

平成20年12月8日

経済産業省 商務流通グループ 流通政策課

「企業ポイントに関する消費者保護のあり方（ガイドライン）」

パブリックコメント担当者殿

「企業ポイントに関する消費者保護のあり方（ガイドライン）」に関する意見書

(社) 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会

消費者提言特別委員会

今や私たちにとって企業ポイントは、商品やサービスを選択・購入する際の大きな要因となっています。

現在消費生活センターなどの相談現場ではそれほど多くの相談は入っていませんが、企業ポイントは個々の企業ポイントで内容もそれぞれで、

今後益々発展複雑化していくことが考えられます。

近い将来において、消費者とポイントプログラムを発行する企業との間の情報格差の拡大や意識のズレが表面化し、大きなトラブルが発生することが懸念されます。

それに先んじてガイドラインを策定されたことについては評価いたします。しかし、消費者保護の観点から、以下思うところを述べさせていただきます。

## 2. 共通ガイドライン

### (1) 「消費者がポイントプログラムの内容を確認できる仕組み」について

消費者はポイントを利用するためにポイントプログラムに加入してポイントを溜めるのですから、利用上の決まりを確認できることが重要です。

ガイドラインにも記載してありますが、①ポイントの付与条件、②利用条件、③利用条件の変更、④ポイントカードパスワード紛失などのトラブル時の対応、⑤ポイントの譲渡、⑥ポイントプログラム終了時の対応については約款や書面の交付、ウェブページへの記載と同時に、可能な限り加入時には各発行企業から消費者へ口頭による説明も希望します。またポイントカードを発行する場合は、ポイント内容についての問い合わせ先の電話番号を記載し、インターネットを利用しない消費者が電話でも最新の情報が入手できるシステムの構築も望みます。

### (2) 「発行企業による重要事項の積極的な表示・説明」について

ポイントプログラムへの加入時点、ポイントの付与時点、その他の時点で消費者にわかりやすいように積極的な表示・説明することが望まれるというガイドラインには賛成です。

加えて重要事項の変更はできるだけしないこと、また、変更するにしても消費者に周知することで、ある程度合意を得られるよう努力することが必要です。

### 3. 主なポイントプログラム類型別留意事項

#### (1) 「大手小売事業者」について

ポイント利用内容は書面交付やウェブページへの記載に加え、加入時に可能な限り口頭での説明を希望します。

また店内にポイント内容を表示し、消費者から問い合わせがあったときは店員が説明できる体制を整えてください。

大手小売事業者のポイントは、ポイント付与時に利用するケースより溜めているケースが多く、突然の利用条件の変更や廃止はトラブルの原因になると思われます。

ガイドラインにあるように、そのような場合はポイントを利用できる十分な期間を確保し、その旨の周知を希望します。

また店舗が閉鎖される場合、チェーン店であれば一定期間他店での利用を可能にしてください。

#### (2) 「航空運送会社」について

航空会社のマイレージプログラムは規則や航空会社の提携関係がしばしば変わります。また、企業ポイントためるために、どの航空券を選ぶかという選択に大きく関係するものです。消費者には最新情報を確認するよう、繰り返しての注意喚起が必要です。

また外国の航空会社など、ウェブ上に記載されているポイント利用規則などの内容が英文のみの企業もありますが、日本語での表記を希望します。

#### (3) 「ポータル・電子商取引系ポイント事業者」について

インターネットを利用した取引の場合、パスワードを忘れてしまいログインできないという相談が入ることがあります。そのために獲得したポイントを利用できないのであれば、パスワードの再発行や通知などの対応をご検討下さい。

#### 「最後に」

消費者のポイントに対する意識は、その発行企業毎に「おまけ」であったり、「権利」であったり、更には「擬似通貨」だったり、と一定ではありません。

また発行企業が同一であっても、消費者の捉え方は様々で、誤解・勘違いも起きがちです。

例えば企業において出張時のマイレージの取り扱いも、「出張で得たマイレージは会社に帰属する。溜まったマイレージは次回の出張で利用すること」としている企業もあれば、マイレージに加入すること自体は社員の自由なので溜まったマイレージは出張者個人のものとする企業もあるようです。しかしながら一部の航空会社ではマイレージクラブに法人会員の制度があるようで、そうなるとう単なる「おまけ」という位置づけはできないと思わ

れます。

先般の冷凍食品（有機リン系殺虫剤が検出されたインゲン）の回収にポイントカードの購買履歴が使われる等、ポイントプログラムは有用な活用ができるものではありません。

一方、同じように購買履歴が悪用される懸念もあります。個人情報保護に関して、事細かな記載は望みませんが、ポイントプログラムで得た購買履歴などの取扱について、慎重に扱われるよう望みます。

複数の企業とのポイント交換など、消費者にとっては理解が難しくなってきました。また、付加されたポイントがその時点で、記名式なのか、無記名なのかの説明も十分されていません。

トラブルになった場合に適切な対応がとれるよう、各企業は相談窓口を設けてください。また情勢の変化に応じて、ガイドラインの見直しも必要と考えます。

以 上

問い合わせ先

(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会

消費者提言特別委員会世話人 内田玲子・柴垣雅子

1 5 2・0 0 3 1 東京都目黒区中根 2-1 3-1 8 第百生命都立大学駅前ビル

電話 0 3-3 7 1 8-4 6 7 8 FAX 0 3-3 7 1 8-4 0 1 5