

応させて変化させる必要もあるのではないかと述べられました。

最後に、消費者と事業者の双方向のコミュニケーションを進めていく上でのポイントとして、

- ①問題意識の共有化ができること(共通の課題)。
- ②消費者と事業者の言葉の違いの橋渡しを消費者団体が担うこと(共通の言語)。
- ③一歩踏み出す勇気を持つこと(最初の鍵)。
- ④一体感を期待せず、各々の立場を尊重して意見を押し付けないこと(ほどほどの距離感)。

2. パネルディスカッション「消費者と事業者の対話の必要性と消費者団体の役割」

片山登志子消費者ネット関西専務理事(KC's副理事長)をコーディネーターに、河上正二青山学院大学法学部教授、川口徳子日本ハム(株)お客様サービス部担当課長、西島秀向前消費者支援機構関西事務局長がパネリストとして参加され、パネルディスカッションが行われました。

西島氏よりKC'sが主催する双方向コミュニケーション研究会の取り組みが紹介されました。

そこでは設立当初から消費者の権利を尊重する事業者との連携を目的に事業者セミナーを開催し、その中で消費者と事業者との双方向のコミュニケーションの必要性を感じるようになり、模索のなかで、自



らで双方向コミュニケーション研究会を始めるようになったことが報告されました。さらに、双方向コミュニケーションの実現が消費者と事業者双方にとって長期的に利益を生み出すこと、その経験が双方に気付きや知る喜びなどの大きなパワーをもたらすことを研究会を重ねるごとに参加者にとって確信に近いものになってきたことなどが報告されました。

続いて川口氏から、双方向コミュニケーション研究会の高齢者、子育て層、大学生との21回の「実践の場」についての報告がありました。実施の前では、消費者の企業に対するイメージが変わったことや、食品を冷凍する理由や背景は、高齢者(量が多すぎて食べきれないので冷凍する)と若い世代(特売時に安い商品を買ってきて冷凍しておく)では異なることなど、コミュニケーションを取ってみたいの気付きが報告されました。また、マーケティング調査では消費者の真の声や言葉にならない不安や不満が見落とされがちであり、そのために双方向コミュニケーションが必要であることを強調されていました。

河上氏からは、事業活動を制限するには適正基準と不当基準があり、事業者と消費者がコミュニケーションを取り、「これがあるべき姿である」という適正基準を構築することが大事ではないか、また適格消費者団体への提言として、「訴訟を目的とするのではなく、まずコミュニケーションをとることから始める、という立ち位置が大事ではないか」との助言をいただきました。

差止裁判・申入れ活動について

(1) 株ぜんから回答を受領しました。

当団体は、株式会社ぜん(以下、同社)、同社が運営する「ピラティススタイル」、「basiピラティス」、「ヨガプラス」、「ピクラムヨガ」の契約条項について、消費者契約法からみて適切でない条項や改善いただきたいホームページ上の記載があるため、消費者契約法12条に規定される適格消費者団体としての差止請求権に基づいて【申入れ】を行いましたところ、2019年4月26日付で回答を受領しました。

<回答趣旨>

1. 各種キャンペーンを利用して入会した会員の休会規定について

入会金無料キャンペーンを利用して入会した会員が休会する場合に入会金相当額の契約解除料を頂戴するとされていた規定については、休会事務手数料として3,000円に改訂する。

2. 各種キャンペーンを利用して入会した会員の退会規定について

入会金無料キャンペーンを利用して入会した会員が退会する場合に入会金相当額の契約解除料を頂戴するとされていた規定については、

①入会に関する規定または説明書きにおいて、病気や妊娠等のやむを得ない事情による場合であって医師の診断書を提示した場合は別として、キャンペーン特典が4か月継続契約を前提としていることを条項として設け、または記載を追加する。

②退会に関する規定または説明書きにおいて、病気や妊娠等のやむを得ない事情による場合であって医師の診断書を提示した場合は別として、4か月以内に退会を希望する場合、入会キャンペーンの特典適用は取り消しとなり、入会金の支払いが必要となることを条項として設け、または記載を追加する。

詳しくは、ホームページをご覧ください。

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

KC's NEWS

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5階
TEL.06-6920-2911 FAX.06-6945-0730 eメール: info@kc-s.or.jp HP: http://www.kc-s.or.jp/

No.79
2019.7.12

2019年度KC's通常総会・記念シンポジウムを開催しました。



6月22日(土)エル・おおさか南館5階 南ホールにて2019年度消費者支援機構関西(KC's)の通常総会と記念シンポジウムを開催し、84名の参加を頂きました。司会を樋口容子KC's理事が務めました。冒頭、片山登志子KC's代表理事から開会の挨拶があり、2018年度は、特定適格消費者団体として飛躍の年であったことが述べられました。



