

高齢消費者・障害消費者
見守りネットワーク連絡協議会
第11回議事録

消費者庁消費者教育・地方協力課

第11回高齢消費者・障害消費者見守りネットワーク連絡協議会
議事次第

日時：平成27年9月3日（木）14:01～16:08

場所：中央合同庁舎4号館共用第1特別会議室

1. 開会

2. 挨拶

3. 報告

- ・消費者安全確保地域協議会について（消費者庁）
- ・高齢消費者・障害消費者の被害の現状（国民生活センター）
- ・消費者白書（消費者庁）
- ・高齢社会白書（内閣府）
- ・障害者白書（内閣府）

4. 意見交換

5. 申し合わせ

6. 閉会

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 それでは、定刻になりましたので、ただいまから、第11回「高齢消費者・障害消費者見守りネットワーク連絡協議会」を開催させていただきます。

皆様、御多忙中にもかかわらず、御出席いただきまして、誠にありがとうございます。司会を務めさせていただきます消費者庁消費者教育・地方協力課の岡田と申します。よろしく願いいたします。

御出席の皆様方の御紹介につきましては、時間の都合上、大変恐縮ではございますが、配付させていただきました出席者名簿にかえさせていただきます。

それでは、会議の開会に当たりまして、消費者庁長官の板東より御挨拶を申し上げます。○消費者庁長官 皆様、きょうは大変お忙しいところをおいでいただきまして、ありがとうございます。消費者庁の板東と申します。声がよく入りますように、座ってお話をさせていただきますと思います。失礼いたします。

本日は、第11回「高齢消費者・障害消費者見守りネットワーク連絡協議会」の開催ということでございます。大変お忙しいところをお集まりいただきまして、ありがとうございます。また、日頃から消費者行政、高齢消費者や障害消費者の見守りにつきまして、いろいろ御支援、御協力いただいておりますことに改めて感謝を申し上げたいと存じます。

今、高齢者あるいは障害者の消費者被害やトラブル、相談の数は大変高い水準にあるわけでございます。ますます増加しているという傾向がございます。地域において、こういった高齢者や障害者、認知症の方々などの被害の防止のための取り組みをしていく、また、そのための仕組みを整備していくということは、ますます重要な課題になっております。高齢者・障害者を始めといたしまして、消費者被害を防止するために全国どこでも質の高い相談が受けられる、あるいは救済を受けられるといった地域の体制の整備が大変重要になっております。

消費者庁におきましては、そのために地域の相談体制、あるいはそれを踏まえましてのいろいろな対応の体制を整えようということで、地方消費者行政強化作戦をこの3月に作りまして、具体的な数値目標も掲げながら、体制の整備を進めております。例えば相談体制の強化整備ということでは、消費生活センターといった相談の窓口の更なる高度化と体制整備ということの数値目標を掲げて、消費者に一層身近なところでの相談体制の強化を図っております。

また、この7月1日から消費者ホットラインを3桁化いたしまして「188（いやや!）」ということなのですが、どなたでも相談を受けやすい、アクセスをしやすいような電話を通じての相談体制の整備ということも図っております。こういった相談体制の整備というのは、お一人お一人の事柄を解決していただくだけではなくて、寄せていただいた情報によりまして、未然にほかの被害も防止していくことができる、拡大を防止できるという効果もあると思っております。高齢者・障害者の消費者被害に対応するためには、このような相談体制とか行政の体制を整備するだけではなく、地域社会全体で見守っていくとい

うことが必要だと考えております。

昨年6月に消費者安全法という法律が改正をされまして、その中では、高齢者や障害者の方々の被害防止のための地域の見守りネットワークの整備ということが規定をされました。これは来年から施行ということでございます。法律の公布から2年以内に施行ということで、今、そのためのいろいろな規定やガイドラインを整備し、自治体のほうにも体制整備の御尽力を頂くように呼びかけているところでございます。

その地域の見守りネットワークは、先ほど申し上げました強化作戦の中では、今後5年間で全国に整備をしていこうと、少なくとも5万人以上の市町におきましては全部整備をしていこうということで、今、目標を掲げながら推進しているところでございます。

このような地域におけるつながりの強化ということ、それに対する支援を消費者庁で進めていきたいと思っておりますけれども、この地域の見守りネットワークの活動、その整備のためには、きょうお集まりの皆様の日ごろからの御尽力、御協力というものが何よりも重要であると思っております。本日は、日ごろの御活動につきまして、皆様と情報を共有させていただくとともに、課題についても積極的な意見交換をさせていただきまして、よりよい状況でのネットワークの整備、見守り活動の強化ということを進めていきたいと思っております。

本日はありがとうございます。よろしくお願い申し上げます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 最初に、資料の確認をさせていただきます。

配付資料一覧を御覧いただきまして、不足などがございましたら、スタッフにお申し付けくださいませ。参考資料はクリップでまとめてとめてあります。あとは幾つか追加で配らせていただいているものがありますけれども、それは、今日御参加いただいている方々からの追加資料でございます。

次に、マイクについて説明させていただきます。

見ていただきますと、下のほうの中央にボタンがありますので、これを押していただきますと、マイクのスイッチが入ります。赤いランプがつかますので、御確認ください。御発言になるときは、押していただいてから御発言いただけると幸いです。

それでは、消費者庁側の説明といたしまして、消費者庁から「消費者安全確保地域協議会について」御報告させていただきます。よろしくお願いいたします。

○消費者庁消費者制度課企画官 それでは、消費者庁から、改正消費者安全法で整備されました見守りネットワークについて説明させていただきます。お手元の資料の中の資料1、横長のものがございますけれども、御覧いただければと思います。

先ほど長官からも御紹介がございましたけれども、改正消費者安全法、昨年6月に公布されたものでございますが、施行を来年4月に予定しております。この改正消費者安全法では、高齢者の方々、障害者の方々をめぐる消費者トラブルの解決のために見守りネットワークを作るということでありますとか、地方の消費者行政の体制整備、あるいは消費生活相談員の方々の資格について、新しく規定したものでございます。特に今日は消費者安

全確保地域協議会について御説明したいと思います。こちらの資料の4ページから5ページをごらんいただければと思います。

法律の条文も後ろのほうに付けておりますけれども、この法律で、消費者安全確保地域協議会というものを地方公共団体で任意に設置することができることとしております。高齢者・障害者、あるいは認知症などによりまして判断力が不十分となった方々等の消費者被害を防止するために見守りのネットワークを作るというものでございますけれども、こういう活動は従来から地域でいろいろな方々によって行われておりましたが、一番ネックになっておりましたのが、情報共有がうまくいかないというところでございます。地方公共団体の中でも情報共有が見守りの必要な方々の情報がうまく受け渡しできないとか、あるいはいろいろな方々が、それぞれ困っている方がいるという情報はあっても、個人情報保護法などの壁があってなかなか情報共有ができないという問題がありましたので、法律で整備したものでございます。

概要でございますけれども、まず、高齢者を見守るさまざまな方がおりますので、こういった方々にこの協議会の見守り活動に参加していただくことを予定しております。

協議会の役割でございますけれども、構成員の間で必要な情報交換とか協議を行いまして、消費生活上特に配慮を要する消費者と適度な接触を保ち、その状況を見守るといったこととか、普及啓発などの取り組みを実施していただくことを予定しております。

構成員ですけれども、これは地域の実情に応じてさまざまに変わってくるかと思っております。例えば地方公共団体の機関、消費生活センターでありますとか医療・福祉関係の機関、介護事業者や民生委員・児童委員の方々、警察・司法関係者、弁護士の方々、あるいは教育機関とか、事業者関係だと商店街、コンビニとか宅配業者のような方々を想定しております。あとは消費者団体でありますとか、町内会とか、地域のさまざまなボランティアの方々に、こういった活動に参加していただきたいと考えております。

ほかの分野でも、例えば介護でありますとか防災などでも既にこういうネットワークができているところもありますので、そういうネットワークを活用して、消費者に関する見守りも行っていきたいと考えております。

この見守りネットワークの庶務というか事務局は地方公共団体が行いますので、これから28年4月の施行に向けまして準備をしているところでございますけれども、地方公共団体からこういう活動について協力依頼があったりとか、あるいは御照会があったりすることもあるかもしれませんので、そのときはぜひ御協力をいただければと思います。

消費者庁では、地方消費者行政推進交付金というものがおりますけれども、この活動にもこの交付金を活用して、人口5万人以上の全市町村にこういった協議会をつくっていただきたいと考えておりますので、今後、地方公共団体のほうにもしっかり御協力を得られるように周知していきたいと考えております。また、消費者団体の方々でありますとか、地域で高齢者を見守り活動を行っていたりする団体の方々におかれましては、今後、ぜひ御協力を頂きたいと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 ありがとうございます。

次に、実際に全国の消費生活センターなどに寄せられる高齢者・障害者の消費者被害の概要やその注意喚起につきまして、国民生活センター広報部、続けて、国民生活センター相談情報部から御報告いただきます。よろしくお願いいたします。

○独立行政法人国民生活センター広報部 国民生活センター広報部広報課の青山と申します。よろしくお願いいたします。

私からは、昨年度の高齢者・障害者等の消費者被害の概要と、国民生活センターの見守り関連事業について報告させていただきます。

なお、今回は、相談情報部から今年度に入りまして注意喚起をした高齢者関連の事案と、これから開催する高齢者110番について、直接当該部から説明したく、お時間をいただいています。

資料2と、それから机上に追加で配付した資料も併せて御覧ください。

まず「高齢者の消費生活相談全般」の概要ですが、昨年度は、健康食品の送り付け商法が減少した分、2013年度をやや下回りましたが、健康食品の送り付け商法を除いた分で見ますと、高齢者の消費生活相談は増加しています。詳しくは、消費者白書を参考にいただければと思います。

2014年度は、公的機関等をかたり個人情報削除を持ちかける詐欺が非常に目立ちましたが、それが劇場型の手口となり、更に複雑になっています。また、過去に原野商法で購入した土地について売却を持ちかけたり、売却のための工事等の勧誘をするなどの二次被害や、SF商法、催眠商法と呼ばれますが、これらの新たな手口として、一人の人に長期間にわたり次々販売を行うというような、従来からある消費者トラブルが変化した手口などもふえています。さらに、インターネット関連のトラブルは高齢者層を含めた全年代で非常に多くなっています。

以下に3つを挙げてみました。

まず「①公的機関をかたり個人情報削除を持ちかける詐欺」です。

中央省庁や地方自治体、その関連機関等の公的機関をかたって、電話で「個人情報が出ていますので削除してあげます」と勧誘し、最終的にはお金をだまし取るという詐欺的な手口が増加しています。もともと自分の個人情報が出ていないところで使われているのではないかという不安感のある消費者が非常に多いのですが、そこに個人情報の大量流出事件が立て続けにありましたので、不安感を抱いているところに公的機関からの削除してあげるといふ話を信用してしまう、という傾向があるようです。

