平成23年度　第１回長野市消費生活協議会　会議録

１　日　　時　　平成２３年７月８日（金）　10時～12時10分

２　場　　所　　長野市役所　第２委員会室

３　出　席　者　　委　員

渡邉　　哲　委員　　吉池　　章　委員

絹川　千代　委員　　町田　明子　委員

富田　和子　委員　　安部　　務　委員

山口　寿志　委員　　小口　由美　委員

丸田　晶子　委員　　宮野　万里　委員

事務局

生活部長　西沢　昭子　　市民課長　小林　克巳

課長補佐　竹節　昌弘　　消費生活センター所長　退町　洋三

消費生活センター係長　小林　達也

４　傍　聴　者　　１名

５　委員の委嘱　　任期：平成23年６月１日から平成25年５月31日

６　正副会長選出　　委員の互選により定める。

会長　吉池　章 委員　　副会長　絹川　千代 委員

７　諮　　問　　消費者啓発・消費者教育の取り組みについて　　別添

事務局

（諮問書朗読）

答申は、任期の２年間の中でお願いしたい。

８　議 事 項 目　　(1) 平成22年度長野市消費者行政の概要について　　資料１

(2) 平成23年度の事業について　　資料２

(3) 消費者行政の動向について　　資料３

９　会議の概要

≪協議事項　(1) 平成22年度長野市消費者行政の概要について≫

事務局

（説明）

委員

相談件数は、平成20年度から3,000件前後で推移しているが、苦情に関わるあっせん件数は、平成18年度以降漸増し、平成22年度は100件を超えている。あっせんに入るようになった経緯、背景はなにか。サイト関係の苦情に伴う増加との説明があったが、それ以外に消費者行政活性化基金の活用に伴って相談員が増えたというような、特別な理由があれば説明して欲しい。

事務局

相談員の増加はないが、出会い系サイトの類の被害による相談の増加が要因になっている。

委員

あっせん件数が増えた理由として、以前は依頼があってもできなかったのか、あるいは相談者からの依頼が増えてきたのか。

事務局

通信販売に関する依頼が増えてきていることが要因だが、過去には相談せず諦めていたものでも、納得できないことについては消費者としての権利を主張するようになった。

しかし、消費者と事業者の間には情報量や交渉力に格差があり、消費者が弱い立場に置かれているので、その間を埋めるためにセンターが入ることが多くなっている。

委員

平成22年度の相談件数2,951件のうち、市民以外の相談はどのくらいあるのか。

事務局

2,951件の相談件数に市民以外の相談も含まれているが、比率とすれば高くはない。

委員

そうすると、長野市消費生活センターの存在が市民に浸透している結果として、約3,000件弱の相談が寄せられていると解釈してよいか。

事務局

長野市民の相談は、市の消費生活センターのほかに県の消費生活センターでも受け付けている。昨年度は、長野市消費生活センターへの相談が2,951件、県消費生活センターで受け付けた長野市民からの相談が2,080件であり、市民の相談は約5,000件である。相談は長野市が6割、県が4割だが、市の割合が年々高くなっている。

委員

県のセンターに長野市民の相談が寄せられた場合、市の消費生活センターを紹介するのか、あるいは相談を受けたところで対応するのか。

事務局

住み分けは特になく、受けたところで対応していただいている。

委員

県センターでは県下全域からの相談を受けており、最初に相談者の住所を聞き取っている。地域毎にセンターがあるので最寄りのセンターも紹介するが、電話で済むものはその場で対応している。

委員

消費者が相談するとき、長野市の場合は市の消費生活センターと県の消費生活センターが近くにあるので、どちらに相談しても問題ないが、他の地域で、電話で受け付けた相談の中には面談しないと解決が難しい問題もあると思う。その場合、その相談を最寄りの消費生活センターに回付しないと、問題解決に要する時間や労力が、相談者にも相談員にも負担が増えてしまうのではないか。

なお、消費生活問題は、相談業務と消費者教育が大きな車の両輪になって動くことで消費者主権が確立すると認識しているが、資料を見る限り活発な活動をしていると感じた。

≪協議事項　(2) 平成23年度の事業について≫

事務局

（説明）

委員

県の取り組み（消費者自立支援事業）について説明

委員

総合啓発について、県は啓発のターゲットを高齢者や若者、障害者と定めて明確な施策がある。市ではどこにターゲットを置いているのか。

事務局

市も高齢者と若者が中心である。特に若者は学生を中心にやっていかなければいけないのではないかと思う。また、障害者に対しても、昨年度は出前講座に行ったり、視覚障害者向けに情報を提供するデジタル録音図書再生機などを購入し、貸し出しも行っている。

