

みんなで防ごう！消費者被害

知っていますか？ 適格消費者団体のこと



P.2～5

KCCNとは
P.10～11

消費者団体
訴訟制度
P.6～7

集団的消費者
被害回復制度
P.8～9

差止請求訴訟
事例・携帯電話
P.12

差止請求訴訟
事例・冠婚葬祭
互助会
P.13

差止請求訴訟
事例・健康食品
チラシ広告
P.14

差止請求訴訟
事例・インター
ネット回線
P.15

差止請求訴訟
事例・健康食品
お試し
P.16

差止請求訴訟
事例・水素水
P.17

消費者被害とは
P.18

消費者法とは
P.19

KCCNと
消費生活センター
P.20～21

消費者に向けて
P.22

事業者に向けて
P.23

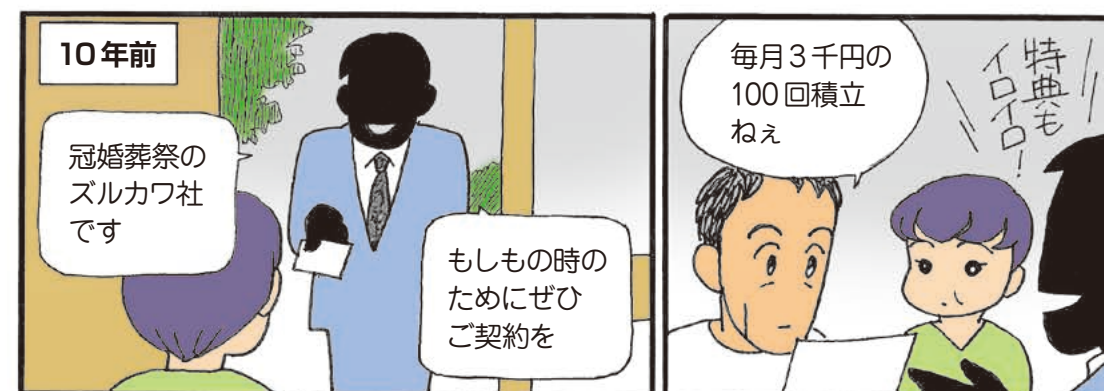
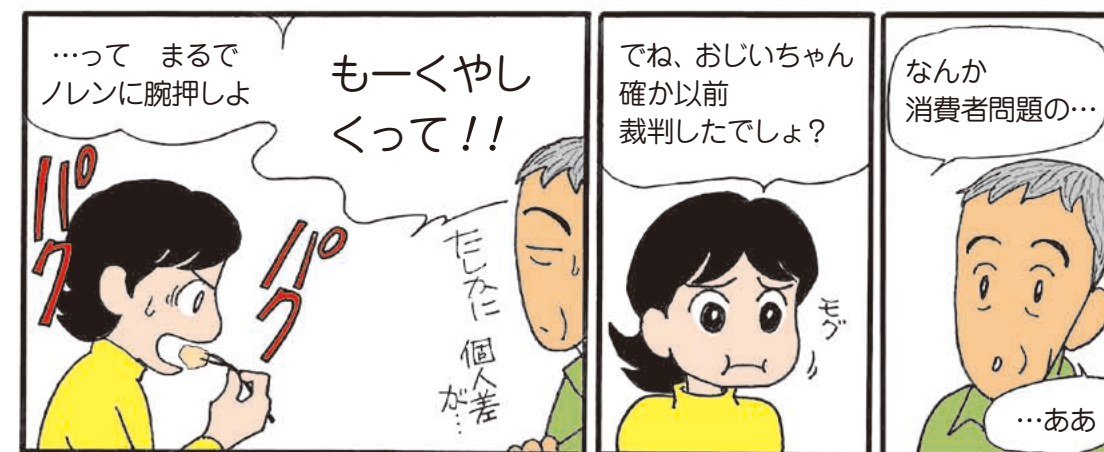
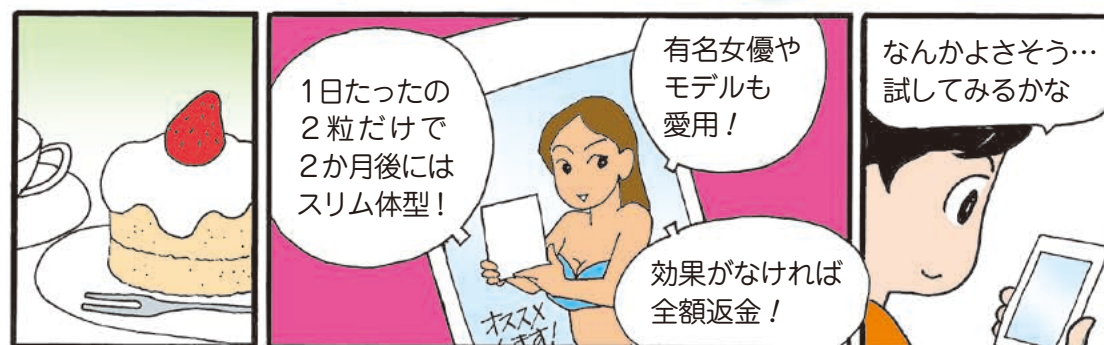
企画・編集

