

会 議 録

- 1 名 称 平成28年度 第2回北九州市消費生活審議会
- 2 議 題 (1) 平成28年度の相談状況
(2) 相談事例検討
(3) その他
- 3 開催日時 平成29年2月7日(火) 10時～11時30分
- 4 開催場所 北九州市立消費生活センター研修室(ウェルとばた7階)
- 5 出席した者の氏名(委員)
野村 政修、今泉 恵子、西田 真紀子、中藤 寛、
平山 智章、原田 緑、木村 美世、寺本 京子
(事務局)
市民文化スポーツ局安全・安心推進部長
消費生活センター館長
消費生活センター調査係長、消費生活係長
北九州市消費生活相談員協会主任相談員
(欠席委員)
祝迫 五輪子、古海 富士子
- 6 議事の概要 事務局が議題(1)から順次資料に基づき説明した。
その後、質疑応答を行い議事を終了した。
- 7 経過 別紙参照
- 8 傍 聴 者 なし
- 9 問い合わせ先 市民文化スポーツ局 安全・安心推進部
消費生活センター 電話番号(871)0428

会 議 経 過

1 出席者の報告

2 議事

(1) 平成28年度の相談状況

(委員) 啓発の「うちわ」は、2万枚のうち実際どれくらい配布されたか把握しているのか。

(事務局) 北九州市の薬剤師会を通じてお願いしており、かなりの数の加盟薬局で配布した。夏の間配ったので多くの高齢者が持ち帰っており、「うちわ」のような実用品は、啓発グッズとしては持ち帰り率が高いと聞いている。

(委員) 「安全安心まちづくり市民大会」で配布した消費生活センターの紹介グッズとはどんなものか。また、啓発予算はどれくらいか。

(事務局) 消費生活センターの相談電話番号を大きく書いたウェットティッシュである。予算は、配布グッズのほか、街頭大型ビジョンでのCM、JR小倉駅のステップ広告、全戸配布のリーフレット等、2,500万円ほどである。

(委員) 地域のお世話役には今後どのような役割が期待されているのか。市で取り組むには限界があると思うので、地域の方々が積極的に動いていただけたらかなり効果があると思うが。

(事務局) センターからの情報提供を、日常生活の中で地域にゆるやかに広げていただきたいというスタンスである。見守り事業との連携では、「いのちをつなぐネットワーク」のような市の大きなネットワークがまず基盤。民生委員さんが65歳以上の方の家庭を訪問する際や、介護事業所等のヘルパーさん等が高齢者宅を訪問する際、女性消防士の訪問防火指導で詐欺等の注意喚起をしていただいている。

(会長) 「いのちをつなぐネットワーク」を具体的に。

(事務局) 北九州市独自として、「見つける」「つなげる」「見守る」をキーワードに、市民が社会的に孤立することなく、支援が必要な人には福祉のサ

ービスなどにつなげていくための取り組み。各区に担当係長を配置している。平成18・19年に相次いだ孤立死（孤独死）などの問題を受け、平成20年度から開始した。このネットワークには、市民と接する機会のある民間企業や地域団体にご協力いただき、日常業務の中での気づきを連絡していただいている。

（委員） 開始して10年ほど経ったということだが、企業に対して商工会議所なりに参加についての紹介等はしているのか。参加企業や団体は約80ということだが、もうそれでいいと思っているのか。小さな企業でも、家庭を訪問することがある商売はどんどんできており、ネットワークに参加したい、参加できるのではないかというボランティアな気持ちを持つ企業に対して、知らせることはされているのか。

（事務局） 詳しくは分からず、即答はできない。後ほど所管に確認する。

（委員） 北九州市は政令市の中で一番高齢化が進んでいる。市も高齢者に関して強い取り組みをされている。企業もそこに何かお手伝いをすることができるのではないか。あまりご存じない方も多いと思うので、あえてお話しさせていただいた。

（事務局） 確かにご指摘の通り。貴重なご意見なので、所管に伝えたい。

（委員） 政令市の中で高齢者の相談の割合が多いが、現場の声としては、相談者は高齢者本人と、家族の方ではどちらが多いのか。

（事務局） 半々ぐらい。民生委員さんとかご近所の方とか、知り合いの方がという場合もある。

（委員） 高齢者本人が電話を架けてくるときは、自分も被害に遭ったかな、怪しいなというような自覚があるということか。

（相談員） 自覚がある場合は本人が架けてくる。先日あった金融機関からの問い合わせでは、本人は全く騙されている意識はなく、払い込みをしたいと言っているが何か変だと。本人以外からの相談は、本人に判断能力の低下がみられる場合が多いと思う。