委員

昨年度の取り組みの中で、発信者から情報を送るプッシュ型ではターゲットを絞ることは難しいし、出前講座の実績を見る限りでは高齢者がメインになっていて、若年層に対するアクションが足りないように思う。県でもいろいろと取り組まれているので連携し強化して欲しい。

事務局

若者に対する啓発では、昨年度は高校生向けの冊子を作成し、今年度は中学生向けを計画している。また、乳幼児等の親向けの冊子も現在作成中である。

国も消費者教育を教育の一環として取り組むと言っているが、学校での受け入れが難しいなど、現場ではなかなか難しい実情があるので、方法を考えて高校・大学等に働きかけていきたい。

委員

子どもの検診に出かけると、子育ての事故防止冊子をいただき興味深く見ている。高校生は難しいと思うが、小学生や中学生を対象に、市のイベントなどに併せて見てもらえると良いので検討して欲しい。

事務局

最近、高校生が自ら消費生活センターに携帯電話のトラブルで相談に来られた。消費生活センターの認知度が上がってきているという感じを受けて嬉しかった。そういったことから、ラジオなどのメディアを通じた周知も一つの方法かと考えている。

委員

相談者行政とか消費者教育並びに消費生活センターの根本的な問題について触れるような感じがするが、昨今の消費生活センターと、そこで行われている相談業務を概観すると、どちらかというと契約トラブルに関わる「駆け込み寺」的な部分の比重が高くなってしまい、契約トラブルが発生したら消費生活センターへといった感が否めない。

消費生活センターで行われる相談業務、啓発業務というのは、「長野市消費生活の安定及び向上に関する条例」を見ると、目的、市の責務、役割等が明記され、その他、相談に関する苦情の処理等が謳われており、特に「消費生活の安定及び向上」という冠がかかっている以上、契約相談に関するものだけに特化してはいけない訳である。従って、啓発のメニューも契約問題に関することだけでなく、本協議会の構成メンバーになっている通信事業者のほか農業団体とか商工団体の方を積極的に活用し、市民の消費生活の安定と向上に関する教育プログラムを作っていくということが重要ではないかと思う。契約問題に特化してしまうことは、消費生活センターの設立意義、あるいは条例等に設けられている主旨等とはラインから外れてしまうことになる。

今回、消費者教育等に関する諮問を市長から受けた訳であるので、その辺りの軌道修正も踏まえてお願いしたい。

事務局

根幹に関わる意見をいただいた。この条例のほかに市の方向性を示す長野市総合計画があり、平成 24 年度から５年間でスタートする第四次長野市総合計画の後期計画の「安全で安心して暮らせるまち」という枠の中に「消費生活の安全確保」といったものを入れ込んである。消費生活のほかにも交通安全など日常生活の安全確保の面で、このような施策が重要であるという位置づけになっている。

ご指摘のとおり、相談と教育から消費者の主権の確立につなげたい。

なお、諮問についても提言まで２年待ってということでなく、進められるものは進めていきたい。

委員

１年半前に東北のＡ県から長野市内の短期大学に赴任してきた。実家がＡ市にあり、そのため今回の東日本大震災及び長野県北部地震の両方を経験した。

その中で、震災直後の生鮮食料品を中心とした生活物資及び通信機器の途絶といった問題が生じ、栄村の周辺である長野市の状況とＡ市の両方の状況を見たとき、長野市では生鮮食料品やガソリンなど燃料等の数量制限が敷かれ、Ａ市に至っては、スーパーマーケットに行っても生鮮食料品がほとんどないといった状況だった。

私は、元々卸売市場論を専攻している関係で、こうした緊急事態の際は、農林水産省の管轄である卸売市場を中心に、強制的に物流が途絶えないような仕組みになっていることを承知しており、大震災の直後であっても、一般の小売店に行けば必要量は確保できることを確認している。

何を言いたいかというと、日常のごく当たり前の消費生活を営むことができるような仕組みを、消費生活に関係する部署が幅広く制御しておく必要があるということで、災害発生時には卸売市場に円滑な物資の流通制限がかかるので、スーパーよりも元々ある地場の小売店に行き、必要量だけを買い求めるといった案内を発していかないと、本来の消費者行政の設けられている意義が十分機能しなくなってしまうのではないかと思っている。

立場を変えれば、中心市街地にある既存の小売店の保護育成になり、それがまちなか活性にも関わってくる訳で、商工労政と市民行政をつなぐのが市民課ないしは消費生活センターの位置づけとなるので、その辺りも認識した答申をしていきたいし提言をしたい。

また、通信事業者の災害時の対応について、前任地でも大規模小売店舗立地関係の仕事にも携わっていたことから、新規出店に対しどのような提言したかというと、携帯電話等の途絶の問題は前々から言われてきたことであり、災害時に機能するのは公衆電話であることから、出店の際には必ず２台以上の公衆電話を店舗内に設置して欲しいといった条件を付したことがある。