さらに、何度も連絡が来るうちに、さまざまな登場人物や別の機関が登場して内容が複雑になっていき、いつの間にかお金を払うことになってしまうという劇場型勧誘の手法が使われている例が多くなっています。当センターも非常によくかたられていまして、相談としてではなく、広報の窓口に来る問い合わせが多くなっています。

次のページを御覧ください。

「②原野商法の二次被害」です。

過去に原野商法の被害に遭った人に対して、土地が高く売れるなどといって勧誘し、そのための調査費用や測量サービスなどの契約、また、条件として新たな土地の購入などをさせるという手口により、被害者が再び被害に遭うという二次被害が増加しています。過去に被害に遭った本人だけではなく、土地を相続した子供が被害に遭っている例もあります。話に乗り気になった消費者に買付証明書や印鑑証明書などを送り信用させるという手の込んだ手口がとられています。

「③インターネット関連トラブル」です。

アダルトサイトを初めとしたデジタルコンテンツの相談は、どの年代でも多くなっています。相談の多い商品・役務別で見ますと、20歳未満から60歳代までの全ての年代でアダルトサイト等のデジタルコンテンツが1位となっています。これは70歳代でも2位と、高齢年代でも上位となっています。65歳以上の高齢者で見ますと、2013年度は健康食品の送りつけ商法で健康食品が1位でしたが、2014年度は、アダルトサイトやデジタルコンテンツ、光ファイバーなどのインターネットに関連した相談が増加しています。

3 ページに移らせていただきます。

「2. 障がい者等の消費生活相談」の概況です。

障害者等の消費生活相談は、2013年度から僅かに減少しましたが、2014年度も2万件を超えています。販売購入形態については、相談全体では、2013年度からは店舗購入よりも電話勧誘販売のほうが多くなっていますが、障害者等の相談については、店舗購入と訪問販売がほぼ同水準となっています。相談全体では訪問販売が減少している中で、障害者等では従来からある訪問販売でトラブルが多い傾向が変わらずに見られます。また、消費者トラブル全般でも多いアダルト情報サイトや出会い系サイトなどのインターネット関連のトラブル等も見られます。

以下に事例を2つ掲載してあります。

事例1につきましては、布団のリフォームの訪問販売の勧誘です。この方は、強引な勧誘を受けまして契約書に名前を書かされて、頭金として1万8,800円を支払ったものですが、金融機関で、業者から渡された振込用紙で残金の一部18万円を支払おうとしたら金融機関の職員にとめられ、駆けつけてきた警察官に、クリーニング代にしては高額過ぎると言われて、消費生活センターに相談するよう勧められたという事例です。

この方は、よくお話を聞いてみましたら知的障害のある方で、契約書に書かれている字も読めなく、内容もよくわかっていなかったということです。また、本人はクリーニングと思っていたのですが、実際はリフォーム契約であったという例で、総額38万円余りの契約だったそうです。これにつきましては、振り込め詐欺と同じように、金融機関ですとか警察等の見守りが功を奏したという案件です。

事例2についてですが、こちらは視覚障害のある方で、携帯電話は音声で利用している方です。アダルトサイトの請求が来るようになり、当初は10万円の請求であったものの、

24時間のキャンペーン期間内に退会しなかったので30万円になったと言われて、登録した覚えがなかったので、メールに「柔軟に対応する」とあったので電話して、誤操作だと思うので退会させてほしいとお話ししましたら、悪質なユーザーだと言われて、多数の請求メールが送りつけられたということです。この方は、実害はなかったのですが、やはり不安ということで、警察、それからいろいろなところに相談して、大丈夫ということをおっしゃったのですが、不安で仕方がないという御相談です。

アダルトサイト等のデジタルコンテンツ関係では、障害のあるなしにかかわらず同じパターンがとられていますので、こういう場合は業者に連絡をとらない、また、不安な場合は消費生活センターなどでアドバイスをもらうなどという対処に尽きると思います。

次の資料をごらんください。

「平成26年度『見守り新鮮情報』実施結果概要」をお付けしております。

「見守り新鮮情報」の配信、ホームページ情報の更新につきまして、平成26年度はメールマガジンの「見守り新鮮情報」を32本配信しております。昨年度は少々多く発行しております。

ここはちょっと割愛させていただきまして、次ページをごらんください。

昨年度、「見守り新鮮情報」の実効性を把握する目的で、メルマガ登録者へのアンケートとヒアリングを行いました。多かったのは、啓発資料として活用していただいている例や、民生委員を初めとした見守り訪問をしてくださる方が、話の種や手土産に手渡してくれるという例でした。今回は活用していただいている状況を把握できたのですが、手渡された方々の反応や意見をもっと知りたいと思っておりますので、また皆さんも御利用の上で何か伺えることがあるようでしたら、ぜひ教えていただければと思います。よろしく願いいたします。

発行リストが次に付いております。

最後の資料ですが「平成27年度 見守り関連事業等について」ということで、最後につけてあります資料をごらんください。

平成27年度は、メールマガジン「見守り新鮮情報」の作成は引き続き行います。メールマガジンの内容にイラスト等を加えましたA4判の啓発資料も作成しまして、ホームページに掲載して自由にダウンロードできるようにいたします。

2番目といたしまして「くらしの豆知識」ダイジー版の作成も行います。こちらは、データをコピーしましてお使いいただくことも可能ですので、国民生活センターもしくは各地の消費生活センターへお問い合わせください。皆様には既にお送りしているかと思いますが、本日少し実物を持ってきていますので、もし御希望があれば、お持ち帰りいただくことができます。また、冊子版のほうは名義差しかえ等もすることが可能ですので、必要な場合は広報部までぜひお問い合わせください。

3番目といたしまして、これは最近始めたものなのですが、政府広報のインターネットテレビへ高齢者の見守りチェックポイントを掲載することになりました。今年度、

幾つか政府広報へテーマ採用がされまして、インターネット動画「悪質商法から高齢者を守ろう！ 緊急企画！ 高齢者の見守りチェックポイント」が作成されることになっていきます。9月10日前後には掲載される予定です。

また、先ほどお伝えしました原野商法の二次被害についても、政府広報のインターネット動画として既に掲載済みです。とてもわかりやすくできておりますので、是非御覧ください。

私のほうからは以上で、相談情報部のほうにバトンタッチさせていただきます。

○独立行政法人国民生活センター相談情報部 相談情報部の保足と申します。よろしくお願いたします。

このたび、当センターの公表資料について御報告させていただく時間を頂戴しまして、誠にありがとうございます。当センターでは、消費者トラブルに関して注意喚起を行っているところですが、今年度、高齢者に関する注意喚起を行っておりますので、この場をかりて御報告させていただければと思います。

お手元に3つの公表資料を配付しておりますが、時間の関係上1つの公表を中心にお話しさせていただいて、その他は概要の御紹介とさせていただきます。

まず、一番上の「高齢者が支払えなくなるまで次々に販売するSF商法」という公表資料を御覧ください。

SF商法というと、これまでは、ただ同然の日用品でお客さんを誘引して、狭い閉め切った部屋で雰囲気盛り上げて高額な商品を買わせる、被害に気づいて業者に苦情を言おうとすると、もうそこになくなっていくというケースが多かったのですが、最近は数カ月、長いものでは半年以上にわたって会場を設置していて、そこで高額な商品を次々に買わせてしまうといったケースが多く見られるようになりました。

具体的な事例としましては、こういった会場に足を運んだところ、別室に連れていかれて、その場で高額な商品を購入させられて、それが何回も続いて、結果的に500万円の被害に遭ったというものもあります。あと、結構特徴的なのが、販売員との会話が楽しくて、販売員の気を引こうと思って高額な商品を買ったとか、特に商品が欲しいわけではないのですが、その販売員との関係を維持したくて購入したというケースも少なくありません。

こうしたSF商法といったものが問題になっている背景としまして、今回この公表した背景が、まず70歳以上の割合が約8割を占めているということで、高齢者に多いということがありました。この問題の背景は何なのだろうといったところですが、高齢者の3つの不安という「お金」「健康」「孤独」のうち、孤独が大きく関係していると考えています。

事例を見ていますと、催眠商法の会場が高齢者の娯楽の場と化しているというのが一つの影響でして、なぜ娯楽の場となるのかというと、販売員が優しくしてくれるとか、親しくしてくれるとか、あと、会場での顔なじみの同じ高齢者の方に会うのが楽しみだということで、特に商品を何か買いたいということで行っているわけではなくて、その場の関

係を楽しむため、孤独を癒やすための一つ的手段として、こういう会場に足を運んでいるといった実態が浮かび上がってきております。業者は、こうした高齢者の心理をうまく利用して、親しい関係を築いて高額な商品を次々に購入させているというような状況です。

相談事例を見ていますと、高齢者の相談の特徴の一つとして、高齢者本人からの相談というよりは、家族や見守りに関わっている方からの相談が多いという状況にあります。トラブル発覚のきっかけというのはいろいろあるのですが、高齢者の自宅に身に覚えのない商品が増えているなどということを今まで見守りしていた方が気づいたということが一つの端緒になっているケースもありますので、高齢者の被害拡大を防ぐ上での見守りの重要性を担当としては感じているところです。

また、販売員を信頼し切った高齢者に対して、御家族の方が、あんなのやめておきなよと言っても、販売員との関係が密になるほど逆効果になってしまって、かえって高齢者の反発を買うというのを心理学者の方がおっしゃっていました。家族とは別の立場の見守りの中で、高齢者に被害に気づいてもらうというのも、そういった高齢者の心理の面では大きな意味があるのかなと感じております。

続きまして「物干しざおに10万円!？」という公表資料になりますが、こちらは概要だけにさせていただきたいと思えます。

よく住宅街で「たけやさおだけ」と移動販売をしているのを目にすることは多いと思えますけれども、こういった移動販売は、高齢者にとって、物干しざおは重たいものですから、家の前まで来てくれてそこで買えるというのは大きなメリットであると思うのです。一方で、1本1,000円とか2,000円と言いながら、実際に車を止めて買おうとすると、5万円とか10万円だということで高額な商品だけを紹介されたりですとか、あと、特に買うという意思表示をしていないにもかかわらず、勝手に物干しざおを切ってしまう、あなたのサイズにしたのだから買いなさいということで無理やり買わされてしまう、なかなか断りにくいといった相談が増えているということで、このたび公表をしております。

