

第 54 回

大阪市消費者保護審議会

議 事 録

平成 29 年 9 月 5 日

大 阪 市 市 民 局

第 54 回大阪市消費者保護審議会 議事録

日 時 平成 29 年 9 月 5 日（火）
午前 10 時 00 分～午前 12 時 00 分

場 所 大阪市役所 P1 階 共通会議室

次 第

1 開 会

2 市民局長あいさつ

3 委員紹介

4 議 題

(報告案件)

- (1) 専門部会からの報告について（地域安全確保部会・消費者教育部会）
- (2) 本市をとりまく消費者行政の状況にかかる報告について

(議事案件)

- (3) 高齢者等の消費者被害の防止のための取組（平成 29 年度運営方針）について
- (4) 消費者保護条例に基づく不当な取引行為の指定（告示）について
- (5) その他

5 閉 会

出席者

(1) 委員 (16名)

(敬称略・50音順)

石川洋志	(社福)大阪市東成区社会福祉協議会事務局長
糸島節子	(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
今西幸蔵	神戸学院大学人文学部人文学科教授
内田嘉信	日本チェーンストア協会関西支部事務局次長
大成道子	大阪市消費生活合理化協会会計兼理事
片山一步	市会財政総務委員長
門正美	公募委員
金子裕一	(公社)消費者関連専門家会議(ACAP)執行委員
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
倉田実	公募委員
竹村安子	大阪市立大学生活科学部非常勤講師
中野亮一	大阪商工会議所流通・サービス産業部長
西村陽子	弁護士
畑好伯	日本労働組合総連合会大阪府連合会大阪市地域協議会副議長
南山幸子	京都府立大学大学院教授

(2) 市側

市民局長	谷川友彦
危機管理監	藤原正樹 (代理出席：間嶋危機管理課長)
経済戦略局長	柏木陸照 (代理出席：岩谷総務課長)
健康局長	甲田伸一 (代理出席：川勝総務課長)
こども青少年局長	内本美奈子 (代理出席：丹葉総務課長代理)
消防局長	藤井茂樹 (代理出席：山本総務課副課長)
教育長	山本晋次 (代理出席：深見総務課長)

(3) 事務局 (大阪市消費者センター)

所長	谷陽一
副所長	篠田誠
副所長	津村浩司
担当係長	前川彩

(4) 傍聴者 0名

○司会 ただいまから第 54 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、委員の皆様方には、大変お忙しいところ、出席いただきましてありがとうございます。

私は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前川と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

まず、開会に先立ちまして、当審議会 20 名の定数のうち、本日 16 名の委員にご出席賜っておりますので、今回は有効に成立していますことをご報告申し上げます。

次に本市を代表いたしまして谷川市民局長からご挨拶申し上げます。

○谷川市民局長 皆さんおはようございます。

○委員 おはようございます。

○谷川市民局長 お世話になっております。大阪市市民局長の谷川でございます。改めまして本日は委員の皆様方に置かれましては、公私何かとお忙しい中、ご出席を賜りましてまことに御礼申し上げます。また、平素より消費者保護行政をはじめ、市政の各課に置かれまして、ご理解とお力添え賜っておりますことをこの場をお借りして厚くお礼を申し上げたいと思います。

さて、消費者保護あるいは消費生活の問題でありますけれども、委員の皆様、全てご案内のとおり、大阪市内で特に高齢者を狙った手口が非常に多発しておりまして、また、高齢者被害というもの、非常に甚大になっていっている、そういう状況でございます。当審議会におかれましては、私ども市民局で毎年策定しております、局の運営方針の中で盛り込んでおります消費者教育なり、あるいは消費者を被害から守る、特に高齢者ですね、そういう取組に関しまして、それぞれの地域安全課確保部会なり、あるいは消費者教育部会というのを設置いただきまして、さまざまな観点からご審議をいただいているところでございます。

今日はその報告もしていただくということでございます。また 29 年度、現在取り組んでおります運営方針の取組、これについてもご説明させていただき、さらには、来年度の予算の算定期間が早々に迫ってきております。様々なご意見、ご助言をちょうだいし、30 年度の取組にも、活かしてまいりたいと考えております。今日も一部、ご説明させていただくことになろうかと思っておりますけれども、私ども消費者教育、特にこういう分野におきまして、何とか ICT というのをうまく活用して、講座なんかを開催しておりますけれども、なかなか対象となられる方が限られておりますので、ICT というツールを活用した効率的・効果的な方法についても、様々なチャレンジをしていきたいなというふうに考えているところでございます。委員の皆様方におかれましては、それぞれご専門の立場から忌憚のないご助言をちょうだいできればと考えております。

それと、最後になりますけれども、私はエコスタイルということで、少しポロシャツで失礼させていただいております。年恰好に似合わぬ奇抜な色ということにちょっとおもしろいところもございますけれどもこれ、実は、万国博覧会、国際博覧会の誘致のPRのポロシャツでございます。今、府・市ともに来年、秋の開催国決定に向けて国際博覧会招致に向けた取組を進めさせていただいております。招致を実現させるためには、地元の機運醸成というのが何よりも重要であると考えております。また、国際博覧会がこの大阪で開催されますことは、大阪の魅力を全世界に発表する、貴重な、なおかつ絶好な機会というふうに考えております。委員の皆様方におかれましても、これから、招致機運醸成に向けたさまざまな取組を進めてまいりますので、何かとご理解、ご協力をよろしくお願い申し上げます。以上、甚だ簡単ではございますけれども、冒頭にあたりましての私からのご挨拶とさせていただきます。どうぞよろしくお願い申し上げます。

○司会 続きまして、配布資料の確認をさせていただきます。
(配付資料の確認)

また、続きまして、議題資料といたしまして、資料1「専門部会会議要旨」資料2「消費者センター事業について」資料3「平成29年度運営方針経営課題3消費生活における安心の確保」資料4「消費者保護条例に基づく不当な取引行為の指定(告示)」資料等、ご不備はございませんでしょうか。

次に議事に入ります前に、委員の方々をご紹介させていただきます。
資料として、50音順の委員名簿をつけさせていただいております。会長、会長代理のご紹介の後、その名簿に沿って、順にご紹介させていただきます。
(出席委員のご紹介)

なお本日、武田委員、広瀬委員、水上委員、本年8月より委嘱の黒木委員におかれましては、所要のため、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、市長が任命する幹事会幹事は関係局局長幹事としておりまして、幹事名簿を資料として提出させていただいております。

また、本日は各局の担当課長等も出席いたしておちますので、ご紹介させていただきます。
(幹事・事務局の紹介)

○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。

○谷川市民局長 失礼します。どうぞ、よろしくお願いいたします。

○司会 それでは、以降の議事・進行につきましては会長にお願いしたいと存じます。木村会長、どうぞよろしくお願いいたします。

○木村会長 では、よろしくお願いいたします。それでは、次第に沿って、順に進めさせていただきたいと思います。まず、議題に入ります前に、本日の会議の公開・非公開についてでございますけれども、審議会等の設置および運営に関する指針により、原則公開とされており、今までの審議会につきましては会議を公開としてまいりました。お手元の審議会等の設置および運営に関する指針の2ページの第7、会議の公開の1、公開基準において、会議を公開しない場合についての規定が定められておりますが、本日の内容に当てはまらないことから、公開とさせていただきたいと考えておりますので、よろしくお願いいたします。

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をしまして、公表させていただくことも合わせて、ご了承いただければと思います。現在のところ、傍聴者はおられますでしょうか。

○司会 おられないです。

○木村会長 おられないということですので、このまま議題に入ってまいりたいと思います。では、順に1番からでございますが、まず報告事項として、専門部会からのご報告をいただきます。昨年の審議会におきまして、主に高齢者の消費者被害防止の取組についての議論をさらに進めるために専門部会の設置について確認いたしました。後ほど、審議事項になります運営方針におきまして、経営課題3-1の消費者教育の課題においては消費者教育部会、経営課題3-2の地域において高齢者等の支援機能を高め高齢者等の安全を確保していく課題に対しては地域安全確保部会、なお、経営課題3-3の消費者センターの認知度向上の課題につきましては、両部会の共通審議事項として審議を進めていただいております。では、その審議内容について、それぞれの部会長の委員の方からご報告いただきたいと思います。まず、地域安全確保部会の竹村部会長からご報告をお願いいたします。竹村委員よろしくお願いいたします。

○竹村委員 竹村でございます。座ったままで失礼させていただきます。地域安全確保部会は平成28年10月28日及び平成29年2月2日、の2回開催いたしました。主に地域の消費者被害防止活動についてということと、次年度の地域における消費者被害防止の取組

とその目標について、審議を行いました。

非常に活発な意見交換でございまして、現場の方が多かったですので、非常に色々な意見が出ております。その意見につきましては、この配布資料の中に、お手元の方に資料としておいていただいておりますので、また、お目通しを頂くということで、主なものを報告させていただきたいと思っております。よろしく願いいたします。

