

第 5 2 回

大阪市消費者保護審議会

議 事 録

平成 2 7 年 1 1 月 5 日

大 阪 市 市 民 局

第52回大阪市消費者保護審議会 議事録

日 時 平成27年11月5日（木）

午後3時～午後5時10分

場 所 大阪市役所地下1階 第11共通会議室

次 第

1 開 会

2 市民局長あいさつ

3 議 題

(1) 議 案：次年度の消費者行政の展開について

- ・消費生活情報提供（教育・啓発）事業について
- ・消費生活相談について
- ・重点的に取り組む主な経営課題について

(2) 報告事項：大阪市消費者保護条例（改正案）について

- ・「改正消費者安全法」の要点説明
- ・条例検討部会での検討結果（報告）
- ・消費者保護条例改正点の説明

4 閉 会

出席者

(1) 委員 (17名)

(敬称略・50音順)

石川 洋志	(社福) 東成区社会福祉協議会事務局長
今西 幸蔵	神戸学院大学人文学部人文学科教授
今堀 哲治	(株) 近鉄百貨店営業統括本部営業管理部長
金子 裕一	(公社) 消費者関連専門家会議 (ACAP) 執行委員
木下 真弓	公募委員
木村 和成	立命館大学法学部教授
久保 宏之	関西大学大学院法務研究科教授
高田 秀世	日本チェーンストア協会関西支部事務局次長
竹村 安子	大阪市立大学生活科学部非常勤講師
田阪 裕章	弁護士
丹野 壮治	大阪市会財政総務委員長
千葉 裕子	(公社) 全国消費生活相談員協会関西支部副支部長
長田 真里	大阪大学大学院法学研究科教授
中野 亮一	大阪商工会議所経済産業部長
西村 陽子	弁護士
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・相談員協会西日本支部副支部長
南山 幸子	京都府立大学大学院生命環境科学研究科教授

(2) 市側 (12名)

(幹事)

市民局長	谷川 友彦
市民局総務部長	林 浩一
市民局総務課長	馬場 正和
危機管理監	東 信作
	(代理出席：間嶋危機管理課長)
経済戦略局長	井上 雅之
	(代理出席：花澤総務課長)
福祉局長	西嶋 善親
	(代理出席：酒井総務課長)

健康局長	上 平 康 晴 (代理出席：門田総務課長)
こども青少年局長	内 本 美奈子 (代理出席：土居総務課長)
環境局長	北 辻 卓 也 (代理出席：西川総務課広報担当課長代理)
都市整備局長	國 松 弘 一 (代理出席：内田総務課長)
消防局長	打 明 茂 樹 (代理出席：永峰総務課長)
教育長	山 本 晋 次 (代理出席：斉藤総務課担当係長)

(3) 事務局 (大阪市消費者センター)

所 長	中 川 淳 一
副所長	篠 田 誠
副所長	津 村 浩 司
担当係長	二 階 義 明

(4) 傍聴者 0名

○司会 お待たせいたしました。ただ今から第52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二階でございます。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、市民局を代表して谷川市民局長からごあいさつ申し上げます。

○谷川市民局長 皆さん、こんにちは。ただいまご紹介いただきました、大阪市市民局長の谷川でございます。委員の先生方におかれましては、平素より本市の消費者行政の推進に何かとご尽力、ご理解を賜っておりますことを、この場をお借りして厚くお礼申し上げたいと思います。ありがとうございます。

さて、本日の審議会ですが、お手元の次第にもありますが、私ども市民局、大阪市で考えております来年度の消費者行政に対する考えをご紹介し、今年度の取組もあわせてご説明させていただき予定しておりますけれども、その内容について種々ご意見、ご助言等を賜れたらと思っております。

ご案内のとおり、来年4月から改正消費者安全法が施行されます。その背景に置かれている一つがですね、やはり高齢者の消費者被害の深刻化というものがございます。私どもも高齢者の被害、いろいろと統計上、資料なりを見ておるんですけれども、被害が深刻化というその一つということと言いますと、被害額が拡大している、なかなかそれに気付けない、あるいは誰かに相談するのが億劫だと、そういうような状況が見てとれるところでございます。そういう中で、来年度の大きな柱としましては、高齢者に対する消費者教育をしっかりとやらせていただく、そして、地域における高齢者等の皆さんを支援する、そういう機能を向上していただく、そして私ども消費者センターの認知度、利用率・利用度というものをしっかりと上げていく、この3つを大きな柱として考えているところでございます。詳細につきましては、私ども担当のほうから今年度の状況なり、来年度に向けた課題なりをご説明させていただきたいというふうに思っております。どうぞ委員の皆様方におかれましては、忌憚のないご意見、ご指導、ご助言をちょうだいしまして、また、活発にご議論いただくことをご期待、ご祈念申し上げまして、私どもの冒頭のごあいさつと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 続きまして、配布資料の確認をさせていただきます。

(配布資料の確認)

○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。

資料として五十音順の委員名簿を付けさせていただいておりますので、その名簿に沿って順にご紹介させていただきます。

お名前をお呼びしますので、その場でお立ちいただき、自己紹介をよろしくお願いいたします。

(出席委員のご紹介)

○司会 なお、本日、岩山委員、佐藤委員、松本委員におかれましては、所用のため欠席されております。

続きまして審議会規則第7条におきまして市長が任命する審議会幹事は、関係局局長を幹事としておりまして、幹事名簿を資料として添付させていただいております。

(幹事・事務局紹介)

○司会 以上でご紹介を終わらせていただきます。

なお誠に申し訳ございませんが谷川局長は、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。

○谷川局長 失礼いたします。どうぞよろしく願いいたします。

○司会 それでは、以後の議事進行につきましては、長田会長にお願いしたいと存じます。よろしく願いいたします。

○長田会長 それでは進めさせていただきます。まず、議題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ます。事務局から説明をお願いします。

○司会 会議の公開・非公開の決定につきましては、「審議会等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。

お手元の資料1-1の前にごございます「審議会等の設置及び運営に関する指針」をご覧くださいと存じます。

5ページ「第7 会議の公開」の「3 公開・非公開の決定」でございますが、「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、当該審議会等において決定する。」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、3ページになりますが、「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、原則公開としていますが、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。

○長田会長 ただいまの事務局からの説明を踏まえまして、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、よろしいでしょうか。

それでは本日の審議については「公開」と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、公表させていただくことをご了承をお願いいたします。

なお、現在のところ、傍聴者はゼロでございます。

それでは、議題に入らせていただきます。

(1) 議案「次年度の消費者行政の展開」について、事務局からご説明いただきたいと思います。よろしくをお願いいたします。

○篠田副所長 副所長の篠田でございます。座らせていただきます。資料1-1、消費者センターの事業についてということで、私のほうと津村のほうで分担して説明させていただきます。

まずページをめくっていただきまして、1ページ目、2ページ目見開きになっていますのでご覧いただきたいんですけども、左側のほうには27年度、今年度の上半期の事業についての実績を記載しております。右側につきましては、昨年度の事業実績について記載させていただいております。消費者センターの業務につきましては、市民の方からいただく相談対応をするというのはもちろんなんですけれども、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てもらう消費者教育・啓発も重要であると考えております。この表にもとづきまして、主な事業についてご説明いたします。

まず先頭の電子ビラの配信ということなんですけれども、これは平成25年の8月から実施した事業でして、A4一枚程度の紙に注意喚起など当センターに寄せられた相談や製品のリコール情報などを編集いたしまして、各区の地域包括支援センターでありますとか、介護事業所、福祉施設等にメールという形で配信させていただいております。26年度に比べまして、今年度は20箇所程度、配信箇所が増えております。ページをめくっていただきまして3ページ目と4ページ目に本年度と昨年度の発行一覧をつけさせていただいております。昨年度につきましては、製品事故やリコール情報、公的機関を名乗って勧誘を行う、いわゆるかたり商法についての注意喚起を何度か発信しております。今年度につきましては、介護事業者や地域包括支援センターから消費者センターのほうに情報をいただきました内容について、数件記事にさせていただいております。特に、もうすぐ始まりますマイナンバーですね、このマイナンバーに関する注意喚起につきましても9月に一度、既に10月入っても一度配信させていただいております。同じく情報発信ということで、市民局が活用しておりますフェイスブックにおきましても、私どもの講座の開催案内等々、随時発信をさせていただいております。

次に、見学講座と地域講座についてですけれども、私どものほうに各地域団体から依頼を受けまして、最近の相談事例でありますとか、悪質商法に騙されないためにありますとかクーリング・オフの説明に、無料で「くらしのナビゲーター」という市民ボランティアの方を講師として派遣をしております。昨年度につきましては、見学講座と地域講座を合わせまして161回、7,850名の方に受けていただいたというふうになっております。今年度につきましては上半期で51回、約3,000名ということで、回数は若干減っておりますけれども、人数につきましてはほぼ半分弱ということで、昨年度よりは減っておりますけれども、ページがとびますけれども7ページ目、8ページ目をご覧ください。25年度、26年度、27年度の比較をつけさせていただいておりますけれども、26年度は数字はかなり大きかったんですけども、今年度につきましては、25年度よりは多い数字で今のところ推移しておりますので、最終的には26年度相当まで数字は伸びるかと思っております。

