

第 4 6 回

大阪市消費者保護審議会

議 事 録

平成 2 2 年 2 月 1 6 日

大 阪 市 市 民 局

第46回大阪市消費者保護審議会 議事録

日 時 平成22年2月16日（火）
午前10時～午後12時10分

場 所 大阪市消費者センター 研修室1

次 第

1 開 会

2 大阪市長あいさつ

3 議 題

(1) 消費者センターの事業等について

①消費者教育、情報提供・啓発事業について

②消費生活相談について

③商品テストについて

④不当な取引行為にかかる事業者指導について

⑤消費者保護条例及び家庭用品品質表示法等に基づく店舗調査の結果
について

⑥府市連携事業の実施について

(2) 消費者庁の設置及び消費者安全法の施行について

(3) 消費者行政活性化基金について

(4) 「結婚式場における婚礼契約に係る紛争案件」のあっせん報告につい
て

(5) その他

4 閉 会

出席者

(1) 委員 (16名)

(敬称略・50音順)

岡 里 恵	(社)消費者関連専門家会議 (ACAP) 西日本支部副支部長
金 沢 一 博	市会財政総務委員長
嘉 納 悦 子	大阪市消費生活合理化協会副会長
金 谷 昭 典	公 募 委 員
国 府 泰 道	大阪弁護士会
柴 田 淳	大阪市立大学大学院経済学研究科准教授
下 村 正 明	関西大学大学院法務研究科教授
高 橋 明 男	大阪大学大学院法学研究科教授
谷 鑛 兒	日本労働組合総連合会大阪府連合会 (大阪市地域協議会 水都地区協議会議長)
タン ミッシェル	帝塚山大学法政策学部教授
中 川 正 隆	大阪商工会議所 経済産業部長
並 松 誠	大阪百貨店協会 (株式会社阪急阪神百貨店執行役員 阪急百貨店副本店長)
畑 律 江	毎日新聞大阪本社地域面・夕刊特集版編集長
藤 原 以 久 子	(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会西日本支部副支部長
山 田 希	立命館大学法学部准教授
横 山 光 応	公 募 委 員

(2) 市側 (8名)

(幹事)

市 民 局 長	京 極 務
市民局 雇用・勤労施策担当部長	廣 石 嘉 秀
健康福祉局 総務部長	松 山 繁 樹
経済局 産業振興部長	小 嶋 裕
環境局 総務部長	高 木 亨
都市整備局 企画部長	酒 井 裕 一

(代理出席：坂中住宅政策担当課長代理)

消防局 予防部長	和 田 敏 章
----------	---------

教育委員会事務局 生涯学習部長 三宅 卓

(3) 事務局 (大阪市消費者センター)

所 長 山 本 重 宣

副 所 長 吉 田 尅 康

〃 大 槻 利 花

(4) 傍聴者 (2名)

○司会 お待たせいたしました。ただ今から第46回大阪市消費者保護審議会を開催させていただきます。

本日は、何かとお忙しい中、委員の皆様方にはご出席を賜り、誠にありがとうございます。

私、本日の司会を務めさせていただきます、消費者センターの浅田でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、お手元の会議次第にしたがって進めてまいりたいと存じます。

本日、平松市長が出席させていただく予定でしたが、公務が重なっており出席ができませんでした。代わりまして、京極市民局長からごあいさつ申し上げます。

○京極局長 おはようございます。市民局長の京極でございます。今日は予算編成の真最中ということで、どうしても市長の出席ができませんでしたので、私からかわりに申し上げます。

(市長あいさつ 代読)

委員の皆様方には、ご多用のところ当審議会にご出席いただき、また、平素から消費者行政をはじめ、大阪市政の推進に格別のご理解、ご協力を賜り、心からお礼申し上げます。

今日、社会の高度情報化やグローバル化、規制緩和の進展により、消費生活をめぐるトラブルも複雑・多様化し、インターネットを利用した架空請求や不当請求、振り込み詐欺など消費者の安全・安心を脅かす事件が依然として発生しております。

大阪市では、市民が安心して暮らすことができるように、消費者被害の未然防止や救済策の充実に努めており、消費生活情報の提供、消費者教育・啓発、消費生活相談及び事業者指導など、多岐にわたる業務を実施しております。

一方、国レベルでは消費者目線で消費者行政を一元的に推進していくため、昨年9月に新たに消費者庁が設置されました。また同時に、消費生活センターの設置、都道府県及び市町村の事務、消費者事故等の消費者庁への集約、消費者庁が取るべき措置などについて定められた「消費者安全法」が施行されました。

さらには、地方消費者行政活性化交付金を活用することにより、地方における消費者行政の充実に求められており、本市においてもこの基金を活用し、消費者行政の充実に図っていく所存であります。

昨年度、当審議会へ付託させていただきました3件の相談事案につきましては、あっせん・調停の手続きが終了し、ご尽力をいただきました担当委員の皆様方には深く感謝申し上げます。消費者行政充実が図られるなか消費者利益の擁護における消費者保護審議会の役割は一層重要となると認識しています。

大阪市としましても、引き続き、消費生活の安定と向上をはかる総合的な消費者行政の推進に努めますとともに、だれもが「いちばん住みたい」と思えるまちの実現をめざしてまいりますので、皆様方の一層のご支援、ご協力を賜

りますよう、よろしくお願ひ申しあげます。

結びに、委員の皆様方のますますのご健勝、ご活躍を心からお祈り申しあげまして、ごあいさついたします。

以上でございます。どうぞよろしくお願ひいたします。

○司会 次に、前回の審議会以降、委員の方々の異動により、新たに委員にご就任いただいた方の、ご紹介をさせていただきます。

お名前をお呼びいたしますので、その場でお立ちいただきますようお願いいたします。

(金沢委員紹介)

続きまして、幹事並びに事務局を紹介させていただきます。

(幹事・事務局紹介)

以上でご紹介を終わらせていただきます。

それでは、以後の議事進行は高橋会長にお願いしたいと存じます。よろしくお願ひいたします。

○高橋会長 それでは、進めさせていただきます。

まず、本日の会議の公開・非公開について決定してまいります。

会議の公開・非公開の決定につきましては、「審議会の設置及び運営に関する指針」により原則公開とされており、今までの審議会につきましては、会議を公開としてまいりました。

お手元の「審議会の設置及び運営に関する指針」、「第7 審議会の公開」の「3 公開・非公開の決定」をご覧くださいと存じます。

「審議会等の会議の公開又は非公開については、この指針に基づき、当該審議会が決定する。」と定めているところです。

また、「1 会議の公開基準」の項がございます。「会議は、次のいずれかに該当する場合を除き、公開するものとする。」とされ、原則公開としているところですが、以下の(1)に会議を公開しない場合について規定しております。

「ア」で個人に関する情報であって当該情報に含まれる氏名等により特定の個人を識別できるもの、又は識別はできないが公にすることにより、個人の権利利益を害するおそれのあるもの、また、「イ」では、法人等に関する情報であって、公にすることにより、当該法人の権利、競走上の地位その他正当な利益を害するおそれのあるものとしております。

本日の議題(4)「結婚式場における婚礼契約に係る紛争案件」のあっせん報告等につきましては配布資料の個人・

法人名は記号に置き換えて配布させていただいておりますが、個人の思想や社会的な状況が多く記載されております。また、当該法人の事業活動の内容等により法人名等を識別できる、または類推できると考えられます。

昨年度に開催いたしました第45回当審議会におきましても、審議会によるあっせんの処理結果の報告につきましては、個別事案であること、また法人等情報を伏せての審議は正確性を欠くことから当該議題の審議は非公開とさせていただいたところ です。