続きまして「古銭の購入に関連した詐欺的トラブルにご注意!」ということで、これがまさにきょう1時半から私どもで公表しているものでして、今、恐らく記者公表している最中のものです。

こちらについても、これまで高齢者を狙った詐欺的な劇場型勧誘、いわゆる買い換え詐欺というものは多く発生しているところなのですけれども、最近では古銭の販売に関しての勧誘がふえているということで、このたび公表しているものです。

以上、3つの公表資料を御紹介させていただきましたが、このケースに限らず、高齢者の消費者トラブルというのは依然として多く寄せられている状況にあります。トラブルの未然防止とか拡大防止のためには、見守りというのは非常に有効な手段と考えていますので、ぜひ、地域の高齢者の方に当センターの公表資料を周知いただければ幸いです。また、高齢者に多く発生しているトラブルではあるのですけれども、高齢者に限らずトラブルに巻き込まれる可能性はありますので、障害者の方も含めて広く周知していただ

ければ幸いです。

最後ですが、お手元に「ねらわれてます！高齢者 悪質商法 110番」というリーフレットをお配りさせていただいています。これが、今月10日木曜日と11日金曜日の2日間にわたって当センターで特設の相談窓口を設けております。先ほど青山からあった事例でもあるのですけれども、訪問販売で高額な布団を購入したとか、消費生活に係るトラブルでしたら何でも構いませんので、地域の高齢者の方に周知していただいて、ぜひ、何かトラブルに巻き込まれているということであれば、こちらの電話窓口にご相談いただければと思います。

以上です。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 ありがとうございます。

それでは、こういった現状の中で、消費者白書、高齢社会白書、障害者白書が閣議決定されておりまして、公表されています。消費者庁からは消費者白書、続けて、内閣府から高齢社会白書と障害者白書について、それぞれ報告させていただきます。

それでは、私から、資料3で消費者白書の今年の概要を簡単に説明させていただきたいと思えます。

消費者白書は、最近の消費者、個別のトラブルについては、今、国民生活センターの方が御説明になりましたけれども、国全体としてどうなっているのかということをもとめて整理したものでございます。

めくっていただきまして、23ページをお開きいただけますでしょうか。

全国いろいろなところに設置されております消費生活センターなどで1年間に受け付けられている相談をデータベース化してまとめたものが、このページに載っております。2013年度で94万件、2014年度もそれを上回る御相談が寄せられてきております。かなり水準は高うございますけれども、その理由といたしましては、やはり高齢者の方々の御相談が非常に多いということ、2つ目としては、高齢の方々もスマホなどをお持ちになって、検索など情報化ということでいろいろなことをなさることによって、便利になっているのですけれども、それでまたトラブルに遭っている可能性があるという、この2つが大きな理由かと考えております。

1枚めくっていただきまして、25ページ、26ページを見ていただきますと、26ページには、その94万件を性別と年代別に分けたものがグラフとして記載されております。中に青い四角があると思えますけれども、これは情報通信に関するトラブルでございまして、どの性別、どの年代でも情報通信に係るトラブルが多いということがお分かりいただけるかと思えます。

青い箱の近くに黄色い波の四角があるかと思えますけれども、これは金融商品に関する御相談でございまして、高齢の女性の方々がこういったトラブルに陥ってしまうということがおわかりいただけるかと思えます。

1枚めくっていただきまして、27ページと28ページでございます。

高齢者の方々の御相談のトラブルの中身につきましては、先ほど国民生活センターの方からお話がありましたけれども、全体で見るとどうなのかというのを、この見開きで見ていただければと思います。

左側が高齢者全般、65歳以上の方々に関する御相談です。右側は、その中でも認知症などの高齢者の方々の御相談ということでございます。両方とも同じような格好をしているかと思えますけれども、大きな違いは、赤と青の四角の大きさでございます。赤いのは、自分が相談する、契約者が相談するものであります。青いのは、周りの人が御相談になったというものでございます。一般的な高齢者全般で見ますと、自分が相談するか周りが相談するかは3対1の割合でございまして、右側のグラフを見ていただきますと、それが1対4の割合になっておりまして、特に認知症の方々のようになかなか御自分ではすぐにお分かりにならない方々の場合、周りの方々がすぐに分かるということの重要性が、このグラフからもお分かりいただけるかと思えます。

最後に、もう一枚めくっていただきまして、どういった物の買い方でトラブルが生じるかということグラフにしたものでございまして、いろいろ帯グラフが並んでおりますが、3つの固まりで見ていただきたいと思えます。

真ん中の固まりは、65歳未満の人たちの固まりです。一番下の固まりは、高齢者の方々の固まりです。真ん中を見ていただきますと、下に行くほど最近になっているのですけれども、年々、紫色の枠が増えているのがお分かりいただけるかと思えます。これはインターネット通販でございまして、インターネット通販でいろいろなものを買ってトラブルになっているということが多いのですけれども、高齢者の方々は、紫色の四角というよりも、緑色とピンクが多いということがお分かりいただけるかと思えます。ピンクは訪問販売で、緑は電話勧誘販売でございまして、高齢者の方々のトラブルというのは、依然としてこういった2つの形態で物を買ったり契約したことによるトラブルが多いということでございます。

ちなみに、消費者白書では、地方公共団体でのいろいろな取り組みを紹介させていただいております。この概要には載せておりませんが、本文では、札幌市では手話の通訳を導入しまして御相談に応じているということですか、ほかの市でも高齢者の方々の御相談に取り組んでいるということを事例として紹介させていただいておりますので、もしお時間があれば、消費者白書、ホームページに載っておりますので、見ていただければと思います。

また、チラシを少し入れさせていただきましたけれども、ちょっと高うございますが、市販もしておりますので、お買い求めいただければ幸いです。

以上が、消費者白書の説明でございまして。

次に、高齢社会白書について内閣府から説明をお願いします。

○内閣府政策統括官付高齢社会対策担当 内閣府高齢社会対策担当の横村と申します。よろしくお願いたします。

お手元の資料4、白い冊子の高齢社会白書の概要をご覧ください。

平成27年版の高齢社会白書については、本年6月12日に閣議決定をされて、同日に公表しております。

1枚おめくりいただきまして、高齢社会白書は、平成7年にできました高齢社会対策基本法に基づきまして公表しているもので、今回が20回目になります。

おめくりいただいて、1ページの目次をご覧ください、構成でございますけれども、26年度の高齢化の状況及び高齢社会対策の実施状況と、27年度の高齢社会対策と、大きく2つに分かれております。

第1章第3節は、毎年テーマを変えて特集を組んでおり、今回は26年度に実施した「一人暮らし高齢者に関する意識」の調査結果を掲載しております。

それでは、2ページをお開きください。

第1章第1節は「高齢化の状況」ということで、26年10月1日現在でございますが、総人口に占める65歳以上割合が26%でございます。下に表が、右ページに図がありますが、3ページに書いてありますように、平成72年には2.5人に1人が65歳以上、4人に1人が75歳以上という推計がされております。

5ページを開いてください。

平成72年の平均寿命は、男性が84.19歳、女性が90.93歳ということでございます。下段に図がございますが、白い部分がこれまでの実績、黄色い部分がこれからの推計です。25年では男性が80.21歳、女性が86.61歳でございます。

9ページをお開きください。

第1章の第2節からは、個別の状況を書かせていただき、まず「高齢者の家族と世帯」という項目ですが、この図にありますように、65歳以上の者がいる世帯数の構成割合では、ピンク色が単身世帯、いわゆるひとり暮らしの方、水色の部分が夫婦のみ世帯ということで合計しますと過半数になっております。また図の折れ線グラフにありますように44.5%、半数近くが全世帯に占める65歳以上の者がおられる世帯であります。

10ページに一人暮らしの高齢者は増加傾向であると掲載しています。先ほども申しましたように、今年度の特集として一人暮らしの高齢者の意識をテーマに取り上げた理由として、この図にありますように、ピンク色が女性でございますが、割合も女性が多く2対1となっており、今後も一人暮らし高齢者が増加されるという推計がでていいることもあり、今回、特集のテーマとしております。

次ページ以降、「高齢者の経済状況」や「高齢者の健康、福祉」、「高齢者の就業」、「高齢者の社会活動」の項目を掲載しております。最後に28ページから「高齢者の生活環境」の項目で、高齢者の犯罪率は減少傾向ですが、被害者が増えてきていることが、30ページの図の折れ線グラフで分かります。

少し飛びまして、35ページをお開きください。

先ほど申しましたように、今回の特集として「一人暮らし高齢者に関する意識」の調査

結果を掲載しております。

まず「幸福感や不安に関する意識」という項目で、36ページの下段にありますように、日常生活の最も高い不安は健康や病気のことであることを掲載しております。、37ページの上段の図にありますように、一番上の58.9%が健康や病気のこと、次いで寝たきりや身体が不自由になること、次いで自然災害が不安になるという回答が高く出ております。

次に、37ページの「人とのつきあいに関する意識」の項目で、38ページの図にありますように、ちょっとした用事を頼む人、電球を取り替えたいとか何かをちょっと頼みたい方というような聞き方をしたのですが、男性、女性、さらに子供の「ある・なし」で比べますと、特に顕著で、男性で子供のない方が、はあてはまる人はいませんか、そういうことでは頼りたいとは思っておりませんという回答が多く、オレンジ色のグラフでございます。

また、一緒にいてほっとする人とはいうことを聞きましたところ、こちらも男性と女性、さらに子供の「ある・なし」で比べますと、こちらも男性で子供のない方が、オレンジ色のグラフですけれども、半数51.4%の方が、ほっとする人はあてはまる人はいませんという結果がでております。

最後に、「将来の準備に関する意識」の項目では、41ページの真ん中にありますように、4割の方が孤独死を身近に感じているという結果を掲載しております。

44ページにコラムということで、上段に練馬区が郵便やガス等の業界と組んで高齢者の見守りネットワークを充実した事例を、下段は、愛知県春日井市のニュータウンで近隣の大学生とホームステイで世代間交流をしているという事例を掲載しております。

第2章としまして、46ページ以降、各省庁が26年度に行った施策を、「就業・年金」、「健康・介護・医療」等の6つの項目に分けて掲載しております。

48ページの真ん中辺の下ですけれども、26年6月に「高齢消費者・障害消費者見守りネットワーク連絡協議会」が開催されたことを掲載しております。

最後に、51ページ以降からは、27年度における高齢者対策に対する各省庁の状況を掲載しております。

以上でございます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 次に、障害者白書について、お願いします。

