

## 第14回堺市消費生活審議会 議事要旨

### 1. 日 時

令和元年8月6日(火) 10:00~11:40

### 2. 場 所

堺市立消費生活センター 研修室

### 3. 出席者

【委員(五十音順・敬称略)】 11名

飯島 初美/江口 文子/斎木 茂人/澤村 美賀/白江 米一/鈴木 康郎  
田中 康博/野田 文子/松本 陽子/山口 典子/吉田 実

【事務局】

光齋市民人権局長 比嘉市民生活部長 村田消費生活センター所長 他

### 4. 傍聴者

1名

### 5. 議 題

- 堺市消費者基本計画に基づく平成30年度施策実施状況について
- 第3期堺市消費者基本計画について

### 6. 会議経過

- (1) 光齋市民人権局長より挨拶
- (2) 委員紹介
- (3) 「堺市消費者基本計画に基づく平成30年度施策実施状況について」
  - ① 配布資料に基づき、事務局から説明
  - ② 質疑応答及び意見交換
- (4) 「第3期堺市消費者基本計画について」  
配布資料に基づき、事務局から説明
- (5) 全体質疑応答及び意見交換

## 【堺市消費者基本計画に基づく平成 30 年度施策実施状況について】

### 事務局による説明概要

#### 【関連資料】

- ・ 資料 2 堺市消費者基本計画 平成 30 年度施策実施状況
- ・ 参考資料① 平成 30 年度第 2 回市政モニターアンケート報告書（抄）
- ・ 参考資料② 平成 30 年度消費生活相談概要
- ・ 参考資料③ 平成 29 年度堺市消費生活審議会あっせん事案について
- ・ 参考資料④ 第 2 期堺市消費者基本計画（現行計画）概要

○ 第 2 期堺市消費者基本計画の各指標項目の進捗状況及び各施策の実施状況のうち【重点施策】についてご説明させていただきます。

#### ○ 資料 2 1 頁

計画において定めている 4 つの指標について、その進捗状況を記載している。

1 つめの指標「訪問販売を望まない消費者のうち、訪問販売お断りシールを貼っている人の割合」については、前年度に市政モニターアンケートを実施、その結果を記載している。

こちらは 50%の目標値に対し、実績値は 22.3%であった。

抜粋記載項目以外の市政モニターアンケート内容の詳細は、参考資料①を参照。

#### ○ 資料 2 2 頁

2 つめの指標「消費生活センターの役割を知っている人の割合」については、50%の目標値に対し、実績値は 49.4%であった。

3 つめの指標「出前講座の参加者数」については、2,500 人の目標値に対し、実績値は 888 人であった。

4 つめの指標「あっせんの解決率」については、目標値 90%に対し、実績値は 90.3%であった。

#### ○ 参考資料④

3 頁以降は、各事業の実施状況を記載しており、【重点施策】の中で主なものをご説明させていただきますとして、その前に【重点施策】の位置付けについて、参考資料④に基づきご説明させていただきます。

参考資料④の中段をご覧ください。現行計画では、「消費者の権利の尊重」や「消費者教育の推進」など各分野について、それぞれ計画推進のための考え方や施策を記載している。

その中でも特に重要なものについてを【重点施策】と位置付けており、該当項目を太字表記のうえ括弧重点施策と記載している。以降の事務局からの説明について、資料 2 及び参考資料④を併用しながらご覧くださいと全体像を把握していただきやすいかと考える。

## ○ 資料2 3～4頁

「① 消費者の権利の尊重 ～消費生活の安全・安心の確保～」 「(3) 取引の適正化」 「① 条例違反業者に対する指導・勧告・公表」 内の項番1「不当な取引行為に対する調査指導等」については、平成30年度は条例に基づく是正指導事案は無かったが、事業者による定期訪問の機会に、消費生活センターに寄せられた相談内容の確認や対応が不十分と判断される事業者に対して、より実効性のある是正を求めた。

「② 法令遵守のための啓発、指導」 内の項番1「事業者団体との連携による適正な事業活動の推進」については、電気通信事業・生命保険事業・損害保険事業・信用情報取扱機関・新聞業界団体と意見交換を行い、適正な事業活動の推進を要請した。資料には、意見交換の主なテーマを記載している。

「③ 不招請勧誘への対応」 内の項番1「不招請勧誘への対策」については、訪問販売お断りシールを出前講座の場で講座参加者だけでなく、地域の繋がりを活かして近隣の方等にも勧めていただくよう働きかけたほか、大勢の買い物客等が集まる商業施設で開催した出張啓発イベントの場で配布するなどした。

また、新たに本市へ転入された方を対象に、各区役所から書類を送付する際にも必ず封入してもらうことで一層の周知・利用促進に努めた。

## ○ 資料2 5頁及び参考資料②

「③ 消費者被害の救済」 「(1) 苦情の処理」 「① 相談員による助言・あっせん」 内の項番1「専門相談員による助言・あっせん」については、参考資料②に基づきご説明させていただきます。参考資料②の1頁をご覧ください。

平成30年度の相談件数は6,196件で、平成29年度に比べ277件の増加であった。2頁では年齢別の相談件数を記載しており、60歳代以上からの相談は全体の42%を占めている。5頁では商品・役務別の件数をまとめており、インターネット関連サービスに関する相談が最多で、商品一般、工事・建築、新聞、携帯電話関連と続いている。

## ○ 資料2 5～6頁

「② 相談員の専門的知識の向上」については、相談員の相談対応能力の向上のための研修参加状況や専門家を講師とした職場研修会の開催状況について記載している。

## ○ 資料2 7頁

「③ 関係機関等との連携」 内の項番1「情報の共有等」については、緊急消費生活相談情報として関係機関に情報提供した内容や、身体に重大な被害が生じた事案で消費者庁に即時通知を行った重大消費者事故の内容等を記載している。

