

消費者問題に関する特別委員会

第一特別調査室

(消費者問題に関する特別委員会担当)

I 所管事項の動向

1 令和4年度消費者庁予算概算要求等の概要

(1) 概算要求の概要

令和4年度予算概算要求において、消費者庁は一般会計 134.7 億円（前年度当初予算 118.7 億円）と東日本大震災復興特別会計 2.8 億円（前年度当初予算 3.0 億円）の合計 137.5 億円を要求している。昨年度の要求額（一般会計 165.6 億円、東日本大震災復興特別会計 3.0 億円の合計 168.6 億円）と比べると 18.4%減となっている。

消費者庁は、重点要求事項として、①経済社会のデジタル化に対応した政策の推進、②新しい生活様式・国民意識の変化等を踏まえた政策展開、③地域の消費生活相談体制の充実・強化、④消費者政策の推進に必要な基盤の整備を挙げている。

また、令和4年度機構定員要求として、参事官（取引デジタル化対応担当）、預託等取引対策室長、取引DPF消費者利益保護室長の新設を、特定商取引法・預託法改正による被害・トラブル防止などのため、29名の増員を要求している。

(2) 地方消費者行政に対する国の支援に関する概算要求の概要

消費者行政の現場は「地域」にあり、地方公共団体による消費者行政（地方消費者行政）の役割が極めて大きい。国で法律や制度を作っても、地方消費者行政が充実していなければ、消費者が安心・安全に消費生活を送ることは困難である。

地方消費者行政は、地方自治法上の自治事務と位置付けられており¹、地方公共団体自らが予算の措置、人員の配置に努めることにより、その充実・強化を図ることが基本とされている。しかしながら、地方財政の悪化により、地方公共団体の消費者行政予算は、平成7年度の約200億円から平成20年度には約101億円に半減した。平成21年の消費者庁を設立するための法案の国会審議などにおいて、地方消費者行政の充実・強化が課題となり、政府は「地方消費者行政推進交付金」などを平成29年度まで累計約540億円計上し、地方消費者行政を支援してきた。

平成30年度には、国として解決すべき消費者行政の課題²に意欲的に取り組む地方公共団体を支援するため、「地方消費者行政強化交付金」が創設された。令和4年度予算概算要求においては、同交付金として28.5億円が要求されている。

また、令和4年度予算概算要求では、地域におけるモデル事業³の充実費用として1.7億

¹ 昭和44年の地方自治法の改正により「消費者の保護」が地方公共団体の事務（いわゆる「固有事務」）として規定された。その後、平成12年の地方自治法の改正により、現在では、地方公共団体における消費者行政に関する事務は「自治事務」として位置付けられている。

² 「SDGsへの対応」として食品ロス削減の取組など、「国の制度改正等に対応した重要消費者政策」として若年者への消費者教育の推進、公益通報者保護制度の推進などが挙げられている。

