

■■■■ KC's活動報告(2008.12/11~2009.2/9) ■■■■

- 理事会 12月25日2008年度第6回理事会、1月27日第7回理事会を開催
- ・検討委員会の案件と対応、会員状況、差止請求訴訟案件、消費者庁構想の動向、マスクミ対応、消費者セミナー、受託事業、その他の啓発事業などについて報告、審議、確認をしました。また、今年度まとめと次年度方針の論議を始めました。
- ・英会話学校トリニティに対する「不当勧誘行為等の差止請求訴訟」の第3回期日が1月14日に行われた。第4回期日は、大阪地裁で3月4日(水)の予定。*
- ・貸金業者ニューファイナンスに対する「契約条項使用差止等請求訴訟」の第4回期日が12月17日おこなわれた。第5回期日は、京都地裁で3月2日(月)に弁論終結の予定。*共に、終了後に報告会を開催の予定です。
- ・旅行契約に関する当団体と共同検討している「大阪消費者友の会」は、業界団体である「社団法人日本旅行業協会(JATA)」と公正競争規約を旅行業界で運用している「旅行業公正取引協議会」と1月21日に意見交換を行いました。
- ・今年度受託事業のアウトプットとして『マンガでわかる生命保険入門』(発行:住友生命保険相互会社。監修:KC's)が発行されました。*今ニュースに1冊同封しました。
- ・企業消費者対応評価手法開発プロジェクトで昨年に引き続き取り組んだアンケート調査に147社の協力が得られ、現在集計ならびに分析中です。2月中に結果をまとめた報告書が出来上がる予定です。
- 検討委員会 12月19日、1月14日、2月2日に開催。
 - ・検討案件・検討グループの進行状況を中心に検討・確認しました。現在11検討グループが活動しています。
 - ・賃貸住宅契約の事案で、大和リビング(株)との協議を一旦終了し、その結果を1月26日に公表しました。また同事案で、(株)ミニミニ京都から「申入書」(1月20日付)に対する文書回答書を1月26日に受領し、引き続き検討を行います。
 - ・(株)ジェイコムウエストから「申入書」(10月27日付。J:COM TVサービスの加入契約約款に関して)に対する文書回答を12月16日に受領し、引き続き検討を行います。

○適格消費者団体の動き

- ・京都消費者契約ネットワーク:①大和観光開発(株)は、敷引特約の使用差止請求訴訟について、2008年10月21日の弁論期日で、請求を認める「認諾」をしました。「認諾」調書は確定判決と同様の効力があり、強制執行できるものです。消費者団体訴訟を使つての解決事例としては第1号となりました。
- ②(株)セレマと(株)らくらくクラブに対して、不当な解約金差引き条項の使用差止請求訴訟の第1回期日が2月4日に行われました。
- ・ひょうご消費者ネット:「消費者金融業者の広告における貸付金利」に関する意見書を12月16日に執行されました。
- ・適格消費者団体連絡協議会(適格消費者団体をめざす団体を含め、全国で11団体が参加)が2月7日に開催(通算5回目)され、消費者団体訴訟制度における損害賠償制度のあり方などについて意見交換がなされました。次回は8月の予定。

○学習・啓発事業のご紹介

- ・ひょうご消費者ネットシンポジウム「ほんまかいな?その広告・表示」
2月21日(土)13:30~16:30、
神戸(生田文化会館)
- ・内閣府 消費者団体訴訟制度意見交換ミーティング
2月23日(月)14:00~16:00、
京都(京都テルサ)
- ・京都消費者問題シンポジウム「くらしの安心安全は私たちの手で」
3月17日(火)10:00~12:00、
京都(ハートピア京都)

※今ニュースに同封したパンフレット『消費者団体訴訟制度』(発行:内閣府国民生活局)は、消費者契約法一部改正(2009年4月施行)を踏まえた新版です。追加で必要な場合は、下記事務局までご連絡ください。

