

内閣総理大臣認定適格消費者団体

認定特定非営利活動法人

消費者支援ネット北海道

(ホクネット)

社会的インパクト評価報告書

協力：NPO 法人北海道 NPO ファンド

2020 年度日本郵便年賀寄付金助成事業



日本郵便 年賀寄付金

目 次

1. はじめに	P 1
2. 適格消費者団体の存在意義、役割	P 2
3. 団体概要と沿革	P 4
コラム「ほろ苦い差止請求訴訟第1号の勝利」	P 8
4. 申入れ活動の軌跡	P 10
5. 会員意識調査	P 14
6. 事業者インタビュー	P 22
7. 行政インタビュー（札幌市）	P 25
（北海道）	P 27
8. まとめ ～ 今後の課題と展望	P 30
<参考> ロジックモデル	P 32

1. はじめに

特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道（ホクネット）は、2010年（平成22年）2月25日に内閣総理大臣の認定を受けて以来、2020年で満10年となった。団体としては07年2月に設立総会、08年4月に法人格取得という前史があり、活動を開始してからは14年目となる。しかし、そのプレゼンスという点では、十分にその存在を世に示しているとは言い難い。

もちろん、団体の性格上、直接的な消費者被害の大規模な救済には立ち入れず、どちらかという事業者との地味な契約条項改訂交渉が中心であるから、メディアを通じた露出が継続的に期待できるものではない。単に目立つことが存在意義になるわけでもない。しかしそれにしても、活動自体の社会的な意義が果たしてあるのか、特に適格消費者団体として法的に求められている役割を果たしているのか、外部の目も入れて客観性をもった検討が必要ではないか。そこで、外部の目としてNPO法人北海道NPOファンドの協力を得て、ホクネットの社会的インパクト評価を行うこととした。

社会的インパクト評価とは、特定の事業の社会的な効果や価値に関する情報を可視化するものであり、事業の有効性に関する体系的調査と評価を行う。その過程では、事業目的に社会的ニーズへの適合性や目的達成のための事業内容の適切性、期待通りの成果の有無、投入した資源の効果的活用の有無などを答えていき、ホクネットの活動の適切性を自己評価する客観性のあるデータをまとめることができるものと期待した。

さらに、適格消費者団体の活動が社会にどのような寄与をしているかを可視化することで、これを必要とする人・団体・社会のホクネットへの参加協力・協働・支援といった反応を引き出し、ホクネットの活動領域や規模のさらなる拡大につなげることも期待できよう。

評価の実施にあたっては、北海道NPOファンド、特に何度も足を運んでいただき、東も西も分からない私達に根気よく調査と評価のやり方を教えてくださった高山大祐さん、中西希恵さんに御礼申し上げます。調査やアンケートに協力いただいた関係自治体、事業者、消費者の皆様、ありがとうございます。ホクネットでは、多忙な業務の中で時間を割いてくれた大嶋明子理事・事務局長、武野伸二理事に改めて感謝するとともに、この調査・評価結果をさらなるホクネットの成長に活かしていく決意を表明する。

（町村 泰貴）

2. 適格消費者団体の存在意義、役割

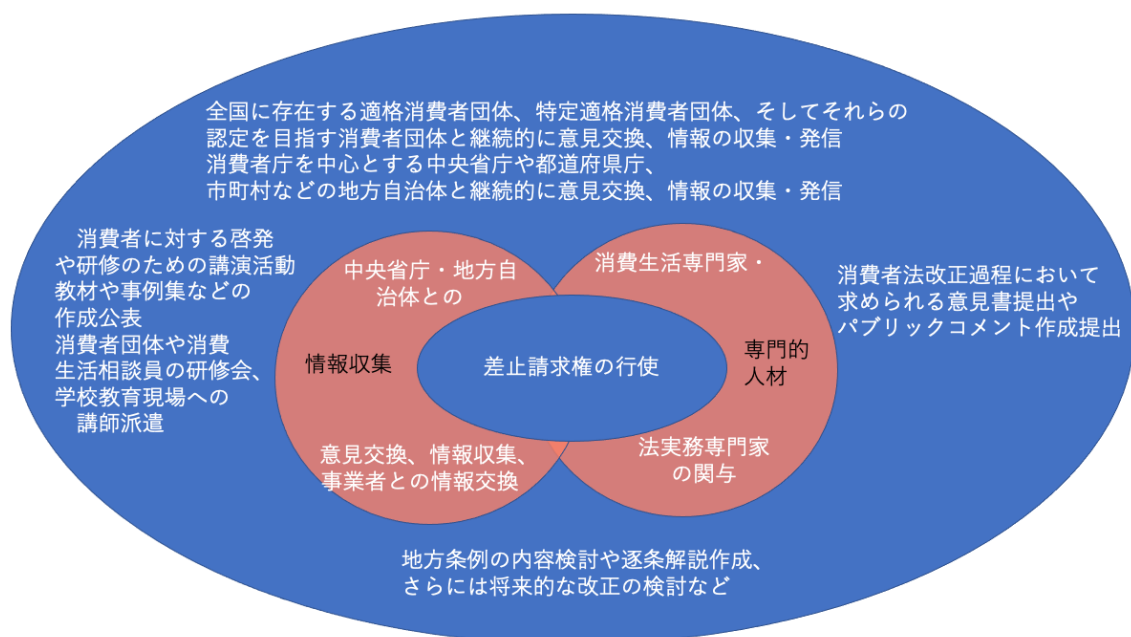
ホクネットは北海道唯一の適格消費者団体として、2010年に内閣総理大臣の認定を受けている。この適格消費者団体の中心的な役割は、消費者契約法13条に規定された差止請求関係業務を行うことである。これは、以下の2つの業務をいう。

- ・不特定かつ多数の消費者の利益のために差止請求権を行使する業務
- ・当該業務の遂行に必要な消費者の被害に関する情報の収集並びに消費者の被害の防止及び救済に資する差止請求権の行使の結果に関する情報の提供に係る業務

ここでいう差止請求権とは、消費者契約法12条に列挙されているが、要するに、不当勧誘行為と不当条項の含まれる契約締結をしている事業者に対して、その中止や予防措置を求めるものである。この差止請求権の内容はさらに特定商取引法、景品表示法、食品表示法において、それぞれの法律条項に違反する行為の差止めを求めるものも追加されている。

そして、差止請求権の行使は、民事訴訟や民事保全（仮処分）による場合のほか、裁判外の申入れによって事業者との協議に基づき差止めを実現する方法、裁判外紛争解決手続（とくに国民生活センター紛争解決委員会による重要消費者紛争解決手続）を通じての実現などが予定されている。

以上のように、適格消費者団体とは法的に極めて専門的な調査、判断、交渉、訴訟行為などを行うことを任務としている。この任務を全うするために、その構成員の中に消費生活相談員や弁護士、司法書士など、消費生活に関する事項について専門的な知識経験を有する者や法律に関する専門的な知識経験を有する者が専門委員として関与することが、適格認定



の要件とされている。

従って適格消費者団体の本来的な役割は事業者の不当な消費者取引行為を是正することにあるが、その役割や人的組織の専門的能力を活かして、不特定かつ多数の消費者の利益の擁護を図るための活動が求められており、具体的には以下のような役割が期待されている。

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">・消費者の安心安全な取引環境に資する法制度の情報発信・消費者法の改正に向けた検討と地方自治体や中央省庁への提言・意見具申・消費者取引を現に行っている事業者との意見交換を通じた消費者取引環境の改善 |
|---|

こうした派生的な役割のため、全国に存在する適格消費者団体、特定適格消費者団体、そしてそれらの認定を目指す消費者団体、消費者庁を中心とする中央省庁や都道府県庁、市町村などの地方自治体と継続的に意見交換を行い、情報の収集・発信を行うとともに、消費者に対しては啓発や研修のための講演活動、教材や事例集などの作成発表、消費者団体や消費生活相談員の研修会、学校教育現場への講師派遣などが行われている。さらに、特に消費者法改正過程において求められる意見書提出やパブリックコメントの作成提出、地方条例の内容検討や逐条解説作成、さらには将来的な改正の検討などを行っている。

(町村 泰貴)

3. 団体概要と沿革

(1) 事業概要

特定非営利活動法人消費者支援北海道は、下記の目的を達成するため、以下の特定非営利活動に係る事業を行っています。

<目的>

- ①各種消費者被害の拡大防止のために不当な事業活動に対する差止請求その他の是正を求める事業
- ②各種消費者被害の救済・支援事業
- ③各種消費者問題の調査・研究事業
- ④各種消費者問題に関する情報提供及び啓発事業
- ⑤各種消費者施策に関する研究・提言事業
- ⑥その他この法人の目的を達成するために必要な事業

<事業>

現在の事業活動の概要は以下のとおりです。

(A) 差止請求関係業務

○消費者被害情報収集

- ・電話・FAXからの情報提供
- ・ホームページ等を通じての情報提供等
- ・北海道・札幌市及びその他の消費者センターからの情報提供
- ・アンケート調査
- ・被害110番の実施

○検討委員会に3つの検討グループを設置し、専門家による事案検討

○その他必要に応じてワーキンググループを設置

○約款、勧誘行為等是正申し入れ等

○消費者への情報提供

- ・申し入れを行った事案について、経緯と結果をホームページにて紹介
- ・ホームページで注意喚起を実施

(B) 差止請求関係以外の業務

○公開学習会の実施

- ・消費者・消費者団体関係者・消費生活相談員等を対象に学習会を開催

○消費者志向経営セミナーの実施

- ・事業者への消費者政策・消費者問題に関する情報提供の機会としてセミナーを開催

○行政からの委託事業・補助事業の受託

- ・消費者教育教材の作成
- ・消費生活相談窓口向けの冊子の作成

- ・消費者被害の実態調査
- ・若年者向け消費者教育セミナーの実施
- ・消費者団体訴訟制度シンポジウムの開催

○出版

- ・消費者のための集団裁判＝監修（2014年11月、著者・町村泰貴）
- ・大学生のための消費生活入門＝編集・監修（2018年3月、発行・札幌市）
- ・消費生活相談窓口のための差止事例集（2019年2月）
- ・消費生活相談窓口のための改正民法解説（2020年2月）
- ・消費生活相談窓口のための最近の消費生活トラブル事例集（2021年3月）
- ・上記解説動画（2021年3月）

