

第5回 堺市消費生活審議会 議事要旨

1. 日 時：平成24年7月5日（木） 15:00～17:00
2. 場 所：消費生活センター 研修室
3. 出席者
（委員）
青松美子委員、赤松純子委員、伊東眞一委員、裏山正利委員、國府昌弘委員、
国府泰道委員、島川勝委員、高木佳保里委員、増成牧委員、松田昭委員、
安田順子委員、山口典子委員
（事務局）
花野市民生活部長、村田消費生活センター所長代理 他
4. 傍聴者 なし
5. 議 題
 - 会長、副会長の選任について
 - 堺市消費者基本計画に基づく平成23年度施策実施状況について
 - 堺市消費生活条例及び施行規則の改正について
 - あっせん又は調停に関する運営要領（案）について
6. 会議経過
 - (1) 花野市民生活部長より挨拶。
 - (2) 委員紹介。
 - (3) ① 委員の互選により、島川委員が会長に就任。
② 委員の互選により、増成委員が副会長に就任。
 - (4) 「堺市消費者基本計画に基づく平成23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。
 - (5) 「堺市消費生活条例及び施行規則の改正について」
 - 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。
 - (6) 「あっせん又は調停に関する運営要領（案）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。

質疑応答及び意見交換の概要

【堺市消費者基本計画に基づく平成 23 年度施策実施状況について】

(安田順子委員)

- 15 ページの「情報の共有等」について、詐欺が疑われる投資勧誘などに関する口座凍結の記載があるが、これは堺市が政令指定都市で指導権限を持っているから銀行等が対応してくれるということなのか、それとも警察等との連携を図っているからなのか。

(事務局)

- 口座の凍結依頼については、消費生活センターが直接銀行に凍結依頼を行っているわけではなく、近畿財務局に対して詐欺が疑われる投資勧誘に関する相談が寄せられたということを情報提供し、そこから銀行等に対して対応をお願いしている。

(赤松純子委員)

- 2 ページのホームページのアクセス数について、2 月、3 月にアクセス数が増えているが、何か引き寄せるような要素があったのか。

(事務局)

- 1 月中旬頃にホームページのリニューアルを行い、より情報検索しやすい構成とし、また、掲載情報の充実を図ったが、アクセス数の増加はその一つの効果ではないかと考えている。

(赤松純子委員)

- 今年度 4 月、5 月も引き続きアクセス数が増加し、目標値達成に向かっているのか。

(事務局)

- 5 月分についてはまだ正確に集計していないが、4 月分はリニューアル前に比べて増加しており、目標値を達成できるのではないかと考えている。

(島川会長)

- ホームページに入りやすくなったということか。

(村田消費生活センター所長代理)

- 堺市のホームページから消費生活センターのホームページへの入りやすさについては、リニューアル前と変わらないが、掲載している情報については、消費者の方が検索し易い構成に変えている。

アクセス数増加の主な要因についてはまだ分析できていないが、このような消費者にとって利用しやすい構成に変えたことが影響しているのではないかと考えている。

(事務局)

- センターで作成する啓発チラシ等についても、消費生活センターのホームページアドレスを記載するなど、ホームページの存在を広報するように進めている。

(国府泰道委員)

- 15ページの「情報の共有等」について、緊急消費生活相談情報として注意喚起を行っているが、この注意喚起については条例に何か特別な規定があるのか。また、このような重要な情報を市民に上手く伝えるのは大変に難しいと思うが、どのような工夫をしているのか。

(事務局)

- 条例上、事業者の不当な取引行為により消費者に被害が発生するおそれがある場合は、速やかに情報提供を行うという規定があり、事業者名を含む情報提供も規定されているが、15ページに記載している緊急消費生活相談情報については、その規定に明確に基づくものという位置づけにはしていない。提供情報には事業者名は含まれておらず、寄せられた相談の概要や注意すべき点を迅速に提供することを趣旨として実施している。

市民への情報提供の手段としては、以前の審議会でもご指摘を受けたが、ホームページについては利用しない高齢者の方も多く、被害に遭いやすい高齢者層への情報提供ツールとしては必ずしも効果的ではないということから、ホームページへの掲載と併せて、各区役所の市民の方が来られるような場所にチラシを置くなどの取組を行っている。しかし、まだ効果的な取組ができていないとまでは言えず、より効果的な方法を検討しているところ。

