

第 57 回

大阪市消費者保護審議会

議 事 録

令和元年 9 月 24 日

大 阪 市 市 民 局

第 57 回大阪市消費者保護審議会 議事録

日 時 令和元年 9 月 24 日（火）
午前 10 時 00 分～午前 12 時 00 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 地域安全担当部長あいさつ

3 委員紹介

4 議 題

- (1) 専門部会からの報告について
- (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
- (3) 高齢者及び若年者の消費生活の安全の確保（平成 31 年度市民局運営方針）について
- (4) その他

5 閉 会

出席者

(1) 委員 (12名)

(敬称略・50音順)

石川直基	弁護士
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
井上正裕	大阪市老人クラブ連合会理事
大友康博	認定特定非営利活動法人大阪NPOセンター事務局長
尾松真次	(公社) 消費者関連専門家会議西日本支部会員活動部会執行委員
河南敏朗	近畿百貨店協会事務局長
久保宏之	関西大学法学部教授
武田邦宣	大阪大学大学院法学研究科教授
出相泰裕	大阪教育大学教育学部教授
松井元子	京都府立大学大学院生命環境科学研究科教授
水上啓吾	大阪市立大学大学院都市経営研究科准教授
山口育子	(社福) 大阪市阿倍野区社会福祉協議会事務局長

(2) 市側

市民局区政支援室地域安全担当部長 馬場正和

(3) 事務局 (大阪市消費者センター)

所長	藤田浩之
副所長	前川彩
副所長	川上寛
担当係長	湯上恵代

(4) 傍聴者 0名

○司会 ただ今より、第57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ご出席いただきまして、ありがとうございます。私は、本日の市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湯上でございます。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、ただ今、12名の委員にご出席賜っておりますので、本会が有効に成立していることをご報告申し上げます。

それでは、お手元の会議次第に従って進めてまいりたいと存じます。まず、開会にあたりまして、本市を代表いたしまして、馬場市民局区政支援室地域安全担当部長から、ごあいさつ申し上げます。

○馬場地域安全担当部長 皆様、おはようございます。大阪市市民局区政支援室地域安全担当部長の馬場でございます。皆様方におかれましては、平素から消費者行政をはじめ、大阪市政各般にわたりまして、格別のご理解とご協力を賜っておりますこと、まずもって厚くお礼申し上げます。また、本日は、ご多用にも関わりませず、本審議会にご出席いただきまして、誠にありがとうございます。

さて、私ども大阪市市民局では、生活者であります市民が、安全で安心して暮らし・過ごせるまちを目標といたしまして、消費生活におけます安心の確保に重点的に取り組んでおります。大阪市における最近の消費者被害の状況、また、消費者相談の状況を見ますと、とりわけ、高齢者を狙った問題のある悪質商法が増加しているなど、65歳以上の方からの相談が、依然として増加傾向にございます。高齢者の特徴といたしまして、自らが被害にあわれていることになかなか気づかれずに、非常に深刻な事態になってから、ご家族など周りの方が初めて相談に来られるといった状況が見受けられます。そういった状況をふまえて、私ども大阪市消費者センターといたしましては、高齢者の消費者被害防止に重点を置きまして、高齢者ご本人への啓発はもとより、ご家族の方、また支援者の方や、地域で活動しておられます団体の皆様方に対しまして、高齢者被害の早期発見、また、支援活動に役立ちます講座の実施など、地域における高齢者等の消費者被害の防止、救済に向けた見守り活動の強化に取り組んでおります。

また、これまでの取り組みをさらに進め、消費者の利益の擁護及び増進に関連する関係団体、関係機関が連携し、大阪市における消費者の安全確保のための取り組みを、効果的かつ円滑に行うことを目的としまして、大阪市消費者安全確保地域協議会を平成31年3月に設置いたしまして、第1回目の協議会をこの7月に開催いたしました。

そうした中で、私ども消費者センターといたしまして、悪質事業者の手口や、消費者被害の未然防止に必要な知識といった、消費者トラブルに関する基本的な情報の提供・高齢者を対象といたしました消費者教育の推進と、地域における高齢者の支援機能の向上・成年年齢引き下げを見据えた、若年者を対象とした消費者被害の未然防止のための教育・消費者センターの有用性の認知度の向上、以上4点を柱に取り組みを進めております。

本日の審議会におきましては、私ども消費者センターの各種取り組みの内容について説明させていただき、委員の皆様方からのご意見、ご助言を賜りたく存じます。今後とも本市

消費者行政の推進に向けたお力添えをお願いいたしまして、はなはだ簡単ではございますけれども、冒頭にあたりましてのごあいさつとさせていただきます。本日はどうぞよろしくお願い申し上げます。

○司会 続きまして、配布資料の確認の方をさせていただきます。

(配布資料の確認)

○司会 続きまして、議題に入ります前に、委員の方々を紹介させていただきます、

(出席委員の紹介)

○司会 なお、本日、足立委員、家本委員、梅園委員、大成委員、黒木委員、古株委員、畑委員、湯谷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ので、ご参照いただきますようお願いいたします。

次に、消費者センターの出席者をご紹介します。

(事務局の紹介)

○司会 それでは、以後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。久保会長、どうぞよろしくお願い申し上げます。

○久保会長 それでは説明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・非公開についてですが、「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「審議会等の設置及び運営に関する指針」の2ページ、第7「会議の公開」の1 会議の公開基準において、会議を公開しない場合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申し上げます。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ことをご了承くださいますようお願いいたします。なお、傍聴者はいらっしゃいませんのでこのまま進めさせていただきます。

それでは、議題に入ってまいります。なお、議題1から3の審議については、議題3終了後、一括審議を予定しておりますので、よろしくお願い申し上げます。まず初めに報告事項として、議題1「専門部会からの報告について」でございます。後ほど審議事項になります運営方針において、経営課題3-1の「高齢者を対象とした消費者教育の推進」及び課題3-3「若年者を対象とした消費者教育の推進」については消費者教育部会、経営

課題3-2「地域における高齢者の支援機能の向上」については地域安全確保部会、なお、経営課題3-4「消費者センターの有用性の認知度の向上」については、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。その審議内容については、部会長から報告いただきたいと思っております。それでは、消費者教育部会の出相部会長から報告をお願いいたします。

○出相委員 それでは消費者教育部会から報告をさせていただきます。教育部会では、年齢層といたしまして主に2つのグループに対する対応について話し合っていました。

1つとしては高齢者なのですが、主に2つの点を中心に対応策を考えてまいりました。まず1つは、消費者センターの認知度をどう上げるか、具体的には消費者センターに気軽に連絡していただくにはどうすればよいかということがまず1点です。いろんな意見が出ましたが代表的なものをご紹介しますと、高齢者の方は電話がかかってくる、そこから騙されるということがあるので、電話にステッカーを貼っておく、というのがいいのではないかと、という意見が出ました。あと、いろんな所、高齢者の集まる場所で広報を図ることが大事なので、これは前年度も出たんですけども、フードコートとか、病院ですとかですね、新歌舞伎座だとか、繁盛亭、ああいったところで広報を流していただければというところですね。また、日ごろ高齢者の方、一人暮らしの高齢者の方と接する機会の多い民生委員さんの研修も重要ではないかということがあげられました。

2つ目の視点ですが、いろいろとそういう形で広報するんですけども、自分は大丈夫だ、というふうに思っている高齢者の方が多いので、そうじゃないということですね、いかに認識していただくか、対応策を考えないといけないということで、これもいろんなご意見が出たんですけども、ひとつをご紹介しますと、セミナーですね。大阪市内でいいますと、梅田に生涯学習センターがありますし、市民学習センターも阿倍野や難波にありますけれども、ああいったところはですね、現代的課題という、趣味系以外の講座もやらなければいけないということになってまして、ある意味ではこういった消費者問題を一緒にやろうということになれば、非常に助かると思うんですね。次に、そういった施設の利用者は高齢者の方が多いので、そういったところでセミナーや説明会をやっていく。その際に、やはり体験談を語っていただくことが大事だと、「あっ、それなら自分もありうるな」と、自分と身近な立場の方々にうまく話をさせていただいて、これは自分にも当てはまるということをそういった場で理解していただく、ということがご意見として出ました。