主なものとしたしまして、まず地域の消費者被害防止、特に見守り講座や家族向け講座の効果的な周知方法というふうな、さきほど局長さんの方からもお話しがありましたとおり、実際になかなか当事者である高齢者のところに、そういう情報がいていないのではないかということで、どういうふうにすればそれを知ってもらうことができるのかという話し合いが非常に行われました。ということで、周知ポスターを区役所だとかそういう公的な所だけではなく、病院や銀行、スーパーなどで貼ってもらったらどうかというふうな意見が、非常に活発に補完として出ました。

これは色々な年代層が訪れるし、待ち時間もあるので見てもらえるのではないかと、そういう若い方たちが見て、ご自分のおじいちゃんおばあちゃんのことをお電話していただくというふうなこともいいのではないかとということで、これは非常にいろんな付帯意見というんですかね、いろんな意見交換ができました。というようなことと、あと行事の時に講座をいれてもらったほうがいいのではないかと、そういうその高齢者に関わっている方たちに、この知ってもらうということをすればいいのかということがございました。

次に消費者センターの認知度、利用率の向上についてというところで、非常に先般、先ほど言いましたような意見の他に、具体的な意見といたしまして、スーパーなどの企業でも、地域活動を積極的に行っているところがあると、そういうところに呼びかけて、例えばスーパーのチラシそのものに消費者センターの案内を入れてもらうというふうなことをすれば、非常に効果的なのではないかと、実際に消費者センターではないんですけども、私自身が関わっております、ある福祉関係の市民活動団体が、そういうところをやっておられたりいたします。ということで、身近に見てもらえるという所の部分に、活用していくというところをお願いできたらいいのではないかと意見も出ました。その他につきましては、また資料の方を見ていただけたらと思っております。

2回目につきましては次年度の地域における消費者被害防止の取組とその目標についてということで、話し合いをいたしました。意見交換をいたしました。その中で非常にこう、良いというのですかね、ユニークな意見だなというふうに出てきたのが、中学生などの子どもを通じて、チラシを配布してはどうかという意見です。親も高齢者の子どもさんたちですね、こういう子どもさんを通じたというところで、目を通してもらえるのではないかと、親もそして、子どもも、お孫さんも高齢者のことを気にかけていただくようになるのではないかと非常に面白くて良い意見が出ました。あと、先ほども出ましたとおり、スーパーなどの企業で、そういう一文を入れていただくというふうなことをすればいいのではないかと意見が出ました。あと映像コンテンツを有効に活用する方法につきましては、

病院で流すと待ち時間もあるので見てもらえるのではないかという意見が出ました。こういう諸々の意見が出まして、出来るだけ高齢者、あるいは高齢者に関わっている方たちの身近なところに、そういう情報を流して行って、知っていただいて気にかけていただく、そしてその高齢者だけの活動だけではなく、広く全体の意識として持っていていただく、気にかけていただくということを図っていくのがいいのではないかという意見が出ました。以上でございます。

○木村会長 ありがとうございます。引き続きですね、消費者教育部会の今西部会長からご報告をお願いいたします。今西委員、よろしく願いいたします。

○今西委員 はい、消費者教育部会でございますが、今年の2月23日に開きまして、次年度の高齢者等に対する消費者教育の取組とその目標についての審議を行いました。本日出席の南山先生他、私を含めて5名の委員で審議させていただきました。その内容をまとめさせていただいたことを今からご報告申し上げます。

一部については今、竹村委員がおっしゃったこととかぶっている部分がありますので、それについては、ご容赦ください。まず、あの経営課題の3-1でございますが、高齢者に対する消費者教育の推進における講座、内容の周知方法についてということでございます。

まずは講座の周知方法でございますが、出てきた意見としましてはスーパーとか病院にポスターを貼ることということが、まずありました。それから映像を流すことが出ました。特にクリニックのようなですね、いわゆる地域密着型の施設における配布というのが非常に身近に感じられるところで情報が手に入るわけですから、とてもいいのではないかといいご意見が出ました。それから、こういった取組の広報については、出来るだけ広い範囲で情報提供する。限られた地域だけでは少し、残念ながら、しみこまないと言いますか浸透しないので、もう少し広げていく必要があるのではないかという意見が出ました。その一つの手法として、地域の回覧板の活用などがあるのではないかといいことも出ています。

それから大きな問題なのですが、高齢者の方で、文字がちょっと見えなくなっている方が、どうしても文字に対する、まあ関心が低いとは言いませんが、少し読むことに対する抵抗感が出てくる。これはもう仕方ないことだと思うのですが、まあそういったことですね、いわゆる、本人からそういったことについて、なかなか難しいと感じることがありますので、そういう意味でいえば、いわゆる紙標語ですね、パンフレットのようなものでは少ししんどいかもしれないということが、むしろ映像情報ですね、とても効果的なことが、これは私、教育学の教員なのですが、様々な所でもデータとしてもエビデンスが出ておりますので、映像情報が効果的であることがあるなということが出ました。

それからですね、いわゆるこういった問題については本人が気を付けるにも限界があることで、迷惑電話を防止する装置の設置なんかも有効ではないかという意見が出ておりま

す。また、一つの問題としてですね、こういう講座に参加してくださる方はいいのですが、参加されない方、色々な事情がもちろんあるのでしょうか、その方々に対してどうするかという呼びかけですね、これは他の事でも同じ課題だと思いますが、その方々への呼びかけ方法です。これについてはやっぱり、広報として考えていく必要があるというご意見、それから実は、自宅にいらっしゃってですね、外出が少ない人ほど被害に遭いやすい傾向があるのではないかという、これは推論ですが、そういったこともありますので、そういう方々に対して、どうするかという意見が出ております。

次は講座の周知内容です。講座の内容につきましてはですね、やはり学ぶということを知る、あるいは覚えるということではございません。わかるということです。そういう意味ではワークショップのような、ロールプレイングはそうですが、そういったものが参考になるのではないか、効果的ではないか、それから、色々な意味で幅広い興味・関心を持ってもらうために、例えば落語家さんとか演芸家さんですね、色々な方々の話を聞くというのもいいのではないか。それからさきほど申し上げた映像媒体の活用、これが強く出ております。それからさらに地域における支援がいるのではないか。例えば相談相手が欲しいのではないかということから、例えば地域の見守り講座ございますね、こういったところの受託団体と連携できないかなという意見も出ました。

次に、経営課題の2つ目の柱ですが、消費者センターの有用性といいますか、認知度の、利用率の向上という問題についてでございます。ここでも映像コンテンツの活用がとても有効ではないかという意見が出ております。国が作った、国だけではありませんが国などが作られた映像コンテンツを積極的に活用していくことですね、映像コンテンツについては、PR用とか教育用とか用途によって、上げていくことがいいのではないか。それから映像を流す場所ですが、先ほど病院ということでは言いましたが病院あるいは銀行とか、ちょっと滞在する時間が長いところの方が良い。サーっとしてしまったら、パッと見ただけでは中々入っていかないという、そういったことがございます。先ほども局長さんの方から、ICTの活用という意見も出ているのですが、高齢者にとってはどうなのかなということも考えなければいけないなというご意見が出ております。

それから消費者センターの相談なんですけれども、相談から問題解決に至るまでのプロセス、その辺のことがしっかりとフォローできる体制が欲しい。2万件の相談があるということなんですけれども、限られた人員だけでは難しいのではないかという意見がありました。今、経営課題2つについて、申し上げたんですけれども、これ以外にも2つ柱が生まれて、一つは様々な事業に見られる業績の目標ですね、アウトカムつまり効果検証について、特にアンケートなんかあるけれども、アンケートについてはもう少し工夫がいるのではないか、例えば3択の回答では中々よく分からない、もう少し回答肢が多い方が良いという意見とか、あるいは具体的にもうちょっと踏み込んだ設問の方が、いろんな意味で指標を導き出すためにはいいのではないかという意見が出ております。

もう一つの柱ですが、消費者教育用の教材ですが、若者といいますか、青少年向けの啓

発リーフレットがいる。特に、私たちの部会の最初にご報告いただいたのですが、インターネットによって、若年層のトラブルが多いということは聞いております。そういった若年層に対する啓発を一体どうするかということですね、これについて、大変色んな意見を頂きました。クイズ形式とか〇×形式とか、とても面白い、興味・関心を起こさせるようなものがないかということでございます。

それから少し工夫なんでしょうけれども、専門的な用語ですね、何とか商法というのがボーンとでてきた時に、なかなか分かりにくいのではないかと。もう少し解かりやすいものがないかという意見が出ております。特に若年層の啓発リーフレットについては、彼たちも人生経験が乏しいわけですから、なかなかパーッとと言われても、自分にとってどういうものか、わかりにくいのではないかと、そういったことがあるのかなと思いつながら、私はこの意見をお聞きしました。

