

令和5年度 第1回
北海道消費者苦情処理委員会

議事録

日時：令和6(2024)年2月15日(木) 13:30~14:50
場所：北海道立消費生活センター 暮らしの教室

令和5年度第1回北海道消費者苦情処理委員会議事録

日 時：令和6年（2024年）2月15日（木） 13時30分～14時50分

場 所：北海道立消費生活センター 暮らしの教室

出席者：別紙「出席者名簿」のとおり

議 題：1 報告事項

- (1) 令和5年度における付託案件の検討状況について
- (2) 令和5年度における消費生活相談の状況について
- (3) 食品表示法、景品表示法、特定商取引法及び消費生活条例に基づく行政措置の状況について（令和4年度～令和5年度）

2 その他

議 事

（開 会）

谷内課長補佐 それでは、ただ今から、令和5年度第1回北海道消費者苦情処理委員会を開会いたします。
私は、事務局の消費者安全課の谷内です。よろしくお願いいたします。

（挨拶）

谷内課長補佐 開会にあたりまして、北海道環境生活部暮らし安全局長の佐藤よりご挨拶を申し上げます。

佐藤局長

皆様お疲れ様でございます。環境生活部暮らし安全局長の佐藤でございます。
足元の悪い中今日はありがとうございます。
苦情処理委員会の開催に当たりまして、一言、ご挨拶申し上げます。
私が申し上げるまでもないのですが、本委員会は、消費生活センターでの処理が困難となっている消費者被害事案につきまして、あっせん、調停を行うことで、消費者被害の救済をしていただく機関ということでございまして、これまで3件の付託事案につきまして、処理をしていただいております。
最近の消費者被害の状況をみますと、通信販売におけます定期購入トラブルによる被害が引き続き多く発生しておりますほか、副業や投資に関する情報商材の契約に際しまして借金をさせられる、いわゆるクレ・サラ強要商法による被害などが注視されております。
また、昨年6月でございますが、海産物の電話勧誘販売を行う札幌市内の会社の役員らが、特定商取引法違反の疑いで逮捕されましたが、海産物の電話勧誘トラブルに関する相談は、引き続き全国の消費生活センター等に寄せられております。
道といたしましては、今後も、こうした消費者被害の状況を注視しながら、適切な手法によりまして消費者啓発を一層充実させることはもちろんなのですが、積極的なあっせんによる被害の確実な救済に努めまして、厳正な法の執行による消費者取引の適正化に、取り組んでまいりたいと思っております。
本日の委員会では、事務局から、最近の消費生活相談の状況ですとか、法令に基づきます行政措置の状況などにつきまして、ご報告をさせていただきます。
皆様方には、それぞれのお立場からぜひ忌憚のないご意見をいただければと考えております。本日はどうぞよろしくお願いいたします。

谷内課長補佐 それでは、佐藤局長につきましては、他の公務がございましたので、ここで退席させていただきます。

(定足数)

谷内課長補佐

本日は7名全員の皆様にご出席いただきまして、委員の過半数が出席されておりますので、北海道消費生活条例施行規則第30条第2項の規定により、この会議が成立しておりますことをご報告をさせていただきます。なお、本日の委員会は公開とさせていただきます。また、会議録につきましては、委員の皆様にご確認の上、道のホームページで公表させていただきますので、あらかじめご承知をお願いします。

それでは、まず資料の確認をさせていただきたいと思います。まず、次第、それから出席者名簿、配席図、資料1、資料2、資料3、資料4、そして参考資料、最後に訪問販売お断りステッカーを参考に配布させていただいております。不足しているという方がいらっしゃいますでしょうか。全てお揃いでしょうか。

それでは、これからの会議の進行につきまして、中川委員長よろしく願いいたします。

(報告事項)

