

第13回 生駒市消費生活審議会 会議録

- 1 日 時 平成30年5月31日（金） 午後1時30分～3時30分
- 2 場 所 生駒市コミュニティセンター 204会議室
- 3 出席者（委員） 山崎敏彦、神澤佳子、稲森文吉、上田宗平、野間慎也、村屋智子、
牧浦智子（欠席：平岩千典）
（事務局）総務部長・大西清隆、防災安全課長・杉原廣重、
防災安全課課長補佐・清水亨
消費生活センター相談員・柴尾幸代
消費生活センター所長・中川裕貴
- 4 会議の公開・非公開 公開
- 5 傍聴者 なし
- 6 配付資料 会議次第
レジュメ
- 7 議事等の内容
 - (1) 委嘱状の交付
各委員に委嘱状を交付
 - (2) 会長の選任及び職務代理者の指名
互選により会長を選任し、会長から会長の職務代理者を指名
 - (3) 部会委員の指名等
会長から部会の委員を指名
 - (4) 平成29年度事業報告について
平成29年度に実施した事業について報告
 - (2) 平成30年度事業について
平成30年度に実施予定の事業等について説明
- 8 質疑等の要旨
〔架空請求ハガキ〕
(委員) 相談件数が200件余り増えており、架空請求ハガキの影響か？
(事務局) 架空請求ハガキについては、広報・ホームページへの掲載とともに、2回の自治会回覧をお願いした。架空請求のハガキについての相談は28年度の4件に対し、29年度は260件、特に11月は48件、3月には61件と集中して送っている状況で、昨年度市内でも3件、合計430万円ほどの被害に遭われている。

(委員) 架空請求が非常に多いということだが、年代別にその内容に特徴・傾向は？

(事務局) 今回の架空請求のハガキは、ほぼ 50 代以上の女性限定で、男性に送られることは先ず無く、名簿業者で同窓会名簿等を購入していると思われる。ネットでの架空請求は高齢者の方でも今はパソコンもスマホも使われるため、平準化している状況かと思う。メールの場合は、ショートメッセージ等で送られてくるため、狙って送っているのではなくいろんな年代に送られていると思われる。

(委員) 病院や地域包括、デイサービス等、高齢者が利用される施設にも架空請求ハガキ等の情報があれば、もう少しみんなの目に入り、啓発になるのではないかと？

(委員) 病院等も最前線で接しておられるので、是非啓発していただければと思う。

(事務局) 検討させていただきたい。

(委員) 資料“相談概要”の商品大分類で、運輸・通信サービスが 205 件と目立って多い。内容は？

(事務局) スマートフォンやガラケーにメールで架空請求の文言が届くことがあり、インターネットの回線の相談、携帯電話の相談も全てこの運輸・通信サービスの中に分類するようになっているため、ここの数値は大きくなる。

(委員) インターネットを使用した詐欺では、有名ネットサービス業者の名を騙ったものが良く来る。

(委員) 相談内容の分類として、販売方法と契約・解約がほとんどとのことだがその中身は？

(事務局) 相談内容の中で「契約・解約」はインターネット通販に関する事、詐欺に関する事、或いは契約の解約に関するような事、或いはクーリング・オフに関係すること等が主な内容で、「販売方法」については、例えばインターネット通販で注意書きを見落とししていたとか、架空請求を受けたという内容。

[巡回相談]

(委員) 巡回相談は、30 年度から止めたのか。巡回相談での相談件数も少ないが、それなりの成果は果たしたということか？

(事務局) 消費生活センターの存在、活動内容等の周知と相談者の利便性向上のため、平成 26 年 10 月から実施してきたが、昨年度の相談件数は 35 回の巡回相談開催に対し 4 件であり、センターへの相談の 7 割以上が電話によるものであるため、費用対効果も含めて検討の結果、平成 30 年 3 月で終了した。

[訪問販売について]