## ○ 資料2 8頁

項番2「警察署との連携」については、堺市内の警察署との連絡会議の内容や依然として被害が多発している特殊詐欺被害の未然防止に向けて、市内各警察署との協定に基づき実施している特殊詐欺被害防止電話パトロールなどの取組について記載している。

## ○ 資料2 9頁及び参考資料③

「(2) あっせん、調停」「① 堺市消費生活審議会によるあっせん、調停」内の項番1「堺市消費生活審議会によるあっせん、調停」については、平成29年度中に付託され、平成30年度中にかけて継続となっていたFX契約に係る付託案件1件について、ご説明させていただきます。

前回(第13回)の審議会においても事案の概略をご説明させていただいたが、その後の経過に進展があったため、改めてご説明させていただきます。参考資料③の2頁をご覧ください。

本件は、外国為替証拠金取引に係るノウハウコンサルティング契約(いわゆるFX契約)に関する事案。相談者と情報商材を取り扱う事業者との間で締結された契約について、特定商取引法上の訪問販売に該当し、またクーリング・オフ可能と判断できる取引であるにも関わらず、契約条項に「クーリング・オフができない」旨の記載があり、無効な契約に基づいて契約金額498,000円が相談者から事業者へ支払われたというもの。

相談者の当該契約を解約したいとの意向に対し、クーリング・オフ不可のため返金できないとする事業者の主張とが平行線を辿り、消費生活相談としてはあっせん不調となった。その後、平成30年2月16日付で苦情処理委員会へ付託を行った次第である。

付託後の経過について、4～5頁にかけて記載しているのでご覧ください。

大まかな経過をご説明すると、付託以降、苦情処理委員会の開催に向けて相手方事業者に対し、事務局から再三にわたって電話や文書による出席要請を試み、正当な理由なく出席を拒否する場合には事業者名の公表等を行う可能性がある旨も示唆しながら連絡調整を行っていたが、中々応じる気配が無く進展が見られない状況が続いていた。

しかし、本年3月12日に事業者から連絡があり「苦情処理委員会への出席は日程都合の面から困難なものの、事案解決に向けて対応を検討したい」との回答があった。

翌日に改めて事業者から契約金額の半額249,000円の返金による合意案の提示があり、相談者へ意向確認を行ったところ、合意が成立し、3月31日付で事業者から相談者へ解決金の振り込みがあったことを以て事案対応が終了に至った。

結果的に苦情処理委員会を開催せずに解決に至ったが、対応過程において様々なご助言をいただいた委員の方々に、改めてお礼申し上げます。

## ○ 資料2 10～12頁

《4 消費者教育推進計画》「(1) 様々な場における消費者教育」「① 学校等における消費者教育の推進」について、まずは《幼稚園、保育所等》向けの施策についてご説明させていただきます。

項番1「消費者教育に関する取組支援」については、ライフステージ別の消費者教育の充実を図る観点から、教育施設における活用を目的に絵本「やさしいはきている」を購入し、市内の保育所・幼稚園・認定こども園等に配布を行った。

次に《小学校・中学校・高校等》向けの施策についてご説明させていただきます。

項番1「小学校家庭科及び中学校技術・家庭科(家庭分野)における消費者教育の実施」については、消費生活センターの教育委員会が連携し、担当の教員を対象に講義とロールプレイや事例紹介、いわゆるケーススタディによる研修会を実施した。

続いて《大学等》向けの施策についてご説明させていただきます。

項番1「出前講座等の実施」については、西区にある羽衣国際大学の新生を対象に、オリエンテーションの一環として出前講座を実施し、若年者の消費者トラブルの未然防止に向けた情報提供や注意喚起を行った。

また、平成31年度は新たな取組として、11月に大阪府立大学で開催される学園祭の場に出向き、大学生を中心とした若年者に対する啓発事業を実施する予定である。

## ○ 資料2 14頁

「② 地域社会における消費者教育の推進」内の項番4「出前講座の実施」については、15回開催し、888人の方にご参加いただいた。

主な内容としては、高齢者対象の講座が10回で408人、大学生対象の講座が1回で330人、見守り活動を実施されている方を対象とした講座が4回で150人となっている。

## ○ 資料2 15～16頁

項番5「消費者教育受講機会の拡充」については、生命保険との付き合い方、有料老人ホーム等の高齢者向け施設の選び方、そしていわゆる“終活”をテーマにしたエンディングノートの書き方講座、特殊詐欺被害防止をテーマに全4回の講座を開催した。

項番6「広報紙、ホームページによる情報提供や効果的な情報提供方法の拡充」については、広報さかいに相談事例に基づく啓発記事を毎月掲載し、ホームページにも注意喚起情報や国の公表する製品事故情報、講座・講演会の開催情報等を掲載した。

なお、消費生活センターでは引き続き広報紙やホームページを活用した情報提供を行うとともに、今年度からより一層の積極的な情報発信を図るため、SNS (Twitter) を活用し、消費者トラブル防止に関する注意喚起情報など消費者に役立つ情報の発信を開始する予定である。運用開始時期については、現在運用方法を含め調整中につき、詳細確定し次第、ご案内させていただきます。

続いて、センターで実施している啓発事業の「お買物・くらしの川柳事業」及び「出張啓発事業」について簡単にご報告させていただきます。

平成30年度についても、引き続き「お買物・くらしの川柳」事業を企画・実施し、悪質商法や特殊詐欺による消費者被害防止等をテーマ五・七・五の川柳作品を募集した。合計3,534作品の応募をいただき、その後、各区で行われた区民まつり会場での啓発活動の機会に、市民による入賞候補作品への投票を実施し、最後に入賞作品の発表と表彰を西区にある大型商業施設のおおとりウイングスにおいて、出張啓発イベントのプログラムの一環として行うことで、より多くの市民が集まる場に出向いて積極的な啓発を実施した。