(島川勝会長)

- 被害に遭いやすい方のところに上手く情報を伝える手段については、以前から議論しているが中々難しい問題。

(国府泰道委員)

- 資料説明の中でもあったが、包括支援センターの方などに対する情報提供のような講座を行っているのか。

(事務局)

- 出前講座の形式で、包括支援センターの方や民生委員の方など見守りを行う方々に対して講座を行っている。この講座については、高齢者に対する出前講座と同様、消費者啓発員という啓発活動に取り組まれている市民の協力を得て実施している。このような講座の中でも緊急に周知を要するような情報を提供している。

(島川勝会長)

- 行政による実施だけではなく、消費者団体の方との連携も重要。
生協さんでは食品の共同購入や宅配サービスの際に、チラシを配布していると聞いたことがある。

(青松美子委員)

- 月に一度、機関紙等を配布している。

(島川勝会長)

- 山口委員の考えはどうか。

(山口典子委員)

- 我々の団体ではチラシの街頭配布等を行うこともある。しかし、全戸に配布するとなると、ボランティアで人海戦術を行うとしても、印刷費用が相当必要になる。印刷物を用意していただけるなら配布は可能。

現在、我々の団体ではホームページを立ち上げて、行政ではなかなか踏み込めない情報であっても、合法的な範囲内でタイムリーに提供していく取組を始めている。インターネットは利用者の層が限られているが、できることはやっていきたいと考えている。

なお、全戸への情報提供手段としては広報さかいがあるが、一月前には原稿が必要になる等、タイムリーに情報を掲載することが難しい。

(青松美子委員)

- 11ページの消費者力向上講座について、開催に関する広報は広報さかいやホームページで行ったのか。

(事務局)

- ホームページや広報紙への掲載と併せて、チラシを作成し市の施設等に配架を行った。

(青松美子委員)

- 資料4のアンケート結果を見ると、講座・講演会の開催を知らなかった人が6割に達していることから、講座に関してどのような広報を行ったのか質問した。

また、講座の開催日時が火曜日と土曜日の午後からだけになっているが、他の曜日や時間帯の開催もあればもう少し参加しやすくなるのではないか。24年度の開催に当たっては、その点も考えていただきたい。

(国府泰道委員)

- チラシの配布方法について、市内のスーパーやショッピングセンターのような場所に配架用の台を設置して、チラシやパンフレット等を置いてはどうか。配架する内容についても、いつも同じものを配架しては関心を引かなくなるので、センターにある多

種多様なパンフレットを入れ替えて配架する等すれば効果があるのではないか。

(村田消費生活センター所長代理)

- 配架場所の拡充については、昨年度は市の施設にはなるが公民館に新たにパンフレットスタンドを設置し、啓発資料の配架を行った。国府委員からいただいたご意見にあるような民間のスーパー等への配架にはまだ取組めていないが、本審議会に参画いただいている高島屋さんや生協さんにお伺いしたいが、そのような取組にご協力いただくことは可能か。

(青松美子委員)

- 堺市内では浅香に1店舗と泉北に1店舗あるが、可能だと思う。

(山口典子委員)

- この資料では基本計画の実施状況のまとめとしては分かりにくい。基本計画の実施状況には成果が必要だと思うが、このようなまとめ方では成果が見えない。条例に基づいた基本計画である以上、条例が目的としているものにどれだけつながっているのか。計画である以上成果指標があり、それにどれだけ近づいているのか。具体的な数値が出ているものもあれば、全く出ていない単なる事業の羅列にすぎないものもある。計画ができる以前から行っていることをただ当てはめただけに思える。もう少し条例の目的に基づいた実施状況を効果が分かるような形で記載し、委員が踏み込んだ議論をすることができるようにしてもらいたい。

例えば11ページの消費者力向上講座にしても、実際に何人の市民が参加したのか。

(事務局)

- 延べ人数で138名、1回あたり約20～40名に参加していただいた。

(山口典子委員)

- 先ほど広報の方法について質問が出ていたが、今まで通りの方法では20名程度しか人が集まっていないということ。消費者教育の在り方についても、税金の使い方としてもっと効果のあるものにしないといけない。そういう議論がこの審議会ですることができるような資料を作っていただきたい。

