

第 105 回 京都市消費生活審議会 会議録

【日 時】 平成 25 年 8 月 9 日(金)午前 10 時 00 分～正午

【場 所】 京都市消費生活総合センター研修室

【出席者】 消費生活審議会委員 18 名（五十音順）

糸瀬 美保委員，岩谷 道子委員，宇津 克美委員，川口 恭弘委員，
佐久間 毅委員，佐野 泰三委員，新谷 義雄委員，高田 艶子委員，
永井 弘二委員，平井 和委員，松井 元子委員，本政八重子委員，
山下 徹朗委員，山本 克己委員，山本 隆英委員，山本 久子委員，
若林 靖永委員，渡辺 明子委員

京都市

文化市民局長 平竹 耕三，市民生活部長 吉川 昌弘，
消費生活総合センター長 峯 泰勝 ほか

【概 要】

1 開会

○ 平竹文化市民局長挨拶

ただいま紹介のあった文化市民局長の平竹である。私は、この 4 月に就任したばかりであり、消費生活行政は初めてであるが、よろしくお願ひしたい。

日頃は、京都市政、とりわけ消費生活行政の分野に御協力を賜っていることに、まず最初に感謝申し上げる。

昨今、新聞などを見ていると、東日本大震災に続く原発事故や、最近話題となっている T P P、食品の安心安全、それに伴う表示の問題は市民の関心が高いと認識している。そういった消費者のニーズのある分野で審議会のみなさんには大切な役割を果たしていただいております、感謝申し上げます。

また、一方で、少子高齢化が進んで行く中で、高齢者の方のお一人住まいが増えており、不招請勧誘による消費者被害で取引の形を装った詐欺まがいの行為が報道されることが多い。

そういったことについては、前期第 18 期の消費生活審議会において消費生活基本計画の第 1 次計画時からの課題であった不招請勧誘による消費者被害の防止について、消費生活審議会での御議論によって大きく前進をさせることができた前任者から引継ぎで聞いており、御礼申し上げます。

課題は多いが、委員の御協力を得て、京都市としては市民の生活を守っていくことが大切であると認識している。

また、本日の審議会では、平成 23 年 3 月に策定をした京都市消費生活基本計画の第 2 次計画について、平成 24 年度の実施状況と平成 25 年度の実施計画の御報告をさせていただくこととなっている。平成 25 年度も 8 月になっており、実施計画の御報告には時期が遅いことについてはお詫び申し上げます。来年度からはこのようなことのない

ようにしていきたい。

本日は限られた時間ではあるが、委員のそれぞれのお立場からの忌憚のない御意見を交換していただければと考えている。

○ 山本審議会会長挨拶

会長の山本です。

本日は、今年最高の気温が予想されている中、御参集いただき感謝申し上げます。

ただいま、局長から話があったように、消費者問題は、「賽の河原」でひたすら石積みをやっているかのように、ちょっと解決するとまた新手のものがどんどん出てきて、常に緊張していなければならない。

審議会ですべてのことが解決できるわけでないが、一步一步進み、京都市が消費者にとって住みよいまちになるように、そして、事業者にとってもフェアな事業を行えば適正な利益が得られるようなまちになれば、非常に喜ばしい。そのような京都市を作っていくため、みなさんの御協力をよろしくお願いしたい。

○ 新委員紹介

新委員を事務局から紹介

黒石悟委員(3月31日付けで辞任)の後任の山本隆英委員(4月1日付けで就任)

伊藤義浩委員(7月31日付けで辞任)の後任の佐野泰三委員(8月1日付けで就任)

所属部会は両委員とも前委員の所属していた表示・包装適正化部会

任期は両委員とも前委員の残任期間で平成26年11月30日まで

2 議事

- (1) 京都市消費生活基本計画の平成24年度推進状況について
- (2) 京都市消費生活基本計画に係る平成25年度実施計画について

山本会長

それでは、次第に従って議事を進行する。

(1) 京都市消費生活基本計画の平成24年度推進状況についてと、(2) 京都市消費生活基本計画に係る平成25年度の実施計画について審議したい。

まず、事務局から説明を願う。

峯センター長

それでは、議題1「京都市消費生活基本計画の平成24年度推進状況について」及び議題2「京都市消費生活基本計画に係る平成25年度の実施計画について」を、続けて説明させていただく。

はじめに、「京都市消費生活基本計画の平成24年度推進状況について」である。

京都市消費生活基本計画(第2次計画)においては、計画の各施策の実施状況について年度ごとに事業実績や統計指標等を取りまとめることになっている。

配布資料 P1【資料 1】「京都市消費生活基本計画(第 2 次計画)平成 24 年度推進状況」を御覧いただきたい。

京都市消費生活基本計画は、「(基本方針 1)消費生活の安心・安全」,「(基本方針 2)消費者被害の救済及び防止」,「(基本方針 3)消費者の自立支援」,「(基本方針 4)京都から始める未来へつなぐ消費生活」,の 4 つの基本方針のもと,6 つの施策目標,11 の施策の方向,23 の推進施策で構成されており,これらの体系的な構成のなかで消費生活行政を推進する各種事業を実施しているところである。

平成 24 年度においては,23 のすべての施策にわたって事業に取り組み,推進してまいった。

「(基本方針 1)消費生活の安心・安全」であるが,50 の事業を実施した。

「推進施策 1 商品等の安全性の確保」においては,

- 生食用食肉取扱施設に係る届出制度及び事業者からの依頼検査の受付 (P3),
- 食品の放射能検査 (P4) 等,

また,「推進施策 2 使い,住み続けるための安全性の確保」においては,

- 京都市細街路対策事業 (P6),
- 木造住宅耐震改修計画作成助成事業 (P6) 等,

新しい取組を実施するとともに,関係法令等による監視・指導等のこれまでの事業を継続的に実施することによって,安心・安全な消費生活環境の確保に努めてまいった。

「推進施策 3 情報の適正化に向けた指導等の推進」においては,

- 家庭用品品質表示法,消費生活用製品安全法,電気用品安全法,ガス事業法及び液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律に基づく販売業者への立入検査 (P8)

