

「もうチラシにはだまされない！」 ～広告表示のワークショップで消費者力アップ～」

学習会&ワークショップ 報告

日 時:2011年 2月24日(木)10時~12時15分

会 場:コーププラザ川越

講 師:長田 淳弁護士(なくす会副理事長)

参 加:13人

主 催:埼玉消費者被害をなくす会



【学習会の概要】

消費者被害においては、近年、悪徳事業者側が開き直るケースが出ており、未公開株や出会い系サイトを使った詐欺事件は今なお増えています。そういった行為に対しても、また、今回のテーマである広告などの表示の問題に対しても、社会全体、特に消費者が厳しくチェックしていく必要があります。

一昨年消費者庁ができたという事は、消費者主役の社会に向けた意識が高まってきているといえます。表示の問題に関しては、これまで行政による処分しかできなかったものが、平成21年の法改正で、適格消費者団体も事業者に対し差止請求ができるようになりました。

「不当な表示」というのは「一般消費者が品質や価格等について誤認するようなウソの表示」で、景品表示法で禁止されています。優良誤認の対象は「内容について実際のものより著しく優良であるという表示」で、ただの国産牛なのに神戸牛と表示することなどです。有利誤認の対象は「取引条件について実際のものより著しく有利であるという表示」で、実際は他社でも行っているサービスを「当社だけ」と表示すること等が該当します。

不当表示の判断基準は表示に事実とのズレがあるかどうか、一般の人が読み取れる内容かどうかという事になります。広告は読む人によって受け取り方に違いがありますが、一般消費者が誤解する可能性があるかというのが基準になります



【ワークショップ・発表された意見】

2グループに分かれそれぞれに、6枚ある広告(2月中に新聞折り込みで入っていたもの)について広告チェックを行い、活発な意見交換が行われました。その後、各グループで検討した結果を発表しました。

- ・ リフォームの広告→「埼玉・東京NO1のお店」の表示は、根拠が分からない。
- ・ エステの広告→「98%の方が満足する」という表示に根拠も対象者も記載がない。

- ・ 携帯電話の広告→「月額0円」が大きく表示されているが、通話料の事が何も書かれていないので誤解を招くのではないか。

【ワークショップの講評】

今回ワークショップで使った広告は、どれもよくない広告に分類されます。特に注意が必要なのは、二重価格表示で、元値の表示が架空の値段であること等が問題となります。おかしいと思う表示を発見したら消費者庁や身近な行政への報告や、適格消費者団体へ情報提供するなど行動して行って下さい。