(島川勝会長)

- 具体的な指標項目をどうするかについては計画策定時にも議論はあったが、計画上指標項目として挙げられていないものについても、もう少し成果が分かるようにする必要がある。

(増成牧副会長)

- 消費者力向上講座については延べ人数138名ということだが、必要が無い(市民の

側に需要がない)ということであればこれでいい(参加人数が少ないことは問題ではない)と思うが、もし市民の側に需要があるのであれば、アンケートで市の講座・講演会について6割の方が知らないと回答している以上、ぜひとも工夫する必要がある。

堺市消費者基本計画に基づく平成23年度の取組について、重点は被害に遭ってからへの対応ということよりも、被害を未然に防止するための取組にあると思うが、そういう面ではいろいろな取組をしてきたと感じている。

先ほどの議論においては、まさに今被害が広がっている事案について1か月先の広報では遅すぎるので、これをどのように伝えるかというところが関心事だったと思うが、これについて、例えば生協さんで行う共同購入のようなルートを使えないかということや、60名のくらしのサポーターや民生委員の方等、本来の役割ではないかもしれないが、そのような地域にいらっしゃる方々のくちこみで地域において注意喚起を広げてもらうような取組が必要ではないかと思う。市の講座・講演会等の案内チラシを市内全戸に配布するというようなことは行政が行えばよく、消費者団体が行うものではない。条例に基づくかどうかは分からないが、そのような仕組みが構築できればよいと思う。

事業者団体としても、消費者問題だから関係が無いということではなくて、本来の商取引のルールから外れるような悪質な営業行為を排除して公正な市場を作るという取組があると思う。団体を構成する事業者には大型量販店だけではなく、個人の事業主などでは消費者個人とのより密接なつながりもあるだろう。今被害が生じた事案を市民にタイムリーに伝える役割を事業者団体にも協力してもらえようような体制を作ることができれば、より被害防止の効果も上がると思う。

(島川勝会長)

- 事業者側からの消費者への情報提供等について、國府委員の考えはどうか。

(國府昌弘委員)

- 商業者からお客様への情報提供については、基本的には商品を通しての提供しかなく、啓発に関することを深くお客様にご注意申し上げるようなことはないが、お客様が疑問に思うようなことは想定できるので、セールストークや広告等でマイナス面もしっかりと説明していかなければならないということは社の姿勢として持っており、これは他の小売業においても同じだと思う。

販売に当たって我々が説明していても、購入者がその一部を捉えて、聞いた、聞いていないとトラブルになることもある。また、セールスを行う際に難しい言葉を使っているつもりは無くても十分には理解いただけていないこともある。

1ページに記載の訪問販売お断りシールについては、40%の方が「知らなかったが今後利用したい」と回答している。いろいろなチャンネルを通して広報していると思うが周知できていない。我々も同じで、例えば高島屋のクレジットカードをご案内するときに、ポイントが付かない場合があることや審査が通らなければ発行できないこと等を説明しても、お客様に伝わらずにトラブルになる場合もある。消費生活センターが行っている啓発活動においても同じような状況にあるのではないか。

(國府昌弘委員)

- 今回示されている資料については、例えば消費者教育の記載を見ても、これだけの参加者がありましたという記載だけで、何をどうしたのかという内容がこの文面では分からない。内容が分かるような資料も必要ではないか。

(山口典子委員)

- 条例や基本計画を策定した時と比べ、福島原発事故の後、消費者の信用は相当変わっていると思う。国や電力会社に対する不信感や食品に対する不安が増している。堺市でもこれから流通している食品や土壌・空気・水についても放射性物質検査を行うことになっているが、不安があるということは安心していないということ。今後、基本計画の年度毎の実施状況をまとめていくときに、この審議会でもテーマを決めて議論したり、あるいは消費者団体と専門家と事業者を行政がつないで一定のテーマで懇談会を行うなどして、例えば情報共有・周知のためのシステム作りを検討する等してはどうか。

(高木佳保里委員)

