

ころ、「今は年度末で忙しいので、回答は早くて来月(4月)いっぱいになるが、それも約束できない」との回答あり。

●その後、返答がないので、5月2日、10日以内に回答するよう「通知書」を送付する。5月12日に至るも、同社からの回答なし。

【消費者の皆さんへ】

当団体が、同社に対し、初期解除ルールの導入を求めたのは、同社のプロバイダサービス「MOU」の契約に関し、同社代理店から電話勧誘を受け、さらにパソコンの遠隔操作によって設定が進められて契約に至った事例で、さまざまな理由から契約後すぐに解約を希望する多くの消費者から相談が寄せられていたためです。

上記の交渉経過からも明らかなように、同社は文書で回答した事項を誠実に守らず、また、回答事項を守ることができなかったことについての正当な理由も認められません。

同社が提供するプロバイダサービスの契約を検討されている消費者の皆さんにおかれましては、契約の可否ないし当否の判断にあたり、当団体と同社の交渉経過を是非とも参考にしていただければと思います。

(5) プロバイダサービス「iSmart 接続-Fひかり」を運営する株式会社フォーバルテレコムに対して「要請(その3)兼お問い合わせ(その4)」を送付しました。

同社より、2016年2月22日付「『再要請兼々お問い合わせ』に対する回答書」を受領していましたが、「再要請」に対する回答のうち、「消費者が、契約内容を正確に確認したうえで契約

締結しようとしていることを書面にて確認できる手続を、新たに加えること」等に関して、下記の内容にて2016年4月27日付「要請(その3)兼お問い合わせ(その4)」を送付しました。

【要請の趣旨】

「代替の対策」とは、例えばどういう立場の人がどういう書面を用いて行うのか、具体的に説明を求めました。

その他、不明な点について問い合わせました。

(6) 結婚相手紹介サービスを運営する株式会社AIZENに対して、契約書の中途解約条項について「申入れ(その4)兼お問い合わせ(その4)」を送付しました。

2015年12月25日の「回答書」を検討し、中途解約時の解約金について、2016年2月26日付「お問い合わせ兼回答書」を送付し、2016年3月28日付で、「ご質問のプランは廃止し、同封のプランでサービスを統一する」旨の回答と新契約書をFAXで受領しました。

FAX添付の契約書を検討し、事業者サービスの中断・中止など、消費者契約法に違反すると判断し、一部契約条項の削除を求めて、2016年4月27日付「申入れ(その4)兼お問い合わせ(その4)」を同社に対して送付しました。

【申入れの趣旨】

本件契約書第17条(中断・中止)第4号・5号及び第20条(免責事項)、第21条(可分性)が消費者契約法に該当するとして削除を求めました。

また、契約内容について引続き、問い合わせました。

行事のご案内

2016年度KC's通常総会・シンポジウムのご案内

- 日 程：2016年6月25日(土) 13:30～17:00 予定
- 場 所：新大阪丸ビル別館 4-1号室(大阪市東淀川区東中島1-18-22)
※JR 新大阪駅東口より徒歩2分。
※地下鉄御堂筋線新大阪駅⑤出口より徒歩8分。
- 内 容：通常総会 (13:30～14:30)
シンポジウム (14:50～17:00)
- 参加費：無料です。会員以外の方も参加いただけます。
- お問い合わせ先・申込先：KC's事務局までお願いいたします。TEL:06-6920-2911 / eメール: info@kc-s.or.jp

シンポジウム企画内容

テーマ：「新しい消費者被害回復制度を使いこなすために～あなたならどうしますか?」
—新しい消費者被害回復制度を『模擬体験』で学びます—

「このようなケースでは、被害は回復できるの?」、「そういえば、あの事件の被害回復は可能なの?」など、いくつかの事例をもとに、新しい消費者被害回復制度で回復できる被害について学びます。

さらに、思いがけず被害者になったあなたに、「被害回復制度にもとづく損害賠償請求を行いますか?」という特定適格消費者団体からの「通知」が届きました。さて、あなたならどうしますか?・・・。

一人の消費者の立場から意見を出し合ってもらい、専門家のコメントも交えながら、新しい消費者被害回復制度を身近に感じていただきます。

※詳しくは、ホームページのご案内をご覧ください。

特定非営利活動法人 消費者支援機構関西 (内閣総理大臣認定 適格消費者団体)

KC's NEWS

No.60
2016.5.31

発行所 KC's事務局 〒540-0033 大阪市中央区石町一丁目1-1 天満橋千代田ビル2号館2階 TEL.06-6920-2911 FAX.06-6945-0730 eメール: info@kc-s.or.jp