をはじめとして,事業者に対して,法令等に基づく基準を遵守するよう指導等を行った。

「(基本方針 2)消費者被害の救済及び防止」については,51 の事業を実施した。

「推進施策 9 各種相談事業の実施」においては,

- 成年後見支援センターの設置・運営 (P15),
- また,「推進施策 13 取引行為に関する制度の検討」においては,
- 「迷惑な訪問販売・訪問買取りお断りシール」の全戸配布 (P18),
- 消費生活条例施行規則の改正 (P18),

「推進施策 16 身近な支援の仕組みづくり」においては,

- 認知症高齢者等権利擁護推進事業 (P22)

等の新しい取組を実施するとともに,消費生活相談体制の強化等のこれまでの事業を継続的に実施することによって,消費者被害の救済と防止に努めてきている。

「(基本方針 3)消費者の自立支援」については,42 の事業を実施した。

「推進施策 17 児童,生徒等への消費者教育の推進」においては,

- 教員を対象とした消費者教育講座の開催 (P25),
- 「推進施策 18 消費生活トラブル防止のための学習機会の提供」においては,
- 落語で学ぶ消費者問題の開催 (P28),

「推進施策 19 様々な媒体を用いた情報の発信」においては、

- 消費者啓発アニメの映画館での放映(P31)など、新しい取組を実施するとともに
- 市民しんぶんによる情報提供及び啓発記事の掲載(P31),
- 京・くらしの安心安全情報の発行(P31)

等のこれまでの事業を継続的に実施することによって、自立して合理的に行動する暮らし上手な消費者として、それぞれのライフステージに応じた学習の機会が得られるようにその提供に努めている。

「(基本指針 4)京都から始める未来へつなぐ消費生活」については、55の事業を実施した。

「推進施策 21 食に関する学習機会の提供」においては、

- 京の食文化普及啓発施設(仮称)整備(P35),
- 京都中央卸売市場第一市場開設 85 周年記念事業「市場まつり」(P35),
- 親子食肉講座の開催(P37),

「推進施策 22 環境に配慮した消費者行動の促進」においては、

- 太陽エネルギー利用促進事業(P39),
- 市民協働発電制度の創設(P39)

等、新しい取組を実施するとともに、

- 「DO YOU KYOTO?」プロジェクトの取組(P40)

等のこれまでの事業を継続的に実施することによって、環境に対する市民意識の高さにより、持続可能な消費生活社会の実現に向けた取組を行いやすい文化的土壌が備わっている京都市から、新たな消費生活社会モデルを形成していく機運の醸成に努めてきている。

以上、平成 24 年度においては、全部で計 198 事業を実施している。

ページをおめくりいただくと、P3 以下 198 の全事業について、事業名、事業概要、24 年度の取組状況・実績、25 年度の事業実施の予定、複数の推進施策にまたがっている場合はその関連する推進施策の番号、最後に当該事業を所管する担当局・区・室・課名を記載し、表の形でとりまとめている。

以上の要領で、P45 まで各事業の実績や統計指標を取りまとめているので御覧いただきたい。

審議会の進行の都合上、この【資料 1】に基づく個々の事業内容の説明については割愛をさせていただきたい。

これら全事業のうちから、毎年度、重点課題については、関連する事務事業を抽出したうえで、実施計画を立てるとともに点検・評価を行うこととなっている。

P47【資料 2】を御覧いただきたい。

平成 24 年度において計画された重点課題についての一覧である。

それぞれの重点課題に対する取組状況について説明させていただく。

はじめに、「重点課題 1 潜在化している消費者被害の掘り起こし」についてである。

消費生活相談件数の増加(8,380→8,750 件)を目標に、様々な手法、媒体を活用した相談窓口の周知、消費者の相談機会の拡充等により、平成 24 年度において取り組んだ。

取組結果としては、相談件数は 8,047 件と前年比で 333 件、約 4.0%の微減となった。その取組状況であるが、裏面 P50 を御覧いただきたい。

相談窓口の周知のため、「消費者啓発アニメの映画館での放映」という新たな手法を取り入れた。これは、悪質な手口についての消費者啓発用のアニメーションを 4 本作成し、消費者被害の未然防止と消費生活総合センターの周知を図るため、市内 3 箇所のシネマコンプレックスにて、コマーシャル上映した(7~3月)ものである。

また、「消費者月間啓発ポスターの掲示、地下鉄駅構内等への消費生活センター案内広告の掲示、消費者啓発物品の作成、市民しんぶん挟み込み広告の全戸配布、消費生活情報誌「マイシティライフ」の全戸回覧、京(みやこ)・くらしの安心安全情報の発行」の事業については、右の欄の「取組状況」にあるとおり、引き続き取り組んできた。

相談体制の強化としては、複雑化・高度化する消費生活相談に適切に対応できるよう、弁護士による法律的観点からの助言・指導、また、解決困難な可能性が高い相談案件について弁護士、消費生活相談員、事務職員で消費者サポートチームを構成し、あっせんするなどの「弁護士による消費生活相談支援事業」を、また、消費生活相談員自身が複雑化・高度化する相談内容に対してそのスキルを高め、総合的な資質の向上に資するための研修を、取組状況にあるとおり、継続して取り組んできた。

消費者の相談機会の拡充としては、平日において拡充した昼・夕 2 時間の時間帯の相談に継続的に対応するとともに、NPO 法人への委託により土・日・祝日の緊急の消費生活相談を実施し、来所や電話による相談が困難な市民のために、インターネットによる相談にも引き続き、取組状況のとおり実施した。

次に、P53「重点課題 2 不招請勧誘による消費者被害の防止」についてである。

不招請勧誘による被害の未然防止策の構築を目標に、消費生活審議会での調査・審議、市民の意識・実態の把握をすることにより、平成 24 年度における取組を進めたものである。

取組結果であるが、すでに平成 23 年度において消費生活審議会での調査・審議、市民意識・実態の把握を終えていたので、その結果を踏まえ、平成 24 年度の消費生活審議会での報告確認のもと、不招請勧誘による消費者被害の未然防止策を講じた。P54 を御覧いただきたい。

訪問販売・訪問買取り、電話勧誘販売でのトラブル事例への対処方法を解説するとともに、シールの活用方法を説明した市民しんぶん区版挟み込み広告と同時に京都府警察本部と消費生活総合センターの連名により新たに作成した「迷惑な訪問販売・訪問買取りお断りシール」を 7 月に全戸配布した。