○内閣府政策統括官付障害者施策担当 同じく内閣府共生社会障害者担当の佐々木と申し上げます。よろしく願いいたします。

私のほうからは、資料5ということで1枚紙でありますけれども、平成27年度の障害者白書の抜粋部分について提出をいたしております。これは、障害者白書の中で障害消費者関係につきまして抜き出しをしたものでございます。

障害者白書でございますが、これは障害者基本法という法律に基づきまして、政府が障害者のために講じたさまざまな施策につきまして、その概況をまとめているものでござい

ます。抜粋部分は、26年度の実施状況につきましてまとめたものということであり、簡単に内容につきまして説明をいたします。

左のほうでありますけれども、中ほど、平成26年6月とありますが、これは昨年度の6月に本協議会が開催されたということで、開催状況を報告しております。内容としましては、消費者トラブル防止ということで積極的な情報発信を行ったということ、また、多様な主体が緊密に連携をして消費者トラブルの防止や見守りに取り組むことを申し合わせたということでございます。

2つ目でありますけれども、視覚障害者団体からの御要望ということもありましたので、平成26年度の消費者白書の概要版のデイジー版を作成しまして、全国の点字図書館に配付をしたということでもあります。

右のほうに行きまして「また」とありますけれども、これは消費者トラブルの防止、また被害の救済ということにつきまして、地方消費者行政活性化交付金を通じまして、被害に遭うリスクの高い方々、障害者、高齢者、被害経験者の方々を効果的・重点的に地域で見守る体制を構築して、消費者トラブルの防止及び早期発見を図る取り組み等の支援、また、障害者の消費生活相談体制整備を図る取り組みを促進しているということを御報告しております。

4点目であります。「加えて」とありますけれども、これは先ほども説明がございましたが、平成26年6月に改正されました消費者安全法では、地方公共団体が消費者安全確保地域協議会を組織することができるとなっておりますので、同法の施行に向けて、平成27年3月に関係府令及びガイドラインを公表したということでございます。

裏側のページですが、これは国民生活センターから提供を受けました2004年度から2013年度にかけます認知症高齢者、障害のある方々の相談件数についてお載せしております。

以上でございます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 以上がこちらからの御報告でございました。

では、引き続き、大体1時間弱ですけれども、3時45分頃をめどに、見守りネットワーク協議会の構成員相互の情報共有と意見交換に移りたいと思います。今日頂きました御意見などは、消費者安全確保地域協議会の設置、見守りの担い手の育成など、これからの施策の参考にさせていただきますので、忌憚のない御発言をお願いいたします。

それではまず、今年度、新たな取り組みを展開されたということで資料を頂いております全国老人クラブ連合会の谷野総務部長、続けて、全国消費生活相談員協会の吉川理事長からお願いいたします。

では、お願いします。

○全国老人クラブ連合会 全国老人クラブ連合会事務局の谷野と申します。

老人クラブは、御存じのとおり、大体自治会単位にございまして、60人から70人ぐらいの高齢者が集っております。全国で10万8,000クラブ、会員は627万人でございます。

きょうは資料といたしまして「老人クラブ見守りサポーターの心得」という冊子を入れ

てございます。表紙の裏が1ページになっておりまして、下のほうに「老人クラブ高齢消費者被害防止キャンペーン」とございます。これをは昨年度から始めておりまして、ここにあります「後援」には、消費者庁を初め、御出席の団体にも御後援をいただいているところですので。ありがとうございます。

「実施内容」は1つは単位クラブ、通常の老人クラブのことを言いますが、単位クラブに見守りサポーターを設置しよう。それから、関係機関や団体と連携した高齢消費者被害防止活動の展開という、この2つを実施内容としているところです。

もう一度表紙を見ていただきますと、この冊子は、その見守りサポーターのために作ったものでございまして、「伝える」「気にかける」「つなげる」というこの3つをサポーターの活動としているところです。

2ページから、まず「伝える」ですが、何を伝えるのかと申しますと、活動や日常生活を通じて情報を伝えようということです。実は老人クラブの会員にこういう消費者被害のことを話しますと、もう十分聞いているという反応が返ってくるのです。それは、それぞれ皆様方が地域でおやりになっている講座などをリーダーの方々は聞いているわけでございます。けれども、実際に自分たちの中で被害は減っていないわけで、リーダーには伝わっているのだけれども、一人一人の会員には伝わっていない。そこで高齢者みずから見守りサポーターを設けて、「伝える」ということを最初にしていこうというものでございます。

3ページにありますのが「気にかける」です。困っているサインや不審な様子を見逃さないように気をつけましょうということをサポーターの役割の一つにしております。

それから、隣のページは「つなげる」です。これは、何か気にかかることがあった場合に、必要な場合は関係機関につないでいくということをしてリーダー的な役割として期待しているところでございます。

その3つを主な役割としておりまして、それぞれの市区町村の老人クラブ連合会で講座を開催して、講座の修了者を見守りサポーターとしているわけです。6ページの下にあるサポーター証、これは縮小しておりますので大体名刺大ぐらいのものです。それを配付して、自覚を持って任に当たっていただきたいということを狙っているものでございます。

もともと老人クラブでは、友愛活動という、一人暮らしの高齢者を訪問したり、サロン活動をしたり、そういう活動をしております。このサポーターも友愛活動を通して、また、女性委員会を設置していますが、女性の活動を通して進めらるることが多くなっております。女性会員は老人クラブの6割を占めておりますので、ロコミであるとか、コミュニケーション能力の高さを老人クラブでは女性会員に期待しているところがございます。そういったところで広めていきたいと思っているところです。

キャンペーンとしては全国に呼びかけているのですが、モデル事業の中では、去年はサポーターが1,700人、ことしは6,200人ぐらい養成するという報告をいただいているところです。

きょうは資料としてもう一枚、月刊「全老連」という私どもで出している機関紙の抜粋

を入れてございます。資料6です。これは昨年度の事業報告ですが、下のほうに「見守りサポーター1700人」とございます。そして、その隣にありますのが群馬県高崎市の地区の老人クラブ連合会の活動です。この地区では見守りサポーターが33名、中には一般高齢者と言っていますが会員以外の高齢者の方たちにも参加していただいている。活動としては、二、三人のグループに分かれて月一、二回の地域の巡回、それから、一人暮らし高齢者を中心にした訪問を行っております。それ以外に啓発活動として、人の集まるお花見会であるとかイベントにも出向いてPR活動をしているということでございます。

めくっていただきますと、こういったPRのときには、連合会で制作したジャンパーやたすきを身に着けて行く。そして、写真の上にあります「NO! 詐欺音頭」というものをこの市で作ったそうなのですけれども、歌って踊って、被害防止にも役立っているという報告をいただいているところです。

訪問先で問いかけると、「不審な電話や訪問があった」と報告されることが多いといえます。中には還付金の電話を受けた会員が金融機関に確認して、詐欺被害に遭わずに済んだというような報告も頂いているところでございます。

それ以外には、2段目にあります単位クラブでのDVD学習として、消費者庁の作られているDVDを使って学習をしたとか、そのDVDの貸し出しをしているという例も聞いております。

もう一つは、友愛活動を通じた情報提供。一人暮らし高齢者の訪問活動などもしておりますので、そういった場を使って情報提供をしているという事例が一番下の段、京都府福知山市、山口県萩市、岡山県津山市などから報告いただいております。

関係機関とは、多くのところで地元の警察や消費生活センター、社会福祉協議会、また、行政や町内会などと連携しているところでございます。

この中の次のページの写真を見ていただきたいのですが、一番上は、千葉市の老人クラブの方々の啓発ジャンパーです。この「目」のついたマークが先ほどの見守りの本にも付いておりましたけれども、これを私どもは象徴的なマークとして使おうと言っておりました、これは千葉市の老人クラブで作ったものなのですね。そういったものを着てPRする。また、この黄色も目立つ色ですので、シンボルカラーとして使っているところでございます。広島市でも、マークを使ったオリジナルの黄色いチラシをつくっています。その下の写真、鹿児島県薩摩川内市では、キャッシュコーナーで啓発活動を行ったということで、この写真の真ん中後ろにありますのはのぼり旗でして、これは、各モデルの市町村に配ったものでございます。薩摩川内市では、キャッシュコーナーだけではなく、公共施設や銭湯とかコンビニなどでも同じように啓発のPR活動をしているところです。

何分高齢者ですので、難しいことはできないわけなのですけれども、啓発、PRをしていく、それによって、一人でも、何かアクションがあったときに、「これは」というふうに思ってもらうことを狙いとしておまして、私どもは、これらの活動の継続と、どのように広げていくかということが今後の課題だと思っているところです。

以上でございます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 ありがとうございます。

それでは、全相協、吉川理事長、お願いします。

○全国消費生活相談員協会 全国消費生活相談員協会の吉川と申します。

資料7をごらんください。配付資料として私どもの協会の案内と「こんな相談ありました！！」を付けております。

私どもの協会は、全国の自治体の消費生活相談窓口で消費生活相談や消費者啓発を行っている者を主な会員としております。現場で今どのような苦情が寄せられているかというような問題点は会員を通して把握していると自負しております。

私どもの協会の活動としましては「高齢消費者・障害消費者見守りへの本協会の取組」と書かせていただいておりますが、消費者問題出前講座を自主事業として実施しております。これは、2014年度までは国民生活センターからの受託事業として年間1,000件の消費者問題出前講座を実施してきましたが、ことしは国民生活センターがそのような講座を実施されないということでしたので、本協会としては、公益社団法人としての役割として、自主事業として実施しています。ただ、そんなにたくさんはできませんので、年間600件の実施を予定しております。

その実施の要領につきましては、資料の3ページをご覧ください。ここに申込用紙もつけておりますので、ぜひ、これはと思われる機関がありましたら、この用紙を使ってお申し込みください。

もう一つ、東京都からも出前講座を受託しております。これも資料として6ページについております。これは単に一般の方ではなくて、ケアマネジャーさんとかそういう見守りの方たちを対象にした講座をしています。つまり、この方たちがさらに見守りを続けるという方のための講座です。ただし、申しわけないですけれども、先ほど御紹介しました出前講座は全国どこからでも申し込みを受け付けますが、東京都の出前講座は、当然のことですが、東京都内に限らせていただいているということで、これも年間300件させていただいております。

次に、これも自主事業としまして「消費生活マイスター養成講座の実施」と書いています。資料としては8ページ、9ページに付けさせていただいております。これは見守りサポーターという名前で展開しておられる自治体もありますけれども、私どもは、そういうサポーターの方たちの養成を行うということで、私どもの講座としては、こういう冊子を作って展開しております。これもお申し込みいただければ、私どものほうで受けていきたいと思っています。

