

第 5 0 回

大阪市消費者保護審議会

議 事 録

平成 2 6 年 1 月 3 0 日

大 阪 市 市 民 局

第50回大阪市消費者保護審議会 議事録

日 時 平成26年1月30日(木)
午後2時30分～午後5時5分

場 所 アジア太平洋トレードセンターITM棟 4階会議室

次 第

1 開 会

2 市民局長あいさつ

3 議 題

(1) 大阪市消費者行政について

(2) 苦情処理部会から報告について

4 閉 会

出席者

(1) 委員 (14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
小川裕子	公募委員
奥野弘幸	弁護士
角谷庄一	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
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教授
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編集委員
堀山良平	近畿百貨店協会(株)高島屋総務部お客様相談室長
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 (7名)

(幹事)

市民局長	村上栄一
市民局市民部長	林浩一
危機管理監	東新作
	(代理出席：木村危機管理課担当係長)
経済戦略局長	井上雅之
	(代理出席：大東総務課長代理)
健康局長	上平康晴
	(代理出席：吉田総務課担当係長)
都市整備局長	松山繁樹
	(代理出席：樋口総務課担当係長)
消防局長	千福好伸
	(代理出席：永峰総務課長)

(3) 事務局（大阪市消費者センター）

所 長 前 田 三 樹 子

副 所 長 新 井 智 恵

” 辻 井 善 寛

(4) 傍聴者 0名

○司会 それでは、お待たせいたしました。ただ今から第50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篠田でございます。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。

開会にあたりまして、市民局を代表して村上市民局長からごあいさつ申し上げます。

○村上市民局長 大阪市民局長の村上でございます。第50回大阪市消費者保護審議会の開催にあたりまして一言ごあいさつ申し上げます。委員の皆様には消費者行政を始めといたしまして、平素から大阪市政の各般にわたりましてご支援ご協力を賜っておりますことを、まずこの場をお借りいたしまして、厚く御礼申し上げます。失礼して、着席でごあいさつさせていただきたいと存じます。

近年の消費者を取り巻く状況につきましては、既に委員の皆様方ご承知のとおりでございますけれども、例えばスマートフォンの台頭などに象徴されます、通信サービスにおける技術の進展のスピードの速さ、あるいはこれに伴うサービスの多様化あるいは複雑化、一方では消費者がなかなか追いついていけないということに伴う契約トラブルがございますし、また、高齢者を標的とした健康食品の送りつけなどの悪質商法、こういった事に関する相談が急増している状況でございます。その一方で、昨年の秋から食品等の不適切な表示に関する苦情、あるいは年末の冷凍食品への農薬混入に関する相談等がございます。また、これらが社会の大きな問題となりまして消費者の皆さんの関心、あるいは不安が高まってくるということと同時に、全国の消費生活相談に多数の苦情あるいはお問い合わせをいただい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、食品表示を一元化するための「食品表示法」あるいは「消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続きの特例に関する法律」これが成立いたしまして、平成24年に発足いたしました、消費者安全調査委員会も本格的に稼働しているというところでございます。とりわけ表示に関しましては、事業者のコンプライアンスの確立あるいは景品表示法の周知及び遵守の徹底、国・地方公共団体における行政の監視指導体制の強化に取り組んで参りますとともに、この消費者庁が政府の中でリーダーシップを発揮していくということとされているところであります。

また、消費者被害の防止及び救済のための対策や物価・市場関連の対策からなります「消費者安心戦略」、これを積極的に推進いたしまして、地域の関係機関等がそれを共有して、被害に遭いやすい高齢

者等の消費者を見守る活動に利用できる仕組みの創設の必要性につきましても言及されているところでございます。

このような中、大阪市では、現役世代が継続的に活力を生み出せるよう子育て支援施策や教育施策に重点的に取り組んで参りますとともに規制緩和や税制措置といった「民」の分野が活躍、活動しやすい環境整備に取り組んで参りました。また、区政運営などに「ニア・イズ・ベター」の実践、あるいは各区の実情を踏まえた防犯対策や防災・減災対策にも取り組んで参りまして、「成長は広域行政、安心は基礎行政」という役割分担の元で、大阪の成長、市民生活の向上、安定した財政基盤を将来においても確かなものとするための、新たな大都市制度の実現、これを目指して、今、取組を進めているところでございます。大阪市の消費者センターにおきましても、平成24年3月から隣接いたします大阪府消費生活センターと双方の役割分担を踏まえまして、従前の府市連携をより強固にいたしまして、一体となって市域、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。

本日の議題にもございますとおり、本市の消費者行政につきましては、大阪市消費者センターを拠点として全庁体制で取り組んでおりまして、人口比からいたしますと全国で最も新規受付の相談件数が多いという特徴がございまして、かつその内容も複雑で高度な消費者トラブルの相談が持ち込まれておりまして、その処理と相談内容を反映した、情報発信、あるいは消費者教育等の現状をご報告させていただきますとともに、各方面からの関心も高い案件にかかる苦情処理部会報告も予定してございますので、よろしくお願いを申し上げます。

本日も、より良い大阪市の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、様々な観点からご提言などをいただいて参りたいと考えておりますので、どう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。よろしくお願いいたします。

○司会 次に、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。資料としまして、会議次第を1枚、2枚めくっていただいたところに、五十音順の委員名簿をお付けしております。会長・会長代理のご紹介の後、その名簿に沿って順に紹介させていただきます。

(出席委員のご紹介)

○司会 なお、本日、池田委員、大谷委員、小野委員、近藤委員、島谷委員におかれましては所用のた

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、資料としておつけしております、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)

○司会 それでは、以後の議事進行は下村会長にお願いしたいと存じます。よろしく申し上げます。

○下村会長 それでは、只今から始めたいと思います。議事に入ります前に、本日の会議の公開・非公開について決定してまいりたいと思います。現在傍聴されている方は0名と伺っていますけれども、手続きですので事務局から説明をお願いいたします。

○司会 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」という資料ですが、お手元の資料の最後の方にあります、ホッチキス止めしている資料です。この資料で、「第7 審議会の公開」の「3 公開・非公開の決定」についてでございます。

「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枚戻っていただいたところに「1 会議の公開基準」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しております。以上でございます。

○下村会長 只今、ちょうどいましてご説明を踏まえまして、本日の議題、大きくいって2つですが、議題の1番目、「大阪市の消費者行政について」という項目につきましては、「ア」「イ」に該当いたしませんので公開、議題(2)「苦情処理部会からの報告について」こちらにつきましては、「ア」

「イ」に該当すると考えられますので、非公開というふうに区分けさせていただきたいと思いますが皆さんよろしいでしょうか。ご異議ありませんでしたら、そのようにいたしたいと思います。

議題1については公開、議題2については非公開という取り扱いをさせていただきます。

また、審議会の内容は消費者センターのホームページなどに掲載し、公表させていただきますので、あわせてご了承をお願いいたします。

傍聴者は0名ということでよろしいですね。

はい、それでは、議事に入ってまいりたいと思います。今申し上げましたように、大きく分けまして消費者行政について事務局からご説明等いただく部分と、それから具体的な案件について苦情処理部会からご報告いただく部分と2つのパートに分かれてまいります。

まず、議題(1)「大阪市の消費者行政について」のところで順次、事務局の方からご説明いただきますようお願いいたします。

○前田所長 それでは、一番始めの「消費者行政事業について」という1枚ものにつきまして、前田から説明させていただきます。失礼ですが着席させていただきます。よろしくお願いいたします。

こちらの資料は、「消費者行政事業について」ということで、昨年5月、消費者月間の周知につきまして、区長の皆さんのご理解を深めていただくための1枚ものとして作成したものでございますので、この場でご披露させていただくということでございます。

まず、上に囲みましたところで、市の消費者センターの事業を3つに大別しておりまして、要となります相談事業、こちらで市民の方の消費者問題のトラブル解決、助言をさせていただくことが基本ですが、ご本人では解決が難しい場合は事業者との交渉にも割って入るわけでございます。95%程度は電話相談でございますが、他にもメール相談、市役所や天王寺あるいはこのATCでの面談による相談も受付けております。

その内容によりまして、大阪市の消費者保護条例における「不当な取引行為」があったのではないかとということで、事業者を確認をとる場合もございますし、さらにそれが確実なものである場合は事業者を指導いたします。あるいは、権限委譲を受けております関係法によりまして、立ち入り検査や事前の調査も行っておりまして、事業者の不当な活動を抑止する業務がございます。さらに、こういった内容を踏まえまして、市民の方が基本的な消費生活知識を持っていただいで自分で責任のある契約などを選んでいただく力を付けるということが重要でございますのでこの被害防止のために、高齢者の方に特に

ですね、あるいはその高齢者の方を守っていただいている支援者の方に特に、消費者被害情報を提供していただきたいというのが本年度の課題としておりまして、それにつきまして協力をさせていただいているのが、区民の方に一番近い区役所ということになります。年間を通じて、これも取組を2つ分けまして、1つ目が特に相談で増えております悪質商法や製品事故の情報につきまして、迅速に注意喚起を行っていただきたいというときに協力を依頼いたします。そうしますと、区の方の広報誌等を使って、その被害の実態を皆さんに注意喚起していただけるという形になっております。ほかにも、消費生活情報誌を配架していただくなどもお願いしております。

次の取組は、区の施設に巡回するような形で講座を組んでおりますし、地域の皆さん方からのご依頼で地域講座にも出向いておりますので、そういった方々の講座への関心を掘り起こしていただくというところも区役所のほうにお願いをしております、特にその区の施設での開催事業につきましては広報を重点的にさせていただいて、地域の講座では、クーリング・オフなどの実践的な研修を行っておりますので、そういったところの地域での講座開催もなさっていただくように区民の方に促進をしていただくような役割のお願いを続けております。