○行政機関などに対する意見提出

- ・北海道、札幌市消費者基本計画案に対する意見提出
- ・公正取引委員会、消費者庁及び各行政機関への意見提出

○広報

- ・ホームページによる情報発信
- ・フェイスブック、ツイッターによる情報発信
- ・ニュースレター発行

（2）組織概要

2021年3月現在の組織概要は以下のとおりです。

【設立日】 2007年（平成19年）12月22日

【法人格】 特定非営利活動法人 2008年（平成20年）4月15日認証
 適格消費者団体 2010年（平成22年）2月25日認定
 認定NPO法人 2011年（平成23年）10月16日認定

【会員数】 団体正会員：4会員

北海道消費者協会
 北海道生活協同組合連合会
 北海道労働者福祉協議会
 札幌青年司法書士会

個人正会員：175名

個人協力会員：147名

団体賛助会員：11団体

【役員】 理事長 松久 三四彦（北海学園大学法学部教授）
 副理事長 道尻 豊（弁護士）
 理事 矢島 収（消費者支援ネット北海道事務局）
 ” 佐藤 弘直（札幌大谷大学准教授）

〃 房川 樹芳 (札幌弁護士会)
 〃 平 照治 (北海道生活協同組合連合会専務理事)
 〃 青坂 裕一 (北海道労働者福祉協議会事務局次長)
 〃 町村 泰貴 (成城大学法学部教授)
 〃 番井 菊世 (司法書士)
 〃 初谷 修 (司法書士)
 〃 谷本 陽一 (北海学園大学法学部教授)
 〃 武野 伸二 (一般社団法人北海道消費者協会専務理事)
 〃 小森 公一 (消費者支援ネット北海道事務局)
 〃 原 琢磨 (弁護士)
 〃 大嶋 明子 (消費者支援ネット北海道事務局長)
 〃 谷村 庄市 (弁護士)
 〃 竹之内 洋人 (弁護士)
 監事 松浦 誠 (司法書士)
 鈴木 賢治 (弁護士)

【職員】 事務局長 大嶋 明子
 事務局員 小森 公一
 〃 秋山 志津
 〃 矢島 収
 〃 小島 温子
 〃 上村 英生

【事務所所在地等】

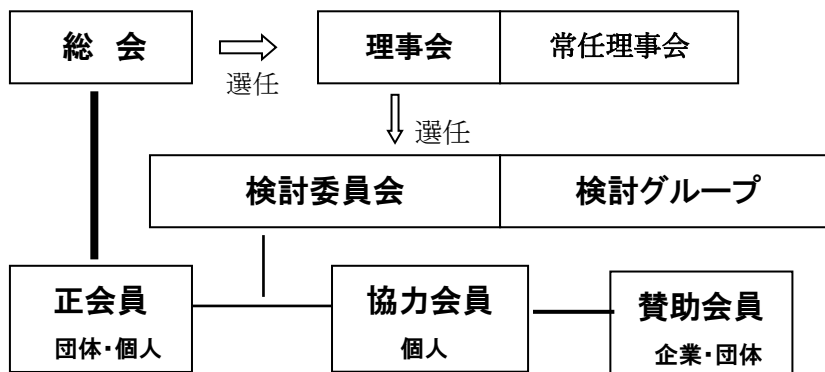
〒060-0004 札幌市中央区北4条西12丁目ほくろうビル3階

電話 011-221-5884 FAX 011-221-5887

ホームページ <http://www.e-hocnet.info/>

e-mail hocnet1222@alto.ocn.ne.jp

(3) 運営組織図



(4) 基礎財産

正味財産 13,945 千円 (2020 年 3 月現在)

(5) 沿革

- 2007 年 12 月 (平成 19 年) 北海道消費者協会、北海道生活協同組合連合会、北海道労働者福祉協議会が幹事団体となり、消費者支援ネット北海道を設立。北海道大学教授(当時)の瀬川信久氏が初代理事長に就任。
- 08 年 1 月 ほくろうビル 4 階に事務所を開設。
4 月 特定非営利活動法人格を取得。
12 月 道内の賃貸事業者及び携帯電話事業者に対し初の申入書を送付
- 10 年 2 月 適格消費者団体に認定。
3 月 札幌市との間で消費生活相談情報の提供と利用に関する覚書を締結。11 年 1 月には北海道とも締結。消費者機構日本に次ぐ 2 番目の締結。相談情報の提供が円滑となる。
8 月 幹事団体として適格消費者団体連絡協議会を札幌市で開催。
- 11 年 1 月 初の差止請求訴訟を中古車買取事業者に対し提起。
2 月 上記訴訟は被告側の請求認諾で、全面的勝訴となる。
5 月 通常総会にて北海学園大学教授(当時)の向田直範氏が第 2 代理事長に就任。
- 13 年 12 月 結婚式場運営会社に対し 2 件目の差止請求訴訟を提起。平均的損害の算定が 3 年がかりの争点となったが、被告が段階的にキャンセル料を引き下げたことから 16 年 8 月に訴えを取り下げ終了した。
- 15 年 2 月 不透明な料金体系の L P ガス料金是正のため北海道消費者協会、北海道生活協同組合連合会とともに「L P ガス 110 番」を実施。3 者で「L P ガスを考える会」を結成し、実態調査などの成果が国を動かす。
- 16 年 5 月 適格消費者団体では初の証拠保全の申立てを札幌の賃貸借事業会社に対し行い、同年 8 月、賃貸借契約書を証拠保全した。
6 月 通常総会にて北海道大学教授(当時)の町村泰貴氏が第 3 代理事長に就任。
8 月 集团的消費者被害回復検討チームが発足し、特定適格消費者団体の認定を目指す協議を開始。
- 17 年 8 月 賃貸借事業者に対し 3 件目の差止請求訴訟を提起。
9 月 幹事団体として 2 度目の適格消費者団体連絡協議会を札幌で開催。前回 50 名足らずの参加者数が 100 名を超えた。
- 18 年 6 月 通常総会にて北海学園大学教授の松久三四彦氏が第 4 代理事長に就任。特定適格消費者団体認定へ定款変更。

- 8月 レンタカー業界の標準貸渡約款が消費者契約法に抵触することから全国レンタカー協会と大手5社に申入れ。業界を巻き込んだ展開となった。
- 19年3月 レンタカー事業者に対し4件目の差止請求訴訟を提起。
- 5月 通常総会にて特定適格消費者団体認定へ2度目の定款変更。
- (令和元年)
- 7月 賃貸借事業者に対する差止請求訴訟で和解成立。全物件の入居者に対し旧契約条項は無効である旨のポスティング通知を実施。
- 10月 レンタカー事業者に対する差止請求訴訟が勝訴的和解。
消費者庁と特定適格消費者団体認定申請に係る協議を行い、財政基盤が1千万円以上必要と指摘される。前年度に続き特別寄付を募り、年度末に基礎財産1400万円弱となる。
- 20年7月 消費者庁との申請協議再開。

<コラム> ほろ苦い差止請求訴訟第1号の勝利

「適格消費者団体になったら、この事業者を検討してくれないか」

適格消費者団体の認定申請前に道内の消費者センターを訪問したときのこと。札幌に本社がある中古車買取事業者の資料を示されました。ホクネットが認定をもらえるか、まだ不透明な時期だったので、正直驚きつつ、期待を感じました。

その事業者は、業界では札付きで、中古車査定の一括見積サイトを利用すると、すぐ連絡が入り、高い査定価格を示し、強引に売買契約を締結させるという手口を繰り返していました。契約後は、事故車だったと偽り、価格を大幅に減額するか、価格ゼロとし、車の返還を求めるとすでにオークションにかけた、とする悪質な対応でした。当然ながら、消費者センターに苦情が多数入っていました。しかし、センターの事情聴取に応じないうえ、相談員を威圧する悪質極まりない態度で、どの消費者センターも対応に苦慮していたようです。

ホクネットは適格消費者団体の認定をもらってすぐに、中古車買取検討グループを立ち上げ、真っ先にこの事案の検討を始めました。2010年（平成22年）10月、最初の申入れを送付し回答なし。同年12月に差止請求書を送付し、それも無視でした。ついに翌年1月、初の差止請求訴訟を札幌地裁に提起しました。

北海道の消費者団体が初の差止請求訴訟を起こしたということで、マスコミ各社が

記者会見に現れ、テレビカメラの多さに驚いたことが今でも記憶に鮮明です。

その事業者は、消費者団体が差止請求訴訟を提起したことで、中古車一括見積サイトから除外されました。結局、訴訟は被告の請求認諾という全面勝利となり、当該事業者は札幌から撤退しましたが、なんと法人名を変え、東京都世田谷区に新会社を設立しました。

訴訟終結から、ひと月ほど経過したとき、2人の刑事が訪ねてきました。組織犯罪を扱う道警捜査4課の刑事でした。当該事業者を内偵しており、逮捕したいと考えていたようでした。しかし、きわどいところで脱法行為を繰り返し、立件は難しいとの印象を受けました。また、当該事業者はかなりの不正蓄財をしており、それをもって新会社を設立したとのことでした。

そのときは、被害を取り戻すことができない差止請求の限界を思い知らされました。消費者の金銭的被害を回復できなければ、悪質な事業者は名を変え、同じような手口を繰り返すことにつながります。そんなほろ苦い思いを強く持った案件でした。

