



NEWS LETTER



NO 67 発行者 適格消費者団体 特定非営利活動法人 消費者ネットおかやま
〒700-0026 岡山市北区奉還町1-7-7 オルガ5階
TEL: 086-230-1316 FAX: 086-230-6880
ホームページ: <https://okayama-con.net> Eメール: npo-syohinet-okayama@sunny.ocn.ne.jp



2024年 8月発行

消費者ネットおかやま第17回総会を開催しました

6月8日(土)、第17回通常総会がオルガホールにてオンライン出席併用で開催され、2023年度事業報告、決算などすべての議案が可決承認されました。

出席状況 本人出席 23名(会場

21名、オンライン2名)、委任出席 14名、書面出席 44名、合計 81名(正会員定数 114名に対し、出席率 71.1%)

司会の萩原美江理事より、開会時の出席状況と定款に基づき総会が成立していることの報告があり、議長に正会員の岩村明生氏を選出し議事に入りました。

はじめに、河田理事長より、活動を支える人々への謝意と会員拡大に努め、特定適格消費者団体へ向けた検討も継続していきたいと挨拶がありました。また、岡山県県民生活部くらし安全安心課の宮原雅史課長からはメッセージをいただきました。



続いて、赤澤佳世子事務局長より、第1号議案、第2号議案の提案がありました。新型コロナウイルス感染症の第5類移行で社会・経済活動が復活する中、ネットの定期購入誘導の広告などの被害は拡大し、SNS等を通じたネットによる被害では、相手を特定しにくい事例が広がっていることなどの説明がありました。差止請求活動は、事業者交渉 22件(連絡7件、質問・要望書3件、申入れ10件、事前請求1件、消費者契約法第12条4項説明要請書1件)を発送し、訴訟は2事業者に対し行った、消偉者情報提供は47件あったこと、特定適格消費者団体認定申請検討は検討チームで進めていること、啓発活動はノートルダム清心女子大学と連携した広告パトロールを実施したことなどが報告されました。

特別報告として大賀宗夫副理事長より、株式会社インシップ広告表示差止訴訟控訴審と上告、上告受理申立てについての中間報告がありました。

第1号議案 2023年度事業報告承認の件

賛成多数で可決

第2号議案 2023年度決算承認の件

賛成多数で可決

報告事項 2024年度事業計画・活動予算

拍手で承認されました

2024 年度消費者月間講演会開催！

6月8日(土)、消費者ネットおかやまと岡山県消費者団体連絡協議会共催、岡山県の後援で 2024 年度消費者月間講演会がオルガホールとオンライン配信にて開催され、約60人が参加しました。



消費者ネットおかやま河田理事長の開会挨拶の後、岡山県消費生活センター次長 竹ノ内 純一さんから、令和5年度の相談状況の報告をいただきました。

講演は、岡山県出身の悪徳商法被害者対策委員会会長 堺 次夫(さかい つぎお)さん。1974年から消費者問題の追及と被害防止に取り組んで50年、変わっていく手口と変わらぬ本質について、豊富な経験をもとに語られました。昨今の悪徳商法の世界は加害者、被害者ともに“世代交代”が進み、ITを多用した手口では生成AIの活用事例もさっそく出ており、ここはぜひ若者に期待したいと述べられました。地方行政の執行力は低下しており、警察の摘発、法規制もまだまだ弱い、マスコミは弱腰、広告代理店は悪質業者のチェックが甘いなどの現状があり、その中で消費者一人一人が本質を学ぶことが大切、と消費者ネットおかやまと岡山県消団連への期待のエールもいただきました。