出張啓発イベントの具体的な内容としては、消費生活と計量について楽しく学んでいただくことをコンセプトに、漫才やコント仕立てで消費者トラブルの事例と対策を学ぶプログラムや、お菓子の重さをはかりで実際に計量してもらうことにより、計量の世界を身近に体感していただくプログラムを実施した。

当日は600人以上の会場を埋め尽くすほどの多くの方にご来場いただき、盛況のうちに終了となった。

## ○ 資料2 17～18 頁

項番7「街頭啓発等の実施」については、昨年度も堺市くらしのサポーターの方々の協力を得て、消費者月間や各区で開催される区民まつりの会場で、消費者被害の未然防止を直接訴えかけながら啓発資料の配布等を実施した。

項番8「消費者啓発のための講演会の開催」については、5月の消費者月間の取組として製品事故の防止をテーマに、独立行政法人製品評価技術基盤機構から講師の方をお招きしご講演いただいたほか、11月にはくらしに身近な税金をテーマに、消費増税といったタイムリーな話題も踏まえながら、大阪府金融広報委員会から金融広報アドバイザーの方をお招きしご講演いただいた。

## ○ 資料2 21 頁

「(2) 消費者教育の担い手の支援、連携」「① 学校等における担い手」内の項番1「教員に対する研修会の開催」については、中学校家庭科部会の教員を対象に、ロールプレイング形式で契約について説明し、今後迎える成年年齢引き下げを見据え、若年者に多い消費者トラブルの事例紹介や消費者市民として生きていくための心構えについて研修会を開催した。

また、小学校家庭科部会の教員向けには、アクティブラーニングを取り入れた「お買い物ゲーム」を実践していただくことで、生徒に消費者教育を実施する際に、より実効性の高いものとなるようにするにはどうすればよいか考えていただくための研修会を開催した。

## ○ 資料2 22 頁

「② 地域における担い手」内の項番2「地域における消費者教育・啓発活動や見守り活動の担い手の育成」については、見守り活動を実施されている方々への出前講座を4回開催し、包括支援センター職員やケアマネージャー、自治会関係者の方々等、150人の方にご参加いただいた。

なお、平成30年度も平成29年度に引き続き社会福祉協議会 権利擁護サポートセンター主催の「市民後見人養成講座」や「権利擁護支援者養成研修」に消費生活センターの相談員が講師として参加し、権利擁護支援者養成に向けた消費者被害の防止・救済に関する情報提供・啓発を実施した。

## 質疑応答及び意見交換概要

(澤村委員)

### ○ 参考資料② 5頁 商品・役務別の相談件数について

全体の相談件数が昨年度に比べると増加していることも要因としてあると思うが、おそらく台風 21 号による影響により「工事・建築」部分が 201 件（平成 29 年度）から 266 件（平成 30 年度）に増加していると思われる。自身が勤務している消費生活センターでも同様の影響により、リフォーム関係の相談は前年比で 1.5 倍程度増加しているという状況。

現状もこうした災害関連の相談は増えているか。また、この秋にかけて同様な自然災害が生じる可能性があると思われるが、市としてどのような市民啓発や周知の取組を考えているか。

### ○ 資料 2 12頁 大学における消費者教育について

羽衣国際大学の新生オリエンテーションにおいて出前講座を実施しているとのことだが、オリエンテーションの場でお伝えできる話の程度としては簡単な例えば「消費生活センターにご相談ください」といったようなことになると思う。最近の 20 代からの相談を聞いていると、昔流行したようなデート商法等は全く無く、情報商材等の事案で契約の約款の条項部分が「これは不当条項ですよ」と思われるような相談が入ってくる。

相談者に聞くと、クーリング・オフやいわゆる悪質商法のことも知っていると言う。しかし、「不当条項のことは知っている？」と聞くと、「そんなの知らなかった」と言われることが多い。

タレント養成スクールなどに関する相談やそれから 20 代半ばから後半にかけて多い結婚式場に関する相談を聞いていると、「これは不当条項じゃないか」と思うことが結構あり、相談者本人がおかしいと思うと相談に来るが、相談者が言うには「私はたまたま相談に来たから良かったものの、他の人も同じような被害に遭っているんじゃないか」と言われることがある。

消費者契約法における不当条項に関する規定部分について、これからどのように周知していかれるつもりか。

### ○ 資料 2 22頁 見守りネットワークについて

社会福祉協議会や権利擁護サポートセンターで講演など啓発の取組をされているとのこと、全ての講座に関係する話になるが、情報を届けるだけではなかなか難しい面がある。

高齢者の見守りについては、発見して消費生活センターへ連絡・通報するシステムづくりが必要かと思う。特に各市町村が設置している消費者安全確保地域協議会においては様々なパターンがあるようで、なにかあったらすぐ連絡できるように消費生活センターと社会福祉協議会との間で連絡ネットワークを作っているところなどあるようだが、堺市の場合はそのような双方向で情報を共有できるような仕組みはあるか。

(村田消費生活センター所長)

○ 「工事・建築」に関する相談が増加している点について

台風発生直後は急激に相談件数が増加し、「工事を依頼したものの中々業者が来ない」「契約金額が妥当なものか」といった相談が非常に多かったが、以降はゆるやかな推移を辿っている。ただし、堺市内においてもまだまだブルーシートを張ったままで処置が済んでいない家屋が散見されるので、まだ相談としてはしばらく入ってくるのではと見込んでいる。

