

# 第 4 9 回

## 大阪市消費者保護審議会

### 議 事 録

平成 2 5 年 1 月 3 1 日

大 阪 市 市 民 局

第49回大阪市消費者保護審議会 議事録

日 時 平成25年1月31日(木)  
午後1時30分～午後3時50分

場 所 大阪市役所屋上階 P1会議室

次 第

1 開 会

2 市民局長あいさつ

3 議 題

(1) 審議会会長等の選出について

①会長選出

②会長代理指名

③苦情処理部会委員及び部会長指名

④部会長代理指名

(2) 消費者センターの事業等について

(3) 本市をとりまく消費者行政の状況について

4 閉 会

出席者

(1) 委員 (16名)

(敬称略・50音順)

今井清継	日本チェーンストア協会関西支部事務局次長
大谷貴美子	京都府立大学大学院生命環境科学研究科教授
小川裕子	公募委員
奥野弘幸	弁護士
木下誠	大阪市会財政総務委員長
木村和成	立命館大学法学部准教授
斎藤みちる	公募委員
島谷克史	(社)消費者関連専門家会議(ACAP)常任理事
下村正明	関西大学大学院法務研究科教授
田阪裕章	弁護士
長田真里	大阪大学大学院法学研究科准教授
斜森健次	近畿百貨店協会(株)高島屋総務部お客様相談室室長
樋口容子	(公社)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
平井道子	株式会社読売新聞大阪本社広報宣伝部長
本荘達子	(公社)全国消費生活相談員協会関西事務所長
松本淳	大阪市立大学大学院経済学研究科准教授

(2) 市側 (11名)

(幹事)

市民局長	村上栄一
市民局 消費者センター所長	西山嘉和
市民部総務課長	加藤憲治
危機管理監	藤嶋誠

(代理出席：山内危機管理課長)

福祉局長

山 田 俊 平

(代理出席：木村総務課長代理)

健康局長

林 明

(代理出席：門田総務課長)

経済局長

魚 井 優

(代理出席：山田総務課長)

環境局長

玉 井 得 雄

(代理出席：川瀬総務課長)

都市整備局長

松 山 繁 樹

(代理出席：稲嶺総務課長)

消防局長

千 福 好 伸

(代理出席：片山総務課長代理)

教育委員会事務局教育長

永 井 哲 郎

(代理出席：藤巻総務課長)

(3) 事務局 (大阪市消費者センター)

消費生活課長 前 田 三樹子

消費生活課長代理 堀 田 大 地

〃 辻 井 善 寛

(4) 傍聴者

1 名

○司会 お待たせいたしました。ただ今から第49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、消費者センター担当係長の浅田でございます。どうぞよろしく願いいたします。

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。

まず、開会にあたりまして、市民局を代表しまして村上市民局長よりごあいさつ申し上げます。

○村上市局長 大阪市民局長の村上でございます。第49回の大阪市消費者保護審議会の開催に当たりましてごあいさつ申し上げます。委員の皆様方には大変ご多忙な中、ご出席を賜りまして、誠にありがとうございます。また大阪市政推進に平素からご理解、ご協力を賜っております事、この場をお借りしまして厚く御礼を申し上げます。

さて、近年の消費者をとりまく状況でございますが、スマートフォンの急速な普及など、情報通信技術の進展と、これをまた活用しました新たなサービスの発達と申しますか、そういった現象、あるいは急速なグローバル経済の進展を背景といたしまして、次々と新型の消費者被害が発生しております一方で、高齢者を標的とする悪質商法に関する相談も依然として多数寄せられているという状況でございます。

このような中、国におきましては、地方消費者行政の取組強化を継続いたしますために「地方消費者行政活性化基金」を平成25年度末まで活用する事を決定いたしました。また、消費者の自立を支援するための消費者教育と、総合的かつ一体的に推進する事を目的といたしました「消費者教育の推進に関する法律」を施行するなど、消費者の安全・安心の確保等に重点的に取り組む事としてるところでございます。

大阪市内におきましては、一昨年12月の橋下大阪市政の出発以降、大阪にふさわしい新たな大都市制度の構築に向けまして、検討が進められているところでございますが、消費者行政におきましては、前回の審議会開催以降になります。昨年3月に、大阪府消費生活センターが天満橋のOMMビルから南港ATC内の本市消費者センターの隣接に移転してまいりまして、それを契機としまして、双方の役割分担を踏まえまして従来の府市連携をより強固にした、市域、府域における消費者行政の充実強化に取り組んでいるところでございます。

本日は、より良い大阪市消費者行政の実現に向けまして、審議会委員の皆様方のご協力をいただきながら、さまざまな観点からご提言などをいただいておりますので、何とぞよろしく

お願いいたします。

簡単ではございますが、冒頭のあいさつに代えさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

○司会 次に、本日は当審議会の委員改選後初めての審議会でございますので、議事に入ります前に委員の方々を紹介させていただきます。資料といたしまして、五十音順の委員名簿をお付けしております。その名簿に沿って順にご紹介させていただきます。

(出席委員のご紹介)

○司会 委員の皆様、ありがとうございました。なお、先ほども言いましたように、池田委員さらに小野委員、近藤委員に置かれましては、本日所用のため欠席されております。

続きまして、幹事並びに事務局をご紹介します。審議会規則第7条において、市長が任命する審議会幹事につきましては、関係局の局長を幹事としておりますので、資料としてお付けしております。幹事名簿をご覧くださいようお願いします。

(幹事・事務局紹介)

なお、誠に申し訳ございませんが村上局長につきましては、他の公務がございますので、ここで退席させていただきます。

○村上局長 申し訳ございませんが、どうぞよろしくお願いいたします。

○司会 議事の進行につきましては、審議会会長にお願いすることとしておりますが、本年度は当審議会の改選がございましたので、現在会長がまだ決まっておりません。議題(1)の「会長の選出」までは事務局の前田課長が進行させていただきます。

○前田課長 それでは進めさせていただきます。すみませんが着席のままで申し訳ございません。

議題に入ります前に、本日の回議の公開、非公開につきまして、ご審議いただきたいと存じます。

会議の公開・非公開の決定につきましては、お手元がございます「審議会の設置及び運営に関する指針」という書類が資料の方がございます。こちらの「第7 審議会の公開」というところをお開きいた

だきたいと存じます。この中の「3 公開・非公開の決定」こちらで「審議会等の会議の公開また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がございます。

また、少し戻っていただきまして「1 会議の公開基準」というところがございまして、「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がございます。

「ア」ということで、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、競争上の地位その他正当な利益を害するおそれのあるもの、とされております。

本日の議題につきましては「ア」「イ」に該当しないため、公開とさせていただきたいと存じますが、よろしゅうございますでしょうか。

それでは、ご異議のないものとして、本日の審議は公開とさせていただきます。なお、審議会の内容は、後に消費者センターのホームページなどに掲載いたしまして、公表させていただくということをご了承お願いいたします。

また、現在のところ傍聴者の方は1名いらっしゃいますので、よろしくをお願いいたします。

それでは、議題に入ってまいります。

議題の「1」ということで「審議会会長等の選出」ですが、お手元の「大阪市消費者保護審議会規則」をご覧くださいと存じます。

こちらの審議会規則の中の第2条第1項でございます。こちらで、第2条第1項の規定では会長は「委員の互選によりこれを定める。」としております。

どなたか、ご推薦があれば挙手を願います。

○本荘委員 前回から委員を仰せつかっております、私といたしましては、これまでも消費者保護審議会の会長を務めてこられました、下村委員に引き続きご就任いただくのがふさわしいのではないかと考えており、推薦させていただきます。よろしくをお願いいたします。

○前田課長 ただいま本荘委員から、前会長の下村委員を会長に、とご発言がございましたが、皆様いかがでございましょうか。

(「異議なし」の声)

特にご異議もないとのことですので、下村委員に本審議会の会長にご就任いただきたく存じます。恐れ入りますが会長席へご移動お願い申し上げます。

～～会長席へ異動～～

それでは、下村委員にはご就任にあたりましてのごあいさつをお願い申し上げます。

○下村会長 ただいま会長に選出していただきました、下村でございます。微力ではございますが、誠心誠意、努めさせていただきますので、どうぞよろしくお願いいたします。

本審議会は、51年発足だそうでございます。1976年ですから37年位になります。さまざまな消費者問題に関しまして調査審議を行い、大阪市当局に対しまして意見を申し上げてきたところということで、その内容がまた市の消費者行政の推進に活かされて参った歴史ある審議会ということでございます。

そういった中で、大阪市をめぐる状況というものも大きく変わろうとしていることは、皆様もご存知の通りかと思えます。これからその中でどの様に消費者行政を進めていっていただくのがよいかという点におきまして、本審議会も役割を果たしていきたいと思っております。

申し遅れましたけれども、本日は皆様お忙しい中お時間をお割きいただき、列席を賜りましてありがとうございます。どうぞよろしくお願いいたしますと思います。とりわけ木下先生、お忙しい中お時間ちょうだいしまして恐縮でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

非常に堅苦しい雰囲気の中で進んではおりますけれども、私がここにおらしていただく間は、そんなに堅苦しい運営もしたくございませぬので、ご自宅でテレビに突っ込みを入れるような感覚で、自由闊達なご意見を賜るようお願いしたいというふうに思っております。よろしくお願いいたします。以上です。

