

今年も豪雨や記録的な暑さに見舞われた夏となりました。秋田市では 140 年で一番暑い 8 月だったとのこと。9 月に入っても残暑が続いています。適切な室温と水分補給を心掛け、長い夏を乗り切りましょう。



## ■高額な治療器具販売の情報をお寄せください

ネットとうほくでは、適格消費者団体を対象とした消費者庁の消費生活相談機能強化促進等補助金の交付を受け、高額な治療器具販売～催眠商法（SF 商法）～の情報収集や事案調査を行います。

前号（NEWS 第 54 号）で電位治療器機販売会社に対する活動報告をしましたが、こういった勧誘は密室で行われることが多く、事実関係の把握が難しい為、本補助金を活用して重点的に調査活動を行います。

催眠商法（SF 商法）や靈感商法の被害は、契約者本人は被害に遭っていることに気づきにくく、ご家族や周りの方が異変に気づくことが多いのが特徴です。このような事業者についての情報を集め、申入れや差止請求、行政への申出を行い、被害防止に繋げる為に、身近にこういった商法がありましたら、情報提供をお願いいたします。



### 情報提供方法

電話：022-341-2010（受付日 10/6、11/10、12/1 13時～16時）

F A X：022-739-7477

メール：shiminnet-tohoku@triton.ocn.ne.jp

Google フォーム：右記 QR コードを読み込んでください。

※FAX・メール・Google フォームでの情報提供は随時受付けています。

様式は HP をご覧ください。



### ★催眠商法（SF 商法）とは？★

スーパー敷地内や空き店舗などを会場に、高額な電位治療器具や温熱治療器具などを無料で体験させ、巧みなセールストークで来場者に契約をさせる手口の商品販売方法です。

## ■2023 年度第 2 回消費者被害事例ラボ（消ラボ）を開催しました

7 月 26 日（水）18 時 00 分から、仙台弁護士会館において、2023 年度第 2 回消ラボを開催し、Zoom での参加も含めて 21 名の参加がありました。

今回は、「ステルスマーケティング規制について」というテーマで、東洋大学の丸山愛博教授が講義を行いました。

ステルスマーケティングとは、消費者に広告であることを隠して行われる宣伝手法のことを言います。景品表示法 5 条 3 号において、省令によって指定されている告示の内容の改正により、本年 10 月からそのステルスマーケティングが規制されることとなります。本講義では、同規制の内容や海外の規制の状況、今後の課題についての報告がありました。



講師 丸山愛博教授

まず、ステルスマーケティングの規制目的、内容についての説明がありました。事業者による宣伝、広告であることが認識可能であれば、消費者はそのことを割り引いて考えることができる一方、事業者の表示であるのにそれを認識できないとなれば、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれが生じます。そのため、事業者による広告であることが秘されていたり、判別困難であったりするような表示について規制されるべきであることが確認されました。

また、規制が広範に及ぶ可能性があることから、消費者庁において定められたガイドラインがあること、当該ガイドラインの中の「事業者性」や一般消費者がステルスマーケティングと判別することが困難であること等の考え方についての紹介がありました。

一方、海外の状況として、EUでは「不公正取引」、米国では「欺瞞的行為」といった包括的な規制の中の一類型としてステルスマーケティングが規制されているとのことです。

今後の課題としては、例えばインフルエンサーといった、事業者から距離がある者が行う広告行為の規制をどうするのか、法の執行や強制する手段が十分とは言えない可能性がある点をどのようにしていくのか、といった問題があるとのことでした。

報告の後、このような規制と表現の自由との兼ね合いをどのように考えるのか、試供品などを配られた際の口コミはどのように評価すべきなのか、といった意見交換がなされました。

今回は9月14日(木)18時00分から、「寄附不当勧誘防止法の被害救済効果と課題」というテーマで、福島大学中里真准教授が担当して開催します。引き続き、Zoomでの参加も受け付けています。会員の皆さまは是非ご参加ください。



## ■10月講演会ご案内

10月14日(土)10時30分からネットとうほく2023年度第1回講演会

### 「過剰な効能効果をうたう高額な治療器具販売をめぐる問題点と課題」(仮)

を開催します。

スーパーの敷地に建てられたプレハブや空き店舗を利用して人を集め、高額な治療器具を無料体験と巧みなセールストークで契約させる催眠商法(SF商法)と呼ばれる販売が問題となっており、ネットとうほくにも相談が多く寄せられています。こうした商法の問題点と消費者被害防止の為の課題を考えます。

日 時：2023年10月14日(土)10:30~12:30

場 所：仙台弁護士会館4階ホール(仙台市青葉区一番町2-9-18)

講 師：天羽 優子 氏(山形大学理学部物質生命科学科准教授)

パネリスト：小波 秀雄 氏(京都女子大学名誉教授)他

## ■令和5年度秋の適格消費者団体連絡協議会に参加しました

「適格消費者団体連絡協議会」は、全国の適格消費者団体及び適格団体を目指す団体と消費者庁ら関係者が集まり情報や意見交換を行う企画として、年に2回（毎年春と秋）開催されています。