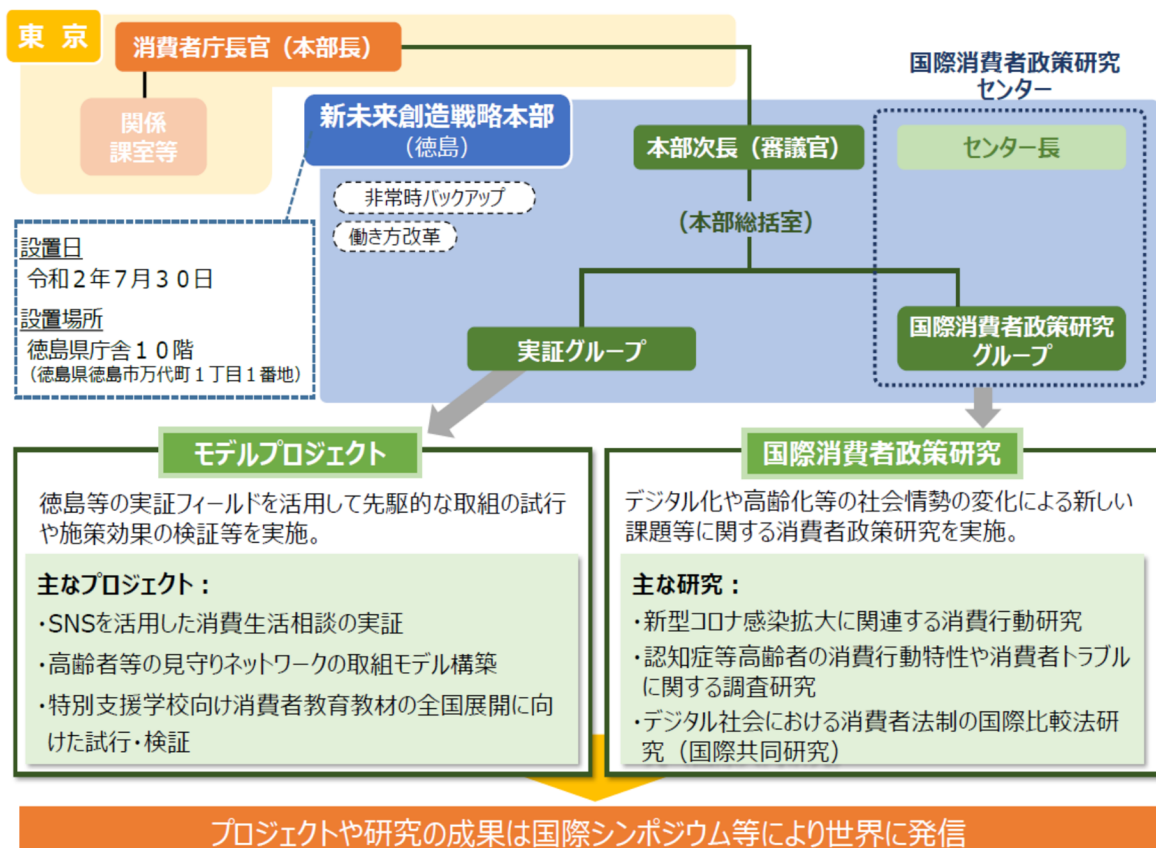
³ 孤独・孤立化する消費者への対応事業、食品ロス・ファッションロス削減への官民連携など、地域の諸課題

円、消費生活相談員の担い手確保・研修充実・認知度向上のための費用として1.5億円などが要求されている。

(3) 消費者庁新未来創造戦略本部に関する概算要求の概要

消費者庁は、消費者行政の発展・創造のための新たな恒常的な拠点として、令和2年7月に「新未来創造戦略本部」を徳島県に設置した⁴。同本部は、全国展開を見据えたモデルプロジェクトの拠点、消費者政策の研究拠点及び新たな国際業務の拠点として位置付けられているほか、災害発生時のバックアップ機能を担わせるとともに、働き方改革の拠点としても位置付けられている。

<消費者庁新未来創造戦略本部の組織と取組>



(出所) 消費者庁資料

に対して、消費者に身近な地域の関係者間で連携を図りつつ、効率的かつ効果的に事業を実施し、事例を広く共有・展開することで、地方消費者行政の更なる充実・強化を図るものとされている。

⁴ 2016年9月の「政府関係機関の地方移転にかかる今後の取組について」(まち・ひと・しごと創生本部決定)において、消費者庁等は、徳島県に「消費者行政新未来創造オフィス」を置き、実証に基づいた政策の分析・研究機能をベースとした消費者行政の発展・創造の拠点とすることとされた。また、同オフィスの取組は、恒常的な設置、規模の拡大に向けた試行としても位置付けられ、2019年度を目途に検証・見直しを行うとされた。2019年6月、「まち・ひと・しごと創生基本方針2019」が閣議決定され、その中で、同オフィスの今後の在り方について「消費者行政の発展・創造のためにふさわしい機能と規模を備えた新たな恒常的な拠点を2020年度に発足させるために必要な調整を進め、消費者行政を進化させるとともに地方創生に貢献していくことを目指す」とされた。