中川委員長

今年度の委員会もよろしく願いいたします。

それでは、次第に基づき、会議を進めますので、よろしく願いいたします。

まず、3の報告事項の(1)「令和5年度における付託案件の検討状況について」、事務局より説明をお願いします。

谷内課長補佐

それでは、令和5年度における付託案件の検討状況について、ご説明させていただきます。

付託案件の検討状況につきましては、あらかじめお渡ししている資料はございません。昨年の委員会におきまして、中川委員長からお話しいただいておりました、苦情処理委員会への付託、処理に係るフローチャートを参考資料として添付しておりますので、ご参照ください。

付託案件の検討状況についてご説明する前に、参考資料について、簡単にご説明させていただきます。

参考資料のフローの上からご覧ください。

まず、事業者との間でトラブルが生じた消費者が、消費生活センターに相談します。相談を受けた消費生活センターにおいて、あっせんを行ったものの不調に終わり、苦情処理委員会への付託が必要と判断した場合、矢印の①のとおり、当課に対して調整会議への付議の依頼が行われます。

調整会議において付託相当となった場合は、調整会議から知事、環境生活部長になるのですが、こちらへの矢印②のとおり、付託を決定します。付託決定後、当課から消費生活センターへの矢印③のとおり、付託決定の通知を行います。また、フローの左上の矢印④のとおり、相談者から、苦情処理委員会への付託に係る同意書を提出してもらった上で、フローの下段、矢印⑤のとおり、苦情処理委員会へ付託されるという流れになります。苦情処理委員会において、あっせん又は調停を開始しようとする際は、苦情処理委員会から消費者、道民及び事業者に対する矢印⑥のとおり、その旨を通知し、処理を進めます。苦情処理委員会における処理が終了したときは、苦情処理委員会から知事への矢印⑦のとおり、知事にその結果を報告した上、知事から上向きの矢印のとおり、結果を公表するという流れになります。

続きまして、付託案件の検討状況でございます。昨年度の苦情処理委員会開催以降、本日まで委員会に付託された事案はございませんでした。

また、苦情処理委員会への付託の前段として、委員会に付託すべき事案の検討を行う調整会議につきましても、開催の実績はございませんでした。

ただ、調整会議への付議までは至らなかったものの、道立消費生活センターにおいて付託を検討した事案が1件ございますので、ご説明させていただきます。

資料はございませんので、口頭での説明という形になりますが、よろしく願い

いたします。当該事案につきましては、店舗での催事において強引な勧誘により和服を購入させられたという事案でございます。

相談の概要としましては、相談者は、事業者の店舗において、事業者から、後日開催される催事に「見に来るだけで良い。」と言われ、催事に出向いたところ、強引に和服を買わされたが、解約したいというものでした。

相談者は、「高くて買えない。」などと事業者からの勧誘を何度も断りましたが、複数の販売員に囲まれまして2時間にわたり勧誘され、80万円を超える和服の購入契約を締結させられたということでございます。なお、相談者は、契約締結の際、事業者から、クレジットの書面には審査が通らないので、実際の年収よりも高い金額を記入するよう指示されていたということでございます。

センターがあっせんに入り、相談者に作成してもらった経緯書を事業者とクレジット会社に送付したところ、クレジット会社は支払を停止してくれましたが、事業者は「複数人で取り囲むほどスタッフはいない。着物の場合、2時間は長時間ではない。年収を上乗せするような指示はしていない。」などと述べて、「経緯書の内容は事実ではないことが多い。センターで書かせているのではないか。内容を取り消してほしい。」などと主張してきました。

センターの主張に対し、事業者はこれを認めず、交渉が難航したことから、センターにおいて委員会への付託を検討しましたが、最終的に、事業者は仕立代の実費数万円を支払ってもらえれば解約に応じるという意思を示し、相談者もその分を支払って解約したいという意思を示したことから、双方合意により解約処理に至り、苦情処理委員会への付託に至らず解決した、ということでございます。

