

第14回 生駒市消費生活審議会 会議録

- 1 日 時 令和元年5月28日(火) 午前10時0分～11時50分
- 2 場 所 生駒市コミュニティセンター 202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、平岩千典
(欠席:村屋智子、牧浦智子)
(事務局) 総務部長・杉浦弘和、防災安全課長・杉原廣重、
防災安全課課長補佐・清水亨、消費生活センター所長・中川裕貴
消費生活センター主任相談員・大島晃子
- 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) 平成30年度事業報告について
平成30年度に実施した事業について報告
 - (2) 平成31年度(令和元年度)事業について
平成31年度(令和元年度)に実施予定の事業等について説明
- 8 質疑等の要旨
 - 【出前講座について】

(委員) 学校関係の出前講座について、平成30年度が無かったのは残念だが、民法改正により18歳で成年となるが、啓発が必要では？

(事務局) 高校に対する出前講座等は県が対応している。平成29年度に、中学校でスマホのトラブルについて講座を実施した。小中学校の校長会などで出前講座の活用をPRしているが、授業のカリキュラムの関係もあり、なかなか時間を取るのが難しいと聞いている。
 - 【契約・購入金額について】

(委員) 契約・購入金額が増加している理由は？

(事務局) 500万円以上～1千万円未満の相談件数が9件、1千万円以上～5千万円未満の相談件数が増加している影響です。主な相談内容としては店舗購入における外貨立ての投資信託やリフォーム等に関する相談が高額となっており、通信販売でも農園への投資やフリマアプリでの購入が高額な相談としてあった。

【商品大分類について】

(委員) 商品大分類のところでも【工事・建築・加工】が44件と、昨年度の30件に比べて大きく増えているが、契約・購入金額の増加の原因もリフォームに関するものか？また、リフォームに関する相談の相手業者は特定の業者か？

(事務局) 【工事・建築・加工】に分類される相談としては、リフォームの他に屋根や壁、床下の補修に関する相談もあり、いずれも相談金額が大きいと、契約・購入金額としては高額となるが、相談内容は「契約したが、業者と連絡がつかない」、「契約しようと思うが、業者の信用性を教えて欲しい」、「契約したが、クーリングオフしたい」などもあり、全てが被害額という訳ではない。リフォームに関しては特定の業者に集中しているものではない。その他、契約・購入金額が高額なものには、ソーラー設備の設置、結婚式場のキャンセル、ネット予約した海外旅行のキャンセル、等の相談があった。また、フリマアプリでの購入は個人間取引となりセンターの範疇外であるが、「購入した商品が届かない」、「届いた商品が壊れていた」、「偽物だった」等の相談があった。

(事務局) 排水が詰まった、テレビが映らなくなった等、急なトラブルで電話帳に載っている業者やシールにある業者に来てもらい、工事後に高額請求されたという相談が多い。しかし、相談員は専門知識もなく、金額の多寡について判断できない。地元で店舗を構えている業者に問い合わせ、それを参考に自主交渉するよう助言するしかないのが歯がゆい思いである。出前講座では、事例を紹介して啓発している。

(委員) 「専門的なことは分からない」ではなく、電気業者や専門業者に確認する等の対応をするべきでは？

(会長) その業者の傾向が悪質か見極め、必要ならば回覧する等の注意喚起が必要になると思われる。特定の工事業者ではないならば、当審議会として何らかの対応をしなければならないということはないが、事業者を特定するのではなく、一般論として周知を検討するなど、注意が必要ということだと思う。

(事務局) 相談事例の中でも特に注意を呼びかけるべきものについては、毎月の“暮らしのQ&A”に掲載して、注意を呼びかけている。

(委員) 投資については、金額は大きいのか？

(事務局) 大きなもので1件、3,400万円の相談があったが、契約・購入金額は相談内容に関する金額で、実際に被害が発生した金額ではない。

(事務局) 農園投資等に関するものが11件あった。ただ、これは投資と言うよりも干し柿やヨーグルト等の商品購入をきっかけに投資を勧誘され、商品的には良いものだったので、「業者を応援するつもりで投資した」といった方もある。また、一度に高額ではないが積もり積もって何百万円になったというものだった。

【訪問販売お断りステッカーについて】

(委員) 訪問販売お断りステッカーを貼っている状況は？

(事務局) 利用率、貼付率について調査はしていないが、市民課では転入者に啓発パンフレットとステッカーを渡している。また、公共施設にも置いており、「色が褪せたから、有るか？」との問い合わせも年間数件ある。訪問販売に関する相談を受けた際には、必ず相談員から「ステッカーが有りますよ。貼ってくださいね」という案内をしている。市も予算的に厳しくなってきたり、今後県に、「県下全体」での作成・配布についての検討をお願いしたいとも思う。

(委員) 生駒市は2年に1回配布されており、非常に恵まれていると思う。大和郡山市では5年前に1度貰ったきりで、ずっと貼っているが、その後予算の関係で頂けていない。この前県が作ったのは50,000枚だが、もうない状況。【訪問販売お断り】と書いて貼ってあればそれで意思表示になる。自治会でも回覧などで推奨しているのか？