それ以外に教育・啓発ということで、府市連携で事業をやっております、毎年消費者月間であります5月に府市連携ということで消費者月間講演会を開催しております。同じく府市連携ということで、生活情報誌「くらしすと」、本日の資料にも夏号と秋号をつけさせていただいておりますけれども、これを年4回発行しております。

27年度から新たに始めました事業ですけれども、地域の見守りネットワーク活動促進事業ということで、エルちゃんの見守り講座という名称で実施しております。この事業につきましては、高齢者の消費者被害の防止のために地域講座等で本人に働きかけるだけではなく、高齢者を支援されている方々に高齢者の被害の実態を知っていただくとともに、消費者被害に気付くポイントや声かけのタイミングなど見守り活動におけるスキルアップとなる講座を実施しております。地域で高齢者等を支援されている方や団体等を対象に各区と連携しながら各区2回実施する計画でございます。上半期の実績としまして、9月まで4回と少なくなっておりますが、計画どおり実行できるというふうを考えております。

少しとびますが、26ページをご覧ください。6番ということで、地方消費者行政推進交付金ということなんですけれども、昨年度までは国のほうから活性化基金ということで、基金という名称で消費者行政強化のための財源措置がされていたんですけれども、27年度からは交付金という形で名称が変わっておりますけれども、基本的には同じような使い方ができるというふうになっております。昨年度この財源を元に実施した主な事業ですけれども、昨年の審議会の際には説明はさせていただいているんですけれども、その時に完成しておりませんでした消費者教育デジタルコンテンツの作成ということで、お配りしている資料の中の「ゲームで学ぶWebサイト」というものがあると思うんですけれども、インターネット上にコンテンツを作成しております、中学生を対象としたゲームでクイズ形式でいろいろと学んでいただくということで、今年の3月にできたばかりなので、前回の審議会的时候には事業報告だけで内容は報告することができませんでした。同じく消費者教育用人形劇製作事業ということで、これはパペットという指人形ではないですけれども手のサイズぐらいの人形で地域講座等をやる際に、参加している方にもご協力いただいて、ビジュアル的にもわかっていただくというふうな道具を作成しております。今年度につきましては、さきほど申しました地域の見守りネットワーク活動促進事業ということと、タブレット端末による消費者教育強化事業ということで、地域講座等に出向いたときに、実際にインターネット上の画面を見ていただくといったことに活用するために導入を予定しておりますけれども、今現在はまだできておりません。手続きをやっている最中ということでございます。

最後に27ページの7番、消費者センターに関するアンケート調査結果ということなんですけれども、これは昨年度からセンターで実施しております事業について、いろいろ効果測定をしております、この結果についてセンターの認知度につきましては78.4%と、この上半期の実績なんですけれども若干低いかなというふうに思っております。それ以外に、各種講座いろいろあるんですけれども、これの全体の講座の満足度といたしましては96.3%と、受講していただいた方に満足していただいているのかなと思っております。一番最後の消費生活相談の実績ということで、これは来所相談しかアンケートがとれないんですけれども、センターの方に来所相談された方に相談の満足度をお聞きしたところ99.2%と非常に高い満足度をいただいております。私からの説明につきましては以上で終わらせていただきます。

○津村副所長 消費者センターの相談指導担当をしております副所長の津村と申します。着座のうえ説明させていただきます。資料1-1の目次をご覧ください。目次の2「消費生活相談について」から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」までを説明させていた

できます。まず、9ページをお開けください。「消費生活相談について」でございますが、平成26年度の消費生活相談件数は、22,996件で、25年度に比べて約800件増加しております。一番上の表にありますように、対前年度の増加率としましては3.9%増加となっております。相談の多い商品・役務別に見ますと、出会い系サイトやアダルト情報サイトに関する相談がほとんど占める放送・コンテンツ等が多くあります。また、遠隔操作によるプロバイダとの契約に関するトラブルなどのインターネット通信サービスについての相談やスマートフォンの普及に伴う移動通信サービスについての相談が多くありました。70歳以上の高齢者からの相談では、健康食品やファンド型投資商品、リフォーム等の工事に関する相談が多く寄せられております。下から2番目の表に、高齢者に多い悪質商法、相談件数の推移をまとめております。点検商法、SF（催眠）商法、かたり商法、送りつけ商法が高齢者に被害が多い悪質な商法ですが、近年増加傾向にあることがわかります。この中でも、かたり商法と送りつけ商法の増加が著しく、見ていただきましたら、平成22年度と比べまして70%ほど増加しているという状況でございます。

次に11ページをご覧ください。平成26年度に多く寄せられました相談内容といたしましては、架空請求・不当請求についての相談が3,494件、相談件数全体に占める割合は全体の15.2%、前年度増加率は21.5%となっております。架空請求につきましては、メールなどにより消費者が利用した覚えのない商品の購入代金の請求などをされたり、アダルトサイトでワンクリック請求されるものであり、2,719件となっております。不当請求は、あたかも利用契約が成立したかのように思わせて法外な料金を請求するものであり、775件となっております。

12ページをご覧ください。賃貸アパートに関する相談では退去時の高額な補修費用の請求、スマートフォン・携帯電話に関する相談では機器の早期故障に関する相談が多数寄せられました。特に、最近の傾向としましては、スマートフォンについてSNSで知り合った友人とトラブルになることなどによる事例が生じております。フリーローン・サラ金に関する相談では、ヤミ金融に関する相談や多重債務に関する相談が3割以上を占めています。

13ページをご覧ください。区別相談件数となっておりますが、相談件数が最も多いのが淀川区の1,201件となっております。次いで平野区の1,160件ですが、人口1,000人当りの相談件数が最も多い区は中央区の10.29件、次いで北区の8.67件となっております。

次に14ページをご覧ください。年代別にみる相談件数を表にしてしております。各年代の構成比の対前年度増減は2%以内となっております。大きな変動はございませんが、60歳以上の高齢者の構成比は28.6%と3割近くに達しており、これは高齢化社会の到来に伴って、消費者問題においても高齢者の占める割合が高くなっているものと考えられます。

次に15ページをご覧ください。年代別にみる商品・役務件数を表にしてありますが、上の方の表を見ていただきますと、1位が放送・コンテンツ等、2位がレンタル・リース・賃借という順番になっておりまして、5番まで網掛けしておりますけれども、それを下の表で年代ごとではどこに位置するのかということをお示ししております。網掛けの部分を見ていただきましたら、全体の5位までの部分がこういうふうバラついているということがわかるようにしております。

次に、16ページの販売・購入形態別にみる相談件数をご覧ください。最も多いのが、店舗契約の7,503件、次に通信販売の7,351件ですが、構成比の対前年度増減率では通信販売が最も大きい3%となっております。相談件数では、店舗契約を抜く勢いで近年増加している状況でございます。その他大きな変動はございませんでした。

次に17ページをご覧ください。一番上の表は、さきほど説明しました高齢者に多い悪質商法被害に関する相談件数について、60歳以上の高齢者の占める割合を記載しております。高齢者に多い上記の悪質商法のなかです、低価格で商品を販売する等の広告を出して店舗に誘導して、親しげに高額商品の購入を勧めて購入させるいわゆるSF商法、いわゆる催眠商法に関する相談では、60歳以上の高齢者は全体のちょうど9割を占めております。また複雑な仕組みの利殖商品を「高額配当が受け取れる」とか「損はしない」など言葉巧みに勧誘され、定期預金のようなものと思い込んで契約したところ、利益が出るどころかほとんどお金が戻らなかったという相談が寄せられております。利殖商法に関する相談件数は、真ん中の表に記載しておりますけれども、ファンド型投資信託商品、未公開株、公社債に関する相談では60歳以上の高齢者が7割以上占めているという状況になっております。それから一番最後の表ですが、若年者に多い悪質商法としましては、SNSをきっかけとしたキャッチセールスやアポイントメントセールスにより契約をさせられたという相談では、30歳未満の若者が計算しますと全体の5割を占めているという状況でございます。

次に19ページをご覧ください。消費者トラブルの解決としまして消費者センターは次の取組を行っておりまして、訪問販売等の一定期間内にクーリング・オフが可能な契約についての相談に対して、クーリング・オフ制度の活用とその方法を助言しております。また、事業者の問題がある場合は、消費者の自主交渉が困難なため、消費者と事業者の間に入ってあっせん交渉を行うことによって被害の救済を図っております。

ここで、資料に記載はございませんが、消費者庁におきまして、消費者行政の取組状況について「見える化」を図るために、PIONEERという全国の消費生活センターが相談内容を記録するシステムに、救済金額の記録をするということを平成26年度から暫定的に取り組むこととしており、本市でも実施しております。当センターが消費者からの相談を受けまして助言やあっせんを行った結果、消費者被害の回復や未然防止につながった年間の救済金額は、推計で約7億円超えとなっております。このうち、被害金が返済されました回復金額が約3億5,800万円、契約せずに支払わずに済んだ未然防止額は約3億5,100万円となっております。以上で「消費生活相談について」の説明を終えます。次に、20ページにございます「商品テストについて」ですが、平成19年度から府市共同で「くらしの商品安全情報室」を設置し、クリーニングによる生地縮み原因等のテストを実施しました。

