

第19回 生駒市消費生活審議会 会議録

1 日 時 令和6年5月23日(木) 午後1時 30 分～15 時 30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、阪本隆利、
久永紀子、藤本幸子、杉尾朋実
(欠席:新井幸寿、兼松真紀)
(事務局) 総務部長・小林弘幸、防災安全課長・甫田和佳子、
消費生活センター所長・和田克己、消費生活センター主幹・福山智之
消費生活センター顧問弁護士・山崎敏彦、相談員・前田紀美子

4 会議の公開・非公開 公開

5 傍聴者 なし

6 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5年度事業報告について

令和5年度の相談状況及び実施した事業について報告

(5)令和6年度事業について

令和6年度に実施予定の事業等について説明

7 質疑等の要旨

【令和5年度事業について】

(委員)迷惑電話防止機能付き電話機について、固定電話を使っている高齢者も少ないように思うので、この施策がどれほど役に立っているのか疑問を感じる。スマホを使うことが主流となっている中で、今の実情に合っているのだろうか？

(委員)事務局ではないが、私から申し上げます。確かにスマホや携帯電話の普及率は高くなっているが、固定電話も併用して生活しておられる方はまだまだ多いと思う。そして、悪質商法や詐欺の窓口は固定電話にかかってくるケースが多いので、そういう方が被害を受けないようにする方法の一つとして有っても良いと思う。県内の主な市町村で実施している施策なので、需要は高いようだ。

(事務局)この機器を導入することで、電話がかかってきた際に、「録音しています」というアナウンスが流れる。これだけで相手はすぐに電話を切ってしまうことが多くて、効果は大きいと考えている。予算の制約があり29名だけだが、被害を未然に防ぐことができたと思われる。昨年度は10月に予算が無くなってしまったので、今年度は昨年度から予算を倍増させている。

(会長)スマホを使う高齢者も増えてきているけれど、併用していることが多いかもしれない。今後は固定電話は廃れていくかもしれないけど、まだしばらく残っているうちはこの施策を続けていく意味はありそうですね。

(委員)令和5年度の相談状況について、質問よろしいでしょうか。年代別の傾向で20歳未満でまとめられていますが、令和4年4月から18歳に成年年齢が引き下げられたと思います。それによって18歳、19歳からの相談件数に変化はありましたか？また、令和5年度中の相談の内、18歳、19歳からの相談はどういったものがありましたか。

(事務局)18歳、19歳が契約当事者となっている相談件数については、令和5年度は7件、令和4年度は5件、令和3年度は5件、令和2年度は6件となっており、成年年齢が引き下げられた前後での有意な変化はありませんでした。ただ、救済金額には変化があり、令和2年度が16,170円、令和3年度が448,000円だったものが、令和4年度以降救済金額が0円となっています。

令和5年度中の7件の相談の内容としましては、ネット通販を利用したのに商品が届かないと言う相談が3件、美容手術を申し込んだが当日にキャンセルした。その際のキャンセル料が納得できないというもの、脱毛エステの契約をし、2回利用したがアプリが使えなくなり、電話もつながらなくなった。どうしたら良いか？と言う相談、賃貸アパートを申し込んだが気が変わり、すぐにキャンセルした。しかし申込金は返金できないと言われた。あと一つは消費生活センターの範疇外の相談ですが、彼氏にDVを受けていると言う相談がありました。

この内 3 件については、令和 4 年 3 月までは未成年者取消が可能な事例でしたので、18 歳からは簡単には契約の取消はできないという事を若年層に知っていただく必要があるかと思います。

(委員)この構成比は 20 歳未満で切っているけど、今後は成年年齢引き下げに伴って 18 未満に区切って、その状態をわかりやすくした方がいいかもしれません。

(事務局)はい、そうですね。今までは、成年かどうかという 20 歳が重要でしたが 18 歳かどうかが重要になっているので、今後は 18 歳未満でも区切って集計したいと思います。