一方に大阪府の消費生活センターがございまして、先ほどのあいさつでも申し上げましたとおり、24年の3月から市のセンターの隣接地というところに移転をしてきていただきまして、こちらで一体となりまして連携をして消費者行政を充実強化させていただいております。この5月には府市で消費者月間講演会を共同開催したところでございました。以上が消費者行政の1枚ものということでございます。

○新井副所長 続きまして、消費者センターの副所長の新井です。ちょっと着席させていただきます。

消費者センターの事業につきましては、資料1「消費者センターの事業について」に沿って、私と辻井副所長と前田所長が分担してご説明申し上げます。

○下村会長 すいません。あとでまとめても質疑いただきますけれども、聞いておられる中でちょこちょこと疑問に思われることもあるかと思っておりますので今の段階で何か、市センター、府センター、区、府のあいだの連携関係で何かご質問など、おありでしたらいかがでしょうか

またあとでも結構でございますけれども、今ちょっと疑問に思った、てなことがおありでしたら。

よろしいでしょうか。それでは続けてお願いします。

○新井副所長 それでは、資料の1ページ目、「1. 消費者教育・情報提供事業について」という項目

を説明させていただきます。「消費者市民社会」の形成に向けて、自立した消費者市民の育成と消費者被害の防止を図るため、消費生活に関する教育啓発事業や情報提供事業を行っております。消費者センターの重要な業務は、消費者相談の対応はもちろんのことですけれども、それと同時に消費者被害に遭わないための知識を身につける消費者教育・啓発も重要な柱であると考えております。

この表では、25年度の4月から12月までの9ヵ月間の事業実績をまとめております。

左の項目が主な事業でございます。ホームページのアクセス数であるとか、あと、今年、新規で始めた事業が2件ございまして、「エルちゃんのトラブルバイバイ♪ニュース」の配信ということで、当センターのメインキャラクター「エルちゃん」を題名に盛り込みまして、うちのセンターに寄せられた相談事例やら製品のリコール情報、注意喚起情報、最近ですとアクリフーズの返品方法などをメールで配信するというので、市内の地域包括支援センターや高齢者の福祉施設、介護事業所など約120カ所、それと区役所の保健福祉担当、広報の総務担当あるいは関係局に配信しているものでございます。最近では、見守り活動をされているケアマネージャーさん達からも情報が寄せられるようになってきております。後ろの方に「エルちゃんのトラブルニュース」として2アップで、あとで資料をつけております。今年の9月からですが、市民局のフェイスブックに情報提供をしており、これも掲載が19回となっております。「いいね!」という回数は270を超えており、今まで消費者行政に関心の少なかった世代にも情報発信できていると思っております。あと、センターの主催講座ですけれども、先ほどお話がありましたように、消費者月間に大阪府と連携で講演会を開いております。それから、消費生活に特化したテーマで毎月、大体各区にばらけるようにしているんですけど、無料で講座を開催しております。それから「地域講座」ですけれども、これは市民の皆様にご覧いただく会場を提供していただいて、こちらから講師を派遣する講座で、講師の方は大阪府の「消費生活サポーター養成講座」を修了していただいたボランティアの方々を講師としております。地域の団体、高齢者福祉施設、介護事業所、地域包括支援センター、学校等からお呼びがかかっております。パンフレットで悪質商法に気をつけようとか、訪問販売、悪質な販売はお断りというようなシールを使いながら講座を行っております。それから、啓発冊子の作成と見学講座。くらしのひろば、3階に展示のひろばがあるんですけど、その来場者数が3万人弱となっております。それから、生活情報誌「くらしすと」も今回、配布しておりますが、これも大阪府との連携事業ということで一緒に発行をしております。スポットCMを流したり、くらしのナビゲーターのレベルアップ講座として今年は4回開催したり、いたしました。これは、国の地方消費者行政活性化基金を活用した事業でございます。

2ページ目をめくっていただきましたら、24年度の実績を掲載しております。主な事業は同じです

が、備考欄に※印（アスタリスク）を打っているところが昨年の消費者行政活性化基金を活用した事業で、昨年は市バスに看板掲出やらボディラッピング、各区の区民まつり等で巡回啓発を行ったところがございます。

あと3ページ目の方は、「地域講座」を更に細かく説明をしているところです。平成25年度は12月末時点で77回、約3,200人弱の方に受講いただいておりますが、まだ予約も入っておりますので今年度は、平成24年度の3,400名を超える予定でございます。使用教材は同封しておりますパンフレットであるとかシールを使っております。参考に24区での開催実績を添付しております。私からの事業説明は以上です。

○下村会長 このあたりで何かありますでしょうか。ご説明いただいている途中ですが。

○今井委員 簡単な質問なんですけど、ホームページのアクセス数で、去年12万件と月1万件見当かなと、今年度9ヵ月で6万件とかなり……。頑張っておられるのにもったいないと思うんですけど、何か理由あったんですか。

○前田所長 実はホームページがですね、一番トップページの検索数のカウントだけとしておまして、先ほどの「トラブルバイバイ♪ニュース」などのリンク先が、みな、それぞれの項目へのリンクを始めたので、総数での把握をいたしますと若干落ちたように見えてしまってますね、このあたりの係数の取り方に失敗をしているのかなと。それぞれの項目を足すこともできませんので、ちょっと見場はよろしくないということは、中では思っておりますので。

○今井委員 重々、頑張っておられるということは承知の上での質問でございますので、ありがとうございます。

○長田委員 ホームページのアクセス数の話なんですけども、ホームページ上で外国語版の英語とか中国語とかハングル語のホームページを掲載というところを先日見せていただいて確認したんですけども、こちらは実際にどの程度のアクセスがあるかということはカウントしておられないんですか。

○前田所長 そのあたりは検索数を把握したことがありませんので、必ずあとで提供させていただきますま

す。どうもありがとうございます。

○下村会長 数えることは可能なんですか

○前田所長 可能です。

○下村会長 そうですか。ほかにいかがでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、辻井さん改めてよろしくお願いします。

○辻井副所長 副所長の辻井でございます。目次の2番、3番、4番、5番。2番以降を説明させていただきます。座らせていただきます。失礼します。

まず4ページでございます。2番の消費生活相談につきまして説明させていただきます。平成24年度におきまして消費者センターに新たに受け付けた件数としまして20,607件相談がございました。平成23年度、全戸配布による広報を行いまして、24年度ということで迎えたんですけど、約2,000件減少しております。ただ、25年度につきまして年度途中でございますけど、数えておりますと約10%増ということで推移しております。年度末におきましては、平成23年度の水準に今年度戻るのではないかというふうに思っている次第でございます。

「相談件数の多い項目」でございますけれども、5ページ、6ページ、7ページで説明させていただきますが、項目にあがってこない事項としまして「二次被害」というものがございます。高齢者に対します「二次被害」が24年度増えておったということを申し添えさせていただきます。

「相談件数の多い項目」上位5つということで、5ページと6ページ、7ページで説明させていただきますけれども、「不当請求・架空請求」につきましてはパソコン等々、スマートフォン等々で身に覚えのない請求がいきなり飛び込んでくるとか、画面にいきなり請求画面が貼り付いて取れないとかといった相談が多くございました。

「賃貸アパート」につきましては、特に退去時のトラブルですね、原状回復の経費負担にかかるトラブルが多く発生してございます。

「携帯電話」でございますが、実はスマートフォンも含めてということで、実態としまして、実はスマートフォンが多いかと思いますけれども、統計上携帯電話という項目にさせていただいていますけれども、どんどん機械が複雑になりまして、契約も複雑になってきたと。市民の皆様方が知識に付いて

いけない状況で契約されまして、あとで高額な請求とか、あるいは解約の時に高額な解約料を請求されるとか、といったトラブルが発生して件数が増えております。

「インターネット通信サービス」ですけれども、光ファイバーケーブルでございますとか、いわゆるプロバイダーの契約で代理店が強引な勧誘をしたとかいうことが多くございます。

「フリーローン・サラ金」、いわゆる多重債務の件でございます。貸金業法改正でかなり件数は減ってきてはおりまして、過払い請求も大分落ち着いてきたかなという感じはあるんですけど、相変わらず多重債務で悩まれる市民の方もおられまして、このような相談の件数ということであげさせていただいております。

代表的な手口につきましては、6ページ、7ページで掲載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います。

続きまして9ページの区別相談件数というところをご覧くださいませでしょうか。

平成24年の2万件につきまして、区別の相談件数ということで表を作らせていただきました。実は、一番下のところで「不明・市外」というのがございます。市外はちょっと置いておくことになるんですけども、2万件的うち約4分の1が住所地不明となっております。私どもセンターでは、大半が電話相談でございまして、できうる限りということでお名前、住所、年齢等々をお伺いするんですけども、勿論、「言いたくない」ということでありましたら、そこは置いて相談を聞くという形をとってございます。約4分の1の方が住所を教えたくない、という形での統計ということになりますので、そのへんを、お含みおきをお願いしたいと思います。残り15,000件について比較したところですけども、区によりまして若干の多い少ないはございますけれども、特別に多い区でありますとか特別に少ない区でありますとかというものはちょっと見あたらないのかなということで、特段、区による差はないのではないかと、分析させていただいております。

