

平成30年度第1回島根県消費生活審議会

平成30年6月8日(金)

島根県市町村振興センター 大会議室2

1 開会

中尾

ただいまから平成30年度第1回島根県消費生活審議会を開会します。

私は、島根県環境生活総務課の中尾でございます。

最初に新たな委員の御報告をします。片山委員、小山委員が3月末をもって退任されました。

新しく五明田委員、野津委員を委嘱しましたが、本日は両委員とも欠席です。

他の委員及び事務局につきましては、出席者名簿により紹介に代えさせていただきます。

古野委員はJRの遅延のため急遽ご欠席です。李委員は遅れていらっしゃいます。

なお、審議会の様子を事務局で写真にとり、広報等に使用しますので御了承ください。

次に、会議の成立についてです。本日の審議会は定員18名のうち現在のところの出席者が10名、欠席者が7名です。1名が遅れていらっしゃいます。

島根県消費生活条例施行規則第20条第3項に定める定足数である半数に達しており、本日の審議会は成立しておりますことを御報告します。

開会にあたり松本環境生活部長から御挨拶申し上げます。

松本

委員の皆さまには、大変お忙しい中また足元の悪い中、本審議会に御出席いただきありがとうございます。また平素から本県の消費者行政の推進に格別の御理解と御協力をいただき、重ねて厚くお礼申し上げます。

近年消費者を取り巻く状況は、高齢化や高度情報化の進展、経済のグローバル化などにより大きく変化し、消費者トラブルは複雑・多様化しております。これらに対応するため、県ではメールでの相談受付など消費生活相談体制の充実に努めるとともに、市町村相談窓口等への巡回訪問等の支援を行っているところです。

平成29年度の相談件数は4年ぶりに増加に転じ、対前年比約700件、約20%増えております。県内のどこに住んでいても質の高い相談を受けられる体制の整備に努めてまいります。

近年は特に高齢者を狙った特殊詐欺の被害が深刻化しています。平成29年の被害件数は42件、被害金額は約1億円と、件数、金額ともに前年度を下回りましたが、依然として高止まりの状態です。65歳以上の高齢者の被害件数の割合は55%を占めています。被害に遭いやすい高齢者の方などを地域で見守り、被害の防止、早期発見・解決を目指す地域見守りネットワークの構築が求められていることから、市町村のネットワーク構築に向けた取り組みを支援していきたいと考えています。

一方で、若年者への消費者教育も大変重要でして、民法の成年年齢引き下げに係る法改正の

国会審議が進められていますが、国においては今年度から 3 年間で若年者に向けた実践的な消費者教育の集中強化期間と位置付けています。県としましても教育委員会などと連携し、効果的な消費者教育施策を検討し実施してまいりたいと考えています。

これから消費者行政を推進する一方、地域における消費者問題解決力の向上も求められています。消費者団体の果たす役割は極めて重要で、消費者団体の方が連携し、活動が活性化されるようネットワーク化を関係機関と協議しながら進めたいと考えています。

本日は、この消費者団体等ネットワーク化や若年消費者教育の推進をはじめ、第 4 期島根県消費者基本計画の評価、平成 29 年度に消費者センターに寄せられた相談の概要等について御説明させていただきます。限られた時間ではありますが、委員の皆さまには忌憚のない御意見をいただき、御指導、御鞭撻、御教示いただきますようお願いいたします。どうぞよろしくお願いいたします。

2 議事

中尾

施行規則により会長に議長となつていただき、今後の会議運営をお願いします。

会長

私は 11 年前にこういったことに関わる機会を得ました。日頃から活発に消費者問題に取り組みを行っておられ、敬意を表しているところです。本日も活発な御意見をいただき、盛り上げていただきたく思います。

最初の議題は消費者団体等ネットワーク化についてです。事務局からお願いします。

(1) 消費者団体等ネットワーク化について

福頼

私は、環境生活総務課の福頼と申します。消費者団体のネットワーク化について御説明します。

この議題について平成 29 年度に事業を実施しており、その途中経過を 2 月の審議会の時に御報告しました。3 月にネットワーク化の調査検討業務が終了しました。

まず、なぜ島根県が消費者団体等ネットワーク化を推進しているのかというお話をいたします。

我々消費者行政の基本的な進め方、基本理念は消費者基本法、島根県消費生活条例にあり、ポイントは消費者の権利の尊重、消費者の自立の支援、この二つをベースに消費者政策を進めることが国レベルの法律でも県の条例でも謳われています。

消費者の権利は八つ書かれています。その権利を尊重し、消費者の自立を支援する時に消費者団体の果たす役割は非常に大きなものがあります。パワーポイントに載せている表は、国民生活センターの出している「国民生活」という月刊誌の中で整理されていたものです。

例えば、健全な生活環境が確保される権利を守るために、消費者団体はエアコンの温度設定の見直しなどの環境配慮型行動の推進、環境に影響する企業に対する働きかけなどを行っています。消費者教育においても、それぞれの地域で消費者教育の実践をするといった役割を、それぞれの

地域で行っていらっしゃいます。

八つの権利それぞれに消費者団体の役割が色々と書いてありますが、すべての消費者団体がすべての役割を担うわけではありません。集まった人達の関心に応じて、環境問題に取り組もうということであれば環境に特化した消費者団体もあり、悪質商法の被害防止であればその啓発活動に特化した団体もあり得ます。しかし消費者団体全体を見た時に、これだけ大きく、さまざまな役割を果たす可能性があるのだと踏まえていただきたいです。

これが冒頭申し上げた消費者の権利の尊重と自立の支援に非常に大きな意味を持ちます。

我々消費者行政ができることは限られています。まず行政など公的機関しかできないことを御説明します。

法律に基づくもので、悪質業者に対して注意し3か月間業務を停止して改善しなさいという強制力を発揮すること。これは法律に基づいた権限がなければできません。こういったことは消費者団体ができることはありません。クーリング・オフや法律に基づいた消費者保護の民事ルールを作ることも、国会で法律を作る、または県議会等で県の条例を作る等も立法の議会の場でなければできません。このように行政、立法、司法は権力的に消費者を保護する、消費者のためのはたらきをすることは、このような公的機関しかできません。

しかし、消費者行政の根本である消費者問題の解決や提言を考えると、権力的にできることは非常に限られているのです。たとえば規制緩和。経済社会の活性化のためには何でも規制していれば経済が衰えてしまいます。経済活性化のためには規制緩和しなければならないという経済政策があります。すると規制によって行政が動ける場所というのは、本当に悪質なものに限られます。しかし消費者にとって不都合なこと、押し売りといった迷惑な勧誘行為等、製品に不具合があり普通に使用しているのに火が出たといった製品欠陥も消費者にとっては不都合です。その他にも住んでいる町の川が汚れているといったこともそこで暮らす消費者にとって不都合な問題です。

それらを解決するうえで規制行政、民事ルール、法律的なもので対応できる部分は限られています。それ以外に非常に大きな消費者問題があり、それに対応するためには権力以外のところで私たちがどう行動するのが重要です。

その時に大きな役割を果たすのが消費者団体をはじめとする公的機関以外の人たちの動きです。この中には消費者個人や消費者団体以外にも、生活協同組合の方、弁護士会や司法書士会など法律系の団体、島根大学や島根県立大学などの教育研究機関。それから消費生活の専門資格が国家資格以外に3種類あります。そういった資格をお持ちの方々の集まりや資格を持っている個人が消費者問題について、専門の立場または得意分野から色々な活動をしています。