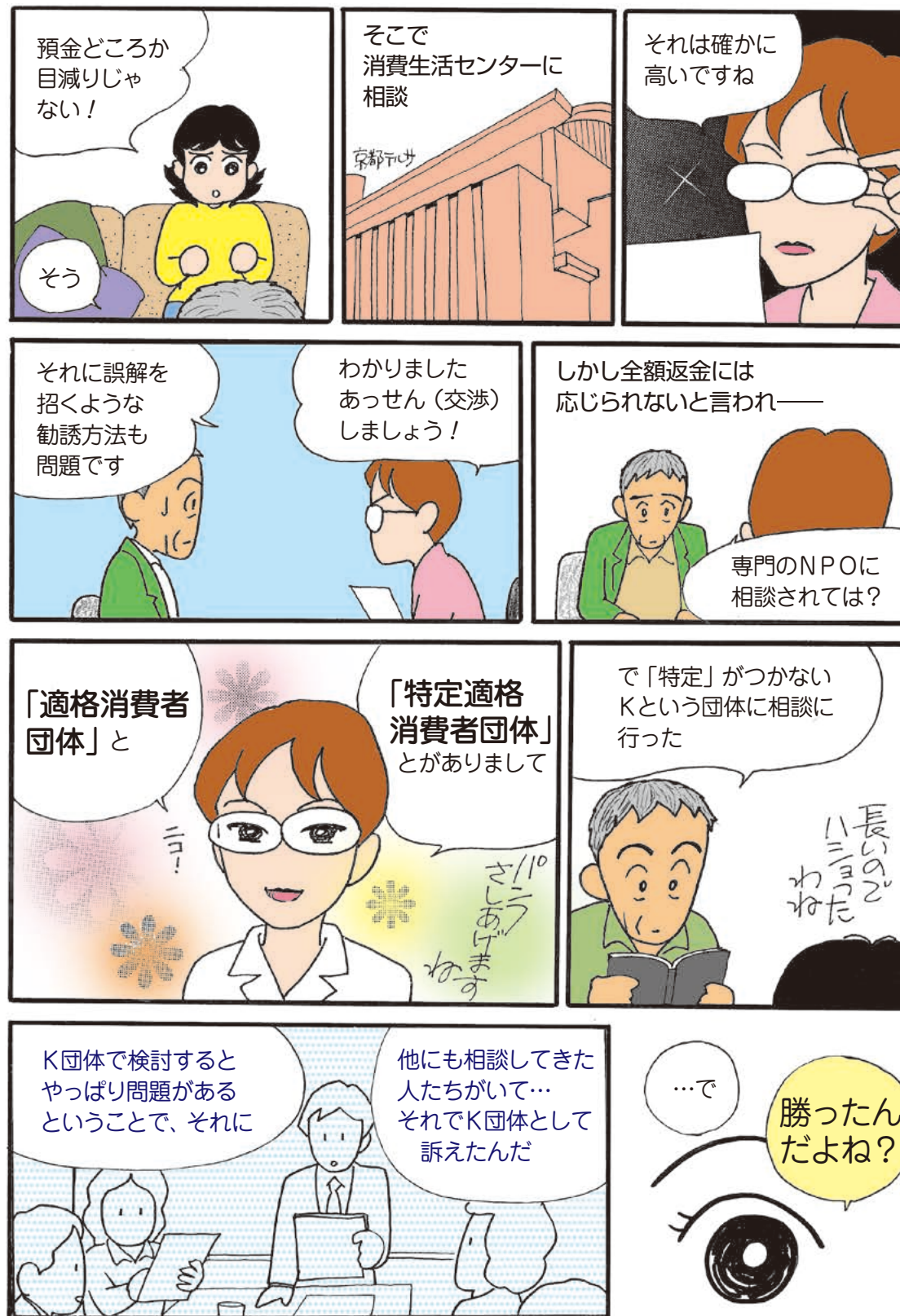


内閣総理大臣認定・適格消費者団体
NPO法人 京都消費者契約ネットワーク

発行

京都府消費生活安全センター





消費者団体による「消費者団体訴訟制度」って何？

こんな経験はありませんか？

「家に来たセールスマンがなかなか帰ってくれず、仕方なく契約した。」「病気に効くという健康食品の広告が疑わしい。」など、消費生活の中でおかしいと感じた経験はありませんか。このような問題のある事業者の販売行為は、あなただけでなく他の消費者にも繰り返し行われています。

このような多くの消費者に被害をもたらす問題のある事業者の販売行為を、消費者団体に止めさせる請求や裁判をする権限を与えているのが消費者団体の差止請求です。

こんなことをやめさせる(=差し止める)ことができます。

(1)問題のある勧誘行為(消費者契約法)

①大事なことについて事実と違うことを告げる勧誘、②将来どうなるか分からないことを断言した勧誘、③有利なことだけ言って、不利なことはわざと言わない勧誘、④帰ってほしいと言ってもちっとも帰らない勧誘、⑤帰りたいてと言っても店などから帰してくれない勧誘、⑥通常必要ではないことを知りながら大量の商品やサービス販売をすること

(2)問題のある契約条項(消費者契約法)

①事業者が一切責任を負わないとする条項、②高額すぎるキャンセル料、③法律で認められたキャンセルの権利をできないようにさせる条項、④常識で考えて、消費者に一方的に不利な条項

(3)不当な表示(景品表示法)

①実証データも無いのに効能があるかのように良いものだと思わせる広告(優良誤認表示)、②定価なのに「今なら半額」などと有利と誤認させる広告(有利誤認表示)

(4)そのほか、特定商取引法、食品表示法に違反する勧誘行為や表示

差止請求ができるのは京都消費者契約ネットワーク(略称:KCCN)などの「適格消費者団体」