もう一つ、これも資料として付けていただいているのですが、10ページ「みんなで見守り 気づいて つなごう！」という冊子を作っています。この冊子はどのような内容かといいますと、高齢者の消費者被害の未然防止、また早期発見のためには、高齢者の周りの人の気づきが何より大事です。その気づきを消費生活センターや地域包括支援センターにつなぐことで、速やかな被害救済や拡大防止が実現されます。この冊子では、高齢者の周り

にいる家族や知人、ヘルパーさんやケアマネジャーさん、民生委員の方や宅配業者さん、金融機関の窓口の方など、いろいろな立場の方を例に挙げまして、どのように見守りをしていくか、あるいは気づいたときにどのようにつないでいくかというようなフローチャートも入れ、わかりやすく事例を取り入れながら解説したものです。ぜひ御購読いただきたいと思っています。

ということで、私どもの活動はこういうことをしておりますが、見守りネットワークの構築ということで、この会が今年で11回目。昨年、消費者安全法が改正されて、冒頭に御説明がありましたように消費者安全確保地域協議会を設置することが自治体は促されているということですので、これまでのこのネットワークの必要性や重要性が消費者安全法の改正により具体的に裏付けられたということで、ネットワークが非常に進めやすくなったのではないかと考えています。

ただ、これまでも見守りネットワークは機能的に活動するのがなかなか難しいと言われていました。実際、私どもも昨年、厚労省の調査「セルフ・ネグレクトや消費者被害等の犯罪被害と認知症の関連に関する調査研究事業」に参加させてもらいましたが、その調査の中でも、消費生活センターの相談窓口と福祉関係とがどのように連携していったらいいのかということをお問われていたのですがまだまだ模索状態で、「忙しそうだから」ということでお互いに遠慮があって、なかなか連携が取りづらいつという報告が見られましたが、今後、そういうことのないように、さらにネットワークを強めていかなければいけないと思っています。

それから、従来の地域の見守りネットワークと改正消費者安全法の求める消費者安全確保地域協議会が相互につながりを持つのか、あるいは全く別個のものとして位置づけられていくのか、いずれにしても地域によって安全・安心の社会の構築のために、今こそ実効性のある組織としてネットワーク化が図られ、実際に機能的に運営されなければならないときだと考えています。

ただ、どのネットワークにおいてもコーディネーター役が必要であり、今回の消費者安全法の改正による消費者安全確保地域協議会のネットワークとコーディネーター役は行政機関が担うということをお話しいただきましたけれども、コーディネーター役がどのように動くかによって、成功するのか、あるいは会は作ったけれども動かないままということで毎年会議だけ重ねるような結果で終わってはいけないと思っています。

昨年、高齢消費者・障害者消費者見守りネットワークの機能強化のためと期待して、ぜひ消費者庁が参加団体を有機的に結びつけるコーディネーターとしての役割を果たしてほしいと昨年の会議でも述べさせてもらいました。消費者安全法が改正された今、各自治体に地域協議会を設置することが促されたということなので、消費者庁は、この会議の招集役としての役割を担うだけではなく、地方のネットワーク化がもっと確実にできるように、名実ともに司令塔としての役割を果たしていただきたいというのが私どもの協会の期待です。先ほどお話を聞きましたら、交付金が利用できるということですから、交付金が利用

できれば少しは自治体も地域協議会が作りやすくなるのかなとは思っています。ただ、交付金を使うのはなかなか使いづらいというのが各自治体の意見でもありますので、そのあたりのところも御指導をいただきたいと思っています。

それと、きょうのことと関連あるようなないような話なのですが、消費者庁が消費者行政あるいは消費者施策の司令塔だというのは誰もが認めているところです。ただ、私が地方の出身だからということではないのですが、地方を見渡したときに、消費者行政部門が必ずしも地方の消費者施策の要になれているか、あるいは司令塔役になれているかといったら、今のところは残念ながら、そのような位置付けにあるところが、あまりないと認識しています。そのことがネットワークを作る、あるいは地域協議会を作るという組織化のときに難しくしているのではないかと思います。消費者庁さんのほうでも、消費者政策の展開において消費者庁が司令塔の役割を中央で果たしているように、地方の自治体等の中でも消費者行政担当部門がその役割を果たすような立場になるようにお力添えを頂きたい、そうすれば少しいろいろなネットワーク化も作りやすく、なお機能しやすくなると期待しています。そのあたりのところも、今日の会議でお願いしておきたいと思います。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 ありがとうございます。

ただいま2つのお取組を伺いましたけれども、ほかにも取組や御発言などがおありの団体様におかれましては、御発言をお願いいたします。何かおありでしょうか。

どうぞ。

○主婦連合会 主婦連合会の角田でございます。

主婦連合会としましては、高齢者の消費者教育ということは当初より取り組んでおりますが、本日は、大阪支部として、地方の立場としてお話をさせていただけたらと思っております。

相変わらず大阪でも、しつこい訪問販売、そして悪質な電話勧誘、脅迫まがいの電話といった事例がたくさんございます。私たちは苦情相談の窓口を持っておりますが、泣き寝入りをさせないということに重点をおいて対応しております。クーリング・オフの期間が過ぎてしまったからと泣き寝入りをするお年寄りの方もいらっしゃるわけですが、なんとか被害回復ができるよう、消費者に寄りそう苦情受付を心がけております。高齢者の中には、同居している若夫婦に遠慮して、被害のことを言い出せなかったり、なかなか相談に来ないというような人たちもおられます。私たちは、こちらから出かけて行こうということで、消費者のための高齢者見守りパトロールという腕章をつけまして、積極的に訪問をしながら、説明をさせていただいております。

苦情相談の中でも、やはり非常に問題のあるケースは、訪問販売に多いということが言えます。大阪では、訪問販売業者から見える場所に「訪問販売お断り」と明示したステッカーなどを貼ってある場合は、「拒絶の意思を表明している」と認め、消費者に対し勧誘する行為を禁止することを、府条例17条の規則第5条で定めています。お断りステッカーの取り組みは当初は消費者団体が先にやったもので、行政は後追いでございますけれども、条例できち

んと定められたことで効果が出ました。玄関にこれを貼った場合には、たとえ訪問販売業者が来てしまった場合でも、これが貼ってあるではないか、どうしてそういう強引な契約を結んだのだというようなことを後で内容証明で送るなどすることができ、これが案外効果が出ているということで、地元では非常に人気が高く、欲しいという方がたくさんいらっしゃいます。

いろいろな啓発をしたり情報を伝える場合、難しい話ではいけませんので、人形劇で楽しくお話をさせていただいたりするなど工夫しています。また、警察の方々とともにパトロールをするというような事も行い、これが非常に効果を上げております。

今までいろいろなお話が出ていましたけれども、高齢者を被害から守るというだけではなくて、高齢者もともにボランティアといいますか、協力をしていくことが大切だと思います。そうすることによって、高齢者の意識も高まるのではないかと。守られるばかりではなくて、そういう抵抗力のある高齢者をつくらなければならないのではないかと。例えば、子供と高齢者、暮らしの被害防止というような事柄で集まっていただいたり、子供の消費者教育ということで冊子を作りまして、おばあさんと、もしくはお年寄りの方と一緒に子供の絵本を見ながら、お話し合いをしながら契約について学んでいただくという、高齢者が教える立場にもなっていていただいております。

やはりこれからは、被害救済と並行して、強い高齢者を作るということもやらなければならないのではないかと。先ほど来、そういう連携がとれますよというご紹介でございましたけれども、やはりしっかりと、これは地域で作らなければならない、というぐらいの強いアピールをお願いできたら、地方で非常に取り組みやすいのではないかと思いますので、どうぞよろしく願いいたします。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 ありがとうございます。

ほかに。

どうぞ。

○全国消費者団体連絡会 全国消団連の板谷と申します。お時間を頂きまして、どうもありがとうございます。

私のほうからは、きょう、資料9ということで資料を提出させていただいているのと、それから、先ほど表紙に「ストップ！迷惑勧誘」と記載したチラシを配らせていただきました。

今、消費者委員会で、消費者契約法と特定商取引法の見直しについて議論が行われているところであります。私たちは、この機会をよりよい改正につなげていけるように関係する団体に幅広く取り組みを呼びかけて、一緒にやっていきたいと思いますというお話をしています。

資料9ですけれども、1枚目が、7月に呼びかけをさせていただいた特定商取引法の改正に向けたネットワーク、2枚目のほうは、8月ですけれども、消費者契約法も一緒にやっていきたいと思いますという呼びかけをさせていただいております。

消費者契約法と特商法の見直し、いずれも高齢化とか情報化といった社会の変化の中で消費者トラブルの未然防止と救済を図ろうというものでありますから、先ほど来のさまざまな御報告等にあったような消費者被害の状況を考えますと、この会合に御参加の皆さん、ぜひ一緒に連携して取り組んでいきたいと思いますと呼びかけたいと思っています。

資料9は呼びかけですので、高齢者団体の皆さん、障害者団体の皆さん、これをお持ち帰りになっていただいて、組織内で御検討いただいて、ぜひとも参加をしていただければなと思っています。

当日配付した紙は、今ちょうど消費者委員会で中間的な取りまとめがされまして、意見募集が9月1日から9月30日まで行われていますので、この機会を使ってしっかり意見を出していくことと、それから、何よりも多くの一般消費者は今こういう議論がされているのだということも御存じないと思いますので、こういう簡単なチラシを撒いて、今こういうことが問題になって、こういう議論がされているのだということを広く知らせていきたいなという意図で配布を始めようとしているものです。今日お配りしたのはまだ校正中のゲラですけれども、完成させて今週中にも配布を始めたいと思いますので、是非一緒にそういう取り組みを進めていきたいと思います。参加いただけるようでしたら、このようなゲラもどんどん流していきますので、一緒にやっていきたいと思いますということです。

また個別に御相談もさせていただきますが、せっかくの機会ですので、きょう、この場をおかりしまして呼びかけをさせていただきました。

どうもありがとうございます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 ありがとうございます。

ほかに。

どうぞ。

○日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 資料11の日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会です。公益社団法人を入れるのを忘れたという、ミスをしてしまいました。済みません。

私たちが今、「ストップ！迷惑勧誘」という運動に取り組んでいます。毎年11月の土曜日、日曜日に当協会ではなんでも110番を実施しています。今回は「訪問販売・電話勧誘販売・通信販売・その他新手商法などなど」ということで、Do-Not-Knock制度、Do-Not-Call制度、いわゆる訪問販売お断りと、悪質かを問わず、電話勧誘を嫌だという人には勧誘しないというような制度を作っていきたいと思っております。