今回の議題(4)につきましても、同様に扱われることが適当であると思っておりますので、指針の「第7-1-(1)「ア」「イ」」により非公開とし、その他の議題については公開とさせていただきたいと存じますが、よろしいでしょうか。

(異議なしの声)

それでは、議題(4)については「非公開」とし、その他の議題については「公開」とさせていただきます。

なお、現在のところ、傍聴者は2名でございます。

傍聴者におかれましては、第4の議題の審議の際には退出していただき、その後の議題を引き続き傍聴される場合は改めて入室いただきますようお願いいたします。その際は改めて事務局の方から連絡させていただきます。

それでは、議題に入ります。

議題(1)の「消費者センターの各種事業の概況」について順次、事務局からご説明させていただきたいと思います。

○大槻副所長 消費者センターの事業につきまして、ご説明させていただきます。消費者センター副所長の大槻でございます。私の方から資料1の1ページと2ページにあります、消費者教育、情報提供・啓発事業についてご説明させていただきます。

消費者問題の解決につきましては、まず消費者への教育、啓発、情報発信を行うことによって未然防止を図ることが重要であると考えております。そのような考え方に基きまして消費者センターでは様々な事業を実施しています。事業の詳細につきましては2ページに実績を含めまして表をださせていただいておりますので、各々説明することは割愛させていただきます。ただ、2点についてご説明させていただきます。

一点目は出前講座についてでございます。出前講座は1ページ目の(1)に書かせていただいておりますけれども、出前講座ということで私共職員や大阪府で育成されている「くらしのナビゲーター」を講師として派遣いたしまして、各区や地域で消費者問題についてお話をさせていただいております。市民の方が消費者問題に正面から向き合う機会をもつていただきまして、好評いただいております。実績につきましては平成20年度179回、1万人以上の方に受講いただいております。

もう一点ですが、啓発につきましては、府市連携の手法をとって実施いたしております。具体的にはレジメのお

りですけれども、印刷物の作成はスケールメリットが期待できますので府と一緒に作成しております。講座等も内容を府と協議しながら企画いたしまして実施しているところがございます。目次の1番につきましては以上です。

○吉田副所長 では、3ページをご覧ください。「消費生活相談」について、平成20年度の状況を説明いたします。

平成20年度の相談件数が22,223件、対前年比10・8%の減となっております。平成21年度の上半期につきましては9,880件となっております、やはり相談件数は減少傾向にあるものの、消費生活相談員があっせん等に入る場合なかなか難しい問題が起こってきておりまして時間をとられているのが実状でございます。

次に(1)相談の特徴をご覧ください。①「サービス提供に関する相談」ということで、エステサービスに関する相談が705件と19年度に比べまして急増いたしました。エステティックサロンが突然閉鎖したということで、相談が急増したものでございます。

②の「悪質な架空請求・不当請求についての相談」をご覧ください。去年度は3,918件と依然総相談件数の中で多くをしめております。トップ1でございます。架空請求ハガキが平成20年度の後半に大量に発送された影響がございまして急激に増えています。

4ページをご覧ください。「架空請求」が1,777件、「不当請求」が2,141件と依然多くございます。最近の傾向といたしまして、インターネットのコミュニティサイトで知り合った人から知らず知らずのうちに出会い系サイトに誘導されていたという事案がございまして、有料の出会い系サイトに高額な費用を請求された相談が多くありました。

最近、あっせんに入りました事案としましては、出会い系サイトが、いわゆるサクラを使いまして、どんどんポイントを消費させられてしまい、果ては何10万、多ければ200万位の価格を使わされるということがございました。

サイト業者と消費者のサービス提供の契約でございますが、サイト運営業者は決済代行業者を使っています。これは国内、外でございます。決済代行業者は海外の銀行と契約を締結しており、海外の銀行が大手のクレジットカード会社を使っております。次に百貨店とかスーパー系のクレジットカードがある。費用の流れで申しますと、消費者からスーパー系のクレジットカード会社、そして大手のクレジットカード会社、海外の銀行、決済代行業者、サイト運営会社、ということで決済の流れがややこしくなっております。この間あっせんに入ったケースにおきましては、スーパー系のクレジットカード会社にチャージバックするべきではないのかと、いわば使ったポイント代を全て徴収するのは誤りではないのか、あきらかにサクラを使っているような悪質な業者であるということを申しましたが、なかなか応じない。

次に、サイト業者に直接繋がっている決済代行業者に申しましたが、この決済代行業者もなかなか応じようとしませんでした。当然サイト業者はサクラを使っていたことを認めません。そこで、間に入っています大手クレジット会

社を呼び出しまして、なんとか事態の收拾を図ろうといたしましたところ、半額のチャージバックが図られたというところでございます。

実はこういった最近新しく出てきた問題にも積極的に取組まして、何とか消費者の利益の保護を図るために、消費生活相談員なり私ども職員がいろんな情報を使いながらあっせんに努力しているところでございます。

5ページをご覧ください。「フリーローン・サラ金に関する相談」です。これにつきましても減ってきているというものの依然多ございます。昨今問題となっています多重債務者問題につきましては、掘り起こしが大切だということで、地方公共団体におきましては、掘り起こしをして、法律の専門機関、弁護士会なり司法書士会に繋ぐということをしています。本年度は「多重債務者相談会」という事業について地方行政活性化基金を活用いたしまして実施しております。この3月にも実施するところでございます。

もう一点は、貸金業法が今年の6月に全面施行される予定でございます。総量として年収の3分の1までしか貸出を行うことができない、ということが決められまして、しかしながら貸金事業者の財政状況は悪化しておりますし、また登録業者も減少しております。登録業者の財政状況も悪化しているところでございます。そういった中で危惧されるのはヤミ金業者の台頭でございます。こういった問題に対応するために近畿財務局、大阪府金融室が開催しておりますヤミ金対策の連絡会にセンターも参加しております。大阪府金融室では府下の市町村の消費生活センターから、ヤミ金に関する相談が入った場合、情報提供する仕組みをつくらうとしておられます。こういった連絡会議に私どもも参加してまいり、ヤミ金対策に対する協力なり、他機関との連携を図ってまいりたいと考えております。

次の④「携帯電話に関する相談」ですが、この相談は520件ございます。対前年比では21.9%減少していますが、依然多ございます。

次の⑤「高齢者を狙う悪質商法についての相談」ですが、これも以前から多くある「点検商法」、屋根や床下を無料で点検するといって家庭を訪問し、高齢者をおどして高額な工事の契約をさせてしまう。あと「SF商法」、所謂「催眠商法」と言われるものです。これは件数的には少ないですが、なぜ件数が少ないかと申しますと、催眠商法にかかった高齢者は引かなかったとは思っておられない、ですからこの相談者のほとんどがご家族の方でございます。息子さんとか娘さんとかが、お父さん・お母さんが最近おかしいということで、相談に乗ったところ、催眠商法に引かって次々といろんなものを買ってしまっている。例えば羽毛布団であるとか、健康食品とかを次々購入していることが分かったものです。件数的には25件と少ないですが、今後も消費者センターとして取組んでいかなければならないと考えております。つぎに「かたり商法」です。これは役所の職員を装い高額な浄水器や、防犯防災装置などを売りつけるものでございます。

つぎに7ページをご覧ください。高齢者だけではなく若年者も依然悪質商法から狙われております。

「マルチ商法」、最近「ネットワークビジネス」という名称で雑誌も出ております。絶対儲かるといった言葉に

騙される若者が依然多数に上ります。街中で声をかけられる「キャッチセールス」、電話でおびき寄せられる「アポイントメントセールス」なども依然多くございます。8ページ上にも書いておりますが、相手に恋愛感情をいだかせ、それを利用して事務所や店舗に連れて行き高額な商品を買わせる、典型的なところでは絵画、アクセサリなど宝石類を売るというものでございます。