最後に映像コンテンツの問題ですが、映像コンテンツを作る時には具体的な事例があればいい、それから今の時代は、動画なんか自分でも作れる時代でございますので、特に若い人たちはそうなので、そういったことも今後考えていければいいのかなということでございます。大体、雑駁なところを、申し上げたわけですが、特に高齢者の方々の映像というものの有用性、それから若い人に対する啓発ですね、リーフレットなんかなかなか難しい面がありますので、工夫しながら、若い人たちの啓発を進めていくことの大切さ、こういったことが中心かなというふうに思いつながら、部会が終わりました。

○木村会長 ありがとうございます。只今、両部会長より部会審議の内容についてご報告がございました。すでに大阪市の方でも取り組まれているということもあるとうかがっておりますので、大阪市の取組について、ご説明をお願いしたいと思います。

○谷所長 それでは、各部会の方からご提案いただきました事項につきまして、取り組んだ内容がございます。これについて、ご説明させていただきます。

各部会において、市民局消費者センターの運営方針に関しまして、それぞれ具体的取組を効果的に実施するためにご審議いただきまして、様々なご意見をいただき、誠にありがとうございました。そのご意見等につきまして、出来ることから取り組んでいくということで、順次取り組んできておりますので、個別にご報告をさせていただきます。

今、出ていますようにモニターの画像を見ていただけますでしょうか。高齢者が消費者被害に遭った時に、消費者センターにご相談いただくための周知方法としまして、効果的に当センターの広報を行う手法ということで、部会の委員さんからのご提案をいただきまして、大阪市内のイズミヤ・イオンの各店舗において、その広告チラシに消費者センターの案内を掲載していただきました。これは本市部会委員の日本チェーンストア協会関西支部の内田委員にご協力を得まして、市内のイズミヤ各店舗において約33万枚、イオン各店舗において約77万枚の広報チラシ・広告チラシで、部会委員のご意見を伺いまして、一部

の地域だけではなくということで、市域全体の広範囲に渡る非常に効果的な広報を行うことができました。

続きまして、これも高齢者に対し有効な啓発広報を実施する手法としまして、市内の医療機関の患者待合モニターを利用したらどうかというご提案をいただきました。これに基づきまして、市内の医療機関と調整を今現在も行っております。現在は阿部野にございます、公立大学法人大阪市立大学医学部附属病院にご協力をいただきまして、今ご覧いただいております患者待合モニターの方の映像なんですけど、これをまず患者が診て、その次に順次、センターの消費者トラブルの案内が映り、最後に当初から入れさせてもらっています案内が映るといような、これが市大病院の患者モニター約 50 台、外来患者モニター約 50 台で、反復して映していただいている状態です。市大病院につきましては 1 日約 9,900 人の外来患者が来られますので、これも広報に関しては非常に有効な取組かと思っております。他の医療機関につきましても、現在、鶴見区にございますヘルスコープおおさか・コープおおさか病院においても、同様の手法でやっていただけるということで調整中でございます。

次は当センターでは啓発用のパンフレットとして、一般用・高齢者用・若者用と 3 種類のパンフレットを作成しております。今現在、画像に出ておりますのが、若者用ということになっておりまして、これにつきましては毎年、市立の中学校・高校に消費者教育の教材ということで、生徒さんの方に配っていただいて、啓発していただいているものです。これも審議会の中で、部会の中でご意見をいただきまして、このようなものを利用して、保護者への啓発項目を設けて、家族で高齢者の消費者被害の防止に取り組んでいただけるよう、啓発文を入れて作成するというご意見をいただきましたので、今現在、この内容で、印刷発注中でございます。また、先ほどのご意見にございましたように、内容がちょっと専門的すぎるということで、内容をわかりやすくするという形で、今現在、校正中で進んでおります。あと一番下にですね、「ビリ美・ケン太と学ぶ！防ぐで！消費生活トラブル」といういわゆる QR コードを入れさせていただきます。これは消費者センターのホームページに中学生・高校生等に解かりやすく消費者問題を学んでいただくためのインターネットサイトがございます。そこに QR コードで入っていただいて、これも部会のご意見にございましたように、クイズ形式や、いろんな QA 方式で若い方々に問題を学んでいただけるようなサイトになっておりますので、それも合わせて掲載していくこととしております。取組については以上でございます。

○木村会長 はい、ありがとうございます。そうしましたら、両部会からのご報告と大阪市の事務局からの説明がございましたが、委員の皆様からご自由に、ご発言、ご質問等ございましたら、挙手の上、ご発言いただきましたらと存じます。いかがでしょうか。

○片山委員 ではすみません。

○木村会長 はい、片山委員。

○片山委員 片山です。今回から、参加させていただいておりますので、わかりにくい部分があるので発言させていただきますけれども、本日は大阪市域の消費者センターということなんですけれども、チラシ、パンフレットを見ると大阪府消費生活センターと共同で、今南港で一緒にやって、どういうふうに、問い合わせするときに、どちらへ聞くのか、この資料を見ると、その中に書いてあるのは、大阪市内にお住まいの方は大阪市消費者センター、それが府民の方が対象なら大阪府消費生活センター、受付時間が微妙に違うんですけれども、どのような体制でやっているのかわからないんですけれども、消費者が問い合わせする場合、僕なんかは市民であり、府民でありますので、どちらにかけてもよいと思うんですけれども、その辺の問い合わせ体制はどうなっているのでしょうか。

○木村会長 事務局の方、いかがでしょうか。

○谷所長 委員からご質問ございましたけれども、この「くらしすと」というパンフレットなんですけれども、これは大阪府の消費生活センターと大阪市とこれは府市連携という題目で、一緒に啓発冊子ということで、取り組んでいるものでございます。消費生活相談自体は、今委員がおっしゃられたように、市民の方はどちらに電話されてもいいのですが、基本的には全国どこでも居住区の自治体が対応するというようになっております。大阪府の方は大阪市も含めて、大阪府下の広域に対しまして、総括するという立場で、消費者庁との窓口にもなっているような状態になっております。

○木村会長 片山委員よろしいでしょうか。

○片山委員 はい、結構です。

○木村会長 他いかがでしょうか。ご自由にご発言いただければと思いますが、はい、それでは石川委員どうぞ。

○石川委員 あの5月にですね、5月の消費者月間の時にスーパーのチラシに掲載をされたというご報告をいただいたんですけれども、成果はどうですか。5月の時に相談が非常に増えたとか、どのような結果が出たのか、教えていただければと思います。

○木村委員 いかがでしょうか。具体的に数字など、分かる範囲で結構ですので、お答えいただければと思いますが。

○谷所長 すみません、5月の成果というのが、5月にグンと伸びたかということはなかなかございません。ただ、この4月～7月の間に7,700件ぐらいの相談がございまして、その中でも特殊詐欺の関係が増えてきているということが分かっております。全体で7,700件のうち、650件ぐらいが特殊詐欺の関係で、いわゆるワンクリックですとか、そういったものはいつてきていると、今の相談の現状としては、把握できているのはそういった状況でございます。

○木村会長 よろしいでしょうか。

○石川委員 はい。

○木村会長 他、いかがでしょうか。はい、門委員。

○門委員 すみません、先ほどモニターの話があったんですけども、私、福島区民で区役所に行く機会が何度もあります。区役所のロビーにはモニターがありまして、区の紹介とか色々されてるんですけども、その活用ということは考えられないでしょうか。

○木村会長 この点いかがでしょうか。

○今西委員 はい。

○木村会長 先に今西委員の方からご発言いただきます。

○今西委員 すみません、先ほど私発言を抜かしたのですが、区役所も私どもの部会の話でも、出ております。大変失礼いたしました。

○木村会長 すでに区役所の方でもやられているということですね。門委員よろしゅうございますでしょうか。他、いかがでしょうか。はい、それでは、内田委員よろしく申し上げます。

○内田委員 今回、ご提案していただいて、すぐに病院とかで取り組んでいただいて本当にありがとうございます。私どももこういうチラシの中で、普通でしたら企業のスーパーのチラシの1カ所で、玉子を載せた方がいいとか、ちょっとでも営業的なことを考えるんですけども、こういうような、行政からの連絡をひとつ載せることによって、相手というんですか消費者も、こんなことも載せているんやから、公平な立場でどっかで見られ

ているんだなと感じています。

こういう取組は、これからもドンドンやっていきたいと思っておりますので、お時間だけいただきましたら、載せることも可能でございます。それと地域によって、この頃チラシを細かく分けるところもありますし、また実は全国版で、一つの版でバーンとやりますと、非常にコストが安くなるので、それで行ってしまいます。全国版は味気ないのは、例えば企業の名前出してあれですけども、しょう油でしたら〇〇社のしょう油しか載らないんです。でも、関西というところは薄口のしょう油も載せなければなりませんから、△△社のしょう油とかローカルな商品を、そしてこだわりのある商品を載せていくのも大事やと思っております。そんな風にして取り組んでいきますので、よろしくお願ひします。