その後、臨時理事会で決定された新役員体制の紹介があり、藤井克裕KC's理事長より新任の挨拶がありました。また、蒔祥子さん、田中浩太郎さん、山田栄子さんが理事を退任されました。

● 2019年度通常総会

総会の議長を橋一亮さん(個人正会員)が務めました。総会議案提案は、元山鉄朗KC's事務局より第1号議案(2018年度事業報告の件)、第2号議案(2018年度決算報告の件)、第3号議案(役員選任の件)、第4号議案(会費規定改定の件)を提案し、2019年度事業計画、2019年度活動予算を報告しました。続いて、松山治幸KC's監事から監査報告があり、藪野恒明調査実施者より消費者契約法第31条に基づく調査報告がありました。



これを受け、採決に移り、全議案が可決されま

| | | |
|-------------|--------------------|-----------|
| 理事長 (代表理事) | 藤井克裕 (新任) | |
| 副理事長 (代表理事) | 片山登志子 (再任) | |
| 副理事長 | 飯田秀男 (再任) | |
| 常任理事 | 坂東俊矢 (再任) | 中村夏美 (再任) |
| 理事 | 浅田奈津子 (再任) | 伊吹和子 (再任) |
| | カライスコス・アントニオス (新任) | |
| | 五條 操 (新任) | 鳥川 勝 (再任) |
| | 神野武美 (新任) | 高取 淳 (再任) |
| | 西山尚幸 (新任) | 樋口容子 (再任) |
| | 松岡久雄 (新任) | |
| 理事・事務局長 | 元山鉄朗 (再任) | |
| 監事 | 松山治幸 (再任) | 川村哲二 (再任) |

《採決結果》 出席表決権数 100票 / 表決権総数 112票

| | | |
|-------|--------------|---------|
| 第1号議案 | 2018年度事業報告の件 | 賛成多数で可決 |
| 第2号議案 | 2018年度決算報告の件 | 賛成多数で可決 |
| 第3号議案 | 役員選任の件 | 賛成多数で可決 |
| 第4号議案 | 会費規定改定の件 | 賛成多数で可決 |

●総会記念シンポジウム

～16,000人への返金を実現。あなたの評価は?～



「イソフラボン事案の成果とそこから学ぶ集団的消費者被害回復制度の課題」と題して、坂東俊矢KC's常任理事をコーディネーターとして、参加型のパネルディスカッション方式で行いました。

はじめに、島川勝KC's被害回復検討委員長から、イソフラボン事案について、

①イソフラボン事案を選んだ理由

◆少額多数な被害であり民事的な被害回復が可能であったこと。

②事業者で購入した消費者へ通知・返金を求めた理由

◆代金の返還を求めることができることを消費者が知らないこと。

③これからの事案の取り扱い方について

◆当団体に寄せられた情報をもとに、差止請求とも連携しながら進め、また、行政の情報をもとに、措置命令等の処分のあったケースは、民事につなげて被害回復を図ることが述べられました。

このイソフラボン事案に対して、4つの設問を設定し、参加者全員でディスカッションを行いました。設問は、

①あなたは、KC'sのイソフラボン事案に対する今回の対応についてどのように評価されますか?

- ・やって(やった方が)よかった 58
- ・やるべきではなかった 1
- ・わからない 0

②KC'sは事業者で購入者に対して返金をする旨を通知するように求めました。また、返金状況の報告も求めました。こうしたKC'sの申し出についてどうお考えになりますか?

- ・通知・返金 (○・○) 57
- ・通知・返金 (○・×) 4
- ・通知・返金 (×・○) 1
- ・通知・返金 (×・×) 0



③16,472名の消費者への返金を実現しましたが、事業者からイソフラボンを含む商品を購入した消費者は9万人を超えていると推測されます。言わば、7万3000人近い消費者は、事業者からの通知を受けても、返金を求めていることになりません。あなたは、この点をどのようにお考えになりますか?

- ・当然 1
- ・やむを得ない 24
- ・残念 27
- ・その他 5
- ・わからない 4



④あなたがこの事案の当事者だった場合、事業者から通知を受けたとしたらあなたは返金を求めましたか?

