

令和4年度 第2回

新宿区消費生活地域協議会

令和5年2月6日(月)

新宿区文化観光産業部消費生活就労支援課

午後2時00分開会

○事務局 それでは、大変お待たせいたしました。定刻になりましたので、ただいまから令和4年度第2回新宿区消費生活地域協議会を開催いたします。

本日は、お忙しい中、ご出席いただきまして、誠にありがとうございます。

私は、本日の司会を務めさせていただきます新宿区立新宿消費生活センター所長、消費生活就労支援課長の大山と申します。どうぞよろしく願いいたします。

なお、本日の会議につきましては議事録作成のため録音させていただきます。また、記録用としましてカメラを撮影させていただきますので、あらかじめご了承ください。よろしくお願いいたします。

それでは、開会に当たりまして、文化観光産業部長の小泉よりご挨拶申し上げます。

○小泉委員 皆さん、こんにちは。文化観光産業部長の小泉でございます。

本日は、週の初め、お忙しい中、お集まりいただき、誠にありがとうございます。

今回は、今年度2回目の協議会になります。本日は、消費者庁のほうから地方協力課の加藤様においでいただきました。後ほどお話をお伺いしたいと思っておりますので、よろしくお願い致します。

また、去る1月21日に、BIZ新宿で新宿区消費生活シンポジウムを開催しまして、西村会長をはじめ、宮崎委員、的場委員、村田委員にも講師、パネリストとしてご参加いただきました。改めて、お礼申し上げます。ありがとうございます。

本日の協議会ですけれども、第4期、今回の期の最後の協議会になります。昨年度につきましては、コロナ禍ということで、書面ですとかオンラインの会議となってしまいましたけれども、本年度につきましては、何とか皆さんの顔を見て対面で会議をすることができました。ご協力に感謝申し上げます。

また、区としても引き続き着実に消費者行政に力を入れて行っていきたいと思っておりますので、今後とも皆様のご協力のほどをよろしくお願い致します。

本日は、忌憚なき意見を賜れば幸いです。よろしくお願い致します。

○事務局 ありがとうございます。

なお、小泉ですが、次の会議の出席がございますため、3時を目途に退席させていただくこととなります。どうかご了承願います。

では、続きまして、連絡事項がございます。

まず初めに、委員の変更についてです。

資料1のほうに委員名簿を添付してございます。番号で言いますところ、9番になります。民生委員・児童委員協議会におかれまして、昨年12月1日付で佐藤委員から田中委員に変更となっております。田中委員、どうぞよろしくお願いいたします。

○田中委員 田中敦子でございます。よろしくお願いいたします。

○事務局 よろしく申し上げます。

本日の出席者について、新宿警察署ですが、川端委員の代理としまして、寺島様が代理でご出席いただいております。

○寺島（川端委員代理） 寺島でございます。よろしくお願いいたします。

○事務局 よろしく申し上げます。

また、本日の欠席についてです。新宿養護学校校長の門脇委員、新宿区社会福祉協議会の関原委員、障害者福祉課長の稲川委員につきましては、所用のため欠席となっております。

なお、本日ですが、委員24名中21名の出席となっております。新宿区消費生活地域協議会設置要綱第6条第2項の規定により、半数以上の委員の出席が会議成立の要件となっておりますが、本日の会議は過半数の委員の出席ということで成立となっております。

また、本日の会議では、消費者庁地方協力課の加藤様にご出席いただいております。先ほど部長のほうからもご挨拶の中でしたが、消費者庁の事業について、後ほどご説明を伺いたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

次に、本日配付しました資料について確認させていただきます。

次第の下段に配付資料という記載がございます。資料1が、先ほど申し上げた新宿区消費生活地域協議会委員名簿となっております。

続いて、資料2です。消費者庁様の資料としまして、買い物支援を通じた見守り活動の実証事業についてといったところで、カラー刷りのA4版、横のものになります。

それから、先ほど机上のほうに追加資料として配付させていただきました事業実績の報告という、同じくカラー刷りのA4横の資料、皆様、ございますでしょうか。こちらが1点、資料2の追加資料となっております。

それから、資料3番目としまして、悪質商法被害防止ネットワーク連絡会資料、ございますでしょうか。

それから、資料4、成年年齢引き下げ啓発取り組み（地域センターまつり）と書かれているA4、1枚の資料となります。

続きまして、資料5、新宿区消費生活シンポジウム資料としまして、実施結果について、

チラシと2枚組でホチキス止めさせていただいたものがございます。

それから、資料6、消費生活相談事例というところで、後ほど事例者紹介のときにこちらのほうを使用させていただきます。

それから、参考資料としまして、しんじゅく区くらしの情報267号、それから広報新宿の2月5日号、2023年版のくらしの豆知識となります。

1つ、追加資料として、こちらの、マグネットになるものですが、カラー刷りの資料番号振っていないものがございます。こちらも参考として配らせていただいております。こちらについても、後ほどご説明させていただきます。

資料のほうは以上です。何かご不足等は大丈夫でしょうか。もし、不足等ありましたら、後ほどまた挙手で職員のほうまでお知らせください。

では、これより議事に入らせていただきますが、委員の皆様におかれましては、ご発言の際はお手元のマイクをご利用ください。

では、これより進行を西村会長にお願いしたいと思っております。よろしくお願いいたします。

○西村会長 それでは、本日の会議を始めたいと思っております。

先ほど小泉部長からお話があったのですが、21日のシンポジウムにご参加いただきました委員の宮崎さん、村田さん、的場さん、本当にご協力ありがとうございました。大山所長もありがとうございました。何とか50人くらいの会場参加ではございましたけれども、大変実りの多いシンポができたと思っております。また、内容についてご報告はあろうかと思っております。

本日の議事次第を見ていただくとよろしいと思っておりますが、本日、毎回の恒例ではございますが、2本立てでございます。消費者安全法に基づく安全確保、地域協議会としての性格ということで、消費者安全の確保についてが最初でございます。

そして、2つ目には、消費者教育推進法に基づくところの消費者教育推進地域協議会の部分で、消費者教育の推進について、お話を深めてまいりたいと思っております。

それでは、まずは第1の消費者安全確保についてということで、今日は消費者庁から加藤さんにお見えいただいておりますので、今日の会議でご報告いただけると聞いております。では、ご紹介を事務局のほうから、よろしくお願いいたします。

○事務局 事務局、田中です。

まず、ご紹介の前に、今回協議会にお呼びして事業説明に至った経緯をご説明させていただきます。

今年度に入りまして、当課のほうに消費者庁からご連絡がございまして、内容といたしましては、消費者庁で買物支援を通じた見守り活動の実証事業を先進的モデル事業として行いますと、そのモデル事業を新宿区で展開するので、事業を進めていく上で、消費生活相談や事業報告を新宿区で受ける体制を取っていただきたいという協力依頼があったものです。今回、協議会でこの消費者安全の確保を協議していく上では、ぜひともこのモデル事業を紹介しておきたいという思いがありまして、今回ご説明の依頼を申し上げました。

それでは、詳しくは消費者庁地方協力課の加藤様をお願いしたいと思います。

加藤様、よろしくお願ひいたします。

○消費者庁地方協力課（加藤様） 消費者庁の地方協力課の加藤と申します。よろしくお願ひします。

本日は、20分ほどお時間を頂戴しまして、消費者庁のモデル事業についてご説明をさせていただければと思います。今、田中様より経緯のご説明がありましたので、今日に至るまでの経緯は私のほうからは割愛させていただきます。また、本事業を執り行うに当たりまして、西村先生、大山課長様、田中係長様には多大なるご協力をいただきました。この場をお借りしまして御礼申し上げます。

では、パワーポイントの資料を、皆様、お手元にご用意いただければと思います。

買い物支援を通じた見守り活動の実証事業について（先進的モデル事業）、お手元の資料をご覧くださいませ。

1 ページ、開いていただきまして、既にご存じかとは思いますが、認知症や障害を持った方々、消費者の方々が消費者被害に遭ったときに、ご自身で消費生活センターまで出向いたり、お電話をしてくださるというケースが非常に少ないです。お手元の資料のグラフを見ていただきますと、ピンクの部分が契約当事者とは異なる方からの相談です。例えば高齢の方が契約をしても、そのご家族がご相談に見えたり、近隣の方がご相談に見えたりとか、障害者の場合は、障害者施設の先生方や福祉関係の方々から間接的にご相談をいただいたというようなケースでして、このピンクの部分、本人とは異なる方々がご相談に見えているという傾向がございませう。

1 枚めくっていただきまして、では、どのような消費者被害に遭っているかということなのですが、赤い枠でくくっているところですね、高齢者、認知症等と書かれているところ、ピンクの棒グラフのところは33.6%、これが訪問販売です。ほかの年代に比べると、非常に突出して多い。あと、緑の部分、15.0%のところは、これは電話勧誘販売となります。訪

問販売や電話勧誘販売の相談が多く寄せられている傾向があるのですが、自宅にいる時間が長いということも一つの要因かとは思いますが、訪問販売事業者、電話勧誘販売事業者の間で高齢者や障害者の個人情報などが、次から次へと名簿が転売されていくようなこともございまして、気づいたときには二重、三重、四重という形で契約が重ねられている、それも次から次へと、別の事業者にその契約が重ねられていくような傾向もございます。

そして、気づいたときには本当に数百万円の被害に遭っているとか、高額な契約被害に遭っている方々もいらっしゃいます。

こうしたことから、消費者庁としては、高齢者や障害者、いわゆる脆弱な消費者と呼ばれている方々、そういった方々を中心に見守り活動を通じて、消費者被害の未然防止、あるいは消費者被害が深刻化しないように拡大防止に努めてまいりました。

その一つがこの見守り活動になりますが、次のページにいきまして、認知症等の高齢者・障がい者等の見守りの必要性というところ、問題は青い文字で書かれているところです。問題が顕在化しにくい、深刻化しにくい、今お話ししましたとおりです。また、被害に遭ったと思っても、恥ずかしく思ったり、家族に迷惑をかけたくない、自分自身を責めて、自分が契約しちゃったから自分が悪いのだと思ってしまって相談しない、あるいは孤独・孤立のような形で、独り暮らしで誰も相談する相手がいないということがあります。消費者庁では、消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会の設置を各自治体様をお願いしているところでございます。

そして、新宿区では既にこの法定協議会が設置されていまして、東京のど真ん中、新宿というところで今回モデル事業をやらせていただくことになりました。どうして新宿を選んだのかということですが、実は都市部でも孤独・孤立という問題はあります。例えばマンションに住んでいる方、隣同士で誰が住んでいるか分からないみたいなところとか、そういったことは地方だけではなく、同じく都市部でも起きているということ。あと、幹線道路が片側3車線、4車線あるところで、横断歩道を向こう側に渡ることができない高齢者の方々、障害者の方々は、買物をするのも非常に大変なのです。外出するときに誰かの介添えがないと、なかなかお買物ができないという方々も都市部にはたくさんいらっしゃると聞いております。