○木村会長 ありがとうございます。他、いかがでしょうか。はい、それでは糸島委員。

○糸島委員 スーパーのチラシは非常に大変良いと思うんですけども、残念ながら最近新聞を取らない、特に若い子とかはほとんど新聞を取っていない人が多いので、せっかくチラシだと、私はチラシを隅々まで見ておるんですけども、ですからチラシはもちろん引き続き、もっと色んなお店、うちの近所の向かいの小さい店とかも載せていただくようにして、なおかつ、ぜひお店にですね、バーンと周知ポスターとかを、お店はチラシなくても行くと思うので、それも引き続きお願ひしたいと思ひます。

○木村会長 ありがとうございます。他、いかがでしょうか。引き続きどうぞ。

○内田委員 ホームページとかでもウェブチラシとかいうのもやっておりますので、紙ばかりではこの頃ないので、スマホでも見れますので、ちょっとご紹介だけしておきます。

○木村会長 ありがとうございます。はい。他、いかがでしょうか。はい、竹村委員。

○竹村委員 昨日のニュースを見ますと、東京都の方で、一人暮らしの高齢者の女性の方が3,400万円をだまされた。孫をかたった方にだまされたというニュースが出ておりました。そういうニュースを見るたびごとにこの方には、一言相談する相手がいなかったのか、一人暮らしの方が、先ほどお話が出ていましたとおひ、あまり対外的にお友達がいらっしやらない方というのは、そのまま、電話を受けてそう思ってしまった、そのまま渡してしまうという、こういう何億もとられたというような事件が出てきております。全体的に青少年の部分についても、高齢者の部分についても感じますのは、一言相談する方がいらっしやらない、家族がなかなか今までは、それを担っていたのが、その方がいらっしやらないというのが今の現実ではないかなと思ひます。

一方のほうでは、石川さんの所なんか、福祉関係では一つは見守りをしましょうとい

う活動が、実は福祉局の一つの予算がついて進んでいっている。そういうものと連携をもっとできないのかなと、地域の中でそれぞれの方々に、消費者の問題とか高齢者の色んな詐欺の問題だとか色んなことが出てきているんですけども、でも研修の中身だけで、その業務として一つはサポーターの方とかコーディネーターの方たちのものにはなっていない感じがします。あるいは今、青少年のことで、一つは消費者センターにすぐ連絡、相談をする、あるいは青少年の人たちもセンターに相談するというのは、ちょっと敷居が高い。ひとつの身近な所で相談できるというようなところをもっと、各地域で打ち出していただくというね、大阪市をあげてやっていただくと、子どもさんの場合は青少年指導員とか子ども会のリーダーの方とか、いろんな方がいらっしゃいますので、そういう方々が、意識を持っていただくとか、あるいは学校の中で、その担当の先生が怒るのではなく、ずっと相談に乗るといって、そんな相談者というところを今、考えていかないとこのまま、特に大都市で孤立しているという人たちがひとつはターゲットになっているのではないかとこんな感じがしております。ぜひ、大阪市全庁をあげて、そんな取組が出来たら現場も、そこで少しの活動費があれば進んでいくのではないかなということを思います。以上です。

○木村会長 ありがとうございます。今ご意見ありましたように、3,400万円の事案についてもなかなか、感覚としては普通の人自分だと引かからないとか、そんなによく持っているとかいう感想になりがちで、相談する人がいなかったのかとか、なかなかそういうところに思いが至らないところもありますので、そういうことも含めて協力の重要性というのがあるのかなところもありますので、そういった見守りですね、あるいはネットワーク、そういったことも合わせて引き続き、大阪市をあげて取り組んでいただければと思います。そうしましたら、時間の都合もございますので、次の議題のところに移らせていただきたいと思います。議題の2でございますけれども、本市を取り巻く消費者行政の状況に関わる報告についてでございます。それでは、資料でございますけれども、資料に基づきまして、消費者センターの事業概要について、事務局からご説明を頂きたいと思えます。よろしくお願いたします。

○篠田副所長 それでは私の方から資料2、消費者センター事業についてということで、1番の消費生活情報提供（教育啓発事業について）について、説明させていただきます。

ページを開いていただきまして、1ページ目と2ページ目で、2ページ目が昨年度の教育啓発事業の実績で、左の1ページ目が本年7月までの実績となっております。昨年度と今年度で大きく事業については変更はございません。ちょうど、去年審議会を開催しました時に下段の方に、地域の見守りネットワーク活動促進事業というのがあるんですけども、その中でエルちゃんファミリー講座というのがまだ、28年度の新規事業として開催しておりませんでしたけれども、審議会以降に2回開催しまして、開催にあたりましては、テーマとしては成年後見の問題でありますとか、それにつきましては大阪弁護士会の先生

にもご協力いただいております。2回で116名の参加ということで、この事業につきましては本年8月に1回目が実施させていただいております。簡単にいくつかだけご紹介したいんですけども、ちょうど、昨年もご質問があったんですけども、消費者センターの事業内容といたしますか、講座情報につきましてはSNSを活用しまして情報発信させていただいているんですけども、昨年質問がありました件数なんですけれども、確認しますとフォロワーは市民局全体のホームページなんですけれども、約1,300人くらいのフォロワーがありまして、消費者センターの記事を載せた場合についての閲覧数ですね、リーチ数というらしいんですけども、だいたい600人程度の方がご覧になっていると、いいねの件数なんですけれども、大体10数件。この件数が多いのかどうなのかは判断しかねるんですけども、こういう状況になっております。それで、先ほど言いました弁護士会との連携の話もございまして、本年の3月にですね、大阪弁護士会が主催しましたシンポジウムで「地域で防ごう消費者被害 in 大阪」がございまして、そこに参加されている各種大阪府下の色んな団体の方との交流の場がございまして、その後引き続き参加された団体の方と色んな意見交換をするということで、本年の5月に1回目の意見交換会がございました。引き続き11月にも予定されておまして、こういう場を通じて高齢者の被害防止のための先進的な事例でありますとか、色んな団体の取組について、情報をいただきまして、共有させていただきまして、本市の施策に反映させていきたいと思っております。私からは以上でございます。

○津村副所長 消費生活相談について説明させていただきます。引き続き資料2の4ページ以降をご覧ください。まず、消費生活相談についてですが、平成28年度の受付件数は22,312件でした。それから2番目、相談件数の多い項目としましては、5つあげておりますけれども、1番多いのは架空・不当請求で3,242件、2番目でインターネット通販に関する相談3,103件、3番目に賃貸アパート・マンションに関する相談1,193件、4番目にインターネット通信サービスに関する相談で876件、5番目に携帯電話・スマートフォンに関する相談で795件となっております。

前回の審議会の時に特に、賃貸アパートとかスマートフォン、携帯電話等の相談が多くありますが、それに対してどういう対応をされているのですかと、ご質問がありましたので、今簡単に紹介させていただきます。

賃貸アパートに関する相談ですが、この資料では1,193件ということになっておりますが、賃貸アパートに住まれていた方が退去する際、引っ越しの際に、そういった時に高額な補償費用、次の入居者のためのリフォームや、ハウスクリーニング費用を請求されたといった相談が多く寄せられておまして、こういった相談に対しましては、まずは国土交通省が定めております「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」を紹介させていただいて、「そこに賃借人の故意や過失などによるものは、賃借人の負担になると書いております。ただし通常の使い方をしていても発生すると考えられる経年変化や通常損耗について

は、賃借人が負担する必要がないと記載されています。」というような説明をさせていただき、次に家主との交渉方法などの具体的な事項について、アドバイスをさせていただいているところです。

次に携帯電話・スマートフォンに関する相談、これはどう対応しているかというご質問もありましたので説明いたしますと、スマートフォンとか携帯電話を購入する際、店舗等で購入されることがほとんどだと思うのですが、付帯サービス、こんなサービスありますよとか、例えば壊れた時の対応、保証サービスをしていますよとか、そういったサービスですね、それから付属品の購入、記録媒体をつけておきますかとか、そういった勧誘を受けてよく理解ができないまま契約してしまい、家に帰ってよく考えてみたら、いらぬ物であったとわかった時に、解約・返金を求めるなど、そういったトラブルについて、相談が多く寄せられています。そこでそういった相談に対しては、いつ・どこで・どのような手続きで契約に至ったのか、契約書などで確認していただくということ、それからそのような文書が見つからない場合は当該事業者の店舗等に申し出て契約書等の提示を求める等してくださいとアドバイスをさせていただいています。また、契約に至る過程で当該事業者の店舗の店員に説明が不十分だった等の事業者側にトラブルの原因があった場合につきましては、それらの具体的な経過を時系列で書面に詳しく書いて、当該事業者の代表者あてに、簡易書留などの送った記録が残る方法で、送付してくださいとアドバイスしております。

先ほど申し上げました賃貸アパートに関してもそうなんですけれども、これらの相談に対しましては、相談者からの要請がありましたら、消費生活相談員が事業者との間に立ちまして、あっせん交渉を行うこともございます。