しかし、公衆電話の利用が少なくなってきているので、徐々に撤退しているようではあるが、大規模小売店舗の中あるいは周辺に災害時用の公衆電話を設置するというようなことを協議することも良いのではないか。

委員

私どもは携帯電話の事業者であるので範疇外であるが、必要があれば本体の電話会社の方で協議に協力したい。

委員

「一番は安全である」という線をしっかり作る役を担う場所ではないかと思った。委員として、安全につなげるということを大切なルートとしてこのメンバーで務めたい。

≪協議事項　(3) 消費者行政の動向（地域主権戦略大綱に基づく基礎自治体への権限委譲）について≫

事務局

（説明）

委員

内閣関係の家庭用品販売業者への立入検査等が入ってくると、消費生活センターの業務範囲が拡大すると思うし、悪質業者等の氏名の公表となると、消費生活協議会の中に専門部会のようなものを設置しておかないと対応しきれなくなる。現在設置されている条例だけでは不十分になってくるので、権限委譲を前提とした条例の改正も併せてやっておく必要があると感じた。

事務局

状況を聞く限りでは、要領、いわゆる手続きの中で必要な事項を定めているので、条例を改正する必要ないと思っている。

委員

要領で動くとしても、母体となる条例がないといけないのではないか。

委員

法律で必要な事項が規定されているので、条例改正の必要はない。

委員

この協議会として、どの程度まで関われるのか限度がある問題ではないかと思う。専門部会の設置は想定していなかった。

事務局

国の権限委譲に関わる情報提供だが、詳細は未確定であるので、次回の協議会あるいは、その間に委員の皆様にご意見を伺わなければならない場合には、必要に応じて情報をお送りしたい。

≪協議事項　(4) その他≫

事務局

諮問に対しては２年間でまとめていただくようになるが、基本的に本協議会は年２回の開催であり、会議の中だけでまとめていくのは非常に難しいことからこと、必要な情報は随時提供させていただく。

また、委員の皆様からも疑問や提案などがあれば、事務局でその都度整理していきたいと考えている。

委員

市民の苦情から教育まで幅広く、特に、一人暮らしの高齢者などが内容を把握できていないといったことは大きな問題であると思う。これからは、もっと大きな組織が必要になってくるのではないかと感じた。

委員

初めて会議に出席して市の概要が大体分かったので、これから考えていきたい。

委員

もんぜんぷら座で会合があって、月に１、２度行っているが、長野市消費生活センターがあることを知らなかった。多くの人は、トラブルや苦情があって初めてどこに相談しようと思うが、市民はどのくらい知っているのか。「ここにある」ということを周知することが、生活の安全の一番の底辺ではないかと思う。

事務局

消費生活センターの認知のために、ラジオやローカル新聞で市内全域に投げかけている。

その一方で、もし市民の方が直接知らなくても、その周りの第二者が知っていて、消費生活センターとの架け橋となる人が大勢いれば良い訳で、昨年度に実施した消費者力パワーアップセミナーや、民生児童委員や介護支援員の方々を対象に今後予定している消費生活のサポーター制度を通じて、そうした人を増やしていくことが次の課題と考えている。

また、訪問販売業者が来たときの対応や相談窓口の紹介をしたシールを作り配布もしている。

委員

そのシールは広報と一緒に全戸に配られたのか。

事務局

シールの周知について広報に掲載し各支所に配布した。各戸には配布していない。

委員

周知する機会を増やすことも大切だが、広報紙であれば表紙の部分や、ホームページであればトップページに目立つように宣伝を入れることで、知らない人への周知ができるのではないか。

委員

市に啓発用のＤＶＤがある。病院や高齢者などが集まる場所で映像を映して、大勢の市民に見てもらいたい。被害やトラブルに遭わなくても安心感につながる。

また、寸劇を通じて予備知識を得られたり予防につながった人もいるので、提案につなげたい。

委員

消費生活センターの開設場所が市役所の中でなく、まちなかの自由に出入りできる場所にあるのは良いことだが、それを幅広く周知するには、県と市の消費生活センターの役割分担をする必要がある。そういったことで、身近な相談として市のセンターを位置づけるのであれば、商工や農業、通信団体の方々を巻き込み、各団体の開催するイベントなどに市の消費生活センターが積極的に関わりを持って地道に情報を提供すれば、トラブル解決の駆け込み寺という位置づけだけでなく、日常の消費生活の情報発信センターであることを普及していける効果的な策ではないかと思う。

議長

以上で、協議を終了する。

（終了）