では、そういった相談を受けて消費者センターとしてどのようにトラブルの解消を図っているのか、ということについて、8ページの中ほどをご覧ください。

①の「クーリング・オフの助言」でございますが、平成20年度にクーリング・オフを助言した件数は902件でございます。そのうち、契約金額を把握しているのは697件、その契約金額合計は3億7,983万円となっております。

②の「架空請求・不当請求についての助言」でございます。これにつきましては、請求金額を把握しているのが1,585件、その合計請求金額は2億28万円でございます。

③の「あっせんの実施」ですが、平成20年度にあっせんを行った相談案件は590件でございます。そのうちの88%にあたる519件を解決しております。金額を把握している379件の総合計は2億6,326万円となっております。

それでは資料編の12ページをご覧ください。相談件数の多い商品・役務ですが、一番多いのは件数が減ってきているとはいえ、依然として架空請求・不当請求を含む、情報提供サービスでございます。次に、退去の時に敷金が返ってこないとか、入居の時に不動産屋に渡した預かり金が返ってこないとかの賃貸アパートの問題でありますとか、多重債務に代表されるフリーローン・サラ金の問題が毎年上位に来ています。

13ページをご覧ください。販売・購入形態別にみる相談件数でございます。この中で一番多いのは店舗契約でございます。しかし、訪問販売も依然として2,000件近くございますし、昨今の情勢では通信販売も多くございます。またマルチ、電話勧誘、ネガティブオプション（送りつけ商法）に関する相談も多く寄せられています。

14ページをご覧ください。商品テストについて説明させていただきます。平成19年度から本市消費者センター内に府市共同で「くらしの商品安全情報室」を設置し、従来の商品テスト業務のほか、製品事故情報などの情報提供や商品テストにかかわる啓発業務を統合し、充実を図ってきているところでございます。実施状況については平成20年度は23件、29検体のテストを実施しております。

では、次に不当な取引行為にかかる事業者指導について、ご説明いたします。本市消費者保護条例では不当な取引行為というものを禁止しております。条例に基づく48項目を不当な取引行為として指定しております。

15ページをご覧ください。指導実績といたしましては、平成19年度から大阪府と共同で事業者指導チームを編成しております。市条例・府条例に基づく指導を連携して実施しているほか、大阪府が持つ特定商取引法に基づく行

政処分権限の行使も連携して指導を行っております。平成20年度は24事業者を指導し、そのうち18事業者を指導、6事業者を勧告としています。また、勧告を行った6事業者のうち5事業者については、大阪府が行った特定商取引に関する法律に基づく行政処分にあわせて勧告を行ったものです。

20年度の対象者の主な業種をご覧いただきたいのですが、インターネットソフトのマルチ商法、オール電化の訪問販売というのも新たに出てきております。こういったものも今後注視しながら事業者指導に取り組んでまいりたいと考えています。

○大槻副所長 では、16ページの「消費者保護条例及び家庭用品品質表示法等に基づく店舗調査の結果」について、私からご説明させていただきます。

まず、「大阪市消費者保護条例に基づく各種基準調査」といたしまして、大阪市消費者保護条例に基づき、「単位価格表示」「過大包装基準」「商品の品質表示基準」を定め、事業者に対して遵守等の指導や啓発を実施することにより、商品の表示や包装の適正化を図っています。具体的には本市職員が調査対象店舗に出向きまして調査を実施しています。各々の調査結果につきましては16、17ページに掲載している表をご参照いただきますよう、お願いします。次に18ページにまいりまして、「家庭用品品質表示法及び消費生活用品安全法に基づく調査」でございますが、これは大阪府より権限委譲されているものでございます。「家庭用品品質表示法」「消費生活用品安全法」に基づき、本市職員が店舗に立ち入っております。調査結果につきましては、18ページ下段に掲載している通りでございます。

最後に、「消費者支援施策の府市連携」についてでございます。A4一枚もので添付している資料をご覧ください。個々の事業内容については先程からの消費者センターの事業概況の中で述べているとおりですので、ここでは割愛させていただきますが、府市連携ということで、「啓発事業」「商品テスト事業」「事業者指導」についてそれぞれ実施しております。以上でございます。

○高橋会長 ただいま、消費者センターの各種事業の概況について、説明がありました。何かご質問・ご意見はございませんでしょうか。

○柴田委員 出前講座とか啓発事業をされていますが、例えば小学校への教育・啓発なんかはされているのでしょうか。

○大槻副所長 お答えいたします。小学校への啓発につきましては、私どもといたしましても連携して訪問したいと思っておりますが、教育カリキュラムがタイトでございまして、中々そういったお時間をとっていただけない状況となっています。ですから、教育委員会を含めて先生たちと話を持つ機会を設けまして、授業の中で活用できる教材の作成について意見交換を進めているところでございます。

○柴田委員 このような質問をした理由は2点あります。ひとつは、十年一日のごとく同じ事が繰り返されている現

状があります。10年後に20歳になる、小学校5年生の方に啓発を的確に行えば効果が上がるのではないかと、というのが1点。もうひとつは、小学生であれば啓発資料を持ち帰るでしょうから、児童だけではなく家庭にも情報提供や消費者教育の効果が望めるのではないかと思います。ですから関係機関ともう少し粘り強く交渉してもらって、カリキュラムを細かく見ながら入り込むための努力をされると効果があるのではないかと思います。

○大槻副所長 ありがとうございます。幼少期の教育が非常に重要であることは認識しておりますし、委員がおっしゃられたとおり、粘り強く交渉したいと思っております。また、PTAとも連携して講座等を実施するなど今後とも検討していきたいと考えます。

○国府委員 ただ今の報告について、2点ほど意見を申し上げたい。まずは柴田委員から質問のあった学生・生徒向けの啓発といった部分について、他の自治体でも聞くのですが、教育委員会と消費生活センターとの壁と言いますか、行政における縦割りと言いますか、それぞれの部署の調整を図らなければならない事が多く、なかなか進まないと言う事があると聞いております。それから副所長が言われたように、学生・生徒さんはカリキュラムが大変で、それをこなす中で新たなテーマに取り組むことが難しいと、結局、意欲を持っている先生だけが取り組んでいるのが現状であると聞いていますが、その中でも家庭科教育の中にしっかり組み込んでいく必要があると思います。消費者教育というものは、悪質商法の手口や対応だけではなく、そもそも契約というのはどういうものなのかとか、個人がいかに尊重されなければならないか、高い価値があるのかなど、生きていく中での基本的な考え方、そういったものを社会科教育の中で学ばせるべきものであると考えています。

弁護士会では法教育というものをいろいろな学校へ講師派遣し、実施していますが、実社会教育と言いますか、今の社会がどのようなシステムで動いているのか、その中で自分がどのように身の処し方をいかにするべきかを子供たちに考えさせる教育を実施しています。例えば、数年前に公益通報システムというのができました。自分が勤めている会社で、輸入肉を国産肉だと偽って食品偽装を行っていると知った場合、あなたならどのような行動を取りますか、という問い掛けをすると、子供たちは正直ですから、これは不正であるので公益通報という制度を使って摘発する、といった意見の一方で、そんなことをしたら職場でいじめに遭って辞めなければならなくなる、という意見も出て、このような究極の選択の議論をやる中で子供たちに教育しています。そういった辺りを教育委員会にもっと実施していただきたいと思っております。消費者行政活性化基金ができて、新たな事業にはその予算をつけることができるということで、ぜひ基金を使っていただきたい、取組を強化していただきたいという願いをします。