さらには消費者側ばかりではなく、事業者にとっても消費者問題の放置は安心して消費者に買い物をしてもらえないという意味で損をします。事業者、事業者団体による消費者問題の解決、たとえば環境改善のためにはどのようにすればよいのか、フードロスなど食品を無駄にしないためにはどのように消費者と関わり商売をすればよいのか。そういったことを考える動機があります。

幅広い消費者問題への対応のためには行政を含む公的機関と民間の人たちは車の両輪のように一緒になって消費者問題に対応する必要があります。パートナーとして消費者問題に対応する

ことで、各地域において消費者問題解決力向上のために全体の連携をうまくしなければならぬと認識しています。このような理由で県は消費者団体のネットワーク化を推進させようとしています。

それぞれ有意義な活動をなさっているのですが、連携することでよりお互いの弱みを補い、強みを活かす活動ができます。その可能性に向けてネットワーク化を進めています。消費者団体のネットワークと行政、公的機関が健全な消費者問題解決のための協力関係を結び、お互いに押れ合わず緊張関係のある中で、島根県内の消費者問題解決力を上げたいです。

2月にも御説明をしました。資料の日本地図で濃い色の部分は適格消費者団体という法で位置づけられた強力な活動をしている団体のあるところ。灰色の部分は適格消費者団体ではないが各都道府県単位で消費者団体のネットワークができており、その都道府県単位で強力な活動をしているところ。色のついていない部分は日本全国で7県あります。

島根県はこの7つのうちの一つです。県全体のネットワークがない県なのです。今回の調査では石川県や山口県などいくつかの推進県の調査もしました。ネットワークを作ることで御苦労をされながらも非常にいい活動をされています。島根県でもそういった活動ができるネットワークができればよいと思います。

ネットワーク化の発端となったのは平成25年3月です。当時この消費生活審議会で副会長をお務めであった島根大学の朝田良作先生にお願いをして県内の19市町村全てを回っていただきました。そのうち17か所に消問研、消費者問題研究会や研究協議会団体があります。その団体の調査をしていただきました。その結果、現在島根県各地で活動している消問研、消費者団体の一つの代表だと思いますが、消問研では昔から頑張って活動しておられた方が今も役員を務めておられて、後継者がなく活動している方々も高齢化しています。活動自体も同じような活動のパターン化が生まれているということです。もちろんそれぞれの団体によって状況はさまざまですが、全体の傾向としてこういう状況にあると朝田先生に確認していただきました。

そのうえで朝田先生から御提言されたのが一つにはネットワーク化です。個々の団体では力が弱まっています。それをネットワーク化することでそれぞれの団体を力づける必要があるのではないかと。その際に消費者団体を、狭い意味での消費者活動をやるだけという団体として捉えた時に、必ずしも賛同してくれる一般の人々が集まるとは限りません。それ以外にもまちおこし団体、環境団体、自分たちがこの活動をやりたいという思いを持って一生懸命頑張っている力は、それぞれの地域にある。消費者団体をより広くとらえることにより、消費者団体の活動が活性化できるのではないかと。これが当時の島根大学の報告書の概要です。

これを受けて、その後県も各消費者団体との意見交換等を重ねながら、平成28年3月、第4期島根県消費者基本計画の中で、4年間で消費者団体ネットワーク化を進めることを初めて計画に盛り込みました。そして昨年度、平成29年度に山陰経済経営研究所、これは山陰合同銀行系のシンクタンクにお願いして、消費者団体のネットワーク化のためどのような現状でどのような課題があるのか、どのような方向に進めばよいかの調査検討事業をお願いしました。

改めて各消問研、そして今回は消問研以外の消費者団体や、弁護士会、司法書士会、専門家団体、また他県のネットワークを実際に運用している団体等の調査をして、今回の報告書にまとめ

ました。

市町の消問研の状況は高齢化、後継者不足、活動のパターン化は今回も窺えたところですが。その他にも事務局であれば役場がほとんど担っています。一部については役場から個人宅へ事務局が移っているところも2か所ありました。

活動内容は、悪質商法等の被害防止はすべての消問研で実施されています。消問研によってそれに特化したところもあれば、環境問題、事業者とのコミュニケーションなどの活動をしている消問研もあります。消問研によって活動内容に共通点は一つありますが、それ以外に幅広い活動をしているところもあります。役場が事務局ということもあり、活動資金を行政からの補助金や委託事業に多く頼っているところもあります。

各消問研において消費者団体のネットワーク化についてどうお考えかとお尋ねすると、多少の温度差がありました。昔からネットワーク化しようとされていたところもあれば、最初は全県ネットワークといわれてもどのように進めればよいのかと戸惑っていらっしやるところも少なからずありました。ただ、調査の際にコミュニケーションをとると、やはりそれは大事だと思ってくださるところが多かったと思います。

一方でネットワーク化により新たな負担が生じるようでは今の状況ではできないという声も聞かれました。

今回の調査では消問研以外の消費者団体等でも確認をしました。それぞれに思いを持って活動されていますが、法律系の専門家や弁護士会所属の弁護士の先生、大学の先生などからヒアリングをすると、皆さまが自分の持っている能力、知見を地域の人々のために還元したいと考えておられました。数名の方は、適格消費者団体、将来的には島根県、又は山陰でこのようなものが必要だといったことも考えていらっしやることが分かっています。他の団体も含めて、それぞれに自分たちの人脈で活動されていますが、ネットワーク化することにより前へ進めるのではないかという期待感もある程度共通して窺えました。

適格消費者団体とは消費者契約法に定められた国が認定する特別な消費者団体です。消費者に対して不当な契約条項が契約書にパターン化して盛り込まれていた時に、そういった契約条項を一般的にしていると、消費者に不都合なのでやめてくださいといった申し入れ、最終的には裁判で訴えることが認められています。これが適格消費者団体の役割です。消費者が個別に企業とやり取りをするのではなく、それを代表する存在として企業と交渉する、消費者にとって不都合なことをやめるよう申し入れのできる団体です。

近年、法律が改正され、特定適格消費者団体というバージョンアップした適格消費者団体であれば、さらに多くの消費者に何らかの被害等が生じた場合、消費者を代表して裁判で争い、その結果勝訴となればその後個々の消費者と連絡を取って被害回復を図ることができるような制度改正もされています。

適格消費者団体は現在日本全国で17か所、中国地方では広島と岡山にあります。山口県、山陰地方にはまだ動きがありません。将来的には島根県また山陰にとって必要なかどうなのかも課題となると思います。

ネットワークの必要性は御説明した地域の消費者活動の衰退を防ぎ、地域の消費者問題解決力を向上させる意味でも、ネットワーク化は必要であろうと結論付けられています。ネットワークに必要な機能は、山陰経済経営研究所がキャッチコピーのように付けられた「つなげる、補う、広げる」。各団体をつなげて、各団体の活動資金や活動内容の強みを伸ばし弱みを補う、そのうえで活動を充実・高度化させて、県内全域にこの消費者活動を広げていく機能が求められると述べています。