「適格消費者団体」は内閣総理大臣によって認定された消費者団体です。各地の団体が多くの不当な勧誘行為を止めさせています。京都府に本拠を置く、KCCNも適格消費者団体の一つで、多くの差止訴訟を提起して、冠婚葬祭互助会のキャンセル料条項を是正させたり、健康食品の問題のある新聞チラシを止めさせるなど成果を上げています。

差し止め請求って何？

悪質な勧誘行為をやめさせる！



みなさんを代表して

「適格消費者団体」が事業者の問題行為をやめさせます！

皆さんから提供
いただいた情報を元に
差止請求を行います。



ウソの広告もやめさせる！

次の法律に基づき事業者の問題のある
行為をやめさせます！

- ・ 特定商取引法
- ・ 消費者契約法
- ・ 食品表示法
- ・ 景品表示法



裁判をして、事業者の問題あるチラシの配布を差し止めたりもします！

適格消費者団体は、内閣総理大臣から認定を受け、消費者を代表して、消費者契約法12条の差止め請求を行う権限を有する団体です。

消費者団体による「集团的消費者被害回復制度」って何？

消費者被害の泣き寝入りはもうさせない！

大事なことについて事実と違った説明をする不当な勧誘や、高額なキャンセル料を取る不当な契約条項によって被害を受けたら法律ではお金を返してもえます。しかし、事業者がすんなりお金を返してくれなかったら、裁判をしなくてはなりません。ところが、裁判をするには、気力、時間、お金をかけなくてはならず、泣き寝入りをするのが多々あります。

そこで、被害者が多い場合に、被害者に代わって消費者団体が被害回復を集团的に実現する制度が新しくできました。消費者被害の泣き寝入りをやめさせる制度です。

差止請求では被害の回復はできないの？

差止請求は、不当な販売行為を止めさせ将来の被害拡大を防ぐ制度です。過去の被害の回復は差止請求では実現できません。被害を回復する制度が必要です。

被害回復ができるのは「特定適格消費者団体」

集团的消費者被害回復の裁判ができるのは、「適格消費者団体」の中でもさらに厳しい要件で内閣総理大臣に認定された「特定適格消費者団体」です。KCCN はまだですが、将来的には認定を受けることを目指しています。