続きまして10ページでございます。年代別の相談件数ということで説明させていただきます。高齢者の定義はいろいろあると思っておりますけれども、仮に、ということで60歳代と70歳以上をこの場で高齢者としてということで定義させていただきます。これを足しますと平成24年度ですが、真ん中の構成比のところ、2つ数字を足しますと28.2%。実は25年度11月末までですけども、これが30.3%になります。全体件数も増えておりましてパーセンテージも増えますので、当然、件数、どんどん増えてるという状況でございます。あくまで相談件数でございまして、被害件数ということではございませんけれども、やはり高齢者からの相談が多く寄せられておるところでございまして、こういうデータが明らかに出了ということで捉まえております。

11ページでございます。ちょっと細かい数字、細かい字が並んでおりまして恐縮でございますけれども、年代別でどのような相談が多かったかというところの表でございます。

70歳以上のところをご覧いただきたいんですけども、1位は「放送・コンテンツ等」というのは例の不当請求等々でございます、ここは年代にかかわらずあるんですけども、「健康食品」、「ファンド型」、「預貯金・証券等」というのが出ております。ちょっと特に60歳代のところで「健康食品」も出ておりますけれども、高齢者のところで特筆するところがございます、「健康食品」、いろいろありますけれども、「送りつけ」がちょっと多かったのが1つ。あとは、いわゆる「ファンド型」、あとでもう一度触れますけれども、いわゆる「何とか詐欺」という形のものが多くあったということでございます。20歳代、30歳代のところで「理美容」というのがちょっと目立っております。主にエステティックサロン、あとは美容外科ということになるかと思えます。こういったところでの強引な勧誘、長時間の勧誘、解約の拒否とかということが多く目立っておったということでございます。

12ページのところでございますけれども、真ん中のところで「金融商品に関する相談件数」というところがございます。先ほど申しあげました「ファンド型投資信託商品」、「デリバティブ取引」、「未公開株」、「公社債」ということでございますけれども、みなさんもうご存じかと思えますけれども、次から次へと商品がまず替わる、手口が単純な勧誘ではなく劇場型といわれておりますけど、複雑な勧誘で消費者をねらっている。またまた、先ほど申し上げましたけども二次被害と、過去被害あった方を救済するように見せかけて、もう一度詐欺にかけるといような実態が多くございまして、この辺のところ非常に多く相談が寄せられて、目立ってきておるというところでございます。

下の若年層でございますが、マルチという書き方をしておりますが、連鎖販売取引のほうで、昔は友達とか直接会話で勧誘していたんですけど、最近はソーシャルネットサービスを利用した、悪用した勧誘で友達になって勧誘して逃げられなくするというような悪質な勧誘もあったところでございます。

13ページでございますけれども、私ども相談を受けまして、まず自主解決、自主交渉を勧めます。文書で事業者宛に出して反応を見る、あるいは交渉することをまず申し上げます。それでなおかつダメだという時に、あっせん等に入るんですけども、助言としまして代表的なところでクーリング・オフの助言がございます。クーリング・オフ自体、名称、名前は結構周知もされてきたのかなと思えますけれども、じゃあ何日までに出不さいといけないのか、どのように出すのか等々が、まだまだ市民の方々に周知が足りないのかなというところがございます、その辺のところ、来所されたり電話とかで書き方を教えたり、直接「こう書いてください」と、あるいは「書いたら見せてください」という形でチェックする等々で助言をし、クーリング・オフで解決するという方法をとっているところでございます。

あっせんがございますけれども、平成24年度、直接、私ども相談員が入りまして事業者と消費者の間に入ってあっせんした案件としまして697件。そのうち83%の578件であっせん解決をさせていただきました。件数だけでいいますと、23年度よりちょっと減っているんじゃないかというところがあるんですけれども、個々の案件が先ほどから申し上げましているように、かなり複雑化しております。1件1件の解決に非常に時間を要しているところがございます、出てきた数字として減っているという形にはなってございますけれども、普段からあっせんに努めて、解決に望んでいる所存でございます。

14ページの「用語説明」につきましてはご一読いただきますようお願いいたします。

15ページの3番の商品テストでございます。平成19年度から大阪府と私ども大阪市消費者センターの共同で「くらしの商品安全情報室」、通称、商品テスト室とっておりますけれども、を設置しまして客観的な商品のテストを行っています。

代表的なところで申し上げますと、「クリーニングを出したら生地が縮んで返ってきた」という場合に、生地のほうに問題がある場合、あるいはクリーニング屋の薬品に問題がある場合、クリーニング屋のクリーニングの仕方に問題がある場合といろいろありまして、消費者のほうは当然わかりませんので、とはいうもののクリーニング屋の方に言いくるめられるということもありますので、客観的な形で何が原因かというのを探る、そういった形で商品テスト室を設置しておりますして解決に向けて努力しているところでございます

4番の不当な取引行為にかかる事業者指導でございますけれども、大阪市消費者保護条例におきまして不当な取引を定義しておりますして違反等々ございました時に、行政指導という形で事業者指導を行っておるところでございます。平成24年度におきましては、口頭、文書を含めました指導ということで12件、勧告として2件、併せて17件を行政指導したところでございます。括弧書きのところ5件、1件とございますけれども、下の尚書きでございます、平成19年度から大阪府と共同で事業者指導チームというものを編成しまして、一緒に調査をしまして、処分、指導はそれぞれの条例あるいは特商法、法令に基づいてやっておるんですけれども、一緒に調査をしまして解決に向かうという形をとっております、括弧書き、指導としましては5件、勧告としましては1件につきましては、大阪府と合同で府市連携事業として行ってきたところでございます。

続きまして17ページですけれども、各種基準調査というところでございます。

単位価格表示、過大包装基準、品質表示基準という3項目におきまして、売り場面積500平米以上の店舗につきまして、本市職員が立ち入り調査をしておりますして、改善を図っていくということでござ

います。

18ページにつきましては、各種法律、「家庭用品品質表示法」とか「電気用品安全法」等々につきまして、本市職員におきまして、店舗立ち入り検査を行いまして、その結果を出ささせていただいているところでございます。

19ページ、20ページにつきましては、各法律につきまして簡単に説明させていただいておりますので、こちらのほうは、ご一読のほうをお願いいたしたいと思います。私からは以上でございます。

○新井副所長 21ページを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」、これは消費者庁設置を初めとする国レベルの消費者行政の強化に併せて、地方においても消費者行政を活性化するために、平成20年度に国からの交付金を原資として、各都道府県において地方消費者行政活性化基金が造成されました。平成25年度の活用事業につきましては、「消費生活相談員向けの研修の実施」として、弁護士の先生を招いての研修会を行っております。それから「消費生活相談の体制強化」ということで、22年度から2名を増員して体制強化を図っております。それから「多重債務の相談会の実施」ということで11月に1度、行いまして、あと下期に、2月に相談会を行う予定でございます。先ほど説明しましたが、「くらしのナビゲーターのレベルアップ講座」を4回開催いたしました。この基金を活用して整備した体制について、基金の活用期間経過後においても強化・維持することを、毎年首長が、対外的に表明することにより、延長が認められます。本市においても、平成25年度については、生活情報誌「くらしすと」（26年2月号）により府内の首長が意思表示を行い、期間の特例を適用していきます。お手元に、赤い冊子で「くらしすと」（2月号）を事前に配布させていただいているんですが、この「くらしすと」の3ページの下段の方に「首長からのメッセージ」ということで、大阪府知事をはじめ大阪府下の首長の表明をさせていただいております。これによって、基金の活用が延長されるということになります。私の説明は以上でございます。

○下村会長 ありがとうございます。これは、こない言ったら延長されるという仕掛けなんですか。

○新井副所長 はい、国がそのように、何か印刷物で確認できることが条件になっております。

○下村会長 面白いですね。そうですか。わかりました、ありがとうございます。一応、当局からのご説明は以上のものであります。改めてお手元の資料を眺めていただきまして、ご質問あるいはご意見な

どなどいただければと思います。

○樋口委員 消費者保護条例に基づく法執行業務の件なんですけれども、実際に13ページであっせんが行われて、そのうち24年度83%が一応解決したということなんですけれども、残り17%については、下に書いてある保護条例、保護審議会苦情処理部会などで救済を図ることが書かれています。この場合のその法の執行業務ですね、市の不当な取引行為で解決した事案で、指導や勧告を行った事案というのは、この中ではどういう扱いをされているのでしょうか。つまり、あっせんで解決しなかった案件についてしているのか、それともあっせんはしているけれども、やはりこれは不当な行為であるということか、またこの結果については、どのような追跡というのか、業者に対してのその後の結果というのは、どのように把握されているかお聞きしたいんですけれども。

○辻井副所長 私のほうからお答えさせていただきます。あっせんとその指導との関係ということになるんですけれども、あっせんはやはり個別個別の相談ということで、極端な話を言いますと、たまたま1件だけその事業者にあったという場合でもあっせんする場合もございます。それはあくまで相談の話ということになります。事業者指導になりますと、例えば1件だけで何かするのかということもございまして、このへんは切り分けた形でのお考えをお願いしたいかと思っております。ある程度、件数があれば、なければという話も変な話なんですけれども、これだけ2万件の相談がありますので、1件1件全てということにもなりませんので、代表的なところで悪質なものを代表的なものとして指導しておるところでございまして、指導につきまして、16ページにおいて20年度以降24年度までずっと何件指導したかがございまして、これ、追っかけ調査といいますか、それは行っております。その場で指導した事業者につきましては、速やかに、まあ、ひと月程度でどのように改善したかの報告を持って来いと、形のある報告書を求めておりますし、その後も相談件数等々追っかけております。多ければ呼び出しとか、あるいは事業者によりましては、自分から月一回程度「あれから、どうでしょうか」とかいふ形も、自主的に来るところもございまして、その辺のところ、改善は図れているのかなと思っておりますし、足りないところはどんどん、また追加でさせていただきたいと思っておりますので、よろしく申し上げます。