○前田課長 どうもありがとうございました。

それでは、以後の議事の進行につきましても会長をお願いしたいと存じます。会長どうぞよろしくお願いいたします申し上げます。

○下村会長 わかりました。それでは進めてまいりたいと思います。引き続き、審議会の構成に関しまして会長代理を選任するという手続きがございます。審議会規則第2条3項の規定によりまして、会長があらかじめ指名するということになっておりますので、これにしがいまして会長代理につきましては、長田委員に是非お願いしたいというふうに思っております。よろしく申し上げます。

～～会長代理席へ異動～～

引き続きまして、苦情処理部会委員の指名というのがございます。当審議会は「消費者保護条例」に基づきまして「苦情処理部会」を設けております。多くの委員の方々が初めて当審議会に出席していただけますので、苦情処理部会の所掌事項につきまして、事務局からご説明をお願いいたしたいと思っております。

○辻井課長代理 課長代理の辻井でございます。申し訳ございませんが、失礼ながら座らせていただきまして、ご説明させていただきたいと思っております。

資料でございますが「大阪市保護条例」という資料がございます。左肩にホチキス止めをしています、ちょっと分厚めの資料でございますけれども、ご用意をいただきたいと思います。よろしいでしょうか。

資料の9ページでございます。第6章の第33条のところに当審議会の規定がございます。その中で、9ページの一番下のところ、第6項でございます。ここに苦情処理部会につきまして、所掌を書かせていただいております。(1)号と(2)号ということで2項目設けさせていただいております。

第1号でございますけれども、条例第18条の3第1項及び第28条第1項に規定する情報提供、消費者問題が発生しました時に、その拡大を防止するという場合に、情報提供することができるのですけれども、そういった場合と苦情処理に関し意見を述べること。

同じく第2号に28条第4項、これが苦情処理部会にあっせん案件が出た場合ということになるんですけれども、大きく分けまして情報提供とあっせん案件が出た時に苦情処理部会にお諮り申し上げるところでございます。

センターのホームページ等々で、事業者名を公表する場合につきましては、慎重に図らなければならないというところもございますので、こちらの方でお諮りさせていただきまして、ご了解いただいたうえで事業者名も出すと、いうことでございます。

あとは、日頃「あっせん」等させていただいておりますけれども、それで解決できない場合に、こち

らの部会の方での「あっせん」をお願いするということでございます。

以上、簡単ではございますが、説明を終わらせていただきます。

○下村会長 ありがとうございます。

「苦情処理部会」の部会委員並びに部会長につきましては、審議会規則第3条1項及び2項に基づきまして、会長指名となっておりますので、これにしがい私から指名させていただきます。

苦情処理部会の委員につきましては、奥野委員、木村委員、島谷委員、田阪委員、長田委員、本荘委員、松本委員をご指名させていただきたいというふうに思います。また、部会長につきましては、田阪委員をお願いします。

ただいまご指名申し上げました方々には、お忙しいところ大変恐縮でございますけれども、どうぞよろしく願いいたします。それでは、部会、部会長にご就任いただきます田阪委員から、ひと言ごあいさついただきますとともに、規則第3条4項に基づき、あらかじめ部会長代理についてのご指名をいただきたく存じます。

○田阪部会長 下村会長からのご指名ですので、大役ではございますが受けさせていただきます。部会の皆様には、ご協力よろしく願いいたします。

それでは、私の方から部会長代理をご指名させていただきます。部会長代理につきましては、長田委員を指名させていただきます。

○下村会長 よろしく願いいたします。

それでは、ただいま決定しました方々に苦情処理部会の運営方、よろしく願いしたいと思います。なお、先ほど事務局から部会についてのご説明をいただきましたが、なお少し詳細のご説明を部会の委員の方々に申し上げる機会というのを、本日のこの審議会の後に予定をさせていただいております。この審議会は午後3時30分までという予定をしております、そのあと午後4時までのところで第1回という形で苦情処理部会の開催をお願いしたいと思います。

田阪さんよろしいでしょうか。

○田阪部会長 はい。それでは、部会に指名された方々は、審議会終了後もこの場に残っていただくようお願いいたします。部会以外の方々でも事務局からの説明をお聞きいただけますので、お聞きになりた

い方は、終了後もこの場に残っていただければと思います。

○下村会長 ありがとうございます。

次に議題（２）ですね、「消費者センターの事業等について」いうのがあります。それから議題（３）というのが、続けて「本市をとりまく消費者行政の状況について」というふうにございます。

相互に関連した事柄になってくるかと思しますので、事務局の方からは一連のご説明として続けてしていただけたらというふうに思いますが、よろしいでしょうか。では、お願いいたします。

○堀田課長代理 改めまして、消費生活課長代理の堀田と申します。着席のままご説明させていただきます。それでは、お手元に「消費者センターの事業等について 平成25年1月」と書きました資料をご用意いただきますでしょうか。よろしいでしょうか。開けていただきまして、私の方からまず1番「消費生活情報提供（教育・啓発）事業について」をご説明させていただきます。

大阪市消費者センターでは、「自立した消費者」の育成と消費者被害の未然防止を図るため、さまざまな手法を用いて消費生活に関する情報提供事業を行っています。この表について、簡単に説明させていただきます。

まず、見方でございます。一番左側に事業名を書かせていただいておりますのが、具体的な事業名になってまいります。23年度24年度の比較表として実績を載せさせていただいておりますが、24年度につきましては、上半期4月から9月までの実績数値を記載させていただいております。

備考のところに「◆印」ですとか「※印」がございますが、ひし形の「◆印」は大阪府と連携して実施しております府市連携事業に当たります。それと「※印」の方でございますが、こちらは国からのお金が基金としてございます、地方消費者行政活性化基金を活用した事業となっております。

表の中で斜線を引いているところは、当該年度についてはその事業を実施していないという事でございます。

主だったところを簡単にご説明させていただきますと、まず一番左の方に「センター主催講座」と書いておりますのが、センターが主催でやっております講座でございます。実績数字を書かせていただいております。詳細については割愛させていただきますので、どの程度しているのかとご覧いただければと思います。

次の「地域講座」でございますが、大阪府のくらしのナビゲーター養成講座を修了していただいたボランティアの方々を講師としまして、地域の様々な団体ですとか、あるいは学校、高齢者福祉施設、介

護事業所ですとか、あるいは地域包括支援センター等、そういったところからお呼びをいただきまして、「悪質商法に気をつけよう」とかそういった内容を中心にミニ講座を開催しております。その実績数値を書かせて頂いております。最近では、高齢者の見守りといったところで、高齢者の見守り支援をするような、そういったことについて興味関心を持っていただきまして、施設等からの講座の要請も多くいただいているところでございます。

その下の「見学講座」「くらしのひろばエル来所者数」といいますのは、現在大阪市消費者センターを設置しております、ATCの中にですね、「くらしのひろばエル」という図書あるいはビデオライブラリーそういったもの、あるいはパネル展示などを行なっているような、そういった場所がございまして、そちらの方に来ていただいた数字になっております。エルの来所者数につきましては、昨年度と比べていただきましても、今年度上半期だけでも来所者数増えてございます。要因のひとつとしましては、冒頭局長の方からもご説明ございましたが、大阪府が市のセンターに隣接して開設されましたので、そういったことの影響もあるのかなと考えているところでございます。

次の「生活情報誌『くらしすと』」でございますが、大変申し訳ございません。こちらが平成24年度の月別の発行部数ですが16,000部と書いてございますが、15,000部の間違いでございます。申し訳ございませんがご訂正のほどお願いいたします。

その他啓発のいろいろな資料等作成している状況について書かしていただいております。ちょっと割愛させていただきます、次のページご覧いただけますでしょうか。

こちらになってきますと、「※印」の付いた事業がたくさん増えてまいりますが、今年で申し上げますと、真ん中らへんに「巡回啓発事業」とありますのが、区民まつりですとか、区のさまざまなイベント、ホールを使った催し物といったところに消費者センターのちょっとしたブースといいますか、パネル展示とかあるいは啓発物品を配らせていただくようなことを、場所をちょっとお借りいたしまして、区民の方が集まれるような場所で啓発をしておるところでございます。本年度につきましても、24区すべて回らせていただく予定で、この事業以外にも集客施設、商店街ですとかショッピングモールとかそういったところで啓発をしているところです。

あとは、細かい説明を割愛させていただきますので、また後ほどご質問等がございましたら、おっしゃっていただければご説明させていただきます。私の方からは以上でございます。続いて、辻井の方から消費生活相談についてご説明させていただきます。

○辻井課長代理 引き続き、辻井でございます。座らせていただきます。よろしくお願いたします。

資料続きということで説明させていただきます。

資料1の3ページでございます。「2. 消費生活相談について（平成23年度）」というところがございます。平成23年度、私ども消費者センターで受け付けた件数は22,889件ということでございまして、22年度と比較いたしますと約2,000件の増加、パーセンテージでいいますと約10%、1割の増加となっております。

増加要因いろいろ調査したんですけれども、主にという事で、先ほどの啓発のところにあるんですけれどもポスティングによる全戸ビラを配付をさしていただきまして、市民の方々に消費者センターの存在を知っていただくという事業をさしていただいたんですけれども、それによる効果もあったのかなということで、今まで泣き寝入りしていた方が改めてこちらの方に相談寄せられたということ、ひとつ要因として考えております。そういったことで増えたのかなと考えております。

