



理事長の言葉

「日本の消費者団体制度（その３）」

理事長 山崎省吾



1. これまでの復習

これまで10号と11号と2回にわたって、巻頭の『理事長の言葉』として、日本の消費者団体について考察してきました。

当初の予定としては、①日本の消費者団体制度はどうなっているか②世界の消費者団体制度はどうなっているか③我が国に「適格消費者団体制度」がつけられた理由と経緯はどうか④適格消費者団体の制度の概要について⑤消費者団体訴訟制度・差止め請求訴訟制度とはどういうものか⑥「集団的消費者被害救済制度」とはどういうものか⑦日本の消費者団体制度の何が問題か⑧今後日本の消費者団体制度はどうあるべきか⑨ひょうご消費者ネットの目指す道はどうか・・・を順次お話ししていきたいと思ってきました。

通信10号の内容を要約すると「日本の消費者団体はたくさんあったが、分断されて統一されておらずパワーが乏しく、歴史的にみても日本の消費者保護は主に消費生活センターなど行政を中心に行われてきたために、日本の消費者はあくまで行政から保護される立場であって自立して国に対して意見をいうような状況ではなかったこと」を述べました。

通信11号では、商品先物取引法の省令による改悪問題を例に挙げて、日本では消費者の力が政治に余り生かされていないこと」を指摘しました。

この段階で、上田事務局長のベスト消費者サポーター章の受章問題（通信12号）とか、昨年1年間の回顧（通信13号）とか中断がありましたので、今回は、当初の予定にしたがって『世界の消費者団体制度はどうなっているか』から再開します。

2. 諸外国の消費者団体と我国の消費者団体との比較

実は、世界の消費者団体については、一応、平成20年度の国民生活白書にキチンとまとめられています。長いですがこれを引用してみますと・・・

「行政だけでなく、現在の社会において「消費者市民」たる専門家集団としての消費者団体の果たす役割は重要になっている。まず、海外における主要な消費者団体を見ると、活動内容の面では、政策提言や団体訴権による消費者被害の救済に加え、消費者相談、商品テストの実施と雑誌の発行などを通じた情報提供、消費者教育など幅広い活動を展開している。例えば、アメリカ消費者連盟や英国Which?（旧消費者協会）は企業から独立性を確保した商品テストを実施し、その結果を載せ

た雑誌を販売するという事業モデルを確立し、多くの会員を獲得している。また、フランス消費者総連盟も同様に雑誌販売を行うとともに会員に限定して相談業務を行っている。

活動資金については、商品テストと雑誌販売を行っているアメリカの消費者連盟や英国のWhich?などは収入の9割以上を会費で担っており、政府の支援に頼っていない団体も見られる。一方、フランスの消費者総連盟やスウェーデンの消費者協会でも購読料収入が収入の大半を占めているものの、一部で政府の支援や委託事業費を得ているほか、ほかの団体では政府補助が一定の割合を占めている団体が多くなっている……。2006年の欧州委員会の調査でもフランスが年間総額738万ユーロ（1団体平均22万ユーロ）、オーストリアが総額224万ユーロ（1団体平均75万ユーロ）、ベルギーが総額167万ユーロ（1団体平均11万ユーロ）、スウェーデンが総額97万ユーロ（1団体平均32万ユーロ）など、各国政府は消費者団体に団体運営やプロジェクト支援のために支出している。……

一方、我が国の消費者団体には、消費者基本法において消費生活に関する情報の収集、提供と意見の表明、消費者教育、消費者被害の防止と救済などの活動が求められている。日本の消費者団体を見ると、1,000名未満の団体が全国の消費者団体の88.6%を占めるなど、規模の小さい団体が多く、財政基盤も雑誌の購読・販売という形ではなく、概して個人の自発的な会費などに限定され、活動資金が必ずしも潤沢とはいえない。財務状況などが個別に分かる消費者団体を見ても会員、予算規模などは諸外国に比べると大きな差がある。また、活動内容を見ると、講習会・見学会などの開催に取り組むが82.9%といった消費者教育・啓発活動を行っているところが多く、相談業務を行っているところは5.5%、商品テストを行っているところは5.6%と海外消費者団体が力を入れている分野では取組が少ない。』