(委員)処理結果別の部分で、斡旋した相談は 9 割以上が解決していると書かれていたのですが、相談全体の 9 割以上が解決していると思っていたが、よく見ると違うようだ。助言・自主交渉が約 8 割とあるのは、助言・自主交渉をしたケースの約 8 割が解決したということか？

(事務局)助言・自主交渉の約 8 割というのは、相談を受けた全体の内、約 8 割については助言・自主交渉をしました。という事になります。助言・自主交渉の結果については匿名での相談も多いため、解決したかどうかわからないケースがほとんどです。

(会長)身近なトラブルでこんなことがあったとか、何かより効果的な啓発についてご意見有ればおねがいします。

(委員)実際に身近にあったケースで、1 つ目は今流行っているプチ整形に関するトラブルがありました。学割を使うと数万円安くなると聞いて、カウンセリングを受けてみたら、「貴方の症状ではこのコースでは効果が出ない。出たとしてもすぐに戻ってしまうから、もっとグレードの高いプランで施術する方が良いと思う。今契約するなら、半額でできる。今日契約しなければ、この値段ではできなくなってしまう。」と密室で高圧的に話を勧められたり、モニターを勧められてビフォーアフターの写真を撮る代わりに安くなる、その写真は目の部分だけの画像を使うから安心して欲しい。という事で施術を受けたが、後日確認したところ、顔全体が掲載されていたという話があった。

2 つ目は SNS 上でのライブのチケットの取引で、お金を払ったのに商品は届かず相手と連絡も取れなくなったという事もある。ただ、こういう取引は自己責任だと理解してやっていて、被害額もそこまで高くないので本人も諦めている。

こういうトラブルが多いため、最近はお互い保健所分証明書画像を交換して、取引の安全性を担保させる手法が出ているようだ。ただ、相手から送られてきた保険証の画像は、本人のものじゃなくて、自分の情報とお金だけ取られてしまうこともある。

(委員)SNS での取引で被害にあった人の話だと、SNS でのやり取り自体は問題なく進んだそうなのですが、実際送られてきたものが全然違ったり、傷があったのでそれを問い詰めたら相手はアカウントを削除して連絡が取れなくなった。でも、数ヶ月した後、

別の名義でまたアカウントを作って取引をしているっていうのが注意喚起されていたということです。

(委員)若い方たちが SNS とか個人のやり取りで簡単に保険証の画像を送ってしまうということに対する注意喚起を広報でした方が良いかもしれません。

(相談員)本当にそういう身分証になるものを送ってしまって後悔するっていう相談やっぱ多いです。チケットの取引以外にも、副業で仕事を紹介してくれるから仕事をもらうために身分証明が必要ということで送ったけれど、相手がよくわからないところだった。というようなご相談もある。ネット上でやっているの、冷静に考えずに写真を撮ってすぐに送ってしまうんですね。若い方じゃなくても、副業をネットで探しているときに履歴書を出す感覚で送ってしまっている。それは不注意かどうかっていうの難しいんですけど基本的にそういうのを出してしまうと悪用される恐れがあるっていうのが非常に危ないなと思います。

(委員)保険証の画像があると、ネットでスマホの契約とかできてしまうので、ちょっと被害が大きくなってしまう。やはり地道に啓発するしかしょうがないんですね。

(委員)結局 CtoC だったら直接やり取りになってリスクが高いじゃないですか。そのためにフリマサイトがあって、匿名でやり取りしたり、エスクローサービスがあったりするんですが、フリマサイトを使わずにあえて直接やり取りする方を選択するのはなぜなのでしょう？Twitter 上でやり取りして、でもうまくいっているものも多い。たまに失敗するみたいな感じなんですけど

(委員)私の認識なので、どこまでその事実在即しているかわからないが、SNS 上での取引が始まった原因が、そもそもフリマアプリでの高額転売が問題になったという事があります。転売ヤーから高額で買うならファン同士で適正な価格でのやり取りや、現物の交換をしましょう、ということからフリマアプリじゃなくて SNS 上でいいよね。となった。