2つめのグループとして、若者があげられました。特に、去年の地震以来、小学校や中学校へのスマホの、この登下校の間にももたせていこうという動きがどんどん進んでおります。小中学生がスマートフォンを使う機会が増えてきておりますので、特に注意が必要だというご意見が出ました。そしてここでも消費者センターの認知度をどう上げていくか、どう気軽に連絡していただくかということで話し合いが行われたんですけども、これはまず一つ、昨年度も出ましたけれど、授業を活用していくと。まあ特に総合学習の時間は、学校の先生方も何をしたらいいのか大変困ってらっしゃいますし、自分で負担を負

って授業を企画するというは大変なので、消費者センター側からアプローチして出前講座みたいな形でやると、先生方の負担も少ないし、総合学習の授業の趣旨に沿った授業もできるし、そういったことで小・中・高にアプローチしていくと。大学もですね、いろんな授業を通じて、消費者問題を取り上げていただく授業ですね、これを出前講座でやっていこうと。

そして昨年度、1回だけでは意味がない、もっと何回かのシリーズに分けてやるべきだというご意見が出たんですけれども、大学はカリキュラムのスリム化ですとか、いろいろ厳しい、財政的にもいろいろ厳しい状況にいる中、なかなか何回もやるというのは無理ですので、まずは1回やっていくところからはじめるのが大事なんじゃないかと。それと大学によってはですね、学生消費者リーダー育成とかやっているところもありますので、そういったことに絡んでいくとかですね、あるいは、今大学は外で実習するという、アクティブ・ラーニング、サービス・ラーニングを推進していますので、今、私の教え子も大阪市内でいろんな実習とかやっていますけど、消費者センターもそういった受け皿に名乗りを上げていくと、学生がそこで働くことを通じて、意識が変わっていくということもあると思いますので実習先として名乗りをあげられてはどうか、ということがありました。

あと私は、若者は自分は大丈夫だと思ってしまう人が多いと思うんですけど、特に女性がエステに行かれた際のトラブルや、あるいはインターネットでのネットトラブル、そういったところで利用料金が請求されたりするといったトラブルは日常的にあることですので、そういった体験談を中心にお話しいただくと、自分もそういった経験があるという方はいらっしゃるでしょうから、そういった内容の授業・セミナーをやっていくことが重要ではないかという意見が出ました。

全体としましては消費者センターの方ですでにいろいろとおやりになっておりますので、いかに効果を上げていくか、ということが重要になってきているのではないかという認識が共有されたというところでございます。私の方からの報告は以上です。

○久保会長 ありがとうございます。続きまして、地域安全確保部会の水上部会長からご報告をお願いいたします。

○水上委員 私から地域安全確保部会の概要について報告させていただきたいと思います。当部会では、昨年の12月と本年の2月に2回にわたって部会を開きました。その内容につきましてはお手元の資料の1-3、1-4にまとめておりますので、内容について、それぞれの資料に沿ってご説明させていただきます。

まず、12月に開催いたしました平成30年度第1回地域安全確保部会ですが、ここでは、平成30年度運営方針にかかる中間振り返り及び今後の取り組みについて検討いたしました。資料1-3の下に、主な意見をいくつか書いておりますが、その内容について簡単にご紹介させていただきたいと思います。まず、既存のネットワークとの連携について、また講座受講者に対するフォローアップについてということが書かれておりますが、こちら

は見守りネットワークの構築について出た意見でございます。それぞれどのような内容かと言いますと、既存のネットワークとの連携についてというのは、町会や他局が形成している既存のネットワークを活用していくことで、見守りネットワークの構築の支援がより活発化されるのではないかとということでした。また、受講者に対するフォローアップにつきましては、一度講座を受講していただいた方がいらっしゃるわけですが、今、消費者問題が日々変化する中で、フォローアップが十分ではないのではないかと意見がありました。様々な情報提供を継続していく必要があるのではないかとことです。そのあと、啓発動画の内容及び活用方法についてというのは、消費者啓発動画の作成について、ご意見をいただいていたわけなんですけど、どういった内容がいいかということなんですけれども、高齢者の心理に沿った内容や、身近な内容に絞った方がよいのではないかと意見をいただきました。また、その流す場所ですけれども、病院など高齢者の方々が集まるような場所で流すのがよいのではないかと、また地元の方や当事者の方に出ただければより説得力が増すのではないかと意見もありました。

また、高齢者の方はYoutubeなどのインターネット動画はあまり見ないということで、可能であれば放送局であるとか企業と連携していく方法もよいのではないかとこのようなご意見もありました。

そして同時に、訪問勧誘お断りステッカーについても、今後新しいデザインを考えていくというような内容でご説明いただきましたが、この点については、他都市のデザインなどを参照しながら大阪市が高齢者の方と一緒に考えると、協働のシンボルのような形になってよいのではないかとご意見をいただきました。

資料1-3の裏面になりますが、消費者センターの有用性の認知度の向上について出た意見になります。広報内容と対象についてですが、区民ホールなど高齢者もよく集まる場所ですので、PRをお願いするのはどうかというご意見がありました。また、NPOや企業とうまく連携することも、この有用性の認知度の向上にはつながるのではないかとご意見がありました。また、高齢者だけではなく子どもさんに参加してもらえるような仕組みを作るのがよいのではないかとご意見もいただいております。これは子どもから祖父母に伝わる、ということも念頭に置いたご意見でした。あと最後ですが、アンケート調査における満足度調査の手法についてご意見をいただいております。これは、従来は講座参加者へアンケート調査を行ってきたんですが、来られている方だけを対象にしてもあまり意味がないのではないかとご意見で、もう少し幅広いご意見を集約できるような仕組みを考えてみては、というご意見でした。

続きまして第2回地域安全確保部会の内容について、資料1-4をご覧ください。こちらは、平成31年度の、今年度の取り組みについて、主な意見をいくつか紹介させていただきますと思います。まず、高齢者・見守り支援者向けの広報啓発内容についてですが、これは先ほど紹介した内容等も、もちろん意見としてはあったんですが、DVDやホームページを見てくださいというような広報が多い中、やはりポスターや紙媒体で行っていくという従来の手法もやはり重要ではないかというご意見がございました。あとは、高齢者を見守る支援者層の拡大のための関係機関・団体との連携について、ということが主な意見

として書かれておりますが、これは社会福祉協議会等との取り組みの強化なんです、現在も見守りの取り組みの紹介などは社会福祉協議会に行っているところなのですが、積極的なかわりあいが必要なのではないかとことです。また、高齢者が立ち寄ることが多い金融機関、郵便局などは、こうしたサポーターとしては重要な主体となるのではないかとこのようなご意見も出ております。

続いて、消費者センターの有用性の効果的な広報について、ということですが、先ほど教育部会の報告の中でもございましたが、具体的にどういったメリットがあるかということをも具体的な事例を通じて理解してもらう方法がいいのではないかとこのようなご意見や、また、SNSの広報機能などを活用して誘導してみてもどうか、というようなご意見もございました。

最後になりますが、SNSの活用や学校との連携など若年者への認知度向上の取り組みについてでございますが、こちらも教育部会でご審議いただきましたが、若年層のリーダーの養成、若年層が若年層を教えるような仕組みが効果的ではないかというような意見がありました。その一方で、若い方はインターネットでも、自分が得たい情報だけを得て終わってしまう傾向があるので、きっちりと学校教育の中で消費者センターについても教えてもらう必要があるのではないかとこの意見もありました。以上で終わらせていただきます。