相談の多い商品、役務別になるんですけれども、「放送・コンテンツ等」と括りにさせていただいてはいますけれども、多いのは出会い系サイトとかアダルト情報サイトにアクセスした後、不当な請求がきた、画面に張り付いて取れないというような相談がかなり多くございまして、これは年代問わず若い方からお年寄りの方まで相当数がございました。

あと、最近ですとスマートフォンが流行っております、携帯とスマートフォンの違いがやはり消費者の方々なかなか難しいということがありまして、使い勝手、契約の方法が複雑等々で相談が増えたということでございます

あとは、二次被害等々ということで、一度詐欺に遭った方が再度遭っててしまうということも多々あったということでございます。

続きまして、4ページに移らせていただきます。相談件数の多い項目という事で上位5つ、5位までですけれども、挙げさせていただいております。4ページから5ページにかけての説明をさせていただきます。

一番多かったのが、放送コンテンツということで触れさせていただきました「不当請求・架空請求」でございます。携帯、パソコン、スマートフォンもそうなんですけれども、契約をした覚えがないんだけど勝手に送られてくる。あるいはアクセスしただけで送られてくる。あるいは画面に張り付いて取れない。という形の相談が多くございまして、これが一番多かったというところがございます。

次に「賃貸アパート」でございます。4ページと6ページを行ったり来たりで申し訳ございませんけれども、6ページのところで説明をさせていただきます。賃貸アパートに関する相談でございますけれども、主に退去時でございます。退去する時に原状回復ということが出てくるんですけれども、原状回

復というところでの解釈の違いで、高額な補修、クリーニング等々を請求されるとか、契約書を見ても分かりにくいとか、入居時に説明がない費用の請求とかが退去時に求められる、そういったところでの相談が多数寄せられたということでございます。

続きまして3番目が「携帯電話」なんですけれども、先ほどもスマートフォンのことを申し上げましたけれども、スマートフォンの普及ということで、まずこれが携帯と同じということで消費者の方がお持ちになられて契約をされた。事業者の方も同じような説明というか、すべて説明するのも相当時間がかかるようございまして、そこを端折ったりということがないとは思いますが、そういうことで理解をしないまま契約をしてしまって、後でこんなはずではなかったという請求が来るとか、2年間の契約ですよ、途中で解約の場合はいくらいただきますよ、という説明がなかったということでの苦情等々がありました。あとは初期トラブルと言いますか、故障が多いということでの相談も挙げられたところでございます。これに関しましては、22年度23年度の比率で3割弱の増ということで、突出した増加となっております。

その次に「フリーローン・サラ金」に関する相談ということで、いわゆる債務者、多重債務、支払い困難者という方の相談でございますけれども、こちらの方は上位5位ということになっておるんですけども、若干減っております。貸金業法の改正からある程度年限が経ちまして、一定貸し過ぎというのは減ったのかなと。あと過払いによる返還請求も、ある程度ですけれども落ち着いてきた、ということによる減少かなと分析しているところでございます。ただ、全体の件数自体は相変わらず5番目ということで非常に多い案件ではございますけれども、昨年度の比率で言いますと、25%ほどの減という際立った減少となっております。

8ページでございます。今度は契約当事者、契約者の年代別で見た相談件数の数字でございます。匿名とか、年齢を聞けなかった事案もございまして、全件を出したということではございませんが、20代30代という区切りで数字を出させていただいております。

これを見ますと、前年度比増加率のところ、お分かりかと思いますが、いわゆる高齢者の方、ここでは70歳以上とさせていただいておりますけれども、いわゆる高齢者の方が際立って増加しているということで、最近テレビ等々でも出ております「買え買え詐欺」「劇場型詐欺」の被害者の方は大体この高齢者ということでございまして、増えているのかなというところでございます。

先ほどずっと高齢者の方と申し上げております。10ページのところに、いわゆる高齢者がよく被害に合うという「点検商法」とか、身分詐称の「かたり商法」の数字を出させていただいております。点

検商法といいますと、リフォーム等々で、あるいは浄水器とかで「ちょっと点検です」と、売るとかではなくて点検だけで訪問されまして、家の中に入ってしまうと、あれもこれも次々とお金を請求する、という形の商法でございます。

「SF商法」というのは、一か所に消費者の方を集めまして、サクラも中にはおるかと思えますけれども、雰囲気盛り上げて「買わなくちゃ」みたいな雰囲気を出して、その中で本当の被害者の方を被害に引きずり込むという商法でございます。

「かたり商法」といいますと、よくあるのが「水道局の者ですが」とか「消防関係の者です」ということで、消火器を売ったり浄水器を売ったりということの商法でございます。

最近でございますけれども、枠が真ん中にありますけれども「デリバティブ取引」などの金融商品に関する相談ということで、これがかなり増えておりますのでご紹介させていただきます。未公開、公社債ということでよくテレビでも出ていますけれども、公開する当てもない会社、あるいは会社そのものが架空ということで公開すると株価が上がるので買ってもらえませんかということで、あるいは社債につきましても同じなんですけれども、最近は特に、一人の人間が詐欺をもちかけても引っ掛からないということで、何人か2人3人寄ってたかっていろんな役割分担しまして、とりあえず郵送でパンフレットを送りつけて「パンフレット届いた方にだけ特典がありますよ」、「私の代わりにかけてください」という形でうまいこと被害者の方を乗せまして、お金を振り込ませてそのまま消えてしまう、という形の詐欺が増えてございまして、これも右端にありますけれども、60歳以上の方が8割等引っ掛かっているという言い方は語弊がありますけれども、被害が出ているということでございます。

下のところで、今度は逆に若年層の方、30歳ということで切らしていただいておりますけれども、若年者に多い商法ということで3つ程挙げさせていただきます。連鎖販売というのが正式な名前ですけれども「マルチ商法」、あと街角で声をかけて店に引きずり込んでという「キャッチセールス」、あとは電話での「アポイント」で勧誘しまして、消費者を店に呼び込むというものがございます。

最近ですけれども、アポイントメントセールスに該当するのかなとちょっと考えておるんですけれども、mixi（ミクシィ）でありますとかFacebook（フェイスブック）とかのソーシャルネットワークサービスという物ですけれども、あれを使いまして勧誘して、何回か会った時に「実は展示会しているんだ、見に来ないか」と誘って高額な宝石等々を買わせるというのも出てございまして、ちょっとその辺が最近の傾向かなと思っております。

11ページにございますけれども、こういう相談があった時には私ども、どういうふうに対処しているかということになるんですけれども、基本的には、まずはクーリング・オフの助言というのが1番に

ございますけれども、クーリング・オフに該当するかしらないかを判断させていただきまして、まずそれで対処させていただきます。クーリング・オフの書き方、申し込み方をご存知ない方もございますので、それを説明したうえで、助言した案件として810件です。

その次にということで、まずは消費者の方に自主交渉をお願いする。代表者宛てに文書を送って交渉してくださいという形で、まずはお願いします。それでだめと、全然いうこと聞いてくれない、あるいは最初からこの販売方法はさすがにちょっと法律的にどうかな、ということがありますと最初からということになるんですけれども、「あっせん」を実施させていただいて、間に入って解決を図るということでございます。23年度の件数ですけれども、「あっせん」に入った件数908件、その内88%で約800件ですけれども、「あっせん」解決をしたところでございます。今年度の案件はございませんけれども、「あっせん」解決が困難な案件がございました場合には、それぞれ消費者、事業者と話をして、こちらの苦情処理部会での「あっせん」解決を図るという形を取らせていただいております。

13ページ「商品テスト」でございます。大阪市と大阪府のセンターが隣同士になりまして便利になったということでございますけれども、例えばクリーニングで服が縮んでしまったということがございましたときに、このテスト室に依頼いたしまして、何が問題なのか、どこに問題があるのかクリーニング方法に問題があるのかというのをチェックする等々の検査をするというところが商品テスト室でございまして、案件、件数を表に載せさせていただいておりますけれども、これだけの案件がございました。

同じく13ページの4番でございます。「事業者指導」ということで、私ども相談案件としまして、事業者別でもチェックをしておりまして、あまりに悪質であるとか相談件数が非常に多いという事業者に対しまして、呼出し等々により指導させていただいております。

14ページ開いていただけますでしょうか。1番下のところでございますけれども、平成23年度指導ということで6件。勧告ということで指導に応じてもらえなかった、あるいは過去に指導しているけれどもまだ繰り返しておるという案件につきまして、事業者に対しまして勧告ということをしていただいておりますけれども、括弧書きの指導3件勧告2件というのは、平成19年度から大阪府さんと合同でこういう指導と勧告をさせていただいております。その結果ということで、この3件と2件につきまして大阪府さんと合同チームを組んでの行政指導ということをしていただいたということです。

15ページでございます。「各種基準調査」でございますけれども、職員がスーパーあるいは百貨店、ホームセンターなどに立入調査をさせていただきまして、価格の表示であるとか包装というところで違反がないかというところを確認させていただいているところでございます。表についてはご覧いただきたいと思っております。

17ページについては「家庭用品」。これも主にスーパーに立入調査させていただいているというところでございます。

ここの部分は端折らせていただいておりますけれども、19ページのところに法律の説明等をさせていただいておりますので、ご一読をお願いしたいと思っております。私の方からの説明は以上でございます。