(顧問弁護士)アプリなら手数料が掛かるが、それを省けるのも若者にとってメリットになる。

(委員)フリマアプリは信用を失っているっていうことですか？それとも転売だから？

(委員)やはり高額なチケット転売が問題だと思います。いわゆる転売ヤーから買うのはよくないとコミュニティ内では認識されている。

(会長)さっき話に出ていた、プチ整形とか学割キャンペーンというのでつられて行ったらあなたは特別だからこんな値段では無理ですよって、高いお金を取られるっていうのは、これはもう昔からの手口じゃないですか。このあたりの典型的なパターンっていうのが、若い人に届いてないっていうことなんじゃないでしょうか？

(委員)友人の話ですけれど、本人もそういう話は聞いてはいたけど、いざその場に遭遇し

て強めに来られると、断れない。

(委員)怖いですね。

(委員)テレビコマーシャルをしているような大きくて有名な美容整形のところからの勧誘だと信用してしまう。

(委員)定期購入に関する相談がグラフでまとめてありますが、非常に多くてずっと増え続けているのが本当に問題だなと思います。生駒市だけじゃなく全国的にも非常に多いので、この定期購入のトラブルを何とか減らしていく必要があると思います。ただ、県のセンターで相談を聞いていると、業者側が悪い場合もあるんですけど事業者側がちゃんと表示をしているんだけど安いとか 1 回 500 円とか 1000 円とかそっちの方ばかり見てしまって、申し込んだ後から消費者が気がつくという事例もありまして、販売者だけが悪いとは限らないのかと思います。例えば令和 5 年で 100 件の相談があるようですが、そのうち消費者側の不注意や確認していないケースはどのくらいあって、ちょっとこれは業者側が悪いなという悪質なケースはどのくらいあるのか、もしわかれば教えてください。

(事務局)100件のうち、解約方法が判らないや、電話をしても繋がらない、2回目は送らないと書いてあったが勝手に定期購入契約になっていた、注文後にクーポンが画面に現れてクリックしたら定期購入になった等の明らかに悪質と思われるケースは 18 件でしたので、残りの 82 件、約 8 割程度は、相談者が最終確認画面を見ていなかったり、注文確認メールの内容を見ておらず、事業者側としては法律に則した方法で販売していたようです。ただし、購入時の画面が確認できたわけではありませんで、もしかすると低価格が強調されていて、契約内容を見落としやすい構成になっていたり、購入条件の注意事項が小さい文字だったり、最終確認画面で初回分の価格だけが表示されていたのかもしれませんが。いずれにしても、初回を安くして 2 回目以降は高額になるというのは共通していました。

(委員)定期縛りなしって書いていて実は縛られているとか、さっきおっしゃってた最後の最終確認画面のところに来て、「今だけお得なクーポンを使いますか」みたいなそのクーポンを押すと定期縛りに変わるとか、その段階で条件が変わったなんて思う人はほぼいないので、明らか悪質だと思います。啓発である程度、そういうのがあるから気をつけましょうと言って防止できるものもあるとは思いますが、やっぱり定期購入業者に対して、何かの対策を行った方が思います。ちょうどですね定期購入のトラブルについて、昨年の 9 月に日本弁護士連合会からも、インターネット上の詐欺的な定期購入商法被害の激増への対処を求める意見書というのが内閣府と消費者庁に出されており全国的にも問題視されているようでしたので、何か生駒市でも取り組めたらいいかなと思う。

(会長)ありがとうございます。定期購入のトラブルは一向に減らないようですが、これに

関して他の委員の皆さん経験されたことやご意見があればお願いします。

(委員)定期購入だとわかって契約して、いざ止めようとしたときに解約の電話が繋がらなくて非常に苦労したことがある。繋がっても自動音声で何番押してくださいというのが何回も続いてなかなか人に変わらない。注文する人に比べたら解約のためのオペレーターが断然少ない。繋がるまで1時間かかるのは当たり前。注文するのは簡単だったけど解約するのがこんなに苦労するんだったら申し込まなければよかったと思った。

