

2019年度名古屋市主催 消費者志向経営セミナー 議事録（概要）

2019.12.5

報告 Cネット東海事務局

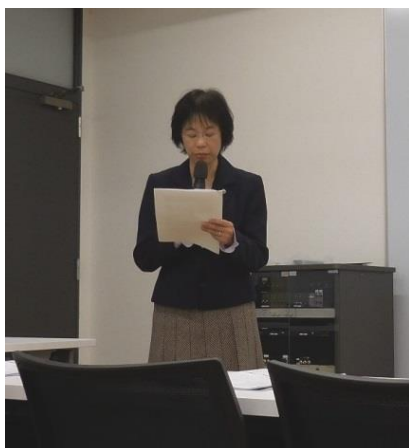
I. 開催状況

- ・テーマ：コンプライアンスのための公益通報・内部通報制度
～消費者から信頼される企業であるために～
- ・日時：2019年11月28日（木）午後2：00～4：00（1：30開場）
- ・会場：名古屋市（新）教育館 第4・第5研修室
- ・参加者：44名（参加者29名、主催者・事務局15名）
（内訳）事業者6、消費者団体（生協）5、相談員4、行政11、その他3

II. セミナー議事録概要（敬称略）

<司会> Cネット東海検討委員 川崎 千晴

1. 開会の挨拶：名古屋市市民経済局消費流通課長 茂谷 誠



司会の川崎千晴さん（検討委員）



名古屋市市民経済局消費流通課 茂谷課長

消費者志向経営とは、消費者への情報提供・交流を通じて消費者の意向を把握し、それを踏まえた商品・サービスを提供・提案することで消費者の満足・信頼を高めること。5回目となる今回のテーマは「内部通報制度」で、とかくネガティブなイメージで捉えがちだが経営にとって重要ファクター。従業員の声にも耳を傾けることで、いざという時のモチベーションや消費者からの信頼を高めることにつながる。昨今ESG（エコノミー、ソーシャル、ガバナンス）投資ということが言われているが、本日のセミナーを通して内部通報制度について理解を深めていただきたい。

2. 講演

「コンプライアンスのための公益通報・内部通報制度について」

講師：消費者庁消費者制度課 課長補佐 公益通報者保護制度担当 渡邊 貴大 氏

(1) 公益通報者保護法制定の経緯と概要

- 2000年代に自動車のリコール隠しや食品偽装など、消費者の安全・安心を損う企業不祥事が、組織内部からの通報を契機として相次いで明らかになった。
- 事業者の法令遵守を推進し、国民の安全・安心を確保するため、「公益通報者保護法」が制定された。(2004年6月公布、2006年4月施行)
 - ① 事業者内部の違法行為について通報を行った労働者に対する解雇等の不利益取扱いの禁止
 - ② 公益通報に関し事業者等がとるべき措置等
- 法施行後も、内部通報制度が機能不全に陥っている事例や組織内部からの通報を契機として不祥事が発覚する事例が散見される。
- 公益通報とは、①労働者(公務員を含む)が ②不正の目的でなく ③労務提供先について ④通報対象事実が ⑤生じ又はまさに生じようとする旨を ⑥所定の通報先に通報すること。通報先には、事業者の社内・社外窓口、外部の報道機関、消費者団体、処分等の権限を有する行政機関がある。
- 所定の要件に該当する通報を行った「公益通報者」を、公益通報をしたことを理由とする解雇その他の不利益取扱いから保護することが「公益通報者保護法」の目的。各種ガイドライン(民間事業者向け、国の行政機関向け、地方公共団体向け)も定められている。



(2) 企業経営における内部通報制度の意義・有用性

- 内部通報制度とは、企業内部の問題を知る従業員から、経営上のリスクに係る情報を可及的早期に入手し、情報提供者の保護を徹底しつつ、未然・早期に問題把握と是正を図る仕組み。
- 目的は、自浄作用の発揮とコンプライアンス経営を推進し、安全・安心な製品・役務の提供と企業価値の維持・向上を図ること。達成のためには、社内の制度を機能的に運用することが必要。
 - ～参考事例として、経団連「企業行動憲章実行の手引き」、東京証券取引所「コーポレートガバナンスコード」が紹介された。
- 不正発見の端緒の第1位は内部通報で、内部監査の約1.5倍に上る。通常の問題発見ルートでは容易に発覚し難い不正も多い。内部通報制度は、リスクの早期把握や自浄作用の向上に大いに寄与している。
- 多くの消費者・事業者・労働者が、自らと関係を有する事業者の内部通報制度の実効性に高い関心を有している。実効性の高い内部通報制度を整備している企業につ

いて「商品・役務を購入したい」「取引したい」「就職・転職したい」と回答者がいずれも8割を超えている（消費者庁調査）。企業間の取引では「CSR調達基準」の一項目となっていることもあり、就職・転職希望者からは“ホワイト企業”としてリクルート活動の目安となっている。