説明は以上でございます。

中川委員長 ありがとうございます。ただ今の説明につきまして、ご質問やご意見等はございますでしょうか。

中川委員長 処理としては、個別事案であるので、あまり詳しい内容については言えないのかもしれないのですが、処理としてこういう形での落ち着いた方はよくあるケースであると理解してよろしいでしょうか。

田原主幹 北海道立消費生活センターの田原と申します。
こちらのセンターの相談員と事業者が交渉するのですけれども、弁護士とかとはちょっと違いましてあくまで任意での話し合いという形になりますので、強制力がないということになりまして、あとは消費生活センターが、例えば消費者契約法による取消し等、法律に基づいた主張はなかなか難しいので、問題点を指摘して、合わせ技みたいな形で解決に持って行くケースが多いので、今回のケースも明確な取消しとかそういったものではないのですけれども、問題点を指摘して、若干の解約料は発生しましたがけれども双方合意に至ったという経緯になります。そういったケースは多いと思います。

中川委員長 ありがとうございます。他の委員の先生からは何かございますでしょうか。
意見がないようですので、報告事項の(2)に進みたいと思います。「令和5年度における消費生活相談の状況について」、事務局より説明をお願いします。

由水課長補佐 消費者安全課の由水と申します、よろしく願いいたします。
それでは、消費生活相談の状況につきまして、資料1に基づきまして、ご説明をさせていただきます。

(資料1により説明)

中川委員長 ありがとうございます。ただ今の説明につきまして、ご説明、ご意見等ございませんでしょうか。

星原委員長代理	星原です。相談件数の多い賃貸アパートを含むレンタル・リース・賃借の関係なんですけれども、具体的にはこういった種類の相談が多いのか、例えば原状回復の金額等に関する賃貸アパートの関係が多いのか、もしくは物品のレンタルであったり、新しい形態をうたう関係の契約トラブルが多いのか、具体的な例を教えてくださいてもよろしいでしょうか。
田原主幹	レンタル・リース・賃借で多いのは、圧倒的に賃貸アパートの退去時の原状回復費用のトラブルになります。それ以外のものはそんなに多くないので、ほとんどが賃貸アパートのトラブルと考えていただいてもいいかと思います。
星原委員長代理	ありがとうございます。それからもう1点なんですけれども、副業などの儲け話の関係で、先ほどの挨拶にもありましたように、元々あるお金を使うというよりも、借入れをして被害にあうケースが多くなっているかと思うんですけれども、概算で何割くらい借入れで被害にあうという事例があるのか、いかがでしょうか。
田原主幹	統計は手元にないんですけれども、おそらく7割は確実に超えているかと思います。副業関係の儲け話の相談は、若年層に多いんですけれども、20歳代以下が約5割になっています。ですので、元々収入がない、預金もないという人が100万近い契約をさせられるということで、元手がないので、消費者金融からの借入れを指南されるというパターンが多いということになります。
星原委員長代理	そうすると、消費者金融が簡単に借入れできてしまうという状況は変わらない、前お聞きしたときに、同じ日に一気に何社か借りてしまって、与信等の審査がひっかかるのを避けるために一気に借入れしてしまうという事例をお聞きしているんですけれども、その問題は変わらないまま残っているという理解でよろしいでしょうか。
田原主幹	貸金業協会などの関係機関との意見交換の場では、同様の事例が増えていて、救済が困難だということで、そもそも借入れできてしまうこと自体が問題だということで、問題提起はしているところですが、話によると、1件目はそれまでに履歴が全くないのでやむを得ないところがあるんですけれども、2件目、3件目は同日であっても借入履歴は出ないんですけれども、照会がかかった履歴だけは残るので、それを見た消費者金融側は、2件目であれば貸出をしないと決めているところも多いようです。具体的な社名は申し上げられませんが、借入れを指南されるケースのほとんどは、消費者金融のアプリ等から借入れの手続きをするんですけれども、アプリ自体を持っているのは大手の4社くらいなので、ほぼそこに集中しているという状況であります。ですので、今後は、大手がどのような取組を進めていくのかということにかかってくるのかなと思っています。
星原委員長代理	ありがとうございます。
中川委員長	他にはどうでしょうか。
磯山委員	NACSの磯山です。よろしくお願いたします。化粧品のことなんですけど、購入手段は、主なものは通信販売になるのでしょうか。あと、高額な契約だとか、長期的な契約だとか、こういったものが1番多いのでしょうか。
田原主幹	化粧品に関しましては、近年問題となっている詐欺的な定期購入ですね、通販による定期購入によるトラブルというもので、健康食品なんかよりも化粧品の方が多いということになります。化粧品のなかでも、比較的最近は、定期購入全体なんですけれども、シニア層が結構多くなっておりまして、年齢層で見ると50歳代以上というのがボリュームゾーンになっております。育毛剤ですとか白髪染めのシャンプー、あと女性であればシワ取りシミ取りクリーム、そういったいわゆるコンプレッ