(委員)注文はネットでできるから24時間だけど、解約はネットでは不可なので電話になるが、これが9時から4時までとか限られた時間で解約の電話が多いのか繋がらない。注文はネットでできるのに解約は電話しか駄目というやり方は明らかにルール違反ですね。

(委員)解約のための電話番号を探すのも苦労する。

(会長)そうすると意図的ですね。そこまで時間がかかったら心折れちゃうかもしれませんね。

ありがとうございます。

(委員)これからは「定期購入の解約を代行します。」っていう新しい詐欺が出てくるかもしれないですね。

(委員)いい話は向こうからやって来ないっていうのは鉄則なんですけど、ついつい引っかかってしまうんでしょうね。今ならお得というキャンペーンみたいなものはやっぱり何か裏があると思う必要があると思う。子供のうちからこういうことは習っていません。逆に疑ってかかってはいけないという教育をしてきていたのではないかな？これからは子どもの頃からの消費者教育必要がもっと必要なのでは。

(会長)定期購入について他にありますか？

(委員)私が経験した定期購入のケースでは、解約が難しかったです。スマホでお花の定期購入をしたのですが、解約しようとした際になかなか解約のボタンが見つからなかった。非常にちっちゃいんです。スマホの画面で1ミリあるかどうか。やっと見つけて何とか解約できました。

(委員)高齢の母親が1人暮らしをしているのですが、久しぶりに家に行ってみると荷物が届いたので、中身を見てみると健康食品でした。納品書をみると2か月分と書かれていた。で、テーブルの上をみてみたら同じものが開封されずに置いてあってどんどん溜まっていつている状態だった。母にしてみれば、送ってきたからコンビニでお金を払っているんですね。健康食品が溜まっていつていることが不思議なことだと捉えることもない状態。これは定期購入を止めないといけないと思って、販売会社に連絡して、止めてもらいました。認知症ではなくて、しっかりしているのですが、送られ

てきたからお金を払って、届いた健康食品は食わずにどんどん溜まってしまっていた。
(委員)見守りとかそっちの方向で対応していくケースかと思いますね。

(委員)簡単に解約できないケースというのは、センターに相談があった場合は、販売会社の連絡先があれば電話してみたらどうですかとか、そういう助言みたいな形にはなるんですか。

(相談員)ご本人に状況を確認して電話番号がわかったらそう回答しています。電話番号がわからない場合や、電話しているけど自動音声になって途中で切れるという場合はこちらでできる方法を検討して助言することもあります。高齢の方で助言しただけでは、自分の力で出来ないと思われる方であれば斡旋という形で事業者の方に電話を入れたりして調整します。先ほどお話にあった健康食品がいつぱいたまっているというのをヘルパーさんが気付いた場合でも、昨年度に設置した消費者安全確保地域協議会の仕組みを使ってセンターにヘルパーさんやケアマネさんからご相談を頂くことも可能です。ヘルパーさんに対して、ご本人さんと一緒に来てもらえますかということも言えるので、支援の道が広がりました。協議会の活動は緒に就いたばかりなので、今後うまく使い方ができたら良いと思っている。

(委員)地区の民生委員も担当しているが、高齢者の方でも、出歩いて会話ができるなら、ある程度日常生活やちょっと踏み込んだところのお話を伺ったりできますが、そうでなければ難しいです。

(会長)事務局から報告があった通り、消費者安全確保地域協議会を設置したことで個人情報壁を超えることができるようになったようなので、うまく連携していただけたらと思います。今のお話も含めて定期購入に限らずですけれども、技巧的で悪質な被害についてセンターとして斡旋に入るのはどうでしょうか。斡旋するに当たって目に余るような業者の氏名公表等も視野に入れたらと思うのですが、氏名公表については生駒市の条例上どういう取り扱いになってますでしょうか？

(顧問弁護士)悪質な業者の氏名公表ということについては、生駒市消費者保護条例第15条に、市長が勧告をしたものの、この勧告に従わないときは、当該事業者の名称やその他必要な事項を公表することができる。という規定があります。