次のページを見ていただきまして、そういった高齢者の方々を見守るための協議会、既に新宿区様には協議会が設置されていますので、詳しいご説明は割愛させていただきますが、簡単に申し上げますと、見守り体制をいろいろな部署、あるいは民間企業を含めて、一致団

結して見守り活動を行っていくという体制を整えていただいております。

次のページ、自治体と民間事業者、民間団体が連携するメリットというところまで飛んでいただければと思います。

消費者安全確保地域協議会というのは、法律に基づいた協議会です。そこに民間事業者が入ってくることがどういったメリットがあるのかということをご説明しますと、民間事業者などの協力を得ることによって、効率的かつ効果的な見守り活動が展開できるであろうと考えております。特に消費者政策の観点から行う見守りは、見守り対象となる消費者がふだんの生活で日常的に関わりを持つ地域の事業者の参画が特に重要だと考えております。

この民間事業者との連携により、徐々に自治体の負担が減っていく、そしてまた民間団体や民間事業者にとっても、これまで以上に地域とのつながりを深めていくチャンスとなるため、民間事業者は、こういう見守り活動を積極的に行いたいという事業者も中にはおります。

今回消費者庁が実践しているモデル事業は、消費者庁の事業費で実施しているものですが、このモデル事業、最終的には新宿区をモデルとして、ほかの自治体様にも同様の取組みをしていただくという、消費者庁では横展開というふうに呼んでいるのですが、新宿だけでなく、どちらでも、豊島区でもどこでも、地方でもいいのですが、いろいろな自治体でやっていただくということを期待しています。

ですので、もしかしたら令和5年度以降、こういったモデル事業に関して、他の自治体から新宿区様にお問合せなどが入る可能性もあると考えています。消費者庁も横展開につきましては支援しながら進めていきたいと思っております。

、1枚めくっていただきまして、先進的モデル事業「令和2年度」、「令和3年度」のテーマというのがありますが、消費者庁のホームページでそれぞれ報告書を確認できますので、ご覧ください。

次のページですが、令和4年度の先進的モデル事業、買物支援を通じた見守り活動と地方活性化というところを具体的にご案内したいと思います。

今回、買物支援というふうにご案内しましたが、新宿区に丸正さんというスーパーがございます。その丸正さんの食品や雑貨品を、この表の中央にあります「とくし丸」という移動販売事業者が、1つの品にプラス10円して配達をする。配達と呼ぶよりも、お客様のところに小型トラックが、移動スーパーという形で商品を運んでくださっています。お客様、高齢者や障害者の方が自分の欲しいものをこのトラックから選んでいくというスタイルになります。事前に何か必要なものをドライバーに依頼しておけば、例えば次はお米を持ってきてね

と、とくし丸のドライバーに頼んでおけば、お米が次の巡回時に届くというような仕組みになっています。

大切なことは、今までいろいろな事業者様と一緒に見守り活動をしてまいりましたが、この買物支援というのは毎日の食生活を支えるということで、例えば宅急便の事業者様が時々配達に行ったときの見守り活動と違いまして、週に2～3回ほど、お客様と接しながら、お話をしながら、様子を確認しながら買物をさせていただくということ、一人一人の顔とお名前が一致していますので、前回こういうお話があったけれども、今日はどうだろうかという形で、継続的に見守り活動ができるということが大きな特徴になります。

また、高齢者が体調を壊しているのではないだろうかとか、最近顔色が悪いのではないだろうかとか、認知症が少し進んできているのではないだろうかといったようなことも察知することができるというような事業です。

また、自宅の呼び鈴をピンポンしても出てこなくて、どうしたのだろう、今日は絶対にお買物していただける日だったのに連絡が取れないということになりますと、警察の方にご相談をしたり、民生委員の方にご相談をしながら、自宅の中を拝見するというところまでやっています。とくし丸のトラックにはAEDも積んでいますので、万が一倒れていたときにAEDを使うことも可能で、室内で亡くなられていて、連絡が取れないということもあるというふう聞いております。

次のページを開いていただきまして、これが先進的モデル事業の一風景の写真になります。これは鹿児島県奄美市の写真なのですが、新宿区でも同じようにこのように展開しています。停車するとお客様が自然と集まってきまして、ドライバーの方とコミュニケーションを取りながら、とくし丸のドライバーが消費者啓発のチラシを配りまして、訪問販売とか、おかしな事業者が自宅訪問していないか等を聞きます。するとお客様が「そうそう昨日、貴金属の買取り業者が来たのよ。それで、買取り業者にはこのチラシを見せて、帰ってくれと言ったら、帰ってくれたのよ。」というような話も具体的に上がってきています。

次のページを開いていただきまして、モデル事業を第1期と第2期に分けて実施したのですが、第1期は東京都新宿区と鹿児島県奄美市で実施をさせていただきました。下段の括弧の中ですね、これがすごくびっくりする数のヒアリング件数を重ねてくださってまして、ドライバーさんが、新宿区ですと第1期1,027件のヒアリングを行っています。第2期ですと1,172件、合わせまして2,000件以上のお客様へのヒアリングが実施されているという状況です。その中で、前半が49件、後半が28件の被害情報が上がってきているというような実績

になっています。

第2期は、徳島、秋田、長野、山形、青森、千葉などでも展開をしております、新宿区様には第1期、2期を通してご協力をいただきました。

次のページを開いていただきますと、事例の抜粋がございます。これは後ほどご覧いただければと思いますが、こちらの資料が全件数になります。

事業報告は、これから2月、3月に上がってきますので。最終報告書とは若干の件数の差異は出てくるかとは思いますが、右下を見ていただきますと、訪問実績が3,295件、そのうち2,195件のヒアリングをさせていただき、被害情報が71件上がってきているというような状況です。

1枚めくっていただきますと、その後の実績としまして、事例が掲載されております。後ほどご覧いただければと思いますが、オレオレ詐欺、キャッシュカードの詐欺、あとリフォームの詐欺、買取り業者からの訪問買取りで強引に持っていかれてしまったとか、事例が積み上がっていますので、ぜひ後ほどご覧いただければと思います。

そして、この事業の実績としましては、とくし丸は毎日、週に2～3日お客様と接して、特殊被害の詐欺に遭っていないだろうかとか、何か消費生活で困っていることはないだろうかということを積極的にヒアリングしていくこと、また、そのときに啓発用の分かりやすいチラシを消費者に手渡して、会話をしながら「こういうのが来たら気をつけてね」とか、本当にその1対1でのコミュニケーションの中で啓発をしていくということで、この会話の中で知り得た情報を、お客様・消費者が日々の生活の中でアンテナを張ってくださる。またそれを、「この間、変な勧誘があったよ」というふうにドライバーさんに話すことがコミュニケーションの一つになっていく、そういったやり取りが楽しい会話という形で展開していったら、消費者被害の未然防止につながっている事例が何件かこの中に含まれております。そういったことが、非常に買物支援というこのスタイルの中で消費者被害を発見していく重要な手がかりになってきております。

今後は、買い物支援業者が得るこうした消費者被害の事例をぜひ新宿区の消費生活、消費者行政に役立てていただけたら幸いです。そのために、消費者庁もできるだけの支援をさせていただきたいと思っておりますし、何かご協力できることがあればと思っております。

お手元の資料の全てはご説明できていませんが、ご参考に見ていただければなというふうに思っております。

では、ここから10分ほど質疑応答というふうに聞いておりますので、一旦私の説明は以上

とさせていただきます。ありがとうございます。

○西村会長 加藤様、ありがとうございました。

それでは、ただいまご報告いただきました消費者庁の先進モデル事業、新宿区が一つの先進モデルとして協力して、こうしたデータと実際の実例報告を頂戴しました。この件に関して、ご質問あるいはご意見、どうぞご自由にお願ひしたいと思ひます。挙手等でお願ひします。

では的場委員、お願ひします。

○的場委員 的場でございます。

初めてこちらのお話聞かせていただきまして、非常にメリットもよく分かりました。

ただ、ドライバーの方がお客様とコミュニケーションを取ったり、あと情報を集めたり、それからトラックにAEDが載っていたりと、非常にドライバーの方のご負担が非常に多いように感じておりまして、そうしますとドライバーの方の教育ですとか、あとドライバーの数を増やさなければいけないと、そのような課題もあるのかなと思うのですが、そういった取組というのはどういった感じでしょうか。

○消費者庁地方協力課（加藤様） ご質問ありがとうございます。

おっしゃるとおりに、ドライバーさんの熱意とか消費者被害に対するアンテナ・感度というものが、課題の一つになっておりました。今回の事業では、ドライバーさんに消費生活センターの方と一緒に啓発というか、情報を投入していくということもありますし、あと消費者庁ととくし丸が一緒になって、ドライバーさんの消費者被害に対する情報をインプットしていくという研修を行いました。そうしますと、ドライバーさんはお客様とのコミュニケーションをできるだけ取りたいということもありまして、非常に勉強熱心に取り組んでくださって、分からないことも消費者庁やとくし丸の本部に確認をしたり、そういったドライバーの方の努力が実ったと思ひます。

ドライバーさんの負担も非常に大きいというのはあるのですが、実はこのとくし丸は、見守り活動を主軸に置いて経営を行っております。ですので、そもそもとくし丸というのが過疎地域や、都市部でもいいのですが、買物支援を通じて見守り活動ということを事業の主軸に置いているものですから、今回の取組、もちろんこのヒアリングの集計をしたりというのは大変なのですが、コミュニケーションという部分では、そんなに負担にはなっていないと思ひますか、負担は負担なんだけれども、事業の主軸に置いているので、別軸ではないというところで、とくし丸も非常に積極的に動いて下さったという背景がございます。

○西村会長 ほかにご質問等は。

では、宮崎委員、お願いします。

○宮崎委員 こういう事業が始まっているのを聞いて、すごくうれしく思ったのですが、この写真の中では若い男性の方がドライバー兼相談者みたいな形、それから販売者も兼ねるということで、これは公募で探されたのですか。新宿区でやっている方なのか、こんなすてきな人をどこで選ばれたのかなど。

○消費者庁地方協力課（加藤様） この写真ですよ。そうですね、若い男性が1人写っていますね。

これは、船井総研というコンサル会社が間に入っているのですが、船井総研の社員も頑張ってちょっとチラシを配っていたというところで様子を写させていただきました。オレンジ色のTシャツを着ているのがドライバーさんになります。ドライバーさんがチラシを配ったり、会計のときにお話をしたりという形でコミュニケーションを取っております。