クス商品と言われているものが商材として使われているという現状でございます。

磯山委員

ありがとうございました。

伊藤委員

伊藤と申します。賃貸アパートのトラブルが非常に多い、上位を占めていると思うんですけども、実際にあっせんに入っている案件はあるのでしょうか。また、もしあるとしたら、こういった案件があっせん対象となっているのか教えていただいてもよろしいでしょうか。

田原主幹

賃貸アパートに関しましては、退去時の原状回復が1番多いのですけれども、基本的にはセンターがあっせんに入るケースは少ないです。原状回復のトラブルのガイドラインの説明をして、まず自主交渉をしていただくというのがセンターの処理としては多いということになります。それ以外の点で問題がある場合は、センターの方から管理会社の方に連絡をしてあっせんをするケースもあるのですけれども、賃貸アパート全体でみるとあっせん件数はそんなに多くないと思います。

伊藤委員

ありがとうございます。

中川委員長

他いかがでしょうか。
私の方から、2023年度の下から3つ目にある他の金融関連サービスというのは、どのようなものでしょうか。

田原主幹

こちら具体的に言いますと、金融コンサルティングというものになりまして、FXですとか投資商品、そういった直接的な取引に関わるものではなくて、例えばFXで儲かるようなサポートをするようなコンサルティングの費用を請求するというものが、他の金融関連サービスに入ります。先ほどの儲け話、内職、副業もそうなのですけれども、こういった金融関連のサポートを行うというものも、多く寄せられているので13位にランクインしているという状況になります。

中川委員長

ありがとうございます。他はいかがでしょうか。

細井委員

細井です。よろしくお願いたします。先ほどの1個話戻ってしまうのですけれども、賃貸アパートの退去費用の件であっせんに入られる件数はそれほど多くないというふうにおっしゃっていましたが、その理由と、あと制度の趣旨のようなところに立ち戻ってしまうのですけれども、こういった場合にあっせんをしていただきたりですとかあっせんをしないといった判断が、総括的な説明で任意の話し合いであるから落としどころを見つけての解決というようなことがあっせんをするときの根底にあるのかなというところなのでしょうけれども、その辺をご説明いただければと思います。

田原主幹

センターによって色々考え方はあると思うのですけれども、あっせんに入るケースというのは、基本的には、相談者の特性、例えば、若い、高齢者、障がい者とか、知識があまりないような方のサポートをするためにあっせんに入るというケースと、個人的に事業者とやり取りをするには問題が複雑すぎる、もしくは法的な知識が必要だということで専門的な知識を持っている相談員が間に入るというケースが考えられると思います。

基本的には、もし自分で交渉できるのであれば、交渉することによって、それが消費者教育の一環になるということで、助言、自主交渉をしていただくというのが前提にありまして、それ以外のものに関しては基本的に相談員の方であっせんをするというような役割分担というものがあるかと思っています。原状回復のトラブルについては、比較的年齢的には若者すぎたりもせず高齢者すぎたりもせず中間層になりますので、原状回復のトラブルのガイドラインについて説明をすると大体理解をしていただけるということで、まずご自身で交渉をしていただくということになります。

