

第7次第5回消費生活審議会
議事要録

事務局

お忙しい中、御出席いただきありがとうございます。国分寺市市民生活部経済課長の飯塚でございます。本日は委員全員が出席されていますので、国分寺市消費生活条例第19条第2項に基づき、会議が成立していることを御報告いたします。それでは、ここからの進行を村会長にお願いいたします。

会長

これより、第7次第5回国分寺消費生活審議会を開会いたします。

次回の第6回で答申を確定しますので、実質的に答申案を検討する機会としては、本日が最後です。

では、本日の審議に入る前に事務局から資料の確認をお願いします。

事務局

(資料の確認)

会長

配布した答申案は、これまでの審議会での議論が行われてきたものが盛り込まれていると考えていますが、御意見がございましたらおっしゃってください。

では、事務局から答申案の説明をお願いします。

事務局

(答申案の説明)

会長

この答申案は、これまでの審議会の議論を踏まえ、若年層と中高齢者層を分け、それぞれの特徴に合わせた対策を講じる必要があるという考え方に基づいて作られています。

文中では「定期購入」等の専門的な言葉や特定商取引法をはじめとする法律用語が使われており、私たちにとっては理解できますが、一般の方が理解できるかどうか危惧しています。

例えば「※」で用語解説した方がよいと思うのですが、いかがでしょうか。

委員

「定期購入」という言葉は、聞いたことはありますが利用したことはありません。専門的な説明において親切的な表現とするという意味では、良いと思います。

委員

私は実際に定期購入したことがありますので、最終確認画面のことも理解できます。ただ、定期購入をしたことがない方には分からないかもしれません。

委員

最終確認画面は必ず表示されるものですよね。

会長

はい、そのとおりです。

ホームページで答申を公開することを前提に考えますと、その記述に当たっては市民にも分かりやすいよう注釈を加えるのはいかがでしょうか。

事務局

ホームページにおいては、答申のアップロードを行う対応はしておりません。また、審議会会長から市長に答申を提出する際、市長に対して用語の説明を付け加える例はあまり見られませんので、ここで提案なのですが、ホームページで答申自体をアップするのではなく、市長へ「このような答申をしました」という概要の報告を行い、そこで言葉の意味を掲載するのはいい

かがでしょうか。

会長

審議会の委員は市民の代表として参加されていますので、市民への周知ということは大切です。市長向けの答申には注釈を付けず、市民向けの報告においては言葉の意味を注釈として書くことにしましょう。

ちなみに定期購入については、皆様は仕組みを御存知でしょうか。一定期間、定価で買うことを条件に最初だけお試し価格で購入できる取引を指します。

また、事業者が用意した申込フォームに入力して申し込む際は、最終確認画面を表示させる義務があります。しかし、トラブルになる人は入力したことに満足して、最終確認画面をよく見ておらず、お買い得であることと思い込んで、申し込んでしまいます。

今回の答申には直接の関連はありませんが、チャットで申し込むタイプや、SNSで注文するタイプは、事業者が申込フォームを用意しているわけではないので、最終確認画面が義務ではないことから、トラブルが多く起きています。

この答申では、前者の最終確認画面を表示させる義務のある定期購入を対象としています。

委員

1（3）SNSをきっかけとした消費者トラブルについて、①から③までありますが、これらは全て特定商取引法に関連するものなのでしょうか。

会長

全てではありません。今回の答申では、特定商取引法を主題にしているのではなく、あくまでもデジタル取引のトラブルが主題になります。特定商取引法を説明したのは、ネット通販に関する部分になります。

SNS型投資詐欺については、SNSやマッチングアプリが入口になります。その後、チャットに誘導し、会話を進めて親しい関係を作っていた後に、投資のもうけ話を持ち掛けてきます。ロマンス詐欺の場合も同様です。

委員

ネット通販の定期購入は詐欺に当たらないのではないのでしょうか。

副会長

詐欺ではないと言い切れない場合もあります。

委員

カテゴリが分かりにくいと思います。SNSをきっかけとした消費者トラブルの中にインターネット通販を入れていいのでしょうか。

副会長

全部に共通しているのが広告になります。通販、投資詐欺やロマンス詐欺も、SNSの広告が入口となるトラブルになります。消費者が意図しない形で金銭を支払わざるを得ない点にあるという点において共通しています。

SNSをきっかけに、インターネット通販に関しても定期購入契約ということを知らずに契約しているということは、騙されてしまっているのと同じような状況であろうと考えられます。したがって、SNSをきっかけとしたトラブルの一つとして投資詐欺やロマンス詐欺があり、インターネット通販もある、という構成と考えています。

委員

インターネット通販でも、必ずしも騙されたわけではないと思いますが。

副会長

もちろんそのようなケースもあります。ここで伝えたいのは、インターネット通販の中でも、トラブルにつながるような場合も多くあります、ということです。

委員

詐欺的インターネット通販ということになりますか。

副会長

インターネット通販全体を詐欺的と捉えられてしまう可能性があるのですが、それよりは、インターネット通販というもののなかにも悪質なものである、という考え方が望ましいと思います。