ホクネットを取り巻く厳しい環境のなか、一步ずつ課題をクリアしながら、北海道型の特定適格消費者団体の設立を目指し、歩んでいきたいと考えています。

理事・事務局長 大嶋 明子

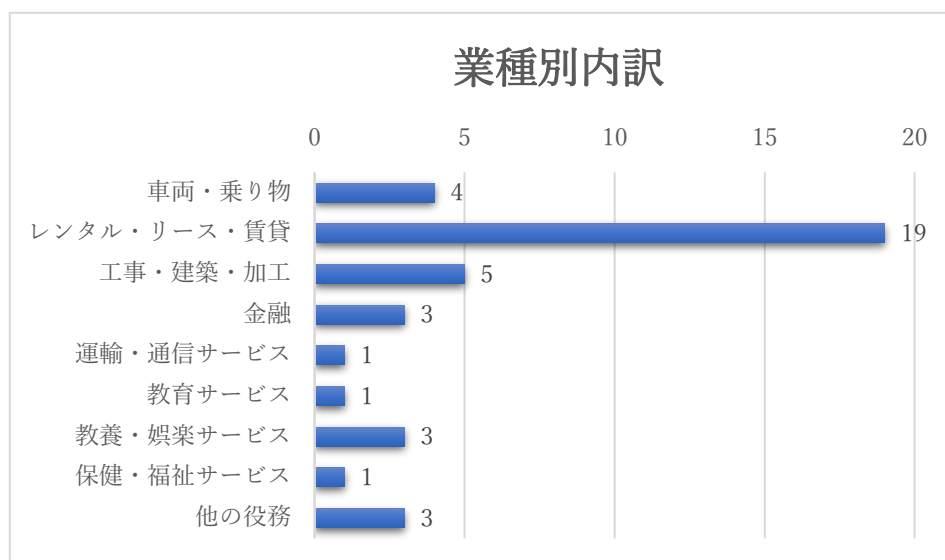
4. 申入れ活動の軌跡

ホクネットの申入れ活動は、2008年4月のNPO法人格取得から始まった。記録に残る消費者庁への通知・報告第1号は、携帯電話会社の「契約時における説明、高額請求に関する申入書」(08年8月)となっている。その後、適格消費者団体となり、活動が本格化した。消費者庁に通知・報告したのは延べ69事業者(重複2あり)、302件(19年12月末現在)となった。廃業・事業停止・協議不調・確認のみなどを除く52事業者、271件を精査し、継続案件を除く40事業者、235件について分析した。

(1) 業種別内訳

消費者庁事例集の分類に従うと、業種別では「レンタル・リース・賃貸」が最も多く19社、次いで「工事・建築・加工」5社、「車両・乗り物」4社、「金融」と「教養・娯楽サービス」が各3社と続く。

「レンタル・リース・賃貸」の内訳は、ほぼ不動産賃貸であり、契約条項に対する申入れが多い。他は着物レンタルが1社。「工事・建築・加工」の内訳は、住宅リフォーム4社、建築請負1社。「車両・乗り物」の内訳は、中古車買取3社、レンタカー1社。「金融」の内訳は損害保険2社、ポイントカード1社。「教養・娯楽サービス」の内訳は、スポーツクラブ2社、ダンス教室1社だった。

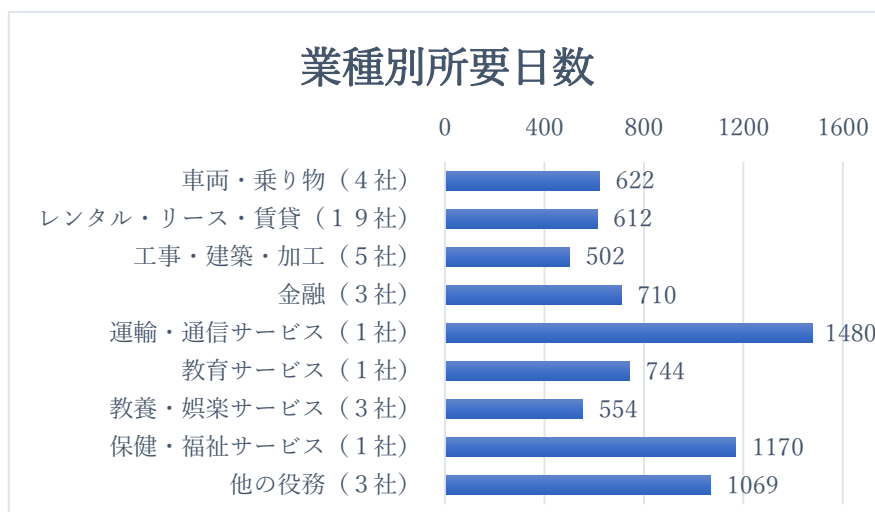


(2) 業種別所要日数

最初の申入れから取扱終了までの所要日数は平均693日、およそ1年11カ月となる。最長は結婚式場T社の1859日、最短は不動産賃貸E社の122日。千日越えが10社あった。申入れ前の検討に数カ月を要する場合もあり、それらを含めると、所要日数はさらに膨らみ

そうだ。

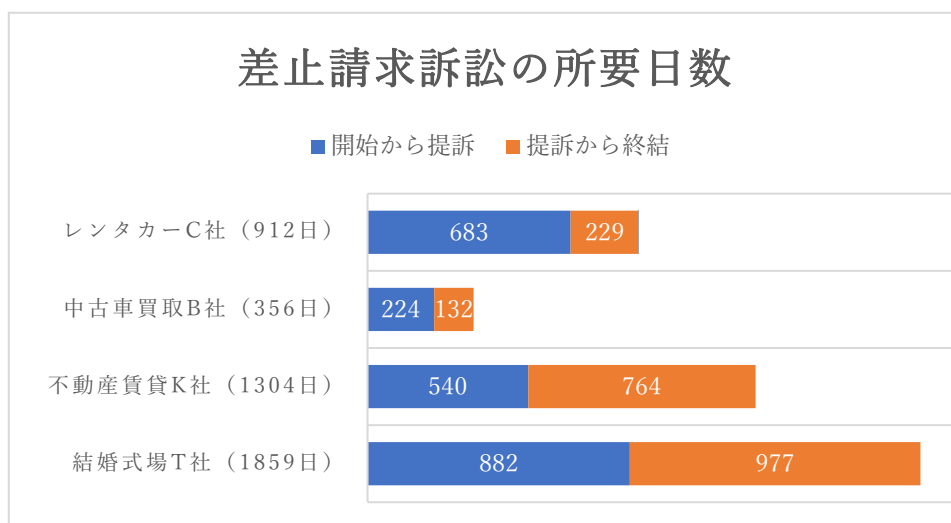
グラフで突出して見える「運輸・通信サービス」「保健・福祉サービス」はサンプル数が少ないためであり、業種間で明らかな差があるとは言えない。



(3) 差止請求訴訟の所要日数

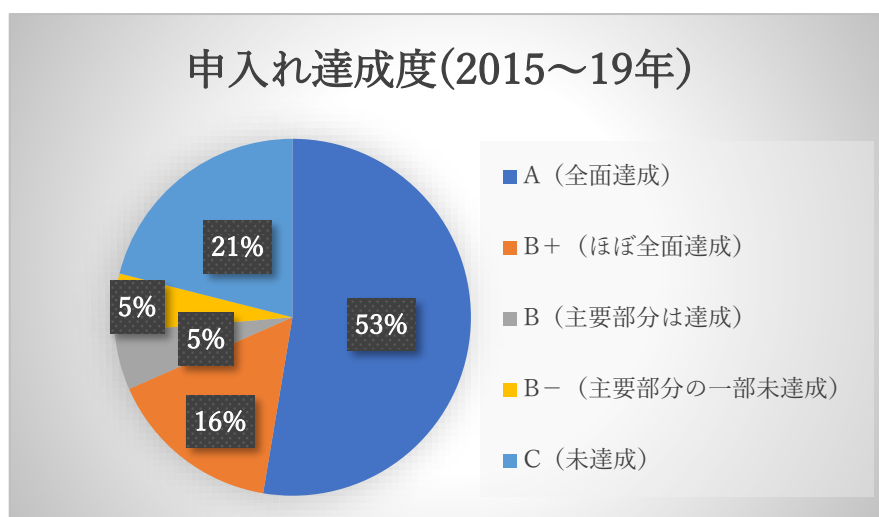
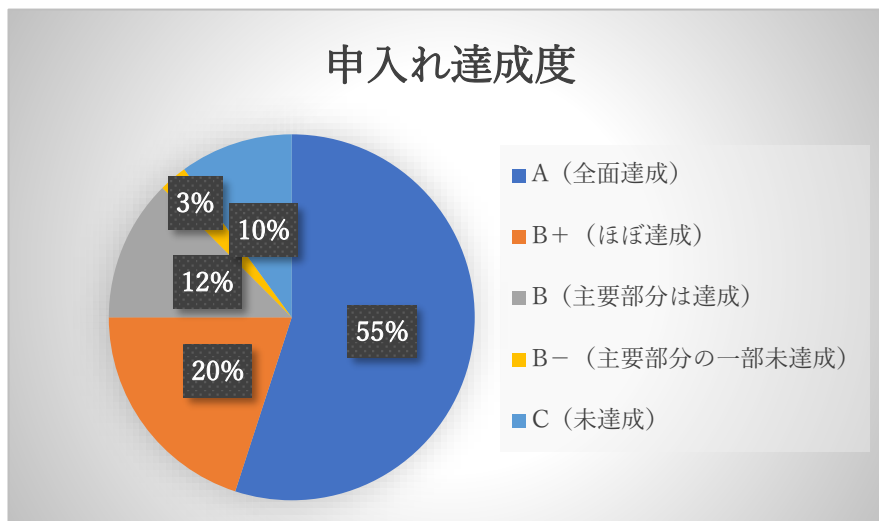
申入れから差止請求訴訟に至ったのは4件あり、最短 356 日、最長 1859 日で、平均 1107 日となった。やはり訴訟に至ることで取扱終了までの所要日数は、全事案平均の 1.6 倍を要することが確認された。