KC's臨時総会にて特定適格消費者団体の認定に係る定款変更の議案が可決されました。

2016年4月26日、新大阪生協会館4階会議室にて、KC's臨時総会を開催しました。

全体の進行を中村理事が行い、榎理事長挨拶のあと、議長として個人正会員五條操さんが選出されました。

西島事務局長が2016年10月から実施される被害回復制度を担う特定適格消費者団体の認定に係る定款変更の議案を提案し、採決を行いました。その結果2/3以上の賛成で議案は可決されました。最後に坂東常任理事が閉会の挨拶を行いました。参加人数はオブザーバーを含めて20人でした。



表決結果は以下のとおりです。

表決総数 105 表決権数/賛成数 99/99

団体正会員 13団体	
代表出席 6/6	委任出席 0/0
書面表決 7/7	賛成数 13/13
個人正会員 92人	
本人出席 11/11	委任出席 18/18
書面表決 57/57	欠席 0/6
賛成数 86/92	



定款の主な変更点

- ①特定適格消費者団体の認定取得に向けた定款の整備
- ②利害相反があった際の対応として法人の代表権を2名体制とする
- ③消費者裁判手続き特例法に向けた公告方法の変更
- ④表記の整理、特定非営利活動促進法、活動計算書との不整合の解消

貸衣装会社(株)VeaUと富久屋マネージメント(株)が、大阪地裁の間接強制決定を不服として、執行抗告を行っていましたが、大阪高裁は両社の執行抗告を棄却しました。

貸衣装会社(株)VeaUと富久屋マネージメント(株)が、大阪地裁の間接強制決定(違法な契約条項を使用した場合には、1回につき15万円の間接強制金の支払いをすることを命じたもの)

を不服として、執行抗告を行っていましたが、2016年4月18日に大阪高裁は両社の執行抗告を棄却する決定を出しました。

●**間接強制決定の執行抗告の棄却に至った大阪高裁の判断は以下のとおりです**

- ① KC'sからの請求を認諾した後の両社の対応は不十分。
- ② KC'sから訴訟提起された、(株)レンタルブティックひろ(ヒロウエディングコスチューム)と両社は役員が同一で、グループ会社として、KC'sの申入れに対して不誠実な対応を繰り返した。
- ③ 契約条項の改定等の措置を講じたこと考慮しても、不作為義務に違反(違法契約条項の使用)するおそれがあると認めた。

●**この間の経過**

- ① KC'sは、請求の全てを認めた認諾に基づき「間接強制申立書」を2015年11月27日に大阪地裁に申立てていました。
- ② (株)VeauUに対して、大阪地裁はKC'sの主張を概ね認める「間接強制」決定を2016年2月5日に出しました。富久屋マネージメント(株)に対しては2016年2月29日に決定を出しました。

<**間接強制決定概要**>

認諾した以下契約条項を使用した場合、違反行為1回あたり15万円の間接強制金の支払いを命じるというものです。

<**KC'sが使用停止を求めた契約条項**>

消費者からの解約申入時期が、「契約日からご使用の300日前まで」の解約金の額を「契約金額の30%」とする条項。

<注：間接強制とは…判決等で命じた内容について、これに従わない場合に金銭の支払を命じることにより、判決等の内容を守ることを経済的に強制することをいいます。>

- ③ (株)VeauUは2月12日、富久屋マネージメント(株)は3月7日に大阪高裁に対して、「執行抗告」を申立てていました。
- ④ (株)VeauU改め(株)Wedding Salon Preceと富久屋マネージメント(株)は、大阪高裁の「執行抗告の棄却決定」を不服として、2016年4月25日「許可抗告」の申立てを行いました。
- ⑤ 両社は、大阪高裁④の「許可抗告」の申立てを2016年5月9日付に取り下げました。

●**違反行為の情報提供はKC'sへ**

この間接強制決定が(株)VeauUへ届けられた2016年2月8日以降、富久屋マネージメント(株)へ届けられた2016年3月1日以降の契約で同社らが上記契約条項を使っているのを見つけれられた場合、KC's情報受付窓口(☎06-6945-0729)、web(<http://www.kc-s.or.jp/accept.html>)まで、情報提供をお願いいたします。

※(株)VeauUから社名が2016年3月7日に(株)Wedding Salon Preceに変更されています。(株)VeauUの旧webサイトアドレス(<http://www.veau-bridal.jp/>)は、2016年4月19日現在、「ウエディングサロン プレーチェ」という名称のレンタル衣裳事業者のHPに変更されています。

【**再申入れの趣旨**】

同社webサイトやテレビコマーシャルなどで、「ギュッと凝縮した」「超濃縮」「濃いエキスをぎゅっと濃縮」など、濃縮を強調された表記をされていますが「しじみ習慣」の一粒当たりのしじみの含有量を明らかにされていません。一方的にしじみが多く含有されているかの表記をされることは、一般消費者に対し実際よりも著く優良であると示しているものとして景品表示法「優良誤認」に該当します。そこで過度に濃縮したかのような表記を停止するよう求めました。