アメリカのコンシューマーユニオンは会員がなんと800万人もいてこの白書が作られた8年前当時の年間予算額で285億円とのことでした。また、イギリスの最大消費者団体の「Which?」でも同様に8年前で会員104万人であって年間予算額は134億円とのことでした。隣の韓国では、最大の「韓国消費者同盟」が会員数3万4200人で予算は8年前で1億円とのことでした。

ちなみに、わが「ひょうご消費者ネット」は会員126名で年間予算は200万円～300万円です。日本政府からの助成は一切なく、兵庫県からの事業助成が多少あるくらいで、団体運営は、会費と寄付金のみで運営しているのです。主として会員のボランティアに期待していて、活動もオーストラリアと比べるときわめて「うすい」のです。これはわが団体のみに止まらず適格消費者団体はどれも似たり寄ったりです。消費者相談などはほとんど実施していません。

日本最大の消費者団体である「全国消費生活相談員協会」ですら、会員数は2000名強で年間予算は2億円ちょっとなのです。

日本の各消費者団体のこの「薄ら寒さ」はいったいなんなのでしょう。……

3, オーストラリア調査旅行について

昨年3月16日から21日にかけて、山崎は近畿弁護士会連合会消費者保護委員会主催のドゥーノートコール制度（電話勧誘お断り制度）の調査旅行に副団長として参加しました。消費者契約法や特定商取引法に「不招請勧誘禁止制度」を導入させるための立法調査のためにオーストラリアとシンガポールに弁護士と司法書士と学者の総勢10人で行ったのです。オーストラリアで

の訪問先は、オーストラリアの通信メディア庁ACMA、ビクトリア州政府消費者問題規制当局、事業者団体ADMAと、オーストラリアの消費者団体であるコンシューマー・アクション・ロウ・オフィス（メルボルン）とACCAN（オーストラリア通信消費者行動ネットワーク。シドニー）でした。山崎は不招請勧誘制度とともにオーストラリアの消費者団体について興味津々でいろいろと質問をしてきました。

まず、ドゥーノットコール制度を組織的に推進してきたのがこれら消費者団体だったということがわかりました。消費者団体はみな連携して、まず各州政府との間で、電話勧誘被害の実例調査とその摘示（エビデンスという）をなし、さらに消費者に対して大がかりなアンケートをとり（これをサーベイという）、規制当局やオンブズマンらとともに消費者運動の高まりの中で、ドゥーノットコール制度を連邦レベルで導入させたというのです。連邦政府は立法当時は保守党の政権下でしたが、ほとんど反対もなく戦わずしてほぼ全会一致でドゥーノットコール制度の連邦法を制定させたというのです。

私が担当した、コンシューマー・アクション・ロウ・オフィスは中堅の消費者団体でした。オーストラリアには「CHOICE」という巨大な消費者団体が存在しますが、コンシューマー・アクション・ロウ・オフィスはその協力団体であり、主として消費者向けキャンペーンを担ってきたそうです。

団体予算は中堅のこの団体で年間3億円程度であり、これは、わが兵庫消費者ネットが年間300万円程度なのと比べると100倍の違いです。専従の職員もいて政府や州からの助成金も多く、企業からの資金提供もさせているというのです。

応対してくれたこの消費者団体のデニーズ・ボイド政策責任者によると「オーストラリア政府は、消費者団体に対しては資金援助を行う義務があると認識している」といい、個々の企業にしてもこれら消費者団体への資金援助を義務化しているとのことでした。企業団体が関係企業から集金して各種消費者団体に分配するのです。消費者保護立法をする際にも消費者団体のコンサルテーションを求めるといいます。オーストラリアの消費者団体は、消費者を代表しているとして政府からも企業団体からもリスペクト（尊敬）されて社会貢献活動をしているのです。

オーストラリア政府は長い目で見て、消費者問題にキチンと対処し、政策決定を消費者団体に委ねることが、消費者のためのみならず企業のためにも国家経済のためにもなるとみているわけです。

4. 「後進国であることの自覚」と「次号の予告」

山崎が日本とオーストラリアの消費者団体と政府の関係についての違いについて深く嘆いていると、このデニーズ・ボイドさんは、「日本の消費者団体の今の姿は我々オーストラリア消費者団体の20年前の姿である。20年たてばあなた方も我々のようになるでしょう」といわれた。本人は我々を励ましてくれたつもりでしょうが、われわれは「20年も遅れているのか」とショックでした。