所要日数を提訴前と提訴後に分けると、提訴前の平均は 582 日、提訴後は 525 日なので、およそ 20 カ月かけて申入れから検討・協議して提訴に至り、裁判に 17 カ月半かかるという流れになる。



(4) 申入れ達成度

申入れの達成度を評価した。全面達成はA、ほぼ達成はB+、主要部分を達成はB、主要部分の一部を未達成はB-、未達成をCとする5段階で評価した。



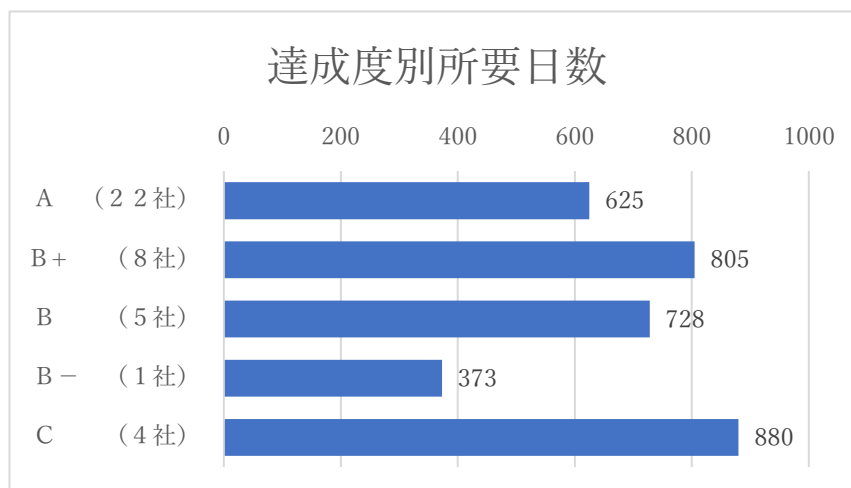
A評価は22社(55.0%)、B+評価は8社(20.0%)、B評価は5社(12.5%)、B-評価は1社(2.5%)、C評価は4社(10.0%)だった。業種別でC評価は、不動産賃貸2社、住宅リフォームと教養・娯楽サービスが各1社だった。

A評価が半数を超え、主要部分を達成したB評価まで加えると9割近くになったのは大きな成果と言えよう。

このうちホクネットの活動が定着したとみられる2015年以降の5年間に取扱いが終了した事例を見た。AとB+の合計の割合は全期間の75%に対し、最近5年間は69%とやや下降しており、ホクネットの知名度向上によって達成度の改善が進んでいるとは言えないようだ。

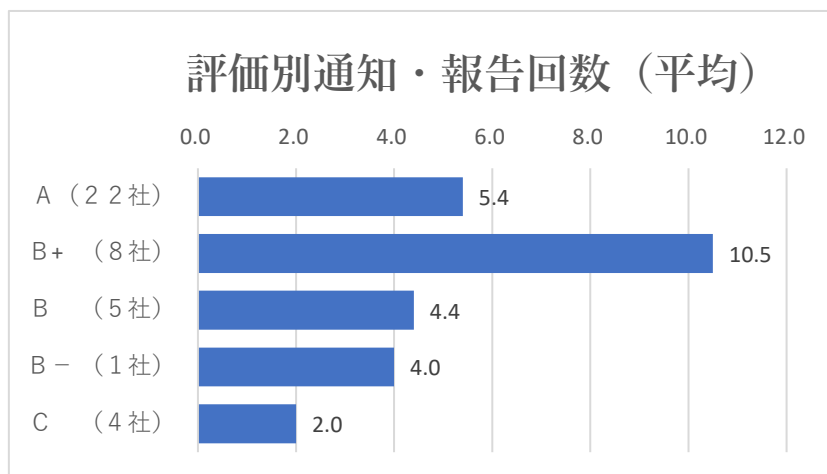
(5) 達成度別所要日数

達成度別の所要日数を見た。全平均 693 日に対し、A 評価は平均 625 日と 2 カ月ほど短縮している。これに対し C 評価は 880 日に及び、A 評価に比べると 255 日、8 カ月半長引いていた。事業者側の対応にもよるが、申入れの主旨が正確に伝わり、それが事業者側に受け入れられることで迅速な解決につながる傾向がうかがえる。



(6) 評価別通知・報告回数

交渉が長引けば、消費者庁への通知・報告の回数も増えると推測される。実際はどうだったのか。1 事業者当たりの通知・報告回数は、全体 (40 事業者、235 件) では平均 5.9 回。これに対し、平均で A 評価は 5.4 回、B+ 評価は 10.5 回とおよそ 2 倍になった。



前項で A 評価と B+ 評価の所要日数は 1.3 倍だったので、通知・報告回数では大きな差が生じている。申入れが全面的に受け入れられ、A 評価を達成できる場合の交渉回数は減り、全面的な受け入れは得られず、主要部分を達成するために詰めの協議が続けば、所要日数以上に交渉回数が増える傾向がうかがえる。

(武野 伸二)

5. 会員のホクネットに対する意識調査

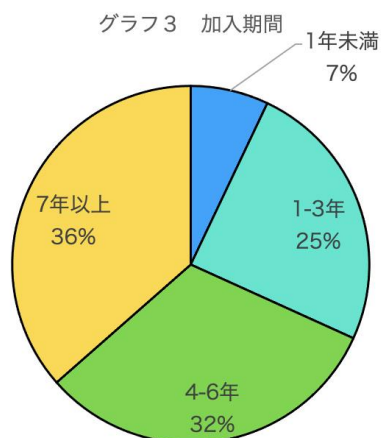
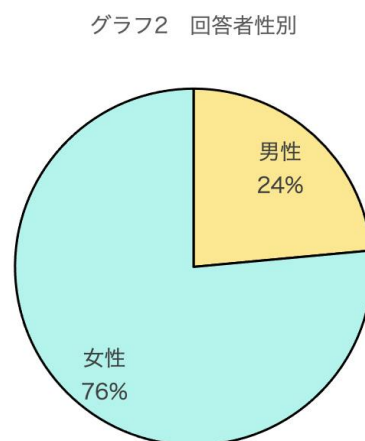
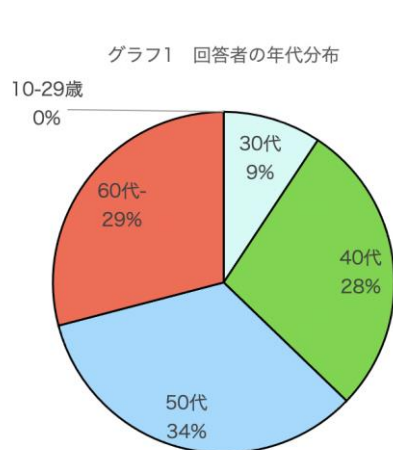
(1) 調査方法

ホクネットの活動に対する会員の認識と評価を明らかにするためアンケート調査を行った。ウェブ上のアンケートフォーム（Google Forms）への記入依頼と用紙配布により、2020年8月から11月までの4カ月間で合計84件の回答が得られた。

ホクネットの正会員・協力会員は合計322名（同年6月27日現在）であり、会員に対する回答率は26%ということになる。

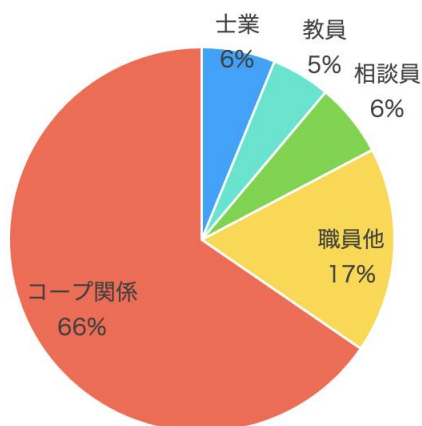
(2) 回答者の属性

アンケート回答者の年齢、性別、会員となっている期間の分布は以下のグラフ1～3の通り。年代別では、50代が最も多く、次いで40代と60代以上が並ぶ。性別では女性が4分の3を占めた。会員となっている期間は、7年以上が最も多く、次いで4～6年と在籍が長い会員の回答が多かった。



回答者の職業（属性）は、コープさっぽろの組合員・職員が6割を占めた。ホクネット創設にあたり、コープさっぽろの貢献が大きかったことを反映しているとみられる。弁護士、司法書士、税理士などの「士業」が6%。

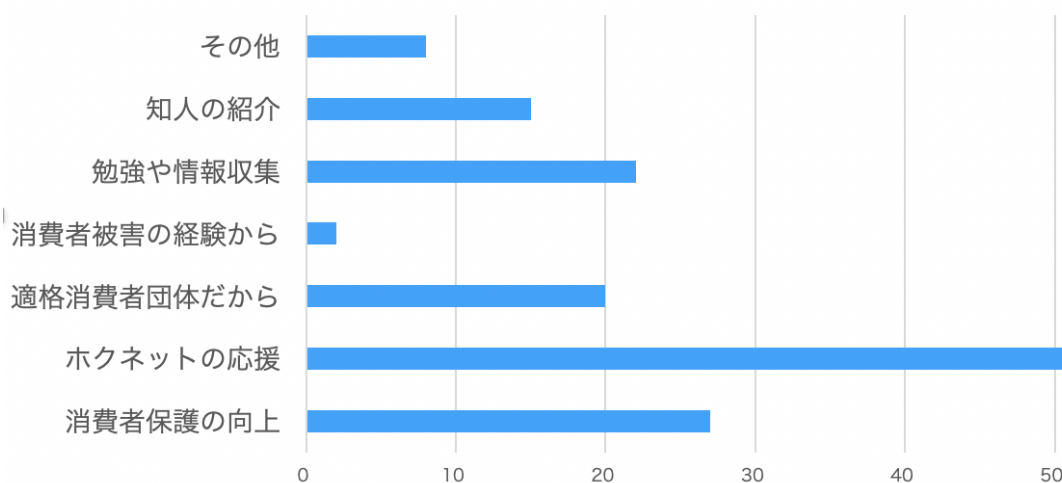
グラフ4 回答者の職業



(3) ホクネット会員となった理由・動機

ホクネットへの参加の動機を選択肢で示し、複数回答を求めた。最も多かったのは「ホクネット支援するため」69%であり、次いで「広く消費者保護の促進をはかるため」34.5%、「勉強や情報収集のため」26.2%など。