○樋口委員 わかりました。すいません、これはもちろん公表はされてないんですか。

○辻井副所長 事業者名の公表ということは、実は制度としてはございます。制度としてはございますけれども、そこに至っていないということになりまして、条例のところ、ちょっと簡単に説明させていただきますと、勧告に従わない場合、まず指導しまして、それでダメだということになるんですが。勧告に従わない場合は公表することもある、ということになります。公表となりますと、実質上、私、先ほどから行政指導と申し上げておりますけれども、名前を公表してしまうと、これはもう実質には行政処分になってしまいますので慎重にしなければならないということで、公表する際にはまず当該事業者の意見を聞く、これが行政処分であるところの弁明の機会を与えるということと同じ効果でございますけれども。与えまして、更に、この審議会においてお諮りした上で差し支えなければという形でさせていただきます。段階を踏むということございまして、決して一切公表するつもりはないということではございませんので、その点もご理解いただけたらと思います。

○下村会長 関連して、ですけれども、指導でダメなら勧告して、勧告でいくつがありますけれども、勧告段階で改善されたというふうに理解できるというようなことですか？

○辻井副所長 説明が足りなくて申し訳ございません。20年度から24年度までで5件ありますけれども、勧告した事業者ですね、今現在、残っている事業者が1社だけございまして、あとは全て無くなっているということでございます。23年度勧告しました3社のうち1社だけが残っておりまして、あとは全て市場から退場しているというところでございます。

○下村会長 つまり、それは実態を潰して逃げたということでしょうかね。

○辻井副所長 いろいろございまして、全てがそういうことではございません。きちんと解散されたところもございまして、その、ちょっと評価は、私としては避けたいんですけれども、会長がおっしゃるようなところも確かに。

○下村会長 その辺の評価とフォローが最後は難しいとのことだと思います。変わって16ページの表の中で、関連して、すみませんが私の方から伺いますけれども、平成24年度の指導の欄なかに「不動産特定共同事業の電話勧誘」というのが、ほかの年度に比べてちょっと目新しいものとしてあがっておりますけれども。これは要は、不動産業に投資者を募って収益を分配しますよというお仕事だと思います

けれども、特に何か特徴的なこととかあるんでしょう。法律では一応、投資した資金を保護する規定が、制度が設けられてはおるようですけれども、行政の方から見て何か問題視すべきところというのはあったんでしょうか。

○辻井副所長 会社の事業カテゴリと申しますか、ちょっと異質というか、ちょっと特別に浮いて見えるんですけれども、基本的には勧誘が不当であるという形でございます、認知症の方を勧誘して契約書だけ作らせる、ということでございますので、いわゆる普通のお年寄り向けの悪質商法と、ほぼ同じような手口でございます、クーリング・オフに応じたり、応じなかった時にはあっせんを何件かやっておりますけど。応じなかった時にいい加減にしろということでの文書指導をさせていただいたところでございます。

○下村会長 ありがとうございます。特に数字的な根拠はありませんけれども、何か増えそうな気がするので、引き続き注視していただきたいというふうに思っております。

○下村会長 本荘さん。

○本荘委員 2点ございますのですが、15ページの商品テストに関してなんですけれども、この商品テスト室なんですけれども、例えば、どのような設備があつて、どのようなものであれば、内容であればテストが可能であるとか、そういったご説明をしていただければと。例えばこの審議会で商品テスト室を見学してご説明していただくとか、そういうのがあればなと思うんですけれども、そういったことをお考えいただけたらと思います。

○前田所長 一台一台の検査機器につきましては、大変やはり高額なものもございまして、府も市もなかなかと、単独で購入して、営々と個別のテスト室を運営していくのは、財政上のちょっと問題もあると指摘を受けておりまして、新しい機器を購入していくよりも、専門的技術相談、人材としてのテスト室のパワーを発揮して、相談員さんだけではお答えしにくいような技術的な相談を後ろからバックアップするんですとか、国民生活センターやNITE（ナイト）さん、どちらのテスト室に回すべきかといった専門的な判断を府内全部のセンターの分を賄っていただいているという状況が現在でございますので、その内容を踏まえて、そういった製品事故の発信を府内の皆さんにすべきかといったところも作っ

ていただいております。さっきの「くらしすと」の中の毛皮の内容についてまとめて、「毛皮のトラブル」としてありますが、その概要が、テスト室の方がまとめてくれている内容で、こういった原稿を作ったり、あとは、小学生の方などに、こどもの科学実験のような形で、食べ物の色彩の話ですとか、商品の繊維関係で、洗剤などで縮む現象を実験したり、といった啓発もしていただいているような、それが最近メインになってきております。

ただ、一点ずつ苦情がある場合に、携わった分がこれだけということですので、一点毎に何十回も洗濯をされたりですとか、テストを繰り返したりなりはしておられるので、その件数の方も件数以上の時間がかかっておられるのですが、どんなところで、センターのなかで役に立っているかというところが、なかなか発信しづらいということで、府センター、市センターともに苦慮しておりまして、私どもで運営していく必要がある商品テスト室であるというところをもう少しアピールできないかというところを議論している真っ最中でございますので、またよろしくご議論のほどお願い申し上げます。

○本荘委員 それでしたら、クリーニング事例などは、テスト室でテストが可能ということで考えてよろしいですね。それともう一点なんですけれども、大阪市消費者保護条例に関してなんです。これをまずは、平成18年が最近改正というふうな形になっておりまして、特商法の改正で訪問購入が入ったりとかですね、消費者教育推進法が施行されたりというのがございますので、そういったものをお考えになって改正されるご予定はあるのか。また改正される場合の手続きというのはどういうふうな形でなされるのか、お聞きしたいんです。何故ならばですね、実態に則していない部分とか、不当な取引行為の指定というものが現実にあるんですけれども、そこに訪問購入というふうな形で載せておりませんし、また、消費者が売却した場合について条例で規程しておりません。明確化がなされておられませんので、そういったことを付け足したりと、また、消費者教育の充実なんですけれども、消費者保護条例の第2条の(4)の市の責務の中には入っているんですけれども、消費者教育推進法ができましたので、また別の条項を取っていただくとか、そういうふうな形になされたらと思います。また、大阪府の消費者保護条例がですね、改正という形で去年パブコメも募集されましたので、市と府が連携するのであれば、両方がですね、法が補えないような部分、例えば、対象外の部分でもこの条例で救えるというふうなですね改正をしていただけたら強力な体制が整えられるのではないかなあと思うので、その点ちょっとお考えをお聞きしたいと思います。

○前田所長 2点あるかと思いますが、18条の不当な取引行為のところはですね、はっきりと消費者

側が販売の方に、一時立ち位置が変わるといふ、訪問購入を禁止しているといふところまでは言っていないのですけれども、事業者が不利益を与えるような不当な内容の契約を締結させる行為のような、その「知識なり能力もしくは、経験の不足に乗じる等の不当な方法」といふあたりでは、ある程度、相手側に確認を取る作業といふところは、この条文でも十分に私どもは作業ができますので、いふんな新しい商法がでるたびに細かく盛り込んでいふといふよりも、私どもはこれで、おかしなところが、不当な行為がございませんでしたか、といふところを事業者に確認するところのために使わせていただいているところで、条文をいふつも細かく訂正したり、改正したりいふことをしないで行ってまいってきたところございまして、もう少し平たくいふれば、特定商取引法なり契約法なりの考え方に抵触するいふ内容の行為を行っていらっやいませんかといふことで、私どもは十分、あっせんなり、指導を行っていけておりますので特に動かさないで現在に至っているいふことございまして。訪問購入もおかげさまで少し下火になってまいっておりますので、ここがないと私どもが、業者の方たちの確認なり、相談の解決が難しくなっているいふことがありましたら、速やかに、また動かす必要もでてまいるのでないかといふふうには思っておりますし、教育の方も一番冒頭に、関する文章が残っておりますので。これは、だいぶ昔の消費者保護基本法の時代の文章のままかもしれないいふのですけれども、法の精神としては残されているので、敢えて、ひとつどういふ形で書くべきか、いふのは、審議会の中で、またいふような条例の検討の部会なりを設けていただいご審議賜りながら、いふのが本来の形ではないかといふふうには考えております。いふいふご議論賜ればと思ひます。

○下村会長 よろしいですか。

○本荘委員 はい。

○長田委員 「指導実績」、16ページのところなんですけれども、大阪市の消費者保護条例に基づいて、大阪市の方が単独でされた指導、勧告と、府と連携して特定商取引法に基づく行政処分として指導、勧告をされておられるケースがあると思ひますけれども、単独である場合と大阪府と共同である場合との区別といふものの基準をお聞きしたいのと、それともう1つなんですけど、対象となる業者の範囲といふものは限定されているのでしょうか。つまり、大阪市の消費者保護条例といふのは、おそらく大阪市内にお住まいの方に適用されるいふことが前提だと思ひますけれども、大阪市内に住まわれている方でも当然、東京とか別の他府県、別の市から勧誘があつたりするとこともあると思ひますし、いふい

う場合も大阪市の保護条例で指導、勧告が行えるようになっているのか、それともその場合には実際に業者が事業を行っている場所の消費者センターと連携する必要があるのか、とそういうあたりをお聞かせいただきたいんですが。