市民への情報周知については、広報紙で発信すると情報は知れ渡るが、タイミングが遅いという面がある。一方、ホームページでの発信となると逆にタイミングは早い、あまり閲覧していただけないという面がある。工事・建築となると主に20代というよりは、30代・40代などの働き盛りの世代から高齢世代までが契約等において多数の割合を占めると思う。20代も含めてこうした世代はSNSを活用されている方が多いと思うので、既存の媒体と合わせてSNSも活用しながら発信の頻度を高めていきたい。

○ 大学生に対する消費者教育について

情報商材や明らかにおかしいのではないかと契約に手を出すということについては、儲け話のような誘いから入っていくのだと思われ、本人に原因がどうこうよりも社会経験が浅い部分を悪質な事業者がターゲットにしているという実態があると思う。

なるべく具体的な事例を取り上げて、どこに問題点があるのかをはっきりさせたうえで情報発信し、被害の未然防止に努めたい。

また、大学でのオリエンテーションについては、非常に消費者教育に熱心な大学で、大学側で冊子を独自に作成しており、その中に消費者トラブルに関する記述ページがある。冊子の記載内容について、学生へ説明して欲しいと依頼を受けるが、単にページを紹介するだけでなく直近で起こっているトラブルの情報を付加しながら注意喚起に努めている。

○ 見守りネットワークについて

見守りネットワークのような組織立ったシステム形成の動きが行政に必要ではないかという点については、今現状として、相談事案の中で見守りが必要ではないかと感じられる部分がある。それを感じたときは消費生活相談員が地域包括支援センター等へ、相談者の個人情報等も含めて伝える形で連携を取ってよいか確認を取ったうえで日々連携に努めている。

(飯島委員)

○ 資料2 2頁 出前講座の参加者数について

平成28年度と平成30年度の人数実績値を比較すると、半分とまではいかないにしても大幅に減少しているという状況であり、なにか原因があるのか。

○ 参考資料② 5頁 商品・役務別の相談件数について

インターネット関連サービスの相談が最も多いということで、おそらく若い世代の方の消費者被害がかなりあるのだろうと思う。堺市では中学生や高校生に対して、学校を通じて啓発パンフレット等の資料を配っていて、資料自体はとても良い内容のものだと思う。

自身にも高校生と大学生の子どもが居るが、配られて家に持って帰ってきたら後は置いたまま読まないというのが実態で、せっかく良い資料を配っても内容まではきちんと届いていないのではないかというのが実感。

先日、19歳の看護専門学校生徒たちに出前講座を実施し、ネット関係の内容を中心に話したが、19歳の生徒たちでさえ「ネット通販でどういう点に注意して購入すれば良いと思う？」と聞いたところ、「値段」としか答えが返って来なかった。

業者の所在地やどうすれば連絡が着くかなどはあまり考えておらず、「商品が届かなかったらどうするの？」と聞いたところ、「メールする」と答えが返って来た。メールとは一方的なもので返信が返ってこないこともあるが、あまりそれを疑問にも思っていないというような現状を感じた。

大学での消費者教育にあたっては、当該分野の相談の件数が多いことや先にお話したような実態があることを認識のうえ、実施していただきたい。

(村田消費生活センター所長)

○ 出前講座の受講者数が減少している点については、もう少しPRをしていかなければならないと感じており、出前講座の利用世代はやはり自分で情報を取りに行けない高齢世代が多いと思う。そのような世代の方に、センターとしてこういう取組（出前講座）もやっているんだよということも知らせながら、どういう内容を発信しているのか、これは役立つものなんだよという意味合いも知らせながら依頼を受けられるようにしたいと考えている。

例えば、堺市では高齢者のネットワーク会議があり、主に見守りを行う方を対象としたものになるが、全体の会議や各区の会議、圏域の会議とそれぞれ場があるので、そのような場でPRしてご利用いただけるようにしていかなければならないと思う。

また、高齢世代だけでなく若年者についても、契約とはどういうものかを知っていただかないといけないと感じており、PRしていかなければならないと思う。

今年度（令和元年度）は三国丘高校から夜間の生徒を対象に出前講座を実施してほしいという依頼があり、早速開催に向けての調整を行っているところである。

消費者トラブルに関心の高い教員が居られ、今年度だけでなく来年度も実施して欲しいという声もいただいたので、これから広げていかなければならないと考えている。

(江口委員)

○ 参考資料② 5頁 商品・役務別の相談件数について

インターネット関連サービスの件数が平成29年度の775件から平成30年度は676件と減っているが、相談の被害としてはオンラインプラットフォームでの転売ビジネスや一般の方が物を売買することがとても増えているのに、件数が減っているのは何故かが気になる。

また、転売ビジネスのようなことをやっている消費者からの相談を、消費者としてセンターは相談受付しているのかどうかについて、自治体によって対応が異なると聞いたことがあるので堺市ではどうされているか伺いたい。

○ 若年者への啓発について

儲け話の誘いを悪質な事業者がもちかけてくるという話が事務局側の話にあったが、被害に遭った学生の話の聞いてみると、実際は事業者などの仕組んでいる側は全く登場せず、結局先輩や昔からの近所の知人などの身近な人から声をかけられるというのがほとんどである。それを組織しているのはもっと上位の者なのかもしれないが、周りの者が声をかけており、声をかけている者もかけられている者もそうした犯罪的なことに手を染めているという意識が無い。誘っている方は「儲け話をするつもりは無かった。そもそも自分はお金を持っていない」と言っているが、実際そのような話を誰かにして、どこそこへ連れて行くだけで10万・20万貰ったという。

