

第15回 福岡市消費生活審議会 会議録

- ・開催日時 平成24年7月9日（月） 午後2時～午後3時45分
- ・出席委員 12名（欠席2名）
- ・傍聴人 なし

○開 会

- 議題 1 平成23年度消費生活センター事業実績について
- 議題 2 平成24年度福岡県消費者行政活性化基金事業補助金による本市の主な取り組みの進捗状況について
- 報告 電気通信事業者に関する苦情相談について（報告）

議事要旨

- 議題1 平成23年度消費生活センター事業実績について

（事務局説明要旨）

事務局より、資料1-1「平成24年度 事業概要」、資料1-2「第6回市政アンケート調査 消費生活・消費生活センターについて」により説明した。

（質 疑）

A委員：議事資料の2ページ（資料1-2），消費者啓発のアンケート調査（第6回市政アンケート調査）の問21-1-1はn（総数）=2となっている。ここは問21-1「相談の回答・助言が役に立った」の問いに「どちらかといえばそう思わない」「そう思わない」を合わせて回答した、10.7%で、ここのn（総数）が47人なので、数値から積算すると5人くらいになると思うが、実際には総数が2となっているのはどういうことか。また、その回答の「その他」が100.0%となっているのはどういうことか。

事務局：問21-1-1に実際に回答した人が2名ということ。二人とも4の「その他」を回答し、具体的には「役に立たなかった」等の記載があった。

A委員：議事資料の3ページ（資料1-2），問21-2（問21で「相談したことがない」と回答した人にその理由を問うもの）で、「場所や電話番号がわからなかった」が3.6%、「その他」と回答したのは2%で、9人くらいになると思うが、具体的にどういう理由か。2%であれば、相対的に高く取り上げられた数値に意味があると思うので聞きたい。また、問22-3でインターネット相談を利用したいと思わないと回答した人で約3割の人が利用する環境が整っていないと回答している

が、回答者の年齢別はどうなっているか。

事務局：資料が手元にないので、後で回答する。（後半に資料より回答。）

A委員：事業概要の28ページ、平成23年度の事業者面接の件数は119件、事業者勧告は0件、事業者指導は文書5件、口頭17件となっているが、指導した事業者は面接した事業者の内数か。それとも全く別の事業者か。

事務局：事業者面接は事業者からの申し出に応じて、毎月2回定例的に実施している。一方、事業者指導は相談件数が増加しているとか、福岡市の消費生活条例に規定する不当な取引行為が見られる場合などに、本市が事業者を呼び出して指導を行うものである。稀に面接の申し出があった事業者に対し、その機会を捉えて指導する場合はあるが、必ずしも関連性はない。

A委員：毎月、定例的に事業者面接を実施しているということだが、事業者からの面接の申し出はそんなに件数が多いのか。

事務局：事業者はコンプライアンス遵守など、信販会社は加盟店管理の観点から、定期的に状況を把握したいと連絡して来るので、事業者面接は現在3か月待ちの状況で、件数は多い。要領に基づき、月2回面接日を決めて、一回4～5社程度、予約制で開催している。

ただし、相談が多い事業者から面接の申し出があった場合は、この機会を捉えて指導するため、資料の準備等を急遽行い、合わせて指導することもある。

A委員：件数の推移を見ると、年々少なくなっているようだが。

事務局：事業者面接の件数が増加してきたので、業務の効率化を図るため、平成22年度に要領を変更した。信販会社は自社の加盟店の状況などは当然、把握しておくものだし、事業者もお客さまの苦情等を把握しているはずなので、相談が入っていない事業者については定期的に消費生活センターに相談状況を聞くのは半年に1回程度にして欲しいと整理した。

B委員：（議事資料1-2の3ページ）問22はインターネット消費生活相談について問うもので、この相談を「知っていた」は9.7%だが、問22-2で、この媒体を「利用したいと思う」は41.7%となっており、インターネット相談へのニーズは高い。限られた予算だと思うが、

インターネット相談を今後、積極的に拡大しようと考えているのか。

事務局：インターネット相談を広報するため、名刺大のカードを作成し、区市役所の洗面所等に置いている。また、ホームページではトップ画面からすぐ相談受付画面に入れるように掲載している。このため、インターネットによる相談件数は順調に増加しており、30歳代40歳代の方が夜や土・日曜日等に利用されているようで、働いている方に有効な手段と考えている。しかし、相談回答を文字に残すという作業があるので、急激に増えると、業務負担が大きい。このまま少しずつ増やしていきたいと思っている。

C委員：インターネット相談の回答は1回限りで、あっせんは行わないとなっているが、その回答に納得できない場合はどうしたらいいのか。

事務局：メールの回答は1回限りで、次回からは電話か来所をお願いしている。例えば、あっせんは、相談員が契約書の内容を聞いたり、詳しい話を聞かないとできない。このため、メール相談の回答に、詳しい聞き取りが必要なので、電話か来所で書類を揃えて連絡くださいと書いている。