それから、資料に戻っていただきまして、4ページの3番、消費生活トラブルの解決ですが、クーリング・オフに関する相談が736件ありました。これは特定商取引法の中で、例えば訪問販売で、8日間のクーリング・オフ期間が設けられていて、その間であれば、クーリング・オフが出来ることに基づいた回答をさせていただいているものです。その方法についてもアドバイスさせていただいています。

次にあっせんの実施ですが、こういった苦情相談に対して事業者との間に立って、あっせんをした件数が718件ありまして、そのうち、83.8%の602件を解決させていただいております。

そこでまた、前回の審議会でご質問のありました中で、相談数に対する解決処理数をご提示くださいということがありまして、平成27年度の相談のまとめをご覧になった上で質問があったのですが、消費者センターでは苦情処理等の結果については、PIO-NET（パイオネット）という全国消費生活情報ネットワーク・システムに記録しています。PIO-NETは、全国の消費生活センターと国民生活センターの苦情処理をすべて一つのネットワークで記録しているというものなんですけれども、当然本市も、消費生活センターの相談を記録しておりますから、その中で、相談記録する際に、これが解決しましたよとクリックすると

ころがあるんですけども、ただ相談している過程です、記録できるものは記録しているんですが、なかなかその後で、ご自身で解決処理されたところまで、追跡調査までも時間が無くて出来ておりませんので、ですからその数字を拾って、報告するということはしておりません。ただ、ここで見ていただくように、あっせんを実際実施したものに付きましては 718 件とカウントしています。そのうち、あっせんで解決した数字をあげておりまして、8割以上の数字をあげております。ただ、ご質問のありました 27 年度につきまして拾い挙げてカウントしたところ、相談数が約 23,200 件あるうち、苦情にかかる単なる要望とか問合せを除くと約 19,700 件ありまして、そのうち約 2,400 件が解決したという記録をしておりまして、苦情全体のうち約 12%なんですけれども、その後の実際の解決に至ったというものはカウントはできておりませんので、かなり低い数字なんですけれども、そのとおりにとっていただかないようにということでございます。

次に、5 ページを見ていただきましたら、区別の相談件数の推移を記載しております。

6 ページでは、商品テストの説明をしております。苦情処理の際に消費者の疑問を解消するために、消費者から持ち込まれた商品に対しまして、各種テストを行っているところなんです、これは大阪府と共同で、くらしの商品安全情報室事業として行っております。平成 28 年度の本市の商品テストは 17 件、検体としては 54 検体分を実施しているところです。

次にその下の 4 番、不当な取引行為に係る事業者指導なんですけれども、7 ページをご覧ください。28 年度におきましては指導としては 3 件、換気扇フィルター等の訪問販売と浄水器等の訪問販売、あと電話保守サービス等、それぞれ 3 事業者に対して行いました。それと他にこの 28 年度に着手して、今年度 29 年度に継続しているのですけれども、スクール系の会員になる時のトラブルについて、一つの事業者に対して、府と一緒に共同で事業者指導を実施しているところです。

件数が少ないというご指摘を昨年度の審議会でもいただき、平成 28 年度は例年どおり対応したつもりだったのですけれども、今後も件数を増やすように頑張っていかなければならないと考えております。

次に 8 ページをご覧ください。こちらには事業者の調査なんですけれども、消費者保護条例に基づいた単位価格表示等の基準と家庭用品品質表示法等の法律に基づいた調査を行っておりまして、8 ページには大阪市の消費者保護条例に基づく単位価格表示と過大包装基準と商品の品質表示基準について、調査した結果が出ております。

違反件数については、2 番目と 3 番目の過大包装と商品の品質表示につきましては違反は 0 でございましたけれども、単位価格表示の方が、一部表示も含めて表示なしの部分がありました。一部表示はかなり多かったです。調査に行った際には、改善措置をしていただくように、指摘しております。

9 ページをご覧ください。こちらは権限移譲された各法律の調査内容を書いております。上の表が立ち入り検査を実施した件数ですが、これは法律に基づいて立ち入り検査の権限

を持っているものについて、その権限に基づいて行った件数を書いています。下の調査につきましては、そういった立ち入り検査の権限まで行使しておりませんが、事業者の協力をいただいたうえで調査しているものです。去年度につきましては新たに食品表示法に基づく品質基準についての調査を開始しております、このような実施数になっております。それから、そういった法律についての説明については、10 ページ 11 ページに書いております。以上です。

○木村会長 ただいまご紹介ありましたこういった事業概要を踏まえて、次の審議事項に進んでまいりたいと思います。議題の3番目になりますが、高齢者等の消費者被害防止のための取組、平成 29 年度運営方針について、事務局からご説明いただきたいと思います。よろしく申し上げます。

○谷所長 重点的に取り組む主な経営課題ということで、消費生活における安心の確保、モニターの方にもデータの方は映させてはいただいておりますが、めざす将来像としましては生活者である市民、とりわけ高齢者が安心して消費生活を送ることができる状態ということをめざしております。

高齢者に対して重点的に取り組む現状ということで、1、消費生活相談の状況という項目をご覧ください。

高齢者の相談件数につきましては世代別の相談件数は過去5年とも60歳以上が最も多く、全体の約3割を占めている状態でございます。2番目、消費生活相談における高齢者の消費行動ということでございます。高齢者の消費行動につきましては訪問販売、電話勧誘に関する相談件数が60歳以上が60歳未満の約3倍ということになっております。これは60歳以上の方は在宅時に被害に遭うケースが多いということを指しています。3番目、高齢者の被害金額、これにつきましては60歳以上の方の被害金額が高額化していることを示しております。4番目、悪質商法被害に関する相談ということで悪質商法であります催眠商法ですとか次々販売、そういったものに関する相談件数が60歳以上は全体の約3分の2を占めており、60歳以上の方は被害が深刻化しているという状況にあります。5番目の高齢者の消費者トラブルに関する相談ということで、高齢者は本人以外からの相談件数が60歳以上に関するものが全体の4割以上を占めておりまして、60歳以上の方にはサポートが必要であると、いわゆる見守る方ですとか家族の方ですとか、本人以外からの相談が多いという状況になっております。

2ページの2番目の高齢者の意識・行動ということですが、消費者被害の相談や救済について、高齢者の方は被害を受けた際に、誰かに相談するかというと誰にも相談しなかった、という方の方が多いということになっております。誰にも相談しなかった理由というのが、相談しても仕方がない、相談するほどの被害ではなかった、いわゆる、ちょっと諦めた感じでそのまま被害を受け入れているというような状況でございます。ここで、3番

で高齢者の消費者センターの認知度について、これは市政モニターアンケートを取った結果でございますが、60歳以上の市政モニターアンケート調査では、消費者センターの認知度は9割ございます。消費者センターの有用性の認知度については6割、その差ですね、これが課題になってくるのかなと思っております。講座等、参加者のアンケートの結果ということで、後で説明させていただきます、センターが実施する各講座で参加者を対象として実施したアンケート結果では、被害者、消費者被害について、消費者センターに相談しないと答えた人の割合が60歳以上が60歳未満の約1.6倍となっております。このうち、家族、知人、友人に相談するという人が約4割以上となっております。こういった状況を踏まえまして、高齢者の取組がやはり喫緊の課題だと思っております。

これらの問題に対して、運営方針の中では、めざす成果及び戦略ということで3つに分けて取組を進めております。

3ページの3-1、高齢者に対する消費者教育の推進という項目をご覧ください。これは高齢者が悪質事業者の手口や拒否方法、相談先等、消費者トラブルに関する基本的な知識・情報を身につけていただくといった状態をめざしております。内容につきましては昨年度ご説明をさせていただいたものと変わっておりませんが、まず3-1-1ということで基礎的教育、これは一般的に“わん”デー講座という形で月1回、市の阿倍野のセンターなどで、消費者問題に関する講座を行っております。これにつきましては、今年、新たな取組内容としまして、③にございます本市職員が行う講座内容については、映像コンテンツを作成してインターネットにより配信し、あわせて配信していることを周知するという項目を追記しています。次に3-1-2、これは実践的教育ということになっております。これにつきましては一般的に地域講座という名称で、私どもが地域から要請がありましたら、ここに無料で講師を派遣して、消費者被害防止のための講座を開催しております。これにつきましても同じように、講座内容について、映像コンテンツを作成し、インターネットに配信し、あわせて配信していることを周知する、ということを追記しております。

4ページの支援者を通じた高齢者への消費者教育ということですが、これは3-2-3に、後ほど説明させていただきます、これは受託事業、見守り講座の関係ですが、これは昨年と変化はございませんので、説明は割愛させていただきます。