もう一点ですが、今ご説明いただいた中で16ページから18ページにかけての「消費者保護条例に基づく各種基準調査」と「家庭用品品質表示法及び消費生活用製品安全法に基づく調査」について、調査店舗数が少ないのは限られた職員数で店舗調査を行っているからだと理解していますが、こういった商品の表示の問題については、消費者団体などに、もう少しうまく事業委託できないのだろうかと思っております。家事をされている方や消費者団体の皆さんが、

少しの委託料かもしれませんが、それぞれ地域の小売店に出向いてこういった品質表示の調査をすると。このようなモニター制度を実施すれば、高い給料を貰っている公務員が限られたところへ調査に行くよりも、もう少し幅広く効率よく調査ができるのではないかと思います。調査は単に調査をするだけではなくて、調査の結果、違法行為があれば当然ながら処分ということに繋がっていくわけですが、そこは行政職員とうまく連携していく事ができないのかなと。そういったものも、地方消費者行政活性化基金の中の新たな事業ということで、取組めないのかなと思います。活性化基金が相談業務の強化ばかりに行ってしまうのですが、今申し上げた表示モニターなどの取り組みについても活性化基金を使っていけるように消費者庁に対して、活性化基金の要綱の改正を求めています。そんな正しい取組を大阪市の行えば、大阪府内における市町村をリードしていくことになるのではないのでしょうか。以上です。

○京極局長 教育委員会との関係でございますが、我々の方から積極的に働きかけて行きたいと思っておりますが、先程も申し上げたとおり授業時間が限られているということですが、できるだけ我々の啓発、教育ができるように努めてまいりたいと思います。

それから調査の表示モニターの関係でございますが、立入検査というものが民間でどこまでできるのかで考えて行きたいと思っております。活性化基金については3年間という限られた期間ということで、恒常的なものに使うことは非常に難しいものでございます。5年、10年の長期にわたって活用できるものではございませんので、一過性にならないような事業の実施を我々として考えたいと思います。こういった点についても国の方へ伝えてまいりたいと思いますので、よろしくお願いします。

○横山委員 2点ほど意見を述べさせてもらいたいのですが、先程も説明があった「出前講座」について、私も今年度に3回ほど各町内会とかへ出向いて、高齢者の方に悪質商法をテーマに話しているのですが、各回とも実際に被害に遭った方がいらっしゃるんですね。そういった方に消費者センターへ報告しましたか、と聞いてもほとんどの方が相談・報告されていない、私は消費者センターへ報告することが、今後の被害拡大防止に繋がるので、周りの人にもお伝えくださいと説明しているんですが、実際身近な所でこういった悪質商法がのさばっている事を実感しました。

それともう一点ですが、最近テレビやチラシでいわゆる「健康食品」の広告がものすごく溢れています。薬事法との絡みなのか、「効能は個人の感想です」としていますが、素人の方が見るとこれは健康に良い物だとか、これで治るんだとか思ってしまうと思うんですね。啓発活動の中で注意を喚起していただければ、と思います。以上です。

○大槻副所長 今、ご指摘いただいた点につきまして、まさしくそのように認識しております。高齢者の方は、自分が悪質な被害に遭っているということをそのまま認知できないケースがあると思いますけれども、一方で残念なんです。消費者センターの存在そのものをご存知ない方もいらっしゃいます。ですから活性化基金を使いまして来年度以降に、認知度のアップに努めてまいりたいと考えております。

あと、健康食品の関係ですが、従来、消費者センターは契約関係を中心に勉強してきたところですが、特に最近

食の安心・安全の関係、ご指摘の健康食品につきましても被害が増えておりまして、消費者庁発足の際にも、もっと幅広い相談に対応できるように市内の関係機関とも連携するべきだ、と示されておりますので、私どもも「食育」に関する講座を開催するなど、来年度以降も事業を充実させていきたいと思っております。

○金谷委員 公募委員の金谷と申します。まず、この審議会の開催回数が年1回と少ないのは問題があるのではないかと思う。このような意見の交換会を審議会とは別の場として、月に1回程に設けてもらえれば、もっと意見の交流が図れると思います。

それと、今日トレードセンター前駅から来ましたが、この消費者センターの場所がわかりにくいと感じました。もっと案内の方法を考えて欲しいと思いました。この消費者センターの場所も悪いと思うんです。消費者問題を扱う場所だから市民にもっと消費者センターの存在を分かるようにしなければならぬのではないかと思うんです。例えば、市役所の1階とかの市民から目立つところに場所を移転させる。私、今日は住吉区から来ましたが、隣の区で在りながら、ここまで来るのにかなり時間がかかりました。非常に不便なところに在ると。例えば、梅田、難波、天王寺、京橋とかの良く目立つところに出張所を設けたり、各区役所にそういった相談場所を設けるとかして、もっと市民に対して消費者センターの存在をアピールしていくべきだと思うんですね。

それと生活情報紙「くらしすと」が、月1回自宅に送られてきていますが、こういった内容を市政だより等にも、もっと載せて欲しいです。この生活情報紙「くらしすと」は、わざわざ役所などへ出向かないと手に入れることができないので、手に入れることが困難な人もおります。ですから、市政だよりとか、各区の情報紙とかにもっと掲載して欲しいです。

○京極局長 駅から分かりにくいという点につきましては、もっと市民目線で表示について改善してまいりたいと考えております。それと、このロケーションについてでございますが、この場所からのすぐの移転ということにつきましては、なかなか難しい面もございます。今すぐどうということは、私も申し上げられませんが、少なくとも今現在も市役所・天王寺に相談窓口を設けております。ご存知無いという方もおられるということで、できるだけ周知に努めてまいりたいと考えておりますし、できるだけ消費者の皆様にご不便を掛けない形で消費者センターを運営してまいりたいと考えております。

消費生活情報につきましては、我々も市政だより、区の広報紙へ記事を載せていただくようアプローチをしているところでございます。これまでも何回かは記事の一部が掲載されておりますが、紙面の大きさに限界がございますので、市政だより、区の広報紙以外にどのような周知方法が可能かということにつきましても、検討してまいりますのでよろしく申し上げます。

○藤原委員 先程から消費者啓発のご意見がいろいろ出ていて、もっともだと思っておりますけれども、教育委員会と連携してもっときめ細かい消費者啓発を進めていただきたいし、私たちは消費者問題の専門家集団なんですけれども、ご活

用を願いたいと思います。今ここに集まられている方々は啓発に対して意識の高い方だと思わすけれども、一般市民の声ですね、どういうニーズがあるのか、苦情とかをおっしゃる所では悲惨な方もいらっしゃいますし、どういうことで困っているか、ということで啓発の捉え方になっていくと思わすけれども、そうではなくて、先程、国府委員がおっしゃっていた様に楽しく、生きる力を自分自身で考えて、こういうものを選ぶんだというような自立した消費者を育成するという、楽しい面もある啓発を市民の声を拾いながら進めていっていただきたいなと思います。

○大槻副所長 確かに今お集まりいただいている方々は、アドバイザー協会の方か全国相談員協会の方も含まれて、いろいろ教えていただきながら活性化基金の関係も進めてまいりたいと考えております。

あとは、市民からのニーズの掘り起こしということでは、双方向の意見交換ができる場といたしまして、本日副会長が見えられていますけれども、大阪市消費生活合理化協会の事務局を消費者センターで受け持っておりますので、合理化協会からのご意見もいただくなど、ネットワークを広げながら、今後、単に悪質商法に引っかからないために、というだけではなく、もっと幅広い啓発を心掛けていかなければいけないと認識をしているところでございます。

