

第102回京都市消費生活審議会 会議録

【日 時】 平成23年7月26日（火）午後1時30分～午後3時30分

【場 所】 京都市消費生活総合センター研修室

【出席者】 審議会委員18名（五十音順）

池垣加織委員，糸瀬美保委員，岩谷道子委員，大谷貴美子委員*¹，亀村裕二委員，川口恭弘委員，黒石悟委員，佐久間毅委員，高田艶子委員，永井弘二委員，早瀬善男委員，本政八重子委員，森田政子委員，山本克己委員*³，山本久子委員，山本雅章委員，若林靖永委員*²，渡辺明子委員

*1 会長 *2 表示・包装適正化部会長 *3 消費者苦情処理部会長

京都市

文化市民局長 西出義幸，市民生活部長 三宅英知，
消費生活総合センター長 上野壽世，
同センター課長補佐 喜多村正一 ほか

【概 要】

1 開会

○ 西出文化市民局長挨拶

本日は、大変忙しい中、また、暑い中を消費生活審議会に出席いただき、感謝申し上げます。私は、4月に文化市民局長を拝命したが、平成16年度、17年度と市民生活部長をしており、その当時もこの審議会に参加させていただいたことがあり、大変懐かしく思っている。平成16年という年は、国において消費者保護基本法が改正され、消費者基本法が施行された時期に当たる。消費者の位置付けが「保護される者」から「自立した主体」へと切り替わったことに合わせ、京都市においても消費生活条例を制定した。何度か熱心に議論いただいて条例が出来、規則が出来たという時期であった。今から思うと、消費者行政のターニングポイントの時期ではなかったかと思っている。その後、基本計画を策定したわけだが、早いもので、第2次となる基本計画をこの4月から実施したところである。また、国でも消費者庁が出来、あるいは、消費者契約法の改正に伴う消費者団体訴訟制度も出来るなど、この間、消費者行政も大きく変わってきているが、一方で消費者被害、あるいは消費生活に伴う色々な問題については、現在もなお継続しており、これからも粘り強い取組が必要だと改めて実感している。また、今年の3月には東日本大震災が発生し、それに伴って福島第一原発の放射能漏れという大変な事態が生じた。震災に遭われて亡くなられた皆さんには、御冥福をお祈りしたいと思う。また、被害に遭われた皆様方にお見舞いを申し上げるとともに、1日も早い復興を祈っているところである。この度の震災に伴い、消費者に関わる幾つかのことがクローズアップされた。物不足や、それに伴う買いためも発生した。また、風評被害と言うか、色々なことが震災に端を発して発生した。節電という形で新たなライフスタイルが問われている。食の安全についても、昨今、マスコミ報道等を賑わしている。こういった観点も含めてこれからの消費者問題に色々取り組んでいく必要があると改めて実感したところである。本日は、第1次基本計画の昨

年度の実施状況の報告をさせていただくとともに、新たに作成した第2次基本計画を具体的に推進するための実施計画の策定について議論いただきたいと思います。皆さん方には、昨年12月に新たに委員に就任いただき、今日は2回目の全体会議になろうかと思うが、限られた時間ではあるが忌憚のない意見を頂戴し、審議を賜れば幸いである。簡単ではあるが、冒頭の挨拶とさせていただきます。

○ 大谷消費生活審議会会長挨拶

前回の審議会以降、日本では、ひっくり返るようなことが起こり、私たちに何ができるのか問われているところだが、そうした中、私は、光と影ということはこの前から考えている。光があるからこそ影が出来、また闇があると思うのだが、ここ数十年、日本は繁栄という一つの光の中にいて、簡便性や便利性を享受してきた。闇の部分を探して来たと言うか、見ないようにしてきたと言うか、見ようとしなかったのではないかと考えている。昔から闇に対する恐怖心があり、恐れであるとか、また、人智が及ばないことに対する畏敬の念等、色々持っていたと思うのだが、そういったものを全部、光の中のまぶしさの中に隠して来たような気がして、今回の東日本で起きた色々なことを契機に、改めてもう一度、私たちが闇とか影の部分に目を向ける時が来たのではないかと感じている。そういったことを通して、私たち一人ひとりの人間力、生活力が失われて来たのではないかと考えている。この審議会からも、新しい時代の消費者の在り方を発信できたらいいなと考えている。皆さんの協力をよろしくお願ひしたい。

3 議事

(1) 消費生活基本計画（第1次計画）の平成22年度推進状況について

○ 事務局（上野消費生活総合センター長）から、資料1～資料5に基づき報告。

【平成22年度重点取組項目の推進状況】

(消費生活週末（土・日）電話相談の充実)

平成17年度から委託により実施してきた土・日電話相談を平成22年度は祝日にも拡大実施した。土・日曜日については、従前から取り組んでいるものであり、一般財源で手当しており、祝日の分だけを地方消費者行政活性化基金を用いて実施している。