○前田課長 それでは、引き続きまして「(3)本市を取り巻く消費者行政の状況」というところにつきまして、横になっているA4サイズの。国の各法の状況につきまして、前田の方から説明させていただきます。引き続きよろしくお願い申し上げます。

まず「消費者教育の推進に関する法律」ということで、24年8月に公布されまして12月から施行ということで、本当に簡単に1枚でご説明させていただきますと、まず『消費者市民社会』という単語が登場しております。定義の第2条でございますが、消費者として皆さん市民自身が自らの消費生活に関する行動が、どれだけ全体の将来にわたって社会経済情勢に及ぼす影響、あるいは地球環境にも影響を及ぼすということについて、自覚を持ってもらいたいという意味であります。公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画をしていってほしい。ということで、いわゆる節電のような感覚ですとか、地球環境に問題があるような商品ではない商品を選んでいってもらえるような人たちの社会というようなイメージ。あるいは先日のああいっただ震災後の買い占めですとか、価格の釣り上げですとか、今買う必要がなかった電池をほんの数本多く買い求めるだけで、市内に出回る電池が全てなくなってしまうというような状況が何か月か続いたというのは、関東圏だけではなくて私どもの関西圏の方も多くあった事実でございます。そういったあたりにつきましての基本的な消費者としての立場をどういったふうにとっていただくかといった自覚をお願いしていきたい、とった法律ではないかと思っております。

第3条にもありますように、まず体系的な推進ということで、幼児の時代から高齢者になるまでの各年齢に応じた段階の特性に応じた配慮で勉強をしていっていただき、知識を習得していただく。

そして効果的な推進といたしましては、それぞれの方々がおられる場所、学校とか地域、ご家庭や職場の中で特性に対応した勉強をしていただくと。こういった中で消費者市民社会が形成をされまして、多角的な情報がそこに提供されていくということで、災害の場合も合理的な行動を取っていただく。環境教育や食育、国際理解の教育とも繋がっていくような形になってまいります。こういったところで右の方に国と地方の責務というふうに書かれておりまして、地方公共団体におきまして、区域の中で社会的経済的状況に応じた施策を作っていくと、ここに消費生活センターも出てまいりまして、教育委員会と関係機関とが連携して教育をしていく場所に、私どもとしましては相談内容などを盛り込ましていただいて、被害に遭わないような消費者になっていただくような勉強の場というイメージを持っているわけでございます。消費者教育推進のための地域協議会等の設置等もございますけれども、このあたりの内容につきましては、先ほどからお話にありますように、より大きな大阪府という様な地方公共団体のステージもございますので、そちらと連携しながらどういった組織が一番機能するのかといった形につきまして進めてまいりたいというふうに、まだこれから検討の緒についてとところでございます。ただ、国・地方の義務付けの中の○が4つございますが、「地域における消費者教育の推進（第13条）」につきましては、先ほどの被害の実態そのままでございます、高齢者、障害者の方の支援のための研修、高齢者ご自身の勉強ではなくて高齢者の方を支援されるような輪を作っていただくヘルパーさん、ケアマネさん、保健師さん、民生委員さん、大阪市の場合は町会長さんですとかネットワークの方々だと思いますけれども、そういった方々に被害の実態を提供させていただいて、実践的な勉強を積んでいただければ、地域においてはこういった相談が減っていくのではないかと、すぐにでも着手していきたい内容ではないかというふうにセンターでは考えております。こういったところにつきまして、徐々にですけれども進めてまいり予定にしております。これが消費者教育推進法ということの概要でございます。

次に、いわゆる特定商取引に関する法律につきましても改正がございましたのでご覧いただきたいと思っております。こちらは2枚ございますけれども、概要という形でご覧いただきたいと存じます。

これが特にひとつの商法、営業について加えられたとご判断いただきたいのですが、今も「特定商取引法の一部を改正する法律」の括弧書きのとおりで「貴金属等の訪問購入に係るトラブルへの対応」ということを何回もお話に出ますように、訪問しての販売、通信販売あるいは電話勧誘をしてきての販売、マルチいわゆる連鎖販売、特定継続的役務提供業務、提供誘因販売取引の6つ以外に今回7番目の取引で追加をされたのが、「訪問購入」ということで、訪問されるという所までは訪問販売と似ていますが、訪問の後この下の「訪問購入トラブル主な事例」ということで書いてありますように、一人暮らしのお母さんのところに突然「不要な着物を買取りに行きましょう」と電話があったので、こちらから来訪

をOKしてしまうわけですね。「処分してもよかったかな」と。するとその日に来た人が着物を300円という事で「安いなあ」と思ったんだけど、家の中にいるので了解をしてしまうと。すると相手が身に着けていた指輪も外しにかかろうとするということで、突然のことで断りたいんだけどもなかなかうまくいかない、という中でいろいろなネックレス、指輪、ブレスレット等も持って行かれてしまうということで、すべてに対してたった1,700円ということで、実際は大変大きな金額の貴金属であったのに、ということなんですけれども、怖くて断れないとの事情があった。これにつきましては消費者の立場から一瞬ではございますけれども、売る方の立場になってしまうために、この相談に向けては特商法は使えないということでございまして、この相談件数も激増しておりましたので、私どものそういった相談内容を法律に盛り込むということで7番目の取引類型としまして、「訪問購入」が追加された次第でございます。

次の資料にも書かれていますけれども、詳細はすべてお話はできないんですが、とにかく消費者側、売った方についてもクーリング・オフが使えるようになるということでございます。もちろん今まで通りの8日間でございますが、この間こちらの相談に被害に合おうとされた方が、物品を手元に置くことができるという事は渡した物についてもクーリング・オフの期間に引き渡しも拒絶できるし、一旦引き渡してしまった物もさらに転売されたところから物品の所有をもう一度取り戻す事ができるといった法律になったわけでございまして、ほぼ訪問販売に準じたようなかたちでこういったさまざまな売主、消費者側の不利益を被らないような形に法律が使えるようになりました。こういったところで私どもの「この違反がなかったんですか」ということで相談がありました時に、事業者に対して確認を取ることができるようになりますので、大変こういったところの法執行につきましては充実強化されたのではないかとこのように考えております。

次の横紙でございますけれども「地方消費者行政活性化基金」が延長という事で上積みになりました。この1月に決定されたところでございます。24年の予算に追加されるような形で、先ほど堀田の方からご紹介させていただきました、24年度で終了予定の地方の消費者行政充実強化のための基金事業がさらにもう1年、この60億円ということで、全国でございましてけれども24年度補正で追加の基金が上積みをされましたので、またこれを活用して25年度に府からの分配を待ちまして、事業を継続させていただけるということで、私どもとしましては、これ以上国費の活用はできないと残念に思っておりますので、ありがたく使わせていただきまして、府の方に申請させていただくつもりでしております。これが大体新しい国の動きでございます。

引き続きまして、先ほどから申し上げておりますように、昨年3月から大阪府とともにATCの場所

で事業を開始しておりますので、国のP I O-N E Tデータベースを中心にいたしまして私どもが動いている様子を図示をさせていただきました。相談情報の流れでございますが、左側が大阪市の消費者センター、右側が大阪府の消費生活センターでございます。電話をしていただく市民、府民の方からの稲妻のような電話が入るわけでございますが、左の方も相談部門がございますので専門的な知識と豊富な経験で内容の聞き取りをさせていただきます、内容によっては事業者本当にそういったことがあったのかということで確認をさせていただいたり、内容に問題があるのならば、その被害に遭ったと思われる金額については、「あっせん」はいたしまして、なんとか取り戻しはできないかということをしていただく部門でございます。その日々の相談の中から注目するケースがありましたら、事業者としての営業の問題点につきまして、法執行部門の方から指導なりを行うということになっております。

大阪府の方も同様でございます、相談部門が委託をされていますので、そういったところの事業の報告を聞きまして、同じく大阪府の法執行部門が調整をいたしまして、私どもとともに悪質性のある事業者につきましては指導等、あるいは大阪府の場合は行政処分ができますので、営業停止処分なども執行していただくといった状況になります。

とにかくすべての情報が、本所は年間約2万件、府は年間約1万件、国のP I O-N E Tデータベースに蓄積をされてまいります。そこには府内の他の町村のセンターから約4万件がデータとして蓄積されまして、全国のセンターから年間約90万件が蓄積をされています。その中の情報の検索をしていただきまして、消費者庁は先ほどの特定商取引でございますとか、消費者教育の必要性等につきましても法整備がなされていくという事で、他にも経産省ですとか金融庁ですとか警察庁の方でもご覧になっていただく中で、先に言った詐欺的な商法も発見していただくといった状況でございます。私どもにも全国の警察からこの中をご覧になった内容につきまして、何々業者の何々相談についてもう少しデータが欲しいといった日々のそういった照会にも応じさせていただいております、その情報が警察の方に戻ること、何らかの摘発もそれぞれの地域で進んでいっているのかというふうに考えております。

こういったそれぞれが機能いたしますことで、ひとつのデータベースを中心に相談の集約をさせていただいているというのが現状でございますが、前はこの間に物理的に1時間程度の天満橋とA T Cの距離感がございましたけれども、今はドアを開けますとすぐに議論ができる状態でございますので、悪質業者の状況につきましては、すぐに意見交換をいたしまして、何らかの行動アクションを起こすことができる状況にあります事を図面でご説明させていただきました。