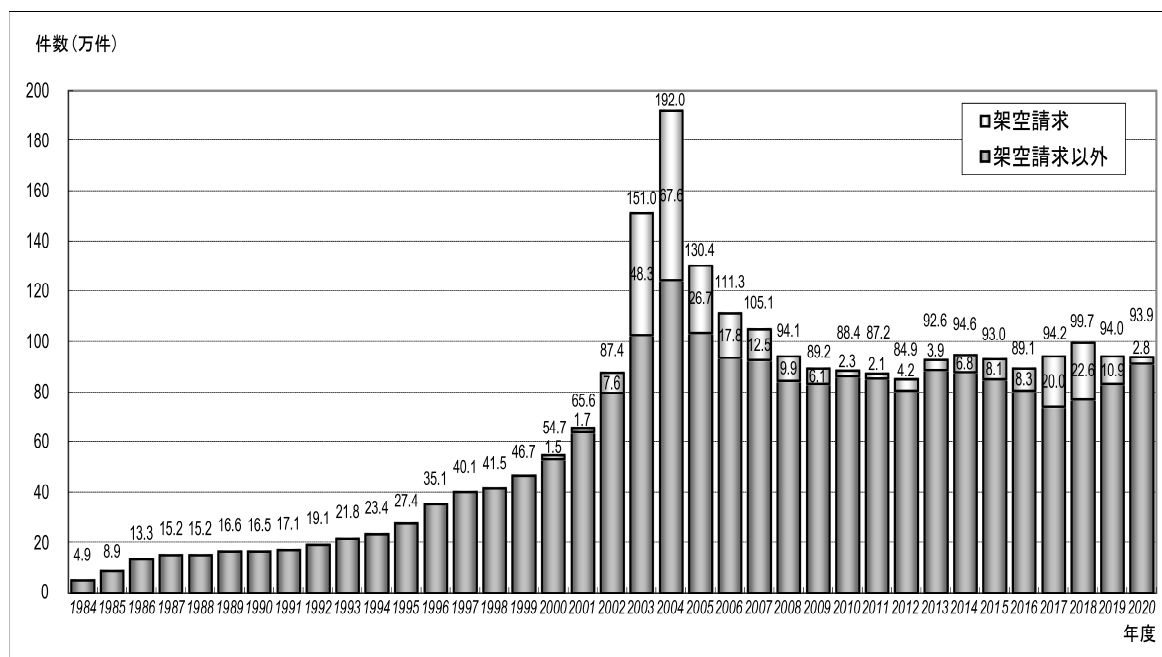
令和4年度予算概算要求においては、新未来創造戦略本部に関連して6.4億円（令和3年度当初予算額4.7億円）が要求されている。また、令和4年度機構定員要求において2名の増員を要求している。

2 最近の消費生活相談の傾向と特徴

全国の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談件数は、2004年度に192万件とピークを迎えた後、近年は90万件前後で高止まりしている。2020年度の相談件数は93.9万件で、2019年度とほぼ同じ件数であった。架空請求の相談は、2012年度から2018年度にかけて再び増加し、2017年度と2018年度は20万件を超えたが、2019年度は10.9万件、2020年度は2.8万件と大幅に減少した。また、年代別に見ると、70歳以上の相談の割合は22.1%と依然として全年代で最も多い一方、50歳代以下の各年代の割合が増加している。

2020年度は、インターネット通販で商品が届かないなどのトラブルがみられる「他の保健衛生用品」（マスク）、「他の医療機器」（体温計やパルスオキシメーター）、「紳士・婦人洋服」、定期購入などのトラブルがみられる「健康食品」や「化粧品」、火災保険で住宅修理ができると勧誘する火災保険申請サポートなどのトラブルがみられる「他の役務サービス」、水回りの修理において広告表示を大幅に上回る高額な料金を請求されたなどのトラブルがみられる「修理サービス」において、前年度に比べ相談件数の増加が目立っている。また、新型コロナウイルスの影響で、特別定額給付金などの申請、手続きなどの行政サービスに関する相談、結婚式の解約や延期による解約料などの請求に関する相談がみられる。

＜消費生活相談件数の推移＞



(出所)「消費生活年報2021」(令和3年10月)国民生活センター資料

このような全国で受け付けられた消費生活相談は全国消費生活情報ネットワークシステム（P I O - N E T⁵）によって集約されており、その情報は法執行の端緒となったり、消費者政策の立案に活用されたりしている。安全・安心な消費生活を実現するためには、身近な相談窓口において、質の高い相談・救済を受けることができる相談体制の整備や、相談員の資質向上が求められている。

3 消費者保護に向けた法律の整備等

(1) 取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律の制定

近年、デジタルプラットフォーム⁶は、消費者取引の「場」として急速にその存在感を増しており、とりわけ「新しい生活様式」の下では、国民の日常生活において不可欠な取引基盤としての地位を確立しつつある。その一方で、デジタルプラットフォームを利用した取引においては、取引に不慣れな者や悪質な事業者であっても売主として参入が容易となるといった特性も寄与し、模倣品の流通や売主の債務不履行などといった消費者トラブルが発生していた。

このような状況を踏まえ、令和3年4月に「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」（令和3年法律第32号）が制定され、取引デジタルプラットフォーム提供者による消費者の利益の保護に資する自主的な取組の促進、内閣総理大臣による取引デジタルプラットフォームの利用の停止等に係る要請及び消費者による販売業者等情報の開示の請求に係る措置並びに官民協議会の設置について定められた。

