



## 2018 年度京都消費者問題セミナーを開催しました！

テーマは

「本当にいいの？クリックする前に確認を！～広告・表示の落とし穴について考えよう～」

10月11日(木)ハートピア京都で開催され、40人が参加しました。

消費者被害の事例と対策について広く啓発し、適格消費者団体の認知をはかることを目的に毎年開催しており今年も12回目。京都府くらしの安心・安全推進月間事業として実施しました。

主催は、京都府、NPO 法人コンシューマーズ京都、適格消費者団体 NPO 法人京都消費者契約ネットワーク(KCCN)、特定適格消費者団体 NPO 法人消費者支援機構関西(KC's)、京都生協、京都府生協連で、京都市の後援事業。

「本当にいいの？クリックする前に確認を！～広告・表示の落とし穴について考えよう～」と題して、公益社団法人日本広告審査機構(JARO)関西事務所 武田典子さんによる講演がありました。

広告・表示についてのさまざまな相談を消費者だけでなく事業者からも受け、改善や公正な広告表示を促す機関である JARO より、最近の広告・表示の傾向、消費者はどのような点に注意したらよいかについて、わかりやすくお話いただきました。

日本国内の広告費で一番多いのはテレビの広告に使われる費用、二番目がインターネット広告に使われる費用だが、インターネットがテレビを超えるのは時間の問題であること。

インターネット広告では、ネット特有表示方法であるスクロール(開いている画面では表示しきれない部分があり表示サイズはそのまま表示の範囲をずらすことで見えるようにする動作)により消費者が誤解しやすいことや、表示や広告をだしている事業者で簡単に削除変更できることから追跡しにくいという特徴があること。

よって私たち消費者は「広告を見るチカラ」「メディアリテラシー(情報を読み解き、活用する能力)」を持つことが必要であることを学びました。

つづいて京都消費者契約ネットワーク(KCCN)事務局・森貞涼介弁護士より、「インターネットでお試しとして、初回は560円という表示を見て健康食品を購入したが、実は定期購入だった」という事例を中心に活動報告がありました。

次に消費者支援機構関西(KC's)・被害回復検討委員・伊吹健人弁護士から「葛の花由来イソフラボンを配合した機能性表示食品の販売業者に対する申し入れ活動」を中心に活動報告がありました。

KCCNは内閣総理大臣認定の適格消費者団体、KC'sは特定適格消費者団体。

適格消費者団体は消費者に代わって事業者の不当な勧誘方法や契約をやめさせるために裁判をする権限が与えられた団体、特定適格消費者団体はそこから一步すすんで、消費者のお金を取り戻すために裁判をする権限が与えられた団体だということについてもわかりやすく説明がありました。

参加者からは「広告や表示をみるとき、リテラシーは大切だと改めて思った」「被害回復してくれる消費者団体があることがわかった」などの感想が寄せられました。

(2018年10月)