次に下の4「不当な取引行為にかかる事業者指導について」ですが、大阪市消費者保護条例にもとづいて実施しておりまして、平成26年度は3事業者に行政指導しまして、1事業者に勧告を行い、行政指導を行った3件につきましては大阪府と連携して実施いたしております。次のページ、21ページに過去の22年度からの一覧が記載されております。

それから22ページをご覧ください。こちらに「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」記載しております。まず（１）「大阪市消費者保護条例に基づく各種基準調査」ですが、単位価格表示や過大包装基準、商品の品質表示基準を定めておりまして、主に百貨店、スーパーマーケットに立入調査行っており、こういう結果になっております。

次に２３ページですが、（２）「家庭用品品質表示法等に基づく立入検査等について」記載しております。こちらは市民などからの通報等にもとづいて立入調査を実施しており、例えば安全基準、電気用品のPSEマークなどに適合しているのか否かなどの調査を行い、このような調査点数になっております。以上で説明を終わらせていただきます。よろしくお願いいたします。

○長田会長 ありがとうございます。それでは続きまして、「重点的に取り組む主な経営課題」につきまして、再び事務局からご説明いただきたいと思っております。

○中川所長 消費者センターの中川でございます。私の方から重点的に取り組む主な経営課題について、ご説明させていただきます。座らせていただきます。

資料としましてはこのA3の用紙の分と、あとあわせて、エルちゃんの見守り講座ということで、「見守りハンドブック」と書いた冊子をつけさせていただいております。この内容とこの冊子につきましては、のちほど、どういった改善点があるのか、どういった取組を進めるべきかということでご意見をちょうだいしたいと考えておりますので、よろしくお願いいたします。

先の事業概要にもございましたとおり、住之江区南港のATCにございます消費者センターでは、消費者が悪質商法の被害に遭ったり、消費生活上で起こるさまざまなトラブルについてのご相談を日々、お受けしておりまして、消費者被害の未然防止・回復・救済にむけた助言・あっせん等の業務を行っているという説明を今させていただいたところでございます。

繰り返しになりますが、平成26年度に消費者センターでお受けした新規の相談件数は22,996件と、約2万3千件ございまして、その内の約3割近くが高齢者からの相談となっております。比率で言うとかかなりの分ということになっておりますということと、当センターが市内にお住まいの消費者からの相談を受け、助言やあっせんを行った結果、消費者被害の「未然防止」や「回復」・「救済」につながった年間の推計金額は、約7億円超となっております。この部分につきましては、もっと大きく大々的にアピールしていくべき内容かとは思いますが、とりわけ26年度からのデータしか存在していないということもありまして、今はそういう状況でお伝えさせていただいております。

こうした現状を踏まえまして、本日、ご審議いただきたい「重点的に取り組む主な経営課題について」のご説明をいたします。資料1-2をご覧くださいませでしょうか。

経営課題として、「消費生活における高齢者等の安心の確保」をあげております。

特に高齢者等に特化した理由を示す現状・データとして1.消費生活相談、2.高齢者の意識・行動、それぞれ3つのデータ表を掲載させていただいております。

1.消費生活相談等の（1）では、人口等それぞれの項目について平成21年度を基準値100とし、26年度では「60歳以上の人口が105.1ポイント、市全体の相談件数が111.2ポイントで、それぞれが微増であるのに対して、26年度の高齢者からの相談が149.2ポイントで21年度当時の約5割増しの相談をお受けしたことがわかる表となっております。

（2）では、訪問販売や電話勧誘を行う事業者は、日中、在宅の高齢者をターゲットに直接営業ア

アプローチをかけている様子がかがえ、高齢になるほど勧誘に対して断りきれていない現状が見受けられるところです。

(3)の表では、被害金額が500万円以上という方からの相談の割合ですが、金融商品やリフォーム工事など高額被害に遭っている対象者は、やはり60歳から70歳以上で多発化しており、その被害も長期化・深刻化している状況が読み取れています。

また、注釈として記載のとおり、高齢者からのセンターへの相談事例について見てみますと、高齢者自身が消費者被害に気付いていないケースも多く見られ、同一の高齢者が何度も類似した被害に遭う傾向があります。さらに、家族や支援者等が気付いた時には、既に、被害が深刻化しているケースも見受けられます。

次に、2の高齢者自身の意識・行動を示したデータ表をご覧ください。これは、消費者被害に遭った人を対象に実施した平成27年度民間ネット調査による意識調査データであります。

まず、「被害を受けた時、誰かに相談しましたか？」の(問)では、「誰にも相談しなかった」と回答した60歳以上の人割合は56.1%にのびりました。

その理由としては、恥ずかしいので誰にも言えなかった、適切な相談相手がいなかった、相談しても仕方ないと思った、どこに相談すればよいかわからなかった、とのことであります。

一方、消費者センターの相談記録からは、「誰にも相談しなかった」ことについて、だまされた自分が悪い、家族に知られると叱られる、といった理由も見受けられました。この点は施策を進めるうえで、非常に重要ではないかと考えています。

さらに、この民間調査では被害に遭われた60歳以上を対象に「消費者センターの認知度」調査も実施されております。

消費者センターを知っていると回答した81.8%方々のうち、センターの有益性すなわち、消費者センターが消費者被害の相談先であり、その受け皿を消費者センターが担っていることをご存じの方は35.9%に留まっていることがわかりました。主な要因分析としては、高齢者自身あるいは支援者等も、悪質事業者の手口に関する知識や情報不足により、消費者事故だと気付いていないことが問題であり、高齢者自身が、悪質事業者に対して毅然とした対応が取れずに、消費者被害に遭ったことを恥だと思っていることも、被害を拡大・長期化させる原因となっていることでもあります。

さらには、高齢者を見守り支援者する方々が、高齢者のサインに気付いておらず、適切な助言もできていない実態があり、こうした現状のもとで、消費者センターが行っている助言・被害回復等の実績PRが十分でなく、まだまだ身近な相談窓口にはなり得ていない現状を今後、打開していくための戦略について、後程、ご意見をいただきたいと思っております。

高齢者に対する課題としては、事業者の手口や拒否方法に関する知識・情報の提供を行い、被害の未然防止や被害回復の実績を示すこと、また、高齢者の羞恥心の払拭とセンターや支援者などの身近な相談相手の存在等認知度の向上を図っていくことが重要であると考えています。

一方、支援者に対しては身近な相談者となるための事業者の手口や拒否方法等の知識や、高齢者が発するサインの気づきのポイント等の知識を習得とあわせて、現行では自律的に解決できないときには消費者センターにつなぐことの重要性を認識・徹底されていないことが課題であると考えます。

次に、経営課題にあります「消費生活における安心の確保」に向けた戦略ですが、その具体的取組として大きく3つの柱立てをしています。まず、第1番目は、3-1で高齢者本人に直接消費者教育を実施するもの、2番目には、3-2で地域において高齢者等支援者のスキル向上を目指すもの、第3番目は、3-3で受け皿となる消費者センターの認知度・利用率の向上の以上3点を戦略の柱立てとしてい

ます。

その具体的取組として、「高齢者本人」向けには、半日講座、「エルちゃんのわんデー講座」と呼ぶものですが、これは、広く消費者問題に興味を持っていただき、被害防止に向けた初級編の啓発講座であります。年間10回500人以上を計画いたしております。

この半日講座と2番目の実践的消費者教育としての「地域講座」は従前から実施しているものですが、この地域講座では、高齢者を対象に悪質商法の手口の紹介やクーリングオフの仕方などを勉強したいという団体等からの要請を受け、無料で講師派遣を行っているものです。年間70回で2,100人を見込んでいます。

3番目は、高齢者等の支援者が高齢者に直接、消費者センターへのつなぎを含めて消費者教育を行っていただくというもので、「エルちゃんの見守り講座」と呼んでいるものです。

この見守り講座は今年度から新規の交付金事業で実施しているものであり、次ページ3-2-1及び2に掲載しているものです。これからご議論いただきたい項目になります。

高齢者被害の未然防止や救済を図るために、高齢者等の家族や支援者に対して、高齢者が被害に遭いやすい意識づけの啓発や高齢者の発するサインや気づきのポイントを学び、悪質事業者の手口や拒否方法に関する知識や情報を共有することを目的とした見守り講座を区役所と連携して実施中であります。

1区少なくとも1団体以上、全体では48団体で実施することとしています。

さらに、高齢者の被害防止に向けましては、特に判断能力の低下した高齢者本人、支援者等に対しまして、いくら消費者被害防止の手ほどきをしてもある程度限界があり、やはり家族の気付きが重要になってくるということで、来年度からは、高齢者の家族等を対象に、「高齢者等が被害に遭っていることへの気付きや日常生活における見守り意識の浸透を図るための講座」を実施することといたしました。

2回で各100人以上に家族向け講座を計画しているところです。

しかしながら、実態として消費者教育に何の関心も示していない高齢者の家族に、いきなりアプローチしても、成果が上がらないのではないかと議論もあり、講座開催の手法等、効果的な講座となるよう、是非ともご意見をいただきたく、ご議論をよろしくお願いいたします。