(消費生活に関する様々な情報誌、パンフレット類の発行・生活情報誌「マイシティライフ」特別号の作成・配布)

当センターでは、出前講座等に用いる各種パンフレット等を作成しているが、それと併せて、定期的に発行しているものとして、「マイシティライフ」と「京・くらしの安心安全情報」がある。「京・くらしの安心安全情報」は、職員が全て手作りで作成しているが、「マイシティライフ」は、印刷発注により作成し、区役所・支所等に配架してきたが、市民の認知度が今一つ低いのではないかとということで、特別号を発行し、平成22年10月29日から11月4日までの間に、全家庭に配布したものである。

(大学における消費者講座の開講)

大学との関わりということでは、従来、消費生活専門相談員が、主に新入生を対象として、出前講座という形で、60～90分ぐらいの時間を頂いて、若者が狙われやすい悪質商法等を紹介しながらその対処法を講義してきたが、本講座は、消費者問題を体系的に学べる入門講座として

開講し、講師は、大学教授のみならず、弁護士、消費者団体関係者、相談員等、多彩な講師陣をそろえた。今年度も夏に開講したいと思っている。

(消費生活に関連する審議会等における意見の把握)

(・京都市食の安全安心審議会の設置)

食の安全安心条例は平成22年3月に制定され、4月、一部10月から施行されており、条例第17条で「食の安心安全推進審議会」を設置することとされている。保健福祉局では、審議会におけるリスクコミュニケーションの重要性についての提案等を踏まえ、今年度、夏休み期間中に、食品工場の見学等を予定しており、食品衛生監視員等も同行し、例えば、食中毒に関する講義等も交えながら、親子教室のような形での実施を予定している。

(・京都市建築物安心安全実施計画推進会議の設置)

建築物安心安全実施計画は平成22年3月に策定され、昨年度は6分科会のうち5分科会が開催された。また、2分科会で消費者団体の参画を得ることができた。消費生活総合センターにおいても消費者団体との共催という形で色々な講座を催しているのので、その一コマに住まいとか建築物の安全といったテーマも取り込みながら、今後、展開していければと考えている。

(イベント等のエコ化の推進)

循環型社会推進基本計画が平成22年3月に策定され、イベント等のエコ化が推進されている。「エコイベント登録」は、昨年10月から本市主催のイベントについて、今年4月からは民間主催のイベントについても適用している。

(包装材削減推進京都モデルの構築に向けた検討)

平成22年11月に、レジ袋削減協定拡大に向けた取組ということで、マイバッグの使用を推進するキャンペーンを行った。

(小型家電リサイクルの普及及び促進)

平成21年11月から、モデル事業として、小型家電の回収を行っている。当初は22箇所のショッピングセンター等に回収箱を設置した。平成22年6月から28箇所増やし、合計50箇所で開催している。平成23年6月から、回収品目を15品目から19品目増やして34品目で実施している。

(生ごみ・落ち葉等堆肥化活動への支援)

平成18年度から、個人に対して電動式生ゴミ処理機等を購入される際の助成を行ってきたが、平成22年度からは、団体にも適用して実施した。

(情報弱者への情報提供の検討)

消費生活総合センターでは、視覚障害者に対する教材が十分に整備できていなかったという反省点を踏まえ、今年度は、例えば、出前講座等で使うパンフレットについても、点字版を作成して充実を図ろうと考えている。

大谷会長 事務局からの説明について、何か質問、意見等はないか。なければ、私から質問させていただく。情報弱者への情報提供ということで、点字版を出したということだが、そのことに対する反響はどのようなものだったのか。

上野センター長 特に反響というものは聞いていないが、現在では、全市的に配布するものについては、当然配慮して点字版なりを作成すべしということになっている。平成22年度において全戸配布用のチラシ等の作成時に点字版や音声版も作成し対象者に配布するとともに、平成23年度については、出前講座で使うパンフレット等についても点字版の作成を予定しているものである。

大谷会長 大学における消費者講座の開講について、実施場所はどこか。

上野センター長 大学コンソーシアム京都による単位互換制科目としてキャンパスプラザ京都で開講し、9つの大学から75名が受講した。

大谷会長 75名の受講態度はどうだったか。全員最後までちゃんと単位を取ったのか。途中で抜け落ちる人はいなかったか。

上野センター長 講義の最後に記入を求めた感想等からも熱心な受講態度がうかがわれる。定員100名の募集に対し、当初77名の登録があり、実際に受講されたのは75名であった。