○タン委員 帝塚山大学のタンです。一つ質問とその後で意見を述べさせていただきたいのですが、8ページのところで、「クーリング・オフの助言」の項目にデータが載っていますけれども、相談件数が902件あって、うち契約金額を把握している697件の契約合計金額は3億7,983万円となっています。この件数や金額はクーリング・オフに成功した分の金額なのか、単に消費者センターに相談に来た分の合計金額なのか、教えてもらえますか。

○吉田副所長 これは相談を受けて助言した件数のうち金額が半明しているものでございます。その後の追跡調査などを行って確実に返ってきたものを積み上げた数字ではございません。

○タン委員 わかりました。全部がうまく行っていれば良いのだけれど、また、どのようにフォローしていけばいいのか難しいかもしれないけれど、そういったデータがあればこの数字も凄いい説得力があると思わすです。ようするに、全部でどれくらいかは分からないけれど、日本経済の中で悪質商法に関わっている業者に流れている金の動きというのがおかしいんです。その辺がちょっと気になるんですが、それで、先程も言いましたが、私は帝塚山大学で10年以上、消費者保護、消費者政策を担当していますけれども、消費者教育はこのデータから見ても大事だと分かりましたね。まずクーリング・オフの知識が有るか無いか、泣き寝入りするかどうかですが、皆さんがうまく行っているかどうかは分からないが、この金額は凄いいと思います。この金額は本来行くべきではない所から取り戻されたと言う事ですからね。

先程から何人も委員がおっしゃっていますが、消費者基本法の中に教育を受ける権利が定められているんです。その法律を作ったのは日本の政治家で、その政治家がそれを大事であると思って法律の中に教育を受ける権利を入れたのですから、私の目から見れば、地方自治体のレベルで教育委員会が時間が無いとか言うのはおかしいと思います。そんな時間は掛からないと思います。私の所では年に何回かNACS（日本消費生活アドバイザー・コンサルタント

協会)の方に来ていただいて、クーリング・オフに関する話を1時間程度しっかり覚えてもらっています。それから小学生のレベルだったら、先程国府委員もおっしゃっていた様に、契約とは何かとか、あるいはお金の使い方とかそんな教育を受けるべきだと思うんですね。消費者センターは一生懸命やっているのは分かっています。ただ、教育委員会と話をする時に説得力が足りないのではないかと。特に今、消費者庁が設置され、この消費者庁が教育を一つの柱として構えていますから、消費者教育と言うならその方法を考えてもらわなければならないと思うんです。ただ消費者センターに啓発資料を置いておくとか、出前講座をすれば効率が悪い、だから教育を受ける権利をどのようにきちんと確立するのか、行政は政治が決めた事を実施しなければならないのもっと強く働きかけて実現してもらいたいと思います。以上です。

○畑委員 いろいろ相談件数を見ていますと、悪質商法的手段として、広告、ハガキ、電話、そしてメール、パソコン、携帯電話というのがたくさん出ています。私はメディアに携わる者として、アダルトサイトや出会い系サイトなどの話は犯罪関連で話題にすることが多いのですが、そうこれは消費者問題でもあるんだという認識を新たにしていくところだと思います。我々のようなペーパーメディアというのは、インターネットなどのサイバー空間を利用する別のメディアに対していろいろな意味で難しい局面に立たされていまして、自分たちも立ち尽くしているという感じがあるのですが、そういう点で行きますと、メディアの問題としてこういう消費者問題を捉えるという教育の場面もあるのかなと、これまでの話を聞いていまして思いました。

90年代頃まで一時「ゆとり教育」などと言われていた時代に「メディア教育」というのが授業の中に取り入れられていたのですが、「ゆとり教育」が後退したのでメディアに関する授業なんかも後退しています。しかし、消費者問題は生きる力を持つ問題でもあるので、メディアとどの様に付き合っていくのかという視点で、消費者問題に関する知識を組み込んでいくという視点が持てないかな、と思いました。現実問題として、どの様に切り開いていけばよいかは分かりませんが、2000件、3000件とインターネットや携帯電話の問題が出てきていると言うことは、サイバー空間をどの様に生き抜いていくのかという力を特に子供につけてあげることが必要ではないのかと感想を持ちました。

○京極局長 先程の件も含めまして、私の方からご説明させていただきます。クーリング・オフにつきまして、センターでは殆どの場合、電話相談で対応していることもありまして、実際に返却された件数・金額がどれ位なのか、という部分につきましては、調査できないのが現実でございます。こういったものについて、追跡調査してのデータがとれるかどうか、一度検討してまいりたいと考えております。

もう1点、教育委員会の肩を持つわけではありませんが、出前講座としての時間をなかなかちょうだいできないということですので、授業の中では消費者教育をやっていた時間もございまして、この中で、できるだけわかりやすい授業となるために、その教材という部分で我々も協力させていただいております。パソコンで使うCD-R

OMの教材を作製・配布するなどしまして、教育委員会と連携をとりながらやっています。できるだけ専門家の話を聞く時間が取れたら良いのですが、そういった働きかけについては引き続きしてまいります。現実としては、学校の先生が使用する教材として、こういったものが適切なのかということについて、教育委員会と連携しながら実施しているところでございます。

メディアとの関係につきましては、我々も非常に難しい面を感じています。大阪市役所に市政記者クラブがございまして、時々情報を流しておりますが、もっとレクチャーをきちっとするか、状況をきちっと伝えられる機会を持つとか、そういった所で行政としても工夫をしてみたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

○高橋会長 大変熱心な意見交換につきまして、ありがとうございました。それでは、続きまして、議題（２）の「消費者庁の設置及び消費者安全法の施行について」でございます。

事務局の方からご説明願います。

○吉田副所長 それでは資料2をご覧ください。「消費者庁の設置及び消費者安全法の施行」についてでございます。

ご存知のとおり昨年の9月に消費者庁が設置され、同時に消費者安全法が施行されました。またその際に関係法も整備され、消費者庁に各省庁から多くの関連法律が移管されています。また、衆議院23項目、参議院34項目の付帯決議が付いております。これらを尊重しつつ今後も地方消費者行政の充実が図られていくものと考えております。消費者庁がなぜ設置されたのかと申しますと、国の縦割り行政の弊害を解消するということでございます。記憶に新しいところでは「パロマ」の湯沸かし器事故というのがございました。1985年から20年間で28件、21の方が死亡されています。当時、通産省は事故の報告を受けていましたが、具体的な対応が取られずに死亡事故が続いたというものです。また「こんにやくゼリー」の事故もございました。これも1995年から2008年の間に22件の死亡事故がございました。こういった悲惨な事故が起こっているにもかかわらず、取り締まる法律が無いということで、一部マスコミの報道はされていたものの、業者による自主的な対応のみであったということがございました。そこで、このような「すき間事案」の対応と各所管省庁への勧告・措置要求などの司令塔的役割を担うために消費者庁が設置されました。

組織につきましては、3ページにございますように内閣府の外局として設置されています。また、同時に消費者委員会が消費者庁とは別に内閣府に設置されております。具体的な消費者庁の組織は4ページに載せておりますとおり、8つの課に分かれております。大きく分けると、企画調整を行う部門と所管法律の執行を担当する部門に分かれています。最初のページにお戻りいただいて、消費者安全法についてご説明いたします。

まず、市町村が行わなければならない消費者行政事務が明確に定められました。具体的には、消費者からの苦情相談に応じること、苦情処理のあっせんを行うこと、必要な情報を収集し住民に提供することなどでございます。では、

都道府県はどのような事務を行うかを端的に申しますと、市町村の区域を超えた広域的な消費者行政を行いなさいということであります。また消費生活センターについては各都道府県に「必置」、市町村の設置は「努力義務」となっております。

