

平成26年6月30日

西宮市長

今村 岳 司 様

第22期西宮市消費生活審議会

会長 牛 田 智

## 第22期西宮市消費生活審議会 報告 (西宮市の消費者行政の検証と提言)

第22期の西宮市消費生活審議会では、平成24年8月2日の第1回審議会以降、平成26年6月5日の第7回審議会まで、合計7回の会議を行い、西宮市の消費者行政の報告を受けて、その検証を行うとともに、その都度様々な提言を行ってきた。本報告は、その内容を統括的にまとめたものである。それぞれの提言については、それぞれの審議会においてすでに市側にも伝えられたものであり、実現にもつながっているが、それに加えこの報告には、次期審議会に向けた提言も含まれている。これらは今後の市の行政に反映されることを期待したい。

平成21年9月には消費者庁が発足し、全国的な消費者行政の充実が図られることとなった。縦割り行政を打破して、消費者行政の司令塔として、一元的に消費者の利益を第一に考えた施策の遂行が期待されている。

西宮市において、消費者行政の中心となるのは、昭和52年に開設され、平成13年に西宮北口(アクタ西宮)に移転した消費生活センター(当初は「消費者センター」、平成13年に現名称に変更)である。既に消費生活センターを中心に、消費者行政の充実が図られてきた。また、消費者庁発足以前の平成19年3月27日には、第19期の同審議会の提言をもとに、西宮市消費生活条例が制定され、市としての姿勢を明確にしている。

今期の審議会の任期中においては、次のような消費者トラブルが特筆される。

- ・振り込め詐欺などの特殊詐欺が依然として多発した。
- ・高齢消費者トラブルが増加傾向にあり、相談全体に占める割合も高くなっている。
- ・「健康食品の送りつけ商法」が激増した。
- ・依然として投資トラブルが多く、劇場型勧誘が広がっている。
- ・ホテルや百貨店でのメニュー表示問題が相次いだ。
- ・薬用化粧品による白斑トラブルが発生した。
- ・海外インターネット通販が急増するなどして、トラブルの国際化が進んだ。
- ・アダルトサイト関連を含む、ネットサイトがらみのトラブル・相談は多い。
- ・自宅を訪問し、強引に貴金属などを安値で買いとる「押し買い」が増加した。
- ・多重債務者の問題は、貸金業法の改正などにより減少した。

常に、新たな消費者トラブルが発生するとともに、従来トラブルについても、巧妙になったり、複雑になったりしている。平成16年に、消費者保護基本法(昭和43年制定)を改正する形で制定された消費者基本法においては、消費者の権利の尊重及びその自立の支援が行政の責務となっている。そのためには、行政側が消費者に対して適切かつ効果的な情報発信を行っていく必要がある。今後もさらに一層、充実した環境のもとに、消費者行政が進められることを要望する。

下記に、審議会での審議をもとに、項目ごとの西宮市の消費者行政への評価と提言を記す。

## 記

### ・「基金」の活用

国は、消費者庁の発足を受けて、平成 21 年度から、各地方自治体の消費者行政にかかわる新規事業に対する補助をする消費者行政活性化基金（以下「基金」と称する。）を予算化し、まず平成 24 年度までの 4 年間にわたり交付された。この活用については、平成 23 年度まで、センターの設備の拡充、配布物の作成、DVD の作成、相談員の研修補助などに使われ、効果を発揮してきた。

当審議会の任期中の平成 24 年度においても、自治会向けの回覧袋の作成、訪問販売防止ステッカーや保険証カードケースの配布などが行われたし、従来行ってきた出前講座とは異なる新規事業の出前講座として、学校現場での講座も継続された。しかしながら、市内に 40 校小学校があるにもかかわらず、小学校からの利用は少なく、平成 24 年度では 1 件、25 年度においては利用がなく、中学校、高校、大学においても、平成 24 年度 5 校 13 件、平成 25 年度 4 校 14 件であった。また P T A 向けの講座も 24 年度で 16 件、25 年度で 20 件であった。学校独自で講座等を実施している場合もあり、学校現場も忙しく、なかなか消費者教育に時間を費やせない事情もあるだろうが、このような出前講座があることについての P R 不足も考えられる。今後、自立した消費者を低い年齢の時から育てることへの重要性が増していく中、学校現場における啓発活動に力を注ぐことを求めたい。