集团的消費者被害回復制度の流れ

(1) 第1段階…不当な行為かどうかをまず消費者団体が代表して裁判で決着

消費者被害の回復には、事業者被害に賠償する責任があるかどうかを確定させる必要があります。裁判ではこれが一番難しいところです。これを、「特定適格消費者団体」が多数の被害者に代わって裁判をして、まず決着をつけます。「特定適格消費者団体」が勝訴すれば次の第2段階に進みます。敗訴すれば裁判は終わります。

(2) 第2段階…被害者が返金を受ける手続き

「特定適格消費者団体」が勝訴すると事業者は被害者に返金をする義務が発生します。消費者団体がこの被害を受けた人に手紙やHPのお知らせなどで、返金手続きへの参加を呼びかけます。呼びかけに応じた被害者には、勝訴判決を前提に簡単な手続きで被害額が認定されて消費者団体を通じ返金が行われます。

これまで十分でなかった被害の回復が簡単にできるようになったのです。

集团的被害回復制度って何？

ステップ1 団体が消費者を代表して裁判をします！



こんな悪質なセールスは違法です！



① 共通義務確認訴訟

みなさんを代表して、「特定適格消費者団体」が事業者に対して裁判を起こします。裁判では、問題行為であることが認定されます！

ステップ2 消費者の参加を募集し、返金します！

② 簡易確定手続き

- ・ 団体が同じ被害に遭った消費者に対して参加を呼びかけます。
- ・ 被害に遭った消費者は、団体の勝訴判決を前提に、簡易な手続により返金を受けることができます。

→ 返金を受けることがずっと簡単に！

被害に遭った消費者のみなさんは、集まってください！



これまでは認められていなかった **被害回復(返金)**ができるように！

この制度は、「特定適格消費者団体」という、内閣総理大臣から特定認定を受けた適格消費者団体が主体となります。KCCN は、特定適格消費者団体の認定を受けることを目指しています。

携帯電話通信契約の解約料



- MNP（モバイルナンバーポータビリティ）制度では電話番号を変えずに携帯電話会社を変更できます。
- しかし、多くの携帯電話会社では2年間の定期契約として中途解約する場合には9,500円（税抜）の解約料を徴収しています。
- これは消費者の携帯電話会社を選択する自由を阻害するものです。
- KCCNでは、大手携帯電話会社3社に対し、消費者契約法で無効だとして、この解約料条項の差止を訴訟で請求しました。

成 果

- 対大手携帯電話会社K社の1審判決では差止が認められましたが、高裁ではいずれもKCCNの請求は認められませんでした。
- 一部の高裁判決では事業者の損害の内容は「解約時までの割引額」とされましたが、別の高裁判決では「解約後の逸失利益」とされました。消費者が支払う損害金の中身が何かについて高裁判決が統一した見解をだせないほど、解約料の中身は曖昧で、消費者にとって不当なものといえます。
- これらの訴訟がきっかけとなって、総務省、公正取引委員会で解約料についての議論がなされ、公正取引委員会では解約料を徴収しないことが望ましいとされました。

完成した冊子では、2012年7月20日付の読売新聞記事を掲載しています。

冠婚葬祭互助会の解約料



- 冠婚葬祭互助会契約は、毎月一定額を積み立て、将来お葬式などの費用に充てることができるとするものです。
- ところが、多くの冠婚葬祭互助会では解約時に高額な解約料を徴収されており、長年大きな消費者問題とされてきました。
- KCCNは、冠婚葬祭互助会を運営するS社に対し、解約条項が消費者契約法で無効だとして、解約料条項の使用の差止を訴訟で請求しました。

成 果

- 訴訟の結果、解約料の一部が消費者契約法により無効とされました。
- この訴訟後、経済産業省などでも解約料の議論がされ、S社を含め業界では自主的に解約手数料の引き下げを実施しました。満期後に解約するケースでは引き下げ前には43,700円であった解約料が引き下げ後では20,329円と半額以下になりました。
- 同種の契約は全国で2000万件以上あったと言われており、この訴訟の社会的影響は極めて大きかったといえます。

完成した冊子では、2011年12月14日付の読売新聞記事を掲載しています。

健康食品チラシ広告



- 新聞の折り込みチラシのなかには、健康食品を摂取すると、癌が良くなった、病気が改善したという体験談が掲載されているものがあります。
- ところが、消費者からは実際にチラシをみて商品を購入して摂取してみても効果がなかった等の相談が寄せられ、長年問題視されてきました。
- KCCN は、新聞の折り込みチラシで、癌が良くなった等の体験談を掲載していた、健康食品を扱うS社に対し、チラシ配布の差し止めを求めて訴訟を提起しました。