- ・返金求めた 37
- ・返金求めなかった 7
- ・何とも言えない 13
- ・わからない 5

パネルディスカッションのまとめとして、坂東俊矢KC's常任理事より、この事案は消費者庁の措置命令によって課徴金があったとしても売上高の3%を納めればよいという流れの中で、待っているのを止めて返金を積極的にお願いした事案であり、そうした流れに一石を投じたものでもあったことが述べられました。



最後に、飯田秀男KC's副理事長から閉会の挨拶がありました。

家賃債務保証業者「フォーシーズ株式会社」に対する差止請求訴訟についての大阪地方裁判所2019年6月21日判決について(一部勝訴)

6月21日(金)、大阪地方裁判所531号法廷にて家賃債務保証業者「フォーシーズ株式会社」に対する消費者契約法違反に基づく不当条項使用差止請求訴訟事件について判決言渡しがあり、当団体の訴えが一部認められました。この訴訟では、

①家賃債務保証業者が賃貸借契約を「催告なく

解除」することを認める条項が消費者契約法(10条, 8条1項3号)に違反するか。

②家賃債務保証業者が賃借人に事前に通知することなく賃借人に履行した保証債務によって得た求償権の行使において、賃借人が家賃の支払いを拒否できるどんな理由があっても、それを主張できないとする条項は消費者契約法(10条)

に違反するか。

③賃借人が建物を明け渡す意思を表明していなくても家賃債務保証業者が定める一定の状況がある場合には「賃借人が建物を明け渡したもの」とみなし(みなし明け渡し)、賃借人の承諾なく動産類を撤去・処分することを認める条項は消費者契約法(10条, 8条1項3号)に違反するか。を争点としていました。判決言渡しでは、①催告しなくても不合理と認められない事情が存する場合に限っていること。また、賃料不払いを補填し、これによる求償債務の支払いを受けられないリスクを負担する家賃債務保証業者の賃借人との利害関係の修正として賃貸借契約を継続させるか否かの決定権限を付与するということはこのリスクの一部を賃借人に負担させようとするものであるとして、請求棄却となりました。

②家賃債務保証業者の事前通知コストは軽視できないこと。賃借人が対抗可能な抗弁事由を有していることは例外的であること。賃料等を支払っていない場合でも、対抗すべき事由を通知する機会がないとは言えない。金融機関の貸し付けにおいても同種の特約が存在することか

ら、請求棄却となりました。

③賃貸借終了原因の有無や解除意思表示の有効性を問わずに賃貸借契約を終了させる趣旨であることから、未だ賃貸借契約が終了しておらず、賃借人の占有が失われていない場合であっても賃借物件内の動産類の搬出・保管を行うことができることとなる。こうした行為は自力救済行為であり、消費者契約法(8条1項3号)に違反するとして、請求認容となりました。

③について当団体の請求を認めたことは妥当ですが、他の判断には不服がありますので、大阪高等裁判所に控訴する予定です。

その後、15:00、大阪地裁裁判所、司法記者クラブにて記者会見を行いました。会見には、10人を超える記者やカメラマンが参加され、各社の翌日の新聞やインターネットに掲載されました。



特定非営利活動法人 消費者ネット関西 設立20周年記念シンポジウムが開催されました

6月15日(土)13時より、大阪弁護士会館1001、1002号室にて、特定非営利活動法人 消費者ネット関西 設立20周年記念シンポジウムが開催され、消費者、専門家、事業者など60名が参加しました。

1. 基調講演



河上正二青山学院大学法学部教授(前消費者委員会委員長)より、「消費者と事業者とが対話するために必要な視点」と題して、基調講演がありました。

まず、今後の消費者問題を考える際、それに携わる事業者と消費者との意思疎通なしには、有効に機能する消費者政策や法を作り上げていくことはますます難しくなっており、この点、対立的関係性ではなく対話的關係性を基礎とする「双方向コミュニケーション研究会」の成果に大いに期待すると述べられました。

集団としての行動には効率性重視の「戦略的行為」と相手からの納得、合意を得て暫定的真理を導く「コミュニケーション的行為」があり、現在の企業行動は「戦略的行為」に比重がかかりすぎており、システム化社会の病理につな

がっている。今後は「コミュニケーション的行為」を磨く必要があるのではないかと述べられました。

また、事業者として市場で生き残っていく上で消費者に支持され続けることは不可欠であり、そのためには消費者行動理論に基づく営利的戦略一辺倒ではなく、「自分の行っている事業活動が、社会や消費者に役立っているという誇り」が優れた事業活動の原動力になり、圧倒的多数の事業者にとって、市場での行動規範を維持する最も効果的な手法は、「社会からの信頼を裏切らないようにしようとする決意」ではないかと述べられました。

消費者団体についての現状は、事業者と消費者団体とが率直に意見を述べ合うコミュニケーションの場が圧倒的に不足している。消費者政策は行政による規制以上に、消費者と事業者の協力による自主的規律によって支えられていることは、3.11(東日本大震災)の経験が、自助・共助・公助のどれが欠けても復興が不可能であったことによって知らしめられていると述べられました。

人と人との無数の接点で、消費者と事業者の双方向のコミュニケーションを充実させていくためには、対話の場を作る消費者団体が、互いに提供される情報の質や量を、状況の変化に適