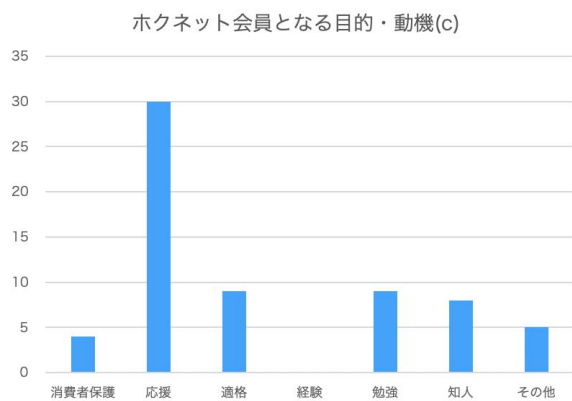
グラフ5 ホクネットに参加した動機・理由



会員となった理由・動機は、回答者の半数を占めるコープ組合員とそれ以外の会員とで傾向がかなり異なる。消費者被害を受けた経験があるからという動機はいずれもほとんど見られないが、コープ以外の会員が「消費者保護の促進」や「勉強・情報収集」を多く挙げたのに対し、コープ組合員は「ホクネットを応援するため」が突出して多かった。

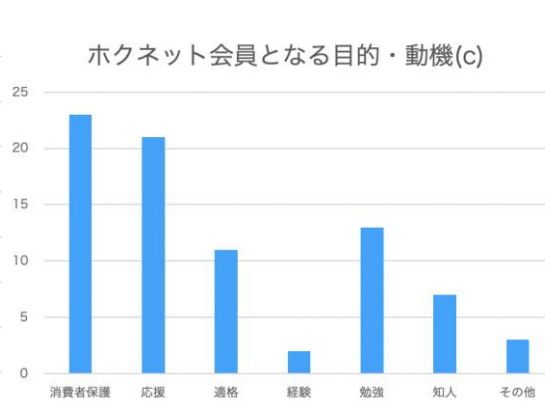
グラフ6 コープさっぽろ組合員

の参加動機



グラフ7 コープ以外の会員

の参加動機

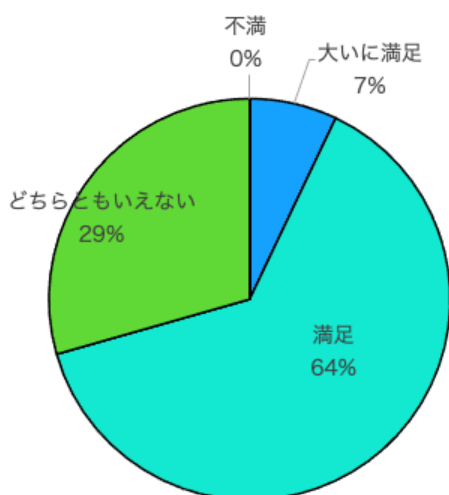


(4) ホクネットの活動評価

A. 申入れ活動

ホクネットの申入れ活動に対する評価は「大いに満足」7.1%、「満足」64.3%を合計すると7割超が肯定的に評価していた。

グラフ8 ホクネットの申入れ活動に対する評価



評価の理由を自由記述で聞いたところ、以下のような回答があった。

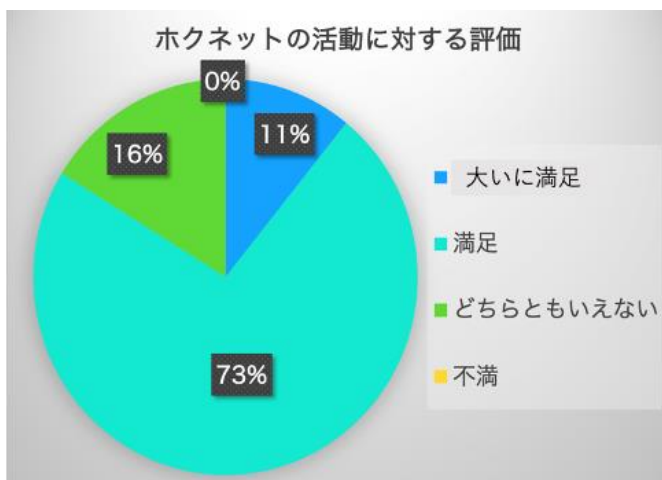
成果が出ているから
奉仕の精神で頑張っている姿が頼もしいです。
充実した数多くの申入活動、消費者教育活動を行っているから。
学生向けの講師派遣の活動は、評価できると思います。
常日頃から消費者被害の救済のために活動しているため
良く分からないことが多く、でも解決している。
各業界の不当な契約条項の改善が着実に進んでいる。
地元企業に対する申入れ活動などを行っているから。
消費者被害の未然防止に寄与している
ニュース配布で動きがわかる。
国の補助がないなか、頑張っていると考えている。
団体の存在を知っている方たちには とても有用性が有ると思います
消費者運動への姿勢
法的に正しさを毅然と主張していること。
適切に活動されていると思います。
キタコー建物賃貸契約など、先生方の活動には市民としてありがたく思います。
真面目に対応されている。
あきらめてしまう小さな案件でも、ホクネットが動いてくれるおかげで一步前進していると思うので。

ホクネットの活動が不十分と思われる点も回答を求めたところ、以下のような回答があった。

機動性がやや劣る面があります。
特定適格認定を受けていない点。
資金的・人的リソース
ニセ科学を追及して欲しい
消費者被害に関する即時対応がない
会員拡大の動き方が不透明。
各消費者団体とのネットワーク。
差止請求訴訟の数が、現時点では少ない気がします。
団体の存在自体を知らない方たちに どう周知してもらうか
広報がもっと必要かと思えます"
独占禁止法違反への活動強化
活動についてまだよく知らない部分がある。
活動を余り周知していないから。

以後の質問でホクネットのニュースレターの購読、ホームページの閲覧、講座等の実施認知度や参加の有無、政策提言の認知度を聞いているが、これらの回答をもとに、回答者がホクネットの活動をよく知るグループに限って上記の評価を再計算してみた。

グラフ9 ホクネットの活動をよく知るグループの回答



その結果、認知層は「どちらともいえない」が12ポイント減少し、その分が「大いに満足」「満足」に加わったことが見て取れる。

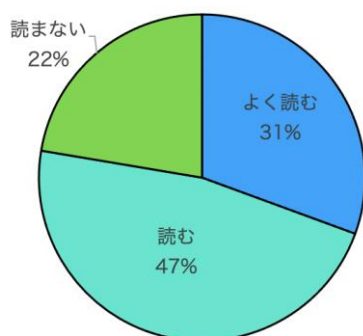
認知層ほど満足度が高くなる傾向に加え、上記の自由記述欄で活動の周知が足りないとの指摘があったことから、ホクネットの活動の透明性や広報をより一層進める必要がありそうだ。

B. 広報

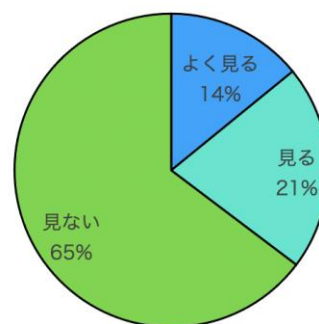
ホクネットの広報は、ニュースレター、ホームページが主なものであり、このほかメールマガジン、ツイッター、フェイスブックによる情報発信を行っている。このうち、ニュースレターとホームページについて、読んでいるかどうかを聞いた。

ニュースレターを「よく読む」31%に対し、ホームページを「よく見る」14.3%となり、紙媒体のニュースレターが、よく読まれていることがうかがわれる。ホームページは、いわゆる「プル型」の情報発信であり、利用者が自身でアクセスして読むのに対し、ニュースレターは郵送される「プッシュ型」であり、黙っていても目に触れる機会が多い。効果的な情報発信は、やはりニュースレターのようなプッシュ型が望ましいようだ。

グラフ10 ニュースレターの購読の有無



グラフ11 ホームページの閲覧の有無



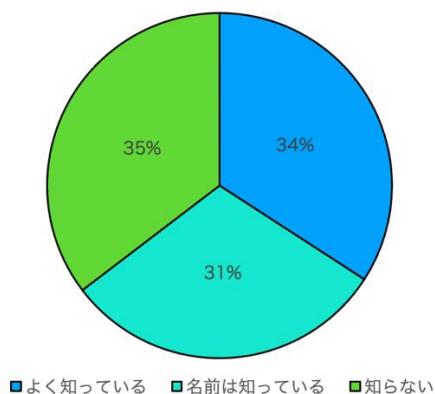
広報メディアを通じてホクネットがどのような内容を発信すべきかについて回答者のアドバイスは次のようなものだった。耳の痛い指摘もあるが、これを参考に今後の広報を向上させていきたい。

発行回数を増やしたい。
 行間、文字間の問題なのか、読みにくい。
 法改正のポイントの解説などが多いと嬉しい。
 テーマが決まっておりがりがすくない
 内閣府や消費者庁の活動状況を伝えて欲しい。
 もっと親しみが持てるように柔らかいコーナーがほしい。
 情報が古い時がある。もっとタイムリーに。
 字がたくさんあり、読みづらい。