○西村会長 宮崎委員。

○宮崎委員 消費者庁としては、オレンジの販売兼ドライバーさん兼アドバイスというのか、受け答えをしてくださる方の選び方は、実験地域には指定していなくて、お任せなさっているということですよ。新宿区が今体験区になっているという、新宿区を選んで、その業務に当たるとのことですよ。もちろん有給でなさっていると思うのですが。

○消費者庁地方協力課（加藤様） 今回、新宿区という地域を選ばせていただいたのは、とくし丸と相談をして、とくし丸が走っている地域で、都市部で買物難民と言われている方が多い地域ということで新宿区を、消費者庁のほうで第一義的には選んでおります。その中で、ドライバーさんというのは地域密着の個人事業主になりまして、その方、新宿区ですと2名の方をとくし丸が選出して、その2名の方にご協力いただきました。

○西村会長 そのほかにいかがでしょうか。

ちょっと私から、いいですかね。

1点、非常にいい試みだなというふうに思っているのですが、調べてみると、とくし丸が全国展開しているということがすぐに分かったのですが、新宿区といっても結構広いと思うので、とくし丸のトラックがいつどこに来るのかとか、回る場所とか、週に二、三回来るのか、来ない地域も同じ新宿区でもあるのではないかとということで、たまたま来たところはラッキーみたいな話で、被害の防止になるとか情報が入るとかということにもなってしまうのかという点。

あと、もう一点は、車のところに来られる人と来られない人、お家から出られない人がいるわけですね。なかなかおっくうだとか、寝たきりとかという、そういう方に対しては、ちょっとサポート対象から外れてしまうという点です。もちろん、このシステムを全然否定するものではないのですが、このシステムのプラス的な面と、若干限界的な部分があるのかなというふうに思います。

あと、消費者庁的には、このとくし丸でモデル事業をやった地域と、全然やっていない地域を、1年後か2年後か分かりませんが、比較して、先進モデル事業をやった地域は消費者被害が減ったとか、やっていないところは横並びとか、あまり減っていないと、これが効果があるということを実証しようという、そういうことを意図しているというふうに理解してよろしいでしょうか。

以上です。

○消費者庁地方協力課（加藤様） ご質問ありがとうございます。

回る場所についてですが、ドライバーさんが回ってくださる場所、来ない地域も確かに現在あります。今、急成長している事業者なのですが、ドライバーさんが個人事業主ということもあって、ドライバーさんがその地域にいてくれば、その地域で走れるという形になっています。ですので、そこで若干この民間事業者という採算性の部分も含めると、走ってもらえない地域、穴が空いてしまっている地域、実際あるかと思っております。これはやはり課題だなと、絶対これでパーフェクトということでは決してないということですね。

移動販売車のところまで来られる人、来られない人、確かにいらっしゃいまして、そうなのです。ですので、来られない人の見守り活動は戸宅訪問という形で行っております。そのご自宅にお伺いして移動スーパーの商品を見ていただく、本当に駐車場まで入ってというようなこともしているというように聞いております。

あとは、時々電球を替えてほしいとか、ここの排水溝がちょっと最近おかしいなんていうときも、ドライバーさんが見てさしあげているなんていう話も聞いたりしております。自宅の中に入る、そういったことで何か異変を察知することもできるというふうに聞いております。

あと、先ほど消費者庁のこれからのミッションとして、モデル事業をやった地域とやっていない地域、どれだけの差が出るだろうか、これは非常に大きな課題でして、今後、この事業は単年度事業ではあるのですが、引き続き消費者庁のほうでその後をみていきたいと思っております。

現在、この新宿区様の取組を見て、自治体から多くの反応があるというふう聞いております。それも一つのプラスだったかな、いろいろな自治体様に取組んでいただけるきっかけになったかなとは思っておりますが、引き続き追いかけていきたいというふうに思っております。ありがとうございます。

○西村会長 先生方、ご質問のほうは。

坂井先生。

○坂井委員 弁護士の坂井でございます。

今日は詳細な先進的モデル事業、とくし丸さんの関係のご説明いただきまして、ありがとうございました。

私、悪質商法被害防止ネットワーク連絡会でもたしかご説明いただいたので、伺ってはいて、いろいろ面白い考えだなということで聞いてはいたのですが、また、今日もう一度詳しくご説明いただく中で、聞いていて思ったのが、もしそれほど、こういったコミュニケーションというのが負担にならないということであれば、既に例えば地元でそういうことをやっている人がいたら、そういった方にやらせようとかというようなことを検討されたりしたかというのが1つ。

あと、こういったほかの出張販売の、八百屋さんとか魚屋さんとかというのは私も見たことはあるのですが、余計なことと言うとおかしいですけども、させることになるわけですよ。そうすると、そこについては対価というものがあるのかなと。ないとすると、何かそこでよく物が売れるなどいったら、何か別の事業者が出てきて、駆逐されちゃったりするのかなとか、いろいろ、なかなか事業として成り立たせるのが難しいのかなというところも考えたのですが、そのあたり、事業としてこれがなぜ成立するのかということについては、どういう検討というか説明を受けているのでしょうか。

○消費者庁地方協力課（加藤様） ご質問ありがとうございます。

1つ目のご質問、地元の方で既にそういう見守り活動をやっている方への依頼をしたかどうかというのは、消費者庁からということですかね。

○坂井委員 そうです。ちょっと事業の主体というのが、消費者庁であれば消費者庁から、区であれば区からということになるのかなと思うのですが、こういった事業を始めるに当たって、そういうこともあるのではないのかとか、それは私の思いつきなので、そのぐらいの話ですけども。

○消費者庁地方協力課（加藤様） 地元の方で、例えば個人事業主とかで八百屋さんとか、そ

うということですかね。ありがとうございます。

本モデル事業の中では、とくし丸は提携しているスーパー、地元のスーパーの商品しか持っていかないです。もちろんJAとか、あとお魚屋さんとか、お米屋さんとかと提携している他の移動販売事業者もあるのだと思いますが、とくし丸は、昔からある地元の個人商店の妨害にならないように、「300mルール」というのがあって、地元の産業が衰退してしまっただけで駄目なので、地元の商売を活性化するというので、例えばお魚屋さんがある300メートル圏内は立ち入らない等の配慮をして、地元産業との兼ね合いで調整をしたりしていると聞いております。

なので、地元産業と共存共栄するということが可能な事業体だというふうに考えておまして、そういったところでは、本事業の中で消費者庁からお魚屋さんとか八百屋さんに声をかけているわけではないですけれども、これからの展開の中で可能性としてあり得るだろうなと思っております。

あと、もう一つ、負担にならないかどうか、事業として成立するのかなというのは、今お話しした地元産業との連携、活性化みたいところで、事業として成立していこうということ念頭に、消費者庁では企画、立案をしておまして、そこに対価が発生するかしないかといったところでは、今回消費者庁の委託事業なので、チラシを刷る費用等、そういったものは消費者庁で負担しています。それを、じゃ、消費者庁から手が離れたときに、事業として成立するかというのと、とくし丸に関していえば、自分たちの事業の根幹でも、見守り活動が根幹だったりするので、継続するというふうに聞いております。

しかし、それを地元の事業者さん、魚屋さんや八百屋さんがやろうとしたときに、これは各自治体の消費者行政のところの部分になってくるのですが、見守り活動に必要な交付金などを使っていただく、そういったところにつながっていくというふうに考えております。

○西村会長 よろしいでしょうか。

では、後藤先生、お願いします。

○後藤委員 どうもご説明ありがとうございました。

示していただいた資料の中で、販売パートナーという言葉と、それからドライバーという言葉があるのですが、これは同じことですかね。

○消費者庁地方協力課（加藤様） すみません、同じです。

○後藤委員 それで分かりました。

この販売パートナーが2名とか、1名とか、場所によっていろいろ違いがあるのですが、

この販売パートナーというのは割と求めやすいものなのではないでしょうか。募集すれば結構、応募者があるというようなものなのか、あるいは一旦販売パートナーになっても、あまり長く続かないとか、今まだ始まってそう時間はたっていないので、今後のことも含めないと分からないと思いますが、結構大変なので、始めたけれどもあまり長続きはしないというようなことなのか。

それから、販売パートナーの人がヒアリングをするということですが、これ結構ヒアリングをするって大変だと思うのですが、立ち話的に販売する場所で、買物をするような時間帯、物を受け取って、お金を払うというような、そのぐらいの時間でヒアリングってできるものなのではないでしょうか。

そういうようなことで、非常にいい試みだとは思いますが、実際にうまくこれを続けていくためには、工夫が結構必要だなというふうに思うのですが、それあたりはいかがでしょうか。

○消費者庁地方協力課（加藤様） ご質問ありがとうございます。

先ほど、始めたけれども長続きしないなんていう方もいらっしゃるのではないかとというご質問でしたけれども、それは確かに個人事業主で採算が合わなくなってしまう、例えばガソリン代が今高騰していたりとか、買物のお客様がだんだん生活苦になっていって、だんだん一回のお買い物の単価がどんどん減っていくとか、そういったところで採算が取れなくなるとして撤退をする要因にはなり得るだろうと思います。

今回、新宿区の2名、奄美市の2名、選出していますが、この方々は今も営業を続けています。個人事業主という形なので、採算性の部分は非常に厳密にやっていかないといけないだろうなというふうには思っております。

あと、ヒアリングをするということの大変さですよね。立ち話の中でどこまで消費者被害のヒアリングができるかなというところは、最初、消費者庁もとくし丸も非常に悩んだところですが、実はこの販売パートナーさんが、コミュニケーション能力が非常に高く、本当に日常会話の中で、「今日どう？元気？」という日常会話の延長線上に、「最近変な訪問者来ていない？」というようなことを聞いたり、「電話勧誘とかちゃんと断っている？」とかという話をしてくださっていました。現地を見ますと、ああ、なるほど、こうやってレジのお会計の本当に30秒、40秒の間でこれだけのコミュニケーションが取れるのだなというのが、販売パートナーさんのコミュニケーション能力が大きく寄与している、若干そのコミュニケーションが取りづらいドライバーさんだったらどうなるのだろうというところは不安

がありますが、そういったところで実現をしているというところがございます。

○西村会長 ありがとうございます。

どうぞ、お願いします。

○内藤委員 障害者団体代表の内藤と申します。

これを利用される方は、デイサービスとか介護サービスにつながっていない方が多いのかなと思いますが、そういう方を見守るということはとても大切なことだと思います。

この形ですけれども、移動販売ですよ。とくし丸というところがされているわけですが、これ以外の事業主、例えば私が考えているのは、障害者福祉の事業所はパンを販売していますよね。そういうところ販売ルートがないのです。ですので、例えば戸山団地とかに行って販売できればいいなと思っています。それと結びつけることはできないのかどうかというところを伺いたいと思います。