では、これは島根県において具体的にどのように現実のものになるのか。一朝一夕でできるものではなく、各消費者団体の方々が皆で話し合い目線を合わせながら少しずつ模索していかなければなりません。報告書では団体間の交流をはじめ、事業者に対するアプローチ、「このようなことはやめてください」、または「消費者はこのような考えています」といった意見交換をすること、また行政に対して、「消費者としてこのような条例を作ってください」と申し入れをすること。また、たとえば社会に対して消費者市民社会の考え方について啓発をするといった活動内容が考えられます。消費者メンバーとしては狭い意味での消費者団体だけではなく、ある程度広く色々なところに参加を促すことが有効だとされています。その中には業界団体、報道機関などまで踏み込んで山陰経済経営研究所は提言をしていらっしゃる。現実的に最も課題となる事務局体制は、新たに立ち上げることは困難です。集まってきた団体等で、中心的な役割を担う団体がある種の事務局機能の核を担い、それを他団体・個人が助力する形が現実的だろうといわれています。活動資金については、会費徴収、行政の補助・委託といった一般的なものを以外にも、何らかの収益事業をすることが持続性の観点からは必要だと書いていらっしゃいました。そのうえで、中長期的には島根で適格消費者団体を作ることもこの活動の先には見えてくるでしょう、と書かれていました。

以上が報告書の概要です。この報告書は島根県としての結論というわけではありません。あくまでも委託事業として山陰経済経営研究所が調査・検討された結果としていただいたものです。県としては、それをふまえ県内の団体・個人・関係する方々と調整しながらこのネットワークをどのように現実のものとするかを考えていくことが今からの作業です。

平成30年度の進め方で現在想定しているのは、本日この場で報告書を公表したこととなります。このあとヒアリングした皆さまに、まず中心となりそうな人たちがいくつかあると思っています。その方々と調整を進めながら、8月、夏ごろをめどにヒアリングに行った消問研、団体に報告書の説明会、このような内容でしたという説明をするのと同時に、それに対する御意見を聞く、皆さまで話し合っていたといた機会を持つと思っています。その動きを経て、秋には準備組織ができればと思っています。そして近い将来、何らかの形で全県ネットワーク組織が出来上がったなら、そこからがスタートではありますが、そこまではたどり着いたことになるかと思っています。

審議会委員の皆さまにはこの報告書の内容、これからの進め方について御意見等頂戴しながら、それを受けまして島根県としてさらに前へ進みたいと考えています。

会長

御意見・御質問等あれば御自由にどうぞ。

委員

私は宍道町なのですが、宍道町のような小さなところでも環境など色々な役を引き受けていらっしゃる方がいます。その方々が集まり、たとえば公民館というところで勉強会が持てるといったネットワーク作りを望んでいたのも、私は大変うれしくお聞きしました。

私は消問研に長くいすぎて、後継者がなくなり情報も入らず、束ねる人がいないのです。話し合いをしようと声をかけてもなかなかできませんので、期待しています。

福頼

ありがとうございました。県として想定しているのは基本的に島根県全体の話です。ただ全体のネットワークには県内各地での消費者団体の方々に参画いただきたいと思っております。合併後の大きな松江市という全体だけでなく、たとえば宍道町なら宍道町で消費者問題に意欲のある方々が集まり、宍道町の団体としてネットワーク化に参加したいという手が挙げればそういった参加の仕方もあるだろうと思います。

現時点でそれについては何も決まっていませんので、積極的に御提案いただければと思っています。

会長

委員からは事前に御期待をいただいております。

委員

何でもないことを話し合おうと思っても話し合えないのです。松江市にごみが増えて困り、それをどうしようかといったことも現実には全然話し合えません。

会長

その他の委員の方は御意見いかがですか。

委員

私は生活協同組合しまねに所属しています。それぞれの組織でそれぞれに思いを持って活動している状況がとても分かりました。同じ思いを持ち活動している組織同士が緩やかでもネットワークを持ちつなぐことは大事だと思います。つながることでお互いが発展でき、さらにいろいろな組織が合わさることで新しい考え方が生まれるので、本当につながることが大事だと思います。

しかし、つながるということが、イメージとしては分かるのですが、具体的にどうすればよいのか悩むところです。どのようにネットワーク化していけばよいのか。

まずは顔を合わせる事が大事です。お互いがどのようなことをしているのかここで明らかになります。そこから日常的な交流につながればと思います。感想を含めて述べました。

福頼

前回 2 月の審議会の直後にこの事業のヒアリングをした各団体の皆さまにお集まりいただき、意見交換会を出雲で開催しました。私も参加しました。組織対組織、団体対団体ということで、スクエアに考えていくと財源をどうするのか、事務は誰が担うのかと、難しいことになってきます。それらはわきへ置いて、まず人と人、顔を見ながらのコミュニケーションをすると、消費者団体、消費者活動は大事だということに皆の目線が合ったことを私は実感しています。

県の進め方として、関係者同士が集まり、狭いテーブルでコミュニケーションすることでお互い信頼感を醸成することが第一です。そのうえで、我々のところではできる、これはできないか、というようなことから形に結びつけばと思っています。県は強引に進めることを考えていません。ネットワークや人と人とのつながりを強めることを意識したいと思っています。

委員

私はこのようなネットワーク化に多少なりともアクションを起こそうとは思っています。しかし島根県は横に長いという地理的な問題があり、そもそも集まりにくいです。それに県民性ではないでしょうか、なかなか自分から踏み出そうという団体は多くはありません。するとやはり県や市町村が主導して背中を押す、半ば強制的に集めなければおそらく踏み出せません。心配しています。

福頼

昨年 1 年、実質的には半年ほど、この調査検討事業をしたのはそれまでばらばらだった団体と我々行政がコミュニケーションをとる、そして次に意見交換会で皆が顔を合わせて、信頼関係の最初の入口にあたる部分を育てたことが去年の作業であったと思っています。

その去年、せっかく意見交換会等で皆が顔を合わせた関係になりかけているものを、冷めないうちにさらに次へ進めることが、今最も大事だと思います。委員の御指摘はまさにその通りです。それをいかにうまく回避しながらうまく人間関係を作るのかというところで工夫したいです。

委員

会は何かテーマを出して皆さんが意見を言い合い、それぞれの消問研や協同組合などが「では自分たちはこのテーマに沿いこういったことをします」といった流れでいくわけですか。

福頼

2 月の意見交換会では、前半は以前の消費者庁長官の阿南久さんのお話を聞き、グループディスカッションをしました。消費者団体ネットワーク化についてどう思うか、どのような課題があるか、自分ではどのように参加できるのか、を数回に分けてワールドカフェ形式、グループをいったん解散して再び元に戻すというやり方で話をしました。そのような議論の仕方というのは、全体としては一つのまとまった結論を出すことが目的ではなく、参加した一人ひとりが過程で感じたこと、考えたことを、心へ残して持って帰っていただき、次へ続くような意見交換会はしました。その場で何かの

結論が出たのではありませんが、今年度の活動に向けての種まきはできたと考えています。

委員

参加された方のバックには団体がありますよね。その方は自分の団体へ「自分たちはこれをやろう」と伝え、最後の町村の一人ひとりまで浸透させられるようやっていくということですか。