- 私は現在PTAの役員をしているが、保護者も食の安全に関しては非常に関心が高い。また、資料3の消費生活相談の状況を見ると、インターネット関連の相談が最も多いが、被害に遭った子供が相談もできずに解決できていないケースもある。このような状況を考えると、例えばPTAで保護者に配布する資料の中にテーマとして取り上げてもらうことも効果があると思う。
また、資料では70歳以上の高齢者の方からの相談件数が最も多いが、例えば老人会等と連携すれば、たくさん資料を印刷しなくても取組は可能ではないか。

(安田順子委員)

- 私は茨木市で相談員をしている。茨木市でも消費者向けの講座を開催しているが、参加者を集めるのは本当に難しい。以前は定期的に科学教室を開催していたが、参加者は集まるものの、同じ方ばかりが参加するという状況であった。

11ページに記載の連続講座について、茨木市でも3日間の連続講座を年に3回程度開催しているが、市民の方が興味を持つテーマを検討して募集している。年1回の大きな会場での講演などは動員をお願いしている状況。お金をかけてチラシを配布しても効果が上がると思えず、動員をかけずに人を集めるにはどうすればよいか苦労している。

先ほど子供の被害に関する話があったが、インターネットトラブルには消費者問題だけでなく、命に関わるような問題も含まれている。しかし、このことを教育委員会がきちんと受け止めて講座を開催してくれるかという点、そうではない。文部科学省、教育委員会とどのように連携していくかも重要。

先ほどの國府委員の話のように、目の前にいる方に説明しても分かってもらえないことはあると思う。契約関係が複雑になると、どれだけ説明しても分かってもらえないこともあるだろう。

啓発の取組としては、定着させていつでも行っているという形になるのが良いと思う。その意味で広報紙に毎月記事を掲載していることは効果があると思う。しかし一方で、全戸に届く広報紙に毎月掲載しているにもかかわらず、知らないという市民の方が多い。必要としている方に必要な情報を届けるにはどうしたら良いか、コストと効果を踏まえ、検討しながらやっていくしかないと思う。

(花野市民生活部長)

- 啓発に関して委員の方々からいろいろご意見をいただいたが、現状としては広報紙とホームページ、それとチラシの配架が中心になっている。広報紙に関しては毎月啓発記事を掲載しているが、現在の広報紙は、相当量の情報を相当数のページに小さな文字で記載しており、それを隅から隅までご覧になられている方は少ないのではないかと思う。また、ホームページにしても年齢層の高い方々は見ることが少ないと思われる。そのような中でできるだけ効果的に啓発する方法はないかと検討しているが、他市においてもなかなかうまくいっていない状況にある。

いろいろな方法で回数を重ねて行うことが良いのかもしれないが、コストも考慮せねばならない。費用対効果を考えながら良い方法を考えていきたいが、委員の皆様からも良い方法があれば逐次言って頂ければ、できるだけ進めていきたいと思う。

また、山口委員からご指摘いただいたが、23年度の計画実施状況の資料については、たしかに文章の羅列になってしまっており、数値も示せておらず、その施策を実施したことによってどうなったのかという分析もできていない。次回以降は委員の皆様と議論していただけるような体裁に改めたいと思う。

(島川勝会長)

- 今後も基本計画に基づいてしっかりと取組を進めていただきたいと思う。また報告の方法についても検討をお願いしたい。

【堺市消費生活条例及び施行規則の改正について】

(赤松純子委員)

- 「その供給する商品又は役務」と定められているものを外すという点は良いと思う。事業者が消費者に供給する場合だけが対象となると、押し買いのように消費者から事業者へ商品がわたる場合は、不当な行為が行われているのに手が出せないということになるが、改正案では上手く規定されていると思う。

(山口典子委員)

- 消費者の立場からは良い改正だと思う。押し買いにもぜひ対応してもらいたい。

(島川勝委員)

- 施行規則の改正案について、書面交付義務違反は今まで規定されていなかったのか。

(事務局)

- これまでは読み取れる規定がなかった。

(島川勝会長)

- 消費者関連の各法令の中にも書面交付義務が定められているが、条例でも規定しようということか。

(赤松純子委員)

- 「書面交付義務違反による勧誘」というように、義務違反を勧誘の中に入れてしまうことには少し疑問がある。

(島川勝会長)

- 勧誘の中に入れる以外に規定を置く場所がないのではないか。

(赤松純子委員)