問合せ・連絡先
消費者支援機構関西(KC'sケーシーズ)事務局
TEL 06-6945-0729 FAX 06-6945-0730
eメール: info@kc-s.or.jp
ホームページ: http://www.kc-s.or.jp/



発行所 KC's事務局 〒540-6591 大阪市中央区大手前1-7-31 TEL.06-6945-0729 FAX.06-6945-0730
OMMビル1階大阪府消費生活センター内 eメール: info@kc-s.or.jp

市場を変え、社会を変えるのは“消費者の声”

■第3回「消費者セミナー」を開催

「市場を変え、社会を変えるのは“消費者の声”」-適格消費者団体の活動から見てきたこと-をテーマに1月30日、神戸市にて、4団体(コープこうべ・兵庫県生協連・ひょうご消費者ネット・KC's)の共催で開催しました。あいにくの雨にも関わらず、108名の方に参加をいただきました。
[下記、参加者アンケートより引用]

第1部は、ひょうご消費者ネットの前田さんとKC'sの川戸さんの掛け合いで進められ、「消費者団体訴訟制度」についての解説は、内閣府で更新されたばかりのパンフレット『消費者団体訴訟制度』も用い、被害事例は啓発劇団によるコントを入れるなどで、成果や課題も含めてわかり易いものでした。



第2部の兵庫県立生活科学総合センターの武田さんのお話は、地域社会の変化が消費者相談の内容にも反映していることが読み取れ、都市部と郡部、特に高齢者の被害事例など地域格差や地域コミュニティについて問題意識が広がりました。また、相談員が減ったことや相談件数の減少も印象に残りました。

第3部は、「市場を変え、社会を変えるのは“消費者の声”」をテーマに、KC's副理事長の片山登志子弁護士の講演でした。特に、こんにやくゼリーの死亡事故がなぜ起こったのかをありのままの姿をお話いただいたことで、被害にあったときやおかしいなあと思った時に、消費者が声を上げる大切さが理解できました。



■多くの知恵が寄せられ、これからの活動に元気の出たセミナー

また、講演の中では参加者に旗揚げ方式で参加いただき、その問いかけを受けたアンケート【Q①:消費者の声を届けることを習慣化するために、どんな方法(ツールも含めて)が有効だと思いますか?また、私ならこうしたいと思うことがありますか? Q②:習慣化を実現するために、生協、適格消費者団体、行政に何を望みますか?】では、貴重な提案・意見が寄せられました。その一部を下記に紹介させていただきます。

Q①:消費者の声を届けることを習慣化するために、どんな方法(ツールも含めて)が有効だと思いますか?また、私ならこうしたいと思うことがありますか?

- ・身近な場所で聞いてもらえる、面倒くさくない、井戸端会議的な所(距離、時間、場所を考慮)が有効。
- ・景気が悪化する中で、ますます高齢者や社会的弱者をターゲットにした悪質業者が増加するものと思われる。高齢者への情報提供には限りもあるので、地域の民生委員や町内会などの連携が大切。
- ・電話でいつでも話せるように(行政だと9時~5時と言う時間だと思うので)夜などがゆっくり話せる気がします。
- ・「私が悪かった」と思っている人が匿名でつぶやけるような気軽に相談できる窓口。
- ・110番や119番のように、消費者被害は「〇〇」番へという窓口1本化。
- ・電車の広告にサラ金などの「過払い金は取り戻せます」が増えていきます。消費者被害についてもこの様な宣伝が必要。

Q②:習慣化を実現するために、生協、適格消費者団体、行政に何を望みますか?