また、これに機をあわせ、不招請勧誘を不適正な取引行為として明確化するために消費生活条例施行規則を改正し、説明会により事業者への周知を図り、市民しんぶん区版挟み込み広告により市民の皆様への広報を実施した。

次に、

P55「重点課題 3 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」についてである。

高齢者等への消費者被害情報等の迅速な伝達・発信の仕組みづくりを目標に、市民

ボランティアの育成・登録の促進、庁内関係課の連携強化、情報を必要としている人に確実に届けるための情報発信のあり方を検討することにより、平成 24 年度における取組を行ったものである。

取組結果であるが、高齢者を見守る仕組みについては、新たな取組として、消費者月間である 5 月に、民生委員、福祉施策関係者に声掛けするなど、高齢者を見守り活動を行う方や消費者問題に関心のある市民を対象に、消費者月間講座「広げよう！見守りの輪」～高齢者を消費者トラブルから守るために～を取組状況にあるとおり開催した。

また、くらしのみほりたい事業、民生委員・児童委員制度、日常生活自立支援事業、一人暮らしお年寄り見守りサポーター事業、認知症あんしんサポーター、認知症安心サポートリーダーの養成事業、老人福祉員制度、地域包括支援センター業務、高齢者にやさしい店事業～認知症の人も安心して暮らせるまちづくり～の各事業については「取組状況」にあるとおり継続して取り組んでまいった。

連携の仕組みづくりについては、消費生活基本計画の平成 24 年度実施計画、平成 23 年度推進状況について、取組状況にあるとおり庁内関係課における情報の共有とともに連携を図ったところである。

このほか、地域包括支援センター、京都府警察等をはじめとした関係機関との情報交換・提供や連携等も引き続き、実施している。

最後に、

「重点課題 4 家庭における消費者力向上のための支援」についてである。

子育て世代の消費者力向上と次世代への継承の促進を目標に、消費者力の向上を支援する教育教材の整備、家庭に向けた情報発信の強化により、平成 24 年度において取り組んだものである。

取組結果であるが、消費生活学習すぐろくのインターネット配信、消費生活冊子「いっせいのおで」の配布、こどもエコライフチャレンジ推進事業、総合環境情報誌の作成・配布、「親子で朝ごはん BOOK」の配布、「子どもの事故防止実践マニュアル」及び「子どもの事故の応急手当マニュアル」の配布、DVD「京の旬野菜」の貸出しの各事業を「取組状況」にあるとおり継続して取り組んできた。

「京都市消費生活基本計画(第 2 次計画)平成 24 年度の重点課題に対する取組状況」についての説明は以上である。

続いて、

「京都市消費生活基本計画(第 2 次計画)に係る平成 25 年度実施計画」について説明する。P61【資料 3】を御覧いただきたい。

平成 23 年度から平成 24 年度までの消費生活基本計画の推進状況、平成 24 年 12 月の消費者教育推進法の施行、平成 25 年 6 月の食品表示法の成立、その他、高齢者に対する消費者被害が増加している状況を踏まえ、平成 25 年度の重点課題は、一覧表にあるとおり、

- ・ 商品等の表示基準の見直しの検討【新規】
- ・ 事業者に対する指導等の強化【新規】

- ・ 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【継続】
- ・ 家庭における消費者力向上のための支援【継続】
- ・ 消費者教育推進体制の整備と推進計画の策定【新規】

の5つをあげさせていただいている。

はじめに、P63「重点課題1 商品等の表示基準の見直しの検討」である。

食品の安全性や品質などを分かりやすく表示するため、食品表示に関する食品衛生法、JAS法、健康増進法の3法を一元化し、その表示基準を策定するための食品表示法が平成25年6月に成立した。2年以内の施行となっているが、その間に国等からの情報収集にも努め、平成25年度から平成27年度にかけて、消費者が商品等を適切に選択できるよう、消費生活審議会での調査・審議を経て、同法の表示等に関する検討を行い、必要に応じて消費生活条例に基づく基準の見直しをしようとするものである。

参考として「(別紙1)食品表示法の概要」と、「(別紙2)～(別紙4)京都市における商品等表示、単位価格表示、包装基準」を資料として添付している。

次にP65「(別紙1)食品表示法の概要」を御覧いただきたい。

目的だが、安全確保、選択機会の確保、必要な情報提供など消費者の権利を尊重し、その自立を支援するとともに、食品生産の現況等を踏まえ、小規模食品関連事業者の事業活動の影響等に配慮することを基本理念において、食品摂取時の安全性、消費者の自立的・合理的な食品選択の機会の確保のために、現行の3つの法律による表示義務付けを統一・一元化しようとするものである。

この目的を踏まえ、食品表示基準が国(内閣総理大臣)によって定められることとなる。食品表示基準の内容は、名称、アレルゲン、保存方法、消費期限、原材料、添加物、栄養成分量・熱量、原産地その他食品関連事業者等が表示すべき事項とこれらの事項を表示する際に遵守すべき事項となる。

食品関連事業者等には食品表示基準に従って表示をする義務が生じる。

このほか違反した場合等に関する指示や立入検査等の手続や申出等に関する事項、権限委任に関する事項、罰則等が定められている。

(参考)のところになるが、食品表示基準自体は、内閣府令等で別途に定められていくこととされている。「(別紙1)食品表示法の概要」の説明は以上である。

次に、P77「重点課題2 事業者に対する指導等の強化」である。

先ほど平成24年度取組状況でも説明したとおり、消費生活審議会での報告確認のもと、不招請勧誘による消費者被害の未然防止策を講じてまいった。このことを踏まえて消費者被害の防止に向け、事業者に対して、不適正な取引行為に対する指導を強化し、適正な取引行為について徹底していこうとするものである。