なお、衆参両院の委員会審査の際に付された附帯決議においては、政府に対して、「売主が消費者（非事業者である個人）であるCtoC取引⁷の「場」となるデジタルプラットフォームの提供者の役割について検討を行い、消費者の利益の保護の観点から、必要があると認めるときは、法改正を含め所要の措置を講ずること」等が求められている。

(2) 特定商取引法・預託法等の改正

「特定商取引に関する法律」（昭和51年法律第57号。以下「特定商取引法」という。）は、訪問販売や通信販売等の消費者トラブルを生じやすい取引類型を対象に、不当な勧誘行為の禁止等の行政規制や、クーリング・オフ等の民事ルールを定めるものである。また、「特定商品等の預託等取引契約に関する法律」（昭和61年法律第62号。以下「預託法」という。）は、事業者が消費者から物品・権利を預かり、事業者自ら運用する、又は第三者に貸し出す等の事業を行うなどして、配当等により消費者に利益を還元したり、契約期間の満了時に物品等を一定の価格で買い取ったりする取引（預託等取引）について、不当な行為の禁止等の行政規制や、クーリング・オフ等の民事ルールを定めるものである。

⁵ P I O - N E T（パイオネット）とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。

⁶ インターネット上のショッピングモールやフリマアプリ、マッチングサイトなどをいう。

⁷ CtoCは、Consumer to Consumerの略。フリマサービスなどにおける売主・買主双方が消費者である取引のこと。

近年、通信販売の広告において、初回に無料又は低額な金額を提示し、2回目以降に高額な金額を支払わせる、いわゆる「詐欺的な定期購入商法」や、契約を結んでいないのに商品を勝手に送り付け、それを受け取った消費者に支払い義務があると誤解をさせて代金を支払わせようとする「送り付け商法」に関する消費生活相談が増加している。

また、令和元年8月、消費者委員会は、安愚楽牧場事件やジャパンライフ事件等で問題となった悪質な販売預託商法による消費者被害の発生・拡大防止及び被害回復を図るべく、消費者担当大臣及び国家公安委員会委員長に対し、販売預託商法に係る法制度・法執行の在り方について検討を行うこと等を求める建議を行った。

このような中、消費者庁は、令和2年2月から「特定商取引法及び預託法の制度の在り方に関する検討委員会」を開催して検討を行い、同年8月に報告書を取りまとめた。同報告書では、販売を伴う預託等取引契約の原則禁止や、詐欺的な定期購入商法への対応などの具体的方策が示された。

令和3年3月、政府は、この報告書で示された具体的方策のほか、内閣府の規制改革推進会議における事業者からの要望を受けて、特定商取引法及び預託法において、事業者が契約締結時等に義務付けられている書面の交付について、書面に代えてその記載事項を電磁的方法により提供すること（以下「契約書面等の電子化」という。）を可能にすることも内容とする「消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律案」を衆議院に提出した。同改正案は、衆議院において、契約書面等の電子化に係る改正の施行を1年延期する等の修正がなされた上で、同年6月、成立した。

(3) 消費者契約法の見直し

消費者と事業者との間の契約に関し、両者の情報の質及び量並びに交渉力の格差を背景としたトラブルの増加に鑑み、消費者による契約の取消しや契約条項の無効等について規定した「消費者契約法」（平成12年法律第61号）が平成12年4月に制定され、平成13年4月に施行された。同法は、最近では平成28年及び平成30年に改正されており、取り消し得る不当な勧誘行為や無効となる不当な契約条項の追加等が行われている。

しかし、近年、高齢化の急速な進展やオンライン取引の各年齢層への拡大、成年年齢の引下げに係る民法改正案の成立等、消費者を取り巻く社会経済情勢が大きく変化する中、消費者被害の手口も多様化・複雑化してきている。

また、平成30年改正の際に衆参両院でそれぞれ付された附帯決議においては、政府に対して、消費者の合理的な判断をすることができない事情を利用して、契約を締結させた場合における取消権（いわゆる「つけ込み型」勧誘に対する取消権）の創設や、契約の解除に伴う「平均的な損害の額」⁸の消費者の立証責任の負担軽減などについて、検討を加えて

⁸ 消費者契約法第9条第1号は、契約の解除に伴う損害賠償の予定又は違約金を定める条項（いわゆる解約料条項）につき、当該消費者契約の解除に伴い当該事業者が生ずべき「平均的な損害の額」を超える部分について、無効としている。

2年以内に必要な措置を講ずること等を求めている⁹。

消費者庁は、平成31年2月から「消費者契約法改正に向けた専門技術的側面の研究会」を開催し、消費者被害実態の整理、実効性・合理性を持った法規範の在り方等について、法制的・法技術的な観点から検討を行い、令和元年9月、「つけ込み型」勧誘に関する取消権や「平均的な損害の額」の立証負担の軽減などについて、今後の検討の方向性を示す報告書を取りまとめた。