今年新たに追加された具体的取組ということで3-1-4、高齢者に対する相談の勧奨という項目がございます。これは各区役所や福祉局と連携し、各区の社会福祉協議会、老人クラブ連合会などの地域団体、関係会議や高齢者向けのイベント、あらゆる機会や媒体を利用して、高齢者に消費者センターや家族・支援者に気軽に相談するように、啓発をしていくということになっております。これは啓発を行うイベントを24件、各区少なくとも1回以上という形で設定しまして、区民まつりですとか老人クラブさんの会合ですとか色々な場所で、相談していただける状況を作るということで啓発をしてまいりたいと思っております。

5ページの3-2ということでこれも先ほど部会からの意見にもございましたように、

これがまさに地域における高齢者の支援機能の向上ということで、支援者に対する取組でございます。これは、高齢者の家族をはじめ、高齢者の見守り活動を実施している団体、施設等の構成員が高齢者の身近な相談相手として頼りにされて、適切に助言できている状態ということをめざしております。

これにつきまして、3-2-1でこれは新しく入った項目なのでございますが、家族・支援者に対する気軽に相談できる身近な相手になることについての意識づけ、声がかけやすい環境ですとか、そういった意識づけの啓発を行っていくということで、これにつきましても各区役所や福祉局と連携して、高齢者の家族、支援者に対して気軽に相談できる身近な相手になってもらえるような意識づけの啓発を行ってまいりたいと思います。これも家族・支援者等が、先ほどの講座などで作成した映像コンテンツを利用していただくように周知をして、地域で見守りをする中で、その画像・映像を使っていただけるような啓発をしていきたいなと思っております。

6ページの3-2-2、これも新たに今年度追加された項目でございます。高齢者の消費者被害の防止のための見守りネットワークの構築支援ということで、これが昨年審議会の方で、ご質問もいただきました平成28年改正の消費者安全法の地域協議会の設置に向けた取組、支援の一環ということでございます。これにつきましては東淀川区を一応モデル区として、地域の見守りネットワーク活動に関わる関係団体のある地域や、地域へ消費者センターが実施する事業の情報提供の活用を進めること等により、高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークづくりの支援を行ってまいります。

これにつきまして、現在東淀川区の各連合町会などで取り組んでいただけるような調整を行っておるところでございます。取組、具体的取組の3-2-3講座の実施と3-2-4高齢者の家族・支援者に対する被害防止活動のための情報の提供、これは昨年度と変わっておりませんので省略をさせていただきます。

7ページの3-3、これが消費者センターの有用性と認知度の向上という項目でございます。これは高齢者にとって消費者センターが消費生活に関して気軽に相談ができる窓口であって、消費者被害の未然防止、被害の救済、回復に役立つ機関であるということが認知される状態であることをめざしております。この具体的取組につきましては、様々な各部会の委員さんからのご意見を頂きまして、先ほどから紹介している取組を実施しているところでございます。ここにつきましても、また以降のところ、映像コンテンツ等により、ハンドブックや作成したチラシ等にQRコードを掲載することより、アクセスを容易にするなど、消費者センターへの事業の内容の周知について、今後も強化していきたいと考えております。

以上が運営方針のご説明です。平成29年度の運営方針の各取組では今もご説明させていただきましたとおり、高齢者の消費者被害の防止に資することを目的とした啓発用の動画、映像コンテンツいわゆるICTを使った啓発というのが中心になってきております。これにつきましてはインターネットに載せることはもちろんなのですが、部会のご意見にもあり

ましたように、インターネットでは、高齢者が利用しにくいというようなこともありますので、地域で行われている会合、例えば食事サービス、食事会ですとか、こういった小さな場所でも結構なのですが、そこで活用いただいて、取組に使っていただくということが狙いとなっております。

委員の皆様方にはこの後、こちらで作成した動画を見ていただきますが、その内容へのご意見と他にどんなものが有効であるか、またこれらの動画を積極的に活用していただくための有効な方法、手法、どのような形で周知すれば効果的に高齢者への啓発になりうるか等のご審議をいただき、ご意見を賜りたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

(映像コンテンツ 視聴)

○木村会長 以上ですね、事務局の方から高齢者の消費者被害防止に向けて、動画を積極的に活用していくために、有効な活用内容や活用方法について、ご審議いただきたいとのご提案がございました。先ほどの事業説明等についても、またご質問等ございましたら、お受けするとしまして、この動画ですね、これからすぐ活用していくという話がございましたので、まず動画の内容について、どういったものが効果的かということと、この動画をどのように活用していくかということについて、これから少し時間を取りまして、ご審議いただきたいというふうに思います。審議会ということですので、出来るだけ具体的なご提案とかあるいはそのご指摘というものがあればいいなというふうに思っております。それではご自由に挙手の上ご発言いただければと思いますが、いかがでしょうか。はい、南山委員どうぞ。

○南山委員 すみません、動画拝見させていただきました、非常に具体性があり、インパクトのある物が出来上がってきて非常にいいなと感じました。このパターンはうちの母も引っかかるかなと思ったんですけども、めんどくさいといいますか、たまたま来はった、ある程度お金があれば契約してしまうというようなことが、多分あるかと思うので、そういうふうなこととか、あと、貴金属たくさんお持ちですよねとかいう形で訪問に来られまして、出してみてください、18Kか24Kか使わない物いっぱいあるみたいな感じで、使わないからいいわと渡すとお金をくれるわけです。そういう騙されているのか騙されていないのかよくわからない、実際、今の金の相場で、いくらで売れば正しいのか分からないというような、非常に手の込んだといいますか、ぎりぎりのところでやって来て、一人で留守番していると話し相手になってもらい、親切やったわと、親切な人みたいな感じになっているような。貴金属だけでなく、色々と、逆に危ない人が訪問に来る、今のような感じが多いのかなというふうに思います。

パターン化したもの、先ほど病院の例が出てましたけれども、大阪市大医学部の客員教

授もしていますので、何かみたことあるなと思いながら拝見させていただいていたんですけども、そういう待ち時間って皆さんイライラしているので、ああいうのを見たら、あ～そうか、お宅どう？とか隣の人と話ができたりとか、そういうふうなことも、会話の中で新しく生まれるみたいなことも非常にあるかなと思うので、大きな病院とクリニックをベースにして、待ち時間の多い銀行とか郵便局とか、そういうところにドンドン配信されて、月曜日に行かれる人は、ずっと月曜日に病院に行ったり、先生が外来をやっているとかなるので、曜日をずらしながら、例えばまずは5パターン位、月火水木金ですか、ずらして行って、なるべく具体的な動画を作られたら、非常に啓蒙できるというか啓発できるような気がしました。

○木村会長 ありがとうございます。内容については、バリエーションをもたせてということ、可能でしょうか。

○谷所長 そうですね、今年1本目ということでこのバリエーションで作らせていただきましたので、今後、手作り感満載なんですけれども、我々で色んなパターンで作っていきたいなと思っております。

○木村会長 南山委員からご指摘のあった場所ですね、例えば病院で流すとか市大附属病院とかそういうことというのは具体的に可能なのでしょうか。

○谷所長 はい、この間ですね、市大病院とお話しさせてもらった中で、これはコープおおさか病院さんもそうなんですけれども、市民・患者用の待合モニターが、どうも動画に対応していないようなんですね。どうしても、静止画で出してくれということでしたので、ちょっとご無理をお願いして、静止画を何個も流してもらうというような形にはなっておるんですけれども、待合フロアに普通のテレビとかが置いている病院もございますので、そういったところで、流していただくということも視野に入れながら、今後医療機関を当たっていきたいなと思っております。

○木村会長 他、いかがでしょうか。先に倉田委員、お願いします。

○倉田委員 大変ご苦勞されてお作りになったのは、よく理解できるのですが、私は映像を30年ぐらいやっておりましたので、これは動画というよりも紙芝居、電気紙芝居という感じですね。ですから、一つの画面ですごく長いものですから、ご高齢者の方の視聴形態というのは私よくわかりませんが、少しインパクトがないのではないかと思います。それと肝になるのが後半の説明の部分ですが、ここが多分職員の方がご担当されたのかもしれませんが、声がこもってしまって、不特定多数の方がたくさんおられるような

現場では入ってこないんですね。前半のセリフのやり取りはプロの方だと思うんですが、声が出ているのですが後半の大事な所がちょっと聞き取りにくいというふうに感じました。

ただ、お作りになるということは非常にいいことですし、ご予算のこともありますので、まずはこれからかなと思うのですが、皆さんもお聞きになったりご覧になったと思うんですが、STOP！危ない自転車というのが NHK さんを含めてやっておられましたね。これはテレビもあってラジオもあって、投入されている費用というものは桁違いに違うと思います。あれくらいのインパクトがあるものではないと、ご高齢者と言ってもこれから私たちが高齢者になっていくわけですから、もう少しああいうものをご参考にして、お作りになるのも一つかなと思いました。