D委員：市政アンケート調査の対象者の年齢構成はどうなっているか。

事務局：無作為抽出をする際に、年齢構成をバランスよく選んでいる。

D委員：問22-2でインターネット相談を「利用したいと思わない」と回答した人のうち、問22-3で「インターネットの環境が整っていない」と回答した人が30.9%となっている。回答者の年齢構成がわかれば、今後こういった方策がとれるかわかるのではないか。高齢者はインターネットの環境がないと思う。

事務局：インターネット相談は昼間働いているか、電話等をかける環境にない人の相談の機会を拡大するために創設した。高齢者は昼間電話をかけることができると思う。誰でもインターネット相談に誘導しようとは思っていない。直接相談いただく方が本来望ましい。

D委員：インターネット相談の対象を別に考えているということか。

事務局：もちろん、高齢者もインターネットをされる方はいると思うし、利用していただくことは構わないが、是が非でも利用してもらおうとは考えていない。高齢者については、見守りボランティアを置いているし、いきいきセンターの人にも見守りをお願いしている。

D委員：それにしても相談は高齢者に多い。

事務局：高齢者が狙われている。

E委員：事業概要 17 ページの相談処理状況の処理結果に「不明」という欄があるが、これは継続だと考えてよいか。

事務局：そのとおり。相談内容によっては、3ヶ月以上かかることもあるので、（注）に書いているように相談が継続中で処理が終了していないものが今年の事業概要では「不明」となり、来年度の事業概要では「0（ゼロ）」となる。

E委員：昨年の事業概要を持参しており、昨年の「不明」は17件で、今年は28件と増えている。解決が難しい相談とか、インターネット相談が増えているためだろうか。

事務局：インターネット相談は5日以内に回答するので、該当しない。昨年より11件増えており、少なくとも3月に受けた相談が6月までに終了していないことになる。年々複雑な事案が増えて、交渉に手間取り、中には解決まで半年くらいかかる場合もしばしばあるようだが、増加の分析までは行っていない。

A委員：事業概要の11ページに、学校における消費者教育の支援として、平成23年度は中学校への出前講座を行っている。前年度はなかった。

現在、国会で消費者教育推進法が論議されているが、消費者市民教育をしなければならないとして、賢い消費者を育てる教育を小学校から取り入れるなど、個人レベルから社会レベルに引き上げようとしている。

消費者講座の対象として、裾野を広げることは賢い消費者を育成することに意味があると思うが、今後小学校まで広げる予定はあるか。

事務局：消費者教育については、一般向けには以前から出前講座等で積極的に行ってきた。学校については、学校から呼ばれないのに、強引に出かけて行くことはできない。消費者教育は消費者基本計画の中にもうたわれ、小学校、中学校でも学年に応じて教科書に掲載されているし、高校の教科書を見ると、本市で行う通信講座と同等の内容が掲載されているにも関わらず、実際に学校では教えられていないのが実情である。文科省が確実に家庭科で教えるよう指導して欲しいと思っている。

中学校の出前講座は、熱心な家庭科の先生がおられるところは今年も申し込みを受けている。今後、口コミで広がっていけばと思っている。

A委員：消費者庁でも構わないが、必ず消費者教育を実施するよう働きかけて欲しい。

事務局：今年から、社会科の公民で消費者教育が取り入れられたと聞いている。まずは授業でやっていただいて、具体的な事例等の資料については消費生活センターが準備することなどで支援したい。

D委員：高校生向けのリーフレットの内容はどのようなものか。

事務局：消費者問題に詳しい弁護士監修の冊子を購入してセンターの名入れをしたものを、授業で使って欲しいと市内の高校に配布した。

会長：学校における消費者教育は30年以上前から現在の文科省の指導で行なわれており、行政もテキストなどを配布している。文科省としては、学習指導要領にも載せて義務づけているので、対応していると思うだろう。私は以前、教員を養成する福岡教育大学で消費者教育を教えていた。それなのに、学校では教えられていないことが問題である。今は受験科目でないと授業を熱心にしてもらえないようだ。

消費者教育の重要性について、消費生活センターが教育委員会と会合等で理解を求めることが必要だろう。パンフレットをつくってもなかなか周知は難しい。やはり、学校教育ですることが大切だ。すでに行っているとは思いますが、試験後の休み前に講座を開催するなど、学校に働きかけるしかないだろう。

事務局：センターからの働きかけは市内の高校に行ってきたが、現在は消費者行政活性化基金の関係で、福岡県が集中的に教育啓発を実施している。このため、市立高校だけに、卒業する前の2月～3月頃に講座を行っている。啓発用のDVDもあり、今後、市内の高校には働きかけていきたい。

議事要旨

議題 2 平成24年度福岡県消費者行政活性化基金事業補助金による本市の主な取り組みの進捗状況について

(事務局説明要旨)