基金の活用については、審議会としてもより効果的なものにしてもらうべく、その活用事例ごとに様々な意見・提案を示し、実際に反映がなされた。この基金については、平成 24 年度の国の補正予算に上乘せが行われ、西宮市はそれを 25 年度の補正予算に組み込んで活用した。また、25 年度は 12 月の補正予算に組み込んで相談員の研修やセンターの案内ポスター作成などに活用した。今後もしばらくの間交付が続くと考えられるが、実効性の高い活用を願う。

### ・相談業務

平成 24 年度・25 年度については、冒頭に述べたような消費者トラブルがあった。相談件数自体は、平成 23 年度が 4131 件だったのに対し、平成 24 年度は 4090 件で、ここ数年はそれほどの増減が無く推移していたが、25 年度は 4635 件で増加に転じた。西宮市の場合、土曜日にも相談を受け付けており、これは仕事を持つ市民に対するサービスとしては意義がある。また、相談員の体制も、相談件数に対して見合ったものであり、充実していると考えられる。国は地方消費者行政の推進に力を入れており、各地方自治体もそれぞれ機能が強化されてきているが、西宮市の場合、早くからしっかりした体制が構築できており、今後もさらなる充実を図っていただきたい。

特に、相談員のレベルアップについては、消費者トラブルが多様化・複雑化・専門化してきている中、極めて重要である。これまでは「基金」を活用して研修が為されてきたが、国からの補助が今後も続くとは限らない。県や近隣地方自治体の消費生活センターとも連携しながら、相談員それぞれが研鑽できるような時間と機会を活用し、日常の相談業務に活かせるような方を拡大していただきたい。また既存の研修に参加するだけでなく、相談員どうしの情報交換をより密にし、センター全体で共有するなど更に充実したものにしていきたい。

### ・広報活動

各戸に毎月 2 回ずつ配布される市政ニュースには、原則年 3 回「消費生活センター特集」が平成 23 年度まで掲載されていたが、24 年度からは毎月 10 日発行の分に、小さな記事として「消費生活ガイド」が掲載されている。頻度が増すことで、機動的に対応できることはメリットであるが、字数の制限もあり、内容的には物足りなさを感じる。もう少しスペースがほしいところである。また、市政ニュースの編集側としては、類似した内容を短期間で繰り返し掲載することを好まない可能性もあるが、深刻・重要な問題に対しては、表現を変えながら、繰り返し

掲載することも必要であろう。

各戸に隔月刊で配布される地域情報誌の「宮っ子」では、2ページを使った「くらしのインフォメーション」が毎号掲載されている。いずれも、タイムリーな内容を、しっかり吟味・工夫して記事に仕上げていると評価できる。

いろいろな制約がある中ではあるが、今後とも、読んでもらえる（目にとまる）ような工夫をしながら、消費者被害を減らすための市民への情報提供を続けていただきたい。

新聞を通じた広報活動も重要である。西宮市消費生活センターが行った取り組みについては、平成24年8月には悪質な訪問販売に注意を促すステッカーを9万枚配布したことが、9月には医療費還付金詐欺に注意を促すメッセージを記した保険証カードケース2万枚を配布したことが、平成26年1月にはコープこうべが宅配する弁当に月1回消費者被害を防ぐための注意を呼びかけるチラシを添付する協定が結ばれたことが記事となった。何もなければ記事としては取り上げられないが、何らかの催しなり活動が行われた場合は、新聞各社も紙面に掲載してくれる。いずれも、市の活動を広報すると同時に、消費者トラブルに対する市民の認識を深めることに役立つものであり、これまでも為されてきたであろうが、これからは積極的にプレス発表を行い、広報活動に役立てていただきたい。その際には、なるべくインパクトのある記事となるような情報の提供の仕方を工夫するのが望ましいと考える。