○久保会長 ありがとうございます。それでは、次の議題に移ってまいります。議題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」でございます。それでは、消費者センターの事業概要について、事務局からご説明いただきたいと思います。

○前川副所長 失礼します。それでは議題2にかかわって、資料2と3をこれからご説明させていただきます。まず、資料2をご覧ください。目次1 消費生活情報提供事業について説明させていただきます。消費者センターでは、消費者として自立した市民の育成と、消費者被害防止を図るために、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います。1ページには平成30年度、2ページには今年度の8月までの実施状況や今後の予定を記載しています。そのなかから少し抜き出す形で説明させていただきます。昨年度は左側、今年度は右側という形で資料をご覧くださいと思います。

まず、センター主催講座につきましては、消費者月間講演会ということで、5月が消費者庁が提唱しております消費者月間になります。大阪府と連携して講演会を開催しております。昨年はネット取引関係で、今年度はキャッシュレス時代の消費者トラブルということで、時宜にあったテーマを選んで、大阪市のセンターと隣接しておりますが、府のセンターと連携して共同で実施しているところです。消費者月間講演会につきましては、今年度直前に新聞にも募集記事を比較的大きく載せていただいたこともありまして、定員を超えるお申し込みをいただいたところでございます。そのほか、消費者月間につきましては、昨年度の審議会や部会でも広報や認知度の重要性など、貴重なご意見を賜っておりますが、日本チェーンストア協会のご協力を得まして、5月にスーパーのちらしに市の消費者センターの記事を掲載していただいたりですとか、OsakaMetroの駅構内に放送を流していただいたり、また野球の試合の時に京セラドーム、サッカーの試合の時にヤンマースタジアム長居など、さ

まざまなところで消費者センターの広報にご協力いただいたところがございます。

続きまして、「エルちゃんのわん！デー講座」についてですが、こちらは市センター主催の単独の講座になります。こちらの方も幅広く消費生活についてテーマを選んで実施させていただいておりますが、昨年の1月には「安全に食べるための食べ物」というテーマで、松井委員にもご協力いただいたところがございます。今年度も、5回やっていきたいと思っております。また、消費者教育部会の方から、生涯学習センターとの連携というご意見もいただきましたが、今年度は市民生涯学習センターとコラボしていただけることになりまして、優先的に会場を抑えさせていただけることとなりまして、また連携を続けていければと考えているところがございます。

次に、見学講座・地域講座のところですが、次のページに詳しい資料がございますので、3ページ・4ページをご覧くださいと思います。見学講座は南港 ATC の消費者センターにお越しいただいて講座を実施しておりますが、地域講座につきましては、逆に地域団体等へ講師を派遣して実施いたします。3ページ目中段でございますとおり、主な依頼団体は社会福祉協議会、老人福祉センター、地域包括支援センターなどとなっております、ご高齢者の方の集まりが多い場所で実施いたしております。参考資料として区ごとの開催回数と人数をお示ししておりますが、若干区によってばらつきがあり、開催回数が少ない区におきましては、今年度新たに所轄の警察署に対し、警察署が特殊詐欺などの注意喚起をされる際に消費者センターからもPRや講座を実施させていただくなどの連携ができないか依頼をさせていただきました。9月には、旭警察署のご紹介を受けまして、旭区で1回実施できたところで、今後も連携を進めてまいりたいと考えております。

4ページ目に月別の実施回数・参加人数とグラフを記載しております。上のほうのグラフは実施回数の推移のグラフ、下のほうのグラフは参加人数のグラフとなっております、29年度・30年度・31年度の推移を表しております。実施回数は今年度は平成29年度には及びませんが、ほぼ昨年度と同程度の実施回数で推移しています。昨年度に回数が減った原因として地震や台風などの被害が大きかったため、地域では防災をテーマに取り組みまれておられたり、特殊詐欺の話が警察署が重点的にされていたので、消費者センターの講座は似た話になるので今回は結構です、などのお声をお聞きしております。そこで今年度は警察との連携も行わせていただいているところです。参加人数につきましては、現時点で今年度は昨年度より少なくなっています。1回あたりの平均人数で計算してみますと昨年度45.0人で今年度の41.1人と大きくは変わっていないのですが、昨年度は年度前半に大きな団体からのお申し込みが多く、人数に差が出ている状況です。私どもとしましては現在、新規団体の掘り起こしを重点的に行っておりますので、今後も比較的少人数でも裾野を広げる形できめ細やかに実施もしていければと考えております。

次に、1、2ページに戻っていただいて、啓発パンフレットでございます。さきほどの地域講座の教材としても作成しており、一般用、高齢者用、若年者用の3パターンございます。若年者用につきましては、昨年度に消費者教育部会からもご意見をいただきまして大幅に改訂いたしました。イラストを多くしたり、トラブルの紹介だけでなく、契約のルールや主体的に消費を考える項目、また、保護者の方へご注意いただきたいこともアピールさせていただいている内容となっております。また、昨年度審議会でもご意見をいただきました、若年者の方が軽い気持ちで犯罪の加害者になってしまうということから、詐欺の加害者にならないための注意喚起等も盛り込んでおり、市立中学校、高等学校の3年生に配付しております。

次に、生活情報誌「くらしすと」でございます。こちらの方も、大阪府さんと共同で発行

しております。昨年度と異なる点といたしまして、昨年度は年2回、大阪市としては15,000部を紙媒体として発行していましたが、今年度は電子媒体に移行しまして、掲載場所を大阪府と大阪市それぞれのHPとして年4回発行する予定となっております。

次に、地域の見守りネットワーク活動促進事業でございます。この事業は地域で高齢者を見守る活動をされている団体等に講師を派遣して、高齢者の方を消費者トラブルから守るための気づきや、声かけの方法等を解説する見守り講座を実施しております。また、講座でも活用できるよう啓発動画と訪問勧誘お断りステッカーを作成いたしました。啓発動画は地域安全確保部会でもご意見をいただいたもので、ホームページからYoutubeでもご覧いただけますし、DVDも施設等に配付しています。後ほど動画の一部をご覧いただけます。また、ステッカーについては、ポスターやチラシを見ないご高齢の方にも使っていただきやすいのではないか、というご意見もあり、昨年度新たに作成しなおしました。インターホン用、電話用などさまざまな用途に分けて使っていただけるよう、サイズを分けております。

最後に、若年者向け消費者教育講座です。昨年の民法改正により、2022年から成年年齢が引き下げられ18歳、19歳の方は未成年者に適用される取消権を失います。若年者に対する消費者教育の必要性が増していることから、昨年度から新たに実施いたしました。昨年度には卒業間近の高校3年生に受講していただいたり、今年度の4月には水上委員のご協力も得まして大阪市立大学1回生の最初の授業で講座を活用していただくことができました。今後も実施していきたいと考えております。

以上で私からの説明を終わり、説明者を代わらせていただきます。ありがとうございました。

○川上副所長 続きまして、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5ページをご覧ください。

大阪市消費者センターにおきましては、大阪市内にお住まいの消費者の方から、問題のある商法による消費者被害に関するもののほか、商品の購入やサービスの提供の契約等に係る様々な消費生活上の問題についての相談を受け付けております。相談媒体といたしましては、電話による相談、来所による相談、電子メールによる相談を受け付けております。

中段の【相談件数の推移】という表にありますとおり、平成30年度の受付件数は21,013件となっております。

次のページから主な相談内容と特徴として、記載しております。いくつか抜き出して紹介させていただきます。同じページの下段の(3)いわゆる「情報商材」や「副業」に関するものとしまして、【情報商材に関する相談件数】の表にありますように、相談件数が近年増加しております。その情報としましては、大きな投資で儲ける方法というものより、副業で楽にお金が儲かる方法を教えるといったものが目立っております。消費者が勧誘されるきっかけとしては、ソーシャル・ネットワーキング・サービスに載っている広告や動画によって紹介されている成功事例というのを見て、事業者に電話をする。するとその電話から、事業者が主催するセミナーに誘われ長時間勧誘されたという事例も見られます。