○木村会長 続きまして、内田委員お願いします。

○内田委員 本当にいい物が出来ていると思います。先ほども倉田委員も言いはりしましたが、時間はもう少し短い方が、お年寄りにはあまり長いのは飽きてくると思うんです。すみません、そう感じたのと、今、特殊詐欺というんですか、オール大阪で警察も含め、府、色んなところ、関係機関が集まってキャンペーンやっていますよね。そのキャンペーンの西川きよしさんの一家がそういう取組をやっていると思うんですけれども、ちょっとそういう最初の映像でもいいですけれども、ポンと入れていただくとかしたら、よりインパクトがあるような、先ほどおっしゃったその紙芝居だけではないし、おおっと、知っている人が出ると印象があるのではないかなと思ひまして、感じましたことを言わせていただきました。以上です。

○木村会長 動画の最初に○○商法編みたいなのは出るんですね。ああいうのはない方がいいのかもしれませんがね。あれを見ただけで、関係ないわと言って見なくなる可能性がありますので、あ、そんなんかと思つて。むしろ自然にサーッと入ってくるような流れの方がいいのかもしれないですね。何か始まったぞとぐらいの方が。病院の待合とかも想定されているんでしたら、時間が多少あって見てる分だからいいのかなと思うんですけれども、○○商法とかいうのは、頭に持ってくる方がかえって拒絶感というか、関係ないと思う人は多いと思うんですね。そこらへんの部分は工夫された方がいいのかなという気がしますけれども。他、いかがでしょうか。はい、片山委員。

○片山委員 はい、内容もいいと思うんですけれども、お金をかけないという意味でいうと、当然こんな感じかなと思うんですけれども。一つ気になったのが、子どもさんと訪問のところから、色々見ているんですけれども、静かな環境で聞く場合と、あるいはちょっと距離が離れて見る場合となると、しゃべっている声とかは聞こえないということもあるし、そう言うところでしか見れないということもあるので、画像だけでもわかるようにするた

めには、やり取りの部分から下にテロップのように文字を流してもいいのではないかなと、静止画みたいですから、やり取りの部分に子どもさんの話とかをわかるようなやり方をすれば、音が聞こえなくても、遠くで見てただけでも、こんなやり取りしているんだなということがわかるようにすれば、それはそんなにお金はかかるわけではないと思うので。先ほど言っていたように、しゃべりがわかりにくいとか、最後の方も文字がたくさん出ていた所も、いっぺんに出て読むのもちょっと読みづらいと思うので、何か工夫がいるのかなと、色んな所で使えるようなふうにしたら、もっとよくなるんじゃないかなと思いますので、ご考慮をお願いします。

○木村会長 ありがとうございます。他、いかがでしょうか、はい、石川委員どうぞ。

○石川委員 福祉や介護の情報発信するのと同じような課題を持っているのではないかなと見ていました。福祉や介護の情報というのは、色んな工夫をして情報提供していくんですけども、必要にならないとスッと流してしまっていて、全然手元に残っていない。いざという時に探して、ということになって、この消費者の関係の情報も多分必要になったら探すのかなと思ったりもするので、いかに常にそばにその情報がある状況を作っていくのかということがとっても大事なかなと思います。高齢者の方ですので、高齢者の方が集まれるようなところで、今のような物をいかに流し続けられるのか、支援をしている人たちもその情報を知っていて提供する状況にあるようにしていくのかということが、とっても大事なことだと思いますので、短い時間の物でもいいんですけども、地域の食事サービスとかふれあい喫茶の場で DVD で流せるようなスタイルの物を作っていただければと思います。よろしくをお願いします。

○木村会長 ありがとうございます。他、いかがでしょうか、事業概要等についても、ご質問等ございましたら、この機会にご発言いただければと思いますが、いかがでしょうか。はい、それでは西村委員どうぞ。

○西村委員 先ほどの事業概要について、ご報告いただいたことについてなのですが、今のビデオも含めて、高齢者の消費者被害の防止のための啓発活動ということで、非常に工夫をして、取組をされましたし、されてきておりますし、これからも力を入れていかれようということはよくわかりました。ただ、去年も申し上げたことなんですけれども、あわせてですね、被害が起きてからの相談ですね、活動であるとか、あるいはそれに伴う事業者の指導、こういった他のものも車の両輪の関係にありますので、忘れずに力を入れていただきたいなと思って、意見と質問を申し上げたいと思います。

まず、事業者指導については、今年度は3件ということで、力も入れていただいて、去年よりは増えているんですけども、以前から比べるとまだまだ数が少ないということと、

府との共同での指導が今年なかったということで、先ほどのご報告では今年度にかけてされているということなんですけれども、そのあたりやはりもう少し力を入れていきたいなと、やはりこういう事業者指導など必要なノウハウがありますので、継続していかないとそういったものが人材的にもノウハウ的にも蓄積されていかないので、その点ですね、課題になっている点があれば、こういう点が今課題なんだというようなことをご説明いただけたらと思います。

それからもう一つが、その先に苦情処理部会なんですけれども、私も部会委員に選んでいただいているんですが、この4年ほど新しい受理がないんでしょうかね、そちらの方もやはりせつかくある苦情処理部会を活用して、悪質な事業者に対しては、良い解決の事例を示すというようなことで、苦情処理部会も出来るだけ活用していくようにしていただきたいと、そういう意味でこの間、新たな受付がないというところで何かネックになる部分があるのであれば、どういう課題があるのかということをお聞きしたいと思います。

○木村会長 西村委員から2点、ご指摘があったかと思うんですけれども、順にお答えいただけますか。1点目は指導実績のところ、数がそんなに多くないので、継続性等にかかわる課題と、二つ目は苦情処理部会ですね、ほとんどあがってきておりませんので、その現状、隠れている部分というか、そういった予備軍的なもの、情報があれば、ご提供いただければと思います。

○谷所長 今回の2点について、ご説明させていただきます。まず、事業者指導の関係ですけれども、昨年の審議会でも1件ということで指導件数が少ないんじゃないかとご指摘をいただきまして、去年1年間ですね、悪質な事業者について、相談があったものを中心に、指導の方に入っております。

先ほどの説明にもありましたように大阪府と連携して、今も継続して指導中の事業者が一つございます。今年度に入っても一つ、悪質な事業者が出てきておりますので、これにつきましても現在、動いております。なんとなくこの表を見ていただきますと、事業者指導、これだけしかしていないイメージにはなるんですけれども、日常、消費者センターに事業者の方がお越しになりますので、その中で、各関係団体の方々と意見交換をさせてもらいながら、消費者センターにあがっている相談については、事業者さんにお伝えをして改善を求めていくというようなことは通常、日常的には行政指導としてやっておりますけれども、特に悪質な件に対する措置がここにあがっているということになっております。

ですから、課題といいますのは、潜在的に指導しているというものをどうやって、オープン化していくかというようなことが一つの課題になっているところでございます。

苦情処理部会につきましては、一定の被害者数ですとか、事案的に大きいものということになっておりますので、今のところ、部会でご審議いただくほどの確かに悪質な事業者は2件ほどございます。これは大阪府と一緒に連携して事業者指導しておりますので、今

後そういったもので、さらに悪質なものが出てきた場合には、苦情処理部会の方に、ご審議の方をお願いすることになるので、その際にはご協力の方、よろしくお願いします。

○木村会長 よろしいですか。それでは片山委員。

○片山委員 事業者指導に関する話なんですけれども、最近出てきた傾向というのが、特に私、住之江区の方に住んでいるんですけれども、車の駐車場の一時預かりというのがあるんですが、だいたい住之江付近で1日700円で預かるというのがあるんです。これは一般的なのですが、うちの近くに住吉大社がありまして、お祭りの時期になると10分500円とかに切り替えるのですね。それが看板表示の仕方が分かりにくいというのか、突然変えまですので、10分500円になりますと1日預けると2～3万円ということで、実際にお払いになって、私のところに陳情でお話いただけることがございます。やはり詐欺的な商法ではないんですけれども、表示の仕方などに理不尽が残ると、そういうところに業者にわかりやすい指導をすとか、同一形式にすとか条例化で上限を作るとか、そういうことをしないと市民は不満がたまるばかりで、その辺も当然高齢者もそうなんです、若い世代においても、そういうこともありますので、ぜひ事業者指導とかそういう問題をどう解決していくのかということ一度考えていただきたい。そういう苦情というのは来ていないのでしょうか、それも合わせてご回答をお願いします。

○木村会長 結構ありそうですけれども、そういう相談はあるのでしょうか。

○津村副所長 はい、今おっしゃったような駐車場に関する相談はあります。表示が分かりにくいとか、思っていた料金と違う、なんでこんな料金を払わないといけないのかという相談があり、相談員としましては、その前後の証拠ですね、表示の違いとか単価の違いとか自分の思っていたことと違うことについて、証拠をつかんでくださいということをお願いしていることと、駐車場の経営者に対して、証拠をお見せして解決に向けて話し合いをしていく様にアドバイスをさせていただいているところです。

○木村会長 出来る限りは、事前の指導があった方が透明性が高まると思いますし、そういったところもですね、また今後どういうふうに取り組んでいけるのか、また合わせて、審議していければというふうに思います。それでは、時間の都合もございますので、この議題については、以上をもって終了とさせていただきます、次の議題の方にまいります。