2024 年度 岡山県委託事業 見守り力アップ講座実施中

今年度も岡山県からの委託事業「見守り力アップ講座」を受託し、県内各地で地域の見守り活動の前進や見守りネットワーク構築に向けて県と協力しながら進めています。

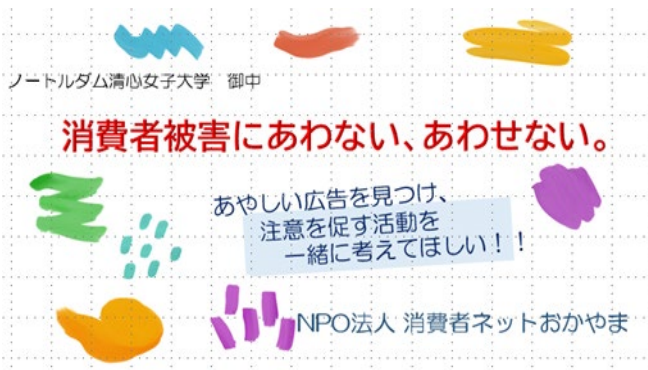
下期(2025年2月まで)にまだ枠があります。開催のお問い合わせは消費者ネットおかやま事務局まで。詳細、申込書は右の二次元バーコードから。



ノートルダム清心女子大学広告表示パトロール

～今年も取り組みます！

昨年度、ノートルダム清心女子大学 地域連携・SDGs 推進センター濱西栄司センター長のご協力で実現した 広告表示パトロールは、4人の学生さんの協力で得た情報の検討を検討委員会で実施し、そのうち2事業者への差止申し入れ活動につながりました。



今年度も、4人の学生さんから応募を頂き、7月10・12日に初回ミーティングを行いました。スマホネイティブ世代の新鮮な着眼点に驚きを頂きながら、12月まで学業に影響が出ない範囲で活動を考えています。

参加者の一人は、「若者の消費者に対する適格消費者団体の活動」をテーマに研究中です。

◆差止請求訴訟の経過◆


(株)インシップに対する広告表示差止請求訴訟の控訴審は敗訴し、上告及び上告受理申立手続きを行いました。

相手方 事業者	差止請求訴訟の内容	経過
株式会社インシップ 健康食品 「ノコギリヤシエキス」新聞広告表示 「中高年男性のスッキリしない悩みに」 「☀️早く降りたくてソワソワ」「🌙何度も…ソワソワ」男性がソワソワしているイラスト表示	健康食品「ノコギリヤシエキス」新聞広告が、消費者に対し医薬品的な頻尿改善効果効果を表示し、景品表示法5条1号が禁止する優良誤認表示にあたると考え改善を求め2019/7/12に文書を送りましたが受け取り拒否、その後の事前請求書も受取拒否されたため、広告表示の差止めを求め岡山地方裁判所に提訴しましたが、一審では主張を認められませんでした。 2022/10/3に広島高等裁判所岡山支部に控訴状を提出し、控訴審6回期日を経て11/7結審、12/7に判決言渡しがあり敗訴となりました。 12/19最高裁判所に上告及び上告受理申立を行いました。	広告表示差止請求 2020/2/19岡山地方裁判所提訴 第1回期日 7/28～ 第15回期日 2022/6/21 弁論終結 2022/9/20判決敗訴 請求棄却 2022/10/3 広島高裁岡山支部に 控訴状提出 第1回期日 2023/1/26 第6回期日口頭弁論 11/7 12/7判決言渡し 請求棄却 12/19上告状兼上告受理申立書提出