○消費者庁地方協力課（加藤様） ありがとうございます。

福祉事業所との連携も行っておりまして、高齢者福祉施設や障害者福祉施設なども回っているというふうに聞いています。

○西村会長 それは売るほうですよ。

売ってもらうほうですよ、内藤さんおっしゃるのは。

○内藤委員 そうです。

○西村会長 障害者施設で作ったものを、販売の中に入れてもらうことはできないかという。

○消費者庁地方協力課（加藤様） なるほど。

○内藤委員 売る方は、日頃から障害者と関わっているので、コミュニケーション能力はたけています。そういう方たちが販売するということはできないのかなと思って伺いました。

○消費者庁地方協力課（加藤様） そうですね、実際は、消費者庁でできると思うと答えてしまうことがちょっとできないので、移動販売事業者がやろうとしたときに、どういう課題があるのかというのは、またちょっと検討しなきゃいけないのだろうなどはと思いますが、トラックで販売したりとか、結構初期投資みたいなのが発生するので、そこをどうやって補助していくかとか、支援していくかというのがやはり課題なのだろうなと思っていて、恐らくなんです、それは各自治体様との協議みたいところで、実際に市役所や区役所で車を買ってあげてやっているところもあるようですので、税金で買物支援をしているという自治体様もあつたりするのですが、そういったところと比較しながらかなと思っております。

○西村会長 では、最後にということで、すみません、田中委員、お願いします。

○田中委員 民生委員の田中敦子です。

私たちの活動は、見守り活動というのを行ってまして、私たちはご自宅に伺います。それで、何かお困り事ないですかということもあるのですが、今伺いますと、週に3回ぐらい、利用者の方と接してお話をする、その中で困ったことがあったらば、電球まで取り替えるというのが、私ども民生委員は守秘義務というのがあって、いろんな多分会話をなさると思うのですよね。それがすごく、そのドライバーさんが研修をちゃんと受けて、守秘義務でも何でも、そういうことをちゃんとまずやっているかどうかということと、あとは高齢者総合相談センターとか、そういうところに話の内容をつなげていただけたらば、いいなと思います。

○消費者庁地方協力課（加藤様） ありがとうございます。

そうですね、とくし丸の販売パートナーさんは守秘義務を課せられていますので、何か漏えいということがないように、顧客リストとか、お客様の一人一人のご事情とか、そういったところは機微な情報になりますので、大切に扱っているというように聞いております。

あと、とくし丸は民生委員様とも連携を取ってまして、実際販売パートナーが察知したことで民生委員さんにすぐに電話しなきゃとって電話をして、民生委員さんが消費者センターと一緒に出向いて下さったりとか、販売パートナーが民生委員さんと一緒に消費生活センターに出向いたり、電話をしたりということも、この事業の中で見受けられました。

○田中委員 ありがとうございます。

○消費者庁地方協力課（加藤様） ありがとうございます。

○西村会長 長時間にわたりまして、加藤さんのご説明並びにこのモデル事業に関してご意見の交換、ありがとうございました。大変有益な取組だというふうに拝聴しました。

なお、課題的には、消費者団体さん、あるいは社会福祉協議会との兼ね合いとか、そういったところでより広がっていくと有効に働くのかなという印象でございます。

消費者庁、加藤様からはご丁寧な説明とご質問への回答、ありがとうございました。

一応、この件はこれまでとさせていただきます。

○消費者庁地方協力課（加藤様） ありがとうございました。

○西村会長 加藤様は、ここにて退室ということですね。ありがとうございました。

それでは、次の、令和4年度の悪質商法被害防止ネットワーク連絡会につきまして、議論を進めてまいりたいと思います。

初めに、実施報告ということで、事務局からご説明をお願いいたします。

○事務局 それでは、悪質商法被害防止ネットワークの実施報告をさせていただきます。

資料の3をご覧ください。

資料3は4枚ございます。その資料は、昨年10月に開催しました悪質商法被害防止ネットワーク連絡会のときにお配りした資料でございます。その資料を基にご報告させていただきます。

まず、1枚目の新宿区の悪質商法被害防止支援事業につきましては、この事業の取組と実績を記載しています。

一番下の表、悪質商法被害防止ネットワーク実績をご覧ください。

それにつきましては、12月末現在の数字を載せています。参加事業者が93事業者と、1事業者減っているところ、これにつきましては、現在事業者に参加勧奨を行っています。区内の居宅介護支援事業所、訪問介護事業所を中心に、約50事業者を対象に勧奨しているところです。年明けに参加勧奨ということになってしまいましたが、2つ、3つ、参加申込みが既にごございます。ですので、次回の報告には少し実績の数字が上がっているかなと思っているところです。

2枚目は、ネットワーク連絡会の開催に当たって、事業者へのアンケートを行った調査票になります。裏面になりますが、その裏面が集計の結果となっております。問1から問3については、集計結果の件数を載せています。問4以降から6につきましては、別紙として掲載しています。

特に、問5、悪質商法被害防止対策についてのご要望・ご意見、問6、消費生活センターとの連携については、具体的に研修の実施や地域ケア会議への出席依頼がございました。これを踏まえ、地域ケア会議には複数回参加しまして、先だって大久保地域ケア会議では、高齢者の詐欺被害を地域で防ぎ、支援するための仕組みづくりをテーマにディスカッションを行ったりしました。今後もこうした連携強化に努めてまいりたいと思っております。

また、今年度ネットワーク連絡会には、とくし丸の佐藤取締役をお呼びしまして、先ほどのモデル事業の取組をお話いただきました。今日も活発な意見交換が行われましたけれども、そのときも様々な意見交換が行われました。

このほか、今年度中に行う悪質商法被害防止の取組についてです。

まず、本日の参考資料として、つけさせていただいておりますが、広報の2月5日号です。こちらになりますが、1面に、「悪質商法から身を守るために」を掲載しました。また、これについて、ケーブルテレビでも放送いたします。2月15日から2月24日まで、広報番組、これはJ:COMになりますけれども、広報番組「しんじゅく情報局」で約2分枠になります。

す。毎日2回放送いたします。あわせて、区ホームページにありますユーチューブでも放送されます。同様に2月15日からになりますが、これについては放送の期限はございません。

また、高齢者を対象に、今日急遽お配りしましたが、このマグネットのチラシがございませぬが、冷蔵庫に貼るようなものになります。このマグネットチラシ、2,500枚を作成しまして配布をする予定です。これも年度内中に行います。配布の仕方については、高齢者総合相談センターなどに配布依頼をする予定となっております。

私からの報告は以上です。

○西村会長 ありがとうございます。

被害防止ネットワーク連絡会の実施についてご報告をいただきました。

この件に関して、連絡会にもご出席をいただいている皆様のご意見も頂戴したいと思います。

四谷高総の久保田委員、いかがでしょうか。

○久保田委員 四谷後期高齢者総合相談センターの管理者をしています久保田と申します。

先日、悪質商法の連絡会にも参加させていただいて、とくし丸の方からも具体的な、今日の取組等を直接お話いただきまして、実際に私も身の回りの方で、まだそれほど介護度の重くない方とかで、とくし丸で長いこと買物をしている方とかも結構いらっしやって、長い付き合いで、毎週の関わりなので、結構いろいろ突っ込んだ話とかもできている関係なのかなというところで、そういう発見機能みたいなものが確かに機能するのかなというふうに感想を持ったのが一つ。

あとは、新宿区のほうで見守り登録事業者というのがありまして、スーパーとか郵便局、あとはそれ以外に牛乳屋さんとか新聞屋さんとか不動産屋さんとか、そのあたりで見守り登録事業者として登録をさせていただいてまして、見守りの連絡会とかで高齢者総合相談センターで少し意見を交わすという会があるのですが、こういうスーパー、とくし丸以外で、既に登録されている見守り登録事業者の方と連携をうまく今後取ることができれば、それぞれ高齢者の方からの情報とか、その辺を少し、さっきも未然に防いだりとか、そういうようなことにもつながるかなと思うので、高齢者相談センターのほうとしても見守り登録事業者のほうに、なかなか、まだそれぞれ高齢者相談センターのことの周知だったり、どういうことを相談していいのかということも、いまひとつイメージがつかないところもあったりする方も事業所の方でいらっしやるので、その辺のアプローチは続けていきたいなというふうには思っております。

○西村会長 ありがとうございます。

このネットワーク連絡会のご報告等について、このネットワークの問題、何かご意見ございましたらお願いしたいと思います。

坂井先生、いかがですか。

○坂井委員 弁護士の坂井です。

私も会議にも出席をしたということで、やっぱり一番印象に残ったのが、先ほどのとくし丸さんのサービスの話だったり、あとは私の弁護士会でやっている出張電話相談なんかについてもご報告させていただいたのですが、消費者被害があったという電話をもらったら、電話でまず相談して、その後、必要に応じて出張して相談しますよというサービスがありますというご紹介をしたのですが、これも弁護士会でやっていることなのです。

それはちょっと、やっぱりお金がかかる場合もあるとかというと、なかなか来なくて、結構いろいろ広報に苦労しているのですが、やっぱり先ほどのとくし丸さんのお話もそうですけれども、非常に役所がなかなかできない、細かい手が入らないところで、民間にやってもらおうというのが今すごく多いですね。

そういう、役所がカバーできないところというところで行こうということになると、結局やっぱり無料だったりとかにしないと、なかなか使ってもらえないというか、そういうサービスが入っていかないというところがあったりとかして、同じようなことをやろうということになると、やっぱり消費者相談だと当然消費者センターとか、あるいはそこまで行って話を聞いていただけるとのことだと、民生委員の方とか、そういった同じようなことをしてくれる方はいたりとかして、それをもっと拡大させようとか、充実させようという話なので、どうしてもそうしたもの、税金でやられているサービスとかと一緒にやろうとすると、そこでお金を取るというのはやっぱり難しいですね。だから、一緒にやっている事業なんかはきちんとできるのかとか、そういうのがすごく重要になってくると思います。

同じような話では、高齢者等の身元保証サービスの事業者の問題があって、やっぱりそういったインフォーマルなサービスといいますけれども、介護保険とかで提供されているサービスというのは、保険でお金が出るから安くできますよね。それは、さっきの役所がやっているサービスというのと同じような話ですけども、そうすると、そこでできていないサービスってやっぱりニーズがあったりとかして、そういったものを提供するということになると、なかなかやっぱり価格、高くちゃんと採算取れるように取れないですね。そうすると、付随したサービスでお金を取らなきゃいけないというような話になって、それはいろいろ問

題があるから、ちょっと調査してくれといわれて、6年ぐらい前ですかね、建議が出されたのが、国の消費者委員会が消費者庁のほうに、きちんとした事業者はどういうふうにしたら分かるようにできるのかとか、いろいろそういったことについて調査してくれというようになったのですが、なかなかこういうことを気をつけましょうぐらいの話、最後出たぐらいで、はっきりした解決にならなかったというのがあります。