会長

その入口としてSNSが日常的に使われている、ということです。定期購入トラブルの多くは、ターゲティング広告が関係しています。これらの広告は、大変目立つようなものが多く、初回お試しというような文言が大きく表示されます。このような広告を見た人は、初回はお試しで買えるのなら買ってみようという気になります。これをタップした後、販売業者のホームページに行くと、細かい文字が大量に書いてあるわけです。大体がスマートフォンで見ているはずですので、ずっとスクロールしないと読み切れませんし、焦る気持ちから読み飛ばして申し込んでしまう。そのような人が多くおり、社会問題になっていることから、このカテゴリに入れてあるという考えです。

委員

定期購入に関しては分かりました。しかし、問題ないサイトもある一方で、インターネット通販の全部が悪いように見えてしまいます。

会長

それでは「②インターネット通販」という見出しを「②トラブルの多いインターネット通販」にしましょう。

「③定期購入に関する相談」はいかがでしょうか。

委員

同じように、その全部が悪いわけではないと思います。

会長

定期購入という取引形態は昔からあるわけではなく、ネット通販で化粧品や健康食品が取り扱われるようになってできたものと考えられます。

委員

解約がしづらいような定期購入をさせようとする事業者がいますね。契約は簡単にできるが、複雑な手続をしないと解約できない、電話もつながりにくい、というような悪質な事業者というのは、ネットに慣れていない高齢者などにはすごくハードルが高いと感じています。

会長

いつでも中途解約できますと表示してあるにもかかわらず、実際には電話でなければ解約できない、解約可能な期間も短く限定されているケースがあります。

副会長

確かに、今回解約に関しては答申で触れられていませんね。

会長

最終確認画面において解約に関することが表示されますので、最終確認画面について記載することで充足できると考えられます。

事務局

定期購入に関しては、インターネット通販の問題であることから「③定期購入に関する相談」を見出しにするのではなく、③を消した上で、それ以降を「また」でつなげるのはいかがでしょうか。

会長

そのように修正しましょう。事務局で対応してください。

では、続いて「2. 取組の方向性」についてはいかがでしょうか。

「（1）若年層に対する取組」のうち、対策案をゼミ形式で話し合う機会を作る等の参加者を楽しませるという記載については、他では例がなく、市独自の取組になろうかと考えています。

委員

学齢期とはどのような年齢を指すのでしょうか。

事務局

小学校入学から中学生卒業までを指しています。

副会長

②の保護者への啓発について、20 歳未満のインターネットのトラブルについて言及されていますが、成年年齢に合わせて 18 歳未満とした方がよいでしょうか。

会長

元になる PIO-NET のデータが 20 歳未満であることからこのような表記になっていますが、成年年齢を考慮すると 18 歳未満が望ましいかもしれません。

副会長

学齢期をおよそ中学生卒業までとすると、成年になるまでの高校生に該当する年代が抜けてしまいます。

会長

では（1）若年層に対する取組においては「学齢期」「20 歳未満」をそれぞれ「18 歳未満の若年層」としてカバーできる表記にしましょう。

委員

「2. 取組の方向性」にある「社会人経験」という表記は「社会的経験」が良いと思います。

会長

消費者契約法の文言に合わせて「社会生活上の経験」というのはいかがでしょうか。

委員

良いと思います。

副会長

ターゲティング広告の「欲しい商品」という表現について、一点よろしいでしょうか。

「欲しい」という気持ちになるのは、ターゲティング広告の商品を見たことで感じる気持ち

だと思われます。興味・関心が掻き立てられるような商品等が表示されるターゲティング広告を鵜呑みにするという表現はいかがでしょうか。

会長

興味があるというのも「欲しい」と自分が意識しているものでもなく、無意識の状態から興味を掻き立てるものですね。

委員

興味・関心を「喚起させる」という表現はいかがでしょうか。

会長

では「興味・関心を喚起させる商品等が表示されるターゲティング広告を鵜呑みにし」という表現にしましょう。このような仕組みを理解していないことから、見るべき表示を見ないということが伝わりますね。

続いて、③ホームページの活用は今でも取り組まれています、どのように改善される考えでしょうか。

事務局

現在、ホームページでは東京都消費生活総合センターホームページのトップのリンクを設定していますので、動画への直リンクを設定し、アクセスしやすいよう改善することを想定しています。

会長

確かに、その方が動画を観やすいですね。

続いて（２）中高齢層に対する取組を検討します。冒頭にある、買い物等の際「スクリーンショットで残す」という表現ですが「スクリーンショットで記録を残す」という表現が丁寧だと思いますが、いかがでしょうか。

委員

分かりやすいと思います。

会長

その他、御意見いかがでしょうか。

委員

ターゲティング広告は、それ自体が悪いものではなく、仕組みを理解して使うのであれば便利なものだと考えています。

つまり、ターゲティング広告の仕組みを理解しないまま鵜呑みにしてしまうことでトラブルが起きることが分かる表現にしてはいかがでしょうか。

副会長

ターゲティング広告そのものがネガティブなものではないということですね。

会長

この答申は、ターゲティング広告は単なる入口に過ぎないことを理解してもらいたいことが主旨ですので、ターゲティング広告自体を否定することではありません。広告からホームページに移ったときに、しっかりと判断することが重要ということです。