また、具体的取組の3-2-3に記載いたしております「エルちゃんの見守り講座」で使用しているハンドブックをお手元にお配りしていますが、ここに、悪質事業者の撃退方法等を記事掲載してはどうか、また、ハンドブックの最終面にクーリングオフに使用できる「はがき大」の契約解除通知を添付してはどうか、など、来年度作成のハンドブックは、さらにブラッシュアップさせたいと考えておりますので、ご意見をちょうだいいたしたいと考えています。

最後に、3-3の戦略、消費者センターの認知度・利用率向上に向けましては、各種講座開催に合わせて消費者センターの周知を行うとともに、ホームページ・パンフレット・電子ビラ等も活用しながらPR活動を実践しているところですが、効果的な周知・方法についても、ご意見をお聞かせいただけたらと思います。

以上が、平成28年度の消費者センターにおける「重点的に取り組む経営課題」であります。とりわけ、被害のターゲットにされやすい高齢者の消費者被害防止に向けまして、来年度に取り組むべき有効な戦略・施策等の取組について、ご審議の程、よろしくお願いいたします。

○長田会長 ただいま、「消費者センターの事業概要」並びに「来年度重点的に取り組む主な経営課題」について説明がありました。

事務局からは、被害のターゲットとされやすい高齢者の消費者被害防止に向けた来年度の有効な戦

略・施策等について、ご意見をいただきたいとの提案をいただきました。

主な論点としては、資料1-2の要因分析や課題、戦略、アウトカムの設定について、消費者センターへ気軽に相談いただくための効果的な周知・PR方法について、来年度新たに取り組もうとしている高齢者の家族へのアプローチについての有効な方策、「見守りハンドブック」について、悪質な勧誘の撃退法や高齢者の見守りといった観点から、新たに盛り込むべき要素はないか、といった点があるかと思いますが、各論点を中心に、委員の皆様からご意見をいただきたいと思います。

何かご質問・ご意見はございませんでしょうか。

○樋口委員 高齢者の定義なんですけれども、この重点的に取り組む主な経営課題の中で、60歳以上というふうに定義されているんですけど、これは、国民生活センターなどでも10歳代単位で年齢を取っているということはあるんですけど、一応高齢者と言うときは65歳以上というのが普通定義だと思うんですけども、ここはどうなんですか。60歳と65歳以上ではちょっといろいろ統計資料も変わってくると思うんですけども、いかがでしょうか。

○中川所長 60歳という定義なんですけれども、実はこのデータの帳票に表している60歳以上というのは、あくまで、消費者センターが相談をお受けした方を対象者としておりまして、その方に年齢をお伺いする際には、何歳代の方でしょうかということでお伺いしております。そういうことからすると、本来であれば65歳であるとか70歳であれば高齢者というに等しいということか今は元気なお年寄りも多分にいらっしゃるんで、そういうことでいうと60歳は高齢者に入らないのではないかとということではあるんですけど、データ上でいいますとやはり60歳で定年退職を迎え、あるいはそのときに退職金があるから高額被害にあうという利殖商法等にひっかかるというようなこともございまして、最低限うちの方で把握している高齢者という中身でいうと何歳までは聞けてませんので何歳代でしょうかということでお伺いした中でのデータですので、その点はよろしくご配慮をお願いしたいと思います。

○丹野委員 家族への気づきとか家族の講座が消費者保護の重要なポイントとおっしゃってたんですけど、1ページに消費者センターの認知度（60歳以上）とあるんですけど60歳未満のデータはなかったんですか。そもそも消費者センターを60歳未満の方が知らないのかなという思いがありまして。

○二階係長 内訳を申しあげますと、60歳以上は81.8%なんですけれども、年代別に申しあげますと、20歳代で64.0%、30歳代で72.4%、40歳代で67.9%、50歳代で71.6%でございまして。

○丹野委員 20歳代で64%？そんなに知られているものなんですか。わかりました。ありがとうございます。

○林部長 補足いいですか。丹野委員ご指摘のように、消費者センター的には特に高齢者に特化した仕

事をしているということではないんですけど、とりわけやはりこういった経営課題を打ち立てて重点的に取り組んでいくという観点で現状こういった課題を認識する中でやはり高齢者に関する被害が大きいといったような状況で、こういった形で特出しして重点的に取り組むことでやっておりますが、一般のご相談はどなたからの相談も受けていきますし、講座のご希望があれば出て行きますので、実際のところそういう高齢者に軸足を置いて、当面ここ2～3年取組んでいってできるだけ消費者の安全の確保を図っていききたいといったことで、運営方針的にはこういう形で表現しておりますが消費者センター的にはあらゆる消費者被害の救済とか相談とかいったことに取り組んでいきますので、またいろんな人に消費者センターを知っていただくということも必要かと思っておりますので引き続きそういった取組みはやっていきたいと思っておりますのでよろしくお願いしたいと思います。

○中川所長 それとあわせてまして家族向けという中身で申しあげますと、現行でこのハンドブックを活用しながら見守り講座ということで実際には区社協さんを通じて地域包括の方でお世話になっている高齢者のために要支援者と言われる方も含めて、ホームヘルパーさんであるとかケアマネさんであるとかそういった方へのスキルアップをしながら、家庭訪問されたときに気づきという部分では講習していくべきではないかということで見守り講座をあわせてやらせていただいているのと、もう一方では、区役所と連携しながらという分では各区の地活協の団体さんを通じてということで、地振の役員さんであるとか、地活協の役員さん、あるいは区社協の役員さん、老人会の役員さんあるいは女性会の役員さんというようなことでの団体役員さんにもこういった見守りというところでの気づきをきっちり把握していただいた上で周り近所で見えていただいたらということで、ハンドブックを1枚めくっていただきますと、地域の見守りの気づきの必要性ということで近所の方の気づき、あるいはヘルパーさんの気づきということでこういった方へのスキルアップをする講座がこの講座でございまして、高齢者本人さんにも地域講座で講座を開きながらいろいろ講習をしておるわけですが、見守りという観点からもやっていると。そのときに、ただご近所の方が、高齢者の方の、被害にあっておられるであろう方の家たとえば見守りで行ったときに大きな段ボールが家にいっぱい積んであると、いろんな販売物品が急に増えてるよと、新聞もいっぱい各紙とっているような状態にあるよというふうに見える場合とやはり通帳等から引き落とされている金額等まではなかなか把握しきれないということであると、まずはそういった周りの見守りとあわせて家族の方の気づきという部分での講習が必要ではないかということで、来年度からはそういった方の講習を何とか輪を広げていきたいということで今回設定させていただいてるんですが、先ほども申しあげましたが、家族の方へ集まっていたいただいて講習するといってもなかなか高齢者の見守りが大事やといってもなかなかそれに向けて講習受けに行こうかというようなことで来ていただける人数というのはごくごく限られた中身で、なかなか効果的効率的な講習が開かれないのではないかなということで、できればどこか要点を絞ってとか、その前にこういう講座をやった方がいいのではないかなとか、そこへアプローチするにはあそこからの橋渡しがスムーズにいくんじゃないかなというような、そういった観点でのご意見がいただければぜひとも参考にしていきたいということで今回ご提案させていただいている次第です。

○竹村委員 年齢的に60歳未満、60歳以上というふうなかたちで分けておられるだけで、実はこれをこのまま地域の支援者の方に渡しても現実には非常にわかりにくいという感じするんですね。やはりひとは男女ですね、男性なのか女性なのか、女性は結構やはり高齢になられても地域でつながりがあったりするんですけど、男性の場合はどちらかというとなまりつながりが薄い。その上に独り暮らし等になられますと非常に孤立していかれる傾向があります。そういう年齢と男女比と世帯構成、ひとは独居なのかあるいは高齢者世帯なのか、家族がいるのか、被害に遭われた方の傾向、ひとはどういう被害なのか傾向が見えてくるのではないかと。特に男性の場合、退職金をもらった60～65歳代の方は、反対に離職のために騙されるというケースを聞いたりしています。この辺の傾向がはっきりわかる方が、地域としては取り組みやすいということ、この辺を焦点に当てていただかないといけないと取り組みにくいのではないかなと思います。それともう一点が、支援者の方ということで、非常に大まかな形で、地域活動協議会や区社協の役員さんなど、男性役員が多い。現実、高齢者に接している活動者としては、どちらかというとなりの方が大半です。女性会の方とか、ネットワーク委員会というのが市の関係では解消されたんですが、各区で実はネットワーク委員会のように取り組んで、残っているところの区の方が多いし、そこに実は若干の有償でサポーター的なコーディネーター的な方が置かれている。この方たちはかなり高齢者の情報を掴んでおられます。この方たちの所に十分この辺の情報がいつているのかどうか、役員の方にだけいついていて、実際に高齢者に接している方のところにはいついていなかったら、なかなか意識がしにくいということがあるのではないかなと思います。一つはこういうふうなところの部分で本当に焦点を当てた形でアプローチをしていただく、あるいは反対にいくつかの東西南北くらいで、モデル区、区の中でモデル地区を設けて、試みでやってみるとかそれを波及させていくような、こんなところがひとは考えられるのではないかなと感じが致します。ハンドブックの配布もできたら実際に活動、接しておられる方にお渡ししていただきたいというふうな気がいたします。実際に接している方々の高齢者の方々への意識というのが基本的にはまずは見守る、安否確認とか見守っていく、声かけをするということと、あともう一点は災害なんですね、防災の時なんです。これは非常に実は地域の中でも浸透してきています。この消費問題この辺のあたりはまだあまり浸透しているふうには見えないという感じが致します。その辺の具体的な所でもってアプローチしていただければという感じがしております。