今回のとくし丸さんのサービスも、やっぱり同じようなところが多分あると思います。やっぱり普及していけば、どういうところが信用できるのかとか、信用できないところはないのかとか、事業としてちゃんとできていかなかったら、例えば高く何かを、それこそそれが消費者被害にならないのかというのは、ついつい思ってしまいます。やはりそういうところはすごく気になってしまうというか、いつもいろいろ訪問の被害とかが多いよという相談を受けている身からすると、特に消費者センターさんなんかはすごく気になるところじゃないのかなと思うのですが、ちょっとそういったところもよくよく考えて、つまり新宿区がサポートするということになると、ちゃんとお金を出してサポートしていくか、あるいはプラスして、事業者の適正さというのもやっぱり区のほうできちんと見ていかなければならないと、区がやはりかなり頑張らないとうまくいかないのではないかと思います。

ただ、すごくいい発想かなというふうには思いますし、弁護士会もなかなかお金を取るから難しいというところもあるのですが、お金を払っても、こちらも安く、なるべくそういった参加してやっていくという、みんなで少しずつ負担していくという姿勢が大事なのかなと思いますので、広くたくさんネットワークでやっていくというところについて進めていくのに、一つとしてはいいなという。これから、うまくいくから大きくやるという話ではないなというのは聞いていて思いました。それがこの前の会議で、私が聞いていて思ったことです。今日も伺っていて、これがどうやって組み合わせていくかなと感じたところです。

以上でございます。

○西村会長 ありがとうございます。

そうしましたら、最後に後藤先生、お願いします。

○後藤委員 お話を伺っていて、消費者の問題というのは、国から地方へ、地方から、地方でも賄えないということで民間ということにだんだん広がってきているなというのを実感したわけでして、前回の悪質商法被害防止ネットワークで、とくし丸さんのご説明を伺って、そして今日も消費者庁の説明を伺って、こういう形で動いているのだなというのは分かったということですが、やはりそういう方向というのは必要な方向だと思いますが、これ、坂井先

生もおっしゃっていたのですが、何か事業者が実際消費者に直接接触するというようなことだと、すぐ何か不招請勧誘とか、ぱっと思い浮かぶというところがありまして、大丈夫かなということが感じるところがありますけれども。

先ほどのパートナーというドライバーさんなんかも、かなり質のいい人で、教育もちゃんと研修を受けるというようなことでないと、なかなかうまくいかないのではないかという、場合によっては、利用者の中で不満に思ったとかいう人も出てくるんではないかという感じもちょっとしたのですが、でも今のところ何か割とうまくいっているようなので、今後どういふふうになっていくかというのを見ていく必要があるのではないと思いました。

いずれにしても、そういう形で、あまり従来の考え方、消費者被害にすぐ結びつけてということでない、それはきちんと頭に置いた上で、うまく発展させていくということが必要なのだろうなというふうに感じまして、非常に今日、有益なお話を伺ったというふうに思います。

私を感じたところは以上です。ありがとうございました。

○西村会長 ありがとうございました。

有効な民間活用といいますか、そういう方向も一つ大事だろうと。

今、ちょっと直感的に思いましたのは、何か坂井先生が心配されるような、あるいは後藤先生が心配されるようなところに、競争的にまた別の事業者が入ってきて、その地域で商品販売するみたいな話になっていった場合に、何か公として認定事業者制度みたいな、何かそういうことが必要になってくるのかなど。おたくはいいけれども、おたくは駄目みたいな、そうしないと安心感が地域で得られないのかなどちょっと思ったりいたしました。

どうもいろいろご意見ありがとうございました。

それでは、時間ももう半分以上過ぎてしまいましたので、後半の4番目、消費者教育の推進、こちらの協議に入りたいというふうに思います。

最初に、成年年齢引下げに伴う消費者教育についてということで、昨年4月1日から成年年齢引下げが行われているわけですが、啓発実施の報告について、第1回協議会以降ということで、事務局からお願いいたします。

○事務局 それでは、私のほうから、成年年齢引下げに関する啓発について報告させていただきます。

昨年7月の第1回消費生活地域協議会の報告以降、引き続き区ホームページやツイッターでの周知、小中学校校長会、小中PTA会長会などでも周知いたしました。また、次に報告

いたしますが、シンポジウムにつきましては、その開催テーマを当初、エンカル消費と考えておりましたが、第1回の地域協議会を踏まえ、消費者団体連絡会と改めて協議をして、成年年齢引下げをテーマにすることに大きくかじを切りました。

そういった取組の中で、資料の4をご覧ください。

これにつきましては、地域センターまつりでの啓発をまとめたものになりますが、年度を通して取組を行っていますので、報告させていただきます。

区には、出張所管轄ごと10か所地域センターがございます。そちらの表はまつりの実施日順となっています。表の最後、落合第一地域センターのみ、これからの実施となります。

1、実施方法です。

各所消費生活センターの展示ブースを設置して、啓発用品を150セット、来場者に配布いたしました。また、配布の際には簡単なアンケートを実施いたしました。

2、啓発用品です。

今、机上にありますエコバック、その中に、デザイン定規、クリアファイル、マスキングテープ、あと日めくりカレンダー、あと啓発の冊子、チラシ、リーフレットなどを入れて、150セット用意して配布したという形になります。

アンケートについてです。

アンケートは、本当に簡単な、その表にもありますけれども、ここに実際のものを持ってきたのですが。啓発グッズをお配りする際に、来場者の方に簡単に質問のところにシールを貼っていただいて、はい、いいえしか回答がないのですけれども、これを実施したということになります。

項目1が、「新宿区消費生活センターを知っていますか」です。それと、項目2が、「成年年齢が18歳になったのを知っていますか」です。アンケートの結果ですけれども、これ1,000名近く答えてシールを貼っていただいた中で、回答者に、まつりですから小学生も多くいらっしゃいました。項目1は、はいが52.5%、いいえが47.5%。項目2につきましては、はいが89.6%、いいえは10.4%でした。

また、回答するに当たっての意見として、親御さんから、消費生活センターの場所が分からないとか、連絡の仕方が分からないといったご意見がございました。

また、成年年齢引下げはどうして知っているのかという、これはお子さんに聞いてみたのですが、そうすると、お父さんとお母さんに教えてもらいましたとか、あと学校の先生に聞きましたというお声が多数ありました。

報告は以上です。

○西村会長 ありがとうございます。

この成年年齢引下げに伴う消費者教育啓発ということについて、今のご報告に関し、何かご意見ございますか。ご質問でも結構です。

よろしいでしょうか。

1点だけ、すみません。各センターで9月以降おやりになった、この地域センターまつりの入場者というのはどれぐらいなのですか。今、1,000名というのは、全体のトータルということなのですか。それともある1か所、1か所に1,000名も来ないですよ。トータルで大体1,000名ぐらいということですか。

○事務局 今の1,000名は、このシールを貼っていただいた方が、地域センター合わせて、今まで実施した9月から1月になりますけれども、そのトータルで1,000名ということですよ。

○西村会長 ありがとうございます。

何かご質問等ございますか。よろしいでしょうか。

では、坂井先生、お願いします。

○坂井委員 すみません、極めてちょっと単純な質問なのですが、結構消費生活センター知らないって、42.5%というのは結構びっくりしました。これはやっぱり小学生のお子さんとかが知らないというふうに答えたというような感じなのですか。それとも、本当にまだまだ新宿区の消費生活センターというのがあまり知られていないというふうに考えたほうがいいのか、このあたりはいかがでしょうか。

○事務局 そうですね、お子さんにつきましては、この質問はちょっと難しかったかなと思っています。お子さんはやっぱり知らない子が多いです。

先ほど事例として挙げさせていただいたのは、親御さんからもそういう声があったので、はっきり言いますと、私もちょっとショックでした。ですから、ますますこういった啓発をやっていないといけないなど。場所が分からないというのは、なかなか厳しい回答でした。

○坂井委員 ありがとうございます。

○西村会長 ありがとうございます。

ほかにございますか。よろしいでしょうか。

そうしましたら、2番目の令和4年度新宿区消費生活シンポジウムの実施報告ということで、同じく事務局からご説明をお願いいたします。

○事務局 では、資料5に基づきまして、私のほうからご説明させていただきます。

令和5年2月6日と右肩に書いてある、資料5と書いてある消費生活シンポジウムの実施結果についてという資料をご覧ください。

事業の概要は省略させていただきますが、こちらは1月21日土曜日、午後1時から4時まで、BIZ新宿のほうで行いました。

こちらなのですが、新宿区と消費生活準備会というのがございます。新宿区消費者団体連絡会の皆様と私ども消費生活センターの職員が一緒に行っている事業でございます。テーマについても、宮崎会長をはじめとする消費者団体連絡会の皆様と、今回やはり18歳成年年齢引下げというところが喫緊の課題ではないかというところで、こうしたテーマを決めさせていただいたところですよ。

基調講演につきましては、西村会長のほうにお願いをいたしました。また、事例紹介としては、宮崎会長、村田先生にお願いをして、それぞれのテーマで事例をご紹介いただいた次第でございます。

また、パネルディスカッションになります。こちらも協議会の委員の皆様にご協力いただいて、パネルディスカッションを行いました。私のほうも、パネル展で少しお話もさせていただいたのですが、やはり今の喫緊の課題として、消費生活センターができることとなりますと、先ほど田中も申し上げたとおり、やはり消費生活センター、まだまだ認知度低いなどというふうに考えております。やはり、皆様ご相談いただければいいのですが、若い方というのがなかなかご相談につながらない。件数でいっても、昨年度よりは少し増えている状況ですが、やはりまだ20件台というようなことで、例年に比べると少し早いペースで増えているなというところは感じるのですが、それでも件数的には全体の中ではそれほど多くないといったところで、中には、ただご相談いただいて、解決につながっているようなもの、後ほど吉村相談員のほうからもまた事例紹介ございますが、そういったケースもございまして、やはり気軽にご相談いただける場所として、私たち消費生活センターの存在、これは啓発活動とともに併せてやっていかななくてはならないなというように考えているところがございます。

当日の参加者ですが、こちら3のほうに記載ございます。実数で数えますと36名の参加ということで、かなり少ない人数になってしまいましたが、2月下旬より併せてそのときの状況を区の公式ユーチューブチャンネルにてアーカイブ配信する予定です。また日程決まりましたら、委員の皆様にもご報告させていただきたいと思っておりますので、こちらのほう、ぜひ若い方にもご覧になっていただけるよう、周知活動に今後取り組んでいけたらというように考