次に、数字を書かせていただいた資料がございます。これは「自治体の規模別」ということで政令指定都市であります4市、堺市は同じ大阪府内にありますので同時に挙げさせていただきました。あとは

大阪と同じように関東圏、中京圏の横浜市さんと名古屋市さんを例に挙げてみました。「ア」という括りで政令指定都市の自治体にある消費者センターの規模別の比較。「イ」という括りで東京都の特別区の比較。「ウ」ということで東大阪市、枚方市、吹田市さんの3市平均を取らせていただきました。東京都の方も特別区は沢山ありますけれども、それに合うような形で北区さん、杉並区さん、板橋区さんを取らせていただいて、平均をほぼ府と見合うような3区を取り上げさせていただきました。

それぞれの人口がありまして、次が大事でございますが、人口千人当たりどれくらい相談をされるかということで、それを大体揃えさせていただいたということでございますが、千人いらっしゃいましたら8件、同じ方が何件もというのもあるので、8件と申し上げますが、年間に8件はご相談をされるということになります。横浜市さんだけ6件ということで、推察いたしますに東京都の方に日中いらっしゃる方が横浜の方には多くございます。東京都さんは、都内に勤務あるいは学生の分も相談お引き受けなさいますので、日中の分でそちらでの相談をなさって数が少ないのかなというふうに考えております。

次は22年度の当初予算でございます。これは千円までの単位でございますので、本市の場合は1億9千万円ということになります。堺市さんは6,363万、横浜市さんは2億1,637万というふうになっております。東京都3区の平均が3,675万、大阪府3市の平均が2,871万ということでございます。

次が1週間で何日相談窓口を開けるかでございますが、政令指定都市、堺さんは別としまして月曜日から日曜日まで、祝日は開ける、開けないがございましてけれども、ほぼ1週間。クーリング・オフは土日祝日も関係ございませんので、8日間という日数に対応するために、毎日開けるということをしていただいております。東京都特別区さん、大阪府各市さんは大体月曜日から金曜日と。もっと町村の方へまいりまして件数が少ないところは、週1回週2回といった開所日のところもございます。

職員の数がそれにあわせてございまして、「プラス」で再任用の方ですとか嘱託の職員さんをお使いになっている都市、あるいは「0.5」ということで消費者行政以外の兼務している職員の数も表示をさせていただきました。

相談事業が委託か直営かというところと、相談員数の数でございます。大体週に4日程の勤務をいたしますので、7日間開所いたしますと、やはりちょっと多くの人数が必要となってくる、と言った状況でございます。特別区さんは6人以上、大阪府各市さんも6人程度ということでございます。

苦情処理件数が21年度で年間の件数でございます。

最後に手前みそでございますが、大阪市の相談員が年間に相談を受けます件数は、1人当たり1,253件ということで、実はこの中には入っておりませんが、同じように4ケタは福岡市さんだけという

ふうにお伺いしております。これは消費者庁の方が、地方の消費者行政なかなか充実強化が進まないということで分析をされました、平成22年の地方消費者行政の現況ということで23年1月に公表して調べた内容からピックアップをさせていただいたものです。以上でございます。

○下村会長 ご説明は以上ということですね。ありがとうございました。議題(2)と(3)を続けてご説明をいただいたところです。「消費者センターの事業等について」と「本市をとりまく消費者行政の状況について」を通じて大阪市の消費者行政をご理解いただけたのではないかと、思います。

ということで、質疑の時間もある程度確保できました。このあと、これまでのご説明に関しまして、皆様のご見聞も含めてご意見やご質問をしていただければと思います。こちらから、ご指名するというのも何ですので、できましたらご自分で挙手いただければと思いますが。

○田阪委員 何点か質問をさせていただきたいのですが、資料1の「消費者センターの事業等について」の中で6ページに「携帯電話に関する相談」の件数が有りますけれども、これの携帯電話とスマートフォンの内訳があれば教えてください。無ければ、その傾向でも結構です。それと同じ資料の11ページですが、「あっせんの実施」のところで、あっせんは908件実施して799件解決したとありますが、その差109件はどういった内容なのか、ということをお聞きしたい。そして3つ目が18ページですが、「家庭用品品質表示法等に基づく立入検査等について」の平成23年度検査結果で家庭用品品質表示法、消費生活用品安全法、電気用品安全法でそれぞれ1件ずつ違反が報告されていますが、違反内容の概略を教えてくださいませんか。

○辻井代理 1点目でございますが、携帯電話に関する相談件数の内訳ということですが、これはP I O-N E T (パイオネット) のシステム的な話になりますが、「携帯電話」というカテゴリーがございまして、その中に「スマートフォンを含む」と明記されてございます。相談員が電話相談を受けた時にスマートフォンに関する相談であっても、システムに入力する際に「携帯電話」に関する相談として登録しますし、P I O-N E T (パイオネット) 上に「スマートフォン」という項目がございませんので、ここの数字は携帯電話とスマートフォンを足した数字ということをご理解いただきたいと思います。

続いて2点目の908件あっせん、88パーセント解決として残りの12パーセントの内容でございますけれども、1件ずつ説明という訳ではなくて概ねですが、ひとつには事業者側がそもそも応じてくれない、会ってもくれないとか、電話しても担当者が出てくれないとか、電話が繋がらないといった

案件がございます。

ふたつ目には、電話はつながり、あっせんにも入り話もした、出頭にも応じて来た、ただ折り合いがつかない場合がございます。極端な例で言いますと、事業者側が一切折れない場合、また、事業者側は折れて来ているが消費者側が満足しないといった場合、あっせんの不調という判断をさせていただいているところです。こういったケースが残りの12パーセントの内容となります。

○堀田代理 18ページの家庭用品品質表示法、消費生活用品安全法、電気用品安全法の違反の内容ですが、消費生活用品安全法と電気用品安全法では、各法に定められた規定のマークがございますが、立入検査の際にそれらのマークが付けられていない商品が在った、というものでございます。家庭用品品質表示法の違反につきましては、私の記憶が間違っていなければ、原産国表示がなかった案件であったかと。今、手元に資料がございませんので、また確認してご報告させていただきます。

○下村会長 その他はいかがでしょうか。

○松本委員 今回の質問に関連するかもしれませんが、先ほどの説明でも携帯電話やスマートフォンの大幅な普及による様々な案件がすごく多くなっているということですが、説明の中で年代別相談件数の表がありましたね、具体的には9ページになりますか。どの年代も「放送・コンテンツ等」の事案が突出というか、全世代1位になっています。ちょっと気になったのが、この年代別というのはあくまで「契約当事者」と書いてあります。最近では、学生はもちろんですが、中学生であったり、高校生であったり、いわゆる未成年の子供たちがスマートフォンや携帯電話を所持することが当たり前になっている時に、その場合は親御さんが契約して料金を払っていると。そういった場合には、この表で年代別といいながら、契約している親の年代でカウントされてこの表に表示されている可能性が高いのかなど。子供たちの問題がこれではなかなか見えてこないというのが率直な感想です。興味がすごく多感な未成年の子供たちがどのような状況なのかという実情を教えてくださいたく思いましたので、質問させてもらいました。

○辻井代理 先ず、件数の中身ということになるのですけれども、例えば、不当要求等も子供宛てに来る場合がございます。基本的には電話相談で受けて、子供の携帯電話でどうこう、子供のゲーム端末でどうのこうの、というような案件につきましては、子供さんの年齢をお伺いしますので、データとして

は20歳未満、未成年のところに挙げさせていただいています。

次に子供世代の被害状況ということになりますが、今後、消費者教育とかの話になろうかと思いますが、そういった会合にも私どもも行っておりまして、出席もさせていただいておりますけれども、メーカーの方も気にしているところでして、最近ではゲームの「コンプガチャ」ですか、それ自体を止めようとしているとか、未成年に対する請求には上限を設けるとか、いろいろ対策を取っているところもございまして。また電気通信事業法というのがございまして、そちらの方からもメーカーに指導をしていると聞いております。その辺りと連携をとりまして、子供被害等を無くしていくという方向で引き続き動いてまいりますので、ご了解いただきたいと思います。

○松本委員 今の説明でいきますと、子供の案件であれば「20歳未満」というカテゴリーに含まれると。そうすると逆に、8ページの表で相談件数がかなり小さい数字で出ているというのが実態と本当に沿っているのか、実態としてはもっと有るはずなのに出てきていない、というような可能性もあると感覚的に感じましたけれども。

○前田課長 委員のおっしゃる通りだと思います。こちらにある被害というのは、「70歳以上」も「20歳未満」もそれ以外の真ん中の世代が自分たちの子供等のことで心配して掛けて来ている。「70歳以上」の場合も母が大変だということで掛けて来られている。真ん中の世代の方が私どもの相談相手です。被害に遭われた当事者がこの年代別にでてきていますので、そういった人が発見しない限り、小さいお子様の方も高齢者の方も、ご自身で掛けて来られるというのは非常に稀な状況でございまして。特にお子様の場合は、親といいますか、どなたか成人のご親族の方が発見する以外は、掛けてくることは全く無いと言っていいかと思います。高齢者の方がわずかに支援者のケアマネさんとかが発見していただく場合がある、というのが最近増えてきたケースでございまして。