○長田会長 有益なご意見ありがとうございました。他に何か。今西委員お願いいたします。

○今西委員 高齢者教育といいますか、私たちはこれをジェラントロジーとかあるいは、ジェラロジーという言い方をしているわけですが、この立場からの考え方なのですが、大変お金がいる、人がかかる、手間がかかるという大変やっかいなことを提案することになるのですが、そういった面で大変マイナスがあることなのですが、成人教育の中で特に高齢者教育の課題として言われているのが、いわゆるその方の通過儀礼が非常に少ない。若い世代は成人式を始め、通過儀礼があって集まる場がある。ところが

高齢者の場合、学校の同窓会などはあるんでしょうけれども、これは通過儀礼とはいえないけれども、人の集まりがある。これに対しても、高齢者はほとんどない。これは一つの課題だということが高齢者教育の中で指摘されているんですね。

ですから、このことから先ほど最初に申しあげたように厄介な部分があるのですが、高齢者の集いみたいなのが、個人的には喜寿などいろいろやっていますが、もう少し集団的な場を設けることによって、そこで啓発のリーフレットを配る、映画を見せるなど色んな方法、多様な啓発方法、こういったものはどうかと一点目の提案です、もう一点は高齢者と言うのは基本的にはプライドが高く、なかなか自分の悩みを見せないという部分が実はございます。それは色々な意味でマイナスの影響を与えている部分があるんですが、一方では非常に依存度が高いという部分があります。これは子どもと比較してはいけないかもしれませんが、子どもが親に対する人に対する人の依存度が高いのと同じように、高齢者も実は高いということがあるわけです。ただ、これを表に見せないということがあるんですね。ですから消費者センターなり、そういったところが、高齢者の方々が胸襟を開いて入っていけるような、そういった形の物になっていけばいいんですね、ですから存在しておっても具体的な中身までが入っていないんですね、どう見ても。そうなれば結構、パーセントが高い、でも中身がわかっていない、そういう形のアプローチができるようなプログラムを作っていく必要があるのではのかなあと思いつつ今日は参らせていただきました。

○長田会長 ありがとうございます。石川委員お願いいたします。

○石川委員 この高齢者の意識行動の中で気になるのが、知っているけれども、使ってくれていないということですね。先ほど、認知度でいえば40代で67.9%ということですが、そんなに高くないけれども、相談の件数で言いましたら一番多く、26年度でしたら一番40代が多い、相談件数になっているということで、認知度とは、また違うんだろうなということがわかってきます。あと、高齢者の部分の相談の内容を見てみたら、他の世代とは明らかに、すいません。70代以上の内容で言いましたら、1位の放送・コンテンツ等は共通ですけれども、それ以下のところですね、特徴的に明らかに相談内容が健康食品、ファンドの投資、工事・建築・加工、書籍・印刷物、預貯金・証券等、他の世代とは明らかに違うような内容になっているので、そこの特徴的なところをいかに知っていただくのかということが大事になってくると思うのと後、先ほど竹村委員もお話しされていたんですけども、実際に私は社会福祉協議会の職員ですので地域で活動しておられる、実際に高齢者と接しておられる方にというふうに僕も思っていて、うちの区では食事サービスの活動をされている特に配食活動をされている方にこの、消費者の講習を受けていただくのと、訪問時にお弁当をお届けに上がった時に、例えばこういうような物を合わせてお配りさせていただいて、こんなところあるからね、ということで何かあったら、私らに言ってくれてもいいし、こういうところへ連絡してくれ良いのよと言った形の活動、実際の活動につなげていくことが必要かなあというふうに思っています。現在、そういった形で地域の方と調整させていただいているところですので、その中で、どれくらい相談が上がってくるのかそれとも、地域が見

守っているところは上がってこないのか、そこは微妙なところですけども、発信の仕方というのは実際の具体的な活動のところであるべきかなあと考えています。

○長田会長 ありがとうございます。木下委員、お願いいたします。

○木下委員 たまたま今日は高齢者食事サービスを終えてここへすっとなってきたとこなんです。そうなんです、ここで、役員とかにこんな立派なパンフレット渡したって現場で会長さんなんかは積んでおくだけではないのかなと思いますし。悪口でもなんでもなくて、作って、来られる高齢者としゃべったりするところが一番大事。うちの地域は北区なんですけども、北区の中でも福島に近い方なんですけど、そこで月に1回食事サービスを手作りでやっています。50人からだいたい60人近い。今日はたまたま地域の幼稚園の子たちがおじいちゃんおばあちゃんに肩たたきに来ていました。お歌をうたって帰られました。ここに包括の中のランチなんかはたまに来て被害にあわないようにこういうのが多いですよという情報をしゃべってくれたりもしますし、私たちも、高齢者食事サービスは月に1回、ふれあい喫茶が月に1回あって、そのときも話できたらします。チラシもまきます。それから一番よくやっているのは週に1回認知症予防の、北区の保健センターの推進事業でもありますのでそこで認知症予防のプログラムをやっています。体操が30分、あとは間違い探しをしたりとか、そこはね、毎週来はります。毎週来ることによっていろんな情報が入ってきてそこでもさよならするときこういう今危ないことがいっぱいあるから気をつけましょうねと。するとたまたまやっぱり被害にあった人の話がほんまは内緒にしときたいけどばれちゃったみたいな形であったりとか。現場の情報をしっかり共有化したりとか上から目線じゃなくて一緒に考えたりする場を作らなあかと自ら自身も思っています。だから先ほどからずっとおっしゃってるようにお互いに話合える人がいっぱいいるような場の設定をいっぱい作れるような雰囲気、人間作り、そこが一番私としては大事なちがうかなと。一般の普通のおばちゃんの方考え方としては現場ではそう私は思います。

○長田会長 ありがとうございます。他にご意見ございますでしょうか。千葉委員お願いいたします。

○千葉委員 今いろいろお聞きしてまして、未然防止という意味だと本人とか支援の方への啓発なり教育という部分が有効だと思うんですけども、現実には起きた被害を、今日の前にあるぞということを認知したときにどういうふうにフォローするのか、それが結局高齢者の被害を回復するとか、将来的には未然防止にも繋がって、全体的に被害も減らせるということになると思うんですね。で、実際に消費者センターで相談員をしてるんですけども、その中で高齢者の方が実際に電話をかけてくださって、私どもに相談くださるんですけど、お話の内容が毛頭よくわからない。で、できたら、図で見ますと双方向型で何か対応するっていう観点も必要なのかなと思ったんです。結局、話が入ったときにセンターの側から包括支援の側の方の方へアプローチするとか実際に高齢者のお宅に出向くとかそういった本当にきめ細かい点まで踏み込むような形ができれば一番なのかなと思うんです。結局、啓発という

切り口だと限界があって今度本人じゃなく支援者、さらには家族というかんじでかなり究極的に突き詰めていच्छゃると思うんですけれども、家族に対象っていうのは非常に色んなハードルがあって冒頭の資料1の方の説明でもあったかと思うんですけど、ご本人は家族に知られたくない、言いたくない、先ほどのプライドが高い、云々絡んできて、それとあとセンターとして発信してしまうと守秘義務的なところも絡んできたりして、なかなか家族を巻き込むというあたりでは、被害回復の段階では難しいと思うんです。結局は現場と消費者センターがもっともっと密に繋がって実際にセンターの方が待って受け身でいるんじゃないくて、出ていってアプローチするというような仕組みを作ると少し実践的で解決が速いのかなというふうに思います。

○長田会長 ありがとうございます。他にご意見はございますでしょうか。

○西村委員 少しセンターの方の問題意識とずれてしまうかもしれないんですけれども、被害の早期発見であるとか、起きてしまったからの回復という意味で、地域で見守りましょう、センターとのつながりをとということで、今の話、凄く良いことだと思いますし、それを否定するわけではないんですが、高齢者の方に悪質商法を跳ね返す力を付けてもらおうというのには限界があると思うんです。相手の方が1枚も2枚も上手ですから、業者と接触してしまったら、もう引き返せないという部分があると思います。そういう意味で、そもそも望まない勧誘をお断りしますという部分が被害の防止という意味で大事だと思います。今、特定商取引法の改正の議論もされていまして、その中で、あらかじめ勧誘されることを拒否した場合に対して、勧誘をすることに対しての規制をもっと強化すべきだという議論がされていいて、先日大阪府議会でも、法制度を作るようにと、意見書を採択していただいたりしているわけですが、望まない勧誘はそもそもされない社会というのを、究極的には求めていくことが大事なんじゃないかなと思います。そういう意味では、このパンフレットの中で、訪問販売お断りということと言えるんですよと、せっかくこういうシールを作っているんですが、その事が出てないんですね。訪問販売お断りのシールというのは高齢者だけで貼ってしまうと、まさにターゲットになってしまうというきらいがありまして、なかなか府も訪問販売シールが普及していかないという現実もあるんですけれども、先ほど竹村委員もおっしゃったように、モデル地域を作って、モデル地域で皆お断りシールを貼りましょうという運動をするとか、そういった方向での取組というのも中に入れていただけたらなと、そういう意味では、この「悪質な」を取っていただいて、訪問販売お断りというふうにシンプルにさせていただくのが一番いいと思うんですけれども、その観点がこの中に入っていなかったなので、検討していただきたいなというふうに思います。