8ページの(7)インターネット通販に関するものにありますように、通信販売につきましては、30歳代から50歳代の中間層を中心に多くの相談が寄せられており、定期購入の商品について初回の金額に目を引かれて注文したものの、2回目以降の商品は通常の価格となって請求が来たことから、解約したいといった相談が寄せられています。

また、同じページの下段になりますが、(8)小売電気事業者との電力供給契約に関するものにつきましては、契約の勧誘であることを全く告げずに、書類に記入をさせ、消費者の

方も契約したという認識がないまま契約となっていたという相談や、勧誘時には電気料金が安くなると言われたが、実際は安くならなかったため解約したいといった相談が寄せられています。

続く9ページの(9)インターネット通信サービスに関するものにつきましても、勧誘時に、プランの変更だと消費者に対して誤解をさせるような説明を行って、実際はこれまでとは異なる事業者と契約を行わせている事例の相談を受けています。

続いて、(10) 架空請求をはじめとする特殊詐欺につきましても、昨年度1千件を超える相談が寄せられています。その手口としましては、電話を使ったものだけでなく、実在する通販会社などの名を騙って送られてきた代金請求やアンケートメールから詐欺サイトに誘導され、そのサイトに個人情報やクレジットカード情報を入力させる手口があります。これらの詐欺につきましても、相手側の指定する口座に振り込むなど、いったんお金を支払ってしまいますと、取り戻すことは非常に困難です。契約や購入した覚えのない商品についての代金を請求する電子メールやはがきが来た場合に、そこに記載されている連絡先に電話をすると、言葉巧みに不安を煽り、金銭の支払いを求めてきますので、当センターからは、メールやはがきが来ても「無視をすること」連絡先とされている電話番号等に「絶対に連絡を取らないこと」を基本に助言を行っております。

続きまして、10ページの3 消費生活相談による消費者被害救済と未然防止です。当センターにおきましては、電話、面談、電子メールにより相談を受け付け、問題解決のための助言を行っており、(2) 消費生活相談に対する助言として、例えば、「よく考えると高額であり必要のない契約だったので解約したい。」という相談に対しては、クーリング・オフが可能な場合につきましても、これ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。その方法や書面の書き方についても助言しております。

次に(3) あっせんの実施ですが、助言だけでは解決しない問題で必要な案件については、消費者と事業者との間に消費者センターが入って「あっせん」を実施しております。例えば、訪問販売により高額な契約をしてしまった場合に、クーリング・オフ期間を過ぎていても、事業者が虚偽の説明をして勧誘していた場合や、通常の使用量を超えた量の商品を販売している等の場合は、特定商取引法や消費者契約法により、事業者に対して契約の取消しを求めていきます。

次の11ページ中段にあっせん実施件数の推移の表がございます。消費者からの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平成30年度では858件あり、そのうち、732件が解決となっており、その1件あたりの平均で約25万円の被害が回復されています。

ページが飛びまして、18ページになりますが、商品テストについて説明しております。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おり、平成30年度には11件を実施しました。

次の19ページ「3 不当な取引行為にかかる事業者指導」につきましても、過去5年間の事業者指導実績の表にしておりますが、昨年度は投資に関する「情報商材」を扱う事業者や住宅の換気扇フィルターの訪問販売を行う事業者など4件に対して指導を行っております。

ページめぐりまして、20ページになります。消費者保護条例に基づく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についてです。まず、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、①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。②過大包装につきましても違反ゼロですが③商品の品質表示は2件の違反

があり、是正指導を行っております。

21 ページをご覧ください。こちらは権限移譲された各法律に基づく調査内容と調査結果について記載しております。【立入検査の実施】の表ですが、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記載しています。下の【調査の実施】の表につきましては、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、事業者の協力のうで調査しているものです。

また、これら関係する法律についての説明を、22 ページに記載しております。

私からの説明は以上です。

○前川副所長 続いて資料3をご覧ください。今年の3月に新たに大阪市消費者安全確保地域協議会を設置いたしましたので、ご説明させていただきます。

まず、消費者安全確保地域協議会が何かということですが、消費者庁では見守りネットワークという言い方もされています。設置根拠ですが、平成26年6月に消費者安全法が改正され、平成28年4月1日から施行されておりますが、これにより、高齢者等、判断力が不十分となった方の消費者被害を防ぐため、地方公共団体及び地域の関係者が連携して見守り活動を行う「消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)」を設置できることが規定されました。大阪市では、先ほどの資料2でご説明しました、地域の見守りネットワーク活動促進事業を平成27年度から開始し、地域で高齢者等を見守る活動をされている団体等を対象に講座を実施するなどして、消費者被害の防止のために見守りの重要性をお伝えし、地域の高齢者を見守るネットワーク活動を進めてまいりました。そういった活動の積み重ねを踏まえて、今回、関係機関・団体のご参加を得て平成31年3月に「大阪市消費者安全確保地域協議会」を設置し、7月に第1回目の会議を開催したところでございます。今後も関係機関・団体と連携して大阪市における消費者安全の確保のための取り組みを進めてまいります。関係機関・団体ですが、包括支援センターのとりまとめやさまざまな社会福祉事業も行われておられる大阪市社会福祉協議会、高齢者の消費者被害防止の見守りサポーターを養成しておられる大阪市老人クラブ連合会、特殊詐欺対策などを行っておられる大阪府警察本部、また、成年後見制度、権利擁護などを担当している大阪市福祉局地域福祉課と当消費者センターとなっております。第1回目の会議開催状況でございますが、資料に記載していますとおり、さまざまな取り組みを紹介していただきました。今後も年1回程度協議会を開催し、情報共有を進めるとともに、今回の協議会でのつながりも活かしながら、関係団体と消費者センターで連携した取り組みにつなげられないか、検討してまいります。なお、大阪弁護士会からは当日オブザーバーとしてご参加いただき、さまざまな他都市の事例などもご紹介いただいたところでございます。

なお、ご参考ですが、消費者庁は、平成27年3月に「地方消費者行政強化作戦」を策定し、人口5万人以上の全市町村に設置することを目標として掲げており、現在対象となる543自治体のうち109自治体で設置していることとなります。

以上で議題2について、本市からの説明を終わらせていただきます。

○会長 ただいま、消費者センターの事業概要について事務局より説明がありました。これらの取り組みを踏まえて、次の審議事項に進んでまいりたいと考えております。それでは、議題3「高齢者及び若年者の消費生活の安全の確保～平成31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っております。

○藤田所長 続きまして、資料4「平成31年度市民局運営方針」をご覧くださいませうか。市民局では毎年、重点的に取り組む主な経営課題等を設定していきまして、その中の一つ、「高齢者及び若年者の消費生活の安心の確保」のため取り組んでおります。これにつきまして、ご説明をさせていただきます。

まずは項番1の消費生活相談等の現状ということで(1)消費生活相談に係る高齢者の消費行動についてですが、訪問販売などの相談割合につきましては、65歳以上が65歳未満の約3.5倍となっております。65歳以上の方は、在宅時にやはり被害に遭うケースが多いということがございます。(2)高齢者の被害金額についてですが、これにつきましても65歳以上の方が65歳未満の方の約2倍あり、高額化してきています。(3)特殊詐欺に関する相談についてですが、全体では31%減少していますが、そのうち65歳以上は7.7%しか減少しておりません。また、架空請求の相談が65歳以上では、66.7%と高い割合を占めています。

続きまして、2ページ(4)若年者の相談内容についてですが、20歳から24歳になりますと進学や就職など、一人暮らしを始めることなどで、若年者の成年者は未成年者に比べて契約がしやすくなるといったようなことからトラブルに巻き込まれるケースが一挙に増えています。相談内容につきましても、エステ、賃貸住宅の契約などの金額が高額化しているといった状況となっております。