○辻井副所長 府との連携の話でございますけれども、私どもはあくまで大阪市保護条例、まあ正直なところこれしかございませんので、これに基づいた行政指導ということになります。府さんの方は保護条例もあるんですけれども、それよりも特商法をメインに動いておられるようございまして、そちらですと、いわゆる営業停止までいけますので、いわゆる強硬な、気の強い形の行政処分もできるわけでございます。市、府それぞれ両方持ち寄りまして、この業者とこの業者ということで、いろいろ打ち合わせ等々させていただいております。手続きが若干違いまして、私ども行政指導でしたら、事業者と確認して間違いのないということであればできるんですけれども、特商法はそういうわけにはまいりませんので、立ち入り検査をし、証拠を集め、弁明機会を与える、ということで若干手続きが変わってくるんですね。府の方で、特商法でいけるということで、なおかつ大阪市の方で条例でいけるということでしたら、同様に調査をさせていただいて、消費者に対して事情聴取もし、そのうえで、府のほうが、どうしても特商法のほうが、時間がかかりますので、それをちょっとお待ちする形で、処分の日、指導の日を合わせるという形で、同時に市・府それぞれが、それぞれの権限で処分をする、あるいは指導をするという形を取ってございます。ここで、(5件)、(1件)となっておりますけれども、大阪府にも大阪市にも、それぞれ別々に相談はあるんですけれども一緒に指導を行った方が、同じ事業者であり指導の効果、行政処分の効果が出るのではないかとということでやっているところでございます。

○長田委員 大阪府の消費者センターとこちらの消費者センターと、それぞれに相談があった場合に一緒にやられるということで、たとえば、先ほどの話だと、特商法の方が処分がきつい、厳しい処分ができるのでということであれば、非常に悪質なものであれば、悪質度が高かったときに、大阪府の消費生活センターの方に相談がなかった場合でも府の協力を仰ぐというような、そういうことは特にはしておられないのでしょうか。

○辻井副所長 そこは、市に対する相談は府に対しても来ているという形で見させていただいて、逆はちょっと、さすがにしんどいところではあるんですけれども。市に対する相談は、府でも相談しているという形を取らせていただきます。市の2万件の内容を使わせていただいて、府、一緒にやりましょう

よという形でございます。

○長田委員 もうひとつ、地理的範囲のところは？

○辻井副所長 あくまで、市民からの相談をベースにしておりますので、市民が被害に遭ったかどうか
が問題になります。さすがに、北海道だけの事業者に対してどうこうしたことはございませんけれども、
北海道本社で、たまたま大阪市で、支店はないけれども勧誘を受けたということは昔ございまして、口
頭指導ですけれど、させていただいた件はございます。あくまで相談が大阪市民と一応限らせていた
だきますので、そのデータは使わせていただくという形が地理的といいますか、範囲ということでさせ
ていただいております。

○奥野委員 資料1 1 ページなんですけれども、23年度と24年度を比較したときの「健康食品」が
結構数が増えているような気が。これは何か具体的な相談例として、何か特徴的なものがあったのか、
もし情報があれば教えていただきたいのですが。

○辻井副所長 このカテゴリーになりますと、実は、「送りつけ商法」プラス、いわゆる「連鎖販売」
も結構健康食品を扱っておりまして、ここが一緒にカテゴリーに入ってきますので、全てが全て「送り
つけ商法」ということでございませぬ。ですので、右側の主な相談内容のところは空白にさせてい
ただいておりますけれども、「送りつけ商法」につきましては、去年の今頃ぐらいから増えまして、今
年度に入って夏頃までが非常に盛んに増えたところでございます。24年度は増えてきているというデ
ータになってございますし、今年度データは出しておりませぬけれども、仮に出した場合、上半期は「健
康食品」が増えておるといようなデータが出るのではないかと考えています。

○奥野委員 商材の問題じゃなくて商法の、「送りつけ商法」という商法の問題、それが増えていると
いうそういうことなんですね。

○下村会長 ありがとうございます。他、いかがでしょうか。

○平井委員 質問でなくて意見なんですけれども、先ほどもご説明がありました、最後の地方消費者行

政活性化基金の継続の件で、実は、「くらしすと」の2月号を先日送っていただいて見ていて、この「首長からのメッセージ」というところ何かと書いていたら、今日ご説明いただいて、こういうのかと思ったんですけども、これは、こちらではなくて国の制度の問題だとは思いますが、このスペースもったいないなど。「くらしすと」にこれだけのスペースがあったら、もう少し何か情報を消費者に提供できるんじゃないかなと思って。そういうところは、何か国の制度のほうもう少し考えていただきたいなというふうに今日思いました。以上です。

○下村会長 どこに言ったらいいいのかわかりませんが、けったいな話ですよ。これは言うだけでお金が出るわけですか。

○前田所長 これだけはっきり、外に対して残る形で表明しないと継続できませんというので、基金が大阪府にありますので、府内で一緒に活用しているトップと一緒に揃って言うということで、せめて効率化を図りました。こういたしませんとそれぞれが議会で発表するなり、それぞれが市町村の広報紙でみなこれをしなければならぬということになりますので、ここで大阪府に号令をかけていただいて、一括で皆で言おうよと、いう形でこれだけの紙面で何とか済ませていただいているという実態でございます。これで来年度予算が使えるというような状況になります。

○下村会長 ならね。どうせならですよ、ここへ一言、これをいうことでこうなりますねんて、書いておいていただいた方が読まされる方としてはわかると思うんですけどね。

○前田所長 また編集作業で、来年度は、より自然な形で。

○角谷委員 9ページの区別相談というところなんですけど、先ほどの話では開きはないということでご説明あったんですけど、北区とか中央区、西区、天王寺区とかですね、北区と中央区は相談件数としては、例えば単身者が多いのか、それとも世帯者としてトラブルがあったのか、天王寺区とかは非常に24区のうちでも住みよとこだというふうに認識があるんですけども、それでも7.09という数字なんです。これはここから見てですね、何がこの地域で、どういうふうにトラブルに巻き込まれているのか、相談があるのかというのがこれでは読み取れないと思うんですけど。この辺は、たとえば、単身者が多いとか、そういった表現の仕方とかはないのでしょうか。

○前田所長 区としますと都市化が進んでいる区の方が、やはり地域の中で助け合いなり、どなたか相談する相手が少ないというのは全体にあると思いますが、あと、私どもは、「どちらにお住まいですか」とお伺いするときに郵便番号を問いかけますので、ひょっとするとご勤務先が多い、事業所が多い区の場合は増えている可能性がございます。私どもは、別にお住まい先を追求いたしませんので、ぱっと、ある郵便番号を仰っていただくというのがございますので、どうしても勤務地の多い区は、たくさん郵便番号が出てくるということもございまして、本当に北区に、実際に住んでおられるという可能性が低い場合もあるということ、私どもは考えているところはございます。

○角谷委員 とういことは、居住地ということではなく、勤務地でも別に相談は。

○前田所長 そうではないんです。うちは「お住まいで」と聞くんですが、それをあえて細かいことまでいうわけではございませんので、

○村上局長 電話相談になりますんでね、ですからやっぱり、単身なのか家族がいるのかということ、いろいろ根掘り葉掘りなかなか問いただすことはちょっとむずかしいところですね。

○前田所長 私どもはの場合も、あっせんなどを始めて、事業者と面談となれば、相談者の住所の町名、番地まで把握いたしますけども、簡単に「お住まいはどちらですか」とお聞きするので、答えられる郵便番号をおっしゃることが多いので、どうも事業者の多い区の郵便番号がたくさんおっしゃっておられるなというのが、私どもはそれ以上はもう追求いたしませんので、どうしても大阪市にいますとおっしゃっていただいたら、その郵便番号でその区に分けさせていただいている、どうもお住まいの方が周辺区よりも中心の区の数が多いような数字になるのは、そういったあたり。プラス、さっき言った、一人住まいで、地域のコミュニティーが希薄なのかもしれないなあとという別の要素がございまして、さっき副所長がいったような、販売内容とか商品項目別は各区ほとんど差がないということで、騙される具合というか、悪質商法の発生具合は全く違いがないというのが現状でございます。

○下村会長 角谷先生の地元は生野のほうでいらっしゃると伺っておりますけれど、先生のお耳に入ってくるような地元事案というのは、何かご経験は今までのところはありませんでしょうか。

○角谷委員 先ほども伝えさせていただいたんですけど、生野区とか西成区というのは高齢化が進んでおりまして、お年寄りの方の独居老人の方々ですね、たとえば、電話がかかってくる、騙されないやろうか、と思ったりするんですけど、案外そういった方って実態として数字に上がってなかったりとかしてですね、ほんまは騙されているのにそれが気づいていない独居老人の方とかね、そういった方とかがいるじゃないかというふうな気はします。ただ、実際、近所の方で騙されて振り込んでしまった、ということは聞きませんし、逆に啓発ということで地域の方がこまめに独居老人の方々に言っていることで、未然に被害が防がれているのかなという意味では、生野は地域の連携がすごく緊密にされておりますから、数字を見て驚いたんですけど。

○斉藤委員 1ページの学校関係の消費者教育のところなんですけども、2回と書いてあるんですが、どういうところに、どなたが、どのようなことをされたのかお聞きしたいのと、小中高での教育なんですけども、今年度は、この「あなたをねらう！～悪質商法～」を単に配られただけなのか、ほかに何かされたのかということと、あと、来年度に向けて小中高、具体的などんなことをされるのか教えていただきたいんですけども。

○新井副所長 学校関係ですと、市立の中学校から、PTA会で話してほしいということで、午後の7時頃、講堂で呼ばれるようなことがございました。あと、大学生向けにお話ししてほしいということで講座を開催しました。2月にもまた、中学校の講座の申し込みが2件ほど入っております。年度当初に、市立の中学校と高校の校長会で、このような地域講座を行ってください、ということで、勧奨しております。大学のほうにも大阪市内の主要8大学、私立大学も含めてなんですけれども、若者向けのリーフレットを配布したり、ポスターを貼らせていただいております。約1,300部ほど、送らせていただきました。地域講座用の教材ということで、若者用ということで、この中学3年生と高校3年生の全員に、市立の中高等学校の3年生分全員に配布をしております。