消費生活条例に基づき、不適正な取引行為を行う事業者に対し指導等を行う。

特に悪質な法令違反の疑いのあるものについては、行政処分や刑事処分など法令上の権限のある京都府、京都府警察と連携を強く図り、積極的な対応を行ってまいり。

相談が急増し被害拡大のおそれがある特定事案について相談110番を設置する。

また、適正な取引行為の徹底については、小規模事業者等を対象に、消費生活関係

法令の解説などを弁護士による出前講座で実施し、適正な取引を行う事業者を育成する。

以上により、悪質商法による消費者被害の防止に向けた不適正な取引行為を行う事業者に対する指導の強化を図ってまいる。

次に、P79「重点課題 3 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」である。

高齢者の消費者相談は、依然増加している状況にあるので、平成 24 年度に引き続いて取組を進めたい。

実施予定事業に掲載している、高齢者を見守る仕組みとして各局・区において実施されている各種事業の実施・強化を図るとともに、高齢者等への消費者被害情報等の迅速な伝達・発信につながるよう、各事業間や庁内関係課間など、更なる有機的な連携に努めてまいる。

次に、P81「重点課題 4 家庭における消費者力向上のための支援」である。

後ほど説明させていただくが、消費者教育推進法が新たに成立し、平成 24 年 12 月に施行された。これは幼児期から高齢期まで生涯を通じて、家庭や地域、学校など様々な場で、消費者教育を受ける機会を提供し、効果的に消費者教育を推進しようとするものであるが、京都市においては消費生活基本計画においてライフステージを見据えた体系的かつ総合的な消費者教育を展開するための取組を、この新法の趣旨を一步先んじて進めてきているところであり、引き続きその取組を進めていきたい。

実施予定事業に掲載している消費者力向上支援のための各局作成の家庭向けの教育教材(1~7の事業)を提供し、更なる家庭に向けた情報発信の強化に努めてまいる。

最後に、P83「重点課題 5 消費者教育推進体制の整備と推進計画の策定」である。

これは、消費者教育推進法、これに基づく国の基本方針、京都府で策定が予定される消費者教育推進計画等を踏まえ、本市の消費生活審議会、消費生活基本計画との役割や整合性等を勘案し、関係機関との調整を図り、京都市として必要な消費者教育推進のための体制の整備や計画の策定を行うものである。

関係機関との調整を図りつつ、消費者教育推進地域協議会の組織及び設置の在り方について消費生活審議会での検討を経て、必要な消費者教育推進のための体制の整備や計画の策定を行ってまいる。

また、消費者教育推進法の主旨に沿った消費者教育推進の機運を高めるための事業を実施してまいる。

参考として「(別紙 5)消費者教育の推進に関する法律の概要」等を資料として添付している。

P85「(別紙 5)消費者教育の推進に関する法律の概要」を御覧いただきたい。

法の目的であるが、消費者教育を総合的・一体的に推進し、以て国民の消費生活の安定・向上に寄与しようとするものである。

定義のところであるが、消費者の自立支援のための消費生活に関する教育とこれに準ずる啓発活動等を消費者教育として定義し、個々の消費者の特性、消費生活の多様性を相互に尊重し、自らの消費生活行動が将来の社会経済情勢や地球環境へ影響を及

ばすことを自覚し、公正・持続可能な社会形成に積極的に参画する市民による社会を「消費者市民社会」と定め、理想社会としての形成を目指そうとするものである。

幼児期から高齢期までの段階特性に配慮する体系的な推進や、学校・地域・家庭・職域などの場の特性に対応し、環境教育・食育等と有機的に連携するなど効果的な推進に配慮をして、消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結び付ける実践的能力を育成、主体的に消費者市民社会の形成に参画し、発展に寄与できるよう積極的に支援することを基本理念として掲げている。

また、国、地方公共団体、消費者団体、事業者・事業者団体に対し、それぞれに応じた責務を定めるとともに、推進に必要な財政上の措置その他の措置を講じることとしている。

特に、国においては基本方針(閣議決定されているが、内容についてはP86を参照いただきたい。)を定め、消費者教育推進会議を設置し、取り組んでいくことになっている。

また、地方公共団体においては、都道府県は国の基本指針を、市町村は国の基本指針及び都道府県の消費者教育推進計画を踏まえて、それぞれ消費者教育推進計画を策定し、消費者、消費者団体、事業者、教育関係者等を構成員とする消費者教育推進地域協議会を設置し、推進計画に対するご意見をいただくことになっている。(別紙5)消費者教育の推進に関する法律の概要等の説明は以上である。

以上で、京都市消費生活基本計画(第2次計画)平成25年度実施計画に係る説明を終わらせていただく。

山本克己会長

ただいまの事務局からの報告・説明について、質問や意見はあるか。

永井委員

P54【資料2】「平成24年度重点課題に対する取組状況」の重点課題2「不招請勧誘による消費者被害の防止」の実施状況についてであるが、施行規則の改正に伴い事業者の説明会を実施したとあるが、この詳しい概要を教えてください。

峯センター長

訪問販売事業者等に案内を送付した。当初60名程度と見込んでいたが、100名を超える参加があった。この研修室で開催し、「意思確認のない勧誘の禁止」と「拒絶後の勧誘の禁止」について具体的に規則改正の内容を説明した。

事業者としてルールを守って事業を行っていただくことを説明し、理解を求めた。

永井委員

どういった事業者に呼びかけ、どういった事業者が参加したのか？

峯センター長

基本的には訪問販売事業者であるが、具体的な関係団体名は後刻回答する。

平井委員

P47【資料2】「平成24年度重点課題に対する取組状況」が、重点課題1から重点課題4まであり、次にP61【資料3】「平成25年度の実施計画」が、重点課題1から重点課題5までである。

平成24年度の重点課題3と重点課題4は平成24年度から平成25年度へと継続となっていて、平成25年度の実施計画のうち重点課題1, 2, 5が新規の重点課題になっている。

平成24年度の重点課題1と重点課題2。これが重点課題として実施したにも関わらずあまり大きな成果が得られなかったのか、あるいはどのような成果が得られたか。なぜ、この平成24年度の重点課題1と重点課題2が平成25年度の重点課題に継続ならなかったのか、説明してほしい。