(事務局) どこでも講座でお伺いした時などもPRしているが、自治会回覧まではしていない。今、喫緊の課題が“詐欺”で、実害があるのでそちらに目を向けていただく回覧をお願いしている。

(会長) 生駒市では、訪問販売をきっかけにする被害は少ないと思う。あまり目立ったものは無い。被害に遭いそうな方は、センターに希望される。ここ何年か何回かに渡って配布したことにより、必要などころには貼られている。生駒市で訪問販売しても断られるばかりだから他所へ行くと思う。悪徳業者は特に生駒市にはあまり来ていなということもあり、もし、皆さんがそれ(訪問販売お断りステッカーの貼付)を忘れてしまって、どんどん業者が来るということになったら、その時は急遽予算化してでも新たに全戸配布をお願いしなければいけないと思う。奈良県のものでも貼ったら良いのではということですが、皆さんに慣れ親しんだ“たけまるくん”で業者を排除するというので、消費生活センターの存在とともに訪問販売について考える契機ですので、あのデザインは変えないでずっと最後まで行って欲しい。

【投資関係の詐欺について】

(委員) 最近投資関係の詐欺は増えているか？

(事務局) 農園投資の件もあるが、今若い人も高齢者も関係なく、ネットを使った「簡単に儲かる」という情報商材は、年齢に関係なくある。相談者に聞くと、セミナーのようなところに出かけると高齢者の方がたくさんいる。キーワードはネットと仮想通貨。「訳の分からないものだが、世の中にはそういう儲かる話があるんだな」ということで、最初から投資で2,000万円、3,000万円使う訳ではないが、その情報商材を買うのに20万円、30万円を出される方は多い。

(委員) 結局、“儲かることはありません”ということをもっとPRした方が良い。「絶対もうかることは無いんだ」と。

(事務局) 情報商材は、時々“暮らしのQ&A”で注意喚起している。

(委員) 結局、皆さんそれが分かっているけども引っ掛かる。

(事務局) 相手は言葉巧みに言ってくる。

(会長) 「子供が大学に行くから」等といって、リスクのあるものに投資を変えたりするのは逆で、決して損は出来ないで、むしろそういうことをしてはいけない。子どもが大学卒業してお金が余るようになったからやるのが本来。お金が要るから増やそうという時は減らしてしまう。その辺りを市民に啓発していかなければならないが、折に触れてやっていただいていますね。

(事務局) 暮らしのQ&Aにも書き、出前講座の時も話しはするが、出前講座は学校或いは高齢者の集まりが多く、ちょうど30代、40代が抜けている世代。その方たちがネットを使い、仮想通貨で「死ぬまで一生、毎日3万円ずつ入ります」というようなことに簡単に騙される。

(委員) 最初の出だし、第1関門での断り方と言うのを皆さんで具体的に講座をされたらどうか？

(会長) 訪問販売における第1関門はステッカーで防御している。電話の第1関門は、まさにお断りの電話、「これ録音してます」「うちはお断りです」と言うことを電話で自動的に言ってくれる。先程予算が一杯になっとお聴きしたが、1個いくら位するのか？

(事務局) 新機種や機種ごとと交換すると2万、3万するものがあるが既設の自分の電話機に外付けでする場合は1万円程度である。補助は購入金額の半分、1万円を上限としている。

(委員) 奈良市や大和郡山市では、年間20～30件ほどの補助。

(会長) 予算が一杯になるということは、市民の意識が高まって、希望される方が多いと言うことで、すから、喜ばしいことだと思いますので、是非予算化していただきたい。電話勧誘も本来禁止し、「勧誘してくださいという申し込みをして初めて電話してくる」という制度に変えなければいけない」ということを、いろんな所で提言されている。ステッカーが貼ってあれば、そこを除外して行けば良いので、訪問販売の自由は侵していないが、電話勧誘そのものを法律で禁止してしまうと、さすがに営業の自由に反することになる。そうであれば市民として自ら防御しなければならない。で、広報もしなければならないと思います。入口の問題が大事ということで、入ってしまえばあとは詐欺師の思う壺です。

【架空請求、特殊詐欺について】

(委員) 架空請求が非常に増えている。そういう相談があった場合、警察との連携というか、この回覧以外に何か、防止策に繋がるものはないのか？

(事務局) 「詐欺の電話が架かってきた」となれば、生駒警察署の方への情報を提供している。また、逆にこんな事例があるという話が警察からいただくこともある。ただ、現状では啓発活動等に関して協力・連携してという所までは至っていない。

(事務局) 特殊詐欺のハガキに関しては、非常に相談件数が多く、被害に遭う方も多いと言うことで、昨年夏に国レベルで関係する省庁、警察庁とか総務省、消費生活の関係等の部署が寄ってプログラムを組み、国の方でその番号に電話を架け、その電話番号自体を使えなくしてしまおうという施策があり、市でも相談があった電話番号を国に報告している。