次に3ページ項番2をご覧ください。高齢者及び若年者の意識・行動ということで、消費者被害を誰にも相談しなかった人の割合は、年代が下がるにつれて増加する傾向にあります。相談をしない理由としては、65歳以上では「相談するほどの被害ではなかった」「相談せずに自分で解決しようとした」が多く、20歳代では「どこに相談すればよいのかわからなかった」「相談する適切な相手がいなかった」といった理由が多くなっています。

次に項番3、消費者センターの認知度についてでございます。これにつきましても消費者センターの存在自体は高齢者には85.5%と認知されていますが、若年者は53.3%で、低くなっています。しかし、有用性については、各年代とも約65%前後となっており、高齢者の有用性の認知度が十分でない状況です。4ページ、(3)消費者センターを知ったきっかけについてですが、区の広報紙の割合が多く、65歳以上では、大阪市ホームページの割合も高くなっております。20歳代では、家族や知人からの情報の割合が高く、周囲からの働きかけが効果的であることが伺えます。

こういった現状を受けて、様々な課題が見えてきておりますので、その課題を解決するために4つの柱を立てております。

最初に5ページをご覧ください。一つ目の目指す成果及び戦略でございますが、「高齢者を対象とした消費者教育の推進」につきましては、高齢者が消費者被害や特殊詐欺のターゲットにされやすいことを自覚し、簡単な対処方法を身に付けていただいて、当センターや支援者に気軽に相談していただくということをめざしております。そのための具体的取組としては、各区の社会福祉協議会さんですとか老人クラブ連合会さんと連携をしながら、様々なイベントで高齢者のご自身に特殊詐欺の被害の未然防止のための知識ですと

か、当センターに相談することの有用性を、お伝えをしていくということをしています。周知イベントで、各区少なくとも1件の目標を設定しており、現在6区実施しています。

あと、「高齢者を対象とした消費者被害の未然防止のための教育」については、先ほど当センターの概要の方でご説明させていただきましたので割愛させていただきます。

次に6ページ、2つ目の戦略ですが、「地域における高齢者の支援機能の向上」につきましては、高齢者の方々に直接アプローチするのではなく、地域で高齢者の見守り活動をされている、またこれから見守り活動をされる支援者、支援団体の方々に對して、悪質事業者の手口に関する情報ですとか、簡単な対処方法、これは特殊詐欺も含めてですが、高齢者に支援者の方からご伝達できるような知識を持っていただくということをめざしております。具体的取組としては、各区で、既に町会ですとか民生委員協議会さんですとか色々な見守りの体制が構築されております。そこに消費者被害の防止という観点も取り入れていただいて、日常見守っていただくための情報を提供させていただいて、ネットワークの構築の支援をしていくということです。それと従来から取り組んでいる、見守り講座、これにつきましても消費生活相談員から、見守りが必要な知識とか気づきの点、声かけ、そういったものについて、伝達させていただくということで、今年度につきましては、新たな地域の10団体等以上での開催を目標としており、現在7団体に実施済または予定となっています。

次の7ページ、3つ目の戦略をご覧ください。「若年者を対象とした消費者教育の推進」につきましては、20歳から18歳への成年年齢の引き下げに伴いまして、18歳から20歳までの間の方が被害に遭いやすくなるであろうということ、また消費者庁も、若年者対策には力を入れてきておりますので、大阪市としましても高校生から20歳までの方々をターゲットとして、事業者の手口や対処方法、相談先に当センターがあるといったことを周知してまいります。具体的取組としては、消費者庁から文科省を通じて、教育プログラムの方に消費者教育を入れていくといったような動きになっております。ただ、教員の先生方が、消費者プログラム、消費者問題に対する知識がまだあまりないということで、知識を持っています消費生活相談員ですとか弁護士の方ですとかを学校に派遣して、講義を行うといったようなことに取り組んでいます。現在、4回実施しておりまして、あと5回の申し込みがあります。

最後に8ページ、4つ目の戦略「消費者センターの有用性の認知度の向上」につきましては、先ほどから説明させていただいておりますように、やはり認知度が低い、特に若年層に低いといったようなことですので、昨年度から消費者教育部会ですとか地域安全確保部会の方で、様々なご意見をいただいて、どういった形で消費者センターの有用性を上げていくか、ご意見をいただいたものに対して、取り組みを行ってきております。

例えば、生協さんの大阪コープ病院の方で、患者さんが病院で待合をしている間に、その待合番号の横のモニターに消費者センターとか、特殊詐欺の宣伝ですとか、高齢者が引っ掛かりやすい事例ですとかそういったものを放映しています。これについては審議会の委員の方からご提案いただいたものを実現したものでございます。

また、西淀川区役所や住吉区役所のデジタルサイネージの掲示板の方に、同じようなデータを掲載させていただいて、区役所で待ってられる時間帯に、映像を流させていただいて啓発を行っています。

あと、若年者向けの啓発ということで、市立大学の杉本キャンパスの方で、若者が集うような施設に多数設置してあるサイネージ掲示板を使って、いわゆる特殊詐欺の「受け子」になったら犯罪ですよという啓発も含めて、大学生の方が巻き込まれることのないよう消費者トラブルと合わせて啓発をしています。

以上のような取り組みを毎年、ご意見をいただきながらPDCAに取り組んでいきたいと思っておりますので、本日の審議の中で忌憚のないご意見をいただきたいと思っております。説明は以上でございます。

○司会 それでは続きまして、先ほど説明の中でありました、市民局のYoutubeの方で掲載しております啓発のDVDを視聴していただきたいと思っております。中身としては4つの項目があるんですけども、本日は時間の関係上で最初の一つ目の、詐欺についての啓発DVDとなっております。それではご覧ください。

(啓発DVD視聴)

○久保会長 それでは審議に入りたいと思っております。議題1から議題4に関しまして、何か質疑はございませんでしょうか。

○糸島委員 ちょっと質問なんですけど、この資料3にあります消費者安全確保地域協議会、見守りネットワークの話なんですけど、協議会を作られたということは承知しましたが、実際具体的に何をこれでどうしていくかというのを教えていただきたいです、

○前川副所長 ありがとうございます。資料3の協議会ですが、ネットワークの構築ということで、先ほどの運営方針にごさいましたとおり、市民局では地域の方に入っていただくといったことも取り組んでいますが、また大阪市全体で、関係機関との情報共有とか関係づくりといったところをこの協議会で並行して進めさせていただければと考えております。例えばですけども、大阪市老人クラブ連合会様は、高齢者消費者被害防止キャンペーンをされたり、指導者研修会というものをされていますが、今回、見守り講座のさらにレベルアップ版ということで、先ほど地域安全確保部会の方で講座受講者のフォローアップも大事であるというご意見をいただいたところですが、すでに講座を受けていただいた方を集めて、グループワークみたいな形で事例を紹介し、実際に地域で進めていくための取り組みなどを、検討させていただいているところです。今はそういった形で個別の団体様と連携を強化するために、それぞれの取り組みを教えていただいて、顔見知りの関係といいますかつながりを深めていくような形を考えておりますが、今後どういった進め方

がいいかというのは、他都市も今作り始めているところですので、事例も参考にしながら進めてまいりたいと考えております。

○久保会長 よろしいでしょうか。

○糸島委員 要するにこれからと。

○久保会長 おそらく、フォローアップ以外にも掘り起こしという面ではどんな感じでお考えでしょうか。まああの、興味のある方は出てこられるけれども、先ほども指摘がございましたが、やっぱりあの、自分は大丈夫だという方については、どのようにお考えでしょうか。

○前川副所長 抑止といったところで、実際に来てくださる方々は地域講座も受けていただいて直接パンフレットをご覧いただいたりステッカーをお渡ししたりできるのですが、そういった場にいらっしゃらない方に、支援者の方から声をかけていただけるようなポイントなどを、今、見守り支援者の方の講座で伝えさせていただいているところです。ですので抑止ということではですね、そういった方々がチラシを作られる際に消費者センターのご案内を載せてくださったりとか、実際に家に訪問されて見慣れない段ボールがあるとか、知らない業者さんが出入りされているといったときに、消費者センターにつないでいただく、相談していただいたり、代わりに本人につないでいただくようなところを講座の中で強調してお伝えさせていただいています。

