

## 平成 28 年度奈良県消費生活審議会

日時：平成 29 年 1 月 26 日（木）

15:45-17:15

場所：奈良県文化会館

司会進行：消費・生活安全課長

（事務局）

ただいまから、平成 28 年度奈良県消費生活審議会を開催いたします。

本日の司会をさせていただきます、消費・生活安全課の姫野でございます。どうぞよろしく願いいたします。

本日の会議は委員 14 名中、13 名のご出席をいただいておりますので、奈良県消費生活条例施行規則第 4 条第 2 項の規定により、本日の会議は有効に成立しておりますことをご報告申し上げます。

それでは本会議の開会に当たりまして、くらし創造部長の中から皆様にご挨拶を申し上げます。

<中部長挨拶>

（事務局）

本日は、平成 28 年度において初めての審議会となります。委員また専門委員の退任に伴い、新たにご就任いただいた委員また専門委員がおられます。資料 1-1-1 の委員名簿に基づき、ご紹介させていただきます。

――委員紹介――

――資料確認――

本県においては、審議会会議を原則公開としております。本日は 2 名の傍聴者がおられます。

会長は平成 27 年度に開催した審議会において、伊東委員にご就任いただいております。また、会長代理は北條委員にご就任いただいております。奈良県消費生活条例施行規則第 2 条第 1 項の規定により、委員の任期は 2 年となっております。会長については伊東会長に、会長代理については北條会長代理に、今年度も引き続きお願いしたいと思います。

それでは、これからの議事については奈良県消費生活条例施行規則第 3 条第 2 項の規定により、伊東会長にお願いしたいと思います。

<伊東会長挨拶>

**【議題 1】**

**消費生活審議会専門委員の指名について（報告）**

（伊東会長）

それでは、議事次第に従い第 1 号議案「消費生活審議会専門委員の指名について」、事務局から報告をお願いいたします。

――事務局説明――

（伊東会長）

ありがとうございます。

**【議題 2】**

**消費者問題解決調査・研究事業の実施に伴う消費生活相談結果の分析について**

それでは次に、第 2 号議案「消費者問題解決調査・研究事業の実施に伴う消費生活相談結果の分析について」、事務局から説明をお願いいたします。

――事務局説明――

（伊東会長）

ありがとうございました。以上の説明に関して、ご意見、ご質問等がございますか。

調査結果ですから、これからこれをより詳しく分析していただいて、行政に活用していただくということよろしいでしょうか。

**【議題 3】**

**奈良県消費生活条例第 14 条第 1 項の規定による不当な取引行為の指定（告示）の改正について**

それでは、第 3 号議案「奈良県消費生活条例第 14 条第 1 項の規定による不当な取引行為の指定（告示）の改正について」事務局から説明をお願いいたします。

――事務局説明――

（伊東会長）

ありがとうございました。以上の説明に関して、ご意見、ご質問等がございますか。

(坂東委員)

大変ご努力いただいて心より敬意を表します。是非実現していただきたい。

せっかくの改正なので、このポンチ図の中に奈良県の背景を入れてほしい。つまり、これと言うと、訪問販売に関する相談件数が奈良県は年間約1,000件であるという記載がありますが、ここはひょっとすると、そんなにならないじゃないかと言う人がいるかもしれない。

要は、高齢者の方が最も被害に遭う原因が訪問販売であり、先ほどご説明があったように奈良県の高齢化率は全国平均をわずかであるが超えていて、そういう方々の被害を予防するためには、こういう対応が必要であるというところを背景の中に明記していただきたい。

加えて、奈良県では既に市町村レベルではそういう対応を実施されているところもあると聞いています。県内で行政の努力が既になされているということも場合によっては記載しても良いかもしれませんが、県として、市のことは書きづらいかと思しますので、そこは主張しませんが、いずれにしても奈良の状況が県として対応する強い意思になったというところを少しこの中から県民に伝わると良いと考えました。基本的な内容については、全く異論はありません。

あと、「訪問販売等～」と「等」を入れているのは何か意図があるのか、少し気になりました。もし意図があるなら、ご説明いただければ有り難いです。

(事務局)

大変前向きなご発言ありがとうございました。

奈良県の取組については取り入れることを検討したいと思います。後ほど、来年度予算のところでも説明させていただきますが、来年度の事業として実際にステッカーを作成して配布することも考えています。