さらに、同年12月からは、この報告書を踏まえつつ実務的な観点からの検討を深化させるため、消費者庁は「消費者契約に関する検討会」を開催し、令和3年9月、報告書を取りまとめた。同報告書は、消費者の様々な脆弱性に対応した取消権の考え方や、解約時の違約金について事業者の説明を促進する仕組みなどの論点において、消費者契約法の考え方を更に拡充・発展させた内容となっている。井上消費者担当大臣（当時）は、報告書の取りまとめを受け、次期通常国会を見据え、速やかに法案化に向けた作業を進める旨発言している。

<消費者契約に関する検討会報告書において示された考え方（主な項目）>

項目（問題の所在）	考えられる対応
○ 消費者の取消権について	
<p>● 困惑類型の脱法防止規定</p> <p>（問題の所在）事業者の一定の行為により消費者が困惑し、契約を締結した場合における取消権を定めている法第4条第3項各号は、事業者の行為態様を個別具体的かつ詳細に定めており、実質的には法第4条第3項各号と同程度の不当性を有する消費者を困惑させる行為であっても、形式的には各号の要件に該当しないため、消費者は契約を取り消すことができないという事態が生じている。</p>	<p>▶ 法第4条第3項各号のうち、不退去（第1号）、退去妨害（第2号）、契約前の義務実施（第7号）及び契約前活動の損失補償請求（第8号）と実質的に同程度の不当性を有する行為について、脱法防止規定を設ける。</p>
<p>● 消費者の心理状態に着目した規定</p> <p>（問題の所在）事業者が、消費者の検討時間を制限して焦らせたり、広告とは異なる内容の勧誘を行って不意を突いたり、長時間の勧誘により疲弊させることなどがある。</p>	<p>▶ 事業者が、正常な商慣習に照らして不当に消費者の判断の前提となる環境に対して働きかけることにより、一般的・平均的な消費者であれば当該消費者契約を締結しないという判断をすることが妨げられることとなる状況を作出し、消費者の意思決定が歪められた場合における消費者の取消権を設ける。</p>
<p>● 消費者の判断力に着目した規定</p> <p>（問題の所在）判断力の著しく低下した消費者が、自宅を売却して住むところを失うなど、自らの生活に著しい支障を及ぼすような内容の契約を締結してしまうという消費者被害が発生している。</p>	<p>▶ 判断力の著しく低下した消費者が、自らの生活に著しい支障を及ぼすような内容の契約を締結した場合における取消権を定める。</p>

⁹ 平成30年改正に至る過程において、内閣総理大臣から消費者委員会に対し、契約締結過程及び契約条項の内容に係る規律等の在り方を検討することを求める諮問がなされ、この諮問に対する答申書においても、「つけ込み型」勧誘に対する取消権等について早急に検討し明らかにすべき喫緊の課題と付言されている。