#### ・啓発活動

定例行事である、消費者月間記念講演会、消費生活展、消費者問題講演会などが効果的に実施されている。

従来から、講師（平成24年度は39名、25年度は41名）を登録して、いくつかの決められた内容の講座（平成24年度、25年度とも59種類）を用意し、出前（派遣）によって講座を開催する消費生活に関する出前講座が行われてきた。平成24年度には89件（参加者総数：4829名）、25年度には97件（参加者総数：3594名）が行われた。

審議会においては、講師や提供できる講演内容の拡大についての議論が為された。出前講座とは別に、平成25年度9月から10月に「知って得する消費生活講座」が金融をテーマに、センターの会議室を会場に4回に渡って開催された。従来の出前講座は、あくまで参加者と会場が先方により確保された所へ講師が出向くものであった。したがって、その主催者側に属している人しか参加ができなかったが、この講座は一般の人が参加できるものであった。審議会では、この講座が「知って得する」と名付けられたことは、市民を引きつけるネーミングであったことや個人で参加できることはよかったという評価であり、審議会としても平成26年度以降、より計画的で充実した形で、基礎編から応用編まで企画し、幅広い対象に向けて計画していただきたい旨が提言された。

それを受け、平成26年度から毎月第3水曜日に「知って得する毎月講座」として定期的で開催されることになった。テーマもその開催時期に合ったものであり、タイトルに「裏技」や「落とし穴」といった、聞いてみたくなるような語句が散りばめられている。今後期待できるので、是非今後も引き続き継続していただきたい。

審議会では、食に関することテーマとした講座もいいのではないかとの意見が出された。また、北部や阪神沿線でも開催してはどうかとの提案もあった。この講座によってセンターの存在を知ったという参加者がいたが、逆に言えばセンターの存在は市民に十分知られていない。アクタの5階という場所がわかりにくく、そこにセンターがあることがなかなか周知できていない。西宮市特有の地理的条件から、センターに行きにくい地域も多く存在する。これまでも、センターの存在を知らせる試みはいろいろとなされてはいるが、アクタ内での位置に関する情報提供も含め、今後も広報に努めていただきたい。

#### ・最近大きく問題となっているトラブルへの対応

冒頭でも述べた通り、被害が拡大し、社会問題化している消費者トラブルも多い。その中で

も、いわゆるオレオレ詐欺として被害が拡大していった振り込め詐欺は、その被害額の大きさから見ても深刻である。その中でも特に、市役所職員をかたって「還付金が受け取れるので手続きをしてほしい」と ATM での操作を誘導し、振込をさせるという手口は、より一層関心を払う必要がある。銀行・郵便局の機器では監視の目が強いことからコンビニの ATM が使われることが多く、還付金という性格上年度末に被害が多発している。市からの還付というように、市が詐欺のために使われていることから、市としてもそのような詐欺に対しては、ATM で市から還付されることは無いということをしっかり告知する必要がある。平成 24 年度末には、西宮市内でも事案が複数発生したことから、急遽市の掲示板にポスターを掲示したり、市政ニュース・市のホームページで注意喚起したりするとともに、平成 25 年度には市関係各課からの送付文書に『振り込め詐欺に注意！医療費や保険料は ATM で還付していません』というスタンプを押印するよう、各課に配付された。今後も消費者、特に高齢者への頻繁な情報提供をしていただきたい。

実際に詐欺事案が発生した場合、担当するのは警察であるので、消費生活センターとしても、警察との情報交流を密にするとともに、市民への啓発活動を警察などの防犯部門と連携をとって、このような被害が少なくなるような努力もしていただきたい。

健康食品の送りつけのトラブルも、24 年度から 25 年度にかけて増加した。相談があった場合は受け取り拒否をアドバイスしているものの、実際には支払ってしまったという例もあるということが考えられる。振り込め詐欺に比べれば少額でもあるし、表面化しにくい面もあっただろう。被害は減少してきているので、今後も実態を知らせることに努めるなど、啓発を続けていただきたい。

最近では、インターネットの詐欺的通販、ワンクリック詐欺、架空請求といったトラブルが増加している。今後被害が拡大しないよう、一層の啓発を行ってほしい。

審議会では、出前講座や知って得する講座で、その時のテーマに入る前に、5 分か 10 分、センターの活動やその時々消費者トラブルの事例を盛り込んでの啓発活動をしてはどうかとの提言もなされた。振り込め詐欺や送りつけ商法などは、特に取り上げるべき事例であろう。