えております。

私のほうからは以上です。

○西村会長 ありがとうございます。

それでは、ご参加いただいた委員の皆様から、ご意見、感想など伺えればというふうに思っています。

初めに、宮崎委員、よろしいでしょうか。

○宮崎委員 お世話になりました。

10分いただきまして、このテーマでということなのですが、消費者団体が行っております消費者大学の中に、ご担当の弁護士さんからご専門の分野から成年年齢引下げのテーマを年に6回、消費者大学の連続講座の中に、この成年年齢引下げのテーマを入れ込んで、今まで高齢者のことをやってきたものもあるのですが、若い方向けの消費者被害についてお話をいただいた、そこでまず啓発活動を私たちの団体としては行っております。

また、別の団体も、ユネスコなんかもやっているのですが、そこではあまり話せなかったです。

それと、個人的には大学1年生、23年間、キャリア教育を担当してきましたが、そこではやはり19歳に引かかるわけなので、大学の実態もあまり10分の中では話できなかったのも、これは物すごく大変な状態になっていて、前の勤務先、それから文科省の担当課にも取材をしたのですが、入学式のガイダンスぐらいのレベルですね、みんな。18、19ですよ、1年生となると。その域を出ていないということが分かりました。

でも、実際は校内の中や教室の中に、いわゆるこの消費者被害の加害者が入り込んできているという事実がありますので、それは何とかしないといけないという思いがあります。

それと、高齢者もそうなのですが、若い人はもっと言わないですね。自分の被害、やっぱり言わないのですが、やっぱり被害者はいます。幾らかやられたとか、いろんなところでお金が絡んでくるのですが、何十万か被害に遭ったとなると、それはすぐアルバイトのシフトをたくさん入れることにつながるのです。親にも言えない、先生にも言えない、友達にもみっともないということで、アルバイトのシフトをどんどん入れて、勉強する時間ない、遅刻が常習犯になって、単位が取れない、今度は休学をする、それが退学に結びつくということが結構今までの経験の中であつたので、今度は大学との連携というのかな。

大学の、国立大学なんか特に開放的ですね。どなたも入れるような、敷地の中に入れる、そういう状況で、結構私が勤めている研究室の隣でも、実際にアベックさんが来て学部を聞

いたり、前にもこの話したかと思いますが、入り込んでいる事実を体験してきているので、そこら辺ももしあれだったら、新宿区内の大学と連携取るとか、新宿区内の高校と連携取るとかというようなこともしていかないと、進まないかなと思います。

10分使い切りまして、後半のパネルディスカッションでも、頑張れよとか、気をつけなさいよというレベルではもうないです。やっぱり若い人たちが判断力つけるとか、危機管理能力を本当につけていかないと、精神的自立、社会的自立、経済的自立、私が言い出したのですが、ここをしっかりとまちぐるみでやらないと、いわゆる能力開発ですよ。そういうことをやらないといけないなということを、またこのシンポジウムに出させていただいて、新たに意を強くしました。

以上です。

○西村会長 ありがとうございます。

それでは、村田先生、よろしいでしょうか、お願いいたします。

○村田委員 シンポジウムではいろいろお世話になりました。ありがとうございます。

事例発表をさせていただく中で、私もいろいろともう一回勉強させていただいて、すごく私自身の勉強にもなったかなと思います。

新宿区にある都立高校は、多分、戸山高校さんと新宿高校2校だと思いますが、高校にもいろんな幅がありまして、両校とも多分進学校なのですね。やっぱり私が危惧するのは、高校生であるときよりも、今、宮崎会長がおっしゃったように、大学を目指して勉強していて、大学に入学した後で、マルチ商法ですか、こういうものを勧めると、友達増えると何かマージンが入るとか、安くなるよとか何とかとあって、逆にマルチ商法に加担してしまうようなことにならないとか、今おっしゃったような被害ですね、大学に入り込むそういう悪質な方からの勧誘、すごくやっぱり今の高校生従順で、おとなしくて、素直で、よい子が多いもので、すごくそこら辺は心配をしています。

なので、そういうのをやっぱり高校の間に勉強をさせなければ、知識もそうですし、判断力を養わなければならないというのは、授業づくりをしていく私自身がそういう方向で、実践的な授業をしていかなければならないというふうな思いを強くしたところです。

今、なかなか授業の中に食い込むのは、この間の話でも実はさせていただいたように、やるべき内容がたくさんございまして、1年間で2単位、2時間しかないものですから、なかなか集中的にできないのですが、機会を捉えては、とにかく消費者であるという、自分たちが消費者だという意識を植え付けることはすごく高校生にとっては大事なかなと。しかも、こ

の時期、成人式がすぐ前にございましたので、彼らの関心はどちらかというところ、成人式というのではないですかね、二十歳を祝う会ですか、何かそっちのほうにちょっと目を奪われがちですけれども、マスコミでもやはり契約だとか何だとかという、できることが増えるというところは、いろいろとアナウンスしていますので、少しずつではありますけれども、生徒たちには勉強させていきたいなと思っています。

ちょうど今の1年生が、これから3月ですね、ちょっと時間に余裕ができると、講演会とかというのを入れられたりするのですが、なかなか忙しい学校で、今の1年生がどうも成年引下げについての講演会をするというのをちょっと伺いましたので、それを私も聞こうかと思っています。本当でしたら2年生あたりでやってもらおうとちょうどよかったのですが、2年生は何せ3年ゼロ学期ということで、もう既に受験がスタートするというところで、なかなかこっちの消費者のほうまで目が向けられないという、ちょっと残念なそういうこともあります。

できるだけ学校でできることは一生懸命やりたいなと思っています。よろしく願います。

○西村会長 ありがとうございます。

それでは、的場委員からお願いいたします。

○的場委員 私は今回、小中学生の子を持つ親の立場で参加させていただきました。パネリストという初めての機会を与えてくださりまして、本当にありがとうございました。

パネルディスカッションの中では、私はSNS上での具体的なトラブルを挙げさせていただきました。我が家の場合は、そのトラブルを回避するために、アクセス制限をかけたか、あとアクセス履歴を残したり、またアカウント別にして利用をチェックできるようにしていることを紹介させていただきました。

そして、自立した生き方をするためには、やはり幼少期の家庭での接し方ですとか、それから集団生活の中で将来自立する大人になるための基礎をつくる学校という場が、非常に大事になってくるということをお話させていただきました。そして、子供が18歳になる前に、正しい知識ですとか情報を与えて、自分でしっかり考えて判断できる大人になるための意識づけというのが、各ご家庭、非常に大事になってくるかなと、そういう思いを伝えさせていただきました。

シンポジウムを終えまして、ちょっと1つ要望として思っていることが、やはり今回の会場ですけれども、BIZ新宿というのがあまり区民にはなじみがないところかと思っております。

で、もし区民にアピールするのであれば、日頃から区民の方が使っているような区民センターなどの、そういった会場のほうがなじみがあってよいのかなと思っています。

また、今回のテーマも若い方へのアピールなので、区としてもやはり広報とかにいろいろされているのは分かるのですが、そのアピールの仕方というのをもう一度考えていただければと思います。

以上でございます。

○西村会長 それぞれ貴重なご意見ありがとうございました。

私からも少しだけ、お願いしたいと思うのですが、今、会場の件は、的場委員がおっしゃってくださったので、私も1回はやっているのですが、あそこを使っているけれども迷ってしまって、西新宿の高層地区にあるヒルトンホテルや医大病院のその裏で、ちょっと探してしまうような場所で、ほとんど休日というか、土曜日にあまり人を見かけないような場所だということ。だから、いっそのこと歌舞伎町の区役所でやってみたらいいのではないかとか、ふらっと寄ってくれるような方もいるのではないかとか、それは今後の課題でございます。

内容的には、今日ここにももちろん委員ではありませんからいらっしゃらないわけですが、弁護士の平澤先生から、この成年年齢引下げに関しては、18歳、19歳に取消権が消滅したということは大変危険なことであるということで、結局契約トラブルが発生するのは、契約そのものに法定拘束力があるからで、判断力が弱い、十分持ち得ない若者の消費者被害、これが想定される中では、やはり完全に18歳、19歳の若者を世の中へ放り出すようなことは、やはりよろしくなくて、むしろ法律がカバーできるような、つまりそれは今日の前半の高齢者の消費者被害とも重なるように私も思いますが、やはり判断力を十分持ち得ない脆弱な消費者が、もし誤って契約をした場合にも取り消し得るような、日弁連でも考えているようですが、包括的な取消しができるような規定を、消費者契約法になるのかな、そちらのほうに入れるというような方向性ということも必要なんじゃないかということをおっしゃっていたと思います。

私自身は、消費者教育の立場ということになりますが、やっぱりこの啓発教育と、それから規制というのは車の両輪というふうに捉えられるもので、法規制も一方で強化していく必要がある、悪質事業者を排除していく必要があるだろうけれども、一方で、やっぱりその合間をくぐって様々な商法が出てまいりますので、やっぱり消費者教育、消費者啓発というのも一方で大事であると思います。

先ほど村田先生から、時間がない中で扱うのが難しい、あるいは受験の問題もあるという

こともございました。実態としてはそういうことなのだろうというふうに思いますけれども、最近、テレビを見て、この頃昼間家にいる時間が多くなったということもあるのですが、法テラスの宣伝はテレビで流れていますよね。だけど、消費生活センターの188（いやや）とか、そういうのは一度も見たことがない。政府、消費者庁は何を考えているのか、もう少し、あるいはメディアとしても、先ほど坂井先生おっしゃったように、「センターを知っている」が42%というような、あまり知られていない、中学校の家庭科の教科書には消費生活センターが出てくると思うのですが、もっとメディアを使った周知の方法というのを進めていく必要があるのかなというのを感じた次第です。

ご出演いただきました委員の皆様には、大変感謝しています。ありがとうございました。

それでは、何かこれからのシンポジウムというようなことも意識して、皆さんからご意見ございましたら、ご自由にどうぞ。あまり時間はございませんが、よろしいでしょうか。

大山所長、どうぞ。

○事務局 大山です。

先ほどの場委員、または西村会長のほうからも、会場についてご意見いただきました。私達も、非常にそこを、アンケートのほうにも記載がございまして、課題意識を持っております。次回、2年後になりますけれども、もし実施するときは、やはり地域センターとか、もう少し別の場所を、分かりやすい場所を考えていきたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

また、若い方へのアピールですけれども、今回チラシについては、少し周知する時期が遅れてしまったというところもありますが、高校ですとか、あと区内の小中学校、また専門学校等にもかなり広範囲で周知させていただいたところですが、やはり時期が1月下旬といったところで、ちょうど受験間際だというようなところもございまして、時期を含め、また改めて考えていきたいとは思っております。よろしく願いいたします。

○西村会長 ありがとうございました。

宮崎さん、どうぞ。

○宮崎委員 大山課長の話に関連してですが、栃木県で講演したことあるのですが、高校もすっかり取り込んで、授業の一環、特別活動の一環として高校生が全員、先生引率で来るというようなことがありましたので、今後はそういうことを考えていくと、より村田先生が時間がないと悩んでいらっしゃることも、授業の一環として、教員が引率という形で、そういうシステムをしていくか何か、それも一つの手かなと思います。お考え下さい。

