

# KC'sからののお知らせ

## \* 消費者支援機構関西「2011年度通常総会&記念シンポジウム」 \*

消費者支援機構関西（KC's）は、2011年度通常総会と記念シンポジウムを下記の日時で開催します。記念シンポジウムのテーマは、集团的消費者被害救済制度の実現で、消費者と事業者の関係はどう変わっていくのか？を考えます。通常総会及び記念シンポジウムは会員以外の方も傍聴・参加できますので、みなさまのご参加をお待ちしております。

- 日時：2011年6月25日（土）  
13時30分～16時30分  
・通常総会 13時30分～14時20分  
・シンポジウム 14時30分～17時

- 会場：大阪科学技術センター 8F ホール  
〒550-0004 大阪市西区靱本町1-8-4  
地下鉄「本町」駅（御堂筋線・四つ橋線）下車、徒歩数分

- 記念シンポジウム  
導入に向けて検討がすすめられている「集团的消費者被害救済制度」をテーマに取りあげます。



## \* 消費者支援機構関西「第6回事業者セミナー」のお知らせ \*

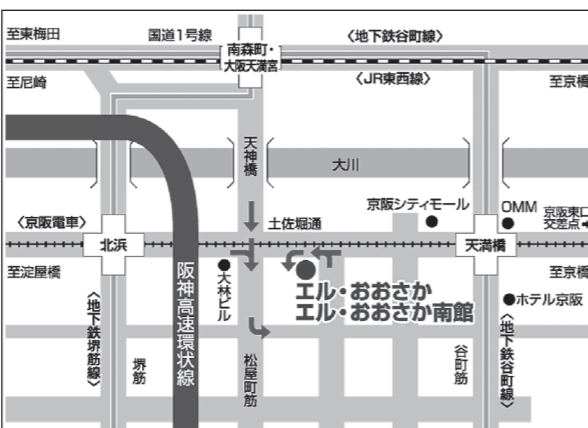
KC'sは、事業者と消費者との「双方向コミュニケーション研究会」の成果をベースに、事業者と消費者とのコミュニケーションのあり方などを考える「第6回事業者セミナー」を開催します。申し込み受付中です！

- 日時：2011年7月5日（火） 13時30分～17時
- 会場：エル・おおさか本館708号室  
(大阪市中央区北浜東3-14)  
※地下鉄谷町線・京阪電鉄「天満橋」駅から西へ300m

- 第1部：基調講演  
・坂東俊矢 KC's常任理事  
(京都産業大学法科大学院教授・弁護士)  
「事業者と消費者の双方向コミュニケーションの必要性～双方向コミュニケーション研究会の取り組みから～」(仮題)  
・双方向コミュニケーション研究会の紹介と事例研究報告

- 第2部：パネルディスカッション  
～事業者と消費者の相互理解と信頼再構築をめざして～  
・パネリスト (事業者・消費者ほか)  
・コーディネーター 片山登志子 KC's副理事長 (弁護士)

- 参加費 1000円 (資料代込み)
- セミナーに関するお問い合わせ・お申し込みはKC's事務局まで



# KC's NEWS

発行所 KC's事務局 〒540-0033 大阪市中央区石町1-1-1 天満橋千代田ビル2号館2階 TEL.06-6945-0729 FAX.06-6945-0730 eメール: info@kc-s.or.jp

No.32 2011.5.26

## 関西の適格消費者団体が共催で消費者被害救済制度学習会を開催

集团的消費者被害救済制度の担い手をめざして・・・

2011年4月1日（金）17時半から新大阪の丸ビル本館にて、集团的消費者被害救済制度の学習会を開催しました。主催は京都消費者契約ネットワーク、消費者支援機構関西、全国消費生活相談員協会、ひょうご消費者ネットの適格消費者団体4団体です（50音順）。講師は、大高友一弁護士と、野々山宏国民生活センター理事長・弁護士、消費者委員会集团的消費者被害救済制度専門調査会の委員とオブザーバーをやっておられるお二方にお願ひしました。冒頭、消費者支援機構関西複理事長から、東日本大震災のことに触れた挨拶がありました。