○久保会長 ありがとうございます。ほかに何かございませんでしょうか。

○井上委員 今の質問にも関係あるのですが、私は大阪市老人クラブ連合会から来ているのですけれども、以前私も、ここに書いている見守りサポーター養成講座を受けました。当時は高齢者を銀行に連れて行って、振込詐欺ですね、あれがはやった時期なんですけど、相手も賢くて、手を変え品を変えてきて、その当時我々も銀行の前に立って、不審なおじいちゃんおばあちゃんが来たら、声をかけてあげてください、ということで、郵便局、銀行の前に立ったこともあります。でも今は一切それがありません。全然、手法が変わってきておりますので。ですから、消費者センターとしてもこの養成講座、相手を見ながら先、先というような講習をしないと追いつかないのではないかなと思っているんですけども、そういうことを我々に想像しろと言われても無理ですが、センターとしても何かそういうことも考えていただいたらよいのではないかなと思っているんですけども、いかがでしょうか。

○前川副所長 ありがとうございます。おっしゃる通りでして、新たな手口はどんどん増えてまいります。今年度ですと、元号が替わりましたけれども、そういったときに、皇室

関連のような品物を送り付けて、その代金を支払わせるといったような詐欺も発生したところですし、昨年の災害の時ですと、今、千葉の方で起こっていて情報発信もされておりますけれども、屋根の修理に途方もないお金を請求するような手口もございます。そういったことのためにですね、資料2の先ほどの消費者センター事業のところの、一番上になりますけれども、電子ビラの配信ということで、「エルちゃんのトラブルバイバイ♪ニュース」というところでは、そういった最近はやっているような手口について、月2回ですのでタイムリーな情報を発信させていただいております。それから手口はどんどん変わってまいりますので、「こういったときにはこういった対応をしてください」という基本的な類型はあるのですが、少しでも「おかしいな」とか、「あれっ」とか思ったら、まずは消費者センターに気軽に電話していただくという、電話していただいたりご相談していただくところの重要性もお伝えさせていただくようにしています。この啓発パンフレットもですね、多い手口を紹介させていただいております。例えば黄色のものは高齢者の方向けになりますので、少し字を大きくして、高齢者の方が遭いやすいような手口を紹介しておりますし、若年者の方でしたら緑色のものを開けていただいたらですね、真ん中あたりに書いてありますけれどもインターネットショッピングですとかオンラインゲームでのトラブルとか、それぞれの年代に応じたことを発行させていただいておりますが、細かいところは本当に新たに次々と出てきます。10月からになりますと、消費税が10%になり、そこに関連してキャッシュレスを利用すると少し還元されるといったこともありますので、必ずそこに関連した手口が出てくるんじゃないかと思っております。そういったところもご相談が入りましたら、情報発信できるようにしていきたいと考えております。

○久保会長 ありがとうございます。ほかに何かございませんでしょうか。

○大友委員 相談件数についてお伺いしたいんですけども、平成30年度は21,013件ということで、一つお伺いしたいのは電話・来所・電子メールによる相談のおおまかな割合はどのようになっているか、過去は来所が多かったけど最近は電子メールが多くなってきたとかいうのがあるのかといった状況の話と、あと相談内容によっては消費者センターではなく、金融商品のお困りごとであれば近畿財務局を案内したりとかそういったものはあると思うんですけど、この21,013件のうち直接消費者センターで受けている件数はどれくらいあるのか、それを教えてください。

○川上副所長 ありがとうございます。21,013件の内訳ですが、今ちょっと詳細の数字は持ち合わせていないのですが、媒体としては圧倒的に電話による相談が多いです。9割以上は電話で相談を受けている、というところがございます。来所につきましてはATCにあります消費者センターに来ていただければご予約なしでもお受けするようにしております。あと、面談に関しましてはここ市役所本庁舎の1階と天王寺サービスカウンターの方でも行ってございまして、そちらは事前にご予約をいただいたら、面談の相談を行っております。あと、東淀川区役所とクレオ大阪の方でも出張することが可能です。た

だ、面談が多くなっているかという、100件とかそのくらいの数字になりまして、ATCの方の来所でも多い日でしたら1日あたり6件ですとかいうときもあるんですけども、少ない日は1件とか2件とかといったところでございます。あと、メールにつきましてはいわゆるアンケートフォームというものが市のシステムでありますので、そちらを利用して相談受付をさせていただいているところでございます。これも日に多いときでしたら10件程度、ご相談が寄せられる場合がございます。電話ですと相談電話の中で聞き取っていくことができるのですが、メールですとそこに記載されている情報がすべてですので、詳細がわからないようなご相談であったりすると、「すみませんが詳細を伺いたいの電話または来所して下さい」というようなお返事をメールに対してさせていただく場合がございます。別の相談機関の紹介というところなんですけれども、いろんな相談が電話等で寄せられているところなんですけれども、専門性の高い賃貸住宅とかそういうことに関する問題については、専門の機関として住まい情報センターにお電話してくださいなど、専門的な機関をご案内したりとか、あと、契約関係ではなく相隣関係であるとか、損害賠償とかそういう系統のことになってくると、無料の法律相談などをご案内している場合がございます。ちょっと詳細な件数については手元になく、統計も取ってはいないんですけども、そういうご対応をさせていただいているところでございます。

○久保会長 ありがとうございます。ほかに何かございませんでしょうか。

○石川委員 この訪問勧誘お断りステッカーは、どれくらい配付されているんですか。

○前川副所長 ありがとうございます。昨年度20,000枚発行させていただいて、今、出前の地域講座でお配りさせていただいたりですとか、消費者センター以外にも区役所にも置いていただいて、必要な方には区役所の方にもらいに行ってください、というようなこともさせていただいております。また、今年度も、ステッカーはかなり好評で、わりと手に取ってもらいやすいというのがありますので、できれば今年度も作成させていただければというところで、これをきっかけに消費者センターをまた知っていただければと考えています。

○石川委員 大阪弁護士会の方でずっと、このお断りステッカーを全国に広めようということで運動をしている一環で、4~5年前かもっと前に作ったと思うんですけど、今のシフトでどういうフィードバックがあるのか、という段階だと思うんですけども、これに対して、「これ貼ったんだけどやっぱり効果なかった」とか、「効果があった」とかそのあたりはどうなのでしょう。特に我々がいつも気になるのは「悪質な」と書いてあるので、「悪質ではないから訪問販売しているんです」とかつまらないことをいう事業者、これ自体が悪質だと思うんですが、そういった事例がないのかという心配、そういうのを避ける為に「悪質な」はできるだけ入れない方がいいのではないかと考えていたんですが、今回入ってしまったのは大変残念なんですけれども、まあ、それはそれとしてフ

ードバック、この表現でうまくいっているのか、あるいはこれに関して事業者が何かいろいろと言ってくるのかといった情報はありますか。

○川上副所長 今ご質問のあった、事業者から何かフィードバックがあったのかという点につきましては、特に事業者からステッカーについて苦情もしくは賛同、いずれにいたしましても特段フィードバックはなかったというように聞いております。あと、消費者の方からのフィードバックにつきましては、直接ステッカーに関するものというよりも、ビラ等を入れられるのを防ぎたいというのがあります。ただ、ビラ投函はそれが非常に迷惑になっている状態になれば防げないといえますか、不当ではないということになります。「ステッカーありますか。」という問い合わせはときどきありますが、これの内容に対しての直接のリアクションというのは聞いていないというところでございます。以上でございます。

