

■■■■ KC's活動報告 ■■■■

- 理事会** 4月24日2007年度第1回常任理事会、5月22日2007年度第1回理事会、6月21日第2回常任理事会を開催。検討委員会の案件と対応、適格消費者団体認定申請関連、2007年度通常総会、記念企画、第3回事業者セミナー、団体訴権制度の動向、事務局体制の強化、消費者支援基金の助成金、などについて報告、検討、確認しました。
- 検討委員会** 4月25日、5月14日、6月5日開催。検討案件・検討グループの進行状況を中心に検討・確認をしました。現在9の検討グループが活動。保険業法施行令改正に伴うパブリックコメントに意見表明しました。
- その他** 6月7日に消費者団体訴訟制度が施行されました。KC'sは適格消費者団体認定の申請を内閣府に行い受理されました。6月18日から7月2日までが縦覧期間で、その後ヒアリングを受けます。認証は申請から2～3ヵ月後といわれています。
- 理事**の林郁さん、長瀬幸子さん、西田潔さんが退任され、新任の理事として前中みき子さん、栗原陸男さんが総会で選任されました。調査実施人として弁護士の児玉憲夫さんを選任しました。よろしくお願ひします。

■5月中旬時点の検討案件の進捗状況

大阪のグループは1事業者への「お問い合わせ」を執行し、その業者と面談を行いました。大阪の他のグループは31事業者に「お問い合わせ」を送付。京都のグループは3事業者への「お問い合わせ」を送付、その後3事業者から面談の申し入れがあり、それぞれの事業者と面談を行いました。東京スター銀行より4月26日付けでおまとめローンの広告改善と申込み時に過払い金についての説明を開始した旨の報告がありました。

ご案内・お知らせ

■第3回事業者セミナーを開催

日時 7月19日(木) 13:30～17:00
会場 エルおおさか(大阪府立労働会館)

南ホール(南館5階)地図参照

TEL 06-6942-0001

(地下鉄・京阪 天満橋駅 徒歩5分)

テーマ 「生活の安全を確保するために事業者に求められる行動は何か」
～事故から何を学び、消費者からいかなる情報をえるべきか～

基調講演 13:40～15:30

1. 「失敗に学ぶ」
—こうすれば事故は防ぐことができる—
東京大学大学院工学系研究科産業機械工学専攻
准教授 濱口 哲也氏(失敗学会員)

2. 「お客様の視点にたった取り組み」
松下電器産業株式会社CS本部
お客様関連グループ 顧問 池田 康平氏

パネルディスカッション 15:40～16:50

1. 事故が発生した際、被害の拡大防止や再発防止のために何が一番大切か。
2. 消費者の生活の安全を確保するために、事業者はどのような取り組みを継続すべきか
3. 消費者の安全を確保するために、求められるスキームは何か。

パネリスト 濱田 哲也氏
池田 康平氏

コーディネーター 片山登志子KC's副理事長
参加費 会員3,000円 非会員 8,000円

詳細は同封のチラシ・KC'sホームページをご覧ください



問合せ・連絡先 特定非営利活動法人
消費者支援機構関西 (KC'sケーシーズ) 事務局
〒540-6591 大阪市中央区大手前1-7-31
OMMビル1階大阪府消費生活センター内
TEL 06-6945-0729 FAX 06-6945-0730
eメール: qqr66s39@star.ocn.ne.jp
ホームページ: http://www.kc-s.or.jp/

特定非営利活動法人 消費者支援機構関西

KC's NEWS

No.9
2007.6.30

発行所 KC's事務局

〒540-6591 大阪市中央区大手前1-7-31
OMMビル1階大阪府消費生活センター内
TEL.06-6945-0729 FAX.06-6945-0730
eメール: qqr66s39@star.ocn.ne.jp

消費者支援機構関西(KC's) 2007年度通常総会報告

正会員・賛助会員など90名が参加、賛成多数で全議案採択



KC'sは、6月23日に2007年度の通常総会を開催しました。総会には大阪府消費生活センター所長小谷様、同主査の中田様、奈良県食品・生活相談センター次長大前様、和歌山県消費生活センター次長若林様にご臨席いただきました。総会では、西島事務局長が、この1年間に、事業者の不当な契約条項等を検討して英会話学校「トリニティ」や東京スター銀行・関西アーバン銀行などへの申し入れ活動を行ってきた経緯を報告しました。また、現在も多くの検討グループが旺盛に活動していることも報告されました。採決の結果、全議案とも賛成多数で採択されま

した。
また、6月7日から制度がスタートしており、7日には適格消費者団体認定の申請を行ったこと、認定審査期間が2～3ヵ月要する見込みなど、適格団体申請にかかる報告もあわせて行われました。選出された新理事会では、次のように役員が互選され、紹介されました。
会長;北川善太郎、理事長;榎彰徳、副理事長;片山登志子・千神國夫、常任理事;野々山宏・坂東俊矢・飯田秀男、事務局長;西島秀向