福頼

理想としてはその通りです。実際にできているかどうかはそれぞれの状況があると思います。

委員

消費者団体でヒアリングをしました団体の一人です。実践する立場から申し上げます。それぞれ団体には目的があり、それに賛同されているグループ、消費者問題に関して実施されているところもあれば、広域的な取り組みをされているところもあると思います。

消費者問題の多様化が進む中で、連携が大事だとは思っています。しかし現場の立場から申し上げるとまとめていくには、やっていることが違えば色々と問題もあると思います。

その現場の人たちのサポート。その場では言えないこともあると思うのです。行政の方々がともにやってくださると思います。組織が集まれば、まとまるものもあれば時間のかかることも出てくると思うので、行政に仲介としてコーディネーターとなり、間に入り悩み相談のように受け皿を大きくしていただければありがたいです。

福頼

おっしゃることはよく分かります。今後の検討課題として受け承りました。

会長

私も今の話題の交流会に出席していました。それぞれの人は活動が大きくなるとそれだけ忙しくなります。尻込みをする雰囲気もありましたが、全体としてはネットワーク化が必要だと思いました。できるところからやろうとまとめた。では何ができるのかということを見定めて、行政の支援・後押しをどう作っていくかということ、そして最初の一步、「できることは何なのか」を探すこと、消問研の高齢化が心配されていますがその対策などを感じました。

委員

消費者というのは生きている以上は消費者です。問題の環境も我々から離れることのないテーマなので、どのような方向からでも取り組めるのではないのでしょうか。宍道町で消問研ができた時に、宍道町民は小学校のPTAなど何かの形で消問研に属しているというくらい皆が消問研の会員のようになるところから始めたのです。消問研は婦人会長さんだったのですが、宍道町だけは婦人会で下

端だった私のところへ来られたので、比較的自由にできました。

せっかく良いことをここで聞いても、宍道町では公民館でもそういった情報はありません、支所は系列が違うなど、私一人が頑張ってもいつか来ていただいた小さな19人のグループでお話を聞かせていただくなどしました。公民館等の活動の中に入っていれば公民館の委員が一人連れてくるだけでももっと増えるのに、という気がしています。生活者なので何でも関心が持てるのではないかと思うのです。

自分の年齢も考えてどうしようかと思いつつ過ごしています。

福頼

5月に市町村の消費者行政の担当者会議を行いました。今日の御報告、さらにそのエッセンスも市町村の担当者にお話はしています。

県が直接行政として進めようとしているのは、県全体のネットワークという大きな広域的なことです。広域的な組織のメンバーがそれぞれの地域での活動をどのようにうまくしていくのかが非常に重要です。

我々は市町村役場の役割は大きいと考えています。行政と消費者団体の適切な距離感は難しいところがあります。しかし各市町村の担当の方にはそれぞれの地域での消費者活動の支援に力を入れてくださいと、今後も引き続きお願いしていきます。

委員

提案です。ネットワーク化に関連して県のホームページでパブリックコメントの募集はされましたか。

福頼

パブリックコメントという形ではしていません。

委員

あまり広く意見を募っても集約できないことも多いです。しかし一度そういった波紋を起こしてみてもよいのではないのでしょうか。消問研のメンバーや市町村のメンバーとなると、お互いが遠慮し合い、動きにくいのではないかと思います。何かの動機づけが必要ではないのでしょうか。そのためにはパブリックコメント、公募などを利用していただくとアイデアがあるかもしれません。

福頼

とてもいいお話を頂戴しました。今後実際にネットワーク化が現実の姿となっていく過程では、行政より当事者のエネルギーが重要になってきます。

行政が行うパブリックコメントではないかもしれませんが、70万県民が消費者であるという考え方からすれば、その意見を消費者団体ネットワークが取り入れるようなことは何かしらの方法で実現す

るのではないかと考えています。委員からの御意見は検討課題の一つと受け止めて進めさせていただきます。

会長

その他、御意見はございませんか。

委員

島根県の取り組みが平成 30 年度と書いてありますが、もう少し具体的なことは検討されていますか。

福頼

6 月にどのような関係者を集めるといったことは担当者の腹案としてはあります。しかしまだオープンにお話しできる段階ではありません。

県内各地 4 か所程度というのは、昨年はこの事業があったため行いませんでしたが、従来松江、大田、益田、隠岐の 4 か所で消問研の集まりを持っています。それと同じような場所で、それぞれの圏域に近い人たちに集まっていただいての意見交換をすることを検討しています。

委員

県が呼びかけをされるということですか。

福頼

そうです。

会長

その他、御意見はありませんか。

委員

島根県は最後の 7 県のうちの一つです。他県でどのような取り組みをしておられて、その成功事例等があれば、学んでいった方が早いのではないかと考えます。のんびり進めればよいというお考えでしたらそれはそれでよいかもしれません。

また、せっかく取り組んでいても我々ここにいる者には分かりませんが、一般の県民は「県は今このようなことをしているのだ」ということが見えないと思います。情報公開の時代でもあり、ある程度は周知する、広げることが大事だと思います。ここの場の皆さまもネットワーク化について総論では賛成かと思いますが、具体的な部分が見えにくいのではという気がしました。

福頼

確かにこの報告書をこのクローズの場だけで留めておくのはもったいないと思います。何らかの形で報告書をもとに、県が活動を進めようとしていることを広報したいです。

他県については昨年度実施した事業で、四つの県の行政と消費者団体ネットワーク等にヒアリングをしました。色々なヒントがありました。

石川県庁では、石川県の適格消費者団体があるのですが、法律的な活動だけではなく、消費者保護に加えて大きな柱を二つ、消費者教育に力を入れていらっしゃいます。

事務局は生協連合会に置いておられて、専属の方 1 名が活動をしていらっしゃいます。特に消費者教育、消費者啓発、県民に対して直接その団体がアプローチすることが、県民にとっての認知度を高めるうえで有効に作用していると伺っています。そういったところが島根県においても一つの重要な参考事例になろうかと思います。

その他に報告書の中でいくつかの他県へのヒアリングの結果についてはまとめています。関係者間ではより詳しい話も含めてやり取りしたいと思っています。

会長

その他、いかがでしょうか。

委員

島根県の消費者団体ではないもので、福祉、経済、環境など、何かネットワーク化された事例があれば参考になるのではないかと思います。県内各地の色々な連携はあるように思います。うまくいっている事例、うまくいっていない事例があればお聞かせください。

福頼

不勉強でそのあたりの確認はしていません。他のネットワークでうまくいっている事例・課題のあった事例は、この消費者団体ネットワークを進めていくうえで非常に参考になると思いますので、確認をして学びたいです。

会長

それでは、審議会として、消費者団体ネットワーク化について了承することを考えていますが、よろしいですか。

委員

はい。

会長

了承することといたしました。引き続き取り組みを強めていただきたいと思います。
次の議事に移ります。成年年齢引き下げに伴う若年消費者教育の推進について。

(2) 成年年齢引き下げにともなう若年消費者教育の推進について

福頼

この消費生活審議会は、消費者教育推進法に基づく消費者教育推進地域協議会という性質も兼ねています。その関係で2月の審議会では消費者教育について全体的な御説明をしました。

今回は国会で議論されている、成年年齢引き下げと消費者教育の関連について御説明します。この場には法律の専門の方から一般の消費者代表までいらっしゃいます。初めに、成年年齢引き下げがどのような意味を持つのかという御説明からします。