### 《制度の概要》



まず最初に集团的消費者被害救済制度の概要について、大高友一弁護士から報告がありました。消費者被害は①同種の被害が多数発生し、②一つ一つの被害は比較的low額であり、③消費者側に情報力や交渉力が不足している、という特徴がある。結果的に消費者側からの権利行使は必ずしも容易ではない、と消費者被害を特徴づけました。消費者からのクレームに事業者が対応しなかったり、事業者が自主的に問題商品を回収しなかったりする場合、解決は最終的には民事裁判でしかできません。しかし、上記のように情報力や交渉力が不足していること、費用と時間がかかること、勝訴しても訴えを提起したもののしか救済されないことから、民事裁判による消費者被害の救済は困難であると言わざるを得ないでしょう。そこで集团的消費者被害救済制度の導入が必要とされているのです。

### 《集合訴訟の概要》

集团的消費者被害救済制度として論議されている制度はいくつかありますが、具体的に被害者の損害賠償請求権を保証するものとして考えられているのは「集合訴訟」です。「集合訴訟」とは、同種の請求を何らかの形でまとめて一つの請求とする訴訟手続きのことです。訴訟を起こした当事者のみならず、同じ状況に置かれている人全てに訴訟結果が及ぶところが通常訴訟と違う点であり、外国では広く制度化されています。大高さんからは「集合訴訟」の制度について詳しく報告がありましたが、ここではかいつまんで紹介します。「訴訟に参加する人を募り、その参加者だけが裁判結果の対象となる＝オプトイン型(フランス・ドイツ・イギリス)」と、逆に「代表原告が提起した訴訟結果から除外してほしい人の申し出を受け、その人たち以外は訴訟に加わっていない人も全員裁判結果の対象となる＝オプトアウト型(アメリカ・オーストラリア・ポルトガル)」の二つがあること。被害救済総額と責任原因を一括で争う(ex.アメリカのクラスアクション)タイプと、責任原因(共通争点)を先に審理し、個々の被害者の損害額や因果関係など(個別争点)はその後募集して届け出た被害者に





対し行う二段階型（カナダ・ブラジルで導入）があること。以上が概要です。

#### 《専門調査会での論点》

続いて休憩の後、野々山国民生活センター理事長・弁護士から、現在消費者委員会集团的消費者被害救済制度専門調査会で論議されている論点について、報告がありました。野々山さんはまず、「集团的消費者被害救済制度は、（被害者の）泣き寝入りと（悪質事業者の）逃げ得を許さないためにあり、各々の論点をその角度から見るのが大切である」と報告の方向性を明らかにしました。話のあった6つの論点すべては紙面の都合もあり報告できませんが、今後争点になっていくであろうと言われていた3つの点に絞って紹介します。

①対象とする事件を限定するかどうか。これについては金額の低い事件や他の制度でできない事件に限るべき、との論議があるが、広く消費

者事件であれば可とすべき、とのことでした。

②通知・広告はどのようにすべきか。ここを多額の費用と労力のいるものにする制度は機能しなくなる（外国では8000万円かかった事例もあり）。広告は提訴主体のHP及び消費者庁、裁判所のHPに載せる程度で可とすべき、とのことでした。

③(二段階型でいくとして) 第一段階の判決の効力をどこまでとすべきか。争点に限ってであるが、事業者は当事者として訴訟活動をしているので、自己責任として不利益を甘受すべき立場。一般の被害消費者は自ら訴訟活動しているわけではない。被害消費者は有利な判決のみ活用できる（不利判決が出た場合は拘束されず、再び裁判を起こせる）ようにすべき、とのことでした。

最後に会場論議では、適格消費者団体としてこの制度にいかなるスタンスで向かうべきか、活発な論議を行いました。

## KC's表示活動グループ健康食品メーカー懇談会

2011年5月13日（金）10時から大阪天満橋ドーンセンター中会議室にて、おおさかパルコープ食品表示ウォッチャーズとこむらいふ奈良、健康食品メーカー4社（サンスター株式会社、株式会社タケイ、プリセプト株式会社、ワダカルシウム製薬株式会社）との懇談会を行いました。生協の組合員さん中心の両グループは、KC's主催の景品表示法学習会に09年11月に参加されました。その後KC'sの活動グループとしての位置づけで、紙媒体の健康食品の広告（新聞広告や折り込み広告）の収集分析を1年かけてやってきました。一つの区切りとして、生協の取引先である4社にこの間感じていることを



ベースに懇談会を行おう、ということになったものです。

冒頭西島事務局長よりKC'sの紹介を兼ねた挨拶があり、その後2つのグループよりこの1年間かけて分析・評価した内容の現物広告を示しながらの紹介、各メーカーから自己紹介がありました。