何故たったそれだけのことで10万・20万もの大金を貰えるのかという点について、おかしいと感じてもらえる啓発活動等が重要なのではないか。

高校で啓発活動をとという話が事務局からあったが、「こんな簡単なことでお金を貰えるはずがない」「おかしいな」という感覚が持てる若年者を増やすことがとても重要ではないか。

○ 参考資料② 5頁 「健康食品関係」について

定期購入だと思わずに申し込んだ時の解約相談という相談内容について、ある物を一回きりと思って買ったそれが定期購入になっていたというものや、掃除機を買ったのに化粧品を毎月定期購入することになっていたというものがある。ネット上の表記を見ると、「要らないと申し出てこない場合は購入したものとみなします」というような記載がある。

大学生にこのような話をすると笑うが、笑うのは何故か、どこがおかしいから笑うのかを考えてもらうといい。そうすると、契約した覚えがないからたぶん笑っているのだと思う。そこで契約とはどういう点が一致しないといけないのか、価格だけでなく契約の内容や何をいくらで買うのかという部分について、自分で認識していた物と異なる物を契約させられたことがわかったから笑っている。

高校生や大学生であればそこで何故笑ったのかを考えてもらえるような出前講座にさせていただくと、不当条項について澤村委員が先ほど仰っていたが、平成28年の消費者契約法の改正で消費者の不作为をもって意思表示をしたとみなす不当条項の無効が規定として盛り込まれたことを共に説明すれば、大学生くらいならばすぐよく理解してもらえるのではないかと思う。買ったことにされてしまうという条項があれば、「これって改正された消

費者契約法の第10条の話だよね」くらいはわかるのではないかな。

すぐに答えを言うのではなく、考えてもらう形式の出前講座にさせていただくと、とても良いのではないかな。

(村田消費生活センター所長)

- インターネット関連サービスにおいて、若干相談件数が減少している件について  
オンラインプラットフォームにおける個人間売買については、相談として一定数入ってきている。何が減ったのかについては分析が必要だと思うが、例えば個人間で売買できる場をメルカリやラクマなどが提供しており、消費生活センターに相談が入った場合、双方が消費者同士なのでセンターが間に入らないといった対応はしていない。  
あくまでも間にプラットフォームの提供という形で事業者が入っており、個人がやりとりするにあたって事業者がどういう場を提供しているのかをよく調べて、どこが問題点なのか、どこを追及していけばよいかという点を相談者にはご助言している。

(江口委員)

- オンラインプラットフォームは約款の問題がすごくあると思っており、消費者にとって不利な約款が平然と載っている状況であり、また、消費者は紙媒体で手元にそれを持っていない。  
相談員が相談対応時に聞き取りをする際、自分でネット上に掲載されている約款を見に行かないと、どれだけ消費者にとって不当な条項が盛り込まれた約款になっているかが気付きにくい。是非今後も相談をお聞きいただきたい。

(齋木委員)

- SNSの活用について  
TwitterやFacebookの活用に目を向けるべきという意見が委員からあったが、1年間でなにか新しい取組があったかどうかをお尋ねしたい。
- 啓発の取組について  
新しく様々な取組を進めていく中で若年者や高齢者に目が向いているが、消費者被害を防止するためにはいわゆる中間層（生産層）にも目を向けて被害の防止に努める必要があるのではないかな。

(村田消費生活センター所長)

○ SNS の活用について

各委員からご提言をいただき、事務局としても早期に着手が必要と考えている。

現時点で運用開始には至っていないが、11月に大阪府立大学における学園祭の場で情報発信をしたいという計画があり、そのタイミングに合わせて SNS の存在について拡散したいと考えている。

それまでの間に庁内の関係部署と調整を進めながら、発信していく予定。しかし、せっかく発信をしても中々存在が伝わらないと、やっている意味が薄くなってしまうので多数の方が集まる機会を捉えて、登録勧奨の PR をしていきたいと考えている。

○ 中間層への啓発、情報発信について

30～50歳代の相談件数を見ても、一定の件数が寄せられている状況。このような世代は、日中に講演会や講座を開催しても中々参加できない方が多いため、その世代に合わせた適切な発信方法が何かを考えた時に、ホームページや SNS でどんどん発信していくのも一つかと思う。

(齋木委員)

○ 中間層への情報発信については、事業者を活用していただきたい。

子どもたちから見たら私たちは大人であり、おばあちゃん・おじいちゃんからすると子どもである。その関係性を活かし、子どもにはもっとコミュニケーションを取って、何かあったら相談してねと。親からは何かあったらすぐ言うよ、離れていても何かあったら LINE するよと働きかけをするのも一つの手かと思う。

大阪府では見守りハンドブックを作成しており、これは事業者の方に読んでほしいとしている。変わった動きがあったらこの冊子を見て、おじいちゃん・おばあちゃん周りにも声をかける。こうした動きも一つかと思う。

ACAP（公益社団法人消費者関連専門家会議）の例会でも、大阪府の方にお越しいただいて、「見守りガイドブックを作成しました。皆さんも主体的に協力してください」と声かけがあった。こうした働きかけも大切かと思う。

○ SNS では情報発信も大切だが、監視も重要。企業等の取組では、SNS のチェック専任担当者が居たり、外部の事業者に依頼して 24 時間体制で SNS を監視したりしている。

その過程で何かあれば即座に朝には情報が手元に入るという体制をとっている。それを行う理由の一つには、危険・リスクに対する防止にも繋がるという点がある。

発信だけでなく、監視することで市民の方々に異変が起きていないか、非常に有効なツールだと思うので是非ともご検討いただければと思う。

(松本委員)

- 齋木委員が仰ったとおり、情報発信だけでなく監視が重要だと思う。悪意を持って情報を発信する人も居るので、そういう意味ではプロに任せて監視するという事は事業者にとっても行政にとっても大事ではないかと思う。