- ・地域に広く組合員がいる地域生協や医療生協に気軽に相談できる専用窓口を設ける。

- ・各生協でできれば共済が広まったように「助け合いの精神」を発揮したい。
- ・「適格消費者団体」と言う名称がわかりにくい。初めて聞くと何の団体なのか？
- ・団体名が難しい。解り易く馴染める名称、愛称を考えてもいいのでは（マスコット・ロゴマークを含む）。
- ・集めた「声」はすべて開示してほしい。事例が発生したらすばやい対応を望む。
- ・行政とも連携を取り、マスメディアにも訴えていく必要がある。各地域においてセミナーを開くとか、テレビでミニコントを流したりして欲しい。
- ・せっかく消費者庁も出来るのだから、もっと国の対応で、いろんな事例を〇〇編というように、テレビ・新聞等でコマーシャル

を流して国民に知らせて欲しい。
 ・義務教育の間に、消費者としての教育の場が必要（今はあるのかな？）

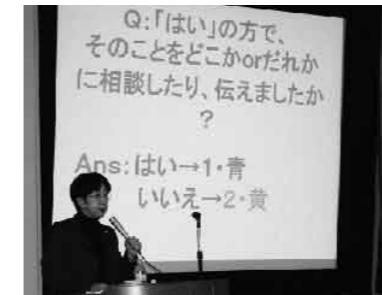
■情報提供の質“ありのままに”が大切と気づいたセミナー

この間、消費者団体訴訟制度ならびに適格消費者団体の取り組みに関わる「正確さ」と「わかりやすさ」の中で、情報提供の内容に課題がありました。適格消費者団体の役割は、消費者被害の未然防止と拡大防止であり、



者団体の取り組みに関わる「正確さ」と「わかりやすさ」の中で、情報提供の内容に課題がありました。適格消費者団体の役割は、消費者被害の未然防止と拡大防止であり、

活動の中心は「不当な事業活動に対する差止請求、その他の是正を図る」ことです。この活動を進めるには、消費者からの情報提供が欠かせません。そのためには、消費者に適格消費者団体の意味を理解してもらい、消費者自らが声をあげることです。また、消費者からの声が届く活動やそのしくみをどう創るのが私たちに問われており、今回のセミナーの目的の一つでした。



適格消費者団体が行う啓発事業や日常の広報活動では、まず消費者被害を“ありのまま”に知り知らせることが大切です。被

害に遭った（遭いそうになった）消費者が「自分の被害申し出が自分の被害救済になるだけでなく、同じような被害を防ぐことにつながると思えた」という感想が寄せられ、KC'sにとっても新たなスタートとなるセミナーでした。



今後もKC'sは差止事業のほかに、消費者センターをはじめとする行政や報道関係者と、そして何より消費者と消費者団体との日常的なコミュニケーションに努めていきたいと思えます。ぜひ、皆さんからの“ありのまま”の情報提供をお待ちしています。

最近の消費相談事例から

(社)消費生活アドバイザー・コンサルタント協会・西日本支部 澤村 美賀

最近消費生活相談の現場では、パソコンと高機能の携帯電話の普及によりインターネット通販におけるトラブルの相談が増加しております。

事例1

インターネットでブランド物のワンピースを注文した。1着しか頼んでないのに2着も送られてきた。高価なものなので返品したいと申し入れたが販売店は応じてくれない。

(回答)

インターネットショッピングとは、インターネット上に仮想店舗をだしている事業者からそこに紹介されている商品やサービスを購入するものです。この取引は特定商取引法で通信販売として規制されていますのでクーリングオフは認められません。クーリングオフの適応がない代わりに、商品の注文に際して、商品の返品可能期間を明示することになっています。書かれていない時は返品をうけるとみなされます。またネット上での注文の場合はミスクリックによるトラブルを避けるために注文内容の再確認ができるように、画面上に確認画面が表示されることになっています。この事例の場合、確認画面があり、確認画面に返品の有無が書かれていることを消費者が見落としていた場合は返品については販売店の合意が必要となります。

事例2

ネットオークションで出品者が6点の車の部品を出していた。そのうちの1品を入札したが、届いたものは画面表示とは違っていたので、出品者にクレームをつけたところこの取引は個人間取引なので自分は事業者でないのに特定商取引法の規制はうけないので返品できないといわれた。

(回答)