<p>● 過量契約取消権¹⁰における「同種」の解釈 (問題の所在) 例えば、ネックレスとブレスレットは、いずれも身を飾るための装身具であり、通常は「同種」であると判断されるものと考えられるが、基準を形式的に適用すると「同種」とは言い難いと解する余地もあり、具体的な場面における適切な運用に支障が生じ得るのではないかという懸念がある。</p>	<p>▶ 「同種」の範囲は、過度に細分化して解すべきではなく、当該消費者が置かれた状況に照らして合理的に考えたときに、別の種類のものを見ることが適切かどうかについても、社会通念に照らして判断すべきである旨を逐条解説等によって明らかにする。</p>
<p>○ 「平均的な損害」について</p>	
<p>● 「平均的な損害」の考慮要素の列挙 (問題の所在) 契約の解除に伴う損害賠償又は違約金を定める法第9条第1号は、違約金条項を定めるに当たって、具体的にどのような要素を考慮すべきかについては定めていない。そのため、消費者は「平均的な損害」について、具体的にどのような事項を主張立証しなければならないのかが分からず、また、どのような要素を考慮して事業者が違約金条項を定めるべきかを判断することが困難になっていると思われる。</p>	<p>▶ 「平均的な損害」を算定する際の主要な考慮要素として、当該消費者契約における商品、権利、役務等の対価、解除の時期、当該消費者契約の性質、当該消費者契約の代替可能性、費用の回復可能性などを列挙することにより「平均的な損害」の明確化を図る。</p>
<p>● 解約時の説明に関する努力義務の導入 (問題の所在) 違約金条項については、消費者が、違約金が発生することが契約条項に明記されていたとしても、その金額が解除に際して不当に高額なものではないかと思ってしまうこと、すなわち、違約金額が妥当なものであることについて事業者から十分な説明がないため、消費者が納得できず紛争に発展しているという側面があると考えられる。</p>	<p>▶ 事業者には違約金条項について不当でないことを説明する努力義務を課す。説明の内容については、どのような考慮要素及び算定基準に従って「平均的な損害」を算定し、違約金が当該「平均的な損害」の額を下回っていると考えたのかについて、その概要を説明する。</p>
<p>● 違約金条項についての在り方に関する検討 (問題の所在) 「平均的な損害」の考え方については、事業者の商品・サービスのほか、業態やビジネスモデルに応じて多種多様なものが存在し、法第9条第1号に例示列挙した考慮要素以外の考慮要素が重要な役割を果たす場面や、例示列挙された考慮要素が妥当しない場面も存在すると考えられる。</p>	<p>▶ 「平均的な損害」の考え方について、違約金条項に関する消費生活相談事例や差止請求訴訟の実例も参考にし、関係する事業者、業界団体や適格消費者団体等の意見も踏まえつつ、法学、経済学等の観点から違約金条項の在り方に関する検討を行い、逐条解説等により随時示していく。</p>
<p>● 立証責任の負担を軽減する特則の導入 (問題の所在) 「平均的な損害」の額は、その事業者固有の事情であり、その主張立証に必要な情報は事業者に偏在している事例が多いため、消費者や適格消費者団体が「平均的な損害」の額について主張立証することが困難な状況となっている。</p>	<p>▶ 「平均的な損害」の額に関する違約金条項の効力に係る訴訟において、事業者が、その相手方が主張する「平均的な損害」の額を否認するときは、その事業者は自己の主張する「平均的な損害」の額とその算定根拠を明らかにしなければならないこととする規定、いわゆる積極否認の特則の規定を設ける¹¹。</p>

(報告書を基に当室作成)

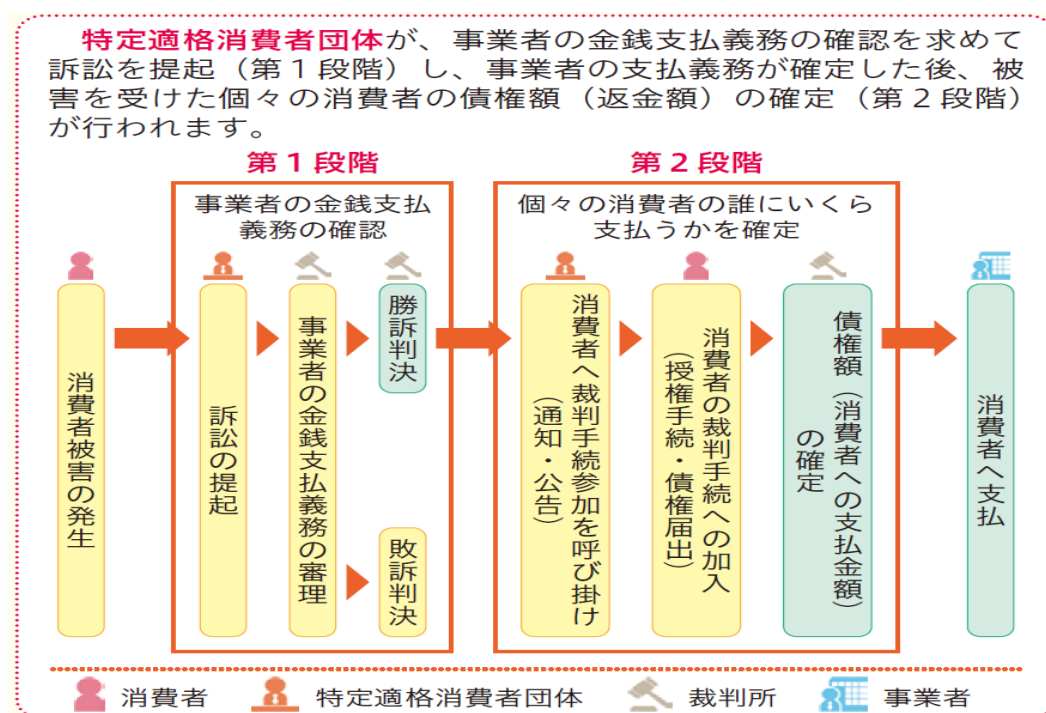
¹⁰ 事業者が、消費者にとっての通常の分量を著しく超えることを知りながら、消費者契約の勧誘をした場合の取消権