○石川委員 ありがとうございます。よろしくお願いします。

○久保委員 今の関係になるのかもかもしれませんけれども、先ほどのDVDでも、多くの高齢者の場合では家庭にある固定電話を取ってという形、たしかに多いでしょうし、そこに消費者センターの電話番号を貼りつけておくということもそれなりに効果があるのでしょうか。けれども、例えば、高齢者の方でも携帯電話くらいは持っている。そういうものを活用するという、携帯電話の方に例えばメールでの周知活動などを行うなどといったことはお考えになっていないのでしょうか。

例えば、キャリアによってはショートメールみたいな形で送られてくることありますね。まあ、もちろんコストの問題はあるでしょうけれども、そういうのを活用するというようなことがあるのかなと思ったんですけどね。

○前川副所長 そうですね。今現在、先ほど申しあげた電子ビラも関係先の代表者様のメールアドレスにお送りさせていただいて、個人様にはお送りしていない状況です。現在、おっしゃる通りショートメッセージとかで悪質な事業者からひっかけるような手口のメールが来たりしていますが、今現在は検討していない状況です。

○久保会長 あの、これも非常に卑近な例で、的外れになるのかもかもしれませんけど、大阪府内で「安まちメール」というものがありますが、特殊詐欺については頻繁に「警戒せよ」ということが出てくるんです。まあそれも一つのこうした消費者防衛の一環だと思いますけれども、たとえばそこに乗っからせてもらうとか、ああいうようなことはお考えになっていないのでしょうか。

○前川副所長 今のところはまだ、警察署さんとの連携も本年度からさせていただいているところもございまして、今はまだ検討できていないところです。

○久保会長 ほかに何かございませんでしょうか。

○松井委員 丁寧な説明ありがとうございます。ちょっとお伺いしたいんですけども、資料4の3ページで、平成30年度の市政モニターアンケートがあるんですけども、これはインターネットで答えているということですよ。なので、高齢者の方がどのようにネットで答えるのかな、という。そしてこれは確か今年度で終わりではないのですか。

○藤田所長 平成30年度までは紙ベースによる調査です。今年度からインターネットによる調査になります。

○松井委員 今年度からインターネットによる調査になるんですね。それでしたらこの辺変わりますよね。このあたりのフォローアップの調査というのはどのように継続していかれるのでしょうか。

○藤田所長 すみません。市政モニターという本人が申し込んでいただいて意見を述べる調査は以前からインターネットで行っているらしいです。それが今年度から、民間のインターネット調査というものに、別にこの消費生活問題だけではなくて、大阪市政全般についてネットを使った調査に変わるということです。

○松井委員 そうなったときに、ネットを使わない高齢者の方の意見というのはどのようにピックアップする予定ですか。

○藤田所長 確かに、今年度から特にそうですね。ネットを利用する方でないと意見が言えなくなりますので、関係機関にそのような声は伝えていきたいと思えます。

○久保会長 どうもありがとうございました。ほかにありませんでしょうか。この際だからというところで。まだ時間も少し余っておりますし。

○尾松委員 消費者関連専門家会議の尾松でございます。先ほどの質問の続きとなりますが、普段、私も電話の窓口で電話を聞いているんですが、電話の件数が約21,000件ということですが、センターに掛けてこられるお客様は、大半は困ってかけてこられるのかな、とは思いますが、中には電話を受けるにあたって、無茶というか無理なことを言われることもあるんですが、例えば「1回着たけどサイズが合わないからサイズ交換してほしい」といわれ、「それは無理ですよ」とお答えしたら「消費者センターにかけるよ」とよく言われるんですが、実際にそういう電話は何割ぐらいあるのか、お困りの電話じゃない、「困ったな」というのが実際に増えているのか、どれぐらいあるのかということをお教えいただきたいと思えます。

○川上副所長 ありがとうございます。相談件数とか相談類型につきましては、今回の資料でも13ページに載っております。今のご質問にあったちょっと困る相談というかそういった分類はしていませんが、事業者とやり取りをする中で、「それなら消費者センターに連絡してください」というようなご紹介を受けたとして、こちらの方に相談される方は実際におられます。当然、いろいろな相談もありますし、聞き取って、気持ちはわかるけど対応の取りようがないという場合につきましてはそういう説明もさせていただくところで、ご納得が得られないという場合はあるんですけども、限界というものもございますので、これ以上は私どもも入りようがない、といった説明をさせていただく場合もあります。

○久保会長 ありがとうございます。

○尾松委員 あとちょっと別で、最初の1ページ・2ページなんですけれども、くらしのひろばエルというところで来所者数が去年とあまり変わらない数字かなと思うんですが、私の子どもも学校で見学させてもらったことがあるんですけども、何と言いますか積極的にという言葉は悪いんですが、学校に対する活動であるとか、先ほどの若年者の啓発という点でも、学校による見学というのは非常にいいかなと思うんですが、そういうところで各校を回っておられるのかということと、それ以外の高齢者向けの活動をされているのかということを具体的に教えていただければと思っております。

○前川副所長 だいたい4月・5月になりますと、団体さんは定例的な会議をされていますので、そういったところに積極的に行きまして、消費者センターの事業ですとか、消費者センターの場所を含めてPRさせていただいているところです。民生委員・児童委員、社会福祉協議会、PTA協議会、高校・中学校の校長会にも行かせていただいたりしています。見学講座ですが、ちょっと場所が遠いので、積極的にPRする際にお越しく下さいというよりは、まずは消費者センターを知っていただいて、みなさんのいらっしゃるところに消費者センターが出かけさせていただくので講座を受けていただだけませんか、というところと、消費者センターがここにあるので気軽に電話してください、と。少し敷居が高く感じていただく方もいらっしゃるんですけども、まず電話でご相談ください、といった形でPRしております。それでご興味をお持ちで見学したいというお申し出がございましたら、喜んで受けさせていただいているという状態でございます。

○久保会長 ありがとうございます。ほかに何かございませんでしょうか。

○水上委員 私も資料2の4ページのところで、地域講座について先ほど実施回数や参加人数のお話で平成29年度から30年度にかけて減った原因として、防災に対する関心の高まりといったことがあったというお話であったかと思いますが、私は●●市内に住んでおりま

して、先日の地域防災訓練に参加して今は高齢の方でも非常に関心が高いことなんだなあというふうに認識した次第ですけれども、先ほど説明があったように災害時になるとまたそれはそれで、普段とは違った形での詐欺というものも出てくるというお話でしたが、でしたらその防災関連の講座の中にですね、消費者センターの情報を盛り込むことができないかというふうに、感想ですけれども思いました。いろんな機関との連携は多くやられているので、さらにというのも心苦しい部分もあるんですが、そういった方向も一つ効果的ではないかなという気がしました。

○久保会長 ありがとうございます。特にコメント等ございますか。ほかになにかございませんか。

○久保会長 すみません。個人的な興味で、これはオフレコでも結構なんですけど、前所長さんが、梅田あたりの若い人たちの客引きを少し規制するという方向で考えているとおっしゃっていましたので、どうされるのかな、と思っておりました。最近ちょっとあの、年配の方が黄色いシャツを着て、そういう客引きに対する規制をしておられるのを拝見したのですが、すみません、その辺の情報がありましたら教えていただければと思います。

○馬場部長 ありがとうございます。私の方は消費者センターと、それから防犯の関係の担当をしております、今、会長の方からもお話がございましたいわゆる客引きの適正化ということで取り組みをしております。キタ・ミナミという大阪を代表する繁華街のところで禁止区域、それから取り組みの強化地域という形でやっております。今、市の方で警察OBを指導員として配置しまして、背中に「客引き対策パトロール」と書いてある赤いシャツを着ながら活動しております。今、会長のご紹介がありました黄色のベストはおそらく地域の方々の方でもいろいろと啓発活動にご協力いただいているところがございます、昨年度に北新地を新たに重点地域に指定したりとキタの方につきましてエリアの拡大をしたりとか、取り組みの強化をしている、そんな状況でございます。