日本人は二十歳で成年となるということは、民法で定められています。なぜ民法でそのようなことが定められているのでしょうか。制限行為能力者という難しい言葉があります。これは、行為能力を制限された者を保護するための制度です。行為能力というのは法律上の行為、お店に行きお金を渡し商品をもろう、日頃私たちが行っている買い物、これは法律上の契約です。そういった契約をすることができる行為能力が制限されている人が制限行為能力者です。

大きく分けて二つあります。一つは成年後見制度です。次々販売、過量販売の例です。認知症のおじいさんのところに布団を買ってくださいと訪問販売が来て、よく分からないまま布団を買いました。すると布団の訪問販売業界でおじいさんは布団を買ってくれるという情報がすぐに出回ります。次から次へと業者が来て、いくつも布団を買ってしまいます。ある種の悪質商法です。

このおじいさんが被成年後見人で息子さんが成年後見人だった場合は、このような買い物は取り消しができます。業者に対して契約をなかったことにしてください、布団を返すのでお金を返してくださいということが、法律で認められています。通常の買い物ではできないことです。制限行為能力者の場合には、その後見人が取り消しをすることができます。強力な消費者保護の仕組みです。

同じことが未成年者にもいえます。19歳以下の人たちが、つい甘い言葉で誘われて大きな借金を作ったり情報商材、高い化粧品を5年ローンで買ったりしてしまいました。保護者の許可なくそういった買い物をした場合にもやはり保護者による取り消しができます。この仕組みは我々消費者センターで消費者相談に対応している機関としては、非常に強力な、消費者を守るための保護の規定として、この制限行為能力者が働いていることが前提としてあります。

しかし、従来18歳、19歳の子どもたちが未成年者として保護されていたところ、今18歳から成年となることが国会で議論されています。なぜそのような議論になっているのか。

憲法改正のための国民投票法を何歳からできるのか、これが平成19年度に18歳からできるという法律ができたのです。その際に国民投票法だけではなく、成年年齢について見直すべきだという付則がありました。その後法務省の法制審議会で議論が続きました。そして平成21年10月に18歳、19歳は社会の中で自立した存在として認めようと、成年年齢を18歳に引き下げすることは適当であるという答申が出ました。ただし保護がなくなることにより、これまで守られていた18歳、19歳の人たちに消費者被害が拡大するおそれがあるため、慎重に考えるべきだと平成21年に決まりました。その後、選挙権が引き下げになり18歳から投票ができるようになったのは御承知のとおりです。

そして平成29年1月、内閣府に設置された消費者委員会で、成年年齢引き下げにあたっては

消費者教育への充実を含めた色々な施策が必要だとの報告書が出ています。今年の3月に民法を改正して成年年齢を18歳へ引き下げようと、衆議院は通過しました。今、参議院で審議なされているところです。今の法案上2022年4月からこの改正民法が施行されます。つまり現在中学2年生、3年生の子が、4年後には成人を迎えるという状況にあります。

今の18、19歳の若者は必ずしも成熟した成人と比べて十分な知識、経験、判断能力があるとは限りません。十分に成熟はしていないのだという前提があります。そして今の20歳から22歳までの人たちをみると、例えばマルチ商法、美容整形やエステ等についての消費生活相談が、19歳未満に比べてぐっと増えるのです。なぜかといえば、未成年者であれば制限行為能力者としての保護者による取消権が発生するからです。それを嫌い未成年者に対しては基本的にあまり勧誘をしなかった色々な事業者が、成年となり自己責任の世界に飛び込んだとたん色々な勧誘が起き、色々なトラブルが起きることが分かっています。

18歳が成年となることで、18歳、19歳にこれが及んでくるだろうということは容易に想像できます。それを防ぐためにはもちろん行政としての施策もありますが、一つには消費者教育です。様々な手口がある、冷静・合理的に考えて行動するのだということが消費者教育です。

現状、小中高等学校で家庭科や社会科、公民科を中心に行われていますが、授業時間・内容、色々な課題があります。大学でも大学の中で対応のばらつきなど課題があることが消費者委員会の現状認識でした。

法制度の整備、行政の執行の強化もあるのですが、それに加え消費者教育をやはり充実させなければなりません。小中高等学校での教育、そして大学や専門学校等での教育、これらを充実させることがこの消費者委員会の報告でした。

今年の2月に若年者への消費者教育推進に関するアクションプログラムが出ました。4省庁共同で作られています。消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁です。関係する4省庁でこのアクションプログラムを立てました。成年年齢引き下げを受けて、今年を含めて3年間集中強化期間として消費者教育を急速に進めようということがアクションプログラムでは謳われています。

その一つとして皆さまにお配りしている「社会への扉」という教材、これは消費者庁が高校生の使用を想定して作成されたものです。生徒用の青い本と、先生がどのようなところに注目して教育すればよいかという先生向けのマニュアルがセットになった「社会への扉」。消費者庁としては今後3年間ですべての都道府県でこの「社会への扉」を活用した授業を高校で実施してもらうなどが書かれています。

島根県では消費者庁から個別に依頼などもあり、今年度すべての高校、特別支援学校の高等部、高等専門学校で5部ずつ「社会への扉」の配布をすることにしました。各学校で「社会への扉」を家庭科、公民科等の先生を中心に検討していただき、「我が校で、クラスでこの教材を使った授業をしよう」という御要望があった場合に我々を通じて消費者庁に必要な部数を取り寄せられる仕組みにしています。今年はこのようなアクションプログラムに基づいた活動をしたいと考えています。

先ほどの御説明で私が強調したことが消費者被害の防止でしたが、「社会への扉」を御覧いただくと分かるように内容は消費者被害の防止に特化したものではありません。消費者教育全般に配

慮がされています。

消費者教育によってどういった人づくりをしたいのかを考える時、いくつかの段階があると思います。昔からの言い方で「賢い消費者」というものがありますが、賢い消費者には3段階があります。

第1段階。悪質商法や製品事故などの消費者被害は誰でも嫌です。そういった被害を避けることのできる消費者が大前提としてあります。成年年齢引き下げに対しても、18歳、19歳の人たちが消費者保護から外れてしまう。そこで消費者被害に遭わないような教育が大事です。そこに力を入れることは確かですが、悪質商法にはこのような手口があると知らせれば、自動的に消費者被害を避けられるものではありません。あることをするためには、そのために必要な知識だけでなく、知識を実際に使いこなすリテラシー、そして知識やリテラシーを適切に育成するための感性を育てる。この三つの要素を進めていかなければなりません。

そこで第2段階として「賢い消費者」の考え方です。服がほつれたら捨ててしまうのではなく繕って長く使う、効率のよい買い物・生活することが消費者教育の第2段階です。

第3段階では消費者市民社会。食品ロスをなくすためにどう行動すればよいのか。倫理的消費に配慮する、社会全体を考えて行動する消費者にまでなった時に、初めて消費者被害を避けるという目的も達成できるものです。

消費者教育は、悪質商法の手口はこのようなものだ、契約とは法律ではこのようなことだというだけでなく、全体的な市民教育・人づくり教育まで想定したものが、この消費者教育推進法に書かれた消費者教育の目的です。若年消費者教育を進める時にもこれらを想定しなければならないと思います。