す。それでももし解決できなかつた場合に、再度センターの方にご相談くださいというふうに伝えておりますので、このように交渉したんだけども解決しなかつたという報告があつた場合には、センターの方から再度事業者に連絡してあつせんをするという段階を踏んでいるというふうに考えていただければと思います。

細井委員

どうもありがとうございました。

中川委員長

他に何かございますでしょうか。

話は飛びますけれども、2ページのところで年齢別で分けていただいているんですが、ここから何を読み取ればいいのかというのが、もしあるのであれば教えていただけますでしょうか。人口の比率、若い世代が減って上の世代が多いわけですよ、人数的には。そうすると、単純に高齢者の方が被害が増えるというのは当たり前なので、若い世代がどんどん減っている状況で、ここまで分けて何を読み取ればいいのかというのが、せつかく作っていただいたので、お伺いしたいのですが、何か感じられているところはありますでしょうか。

田原主幹

統計的には必ず年齢層というのをお示しするのですが、おっしゃっていただいたとおりなんですけれども、ここからどういうふうに読み取るかということなんですが、まず1番特徴的なのは、60歳以上で全体の3割以上を占めているということで、消費生活センターに寄せられる相談の多くが高齢者層が多いということで、3割以上というのは減ったほうでございまして、数年前までさかのぼると、60歳以上の割合はもっと高かったのですが、近年は高齢者層は減ってきている方になります。相談全体をみると、他の年代が少しずつ増えて高齢者層は減ってはいるんですが、割合で考えると未だに1番多いところを、年齢層で何をどう見るかというふうに考えますと、高齢者層が相変わらず消費生活トラブルが多いということ1点のみになりますかね。あとの年代は、そのときそのときでトラブルにあう、多く寄せられる相談の内容によって年齢層が変わってきますので、一概に若者が減っているとかいうのは1年だけを見ても言えないかなと感じております。

遠藤委員

遠藤です。よろしく申し上げます。私も、年齢の部分でお伺いしたかったんですけども、一昨年から成人年齢変わりました、統計資料としてもどれだけ増えたということもあると思うんですが、18歳未満とそれ以上で19歳と20歳の違いがあまりなくなってきたと思っていますので、未成年者取消権が使える年齢での相談件数と使えない年齢での相談件数を分けていただくと見やすいのかなと思ったので、以上になります。

田原主幹

ご指摘ありがとうございます。皆さん関心の高いところだと思いますので、ここから更に抜き出して今後お示しできればと思います。

磯山委員

5ページの2023年度の役務その他の件数が上がっているのですけれども、役務その他というのは非常に範囲が広いと思うんです。例えば買取サービスですとか不用品の回収とか非常に多い分野だと思うんですけれども、主にこういった相談が多くてこれが押し上げられたというものは具体的にあるのでしょうか。

田原主幹

多いのは、先ほどご説明しました副業関係で、内職、副業というのは別に分類キーワードがあるのですけれども、役務その他に入ってくるのは副業サポートと言われるもので、副業そのものの取引で契約しているのではなくて、副業するためのサポートですね、どういうふうにすれば儲かる、そういった手法を教えるというのが、他の商品役務の中に入ってこないのが、役務その他というところに入ってきています。その儲け話に関するトラブルが増えていることによつての役務その他というのが増えているということになります。