2024年度 主な差止請求・申入れ・照会活動

※消契法=消費者契約法、景表法=不当景品類及び不当表示防止法、特商法=特定商取引法 の略です。

事業者名、時期	申入れ、差止等の内容	経過・結果
株式会社 メディビューティ 2020/4/8～ 最初の質問書送付	脱毛サロンLACOCO運営会社。「全身脱毛月額3,300円、初月0円 まるごと全身最短6か月!」と大きく表示、離れた場所にそれよりも小さく「全身脱毛6回プラン〔36回払い〕の毎月のお支払額です。総額118,900円」と表示があります。初月0円は割引ではなく、支払いが後にずれるだけで、景表法5条2項有利誤認表示に当たると考え、改善を求めて2023/6/7申入書を送付しました。6/14回答書が届き、ページ内で確認できる位置に総額表示を移動し改善も、「初月0円」は消費者苦情がないとの内容でした。総額表示は依然小さく、改善不十分と考え11/16消費者契約法41条事前請求書を発送しました。	改善連絡がないため、3月13日督促状送付。
鳥取瓦斯産業 株式会社 2021/8/5～ 2024/7/10	LPガス供給契約書の違約金条項が消費者に一方的に不利益な内容があるとの情報提供が消費者から寄せられ、書面開示依頼を行いました。提供書面を検討し、2022年6月に消契法10条違反の改善を求め、申入書を送付しました。 事業者7月・9月「連絡書」を受取り、3/16に回答を求め連絡書を送付し、一部改善をするとの回答が6/29に届きました。9/13キャンセル料根拠などの回答を求め「連絡文」を発送、10/3に届いた回答書を検討し、終了予定の連絡をしました。しかし、改訂後の契約書に一部改善されていない箇所の改善を確認し、終了連絡文送付。	改善確認し、7/10終了連絡文発送。
株式会社 イースプラント 2022/10/24～	ネット接続通信環境提供サービス事業者。電話勧誘で訪問を受けた。料金が安くなると言われたが安くならず解約したところ、違約金の請求を受けた。違約金が平均的損害を超えていると考え申入書送付。7/13督促状を発送しましたが現在まで回答がありません。 対応を検討中です。	事業者回答待ち 対応検討中。

<p>株式会社 Crea 2023/2/7～ 2024/6/10</p>	<p>SNS の広告を入り口に化粧パック特定申込画面まで誘導、初回限定 500 円としながら実は定期購入契約で 2 回目以降 3 パックが届き約 3 万円の請求を消費者は受けず。販売事業者に対し、景品表示法上の 2 重価格表示に当たるとして 2/7 初回限定 95%OFF の表示を止めるよう求める申入書を送付しました。 3/22 更に特商法に基づく申入書を送付、4/12 に回答が届きました。該当商品の販売を終了している、誤認を誘う表示の意図はないとの内容です。ネット販売が残っており、改善再申入書を 11/16 送付し、広告表示が検索できなくなったことから、6/10 終了連絡文送付。</p>	<p>事業者回答待ち 対応検討中。 詳しくはこちら</p> 
<p>株式会社 OFF t ON 2023/5/11～ 2024/7/10</p>	<p>運営するウェブサイトのダイエット商品 AT COFFEE の価格表示、「通常価格 5,980 円、初回限定 500 円(約 91%OFF)」は、amazon.co.jp で一袋 3,582 円で販売されている事実からすると有利誤認表示に当たると考えています。実際には初回で解約すれば 5000 円のキャンセル料が生じ、消費者の負担となります。有利誤認表示の差止を求め、5/11 に申入書を発送、6/5 に回答書が届いたものの、内容が不十分と考え 11/16 に 2 回目の申入書を送付し、12/7 再回答書が届き、「問題表示のあるサイトは停止し閲覧不可の状態にした」とのことで、サイト閉鎖を確認し、終了連絡文を送付しました。</p>	<p>7/10 終了連絡文 送付</p>
<p>ギガネット株式会社 2023/12/12～</p>	<p>学生マンションインターネット設備サポート事業者の月額接続料が、月に何回も引き落とされる被害が発生。適格消費者団体の差止権限範囲外の電気通信事業法案件であるため、適正な引落を求める内容の「要望書」を送付しました。 3/31 現在 事業者からの回答はありません。現段階で、適格消費者団体ができることには限界があり、7/11 総務省「電気通信サービスに関する情報受付フォーム」に通報しました。</p>	<p>回答待ち 総務省「電気通信サービスに関する情報受付フォーム」に通報。</p>
<p>株式会社 スタイルピー 2024/3/13 ～ 7/10</p>	<p>「しろがね美白パック」の販売を勧誘する広告チラシにおいて医薬部外品の薬用化粧品としては謳えないこと、定期購入であることが認識できない可能性がある標記になっていること、などから消契約法 4 条 1 項 1 号、4 条 2 項に該当するとして、チラシの回収と破棄、配布の停止、HP での説明文の掲載を行うよう申し入れました。 4/12 回答受取。問題チラシ流通停止と内容改善を確認し、7/10 終了連絡文を送りました。</p>	<p>7/10 終了連絡文 送付</p>
<p>株式会社 ■■ (事業者名 非公表) 2024/3/13～</p>	<p>インターネット上の販売商品“サプリ状の健康食品”を HP から商品選択すると、「定期コース通常価格 5,373 円を初回限定価格 1,980 円」と案内されています(2024/4/4 現在)。サイト最下部の特商法表記欄をクリックした説明画面では、2 回目を受け取る前に解約すると解約料が発生するとされています。その説明が適用されるという同商品の広告 URL では「初回限定価格 980 円」となっています。HP からの商品選択による注文では 2 回目を受け取る前に解約すると解約料が発生する旨は記されていません。注文サイトが複数あり、それらで価格も異なるが、解約料の扱いに違いがあるのか、の質問と、解約料の説明の明確化を要望する文書を送付しました。 4/16 回答受取 7 月末に広告表示の修正を行うとのこと。実施内容を確認して、対応を行います。</p>	<p>質問書兼要望書 送付 回答受取、対応検討中。</p>