（事務局） 特殊詐欺に関して、新聞報道等に出た被害の案件はセンターには

殆ど相談がなかった。大部分は「怪しい電話があったので情報提供する」というもの。具体的な被害がある場合はすぐ警察の方につないでいる。

（委員） 高齢者には自分が払える小額だったらまあいいかなど、日頃寂しい思いをしていて優しさを求めているのか、分かっているが騙される人もいる。

（会長） 新聞報道では、昨年全国で、406億円の被害があった。前年に比べて75億円減っているというが、まだまだ400億円の被害があり、いわゆる特殊詐欺はこれからも続くだろう。昔と比べて、対面販売だけでなく、ネット販売等が多くなっている時代。単にお金を騙し取るだけでなく、価値がない商品を価値があるように騙して販売するようなどころもあり、なかなか難しいのかなと思う。北九州市は高齢者が多いので、ネットワークとの連携は本当に大事だ。この点は、もっと広めていってもらいたい。

（2） 相談事例検討

（会長） 大学生の相談で、「SNSの広告にひかれて金を貰うためにやりとりを始めた」とはどういう内容か。

（相談員） ツイッターやフェイスブックの広告欄などで、短時間でお金を儲ける仕組みを教えますというようなもの。相手にメールを送ってやりとりをするうちに、購読料として振り込むところから始まるようだ。結局はここで会話をすることでどんどんお金を使ってしまう。

（会長） ニセサイトの公共放送とはNHKのことか。

（相談員） NHKのサイトにそっくりで、NHKに広告があるわけではないのだが、公共サイトの広告だからと信じアクセスしてしまっている。以前は中国サイトが多く、日本語の変なものが多くて皆さん結構気付かれたが、最近は凄く良く出来ていて見分けがつかない。

（委員） ワンクリック詐欺等不当請求の相談先を、夜だったので警察に電話したら、正規でない相談先を紹介されたというが、警察には、この件について抗議したのか。

（事務局） 当該警察署には、相談があつてすぐに、2次被害を誘発するよう

な業者を紹介しないようにと伝え、市内の全警察署と県警が集まる会議でも、この事例を紹介して一層の注意喚起を行った。

（委員） この業者は、調査請負業みたいなのを、会社形態でやっているのか、それとも個人か。

（相談員） 多いのは興信所、探偵であり、届出をして調査業を始めている。ホームページを一見すると分かりにくいのが、探偵とは全く気づかなかったという人が殆どである。

（委員） 警察の方が誤解されて間違った問合せ先を案内することで実害が生じた場合には損害賠償の対象になる。共同不法行為ということにもなりかねない。事業者が、公的な消費生活センターと紛らわしいような認知商法を使用した場合に、何らかの使用差し止めとかができる道筋を考えていく必要があるのではないか。もう一度現行法について精査していただき、政治的に解決していただくルールづくりが必要ではないかと思う。

（会長） この件はできれば消費者庁につないでいただければいいと思う。

（相談員） 国民生活センターとか消費生活センターと検索したときに、一番には正しいものが出ていても、その上の広告欄に出てしまう。国民生活センターが検索サイトに申し入れはしているとは聞いているが、なかなか難しい。広告欄と検索結果欄の見分けがつかない方とか、スマホは小さいので分かりにくい消費者とかたくさんいる。

（事務局） センターでは寄せられた相談のデーターをパイオネットで国民生活センターに繋いでいる。全国から集まったデーターを見て、いろんな事件だとか犯罪が起きそうなケースによって法律の改正等が行われていくというような役割がある。

（会長） 訪問販売で購入した土地の問題だが、恐らく調整地域で、建物を建てること自体も難しいと思う。

（相談員） 建築協会の話しでは、くずみたいな土地で転売は難しいのではと。販売者は別の市に移転して連絡が全然とれない。警察からは、契約上はとてもきれいに整っているのが非常に難しい案件と。