(委員) 訪問販売の被害で典型的なものは無いのか？

(事務局) 訪問販売お断りステッカーの効果か、訪問販売業者が自宅に訪問販売するという相談はほぼ無い。樋の掃除をするといって訪問して屋根の修理工事をする、排水管の掃除を安くすると行ってチラシを撒き、来てもらおうと水道工事につながるというものは若干まだある。

(委員) 典型的な悪質商法系の訪問販売は減ってきているということだが、昔からあるような新聞の訪問販売はどうか？

(事務局) 市条例の中で 1 年以上は長期契約できない、また 1 年先の契約はできないとか、ある程度新聞の契約を想定した規定になっているが、相談は無くならない。

(委員長) 条例の効果で他の地域に比べて新聞の拡販の問題も少ないと思う。

[訪問販売お断りステッカー]

(委員) ステッカーの配布はいつからか? また貼っている人の割合は?

(事務局) 平成 20 年 4 月から配布し、昨年 4 月にも広報紙と同時に全戸配布した。統計はとっていないが、地域差もあるが 5 割もいってないと感じている。

(委員) 啓発されている地域は割合が高く、自治会で貼付を呼びかければ良い。

(委員) 貼ってある地域では明らかに訪問販売が減ると思う。

(委員) ステッカーには生駒市消費生活センターと書いてあり、訪問販売業者への効果だけでなく、消費生活センターの宣伝にもなっている。

(委員) 悪質な訪問販売が減ったのは防犯カメラの効果だと思う。「防犯カメラ設置地域」のようなステッカーを配布していただいた方が、悪質な訪問販売の減少になるのでは?

(委員) 自治会で防犯カメラを導入するのに補助制度があるのでは?

(事務局) 一団の住宅地の出入り口等、自治会や警察と協力して設けている例もあるが、子どもが駆け込める“子ども 110 番”や地域の“声掛け運動実践中”などの表示があれば、防犯意識の高い地域であることを知らしめることになり、相乗的な効果が期待できる。

(委員) 古い住宅地は空き家が増えており、防犯を考えれば不安がある。

(委員) 電気料金や電力料金について、未だに電話がかかってくる。訪問でも電力の話は非常に多く真実かどうか分からないが、名札を見せて「調査」という形で入ってくる。電話は「電話ではお聴きできません」といってすぐ切る。

(委員) 県条例では、拒否している人に電話してはいけないことになっており、家の前にステッカーで拒否していれば、奈良県民に勧誘の電話をするときには家の前へ行ってステッカーの存在を確認しに行かねばならない。事実上、奈良県民に対しては電話勧誘できないこととなる。

(委員) 電話は「電力が安くなる」というのが一番多いと思う。商売をしているが、電話での個人への勧誘はアンケート等で「電話しても良い」という方に対してかけている。

(委員) まずは訪問販売お断りステッカーを是非貼って欲しい。

(事務局) お断りステッカーが貼ってあるのに商売目的の訪問が来たら、消費生活センターに通報いただければ、業者さんに「条例があるのでだめですよ!」と連絡します。

[サポーター養成講座]

(委員) 平成 30 年度に予定しているサポーター養成講座は、どんな内容か?

(事務局) 高齢者の方を対象とした話題になると思うが、県や金融広報委員会を始め有償・無償に関わらず広く講師をお願いしたいと考えているが、受講者がサポーターとして活動していただけるかは不明。

(委員) 県でも養成講座を受けた方が自主グループを作られ、消費者啓発の劇をととても上手に演じられる“あんあん”、講演会の企画や自身でも講座をされている“ひめみこ”がある。サポーターさんもいろいろで、劇はしないが近所でチラシを配る、自宅マンションの掲示板に送られてきた情報紙を貼るという方もいる。ご自身の勉強のためでも良いと思うし、ご家族や親戚、ご近所もその人が詳しくたらみんな助かると思うので、楽しんでやっていただくとことも大切。

(委員) 教養講座兼サポーター養成講座と言う形にしないと、“サポーターになりたい人”と言うと参加しにくい。なりたくなければ登録しなくて良いという風にして、サポーターになったらこんな情報が毎月来ますとか、“くらしの豆知識”を毎年あげるとか、ささやかだが、「登録しよう