成果

- KCCN は、問題解決のため、京都地裁に裁判を起こしました。
- 京都地裁では全国ではじめて健康食品のチラシの差し止めが認められました。
- 体験談形式で効果を謳うチラシも、違法とされました。

注意点

- チラシを見て商品を購入する前に、本当に効果があるのか、医薬品でないのに医薬品のような効果を謳っていないか、確かめるようにしましょう。



2015年2月1日 ニッポン消費者新聞掲載「クロレラの記事」

インターネット通信契約解約料



- インターネット通信契約に関して、短期間の利用で解約を希望しても高額な解約料を請求されるトラブルが発生しています。
- 解約料は約款で定められますが、消費者契約法では高すぎる解約料を取ってはいけないというルールがあります。
- KCCN は、2年以内に解約する場合に、残りの期間分の利用料全額を解約料としていたK社に対し、約款でそのような解約料の定めを使うことを止めるように求めて訴訟をしました。

成果

- KCCN が勝訴し、K社は約款で残りの期間分の利用料全額を解約料とする定めを使ってはいけないという判決が出されました。
- この判決は、インターネット通信契約で顧客の囲い込みともいえるような高額な解約料が問題となっていた状況に活路を開いた画期的なものとなりました。
- また、判決理由の中で、初期工事費用を解約料の金額に含めることは認められないとの見解を示したことにも意義があります。
- K社は、判決を受けて、約款を改訂しています。

注意点

- インターネット通信契約をする時には、解約料についても確認するようにしましょう。

完成した冊子では、2016年12月10日付の読売新聞記事を掲載しています。

お試しと思ったら定期購入？



「初回お試し価格」などと称して、通常価格よりも大幅に割引いた金額を大々的に表示し、消費者を誘引する広告が多くあります。

本当に1回だけのお試しで、2回目以降を買うことは消費者の自由である場合もある一方で、消費者に分かりにくく、お試し価格での購入について、定期購入の条件を付け、2回目以降の価格を通常価格にしている場合があります。

KCCNは、このようなインターネット広告を行っていた事業者に対し、消費者の誤解を招くホームページ広告の使用差止請求訴訟を提起しました。

成果

訴訟提起後に事業者は、ホームページの広告を改め、お試し価格購入の条件として、通常価格での複数回購入が必要なことや、その場合の代金総額を消費者に分かりやすく記載しました。その結果、KCCNが訴訟で求めた請求は充たされたかたちとなったので、訴訟は和解によって解決しました。

本訴訟の訴え提起は、全国的にも報道され、社会的な影響は大きかったと思われます。

注意点

このような消費者に不利な条件を分かりにくく記載して、消費者を欺くような広告を行っている事業者は、今でもいます。

インターネット広告に限らず、「初回お試し価格」という宣伝文句を見たときには、本当に1回だけの購入の契約になっているか、注意して見るようにしましょう。小さい文字で記載されている条件にも注意しましょう。

「1回でも購入可と誤認」
特別価格表示差止め求め提訴
定期購入が前提なのに、特別価格で1回でも購入できるような店として、通販サイトでダイエーのは食品販売してしまっている。特別価格表示を相手取り、表示の差止めを求め京都地裁に提訴した。同様に、京都府の「特別価格表示」の差止め請求訴訟は全国で初めて。

「お試し価格」で1回でも購入できるような消費者に誤認を招くような広告になっている。ダイエーの側は主張している。アロックスは「現状が困っていないので何も言えない。苦情文書がきて販売サイトも変更してしまっている。メンテナンス」

2017年1月12日付 毎日新聞掲載「BRONXの記事」

水素水商品の広告



- 水素水とは、水素の溶け込んだ水のことを指します。
- 水素水のヒトへの効果は実証されていませんが、広告のなかには、癌に効果がある、様々な病気が改善する等と、医薬品のような効果を謳うものがあります。
- KCCNは、水素水商品を販売する事業者数社に対し、医薬品的な効果を謳う広告をやめるよう申し入れを行いました。