¹¹ 特許法(昭和34年法律第121号)第104条の2の規定等を参考とするとされている。

(4) 消費者裁判手続特例法の見直し

「消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律」(平成 25 年法律第 96 号。以下「消費者裁判手続特例法」という。)は、同種の被害が拡散的に多発するという消費者被害の特性に鑑み、内閣総理大臣の認定を受けた特定適格消費者団体¹²が、消費者に代わって被害の集団的な回復を求めることができる二段階型の訴訟制度を設けるものとして制定され、平成 28 年 10 月 1 日に施行された(下図参照)。

<消費者裁判手続特例法における手続の流れ>



(出所) 消費者庁資料

本法の附則第5条では、施行後3年を経過した場合に、施行の状況等を勘案し、法律の規定等について検討を加えることが規定されており、その後も、国会の附帯決議¹³において見直しの必要性が指摘されていた。

その後、本制度の運用が一定程度積み重ねられてきたことを踏まえ、消費者庁は、令和3年3月から「消費者裁判手続特例法等に関する検討会」を開催し、同年9月に報告書を取りまとめた。報告書においては、対象となる事案の範囲の見直しや、特定適格消費者団体の活動を支える環境整備等の内容が盛り込まれている。

伊藤消費者庁長官は、報告書の取りまとめを踏まえ、次期通常国会を見据えて法制的な検討を進める旨発言している。

¹² 「適格消費者団体」は、消費者団体の中で、不特定かつ多数の消費者の利益のために差止請求権を行使することができるとして内閣総理大臣の認定を受けたものを言い、22団体が認定されている。「適格消費者団体」のうち、消費者の財産的被害を回復するための業務を適切に遂行できる適格性を備えているものとして、内閣総理大臣の認定を受けたものを「特定適格消費者団体」と言い、4団体が認定されている。(いずれも令和3年11月1日現在)

¹³ 衆議院消費者問題に関する特別委員会における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(平成30年5月23日)等

＜消費者裁判手続特例法等に関する検討会報告書において示された考え方（主な項目）＞

項 目（問題の所在）	考えられる対応
○ 被害回復裁判手続の制度的な対応	
1 対象となる事案の範囲	
<p>● 請求・損害の範囲の見直し</p> <p>（問題の所在）法第3条においては、被害回復裁判の対象となる請求の範囲について、「消費者契約に関する」請求のうち、「契約上の債務の履行の請求」、「不当利得に係る請求」、「契約上の債務の不履行による損害賠償の請求」及び「不法行為に基づく損害賠償の請求（民法の規定によるものに限る。）」に係るものとされ（法第3条第1項）、対象となる損害の範囲から、いわゆる拡大損害、逸失利益、人身損害及び慰謝料が除かれている（法第3条第2項）。</p>	<p>▶ 対象となる請求の範囲に、「相当多数の消費者に同一額ないしは共通の算定基準により算定される額が認定される場合」の慰謝料を追加する。ただし、検討会では、慰謝料を対象とする場合においてもなお、過失による個人情報漏えい事案については対象外とすべきと指摘された。</p>
<p>● 被告の範囲の見直し</p> <p>（問題の所在）法第2条においては、共通義務確認訴訟の被告となり得る「事業者」は、「法人その他の社団又は財団及び事業を行う場合における個人」とされている。そのため、法人の代表者や従業員等の個人については、自らも事業を行っている場合でない限りは「被告」とはならない。</p>	<p>▶ 被告の範囲に現行では対象とされていない「不法行為に基づく損害賠償請求について被告となる事業者が故意又は重大な過失による不法行為責任を負う場合において、当該事業者と故意又は重大な過失による共同不法行為責任を負う個人」を追加する。</p>
2 共通義務確認訴訟における和解	
<p>（問題の所在）法第10条においては、共通義務確認訴訟における和解が認められているが、その対象は「共通義務の存否」に限定されている。現行法上和解可能な内容はいわばオールオアナッシングに近いものであり、通常の民事訴訟における和解に比して工夫の余地が限られている。</p>	<p>▶ 現行の法第10条を削除することで、和解内容に係る制限を無くし、様々な類型の和解を可能とするよう規定を整備する。</p>
3 対象消費者への情報提供の在り方	
<p>● 役割分担と費用負担の見直し</p> <p>（問題の所在）現行法上、特定適格消費者団体は、消費者から授権を受ける主体として通知（法第25条）等を行うこととされている。しかし、通知を受けた消費者が特定適格消費者団体の通知を必ずしも信頼しないおそれがある。現行法上、通知等に要する費用は、特定適格消費者団体が簡易確定手続に加入した消費者から支払を受けることができるとされている。しかし、消費者一人当たりが受けられる支払額が少ない場合には、消費者にとって参加リスク（費用倒れのおそれ）になり、特定適格消費者団体にとって提訴を躊躇する要因ともなっており、少額な事案になるほど救済への道が閉ざされるおそれがある。</p>	<p>▶ 特定適格消費者団体及び事業者の役割分担及び費用負担について、共通義務を負うことが確認された事業者が、法的責任を果たす観点から、対象消費者への連絡手段に関する情報を保有する場合には、事業者から個別連絡を行うようにするものとする。なお、連絡手段に関する情報を保有しない場合には、事業者が公告のための費用の一定額を負担するものとする。</p>
4 実効性、効率性及び利便性を高める方策	
<p>● 時効の完成猶予・更新に関する規律の在り方</p> <p>（問題の所在）法第38条においては、届出債権の時効の完成猶予及び更新に関して、簡易確定手続の前提となる共通義務確認の訴えを提起した時に、裁判上の請求があったものとみなすこととされている。しかし、この規定のみでは、共通義務確認訴訟が却下判決の確定等により終了した場合等に、時効によって自ら権利行使する機会も失うおそれがある。</p>	<p>▶ 時効の完成猶予・更新に関して、共通義務確認訴訟の訴えの提起時に裁判上の請求があったとみなす現行規定（法第38条）に加え、共通義務確認訴訟の却下判決確定等で終了した時点等から6か月を経過する時点までに消費者による対象債権に係る訴えの提起があった場合に時効が完成しないものとする旨の規定を設ける。</p>