私たち環境生活総務課では、高校生・中学生・小学生、そして小学生の場合にはその保護者も想定していますが、こういった人たちに教材を作成・配布しています。今まで高校3年生と小学6年生とその保護者には毎年作成していました。中学生向けの啓発素材は今まで欠けていましたので、平成30年度にはこれを新規に作成し、中学3年生に配布しようと考えています。これが生徒や保護者に対するアプローチです。

学校で消費者教育を行う先生方へのアプローチは、小学校から高校まで、家庭科・社会科・地歴公民科の研究会、消費者教育に近い研究会が五つあります。この五つの研究会や教育委員会と我々がともに、学校における消費者教育を適切に推進していこうという消費者教育推進連絡会議という調整の場があります。これを活用し事業をしています。特に各研究会が実践研究、授業を行い、その効果はこのようなものだったということを委託としてやっていただきます。先生向けの「すくすく消費者」という印刷物があります。この印刷物に研究の内容をすべての学校、すべての先生に還元できるような仕組みを以前から持っています。他にも先生方への研修で消費者教育を進めたいと考えています。

国会で議論されている成年年齢引き下げが今後急速に、特に若い人に対する消費者教育の必要性が社会全体として取り込まれていく時代に差し掛かっているように思います。

島根県がどのように消費者教育を広域的に推進していくのか、皆さまの御意見を頂戴し、学校ではどのようにすればよいか御意見がありましたら今後の施策に活かしたいです。

会長

それでは、御意見があればお願いします。

委員

初歩的ですが、18歳とする根拠はなんだったのでしょうか。

福頼

それは考え方、理由のことですか。

委員

国が進めようとする民法制度が15歳、16歳でなく、なぜ18歳なのかということです。

福頼

国民投票法が18歳となったことが発端であったと思います。なぜ18歳であるかについては私も不勉強ではっきりと認識しておりません。

委員

以前からマスコミで見るたびに、なぜ18歳だろうかと思っていました。昔は元服というものがあり、成年年齢は15歳でした。個人的には18歳というのは高すぎるのではないかと、15歳でもよいのではないかと思います。その程度の判断はできると思います。

福頼

以前、弁護士会、日弁連で中村新造先生の研修を受けました。その時に成年年齢がどのように定められているのかという歴史的経緯をたどった資料がありました。

残念ながら今は、その内容を御紹介するだけの記憶がありませんが、そういったところから何か情報があればお伝えします。

会長

いかかですか。

委員

島根県弁護士会として、また消費者委員会として成年年齢を引き下げることに従前、少なくとも現状の手当てのままでは反対だという立場をとってきました。成人と成年年齢とは違います。

委員がおっしゃったように成人とは何かと、色々な考え方があると思いますが、ここで議論となっているのは、民法上の成年年齢です。経済的な取引の主体として、自分だけの責任と判断で契約

ができる年齢を引き下げることが今回の議論の核心です。

民法上の成年年齢が18歳に下がっても成人式は20歳で行うかもしれないなど、色々な議論があるところだろうと思っています。民法上の成年年齢の引き下げとは、独立して自分の判断で、自分のお金を自分の意思で、その効果や意味合いを十分に理解して経済活動を行うことができる年齢として認めるという意味合いを持つということです。

他方で、消費者センター等に関わっていらっしゃる方は実感があるかと思いますが、年齢が若い方は自分の行う経済行動の意味を充分には理解せず行ってしまうというのが実情です。未成年だからというだけで救済できるという非常に簡便でなおかつ強力な手段として、19歳以下の人たちの保護する手段として機能してきた側面があることは改めて指摘しなければならないと思っています。

立法は国会ですることであり、若年層に対する消費者教育が喫緊の問題となっていることにどう対応するのかが私たちのこの場で求められていることかと思っています。大人としてどうあるべきかといった話は置いておいて、未成年者、現時点での19歳以下の人たちの救うためにはどうしたらよいかという観点から議論することが大事だと思います。

今は過渡期ですが、未成年であれば簡単に解決できる問題でも消費者問題はいざ巻き込まれてしまうと解決はなかなか難しいです。たとえ弁護士が介入したとしても、消費者契約法や詐欺だなどと言ってなかったことにするのは難しいです。未成年が行う消費者活動には確たる証拠や録音等が残っているわけでもないことも多いので、いざ巻き込まれると非常に大変で困ったことになる、具体的な事例を自分の問題として捉えてもらうことができるような教育活動が大切だと思います。

また、教育する側が新しい情報をアップデートしていくことが大事です。成年年齢が引き下げられたらとても新しい情報がどんどん出てくると思うのです。いかに18歳、19歳の子たちを巻き込んだ悪徳商法で儲けようかと考える者が間違いなく多く出てきます。新しい情報を広く、できるだけ早く教育する側が情報をアップデートして、情報共有し、速やかに伝えていく、情報スピードの速さも非常に求められていると思います。その点を消費者教育の推進に反映させることが重要ではないかと考えます。

福頼

とても大事なことをお話いただきました。

一つ目には子どもたちにとって自分の身に染みて、こんなトラブルがあったら大変だというような、心が動くような情報の伝え方が必要であると、まさにそのとおりだと思います。単にこのような手口があるという事実を伝えるだけではなく、自分自身の問題だと分かってもらえるような伝え方について私たちが意識しながら消費者教育、また消費者教育に携わる先生方とのコミュニケーションに努めていきたいです。

新しい手口、新しい商法について最初に社会機関として情報が得られるのは我々消費者センターです。私たちが得た情報を一刻も早く一般社会に対しても、学校現場の先生方にも伝える努力はしたいです。

会長

他にいかがですか。

委員

中学生向けの資料を作られるということですが、ぜひ保護者向けにも作っていただきたいです。保護者への金銭教育は非常に重要だと思います。金利計算は保護者でもできなかつたりします。

今、短大で困っているのは高校で奨学金を借り、大学でも奨学金を借りていて就職後に返せなくなりそうだということです。昔は奨学金の金額は、ほぼ授業料と教科書代でした。ところが今は、かなり金額を選べるようになりました。

その家庭の生活費になっているという実態があるのです。高校から奨学金をもらう場合も出てくるので中学3年生というのはよいタイミングだと思います。中学生の保護者にも渡し、お金の計算、金利のかかったものや、繰り上げ返済など。

島根県の高校3年生にパンフレットを配られたとお話を昨年聞きました。拝見しましたが住宅持ち家モデルが出てくるのです。奨学金の借金を抱えていて持ち家など無理だろうとみえています。

県として、東京よりもよい家が建てられますと告知をされるのもよいのですが、もっと心配な家庭でのお金の使い方を考えてもらうことが重要です。短大生や四大生は今、非常に幼くなっていて保護者の影響が非常に大きいです。学校に任せて成り立つものでもありません。経済的なことは特に各家庭差があります。お金の計画や金利計算ができるようになってほしいと思います。今年作られる中学生向けの教材に期待しています。