成果

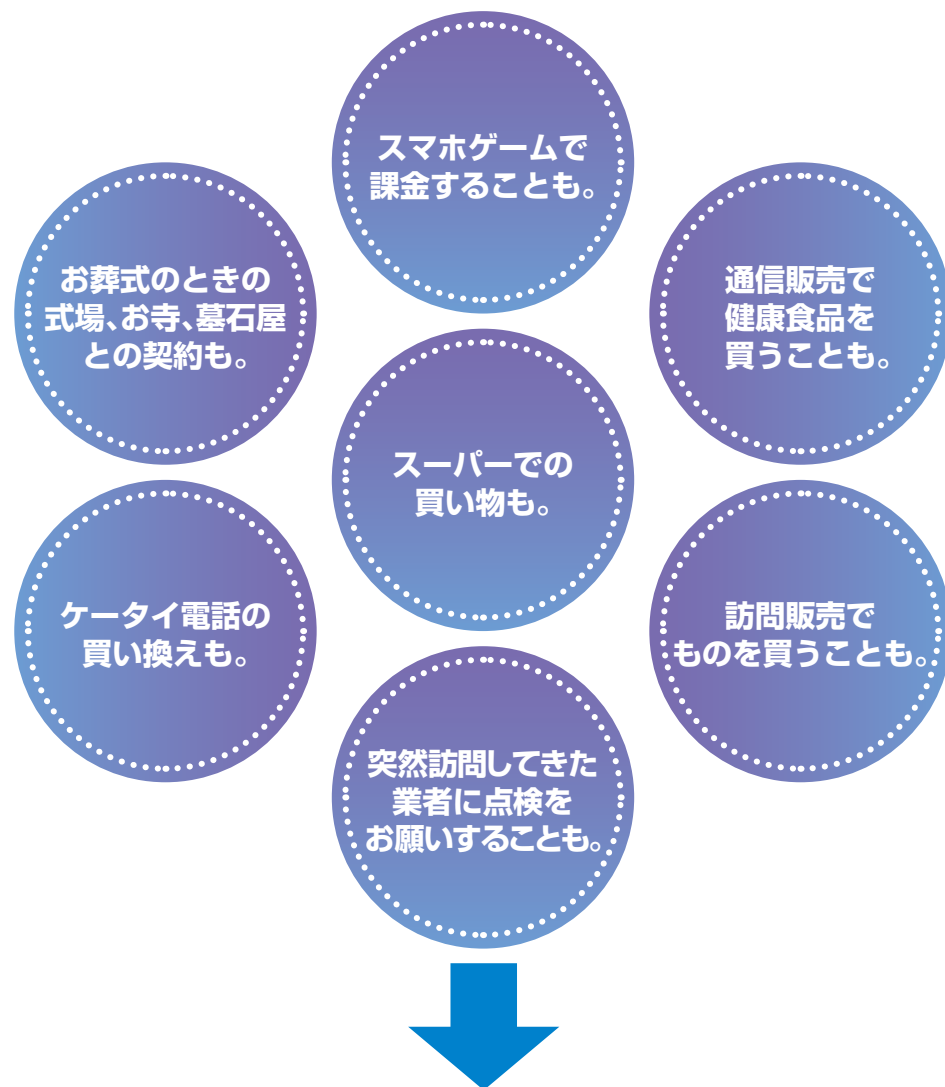
- KCCNが、問題のある広告を行っていた数社に対して、広告をやめるように申し入れを行いました。
- 申し入れをしたすべての会社は、問題のある広告をやめると回答しました。

注意点

- 水素水のヒトへの効果は実証されていません（国立健康・栄養研究所）。
- ありもしない効果を謳っている悪質な広告もありますので注意しましょう。
- また、一般の個人が商品を勧めているように見えるウェブサイトやブログであっても、水素水を販売する会社から委託を受けて水素水の商品を紹介している場合もありますので、注意しましょう。