中学生向けにということで、来年度、ホームページのコンテンツを立ち上げる予定でございます。そこでは消費者行政活性化基金を利用して、中学生の教育用にホームページで教育できるようなものを作る予定でございます。以上です

○斉藤委員 ありがとうございます。この悪質商法の冊子だと、中学生では難しいかなと思ったので。

新しいことを考えていただいているんですしたら、はい、先ほど、講座を大学なり中学校とかに行かれるということだったんですけど、これはどなたが講座をされるんですかね

○新井副所長　うちの消費生活相談員さんが、若者向けに何個か講座をもっておられて、若者用にちゃんとネタも作っておられ、うちの消費生活相談員が講師に行っております。また、若者向けにもう少し易しい、マンガを使った悪質商法とって、ひらがなで送りがなが入っているような冊子もごございます。

○斉藤委員　ありがとうございます。

○下村会長　私のほうからも少しお伺いしたいなと思うんですけども、「エルちゃん」というキャラクター、エルちゃんファミリーがいらっしゃるんですね。ぎょうさんいてはるんですね。いろんなところへ出張されるわけですか。着ぐるみで。

○前田所長　昨年度の巡回啓発には、ぬいぐるみを着るといような形で、委託事業者が踊ったり、ミュージカルをしましたけれど、現在は下の展示の方に置かせていただいている分だけなのです。さっき言いましたニュースの前面に「エルちゃんのトラブル♪バイバイ」ということで一斉送信しておりますので「エルちゃん」という名前で検索をかけて、大阪市のセンター、「消費者センター」という言葉ではなくても、「エルちゃんのトラブル」だけで、私どものHPへ入ってきていただけるような、ヒットできるような、検索しやすいような名前前面に押し出しているというような状況でございます。

○下村会長　そうですか。着ぐるみに入るアルバイトでもありましたら、私がやりますのでご紹介いただければ。フェイスブックのほうは、これ、「お友だち」になれるの。

○村上局長　フェイスブックページですので、「ともだち」申請じゃなくて、「いいね！」を押していただいたらフォローができるという形になっています。是非、押ししていただけましたら。

○下村会長　それから、先ほど来、話題の活性化基金の使い方の中で、当然のことながら相談事業関係の項目があって、体制強化としては2名増員ということもありましたが、研修というのは具体的にはどういうことをされているんでしょうね。

○前田所長 弁護士の先生に事例の研修ということで、近々にあったトラブル内容を専門的にご解析いただいて、相談員と一緒に勉強をしております。電話相談が終わった1時間程度を利用いたしまして、みなで議論をさせていただいて、レベルアップをはかっていただく。そういった場合は、こういうことで解決したらどうですかということをお教えいただくといった形で研修させていただいています。

○下村会長 そういったなかで、例えば先ほどの「不動産特定共同事業」とか、資料の中には出てきませんでしたけど、よくメールでくる中に「銀行のフィッシング詐欺」みたいなものあたりですね。最近、私のところにもメールがよう来ますけども。わりと引っかかりやすそうな、あるいはこれから出てきそうな、これからというのは、不動産でいえば景気が良くなってくればそういう話もつられて出てきそうな、そういうことがありますでしょう。なので、過去に集積された事例についてお勉強しましょうということも、もちろん大事でしょうけれども、先手を打って、こんなこともありそうだという、想像力を働かして、弁護士さんにご協力いただくなどして、先を見た研修というものも見据えて考えていただくようにできたらなというふうに思います。

○新井副所長 ありがとうございます。弁護士さんの研修では、多重債務のことであるとか賃貸借のトラブル事例とかもありますし、相談員さんが、「最近こんな、関わった事例ですけど」ということで情報共有をして、弁護士の先生から解説していただくというようなこともございます。あるいは、「デート商法」でマンションを購入させられて相手が消えてしまったりとか、というような事例を共有して御指導いただいたりということも、研修会の中では行なっています。

○下村会長 ありがとうございます。特に、銀行フィッシングなんかだと具体的な被害事例は出ていますかね。

○樋口委員 現場では相談が結構・・・現場が、一番最新の事例を受けておりますので、私たち相談員が一番先に情報は知るみたいな形ですね。

○下村会長 お金を取られちゃうと取り戻しようがないわけですよ。

○樋口委員 事例にもよりますし、業者にもよりますけれども。

○本荘委員 実際は、銀行がかなり補填しているみたいですよ。

○樋口委員 銀行が絡んでいて、まだクレジットとかだといいいんですけれど。口座の凍結とか、そういったのができますし。

○下村会長 パスワードを盗まれるという、あのタイプのフィッシングは対処が難しそうに思うんですけども。

○樋口委員 そうですね。自己責任ということも関わりますので・・・。

○下村会長 あっせんとか何かで事後対処できるタイプじゃない被害というのもどんどん出てくると思うので、それはやっぱり先手教育必勝だと思うんですね。なので、そういうことも考えて研修、あるいはその他の広報なり、なんなりお考えいただければなというふうに思います。

それから、相談員の方々、頑張ってくださいねということなんですけれども 待遇改善の方はいかなものなのでしょう。安倍総理も賃金上げよ、いうことで。

○前田所長 先ほどの行政活性化基金のおかげさまで、平成22年度から少しアップはしまして、一般水準程度ではございますけど、そういった意味では消費者相談としましては消費者行政活性化基金のおかげさまで、2名の相談員分は100%基金で、あと16名の分も少し、数万程度ベースアップは基金で行っておりますので、首長の表明は絶対要するというわけがございますけれども。

○下村会長 仕事の評価は、仕事の誇りだと思しますので、引き続き待遇について随時ご考慮いただければありがたいと、私としては思っております。

○前田所長 次にもう少しご説明させていただいてよろしゅうございますでしょうか。あと、アンケート調査をさせていただいた分をご報告させていただきます。

消費者庁でも、2011年も2012年も調査をなさっておられまして、そういったところでよくお

っしゃるのが、消費者被害にあった方のうち、被害にあったということを誰にも相談されない。4割もそういった方がおられるという結果が出ております。私どももそういったところの調査が出来ればと、かねてから思っておりましたところ、機会を得まして、この年末の12月26日から1月6日までの間、業者は規定で楽天リサーチさんのインターネットを利用したウェブアンケート調査だったのですけれども、簡単に4ページもので内容をご報告させていただきます。

まず、スクリーニング調査ということで、全体総数結構な、1万人近い数字なんですけれども、この中で被害に遭ったことがある方を500人程度、2,466名おられたうちから500名のサンプルを抽出させていただいて、以後の本調査にかかっていたとすることをいたしました。そのところが少し、国の調査と違いまして、向こうは、全体6,690名をした中で被害に遭われた方のデータがあるのですが、私どもは、その中からあえて被害にあった方だけを選んでしたので、少し数字が極端に出たのかもしれませんが、おおよそ申し上げますと、本調査、被害にあわれた方は、男性が277、女性が223ということで、比率は下のように男性は55.4%。国の場合は、男性は48.1%であったと。下のカッコ書きが国のほうの数字でございまして、世代につきましても、私どもは特に20代、30代が多いわけで、26.2、38.2ということで。国の方は、15.5、16.8ということで。特に私どもは50代の方が7.8と少ないのですが、国は、そのあたりは、20.5と、60代、70代でも少し数字が変わってきているような状況でございます。それをご参考として見ていただけたらありがたいのですけれども。

Q3ということで、「商品サービスを選ぶとき、何を意識されますか」ということで、たとえば、「価格」を意識するでありますとか、「機能や品質」を意識するでありますとか、「購入時の説明や対応などの接客態度」を意識するといったあたり、あるいはその後のアフターサービス、苦情相談窓口がしっかりしているのかというのを意識するというあたりに数字が出ているような状況でございます。大きな差があるのは「価格」とか「機能や品質」を重要視するというので国と同じような状況がでております。

次に被害にあった状況は、これはあまり大きな差はございませんが、Q5でありまして、ほとんどは1万円未満とか3万円未満の方が多いとはいいつつも、30万円以上、50万円以上、100万円以上、150万円以上、500万円以上、1,000万円以上も全て2%なり、1点何パーセントというふうには、500人おられるなかでも、おふたり、3人と、それぞれの金額を被害に遭われたと、はっきりおっしゃっておられるわけでございます。

次が、私どもが聞きたかったところでございます。被害についてどうなされたかと。「家族、知人、同僚等の身近な人」へのまずひと言、相談をされたという方は、大阪市が25.6、全国は29.7。

次に私どものような行政機関の消費者センターの窓口などをご利用された方は、大阪市が9.2、全国が2.0、メーカーに直接自分で交渉するということを考えた、大阪市が32.8、全国が11.9。次も同じなんですけど、販売店・代理店に言った方は大阪が13.0、全国が16.9。下がりました。一番最後の、誰にも相談しなかったというところは、やはり私どもも29.8、全国も30.7という状況でございました。この「誰にも相談しなかった」方に、またお答えを聞きましたところ、「相談しても仕方がない」というお答えが、64.4もございました。全国では38.7でございます。でも、「自分で解決できると思っていた」ということで、大阪市が20.8、全国が12.9。「どこに相談すればよいのかわからなかった」大阪市が10.1、全国が9.7、「恥ずかしいので、誰にも言えなかった」が8.1で、全国が6.5と、このあたりにやはり課題があるかと、そういった被害に遭われた方がなかなか相談しにくいという内容が明らかになったのではないかと考えておりまして、あと、裏をめぐっていただきますと、Q12ということで、消費者センターを知っているという問いにも、まだまだ知らない方が25.6%おられますし、そういった点ではまだまだ私どもの窓口をお教えして、しかも、センターでどういったトラブル解決ができるかというところも知っていただけていないというふうに考えております。