先進国であったはずの日本政府は、消費者問題をないがしろにして、ついに、消費者庁や消費者委員会を地方に移転させようとしています。地方創生が目的ではなく、消費者問題を解決することを企業の負担と考えておろそかにしているのだと思います。それが、タカタや三菱自動車の最近の問題につながるのに、その愚かさに気がつかないのです。消費者問題を甘く見ることは国家の将来を危うくするわけです。こういうことがこの国の為政者には見えていないのだと思います。

次回はさらにこれらの点の考察を深めたいと思っています。

以上

姫路シンポジウム 開催報告

2016. 1. 17

1月16日(土)、姫路商工会議所において、シンポジウム3回シリーズの最終回、「ストップ！ザ 泣き寝入り ～訪問押し売りで、不要なものを買わされた!!」を開催しました。

参加者は60名で、消費生活センター職員、相談員、各種消費者団体の方々などが多く出席されました。(外部41名、ひょうご消費者ネット18名、講師1名)

基調講演では、弁護士で東京経済大学現代法学部教授でもある村千鶴子氏が、前半部で消費者被害の実情や現行ルールの問題点などをお話くださり、後半ではご自身が委員を務める消費者委員会特定商取引法専門調査会での一時物議を醸した議論について生々しく語ってくださいました。

続いてのプログラムは今やひょうご消費者ネットの十八番となった〇×クイズです。回を増すごとに難易度が上がっていき、参加者全員が揃って正解する設問は少なかったようですが、大森節子理事の軽妙な進行と、鈴木専務理事の丁寧な解答解説に、みなさん熱心に耳を傾けていました。

休憩をはさんで、友久検討委員による「ひょうご消費者ネットの活動」報告。消費者団体の定義から始まって、差止請求についての説明、更に取り組み事例などをコンパクトにまとめて発表くださいました。

プログラムの最後は、山崎理事長によるミニ講演「ストップ！ザ 泣き寝入り」です。毎回のようにより迫力ある語り口で参加者を引き込みます。「泣き寝入りをしないために、かしこい消費者を目指すより強い消費者になろう。」、「消費者団体は孤立するのではなく連帯を!」、「消費者よ、立ち上がれ!」と、消費者団体や消費者が団結することの重要性を訴えました。講演の最後には「ストップ迷惑勧誘」の意見書を読み上げ、シンポジウム参加者全員の総意を得て、会を締めくくりました。

今回は、中播磨消費生活創造センターの職員の方々が3名、会場設営から撤収まで参加してください、大変お世話になりました。また、西播磨消費生活センターでも地元の消費者協会に参加を働きかけてくださるなどご尽力いただきました。このように行政と消費者団体が連帯することで、今後の私たちの活動にも広がりが期待できそうです。

金 山



世代を超えてコラボする消費者市民社会

～「消費者・事業者・行政によるワークショップ」を開催～

2月27日（土）、兵庫県民会館にて、兵庫県・ひょうご消費生活三者会議・大学生協阪神事業連合の主催で、消費者・事業者・行政による「世代を超えてコラボする消費者市民社会～消費者・事業者・行政によるワークショップ～」を開催されました。事業者、行政関係者、大学生39名、高校生12名を含む115名が参加しました。

消費者啓発活動を顕著に実践したと認められる大学生に交付される、第4回「くらしのヤングクリエイター活動認定証」の交付式、「くらしの安全・安心推進員」の紹介のあと、消費者・事業者・行政のそれぞれの立場からの活動報告。また、消費者市民社会を広めるために、消費者である大学生や高校生と社会人、事業者、そして行政の三者がそれぞれの役割を考えるためグループに分かれ、互いの意見を尊重し合いながら交流しました。それぞれのアイデアに参加者が投票、上位のチームは全体発表をしました。今後も、「くらしのヤングクリエイター」が中心となり、このワークショップで生まれたアイデアを1つでも実現し、兵庫県の消費者行政の理念でもある「消費者、事業者、行政の信頼と協働により、安全で安心な暮らしを実現する」消費者市民社会をめざしています。