また、新規に、「平成25年度の実施計画」として重点課題1, 2, 5が挙げられているが、これは新しく重点課題として提示されているその理由について説明してほしい。

峯センター長

平成24年度の重点課題1「潜在化している消費者被害の掘り起こし」と重点課題2「不招請勧誘による消費者被害の防止」についてであるが、平成23年度において消費者からの相談件数が14%ほど伸びたということで、引き続き平成24年度も取り組んだが、全国的に相談件数が減少傾向にある中において、当センターで約8,000件を相談件数として確保でき、ある程度、掘り起こし維持の結果を得られたとの判断から重点課題1「潜在化している消費者被害の掘り起こし」については平成25年度の重点課題とはしなかった。

また、平成24年度の重点課題2「不招請勧誘による消費者被害の防止」については、先ほど永井委員からも質問があったとおり「迷惑な訪問販売・訪問買取りお断りシール」の全戸配布や事業者に対する説明会をするなど防止策を講じ、京都市消費生活条例施行規則についても明確化に取り組んできた。

今後は、この規則改正を受け、平成25年度の重点課題2「事業者に対する指導等の強化」を挙げて取り組んでいく。

また、平成25年度の重点課題3「高齢者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」であるが、依然と高齢者に対する被害が増えているという状況があり、引き続き挙げ、平成25年度の重点課題4「家庭における消費者力向上のための支援」は、消費者教育推進法が成立し、これも引き続き取り組んで行かねばならないということで挙げた。

平井委員

平成25年度で継続となっている重点課題の3と4。これに係わる推進施策が16, 23

として挙げられている。【資料 1】で見ると、平成 24 年度までの推進状況と全く変わらない。つまり、コピー&ペーストでそのまま継続で重点課題とされている。重点課題が多年度にわたっている場合、よほど問題があってそれをクリアするためにはもっと具体的な施策が必要ではないか考えるのが普通ではないか。それが成されないまま前年度の推進施策をそのまま重点課題として今年度の推進課題に持ってきているという点については問題があるのではないかと思うがいかがか？

峯センター長

高齢者への見守りの仕組みづくりは、各局でそれぞれ実施している仕組みづくりについて強化を図っていくとともに、その仕組みに連携を図る中で取り組みを進めていきたいというのが趣旨である。事業内容としては特段変わらないが、仕組みの強さを図っていこうということで継続として挙げている。

平井委員

もう平成 25 年度も後半に迫ろうとしている。そのような段階でまだそのようなことを言っているのでは遅れているのではないか。

平成 24 年度の重点課題の取組状況と平成 25 年度の重点課題の実施計画に関わって、平成 24 年度の重点課題の達成度、その評価をもっと具体化していただきたい。

平成 25 年度にかけて継続して、あるいは新たに新規に実施計画として挙げられている施策の内容について、今後、枠組みを作っていく、掘り下げていくというような回答だったが、より具体的にどういう風にして重点課題として市民に分かりやすく実施していくかという実行力、具体的な計画作りというのを、実施予定事業として挙げたい。

例えば、新規の重点課題 1, P63 に挙げられている推進施策 4 というようなところを【資料 1】に見ますと、その【資料 1】に書かれている内容がそのまま実施計画にコピー&ペーストされているという風な状況で、もうすでに 25 年度が半ばを過ぎかけている。これでは実施に当たって本当に動いているのか疑問を感じる。

もう一度、平成 24 年度の重点課題と平成 25 年度の実施計画の重点課題、これらの再整理をしていただきたい。

峯センター長

平成 24 年度の重点課題の取組状況を受けて、平成 25 年度に関係課と協議に入るような形になる。平井委員御指摘の趣旨を踏まえ、取組を整理し分かりやすく資料としてまとめるように工夫してまいりたい。

実際には個々でいろいろと動いていることもあるが、上手くまとめきれていないところもある。地域包括支援センターとか府警本部とか含めて、個々の事業でいろいろと見守りのための活動を引き続き実施していると説明させていただいた。組織体同士の仕組みとして取り入れられるような方向で整理できるような考えてはいるが、こちら側からの一方的な記述としてではなく、そういった投げかけをするのにも時間を必要

とする。そのことも含めて資料として分かりやすく説明できるように心掛けて行きたい。

山本会長

平成 25 年度の重点課題 1「商品等の表示基準の見直しの検討」については、食品表示法が今年度の通常国会で成立したことを受けて事業内容が変わっており、決して前のままではないということになるかと思う。

また、重点課題 3「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」のような課題については、その評価サイクルを何年にするかというのは非常に難しい問題。

年度単位で予算がつくため、年度単位で評価をしなければいけない面もあるが、長期的に取り組んでいかなければいけない課題でもある。単年度で成果を全部挙げるとするのは不可能である。平井委員御指摘の趣旨は理解できるものの、評価サイクルは単年度が適切なのか、複数年度が適切かということも含めて考えていかないと難しい問題だと私は認識している。

漠然と事業を並べているだけで、どこがどう変わったのかももうひとつよくわからないというプレゼンテーションの仕方はやはり問題。これについてはもう少しメリハリをつけていただき、「昨年度についてはここについて一段落ついた。本年度は昨年度までに完全に完成していないこの部分を強化するために新しい施策としてこれをやる。」と、そういうふうな形でプレゼンテーションをしていただくと、我々審議会委員にとっては分かり易いと思う。

政策評価のサイクルをどうするかというのは、この手の政策では難しいものであるということは各委員も御承知置きいただいたほうがよいのではと考える。

峯センター長

先ほどの永井委員からの質問について回答する。

「日本訪問販売協会」、「全国直販流通協会」、「家庭訪販振興協会」、「日本新聞販売協会」等をはじめとして 27 の事業者団体に案内し、60 名程度参加の予想が実際には約 100 名の参加ということで関心が高かったのかと考えている。

永井委員

よく分かった。

先ほどの平井委員の質問に関連して質問したい。

平井委員の御指摘も、もっともなところがあり、平成 24 年度の重点課題 1「潜在化している消費者被害の掘り起こし」が、もともと数値目標を設定していて、数値目標を設定するのめどうかという議論も確かここではされたと思うが、「敢えて設定してやりたい。」ということで設定をした。結果として平成 23 年度を下回った。そのところの評価はもうちょっときちっと説明いただいたほうがいいかと思う。

その関係で資料 1 の推進施策 7「相談機能の強化と相談しやすい環境の整備」を改め

て見ると、「地下鉄駅構内等への消費生活総合センター案内広告の掲示」は「縮小」、他は継続しているものもあるが、「消費者月間啓発ポスターの掲示」も「終了」で今後は行わないとかいうことになっている関係も御説明していただきたい。