次に2ページをご覧ください。消費者庁が設置された一つの大きな目的としまして、情報を一元的に集約し、それに対応していくというものがございまして、今回出来上がった仕組みとしましては、各省庁の長、都道府県知事、市町村長、国民生活センターの長は、消費者庁長官に消費者事故を報告しなければならないとなっております。ただし従来からすでに法令や通知、各省庁所管法で報告が義務付けられているもの、こういったものは消費者安全法の対象ではありません。これらは、各省庁から消費者庁へ消費者事故の報告があげられることとなります。通知までの基本的な流れは、消費者等から情報を入手しますと、それが果たして消費者事故に該当するかどうかを判断いたします。「安全分野」「財産被害分野」に分かれていまして、生命・身体に被害が及んでいるのか、またそれが死亡や重傷を伴う「重大事故等」に該当するのかを判断し、「重大事故等」であれば数時間以内に電話、FAX、電子メールで消費者庁への報告をすることになっております。「重大事故等」に当たらない、また「財産被害分野」であるもので類似被害が発生するおそれのあるものは、速やかに消費者庁へ報告することになっております。

次に5ページをごらんください。では、消費者安全法に基づき、今年の9月1日から通知義務が課せられた後、大阪市としてどのような消費者事故を報告したのかをまとめたものでございまして、データは今年の9月から12月末までの集計でございまして、まず、重大事故等として消費者庁へ通知したものが6件ございまして、日焼けマシンによる低温火傷、化粧品による皮膚障害、椅子の手すり部分破損による転倒負傷事故、脱毛エステによる火傷、スチーム式加湿器の吹き出し口による幼児の火傷、ゲームセンター設置のロデオマシンの床面での転倒負傷事故の6件でございまして、また消費者センター以外からの重大事故の通知が1件ございました。公園の複合遊具における転落負傷事故というものについて、所管局から報告しております。つぎの8件は他の法令による仕組みを使って消費者庁へ報告したものでございまして、まず、計画調整局が所管しております、エスカレーターにおける事故については、都道府県を通じて国へ情報が集約されるということになっております。次に健康福祉局が所管する食中毒についてのケースですが、これは法律に基づきまして厚生労働省へ報告することになっております。こども青少年局が所管する保育園の死亡事故の問題につきましても、厚生労働省への報告をしたというものでございまして、またその他に、重大事故等以外の消費者事故等については、PIO-NET（パイオネット）に入力すれば足りるとなっておりますが、重大事故につながるおそれのあるものとして、膨大な情報に埋もれることなく、特に消費者庁の注意を喚起する必要があると判断したものが10件ありました。これらにつきましてメールで消費者庁に通知しております。母乳パッド破損による乳児の吸引剤誤飲などは、この時には重大事故にはつながりませんでしたが、これを放置するといずれ重大事故につながるおそれがあると、また全国レベルで集約してみると、あちこちで同様の事故が起こっているのがわかってくるということが

ございます。先程の椅子の部分破損による事故でも消費者庁にもかなり同種の情報が集まって、報道発表なり公表されているものでございます。

もう一点、消費者安全法の23条に基づく立入検査の権限委譲の話がございます。先日、消費者庁の説明会では、23条による立入調査権限を都道府県や市町村に委任できると定められております。今年度内に都道府県と政令指定市に対してこういった立入調査の権限委譲について同意を求めていくということが決まっております。以上でございます。

○高橋会長 今の説明について何か意見はございますか。

○金谷委員 この配布資料には載っていませんが、全国共通の消費生活相談の電話番号があると思うんです。「0570-064-370」がその番号で、050のあとの064が「守ろうよ」、370が「みんなを」という意味だそうです。これが抜けているみたいなので、皆さんに周知してもらえますか。

○吉田副所長 ありがとうございます。「消費者ホットライン」と呼ばれるものでございまして、大阪市も参画しております。大阪市の消費者センターの電話が話し中の場合、この窓口につながる仕組みとなっております。

○高橋会長 続きまして議題3の「地方消費者行政活性化基金」について、事務局から説明願います。

○大槻副所長 資料3に基づきまして説明させていただきます。地方消費者行政活性化基金について、でございます。

内容につきましては資料の内容欄に書かせていただきました。資料の裏面に国が作成したイメージ図がございますのでご覧ください。先ず国から都道府県に配分され、都道府県を経由して市町村にも消費者行政を活性化するための財源が配分されるという図になっています。資料の右側に支援メニューとしまして、「こういった内容に基金を使ってもらいたい」という例が挙げられています。消費者センターが未設置の市町村に対しては、速やかに消費生活相談窓口を開設する事業を実施することが、国の第一の眼目に挙げられています。本市はすでに窓口がございますので、基金を活用しまして窓口の高度化、あるいは充実強化を図ることが可能であります。ただ、実際問題としまして、機能強化のための基金となっておりますので、既存の事業に対しては使うことができないとか、あるいは、平成21年から平成23年までの3年間で基金が終了してしまうということもございますので、この間、全国のセンターからいろいろな要望等も挙がっているように聞いております。

資料の最初に、本市の平成21年度実施事業ということで、内容を挙げさせていただいています。まず消費生活相談員のスキルアップとしまして、実際に消費者の相談に対応している相談員が、弁護士の方を招いての研修で対応力の向上を図る事業でございます。次に、多重債務相談会を実施しておりまして、これは夜間を含めて実施し、この3月にも実施する予定にしております。また、市民への啓発活動の強化ということで、具体的には中高生に向けてわかり易いビデオを製作しております。先程からのお話もございましたが、現場との連携ということで、近々学習指導要領が変わると伺っておりまして、今後学校の方でも、もっと啓発していただけると伺っています。また教育現場での

資料が整っておりませんので、それまでのつなぎとして活用していただけるような、わかり易い資料の作製を目的としておりますと、実際指導要領が変わった後も補完的な資料として使えるものということに着目しまして、先生方と相談しながら進めて行っているところでございます。

最後に相談環境の充実ということですが、備品等の購入を図りまして全体的な環境を充実させるということでございます。この平成21年度の実施事業全体で2,363万8千円となりまして、今後、来年度、再来年度の3年間で展開していきたいと考えております。以上でございます。

○高橋会長 ありがとうございます。基金の使い道については先程国府委員から意見があったところですが、今の説明について何かご意見はございますか。

○国府委員 これは基金なので3年間の総額が出ていると思いますが、全体でいくら位になりますか。

○大槻副所長 大阪市につきましては、3年間の合計で1億8,700万円となっております。

○国府委員 先程、京極局長からも3年間限定の予算であり、なかなか継続した事業に使いにくいということをおっしゃっていましたが、そういった問題は全国の自治体からも問題提起されておって、今の基金は3年間なんだけれども4年目以降についてどうするのか、というのは消費者庁、消費者委員会の方で4年目以降のことについて検討されていて、1年間ほどの検討期間をかけて方針を出すということのようです。そういうこともあるので、あまり3年間だということで萎縮してしまって、その結果この基金が有効に活用できないというのでは困るので、もう少し大胆に使い方を考えていただきたいと思います。