それ以外に役務その他に含まれるものとしては、高齢者に多いのがアナログ戻しですね。光回線から使わないならアナログ回線に戻しませんか、それに伴うオプション

	<p>コンサービスなんかもいっぱいつけられて数万円の契約をさせられたというようなものが電話勧誘で多く寄せられています。</p> <p>あと偽警告、パソコンで偽の警告が出るというようなものがあると思うんですが、そういったケースでのサポート、そちらのセキュリティ、ウィルス除去のサポート契約というものになりますけれども、そういったトラブルも他の商品役務に入っていないので、役務その他の中に入ってくるので、そういったものが複合的に入ってきている役務その他というジャンルとしては大雑把になってしまうのですけれども、そういったものが含まれて3位に上がってきているということになります。</p>
磯山委員	ありがとうございます。
中川委員長	役務その他は、来年度以降、例えば内訳を書いていた方がいいかもしれませんね。
星原委員長代理	<p>星原です。先ほどの契約当事者年齢の関係にも関わってくるんですけれども、特商法改正等の動きにもありますように、広告規制だったり、そういったところで勧誘のあたりをそこから防ぐなり規制しないと増えていくだろうということで動いてはいるんですけれども、何で、例えば通信販売だとしてもSNSで知ったのか、それとも誰か知り合いから誘われたのか、勧誘方法が違ってきますし、年代によっても、若年層だと学校だったり、上下関係だったり、知り合いから誘われるということが多ければ、高齢者よりもスマホで見ていることが多いので、どこから入っているのか、どこの広告を規制すべきなのかということを知るために、被害の入口の情報が1番重要になってくるんですけれども、そのあたり内容がないので、統計に出てこないとか、漠然と被害は多いかもしれないけれども、どの年齢が、どの広告、どの勧誘、端緒で被害にあっているのかを知るために重要な情報だと思うので、大変だとは思いますが、そのあたり広告規制を生かすためにも、立法事実を作るために、そういった統計があれば教えていただきたいですし、なければとれるように動いていただきたいというふうに思っております。</p>
田原主幹	1点だけ申し上げますと、2ページにございます契約当事者の年齢と3ページにございます販売購入形態別の件数なんですけど、こちらクロス集計をすることができませんので、例えば訪問販売だと圧倒的に高齢者が多いというのが一目瞭然の表を作ることができますので、少なくともそういったものを来年の資料に付け加えることは可能です。
星原委員長代理	ありがとうございます。
中川委員長	<p>その他何かございますでしょうか。</p> <p>それでは次に報告事項の(3)に進みます。「食品表示法、景品表示法、特定商取引法及び消費生活条例に基づく行政措置の状況について」、事務局より説明をお願いします。</p>
林課長補佐	<p>表示適正化を担当している林と申します。まず私から、お手元の資料2に基づき、食品表示法と景品表示法の関係についてご報告させていただきます。</p> <p>(資料2により説明)</p>
谷内課長補佐	<p>引き続き、特定商取引法及び北海道消費生活条例に基づく措置につきましてご説明させていただきます。</p> <p>(引き続き資料2により説明)</p>
中川委員長	ありがとうございます。それでは、今の説明につきまして、ご質問等ございませ