他、葬祭会社などに申し入れを行っています。

「紅麹」事件が問うもの

理事長 河田 英正（弁護士）

小林製菓株式会社が製造販売している「紅麹」の成分を含む機能性表示食品を摂取した人に腎疾患が発生し、これが原因で死に至った人もいるとの報道がなされています。2013年の規制緩和の動きがでてきた当時から健康食品の機能性表示の容認の動きには消費者団体などから反対の声があがっていました。今回の事件でも、医学的機序、因果関係の解明に時間を要していて、被害者の早期救済にも障害となっているように思えます。

現在の制度は、事業者は機能性に関する科学的根拠などの必要事項を消費者庁へ届出をし、事業者は、自主的な情報開示のみによって製品に機能性の表示をします。これを登録制にすれば、事前に不適切な製品を排除できる可能性があり、事後においても機能性表示の取消・出荷停止などの対応することも可能となります。また、事故につながるような不都合な事実を行政機関への報告義務を課すことによって被害の実情をいち早く行政において把握し、早期に被害拡大防止の手続きが可能となります。さらに、因果関係の立証など被害者には困難であることなどから、食品事故などの被害者救済制度の創設によって、被害回復が迅速に可能となるように抜本的な制度改革が検討されなければならないと思います。

昭和30年に森永ヒ素ミルク中毒事件が発生しました。しかし、その被害者救済は昭和49年、財団法人ひかり協会が設立され、森永が全被害者の恒久的救済事業の全費用を負担することでやっと決着がつかれました。この事業は、今もおひかり協会によって継続されて被害者の生活を護っています。食品事故の被害は、いったん発生すれば、解決までに相当の時間を費やし、人の人生に大きなダメージを与え、深刻な被害をもたらすこととなります。今回の「紅麹」事件は、かつての食品事故に学ぶことなく、安易に届け出制度による「機能性表示食品」が認められているという根本的な制度の欠陥、被害者救済制度がないこと等による被害の拡大、迅速な被害救済が妨げられていると思われます。

7/29 「個人情報保護法 いわゆる3年ごと見直しに係る 検討の中間整理」に関する意見

8/26 地方消費者行政に対する財政措置(交付金等)の

継続・拡充を求める要望書

上記2つのパブリックコメント・意見書を、他の適格消費者団体と連名で提出しています。
詳しくはホームページに掲載します。 <https://okayama-con.net>