ご質問のありました「等」ですが、こちらは意図して入れております。電話勧誘販売等その他の特定商取引を意図して書いています。

(坂東委員)

分かりました。電話勧誘の場合はお断りのはり紙をしたところで拒絶の意思表示をしたことになるのか、議論はあり得るだろうと思います。そういう考え方であることは理解しました。

(事務局)

例えば、電話勧誘販売ですと、いわゆる迷惑電話防止機器等の設置により電話勧誘販売を断る旨のガイダンスが流れることに反する勧誘への規制が考えられます。

書きぶり等については、法制と協議していきたいと思います。

(事務局)

蛇足になりますが、この背景を説明させていただきますと、よく「訪問販売お断り」のステッカーをご家庭に貼られているのはご存知だと思います。消費者庁ができて消費者行政に取り組むこととなっていますが、正当な商行為までも否定するものではないということで、現在市町村が作成しているステッカーについては、『悪質な』訪問販売お断り』としている場合が多いようです。このステッカーだと、『悪質な』訪問販売業者は、自分たちは悪質ではない』ということで、結局ご家庭を訪問される抗弁を許すことになる。この告示の改正では、悪質かどうかにかかわらず、ステッカーの貼付に反する訪問販売を規制しています。また、来年度は実際に「訪問販売お断り」のステッカーを作成する予定です。

(村上委員)

この件で条例の中に入れるのかどうかは分かりませんが、京都府や大阪府は「見える場所に」という言葉で明示されています。「勧誘を受ける意思がないことを訪問者から見える場所に」と。

(事務局)

委員のおっしゃっておられる「見える場所に」という言葉は、大阪府の逐条解説に記載されています。都道府県レベルでは、「お断り」の文言を例規で明文化されていませんが、逐条解説に記載することなどの解釈によってステッカーによる意思表示の効力について運用するという形をとっているところもあります。いろいろな観点からどういう文章を盛り込むとどういう解釈になるかということをも十分検討させていただきたいと思います。

(村上委員)

貼っていたとしても、「事業者が気付かなかった」「目に付かなかった」という対応をいくらかでもされると思います。是非とも進めてください。

(伊東会長)

その他に何かございませんか。

(岡波委員)

ステッカーをただ配布するだけではなくて、各自治体に渡す時にこういうものであると言葉を加えていただければと思います。

(事務局)

自治体でよくされているのは、必要な事項を書いて、貼る部分だけをはがすというのがあります。そういう形で、シールだけではなく説明書き等を加えた形で検討いたします。

(伊東会長)

シールだけもらっても、これに何の意味があるのか分からなければ意味がありませんので、是非その点は対応していただきたいと思います。

(北條委員)

今日は、特定非営利活動法人なら消費者ねっとの立場で参加していますが、奈良弁護士会でも訪問販売お断りステッカーの作成を検討中で、やはりこの告示の改正を待ってステッカーを作ろうと考えておりましたので、本当に今日のお話はありがたいです。一般の消費者からすれば、訪問販売お断りのステッカーを貼っているというのは勧誘を受けないという意味になりますので、ステッカーを貼っていても勧誘してくるような事業者の利益を保護する必要はないと思います。まさにこの告示改正は妥当なものだと考えています。

先ほどの説明で聞こえにくかったのですが、「訪問販売等」の「等」には電話勧誘販売も当たるということでしたよね。

(事務局)

はい。

(北條委員)

そうすると、かなり画期的なことではないかと思います。他府県でも電話勧誘販売まで規制するというのはなかったと思います。そのあたりはどうですか。むしろ、してもらえればありがたい。

(事務局)

ステッカーの表記は「訪問販売」ですが、電話勧誘販売を除外するのは適当ではないと思いました。

(坂東委員)

今のことを整理すると、可能性としては電話勧誘をする前にお宅を訪問して、そのステッカーを見たにも関わらず訪問販売ではなくて電話をかけて勧誘したことが立証できれば、今のお話で、奈良県の条例がこのままの形で通れば議論の対象になり得ると思います。ただ現実の立証はとても厳しいだろうと思います。