	<p>んでしょうか。</p>
磯山委員	<p>行政指導の件数の件なんですけれども、まず2つあるんですけれども、食品表示法に関しての指導の件数は、どうやって発覚するのかをお伺いしたいのと、同じように、景品表示法に関して、どうやって発覚するというか、わかったのかなと思いで。あと個別に道の方で店舗等に行って調査というのはしていらっしゃるのかなということをお聞きしたいです。</p>
林課長補佐	<p>食品表示法につきましては、我々のほか北海道内であれば北海道農政事務所もこの法律を所管しており、関係機関で協議会も持っております。それぞれの機関で消費者の方から情報提供がありますので、それを所管の窓口に回付するというところで、他機関から回ってくるもの、更には、我々消費者安全課なり総合振興局、振興局の環境生活課に、消費者から情報提供があったもの、そのほか主に11月、12月頃に、食品表示の一斉点検ということで、各総合振興局、振興局が、店舗を見回るという作業も行っております。そのなかで見つかった事案について、更に調査を行い、不適切な部分があるものについては指導を行い、是正をお願いしている状況です。</p> <p>次に景品表示法ですが、消費者センターや市町村の相談窓口等からお話をいただくこともありますし、我々消費者安全課のホームページに情報提供フォームという情報を書き込むページがありまして、そちらへの情報や他の機関から情報提供があったものについて対応している状況です。</p>
磯山委員	<p>ありがとうございます。</p>
中川委員長	<p>景品表示法の場合は、消費者は儲けてしまうのであまり通報来ないと思うんですけれども、新聞の場合、どれくらいの金額の景品があって、どういう経緯で発覚したのでしょうか。</p>
林課長補佐	<p>訪問販売による部分でまずは情報が入って、取引の担当の方で、事業者なり消費者センターに確認したら景品の話が出てきたというのが発覚の経緯です。</p> <p>景品の度合いとしては、お米やビールなど単純計算でこれだけ多ければ制限は超えているというものですが、新聞販売については、地域の販売店ではなく、新聞社が拡張する販売員を派遣するというような別業者が入っているケースもあり、事業者の違法性を認定するのが難しいところでもあります。</p>
中川委員長	<p>ありがとうございました。他はいかがでしょうか。</p> <p>特にないようですので、以上で事務局からの報告事項の説明は終了といたします。</p> <p>では、その他にうつりますけれども、委員の皆様または事務局から何かございませんでしょうか。</p>
(その他)	
谷内課長補佐	<p>事務局から「訪問販売お断りステッカーの作成・活用状況」と「第4次北海道消費生活基本計画策定の方向性」という資料3と資料4について、この場をお借りしてご説明させていただきたいと思ひます。</p>
谷内課長補佐	<p>それではまず、資料3をご覧ください。</p> <p>(資料3により説明)</p>
中川委員長	<p>それでは、資料3について何かご質問等ございませんでしょうか。</p>
星原委員長代理	<p>1点確認なんですけれども、活用状況というのは配布状況という理解でよろしい</p>

でしょうか。

谷内課長補佐 家に導入しているわけではなくて、例えば、市町村や消費者協会に配布したりですとか、市町村の公共施設に備え置いているというのを含めて活用状況ということでございます。

星原委員長代理 それから、令和3年度は枚数が多いと思うのですがけれども、令和4年度に比べて令和5年度の方が作成が増えているのはどういった理由で作成しようとか活用しようという動きになったのか、原因等わかるのでしょうか。

谷内課長補佐 各市町村で訪問販売お断りステッカー作成するとなったときに、例えば、3年使い回して活用するだとか、予算ですとか、そういったものを勘案しながら作成枚数等を、市町村等において決めている部分でありますので、どうして増えたかという分析はしていませんでした。

星原委員長代理 行き渡ったらだいたい増えることはないと思うのですがけれども、例えばどこの地域がこのステッカーで訪問販売が減ったということで他の地域も参考にしたというような動きがあるのであればいいなと思ったのですがけれども、そういのは出てこないと思うのですがけれども、同じところが作り続けているのか、違う地域が作り始めているのかというのがわかればなと思って質問した次第でした。

谷内課長補佐 市町村ごとに分析をしているのですがけれども、振興局の区分別でみると、配布率が高いのは十勝と桧山、低いのが宗谷、根室というふうに令和5年度の調査では出ております。

星原委員長代理 ありがとうございます。

中川委員長 作成の市町村が主体にはなっているのですがけれども、これは一括でどこかで発注かけているものではないのですか。例えば市町村で枚数は決められているのですか。

谷内課長補佐 市町村で独自に作って配布しているところもあるのですが、市町村によっては、消費者協会に委託をして作るという形をとっているところもあります。北海道は、北海道消費者協会に委託してステッカーを作ってもらっています。

中川委員長 これと同じものを使っている区域もあれば別のものもあるということでしょうか。

谷内課長補佐 そうですね。配っているものを活用している市町村もあれば、自分のところで作られているところもありますので。
消費者の方が苦情相談に来られたら、訪問販売お断りステッカーを渡して家に張り付けてもらい、そこにもし販売員が来て苦情相談が来たら、訪問販売お断りステッカーについては条例で規制しておりますので、行政指導を行っていくという形になります。