ネットオークションについては個人間取引です

ので消費者の利益を守る目的で制定されている消費者関連法規は適応されません。しかし事業者が消費者になりすまして法の規制を逃れる事例が多発したことにより、このような被害を防止するために経済産業省では平成18年に「インターネットオークションに販売業者に係るガイドライン」で販売業者の目安が示されています。

(<http://www.meti.go.jp/policy/consumer/tokushoho/gaiyou/auctionguideline.pdf>)

この事例の場合上記のガイドラインより出品者は事業者と判断されます。出品者は特定商取引法の適応をうけることになり、入札者は出品者（事業者）に対して特定商取引法にもとづき返品有無が記載されていないこと等での交渉を行うことができます。また出品者（事業者）が交渉に応じてくれない場合はオークションサイトの補償制度の活用も検討することで被害の回復を図ることができます。

オークションの被害にあわないためには、①利用規約・ガイドラインをよく読む。②出品者が守っているかを調べる。③出品者の評価を確認する。④前払いはしない。⑤相手の住所・氏名・固定電話番号の確認を行うようにしましょう。

★電子メール広告規制に「オプトイン方式」を導入
 改正電子メール法（平成20年5月公布）と改正特定商取引法（同6月公布）が平成20年12月1日に施行された・事業者からの広告宣伝メールはあらかじめ送信に同意した消費者に対してのみ送信を認めるオプトイン方式を導入されました。受信拒否の通知を受けた場合は以後の送信は禁止されました。

団体賛助会員の紹介

株式会社 川喜

世界の海から日本国内のものまで鮭、サワラ、サバ、カレイを中心とした水産加工食品の製造と販売をしております。お客様の化するニーズに柔軟に答えるべく安心・安全を第一により美味しく、より便利なものをお届けするよう日々努めております。主な商品としては塩鮭切身、さわら味噌漬、サバの煮付、魚フライといったものが挙げられ、そのほとんどが無添加無着色商品です。また、日本での魚離れが進む中、魚をもっと食べてほしいと願い、各地で出張料理学習会を実施し調理法をレクチャーするなど魚料理の普及にも努め「誠実」をモットーに頑張っております。

大阪府で初めて対米水産HACCP認証を所得

徹底した衛生管理で安心を提供していきたく2005年5月に大阪府では第1号となる対米輸出水産加工施設（FDA-HACCP施設）の認定を取得しました。これはアメリカの非常に厳しい全工程の衛生管理と品質管理についての要求事項に沿った内容のも



焼鯛（炭火焼）

です。この認証を継続していくことで安全性を対外的にアピールできるものと考えております。また、この認証だけに留まらず、当社では社内従業員に向けた学習会などを開催し日々向上できるよう心がけております。

「手焼き」「備長炭」にこだわった川喜の正月用「焼鯛」

正月の縁起物として知られる「焼鯛（別名：にらみ鯛）」を現在では大半がガス焼きに変わっていく中で、当社は最初から最後まで備長炭を使用し、一尾一尾を人が付きっきりで焼いております。備長炭にこだわるのは備長炭独特の遠赤外線効果が中までじんわり火を通し、ふっくら香ばしく焼き上げることができるためです。また、養殖から天然の鯛までを扱っており、一尾一尾の鯛を見ながら手焼きで丹念に焼いてきた切実なる思いが報われ、毎年購入するリピーターも多くなりメディアにも風物詩として取り扱っていただくこともあります。その功績も認められ2007年には堺市のブランド「堺技衆」にも認証登録され非常に喜ばしく思っております。



切身加工の様子

最後になりますが、消費者支援機構関西様におかれましては、今後とも消費者保護の立場で悪徳業者の排除ならびに真面目で直向きな業者への支援をお願い申し上げます。

お問い合わせ
株式会社 川喜
 〒590-0824 大阪府堺市堺区老松町1-1
 Tel 072-245-3666 Fax 072-245-7447
 代表取締役 川井 一裕
 創業：昭和36年10月 従業員：70名
<http://www.kawaki-jp.com>