くらしのヤングクリエイター26名が認定されました



熱心にワークショップで交流する参加者



平成27年度地方消費者グループ・フォーラム in 和歌山のご報告



2月8日（月）、地方消費者グループ・フォーラム in 和歌山に参加してきました。会場は、神戸から電車にゆられること約2時間半、和歌山市のプラザホールというところでした。参加者は200名近くのにぼり、ほぼ満員の会場は、熱気と活気に包まれ、盛り上がりを見せていました。

地方消費者グループ・フォーラムは、各消費者団体や行政との情報交換の場となっていて、今回も壁新聞やリレー報告が行われました。壁新聞は各団体の個性が滲み出ている、見てるだけでも楽しくなるものばかりでした。また、今回はグループワークが行われ、参加者の方とも意見交換を行うことができました。フォーラムでは、各団体で熱心に活動している方々と実際に話をすることができ、私自身、とても元気をもらいました。来年は、兵庫県で開催することになるとのことです。来年は、みなさまも参加してみてもいいのではないでしょうか。

吉江直記

2015年度ひょうご消費者セミナー

「転ばぬ先の適格消費者団体！～被害を防ぐみんなの味方です～」に参加して

賛助会員 正保洋子

消費者被害防止のための啓発の講演であった。前半のアド☆コン座のコントは無条件の退会を謳っていた会員制スポーツクラブの退会が無条件でなかった件、結婚式場のキャンセルにクーリング・オフが適用されずキャンセル料が必要なこと、また同時に申込みをしたレンタル衣装の解約に違約金が必要な件について、分かり易くコントで説明していた。確かに言葉だけで説明するよりも消費者の理解ははるかに深いものになっていると思われる。講演後に実施したアンケートの結果からもそれが伺える。

後半は角田龍平弁護士による「消費者トラブルの手口と対策」。講演自体が若干消費者トラブルから外れていた感があり、お話しは楽しいけれど手口もあまり事例紹介がなく、対策にいたっては「弁護士に相談してください。」と言うばかりで残念ながら啓発にはなっていなかった。アンケートには肯定的、否定的な意見がどちらも書かれていたので、受講した消費者の消費者力によってその評価が分かれたのだろう。

※「ひょうご消費者セミナー」は、消費者支援機構関西、兵庫県生活協同組合連合会、コープこうべ、ひょうご消費者ネットの4者が連携事業として毎年開催しています。

今年度は、2016年3月7日、兵庫県民会館にて行われました。

4者連携ということで、生協組合員など一般消費者の参加が多いのが特徴です。セミナーの主な目的は、「適格消費者団体の認知度を図り、活動への支援を呼びかける。」ことですから、まずは、より多くの消費者に参加を呼びかけ適格消費者団体の認知を高め支援を促すことに重きを置いて活動しています。

検討委員会の窓

ひょうご消費者ネットは、平成28年4月1日付けで、株式会社ベルカディアに対し、差止訴訟提起の前提となる、消費者契約法41条所定の請求書を送付しました。

同社は、登山、カヌー等のパックスツアーを主催していますが、旅行契約締結後に、旅行に参加しようとする消費者に対し、「イベントに付随する危険を十分理解かつ認識し、万が一、私自身の生命・身体または財産に対して被害が生じた場合は、貴社の故意または過失による場合を除き、貴社に対する責任追及は放棄し、全て自己責任とすることに同意します。」との文言を含む同意書に署名を求めており、その際、署名をしないと旅行に参加できない旨告知していたことから、不実告知及び不当条項を理由に同意書への署名を求めることを止めるよう請求したものです。

ところが、同社からは、上記の不実告知及び不当条項については争うものの、「ご署名がない場合、イベントには参加していただけませんのでご注意ください。」との記載は「手違いで残っているものであり、削除します。」との回答がありました。

これを受けて、現在、同社に対し、文言削除後の同意書の書式の提出を求めているところです。

投稿しました

- 現代消費者法 東奔西走 31号

- 消費者法ニュース 107号

検討委員の弁護士北村拓也先生による記事が掲載される予定です。

若者向けに健康食品や化粧品をインターネットで通信販売している業者に対して、消費者契約法41条に基づく請求書を送付したことに関する記事です。

- 兵協連だより 「ヨッシーの窓」

吉江がコラムを連載しています。