

消費者委員会消費者契約法専門調査会「中間取りまとめ」に対する意見

1. 事業者の適正な経済活動を阻害することのないよう慎重に検討されたい

インターネットが普及した今日の状況にあっても、放送は市民、消費者に最も身近なメディアの一つであり、放送広告は日々の生活情報として欠かせないものです。また、放送広告は、長年にわたり事業者の経済活動を支え、日本経済の発展にも寄与してきました。当連盟では、そうした放送広告の社会的な意義と責任に鑑み、自主基準を定め、会員である民放各社とともに、放送広告の内容が真実を伝え、視聴者に役立つものであるよう努めております。

今般、消費者委員会消費者契約法専門調査会が取りまとめた「中間取りまとめ」には、今後の専門調査会の議論如何では、放送広告にも大きな影響を及ぼしかねない内容が散見され、大変憂慮しております。「中間取りまとめ」自身が、見直しを行う際の視点として、「消費者と事業者の間の適正な取引の確保に関する法律や事業者団体における自主規制ルールの運用状況等も踏まえて適切な対応を図ることが重要である点にも留意する必要があります」としているとおり、今後の専門調査会の検討においては、事業者の意見を十分に聴取し、放送広告をめぐる自主基準の運用状況も踏まえ、消費者契約法が事業者の適正な経済活動を阻害することのないよう、慎重な審議を求めます。

2. 放送広告を消費者契約法の適用範囲とする立法事実は存在しない

今回の「中間取りまとめ」に対する放送事業者の最大、かつ唯一の関心は、消費者契約法による意思表示の取消しの適用対象となる行為の範囲であると言っても過言ではありません。

消費者契約法は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、不実告知、断定的判断の提供、不利益事実の不告知をしたことにより消費者が誤認をした場合に、当該消費者契約の申込みまたは承諾の意思表示を取り消すことができることを定めたものですが、法施行後の社会経済状況の変化を考慮するにしても、放送広告については、個別分野の業法による広告規律、広告主である事業者の適切な広告出稿、当連盟の自主基準、民放各社の自律的かつ厳正な考査等により、その内容の適正さは担保されており、新たに法の適用範囲とすべき立法事実は存在しないものと考えます。

3. 適正な放送広告の表現の自由を妨げることがあってはならない

仮に、放送広告が消費者契約法の適用対象となれば、「中間取りまとめ」が契約締結過程に係わる論点として挙げている各事項は、放送広告の表示や表現にも重大な支障を及ぼすこととなります。

放送広告においては、関係各者の自主的な取組みにより、不実告知に該当するような表示や表現がなされないよう細心の注意が払われていますが、放送広告が消費者契約法の適

用対象となれば、広告主である事業者は、広告の表示や表現が断定的判断の提供や不利益事実の不告知に当たるとされることを避けるため、過重な表示や表現を強いられることになるものと考えられます。

また、視聴者、消費者の健康や財産と重要な関係を持つ商品やサービスについては、視聴者、消費者保護の観点から、内容をあえて企業広告やイメージ広告にとどめ、重要事項の詳細は事業者、広告主のホームページや説明資料を参照するよう求めることもあり、視聴者、消費者保護は十分に図られています。

以上の状況から、不利益事実の不告知における故意要件や重要事項の範囲については、放送をはじめ媒体ごとの特性や、広告の表現の自由との兼ね合いに十分に留意され、慎重に検討されることを強く求めます。

以 上