(会長) 今までの消費者被害は、「うちは悪くない。」と言う業者に対し、対決してお金を返させる、やめさせるということをやってきた。ところが、“オレオレ詐欺”などは、「悪いだろ」と言ったら「すみません」と言って逃げてしまうので、その業者には是正させるという今までのやり方は全く通じない。だから、警察マターの問題になってしまっていると思う。その情報提供をしているということですね？

(事務局) はい。

(会長) でも、その電話を変えて次またやれば一緒のことで、イタチごっこになっている。「入口の方から気をつけてください」という広報を色んなところでやっても、防御に回っているということで、消費生活センターとしては、結婚詐欺と一緒になかなか対応できないいくつかの分野の一つだと思う。

(事務局) 連絡がこない方は相談件数以上にあると思われ、1人に何枚も来るということは、名簿が独り歩きしているのだと思う。業者は“詐欺グループが捕まった”というニュースを逆に使い、「この間捕まった詐欺グループの名簿にあなたの名前がありました。」「口座が悪用されている。」「お宅の金融機関に間違いないか？カードの色は？」そんな方から詐欺に入っていく。色々手を変え品を変えやってくる中で、本当に「気をつけてください」としか言えない。

(会長) 昔は誰が見ても騙されないようなものだったが、どんどん巧妙化して来て、一見それらしく、送られたメール等を開いてしまったら、ウィルスを感染させられるとか、手を変え品を変え、手の込んだようだまし方になっている。ハガキでも最初の方は誰が見ても騙されないだろうと言う稚拙な物だったのが、大分書式が整ってきて、「もしかしたら有るかも知れない」と。東京地方裁判所とはさすがに書いてないが、執行機関なんかは存在しないものを書いて、その内、そのあたりは存在するもの、電話番号なんかもそれらしいものにして、どんどん巧妙化し

て騙される人も出てくる。そのイタチごっこに負けないように広報をがんばっていかねばいけないと言うことじゃないかと思います。

(委員) 法務省管轄支局って、こんなもの有る訳ないが、“最終告知のお知らせ”などと書いてきたら、驚いて取り敢えず電話してしまうし、やはり、身の潔白を言いたい。

(委員) 電話すると言うことは、畏にかかりに行くようなもの。

(委員) 息子の名前で来たり。「また息子がこんなことをやっちゃって・・・」と思い、お母さんがつい電話してしまって、騙されると言うことがあるんでしょうね。

(事務局) P 1 1 の資料にあるように、30年度で384件あり、今年に入ってちょっと落ち着いた感があったが、きのうも3件連絡が入った。ほとぼりが冷めた頃にまた来たりする。自治会回覧も反復・継続して啓発しなければならないと思っている。またP 1 2 の資料にあるように、殆どが女性で、年齢では50歳代以上、70歳代の女性が一番多かった。男性は、名前が一字で男性読みも女性読みもできるような方が殆ど。各自が気を付けなければならないと思っもらえるまでは、回数として啓発を凶っている。

(事務局) “アポ電”のように電話が架かって実際に起きた被害では、警察なり市役所から「金融機関を教えて下さい」、「還付金がある」、「令和になって、今のカードが使えなくなる」等と言い、金融機関から追いかけて電話が架かり「近くに行員がいるから、すぐに取りに行かせます。その者に渡してください」と。それまでに、言葉巧みに暗証番号を聴きとると言った手口で、実際にお金を引き出された被害もあり、市内でもカードの手交詐欺が2件あったと聞いている。委員の皆様方にもご近所に広めていただきたい。事業者さんは、従業員の方にも情報を流していただくことから始めていただきたい。また、「こんな啓発のやり方があるのでは？」とご提案頂ければと考えています。

(委員) 回覧も、関心のない人は回覧を見ていない。広報も見ていないから、どうしてもという時はしつこいくらいに、またか、またかと言うくらいにしないと仕方がない。ただ、同じことを流していても、見る人は見るので「何や」と思うし、ニュースを出すのも手を変え品を変える必要があると思う。

(委員) 割合が低くても、回数が10回やればその割合で増える。

(委員) 回数をしなければしょうがない。

(委員) 警察広報は自治会から回っているが、関心が無いからあんまり見ていない。

(委員) 回覧しても「これ何ですか？」と言われるので、一から説明している。

(事務局) 「自分は絶対騙されない。大丈夫だ」という思いの方がまだまだおられるが、初めての手口で来られたら分からない。

(委員) こんなことはあまり言いたくないが、「人を見たら泥棒と思え」という。人が信用できない。

(委員) 少なくとも、訪問販売で来るような業者とか、電話で勧誘してくるような業者は、先ずは詐欺師と思って取りかからなければならない。

(委員) 性善説と言ってたらダメなのか？性善説なら幸せなんだが・・・

(委員) まともにやっては儲からないから、おかしいことをやらないかん時代になったのか？

(会長) どんなことでも提案でも結構です。お気付きの点があれば、「こういう提案がある」、或いは「こんな消費者被害がある。こういうことをしたらどうか？」といったことがあれば、消費生活センターにご連絡いただければセンターの方で対応させていただきますし、必要があれば、今年度2度目の審議会を開くということも制度の中に入っておりますので、よろしく願います。今本日はこれで終了させていただきます。皆様有難うございました。