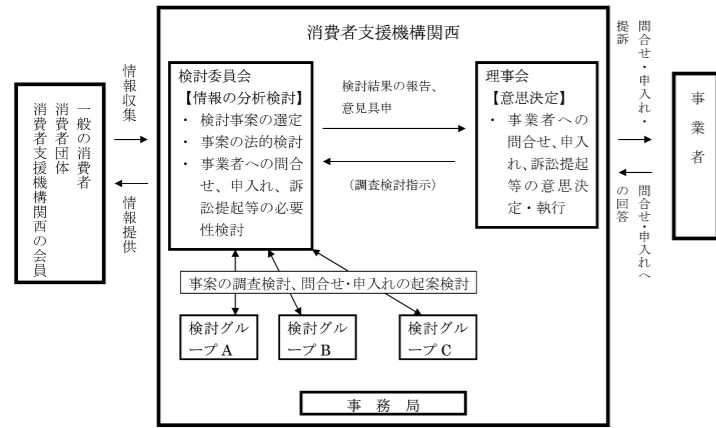
記念企画 「求む!消費者被害情報」(パネルディスカッション)で活発な意見交換



総会后、差止め請求に必要な消費者被害情報をKC'sがどのように収集したらよいかをテーマにパネルディスカッションを行いました。パネラーは消費生活専門相談員の大久保育子さん、福井県民生協「くらしの相談ダイヤル」担当の樫尾智恵子さん、KC's検討委員長の黒木理恵

さん、コーディネーターは、KC's副理事長で弁護士の片山登志子さんでした。
『消費者は自分の被害救済を求めて電話をかけてくる。また、「被害にあったことが恥ずかしい。忘れたい。」と思っている。だから、「自分の問題が解決すればそれで終わり」と思っている。一方、KC'sは、「被害拡大を防ぐために不当な契約条項や勧誘行為の情報を一定の要件でほしい」と考えている。』
このミスマッチをどう克服するのかをめぐって意見交換が活発にされました。

KC's検討グループ・検討委員会の活動(イメージ図)



パネラーや参加者から以下のような意見が出されました。

- 「くらしの相談ダイヤル」のような窓口をKC'sが直接設けることで情報収集ができるのではないか。そこでは、消費生活センターのような「あっせん」ができないが、消費者へアドバイス、情報提供などを行い、KC's

の総合的な活動も相まって信頼を得ていくことができるのではないかと。

- 消費者から直接的な情報を得ようとするのであれば、「110番」活動を多頻度で開催していけばいいのではないかと。
- 消費生活センターと信頼関係を築き、相談者（消費者）に適格消費者団体としてのKC'sを紹介していただけるようしくみを考えるべきではないかと。

KC'sの黒木検討委員長からは、「これはおかしいと思ったことはどのような情報でもよいので気軽に提供してほしい。それを手がかりにして検索し、不当な行為をやめさせていく活動につなげていきたい。」と情報提供の呼びかけがありました。

コーディネーターの片山副理事長はパネルディスカッションを次のようにまとめました。

● 個々の消費者の協力なしにKC'sの活動は継

断していかない。KC'sは個人の被害救済事案を社会に還元し、多くの消費者の被害防止

最近の事例から

消費生活専門相談員 木村 岐代子

事例1 一人暮らしをしている85歳の男性のところへリフォーム業者が訪問しオール電化を勧めた。男性は勧められるままに契約し、たまたま家においてあった27万円を手付けとして支払った。工事にかかる前にケアマネージャーが気付き解約するように交渉したが応じないため、男性と共に相談室に来所した。男性は業者の配食サービスを利用し、入浴は介護保険でデイサービスを利用しているため湯を沸かす程度でありこのような契約の必要はないとのことだった。クーリングオフの記載のある法定書面を受け取っていないので、クーリングオフ書面を出すように助言した。しかし、書面は不在で受け取られず男性宅に戻り、業者は電話にも出なくなった。警察に相談するようにケアマネの方に伝え、その後、警察にも行ったが返金されたという連絡はない。

事例2 相談者は娘さん。一人暮らしの76歳の母親が入院し、母親の預金通帳を預かったところ浄水器の代金が毎月引き落とされているが浄水器が台所に見あたらないとのことだった。業者に確認したところ浄水器はシンク下に取り付けられていることがわかった。しかし、契約者である母親は「浄水器は置く場所がないので返した。信販

会社からの契約確認の電話は覚えがない」と主張。業者は契約者の希望でシンク下に取り付けたので解約に応じられないと主張した。浄水器はシンク上で浄水と原水に切り替わるようになっておらず外観からは気付かなかったものと思われた。取り付け方に問題があることと、契約者の判断力の問題を伝え、あっせんの結果合意解約になった。