大阪府の見守りハンドブックの活用は事業者としても身に余る想いで、大阪いずみ市民生活協同組合では地域に配送などもしているが、そこで見かける光景というのはよくお聞きになると思うが、いつも玄関先に出てこられる方が今日はお見えにならないなどの事案があり、そのときに同時に職員がどういう対応を採るかということについても見守りハンドブックの内容を周知することが大事。

- 年代によって情報発信の仕方やツールを使い分けるということについて、30代～50代はいくら講座などを聞きに行きたくても時間が無い。その代わりにホームページと言うが、ホームページもスマホから簡単に見たいところにすんなり入っていけるようなものでないと役に立たないと思うので、SNSの活用を現在検討されているようだが、全員が広報物に目を通してはいるわけではないので、行政として大々的に啓発活動に際して、どこに居ても堺市としてここに相談すれば良いとわかるような、あるいは情報が得られるような環境作りが必要なのではないか。

(田中会長)

- 契約とはそもそも何か、何を以て契約が成立したとなるかなどの基礎的な部分について、「契約というのは書面でやらないとダメだ」とか、「とにかく契約した以上は守らないとダメだ」とか、とんでもない誤解が世の中に蔓延しているように思える。こういうところの教育について、きちんと取り組んでいかなければならない。

また、クーリング・オフに関連して、通信販売では、事業者がクーリング・オフできないとすることが認められているにも関わらず、常にクーリング・オフできると誤解されており、消費者に十分伝わっていないという点が問題である。

契約の拘束力の問題については、基礎的なことであるゆえに、大学で学生に教えていても退屈な反応で、どうやってうまく伝えるかが問題である。

- 日本学生支援機構の奨学金の返還に係る保証人からの保証料について

信用保証協会のホームページを見ると、「保証料とは保険料ではない。信用保証協会が弁済した場合には、お支払いいただきます」というような記載があった。

日本学生支援機構の保証については、昔と異なり機関保証をやっているところで、この話については一市町村の消費生活センターの役割を超えた話かもしれないが、高校生にもなると奨学金を借りるということはある話で、そこで保証会社をつけると天引きで保証料を取られる。保証機関がついているから大丈夫だという節がひよっとしたらあるかもしれないが、事業者を相手にしている信用保証協会であっても、先のような記載をホームページで注意書きしている意味を考えると、高校生や大学生くらいであれば余計に騙され

るなあと感じるところもある。

本日の話の中には奨学金の話は一切出てきていないが、出前講座等でも注意喚起していただくと、良いテーマになるのではないか。

- 印刷物に関しては、特に学生については受け取ったらそれで終わりというところがある。配布した後の次をどう捉えるかが難しいところ。
- 生徒・学生については如何せん「考える」という習慣が根付いておらず、どちらかというとすぐに正解を求めたがりがちで、○か×かを求めたがる。様々な工夫が必要。  
大学で学生に教えている中で率直なことを言うと、学生は成績評価に直接関係無いとなると流す傾向にある。生徒や学生は嫌がるかもしれないが、例えばその場でテストをして成績に反映させるようにするという必要かもしれない。  
座って授業を聞いて、貰った物を受け取って、持って帰ったらなんかやった気になる傾向が強いので、出前講座の指標については人数もさることながら中身をどうするかが大事ではないかと強く感じた。

(村田消費生活センター所長)

- 行政がよくしがちなのは、配るだけということが多い。本当に必要な学生に情報が伝わっているかが配るだけではわからないという点については、各委員が仰るのと同感のため、学校の教員とタッグを組んで授業で配布した資料を使用してほしいとお願いしている。  
なるべく契約の知識や一度契約を結ぶと縛られてしまうといった部分をきちんと授業で取り入れてほしいという想いから、教員が使いやすい教材を学校側と相談しながら配布している。

(田中会長)

- 様々な意見が各委員から挙げたことを受け、今後とも基本計画に則って施策を着実に推進していただきたい。

## 【第3期堺市消費者基本計画について】

### 事務局による説明概要

#### 【関連資料】

- ・ 資料3 審議スケジュール（案）

○ 第3期堺市消費者基本計画の策定に向けた今後の審議スケジュール（案）について、ご説明させていただく。

#### ○ 資料3

資料の左半分が今年度（令和元年度）の、右半分が次年度（令和2年度）の動向を記載した構成となっている。

最初に、消費者基本計画の策定にあたっては、堺市消費生活条例第9条第3項に基づき、「あらかじめ堺市消費生活審議会の意見を聴かなければならない。」と規定しており、審議会の場において委員の皆さまにご審議いただきたい。

については、まず年度内2月頃に次回の審議会を開催のうえ、正式に第3期基本計画の策定について諮問のうえ、併せてその後の事務局による計画素案の作成にあたっての基本的な考え方や方針をご説明させていただきたい。

年度が変わり、市議会の役員改選等に伴い委員改選を挟んだ後、7月中を目途に令和2年度1回目の審議会を開催させていただき予定。こちらでは、現行の第2期基本計画の4年目に当たる令和元年度の施策実施状況をご報告し、第2期基本計画の遂行状況及び課題等を踏まえて新たに令和3年度以降の時期計画の素案をお示しさせていただき、委員の皆さまにご審議いただきたい。

その後、各委員からのご意見を踏まえて事務局側で計画素案の修正作業を行いながら、11月上旬までを目途に、審議状況に応じて審議会を開催のうえ、修正案についてご審議いただきたい。

12月にはパブリックコメントを実施し、市民の皆さまにご意見をお伺いさせていただき予定。パブリックコメントの結果がまとまった後、1月下旬頃を目途に審議会を開催し、パブリックコメントの実施結果報告と、これを踏まえた計画の最終案についてご審議いただきたい。