高齢者の方が電話勧誘とか訪問販売でターゲットになることが多いのです。高齢者の方の相談では、販売説明の記憶が曖昧になりがちです。また、以前に消費者被害に遭った高齢者はリスト化されていて被害が繰り返される、それから、比較的預貯金があるということでターゲットになっております。

ぜひ皆さん、自分たちが嫌だという勧誘を受けないで済むような制度を作るために、特定商取引法中間整理への意見書を出していただくとともに、私たちの110番も利用していた

だけたらと思います。どうぞよろしく願いいたします。

以上です。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 ありがとうございます。

ほかにおありですか。

どうぞ。

○日本消費者協会 日本消費者協会の内田と申します。

私どもの協会は、全国の消費者の方から御相談を受けておりますのと同時に、いろいろなところに講座として受託をして出掛けることがあります。その中に、見守りというテーマで基礎自治体のところに伺っているのですが、そこで包括支援センターとか民生・児童委員の方たち、あるいは町会長の連合会の方たちに、特に高齢者の被害についてお話をさせていただいています。

その中で、見守る側の方からの不安というか、どこまで入っていったらいいかわからない、見守るといふ側の立場がどういう立場になっているのかというのなかなかきちんと説明できにくい、見守るだけということではなくて、もう一歩踏み込みたいけれども、どこまで踏み込んだらいいのかわからないというような不安というのでしょうか、見守るのだけれども、その一歩先までどうして入っていったらいいのか、自分の立場として、法的な問題も含めてどうなのだろうという疑問の声がよく寄せられます。

その一方で、こういう講座を受けて、消費生活センターとの連携というのも分かったので、未然に防止できたというケースも何件か伺っています。

もう一つ、私どもで相談の中に入ったのは、先ほど契約法の見直しの話が出ましたけれども、約款の中に自動更新というのがあるのですね。私が先日御相談をお受けしたのは、80代後半の女性です。お一人暮らしで、お習字か何かそういう通信講座のようなところに入会を長年していらして、それが1年ごとに会費を納めるのではなくて、自動更新をしていくのだそうです。そうすると、この方は認知症になっていて、更新料の会費を納めることを自分の中でできなくなっていた。それで督促状が来ていて、たまたま訪れた親族の方が、これは何だろうということで見つけたところ、会費も払っていないので、いろいろなペナルティーもつけて、いっぱいお金を払いなさいというような督促状が来ていたという御相談を受けました。

そういうことからすると、高齢者の方たちの契約、特にこれが継続的役務に当たるかどうかは別として、そういうお稽古事、あるいはインターネットもそうですけれども、プロバイダー契約とかが自動的に更新されてしまって、この方の場合には振込用紙が送られてきていたのですが、それが認識できないままに、溜っていたわけですね。そうすると、気が付く方がいらしたからいいけれども、そうでなかったときには退会することもできず、あるいは更新する手続もできないままに放置されているという状況が起こるわけです。なので、特に自動更新ということについては、今度の契約法の中でどうなるかわからないのですが、特に高齢者に関しては自動更新という約款をもうちょっと考えていただく

必要があるのではないかと感じました。

それが、今、私がここで申し上げたいことの2つです。

以上です。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 ありがとうございます。

ほかにおありですか。

どうぞ。

○北海道立消費生活センター 北海道立消費生活センター教育啓発部長の田原と申します。よろしく願いいたします。

資料10を御用意しておりますので、そちらを御覧ください。北海道における取り組みについて御紹介をさせていただきます。

まず「1 消費者月間において北海道警察本部が全面バックアップ！」とありますが、現在、消費者トラブルに関しましては、悪質商法・特殊詐欺とございますが、民事事件・刑事事件、きっぱりと分けることのできない案件が多数ございます。複雑多様化した消費者トラブルにどう対応していくかということに関しまして、道警本部のほうと話し合いをしました。そこで、ここまでは消費生活センター、ここからは警察というような今までのやり方ではうまく進まないのではないかとということで、相互に連携を強化してやっていこうということで、本来であれば消費生活センターで詐欺の撲滅キャンペーンを行うのは余りなじみが今まではなかったのですが、そういったことも言っていられないということで、警察も消費生活センターも、悪質商法も特殊詐欺も一緒に撲滅キャンペーンに取り組もうということで、今年は消費者月間をそういうテーマで実施しております。

本日、警察庁の方がいらっしゃると思いますが、道警本部、特に生活経済課には全面的な協力を頂いておりますので、御報告いたします。

今年は、これまで単体で行っていた街頭啓発を札幌市消費者センターと共催という形で開催しております。道警本部の全面協力のもとで開催しております、多数の来場者に来ていただくことができました。道警からは、各警察署で配布している啓発グッズを集めていただきまして、参加者にプレゼントするという形で、各警察署でいろいろなグッズを作っているということがこのときに分かりました。こういった警察署で作っているものを私たちがこのときに初めて知ったので、やはり連携していくと、そういった情報も入ってくるということが実感できたところです。

また、子供たち用に、子供用の警察官の制服を着用できるコーナーを設置しましたところ、子供たちに大人気で、道警のマスコットキャラクターの「ほくとくん」もずっと汗をかきながら参加していただきまして、大好評でした。

札幌南警察署長に「撃退！特殊詐欺 悪質商法」の迫力ある色紙をこのときに書いていただきまして、バックパネルとして使用し、大変好評を得ました。

共催者の札幌市消費者センターでは、劇団による「訪問販売の寸劇」や「ハエ叩きで悪質商法撃退！かるた大会」、次のページにその写真があるのですが、このかるたは実は、ス

ページ上で、見ていただくとわかるのですがかなり大きなもので、これをハエ叩きでとるというもののなのです。訪問販売の寸劇も、皆さん各地で行われていると思いますが、アドリブでかつらが外れたりといったような笑いも起きながら、どういう訪問販売の方法があるのかというのを、毎回定員が20名くらいずつなののですが、全て定員になるような状況で、大変好評を得ました。

高齢者は在宅率が高いということで、特に見る媒体として新聞とテレビが多いと思われるのですが、北海道の民法のテレビ局では番組内で「今、そこにある詐欺」というコーナーを設けております。そこでの取材で得た犯人の肉声のテープを電話機を通して聞けるコーナーを設けたり、シャープさんを始めとして、今、電話機メーカーで振り込め詐欺の防止機能を搭載した新機種の電話を発売しております。そういった電話機の展示コーナーを設けまして、来場者の関心を集めていました。

来場者からは、実際に犯人の肉声を聞いて、これまでは他人事だと思っていたけれども、これならだまされてしまうかもしれないといった実感や、電話機を見て、うちの親の家にも振り込め詐欺の電話が来ていたので、こういった機能がある電話だったらぜひ親に買ってあげたいというような声も聞かれています。

そのほかにも、消費者被害防止ネットワーク構成団体の方たちからパンフレットを集めて紹介するコーナーや、北海道では地元の新聞として最大手の北海道新聞が「STOP！詐欺被害」という連載記事を行っておりまして、そちらにも御協力をいただいて、その記事のパネル展示を行っています。決められたコーナーを回った方に啓発グッズをプレゼントするという形式で行いました。

続きまして「2 北海道内で地域消費者被害防止ネットワークが続々設立！」とありますが、北海道では第2次消費生活基本計画において、高齢者等の被害防止を重点課題としております。そのためには消費者被害防止ネットワークが有効と考えまして、昨年度より、この設置促進を事業化、未設置市町村を現地訪問して設置の働き掛けを行っています。道内には現在、市町村レベルで54カ所にネットワークがございしますが、北海道内には179の市町村がございします。まだまだ設立ができていないところもございしますので、そのネットワークの輪が広がるように取り組みを現在進めているところです。

昨年度は38か所の市町村を訪問しまして、2町で設立されています。本年度は既に2市で設立されておりまして、3町は年内の設立を目指して活動中です。来週の月曜日には、オホーツク管内の湧別町で設立会議がありまして、そちらのほうに私どものほうで呼ばれて行く予定になっています。また、道内の全市町村にアンケートを実施しまして、ネットワークについて前向きに考えている市町村には積極的な働き掛けを行っています。

皆様御存じのとおり、特殊詐欺の被害が現在過去最悪の状況にありまして、北海道でも同じような状況にございします。数字はこちらにございしますが、深刻な状況にあるということと、消費生活相談の現場では高齢者の相談が一番多く、被害金額も高額化の傾向、また、二次被害も多く見られ、看過できない状況にあります。

これらの被害を防止するためには、やはり地域ぐるみで関係機関が連携して、特に配慮が必要な高齢者を見守る仕組みづくりが有効であり、その仕組みづくりこそが、私たちが行っている消費者被害防止ネットワークと考えています。市町村には、ネットワークを設立することにより、その機能として、見守り、気付き、通報・対応というものがある。そのネットワークの設立効果として、監視による未然防止と注意喚起、被害の早期発見、早期救済、潜在化している被害の掘り起こしが期待できるということを説明しています。

北海道の消費者被害防止ネットワークは、平成15年12月に立ち上げております。本庁消費者安全課と道警本部の警察相談課、生活経済課、私たち道立センターが幹事となっております。現在、構成機関・団体は41、オブザーバーには公取に入らせていただいております。年1回定例会議を開催しているほか、「消費者被害防止ネットワークニュース」というものを隔月で発行しています。今年度はさらに、先ほどの色紙がございましたが、そちらの色紙を活用したポスターを作成しまして、全道の警察署、交番全てに張り出すということを予定しております。

また、北海道のネットワークを法に基づく協議会とすることで市町村への波及効果が期待できるので、北海道の消費者被害防止ネットワークをまず改正消費者安全法に規定されている消費者安全確保地域協議会として位置づけることによって、市町村に対しても説得力を持つことができるのではないかとということで、今後検討していく予定になっております。

消費者被害防止のためには、やはり各関係機関・団体が持っている役割、機能を活かして連携することによって、さらにその機能がより発揮できるものと私たちは考えております。

添付資料として、現在の地域消費者被害防止ネットワークの一覧と、私ども北海道の消費者被害防止ネットワークの構成機関・団体の一覧を添付しておりますので、御参考までに御覧いただければと思います。

以上になります。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 ありがとうございます。

ほかにいらっしゃいませんか。

どうぞ。

○全国消費者行政ウォッチねっと 私は全国消費者行政ウォッチねっとの前野といいます。

今回のネットワークでは、最初に消費者庁の方からいろいろ地方公共団体における地域協議会の設置の促進というお話がございました。—ここでは情報を共有していくことと、連携ということが言われているわけですが、この中で、ここにいる構成団体の中の方たちが人材を推薦していただいて、ネットワークが構築されていくと思うのですが、その人材の育成の協力をする具体的な事項として、—活動の支援としては、協力員の方に対する役割を周知していただくことと、また、イベントなどでも協働等が考えられると思います。その中でお願いしたいのは、関係団体の協力のそうした前提として、国から自治体に協力