事務局より、資料2「平成24年度福岡県消費者行政活性化基金事業補助金による本市の主な取り組みの進捗状況について」により説明した。

(質 疑)

会長：消費者行政活性化基金が終わるとテレビCMはどうか。

事務局：テレビCMは1千万円以上の経費がかかるので、できなくなる。

会長：市政アンケートの結果では、消費生活センターをどこで知ったかという問いにテレビを見ての回答が最も多かった。認知度が下がるのではないか。

事務局：現在、消費生活センターの認知度は95%となっており、十分すぎると思うが、テレビCMを止めると、本市は住民の入れ替わりが多いので、認知度が下がるだろうと心配している。

会長：人は出産や老いなどで自然と入れ替わるもので、認知のための周知は常に必要である。公共施設掲示のポスターを見ての回答も多いので、これらを利用するといいたいだろう。

事務局：テレビCMをしている期間は確かに相談件数が多い。しかし、テレビを見て、情報提供したいとの内容も見られ、基本の相談件数はあまり変わっていないかもしれない。困ったとき、例えば市民相談室に電話して消費生活センターを案内されるなど、どこかにまたは誰かに相談すれば消費生活センターにつながるくらいの認知度を維持したい。

F委員：企業が消費生活センターに相談しなさいということもある。

会長：まず、事業者が一義的に相談を受ける必要があるので、消費生活センターから事業者に指導してほしい。

報告要旨

報告 電気通信事業者に関する苦情相談について(報告)

(事務局説明要旨)

事務局より、資料3「電気通信事業者に関する苦情相談について(報告)」により説明した。

(質 疑)

A委員：提出日が5月末で、まだ日が経っていないが、国(消費者庁)から何か返事はあったか。

事務局：電気通信事業が特定商取引法の適用除外である中，すぐに回答できるような内容ではないと思っているので，まだ，尋ねてはいない。また，先方からも問い合わせはない。

A委員：検討するとかの反応があると心強い。

事務局：尋ねてみる。

F委員：福岡市だけで出したのか。

事務局：本市でも相談事例等をまとめる作業に時間を要し，事業者指導までに時間がかかった。政令市ごとに，条例が異なるので，これらを整理するには時間がかかるだろう。まとまって出すとなると取りまとめに1年くらいかかるかもしれないし，足並みが揃わないことも考えられる。事業者指導の体制も市によってかなりのばらつきがある。本市は実際の相談事例を早く提出したいと思った。各市でまとめる手間よりも，いろいろなところから出てくることもいいのではと考えた。

B委員：粘り強く発信をお願いしたい。

会長：早速の対応は心強い。詳細な資料がまとめられている。どこの市にも同様な相談があっているはずなのに，放置されている。今後，他の自治体も関わってくるかも知れない。

E委員：福岡市が出したことを発信すべきである。この情報はホームページには載せているのか。

事務局：今年の6月にプレスリリースしたものを掲載している。また，事業概要の40ページに掲載している。

会長：できるだけ市から発信して欲しい。そうすれば，国も放置できないだろう。また，消費者団体が頑張るべきだろう。
議題全般に意見等はないか。

F委員：消費者グループ活動支援事業で採用された消費者グループはどこか。

事務局：NPO法人消費者支援機構福岡，公益社団法人日本消費者アドバイザー・コンサルタント協会。

会長：先程、資料がなく保留にしていた分の回答はどうか。

事務局：問21-1で、「どちらかといえばそう思わない」と「そう思わない」と回答した人はあわせて5人だったが、その主な理由を問う設問に回答したのが2人だった。具体的には「役に立たなかった」「警察に相談をと言われ不満だった」。次に問21-2の「その他」を回答したのは9人で、具体的には「相談すべきことではなかった」など実際の回答は1の内容が多かったが、「何を相談すればよいかわからなかった」と2人が記載していた。次にインターネット消費生活相談で、「利用したいと思わない」理由として、「インターネットを利用する環境が整っていない」と回答した人、30.9%の内訳は、60歳代、70歳以上が60%以上と多く、20歳代10%、30歳代10%となっているが、40歳代でも、十分な回答が得られそうにないと回答した人が多い状況である。

A委員：消費生活相談窓口アンケートの「不明」とは？

事務局：窓口アンケート調査票は裏面に設問が続くが、それに気づかずに回答されていないものが31.1%あったもの。

A委員：市政アンケート調査に「無回答」が見受けられるが、「どちらでもない」の選択肢があれば、「無回答」が少なくなるのではないか。

事務局：ご意見として伺っておく。

F委員：相談員一人あたりの相談件数はどうなっているか。

事務局：平成23年度の他都市の結果を見ていないが、前年度の実績では他の政令市と比較して、本市は多い方だった。

会長：これで審議を終了する。

事務局：熱心なご審議ありがとうございました。