○下村会長 この「契約当事者」というのは、紛争主体という意味ですね。契約の法的な意味の当事者ではなくて、紛争主体になったのは何歳か、という主旨ですね。実質的には未成年、あるいは高齢者の紛争でありながら、契約当事者は成年であると。その紛争をどう顕在化させていくのか、といっても解決策を見出しにくい問題であるというのが深刻であろうかと思っておりますので、何とか知恵を絞っていただけたらと思います。私も親として子供の携帯の契約当事者でありますので、多分、大きな請求が来た時に、何百万という高額でなければ「契約したのは親でしょ」と言われたらあきらめる親もかなりいらっしゃる

るのではないかと思いますし、その辺り宣伝啓発活動の中で、こういうことが有ったら言ってください、ということを経験されるのも一つの手段ではないのかなと思いますが前田さん、その辺りいかがでしょうか。

○前田課長 そういったところを先ほど出ました、家にポスティングさせていただいた冊子に、その話を書かせていただいて、あきらめずにとりあえず一度聞いてみてください、ということをお願いしております。特に子供さんも今の話では深刻でありますけれども、ほとんど一回手痛い目に遭って二度と手を出さないことにはなりますが、高齢者は何千万円という金額で、しかも繰り返し被害に遭うという傾向もございますので、どうしても私どもの啓発はそちらに力をいれさせていただいているというのが事実なんですけれども、子供さんの見えない中でご自身の消費生活をしっかり考えていただけないというところにつきましては、これから消費者教育推進法を進めていく中で社会の中の教育という形で取り組んでいきたいと強く思っている次第でございます。

○下村会長 ありがとうございます。ぜひ、よろしくお願いします。

ほかに、いろいろおっしゃりたいことが、おありだと思いますが。

○今井委員 消費者センターの事業等について質問ですが、15ページの店舗調査の結果ですが、この「単位価格表示」という項目で、「完全表示」と「表示なし」というのは判るのですが、「一部表示」とあるのは、どういう表示でしょうか。

○堀田代理 先ず、「単位価格表示」というのが、基本的にはグラム単位とかミリリットル単位で表示することが決まっておりますが、条例に規定しているとおりに記載されているか、全く記載されていないか、というのが「完全表示」と「表示なし」です。一部記載が足りないというのが「一部表示」とさせていただいております。ただ、具体的な例というのを持ってきておりませんので、また皆様に補足説明をさせていただきたいと思います。

○下村会長 言わば、不完全表示ということですね。また、追ってご説明いただければと思います。

○樋口委員 すみません、3点ほどお聞きしたいのですけれども。

先ず、1点目は「消費者教育の推進に関する法律」についてご説明いただいたのですが、これは、これから実施さ

れる内容だと思いますけれども、先ほど消費者センターとか、その消費者相談部門と教育委員会が連携して進めていきたいとおっしゃっていました。そのご説明は概要みたいな内容だったのですが、具体的に、何か消費者センターと教育委員会又は、市の学校とかと実施する方法を既に考えられているのでしょうか。

2点目は、「消費生活相談に関する自治体規模別の比較」の資料についてご説明いただいたんですが、この中で大阪市が突出して相談員数あたりの相談件数が多いですね。私も相談員ですので、相談員の待遇や相談員はきちっとフォローされているのでしょうか。驚異的な件数ですし、ちょっと相談員の方がご苦労なさっているという話も聞かなくもないので、この辺についてのフォローはどうされているのか。

3点目は、「消費者情報の流れ」という資料について、P I O-NET（パイオネット）のデータベースを大阪市と大阪府の図式で見せていただいたんですが、今、大阪市と大阪府が隣り合ったところに居らっしゃるということで、ひどい事業者に対して指導をなさっているということですが、この連携はどうされているのでしょうか。大阪府が事業者指導をする場合と、大阪府が踏み込んだ行政者指導をする、悪質な場合は迅速な行政執行が必要だと思うのですが、先ほどの財産系の甚大な事件や被害、そういうものに対する連携というものがあれば教えていただきたいと思います。

○前田課長 正直申しあげまして、教育の現場と私ども消費者センターとの即時の連携というのは、まだ視野には入っておりません。消費者庁からも公布の段階は全くでございますし、12月の施行以降に文科省の方へ依頼されて、文科省から各都道府県の教育の現場の方にこういった依頼が行く、というような順番の流れの中では、先ず都道府県の方が条例を改正するなどして動くというようなことを大阪府からも聞いております。私どもはやはり、こういった啓発面は広域的な分野で取り上げていただくのを良しとする状況でございますので、そのようなところを踏まえまして、二重にならないような形で、大阪市は決められたところの形に応じて協力させていただきべきなのかな、と思っている次第でございます。どちらかと言うと、私どもの相談の状況を使っていただきたいというのが一番でございますので、大阪府さまでは、やはりセンターの無いところの相談を担うということで、身近に被害を把握できない、データの中での文章でしか判らないという部分がありまして、今、何が起きているのか、被害の状況というところを私どもの内容で掴んでいただきたい、その為にそばに来ていただいたと思っておりますので、その辺りの活用についてご一緒させていただきたいな、というふうに思っております。

先ほど、言っていましたように、数字の比較では大変多いということをおっしゃっていただきましたが、名古屋さまも横浜市さまも同じように20名を超える人数を擁しておられまして、相談件数がなかなか減っては行きませんので、毎日対応するなかでは、どうしても一定の人数を人材として確保してくれないというのが実情でございます。特に、祝日、日曜日に平日と同じように出勤するなどして、あまり連休など取っていただけない点は相談

員さんに申し訳ないなど。ゴールデンウィークでもお盆でも関係なしに出て来ていただいておりますので、しかも、その日に限って非常に多いというわけではなく、やはり平日に比べて何分の1かの相談件数でございますが、それでもやはり開けざるを得ないという状況ですので、そういった中で先ほどの基金により相談員の16名から18名への増員を100パーセント国費で賄うことができましたし、全体の月額報酬のベースアップにつきましても、その基金を活用いたしまして少し上げさせていただいておりますので、そういった地方消費者行政の充実強化の基金が来年度も使えるということで、大変ありがたく思っている次第でございます。回線をきっちり確保して電話を取らせていただく中で新しい被害を次々と見つけていくと、というのが重要な課題であると思っておりますので、そのためには、一番大切な第一線の相談員さんの待遇から、というのはおっしゃったとおりでございますので、これからもそういったものを活用させていただきたいと考えています。相談の数が多いのでかえって同じような被害事案については、一緒に相談員同士がコミュニケーションを取りながら、毎日7人程度が出勤していますので、その中で議論をしながら同じ業者とあっせんを進めていくということは、やはり大きなセンターならではの、と私どもも、見ておりまして、大変ありがたく思っている次第でございます。

それと府市の連携ですが、データベースにつきましては、その中で検索をいくらでも掛けていただけますので、同じ業者の重なってくるような相手先については、大阪市でどのような状況なのかをデータベースに書けない部分については、それこそ数メートルの距離にありますので、こちらからもこのケースは困っていると申しあげますし、あちらもどんな状況かということで、特に大阪市の相談者の所に事情聴取に行くという時に私どもがご協力させていただくと。私どもに数件相談が有りますと、その事情聴取に向かわれることで特商法の適用ができると。大変きっちりと細かく被害の内容を調べないと特商法の処分につながりませんので、これについてもご協力させていただいています。そこまで調べることができないような漠然とした営業内容については、私どもの方が確認を取ると言うことで市条例を使って少し業者に厳しく当たるというように、住み分けと言いますか使い分けをさせていただいている状況でございます。

○樋口委員 そうすると、隣り合わせになった事で良くなったということでしょうか。

○前田課長 昔は2か月に1回くらい定例で会議をしまして、双方相手方のセンターまで出向いて「最近どうですか」みたいな話をしましても、内容についても既に時間を経過したものとなりますし、書類に仕立てて話をするということで、現在の連携とはちょっと違った状況でした。

○小川委員 すみません、資料1の11ページ、「消費生活相談におけるトラブルの解決と被害の救済」のところで

すが、23年度の相談件数が23,000件ありますが、「クーリング・オフの助言」と「あっせん」を合わせても2,000件行っていません。それ以外の件数については、どんな状況だったのでしょうか。

○辻井代理 ご説明させていただきますと、まず「不当請求・架空請求」の問合せが多くを占めています。「架空請求」については、もう無視してください、というアドバイスをするだけです。こういったものが先ほどの数字から省かれるものとなります。あと、問合せですが、例えば、お答えはできませんが、事業者の評判とかの問合せ等もこの中に入ってきません。私どもが間に入って行かなければならない案件の「あっせん」や、ハガキの書き方等をお教えするという「クーリング・オフの助言」を除くと、多くは問い合わせに対する答えですとか、簡単なアドバイスのものとなっております。

○下村会長 いかがですか。それでよろしいでしょうか。

○小川委員 私が実際に啓発活動をしていたときに、あまりに契約ということを理解していらない方を多く見受けました。私が経験したのは、障害者の方が街でキャッチセールスに遭って30万円の品物を買わされた。でも、それに対して警察も消費者センターも誰も助けてくれなかった。結局おまえらは何もしてくれないやないか、と直接言われました。また、カメラを購入し故障したような場合、通常でしたら修理に出すということになりますが、新しいものと交換するのが当たり前だろ、というような突っ込み方をされるかたもいらっしゃいます。そういうことと関連があると思います。