消費者被害ってなあに？

私 たちの普段の生活は、消費者としてする契約(消費者契約)で囲まれています。



あれもこれも消費者契約



消費者契約によって
おこる、様々な被害・トラブルが
消費者被害だ。

消費者を守る法律



- ✓ 悪質商法により望まない契約をしてしまった消費者を助ける！
- ✓ 広告や表示をきちんとさせて、安心して買い物できるようにする！

消費者の契約 一般に関するルール

- ・悪質な勧誘や不当な契約から消費者を守る！
- ・契約のキャンセル（取消し）などができる！

消費者契約法

トラブルが 起きやすい場面の 特別ルール

- ・訪問販売・電話勧誘販売、通信販売、マルチ商法、内職商法などから消費者を守る！
- ・クーリング・オフを定める法律！

特定商取引法

景品表示法

- ・虚偽広告、誇大広告などから消費者を守る！

広告や景品に関する ルール

食品表示法

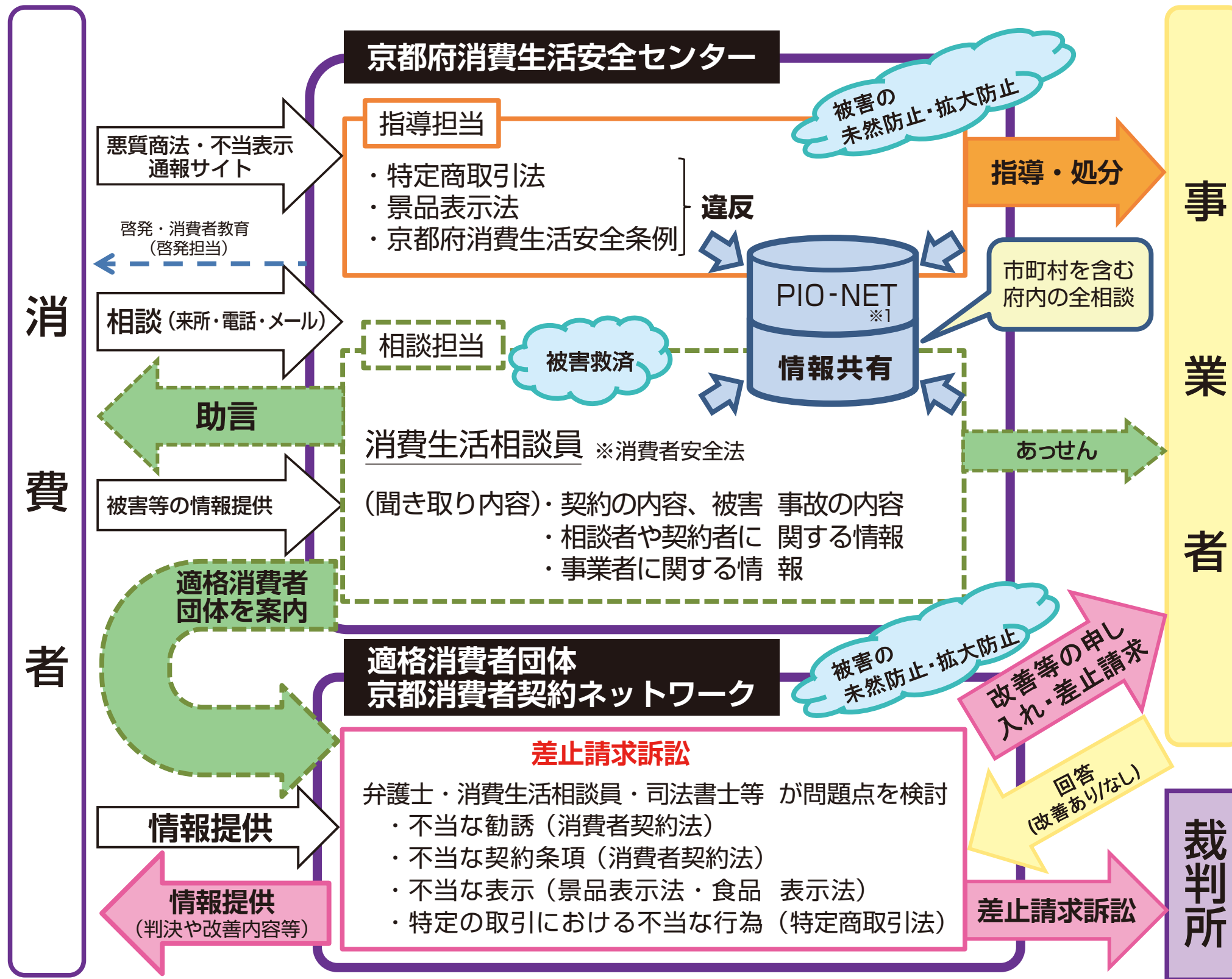
- ・食品偽装から消費者を守る！

食品の表示に関する ルール

※これら以外にも様々な法律があります。

適格消費者団体は、これらの法律に違反する行為を止めさせる
役割を担っています！

消費者からの相談や情報提供から始まる被害救済や被害予防・京都府の場合



☆消費者が実際に遭った被害を基に、個別の救済や消費者全体のための被害予防、拡大防止が図られます。

☆日常生活に入り込んでくる悪質業者の勧誘行為がなくなったり、契約の内容が改善されたりしているかもしれません。それは、あなたが知らないところで、行政の法執行担当部門が業者に指導をしていたり、適格消費団体が業者に改善の申入れや裁判をした結果かもしれません。