どんな勧告をするかという内容は、その前の14条で、市長は事業者が不当な取引行為を行っていると認めるときは、当該事業者に対し、当該不当な取引行為を訂正するための必要な措置を講ずるよう指導し、または勧告することができる。ということになっています。

ですから今のようなことであれば、お宅の商法は不誠実である、よろしくない。ということで、指導や勧告をするわけです。これは消費生活センターでお膳立をして、市長の名前で指導するわけですが、その指導に従わない場合は市長は事業者の氏名を公表することができる。というのが15条1項に規定されています。

また、先ほど消費者消費生活審議会の部会を決めていただきましたが、この部会の 3 人に集まっていたいて、消費生活審議会としての意見をまとめていただくということになるということになります。

さて、そもそも定期購入について、悪い業者がいるというが、どんな悪いことをしているのか。生駒市のどういう条例に違反しているのかということになるんですけども、生駒市消費者保護条例の基準は非常に細かくいろんなことについて、不当行為だと、やってはいけません、ということを規定しております。

このあたりの詳しい内容が別表に書かれています。特別の手法を使うなど技巧を用いることで消費者に不正確な印象を与えること。商品などもしくは契約に関する重要な事項について必要な情報を与えないこと。ということで、定期購入では、初回 1000 円だが、最後まで読んでいくと 5 回縛りで 2 回目以降は 1 万円です。という場合、結局 4 万 1 千円で 5 回分を買うことになる。このような技巧を用いてまるで有利なことのようには騙ったり、中途解約をどのようにするのか等重要な事実について情報を与えないという事は悪質であるため、せっかく生駒市には消費者保護条例があるので、これを使っていきたいと思います。

手続きもありますから、すぐに氏名公表ということは、ハードルがあるにしても、やること自体は可能ですので、活用してみたいと思います。

(会長)ありがとうございます。今後の具体的な動きは部会の方で動かしていきますので、また動きがあれば皆さんにご報告しようと思います。

それから、啓発手法についても皆さんのご意見をお伺いしたいのですが、特に、若年層に対して効果的な啓発ってどういった方法がありますでしょうか？

(委員)そうですね。どれだけ有益な情報でもパンフレットとかにして、読んでみてくださいと置いておくだけでは、無関係だと思っているわけじゃないけど、今読む必要性はあまり感じられない。っていうのがあるんじゃないかと思っています。

なので数年前から地方自治体でも、漫画やアニメ、若者に人気のコンテンツとコラボするっていうのはちょくちょく増えてきていると思うんですけど、それはやっぱり一定の効果を見込めるんじゃないかなと思っています。

実際やろうと思ったら予算事業が難しいと思うんですけど総務省は、かなり力を入れているみたいです。総務省の YouTube チャンネルは、その登録者が 1 万 9000 人で、二、三年前から有名な YouTuber とコラボをして、啓発動画を出しています。普通の啓発動画は 500 程度の再生数しかないのに対して、コラボ啓発動画は 4 万再生もありました。

(委員)講談社やカドカワは若者に対する効果的な啓発や取組にどういうものがあるかという独自のデータを持っていて、マーケティング支援事業をしている。そういったデータの