○下村会長 斎藤さんはいかがですか。

○斎藤委員 3点質問が有るのですが、相談件数の中でメール相談の割合がどれくらいなのか、また、そのメール相談に対する回答者というのは、誰がしているのか、そして、「くらしすと」とか市が作っている情報誌以外にも消費者センターに冊子があると思いますが、それが具体的に何処に配布されているのか、ということをお聞きしたいのですが。

○辻井代理 メール相談でございますが、申し訳ございませんが件数をデータ化しておりません。しかし、大体1日2件ないし3件、これは消費者センターが開いている360日にほぼ毎日来ておりますので、平均すると1日約2件程度となります。メール相談の回答者でございますけれども、相談員で当番制をひいておりまして、その都度に当番

の相談員が回答を作成し、職員がチェックしたうえで返信するという体制をとっています。

○堀田代理 冊子の配布場所でございますけれども、「くらしすと」は府市で作成しておりますので、大阪市で言いますと、この大阪市役所1階の市民情報コーナーですとか、地下鉄駅のラックコーナーですとか、あるいは区役所等にも配布させていただいております。消費者センターの方には市が作った冊子、パンフレット以外にも国の省庁ですとか、あるいは民間の事業者団体から啓発等のチラシをいただくこともございます。それらについては主に消費者センターに配架しております。また特にご要望がありましたら区役所へ持参等もしております。あと元々の「あなたをねらう悪質商法」というパンフレットにつきましては、主に地域講座の参加者の方に配布させていただく等に活用させていただいているところです。

○斎藤委員 ありがとうございます。あの、市民の一人として提案なんですが、メール相談について、あまり活用されていないのであれば、国民生活センターの「消費者トラブルメール箱」のように、相手にひとつひとつ直接回答はしない、まあ場合によっては回答することもあるけれども、基本的にはメールで寄せられたトラブルと解決方法をホームページで情報提供する形にすれば、消費者センターの相談員さんの負担も減りますし、市民としては、わざわざ電話して相談する程ではないのだけれども、ちょっと言っておきたい、というようなケースが私にも今まで何度もありまして、消費者の不満を除くためには、そういった「消費者トラブルメール箱」のような情報提供の場を作るのも有りだと思います。それと情報誌の配布場所ですが、市の施設とか地下鉄駅でというのは判りますが、私は小さい子供が居るので行動範囲は限られていますが、私が動く範囲で消費者に関するパンフレットというのは見たことがありません。ですので、もっとたくさんの場所に配布できないのかな、と思っています。これは教育推進法にもつながると思いますが、消費者の被害というのは悪質商法に限らないと思うんです。製品の事故についても、子供の事故についても消費者被害に当たるとしますので、そういったパンフレットをもっと学校の現場とかに配架してもらえたら。先ほど話が出ていましたが、教育委員会と連携して何かするというのは、なかなか大変だとは思いますが、パンフレットを置いておくとかポスターを掲示する程度ならば、学校側も市側も負担にならないので、そういったことをたくさんしていただくとか、高齢者の方を対象に高齢施設にパンフレットを置いて、そもそも高齢施設に行くことのできる方は元気な方なので、民間でも病院とかは待ち時間も長いし、ちょっとパンフレットでも見ようと手に取る方も多いと思うんですね。また新聞もとらない方もいるので、そういった方はリコール情報も知らないと思います。ですからリコール情報も、もっともっと掲示してもらってもいいんじゃないかと思うんです。そういったことが消費者教育にもつながるんだと思っています。すみません、長くなってしまいました。

○下村会長 とても建設的な意見をいただいたと思いますので、しかるべきご検討をいただきたいと思います。では、他に何かおありでしたら。では、どうぞ。

○斜森委員 ちょっと事業者の立場としてよろしいですか。大阪のいくつかの百貨店で情報交換している中で、この消費者保護というのは最も大事な観点なんですけれども、いろいろな情報を提供していただいて消費者の方も様々な法律的な知識とか、入れ知恵みたいなものも入ってくるとかがあって、それが中途半端になってですね、我々の所に来るお客さんの中には、いわゆる過剰要求とか金品要求、こういった形を出してくるケースがあって、中には消費者センターに相談されているケースも有るかとは思いますが。先日あったのが、かばんを購入されたので自宅へ送ったケースなんです、パッキン詰めして中に発砲スチロールを入れていたのですが、お客さんが開ける時にカッターナイフを使ったところ、かばんに傷がついてしまったということで、これを返金しろと言ってこられました。これは大阪市ではないけれど、消費者センターと相談していたらいいですが、これなんかは完全に過剰要求かなと思います。それと他の百貨店さんでも、百貨店の前をネズミが走って足に当たったということで精神的な苦痛を受けた、慰謝料を出せというようなケースがありました。これも消費者相談の窓口に行ったということなんです、先ほどのかばんのケースは消費者センターの方が当社に連絡してきて、何とか落とし所は無いですか、と言ってこられたんですが、こちらとしては、それはないでしょう、というのが正直なところでした。そういった形で消費者センターの相談員の方が基本的スタンスとしてこのような過剰要求に対してどうしているのか、というのを伺いたいのと、そういうことに対してどうしていくのか、という方向性についてお聞かせいただきたいと思っています。

○前田課長 今おっしゃっていただいたような事例が多分、「クーリング・オフ」でもなく「あっせん」でもなく、私どもの方でも消費者側にいろいろ問題があって、お話を聞くだけで終わってしまう事例のいくつかのかな、と思って聞いておりました。慣れた相談員が言うには、いろいろ苦情をおっしゃる中で、ご本人さん側の契約者としての責任として、足りなかった面と言うか、軽はずみな点も押さえながら状況をお聞きしていき、最終的に「あっせん」が必要なかどうかという話に結び付けていきますと、比較のご本人さん自身が、自分の契約上の責任についても少しお分かりになりながらご相談をしていただけるようになる、と申しております、店舗の販売ですとかでも気軽に「クーリング・オフ」ができるような幻想をお持ちの方がたくさんおられますので、まずは次回からそういった相談をいただかないように、という啓発も含めて、私どもが説得させていただくような状況も最近増えてまいったかな、という気もいたしますし、無理やりな「あっせん」に入りましても金額が折り合わないという、消費者側が余りにも始めから全額自分のところに全てが返ってくる、というご要望で長らく頑張るといこともございまして、もつれるケースが増えて来ているのも事実でございます。以上でございます。

○下村会長 これはモンスター消費者ですよね。事業者の方にはお悩みのところかと思えますけど、まあしかるべく対処いただいたら結構ではないでしょうか。こういった消費者が現れるのも社会の閉そく状況の表れなのかな、という気もいたします。ようやく政権を奪還した今日でございます。なんとか景気を回復して皆が上を向いて歩けるような世の中になってほしいと思っております。平井さん、いかがでしょうか。

○平井委員 先ほど樋口委員がご発言された時に、事務局の方から、大阪府と大阪市のセンターが隣り合わせになって非常に情報交換が円滑になり業務面でもプラスが多いという話がありましたが、それで、大阪府と大阪市だけではなくて、近隣の都市、例えば京都市とか神戸市との情報交換と言うのは、どのように行なわれているのでしょうか。と言いますのは、私、日々いろいろな新聞を見ているのですが、例えば下宿暮らしをしている大学生というのは、関西では京都市が一番多いと思うんですね。京都市とか他にも割と地域が偏って学生さんが居らっしゃいます。しかも、大学生とは言えまだまだ頼りなくて巷の悪質商法に引っかかることも多い、といったニュースも有りますので、大阪も多くの人口を抱え、いろいろな人も居るのですが、地域によって特色のある相談というのも有ると思っております。近隣との自治体とのセンター同士の情報交換というのを緊密にしていれば、と思っております。

○前田課長 年に3、4回は、政令指定都市と都道府県なりで、近畿でも集まりますし、全国でも集まるような場面もございますので、そういったところでの情報交換は、京都市、神戸市、また堺市も含めまして、よくさせていただいていますし、四都市とその都道府県とも揃いまして、相談するようなシーンもよくございます。でも、まだまだできていない所もございますので、今後も情報交換を続けていく所存でございます。

○下村会長 ぼちぼち時間も押してまいりましたので、申し訳ありませんが会長職権で私の方から質問させていただきたいと思えます。資料の最後に付いています、政令市、特別区等の「消費生活相談に関する自治体規模別の比較」ですけれども、これは市当局の方にお伺いするのは酷かと思えますので、むしろ、幸いにも、大阪維新の会の木下先生がご臨席でいらっしゃいますので、木下先生の方からご高見を承りたいという主旨で、私から発言させていただきます。大阪市は二百数十万人の人口ですね。既に報道されているところによりますと、いわゆる都構想の下で、5区ないし7区に再編する、明日の本会議で法定協の話が通る、といった場面でしょうか。そういうところまで話が進んでいて、まあ最終的には住民投票まで行くんだそうですけれども、そうすると、5区で単純に割ると50万人区ということになって、おおよそ東京都特別区に匹敵する規模になってきます。そうしたところが、先ほどから話が出て来ているところですが、消費生活相談員の数が現在16名、これを同じく5区で割るとほぼ3名になってしまうんです