☆消費者からの相談は、暮らしやすい社会にするための貴重な情報です。被害に遭ったことは恥ずかしいことではありません。是非、消費生活センターや適格消費者団体に相談や情報提供をして下さい。

※1 PIO-NET とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。



消費者の方々へ

KCCNは適格消費者団体

KCCN は適格消費者団体として、多くの差止訴訟を提起して、冠婚葬祭互助会のキャンセル料条項を是正させたり、健康食品の問題のある新聞チラシを止めさせるなど成果を上げています。

これらの不当な販売行為は皆さんからの情報提供によって判明するものもあります。問題のあると感じた勧誘行為、契約条項、広告・表示の情報をどしどし KCCN にお寄せください。

差止の申し入れで被害回復も

差止請求は、不当な販売行為を止めさせ将来の被害拡大を防ぐ制度です。過去の被害の回復は差止請求では強制的には実現できません。そのため新しい被害回復制度ができました。

しかし、KCCN では、事業者への申し入れに当たっては、将来の差止請求と併せて、その不当行為による過去の被害の回復を実現するよう事業者に求めています。その結果、携帯電話の契約内容で差止の申し入れによって、契約が改善されるだけでなく事業者が自主的に返金を行った例もあります。

あなたの情報提供が被害回復につながることもあります。

皆さんへ

皆さんの情報提供をお願いします。また、会員となることで、適格消費者団体の支援にもつながります。

- 電話075-211-5920
(毎週月曜、水曜、金曜の午後1時から5時)
- ホームページの情報提供フォーム
<http://kccn.jp/johoteikyo.html>



事業者の方々へ（KCCNからのお願い）

KCCNの活動の意義

KCCN は、内閣総理大臣の認定を受けた「適格消費者団体」として、事業者の不当な行為を差し止める活動をしています。また、消費者被害の救済のために、「特定適格消費者団体」の認定を目指しています。

適格消費者団体・特定適格消費者団体の活動は、消費者被害の予防・救済のためのものですが、同時に悪質な事業者を市場から排除し、公正な市場を形成するための活動でもあります。そういう意味で、KCCN の活動は、良心的な事業者の方々のための活動でもあります。

KCCNは資金難

上記のように KCCN の活動は消費者にとっても、事業者にとっても意義あるものですが、差止請求活動はそれ自体経費超過であり、KCCN は活動のための資金難にあります。

KCCNの活動を応援してください

KCCN の活動は公正な市場を形成するための公益的な活動であり、事業者の方々のためにもなります。しかし、KCCN は資金難にあります。

是非、良心的な事業者の方々は KCCN の活動を応援してください。随時、寄附を受け付けています。寄附のお申し込みは下記までお電話ないしメールをください。

- 電話番号075-211-5920
- メールmail@kccn.jp



● 困ったときの相談窓口 ●

「おかしいと思ったら」、「もし契約してしまったら？」

相談は無料です。秘密厳守されます。

京都府消費生活安全センター

[電話相談] TEL.075-671-0004

[メール相談] <http://www.pref.kyoto.jp/shohise/201604ininternetsoudan.html>

消費者ホットライン

TEL.188(いやや!) 最寄りの消費生活相談窓口を案内してくれます。

● 情報提供の窓口 ●

身近な被害情報を提供してください。

京都府 悪質商法・不当表示通報サイト

<http://www.pref.kyoto.jp/shohise/280526.html>

【検索方法】各検索サイトにて

内閣総理大臣認定 適格消費者団体 特定非営利活動法人

京都消費者契約ネットワーク

TEL.075-211-5920

<http://kccn.jp/johoteikyo.html>

発行日 2017 年 12 月 1日

執筆・監修 伊吹健人、長野浩三、野々山宏、森順美、森貞涼介

企画・編集 内閣総理大臣認定 適格消費者団体
特定非営利活動法人 京都消費者契約ネットワーク

〒604-0847 京都市中区烏丸通二条下ル秋野々町529番地 ヒロセビル4F
TEL:075-211-5920 FAX:075-746-5207 E-mail:mail@kccn.jp
HP:<http://www.kccn.jp>