峯センター長

消費生活相談件数だが、相談件数が8,380件から8,047件と約330件減っているが、全国的に相談件数が減少傾向にある中で、本市においては約8,000件という数を維持している。この相談件数の目標については、「潜在化している消費者被害の掘り起こし」ということで、消費者の方に当センターの存在を認識していただけているのかどうかということで取組を始めたものであり、一定掘り起こしができたものと考えている。

このことは、平成25年度に入っただ話になるが、高齢者を中心として「健康食品の送りつけ」という新たな悪質商法が全国的にも流行り、本市においては、今年度既に、前年度比で300件ほど相談件数が多い状況になっている。このような時には、消費生活総合センターに相談をしたらいいという市民の認識が広まったからだと考えている。

吉川市民生活部長

相談件数であるが、平成24年度は数値目標を下回ったが、平成23年度から実施してきた「相談時間の拡大」や、「消費生活専門相談員の増員」等の取組が一定成果を挙げ、相談件数が落ち着いてきたのかなと考えている。

「地下鉄駅構内等への消費生活総合センター案内広告の掲示」や、「消費者月間啓発ポスターの掲示」のように、消費者行政活性化交付金を活用して展開をしてきた事業については、一応、初期の目的を達したと考え、平成24年度で終了させる。平成25年度については実施する事業の再点検・見直しを行った。今年の2月の国の大型補正予算で国の消費者行政活性化基金が延長され、新しい事業に加え、必要な事業は引き続き実施することとした。

平竹文化市民局長

各委員御指摘の部分については、我々としても十分考えていく。来年度からは、前年度の重点課題の取組状況については、達成状況等を記載した上で、各事業を継続するのか終了するのかが明確になるようにしたい。

山本会長

その点は是非ともよろしくお願ひしたい。

政策評価に関わるが、不招請勧誘の禁止に関する規則改正を行い、周知活動をされたわけだが、その結果、例えば消費生活相談について不招請勧誘に関する相談件数の増減というのは顕著に見られるようになってきているのか？

峯センター長

不招請勧誘に関する件数について顕著な傾向があるかどうかというのは、数字とし

てお示しすることは難しい。

しかし、「迷惑な訪問販売・訪問買取りお断りシール」については全戸配布後も反応があった。

また、消費生活相談を受ける中で、「しつこく勧誘されているので何とかならないか？」ということで、不招請勧誘の禁止、再勧誘の禁止を説明することも多い。

ただし、相談件数についてどれだけあるかと言われると、技術的に拾い出すことは難しいが、反応としてはあったと答えたい。

山本会長

消費者の側でこういうしつこい勧誘をされるということが、京都市では不適切な行為だとされているという認識が消費者に増えると相談件数は伸びるし、事業者が不適切な行為を抑制すると相談件数は下がる。それが同時にされたのでどちらの影響の方が大きいかわからないかもしれない。

ほか何か意見はあるか？

高田委員

平成 25 年度の重点課題 3 の「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」の点だが、この間ずっと連携の仕組みづくりが大事だということがこの審議会でも言われていた。

平成 24 年度を見るとその連携の仕組みづくりに関しては消費生活行政推進会議というのをやって連携強化を行うと聞いた。平成 25 年度も連携の仕組みづくりに関しては消費者生活行政推進会議における庁内関係課との連携強化。

まず、平成 24 年度に消費生活行政推進会議が何回実施されたかを見ると、6 月 11 日、4 月 17 日、6 月 13 日、7 月 27 日ということでよいのか？

また、消費生活行政推進会議を行い、実際に平成 25 年度にどのように具体化していく話になっているのか、説明いただきたい。

それともう一つ、連携の仕組みづくりという時に、ただ単に庁内関係課との連携の強化だけでいいのかと思うし、先ほどから地域でいろいろなことがされているという事例の紹介もあったが、実際に行政と地域とどう結びつくのかということが、実施計画を見ても分からないし、どのように結びつこうとするのかということも具体的に書かれていない。

その点について、消費者行政推進会議を議論して平成 24 年度までどのように実施され、平成 25 年度ではどのように実施するのかという目標を示していただきたい。

峯センター長

消費者行政推進会議そのものについては、6 月 11 日の 1 回である。その下に記載した 4 件は個々の具体的な地域との連携の例である。

今後、どのように行っていくのかということだが、我々としては、消費生活相談の状況や、被害情報等を如何に消費者、とりわけ高齢者の方のところに届けることがで

きるかという仕組みづくりを上手に行いたい。その点について関係課、既に一定の高齢者等の見守りの枠組みを持っている関係課に、我々の持っている消費生活に関する情報を地域の高齢者の方々に届けることができるような働きかけを行っていく。

地域の団体との会合の回数等は、それぞれの所管する担当課としての都合があるので、直接の会合の場でなくても、何らかの形で消費生活に関する情報等が地域の団体を経由して、高齢者の方々に届けることができるような仕組みづくりを、形作れるよう各所管課との連携を図っていきたい。

高田委員

連携の仕組みづくりということで、消費生活行政推進会議が6月11日に1回開かれただけというのも少々少ないような気がする。やはり連携の仕組みづくりを行おうと思えば、会議をきっちり行い、消費者団体に出向いたり、地域の団体に出向いたりしながら、実際に高齢者の方々にどういう情報を伝えられるのか、それからまた、見守り活動も有効的に回るのかということもしないと、「とりあえずそこまでは情報は行っています。そこから先は各部所にお任せしております。」ということでは、なかなか実際の地域のところで大きくまとまっていくことは無理なのではないか。

実を申すと、今、地域の社会福祉協議会の会長をしており、自治連合会の役員も兼ねており、いろいろな見守り活動をさせていただいている。しかし、この消費生活審議会で話されているようなことが、実際に地域で一生懸命にやっている個々の団体なり、ボランティアの方のところには伝わっていない。努力されていることは理解するが、もう少し連携されて情報がちゃんと伝われば、もっと地域の見守り活動が具体的になると思うし、やはり実効的にそういうものができるような枠組みを残り1年、平成25年度までに作っていただきたい。