続けて行った懇談では、各参加者の感想や健康食品に対する思いに触れつつ、「テレビは健康食品のCMでいっぱい。原価率が低いからあれだけCMをやれるのではないですか」「他メーカーの怪しい広告が業界で話題になることはないのでしょうか」といった直球の質問にメーカーさんがたじたじとなる場面もありました。メーカーさんは「テレビCMは地方局であれば数十万円単位でできるので、思うほど広告費が膨らむわけではない」「新聞関係の広告は各新聞社の審査を通ったもの」と一つ一つ丁寧に答えていただきました。また「薬品は副作用があってもそれを抑える薬も含めて処方できるのに対し、食品は万に一つの副作用も許されないもの。安全安心に対するハードルは食品（として

の健康食品)の方が高いとも言える」「科学的根拠があったとしてもその商品の持つ機能を広告で記述できない」といったメーカーサイドの悩みも率直に出されました。

過剰摂取の基準があるのか、業界の中の取り組みは、といった様々な質問、「自信があるのなら特定保健用食品（以下“特保”）の申請をすべきでは」といった指摘など、様々な交流が進みました。特保に関しては「いわゆる特保は許可を受けるまで何年もかかり、なおかつ受けることができるとは限らない。リスクもコストも高く、なかなか申請に踏み切れない」といった実態も出されました。

### 団体賛助会員紹介

### コロナ印刷株式会社

弊社は昭和34年1月、「コロナ工房」として淀川区塚本で、産声をあげました。

当時は、町の印刷工場として従業員3名というささやかな規模の船出で、関西にある私立大学の通信教育学部の教材を作成させていただき事業から始まりました。創業当時の一般的な印刷手法は「ガリ版刷り」と言われる謄写版印刷で、針のような鉄筆を使って印刷用ロウ原紙に文字やイラストを直接書くという、大変神経を使う手間のかかる職人の仕事でした。創業者をはじめ当時の従業員は、それぞれが優れた職人であったのです。

その後、時代の流れとともに、弊社も印字はタイプから写真植字に、印刷はオフセットに転換し、印刷品質を向上させながら事業を少しずつ拡大していきました。

その後法人化によって現在の社名になった弊社は、昭和59年2月、日本生活協同組合連合会で立ち上がったばかりの無店舗事業カタログ（現在の商品案内カタログ）の制作・印刷業務を承りました。

当時、無店舗事業カタログは現在ほど流通しておらず、また弊社でもこのようなカタログ作りの経験がなかったこともあり、出稿担当の方とともに日々試行錯誤の繰り返しでした。そんな苦労の中で、それまでにない仕組みや表現をお客様と一緒に考える会社として、私たちは成長することができました。

それ以来培ってきた「お客様と一緒に考える」姿勢と実績で、今では近畿の生協様を中心にさ

懇談が進む中で、「そもそも消費者が知りたい、メーカーが伝えたい内容が広告に表現できない。その背景には法律を含めたルール未整備があり、そのことが怪しげな業者が暗躍する土壌にもなっている。そのことに対してはメーカー・消費者が手を携えて協力できるのではないか」との認識が深まりました。

最後にKC's助理事から①消費者と事業者が交流できるいかにも生協ならではの懇談会であった②KC'sとしては適格消費者団体として景品表示法違反として疑義がある健康食品の広告に関しては、ぜひ差止請求を行って業界と消費者にアピールしていきたい、とまとめがありました。

さまざまな印刷物をお手伝いさせていただいております。

現在、情報化社会の進展やグローバル化に伴い、印刷業界に求められる技術、サービスも大きく変化しています。時代の流れを捉えるように、弊社も早くからアナログ印刷からデジタル印刷へとその業務を転換。「お客様と一緒に考える」



を基本に新しい技術・サービスを組み合わせ、より多くのお客様に「伝えたい事をわかりやすく、知らせたい事をまちがいがなく」お届けできるよう日々業務にまい進しております。

これからも、時代とともに成長し続ける弊社にご期待ください。

#### お問い合わせ

#### コロナ印刷株式会社

〒532-0011 大阪市淀川区西中島6-3-14  
DNX新大阪ビル7F  
TEL 06-6306-2715 FAX 06-6306-2813  
URL: <http://www.corona-print.co.jp/>