

## 第17回 生駒市消費生活審議会 会議録

- 1 日 時 令和4年5月19日(木) 午前10時0分～11時45分
- 2 場 所 生駒市コミュニティセンター 203・204会議室
- 3 出席者(委員) 赤松純子、神澤佳子、中谷裕二良、大西利夫、神橋佳子  
(欠席:新井幸寿、兼松真紀、小泉直子)  
(事務局) 防災安全課長・甫田和佳子、防災安全課課長補佐・楠下淳也  
消費生活センター所長・高橋俊雄、消費生活センター相談員・西田美代子
- 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) 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) 令和3年度事業報告について  
令和3年度に実施した事業について報告
  - (5) 令和4年度事業について  
令和4年度に実施予定の事業等について説明
- 8 質疑等の要旨  
【令和3年度事業について】

(委員) 令和3年度において、相談員が4人から3人になったが、相談件数はほとんど変わっておらず、斡旋率は他市に比べて高い数字となっていて、変わりなく円滑に業務を実施されている。実際のところ相談員の業務負担が増えているのではないかと推察されるが、現状はどのようになっているのか伺いたい。

また、今後の対応についても教えて欲しい。

(事務局) 令和3年度での1人当たりの相談処理件数は350件で前年に比べて約70件の増加となった。相談業務の負担増に伴い、業務の見直しを行った。継続事業として、幅広く市民に啓発を行える市広報誌への毎月啓発記事掲載(暮らしのQ&A)、市内高齢者が希望参加している寿大学での啓発講座(年1～2回)、障がい者、高齢者を見守る立場の方(ヘルパー、ケアマネ

等)の研修会(年3~4回開催)に伺い、短い時間でのミニ講座(最近の多い相談事例や特に気を付けておく必要がある事等)は引き続いて取り組んでいきたい。

一方、縮小した業務は、令和3年度からどこでも講座(老人会、自治会等からの依頼)及び出前講座(主に小・中学生対象)に関しては、奈良県消費生活センターの啓発担当に繋いで、当センター相談員による講座等は実施していない状況である。

今後の対応であるが、上記の啓発事業を引き続き行うことを基本に何か実用性のある啓発事業を検討し、実施していきたいと考えている。

(事務局)現場の声として3点追加報告をする。

1点目は、消費生活相談において、様々な専門的な知識向上に取り組むための研修等に参加することが時間の制約もあって難しくなっている。

2点目は、本来は相談業務と啓発業務の双方共に重要だが、どこでも講座等の啓発は準備時間がかかるため、奈良県消費生活センターに繋ぎお願いしている。ただ地元の声はとても必要で、直接その声を聞く機会が少なくなったのは残念と思う。

最後に3点目は、現在、消費者庁は全国に高齢者等を見守り支援する「見守りネットワーク」設置の推進を進めている。奈良県も昨年設置しているが、県下市町村の設置は進んでいない。高齢者の相談が多い中、高齢化が今後進むため、見守りネットワークの設置は重要と考えているが、ネットワークの設置に向けてのマンパワーは必要という懸念がある。

(会長)どこでも講座等の啓発業務が現状、難しいという話だが、例えばここにいる委員の繋がり等で何かできるのではないか。

(委員)各地区の民生児童委員の力が必要と思う。

(委員)ネットワークが出来たら、埋もれた被害や高齢者の話を聞けて、解決できるようになる。大和郡山市は、令和4年の4月に設置、香芝市も準備中と聞いている。生駒市は消費者行政に力を入れているので検討を進めて欲しい。

(委員)現在、1日当たり担当相談員は何人体制なのか?

(事務局)概ね2人体制である。相談員が4人在籍していた時は、ローテーションで1日当たりの担当相談員は3人体制としていた。

(委員)2人体制はかなり厳しいと思う。ぜひ確保していただく方法があればお願いしたい。市民サービスが低下しないために。

(委員)令和3年度において斡旋解決した事例について主なものをいくつか紹介して欲しい。また、相談によって被害回復された金額を計算されていれば教えて欲しい。

(事務局)令和3年度の斡旋解決件数は118件であった。主な内容として、スマートフォンの不具合をショップに相談したところ、修理を勧められることなく新機種を勧誘されて契約してしまった。解約・返品希望、中学2年生の息子がオンラインゲームを利用して高額課金をした。母親がプラットフォームに申し出たが却下された。支払えない、デパートのオンラインショップで化粧品を注文し、ギフトラッピングを選択したが届いた商品は緩衝材で包まれていただけであった、間違いメールがきっかけで役者希望の男性とメールのやり取りをするためにクレジットカードでポイントを購入。高額で支払えないといった相談があった。

また、被害回復金額については、令和3年度は49件、約12,000,000円であった。参考に令和2年度は44件、約10,000,000円であった。

(委員)被害回復金額は公表(市広報紙等)しているのか?隣の奈良市では被害回復金額の実績等を新聞報道されていたのを見たが。

(事務局) とくに生駒市では公表はしていない。

#### 【啓発について】

(委員) 様々な消費者トラブルが高齢者だけでなく低年齢化してきている。だから今、啓発がとても重要だが、幅広い世代に向けての啓発の手法がなかなか見当たらないということだが、民間の事業者ではこのようなやり方がある。参考になればいいと思う。

