



第 1 1 4 号

岡本 朋子
KCCN 事務局

2023 年度京都消費者問題セミナーを開催しました！

テーマは「SNSから忍び寄る罠！～私はだまされないと考えているあなたは本当に大丈夫？～」

1、行政と消費者団体のネットワークを活用した消費者問題セミナーを 2023 年度も開催

2023 年 11 月 25 日(土)、オンラインで開催、73 人が参加しました。

京都消費者問題セミナーは、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、今年は 16 回目。京都府くらしの安心・安全月間事業として実施。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)、適格消費者団体 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、併せて京都市が後援する事業です。

2、テーマについて

このセミナーは毎年、主催団体より実行委員を選出して実行委員会を立ち上げ、企画について検討を重ねて開催をしています。

今回のテーマは「SNSから忍び寄る罠！～私はだまされないと考えているあなたは本当に大丈夫？～」です。

2021 年度より京都産業大学法学部・坂東俊矢教授(弁護士・KC's 常任理事)を講師にお迎えし、「成年年齢引き下げ」をテーマに開催してきました。その流れで今年は若者が多く利用する「SNS」に焦点を当て、引き続き坂東先生に講師をお願いし、大学生にもパネラーとして参加してもらって、SNSを日常的にどのように利用しているのか、自分や周りでSNSがきっかけでトラブルや消費者被害に遭ったことはあるか、困ったときに相談する場所はあるかなど、現状を聞き、いっしょに考え合うセミナーとしました。

3、開催内容について

冒頭に、京都消費者契約ネットワーク(KCCN)理事長・弁護士の野々山宏先生より、セミナー開催の趣旨と消費者団体訴訟制度・適格消費者団体、特定適格消費者団体の紹介を交えて開会挨拶がありました。

続いて、講師の坂東先生が、学生アンケートの紹介を交えながら、最近の消費者相談とインターネット取引とSNSの状況、それに対する意識やとらえ方などについてお話をされました。そのあと、消費生活相談員・大阪府金融広報アドバイザーの久保育子さんより「消費生活相談の現場からSNSに関連した消費者トラブル『美・金』事例紹介」と題して報告がありました。

そして、美と金 の表題のとおり、脱毛エステ通い放題の事例、副業トラブルの事例など、急増している消費者

トラブル事例を中心にわかりやすく紹介いただきました。

次にパネルディスカッションが実施され、冒頭で京都消費者契約ネットワーク(KCCN)事務局長・弁護士 増田朋記先生より、差止請求訴訟を提訴した定期購入の事例報告がありました。

SNSやインターネットで、「初回 980 円」「お試し初回〇円」「モニターコース100円」などと安価な価格でお試していただけるような表示をみて申し込むと定期購入になっていたという事例です。これの事例では、KCCNなどに差止請求をされると、表示を変えたり、チャット画面に誘導するなどすぐにあらたな手口をあみだして購入させる、ますます消費者にはわかりづらく巧妙になっている現状があります。こういった表示は広告ではなく勧誘にあたるし詐欺商法、錯覚商法ではないかという主張をしているという報告もありました。

そのあと坂東俊矢先生をファシリテーターに、パネリストとして増田朋記先生、大久保育子さん、京都産業大学法学部4回生の則本楓太さん、同志社大学経済学部1回生の松崎亨星さんに登壇いただき、1) SNSをどのようにとらえているかなど現状について2) SNSであふれる情報をどこまで信じるか、インフルエンサーや友人からの情報ならば信じてしまうのかなどについて、3) これからのSNSへの向き合い方、課題等について、活発な議論がされました。オンライン(ウェビナー)開催により多くの参加があり、Q&A を利用して参加者からも質問を受け付け、活発な交流ができました。

司会はコンシューマーズ京都事務局長の溝内啓介さんがつとめられました。

4、開催をおえて

SNSはいまや年齢を問わず、生活の一部、生活と密接したツールで、若年層にとっては物心ついたときからスマホがあります。

若年層には、友人や先輩から勧誘されると軽い気持ちで契約してしまう、自分の好きなインフルエンサーがすすめているものはいいと思ってしまうという傾向がみられ、ステルスマーケティングやターゲティング広告など巧妙化する事業者からのアプローチや勧誘には、リテラシーをもっているにもかかわらずひっかかっているのが現状。

最近では40代、50代でもターゲティング広告をみて契約することが多くなっています。

今回はパネルディスカッションのなかで、坂東先生より、商品を選ぶとき、飲食店をきめるとき、すくなくならずロコミは見るし、推しのインフルエンサー、ユーチューバーが何を使っているか気になる、買ってみたいなどは誰しもあるなかで、果たして SNS とどうつきあっていくのか、またどう向き合っていくのかが大切。また自分が書いているロコミが、気がつかないうちにいつのまにか取引に利用されていることも忘れてはいけない。

大久保さんからは、よく啓発で情報を鵜呑みにせずリテラシーを持ってなどというアドバイスがあるが、具体的には「つつこみをいれてみる」まずは書いてあることに「ほんまか？」と問いかけて考えてみるクセをつけること、そういう視点が必要であるということ。相手が自分に出している情報と自分が出している情報のバランスをちょっと立ち止まって考えてみる。相手のことは住所も連絡先も知らない。メッセージのやりとりだけで、LINEをブロックされたらまったく連絡がとれないのにもかかわらず、自分は相手に何を提供したのかを冷静に考えることが大切、などのアドバイスがありました。

増田先生は、プラットフォームの規制については検討されているが、実際に起こっている被害との温度差がある。救済できる制度をつくるべきだと話されました。

学生たちからは、セミナーではさまざまな問題点がわかった、周りの友人や家族などにも本日学んだことを伝えたいとの発言がありました。

めまぐるしく早いスピードで日々情報が目にとびこんでくる現在、消費者に啓発して消費者が自ら気をつけていくことには限界があり、法規制が後手にまわり、なかなか追いついていないということを感じました。

参加者からは「幅広い年代の方、立場の方のお話がきけてよかった」「このような学習会は大変有益で広く知ってほしいので、継続してやってほしい」などの感想が寄せられました。

今後も行政や地域の消費者団体等との連携で、そのときどきの消費者問題をテーマに取り上げ、学習の機会をもつことと、適格消費者団体・特定適格消費者団体の活動や役割の広報にも努めていきます。



京都産業大学法学部教授 坂東俊矢弁護士



京都消費者契約ネットワーク理事長 野々山宏弁護士



大久保育子消費生活相談員



京都消費者契約ネットワーク事務局長 増田朋記弁護士



学生を交えてパネルディスカッション

(2024年1月)