○長田会長 ありがとうございます。他にご意見はいかがでしょうか。お願いいたします。

○樋口委員 私も消費者センターで相談員をしているんですけれども、まさに先ほどから言われているとおりで、消費者の方、認知症にかかっている方ですら、ご家族はまず、言わないでくれ、言ってほし

くないというのが毎回のことなんです。家族につながるとすると、もうそれを嫌がられると。それから教育をするということで、今もう散々言われていたんですけれども、教育、そういう講座や何かに来られたりとか、地域の中でグループを作ってもらっちゃう方は、まず被害には遭わないんですね。ということは家族、全く家族からも孤立してて、一人暮らしで、まあまあ財産を持っていて、そういう人たちはブラックリストにあがっているんですけれども、そして業者から狙い撃ちされるということなので、どちらかというと民生委員さんであるとか、あるいは社会福祉協議会さんもそうなんですけれども、市の中の生活保護の担当だとか、消費者問題だけではなくて、いわゆる更生・福祉の担当課との連携、市の中でも連携していただく、すごくそこは縦割りになっていて、社会福祉協議会さんもそうですけれども私どもはその壁を崩したいんですけれども、なかなかこの横の、消費者問題とか消費者庁とのつながりもできないし、あるいは市の中でも更生とかそういったこの担当者と消費者センターとの垣根が取り壊すことができなくて、問題はそこで起こっているんですけれども、みんなが当事者バラバラで動いている。だからその中で連携、こういうことも大切なんですけれども、先ほどから言われているように現場で起こっている、現場で担当している当事者の方たちの横串を差すような、行政もそうだし、社協さんもそうだし、消費者センターもそうだし、あと弁護士の先生もそうだしということの、何か仕組みができるといいなあと思うんですけれども、ちょっと漠然ですいません。いつも何かそういう感じがします。

○長田会長 ありがとうございます。どうぞ、中野委員。

○中野委員 私の今の仕事とは関係ないのですが、実際に母親が1千万円近くの利殖商品に引っ掛かりそうになりまして、そういう経験から話をさせてもらいますと、その時は急に定期を解約して銀行に行ったので、銀行の人が未然におかしいということで気がついてくれて、警察に通報してくれて、契約書の印鑑は押していましたが、口座にお金が振り込む事がなかったので、クーリング・オフをしたので、事なきを得たんですけれども。うちの母親なんかでも、いろいろ活動はしていて地域の中で孤立しているというわけではないんですけれども、ちょっとでもお金を増やしたいということは昔から関心があって、多分狙っている層というのは、先ほどブラックリストという話もありましたけれども、おそらく消費者センターさんでは年齢ぐらいしかセグメントされていないと思うんですけれども、個人情報もあるんですね、金融資産がどれくらいあるのか、そういうところである程度、狙われやすい方々というのは、ターゲット化はできるのではないのかなと思います。それと先ほどもご指摘がありましたけれども、相手の方が上手なので高齢者に、こう対処しろとくわしく書いていても、ちょっとずつ認知が出てくる人もいますので、なかなか対応できないと思います。ですので、シンプルに対応をできるようにするしかないかなと思ひまして、私の家では別居しているので、電話は私の家からしかかからないような設定にするとか、そういう機会を無くしてしまうというようなことにしないと、気を良くフラフラとまた電話に出るとかしてしまう。それと印鑑とか通帳、全部私が取り上げました。そちらの方が怖いという話もあるんですけれども、そういうことまでしないと、あわよくまた以前あった事を忘れて契約

してしまうということもありますし、というようなことで、何かお金のようなことがあれば、私はわからないから、息子に聞けとそう言えということだけを教えるということで、対応をしています。機会を無くしてしまうというようなことも対策としては、こちらにこういうことはこうしようと、こういうことがありますとあるんですけれども、こういうふうなことはなかなか覚えられない人も多いと思いますので、そのようなことを対処しないといけませんよということ、高齢者自身もそうですし、高齢者を見守っている近くの親戚や息子夫婦とか、そんなところへの啓蒙も必要ではないのかなと思います。それと消費者センターで、いくら良いセミナーをしても、自らセミナーへ行こうとする人はあまり引つかからない人で、高齢者が集まっておられるようなグループの所に、出張というかそういう機会を、集まる人たちで、今日はグラウンドゴルフやっているけれども、こういうのがあって消費者センターさんのこんな話を聞きましょうよというみたいなやり方で、自然に人が集まるところにセミナーをやるとか、そういうようなことをした方がいいのではないのかなと、そのように思います。

○長田会長 ありがとうございます。貴重なご経験に基づいたご意見ありがとうございます。他にご意見ございますでしょうか。本日のこの高齢者への取組というのは、なかなか事業者のご意見というのはいただきにくいテーマかもしれませんが、もしよろしければ今堀委員、何かございましたら。

○今堀委員 はい、今いろいろお話を聞かせてもらったら、なるほど、そうなんやなというふうな実感が、こう湧いているところなんですけれど。百貨店でも、百貨店の名前を騙って高齢者のところへカードの作業をするというような事案が最近ありまして、そういうなんでも百貨店のホームページ何かに、そういうことがありますから気を付けて下さいねというような啓蒙を最近している。当社もしておりますけれども他の所でも結構そういう事案があって、しているところがあります。そういう意味では、こうホームページってなかなかね、高齢の方は見られないんで、そこまで行きつくのが結構大変なんですけどね。だから行政さんのホームページでも、実際そこまで行くまでに時間がかかって、本当に見られているのかなと疑問がありますので、そういったところがもっと簡単にできたらなと思っています。

○長田会長 ありがとうございます。同じ事業者団体ということで、高田委員、何かございますでしょうか。

○高田委員 はい、あの少しだけ。今、皆言われたように同じやと思うんですけれども、消費者の被害の方のデータなんですけれども、単純に今言われたように、こういう会合に参加されたかどうかいうのも聞いていただいて、そうすれば多分参加していない人が一番多いんじゃないのかなあと、他府県でもこういうことで参加したんですけれども、参加する人は、まず騙されないというのは皆さん言われます。だから、それが一番かなというのと、宅配の方というのは私も加盟社のひとつの方では、郡部の方では回ってる宅配とかちょっとサービスとかしているスーパーさんがあるんですけれども、色んな団体というのか行政からいっぱいチラシをやられるらしいです。やはり一番効果があるらしいので、大阪市

ですから、そこまであるかどうかわかりませんが、宅配の所へ行政の方から、見返りは向こうはなんかは言わないと思うんですけども、お願いするのが一番効果があって、だから会議に参加しない方は、一番そこです、こちらから接触しやすいとかあると思いますし、これも商売してますので、あれなんですけれども、「秘密は守ります」とか「無料です」とか書いていただいたら、あれかなと思います。

○長田会長 ありがとうございます。金子委員、何かございますでしょうか。

○金子委員 はい、だいたい出ていると思うんですけども、教育とか研修とかしていても、興味のある人しか来ないという部分があるので、そういう部分では、どなたかおっしゃっていたように違う集まりの所に行って、教育するというのが大切なことかなというふうに思いました。もうひとつはこの冊子なんですけど、これ難しいなというのが正直思います。典型的な点検商法ですと言われても、それがじゃ何かなということだと思うので、もっと詳しく書くと分厚くなっちゃって、わかりにくくなると思うので、簡易版のこれともう少し解説した物が何回か出てくるとかいうふうになった方が、いいのかなというのがちょっと思いました。これは、我々が読んだらわかるけど、初めて読んだら、何か意味がわからないというのが正直思いました。

○長田会長 ありがとうございます。久保委員、何かご意見ございませんでしょうか

○久保委員 私の母はもうすぐ89歳になるんですけども、この3月に圧迫骨折して、それまでは出好きだったんですけども、あんまり出歩かなくなったんです。でも、どこに行くかというとお医者さんへ行くんですね、やっぱり。色んな情報を、お年寄りの活動の程度として千差万別で、いろいろあると思うんですけども、いたるところに何かの情報があるといいなと、それも通りすぎりではなく、ある程度、こう10分・20分、あるいは30分ぐらい、いるところにあれば良いなあとと思います。例えば、医師会の協力を得て、医院・病院にポスターやこういうパンフレットを置かせてもらうというようなところで、何かそういう情報があれば、何かの時に役に立つのではないのかなあと、ある程度、定期的に目に触れる機会を増やしていくということが、今のところすいません。それぐらいしか思いつかないんですけども。

