



第123号

増田 朋記
KCCN 事務局長・弁護士

COCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト

消費者団体訴訟制度は、当団体のような内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体による「差止請求」と、特定適格消費者団体による「被害回復」の制度があり、消費者の被害を防ぎ、回復するために重要な役割を果たしてきました。

しかし、残念ながらその知名度は決して高いものとはいえません。むしろ、あまり知られていないというのが実情でしょう。私も様々なところで講演する機会に、当団体の差止請求の成果などをご紹介しますが、消費者団体の関係者を別にすれば、消費者団体訴訟制度については初めて聞いたという感想がほとんどです。

適格消費者団体の活動は、基本的に会費と寄附によってのみ支えられており、知名度はこうした団体の財産的基盤にも関わるものですから、非常に重要な問題であり、関係者にとっては長年の課題であるといえます。

このような課題への一つの解決策として、2024年4月1日に消費者庁によって設置されたのが、「COCoLiS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト」です。

リンク先: <https://cocolis.caa.go.jp/>

同サイトの設置に伴って、まず「消費者団体訴訟制度」というなかなか浸透し難い名称について、COCoLiS(ココリス)という愛称が定められました。

これは、消費者団体訴訟制度の英訳となる Consumer Organization Collective Litigation System の頭文字をとったものです。

さらにマスコットキャラクターまで設定されています。こりす(消費者団体訴訟制度のキャラクター)、てりす(差止請求のキャラクター)、とりす(被害回復のキャラクター)という3体のリス型のキャラクターです。

そして同サイトでは昔話・童話にからめた各制度の紹介動画もあげられています。

(次頁に続く)

また、以上のような広報面のみならず、同サイトには情報検索用のツールとしても有用な機能が備えられています。差止請求や被害回復の情報が随時掲載されており、キーワードでの検索もできるようになっているので、消費者団体訴訟制度を利用した活動が、過去から現在に至るまで、容易に把握することができるようになっています。

これまでも各団体において、それぞれがウェブサイトを作成し、情報提供などを行ってきましたが、こうしたポータルサイトが消費者庁によって設置されたことの広報効果はより大きなものとなるように思います。

もともと、ウェブサイトは既に興味をもった人が詳細を調べる上では有用ですが、全く知らない人に周知するという目的においては、十分な効果があるか疑問もあります。

最近の社会の傾向に鑑みても、効果的な広報を行うためには、より能動的なツールを利用することも必要かもしれません。

Instagram や TikTok といった画像・動画を伴う SNS ツールはその有効性が明らかだと思いますが、現状のマンパワーではほとんどの消費者団体にとって非常にハードルが高いツールとなっています。このあたりも上記ポータルサイトから発展していくようですといいいのですが。

本稿を読んでいただいた、皆様にも、是非 COCoLiS(消費者団体訴訟制度)についてまわりの皆様にご周知いただき、知名度アップにご協力いただけますと幸いです。

(2024 年 8 月)