かな？」と思ってくれる人もいる。

(委員) メールリストで情報が次々来るだけでも、そういう方に向けて何かあれば良いのでは？

[メールでの相談の受付について]

(委員) 消費生活センターのメールアドレスがみんなに知れ渡ってれば、メールを転送して問い合わせするだけで良い。人に言いたくない内容も結構来るし、時間制限も無いから、私自身は安心できる。

(委員) 今の若い人は、電話をするという行為に抵抗があるようで、仕事でも必ずメールかラインです。メールやSNS相談をしなければいけない時代ではないか？

(事務局) 情報提供や一般的なものを伝えるだけならメールで充分だが、契約のトラブル=解約したいという相談に対し、契約書を見せていただき、詳しい話を聴く必要がある。

(委員) 全てをメールでというのではなく、選択肢として最初のファースト・アクセスだけは電話かメールで受け、込み入ったものは「来てください」とはできないか？

(事務局) メールで対応できないものも含めて様々な相談を一律的にメールで受ける、また確認の遅れが相談者の不利益につながる場合があるというのが一番恐れるところで、即時性を考慮して電話での対応としている。

(委員) 電話かメールの何れかというのではなく、相談する側も緊急を要する場合は必ず電話されると思う。回答が来るまで放置しておけば良いものもあるだろうし、内容によって仕分けは難しいと思うが、今の若い子達にはメールを活用出来る選択肢があった方が有り難いと思う。

(会長) 110番にメールする方は居ない。警察にすれば直ちに指示しなければならず、分かり難いことは追加で聴き、対話の上で柔軟に対応する必要があるから110番も119番も電話でしか対応しないのだと思う。消費生活センターも直ちにに対応しなければならない、或いはこれが足りないとか、メール内容で誤解して却ってトラブルになることが無いように、対話の上で、互いの意思疎通を図りながら正確かつ最善の対応をしたいということがあり、なかなか踏み切れないと思う。

(委員) いじめの通報を電話ではなくSNSにした県が5倍に増えたらしい。

(委員) 電話とメールで受ける内容を線引きするのは難しいと思うが、ちょっと疑問に思うようなことは、被害が大きくなる前に、未然に防ぐ意味で気軽に見られて、「こういう相談は受けませんよ」というものがあれば良いのではないか？

(委員) ちょっと聞きたいと思うときは、メールで済ませたいと思う。

(委員) 「こんなこと位で相談したら悪いかな？」と思われる人もいると思う。そういった方が気軽に相談できる手段として、そうした受け方もあると思う。

(事務局) 即時性というのが一番難しいが、他市の事例も参考に検討したい。

[その他]

(委員) 未然に被害を防ぐためにも地域、町内会や自治会との連携、人がたくさん集まる所にそういう情報を配信するという活動が今以上にできればと感じた。

(委員) 毎回言っているが、東生駒駅と生駒駅の間の生駒小学校のフェンスに“消費者保護条例制定都市・生駒市”というように書いておけば、物凄い宣伝になり、市民にも分かってもらえるし、悪徳業者にも知らしめることができる。

(委員) ホームページから消費生活センターの電話番号になかなか辿り着けない。

(委員) 市民の方が生駒市の行政に接触して来られるのが、最も格段に多いのが消費生活センターでしょうから、改善していただければと思う。

(委員) ほとんどネットで検索するから、検索ワードが“消費者”とか“お困りごと”とか入れられる人は良いと思うが、入れられない人はなかなかたどり着けない。

(委員) サイト内検索なら良いが、一般の検索サイトからでは悪徳業者の広告に引っ掛かってしまうことがある。

(事務局) ホームページの構成もあるが、出来るだけ分かり易くするように検討したい。

(会長) 何かあれば臨時にお集まりいただくことになるが、ご意見やお気付きのことがあれば、消費生活センターまでご連絡いただきたい。以上で本日の会議を閉会いたします。