

## COJに関する思い出

私が消費者機構日本（以下「COJ」）の理事に在任中のうちの 2010 年度～2011 年度にかけては、COJ では差止請求訴訟の第1号（三井ホームエステート（株））、第2号（株ワールドアベニュー）に取り組んでいた。

COJは設立以来、事業者に対して裁判外の差止請求を多く行なって相応の成果を上げていた。しかし、2007 年に適格消費者団体に認定されてからも、しばらくは差止請求訴訟の案件がなかった。仲間内では「COJは随分と慎重だよなー」と話していたので、訴訟提起の際は「やっと」と思ったのを記憶している。

COJの理事会では様々な事案を検討するが、有名企業が所属する業界団体であっても一般消費者には容易に理解できない「??」的な自主ルールが当たり前のように存在するのをよく目にした。

そして、そのような自主ルールを使用している業界団体のなかには、「この業界では長年このルールでやっている。それを知らないにはあなたがシロートだからです。ここでは我々の常識に従っていただく。」という意識を持っている団体が少なからずいた。そのような業界団体に所属する事業者と契約トラブルとなった一般消費者のなかには、「そう言うものなのか」と納得し、自分の被害を回復できなかった方々が相当いただろう。

以上の経験から、業界団体に所属している有名企業だからといって「消費者と公正・公平な契約関係を築いてくれる」との安心感を持つのは危険である、という感覚は私の中で今日まで変わっていない。

適格消費団体訴訟制度の差止請求と被害回復は、言ってみれば消費者側からの「業界常識」への挑戦と言える。

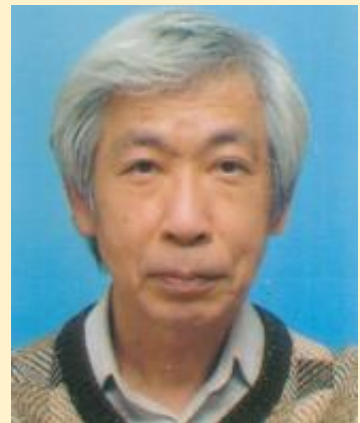
COJは2016年に特定適格消費者団体の認定を受けて以降、被害回復訴訟も担えるようになった。東京医科大学の被害回復訴訟に代表されるように、この分野でもCOJは一定の成果をあげているが、残念ながら「消費者志向」には程遠い業界団体があるのも事実である。

私がCOJの理事を降りた後に開催されたCOJ主催（2018年2月）の事業者の消費者志向を啓発するセミナーでの話しとなるが、私が常勤していた（一社）日本消費者協会では、脱毛等の美容医療サービスが特定商取引法の特定継続的役務取引に加えられたことを機にモデル契約書を作成した。

その内容を美容医療関係者に紹介したところ参加した事業者からは、「こんな法律を適応されたら潰れてしまう事業者がでる。納得できない。」等との発言があり、消費者保護規定に順応していただくまでには時間がかかりそうな業界だな、と痛感した覚えがある。

さて、最後となるが、COJ が担っている消費者団体訴訟制度は、活動に従事している相談員さんや法律の専門家等の方々の努力により着実に成果を上げているが、理解や認知度のほうは残念ながらまだ低いと言わざるを得ない。

私自身も含めてその理解・認知における工夫・努力は、なおも必要な課題と言えそうである。(2026年5月)



元日本消費者協会：伊藤健一