○西村会長 どうぞ。

○事務局 なかなかほかと連携していくというのが難しいとも思いますけれども、また2年後、こちら消団連の皆様と一緒に考えていくという事業ですので、そのときまた併せてご相談させていただけたらと思います。

○西村会長 ありがとうございます。

どうぞ、簡単をお願いします。

○宮崎委員 2年後だから、もう今から準備して、組織同士とするにはやっていかないといけないと思いますので、よろしくをお願いします。

○西村会長 ありがとうございます。

オンライン配信なども、ぜひまた検討していただければと思います。ちなみに、今月21日に国民生活センターの全国消費者フォーラムがございますけれども、今日事前打合せがございまして、それもオンラインでやったのですが、現在、申込者が700名というふうに聞いています。やはりオンラインを使うことでの参加のしやすさみたいなのところもあろうかと思えます。動画配信をされる予定というふうに聞いていますので、またその動画配信へのこの間のシンポジウムのアクセスの状況なども、また逐一お知らせいただければというふうに思っております。ありがとうございました。

それでは、最後になりますが、消費生活相談事例ということで、新宿区における若者の消費生活相談事例及び相談傾向についてお伺いをしまして、意見交換をしてみたいというふうに思います。

それでは、吉村相談員さん、お願いいたします。

○吉村委員 それでは、発表させていただきます。

新宿消費生活センターでは、脱毛エステ、医療脱毛に関する相談が令和2年頃から毎年増え続けています。3、4年度の集計をしてみますと、令和2年度、脱毛エステが25件、医療脱毛が5件、令和3年度、脱毛エステが26件、医療脱毛が8件ですが、最近は特に若い男性も脱毛への関心が高まり、それに伴いトラブルが増加していることと、令和4年度は大型脱毛サロンの倒産もあり、令和5年1月末現在で、既に脱毛エステのトラブルは88件、医療脱毛のトラブルが9件寄せられています。

脱毛エステ、医療脱毛の中には、安価な価格設定を強調したSNSやスマートフォンの広告で消費者を誘引し、実際には高額な契約を勧誘するケースが見られます。特に広告では回数無制限としながら、有償の施術回数を少なくし、あとの施術は無償サービスとする形態の

契約等もあり、中途解約時の精算金のトラブルが多いです。

また、前払いした契約中の脱毛エステの予約が取れず、解約したいと思っても連絡がつかない等の相談も寄せられています。

そのため、今回は脱毛エステと医療脱毛での消費者トラブル相談事例をご紹介します。

事例1、脱毛エステのトラブル。相談者・契約者、20代女性。

相談内容。

令和4年4月に、脱毛エステの契約（全身脱毛、回数18回）をした。代金32万円のうち7万円を現金で払い、25万円は24回払いのローンを組んだ。これまでに10回施術は受けている。今年8月に施術を受けた後、9月に店舗が合併すると連絡があり、合併先の店舗で予約を取った。昨日、店舗に電話をしたが繋がらない。インターネットで調べると、同様のトラブルが多発していることが分かった。ローンの支払いが8回残っているのをやめたい。エステも通えそうにないので解約したいが、業者のコールセンターに電話が繋がらない。

相談処理としまして、ローン会社に連絡して、当該エステの施術を受けることができないため、支払い停止希望であることを申し出、抗弁書を送付するように助言しました。また、エステ業者のマイページ上の問合せフォームから解約を申し出るように助言しました。

次が、事例2、医療脱毛のトラブル。相談者・契約者、20代女性。

相談内容。

美容クリニックで全身プラスVIO（ビキニライン）セット4回21万3,840円、全顔セット4回5万2,800円のコースを選択したが、4回施術後に受ける全身セット4万3,560円と一緒に契約すれば、全て割引価格になると言われ、全身セットも合わせて契約することにした。代金はクレジットカード会社の15回分割払いを利用し、総額は28万8,174円だ。役務提供期間は1年間だが、3,000円払えばさらに1年間役務提供期間を延長できる契約だ。期間終了前に美容クリニックに相談して、3,000円追加料金を払って、1年間期間を延長した。5日前に施術を受けたが、追加で契約した全身セットは不要と思い、解約返金を申し出たところ、役務提供期間はおまけで1年延びているが、本来の役務提供期間は既に終了しているので、解約返金はできないと言われた。

契約時に渡された医療脱毛承諾書に延長のことは書いてあるが、3,000円払って延長した分は解約や返金ができないとはどこにも書いていない。未施術分の全顔1回分1万3,200円と全身1セット分2万1,780円は不要なので解約し、返金してほしい。

相談処理としまして、相談者が持参した契約関係書類を確認して、3,000円払えば役務提

供期間を1年間延長できるという記載がありました。また、1年間延長した場合の期間は、中途解約や返金ができませんという記載もありませんでした、相談者から美容クリニックに書面経緯書を送ってもらった後に、センターから美容クリニックに電話をし、交渉し、その後、未施術分の代金が返金されたことを確認して終了しました。

以上です。

○西村会長 ありがとうございます。

ただいま脱毛エステ、医療脱毛に関する若者の具体的な消費生活相談事例を伺いました。

これについて、何かご意見等ございますか。あるいはご質問等、まず、その部分よろしいでしょうか。

それでは、加えて新宿警察のほうから、若者の詐欺被害という形で、何か特徴的なものがあればということで、寺島さんからお願いできればと思いますが、よろしいでしょうか。

○寺島（川端委員代理） 川端の代理で寺島と申します。よろしくお願ひいたします。

日頃から警察行政、ご協力いただきましてありがとうございます。

若者の詐欺被害と申しますか、最近特に多い事例ということで少しご紹介させていただきますと、よく最近男女の出会いの場に使われるマッチングアプリですけれども、マッチングアプリを利用して、女性がキャバクラというか、バーの従業員が一般女性に成り代わって、男の人を誘い出して、お店で普通に楽しく飲んでいるようなふりをして、高額な1杯3,000円の、クライナーというのですが、こういうのをがばがば飲んで、100杯飲みました、40万円請求ですとか、こういうのが非常に多いですね。最近、本当に去年からどんどん増え続けてきて、今も結構発生しております。

去年の11月に、一度取締りということで被疑者7名逮捕して、店も潰したという形ですけれども、それでもまだ、やっぱり日本一の歓楽街歌舞伎町、なかなかちょっと壊滅というふうにはいかないものですから、そういうところでこちらのほうでも日々取締りに取り組んでいるというところなんです。

最近の一番多い相談というか、詐欺といえば詐欺ですけれども、ちょっと詐欺罪もなかなか難しく、結局以前の取締りのときも、結論的には無許可風俗店という取扱いにして、現場で逮捕したという形になったというところなんです。

引き続き取締りを継続していきますので、何かの情報とか、違法情報とかありましたら、ご提供いただけるとありがたいです。よろしくお願ひいたします。

私のほうからは以上になります。

○西村会長 ありがとうございます。

それでは、ただいまご報告受けました、脱毛エステ、医療脱毛のトラブルに関してのご質問、あるいは重ねまして、今ご報告がありました若年者の消費者被害の実態等で、何かさらにお尋ねすること、あるいは感じていらっしゃる事など、ございましたらご発言をお願いしたいと思います。いかがでしょうか。

ちょうど先日も、テレビで、男性の脱毛が非常に増えていると、若者ですね、報道を見て、そうなのだと思って見たら、私の長女の旦那さんも脱毛エステを受けたと言っていましたから、何かもう、男性も、若い男性は女性同様に化粧をしたり、そういうことはもう普通の時代のようにあります。ひげをそらなくなって、面倒くさくなくなってよくなったとか、全身麻酔をかけて、レーザー照射をするようで、それが実態だというようなことを初めてテレビで知った次第でございます。

特に問題がなければいいですけれども、非常にトラブルが多いということで、これは先日のシンポジウムで、平澤弁護士と終了してからお話をしたのですが、そのときにも、若者の消費者被害は何ですかとお尋ねしたら、すぐにやっぱり脱毛というふうに言っていました。高齢者はといたら、ロマンス詐欺だというふうに仰っていました。皆さんからさらにお尋ねすることやご意見がありましたら、いかがでございましょうか。

中山委員、お願いいたします。

○中山委員 脱毛エステに関する相談件数が増えているということで、かなり件数増加しているという状況ですけれども、ここに解決事例として出していただきましたが、実際、今、相談を受けていらっしゃる方たちの中で、解決の方向へ向かっていらっしゃる方って何人ぐらいいらっしゃる状況なのでしょう。

○吉村委員 今年多いのは、実は大型倒産が結構多かったものですから、それが解決といってもなかなか難しいのではと思います。

何人ぐらいというのは、ちょっと集計を取らなかったですけれども、倒産してしまいますと、なかなかもうこれ、消費者保護もないので、これは信販が絡んでいればまだしも、現金で払っている方に関しては、うまくはっていないと思います。

○西村会長 初めから倒産を意図してというようなこともありますよね。

○吉村委員 そうようなことも聞きますよね。ただ、実際にそれは本当かどうか分からないですけれども。

○西村会長 どうぞ。

○中山委員 この解決事例が、特殊な事例というような状況が実際はあるということになるのでしょうか。

○吉村委員 特殊な事例といたします。

○中山委員 特殊というか、なかなか件数も少ない状況ではあると。

○吉村委員 そもそも脱毛エステの場合は中途解約できますし、通常クーリングオフなんかもある制度なので、解決するものはきちんと解決はしているのですが、連絡がつかない業者になってしまったりすると、なかなか解決が難しい。

○中山委員 ありがとうございます。

○西村会長 そのほかによろしいでしょうか。いかがでしょうか。

では、坂井委員、お願いします。

○坂井委員 すみません、先ほどの中山委員と同じような話をしてしまいますが、医療脱毛の、そうするとこの業者というか、例えば事例2とかでも、15回分割とかになると、最後の1回ぐらいなのですが、分割終わってからお金を返してもらえたのかなというように読めたものですから、割と返金してくるものですかね、連絡がつけば。

○吉村委員 これが、さらっとは書いてしまっているのですが、結構苦戦をしたという事例で。

○坂井委員 そうですね、そんな簡単にはなかなか返してこない。これも何か、クレジットとかだと決済が終わってからお金を返してもらったりするから、やはりそうすると、なかなか普通は終わってしまっただとお金返してくれないケースも多いものですから、このケースは返金があったということですね。

○吉村委員 あったケースです。それと、お医者さんで、あまり特商法をご存じないじゃない方もおられたりして、分かっただけであればスムーズに進むのですが、法律を理解していただくのに少し時間がかかったりすることもあります。