○ 特定適格消費者団体の活動を支える環境整備

(問題の所在) 消費者団体訴訟制度に関しては、制度や特定適格消費者団体についての認知度・理解度に課題があり、情報や寄附等が十分に取得できていない。また、特定適格消費者団体が自立的な取組を進める上で、財政面及び体制面に課題がある。

- ▶ 「指定法人制度」の導入を検討。同制度の導入により、公的に認証された立場から一般消費者や事業者・事業者団体に対して、消費者団体訴訟制度、(特定)適格消費者団体やその活動等について一元的な周知・広報を行うことで、効果的・効率的に寄附を集めることが可能になる。
- ▶ また、それを原資として、(特定)適格消費者団体を支援してその活動の活発化につなげることや、特定・適格認定を目指す団体を支援し、(特定)適格消費者団体の増加につなげることが期待される。
- ▶ さらに、指定法人が(特定)適格消費者団体の活動に資する情報・資料の収集、整理・提供といった役割を担うことも考えられる。
- ▶ 指定法人において、特定適格消費者団体が行う通知・公告や対象消費者との手続に関する事務的な業務の委託を受けることで、特定適格消費者団体の事務作業の負担を軽減することが可能になる。

(報告書を基に当室作成)

4 食品表示に係る動向(ゲノム編集技術応用食品に対する表示の在り方等)

近年、遺伝情報を高い精度で改変できる「ゲノム編集技術¹⁴」が開発され、急速に普及している。厚生労働省は、ゲノム編集技術により得られた農産物や水産物等(以下「ゲノム編集技術応用食品」という。)の食品衛生法上の取扱いについて、ゲノム編集技術を用いてDNAを切断し変異を加えている食品であっても、外来遺伝子が残存していなければ安全性審査を不要としている。

令和元年9月に厚生労働省は、ゲノム編集技術応用食品に関する事業者からの届出制度の運用を同年10月より開始することを公表し、それに合わせて、消費者庁もゲノム編集技術応用食品の表示ルールを公表した。表示ルールによれば、外来遺伝子が残存していないゲノム編集技術応用食品については、ゲノム編集技術によって得られた変異と従来の育種技術によって得られた変異を科学的に判別することが難しい等の理由から、表示の義務付けを見送った。

令和3年9月、ゲノム編集技術で品種改良されたGABA(ギャバ)を多く含むトマトの販売が始まったほか、ゲノム編集技術で開発した肉厚のマダイについて、厚生労働省に届出がなされた。

内容についての問合せ先

第一特別調査室 周藤首席調査員(内線 68700)

¹⁴ 一般に、DNAを切断する酵素を用いて、外部からの遺伝子の挿入、既存の遺伝子の欠失、塩基配列の置換など、ゲノムの特定の部位を意図的に改変できる技術のことをいう。