磯山委員 中川先生のお話にも少しかかるのですがけれども、あちこちで色々デザインを変えて作ったら業者にしてもわからないし、消費者もわからないし、非常に無駄な気がするのと、たくさん作っていらっしゃるので、その配布率というものが、どの程度なのかをもって、実際、私の周りとか親族ですとか、これを貼っている家を見かけないというか、いただいたこともなく、私は、知り合いには、自分で消費者センターでもらってきて配っているのですがけれども、そういったことを考えると、これを貼っていると勧誘できませんよというのをアピールはしているのですが、全く消費者の方も業者にも響いていないのではないかなというのがあるので、根本的に配布

の仕方とかを考え直した方がいいのかなと思ったんですけれども。

谷内課長補佐 訪問販売お断りステッカーを活用してもらおうということで、過去に市町村の方に通知を出して、住民の方に周知を 부탁드립니다というお願いを出させていたしております。そういった形でもっと活用が増えていけばと考えております。

磯山委員 市町村任せという感じになるんですか。もっと道として具体的に活用できる配布する方法とか活用方法とかを具体的に広げることにはできないのかなとちょっと思ったので、せっかく作ったのもったいないなと思って、配布の仕方とか、もっと道として総合的に考えられないかなと。市町村任せだとか相手任せだとなかなか広がらないのかなと思うので。

伊藤委員 今のお話なんですけれども、例えば地域包括支援センターですとか町内会ですとかそういったところを通して、欲しいという人が求めたり任意で渡しているというよりは具体的な渡し方のようなものがあればいいのかなと思いました。被害にあうのは高齢の方が多いのと、お一人暮らしの方が多いので、そこにどう働きかけるのかなというのを非常に思ったんですけれども、うまく活用できたらいいなと思いました。

谷内課長補佐 ご意見ありがとうございます。

中川委員長 今のお話ですけれども、消費者関係の1年で決まった日に合わせて町内会で配ってくださいというのがあると、毎年配ることが意識づけできるのかなという気がしました。

星原委員長代理 星原です。札幌市の話ではありますけれども、区の方で地域包括支援センターさんがかなり活発で、消費者協会さんだったり弁護士会さんだったり参加する会議を行うときに消費者協会さんが大体ステッカーを紹介されたりするので、知ろうとするところには大分知れ渡るのに知る機会はあると思います。ただ、そういう活動が乏しい区もありますし、地域差もあると思うので、特に地域包括支援センターさんは、消費者に渡して貼ってもらいやすい立場の方なので、地域包括支援センターさんに何か周知の方法を広めていただいた方が広まりやすいのかなというところがあります。貼ってもらえるかどうかというのは、そのご家庭にもよりますし、結構聞くと、高齢者がいるという目印になりませんかという不安があったりとかすると思うのと、これってどういう意味なんですかと聞かれるので、そのあたりを説明して、活用できるという広報の仕方セットで提案していただけたらいいかなと思っています。

中川委員長 他いかがでしょうか。色々具体的な提言があったので、どうぞ取組を続けていただければと思います。

それではもう1点、資料4について、事務局より説明をお願いします。

由水課長補佐 それでは、資料4に基づきまして、第4次北海道消費生活基本計画策定の方向性について、ご説明させていただきます。

(資料4により説明)

中川委員長 ありがとうございます。委員の皆様からご質問等ございませんでしょうか。

この他に委員の皆様から何かございますでしょうか。

特にないようですので、本日予定された議事につきましては、全て終了いたしましたので、事務局にお返しいたします。

(閉会)
谷内課長補佐

中川委員長、ありがとうございました。
本日、委員の皆様には、ご多忙の中ご出席いただき、また、活発なご議論をいただき、感謝申し上げます。
以上をもちまして、令和5年度第1回北海道消費者苦情処理委員会を閉会いたします。本日は、どうもありがとうございました。