訪問販売による高齢者のトラブルは相変わらず多い。クーリングオフができる場合でも、事例1のように業者と連絡が取れなくなると支払ったお金はなかなか返ってこない。領収書に業者の住所や連絡先がない場合もある。

事例2のように、高齢者と業者の言い分が大きく違う場合や、高齢者が契約の成立に関わる重要なことを覚えていないことも多い。当然のことだが、高齢だからとか判断力に問題があるようだというだけでは業者は引き下がらない。ただ収入や生活状況から、判断力に問題がなければこのような契約をするはずがないと思われる場合は多い。消費生活相談に業者への苦情を申し出るのはトラブルの10%に満たないといわれている。地域で高齢者が安心して暮らすために確かな対策が必要です。

継続していかない。KC'sは個人の被害救済事案を社会に還元し、多くの消費者の被害防止



「コンプライアンス」を活かすために必要な視点

消費者支援機構関西 常任理事 坂東 俊矢 (京都産業大学大学院法務研究科教授)

この間、ずっと同じことを書いてきました。企業が求められている「コンプライアンス」が法令遵守であることは、もちろん言うまでもありません。自らの業務に関連する法律を確認した上で、日常業務に潜む「法律違反」のリスクを洗い出し、遵守のための方策と法令違反があった場合の対策とを誠実に検討しておく。それは、今後の企業経営にとって求められる不可欠の作業と言っていいでしょう。

でも、「コンプライアンス」とはそれだけのことではありません。コンプライアンスを具体化するためには、それに企業の気持ちを込めることが大切なのです。

まず、コンプライアンスを「法令を上回る価値を実現する手段」と考えて下さい。恐らく企業はその生成期に社会に必要とされる役割を果たしていたからこそ、今、存在をしているのだと思います。法令はしょせん、最低基準です。むしろ、それぞれの企業が持つ「社会的意義」を率直にアピールしてほしいのです。

そのアピールのためには、企業の情報を社会的に公開する必要もでてきます。積極的な情報公開に加え、具体的な利害関係者(stake-holder)を意識して、語りかけるような手段で分かりやすく企業姿勢を伝えてほしいと思います。その努力は、「相手を想定して分かりやすい言葉でコンプライアンスを語る」姿勢そのものでもあるのです。近年、多くの企業が消費者団体や個々のお客さま、消費者とともに、「CSR報告書」などの文書を作成されています。最初の頃からすれば、ずいぶんと分かりやすく洗練されたものになってきました。また、消費者とのビジネスモデルの再構築を消費者団体との対話の中から、検討する企業も出てきています。私もKC'sもその一部に参画していますが、企業の皆さんの誠実な努力には頭が下がります。

- その端緒となる消費者被害情報は一定の内容・要件で集めなければならない。そのために、KC'sに常設の相談窓口を作ることも必要ではないかという問題提起がされた。
- また、KC'sは消費生活センターや行政窓口ともうまく連携し、消費者被害防止のために協働していきたい。KC'sの課題は山積しています。今後とも、皆様のご理解とご協力をお願いします。

ただし、コンプライアンスは企業の外部に対する問題に矮小化しないで下さい。

企業の内部に必要な体制を整備するとともに、そのための意識の変革を継続的に行ってほしいのです。そのためには、企業のトップの自覚が何よりも肝要になります。社内での価値の共有を図りつつ、内部での情報の流れをスムーズにする制度を作って下さい。もちろん、公益通報者保護法に対応した「内部告発」が尊重される仕組みも重要です。

最後に、コンプライアンスの基本は、自らの行っていることを他人に語るができるのかという点にあるように思います。逆に言えば、他人に説明することができない業務はコンプライアンスに反している可能性が高いのです。企業の倫理カードに「あなたは今しようとしていることを家族に話すことができますか？」という文言を見ようになりました。とても分かりやすい基準だと思います。それは、きっと「仕事は家族に語るものではない」という意識そのものの変化につながっていくでしょう。

コンプライアンスが言われて数年が経ちました。多くの誠実な企業の努力にもかかわらず、消費者の信頼を根本から揺るがすような企業不祥事も後を絶ちません。牛ミンチに豚を混ぜたとする問題から始まった問題は、その企業の取引全般の問題に広がりました。今、消費者の食肉業界への信頼は地に落ちています。信頼を得るための努力は大変ですが、それは一瞬で崩れ去ってしまいます。そうならないための分かりやすい基準、それがコンプライアンスという言葉の中に込められていると私は考えています。

コンプライアンスの最終目標は利害関係者との「信頼」の構築です。そのことがコンプライアンスの最終目標である「信頼」につながります。