峯センター長

例えば、申込みに応じて、各団体等に出向き、我々の消費生活専門相談員がその時の状況を踏まえた「出前講座」を個々に行っている。その実施状況を見ると、高田委員御発言の地域の民生・児童委員協議会であるとか、社会福祉協議会であるとか、地域女性会であるとかからの申込みが多い。また、その実施結果を見ると、「聞けて良かった」という感想をいただいている。

先ほど申したように、資料に掲載していることをやっているが、それをもう少し組織立ったような形にできないかということで、先ほど関係課と協議したという言い方をしたが、情報が届くような手法を関係課と協議して、一定の枠組みとしてできないかということを探しているというのが、先ほどの回答の趣旨。上手に回答できず申し訳ないが、そういうことを現在模索している最中であると御理解いただきたい。

山本会長

消費者問題に対する対応というのは、従来の役所の仕組みとは違うところがある。

食品表示法が厚生労働省と農林水産省から権限を取り上げて消費者庁で一元的にや

るといふようなことがあり、消費者庁の設置自体もそうだ。また、自治体の局の割り方も、基本的に国の中央官庁の割り方に従って縦割りになっている。そこを上手くつなぐ方法・ノウハウが確立していないところがある。それを是非とも京都市として、先進的な取組をしていただき、できるだけ統合できるような仕組みを作っていただきたい。

ほかに何か意見はあるか？

平井委員

小・中・高校生の若年者に携帯・スマホが爆発的に普及していて、この間の新聞報道とかによると50万人とかが利用していて、その内の8%が依存症になっているというショッキングな記事が出ていた。京都市においても、小・中・高校生の携帯・スマホの利用状況というのはかなり注意すべき状況になっていると思う。

消費生活の場面でも、小・中・高校生でも、いろんなゲームの有料コンテンツが簡単に買ってしまうというような状況や、無料のアプリケーションによって、誰とでも気軽に話ができる。ただ、それをやっていると夜中の1時2時までもそれをずっとし続けていて、本当に引きこもり、携帯やスマホさえあれば、現実の人間関係はどうでもよくなりつつある。

子供たちが現実の社会で生きていくための力、消費者としてこれから学んでいかなければいけない力というものが、一つの電子機器の出現によって、今までの大人が考えてきた子どもの成長と違うようなものになりかねない。

やはり、消費生活の場でも、将来の子供たちを見据えて、携帯・スマホに関わる問題について積極的に相談であるとか、子供たちがワンクリック詐欺のような消費者被害にあわないような対策、施策というのを盛り込んでいただきたい。そのような点については如何か？

峯センター長

平井委員御指摘のとおり、本市の消費生活相談の中で一番多いのは、大人も含めての件数になるが、デジタルコンテンツに係る相談。私も「消費生活相談情報カード」を読むが、親の携帯を使っていて、有料であるとの認識のないまま、有料コンテンツが買ってしまう仕組みであるため、事後に高額な請求が親のところであり、あわてて消費生活相談に来るといふようなことが実際にある。個別の消費生活相談についてはそれぞれ応じているわけだが、一つはそういった現状に対してどのような対策を取っていくのかということになる。

小・中・高校生に対しては「G o G o土曜塾」という冊子を教育委員会が発行しており、その中で小・中・高校生を対象とした「出前講座」を実施するということも周知している。申込みが多いという状況にまではなっていないが、今後は周知方法を更に検討し、拡げていくことが必要だと考えている。

もう一つは、重点課題のところにも挙げているが、「消費者教育推進法」により年齢期に応じて、それぞれの問題に対してどのように対処していくのかを進めていくこと、

また、そのことを自律的に行えるように教育していくということである。そういった取組の中で、携帯・スマホの問題についても取り組んでいくことになる。「消費者教育推進法」についての御議論も含めてお願いしたい。

山本会長

「消費者教育推進法」の話が出たが、恐らく本年度の後半の最も我々に課せられた重要な課題というのは、「消費者教育推進法」が自治体に求めている事項について京都市としてどう対応していくかということについての枠組み作りというのが、我々消費生活審議会にとって大きな仕事になる。具体的な施策についてはまだ少し時間がかかるかもしれない。取り敢えず施策を考えるための枠組み作りというのが本年度後半の課題になってくる可能性があるの、その際にはまたいろいろとご意見を賜りたい。

高田委員

平井委員のデジタルコンテンツへの取組の話だが、この間、消費生活パワーアップセミナーを京都市と京都生活協同組合と NPO 法人コンシューマーズ京都でさせていただいている。昨年度の取組が P28 にもあるが、第 2 回「詐欺的なサクラサイト商法にご用心」ということで怪しいメールの手口を知るとということにも配慮しながら、学習というか、啓発をしているので少し付け加えさせていただきたい。

山本会長

他に意見はあるか？

若林部会長

【資料 3】平成 25 年度実施計画について確認したい。食品表示法の改正の段階ではどこを見直すかが明確ではなく、実際に国の表示基準が変わっていった場合に必要に応じて京都市の表示基準の見直しも発生する可能性があるということで、現時点で大きな変更の必要があるということではないという理解でいいのか。

もう一つは、重点課題 5「消費者教育推進体制の整備と推進計画の策定」について、消費者教育推進地域協議会を作り、その場で消費者教育推進計画を策定していくという提案だと受け止めた。

消費者教育推進地域協議会と本消費生活審議会の関係はどうなるのか？

このあたりの関係についてどのように提案されているのか説明されたい。

峯センター長

お見込のとおりで、今回成立した食品表示法を見る限り、京都市の食品表示基準と照らし合わせると、今のところ、大きく見直すべき内容はない。「食品表示の文字のポイント数の拡大の検討」が影響する程度と考えている。

先ほど説明したとおり、食品表示基準は、内閣府令等で定められていくため、表示基準等が示されないと、影響は分からない。

消費者教育推進地域協議会については、市町村の場合は法律上任意、設置の努力義務となっている。

本消費生活審議会と消費者教育推進地域協議会との関係は、消費者教育推進法では触れられていないが、京都市の消費生活基本計画と消費者教育推進計画とは非常に関係が深く、また、消費生活基本計画では消費者教育のことに触れている。したがって、これらの整合性を図る必要がある。