- 法律では、勧誘については勧誘、義務違反については義務違反として規定されており、義務違反による勧誘という規定の仕方には違和感がある。勧誘という限定をせずに、書面交付義務違反という大きな書きの方が適当だと思うが、現在の施行規則の中では規定を置く場所がないか。

(島川勝会長)

- 条例ではどこに該当するのか。

(事務局)

- 条例では、第26条第1号に該当する。

(島川勝会長)

- 条例の条文では「契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為」と規定されており、これを受けての施行規則である以上、勧誘の中に入れることになるのではないか。第1号に該当する行為以外に当てはまる所が無い。

(国府泰道委員)

- 特定商取引法では書面交付が義務付けられており、違反があれば大阪府であれば行政処分ができるが、堺市には特定商取引法の執行権限がないため、書面不交付が法令に違反するということだけでは事業者を指導することができない。しかし、きちんと情報を提供した勧誘、契約締結をしなさいというのが条例の精神であるから、法令で義務付け

られている書面による情報提供を行わない事業者について、不当な取引行為の1つと位置付けて、堺市自らが条例に基づいてそのような事業者に指導・勧告・公表を行うことができるようにするというのが改正の趣旨だろう。その意味では良い規定ではないか。

(島川勝会長)

- 条例・施行規則ともに、案のような改正で良いのではないか。

(山口典子委員)

- 最近の事案だが、大手の学習塾で、保護者に断りも無く勝手に契約取り消しの書類を作成し手続をするということがあった。これは勧誘に関する行為ではないが、何の説明も無く交付義務があると思われる書面を勝手に作成する行為も、不当な取引行為として読めるような規定の仕方にしてもらいたい。

(増成牧副会長)

- 改正案は、特定商取引法や割賦販売法等で、書面を交付することが義務付けられている場合を対象にしていると思う。全てを補足するのは難しいのではないか。

(島川勝会長)

- 契約解除、取り消しの場合に書面交付を義務付けるということか。解除は口頭で行っても問題なく、条例レベルで規定することを考えるのは難しいと思う。

(国府泰道委員)

- 他の自治体でもこのような改正は行われているのか。

(事務局)

- 他の政令指定都市の規定では、改正が行われたのかあるいは最初からそのような規定なのかまでは調べていないが、10の政令指定都市が本市改正案のような規定になっており、一方で5の政令指定都市は、本市現行規定のような規定になっている。
都道府県レベルでは、半数以上が本市現行規定のような規定になっている。

【あっせん又は調停に関する運営要領（案）について】

(島川勝会長)

- この要領案は他市の規定を参考にして作成したのか。

(事務局)

- 他の政令指定都市の規定を参考にした。

(赤松純子委員)

- 手続後の事業者名の取り扱いについて、特段の理由なく手続に応じない場合は条例に基づく事業者名公表の手続がある。あっせん・調停で解決した時は「A 事業者」のような表記で事件の概要を公表することになるだろう。では、あっせん・調停で解決に至らなかった場合は、どのように公表するのか。

(事務局)

- 手続が進行して不調に終わった場合も、解決に至った事案と同様、条例に事件の概要を公表する規定が設けられているが、不調に終わったとしても手続が進行したものについては事業者名を出さずに「A 事業者」のような表記になると考えている。

(赤松純子委員)

- 手続が進行した時ということだが、出席はしたもののあっせんに応じる気は無いとだけ主張して帰ったような場合は、どのような扱いになるのか。東京都は、手続が不調になった場合は事業者名を公表している。それが良いのかどうかはわからないが、狡猾な事業者であれば、手続を無視すると公表されるため、出席するだけして「応じない」とだけ主張して帰れば公表されないと考える可能性はある。

(島川勝会長)

- 国民生活センターの ADR では、出席要請しても出てこない等、悪質と判断して公表する基準を作っている。

(事務局)

- 現在のところ、事業者名公表に関する基準については、条例に明記されている内容しかない。今ご指摘のあったような、出席はするが「応じない」とすぐに帰ってしまうようなケースは、正直なところ想定していなかった。今後検討する。

(島川勝会長)

- 実際にあっせん・調停を行えば変更する必要がある規定も出てくるだろうが、現時点では、特に意見が無ければこの内容で決定する。

以 上