○長田会長 ありがとうございます。田阪委員、何かございますでしょうか。

○田阪委員 はい、いろんな方の委員の意見を聞いておまして、思いつきで申し訳ないんですけども、なかなか難しいことかもしれませんが、センターから能動的にアプローチするというのは、一度相談に来た方、もう一度被害に遭う可能性がかなり高いと思いますので、何らかの方法で、再度アプローチして、更にそこから情報収集できれば、2回目に被害がこういう、新しい、業者側が新しくアプロー

チをしているのがどういうことか、という情報がつかめたり、そういうことが考えることができますけれども、現状、基本的にはセンターは受動的に動いていますので、かなり難しい。体制の返還は難しいかなと思いますね。

○長田会長 ありがとうございます、南山委員、何かございますでしょうか。

○南山委員 皆さんおっしゃっていることはもっともだと思うんですね、先ほど久保委員がおっしゃってましたように、集まれる人はおそらく情報が取れると思うんですけども、うちの母も80近いのですが、やはり行かないと思うんですね。私は引っかからないと言っていますけれども、そんなこともないかもしれないですし、じゃあどこ行ったらいいかなあという、やはりクリニックか年金出しに行く時の郵便局や銀行とかに、駐在していただいておりますかと、逆に声をかけていただくと。大変な作業やと思うんですけども、人数もいますし、それで、こんなことありませんかね、とかみみたいな相談をしていただけたらいいかなというふうに思います。例えば、銀行に我々がキャッシュカードで下ろしに行っても、後ろにカードの勧誘をしている人がいっぱい駐在してたりしますよね。あえて作らないと思っても、何かこんなメリットあるし、作りませんかと言われたら、作ってしまうこともあるんですね、それと同じで、何かありませんか、こんな事例はありませんかねみたいな、逆にこう、発信して行って、お年寄りと話していただけたら、「実はね」みたいなことになるかもしれないなあという気が致します。なかなか難しいかもしれませんが、そういう活動が大切かなと、何か事故があったら110番、火事があったら119番、何かあったら消費者センター何番みたいなのがあったら、マスコミとかを使って、そういう啓発というか、皆さんに知っていただけるということが大切かなと思うんですね。先ほど、何%とかという何歳代、これは被害に遭った人の何%ですよ、このアンケートというのは。対象に実施というのは。だから、全国、例えばうちの大学の学生にアンケートした時に何%知っているかというのは全然わからないので、もしあれでしたら、そういうの知っていますかとかいうのは、それぞれの大学に発信してもらうとか高校に発信してもらうとかっていうことをやって行って、みんなが知っているというような状況をまず作らないと、どこでどうするといっても、なかなか難しいと思います。

○長田会長 ありがとうございます。木村委員、何かございますでしょうか。

○木村委員 まあ、皆さんのご意見をお伺いしているとやはり、早いうちに手を打つことが大事ということで、少し気の遠くなる話なんですけれども、やはり子どもたちに、こういったクレジットカードの使い方だとか、一昨年、あっせんしましたけれども、クレジットカードの番号を入力して、ゲームを購入して、数10万円になったという問題がありましたけれども、子どもたちに向けての消費者教育というものを、いずれは高齢者になるわけですから、早いうちにそういったことに取り組んでいくことも大事かなあというふうに思っているところです。

○長田会長 ありがとうございます。委員の皆様におかれましては、たいへん貴重なご意見をたくさん賜りまして誠にありがとうございました。本日のいただきました意見も参考にさせていただいて、引き続き円滑な業務の遂行についてお願いさせていただきたいと存じます。

続きまして、(2) 報告事項「大阪市消費者保護条例(改正案)」につきまして、昨年6月に「消費者安全法」が改正されたことを受け、昨年11月に開催いたしました第51回大阪市消費者保護審議会におきまして「条例検討部会」を設置させていただきまして、消費者安全法改正に伴う条例整備について検討を加えることを決定させていただきました。

前回の消費者保護審議会以降、2回の部会が開催され、熱心な討議がなされたとお伺いしております。田阪部会長をはじめ部会委員の先生方におかれましては、お忙しい中、大変なご苦勞をいただきまして誠にありがとうございました。

それでは、当条例検討部会のご報告をいただきたいと存じます。まず、確認の意味も含めまして、改正消費者安全法の概要について、事務局からご説明をお願いいたします。

○篠田副所長 それでは、資料2-3の表紙をめくっていただきまして、改正消費者安全法の概要という絵がありますので、ご覧ください。これは、消費者庁が作っております資料ですがけれども、前回の審議会の際に、長田会長からもありましたように、消費者安全法の公布の話をさせていただきまして、2年以内に施行という話もさせていただいたんですけれども、それ以降の動きとしまして、本年1月に関係内閣府令でありますとか、ガイドライン等が作成されまして、この10月の政令において施行日が平成28年の4月1日というふうに決定しております。

この1ページ目のローマ数字のⅡなんですけれども、消費生活相談等の事務の実施、消費生活センターの設置等というところがございますけれども、都道府県の役割が増えるというか、市町村に対する調整機能を果たしなさいという規定がされているということと、相談業務について、民間委託する際の基準というものが法律で明記されております。特に私どもセンターが一番関係がありますのは、センターを設置する自治体につきましては、内閣府令で定める基準を参酌して条例を整備しなさいということで、1ページ目の右側の中段以降、消費者センターの設置等というところの下に①から⑥まで、こういう基準について条例で設置しなさいというふうに決められております。と同時に、センターを設置する自治体については消費生活相談員を置くというふうに法律上で明記されることになりました。

次のページになるんですけれども、ローマ数字のⅢということで、地方公共団体の長に対する情報の提供というところなんですけれども、これも新たに、今までは同じセンター間、地方自治体間で相談を受けた情報、個人データのやりとりができなかったんですけれども、国において消費者庁は、特定商取引法の措置において集取した情報でありますとか、他センターの情報でありますとかルールに従って情報を提供できるという規定が明記されております。

次にローマ数字のⅣなんですけれども、消費者安全確保のための協議会ということで、消費者安全確保地域協議会というものを作ることができるという規定でありまして、必ず設置しなさいという規定ではないんですけれども、今回いろいろご議論いただいております見守りに近い色んな関係団体を含めて

高齢者の被害を防止する施策のためにこのような協議会を作るというふうに記載されております。

3ページ目になりますけれども、消費生活センター、私どもは消費者センターなんですけれども、ここに相談員を置くということで、その相談員の要件としまして、資格試験の合格者ということで、これも登録試験機関ということで国が認めた団体・機関が試験を実施するという規定であります。

最後に付則で経過措置としまして、来年の4月1日から法律が施行されますが、今までは3つの資格があったんですけれども、その方々に対するみなし規定ということで、合格者とみなすという規定になっております。

○長田会長 ありがとうございます。それでは、引き続きまして、田阪部会長からご報告をお願い申し上げます。

○田阪部会長 条例検討部会の部会長の田阪でございます。

それでは、今、会長からご説明のありました条例検討部会における検討結果を報告させていただきます。お手元の資料2-1をご覧ください。

まずですね、資料2-1に沿ってですね、今回条例を検討するにいたった経緯をご説明いたします。

1番のはじめにというところなんですけれども、大阪市では、そこに書いております、市民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的に、今から40年ほど前になりますが、昭和51年4月に大阪市消費者保護条例を制定いたしまして、同年7月から施行しております。

以後、数次の改正がありまして、そのたびに大阪市消費者保護審議会、この審議会からの意見も聞いたうえで、必要に応じて改正を行ってきており、直近の改正が約10年ほど前ですかね、平成18年3月改正で、同年7月施行になっております。

次に、資料2-1の2番、消費者安全法の改正についてという箇所ですが、そこも読んでいただければお分かりになるかと思えますし、一言一句は読み上げないですけれども、平成26年6月に消費者安全法が改正されまして、さきほどご説明があったとおりですけれども、施行日が平成28年4月1日となっております。

その改正ではですね、消費者安全法の第10条の2の第1項において、「都道府県及び消費生活センターを設置する市町村は、消費生活センターの組織及び運営に関する事項や情報の安全管理に関する事項について、条例で定めるものとする。」等の規定が追加されております。大阪市では、消費者センターについて「大阪市事業所事務分掌規則」、こういう規則がありまして、この規則において規定はありますが、大阪市消費者保護条例をはじめ、他の条例には規定がございません。ですので、法施行日であります平成28年4月1日までに条例等を整備する必要が出てきた。こういう経緯でございます。

次にですね、3番の「消費者安全法の改正に伴う条例改正検討事項について」ですが、消費者安全法第10条の2第2項においては、「都道府県又は消費生活センターを設置する市町村が前項の規定により条例を定めるに当たっては、事業者に対する消費者からの苦情が適切かつ迅速に処理されるための基準として内閣府令で定める基準を参酌するものとする。」とされており、その内閣府令では、消費生活センターの組織運営等についての参酌基準として、①消費生活センターの名称、住所、相談日時の公示、②センター長及び事務を行うために必要な職員の配置、③資格試験合格者の消費生活相談員としての配置、④消費生活相談員について、いわゆる「雇止め」の見直しその他適切な人材及び処遇の確保に必要