福頼

中学生向け教材は福頼が担当しておりますので、心して作りたいと思います。

会長

他にいかがでしょうか。

かなり積極的な御提案がありましたので進めていただきたいと思います。

次の議題に移ります。第4期島根県消費者基本計画の評価について、事務局よりお願いします。

(3)第4期島根県消費者基本計画の評価について

土屋

消費とくらしの安全室、土屋です。

全体指標に対する評価です。島根県政世論調査で毎年把握をしています。

一つ目。クーリング・オフ制度の認知度は77.1%で、平成28年度より0.7ポイント減少しました。目標値85%は未達成です。男女別では、男性が女性より約5ポイント高い80.4%。年齢別では70歳代以上を除くすべての年代で70%を超えており、40歳代が90.3%と最も高くなっています。

二つ目は消費生活相談窓口の認知度です。こちらは87.9%で平成28年度と同じです。目標値

の90%は未達成です。男女別では大きな差はありません。地域別では出雲地区が91.7%と最も高くなっています。

三つ目。消費者被害に遭った人の割合です。9.2%で目標値の8%以下を上回っており未達成です。男女別で大きな差はありませんでした。

次に個別の指標です。施策①、消費者事故等の未然防止・拡大防止です。県の消費者センター等に寄せられる相談等から、苦情の多いものや最近急に増えてきたものを県民に周知することで消費者被害の未然防止につなげたいと考えております。個別指標は、消費者被害注意情報として提供した年間の回数です。前回の審議会ではこの指標の設定について御意見をいただきましたが、実績は15回と前年を大きく上回っており、目標を達成しています。

施策②、規格・表示、取引行為の適正化です。個別指標は家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法に基づく事業者への立入検査件数です。家庭用品品質表示法の立入検査は、市の区域の店舗には原則として市が、町村の区域の店舗には県が入ることとなっています。目標値は20件を設定していましたが、今回は市、県ともに14件で、合計で目標達成しています。

施策④、県消費者センターの充実です。相談件数は3,923件で前年度に比べ大幅に増えています。個別指標として消費者相談のあっせん時解決率を設定しています。89.5%と目標を上回っています。相談の概要は後ほど説明します。

施策⑦、消費者教育の総合的・一体的推進。個別指標は消費生活に関する出前講座の実施回数です。目標値を170回と設定していましたが、実績は181回で目標を達成しています。もう一つは学校の消費者教育の実践研究数です。目標は5団体と設定していましたが実績は4団体です。

施策⑧、消費者団体への支援です。消費者団体等への財政的・技術的支援を行うとともに、情報提供や意見交換会を実施しています。個別指標は県と民間の消費者団体との消費者教育協働件数です。目標値は15件としたところ実績は15件でした。

施策⑨、地域における消費者リーダーの育成です。これを行うために、それぞれの意欲・能力に応じた研修を実施しています。消費者リーダー育成講座は松江と大田、相談員育成講座は松江と浜田で実施しました。また消費者リーダーレベルアップ研修会は、出前講座の講師養成研修を松江と浜田で開催しました。この個別指標については、県主催の専門研修、講座の修了者数としています。目標は70名でしたが実績は90名と目標達成しています。

施策⑩、地域見守りネットワークづくりの推進。個別指標は地域見守りネットワークが整備されている市町村数とします。31年度までに全19市町村での整備を目標としています。現在までに、松江市、飯南町、浜田市で設立されたところです。

以上の評価から課題を3点挙げます。

まず消費者教育の充実。消費者被害を未然に防止するため、自立した消費者の育成が重要です。その他に、成年年齢引き下げに伴う若年層への消費者教育の推進。そして消費者団体のネットワーク化が課題です。

二つ目。消費者相談体制の充実。県内のどこに住んでいても質の高い消費生活相談を受けられるように、住民に身近な市町村の相談窓口体制の充実が必要です。

三つ目。高齢消費者の被害防止。60歳代以上の高齢者から多数の相談が寄せられており、高齢者を地域で見守る体制を作るために地域見守りネットワークの構築の推進が必要です。

会長

御質問、御意見はありますか。

委員

消費者リーダー育成講座などは市町村にまんべんなくありますか。

土屋

消費者リーダー育成講座は昨年度、松江市・大田市で開催しました。開催市では地元の方が多い状況でした。ただインターネットでの受講もできますので、全県とはいえませんが、それ以外でも幅広く受講していただいていると思います。

会長

昨年、大田市で行った際は遠くからの参加者もいらっしゃいました。

委員

家でインターネットを見ることも主婦としては、眠気との闘いです。このような講座などがあることは消費者側からこのような情報を求めなければ、入ってきません。今のところ公民館や支所へ聞いても全くそのような情報はありません。

土屋

そういった声をいただいていますので、今年度地元開催市の場合は公民館等へ県から直接文書を送り、チラシを置かせてもらうなどの方法も取りたいと思います。

委員

今回の第4期島根県消費者基本計画の評価で、地域見守りネットワークづくりの推進とありますが具体的な活動内容をお聞きしたいです。

城市

消費とくらしの安全室室長の城市です。

まず関係団体が集まり、情報共有することが一つです。松江市の場合は提携した業者等が日常業務の中でさりげない見守り、日常の業務の範囲の中で高齢者等を見守る活動をしています。そこで変わった様子がある場合は、地域包括支援センターへ伝えるという活動です。

委員

ありがとうございます。最近目につく一つの類型について抽象的にお話しします。

地域に知り合いのない高齢者で、各所の健康食品販売会などたびたび行く方があります。行った先で、あまり言いたそうにはしないけれど、かなりの額の商品を購入してしまっているのです。いよいよ詐欺被害に遭ったということで弁護士会に相談に来られて、付き添いの方がどのような関係の方かよくお聞きすると、販売業者の方だったということがあります。家族には内緒なのです。

販売業者とのつながりがその人にとって数少ない人との接点のようになっていて、商品が良い悪いではなく、収支に見合わない高額な買い物をしてしまい、行きついた先で詐欺被害に遭うという類型があるように思います。

その方の話を聞いていると、販売会場に来るのも少人数ではなく、自分だけが突出して多額の商品を買っているわけでもないのです。一方で、家族からはそんな所に行くなどと言われているため言えずに、行っていることそのものを家族には話していない事案が散見されるように思います。

そのあたりにどこかの引掛かりがあり、どうにか防ぐことはできないかと思い、見守りネットワークというものが非常に大事だと思いましたので、御参考にしていただき、またこういった事例を念頭に置いていただいて、地域の見守りがどうあるべきかお考えいただければと思います。

城市

委員がおっしゃったように、地域のコミュニティもかつてのような人と人とのつながりが確保できていない状況があります。

高齢者の孤独感に付け込んだ悪質商法もかなりあります。消費者庁もこれまでのように相談を待っているだけでなく、一歩踏み込んで見守っていくことが必要だと、地域見守りネットワークを全国に広げていこうと進めています。

本県でも進めているところではありますが、たとえば松江市では郵便局やタクシーあるいはガス業者など、日常の業務の中で高齢者と触れ合う機会のある業種の方を中心に提携をしております。そこで健康食品が山積みになっているなど変わった様子があれば、「どうされたのですか」「変わったことはありませんか」とお声掛けをする中で情報を提供し、困ったことがあればお知らせいただき関係機関につなげていくことを行っております。地域見守りネットワークをさらに全県に広げていきたいです。

会長

他にはいかがですか。

委員

相談件数の年代別の統計がされていますが、たとえば昨年度の相談件数で未成年者が45件、20代では195件あるのですが、未成年者あるいは20代のうち、大学生はどのくらいいますか。