議題の4の方に進んでまいります。消費者保護条例に基づく不当な取引行為の指定（告示）について、ご審議いただきます。本日は大阪市から当審議会に対しまして、大阪市消費者保護条例第18条第1項に規定する指定等について、諮問がございますので、これを受けたいと思います。それでは、事務局の方、お願いします。

○前川係長 それでは高橋総務部長より、諮問書の方をお渡しさせていただきますので、木村会長はその場でご起立くださいますよう、よろしくお願いいたします。

○高橋総務部長 それでは、諮問事項のところまで、読み上げさせていただきます。平成29年9月5日付けでございます。大阪市消費者保護審議会会長 木村和成様、大阪市消費者保護条例第18条第1項の規定に基づく不当な取引行為の指定等について諮問でございます。

標題につきまして、大阪市消費者保護条例第33条第2項第2号及び第3号の規定に基づきまして、次のとおり諮問いたします。記といたしまして、1、諮問事項でございます。3点ございます。まず、1点目といたしまして、現在条例第18条第1項の規定に基づく不当な取引行為として指定しております次の行為について、それぞれ次のとおり改めること。アといたしまして、契約を締結する意思がない旨を表示している消費者に対する電話又は訪問による契約の締結の勧誘又は契約の締結。現在、消費者に迷惑を覚えさせるような態様による契約の締結の勧誘又は契約の締結、これは少し長いので、以降「勧誘又は販売」というふうに省略をさせていただきます。これに限定している現行の規制内容を、電話又は訪問による勧誘又は販売については態様を問わず一律に不当な取引行為として指定をいたします。

イといたしまして、契約を締結する意思がない旨を表示していない消費者に対する電話又は訪問等による勧誘又は販売につきまして、早朝又は深夜における勧誘又は販売については態様を問わず一律に不当な取引行為として指定をする。2番目といたしまして「契約を締結する意思がない旨」の表示につきまして住居の玄関先にはり紙やはり札を表示する方法も含まれるということを明らかにすること。3点目といたしまして、特定商取引に関する法律において規制されている訪問購入につきまして、本市としてとりうる方策についてご審議いただきたいと思っております。2の諮問の趣旨以降につきましては、後ほどご説明させていただきます。よろしくお願いいたします。

○木村会長 ただいま、本審議会に対しまして大阪市より諮問をいただきました。この諮問について、今後本審議会において議論することにしたいと思います。続いて諮問の趣旨について、大阪市よりご説明お願いいたします。

○高橋総務部長 はい、それでは引き続きまして、2の諮問の趣旨以降につきましてご説明を申し上げます。1点目の諮問事項(1)についてでございますが、お手元の資料の一番最後についておりました資料の4、消費者保護条例に基づく不当な取引行為の指示という告示がございますが、こちらの第1項の(12)号でございます。それから(18)号というものが主に関連いたしますので、よろしければご参照いただければと思います。

それでは趣旨でございますが、近年、悪質な商取引行為の手口は複雑化・巧妙化し、消費者保護が深刻化しています。そうした中でも、電話や訪問といった勧誘又は販売は、不意打ち性が高く、最近では自動ガイダンスによる電話勧誘などの新たな手口も発生いたしまして、高齢者が必要のない商品を購入してしまうなどの相談が多く寄せられております。しかしながらですね、現行の先ほどの告示の(12)号でございますが、契約締結意思のない旨を表示している方に対して、早朝・深夜の電話など、迷惑を覚えさせる方法で勧誘することを規制されておりますが、電話や訪問といったそういう不意打ち性のあるものにつきましては、契約の締結の意思がないんだということを表してさえいけば、昼間であっても、電話や訪問による勧誘は規制対象となるように、そういうふうにしたいと思っております。本文に戻りまして、また、電話や訪問による勧誘又は販売は、一度勧誘が始まりますと、言葉巧みに消費者に対する説得が続くようになる、そういう事例も多くございます。先ほどの告示の(18)号では、反復継続して執拗に勧誘すること、これは規制はしているものの消費者側に言葉巧みにというところでは「反復継続」ですとか「執拗」といった印象を持たせないような巧妙な手口も出てきているところから、消費者を保護するためには、当初の勧誘の段階から規制することが必要になってきているというふうを考えております。以上のことから、事業者の営業活動の自由といった点も考慮しつつ、一層の消費者保護を図るといった観点から、電話や訪問による勧誘又は販売については諮問事項(1)に記載させていただいております規制が必要というふうを考えております。

2点目、諮問事項(2)について、現行の告示につきましては「契約を締結する意思がない旨」の表示をしている場合と書いていますが、その表示の具体的な方法については、口頭や書面によるもののほか、住居の玄関先にはり紙やはり札、こういったものを大阪市もステッカーを出しておりますけれども、そういうものを表示する方法も含まれるというふうには考えていますが、この点については、やはり文字になっておりませんと様々な解釈をする余地も考えられますことから、消費者・事業者の双方にとって規制内容がより明確になるように、具体的にはカッコ書きでですね、はり紙・はり札も含まれるという旨を明示するというふうなことをこの告示に書くことによって明確になるようにしたいと考えております。

あと諮問事項(3)についてでございますが、こちらは訪問購入についてでございます。事業者が消費者の自宅を訪問し、高価な着物や貴金属を安価に買い叩いて持ち去る手口で、主に高齢の女性が狙われて被害を受けるという事例が急増したことに対応して、国の方で、平成24年に特定商取引法が改正されて訪問購入を規制する規定が設けられたところですが、本市に寄せられる訪問購入に関する苦情や相談といったものも、この4年5年で若干増加傾向にあります。

大阪府の区域内における特定商取引法による訪問購入の規制に関する事務というのは大阪府知事の権限とされておりますが、基礎自治体であります本市におきましても、市民の消費生活の安全確保の観点から、何らかの方策をとる必要があるというふうを考えており

まして、この点についてご審議をお願いしたいと思っております。

以上の次第で、消費者保護条例第33条第2項第2号及び第3号の規定に基づき、審議会の意見を賜りたく、諮問するものです。

○木村会長 ありがとうございます。今後の審議の進め方についてですけれども、具体的な議論を進めるために、専門部会を設置し、専門分野の委員を中心に議論を進めてまいりたいと考えております。お手元の消費者保護審議会規則第4条に、会長が必要と認めるときには審議会に専門部会を置くことができること、審議会規則第4条第2項に基づきまして、専門部会は会長が指名する委員で組織することが規定されております。部会の運営に関しましては、お手元の大阪市消費者保護審議会専門部会の運営についてというものがございまして、本日以降に、専門分野の委員を中心に、専門部会の委員、部会長の指名等を行い、専門部会を立ち上げて審議を進めてまいりたいと思っておりますので、今後事務局の方より打診がございましたら、委員の皆様におかれましては、お忙しいことと存じますが、どうぞご協力のほど、お願い申し上げます。部会委員が決まりましたら、事務局からお知らせいたしますので、合わせてご協力をお願いいたします。それでは議題5、その他でございまして、今年度につきましても地域安全確保部会、消費者教育部会でご審議を進めていきたいと思っておりますが、よろしいでしょうか。

(異議なしの声)

○木村会長 はい、そうしましたら、次に苦情処理部会の委員につきまして、審議会規則第3条第1項に基づき、これも会長が指名することとしております。前回の審議会でも千葉委員を指名したところでございますけれども、今回委員の交代があり、本年8月に千葉委員が解嘱され、本日ご欠席ではございますけれども黒木委員に委嘱をされております。つきましては、黒木委員を指名いたしますので、よろしくお願いいたします。時間が押しておりますけれども、最後1分ほどのところですが、その他委員の皆さまから、この際、何か一言。倉田委員どうぞ。

○倉田委員 6月に消費生活相談のまとめというのを送付いただいたのですが、その中で、年齢層別にみる商品・役務件数というのがありました。今回の会議には、資料として出ていないのですが、商品一般というものが、27年度の倍になっているんですね。約1,000件アップしていると。26年度から見ると3倍になっていると。このことについて、今回ご説明がありませんでしたが、ご説明をしていただけませんか。

○木村会長 事務局の方からお願いいたします。

○谷所長 今現在、ご説明できるデータを持ち合わせておりませんので、今のご質問につきましては、委員の皆さまに後日、メールで回答させていただきます。申し訳ございません。

○木村会長 はい、倉田委員、よろしいでしょうか。

○倉田委員 はい。

○木村会長 よろしいですかね、時間を超えておりますので、委員の皆さま方には長時間にわたり、ご審議いただきありがとうございました。それではこれもちまして第54回大阪市消費者保護審議会を閉会いたします。本日は熱心にご討議賜りまして、ありがとうございました。

○司会 委員の皆さま方には長時間にわたり、ご審議をいただきましてありがとうございました。それではこれもちまして、第54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。