名**に「公正取引協議会」に対する意識調査を行いました。

（調査方法：郵送による留め置き方式 調査時期：2017年12月～2018年4月）

協議会向けアンケート結果・分析

発送団体 80 団体のうち、有効回答は 68 団体でした。無回答が 9 団体、回答拒否が 3 団体ありました。

1. 規約の改正について

規約を見直ししているというのは 65 団体、ただし、改正基準、要件などは不明です（3 年以内 29 団体、3 年～10 年 32 団体、10 年超 4 団体）。見直ししていないのが 3 団体あります。

①規約順守の実態調査

調査しているのは 44 団体、調査していないのが 24 団体です。

今回の調査のきっかけは、当協会に寄せられた協議会会員の不正に対する協力要請に対して、当該会員へのトラブル実態についての聞き取りや「公正マーク」の表示削除などについて全く対

応しなかったことが発端です。会員事業者に対して何らの規約順守の規制が及ばないのであれば、消費者被害の拡大を助長するだけではなく、健全な事業者の育成もおぼつかないでしょう。協議会には、違反会員に対する厳正な姿勢を強く求めます。

②苦情の公表

公表しているのは1団体で、公表していないのが58団体もあります（苦情無しは9団体）。68団体中公表しているのはわずか1団体で、ほとんどの団体が公表していません。苦情の公表は消費者の商品・サービス選択に当たり大きく関与する事項である。

また、事業者が自ら消費者の苦情を公表することにより、問題点や課題を確認し消費者の信頼にもつなげることができるはずです。積極的に公表をしてほしいものです。ある協議会では会員になれば苦情公表はしないが、非会員の場合、行政関係機関から公表されることもあると説明しているという情報もありました。

③違反会員措置

措置ありが18団体、措置なしが50団体（違反事案なしも含む）でした。そこで、措置ありと回答した18団体に具体的な措置内容についての再アンケートを行った結果が以下のとおりです。

回答は18団体中10団体、違反の把握方法は、独自調査6団体、行政からの移送4団体です。措置内容は概ね注意勧告、指導が主で、規約にある警告や消費者庁への報告、違約金等の厳しい措置はほとんど行われていないことが判明しました。違反した会員事業者に何らのペナルティも課さないのであれば、規約の意味がないと言えましょう。また、消費者の信頼に应付しているとは言えません。消費者保護の立場から早急な改善及び厳正な対応を求めます。

消費者向けアンケート結果

①「公正マーク」への意見

- 「公正マーク」がついていても公正かどうか心配
- 購入の目安にする(食品の場合)
- 品質が良いものを認めていると思ったが信頼性の裏切りなら不要
- すべての「公正マーク」の見直しが必要

「公正マーク」が信頼の証として商品選択に大きな影響を与えている一方、「公正マーク」の信頼性について不安を持っている消費者が多いことも判明しました。そこで、広く周知されている代表的な「公正マーク」を付与している食品関連3団体に質問を行った結果、マークは協議会の審査を経て付与されるものの、すべての会員の商品にマーク表示を義務付けているのは1団体で、残り2団体はあくまで会員の任意であることが判明しました。また、後追い調査はすべて行っており、1年に1～3回、買取調査や任意提出等で調査を行っている。しかし、違反会員については上記の調査と同様大部分が指導のみでした。

その他の意見（苦情処理等）

- 匿名でも気軽に電話できるようにしてほしい
- 活動が消費者にはわからない
- 公正取引委員会と混同していた
- 公正取引委員会OBが在籍しているので信頼感がある
- 以前は法律に近い力を持っていた
- アウトサイダーを防げず規制力がなくなった
- 力のない協議会が大半
- 窓口があっても具体的な解決に至る例は少ない
- 解決を期待するのは無理
- 自主規制を主目的にした協議会と理解している

②事業者に期待すること

- 協議会の意義の周知と加盟会員の規約順守がなければ、敢えて会員企業を選ぶ意味がない
- 抜き取り検査などをしてそのデータをいつでも確認できるようにしてほしい
- 消費者視点のスタンスであるべき、そうでなければ単なる事業者団体にすぎず存在意義はない
- 消費者の意見を積極的に取り入れてほしい