⇒【**回答の趣旨**】

「超濃縮」という表現は、優良誤認を与える可能性が完全に排除できるものではないと判断し、「超」という表記については、今後、使用を差控え、各種媒体の表記に関しては、順次変更していくことにした。

(同社は5月2日にweb上の表記を変更しました)

【**再要請の趣旨**】

「しじみ習慣」一粒当たりに、しじみ何グラム分、あるいは何個分のエキスが入っているかは、購入する上で、消費者にとって必要不可欠な情報です。例えば牛乳の乳脂肪分の表記で、「○. ○%以上」と最低値の数値が書かれているように、正確で分かりやすい情報提供の工夫をし、webサイトなどで表記するよう求めました。

⇒【**回答の趣旨**】

お客様に、より丁寧な説明をする趣旨で、同社webサイトにおいて「しじみ習慣」のしじみ含有に関する表記をしていくことにした。

【(3) ネット通販事業者(株)ゆうきプランニングの運営するWebショップ「エレガント・ポポ」における表記に関する問題等の検討結果の公表】

(株)ゆうきプランニングが運営するWebショップ「エレガント・ポポ」に関し、「写真に載っている商品と実際届いた商品が違う」という消費者からの情報提供を受け、消費者契約法及び景品表示法上疑義がないか検討を開始しました。2015年11月26日、同社に対し、Webショップ上の記載や販売方法、利用者などからの問い合わせ対応について質問する、「お問い合わせ」を送付しました。

2015年12月5日付で、同社から、該当商品に対し取り扱いを中止し、当該ページを削除したなどの回答を受領しました。

【**改善点の概要**】

Web上の「こちらの商品は掲載写真と甲部分のデザインが若干変更になる場合がございます

「購入時に表示されていた商品」と「実際に届いた商品」の比較



●価格調査をしたところ、情報提供者に届いた商品(右)の方が価格が安いケースが多く見受けられた。

す」との記載を根拠に、写真に写っている商品とは別の型番の商品を届けるケースのあった商品に対し、取扱いを中止し、ローファーをWebページから削除した。

(4) (株)DEXのKC'sに対する交渉姿勢は、消費者利益の保護の観点から問題があるものと判断せざるを得ず、交渉経過を明らかにし、消費者の皆さんに以下の情報提供をすることとしました。
「(株)DEXが提供するプロバイダサービス「MOU」の契約を検討されている消費者の皆さんへ。」

【**当団体と(株)DEXとの交渉経過**】

- 初期解除(事業者が適切な方法で記載した書面により告知した日から8日以内に加入者が契約解除を行使できる)ルールの実施について、「(2015年)10月1日頃までに実施する予定です。弊社における事務手続き及び代理店への告知等の為、上記実施には、準備期間が必要となることをご了承ください。」(2015年7月23日付「回答書」)。
- 10月1日以後、同社のwebサイトの会員規約が改定されていなかったことから、同社に、遅延の理由等を問い合わせた(2015年10月28日付「ご連絡」)。
- 同社は、「弊社における事務手続き及び代理店への告知等の為、上記実施には、準備期間が必要となることをご了承ください。」との理由で、初期解除ルールの実施時期を「電気通信事業法改正が施行されるまで」と延期すると回答(同年11月14日付「回答書」)。
- 同社に対し、「書面の交付及び初期契約解除制度の導入」及び「平成27年10月1日以降に契約した消費者については、契約締結書面受領後8日以内は、初期契約解除制度と同様の対応をすること」を求めた(2016年1月27日付「要請書」)。しかし、回答期限を過ぎても回答がなかったことから、連絡を入れたと

その他申入れ活動について

(1) 「(株)えがおに対する景品表示法に基づく措置命令」に対する見解

2014年5月から、(株)えがおに対し、「えがおのブルーベリー」のについて、健康食品の広告やwebサイトの表現の改善を求める申入れ活動をしてきました。この活動では、KC'sが問題視していた表現を改善し、新聞の折り込み広告等の体験談から、行き過ぎた表現について取り下げられることを約束されましたので、2015年8月に活動を終了していました。

しかし、2016年3月30日付消費者庁「(株)えがおに対する景品表示法に基づく措置命令」によ



ると、「『えがおの黒酢』と称する食品の瘦身効果の表示」について、根拠なく効果効能があるかのごとき広告を行っていたようです。同社は、KC'sの申入れ活動の趣旨を十分に理解しておられなかったと思われ、誠に残念です。

KC'sは、今後も健康食品業界に少なからず存在する、行き過ぎた広告表示を注視していきます。

(2) 健康食品販売会社の佐々木食品工業(株)自然食研が販売する「しじみ習慣」のweb上の表記の差止めを求め「再申入れ兼再要請」を送付していましたが、回答がありました。

同社が販売する「しじみ習慣」のweb上の表記に関して、景品表示法「優良誤認」にあたる等として、2016年3月24日付「再申入れ兼再要請」を送付していましたが、2016年4月20日付で回答がありました。