残念ですが、Q14の方では、「役に立たなかった」こともあるというのが、36.4でございますので、そういったあたりにつきましても、まだまだ改善の余地があるのかなというふうに考えた次第でございます。以上でございます。

続いてよろしいでしょうか。こちらは、前の審議会でお話しさせていただいて、その場で福祉現場の方と早く連携協力する必要があるとおっしゃっていただきました。それに向けまして取り組んだ状況でございまして、「消費者教育推進法」の内容を踏まえまして、こちらのスケジュール表に基づきまして、関係局であります福祉局ですとか各区の福祉関係の課長会の方に、私どもの情報発信のご協力をお願いしつつ、地域包括支援センターや介護事業者にもメールアドレスをお聞きして、先ほどのニュースの配信へのご協力を順次させていただいた状況でございます。121カ所程度の関係者への定期配信が現在出来上がりましたが、それに説明させていただきましたのがこちらの表でございまして、高齢者が自分では相談しにくい場合は、地域包括支援センターなどがまず見つけていただいて、下の事例に書いてありますように、クーリング・オフの書面も、ご本人がお書きづらいうでしたら、署名はご本人であっても代筆はしていただく、あるいは、相談と一緒に同行していただいたり、あるいは、そのあとの事業者との交渉につきましては私どもですけれども、細かいところにつきましてケアマネさんを通じて、

いろいろご本人の事情が聞けたようなこともありまして、様々な形で解決内容にご協力していただける状況が今見えておりますが、それを現場の皆さん方に直にお願いにあがったときのイメージ図でございます。以上でございます。

○下村会長 質問などおありでしょうか。

○平井委員 今ご説明があった、「エルちゃんのトラブルバイバイ♪ニュース」なのですが、これはホームページを見た人がですね、自分で配信を希望するとか、メールアドレスを入れて自分から受信できるようなシステムになっているのでしょうか。

○前田所長 そこまでは、まだしておりません。そういった形で登録できるのは、消費者庁なり国民生活センターがなさっておられるような、ああいう方法の分でしたら情報配信なさっておられますが、私どもは支援者が拠点とされてらっしゃる事業所や施設にご協力を願って、そちらで配信した内容を、関係してらっしゃるケアマネさんとかヘルパーさんに情報共有をお願いするという形で配信先へ送信しておりますので、その配信先しか現在のところは確定して配信しておりません。

○平井委員 ケアマネの方が個人で常時見れるようにしていると、一旦そういう拠点を介していくよりも、たとえば、直に受け取った方が、翌日からその得た情報を活用できるかと思いましたので。また、ケアマネさんもお自身のご事情でお仕事を離れて、このニュースはいらなくなったとすればご自分で解除すればいいわけであって。是非ともそういうのが、あった方がいいかと思えますけれども。

○前田所長 現在は「エルちゃんのトラブルバイバイ」でホームページを検索していただくと、全号アップはしておりますので、一回この配信があるということをご存じになったら、そこは随時見ていただければ、配信内容は全部見てはいただけるのですが。

○平井委員 ホームページにアクセスすればですか。

○前田所長 「トラブルバイバイ」で検索しても入っていただけますので、今までの全号が見られるようにアップしておりますので。内容は、さっきいいました、うちの被害内容の情報発信プラス、全国的な製

品事故ですとかを、2アップでご覧になりにくいかと思えますけれども、お手元にございますような内容で、身近なところでお気をつけいただければと。あと、先ほどのフェイスブックにリンクを貼って見に行っていただければという形で常時、注意喚起させていただいているような状況で、個人個人まではまだちょっと、そこまで配信はさせていただいておりません。

○角谷委員 それって、そんなに難しいんですか。よく、自分のメールから「空メールを送ってくださいね」というので送ったら、それに登録するだけだと思うんですけど。そんなに技術的に難しくないと
思うんですが

○平井委員 と思うんですが、

○前田所長 私どもが自分たちで工夫して配信をしているので、事業としての予算付け全然なしで送信を続けているものですから、少しそこまでの件数が持ちこたえられるかどうか。

○角谷委員 サーバの容量を増やすだけですよ。

○村上局長 大阪市もいろいろメールマガジンやっておりますが、ただ、ちょっと系統的にやはり個人情報の収集といえますか、施設に送るのはいいんですけど、個人個人に申し込みを受けて、になると、一定どの程度の規模でやるのか、その規模で今の現行のシステムで、たとえば、改修をしなければならなくなってくると、予算措置を講じないといかんということになりますので、ただ、広く知っていただく必要な情報であることに間違いありませんので、今のご意見を踏まえて、希望される方の情報を入手しやすくするような方法をこれは考えていきたいと思えます。たとえば、今すぐできることでしたら、間接的な方法として、大阪市の市民局のフェイスブックページに登録していただいたら、そこにニュースがフェイスブックに載ったときに、それをフェイスブック記事として掲載することによってスマートフォンなどで見ることができるとか、そういうことはすぐできると思うんですけども、メールマガジンについては、ちょっとお時間いただかないと。改善について、いい方法がないかと検討していきたいと思えますのでよろしくお願ひします。

○下村会長 ぜひ、ご検討いただきたいというふうに思います。

いろいろご意見いただきましたので、ご参考にさせていただきまして引き続き業務の変革を図っていただきたいというふうに思っております。

あと1点ですね、事務局から、これ検討してくれということがありますので申し上げますと、「消費者教育推進法」が施行されまして、地方公共団体としましても様々な施策を講じるようにという立場に置かれているわけでありましてけれども、審議会として考えますと、現在の委員の方々の職種、お立場というものをざっと眺めさせていただきますと、特に、先ほど来のお話との関係で言いますと、ご高齢者の方の配慮という側面で、福祉現場の方の委員がおられた方がよいのではないかと。あるいは、消費者教育という側面でいいましたら、私も含めて大学の人間は何人かおいでいただいておりますけれども、むしろ、初等、中等教育ですね、小学校、中学校、高校の教育現場の先生方にもご参画いただくことが審議の充実のために、より望ましいのではないかとこのように思います。委員枠としては、まだ少々余裕があるというふうに聞いておりますので、その方向で事務局を軸に、人選、選任を進めていきたいというふうに思いますが、ご異存ありませんでしょうか。よろしいでしょうか。

はい、では、その方向で進めていただくようお願いいたします。

○下村会長 資料配付がありますけれども、2番目の議題、「苦情処理部会からの報告」に移っていきたいと思います。苦情処理部会長の田阪先生、部会長代理の長田先生をはじめといたしまして、部会の先生方には大変なお骨折りをいただきました結果、うまい結果に辿り着いたというふうに聞いております。そのあたりの経過をお聞きしたいと思います。田阪先生、お願いします。

+++++

○田阪委員 それでは、私の方からお手元の報告書に従いましてご説明さしあげます。

【苦情処理部会報告については非公開】24分

+++++

○下村会長 ありがとうございます。以上なんです、クレジットカード決済によるオンラインショッピングの問題ですね。相手方Xは別に悪質な業者というのではなくて、むしろ我が国が世界に誇る優良企業だと伺っておりますので、その点も踏まえてのご検討かと思っております。

○下村会長

ということだと思いますと、高島屋さんにも人ごとではないのではないかとこのように思いますが、堀山さん、ご所感はいかがでしょうかね。

つまり、私もこの間、高島屋さんのオンラインショッピングでバレンタインのチョコレートを注文したんですけども。クレジットでオンラインショッピングを。こどもがそれをする。親のクレジットカードを使うということが、ショップの場合はなかなか把握できない関係だというのがこの相手方の言い分だと思うんですけど、その点でいうと高島屋さんも同じような立場かと思うんですが、いかがでしょうね。

○堀山委員 同じような立場ということではありませんが、今回の事案に何か感じるところあればということにつきましてはですね、こういったケースが実際、発生しているのだなど、悪質な業者さんではなくて、そうでない業者さんについてもこういったことが発生しているんだなど実感いたしました次第でございます。

○下村会長 小川さん、何かありますか。

○小川委員 啓発活動に行っていてよく思うんですが、こどもさんはね、何も知らないと思われている、おじいちゃん、おばあちゃんが多くって、本当はこどもが理解力はあるし、自分の好きなものに対してはものすごい読解力があるということをみなさんほんとに忘れていているというのを実感しております。ですから、PTAの方にスマートフォン、危ないよ、LINE危ないんだよと1年も2年も前から言っているのに、「何で？」というのが、ずっと、今も続いていましたし、そのLINEによって人間関係が壊れていく、犯罪にも巻き込まれていく。最近になってようやくPTAの方がわかるようになってきた。じゃあ、啓発活動を行うにあたってどうするのかといった時に、PTAが主催しようとしても集まってもらえない、聞いてもらえない、場所さえも設定しても誰も来ないような状況が続いている。だから、そういうふうなこともPTAの方、会長さんに言うんですけど、「でも、そんなことないよ。みんな知っているやろう」みたいな、普段の仕事の忙しさにかまけて、その辺はスルーされているんですよ。そういうのを見ていると、やっぱりこれは大人に教育しても無理なんだなど。実際、小学校、幼稚園の子でもパソコンは上手に扱いますから、それこそ、先ほどのゲーム機なんかでも幼稚園の子でも上手に操作してクリアするような時代ですから、そのころから、契約じゃないけれども世の中のしくみに対して教育して行っていたらかかないとどうしようもないのかというふうに思っています。それともう1つ、高齢者の方に対しての啓発活動に関してなんですが、地域包括支援センターだとかケアマネージャーさ