若林部会長 平成22年度の取組項目の中で、京都市建築物安心安全実施計画推進会議に消費者関係の区分を設けて消費者団体の出席を得たとある。本当に消費者行政の大事さと難しさが表れているのは、それぞれの領域ごとに関連する法律があり、関連する仕組みがあり、消費者という形で色々な分野に関わるものの、こういう事業者の仕組みがあるために、建築の分野も、従来、消費者行政あるいは消費者問題として十分取り組まれてこなかった、あるいは、取り組もうにも、なかなか難しかった領域だと思うが、この点、どういう方向で取り組もうとしているのか。

上野センター長 建築物安心安全実施計画推進会議には、消費者団体のほか消費生活総合センターも全体会議だけであるが出席した。専門性の高い内容のため、話を聴いても確かに難しい所があったが、一つの例として、工事の完了検査において、基準に適合すれば交付される検査済証の話が出ていた。新築の住宅を買うときも、中古住宅を売買するときにも当然必要なものであるが、当初、京都市は政令市の中でも非常に交付率が低かった。それが、色々皆さんの努力の甲斐があって、平成21年度は94.5パーセントにまで飛躍的に上昇したと聞いている。こういった話をする中で、消費者団体の方から、消費者には、そういったものが当然必要であるということが、まだまだ周知がされていないのではないか、取引のときにそれが当然必要ということも含めて市民に周知を図っていく必要があるのではないかということなどが述べられた。専門の先生からも、専門家だけで話をしていると、どうしてもこれは当然という認識で進んでしまう所があるので、そういった消費者目線で、色々意見を言ってもらうことは、非常にありがたいという意見も頂いた。我々としても、今後先ほど申しあげたように、消費者啓発の観点からも何らかの協力をしていけないかと考えているところである。

大谷会長 ほかに無ければ、ただ今、事務局から説明いただいた消費生活基本計画第1次計画の平成

22年度の推進状況について、皆さんに確認いただいたということで、次の議事に移らせていただく。消費生活基本計画第2次計画の推進に当たっての平成23年度実施計画の策定について、説明願う。

- 事務局（上野消費生活総合センター長）から、資料6～資料7-4に基づき報告。

第2次計画では、重点課題をあらかじめ設定し、そこに推進施策を幾つか盛り込む形で実施し、審議会にも報告し、PDCAサイクルで進行管理していくこととしている。また、計画の推進に当たっては、「融合」と「共汗」の視点から推進するとしているが、重点課題3と4については、正にそういった視点で他局他課と連携して取り組んでいくべき課題であると考えている。

（潜在化している消費者被害の掘り起こし）

目標を消費生活相談件数の増加としているが、当然、究極的には消費者被害が減り、その結果として相談件数が減るとするのが理想で、私どもも、そういった所を追求していくが、まだまだ埋もれている相談がある中では、当面、周知をしっかりとすれば、相談件数が増えていくのではないかとということで、短期的には相談件数の増加というのを目標にしていこうと考えている。

全国的には、平成16年度をピークにして不当・架空請求が激減したため、平成17年度はぐっと減って、その後少しずつ減っていくという傾向が見られた。本市においても平成16年度をピークに平成17年度にガタッと減っているが、平成17年度以降は小幅ながら増減を繰り返してきたような経緯があり、特に平成21年度については、全国的には減っているにもかかわらず、本市においては3パーセントほど相談件数が増えたという経緯がある。その反動かもしれないが、平成22年度は8パーセントほど相談件数が減っているのので、当面の目標としては、相談件数が多かった21年度辺りの数値を目標にやっっていこうと考えている。実施予定事業の1(2)の「マイシティライフ」の全戸回覧以外は全て基金を用いて新たに行う事業である。とりわけ、当センターは、昨年度までは、市民総合相談課、通称名として市民生活センターという名称で事業を行ってきたわけであるが、なかなか消費生活の相談窓口ということが市民の方から分かりづらいということもあって、今年度から消費生活総合センターと名称を改めた。こうしたことから、名称も含めて、周知を図る必要があると考えている。

（不招請勧誘による消費者被害の防止）

不招請勧誘というのは、消費者が依頼や希望をしていないにもかかわらず、事業者が電話や訪問により、取引の勧誘を行うことを言う。消費者被害を防止するためには、消費者教育や事業者指導の強化が考えられるが、一方では、そもそも消費者被害を抑止するための仕組みづくりというものがあるかと思うので、こういった観点から取り組んでいきたいと考えている。計画を策定するに当たってのパブリックコメントや当審議会の意見等も踏まえ、推進施策としても掲げているので、今年度、来年度の2箇年ほど掛けて行っていきたいと考えている。あわせて、どうしても日中、家におられることの多い高齢者の方が、電話や訪問で勧誘を受ける機会が多いということで、高齢者被害を防止するという観点からも取り組んでいく。この取組については、3月22日に消費者苦情処理部会を開催して議論いただいたので、本日、そのことも併せて報告をさせていただく。部会では、当センターから、国の法令の説明や政令市の状況等の報告を行うとともに、京都弁護士会から提出された不招請勧誘に関する意見書についても説明をしたところであ