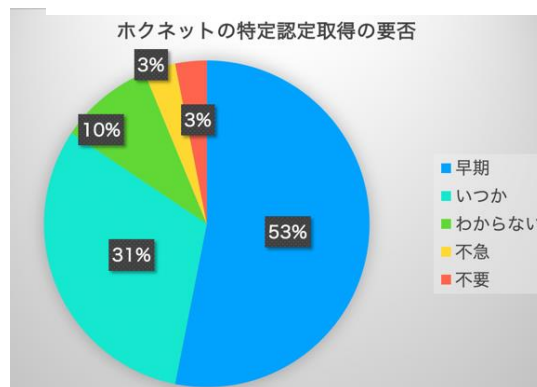
C. 特定適格消費者団体の認定取得活動

ホクネットは、特定適格消費者団体の認定を得るため、2年連続で会員を対象とする特別寄付を呼びかけ、かなりの成果を上げた。そもそも特定適格消費者団体とは何か、ホクネットがその取得を目指すべきか、について会員の認識を探った。

グラフ12 特定適格消費者団体の認知度

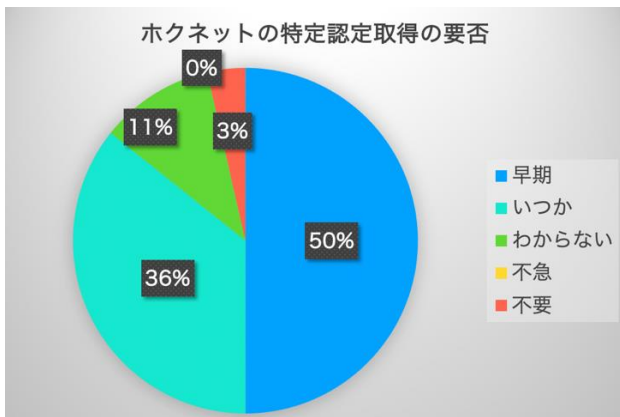


グラフ13 特定適格消費者団体認定の要否



特定適格消費者団体の役割をよく知っている会員は、依然として少数派であるにもかかわらず、ホクネットがその認定を取得することについては肯定的な意見が強い。そこで、特定適格消費者団体の役割をよく知っていると答えた回答者に限って、取得の要否をまとめた。

グラフ 14 特定適格消費者団体の役割をよく知っている層の回答

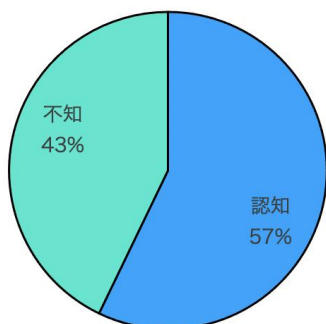


その結果、「早期に取得してほしい」「いつかは取得してほしい」は計 86%と、9ポイント高まった。グラフ 9 で抽出したホクネットの活動をよく知るグループも特定適格消費者団体の認定に関しては、グラフ 14 と有意差はなく、似た傾向となった。

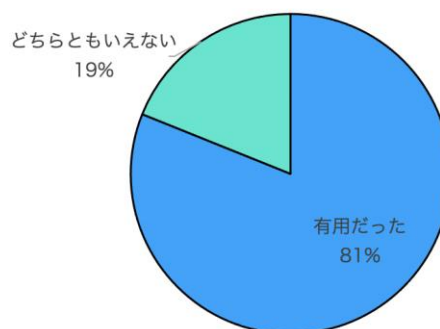
C. 講演会活動

ホクネットの講演会・研修会の認知度を聞いた。「知っていた」は 57%にとどまり、期待したほどの高さではなかった。だが、「有用だった」は 81%あり、参加することで有用性は実感してもらえているようだ。

グラフ 15 ホクネットの講演会・研修会の認知度



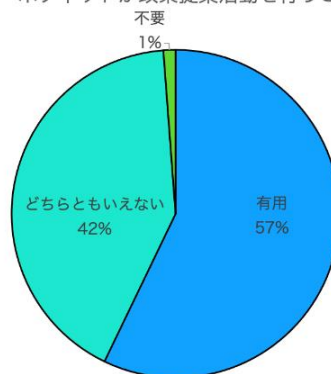
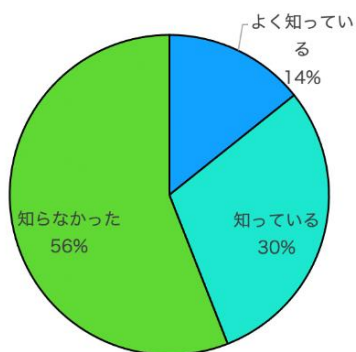
グラフ 16 講演会参加者の評価



D. 政策提案活動

ホクネットが中央省庁や地方自治体の消費者政策に対し、意見書やパブリックコメントを提出する活動を行っていることを「よく知っている」は14.3%、「知っている」を合わせても4割強にとどまる。認知度は、それ以外の活動と比較してもかなり低く、広報の大きな課題といえる。

グラフ17 ホクネットの政策提案活動の認知度 グラフ18 ホクネットが政策提案活動を行うことの有用性



ただし、その意義については「有用」が57%と評価は比較的高い。消費生活と法律に関する専門家集団がそのような政策提案活動を行っていることへの高い支持とみることができよう。

(町村 泰貴)

6. 事業者へのインタビュー

<経緯>

申入れ活動の相手から、ホクネットや、その活動はどう見られたのか。ステークホルダー(事業関係者)の分析にあたり、申入れ先の評価や印象は重要となる。実際に申入れをしたA社に協力いただき、一連の交渉対応について聞き取りした。

1)インタビューについて

日時：2020年2月3日16時～16時半

対応者：A社

B氏(代表取締役)、C氏(総務部部长)

インタビュアー：高山大祐(北海道NPOファンド)

記録：中西希恵(北海道NPOファンド)

2)インタビュー記録

質問1 最初の申入れの印象は。

書面を一方的に送りつけられたという印象を受けた。適格消費者団体という存在を確認しておらず、担当部署は対応できなかった。自社の事業は行政から認可を受けており、消費者支援ネット北海道がどのような資格で申入れをしているのか分からず、返信しなかった。

質問2 次の段階はどうでしたか。

いきなり訴訟になったという印象を受けた。適格消費者団体であることや、団体の実績は訴訟になった後で把握した。

質問3 消費者支援ネット北海道の役割や活動についてどう思いますか。

仕組みとしてはあるべきだと思う。ただ、消費者保護を重視するなら、もっと大事なことがあるのではないか。より悪質なケースを見逃すことになれば、結果的に消費者の不利益になりはしないか。自社への申入れは、重要性という観点で妥当なのか疑問がある。特定のクレーマーの意見を鵜呑みにし、勝てるどころだからやろうとした印象を受けた。

質問4 訴訟までの経緯をどうみますか。

申入れから訴訟までは書面のみであり、回答をしなかったので訴訟になった。面談はなく、交渉の手間をかけたくないのだと感じた。せめて面談の機会が欲しかった。世間一般に知名度のないNPO法人が申入れをしてきても、すぐに対応はできない。申入れ段階で事態を把握し対応できていれば、顧問弁護士に相談できただろう。

質問5 今回の申入れについてはどう考えますか。

自社に非がないとはいえない。模範約款を使って認可を取ったが、その後の法改正に対応していなかった。約款は改善した。ただ、この申入れが消費者保護に資するものなのか。この事案については、法律の内容こそが問題ではないか。そうした法律にも従うしかないのだが、それで申入れをすることに社会正義はあるのか。社会的に最適な解決方法であったのか。例えば、訴訟前に所轄の行政に訴え、すべての事業者に改善命令を出す方がよかったのではないか。この訴訟が、どれだけの人を救ったのか、もう少し優先すべきことがあるのではないか。訴訟に至ってからの和解は本意ではない。社として大きな損失だった。

質問6 申入れの終了後はいかがですか。

社として規約を変え、周知徹底している。同業各社は規約改正を検討中と聞いている。しかし、業界全体が変わらない限り、問題は解消しないのではないか。

質問7 経緯がホームページなどに公開されたことをどう思いますか。

事実が掲載されることは仕方ないことだが、訴訟に勝った負けたではなく、その申入れ活動によって社会的にどういう意義があったのか考えて欲しい。特定の消費者、もっといえば悪質な消費者を保護するだけにならないか。

質問8 消費者支援ネット北海道という組織をどう評価しますか。

団体としては、社会にあるべきだと思う。ただし、案件の社会的影響を考慮し、優先順位をつけていただきたい。当該事案が、訴訟するほど優先度が高かったのか疑問だ。

3) インタビュアー所見

質問4への回答で、A社は、消費者保護に関わる訴訟を行う権能を有する適格消費者団体について予め知っていれば対応は変わっていたと述べている。質問3および8への回答では、ホクネットの活動内容、適格消費者団体としての存在について、肯定的に受け止めている。これらのことから事業者は、適格消費者団体について申入れ以前または早い段階で知っていれば、訴訟や報道のリスクを減じられることになり、申入れ活動が、より円滑に進む可能性を示唆している。

一方でA社が繰り返し述べたのは、当該事案は消費者保護の観点で、どれほど社会的意義があり、訴訟によってどれほどの人が救われるのかという、当該事案の重要性への疑問があった。他にもっと悪質な事例があるのではないか、どうして自社なのか、という不公平感を抱いたことがうかがえる。

以上から、事業者に対し適格消費者団体についての周知・啓発を行うことと、申入れ活動を行う際の基準が公開され、申入れ相手に説明の機会が設けられることで理解が深まり、敵

対的な関係から、消費者保護やコンプライアンスを目指す協働関係に至る可能性があると思われた。適格消費者団体が社会や事業者により認知されるには、個別の努力だけでなく、消費者庁など行政機関の役割が重要だと思われる。

インタビューに快く応じていただいたB氏、C氏に深く感謝したい。

(高山 大祐)

