

第119回京都市消費生活審議会

1 開催概要

- (1) 日時 令和2年11月25日(水) 午前9時30分から午前11時まで
- (2) 場所 京都市消費生活総合センター研修室
- (3) 出席者 ○消費生活審議会委員19名(五十音順)

大浦 啓子 委員, 大谷 和美 委員, 大本 久美子 委員,
荻野 達也 委員, 門谷 晴雄 委員, 川口 恭弘 部会長,
川村 幸子 委員, 佐久間 毅 部会長, 高橋 肇子 委員,
鉄尾 紀美子 委員, 中村 千恵美 委員, 長野 浩三 委員,
西川 邦臣 委員, 原 敏之 委員, 松井 元子 部会長,
山本 隆英 委員, 吉政 知広 委員, 若林 靖永 会長,
渡邊 孝子 委員

●京都市

文化市民局

局長 別府 正広

くらし安全推進部長 並川 哲男

消費生活総合センター長 喜多村 正一 ほか

2 傍聴者

3名

3 開会

- (1) 京都市文化市民局長 挨拶
- (2) 京都市消費生活審議会会長 挨拶

4 審議内容等

議事

- (1) 次期「京都市消費生活基本計画」の策定に向けた課題整理等について

○若林会長

まず、議事(1)について、事務局から説明願う。

～ 事務局から、資料1, 資料2, 資料3について説明 ～

○若林会長

ただ今の説明に対して、何か御質問や御意見があればお願いしたい。

○長野委員

御説明ありがとうございました。10年間の取組を見て、幾つか質問と意見を述べたい。

一点目は、資料2より、消費生活相談件数が高止まりしており、減少していないことである。消費生活相談が増えることで社会情勢に対応した相談内容を掘り起こすことができる一面もあると思うが、基本的な方針は、消費生活相談の件数を減少させることであると考える。

また、訪問販売や電話勧誘販売等の不招請勧誘が京都市において1,000件を超えているため、長期的な視点をもって早急に対応していく必要がある。高齢者をはじめとした弱い消費者は、訪問販売等の販売形態をうまく断れない傾向があるため、被害を効果的に防止する必要がある。例えば、平成24年に全戸配布された訪問販売お断りステッカーの貼付を条例上、禁止行為である「拒絶後の勧誘」における拒絶の意思表示に該当することを明確にすることが挙げられる。熊本市、大阪府、堺市及び奈良県ではお断りステッカーの効果が条例で位置付けられているため、参考にしていきたい。

二点目は、平成28年、平成30年に改正された消費者契約法、特定商取引法に京都市の条例が追いついていない点である。京都府においては、審議会でこの条例改正の答申がなされたと聞いている。基本計画の策定も重要であるが、併せてこの点も早急に検討いただければと考えている。

三点目は、健康食品の定期購入の問題についてである。適格消費者団体において、景品表示法に基づく表示の差止めを行うなど成果を挙げているが、数万件単位の相談が全国の消費生活総合センターに寄せられているため、条例上の不利益事実の不告知等の適用等について検討いただきたい。

消費者安全確保地域協議会については早急な設置が不可欠であり、実質的に被害救済できる権利擁護ネットワークを構築していきたい。

●事務局

高齢者の相談件数は、高齢化の進行に伴い、今後増加すると予想される。また、デジタル化が一層加速化することも踏まえ、高齢者のみならず年齢層に応じたきめ細やかな消費者教育を推進することで被害の未然防止を図る必要がある。

消費者契約法、特定商取引法の改正により、本市だけでなく、京都府においても同じ項目について、審議会の部会が立ち上がっており、京都府消費生活安全条例施行規則の一部改正について議論されている。本市としては、京都府の審議状況を見極めたうえで、しっかりと検討していきたいと考えている。

○若林会長

次期計画で方向性を示して、どのように具体化するかについて検討する必要がある。
他に意見はないか。
(意見が) ないようなので、座席順に発言していただく。

○大浦委員

日常生活を送るうえで、契約書を目にする機会があるが、もう少し分かりやすくならないのかといつも思うので、契約書等の読み方等を普及啓発していただければと思う。

○大谷委員

次期計画には、コロナ禍における消費生活やデジタル化の進展に伴う消費者教育等について盛り込んでほしい。

○大本委員

小学生からメディアリテラシーの強化、お金や情報への向き合い方を体系的に推進する必要があるが、学校教育ではまだ追いついていない部分もあるため、どこで消費者教育を受けるかが重要である。

○高橋委員

高齢者がデジタル化に付いて行けていない場面を多々見てきている。そのため、一人一人の高齢者に寄り添って支援する必要がある。

○川村委員

高齢化の進展について、消費者と事業者が連携して、社会に関わりのない方に対しても、サポートできるような体制を構築することが重要である。また、成年年齢の引下げに伴い、基本的な道徳心の向上についても教育する必要がある。

○門谷委員

大手販売業者をかたったメール等については、以前は違和感のある日本語等で簡単に迷惑メールだと分かったが、最近は、日本語はもちろん、アイコンやメールアドレス等にも全く違和感がないため、だまされないための情報提供等を行う必要がある。

○荻野委員

コロナ禍においてはインターネット通販の利用が増加しているため、事業者に対しても消費者に分かりやすい販売方法等についての啓発が必要である。

○原委員

商品を購入したが、使い方が分からないといった消費者が増加していることを踏まえ、企業側に対しての消費者教育を推進する必要がある。また、地域ネットワークが形骸化してしまっているため、地域ネットワークの大切さを再認識するような啓発をすべきである。

○山本委員

高齢者に対して、デジタル化に対応した消費者教育に力を入れていただきたい。

○吉政委員

資料2について、基本方針がどのように推進施策に反映されるのか、今後検討いただきたい。

○渡邊委員

新型コロナウイルス感染症の拡大により、生活困窮者が増えることが想定されるため、次期計画の視点として貧困問題についても採り入れていただきたい。

○西川委員

相談件数の目標値について、件数を下げることは大切であると思うが、相談してくる人は一部で、顕在化した被害は氷山の一角であるため、指標としては次のステップに進む必要がある。例えば、どのような被害を救済したか等を指標に設定してはどうか。

○中村委員

子どもを持つ保護者にとっては、親よりも子どもの方がタブレット等の使い方を知っており、親の目の届かない所で高額な買物をしてしまうことがあるため、子ども向けだけでなく保護者向けの被害防止等に向けた啓発事業が必要である。

○松井部会長

2022年には成年年齢が引き下げられるため、若年者に向けた消費者教育を更に推進する必要がある。また、高齢者について、元気な方もいらっしゃるが、孤立しがちな高齢者も少なからずいらっしゃるの、見守りネットワークの構築を更に推進してほしい。

○川口部会長

資料3ではコロナ禍の下で発生したものであるが、自然災害等の予期せぬ非常時に備えた共通の課題として恒常的に考えていく必要がある。

○佐久間部会長

デジタル化の進展等，社会情勢の発展が急激に進む中，消費者一人一人に対する消費者教育には限界がある。そのため，被害に遭った際，あるいは遭う前に，自分の声を適切な機関につなぐことができるような仕組みを構築することが重要である。

○若林会長

意見も出そろったようなので，京都市においては，頂戴した御意見を施策に反映するとともに，御検討いただければと思う。

これで本日の審議を終えさせていただき，最後に，事務局から御発言願いたい。

～ 暮らし安全推進部長 挨拶～

○会長

以上をもって，第119回京都市消費生活審議会を終了する。

(終了)