なお、スケジュール案については現時点の内容で、今後の審議の状況によっては変更が生じる可能性もある。何卒その点ご承知置きくださるようお願い申し上げます。

委員の皆さまには、大変お忙しい中にご負担をおかけするが、改めてご協力いただきたく謹んでお願いを申し上げます。

(山口委員)

- 以前から消費者団体として気になっていることで、福島原発の爆発以来、放射能汚染の問題について消費者としては、水・空気・土・食品の安全性はかなり神経を使っている。  
私が議会で提案させていただいたのだが、堺市では本来は大阪府が放射線濃度について水・土・空気を定期的に測定しているが、そこに堺市は1か所しか定点が無い。  
堺市は堺市として独自に観測をしたらどうかと申し上げて、そこから定点測定が続いているという状況になっている。ただ、食品の安全性については国が基本的にはセシウムという放射性物質のみを基準に、野菜や魚等を測定している。  
私が気にしているのは堺市の子どもたちが食する給食の素材。これは風評被害とすぐ言われ、公にはしていないができるだけ西日本のもの或いは地場産のものをということで気を付けてくださっている。  
これから福島原発が廃炉の段階に入っていく、また北陸のもんじゅも廃炉になっていく、さらに南海トラフ地震が発生するかもしれない、そんな状況の中で消費者はスーパーで野菜や魚や肉を買って自分で測定器を持って行って測定しても、全然安全性に信憑性が無く、これは行政がしっかり測定していただかないといけない。  
国が大丈夫だと言っても、安全基準そのものを大幅に緩めて、そんな中で安全だと言われても消費者としては納得できない。消費者の大きな不安材料の一つだと思う。私はできればこの安全性の問題は解決していないので、基本計画の背景の中に明記していただきたい。
- そろそろ消費者アプリのようなものを堺市でも独自に作って、早期にアピールしておかないといけない。大阪府立大学や特定の大学へ行って PR するというのも大事なことだが、それだけでは全然広報したことにはならない。  
アプリ等を作って消費者からの SOS がたくさん受け、それに対応するとなると当然消費生活センターの職員数も増やしていかないと絶対的に対応が無理だが、これは消費者の安全を守るため、そして消費者被害を防ぐためには必要なこと。
- 参考資料②で相談件数の中身について。先日、堺市内の防犯協議会や市内5署の警察署長等が出席する「堺市安全まちづくり会議」に出席したところ、堺市の消費者被害の状況をご説明いただいた。その内容と消費生活センターとがコラボしていないといつも思う。  
既に今年の4月から先月(7月)までの間に堺市内だけで特殊詐欺による被害総額が6億円を超えている。こういう情報を市民が瞬時に知ることができるようなのが必要。  
特に、特殊詐欺の被害者は年代別で詳しく書かれているが、一言で言うなら65歳以上の被害者が7割を占めていて、さらにその中で女性が8割を占めている。これを聞いた時に消費者団体として「なんでだろう」と、こんなにしっかりした人たちが何故騙されるのかと思うわけだが、やはり騙されている。最近は命まで奪われかねないという事件にまでなっており、やはりターゲットを絞って啓発活動をしないといけないと感じている。

- かんぽ生命の保険問題と 7pay (セブンペイ) の問題については、消費者団体にも相談が寄せられており、内容が深い相談については消費生活センターにご相談いただくようご案内している。
- Amazon について、個人的にも時々利用しており、この頃は自分の息子たちが利用している。代引きで商品を注文したようで、ネットで商品定価を見ると 3,800 円のところが、請求書は 18,000 円となっていた。こんなのは受け取れないから持って帰るよう宅配業者に伝えたが、先方は「それはできない」という。すぐに注文先の業者に電話したが、電話が繋がらず、しかも記載は携帯電話の番号であり、「これはやられたな」と感じた。
- NHK の問題について、自分の子どもたちは関東に下宿しており離れている。息子は 18 歳なのに NHK が受信料の契約を求めてやってきた。家に入れて話を聞いていたところで自分に電話を代わり、「18 歳の息子は契約能力が無く、また支払い能力も無い。どうしても受信料をとるといふのなら、私 (委員) に送っておいて」と言うと、ふてぶてしく封筒を投げ捨てて帰って行ったという出来事があった。
- 消費者団体としてもいろいろ勉強してきた。特にわかりにくい電話料金の請求書や電気代の請求書など様々なことを勉強してきたが、やっぱり事態が改善されないしわかりにくいことがたくさんある。

こういうわかりにくいことについて、基本計画の中でどう表現していくか、どう改善していくか、改善していけるような方向でどこに何を記載すればいいのかを私たち自身も消費者団体として考えてやっていきたい。
- 放射能汚染の話に戻るが、環境省は福島に汚染土を集めており、政府は汚染土を全国の農地の培養土とするために配ることを提案している。国ではどんどん貴重な情報が法律によって秘密にされている一方、「大丈夫だ」と言いながら汚染土の拡散が行われそうになっていることに、消費者にとっては未来の持続可能な命・健康のためにこれはダメだと考えており、このあたりは消費者として自分たちも安全性についてきちんと取り組んでいかないといけないと考えている。はっきりと基本計画の中に明記していただきたい。

エネルギーの問題や原子力発電の問題についても、単なる賛成や反対ということではなく、危ないものは危ないわけであるから、危なくないエネルギーにするにはどうしていけばいいかということ、一般の市民が当たり前の健全な生活を保障されるために、消費者の権利保護として今後明記していかなければならない。
- 堺市はセーフシティプログラムというものを持っており、今月の末から全国 58,000 店舗のコンビニのうち 90%の店舗で成人向け雑誌の販売が中止される予定。これは、堺市のセーフシティプログラムが発端となっている。長い間女性運動を行ってきた者からすると、奇跡的なこと。