んを介した啓発活動というのはありがたいことに増えてきているので良かったなと思っているんですが、今、団塊の世代、65歳で定年退職された男の方が地域にいっぱいいらっしゃいます。そういう方達も講座に来ていろんなことを知っていただく、勉強していただけたらなと思うんですが、なぜか女性ばかり、講座に来られるのは。男性の方はというと、「俺たちは今まで第一線で仕事をしてきてたんやから、なんで今更そんなこと聞かなあかんねん」というような雰囲気構えてらっしゃるんですね。話を聞いていると、一人暮らしで、大学の教授をされてた方が、娘さんが行かれると、行く度に200万円もする壺が増えている。何でこれがあるのか、「お父さん、これ騙されてるよ」と言っても「何をゆうてんねん。お前みたいなヒヨっ子に言われたくないわ」と。だから、健康な老人であるがために、そういうふうな教育の対象者から漏れているという方がいらっしゃるということを皆さんには知っておいていただきたいと思っております。

○下村会長 ありがとうございます。プライドの高い「爺い」ほど扱いにくいものはありません。そういうことかと思えます。自分への戒めです。小学校から大事やと思いますが、幼稚園かもしれませんけれど。審議会委員として小学校あたりの先生にも、ご参加いただけるようにお取り計らいいただきたいというふうに思えます。

他に何か、いかがですか、松本先生。

○松本委員 今日お話聞かせていただいて、ご説明のなかにもあったんですけど、問題が困難というか、おそらく複雑化していたり、どこが取り扱うのかについても重複していたり、あるいは、グレーゾーンであったり、そういう難しい問題が多分増えているのかなというふうな印象を持ちました。そういう意味で、先ほど先生がおっしゃっていたように、この委員も、先ほどご意見の中で、現場が一番よく情報を持っているというお話がありましたけども、学校の関係の方であるとか、あるいは非営利の団体の方で、繋がりが薄くなっていく反対側で、非営利の活動みたいなものも逆に一方で積極的になっているという実態もありますので、そういった方々も様々な形で連携というか、ご意見をいただけるような場が必要なのかなというふうに思いが1つなのと、それと同時に、専門家がより専門性を高めていくという必要性が、これだけ難しい問題が複雑化してくると必要かなと思いましたので、消費者センターの方もなさっているかもしれませんけれども、地域包括支援センターの方々の様々な専門的な意見交換であったりとか、異種交流みたいな形で総合的に、たぶん消費者センターの方々が持っている情報も意外と「目にうるこ」で、福祉センター方々も非常に重要な視点もありますでしょうし、お互いの専門的な交

流というのも深めていっていただけるといいのかなというふうに思いました。

○下村会長 ありがとうございます。木村先生いかがでしょうか。

○木村委員 意見については、部会の報告書に反映していただいていますので、特にありません。ありがとうございます。

○下村会長 ありがとうございます。

○田阪委員 部会での議論を一点だけ紹介したいのですが、島谷委員が本日ご欠席ですが、そのご意見として、そもそも、こどもの使うおもちゃにクレジットカード機能をつけるべきかという問題提起をされています。答えが出るような問題ではありませんが、今回のような事後的救済か、会長がおっしゃるように消費者教育を充実させるべきか、事業者の規制を強化すべきか、今後も議論が必要な課題であるということの問題提起しておきます。

○下村会長 取引のタイプというのか、対応というのは非常に汎用性が高いものなので、取り締まるといふ発想にはなじまないだろうと思いますから、どうしていったらいいのか、深い問題を抱えているなという、とりとめのないまとめ方しかできませんが。何にしましても、本件に関しましては合意に至ることができました。部会の先生方には改めて御礼申し上げたいというふうに思います。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させていただくことになっております。それでは、事務局から最後に何かありますでしょうか。

○.司会 それでは、私の方から2点お願いがありまして、まず、1点なんですけれども、幹事局の皆様にお配りしました、先ほどの議題2の資料ですけれども、回収させていただきますので机のところに置いていただきますようお願いいたします。それと、委員の皆様方をお願いなんですけれども、資料の一番最後になりますけれども「質問・意見票」と「審議会委員会後の意見と結果等」という表を貼付させていただいております。前回、前々回の審議会で委員の方からちょうだいしましたご意見について、私どもの事業の対応を記載しています。

このように、審議会でちょうだいしましたご意見等につきましても、私どもの事業の中で少しずつ進

めていくよう考えておりますので、後日でも結構ですので、この「質問・意見票」を使っていただきましてご意見がありましたら消費者センターまでお寄せいただければと思っております。よろしく申し上げます。以上でございます。

○下村会長 他に何か、ご発言を賜りますようであれば、お願いします。

それでは、以上で本日の議題への審議は終了と相成りましたわけでございます。私のほうから締めくくらせていただきますと、シナリオにはあるんですけれども、折角、お忙しい中おいでいただいておりますので、角谷先生、締めくくりとして、ひと言申し上げます。

○角谷委員 そうですね、タイムリーな話になるかどうかわかりませんが、昨日まで議会の方で代表して13名ですかね、シンガポールの方へ海外視察、約3年ぶりぐらいですかね。この間ずっと自粛はしておったんですけれども、何を見てきたかといいますと、まず教育現場というのを視察させていただきました。特に南洋小中一貫校を視察させていただいたんですけれども、そこはかなり教育熱心な学校で、特に中華系の学校なんですけれども、そこに、何ていうんですか、その学年の、シンガポールにいらっしゃる学年の約300人ぐらいがですね、いわゆるエリートとして、国がこども達を、最終的には海外まで行かせたりとかして、国のために働いてくれる子を育てていくという教育を熱心にされておるんです。第一外国語が英語になっておりまして、母国語が失われつつあるなということも言われてたんですけれど、そこで、その前にあるフューチャースクールという学校がありまして、そこではですね、先ほどもいいました、i P a dを導入されておるんです。ただ、その導入仕方がすごく面白かったんですけれども。今、日本では、親がこどもにこういう機械を買い与えるという感覚なんですけれど、そこではそうじゃなくて、親がこの機械をこども達に与えて「勉強」をさせてあげたいという、環境づくりを3ヵ月とか半年かけて、しっかりと学校の先生と保護者が一体となってされてたんです。それで宣誓をするということで、こどもが親に対して、「このi P a dは学校で勉強するため、自分に買い与えていただいた保護者、お父さん、お母さんに感謝して、また、一生懸命勉強しますということ誓います」という誓いをさせて、こども達がこれは自分のものだから大事に使いたいというような思いで一所懸命に勉強されておったんです。そういったところで言うと、かなりこの事案も含めてですけども、機械の使い方というのは教える側がちゃんと教えないと、こども達はそれこそ自分で抜け道を探してやりたようにしていくということを感じました。

特にそこで重要だったのは、アップル社とですね、しっかりと業務提携をされておって、そのアップ

ルの、先ほど松本委員が言われた専門家が、学校の先生も兼ねておるんです。そういったことで、機械の使い方というのは、こども達にしっかりと浸透しておりました。「ちっちゃい子は親が教育していかなければいけない」という話も社会にはあるんですけれども、こども達を育てていく親が、いかに学校の先生と緊密な関係を持ちながら社会を形成していくかというのが重要なのではないかなと思いました。

様々な事案が、トラブルが、社会では起きておりますけど、本当にそういった意味では、教育というものが、いかに重要なのかなと、改めて思い知った今日の機会でありましたので、どうもありがとうございました。

○下村会長 貴重なお話賜りましてどうもありがとうございました。

「坂の上の雲を見ながら、力を付ける国の勢い」というものを感じるお話だったかと思えますけれども、教育をすればいいというものじゃなくて、誰が誰とタグを組んで、どのように何を教えるかということについて、やはり綿密な方針を立てて望む、ということがいかに大切であるのかというお話であったと思えますので、先ほどの消費者教育の早期開始というなかでその点も含めて当局には十分ご検討いただきたいというふうに思います。私からは以上です。

○司会 どうも長い間、委員の皆様、ありがとうございました。以上で、本日の審議は全て終わっていただけた訳でございますが、最後に村上市民局長から、ひと言ごあいさつを申し上げます。

○村上局長 今、角谷先生のほうから苦情処理案件にも関わるホットな話題をいただいて、締めくくりをいただいたんですが、それに重ねて私の方から申し上げるのも何なんですけれども、一言御礼を申し上げます。委員の皆様方には、長時間にわたりまして、熱心にご審議を賜りましてありがとうございました。また、とりわけ苦情処理部会の委員の皆様方には、市長から付託されました紛争案件につきまして、的確かつ迅速な審議をいただきましてですね、約3ヵ月という非常に短い期間でスピーディーに決着といたしますか処理に結びつけていただいたということで厚くお礼申し上げます。

本日、いろんな観点からご意見賜りました。このいただきましたご意見を、今後の私どもの消費者行政、あるいは施策のなかで活かしてまいりたいというふうに考えております。消費者行政を取り巻く状況というのは、本当に今の時代、年々、刻々と状況が非常に変化しておりますけれども、こういった状況の変化にも的確に対応しながら、総合的な消費者行政を進めて参りたいと考えておりますので、今後とも委

員の皆様方のお力添えを賜りますことをお願い申し上げまして、お礼のごあいさつとさせていただきます。本日は誠にありがとうございました。

○司会 それでは、これをもちまして第50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。