その関係で2点だけ申し上げたいのですが、ひとつは、先ほど金谷委員もおっしゃっていましたが、大阪市消費者センターの立地がここと、それから支所が市役所内と天王寺に置かれている状況なんです。よくよく考えてみたら大阪府内の各市町村では、自転車に乗って消費生活センターに相談に行く事ができる。人口20万、30万の都市に消費生活センターが必ず設置されているのですが、その規模で言えば、大阪市の場合、各区に消費生活センターが在ってもおかしくは無いと思います。府内の各市町村の住民は自転車で行くことのできる距離に消費生活センターが在るというサービスを受けている訳ですから、それからすると、区役所に無いのはどうなのか、という問題意識が私にはあります。仮に区役所に全部に無くても、各ブロックに1箇所は消費生活センターの支所が在ってもいいのではないかとこのふうにかねがね思っております。それからもう1点は、消費生活相談員がまだまだ大阪市の場合は相談件数の数からすると少ないのではないかと感じておまして、大阪府内の各市町村との比較で言っております。そういった結果どのような問題が生じているかと言いますと、先ほどの吉田副所長の説明の中で、相談の内のあっせん解決、そのあっせんに入っている事件が約3%弱ということだったんですね。私が委員になった時には1%か2%程度のあっせん率しかなかったと記憶しています。それで最近ではあっせん率が向上している訳ですが、府内の市町村に聞くと5%から10%位があっせん率ですね。それから来所相談と言うんですか、相談センターに来て面談で相談される率

が非常に大阪市は低いと聞いています。あっせん率が低いということは、相談員が非常に忙しくて数多くの相談をこなさなければならないから、なかなかあっせんに入りにくいのではないかと想像します。来所してこられないから、電話だけの相談で済んでいる為にあっせんに結びつかない、そんな事もあるかと思えます。そういった意味でまだまだ改善される余地が有るのではないかと思います。これは大阪市を貶しているのではなくて、私は、大阪市は府内の消費生活センターのリーダーとして消費者行政を頑張っておられるのをもちろん知っている訳ですが、そんな中でまだまだ改善の余地が有ると思いますので、活性化基金というものは消費者行政を拡充しなさいと国が特別な手当てをしてくれた、こんな時にこそ、それを活用して展開できないのかなということ、なお一層の努力をお願いしたいと思えます。

○京極局長 機能拡充ということでご意見をいただきました。我々としまでも、この基金を契機に相談員の体制を拡充したいと考えております。これは3年間限定というよりは、その後も継続的に拡充するということを前提に、相談員の体制強化に着手を始めているところでございます。そういった事で、区役所に、恒常的な窓口が設置できるかどうかは、限られた予算の中でございますので、できるだけ身近な所で相談を受けられるような仕組みは今後検討していくということでございます。こういった基金の今後を見据えながら機能拡充については継続的に検討してまいりたいと思いますので、よろしくお願ひします。

○国府委員 すいません、さっきの資料3とは直接関係しないので、意見を申し上げるか躊躇したのですが、消費生活センターの相談業務を民間委託したらどうかということが市政改革室の方で議論されているようですね。2年前でしたか、事業仕分けをされた事があって、その時に民間に委託するかどうかいろいろな事業部門が検討された中で、消費生活センターの業務は民間委託すべきでは無いという意見が事業仕分けの委員の中でも圧倒的でした。それで民間委託の話は終わっていたのかと思っておりましたが、果たして市政改革室の方でそんな議論をされていると聞きました。先ほど府市連携で事業者指導を行い、悪質な事業者に対して業務改善を勧告したりと非常に行政処分的な、行政機関としてやるべき事柄が課題として益々拡充されていかなければならない中で、またこの相談と言うのは消費者庁に情報をあげると言われているように、消費者被害に関する国の情報の端末的な役割を負って、この事が国の立法政策なり、行政処分なりに付随してきている、そんな重要な部分が果たして民間委託ということに相応しいのだろうかという問題意識を私自身は持っております。民間委託というのは、それをやる事によって高い給料をもらっている公務員がその仕事をしなくても、もっと効率よく安く業務を実施しようという発想があるかと思っておりますが、消費生活センターの業務というのは、非常勤の相談員を多数活用する事によって、かなり安く業務をやらされて来ているという歴史がある訳で、民間委託をしたからといって費用も全然安くならないですから、そういった意味で、その大事なポイントを見失っていただいてはいけません、行政機関としての役割があるということを見失っていただいてはいけませんと思うので、今後消費生活センターの拡充を検討していくという局長のお話に引き続いてですね、民間委託に

ついてもセンターとしては好ましくないんだという意見を言っていたきたい、というふうに思ってちょっと場違いかも知れませんが一言、意見を申し上げました。

○京極局長 一概に民間委託が是非かというのは、なかなか難しいところでございます。現に相談業務を民間委託でやられている所もございますから。そういう意味でちょっと発言は控えさせていただきますが、我々としては相談業務の重要性なり、あるいは責任問題、執行体制、一方で経費の問題といったものを含めてきちっと説明して、今の体制で事業執行して欠けている事は無い、ということで様々な場面でご説明しているつもりでございます。区政改革室でも、当面は市民にとって必要な事業は充実させるということで力を入れていくということで理解を得ておまして、今、委託か委託しないかについては、事業の充実をさせるうえで今後どうして行くのかを更に検討していくテーマの一つというように理解しておまして、直ちに委託するかしないかといった議論は今のところは収まっていると考えておりますので、国府委員がおっしゃったように色んな工夫をしながら相談事業をやってきたということについては、今後も我々はきちっと説明してまいりますので、よろしくお願ひします。

○タン委員 基金での実施事業について質問します。市民の啓発活動の強化として内容に消費生活に関するビデオの作製等と書いてありますが、内容的にどういった啓発を企画しているのか、ちょっと教えていただきたいのですが。

○大槻副所長 ここに挙げさせていただいている平成21年度なんですけども、金額的に大きいのは、今言われた中高生向けのビデオです。クレジットカードの使い方等についての啓発用ビデオと仮想マネーの関係とを各15分の物を2本作製中であります。完成次第、各学校へ簡単なチェックシートも含めまして配布させていただきたいと思っております。後は、食品表示・安全分野に関する講習会ということで、一般市民の方がご参加いただけるような、専門家を招いての講習会を開催する事と、ポスター掲示ということで、先ずは消費者センターを知っていただかなければならないということで、ポスター掲示箇所の増設等を実施して行く予定にしております。

○タン委員 ちょっとコメントさせていただきたいんですけど、一つはクレジットカードについてなんですけど、私は3、4年前から毎年、学生さんにクレジットカードを持っている人は手を挙げてください、と聞いているんですけど、ほとんど居ないんですよ。なぜかと考えてみると、おそらく経済状況が影響していると思います。テーマとしては非常に重要であると思うんですけど、今、現に一番求められている消費者教育のニーズを把握することが非常に大事だと思います。まあ、将来的に持つかも知れないということでは、私はNACSさんに聞いたり授業で採り上げたりするのですが、ウェイトとしては、どちらかと言うとマイナーな存在になっているかもしれないですね。それよりも契約の方に力を入れているのですが。

あと一つは製品安全です。このビデオということを見て、今、誤使用というのが非常に重要なテーマになっているんですけど、製品事故の多くはどうも誤使用が原因なので、誤使用とは何かということがあるんですけど、そういうテーマのビデオとかをNITE（製品評価技術基盤機構）さんと連携して作ったりするのは、非常に効果があると思いま

す。この間、学生さんとNITEへ一緒に行きまして、目の前で色んな事故を再現してもらったり、ビデオも見せていただきまして大変好評でした。このような啓発の授業は大事だと思います。この資料の支援メニューを見ますと、まず10番「商品テスト強化事業」と12番の「消費者行政活性化オリジナル事業」というのがありますが、10番の「商品テスト強化事業」について何か計画中ですか。

○大槻副所長 今のところ、10番の「商品テスト強化事業」については基金を使って何かするという計画はございません。

○タン委員 それはどうしてですか。理由は。

○大槻副所長 基本的にこの基金そのものが既存事業の肩代わりは難しいということになっておりますので、現在やっているものの拡充という視点では使いにくいということがございまして、全く新しい視点での商品テストなり、何か取り組めるような事案が有れば可能であるとは思いますが、現状では中々そこまで発想が至っていないという状況でございます。