- ・消費者の声と従業員の声は、経営にとって車の両輪。企業の外部からの声（お客様）内部からの声（従業員）に真摯に耳を傾け、適切に対応することで、リスクの早期把握と自浄作用の向上を図り、コンプライアンス経営を推進することが、ステークホルダーからの信頼を獲得し企業価値の維持・更なる向上につながる。

（3）内部通報制度の現状と課題

- ・中小規模の事業者及び労働者で法の認知度が進んでおらず、中小規模の事業者では「内部通報制度」の導入が進んでいない。未導入の理由は、「どのような制度なのか分からない」「導入の方法が分からない」が多い。
- ・制度がうまく機能する条件は、①通報者が窓口を知っている ②事業者が受付窓口を整備している ③制度への信頼がある こと。中小事業者では特に①②が弱い。
- ・大企業や役所ですでに制度を導入しているところでも、機能不全が指摘される事案が散見される。

～不祥事が発覚した企業の第三者委員会報告書より～

「複数の従業員が本件の問題行為の疑いについて把握していたにもかかわらず、内部通報制度を利用した者はいなかった。…活性化のための大幅な見直しが必要」

「本案件に関係する事項は何ら通報されていなかった。…内部通報制度は、内部統制制度の最後の砦ともいわれるものであり、通報者が信頼し、安心して意見を言える制度を見直して、十分活用すべき」

「ヘルプラインに（中略）情報が寄せられなかったことを踏まえ、…不利益を被らないという安心感や、迅速かつ的確に対応してもらえするという期待感を抱くことができる通報制度に改善する必要がある」

「多くの社員が不正を認識していながら上位者への報告を行わず通報等も行わなかったことについては、…コンプライアンスの徹底を十分に行わなかった経営陣の責任は重い」

- ・通報制度に対する労働者の信頼度は低い。勤務先の不正についての最初の通報先として、勤務先以外（行政機関や報道機関等）を選択する割合は、約半数に上る。主な理由は「十分対応してくれない」「不利益を受けるおそれがある」（消費者庁調査）。
- ・勤務先への通報後、状況が改善されない、誠実な対応がされない等の場合に、外部（行政機関や報道機関等）に通報しようと思う従業員は8割を超える（同）。
- ・通報を行うに当たり、匿名を希望する労働者の割合は約7割に上る。主な理由は「不利益を受けるおそれがある」「実名には不安がある」（同）。実際に、報告を受けた上司の対応のまずさに原因のある事例があった。
- ・一般従業員や管理職、内部通報制度担当者への教育研修を積極的に行うことが必要。

(4) 内部通報制度の実効性向上に向けて

- ・事業者のコンプライアンス経営への取組を強化するために、「民間事業者向けガイドライン」を改正（2016年12月）。さらに「4つの視点」から見直しを実施。

＜ガイドラインにおける「4つの視点」＞

1. 通報者の視点 安心して通報ができる環境の整備
特に秘密保持・不利益扱い禁止（違反者への懲戒含む）の徹底
 2. 経営者の視点 経営幹部の主導による実効性の高い通報制度の整備・運用
 3. 中小事業者の視点 中小事業者の取組の促進
 4. 国民・消費者の視点 制度の適切な運用を通じた企業の社会的責任の実践
- ・内部通報制度に関する認証制度（自己適合宣言登録制度）を導入（2019年2月申請受付開始）。これは、事業者が自らの内部通報制度を評価して、認証基準に適合している場合、当該事業者からの申請に基づき指定登録機関がその内容を確認した結果を登録し、所定のWCMSマークの使用を許諾する制度。

(5) 公益通報者保護制度の実効性向上に向けて

- ・昨年1月、内閣総理大臣の諮問を受け、消費者委員会「公益通報者保護専門調査会」を開催し、検討を重ね「報告書」を答申（12月）。今年1～3月意見募集。

3. 差止請求や申入れの事例報告

（消費者契約法、景品表示法関連）

(1) 株式会社Nホテルへの申入れ

荻原 典子 弁護士

- ・はじめに、消費者団体訴訟制度の概要説明とCネット東海の活動紹介
適格消費者団体とは？
差止請求制度とは？
差止めの対象となる事業者の不当な行為とは？

消費者被害防止ネットワーク東海（Cネット東海）について 解説していただいた。

- ・Nホテルの披露宴のキャンセル料が高いのではないかとの情報提供があった。
- ・HP掲載の利用規約とモデル約款とを比較すると、披露宴・宴会ともキャンセル料が高く設定されていた。

＜披露宴＞

Nホテル	モデル約款
申込日～29日まで 申込金の50%	申込日～365日までが25%or3万
申込日30日後～ 申込金全額+実費	申込日～180日までが50%+実費