支援が不可欠だと思っています。

今回、地域協議会の設置は人口5万人以上のところでなっていますが、自治体によってはどのように構築していったらいいのか分からないというところがありますので、国から地方自治体に周知していただくことをお願いしたいと思っています。

それと、こういった各団体構成員の方たちが参加されると思うのですが、周りを見ると、60代以上の元気な高齢消費者の方たちが、自分たちが何かしたいといっても、改めてこの構成団体の中に入っているわけではない人たちが地域にたくさんいて、例えば自治体が行っている消費生活サポーター養成講座等を受けても、自分たち数人でどうやっていったらいいかわからない。行政がなかなか協力してくれないと言うと語弊がありますが、行政はまだまだそこまで行っていない。もったいない人材がたくさんいると思いますので、国から地方自治体に見守りに関わる人材の活用を働き掛けていただいて、埋もれている人材を地域の見守りネットワークの中に取り込んでいただければ、もっともっと幅が広がって、60代以上の人も70代、80代となっていくわけです。先ほど団体の方からも、元気な方たちが、自分たちが勉強して、自分たちが見守っていくというお話がございました。今、その人たちをいかにこのネットワークの中に取り組んでいくかという方向を検討していただき、連携、これからお話しされるかと思うのですが、参画して、実証を示していけるよう、繰り返しになりますが、自治体による協力が必要と思うので、国から各自治体に周知していただき、よりよい方向を共に考えていかれたらいいと思っています。

以上です。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 ありがとうございます。

どうぞ。

○日本盲人会連合 先ほどの御報告が何件かあった中で、質問なのですけれども、被害に遭われた方たちというのは、こういう消費者団体というか、さまざまな情報というか、そういう講演会とか研修会に参加したことがあるとかないとかというデータはあるのでしょうかというのが1点目の質問です。

その質問をする内容は、私ども視覚障害者の団体は全国に組織を持っておりますけれども、約5万人です。視覚障害は全体的に37万人ぐらいいるわけで、組織に入っている人は5万人しかいない。そうすると、その中でも点字とか録音とか、いろいろな媒体でいろいろな情報が出ていくけれども、メールができる人というのは1万人から多くて2万人となるのです。そうすると、こういう情報、例えば見守りネットワークのメルマガなどは毎回のように配信をさせていただいているのですけれども、あとの全体として35万人ぐらいには届いていないのですね。

それを踏まえて、3・11の東日本大震災があったときにテレビのコマーシャルがほとんどなくなって、あれはACというのですかね。何か荷物を持ちましょうとか、障害のある人に手助けしましょうとか、いろいろな広告をやっていたのですけれども、あのときに電車に乗っていて席を譲られるのが、ほぼ9割譲ってもらっていました。ところが、あの広告

がなくなったら打率が物すごく下がってしまって、譲っていただけるのが1割ぐらいなのです。別に私は譲ってほしいという意味ではなくて、あの広告にどれだけ効果があったかと思っているのです。そうすると、例えばテレビでわずか20秒、毎回のように、こういう訪問販売が来たらすぐ電話しましょうとか。

結局、組織に加盟したり、こういうところに来る人たちはいろいろな情報があるのですが、今の民生委員さんとかにお一人暮らしの高齢の方の名簿などは行っていませんし、障害のある人の名簿も行ってないのですね。20年ぐらい前は、一人暮らしの方とか障害のある人の名簿を民生委員さんは全部持っていました、今は持っていないのです。そうすると、持っていない人、名簿が吸い上げられない人にどうやってこの教育をしていくかということが重要で、そのためには、やはりラジオとかマスコミがきちんと協力をして、こういうものにひっかからないでねというのを、特番を組む必要はなくて、わずか15秒とか20秒のものをジャブのように繰り返しやる方がいいと思うのです。

私も年齢のせいか毎朝3時半とか4時に起きていますけれども、特に通販をいっぱいやっている土日の番組の中で、そんなことは1個も出てこないのですね。だから、高齢の方たちが見ているような番組のところをそういうものを少しずつ、何らかの協力を得て差し込んでいくというのが大事かなと。「ラジオ深夜便」などでも、時報の前にちよろっと言うだけで相当違うかなという気はするのですけれども、そういう手は打てないものなのではなかね。質問と意見でございました。

以上です。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 ほかに質問などがおありでしたら、まとめてどうぞ。

○全日本ろうあ連盟 全日本ろうあ連盟の松本と申します。

消費者庁に前からファクス番号を公表してほしいということを繰り返し要望しているのですが、なかなか載せていただけないのです。まずそれを考えていただきたいと思います。緊急相談を受ける体制、整備が大切です。緊急に連絡がとれる、そういう体制がなければ、トラブルが起こっていくわけですので、ぜひファクス番号の公表をお願いいたします。

それから、障害消費者という言葉がありますが、これは聴覚障害者は省かれているというふうに理解したものなのですか。

3つ目ですが、来年、障害者差別解消法がスタートとします。それに関しまして、聴覚障害者への対応をどのように考えていらっしゃるのか、お聞きしたいと思います。

以上です。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 ありがとうございます。

○消費者庁長官 今までいろいろ御質問あるいは御意見がございました。この場で十分なお答えはできないかと思うのですけれども、先ほど御指摘のように、やはり繰り返して広報するということは非常に重要だと思っております。政府としては政府広報という手段がありますので、そちらのほうで高齢者などの被害の未然防止というようなことについて

は広報をさせていただいておりますけれども、政府広報自体についてはそんなに回数が多いわけではないというのもございますので、なかなかごらんいただいているとか、聞いているとかというところには十分至っていないかもしれません。

先ほどお話ししたACの広告は、いろいろな公的な団体などのキャンペーンなどは時々載せられておりますけれども、政府が直接やるものについては、政府広報で政府がお金を出してやってほしいというお話に恐らくなると思っていますので、公的ないろいろな活動とか団体をどのようにACなどの活動の中に乗せていけるかというのは一つの課題としてはあろうかと思えます。政府広報としても、先ほど申しましたようにいろいろ努力はさせていただいているということではございますけれども、まだ恐らく届き方が十分でないという点は、我々も努力をしなくてはいけないと思っております。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 どうぞ。

○日本盲人会連合 今のお話はとてもわかるのですが、私は、政府は物すごく努力していると思っているのです。ですが、努力の限界はあって、どうしてもそういう政府広報紙とかが届かない人たちはいっぱいいるのです。ところが、やはり社会的なこういう問題は、当然民間だとか、特にNHKなんかはお金が公共的に入っているのだから少しやったっていいのではないのという気はしているのですけれども、物すごい大キャンペーンではなくていいので、じわじわじわじわ、ボクシングで言うジャブのように出していかないと浸透しないのではないかと思うのです。

ここまで来ていてもなかなか減らないというのは、そこら辺のところ、それぞれのところは頑張っていて、そこはわかるのですが、最終的に個人にどう情報というか、この注意喚起が行くかというところが重要なような気がしております。

以上です。

○消費者庁長官 ありがとうございます。

マスコミに対しても情報提供し、国民に届くような注意喚起というのを、いろいろな切り口、いろいろな機会をつくりながら、我々ももう少し努力をしたいと思えます。ありがとうございます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 細かいところで、先ほど被害に遭った人たちについて、相談があった段階で、その方々が講演会に参加したかどうか分かりますかと。今の場合だと分からないと思います。絶対全員に聞くようにはなっていませんので、そのデータというのはいないです。

あとは、先ほどの障害消費者の中に聴覚障害者は入っているかどうかという御質問ですが、入れて考えております。

○全日本ろうあ連盟 考えているのでしたら、ファクス番号の公表がなぜ今までされていないのでしょうか。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 ファクス番号につきましては、現在、消費者庁で直接御相談を受けているということではございませんので、これまでもこういった席でお

話は伺っていると聞いておりますけれども、そのようなことは今のところやっております。

ほかに、もしどなたか。

どうぞ。

○全国精神保健福祉会連合会 全国精神保健福祉会連合会の野村と申します。

私たち家族会では、相談を47都道府県それぞれの連合会とかでやっておりますけれども、そこに訴えが時々ございます。それは、ほかの一般の老人の方と同じように、今、株を安く買ってあげば、将来高くなるからといって50万円振り込めという話があって、それを振り込んで、後で詐欺だということがわかりまして、警察に家族会の役員も一緒に同行して、相談員も同行して、いろいろとその問題を解決してもらおうようお願いしたのですが、結局は犯人が捕まらなくて、返ってこなかったのです。そういうときに家族会の相談で受けておりますけれども、地域にこのような問題を受ける適切な窓口を精神の障害の方たちは知らないのです。ですから、これがどのようなところに行けば、例えば消費者センターに行けばいいのか、そこに行けばこの問題を相談できるのかということをもっと明確に周知させていただきたいと思っております。

それから、細かいことで、コンビニの店員さんとかタクシーの運転手さんから、精神の障害の方ですけれども、見かけ上、知的障害と間違われてしまって、お釣りをたびたびごまかされるという訴えを受けるのです。例えば50円玉ですが500円と、嘘のような説明をされて、結局損をして帰ってきたとか。そのときにどうしてはっきりそのことを違うでしようと言わないのと聞くと、やはり御本人がそういう能力を持っていらっしやらないのですね。店員さんと交渉してちゃんとしたお釣りをくれるようにと、そういった問題が発生するようになるときに、一体その問題をどこに訴えていったらいいのか。コンビニのチェーンの会社に申し入れしていくか、タクシー協会に行けばいいのか、よくわからないのですけれども、そうした相談を受けたときに、こちらは証拠がちゃんとならないのですから、どうしようもないと、泣き寝入りに終わっている。こうした問題も、できればどこかで取り上げていただいて、社会からそういった不正をなくすような仕組みをどうしたらいいのかということを、私たちは、もしよろしければ御一緒に考えさせていただきたいと思っております。

以上です。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 ありがとうございます。

ほかに御意見、御発言はおありでないでしょうか。

どうぞ。

○全日本ろうあ連盟 全日本ろうあ連盟です。

先ほどファクス番号についてのお答えがありました。消費者庁が直接相談を受けていないということですが、このチラシはどういうことなのでしょう。『消費者ホットライン』188』というパンフレットがありますね。ここを見ますと、確かに、消費者庁は直接相