○タン委員 私の目から見ればこのテーマが非常に大事で、このメニューにある商品テスト機器購入などは、我々が助成金などをいただいた場合、普段は購入できないコンピューターとかの機器を買いますよね。せっかくこのお金が有るのに使わないのはすごくもったいないと思います。強化事業は別として、とにかく環境づくり、環境強化はできると思うので、ぜひ考えていただきたいと思います。

それから12番の「消費者行政活性化オリジナル事業」というのは、大阪はこういうのは得意ではないかと思えます。こういう独自のオリジナリティというのは、東京の方から見ると関西は非常に独創的で面白いという評判がありまして、大阪市として、ぜひこういったオリジナルな事業に取り組んでいただきたいと思います。特に私が今考えているものがある訳では無いのですが、ぜひ取り組んでいただきたいと思います。以上です。

○大槻副所長 このオリジナル事業ですが、テクニックとして他の項目に入らないものを事務的に提出している面がありますけれども、大阪市として、大阪らしい消費者行政を充実するための使い方ができればと考えておりますので、またご指導よろしく申し上げます。

○金谷委員 多重債務の件についてちょっと言いたいんですけども。この頃メディアでいろいろなカード会社とかの宣伝がされていますね。そういったものをもう少し規制する方向へもっていけばどうでしょうか。それと、弁護士とか司法書士とかの宣伝がよくされておるんですけど、一方では非常に質の悪い弁護士とか司法書士が居て、いろいろ名目を立てて取立てとか、費用徴収と言って消費者を逆に弁護士とか司法書士でありながら騙してお金を巻き上げる、そういうふうな悪質弁護士とか司法書士いると報じられています。そういうメディアに対しての規制と弁護士とか司法書士のそういった活動の規制化ですね、そういったものにも力を入れてほしいと思います。

○京極局長 そういった新しい分野の規制などは、いろいろ法律の制約などが有ると思いますが、この審議会

でご議論いただけたらと思います。またいろいろな問題が起きてくるということにつきましては、苦情が消費者センターに集まってくる仕組みになっておりますので、こういったものを他の自治体とも連携しながら国にちゃんと行っていく事によって、新しい消費者安全の仕組みを創ってまいりたいと考えておりますので、よろしくお願ひします。

○高橋会長 ありがとうございます。それでは時間も大分経過しております。続いて議題（４）の『「結婚式場における婚礼契約に係る紛争案件」のあっせん報告について』に移りたいと思います。この議題については、先程ご審議いただきましたとおり非公開で行いますので、傍聴者におかれましては退席をお願いします。

改めて入室いただく場合は、事務局から連絡させていただきます。

～ 傍聴人退席 ～

（以降、議題（４）『「結婚式場における婚礼契約に係る紛争案件」のあっせん報告について』は会議非公開のため、議事録に掲載しない）

～ 傍聴人入室指示 ～

○高橋会長 それでは、最後の議題５の「その他」ですが、事務局より何かありますでしょうか。

○吉田副所長 本日は特にございません。

○高橋会長 それでは、これ以上のご質問、ご意見が特になければ、本日の議題については全て終了いたしましたので、総括ということで締めくくらせていただきます。

皆様方には、熱心にご審議いただき、まことにありがとうございました。

本日の議題につきましては、まず「消費者センターの各種事業の概況」についてご審議をいただきました。

消費者センターが実施している、相談事業、啓発事業、不当な取引行為に対する事業者への指導などについてご報告いただきました。

消費者センターへの相談件数は前年度よりやや減少しているとは言え、年間２万件を超える多くの相談が寄せられているとのことでした。相談の中身につきましても、年々複雑多様化してきているようですので、消費者庁や大阪府とも連携を強化して、市民の方の協力をうまく生かし施策の手法についても工夫をいただいで、被害の未然防止や拡大防止を積極的に推し進められるよう、よろしくお願ひいたします。

続いては、昨年発足した「消費者庁と消費者安全法の施行」について説明がございました。消費者行政の一元化を目指して設立された消費者庁の役割と、消費者安全法に基づく情報の集約・分析、情報発信という部分を大阪市内における実例を挙げて述べていただきました。今後、集約された情報をいかに活用するかということについても工夫をお願ひしたいところです。この点も消費者団体等の市民の力をいかに生かすか、ということも考えていただきたいと

ころです。

次に、「消費者行政活性化基金」について説明がございました。これは消費者庁の設立と併せて実施された、地方における消費生活相談体制の強化を目的とする取組とのことでした。ここ大阪市消費者センターにおいては、相談機能の強化や消費者啓発の推進に活用し、大阪市の消費者行政をより充実させることに取組まれているとの内容でした。先ほどもいろいろご議論がありましたように、活用について一層のご議論をお願いしたいところであります。

それから最後に当審議会による「あっせんの報告」がございました。「結婚式場における婚礼契約に係る紛争案件」にかかる3件の事案報告です。担当委員の方々におかれては長期にわたりご尽力いただき、ありがとうございました。この場をお借りして、担当の国府委員、下村委員、また本日欠席されておりますけれども江口委員・吉川委員の皆様にお礼申し上げます。

あっせん報告につきましては、後日審議会のあっせん報告として市長に提出いたします。

大阪市におかれましては、このあっせん報告について十分にご活用いただき、今後の消費者相談等の充実に努めていただきますよう、お願いいたします。また、あっせんが不調に終わった案件もあったようですが、あっせんとそれ以外の救済方法との関係について今後工夫をお願いします。

昨今の消費者を取り巻く社会経済環境は非常に変化しております。とりわけこれも本日いろいろ議論があったように、情報技術が日進月歩であるのに対しまして、消費者の側的確な情報選択の手段というのが十分に確保されていない、あるいはこれからも確保されないだろうという状況がございます。悪質商法による被害や消費者トラブルは未だ後を絶たず、消費者センターが果たすべき役割はこれまで以上に重要になっていくのではないかと存じます。消費者センターをはじめとして、大阪市の各局におかれては、すべての市民が安心して暮らせる消費生活の実現に向けて引き続きご尽力いただきますよう、お願いします。

委員の皆様方におかれましても、消費者行政の充実のために審議会、部会はもとより各方面での一層のご活躍・ご協力をお願いし、本日の総括にしていきたいと思います。

それでは、これをもちまして本日の第46回大阪市消費者保護審議会を終了させていただきます。議事進行が上手くいかなくて予定時間を少しオーバーしてしまいました。どうも申し訳ございません。では皆様方、ご協力ありがとうございました。

○司会 委員の皆様方、熱心なご審議をいただきありがとうございました。

以上で本日の審議はすべて終えていただいた訳でございますが、最後に市民局京極局長からごあいさつ申し上げます。

○京極局長 委員の皆様方には、早朝から長時間にわたりご審議いただき、誠にありがとうございました。

ただ今、高橋会長からご審議の総括ということでまとめていただいたところですが、苦情処理部会からいただきましたあつせん結果のご報告につきましては、結果をホームページ等で公表させていただきまして、消費者の皆様に見ていただく事によって消費者被害の未然防止・拡大防止に努めてまいりたいと存じます。

また、今日はたくさんのご意見をいただきました。基金の有効活用、或いは消費者団体との連携、効果的な啓発、或いは消費者教育、それから相談窓口の機能強化ということを中心にご意見をちょうだいしましたので、我々といたしましても厳しい財政状況なり社会環境がございますが、できるだけ市民の消費生活の安全・安心と充実を図るという総合的な消費者行政の推進の観点から個々の対策について検討してまいりますので、よろしくお願ひいたします。本日はどうもありがとうございました。

○司会 それでは、これもちまして第46回大阪市消費者保護審議会を閉会してまいります。本日はどうもありがとうございました。