会長

次の議題でお話しされます。

消費生活相談の概要についてお願いします。

(4)平成29年度消費生活相談の概要について

田邊

消費とくらしの安全室で相談を担当しております田邊と申します。

平成 29 年度に消費者センターが受け付けました相談概要は、年間 3,923 件で、対前年度 22.4%の増となりました。過去 7 年間で最高の数字です。その背景は特に 50 歳代以上の女性を対象にしたハガキによる架空請求の相談が増え、これが増加要因となっています。

契約当事者年代別相談件数は、ハガキの件が反映され、60 歳代、50 歳代がすべて対前年 50%から 60%の増加となっています。最も多いのが 60 歳代、次いで 70 歳代、そして 50 歳代です。60 歳以上高齢者の契約者は 38.4%という数字が出ています。近年 35%から 38%ほどで高齢者が契約トラブルの相談に関わっているということです。

委員から御質問いただきました 20 歳代以下の相談ですが、直近 5 年間では最小の数になりました。相談件数が減ったのはトラブルが少なくなったためと捉えていませんで、相談につながっていないということであり、今後の課題であると思っています。

大学生については、私たちが相談を受け付ける際には、お住いの住所と年齢、場合によっては職業についてお聞きする場合があります。大学生かどうかということは、直接相談の中身に関わる時だけ確認をしているのですが、学生か社会人かどうかであるか数値の検証はしていません。

御本人からというよりテレビの受信契約、サイトでの契約等で御両親から相談されるケースが比較的多く感じます。大学生に特化したデータを取れるかどうか検証してみます。別の機会に御報告いたします。

苦情相談の内容は商品一般が断トツで多くなっています。こちらは分類上の理由で、ハガキあるいはショートメール等の架空請求が、何に対する請求かということが書いていないのです。そのため消費生活相談はどういった商品、どういった役務かにより分類するという技術的な仕組み上、商品一般と分類せざるを得なかったため多くなっています。一方、デジタルコンテンツは過去ずっとトップでした。ここが伸びているのは、たとえばアダルトサイトに登録された登録料の請求だという場合には、明らかにサイトの利用料という内容が分かっているのでデジタルコンテンツに分類することになっています。商品一般が多くなっているのは、架空請求が増えているためだと御覧ください。

苦情の多かったものは商品一般、インターネットのアダルト情報サイト、有料メール等の請求、インターネット関係で、ここ数年同じ傾向です。

昨今、消費者相談は電子商取引へ移行しています。電子商取引の世界は個人契約のベースではパソコン・スマートフォンが件数、金額とも多くなっている状況があり、これを反映しインターネット

経由での契約に関する相談トラブルが非常に多くなっています。タイプ別では出会い系サイト、副業サイト、利殖サイト等の手口が多様・巧妙化していて、県内では被害額が1千万円を超えるケースも発生しています。

インターネットの取引に関し、商品サービスを提供する事業者との関係を見ますと、商店で物を買う場合には消費者と販売店という二者関係になるのに対し、インターネット契約となるとその間に決済のためのクレジット会社、その間に入る決済代行業者、収納代行業者、最近ではコンビニでの決済も増えていますので電子マネー会社など、非常に多くの業者が関わっています。

このように契約関係が極めて複雑化していますので、センターのあっせんによる解約・返金の交渉手続きは長期化しています。当日あるいは1週間以内で解決するものは徐々に少なくなっています。長くて3か月、半年かけて交渉し最終的に返金に至ることも出てきています。

最近インターネットを介して一般の消費者が海外事業者と直接契約することも増加しているのが特徴的です。しかし、消費者は海外事業者という認識でサイトに入っているではありません。日本語のサイトで意識しないまま入り、結果として海外事業者であったと後で気づきます。必要な契約書が交付されなかった、あるいはトラブル時には外国語で交渉を求められるケースがあることも増えているのが現状です。昨年、島根県消費者センターが取り扱った件数が多かった国は、アメリカ、イギリス、中国、香港、タイ、シンガポール、マレーシア、フィリピン、インド等です。それらも交渉に非常に時間を要する要因の一つです。

次に、年代別の苦情相談の順位付けしたものです。苦情相談で多い商品、役務は20歳代以下ではインターネットがらみのデジタルコンテンツが多く、50歳代以上は架空請求を背景に商品一般が非常に多くなっています。

島根県消費者センターが受け付けた相談者の居住市町村別では、市からの相談が約86%を占めています。県の消費者センターが受け付けた相談は約4,000件です。現在島根県には6つの市に消費生活センターがあり、19市町村すべてに消費生活相談窓口が設けられています。ここで受け付けた相談は2,038件。約2,000件です。県と市町村の相談件数の割合はほぼ2対1です。

一般県民の方に身近な窓口で対応できるように、少しずつ市町村での相談受付を増やしていかなければなりません。今後も、市町村の消費者相談体制の強化のための支援として、相談員の研修等に力を入れたいと考えています。

会長

それでは、御質問、御意見がございましたら、よろしくお願ひします。

委員

情報提供ありがとうございました。

未成年者が結婚している場合、成年と扱われるので、結婚しているかどうかで支援策が変わってくるかと思いますがいかがですか。

田邊

未成年も結婚していれば契約当事者として権利能力があるということですね。おっしゃるとおりで、最初に未成年だと分かった場合にはまず未成年取消権の行使ができるかと相談を受けます。相談を受けている間、相談員は皆、これまでの生活パターンからすでに働いている人、ある程度収入があるということが分かった段階で、その方が婚姻されている方であるかどうかは結果的には確認します。初めからあなたは未婚ですか、既婚ですかと聞くことはしていません。

委員

もう1点、成年年齢引き下げの議題がありました。今後の対策を考える際に、特に未成年者と20歳代、成人になったばかりの年齢層の、相談内容の特徴の分析は今後の資料となるのではという私の感想です。

会長

その他、いかがでしょうか。

架空請求ハガキが急激に増えたのは全国的な傾向のようです。東京では収まってきつつあるが区によっては依然として多い状況だと先日聞きました。島根県ではどうでしょう、収まっていますか。

田邊

4月以降、継続して連日架空請求ハガキの相談はあります。過去の状況を申し上げますと、平成16年、17年が架空請求ハガキのピークでした。その時県内でも1万4,000件あまりの相談がありました。ベテランの相談員によるとそれからぱたりとなくなり、その間、年間に数件ほどしか来なかったということです。ところが、平成29年1月になってから徐々に相談が来はじめて、同年4月からどっと来るようになり月に100件くらいになりました。どうも10年くらいで波がある、そういった手口ではないかと思われま。

何が元のデータになっているのか、我々、消費者庁や国民生活センターで情報提供をし合うのですが、相談があった中でも亡くなった方の名前や旧姓で来た時、以前住んでいたところに来た時ということがあるので、直近ではなく少なくとも10年前から5年前くらいの名簿が使われているのではないかとこのところまでは推察しています。はっきりした根拠はわかっていません。

会長

私も娘が嫁いだのですが、まさに旧姓で届きました。昨年10月でした。

全体を通じて、御意見、御質問がありましたら、よろしくお願ひします。

よろしいでしょうか。

予定の時間となりました。皆さまの御協力により議事を進行することができました。ありがとうございます。

いました。

事務局にお返します。

3 閉会

中尾

ありがとうございました。以上で審議会は終了です。