（会長） 結局、価値のないものを高く買ってしまったということか。

（相談員） 少し判断能力が落ちている方ばかりが狙われている。庭仕事をしていて声を掛けられ、そのまま現地に連れて行かれてとか。以前同様のことをしていた人の一部が名簿を持っていて、新しく始めたのではないかなと。

（会長） しばらくやって世間的に目が厳しくなり、いろんな媒体でこういう事例には気をつけましようとなると引っ掛かる人が減る。しばらく休んで、10年ぐらい経ったらまた思い出したようにやり始めるというスタンスだと思う。

（委員） 新聞の購読契約だが、販売員がA新聞を購読している人に、A新聞と偽ってB新聞の購読依頼をしたということか。

（相談員） 相談者は、A新聞の購読継続と思って契約したようだが、販売員はA新聞と言いながら契約書はB新聞だった。よく見れば分かるが、よくご覧にならない方が多い。

（委員） 消費生活センターで、購読契約は危ないよと皆さんに知らしめる方法はないのか。また、B新聞は悪いよと何か知らせる方法はないのか。販売店が悪いのかも知れないが、最終的には新聞会社に製造者責任のようなものがあるのでは。それなのに、そこにプッシュできないでいるというのはいかがなものか。

（相談員） 購読契約については、以前は消費者の側から3年取ってあげるからあれちょうだいというのがよくあった。洗濯機とか扇風機、冷蔵庫など家電製品を買ったとかめちゃくちゃだった。新聞社はこれでは自分たちの首を絞めるということで話し合い、あまり長期間の契約はしない、景品についても8%を守るということで、最近ではかなり控えめになっている。消費者にも協力して下さいというチラシが新聞によく入っていると思う。センターは特定の新聞社が悪いという言い方はできないが、近所でもかなり評判になっているようだ。

（委員） 特定の区で47件もあるが、新聞社自体は把握していないのか。

（相談員） 他の区ではない事例で新聞社も把握している。販売部の方も指導をしたとのことだ。当該販売員が3か月出入り禁止になったと聞いて、少し改

善してきていると思う。

（会長） 勧誘員は、購読契約により報酬が決まるスタイルの雇用形態が多いと思うので、場合によっては額、契約を増やそうというスタンスの強い人もいると思う。

（相談員） 販売店は新聞社とは別会社で、指導には難しい面もあるようだ。それで生活をしているので厳しいことをやってしまうと、セールスからも不満が出てくるということで、新聞社がなかなか指導できないと。新聞公正取引委員会さんが一生懸命注意したようで、だいぶ体質が変わった。

（会長） 新聞業界自体がインターネット時代になり、ある意味右下がりの業界なので、そこでどう生き延びるかという問題もありなかなか難しいと思う。学生さんに新聞読みなさいと言っても読まない。お年寄りしか新聞を読まない時代になっている。

（相談員） 購読者層は高齢者が多く、高齢者にこれだけ評判が悪くなってしまうと、新聞の死活問題になるのではと思う。

（委員） 新聞社本体と販売店、プロバイダーとそれを利用する事業者の問題もそうだが、利益があるところに責任があるという形だと、ここで言うてもしょうがないが、被害を受け付けているところから声を上げていって頂ければと思う。

（3） その他

（委員） 娘が通う保育園の節分豆まきの際に、炒った豆は2歳児ぐらいまで喉に詰ませやすいという消費者庁からのお知らせが配布された。例年節分の豆を誤って喉に詰ませる事件がすごく多くて、それに注意してくださいと消費者庁から喚起があったようだ。それを園の方がちゃんと張り出しをし、お手紙も配られた。保育所に限らずこれからもそういう風に消費者庁が気を付けてくれると、事故も防げるのではと思い促進してほしい。

（会長） 今回で、2年間の任期が終わる。確か2、3年前はオレオレ詐欺が無性に猛威を振るっていたと思うが、ここ1年、オレオレ詐欺はかなり減ってきた。恐らく世間にオレオレ詐欺に注意しましょうというのが広まったからだ

と思う。それに替わって還付金詐欺とかいろんな別口の詐欺が広まってきており、ネタはつきないのかなと思っている。消費生活センターの皆さんの地道な努力のおかげで、少しずつでも相談件数とか被害は減っているのかなと思っている。私からセンターの皆さんにお礼を申し上げたいと思う。
これにて第2回の審議会を終わりたい。どうも皆さんご苦労さまでした。