る。京都弁護士会からの意見は、訪問販売お断りシールを作って配布をしてはどうか、また、本市の規則において、不適正な取引行為の勧誘について「執拗な」不招請勧誘という限定が入っており、この辺りの見直しをしてはどうかという意見、さらには不招請勧誘に関する条例等の制定を求める意見を頂戴しており、そういったことも含めて議論いただいた。この中では、守るべき保護利益と規制すべき対象を明らかにしたうえで進めていく必要があり、そのためには、やはり実態を把握する必要があるのではないかという意見が出され、これを踏まえて市民アンケートをやっつけようということになった。ちなみに、訪問販売お断りシールを作る場合には、どうしても財源の問題が発生してくる。基金を使えるのが平成24年度までということになっているので、シールを作った方がよいという結論になった場合には、平成24年度予算に計上し、作成したいと思っている。

(高齢者等の消費者被害を未然に防止するための見守りの仕組みづくり)

消費者被害を防止するために、色々な講座を開催し、また、出前講座で地域に出向いているが、こういった講座に来ていただける方というのは、ある意味しっかりされていて、被害に遭いにくい方ではないかと思う。むしろこういった所に来られない方に、どういう風にアプローチしていけばよいのかというのが一つの課題だと思っている。講座を開催するときには、足を運んでみたくくなるような親しみやすさの工夫というのはもちろん必要だが、そうした努力には一定の限界があると考えている。例えば、若干の認知症を発症しておられれば、その方に直接訴えていくというのは難しいので、本人だけではなくて、当事者を取り巻く周りで見守りをしている方を対象に啓発をしていく、そのために適切に情報を発信していきたいというのが、趣旨である。横のつながりを大事にしながら取り組んでいけないだろうかと考えている。当面、高齢者を対象にということである。もちろん、情報弱者は高齢者だけではないが、一挙に色々なことができないということで、今年度については、高齢者に焦点を当てて取り組んでいきたいと考えている。「くらしのみほりたい」事業は、平成19年6月から募集を開始し、登録をしている。登録者には、ステッカーを配布するとともに、「京・くらしの安心安全情報」を届けている。当初は予算の関係もあるので、登録された方にはメールで送付しようと考えていたが、出前講座で募集をしていると、登録される方は高齢の方が多く、メールでの送付が困難なため、そういった方々には郵送していた。しかしながら、登録者が増え、平成22年度末時点の登録者約2,300名のうち30%ぐらいが郵送を希望すると回答されていて、こうした方に毎月郵送代を使って送付するというのは正直、捻出が困難な状況になってきた。そこで、本年度については、メール送信は引き続き行うが、郵送は中止させていただき、その代わりに今まで配架していた区役所・支所に加え、もう少し身近な所でも入手いただけるよう、例えば、図書館や学区社協でも配架するとともに、地域包括支援センターにメールを配信し、同センターの方が必要と思われる情報をケアされている高齢者の方に届けていただくという手法を展開している。また、現在、「くらしのみほりたい」に対してアンケート調査を実施しており、その中にも、こういった形であれば、情報誌を読んでもいいか、郵送は難しいが、どういう所に配架すれば、あるいはどういう方法であれば見ていただけるかというような質問項目も入れており、こうしたことを分析する中で、今後、検討していきたいと思っている。

次に、「一人暮らしお年寄り見守りサポーター事業」は、平成21年10月から募集を開始した

市民ボランティアであるが、老人福祉員や民生委員・児童委員と重複不可という条件がある中で、登録者数の拡大に苦勞されており、郵便局や新聞販売所にも声を掛け、登録の拡大を図っていきたいということを聞いている。

一緒になって取り組める所については連携してやっていきたいと考えている。消費生活行政推進会議を平成18年に設置したが、20以上の課で構成しているため非常に規模が大きく、年に一、二回開催ということで今まで進めてきたが、情報の共有や確認にとどまるというきらいがあったので、もう少し連携してやっていくために、今年度からは、毎回、全員が必ずしも集まるのではなく、関係課だけでテーマごとに集まって率直な意見交換をし、そこで何か新しいものを築いていけないかと提案し、6月に2回情報交換をしたところである。

(家庭における消費者力向上のための支援)

