

適格消費者団体の認定を受けてから1年が経過

NPO法人消費生活ネットワーク新潟

副理事長・検討委員会委員長 酒井 龍

消費生活ネットワーク新潟が、令和3年10月20日に適格消費者団体として認定を受けてから、1年が経過しました。

当団体は、同認定を受けたことにより、事業者に対し、不当な約款や規約の利用停止等を求める訴訟を提起できるようになりました。これは、裁判を通して、事業者の不当な約款や規約の利用停止等を実現することが可能となったことを意味するものです。

適格消費者団体の認定を受ける前は、当団体の不当な約款や規約の利用停止等を求める活動には、「裁判の提起」および「判決による強制力」がなく、同状況を知ってか、事業者の中には申入れを全く聞き入れない事業者が存在し、申入れ活動が進まない状況に陥る事案もありました。

しかし、適格消費者団体の認定を受けたことにより、事業者の対応に明らかな変化が見られるようになりました。

例えば、着物の販売、レンタルをおこなう事業者は、認定前の申入れに対し、規約の修正には頑として応じない態度を示して

いましたが、認定直後、申入れ対象となっていた規約を自主的に修正し、さらに、同修正された規約に残る修正不十分な点に対し、再度、当団体から修正の申し入れをしたところ、同申入れに対してもすぐに自主的に修正を行いました。

訴訟が提起されること自体、事業者にとっては経営上のリスクになることから、「訴訟」は避けたいと考えるのが通常です。そのため、「訴訟の提起」が可能となったことは、差し止め活動に大きな影響を与えています。適格消費者団体の認定を受けたことで、より効果の大きい差し止め活動ができるようになっていきます。

消費生活ネットワーク新潟は、引き続き、事業者の不当な約款や規約の利用停止等の申入れ活動に尽力します。また、申入れ活動については、随時ホームページに掲載しますので、是非、ご覧頂ければと思います。

最後に、持続的な活動にはみなさまの応援がかかせませんので、引き続きご支援のほどよろしく願いいたします。

活動委員会



「ポッコリしたお腹の写真」そして「ポッコリおなか対策に失敗してきた方に」「12週間でおなかの脂肪が減る」という

キャッチコピーの機能性表示食品の広告を目にしたことはありませんか？「このおなかの脂肪を何とかしたい、だけど運動や食事制限は長続きしないとと思っている人」にとっては何とも魅力的な広告ですね。

この広告には「これを飲めば、運動や食事制限をしなくても痩せることができます」などといった直接的な表現は一言も書かれていません。でも、1「ポッコリとしたおなかの写真」と2「キャッチコピー」

と3「摂取した人の体験談＝おなか周りに違いが!？」など3つを合わせて記載することで、短期間で容易に痩身効果が得られるかのような印象を与えています。

また、宣伝文句は大きく書かれているのに、食物アレルギーが心配な方への注意喚起表示などは、広告下部の【応募要項】の中に紛れ込ませるよう非常に小さく記載されているなど、消費者にとっての重要な情報提供への配慮も見られません。

私たちはこのような広告をしている事業者に対して、消費者に過度な期待を与えていること、そして消費者への重要な情報の文字が小さ過ぎることなどを示して改善を求める活動をしています。

～第1回・第2回 消費者志向経営普及啓発セミナーのご報告～

当団体は適格消費者団体として、問題のある事業者に差止請求する活動を行っておりますが、消費者被害を前提とした対立的な関係性だけでなく、消費者と事業者との双方向のコミュニケーションにより両者の信頼関係を構築することも『消費者市民社会』の実現につながるの思いから、新潟県の委託を受け、今年度3回の消費者志向経営普及啓発セミナーを企画しております。

セミナーに参加して

理事 本多満喜子

第1回目「事業者と消費者が共に考える」をテーマに、第1部講演のACAP坂倉忠夫様による消費者志向経営の推進は、消費者も事業者も従業員も、社会も未来も地球も「六方よし」のお話に納得。第二部は亀田製菓様からエコパッケージや減塩柿の種の取り組みの報告があり、登壇の消費者からは事業者の配慮や努力がみえる所などの指摘があった。亀田製菓様から原材料の高騰による値上げは「内容量を減らすか、値段を上げるか」について質問があり、消費者から、子どもは分量が減るとがっかりするや、高齢者は値上がりすると買い控えるのではとの回答。会場の参加者から「新潟県は米どころ、もっと国産米を使ってほしい」との要望もあった。

第2回目は消費者庁が「消費者志向経営の推進について」を講演。消費者志向経営の推進体制作りが進められ全国359事業者が自主宣言しているが、新潟は1事業者と少ないの

が残念で、県内でも周知して取り組んでいただきたいと感じた。事業者と消費者の意見交換会では原信ナルス様の「環境でお客様と、未来と、つながる」と題した報告があり、消費者からはどの店も配列が似ていて利用しやすい、季節毎にイベントがあって楽しい、小分け商品が充実していて助かる等の発言があった。私も買い物に行くときは、使用済みトレーなどを持参し、資源回収ボックスを利用している。会場からは魚のアラや野菜くずから作る肥料やメタンガスの再生とフードマイレージについての質問があった。

事業者と消費者の意見交換は興味深く、関心を持って参加できた研修会であった。



第1回セミナー 事業者と消費者の意見交換 (9/24)

アンケート結果

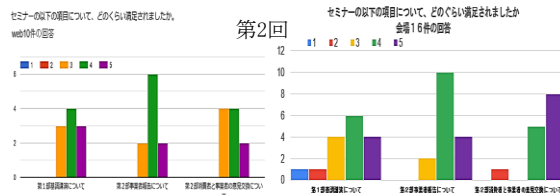
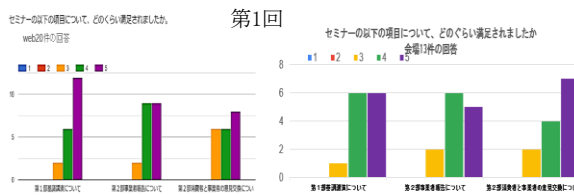
第1回 9/24 講演 ACAP 事業者 (株)亀田製菓
会場 30人 Web 43人 計 73人

会場) 普段聞けない企業努力の詳しい話を聞き知ることファン度が高まり、売り場の展開方法など行く度に気になって見てしまいそう。
Web) 消費者の声を聞く機会はあまりないので参考になった。

第2回 10/22 講演 消費者庁
事業者 アクシアルリテーリング(株)
会場 34人 Web 19人 計 53人

会場) 消費者庁の話は知らない事が多く、勉強しておけばよかったと反省。事業者が消費者の声に率直に回答している姿に感動。
Web) 消費者がしっかりと自分の意見を持っていると感心。主婦だけでなく、もっといろんなジャンルの方の話も聞けたら楽しい。

〈全く満足しなかった 1～5 非常に満足した〉



ご案内
第3回
セミナー

〈第3回 消費者志向経営普及啓発セミナー〉

日時 12月10日(土)13:30～16:00 会場 新潟ユニゾンプラザ
講演 エシカル協会 堀田三佳氏 事業者事例発表 (株)ハーモニック

詳細は
こちら



情報提供のお願い

不当契約・不当解約拒否・不当勧誘などの
消費者トラブルや被害情報をお寄せください