消費者教育推進地域協議会の構成にあたっては、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費者行政部局等を含める必要があるとされている。現在の本市消費生活審議会の委員構成から言えば、教育関係者がおられない。

消費生活基本計画と整合性を保った消費者教育推進計画を策定するとすれば、この消費生活審議会を活用したような形で検討の枠組を形成できれば、整合性は取りやすいのではないかと考えている。ただ、今後の消費生活審議会での御議論いただく内容にもかかわるのでこの場での言及はこの程度にとどめたい。

今後、事務局として検討し、消費生活条例、同条例施行規則等の諸規定に抵触しない形で可能な案を消費生活審議会の場に御提案させていただきたい。

山本会長

私が枠組み作りについて何らか消費生活審議会での議論をしなければいけないと言った趣旨は今御説明いただいたとおりである。京都市の条例・規則等との整合性も含めて事務的に検討してもらい、明確になった段階でまた御議論いただけると思うので、その際は各委員方の御協力をお願いしたい。

予定された時刻が迫っているが、ほかに意見は？

平井委員

【資料3】平成25年度実施計画のP61重点課題5「消費者教育推進体制の整備と推進計画の策定」というところで、詳しくはP83「推進施策17・推進施策18」とあるが、P25推進施策17「児童・生徒への消費者教育の推進」というところで、これは重点課題になっているにもかかわらず、「教員を対象とした消費者教育講座の開催」というのは「終了」となっている。

平成25年度の重点課題に挙げながら、事業は「終了」というのは問題ではないか？これは、「継続」あるいは「充実」にならないか？

それと、ここに出てくる推進計画17で「児童・生徒等への…」とあるが、具体的には京都市立の小学校・中学校に在籍する小・中学生ということで、京都市内の私学の児童・生徒あるいは国公私学を含めた高校の生徒への消費者力向上のための学習機会の提供は著しく劣っている。推進計画自体が遅れているのではないかとと思われるので、平成25年度の重点課題5「消費者教育推進体制の整備と推進計画の策定」については計画そのものを練り直していただきたい。

峯センター長

ただいまの平井委員の御指摘だが、「教員を対象とした消費者教育講座の開催」については、消費者行政活性化交付金を活用し、「教員を対象とした消費者教育講座の開催」については平成24年度に初めて取り組んだもの。基金終了に伴い、平成24年度で一旦終了することとしたものである。

今後、国に対しては、消費生活行政に対する財源について十分確保いただくよう要望も挙げているし、「消費者教育推進法」を推進するための財源については、一定の財政措置が行われることになっている。それを受けた形で、今後、検討していきたい。

私学や高校に対しては何もしていないのではという御指摘だが、小・中学生については特に市立だけということではなく、例えば国公立・私立も含め市内の新中学生に対して、消費生活の教材を提供しており、基本的にはそういった視点で取組を進めていきたい。

山本会長

私学については、市教委と府教委との関係はどうなっているか？

峯センター長

私学関係については、京都市では教育委員会事務局総務課が所管をしているようだが、消費者教育を推進していくに当たっては教育関係者との連携も取る必要もあるため、引き続き連携を図っていく。

山本会長

消費者問題のように長期に渡って腰を据えて取り組む必要がある事業に時限的な基金で対応できるはずがないのに、そういう選択肢しか、今の国の財政状況ではできないというのが不幸の始まりで、大間違いの政策だと思う。しかしながら、国がそうやってしまった以上はそれに従わざるを得ないというところがあり、私自身もそれについては国に言いたいことはあるが、国政の問題について、一地方の審議会で言ってもなかなか国に届かないのが残念。

私学をどうするかというのは、私学の自主性の尊重という問題も別途あるので、その辺も慎重に検討していただきたい。

時間も若干過ぎてはいるが、他にはよろしいか？

渡辺委員

各委員の御意見を聞き、そのとおりと思う。

全国の生協で色々と発言し、行政と力を合わせ、消費者問題をどうして行くか活動を進めてきた。

昨年に消費者教育推進法が出来たということは、これまでのいろいろなことの積み重ねと消費者としての取組の一定結果が出てきていると思う。教師への教育とかそういうことも含めて、今日資料提供いただいている資料で、「消費者推進教育法」の中身

をここまで詳しく検討されているとまでは思っていなかった。逆に危機的などころにあるということを見ると、こういうところに沿ってやっていくので基本はやっぱりこれから国が作った法律に基づいて府は計画を立てていくことになろう。そこは京都市での取組と違っているときは主張すればいいし、大きく齟齬がないようにしていかないと、例えば今強引にやったとしてそこと齟齬ができたりすると、軌道修正は必要かなと思う。

やっぱり今はどういうことがこの「消費者教育推進法」で求められているのかということ伝えていく努力や、例えば、商品の選択にしても重点課題にあるが、表示基準についても、実際は法律でこうだからといっても、消費者は「いや、私はこれは認めない。」のように、消費者が受け止めてくれるかどうか微妙なところがある。そういうことと併せていくと、法律と消費者の心情的なことについても、もう少し事例を出しながら議論を深めていく必要や、これからの計画についてもきちんとした議論が必要かもしれない。

山本克己会長

今の渡辺委員の御意見については、記憶にとどめたい。

京都府との連携も必要であり、なかなか京都市単独で動ける話ではないが、色々と本日の各委員の御意見を踏まえて、京都市においても今後対応を考えていただきたい。その他質問等はないか。

本日は、熱心に御議論いただき感謝申し上げます。

本日の審議会はこれで閉会としたい。最後に事務局から挨拶いただきたい。

3 閉会

○ 吉川市民生活部長挨拶

本日は熱心な御議論、貴重な御意見を頂き、感謝申し上げます。

本日いただいた貴重な御意見を基づき、市民のみなさんへの分かりやすい資料作りや説明にも努めていくと同時に、高齢者の被害防止のための積極的な連携の仕組みづくりを行い成果もあげていきたい。

食品表示法の成立に基づく食品表示基準等の見直しの検討、消費者教育推進法に基づく検討の枠組みづくり等、審議会委員の皆様にはお世話になるが、この1年よろしくお願ひ申し上げて閉会にあたっての挨拶としたい。