事業者では、コロナ禍の影響もあるが、オンラインで情報配信を行う。行くのではなく、短い(5~10分程度)わかりやすいコンテンツ等動画を作って、ラインや市HPに配信してみたらどうか。また、民生委員が対応している家に行った際、タブレットで動画を見せるといった啓発や通販サイトにおいているお客様サポートセンターの担当者の負担軽減のために利用が伸びてるオンラインでの接客ツールである「チャットボット」の導入もある。これは、人工知能(AI)を活用した自動会話プログラムで費用もある程度はかかっていた。しかし、最近ではラインで質問を入れると自動で回答してくれて、その回答で問題解決できなければ人(担当者)に繋がるといったやり方で簡単に提供している会社も出てきている。当事者だけでなく周りの人達への啓発も大事と思う。

(委員) 相談のレベルが複雑化している。チャットボットの進化を待ちたい。

(委員) 長い動画を短く切る、見て役に立ったと思って次の動画を見るといったいろんな工夫で短くする。人の集中力は動画を見る際は10分以内である。

(委員) 他の自治体を紹介する。神奈川県での動画は、30秒編と1分編がある。また、新潟県では、SNS等にて7秒広告を行っている。7秒広告ならスキップ出来ないために7秒とし、事例を出して最後に188(いやや)を出す動画(アニメ)で啓発を行っている。

生駒市でもやりたいと思うが、委託になるためお金の問題がある。ITで手立てできる部分で負担を減らし、高齢者には対面に対応するといった力の配分が必要と思う。

#### 【令和4年度事業について】

(委員) 広報紙(暮らしのQ&A)の毎月掲載はとてもいいと思う。広報紙を見る人は多いため効果的な啓発方法である。伝えたい内容をよくまとめていて分かりやすい。

奈良県でも啓発として、奈良新聞に掲載している。相談員だけではなく職員全員で回している。そうすることにより相談員の負担も軽減され、色んな視点で記事を書いている。限られた人員の中でどう業務を行っていくかセンター内で一丸となって取り組んでいって欲しい。

啓発の方法として、県が行っている学校への講師派遣事業はおおいに使って欲しい。

また、過去には奈良市では、相談員以外に講師を登録して、依頼があれば登録講師が講師料をもらって、派遣先に行き講座をしていた。そうすることで、相談員が相談業務に集中できる状況を作っていた。講師派遣の費用はかかるが、1回いくらで年間何回分かの確保であれば費用負担は大きくなる。講師登録されている人は、県内の相談員で消費生活相談内容やいろんな被害もよく理解していて、適切な講座を実施していたと聞いている。こういうやり方もある。

(委員) これからは、もっと電子マネーが加速していくと思う。避けては通れない。インターネットにアクセスしないで全て現金生活できればいいが逆に行っている。

自分でできる最低限のレジリエンス(困難や脅威に直面している状況に対して、うまく適応できる能力)を教えることが大事である。

私自身、クレジットカードをよく使う。カードの不正利用（盗難等）があっても誰も助けてくれない。大手のカード会社であっても。カード会社がやってくれることは、私自身間違いなく使用していないと言うと、マイナスしてくれるだけで、あとは私と請求会社（事業者）との話し合いだけである。私は年に1～2回、クレジットカードの番号を変更している。

（事務局）不正利用の相談は多い。相談者は、カード会社に連絡するや番号を変更するといったこともわからない方がほとんどである。本当に消費者教育が重要である。相談者には、保険制度の説明を行い、助言をしているが、対処方法を知らない人が多い。

（会長）被害に引っかけた時にどうするのか。カードを止める。カード番号を変えるといったことを教えていかなければならない。

（事務局）不正利用は自分で気をつけていても被害にあってしまう。自分で気をつけられる範囲ではない。もう一步踏み込んだアドバイスが必要と考える。

（委員）先日、家の庭下で水道が漏水していた。使用水量もとても多くて、水道料金も高額であった。自分の庭の下で漏水していたら責任は全て自分になる。

今までは、水道メーターの位置もわからなかったが、今では週1回、水道メーターの漏水点検をしている。

（会長）この4月から成人年齢が18歳に引き下げられたが、成人年齢が下がったからといって、本人らがすぐに賢くなっていることはない。

未成年者の消費者教育が全国的にも問題になっている。これに関して啓発をどう行っていくのか。何か意見はないか。

（委員）低年齢層への啓発は学校との協力体制が必要である。例えば、市広報誌掲載の消費生活暮らしのQ&Aは、目を引くし、わかりやすくても内容も面白い。この部分だけをチラシとして渡して、学校のホームルームの時に話をしてもらう。子供達は、授業での際に聞いた話を家に帰って、親等に話をする。低年齢層だけでなく子供を通じて情報が家庭の中いきわたる可能性があると思う。

（会長）いろんな所から広げていくことが必要と思う。

#### 【訪問販売お断りステッカーについて】

（会長）生駒市の訪問販売お断りステッカーは委員の皆さんは貼っているか？市町村によっては、かっこ悪いから貼りたくない、家の美観が崩されるといった理由で貼らない人があるようだ。

（委員）ステッカーを張っている。貼ってから（業者）来なくなった。

（事務局）この訪問販売お断りステッカーを含む消費生活センターの啓発パンフレットは、令和2年度の市内訪問販売お断りステッカー貼付調査に基づき、令和3年度で作成した。何度も協議を重ね、試行錯誤を繰り返しながら完成した。ステッカーの形や材質も変え、パンフレットについては、わかりやすく最新の事例等も入れながら大きく改良して作った。今後、新しいこのステッカー入りパンフレットを使って啓発していきたいと考えている。

（会長）いいものが出来たと思う。このステッカーをしっかり活用して、広めて欲しい。

本日はこれにて終了させていただきます。皆様、ご審議いただきありがとうございます。ありがとうございました。