今年度秋の協議会は、9月2日（土）、3日（日）に、会場の国民生活センターとZoomによるオンライン併用形式で開催されました。ネットとうほくからは、小野寺友宏理事・事務局長が現地参加（3日はオンライン参加）、鈴木裕美理事、野崎和夫理事、窪幸治検討委員、新野貴久子職員、金野倫子職員の5名がオンライン参加しました。

連絡協議会の初日（9月2日）は、①消費者庁から、「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会」とりまとめについての報告、②消費者委員会から、デジタル化に伴う消費者問題ワーキング・グループの報告、③各地の適格消費者団体から、差止請求訴訟（消費者ネットおかやま：株式会社GRACEに対する不当勧誘行為差止・予防措置請求訴訟、消費者機構日本：株式会社エーチーム・アカデミーに対する入学時諸費用不返還条項差止請求訴訟）、共通義務確認訴訟（消費者支援機構関西：株式会社スターリーナイトカンパニーに対する被害回復訴訟）の報告がありました。

2日目（9月3日）は、差止請求情報提供業務に係る交流の中で、ネットとうほくの鈴木裕美理事から適格消費者団体を取り扱った事案の公表についての報告があり、公表の在り方について意見交換を行いました。

次の連絡協議会は、2024年3月に開催される予定です。

## ■適格消費者団体のご紹介

新たに適格消費者団体に仲間入りした2団体をご紹介します。

☆NPO 法人消費者市民ネットおきなわ（2023年7月20日）

☆特定非営利活動法人やまなし消費者支援ネット（2023年8月3日）

これにより、適格消費者団体は25団体（うち特定適格消費者団体4団体）となりました。団体間で交流をもちながら、適切に差止請求権を行使し、消費者被害の未然・拡大防止に向け活動していきます。



## ■消費者庁からのお知らせ

消費者団体訴訟制度について、消費者にとってより身近なものになるよう、愛称とロゴマーク、マスコットキャラクターができました。愛称は消費者団体訴訟制度の英訳の頭文字をとって、「COCOliS（ココリス）」といいます。

ロゴマーク、マスコットキャラクターは消費者庁HPでご確認ください。

([https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_system/collective\\_litigation\\_system/about\\_system/cocolis/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/collective_litigation_system/about_system/cocolis/))

「おかしい」「騙されているのでは」と思ったら

一人で悩まず



消費者庁  
消費者ホットライン188  
イメージキャラクター  
イヤヤン

「消費者ホットライン」☎188（局番なし）にすぐ電話！

～お近くの消費生活相談窓口に繋がります～

## ■リレーエッセイ

今回のリレーエッセイは、新しく理事に選任された NACS 東北支部長の鈴木源一さんです。

私は千葉県出身です。長く食品会社に勤務し転勤も多かったため、東京と地方中核都市の転居を繰り返しました。転勤族は根無し草、終の棲家を考えた時に住んだのが仙台です。自然が多く生活インフラが纏まって便利な都市、今でも大変気に入っています。

40 年以上前の初めての地方転勤時は、両親からは淋しいという思いがひしひしと伝わってきました。地方を転々と回っている時も、いつ実家に帰ると聞かれ困ったものです。大分後になって、妹夫婦が同居すると言ってくれた時のほっとした顔は今も忘れられません。

母は花好きで特に紫陽花には丹精を込めていました。私が生まれた 6 月にも綺麗な青色の花をつけていたそうです。やがて帰省をするたびに少しずつ花の色が増えてきました。ある日母に聞くと、紫陽花は土壌で花の色を変えるので、私が転勤をするたびにその土地で馴染んで綺麗な花を咲かせるようにと願って、毎日手入れをしていたと言います。私にエールを送ってくれていたのです。転勤先が増えるたびに、ピンク、紫、白色、黄緑色の紫陽花が区分されて綺麗に増えていったのも納得です。

以来私も紫陽花が好きになり、転勤すると必ず紫陽花の名所を訪ね歩くようになり、俳句の俳号も紫陽花にしました。今年 5 月に行われた母の三回忌には一番好きだった青色の紫陽花を供えました。

食品会社のお客様センターに勤務していた時には、難苦情の処理をよくやりましたが、申し出者に紫陽花は全くいませんでした。高齢者が多く、自分の主張やスタイルを訴えるばかりで全く妥協をしない。これでは摩擦ばかりを生みます。生活していく上で必要なのは他者への思いやりです。時には社会に自分の価値観を合わせるという、紫陽花のようなスキルも必要ではないかと私は思います。



【発行元】内閣総理大臣認定 適格消費者団体

認定 NPO 法人 消費者市民ネットとうほく 事務局

〒981-0933 仙台市青葉区柏木1-2-40 ブライトシティ柏木 702

TEL 022-727-9123 FAX 022-739-7477

e メールアドレス shiminnet-tohoku@triton.ocn.ne.