条例に消費者教育の推進を掲げており、家庭、地域、職場、学校等における学習機会の拡大をうたっている。地域については出前講座を行っており、学校については、連携して一緒に教材を作成するなど、色々な取組を行ってきているが、家庭、職場といった所は、なかなか手を付けることが難しい。消費生活の相談の中でも若者や高齢者という所は、ターゲットを絞って啓発もしやすい。現に大学に出向き、また、地域の老人クラブや敬老会で啓発なども行っているところであるが、いわゆる壮年期と言うか、30代から50代の方を対象にして何かをするというのは、非常に難しい。そういった所も踏まえ、家庭に着目しての支援ができないかと検討している。奇しくも3月11日に東日本大震災が起これ、私たちの暮らしは、大量の電力、エネルギーの消費を前提として成り立っているのだと、改めて感じたところであり、生活物資の買だめや、これに便乗した悪質商法、風評被害に惑わされて右往左往するといった事象も踏まえて、我々消費者としての在りようが、今、問われているのだと思う。学校教育というのは、義務教育であれば、皆が等しく受けるわけで、消費者教育を推進するには、非常に良い機会だと思うけれども、ただ授業を受けるだけでは、なかなか身に着かない所もあるかと思う。こういった中で、家庭における消費者力向上のための支援として何かできないか、例えば、親の暮らし方を見ながら自然に身に着けていくこともあるかと思うので、そういった所を何か支援ができないかというところで目標に掲げている。親子で楽しみながら悪質商法等を学んでいただけるような、すごろくゲームみたいなものが作れないかと検討しているところである。

また、食生活冊子「しぶちん」は、環境政策局が事務局となっているものの、実は、色々な局の有志8名が一緒になって取り組んだものである。消費生活総合センターにおける消費生活冊子の作成に当たっても、融合の視点で取り組んでいきたいと考えている。

永井委員　不招請勧誘のアンケートの質問事項は、不招請勧誘の被害に遭ったというような実態把握を目指したものなのか、不招請勧誘の被害を防止するために、こんな規制を考えているのだけれどもどうなのかというような意見を聴くようなものなのか。

上野センター長　かなり広範囲な質問項目から成っていて、まずそういう勧誘に遭ったことがあるかという経験の有無、もしあったとしたら、そのとき、どんな被害に遭ったのか、遭った際には、どこに相談したかというような部分も含めてかなり多岐にわたって、訪問販売と電話勧誘販売に分け

て質問するとともに、訪問販売お断りシールのことも若干聞いており、シールを作ることに賛成かどうか、作った場合に貼る意思があるかどうかなどについても問うアンケートになっている。

永井委員 無作為抽出ということだが、どれぐらいの枚数を送付したのか。

上野センター長 無作為抽出した市民3,000名に送付した。

永井委員 もしシールを配るとすれば、それは来年度の事務として行うことになるのか。

上野センター長 財源を確保することが非常に難しい状況の下、基金を活用するのであれば、比較的、認めてもらいやすいので、実施する場合には、平成24年度予算で作っていききたい。

永井委員 「訪問販売お断り」シールを配り、単に各戸で貼っているだけだと、そのことに一体どんな意味があるのかということになる。どのような意味を持たせようと考えているのか。

上野センター長 シールを作るか否かについては、恐らく9月の開催になると思うが、消費者苦情処理部会の中で審議願いたいと考えており、作ることとなった場合、配布方法等をどのようにするのかも併せて審議願いたいと思っている。

永井委員 条例で禁止されているのは執拗な不招請勧誘であるが、シールの内容にもよるが、シールをきちんと貼っている家庭に1回でも訪問し、あるいは、1回でも電話を掛ければ、それは、執拗な勧誘に当たるのだという解釈も場合によっては可能になってくると思う。シールを貼ることによってどのような意味を持たせるか、現時点での考えがあれば、聞かせてほしい。

上野センター長 シールを貼るということの意味と条例、規則との整合性をどのように考えるのかということも一つの論点だと思う。シールは、あくまで事実的な効果を狙うために作るというのも一つの考え方であるし、作った以上は、事業者指導ができるよう条例や規則を整備すべきだという議論もあろうかと思う。シールを作成することとした場合、予算の関係があるので、後追いになると思うが、規則をどのように見直すかについては、部会の中でも議論になろうかと思う。他都市の例を参考にして考えると、オプトイン規制というのは、正直申し上げて難しいが、オプトアウト規制、いわゆる再勧誘の禁止、拒絶の意思を表明している所に勧誘してはいけませんよという規制の仕方は、可能だと思われるが、その辺りを京都市ではどうするのかというのは、部会の中で議論をお願いしたいと考えているところである。

高田委員 生活情報誌「マイシティライフ」の全戸回覧という所で、自治会等の単位での回覧方式に変更するということは、区役所等にはもう置かないということか。

上野センター長 回覧に併せて配架もしている。より多くの皆さんに読んでいただくために、自治会

での回覧も行うということである。

高田委員 相談窓口の周知という点で言うと、私は学区の自治会にも関わっているが、学区に知らせたいときには、とりあえず回覧に回す。回覧したから、もう皆さんにお知らせしましたというような、アリバイ作りにならないよう、少しきめ細かな周知方法を探っていただきたい。また、もっと知ってほしい人たちに、より多くの情報を確実に届けるためには、高齢者がよく集まり、目に付く場所、例えば、老人クラブハウスや整形外科等にこうした情報誌等を置いた方がより効果的ではないかと思う。全戸配布の場合、受け取る側からすれば、様々な情報が来る中で大事な情報が埋もれてしまうきらいがある。