私自身が消費者団体として生団連という日本で 4 番目の経済団体に入らせていただいて、そこに消費者に一番近い製造・流通の大企業 550 社が入っているところで成人向け雑誌の

内容に目を通していただいた。明らかに人身取引を誘っているし、児童や女性や少年に対する暴力やLGBTの方々への差別表現等が含まれており、犯罪の手引きになっている。

皆さんその場で「これはひどいな」という話になり、効き目があったのではないか。

やはり消費者として言うべきことは言っていかなければならない。次に取り組んでいかなければならないのは2007年から急速に普及したスマートフォンを活用したサイバー空間における児童ポルノや女性への性暴力、アダルトビデオへの強制出演といった問題。

最近是一般の素人が自分の孫のわいせつ画像で金儲けしているような事案があり、サイバー空間における消費者被害は深刻な話になってきており、性暴力と絡めて強く取り組んでいかなければならない。人権問題や人の人生を奪いかねない問題である。

消費者教育の中に自分の性や命に関わる問題があるんだよということを早く教えないといけないし、もしも被害に遭ったならすぐに助けますよということをアプリ等のあらゆる手段で広報していただきたい。中々月1回の広報さかいやチラシの配布だけでは伝わらない。消費者団体としても頑張りたい。

(吉田委員)

○ 関係機関との連携について

大阪府でも次年度に向けて消費者基本計画の改定作業中であり、その中で府下の全市町村に消費者安全確保地域協議会の設置を目指すという計画案がある。堺市でも関係機関と既に連携していただいていると思うが、見守りということに関して言えば、堺市は政令指定都市なので区単位での見守り体制というものを考えていく必要があるのではないか。

もし次年度関係機関との連携の部分でそのあたりのこともご考慮いただけるのであればありがたい。大阪市もこの4月1日から協議会を設置したところ。まだまだ大阪市は区レベルでの連携というには程遠いが、政令指定都市である以上は区レベルでの見守り体制をどうしていくかという点を考えていく必要がある。是非ともご検討いただきたい。

(斎木委員)

○ 事業者への視点を取り入れていただいても良いのではと強く感じる。一部に問題のある事業者も居るが、多くの企業が自分たちの利益や売上だけでなく、会社が存続していくために何が必要かを考えた時に、消費者の声を聴くという視点が強くある。

そこで消費者志向経営や具体的に消費者庁が推奨している消費者志向自主宣言というものを各事業者が行い始めている。良い社会や消費者市民社会を作るために、事業者がエシカル消費に取り組むべきだなどのお客さまからの有用な意見をいただきたいと思っている。

消費者志向経営の中でも事業者として取り組むことが2つある。

1つは消費者との双方向のコミュニケーション。もう1つは、社会に目を向けた商品開発や改善。単に商品の不具合への対応だけでなく、たとえば、食品ロスの観点からより食べやすいパッケージへの変更などに取り組んでいる。

双方向のコミュニケーションや社会の課題を捉えるような事業促進を基本計画に入れていただきたい。市や府が良くなることに繋がる。具体的に企業や事業者に対しての働きか

けといったものが入っていないのはすごく残念。

事業者も変わりつつある。期待の意味も込めて計画の中に盛り込んでいただきたい。

(野田副会長)

- 消費者安全確保地域協議会の設置は大切だと感じている。その構成のメンバーの中に、事業者や消費者団体や行政といった各方面の機関が連なって、話ができる場を持つことが大切ではないか。事業者も就労の場として消費者教育というものがあるので、労働者に対してどういう消費者教育を社内で行っていますかということを考えていただく機会になれば。
- 消費者教育の難しさというものを感じるところであり、かなりアクティブラーニングを取り入れていたりしているが、配布した資料はやはり授業の中で取り上げないと見てもらえないというのは確かにある。紙を使って子どもに教えるための教材を作るというアクティブラーニングはとても役に立つなあと思う。配布資料は何かに使おうとなるときちんと読むので、読むためのきっかけ作りをしていくといいのでは。

(山口委員)

- 様々な協議会を作るのは確かにパッと見は良い。堺市も区民評議会や区教育・健全育成会議など区単位で子どもの教育を考えるなど、区の様々な人が十数人出てきて、有識者も入ってやっていただいているが難しい。例えば、一つの区の中に15~17の自治会の単位校区がある。そこから選ばれた代表の一人の自治会長が全てをわかっているかというところではなく、あまり機能していない印象で、運営の仕方が悪いのだと思う。

先ほど江口委員から出前講座の在り方や野田副会長からアクティブラーニングの話があったが、内閣府が進めているワールドカフェ方式であれば参加した人が必ず発言できる。講師を呼んで来て話をしてもらっても受講者が寝てしまっていては意味が無い。パンフレットを持って帰るだけでもいいけれど、それを隅から隅まで見るかといったら中々難しい。そういう話をきちんとできるファシリテーター（進行役）を養成して、よくわかっておられる方が如何にわかりやすく皆さんに考えていただいて、一方的に聞いたりするのではなくワールドカフェ方式をアクティブラーニングの一つの例として考えている。

いつも資料を配って一人の講師の先生の話をみんなで聞くというよりは、もっと参加型のやり方がある。良い環境の中で良いムードの中で消費者自身が築いていけるようなやり方がいいのではないか。

(村田消費生活センター所長)

- 多数の委員から貴重なご意見をいただきお礼申し上げます。  
今後の予定としては、翌年2月頃に本年度第2回目の審議会を開催し、第3期の計画の策定に向けた諮問を行う予定。また、12月以降に開催に向けた日程調整を行うので、委員の皆さまにおかれては改めてご協力願いたい。