中で公開しているものもあるので、そのあたりを参考にしてみるのも良いかと思います。

(委員)消費者センターで X を最近始めたんですね。

(事務局)はい、先日 X を始めましたが、フォロワー数は 18 人という状態です。

(委員)誰か生駒市出身の有名アイドルとか、有名漫画家とか生駒の為に呟いて欲しいですね。

(顧問弁護士)皆さんが X をフォローさえしてくれば、色々な情報を伝える事ができるので、あとはフォロワーをなんとか増やしていく事が大切ですね。

(委員)若者対象のカードサイズの啓発品を配っていましたが、そこに X の QR コードは入っていなかったのでしょうか？

(事務局)X を始めたのが最近だったので、次回作成時には QR コードを入れたいと思っています。

(委員)このカードは配架ってということは、配ったのではないという事ですか？

(事務局)はい、これは昇降口やトイレに置いておきました。

(委員)高校では家庭科の時間に消費者教育の時間があるので、その時間に配るのも良いかもしれません。先生に QR を読んでみましようとか言われると一応見るのでは。

【令和6年度実施予定事業について】

(会長)6 年度の事業についての他、何かご意見等あればお願いします。

(委員)広報いこまちに毎月、「くらしの Q & A」が掲載されている。これを見ていたら偶然私の知っている方が同じような詐欺に遭いそうになっていた。身近にもこういうケースがあるんだと知って、これからはしっかり読ませて頂こうと思った。周囲にもこの記事はしっかり読むように PR しておきます。

ただ、ずいぶん後ろの方でちょっと目立たないのが残念です。

(顧問弁護士)一番最初は裏表紙にあったのが、いつの間にかめくらないと目につかない位置になってしまった。

(委員)目立たなくなっていましたね。

(会長)そうですね。なんとか、うまくレイアウトできれば嬉しいです。

(委員)今回初めて審議会に参加したが、生駒市にこんなに消費者を守る条例があるんだと驚きました。今まで知らなかったもので、こんなに素晴らしい市民を守る条例があるんだと周りの人にも共有したいと思いました。

(顧問弁護士)ありがとうございます。この条例は全国的にも数少ないものなので、もっと市民の皆様を知っていただきたいと思う。生駒駅と東生駒駅の間の生駒小学校の防球ネットに「生駒市消費者保護条例制定都市」という横断幕を張ってもらえるとそういう啓発が簡単に出来ると思う。

(委員)他の市にもこういう条例はあるんでしょうか？

(会長)あったとしても、生駒市の条例ほど充実している条例は多くは無いように思います。

生駒市は細かいところまですごく充実している。訪問販売お断りステッカーについても、作成しているのは生駒市だけじゃないけれど、これを貼っている家に訪問勧誘することが条例違反になるというのは重要なポイントです。

このステッカーは、ただ貼るだけのものではなく、条例があるおかげで実際に効果のあるものとなっています。そういう意味でも生駒市の条例はすごく充実していると思います。

(顧問弁護士)生駒市では数年に 1 回全戸配布している。そのおかげで生駒市では訪問販売の被害は減っていると感じている。

(会長)他に何かありますか

(委員)被害に遭うところから、実際に相談に至るまでの体験が出来ればと思った。

(委員)いいと思います。実は、消費者庁が既に公開しているものがあります。VR のゴーグルをつけて勧誘の体験が出来るようで、断り方の体験もできるので断る力をつけることもできます。

(委員)あらかじめ被害事例のシナリオを作っておいて、それに沿って話を進めるお芝居のような形で体験も良いかもしれません。シナリオによって、解決パターンと残念パターンの両方を体験できるのもいいと思う。

(委員)今回の審議会も、いろいろな貴重な意見がたくさん出て、とても良い審議会だったと思う。これからも相談員さんの方で適切に相談対応していただいて、その中でやはりどうしてもこれは問題があるというケースについては、部会の方で取り上げて、未然防止ということで、指導や勧告などしていけたら良いと思う。

(会長)皆さんこれからもよろしくお願いします。

(会長)最後に、議事案件 6 その他ですけれども委員の皆様案件はありますか。

(委員)なし

(会長)今日の議事案件これで全て終了ですので、事務局に戻します。

(事務局)本日の会議録ですが、附属機関および懇談会等の会議の公開に関する基準第 7 条で、会議録は速やかに公表しないといけないということになっていますので、市のホームページへの掲載等させていただきたいと思っております。

なお、会議録は、会議の要旨になりますので皆様の発言全てを網羅できるというわけではありません。そのあたりご了承いただきたいと思います。

また会議録の内容について、皆様に確認いただくことが本来ではありますが赤松会

長の方にご確認いただければと考えておりますのでよろしくお願いします。

本日皆様からいただきました貴重なご意見等を踏まえまして今後の消費生活センターの業務を進めていきたいと思っております。

(会長)皆様、長時間の審議ありがとうございました