

なくす会ニュースレター

〒330-0064

さいたま市浦和区岸町 7-11-5 県生協連内

Tel048-844-8971 Fax048-844-8973

<http://saitama-higainakusukai.or.jp/>



さらに活動の広がり

適格消費者団体 埼玉消費者被害をなくす会

理事長 池本 誠司



なくす会は、地域の消費者団体の活動に根差した適格消費者団体となることを常に念頭に置き、これまで活動を展開してきました。検討事案の収集は110番でなく構成団体からの情報提供やアンケートを中心とすること、弁護士・司法書士・消費生活相談員などの専門家による「検討委員会」で分析・差止請求を行うこととは別に、一般消費者で構成する「活動委員会」において身の回りの消費者問題を取り上げ検討・申し入れを行うこと、地域の消費者向けの学習会や消費者行政実態調査を行うことなど、地域の消費者団体とともに幅広い活動を展開することがなくす会の作風だと言えます。

しかし、適格消費者団体となって実際に活動を展開するに従って、なくす会に対する社会の期待は当初の想定以上に大きくなっています。県内の消費生活センターで解決困難な事案をなくす会で取り上げてほしいという要望が増えています。一般消費者からもなくす会で取り上げてほしいという事案が次々と寄せられています。

さらに、政府は次期通常国会に「集団的消費者被害回復制度」の法案を提案する予定です。この制度は、消費者が個別訴訟の提起を諦めて被害救済ができなかったような事案について、適格消費者団体が代表して訴訟を提起し、違法な契約条項であるという第1段階の判決を獲得したうえで、第2段階で関係する消費者に被害額の債権届を呼びかけ、被害者全体の救済を図るというものです。適格消費者団体の役割がさらに大きく拡大することになります。

こうした社会の期待に応えるためには、なくす会の日常的な検討体制を一層強化することが必要となります。検討委員会に参加している専門委員の皆さんには、これまで以上に活動に参加する時間を拡大して頂くことをお願いしなければなりません。事案の検討・差止請求のペースをさらに迅速にする必要があるからです。とはいえ、ボランティアベースで集まって検討を続けるだけでは、持続可能な活動とするにはやはり不十分です。なくす会の組織体制や財政基盤を含めた強化策の検討も必要です。

そして何よりも、なくす会の力を強化するには、地域の消費者団体や個人会員の参加の機会を増やし、地元消費者行政との連携も広げることで、なくす会の存在感をさらに高めることが不可欠です。

“なくす会の活動は地域社会に影響力を持ち楽しそう。” そう思ってもらえる活動を皆さんと一緒に作りましょう。

『集団的消費者被害回復に係る訴訟制度の骨子』 に対する意見を提出しました！

消費者庁では、集団的消費者被害回復のための新たな訴訟制度について、関連する法案を平成24年通常国会に提出することをめざして検討を進めています。「集団的消費者被害救済制度に係る訴訟制度の骨子」を明らかにし、それに対してのパブリック・コメントを募集しました。それを受け、なくす会も2011年12月27日以下の内容の意見を提出しました。

集団的消費者被害回復に係る訴訟制度の骨子についての意見

1. (対象) 全体について (意見の内容)

集団的消費者被害回復訴訟制度は、個別訴訟による被害回復が困難であった消費者に被害救済の道を開く有益な制度であり、同制度が来年の通常国会において立法化されることを求めます。

2. (対象) 特定適格消費者団体 (意見の内容)

集団的被害救済制度の担い手として適格消費者団体が行うことは賛成ですが、「被害救済関係業務を適正に遂行するに足る経理的基礎・人的体制」の要件が過大なものとならないよう、実態を踏まえた認定要件とすべきです。

差止関係業務は全体として収益性のない業務であり、被害救済業務も第一段階は収益性のない業務であることに照らせば、消費者被害の防止・救済を担う公益性を考慮して国は相当額の財政支援を行うべきです。

3. (対象) 一段階目の手続 (意見の内容)

骨子に記載された対象事案は、消費者契約の取消・解除・不履行などに関する紛争とされており、これでは個人情報流出事故による個人の損害賠償請求事案や、有価証券報告書虚偽記載による株主の損害賠償請求事案が、本制度の適用対象とならないと思われれます。しかし、多数被害が発生し争点が共通であって本制度の対象になじむ事案であるから、これも適用対象事案に加えるべきです。今回対象と出来なくても、引き続き検討がされることを担保できるような内容を付け加えることを求めます。

4. (対象) 一段階目の手続 (意見の内容)

骨子に記載された対象事案について、「契約を締結する場面に関する虚偽又は誇大な広告・表示に関するもの」が削除されています。この点は、消費者委員会「集団的消費者被害救済制度専門調査会」報告書で示された内容よりも後退する内容となっており、対象事案に追加することを求めます。

5. (対象) 二段階目の手続 (意見の内容)

多くの消費者が第二段階目の被害申し出ができるように効果的な通知・広告を実施するため、通知・広告費用は第一段階訴訟で敗訴した被告事業者負担させることを求めます。

第3回消費者力アップ学習会のご案内 なくす会・池本誠司理事長を講師に、講演と寸劇で詐欺被害の実例と対処法を学びます。

～巧妙化する“サギ”の手口～

「私はだまされない」そんなアタタを狙ってる

2012年 2月20日(月) 10:00～12:00

北越谷地区センター・公民館(東武伊勢崎線 北越谷駅 西口徒歩5分)

共催: 越谷市消費生活研究会 …… 講演に先立ち、研究会による寸劇も行います! ……

**第2回
消費者力アップ学習会報告**

「広告のウソの見分け方」

～学んで、体験!～**広告の表示チェックで消費者力アップ**～

11月30日に所沢市男女共同参画推進センターにて開催しました!