亀村委員 全戸回覧の全戸とはどれぐらいか。

上野センター長 世帯数が約65万世帯であり、このぐらいの世帯に回覧されることになろうかと思う。

池垣委員 「マイシティライフ」について、高齢者に見ていただきたいというのであれば、字を大きくすべきである。良いことが書いてあるが、字が小さいので、高齢者には読みにくいということがある。是非とも知っていただきたいという部分は字を大きくするなど、内容の詰め込みよりもそういった部分からの工夫というのも少し考えてほしい。

山本克己部会長 資料7の目標について、PDCAに乗せようと思うと、定量的な目標設定をした方がよいのは分かるが、それで成果が上がったか否かは判断できない事項であると思う。数字を挙げて件数がどうこうという目標ではなく、周知、徹底を図ることの方がよほど大事なので、この数値の設定が妥当か否かは、少し考えて直していただいた方がよいのではないかと思う。

大谷会長 私も同じことを考えていて、相談が増えることが良いことではなく、逆に減ることが本当は良いわけで、潜在的にどのような問題があるかを探ることがとても大事で、それを未然に防ぐような手立てをどうするかということの方が大事ではないかと思う。

資料7-4の資料では、特に壮年期というものを頭に置いてという話だったが、そうすると、壮年期というのが成人期とかぶってしまっているの、その辺りをもう少し明確にした消費者教育というものを考えていただいたらと思う。

渡辺委員 「マイシティライフ」について、高齢者はカタカナが並ぶと、それだけで内容が難しいと思いきり拒否する。きれいなロゴ的に使う言葉が果たして本当にその内容を表しているかと言えば、そうとは限らない。もう少し直接的に、これはこういうものであるということが分かる、そういった表現の工夫が要ると思う。「くらしのみほりたい」や、「一人暮らしお年寄り見守りサポーター」は京都市の事業だが、京都生協では、昨年、綾部市と見守り活動についての提携をした。京都生協の職員が配達する度に見守る、何かあれば連絡をするということをしているが、見守るとい

とにこちらがどれだけ責任を感じなければいけないかということとか、一生懸命できる限りのことはするのだけれども、こちらが最低限押さえておかなければいけないことは何かということとか、とても難しい微妙な所がある。してあげたいなと思っても相手のことを考えると、なかなか難しくて身を引いてしまう所もある。各事業所に、より丁寧な分かりやすい説明書、色々な人をきちんと自分のできる範囲で見守っていくにはこういう風に考えていったらいいですよといったものがあれば、もっと連携していけるのではないかと思う。京都生協も綾部市だけではなく、色々な所をくまなく回っているので、そういうつながりができたらいいなという風に思っている。特に子供を産み育てている母親や、大学を出て社会人になった方に対して、何かできないかということがある。こうした方に対して、もう少しこれから研究機関と一緒に何かにしていただけるとありがたいと思う。

上野センター長 色々と貴重な意見を頂いたので参考にしていきたいと思う。マイシティライフの配架場所については、なるべく多くの場所に配架できればよいが、配送料の問題もある。なるべく費用の掛からない良い方法がないか工夫していきたいと思う。また、高齢者には、親しい方が、少し口添えしながら手渡しされると、読まないといけないかなという思いで丁寧に読んでいただけるといようなこともあり、見守る方を介在して渡すと、効果が上がるのではないかと思うので、今後そういった所とも連携していきたい。例えば、全国的にも高齢化率が極めて高い東山区における、京都女子大学の買い物応援隊や警察による戸別訪問等の取組を新聞で目にして、訪問の際に高齢者向けの消費者啓発パンフレットも一緒に渡していただけないかと思い、お願いをしたことがあるが、こうした取組を全市的に広げていけたらと思う。また、渡辺委員から御指摘のあった、大学を卒業し、家庭に入った方への啓発の困難さについてであるが、子供がおられる世帯であれば子供の年齢に合わせて教材等を売り込む悪質商法について注意喚起を行うとか、PTAを通しての啓発なども考えられる。ただし、未婚の方や子どものいない若い方にどういう風にアプローチしていくのかとなると、なかなか難しい所があり、今後の課題である。他都市の状況も色々見ながら研究していきたい。

永井委員 「くらしのみほりたい」の登録者数はどのぐらいか。

上野センター長 平成22年度末の登録数は、2,274名である。その後、辞められたり新たに登録されたりしているので、若干の増減はあろうかと思う。

永井委員 募集に当たって、目標はあったのか。

上野センター長 平成22年度末で3,000名を目標にしていた。現在、若干その目標値には達していないということになるが、引き続き登録を呼び掛けていきたいと思っている。登録に当たっては、例えば、「一人暮らしお年寄り見守りサポーター」との連携も検討しているところである。