談を受けていないということはわかりますけれども、ファクスでも相談機関につながるといふシステムにしていただけならいいのではないのでしょうか。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 今日配らせていただきましたこのパンフレットでございますけれども、今、御指摘のように、これは電話を使ったものでございます。何かおありのときに188を押していただければ、最寄りの消費生活センターですとか消費生活窓口につながるといふものでございますけれども、あくまで電話を通じたものでございますので、今お話のありました電話以外のものにつきましては、少し私どもとしても考えていきたいと思っております。

お近くの消費生活センターに御相談になるというのも、まずは一つかと思えます。消費生活センターによっていろいろな取組をやっていらっしゃると思いますので、先ほど例を申し上げましたけれども、白書でも少し取り上げさせていただきましたが、消費生活センターによっては、いろいろな障害者の方々、あるいは高齢者の方々に向けた相談体制を特に重視して対応しておられるところもございますので、繰り返しになりますけれども、まず、お近くのところで御相談になるということもお一つかと思っております。

いろいろ御質問、御意見、御提案をありがとうございました。

それでは、資料12を御覧いただければと思います。取りまとめということで移りたいと思います。資料の一番後ろのほうに4枚付けております「第11回会合 申合せ(案)」につきまして、説明させていただきます。

いて読み上げさせていただきます。

高齢消費者・障害消費者見守りネットワーク連絡協議会

第11回会合 申合わせ(案)

平成27年9月3日

高齢消費者・障害消費者見守りネットワーク連絡協議会

高齢者・障害者は、消費者被害に巻き込まれやすく、また、繰り返し被害者になることが多いことから、被害の未然防止と早期発見による拡大防止を図ることが重要である。

平成27年3月には、消費者教育推進会議取りまとめ、消費者基本計画の閣議決定、改正消費者安全法の実施に係る地方消費者行政ガイドラインの公表など、高齢者・障害者のトラブル回避に向けた取組が進められた。

これらを地域において実効性のあるものにするため、本連絡協議会においては、関係諸団体とともに、高齢者や障害者が、消費者としての利益の擁護及び増進が図られるように取り組むものとする。

1. 【発信】高齢者、障害者の消費者トラブル防止のため、積極的な情報発信を行う

各構成員は、高齢消費者・障害消費者等に対して身近な存在であることから、悪質商法やリコール情報等の安全・安心に関わる情報、消費生活相談窓口等、消費生活に関する情報について、インターネット、広報誌、その他様々な場を活用して、高齢者

や障害者、周りの方々へ積極的に情報発信していく。行政は、適時・適切かつ正確な情報を提供する仕組みを検討する。

2. 【連携】多様な主体が緊密に連携して、消費者トラブルの防止や「見守り」に取り組む
改正消費者安全法に定義された「消費者安全確保地域協議会」（以下「地域協議会」という）は、国及び地方公共団体の機関、地域の関連機関、消費生活協力団体または消費生活協力員により組織することとされている。

各構成員は、傘下の団体にも働きかけ、各地域で、消費者団体、福祉関係団体、民生委員、事業者団体、自治会、行政各部門など多様な主体が連携し、高齢者・障害者の消費者トラブル防止や「見守り」のためのネットワークを構築するとともに、積極的に地域協議会に参画する。

3. 【参画】効果的な情報発信、消費者教育・啓発の取組に積極的に参画する

見守り活動の担い手の得意分野を活用した消費生活に関する情報発信、消費者教育・啓発の実践的な取組を通じて、高齢者や障害者ご自身に消費者問題への関心を高めていただき、地域における消費者トラブル防止の活動へ参画してもらえよう取り組む。

4. 【検証】活動状況を定期的に検証し、必要に応じた支援を地方自治体に働きかける
各構成員は、半年を目途に、上記1. から3. に関するフォローアップのための会議を開催し、課題の共有化を図り、行政は必要に応じた支援を行う。

以 上

今、読み上げさせていただきましたけれども、本案につきまして御意見があれば、お願いいたします。

御意見がないようですので、「第11回会合 申合せ」は案のとおり決定させていただきたいと思います。

それでは、最後に、消費者庁次長から挨拶を申し上げます。

○消費者庁次長 次長の川口でございます。

本日は、お忙しい中、本連絡協議会に多数の皆様、遠方からも御参集いただきまして、本当にありがとうございました。

また、日ごろの活動についての御報告、これからの取り組みの御計画、あるいは私どもの説明についての問題点の御指摘など多様な御意見をいただきまして、大変有益な時間を過ごさせていただきました。

地域の見守りネットワーク、この連絡協議会は、消費者庁ができる前から、かなり先駆的な取り組みが行われているところにお集まりいただいて始まったということでございますけれども、改正消費者安全法も成立し、来年度には施行されるということで、新しい段階に入ろうとしているところでございます。本日は、サポーターですとかマイスターなど担い手の養成の取り組み、あるいは110番活動を通じての埋もれている被害の掘り起こしと

というような活動の御紹介もございました。また、地方自治体の役割が非常に重要だという御指摘、あるいは実際に自治体の中で消費生活センターや警察などが連携して成果を挙げているというお話の御紹介もございました。

先駆的な取り組みは、必ずしも全国に行きわたっているわけではないという意味では、まだまだ課題があるわけですが、私どもがそれを知ることによって、いろいろな機会に全国に、まだ取り組んでいないところに広めていく。単に消費者庁が考えているというだけではなくて、実際に取り組んでいるところがあるということを広めていくことで、この地域の見守り活動が全国津々浦々に波及していくということに努めてまいりたいと思います。

それから、障害者の方々からの相談についての課題の御指摘もいろいろございましたので、何度もこの場で御指摘を頂きながら、なかなか現実が進まないという問題点についてはおわび申し上げたいと思いますけれども、電話のほうにつきまして、まず3桁化ということになりました。これにつきましては、先ほどタクシーですとかコンビニの御指摘もございましたが、基本的には地域で消費生活センターに相談いただくというのが唯一単純なお答えでございます。多くのものはそこで対応していただける、そこが現状の精いっぱい。

ただ、消費生活センターがあるのだということをお存じない方がたくさんいらっしゃいます。消費生活問題を経験して消費生活センター等に御相談された方は2、3%ということです。ほとんどの方は御存じない。御相談されれば何らかの形でアドバイスもあり、被害が軽くなると申しますか、お困りになっていることのかなりのことが解決をしているということがあります。ですから、まずは消費生活センターに御相談していただくための手がかりということで、3桁化をいたしました。

電話しかつながらないというところが多いわけですが、周りの方に御相談いただいて、当事者である必要はありません。周りの方が御相談していただくということで相談を受けられますので、御活用いただき、また、御存じない方には188を周知していただければと思います。

もちろん、188というか、消費生活センターに積極的に御相談される方が少ないという問題があります。それを知らずに被害がどんどん大きくなっていくという問題がございますので、この見守り活動の重要性は、188があっても当然決して否定されるものではなく、積極的に、一歩行政が前に行くためにも、見守り活動が活発になっていただくということが必要なわけがございます。来年度、改正、施行されます消費者安全法に沿いまして、全国に消費者安全確保地域協議会というものが、簡単に言えば地域のネットワークでございますが、これができることを期待いたしまして、消費者庁では来年度予算をちょうど9月に要求したところですが、今まで30億円の交付金を50億円ということで大幅に増額要求しているところがございます。財政事情の厳しい折ではございますが、この問題については大きく伸ばすということで、消費者庁の最重点課題として要求をしたところがございます。

それから、地域協議会でございますが、地方公共団体はもちろん、医療・福祉関係、警

察・司法関係、教育関係、事業者関係、消費者団体などさまざまなプレーヤーに参加していただくことが非常に重要だと思っております。地域の見守りネットワークの推進役として、本協議会は長年御努力、役目を果たしていただいていたわけですが、次回以降は、この改正消費者安全法の施行直前ぐらいになりますので、さらにこの協議会の趣旨に沿いまして、改正消費者安全法の趣旨に沿いまして、地方公共団体事業者関係の方々など新たな構成員にも呼びかけをいたしまして、全国レベルの団体が参画していただきますと、地方の各団体での見守りネットワークの参加を呼びかけやすくなるということがありますので、できるだけ構成員への参加を呼びかけして、御理解いただいたところには参加いただいて、さらにそういう場で、関係者で問題点、課題を共有し、意見交換を行っていただきたいと考えているところでございます。

多くの関係者の方が一堂に会して意見交換をしていただく、また、説明、情報共有もさせていただくというのは大変貴重な場でございますので、できる限り開催頻度を増やす方向で調整をいたしたいと思っております。具体的には、また改めて事務的に御相談をさせていただきたいと思っておりますが、改正消費者安全法の施行をきっかけに、この協議会をさらに発展させ、皆様の活動の一層の促進、御活躍につながればと思っているところでございます。引き続き、御協力をお願いしたいと思います。

きょうはお忙しいところをありがとうございました。

以上でございます。

○日本盲人会連合 1つだけ、1分ほどよろしいですか。もう終わってしまって申し訳ないのですけれども、よろしいでしょうか。

この188というのは、まずどこにつながるのですかね。

○消費者庁次長 早速すぐ架けていただくと分かるかと思いますが、188を架けますと、まずその間は無料ですが、188で、郵便番号が分かる方は1番、分からない方は2番と言われます。分からない方は2番を押しますと、直ちに県の消費生活センターにつながります。簡単には2番。1番は、もっと身近な御住所のある市町村の消費生活センターにつながる。また、電話が混み合っていたりお休みであれば、東京であれば東京都、それから、休日であれば国民生活センターにつながるということで、あいているところを探してつながっていきます。ですから、最寄りの消費生活センターに是非御相談をしたいという場合は、御自分で調べていただいて、その最寄りの番号に架けていただくということがよろしいわけですが、どこでもとにかく御相談に応じてくださいるところということであれば、188にかけていただく。

それから、御本人でなくてもよいということは、繰り返し申し上げたいと思っております。御家族からかけていただくことも十分対応していただけるということでございます。

あとは、188が大変つながりにくいという御不満と申しますか、御指摘もいただいておりますので、自治体に、先ほどの要求している50億も活用していただきながら、さらに消費生活センターを増やしていただく努力を消費者庁でしているところでございます。

○日本盲人会連合 わかりました。ありがとうございます。

では、やはり1個だけお伝えしたいのですが、来年4月から障害者差別解消法が出てくるので、やはりファクスをどれか1本でいいので、ワンストップでいいと思うのですけれども、ぜひ御検討いただければと要望したいと思います。

以上です。

○消費者庁消費者教育・地方協力課長 よろしいでしょうか。

それでは、いろいろ御意見、御発言をどうもありがとうございました。

以上をもちまして、第11回「高齢消費者・障害消費者見守りネットワーク連絡協議会」を閉会させていただきます。長時間どうもありがとうございました。