関口 多恵子さん(埼玉県消費生活コンサルタントの会・なくす会監事)を講師に、広告に潜む問題点や広告を見るポイントを学びました。広告とひとくちに言ってもその情報源や種類は多岐にわたっています。問題意識を持って広告を見るのが何より重要です。



広告の問題点は何?

- 効能・効果の表示が、誰にでも効果があるかのように誤解される場合がある。
- 虚偽表示(ウソ)がある場合がある。ネットオークションの中古車の走行距離がウソだった、コンビニで国産鶏肉とあるが実際は外国産だった、リフォーム店で衝撃特価とあったがもとの金額がウソだった、自然薯蕎麦と表示があったが実際は少量しか含有されていなかったなど。
- フリーペーパー、ポスティングチラシやインターネット広告は違反も多いので要注意。

広告のウソを見抜くには?

- 問題意識を持ちましょう…どのような法律で規制されているのかを知ること等が大切です。広告や表示は、景品表示法、電子契約法、特定商取引法、健康増進法、食品衛生法、薬事法などの法律により、規制がされています。
- 疑問を持ったら…販売業者に確認する、それでも疑わしいと思ったら消費生活センターや市町村の相談室へ問合せをするなど、そのままにしないことが大切です。
- ◆後半は2グループに分かれて、消費生活相談員(神谷さん、山本さん)に助言いただきながら、景品表示法の禁止事項などについて実際にチラシやフリーペーパーをチェックしました!



ワークショップで見つけた“消費者に不利益にないようなチラシの表示”

- “今だけ”とあるが、いつもこの表示がある
- 売上1位や顧客満足度の根拠が示されていない
- エステのチラシで施術回数について書かれていない

◆参加者からは、誤認させるテクニックがわかったので参考になった、互いのグループの発表の違いで気づき方の差があることを知った等の感想が聞かれました。

お知らせ

地方消費者グループ・フォーラム in 関東 ~もっとつながろう!地域から~

2012年3月6日(火) 10:30~16:00

大宮ソニックシティ第1展示場

午前<基調講演>富沢 賢治氏

午後<事例報告>5団体による活動報告、<分散会>

主催:消費者庁・「地方消費者グループ・フォーラム(関東ブロック)」実行委員会

なくす会 この間の活動

【現在取り組んでいる事案】

- * 賃貸住宅業者: 賃貸住宅契約書について2011年11月、消費者契約法第41条にもとづく書面による事前の請求を行いました。その後、事業者から送付された改訂後の約款についても不当条項が含まれていることから今後の対応を検討中です。
- * 着物レンタル事業者: 利用規約について2011年11月、再お問合せ兼申入れ書を送付。事業者からの回答を検討した結果、再度申入れを行う予定です。
- * 軽未使用車販売事業者: 改定約款の送付後も改定前の約款による被害相談があることを受け消費者契約法第41条にもとづく書面による事前の請求を2011年12月に行いました。事業者から注文書の改版作業を行う旨の回答があり、改版注文書の送付を待っています。
- * 探偵社: 2011年10月での再問い合わせに対する文書回答がないため、引き続き文書での回答を求めています。
- * 他、複数の事業者の規約等に対し、問合せ、申入れなどについて検討しています。

「着物レンタル時キャンセル料に関する不当条項」を公表!

2010年から着物レンタル事業者との意見交換を行い、他に調査などで入手した数社のキャンセル条項をもとに不当条項と思われるリストを作成しました。“リストに記載の内容を含む条項は消費者契約上の不当条項に該当し、同法違反となると考えられるので使用しないよう求める”趣旨で、これまで意見交換した事業者はこの1月、公表しました。

【活動委員会活動】

- * 広告表示改善要望: ◇携帯電話事業者の広告は概ね改善され、今回の要望は終了としました。
◇住宅リフォーム事業者の広告は未だ改善されていないため、再度要望書を送付します。
◇飲料通販事業者からの回答については明確な内容でなく、指摘した以外の箇所にも問題があることから再度要望書を送付します。◇化粧品販売会社に対する広告表示改善要望書を提出し、改善する旨の回答を受け取りました。改善された広告の送付待ちです。
◇他にも数社の広告について調査、検討中です。
- * 消費者被害アンケート・めやすばこ: 「訪問販売・電話勧誘トラブル」のアンケート調査では1482枚の回収がありました。現在集計・まとめを行っています。2月中に最終のまとめを作成し公表します。まとめは各市町村にも送付する予定です。

【この間の会議】

理事会: 第4回 2011/1/24

検討委員会: 第4回 2011/1/24

活動委員会: 第5回 2011/12/14、第6回 2012/1/13

* 商品事故・契約トラブルにあった時は最寄りの消費生活支援センターや市町村の消費者相談窓口へ相談しましょう。 **埼玉県消費生活支援センター(埼玉県生活科学センター内) TEL048(261)0999**

* 「消費者ホットライン」では身近な消費生活相談窓口をご案内。(郵便番号入力が便利)

全国共通の電話番号 0570-064-370 (ゼロ・ゴー・ナナ・ゼロ 守ろうよ、みんなを)

土日祝日など、市区町村や都道府県の消費生活センター等が開所していない場合には、国民生活センターで相談を受け付けるなど、毎日(年末年始を除く)利用が可能です。