7.札幌市、北海道へのインタビュー

<経緯>

消費者保護における重要なステークホルダー(事業関係者)である行政機関は、国から市町村までさまざまな形で関わっている。本調査では、消費者支援ネット北海道(ホクネット)の活動地域であり、意見交換をする機会が多い札幌市と北海道の担当部署に、ほぼ同じ質問でインタビューし、行政側からみた現状認識と期待を聞いた。

7-1. 札幌市

1) インタビューについて

日時：2020年9月30日

対応者：札幌市市民文化局市民生活部消費生活課消費生活係 A氏

インタビュアー：高山大祐(北海道NPOファンド)

2) インタビュー記録

質問1 民間団体である消費者支援ネット北海道の活動をどう見えていますか。

役割の住み分けはできている。札幌市でいうとあっせんや事業者指導はできるが、強制力はなく、名前の公表までとなる。法的拘束力のあることは消費者庁や北海道しかできない。適格消費者団体のホクネットは、差止め請求など実効力ある措置が取れる。消費者センターの相談情報は、ホクネットにも提供される。ホクネットの活動は、この情報から発することが多く、札幌市は最後までは対応できない。ただし、情報を選択的・能動的に提供することはない。つまり札幌市が特に問題視するケースを相談しているということはない。事案の重要性はホクネットの検討委員会が見極めている。消費者庁、北海道までいかななくても、適格消費者団体がある程度の消費者保護はできる。ただし、知名度は低いと感じている。

質問2 適格消費者団体に求めることは何でしょう。

機能が十分に活かされているか、という面では、入念に手順を踏んで実施しており、熱心だと思う。専門家の検討グループが活かされている。1件の事案を処理するのに結構大変だと思う。経営基盤は強固でなく、適格消費者団体の機能、不可欠さを考えると、国から支援があればと思う。

理想としては、札幌市の情報、条例上疑義あるケース、深く立ち入れないときに、スムーズに情報共有し意見交換をしたい。行政側として注視、問題視するケースを共有する機会があればと思うが、現状では札幌市からそうした相談はしていない。

差止め・申入れ活動は、不足とは思わない。差止め案件の対応に強弱はあるにしても、活動に漏れがあるという印象はない。

質問3 ホクネットが認定を目指している特定適格消費者団体に期待するものは。

認定の取得自体は、よいことだと思う。消費者センターのあっせんに法的拘束力はない。そうした団体がないと、消費者は自分で訴訟することになる。特定適格消費者団体は消費者の代わりに被害回復に取り組むことができる。

質問4 消費者保護の現状やネットワーク、機能分担と連携についてお聞きします。

地域の見守りネットワークのようなものができればよいが、連携といっても何をすることが問題だ。他地域の地域協議会では、見守りの構築メンバーを名簿化し、全体会議などを行っている。高齢者や障がい者の見守りで、すごいところは介護や障がい部局と連携し、介護台帳や障がい者手帳と消費者関係のリストを付き合わせることもしている。規模の大きい政令市などでは難しいが、他分野との連携、データベース照合も可能性としては存在する。ただ、消費者支援ネット北海道が入って来て何を具体的に話すかは難しいかもしれない。全て一緒になることはないが、分野ごと、部分ごとの集まりができていけばと思う。

質問5 消費者支援ネット北海道に対し消費者からクレームなどはありますか。

特に受けていない。一般の認知が低いことと関係があるかもしれない。活動が専門的なので、一般に広く認知してもらおう広報活動は難しいのかもしれない。

質問6 消費者行政における地方行政機関と国の関係で何か考えはありますか。

ホクネットに委託事業が発生することがある(年度によって金額は変わる)が、令和8年から国の交付金がなくなり、自主財源になる。交付金は相談員の人件費に使っているの、なくなると消費者センターの運営が厳しい。これまでの規模では、できない懸念がある。今のうちにセンター事業を見直し、恒常的に使えるものをつくっていかうと思っている。

7-2. 北海道

1) インタビューについて

日時：2020年11月19日

対応者：北海道環境生活部くらし安全局消費者安全課課長 A氏

同消費者安全係B氏

インタビュアー：高山大祐(北海道NPOファンド)

2) インタビュー記録

質問1 民間団体である消費者支援ネット北海道の活動をどう見えていますか。

ホクネットにあっては、事業者への申入れや違法行為の差止めに関する活動を活発に実施していただいていると認識している。訴訟案件になったものは、概ねホクネット側の主張に沿って形で和解が成立するなど、十分な成果を上げている。役割は住み分けというより、消費者被害の防止・救済をともに取り組むパートナーと考えている。行政機関の活動と重なるところが多いが、行政機関はどうしても法解釈や法適用について慎重にならざるを得ない半面、適格消費者団体においては、行政とは独立した自主的な立場から、消費者被害の発生を抑止するために一歩踏み込んだ、消費者に一層寄り添った立場で、申入れ等を行うことが可能である。この点、消費者が直面するさまざまなリスクも複雑化・多様化する現在の消費者取引に対し、行政機関よりも素早く適応、キャッチアップすることが可能となるものと思料する。適格消費者団体は、そのような立場から、社会の消費者取引の公序を前に進めていくという役割を有するという側面があると思料する。ホクネットはこれまでも契約約款の不当条項の改善申し入れなど、十分にそうした役割を果たしてきたし、これからもそのような役割を果たして行かれることを期待している。

質問2 相談員向け解説資料などを作成していることをどう評価しますか。

内容も具体的な事例を基に解説があるため非常にわかりやすく、社会情勢に合った内容にもなっており、相談員にとって非常に役に立つ資料だと考えている。

質問3 札幌市以外での活動の評価は。

設立から13年、適格消費者団体になって10年と、まだ若い団体でもあり、消費者協会のように地域に拠点を有しているわけでもなく、札幌以外の地域のプレゼンスについてはやむを得ない面もあるが、出前講座、資料の公開・提供など、努力していると思う。

ホクネットは法律家や研究者、消費生活相談員によって構成される高度に専門化された集団であり、消費者保護のための活動の成果を道内全域にPRし、各地の市町村や相談窓口で知見を活用いただくことで、ホクネットの有用性・価値が広く認識されることになると思う。道としても認知度の向上に協力してまいりたい。

質問4 適格消費者団体に求めることは。

適格消費者団体としての役割を今後とも着実に果たしていただけるよう期待する。ホクネットはこれまでも十分にそうした役割を果たしてきたし、これからもそのような役割を果たして行かれることを期待している。

質問5 ホクネットが認定を目指している特定適格消費者団体に期待するものは。

ホクネットが特定適格消費者団体になることで、本道を中心として発生する多数の消費者の被害救済にご尽力いただけると、消費者被害の救済の面で大きな力となることから、ホクネットが特定適格消費者団体に認定されることには大きな意味があり、期待している。

質問6 消費者保護の現状やネットワーク、機能分担と連携についてお聞きします。

ホクネットとは、消費者被害を発生させる事業者の行動を抑止するという目的意識を共有しており、当庁の消費者行政の推進にとって必要な団体であり、連携関係を構築している。

道は、平成21年度にホクネットと「覚書」を交わし、消費者被害情報や行政措置情報をホクネットに提供して、申入れや差止め請求等の活動に活用いただいている。

ただし、行政調査継続中の案件等の詳細についてまですべて情報共有しているわけではなく、ホクネット側も同様であろう。今後とも必要に応じて、適切に情報共有を図っていく。

また、ホクネットには北海道消費生活審議会に委員として参画していただいております。消費者行政に対する適格消費者団体としての意見を聴取するとともに、北海道消費者被害防止ネットワークにも参画いただき、消費者被害情報や見守りに関する取組状況について情報を共有し、活動に活かしていただいている。

このほか、道としては、日常的に意見交換等を行っているほか、ホクネットが実施する消費者啓発や見守り支援の事業に協力するなど、消費者取引の適正化や消費者被害の未然防止に向けて、今後ともホクネットと緊密に連携してまいりたい。

質問7 ホクネットに対し消費者からクレームなどはありますか。

聞いたことはない。

質問8 ホクネットへの財政的支援について。

ホクネットが日々の活動を行う上で、検討委員の方々、事務局の方々が、大変なご負担、ご苦勞をされていると認識しており、ほとんど無報酬のようにして夜遅くまで検討会議などを行っているとうかがっており、ホクネットの皆様には大変有り難く思うと同時に、心から頭が下がる思いである。

一般論であるが、民間団体である消費者団体は、自らの活動資金を自ら調達すべきで、それが団体の自立性、自主性を確保することになるという基本的な考え方がある。

しかし、適格消費者団体は消費者被害の発生を抑止するという極めて公益性の高い活動

を行っている。公益性の高い活動は得てしてその収益でコストをカバーすることは難しい。そこでその公益的活動に財政支援をする余地が本当はないのかというご意見については、考え方として全く理解できないわけではない。

団体の活動全体を包括的に助成することは、現時点の補助金のあり方としては難しいが、道としては、交付金を国からいただいて、ホクネットが行う事業に対して補助しており、北海道消費者安全課としては、これを今後とも可能な限り続けていきたいと考えている。

7-3. インタビュアー所見

札幌市、北海道とも適格消費者団体としての活動を評価し、認定を目指している特定適格消費者団体の意義を評価している。財政的支援の必要性は意識され、委託事業や補助事業を行っているが、それで十分か、やや否定的な印象を受けた。

「住み分けができて」「同じ目的を共有するパートナー」など、消費者行政に不可欠と考えられ、意見交換や情報交換が行われている。その一方で、特に重視する分野を定め、それについて情報を共有し協働することまでは、現状で行われていない。

総じて三者は共有目的のもと、良好な関係を築いているように見受けられた。事業者インタビューと本インタビューを合わせると、行政とは良好な関係にあり、一般市民や事業者には適格消費者団体としてはそれほど認知されていないと推測される。行政との一層の協働・連携を進める考えがあろうし、事業者や市民への認知度を上げていく考えもあると思われる。