それから、そのことによって訪問販売の部分がぼやけてしまっても困るので、そこを奈良県としてどう判断されるのかがとても大切だと思います。電話勧誘そのものを貼ってあるステッカーで拒絶する意思表示は、現実には難しいだろうと思います。意思表示の確認の術がないですから。ただ、この「等」があることで少し踏み込んだ議論が可能になると思います。

(北條委員)

例えば「電話勧誘販売お断り」のステッカーを貼っていて、ある事業者が電話してきた際にその旨を伝えると、その業者はステッカーが貼られていることを認識することになるので、今後またかけてきたら条例違反ということと言えるのではないかと思います。例えば生駒市では「訪問販売お断り」ステッカーがあるおかげで訪問販売がなくなったのですが、その代わりに電話勧誘販売が増えました。そういうことも防げると思い、これはかなり画期的だと思いました。

(山岡委員)

訪問販売は留守が多いので、あまり効率が良くないと思います。でも電話は本当にかかってきます。一人暮らしのおばあちゃんはやべりたいので出ると思います。あの手この手の勧誘が本当に多いです。「奈良県は電話で勧誘禁止の条例ができたみたい」と、そこまで言いなさいと高齢者に教えてあげてほしい。

(事務局)

現行の特定商取引法では再勧誘の禁止という条項がありますので、そのあたりと絡めて検討したいと思います。電話勧誘販売は、ガイダンスを流すことに反する勧誘への規制ということになります。

(伊東会長)

法解釈と条文の作り方に係る部分なので、私たちが分かれば良いというところでもないです。私たちが分かりやすい文章にしてほしいというのはありますが、ルールがありますので、そこでどのような解釈ができるのかについて詳しく事務局で検討して、できれば電話勧誘も規制できるような方法で進めていただければありがたいです。それでよろしいでしょうか。

その他に何かありますか。

(辻委員)

滋賀県のある市で条例ができて、訪問販売をする際は市長に届出をして登録しないとできなくなったと思います。そういうことで悪質業者を排除できると思います。そういう条例を作ることができるということにびっくりしました。

(事務局)

今のお話は、恐らく滋賀県の野洲市の条例だと思います。野洲市では訪問販売を登録制にして、登録していなければ訪問販売は禁止となっています。それについても検討させていただきました。参考に資料3-3の1頁をご覧ください。

(伊東会長)

だいたい問題が起きて事業者が解決してくれないと、厳しいルールを適用していくというやり方のひとつの段階だと思います。それでも悪質な行為が止まらないようであれば、次の段階を考えていただくというステップを踏みながら進めていただきたいと思います。

(内田委員)

被害に遭う高齢者の情報源は確かにテレビ、ラジオだと思います。また、私ども小売業の立場から言いますと、高齢者が一番時間を費やしているところは病院の待合です。その時にテレビ等でいろいろな情報が流れています。その中で消費者問題に対する注意喚起を映像で訴えてはどうか。かかりつけ医や看護師のご意見はよく聞きます。パブリックスペースで常に流してあげれば、ステッカーにしても、こんなふうに使いましょうと教えてあげれば被害は減るのではないかと思います。

(伊東会長)

ご提案ありがとうございます。是非、広報のあり方のひとつとして取り上げていただきたいと思います。

#### 【議題4】

##### 消費者行政の推進について

- ・平成29年度当初予算要求事業概要について
- ・平成28年度上半期における消費生活相談の概要について

次に第4号議案「消費者行政の推進について」事務局から説明をお願いいたします。次第にある2点について、一括して説明をお願いします。議題の説明に関するご意見、ご質問等は、後ほどまとめてお受けいたします。

(伊東会長)

ありがとうございます。以上の説明に関して、ご意見、ご質問等はございますか。

(鶴木委員)

予算案のところで、ステッカー配布について書いてありますが、イメージが分からないので教えていただきたい。「市町村を通じて消費者に配布する」ということで、各市町村の

窓口にステッカーを置いておき、それを必要な方が取りに来るという形をイメージしておけば良いのでしょうか。何枚ぐらい配布予定でしょうか。

(事務局)

枚数としては全県で2万枚から5万枚ぐらいを考えています。配布方法としては市町村を通じての配布になりますが、市町村の消費者窓口においてもらったり、例えば自治会を通じて配布してもらったり、そういう取組です。

(鶴木委員)

市町村が判断して配布方法を考えるということですか。

(事務局)