要望・提言

- 1、規約違反会員に対しては、違反判明時に直ちに厳正な措置をとることを求める。
「公正マーク」の付与の取り消しなどの措置が行われなかったことから消費者被害が拡大した場合、協議会の責任を明記する。
- 2、違反会員が出た場合、信頼回復に何ができるか、当該協議会ごとに公表する。
- 3、規約改定に当たっては、見直し基準を明確化し消費者が納得できるものとする。
- 4、消費者苦情は発生時に直ちに公表し、原因と防止策を会員事業者と消費者に周知徹底してほしい。
- 5、苦情窓口では消費者に対し真摯に対応すべき。

アンケート調査結果から考える

協議会 80 団体のうち事業者向けの団体を除き、真摯に消費者と向き合っている協議会も多くなりました。しかし、景表法による、公正競争規約は本来事業者間における「公正自由な競争」に対する規約と考えます。「公正競争規約の運用は、業界に精通した運用機関（公正取引協議会等）によって行われ、その業界の商品特性や取引の実態に即した的確かつ効果的な規制が行われることが期待されています」として消費者利益が確保されることが「期待される」と消費者庁は述べています。しかし公正競争規約は、あくまでも事業者による自主ルールでしかありません。消費者が安心して商品やサービスを選択できるためには、業界団体の在り方や景表法と消費者の関係を再検討することが求められるのではないのでしょうか。また公正マークについて協議会では以下のように述べています。

「公正マーク」はその商品が公正取引協議会の表示の審査会などで合格した適正な表示をしてい

ることを保障したものであり、消費者はそれを信用して商品選択をすることができます。是非、このマークのある商品やこのマークのあるお店でお買い求め安心してお使いください。

今回の事例では、「公正マーク」を信じたがために、大きな被害を受けました。違反会員に対する協議会の真摯な対応を求めます。このささやかなアンケートが、協議会と消費者の関係をよくするために少しでも役立つことを願っています。

*相談者が「公正マーク」と信じたのは「公正競争規約に参加している会員の店頭に表示している会員証」だったようです。

◆参考 消費者庁HP◆

公正競争規約制度の目的

公正競争規約（景品表示法第31条に基づく協定又は規約）とは、景品表示法第31条の規定により、公正取引委員会及び消費者庁長官の認定を受けて、事業者又は事業者団体が表示又は景品類に関する事項について自主的に設定する業界のルールです。

公正競争規約の内容

公正競争規約で定めることのできる内容は、表示又は景品類に関する事項に限られますが、このほか、規約を運用するために必要な組織や手続に関する規定を定めることもできます。具体的にどのような内容を規定するかは、規約を設定する事業者又は事業者団体の決めることですが、例えば、表示に関する公正競争規約では、通常次のようなものが考えられます。

（1）必要な表示事項を定めるもの（原材料名、内容量、賞味期限、製造業者名等の表示を義務付けることなど）

（2）特定事項の表示の基準を定めるもの（不動産広告の徒歩による所要時間は、80メートルにつき1分の換算で表示することなど）

（3）特定用語の表示を禁止するもの（加工乳及び乳飲料には、「牛乳」の用語を使用しないことなど）

公正競争規約の認定要件

公正取引委員会及び消費者庁長官は、公正競争規約の設定又は変更の認定についての申請を受けた場合、必要に応じ、パブリックコメントを募集するなどして消費者、関係事業者、学識経験者等の意見を聴いた上で、その規約の内容が次の4つの要件に適合すると認められるものでなければ、これを認定することができません。

（1）不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択及び事業者間の公正な競争を確保するために適切なものであること。

（2）一般消費者及び関連事業者の利益を不当に害するおそれがないこと。

（3）不当に差別的でないこと。

（4）公正競争規約に参加し、又は公正競争規約から脱退することを不当に制限しないこと。

公正競争規約の効果

事業者が公正競争規約に参加するメリットは、公正取引委員会及び消費者庁長官が当該業界に

おける公正な競争の確保のために適切なものであると認定した公正競争規約に参加し、そのルールを守ることにより、その事業者に対する消費者の信頼を高め、ひいては業界全体に対する消費者の信頼を高めるという点にあります。規約の参加事業者は、規約の内容を遵守している限り、景品表示法や関係法令上問題とされることがないため、安心して販売活動を行うことができます。