インタビューに快く応じていただいた札幌市、北海道に感謝したい。

(高山 大祐)

8. まとめ

(1) 調査結果の要約

(A) 申入れ活動の軌跡

約 10 年間に行なった約 300 件の差止め申入れ事例について、検討から取扱い終了までの平均期間がほぼ 700 日（2 年弱）となっており、申入れにより裁判外の交渉で不当条項の是正を行うことの困難さが現れている。また訴訟となった 4 件は、提訴までが 600 日弱、提訴してから終結までが 500 日強という平均期間となっており、裁判外交渉よりも日数がかかることが多いといえそうである。

申入れにより目標の達成（不当条項と評価したものの是正）は、過半数が全面的達成となっており、ほぼ達成したものも含むと 3/4 が目的達成と評価できる。この数字は予想以上の成果とあってよい。

(B) 会員アンケート

会員にアンケートを呼びかけて 26%の回答を得たが、約半分はコープさっぽろ関係者で占められている。その多くはホクネットの活動に好意的であるが、機動性が劣る、活動の基盤が乏しい、広報が不足しているなどの問題点も指摘されている。特に、広報面は、ニュースレターこそ読まれているが、ウェブページの閲覧は 64%の方が見ていないと答えるなど、内容面でも伝達方法の面でも工夫が必要である。

こうした広報不足は、ホクネットの目下の課題である特定適格消費者団体の認知度の低さや講演会活動と政策提案活動の認知度の低さなどを招いている。

(C) 事業者インタビュー

差止請求訴訟の被告となった事業者一社がインタビューに応じていただいたが、適格消費者団体の活動に理解を示されたものの、具体的に訴訟となる前の交渉段階が不意打ち的であったことや、特に当該事業者が申入れ対象とされたことについての疑問、より悪質な事業者への追及が必要なのではないかという意見が示された。

(D) 行政庁インタビュー

北海道と札幌市の担当者にそれぞれインタビューに応じていただいたが、ともにホクネットの差止め関係業務や情報発信事業について高く評価していること、行政が慎重な事案や必ずしも強制力を持たない部分について独自の立場で申入れ活動を行い、強制力ある差止請求権を行使している点が重要であることを述べられた。また特定適格消費者団体の認定にも期待されている。

総じて、行政との関係も良いように感じられているが、その役割分担についてはなお模索中のところがあり、また活動の基盤をどう支えていく方策も不透明ではある。

(2) 評価の高いポイント

(A) 行政庁との関係

一定の距離を保った中での協力関係ができています。

(B) 差止め関係業務

訴訟提起の件数はともかく、裁判外の申入れは10年で300件を数え、一定の評価を得ているとともに、業界の標準的な約款の改訂に結びついたり、プロパンガス問題のように国の政策に結びついたり、大きな波及効果を生んだ。

(C) 講演会・研修会の実施や事例集の作成

北海道の消費者保護レベルの向上のため、タイムリーな情報提供の一端を担うことができています。

(3) 課題

(A) 消費者や事業者とのコミュニケーション

事業者インタビューに現れているように、申入れ活動の際のコミュニケーションは書面のやり取りで済ませるのではなく、必要に応じて面談を申し入れるといった手法もあってよい。また消費者との関係も、より緊密なコミュニケーションが必要である。

(B) 活動内容の広報活動

コミュニケーションの一つではあるが、知名度が不足していることから事業者との交渉でも相手にされない場合があったり、消費者に活動が理解されていない面は否定できず、それが例えば申入れの成果を妨げたり、情報収集が不十分になったり、さらには会員として支える層の広がり不足につながったりする。

具体的な広報の手法は、今行っていることの延長線となるが、SNSの活用、事例集などの出版・頒布、マスメディアを通じた情報発信などを行う必要がある。

(C) 活動の財政基盤確保

現状でも厳しいが、特定適格消費者団体としての被害回復関係業務を担う段階ではより一層の活動パワーが必要であり、そのためには財政的な基盤の整備が欠かせない。現在はボランティアと寄付が中心となっており、これに助成事業による収入が加わるが、会員の数をさらに拡大することや、収益事業の実施も検討する必要がある。

(4) 終わりに

社会的インパクト評価を実施し、ホクネットに対する内外の見方や評価の一端をうかがうことができた。また活動の中心を占める差止め関係業務の実態についても、改めて確認する機会が得られた。

今後、上で述べた課題の克服に取り組むとともに、差止め関係業務の進め方についても理事会や検討委員会・検討グループのメンバーそれぞれが再検討する材料としたい。

(町村 泰貴)

〈参考〉 ロジックモデル①

〈参考〉		ホクネットのロジックモデル				アウトカム①	アウトカム②(①から派生するものがあるか、①が具体化したならはさらに何が起きることが期待できるか)	アウトカム③(②まで実現したとして、それぞれの受益者について望ましい状態＝理想的状態はあるか)
対象者または受益者	資源	活動		アウトプット(段階がある)		アウトカム①		
		法律専門家、事務局	事業者自身の修正	事業者との交渉	(直接的なメリット) 消費者の不利益の改善			
	法律専門家	不当勧誘・不当条項の検討、差止め申入れ	不当勧誘・不当条項の問題の顕在化	裁判外の和解による改善	(新聞報道やHP、ニュースレター、消費者庁の情報提供などを通じた広報による認知) 当該事業を通じて、消費者支援ネットワークの活動を知り、消費者保護について関心が高まる	消費者保護に関心が高まり、自己防衛ができるようになる。 ・周囲に広げるなど、活動の普及を図る。 ・ホクネット会員になる。 ・ホクネットを支援する。	消費者保護、被害の未然防止、被害の回復などについて立法や政策実現の場に参加する。	
	弁護士	事業者に対する訴え提起と訴訟退行	裁判上の和解による改善	(直接的なメリット) ①消費者の不利益の改善 ②強制力を持った改善 (新聞報道やHP、ニュースレター、消費者庁の情報提供などを通じた広報による認知) 当該事業を通じて、消費者支援ネットワークの活動を知り、消費者保護について関心が高まる				
企業	法律専門家、事務局	不当勧誘・不当条項の検討、差止め申入れ	不当勧誘・不当条項の問題の顕在化	事業者自身の修正	(ネガティブインパクトの未然回避) ★訴訟リスクの回避、適格消費者団体の認知、対応体制整備	コンプライアンス・消費者保護意識の高まり。	適格消費者団体など外部からの申し入れに対し、適切に検討・対応する。コンプライアンスが高度に保たれている。事業において消費者保護意識が浸透している。	
	法律専門家		裁判外の和解による改善	事業者との交渉				

〈参考〉 ロジックモデル②

企業	弁護士	不当勧誘・不当 条項の検討、差 止め申入れ	不当勧誘・不当条 項の問題の顕在 化	事業者に対する 訴え提起と訴訟 追行	裁判上の和解による 改善	(ネガティブインパクトの発生) ・裁判に至ったことがHPIに公開さ れ、メディアやインターネットが広 り、会社の評判を落とす。 (ネガティブインパクトの発生可能性 の高まりを意識することによる) 事案 が社会的に知られやすい状況とな り、ネガティブな評判を被る可能性 にさらされる。 適格消費者団体の認知、対応体制 整備	コンプライアンス・消費者保護意 識の高まり。	適格消費者団体など外部からの 申し入れに対し、適切に検討・対 処する。 コンプライアンスが高度に保たれ ている。 事業において消費者保護意識が 浸透している。
事業者団体	弁護士、同法書 士、消費生活相 談員、研究者	不当条項モデル の是正申入れ 会員企業への指 導申入れ	条項の問題性の 共有	不当モデル条項 の改正 会員企業の条項 修正	会員企業の多くの条 項改正 個別企業の条項改 正	(ネガティブインパクトの発生) ・裁判に至ったことがHPIに公開さ れ、メディアやインターネットが広 り、会社の評判を落とす。 (ネガティブインパクトを意識するこ とによる) 適格消費者団体の認知、 対応体制整備 事案が社会的に知られやすい状況 となり、ネガティブな評判を被る可 能性にさらされる。	社会的認知度や信頼性が高まる ことにより、申し入れ活動が円滑 になる。 ・寄付や会員が増える。	・訴訟案件が減少し、消費者啓 発、事業者への申し入れ活動な どに注力できる ・社会における必要性が認識さ れ、一定の経営基盤が確保され る。
行政(消費者 行政)	法律専門家、事 務局	行政から消費者 保護団体への情 報提供。 団体から行政へ の情報提供。 行政指導・処分と の協働。	行政機関におい て、不当勧誘・不 当条項の問題が 顕在化する		1.行政指導・処分の容易化 2.適格消費者団体が申し入れ活動 における根拠を取得できることにな り、消費者団体の活動が促進され、 ①消費者の不利益の改善 ②消費者の利益擁護 につながる。(消費者行政が自らの 目的達成を容易にできる)		・深刻な消費者被害が減少する。 ・結果的に行政コストが削減され ている。 ・世の中の変化に合わせて法令 整備などに注力できる。	
	法律専門家	政策提言	消費者保護の現 状認識の共有	行政運営や立 法、条例改正へ の誘因	行政施策への反映		条例・法律の改正	高度な消費者保護行政の実行

社会的インパクト評価報告書

2021年3月

内閣総理大臣認定適格消費者団体

認定特定非営利活動法人

消費者支援ネット北海道（ホクネット）

〒060-0004 札幌市中央区北4条西12丁目ほくろうビル3階

電話 011-221-5884 FAX 011-221-5887

ホームページ <http://www.e-hocnet.info/>

e-mail hocnet1222@alto.ocn.ne.jp

協力：NPO 法人北海道 NPO ファンド

2020年度日本郵便年賀寄付金助成事業



日本郵便 年賀寄付金