ね。その表の一番右端の数字も同じことを表していますが、これではあきらかに足りない、という数字が出てまいります。それで、こういうことになるにつけて思いますのは、仮に都構想が進んで市の再編ということになった時に、大阪市という行政単位が姿を消すことになる訳です。そうしますと、区と区の間、あるいは区と大阪府内の他市との間の相談業務の連携とか、調整とか、統合とか、いうものは、大阪市という単位が取り払われた下でどのようにして可能になってくるのか。その際における相談員の配置とか、身分とかいうもの、つまり、現在大阪府の体制は、単年度予算での民間委託と伺っていますが、大大阪(だいおおさか)の下での消費生活相談員の身分は区と他で違うのか、とかですね、そういったところが果たしてどうなるんだろうか、したがって相談員数がそもそも足りないということについて、どういう手当をお考えいただけるものだろうか、といったことに疑問を持っておりますが、お分りの範囲でお伺い出来ればと思います。

○木下委員 まさしくおっしゃったようにですね、市が無くなって市内を5区ないし7区ということで、明日、法定協の土俵を開くのですが、今、おっしゃっていた中身についても、まだまだこれからのことになります。法定協の中身もそうですが、区割りもしっかり決まっていないという中で具体的な話をしていく場でありまして、今の時点では何も決まっていないのが現状であります。相談員の配置であったり身分というのもですね、今度特別区にした場合に中核市なみの権限を備えるような形で東京23区の長所短所を踏まえて、よりいっそう良い形のものを進めていきたいと考えていますので、具体的話というのは決まっていないのが現状です。

○下村会長 つまり、基本的には二重行政の無駄を省く、という旗印を掲げて構想を進めていただくといのは大変結構なことだと個人的にも思う訳ですけども、その結果、市という行政単位が取り払われることで、区というものの独立性が高まる訳ですよ。そうすると、せつかくの構想目的とは逆のベクトルで全体を眺めた調整統合というものが、ちょっと欠けたことに成りはしないか、つまり、どこかで大大阪(だいおおさか)の範囲で消費者行政の統括室、区に対するものも含めた統括室的な部局というのが在って、初めて、この構想の目的がこの場面で生かされてくるんじゃないのかな、と思ったりするんですが。

○木下委員 我々も広域と基礎行政の役割をしっかりと区別をするということを言っています。統括する、とおっしゃいましたけれども、名称は別にして、大阪都になるのか違う形になるのか分からないですけども、どこが統括するのか、というのは、まさしくこれから議論してですね、それは広域にするものなのか、基礎自治体として、5つまたは7つの各区においてやっていくのか、それを統括できるのか、できないのかというのをこれから議論しなければならぬ話ですが、統括しないというふうになるのであれば、それは大阪都がしっかりと各区を統括するように、と

いう形にもって行っていけばいいんじゃないのかな、と思いますけれども。

○下村会長 問題意識は共通してあると思いますので、ぜひその点、ご配慮いただきまして、良い落とし所を見つけていただきますように、お願いしたいと思います。とりわけ、個々の相談員の方としては、ある程度の身分の安定というものは、これはモチベーションを高める意味でも必須の要素だと思うんですね。それで私、たまたま大阪府の業務委託の際に少し関わらせていただいたのですが、これ単年度予算で委託する、そうすると来年もわからないという中で相談員が育ってこない、という障害も有るやに聞いております。なので、そういう側面も含めて、結論的には私が口を出すことではありませんけれども、直営方式が持っている身分安定のメリットというものをまさに先生がたにおいて、よくよくご考慮いただけたら、と思っております。

○木下委員 わかりました。

○下村会長 勝手に話を進めさせていただきました。その他、特に何かございましたら。大谷委員、いかがですか。

○大谷委員 何かすごく大きな話が出たあとで、些細な質問をするのもあれなんですけど、ATCに移転して行政サイドの連携は良くなったと思うんですが、そこを利用する市民、区民の立場から見るときに、例えば相談件数は増えているのですが、実際にそちらに足を運んで相談する方の数と、電話で相談されている数とを見たときに、そちらへ行って相談された件数というのは増えたんでしょうか、減ったんでしょうか、その辺をお聞かせいただけますでしょうか。

○前田課長 今年、24年度の総数まではまだ分析できていないので、申しあげにくいのですが、大阪市の場合はこの淀屋橋の市役所と天王寺の地下街に、予約制ではございますが相談窓口を置いておりますので、市民の方へのサービスとしては特に低下したというか、お越しになり難いという印象はございません。ただ府民方が、府センターがO MMビルでなくなったのでどうか、というのは大阪府の方の分析を待たなければなりません。ただ、府の方は電話番号も全部変えざるを得なかったんで、府のセンター全体のご利用は相当減っているのではないかと、というのは認識しております。

○島谷委員 あとひとつ、よろしいでしょうか。

○下村会長 では、どうぞ。

○島谷委員 今のご質問とかぶってくるのですけれども、まさに府センターが場所を変わられましたので、まあ弊社も南港にありましたのでよく分るのですが、おそらくかなり減っているんじゃないかと思うんですが、これ、どちらかという府さんに聞くべきことかもわかりませんが、府市が一緒になったメリットというのは先ほどありましたけれど、逆に課題というか今後の抱負という所で、一緒になってまだそれほど経っていませんが、その辺りお聞かせ願えればと思います。

○前田課長 大阪府とともに、多分デメリットをきちんと分析しなければいけないと思いますが、当方としては府がいらっしまったので、かえって事業者に対する私どもの指導というか助言もし易くなりましたし、消費者庁長官のご訪問なども頻繁にあったりですとか、普通は都道府県の所に来られてお帰りになられる方が、大阪市のセンターの意見も聴取して帰っていただく、みたいに視察のようなことではメリットの方が多かった、というのは実績としてございます。府民全体の相談の場面が、府センターではなくて、それぞれの市の窓口の方にどう移行したのか、ということを含めまして、府の方はセンター・オブ・センターズを標榜されていますので、そういったことはデメリットではないという結論になる可能性も十分考えられると思っております。

○下村会長 まだご発言いただけていない委員の方もおられますが、申し訳ありませんが、時間となってまいりましたので、ご容赦いただきたいと思います。それで、お手元に質問意見票というのが有ると思いますが、この短い時間では質問も意見も尽くせない、ということもあろうかと思っておりますので、後日でも結構ですので、これをご利用いただいて何かありましたら事務局までお寄せください。事務局からこの件について、簡単な主旨説明がありますか。

○前田課長 それにつきましては、前回の審議会を除いて、前々回以前の第45回～47回の際に、ただ今のように委員からのご助言というか、ご発言をいただいたことに対して、その時にはきちんとした動きがとれなかったところが、現在の第49回の段階では、この程度まで結果と言いますか、おっしゃっていただいたことに対して、動きましたということの簡単なご説明でございまして、逐一は申し上げませんが、今回いただきました様々なご意見につきましても、すぐに何ヶ月後ということはお約束できませんが、私どもの事業の中で少しずつ進めて良いものに改善していきたいと思っておりますので、どうぞよろしくお願ひ申し上げます。

○下村会長 今、ご説明いただいた「審議会委員のご意見と結果等」という資料は、言いつ放し、聞きっぱなしでは

いけませんよ、という話を事前にさせていただいた結果として、まとめていただいたものでありまして、言ったことにそれなりの対応をしていただいている、ということをごできるだけ具体的に示させていただいたものでありますので、委員の皆様におかれましても、今後とも積極的なご発言、ご提言をお願いしたい、というふうに思います。

それでは、本日の議題についてはこれで終了としたいと存じます。本日いただきましたご質問、ご意見等をいちいち繰り返すことは、いたしませんけれども、たいへんありがとうございました。では、これを持ちまして、第49回大阪市消費者保護審議会の審議を終了させていただきます。どうも、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。以上で本日の審議会としての審議はすべて終えていただいた訳でございますが、最後に西山消費者センター所長より一言ごあいさつ申し上げます。

○西山所長 消費者センター所長の西山でございます。本日は活発なご意見、ご審議をいただきまして、本当にありがとうございました。また、長時間に渡りまして本当にご苦労さまでした。本日委員の皆様から幅広くいただきました建設的なご要望、ご意見、あるいは、先ほど公募委員の方からもいただきましたが、消費者に関するパンフレット、こういったものも、ちゃんとわかる所に置いておいて欲しい、また、他局と連携してきちんとしていただきたい、というようなご意見ございました。私ども、そういったご意見、ご要望を今後も施策の進め方について、関係局等々連携をお願いしながら、消費者行政の取組の推進のために活かしてまいりたいと考えております。また、昨年の3月に大阪府消費生活センターがATCの方に参った訳でございますけれども、今後も新たな府と市の連携、あるいは、「都」ということになるのかもしれませんが、その中において、私どもと一緒にやっていける事、そういったものを模索しながら新たな行政に向かって進めてまいりたいと考えておりますので、どうぞよろしくお願ひいたしたいと思ひます。最後に、今後とも消費者行政の実施におきまして、より一層消費生活の安定と充実を図るために進めていくことを考えてまいりたいと思ひますので、委員の皆様のお力添えを一層賜りますようお願い申しあげて、ごあいさつとさせていただきます。本日はどうもありがとうございました。

○司会 それでは、これを持ちまして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。