＜宴会＞

Nホテル	モデル約款
申込日～61日まで 会議室料金の50%	見積り額の30%+実費
宴会日30～21日前まで 見積り額の50%	見積り額の45%+実費
宴会日20～11日前まで 見積り額の60%	見積り額の45%+実費

- ・消費者契約法第9条1項が定める「平均的な損害を超える」ものとして、約款の改定を申し入れた。
- ・披露宴キャンセル料について、モデル約款に沿った内容に改定する旨回答があった。
- ・宴会キャンセル料については、モデル約款及び近隣のホテルのキャンセル料とも比較検討し根拠を示した上で、約款を改定する旨回答があった。



(2) 不動産賃貸業A社への申入れ

伊藤 陽児 弁護士

- ・架空の事例として、賃貸アパートでガラスがぶつかって割れた窓ガラスの修理を大家さんに依頼したら、自分で修理するように言われたが…
- ・民法では、賃貸人（貸主）は、借借人（借主）が居住できる状態で貸さなければならない義務がある。
- ・A社の賃貸契約書は、以下の項目について賃貸人が修繕義務を免れるとしていた。
 - (2) ガラスの破損による取り替え
 - (4) バス・トイレ・流し台等の排水の水回りの補修
- ・何が問題なのか？
 - 民法より借借人が不利な内容
 - 借借人の使用とは全く無関係な原因でも借借人が修理しなければならない。
 - 故障の軽重・大小も関係なし。多額の修理費用が必要になる場合もある。
 - いくらになるのか予想がつかない。
- ・原則として、民法より 特約（契約書の条項）が優先されるが、次の場合は契約書の条項は無効となる。
 - ①公序良俗に反する場合（民法 90 条）
 - ②強行規定（当事者間で自由に決めることができない 法律の規定）に反する場合
 - ③「消費者契約法」8条～10条に反する場合 など
- ・Cネットでは、消費者契約法第10条「消費者の権利を制限し又は消費者の義務を加重する消費者契約の条項であって、民法第1条第2項に規定する基本原則に反して消費者の利益を一方的に害するもの」にあたるとして、賃貸契約書の(2)(4)の削除・改訂を申し入れた。
- ・その結果以下のように改訂された。



(2) → 削除

(4) → (3) バス・トイレ・流し台等の排水の水回りの 補修 水垢、カビ等、その掃除・手入れを怠った結果生じた汚損、補修、 ←限定された

(3) 歯科医院への申入れ

岩城 善之 弁護士

- ・瑞穂区のH歯科の宣伝広告について以下のような情報提供があった。

『名古屋市最多の年間600本のインプラント実施』と表示しているが、実際に行くと見ると常勤医師は2名だけなので、600本も実施しているとは思えない。」

『名古屋市最低の料金』などとも表示されているが、あれだけ広告をしているのに信じがたい。」

- ・何が問題か

1 「医療広告ガイドライン」:「日本一」、「No1」、「最高」等の最上級の表現その他優秀性について著しく誤認を与える表現は、客観的な事実であったとしても、禁止される表現に該当する。

2 医療法施行規則第1条9第2号:「治療等の内容又は効果について、患者等を誤認させるおそれがある治療等の前又は後の写真等の広告をしてはならないこと」。

「医療広告ガイドライン」:いわゆるビフォーアフター写真等については原則として禁止したうえで、「術前又は術後の写真に通常必要とされる治療内容、費用等に関する事項や、治療等の主なリスク、副作用等に関する事項等の詳細な説明を付した場合」といった例外要件を満たした場合のみ広告可能。

3 ウェブサイト上の「予防歯科」「審美歯科」という記載:医療法施行令第3条の2に記載されている広告可能な診療科目の中に含まれていない。

しかし、広告可能となる要件のひとつとして、「自由診療に係る治療等に係る主なリスク、副作用等に関する事項について情報を提供すること」。

- ・景品表示法第5条に反する広告（優良誤認、有利誤認）にあたるとして、ウェブサイトの広告内容を改めるよう申し入れた結果、以下のように改められた。

1 名古屋市最多 → 削除

2 ビフォーアフターの写真 → 症例の詳細とリスク等の表示が追

3 審美歯科、予防歯科 → 審美治療に変更、自由診療であることとリスクの明示、予防歯科は検診・予防に変更



4. 閉会の挨拶：Cネット東海理事・事務局長

野澤 厚美

- ・ お忙しい中ご参加いただいたみなさんにお礼を申し上げます。来年2月5日（水）に、愛知県主催で「第3回消費者団体訴訟制度の活用について考えるシンポジウム」が、ウィルあいちで開催される。Cネット東海は、愛知県から受託して実施・運営を行う。ぜひ参加いただきたい。



- ・ 別紙 参加者名簿
参加アンケートまとめ