後段の参考資料に付けていますが、多重債務のチラシの配布事業を行っておりまして、それと同じようなスキームでさせていただきます。市町村にお渡しして、そこから配布していただく形になります。

(山田委員)

ステッカーについて、先ほど来のご説明によるとそれが一定効力を持つということなので、それが2万枚となると一部だけになりますよね。

(事務局)

全戸配布まではいかないです。

(山田委員)

条例に基づいて効力のあるものが一部にだけ配布されて多くのところに届かないということは、今後ステッカーが広がっていくという取組で進めていかれるということですか。

(事務局)

全戸配布するには予算確保が非常に難しいと考えております。県が作成する場合、市町村の窓口を全部は記載できませんので、市町村でも作成していただいて県のセンターとご自分の市町村のセンターを入れていただくことも、ひとつの方法ではないかと思えます。一度に全戸配布できる数とは考えておりません。

県としても継続して予算確保をできる限り実施していきたいということと、その版を使って市町村独自でセンター名を入れて作成していただくことも含めて考えています。

また、効果を検証しながら再来年度以降も継続して取組を進めていきたいと思えます。

(山田委員)

従来のただの啓発だけのステッカーよりも踏み込んだ形のものであるとお聞きしていたので、ならばニーズは多いと思い、そのあたりはどうかと思いました。

(内田委員)

データベースで作成して誰もがダウンロードできるようにしてもらえれば、そんなに費用もかからないし自分自身でできるだろうし。大きさも自分で必要に応じて変えられるだろうと思います。

(事務局)

もちろん、ウェブサイトにも掲載します。タックシールのなものをお持ちの場合はできると思いますし、いろいろな方法はあると思います。

(山岡委員)

一番、被害に遭う高齢者は、そんなことはできません。

(内田委員)

その地域の、例えば交番と一緒にやってもらうとか。1枚1～2円のレベルで印刷できます。

(事務局)

基本的には、今貼っている家庭もあります。県の条例を改正することによって、その貼ってあるステッカーも有効になります。県が作ったステッカーにしか効力があるということにはなりません。今回の告示の改正により、極端な話、自作のはり紙も条例上は県が作成したものと同等の効力をもつこととなります。そういうものを家に貼りたくないという方もいらっしゃるので、ひとつの形でお示しして、各地域・市町村ごとに各センターの名称を入れていただく。とりあえず2万枚から5万枚というのは、そういうひとつの形としてお示ししていこうというのが、この予算です。

はじめから全戸配布は想定しておりませんし、現在あるステッカーも今回の改正により有効になってまいりますので、そういう意味合いでも全戸配布ではないということをご理解いただきたいと思います。

(山岡委員)

そうすると、一番困った時にはどこに電話したら良いですか。市役所か警察か、どこですか。

(事務局)

分からない時は、消費者庁ホットラインの番号、局番なしの三桁の「188（イヤヤ）」になります。

(山岡委員)

初めて聞きました。

(事務局)

今日の資料の後ろから2枚目に消費者ホットラインがあります。これは県民だよりも載せています。

(山岡委員)

それをしばらく1年ぐらい県民だよりも載せてください。

(事務局)

ここへ局番なしでかけていただくと地元の相談窓口にかかるのですが、例えば月曜日しかやっていないところだと、火曜日から金曜日までは県のセンターにつながります。

(伊東会長)

全戸配布が理想でしょうが、まずは高齢者が一番被害に遭っていらっしゃるので、そこをターゲットにする形で進めていき、若い人たちは自分でできる人がいらっしゃるので、そういうことができるような配慮をしていく形で進めてもらえればありがたいと思います。

活発なご意見をいただいておりますが、そろそろ時間になりつつあります。この他にもご意見、ご質問等あると思いますが、また個別にお願いしたいと思います。ご了承ください。

本日の議案の審議は全てこれで終了させていただきます。それでは、進行を事務局にお返しいたします。

(事務局)

本日はありがとうございました。

時間の関係で審議会でありながら、消費者教育推進部会のご報告をする時間が取れなかったこと、大変申し訳なく思います。

(事務局)

本日の告示の改正の件につきましては、ご承認いただいたということで今後進めてまい

りたいと考えております。

それでは、最後にくらし創造部長の中から皆様にご挨拶申し上げます。

<中部長挨拶>