永井委員 両方のボランティア資格を兼ねている人も相当いるということか。

上野センター長　現在、「くらしのみほりたい」に対するアンケート調査を実施しており、他に市のボランティアをしているか、ボランティアにかかわらず老人福祉員、民生委員・児童委員等に就いているかなどについて聞いている部分があるので、その辺りで分析できるのではないかと考えている。

永井委員　「くらしのみほりたい」と「一人暮らしのお年寄り見守りサポーター」について、あえてすみ分けするとすると、「くらしのみほりたい」は消費者被害との関係で、「一人暮らしお年寄り見守りサポーター」は生活全般に関わる、例えば孤独死を防止するだとかそういうようなことを恐らく念頭に置いて始まったと思うが、結果的に、実施していることはほぼ重なってくる。縦割り行政的な感じになってしまう所だと思うので、統合していく方がスムーズなのかなと思う。

相談件数の数値目標の件であるが、あえて数値目標を設定するとすれば、国民生活白書の33.7パーセントだとか、市民生活センターを知らないという人が3割弱いるとかいうことであるので、この数字を減らすということになるのだと思う。アンケート調査の結果というのは、アンケートの採り方によっても変わってくると思うが。実際問題として、被害件数というのは、恐らくそんなに減っていないだろうということを前提にすると、相談件数自体の増加を目標にしても構わないのではないかと思う。

山本部長　永井さんの言われることはもともとだが、相談件数が何の関数かという風に考えると、変数として考えられない。一時的に流行するタイプの消費者被害の波が来るかどうかというのが結構大きい。今、消費者金融絡みの相談は減っていると思うが、四、五年前のピーク時なら、ものすごい数が来ていたはずである。そういう変数は、何があったかということで相関的に決まる。私は余り相談件数というのは考えない方がよいと思う。目標としてはどうかということをお願いしたい。

上野センター長　相談件数については、内部でもどうしたものかと議論があった。何か大きな消費者事件が京都で発生すれば、当然、相談件数は増えるので、結果だけに着目して、増えたか、減ったかという報告をするつもりはない。この時期にこういう事件があった、啓発活動を行った、これが要因となって相談件数が増えた、減ったというような報告をすることを考えていた。平成21年度に基金を活用して、センター周知を図るためのパンフレットを配った月には相談件数が増えたということが何回かあった。ただ、平成22年度も同じように効果があったかということ、慣れてきたのかどうか分からないが、平成21年度ほどには効果がなかったというのもあり、その辺りが分からない中で、何らかの検証をするときに数値目標を設けた方がよいのか否か、内部でもかなり議論したというのが正直なところである。

「くらしのみほりたい」と「一人暮らしお年寄り見守りサポーター」については、事業の範囲からは、「一人暮らしお年寄り見守りサポーター」の方が広いのだろうと思う。ただ、違う所は、「一人暮らしお年寄り見守りサポーター」というのは、あくまでボランティアという位置付けで、老人福祉員や民生委員・児童委員は登録できない。一方、「くらしのみほりたい」は、老人福祉員や民生委員・児童委員にも登録していただける。

渡辺委員　私は、相談件数を目標にしても構わないのではないかと思います。例えば、相談件数8千件、7千件の中で、初めて電話された方がどれくらいいるのか、そういう方が毎年どんどん増えていくこと、気楽に電話を掛ける人が多くなっていくということは、とても良いことだと思います。京都生協の組合員に聞くと、相談することについて、多くの方が恥ずかしいと思っている。高齢者の方は何パーセントいるのか。高齢者世代がこういう所に掛けてくるというのは、恐らく少ないのではないかと。今後、そういう分析をしていただけたら、次の手がどんどん考えられるようになると思う。

大谷会長　8千件という数字を検証する際には、その数字の中身も併せて検証していただければよいと思う。

森田委員　私は老人クラブに所属しており、下京区の学区の女性委員が、独り暮らしの70歳以上の方々の家に、誕生月に2人で訪問している。そして、安否確認をし、その方を見て体調はどうかを推測し、認知症気味ではないか否かを見ている。長年やっていると、皆さん、だんだん自分からお話されるようになり、道で会っても声を掛けてくれるし、相談も受ける。ここ3年ほど、七条署の交通安全係の婦警さんと一緒に回っている。こういう方に、友達や知り合いにも言ってあげてくださいねと言うと、ロコミで言ってくださっている。今のところ、皆さんにお聞きしていると、被害というのはない。本当は恥ずかしくて言わないのかも分からないが。ただ、1件あったのは、東京の方から独り暮らしの方の所に、ある物が送ってきたそうで、請求書が中に入っており、4万2千円の請求書が付いていたそうである。それで、びっくりされて、その方が女性会に相談された。電話番号が分かっていたので、電話したが、なかなか、らちが明かなかった。要らないということで、そのときは郵便局の局長さんも来られて、絶対クレームが付かないように包装もきちっとしたうえで送り返した例もある。