委員

「仕組み」という言葉は理解が難しいかもしれません。

副会長

では、これまでの議論を踏まえて、まずは「ターゲティング広告の内容を鵜呑みにし」という表現はいかがでしょうか。

会長

そのように事務局で修正をお願いします。ここではターゲティング広告の内容を鵜呑みにしないよう注意喚起し、その次のセンテンスでターゲティング広告は入口に過ぎないので遷移先のホームページをよく確認しましょう、という文脈になりますね。

副会長

(2) 中高齢者層に対する取組の文中に「SNSの広告だけでなく」という表現がありますが、これはSNSに限ったことではないと思いますが「広告だけでなく」と広い表現にした方がよろしいでしょうか。

会長

最近の高齢者の消費者被害は、ホームページの検索やメールのやりとりには馴染みがないもののSNSは使っているという方も多いですね。

副会長

では、SNSは残しましょう。

会長

出前講座の項目で伝えたいことは、スマートフォンを手に取りながら講座に参加することが効果的であることです。読んだときに、これが伝わる書き方にしたいと考えています。

また、地域包括支援センターについては、本来の支援業務が多忙であることから、これを圧迫しない協力体制が望ましいと考えています。現在はどのような協力体制になっていますか。

事務局

国分寺市の地域包括支援センターは6か所あります。これらを東西3拠点ずつ2つに分け、年間で東西1回ずつ「悪質商法撃退キャラバン」を開催しています。このイベントには東京都消費生活総合センターの出前寄席を活用し、落語家による消費者被害防止の講話や、市消費生活相談室からも相談員を派遣し、講義を行っています。また、このイベントとは他に、各地域包括支援センターが個別に行うイベントにおいても、依頼を受けて相談員を派遣しています。

会長

依頼を受けてから相談員を派遣しているということであれば、現在も負担にならない範囲での協力体制ですね。文中にある「協力体制」も実現可能なものとして残していきたいと思います。

委員

③国分寺市消費者見守りネットワーク協議会について、後段で「協議を継続することが重要」とありますが、協議という言葉が分かりにくいです。また「未然防止」とありますが、何を防止するのでしょうか。

会長

この協議会は、消費者安全法に基づく消費者安全確保協議会のことであり、地域の見守り人材が集まり消費者被害の防止、配慮を要する消費者の見守りに関する協議を行っています。また、未然に防止すべきものは消費者被害ですので、ここは「消費者被害の未然防止」としましょう。

委員

何を協議するのでしょうか。

会長

記載のとおり、トラブルの情報共有や消費者被害が発生したときに迅速に連携できる体制をどのように行ったらよいかを協議することです。では、これを明確化するために「取組について協議を継続することが重要である」としましょう。

では、結びの文章の検討に入ります。

委員

これは市長に対して提出するのでしょうか。

会長

受け手は市長になります。中段にある「消費生活相談室の役割を周知させ、その存在を認知させる」という表現は若干強いと思いますので「市民に広く知ってもらおう」という表現はいかがでしょうか。

委員

まずは、消費生活相談室の存在を知ってもらうことが重要だと考えます。

会長

では「存在と役割を周知し、広く市民に知ってもらうこと」としましょう。締めくくりはいかがでしょうか。

委員

「自立した消費者」とは賢い消費者ということでしょうか。

会長

国の消費者施策では「自立した消費者」としていますね。事務局の考えはいかがでしょうか。

事務局

東京都をはじめ、市でも「自立した消費者」という表現を使い始めています。自助・共助・公助という考え方の中で、これが自助に該当するという整理ができれば、事務局としては「自立した消費者」という表現でも良いと考えます。しかし、審議の中で別の表現が望ましいということであれば、そのようにしたいと考えます。

副会長

分かりやすい表現とするならば「自立した」という言葉がなくても差し支えないと思いますし、将来的に使いたい表現であれば残すのも良いと思います。

委員

「自立した消費者」と括弧を付けているということは、いわゆるという表現ですね。

会長

では「自立した」を削除しましょう。

委員

話は戻りますが、1（3）①SNS型投資詐欺・国際ロマンス詐欺の最後にある「被害を防ぐ啓発」の記載について、次の②の項目では「トラブルの防止策を啓発」とあるので統一した

方がよいのではないのでしょうか。

会長

では「被害防止の啓発」にしましょう。

委員

また、その前にある「数千万円」というのは総額でしょうか。

事務局

一件当たりの金額です。

会長

「一件当たり数千万円」としましょう。

そのほかはよろしいでしょうか。

では、これまでの議論を踏まえ、事務局で答申案の修正をお願いします。修正された答申案を会長と副会長で確認し、次回の審議会で配布します。

本日の審議会を閉会します。ありがとうございました。