○久保会長 ありがとうございます。私は茶屋町の方をよく歩くんですけれども、夕方になるとすさまじいですね。私なんかはあまり声をかけられませんが、若い人はトランシーバーみたいなもので店と連絡しあってやっていますね。わりと最近なんですか。赤いベストや黄色のベストの方が活動されるようになったのは。

○馬場部長 客引きの適正化に関する条例そのものの制定施行が5年前、平成26年6月で一部10月から施行しておりますが、一時は過料とか氏名の公表とか、繰り返し行っている悪質な客引き行為者とか、客引きを頼んでいる事業者ですね、店の方が客引きを雇って、説得させるという形になってきて、そのあたり、一時は、施行直後は減ったんですけれども、事業者もいろいろと、本日もありましたけど事業者、特殊詐欺と同じようにちょっとやり方を変えながらということで数字がやや横ばい状態になってたりということなんです。

ナミのところからスタートはしております、キタの方も、特に今ご紹介のあった茶屋町あたりも本当に若い客引き、あの、酒屋さんの前掛けみたいなものをぶら下げてですね、お店のメニューを見せて、店に案内するといったことをやっておりますので、世間ではキタの方もひどくなっているという声も頂戴しているところなので、何とかしていきたいなというふうに思っております。

○久保会長 ありがとうございます。ほかに何か、どうぞ。

○武田委員 地域講座について質問したいんですけども、区によって大変人数が多いところがあると思うんですけども、きっと、前年も出だし前々年も出だし継続して出ている人も多いと思うんですよね。そういう意味で、まったく新しく参加された方の人数が分かればと思うんですけどそれはどうなんでしょうかということと、もう一つはクーリング・オフについてですね、書面の書き方を説明されているということに興味深く聞いたんですけども、そういう相談の事例というのはどれほどあるのか、かなりあるのかということとですね、一般的にホームページ等で書面の書き方について案内しているのかということについてお教えいただければと思います。

○前川副所長 まず、地域講座について、新規の方がどれくらいいらっしゃるかということなんですけれども、同じ団体でも新しく1回目受けられた方もいらっしゃれば去年に引き続き受講されている方もいらっしゃるという関係もありまして、1団体の中で何人くらいが新しい方かと言うようなデータは取っていないのですが、団体について、過去5年間で受けていらっしゃらない団体を新規団体という扱いにしまして、その数についてはただいま、新たな団体の開拓というところで積極的に受け入れを行っているところです。先ほどの資料4の5ページ目、具体的取組3-1-2というのが地域講座のところの、高齢者の方の消費者教育という位置付けになっておりまして、計画3-1-2のところの計画の目標で新たな地域団体等での講座実施回数を10回以上というのを目標としているところでございます。現在は、8月末時点で11団体について既に実施させていただいていて、全体実施回数29回中11回ですので、そういった形で、毎年毎年やっておられるところだけじゃなくて、少し期間の空いた団体やまったく新しい団体、といった団体も声をかけるように取り組ませていただいているところでございます。

○川上副所長 クーリング・オフの関係の相談につきましては、何件くらい指導しているか、それ自体は統計はないんです。単純な場合でしたら、まず、契約の時にクーリング・オフの条項がついているかを確認してください、あと、ホームページの方にもクーリング・オフの書き方というのを掲載しておりますので、そちらを見てくださいというのがパターンとなってきます。もうちょっと複雑になると、クーリング・オフができる期間は過ぎてしまっているけれども、そもそもクーリング・オフの説明がありましたかとかいうところを聞き取って、契約とか勧誘の方法に問題があるときには、そういうところについて

はクーリング・オフができますというところをご説明したうえで、書き方を指導するというところ、さらに、クーリング・オフの通知を出しているのに、事業者側が応じてこないような場合に、問題がある契約である場合に消費者センターの方であっせんに入るというようなケースが複雑なケースになってくるかと思えます。

○久保会長 そろそろ時間でございますが、あと1件くらい、はいどうぞ。

○山口委員 阿倍野区社会福祉協議会の山口です。先ほどから社会福祉協議会という言葉が出ていますが、やはり私たち社協が果たしていかないといけない役割がいくつもあるな、というふうに感じさせていただいています。社会福祉協議会で実施する事業、地域包括支援センターや、日常生活自立支援事業、金銭管理の事業もありますので、支援を必要とする方々を今ある既存の制度であるとかサービスの利用や、制度以外の資源や機関も活用させていただきながら、その方々の権利を守っていくというのが使命であるなというふうに思っております。老人クラブと連携で今年もスキルアップ講座を実施させていただきます。しかし、金銭管理のところでは障害をお持ちの方が、スマートフォンのインターネット上で買い物をしすぎてしまって、持っているお金が破綻してしまうというの、日常起こっていることでございますので、そういった現状をお伝えしつつ、また見守りネットワークの地域協議会ですね、そういったところでも同じ社会福祉協議会が出てまいりますので、連携をしながら各区でも取り組んでまいれたらなというふうに思っております。今後ともよろしく願いいたします。

○久保会長 ありがとうございます。ほかに何かございませんでしょうか。

○糸島委員 すみません。一点だけ。このパンフレットを新しく作られたと伺いまして、若者向けということだったんですけど、どういうところで配るということを考えておられるのか。といいますのは、若者といたしましても、小学校・中学校・高校あたりと大学生とかですね、違うのではないかとこのあと後ろに「保護者の皆様へ」というのがあるので、もしかしたらこれは小学校とか、でも小学校でちょっとこれは無理だろうな、というふうな。結局誰に対して、っていうのと、あと内容もすごくいっぱい書いておられて、すごいそれは考えられたなと思うんですけども、このお金の支払方法が、とりあえず今クレジットカード、クレジットも大事なんですけれどもキャッシュレス・電子マネー、あの辺がないんだなと思ったのと、今後どうされるのか、それだけです。

○前川副所長 ありがとうございます。すみません、先ほどちょっと説明が漏れてしまったんですけど、資料2の1ページのところで、下から6つ目のところが啓発パンフレットなんですけれども、このパンフレットは市立中学校と高校の各3年生の生徒部数をそれぞれ学校にお送りして、授業で使っていただいたり配付していただいたりというような形でお届けさせていただいております。ですので、中学生向けと高校生向けということで少し

イラストも使って、文字も多いんですけどもできるだけ絞って、ちょっとでも興味を持っていただけたらという具合で作っております。また、クレジットカードのところですけども、おっしゃる通りキャッシュレスの問題についても、今年度はこのような形で印刷させていただくんですけども、来年度以降また状況も見まして、増えてきた事例や手口もどんどん反映していければと考えております。

○久保会長 ありがとうございます。いかがでございますか。もうよろしゅうございますか。

では、事務局には本日のご意見を参考にして引き続き円滑な業務の遂行にお願いしたいと思います。よろしく申し上げます。

○久保会長 それでは議題4 その他に進んでまいります。ここで消費者教育部会、地域安全確保部会の委員解嘱に伴い、新たな委員を指名いたします。消費者教育部会に尾松委員、地域安全確保部会に大友委員でよろしくお願いいいたします。なお、大友委員の前任の堀野委員は部会長代理でしたので、水上部会長から新たに部会長代理を指名していただきたいと思っております。よろしく申し上げます。

○水上委員 そうしましたら、大友委員に部会長代理をお願いしたいと思います。よろしいでしょうか。

○大友委員 よろしく申し上げます。

○久保会長 それでは、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ただきたいと思いますのでよろしくお願いいいたします。その他委員の皆様から何かご意見等ございませんでしょうか。

○久保会長 それでは、特にございませんでしたら、本日の議題についてはすべて終了いたしましたので、私から締めくくらせていただきます。ありがとうございます。

○司会 会長、ありがとうございます。委員の皆様方には、長時間にわたりましてご審議をいただきありがとうございます。それでは、これをもちまして第57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。