な措置、⑤職員に対する研修機会の確保、⑥情報の適切な管理に必要な措置が明記されているというところでございます。

これに追加しまして、平成27年3月27日には、消費者庁からこの参酌基準を条文化した「モデル条例案」が示されているところであります。

2ページにいきまして、4番の「条例検討部会での検討経緯および検討結果について」ご説明します。

これも繰り返しになりますが、大阪市では、平成26年11月14日の第51回審議会において条例検討部会が設置されまして、2回にわたり議論を行ってまいりました。

1回目が平成27年3月25日でございます。消費者安全法の改正に伴う関係内閣府令及びガイドラインの概要（案）にもとづいて、条例改正が必要な事項について議論し、その結果、次回の部会において、今回の改正法で要請されている事項について、現在の「大阪市消費者保護条例」を一部改正する案と全く新しく新条例を制定する案を準備したうえで議論を進めるということになりました。

第2回は、今年の8月11日に開催されまして、この間に消費者庁から「モデル条例案」が示されたので、消費者庁から示された「モデル条例案」を基本として、現在の「大阪市消費者保護条例」に独立した章立てとして消費生活センターを規定して条例改正する、条例を一部修正する案と、新たに「大阪市における消費生活センターに関する条例」を制定する、新条例を作る、この案の二案を比較検討したうえで、さらに、参酌基準の採否、条例で規定するものと規則で規定するものの区別について検討し、あわせて消費者保護条例全体の再確認を行ったところであります。

第2回の部会において検討した結果でございますが、今回、条例を制定するに当たっては、新条例を制定するよりも、既に周知されている大阪市消費者保護条例を変更した方が、大阪市の消費者保護施策における消費者センターの位置づけが明確になるというメリットと、市民にはわかりやすいというこの2つのメリットが考えられますことから、大阪市消費者保護条例を変更する案を部会の検討結果として選択するという結論に至りました。

資料2-1の次のページからが条例案になります。この条例案については、事務局から説明をお願いします。

○津村副所長 事務局の消費者センター副所長の津村です。資料2-1の3ページですが、大阪市消費者保護条例を変更する案についてご説明いたします。

この大阪市消費者保護条例改正案となっておりますが、目次としまして、第1章の次に第2章の消費生活センターという章立てをしております。以下、数字がずれていくということになってはいますが、このページの下のところから第1章総則が記載されておりますが、5ページにかけまして、目的、基本理念、市の責務、事業者の責務等について規定しております。

5ページをご覧ください。第2章として、消費生活センターの条文を新たに加えております。

追加箇所を読み上げます。まずカッコの中ですが、消費生活センターの名称及び所在地等の公示としまして、第6条、市長は消費者安全法第8条第2項各号に掲げる事務を行うため消費生活センターを設置したときは、遅滞なく、次に掲げる事項を公示しなければならない。当該事項を変更したときも、同様とする。(1)としまして、センターの名称及び所在地。(2)として、法第8条第2項第1号及び第2号の事務を行う日及び時間とあります。

次に、センターの長及び職員として第7条、センターには、センターの事務を掌理する長及びセンターの事務を行うために必要な職員を置くものとする。

次に、試験に合格した消費生活相談員の配置としまして第8条ですが、センターには、法第10条の

3 第 1 項に規定する消費生活相談員資格試験に合格した者（不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律附則第 3 条の規定により合格した者とみなされた者を含む。）を消費生活相談員として置くものとする。

次のページになりますが、消費生活相談員の人材及び処遇の確保としまして第 9 条、センターは、消費生活相談員が実務の経験を通じて専門的な知識及び技術を体得していることに十分配慮し、任期ごとに客観的な能力実証を行った結果として同一の者を再度任用することは排除されないことその他の消費生活相談員の専門性に鑑み適切な人材及び処遇の確保に必要な措置を講じるものとする。

次に、消費生活相談員等の事務に従事する職員に対する研修として第 10 条ですが、センターは、法第 8 条第 2 項各号に掲げる事務に従事する職員に対し、その資質の向上のための研修の機会を確保するものとする、とあります。

次に、消費生活相談等の事務の実施により得られた情報の安全管理として第 11 条ですが、センターは、法第 8 条第 2 項各号に掲げる事務の実施により得られた情報の漏えい、滅失又は毀損の防止その他の当該情報の適切な管理のために必要な措置を講じなければならない、としております。

以上、第 6 条から第 11 条につきましては、国の示しました参酌基準にもとづいて書きこんでおります。

6 ページの第 3 章消費者の利益の確保から 13 ページの第 8 章雑則までは、章の番号と条文の番号の入れ替えのみですので、説明は省略させていただきます。

最後に、附則に施行年月日を記載することとなります。以上が改正案となっております。

○田阪部会長 ありがとうございます。

以上で条例検討部会における検討結果の報告とさせていただきます。

○長田会長 どうもありがとうございます。

条例改正案につきましてはご報告をいただきましたとおり、消費者庁の「モデル条例案」を盛り込んだ内容となっております。審議会としては、今後この内容で改正手続きをすすめるということを確認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）

○長田会長 ありがとうございます。それでは今後、改正に向けた事務手続きを進めていただきたいと思います。

本日の議案は以上でございますが、委員の皆様から、何かご意見・ご質問等はございませんでしょうか。ございませんようでしたら、最後に事務局から何かございますでしょうか。

○事務局 失礼いたします。資料の最後に「質問・意見票」を付けさせていただいております。

後日でも結構ですので、ご意見等ございましたら事務局までお寄せいただきますよう、お願いいたします。こちらを FAX いただくか、様式は問いませんので載せておりますアドレスまでメールで送信いただいても結構です。よろしくお願いいたします。

○長田会長 ありがとうございます。審議会の場合だけでは議論がし尽くせないかと存じますので、こういった「質問・意見票」をどうぞご活用いただければと存じます。それでは、特にご意見等がございませんようでしたら、本日の議題については全て終了いたしましたので、私の方から一言ごあいさつ申し上げつつ、締めくくらせていただきたいと思います。

委員の皆様方には、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、平成26・27年度を中心に「消費者センターの事業等について」報告をいただき、その後、平成28年度に重点的に取り組む課題について、高齢者の見守り支援等のご説明を受けて、委員の先生方から今後の大阪市消費者行政がどうあるべきかに関しての貴重なご意見を伺いました。活発なご議論、誠にありがとうございました。

続きまして、条例検討部会からのご報告および大阪市消費者保護条例改正案のご説明をいただきました。今後、条例案の成案にむけて作業を進めていただくことと、この改正をふまえ、消費者センターの組織・運営がより強固なものとなることを期待いたしております。

消費者センターには、毎年約2万件を超える非常に多くの相談が寄せられておまして、とりわけ今日の議題にもあがりましたが、高齢者の消費者被害が増加しているとのことでございました。高齢者は、被害に遭っていること自体を認識していなかったりですとか、プライドの問題もございまして、相談することを恥ずかしいと思われる等のさまざまな理由により、被害は潜在化しているという話も本日も出ました。また、行政上は高齢者となっておりますが、ご本人にその自覚がないという元気で活発な高齢者がたくさんおられまして、高齢者とひとくくりにして対策を行うことがなかなか難しいというご意見もあったかと存じます。こうした方々の掘り起こしができ、また、多様化する高齢者像をふまえた対策が今後していけるよう、さまざまな機会をとらえて、消費者センターの周知・PRをぜひ行っていただきたいと思っております。

消費者センターに寄せられる相談の中身につきましては、年々複雑高度になっているようでございますので、国や大阪府とも連携を強化して、被害の未然防止や拡大防止を積極的に推進していただくよう、よろしく願い申し上げます。

大阪市の関係各局におかれては、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、よろしく願い申し上げます。

委員の皆様方におかれましても、大阪市の消費者行政充実のために審議会や部会でのご審議はもとより、各方面での一層のご活躍・ご協力をお願いいたしまして、本日の総括にかえさせていただきます。皆様方、ご協力どうもありがとうございました。

○司会 委員の皆様方におかれましては、長時間にわたり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、最後に林総務部長よりごあいさつ申し上げます。

○林部長 本日は長時間にわたりましてご審議を賜りまして、本当にありがとうございました。

本日は、消費者センター事業および来年度重点的に取り組む主な経営課題、具体的な取組といったことについてご説明させていただきましたが、委員の皆様方におかれましては、それぞれの専門的な観点からご提案またご指摘をちょうだいいたしました。

さきほど会長からも審議の総括ということでまとめていただいたところではございますが、私どもといたしましては、現状の認識から課題を抽出いたしまして、それに向かって戦略をもって取り組んでいくということですが、より実効性のある取組につなげていくといったようなことから、本日いただきましたようなご意見とか、そういった場の活用でありますとか、また進め方ですね、そういったことを参考にいたしましてより実効性の高まるような取組につなげてまいりたいと思います。

消費者被害の未然防止・拡大防止、また救済といった取組を進めるうえで、消費者センターが市民の皆様にとって気軽に安心できる窓口となるよう、今後も実効ある取組を進めてまいりたいと思いますので、委員の皆様方には一層のお力添えを賜りますよう、お願い申し上げます、甚だ簡単ではございますが、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、これもちまして第52回大阪市消費者保護審議会を閉会いたします。本日は誠にありがとうございました。