早瀬委員　京都市のPRのことについて、PRというのは、これをすれば、100点満点というのはない。1つ1つの積み重ねであると思う。例えば、行政は、市民しんぶんに掲載すればそれで役目がほぼ終わったというような意識を持っているが、それは間違いである。例えば、四条通を60センチセットバックする。行政はPRするが、一般市民は分からない。建物を建てる時に申請して初めて分かる。同じ四条通でも鴨川から東、ここは風致地区だが、90センチセットバックする。それも一般市民は分からない。行政に聞きに行ったら、市民しんぶんに書いてあると言われ、見ない者が悪いと言わんばかりである。こういう気持ちは行政にはないと思うけれども、やはり、ちらちら出るわけである。市民しんぶんに載せたら、それで行政の役目を果たしたと思わないようお願いしたいと思う。何が有効かという、例えば、行政から市民に対して固定資産税を払ってくださいという通知に、そういったお知らせを入れても、市民は余り関心を持たない。しかし、市民に利益をもたらすものには関心を持ってもらえるので、そういうものを利用してお知らせすると、PR効果が上がる。そういう風な観点からPRをしてほしい。市民しんぶんは万能とは行政も考えていないとは思いますが、少し考えてほしい。

大谷会長　ほかに質問・意見がなければ、第2次基本計画の推進に当たっての平成23年度の実施計

画の策定については、ここに掲げられている内容を確認いただくということでよいか。次に、(3)のその他について、事務局から説明願う。

○ 事務局（上野消費生活総合センター長）から、資料8に基づき報告。

（消費生活総合センターにおける東日本大震災に係る主な取組）

東日本大震災を受けて、当センターで取り組んでいる主な項目を1ページにまとめたので、報告する。まず、相談の受付状況については、センターだけではなく、区役所・支所のまちづくり推進課に寄せられた相談も合算し、件数として計上している。契約の履行・解約、義援金詐欺等については、専ら当センターで受けたものだが、その他は、多くは区役所・支所の窓口寄せられたものである。その他、被害防止に関する取組として、義援金詐欺やチェーンメールに対する注意喚起、また、買いだめ等に対する冷静な購買行動の呼び掛け等をホームページと情報メール便により、情報提供した。京都弁護士会では、東日本大震災の被災者に向けての無料法律相談を4月18日から実施しており、8月末まで予定されているが、その案内チラシの市営住宅等の掲示板への掲示、区役所・支所を通じての該当者への配布、ホームページへのアップ等を行っている。また、京都弁護士会では、仙台市と岩手県に弁護士を派遣し、法律相談をされていると聞いている。センターでは、毎年「消費者カパワーアップセミナー」を実施しており、本年9月にも6日間の開催を予定しているが、食、悪質商法、携帯電話、エコライフ等を盛り込んでいる。3. 11後の消費生活等を見据えた中での啓発となるようなセミナーにしていきたいと考えている。このほか、当センターの取組ではないが、オール京都市での取組ということで、節電対策に取り組んでおり、昨年同時期の電力使用量の15%減を目標としている。例えば、照明の間引きであるとか、冷房の運転時間の短縮等を行っている。環境政策局では、夏の節電の豆知識等を掲載したチラシ等も配布しており、ホームページにもアップしている。また、食の関係では、衛生環境研究所で農作物や水産物の検査を行っている。セシウム汚染の問題が新聞を賑わしているが、保健福祉局でも臨時の相談窓口を設け、対応していると聞いている。

大谷会長　この件について何か質問はないか。質問等がなければ、消費生活基本計画第1次計画の平成22年度の推進状況と消費生活基本計画第2次計画推進に当たっての平成23年度実施計画の策定について、確認いただいたということで、本日の審議会の議事を終了したい。

4 閉会

○ 三宅市民生活部長挨拶

熱心な議論、貴重な意見を頂き、厚く御礼申し上げます。とりわけ平成23年度の重点課題についての目標設定の所については、消費生活相談件数の取り方という点についても意見を頂戴したところであるが、議論の中にもあったとおり、何よりも重要なのは、こういった相談機能があるということと、消費者である市民の皆様が、お困りの際には、必ず相談していただけるよう周知をすることが目的であると思っている。その点が取組を通じてできているかということ件数という切り口をもう少し工夫し、中身で捉えて評価し、報告したいと思っている。また、市政全般にわたって、市民の皆様にともしっかりと周知することについても、貴重な意見を頂戴した。消費生活は、市民の生

活全てに関わるので、センターからまず工夫をして、市政全般にも広げていきたいと考えている。委員の皆様には、今後も引き続き、意見や助言を賜るようお願いし、閉会に当たってのお礼の挨拶とさせていただきます。