#### ・消費者教育

平成 24 年 12 月 13 日に、消費者教育の推進に関する法律（以下「推進法」と称する）が施行された。既に消費者基本法においても、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを尊重することが規定（同法第 2 条）されるとともに、国は、消費者の自立を支援するために、消費生活に関する教育を充実すること（同法第 17 条）が規定された。また、学校教育においても、学習指導要領で、消費者教育が取り入れられてきたし、生涯教育の中でも消費者に対する啓発や情報提供が必要とされている。しかしながら、現状は十分な消費者教育が為されておらず、この推進法が制定されるに至った。

推進法では、まず国が消費者教育の推進に関する基本方針を決定し、それを受けて県が消費者教育推進計画を策定し、さらに市も消費者教育推進計画を策定することが努力義務とされている。第 22 期の審議会においては、話題としてはとりあげ、具体的な議論も多少は行ったが、上述のことがまだ進行していないので、推進計画につながるような具体的な審議には及んでいない。

消費者教育の必要性は従来から指摘され、この審議会においても、平成 15 年度には「青少年の消費者教育」についての答申として、消費者教育に特化した提言がなされたこともあった。また、21 期の審議会提言（平成 24 年 6 月）においても「若年層への消費者教育は重要であるにもかかわらず、学校現場の多忙な状況から、なかなか困難な状況にはあるが、今後も一層の充実を期待したい。」との提言が、また、20 期の審議会提言（平成 22 年 6 月）においても、小・中・高・大の若年層向けの消費者教育の充実を求めている。西宮市消費生活条例においても、第 8 条に、市長は、消費者に対する情報提供・啓発・教育の充実に務めることが定められ

ている。

既に、市は様々な取り組みをしてきてはいるが、十分とは言えない。今後は、国・県とも緊密に連携をとりながら、推進法が言う、消費者が消費者市民社会の形成に参画できるようになるための教育を推進できるような計画を市も策定し、より一層充実した消費者教育が為されるよう努力されることを望む。

## 第 22 期西宮市消費生活審議会の経緯

第 1 回審議会 < H24 年 8 月 2 日 (木) >

第 22 期審議会の審議テーマについて

第 2 回審議会 < H24 年 11 月 27 日 (火) >

西宮市消費生活センター内部の見学

PIO-NET(全国消費生活情報ネットワーク・システム、国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報(消費生活相談情報)の収集を行っているシステム)の見学も含む

西宮市消費者行政について

第 3 回審議会 < H25 年 3 月 26 日 (火) >

西宮市の消費者行政について(前回の審議会以降の進展の検証と今後に向けての提案)

第 4 回審議会 < H25 年 7 月 19 日 (金) >

西宮市の消費者行政について(前回の審議会以降の進展の検証と今後に向けての提案)

第 5 回審議会 < H25 年 11 月 29 日 (金) >

西宮市の消費者行政について(前回の審議会以降の進展の検証と今後に向けての提案)

第 6 回審議会 < H26 年 2 月 19 日 (水) >

西宮市の消費者行政について(前回の審議会以降の進展の検証と今後に向けての提案)

平成 26 年度実施予定事業について

第 7 回審議会 < H26 年 6 月 5 日 (木) >

西宮市の消費者行政について(前回の審議会以降の進展の検証と今後に向けての提案)

第 22 期西宮市消費生活審議会報告について

## 第 22 期西宮市消費生活審議会委員 < 括弧内は就任期間 >

牛田 智 (H24.7.1 ~ H26.6.30) < 会長 >

桂 隆 (H24.7.1 ~ H25.3.31)

北村 純子 (H24.7.1 ~ H26.6.30)

篠田 容子 (H24.7.1 ~ H26.6.30)

藤田 悦子 (H24.7.1 ~ H26.6.30)

藤本 志保子 (H24.7.1 ~ H26.6.30)

本多 三洋子 (H25.4.1 ~ H26.6.30)

真崎 幸子 (H24.7.1 ~ H26.6.30)

弓矢 東亜子 (H24.7.1 ~ H26.6.30) < 副会長 >