○西村会長 ありがとうございます。

それでは、この件もこのあたりにさせていただきます。

本日の協議会、先ほど冒頭のところでお話ありましたように、この2年任期の最後の協議会ということになりました。最初、オンラインで2回開いたということもありましたが、この協議会に対して、あるいは何でも結構ですので、一言ずつ、各委員の皆様から、残り時間が少なくて恐縮ですが、おおむね30秒ぐらいまでの範囲で、ご意見あるいはご感想をいただければと思います。

それでは、松井委員からよろしいでしょうか。

○松井委員 松井でございます。

皆様、どうもありがとうございます。たくさんのことを学ばせていただきまして、とても勉強になっています。この先ですけれども、消費生活センターの知名度がすごく低かったというのは、私自身もとてもショックでもあったので、皆様方に啓発が進んで、知っていただいて、皆様がすぐ思い浮かべるような感じになってもらえればいいなと思っています。

以上でございます。ありがとうございます。

○西村会長 ありがとうございます。

では、中山さん、お願いします。

○中山委員 関わらせていただいて、本当に多くの方がいろいろと活動されて、ご尽力されているのだなということを初めて知ったというようなところもあります。やはり、消費生活センター、どこにあるかとか、連絡先が分からないとか、そういったところがやはりなくなるような施策というのを、引き続き行っていただければなというよう私の感想としては思いました。どうもありがとうございます。

○西村会長 ありがとうございます。

続いて、お願いいたします。

○寺島（川端委員代理） 警察の相談では、お金の相談がよくあるのですが、その際には、警察はもう消費生活センターさんは大いに宣伝しておりますので、これからもご案内させていただきますので、よろしくお願いいたします。

以上です。

○西村会長 ありがとうございます。

岡先生、お願いします。

○岡委員 小学校長の立場で参加させていただきました。小学校でも大変消費者教育の大切さを実感いたしましたので、これから地域の皆様と共にさらに推進していきたいと思えます。

どうもありがとうございました。

○西村会長 ありがとうございます。

じゃ、村田先生、お願いします。

○村田委員 いろいろと勉強させていただいて、消費者センターからいろんな取組をされているのにびっくりして、こういうものは使えるとか、もっと本当に皆さんに知っていただけると、より本当にいいのではないかなと思います。学校でも使えるような教材も結構たくさん出ていて、びっくりしてしまうくらい、今デジタルもありますので、ぜひそういうのを活用し

つつ、ほかにもこういう場所だよということを広げていきたいなと思います。ありがとうございました。

○西村会長 ありがとうございました。

では、久保田さん、お願いします。

○久保田委員 ふだんは高齢者の関係の詐欺の被害とかはいろいろ情報は回ってくるのですが、若者のこういう事例とかというのはなかなか触れる機会がないので、非常にためになって、参考になりました。

あと、先日こちらの出張相談を定期的に、交流館とかそういうところで行ってまして、区の危機管理課とコラボして、詐欺に関する普及啓発のプチ講座みたいなものを行ってもらって、それで詐欺の留守の録音機を配布するというのをやったのですが、もし可能であれば、今後消費生活センターの方とも何かしらコラボできることもないかな、高齢者のほうにもっと深く知ってもらう機会がないかなとも思いますので、そのあたり、また連携を取らせていただきたいなと思っています。ありがとうございました。

○西村会長 ありがとうございました。

内藤さん、お願いします。

○内藤委員 すみません、消費生活センターの場所や連絡先、知らない私でした。私の周りで、やはり話題にならないですね、消費生活センターの話は出てきません。だから、やはり被害に遭っても、遭ったということで仕方がない、自分が悪かったで終わってしまうという感じで、高額だったらこちらの消費生活センターに連絡するとは思うんですが、そういう自分も含めて意識を変えていかなくてはならないと思います。やはりアピールとかは大事ななと思います。これからもよろしくお願いします。

○西村会長 ありがとうございました。

では、お願いいたします。的場さん。

○的場委員 協議会委員になりまして、私自身も区や消費生活センターの取組というのを非常に学ばせていただきました。ちょっと1つ思ったのが、先ほどこちらで配っていただいたマグネットシートなのですが、区役所の個室の化粧室に貼ったらどうかなと思ったのですが、と申しますのも、今、区役所の女性の個室のトイレって、DVの電話相談が貼ってありますが、そこにDVで困ったら1人で悩まないというような文言が書かれて、電話番号が貼られているので、1人で悩むということは決してDVだけではなくて、先ほどのお話にもありましたように、悪質商法、1人で抱え込むことも多いようなので、こういったシートを貼って、

皆さんに周知できればよいかなと思いました。

以上でございます。

○西村会長 ありがとうございます。

では、次に、田中さん。

○田中委員 初めて参加させていただきました。非常に内容の濃いものでございまして、また地域の会議に戻ったときに生かせればと思っております。ありがとうございました。

○西村会長 では、商店会連合会さん、お願いします。

○安井委員 新宿区商店会連合会の安井です。

商店会活動は、子育て支援、高齢者対応の広域的事業だと言い続けている立場で、今日、加藤さんのお話を聞かせていただいて、本当にやっとうこういうふうになってきたなと思いました。大山課長には申し訳ないけれども、役所の縦割りの中でいえば、やっぱり商店会、産業振興の部分ですから、こことやっぱりうまく連携しながら進めさせていただきたいと思っています。

新宿区、やっぱり買物難民の場所はありますけれども、ただ、ほかのところ、鹿児島島の奄美と比べれば店舗数も多いですから、現状あるお店とどうやっていくか、どう進めていくか、うちの店なんかでも1日10回ぐらい来るおじいちゃんがあります。役所に話をしても、役所の人を全く信用しませんよね。でも、毎日買物に来ている商店会のメンバーの言うことは聞いてくれると、こういうところもあるものですから、ぜひ進めさせていただきたいと思っています。ありがとうございました。

○西村会長 ありがとうございます。

町会連合会さん、お願いします。

○大浦委員 ありがとうございます。ここに入らせてもらったのですが、さっきありましたけれども、新宿消費生活センター、僕も全然分かっていませんでした。何だかなと思って。それで、いろいろ話を聞いていますと、独り暮らしで困っていて、何かスーパーのあれが来て何とか、そういうことから考えますと、僕は地域の町会に入ったら一番近道かなと。

町会の中は1部ではありません。大体10部から14、5部ありますので、いろんな部があります。ですから、町会に入ればそういうところにも出られるし、やっぱり万が一災害があったときは、離れているところに行ったら駄目ですよ。町会、自治会に入ってこそ、いろんな援助を早く受けられると。特に警察にしても、消防にしても、区役所にしても。ところが入っていない人は、1週間以上何も来ないおそれがあると。そういう団体に入っていれば、

3日以内に来られると。それで、年に何回も防災訓練もやっています。それから、冬になると火の用心をやったり、春は交通整理、それからクリーン活動、いろいろやっています。それから、今は女性部、昔は婦人部といったのですが、その人たちも大勢います。その人たちの中でもまたいろんなものを食べに行ったり、あるいは趣味をしたり、まず近道は町会へ入ったほうが、いろんな人がいるので面白いかなと。万が一の災害のときに非常に役立つ団体だと思うんでね、そういうことです。

それと、新宿消費生活センター、これ本当に分かんないから、毎月新宿区の町会連合会の理事会が行われています。ですから、何でもいいから、田中さん、毎月来なさいよ。その一番いい例として、今日、社会福祉協議会、関原さん来なかつたけれども、あそこも僕、出入りしていて言いました、何年か前に。いろんな助け合いがあつて、赤い羽根とか、それから歳末助け合いとかいろいろあるので。だから、毎月来いと、話題なくても、何でもいいから来なさいということでもって、二、三年前から毎月来ています。いろんな話題を持って毎月来ています。だから社会福祉協議会、結構みんな浸透してきたのではないかと。同じように、田中さん、来月待っているからね。それで、この話をしたほうがいい。この事例の話もしたほうがいい。

○西村会長 ありがとうございます。

では、宮崎委員、お願いします。

○宮崎委員 ぜひ、ここで得られた知見や学識を、新宿区消費者団体連絡会に入ってください。ぜひ、いろいろご指導いただければと思います。

それから、区民委員さんもすばらしいご意見を持っていらっしゃるので、ぜひ新宿区消費者団体連絡会にお入りになって、今度は実践につなげていただきたい。ただ、個人では入れませんので、どこかの構成団体、そういうところに入って、運営委員として、役員として、連絡会に出ますと、もう思うようにいろんなことが、太山課長や係長さんたちとご一緒に、会議にも必ず区からも平日来ていただいているので、聞いて終わりではもったいないので、ぜひ入っていただければ実際に行動に結びつくと思います。元気な新宿区をつくるために、ご一緒をお願いします。

それから、小学校、高校も、ユネスコのほうでは、国連のユネスコの民間版なのですが、キャリアパスポートをもう5年やっています。学区外に出て、ボランティアをしたのにポイントを差し上げて、日本ユネスコ協会連盟が表彰するとか、そういうことでインターンシップも受け取れますし、それからボランティアの受け止め先としてもできますので、もちろん

消費者団体、消団連とユネスコと両方であることが可能ですので、ぜひ小さいときから、若いときから、新宿の中で生きていくということで貢献していく、そのことによって能力も開発されると思いますので、ぜひお願いします。

以上です。

○西村会長 ありがとうございます。

では、青木委員、お願いします。

○青木委員 皆様、2年間お疲れさまでございました。

私は、一応来年こちらのほうを担当する予定にはなっております。また改めて、皆様からいろんな意味で、消費者行政のほうにご協力いただいておりますので、今後ともよろしくお願いいたします。

○西村会長 ありがとうございます。

吉村さん、お願いします。

○吉村委員 相談員の吉村です。2年間ありがとうございます。

本当にこういう会に参加させていただいて、日頃は電話で消費者相談を受けているのですが、また皆様とこういう意見交換をさせていただいて、違った視点から消費者行政を考えることができました。本当に2年間ありがとうございます。

○西村会長 では、坂井委員、お願いします。

○坂井委員 皆さん、お疲れさまでございました。

時間もそんなにないので、今日は1つ最後に言うとしたら、このシンポジウムとか、なかなか人が、場所のこともあって集まらないというお話もあったのですが、何でなのかともう一回見てみると、これ18歳引下げと書いてあるのに、当事者である子供というか、未成年者とか、あるいは成人になったばかりの人とか、そういう人が参加していないというのもあるのかなど。逆に、この会議でもオブザーバーで若い方を呼ぶとか、先生に協力していただいとていう話になるのかもしれませんが、そういうことも考えてもいいのかなど。

先ほど、消団連の宮崎委員のほうでおっしゃっていましたが、やっぱり新宿区で生きていく、生活していくという中で、子供の頃から参加する、当事者を呼んで、当事者を中心に考えていくという中でも、高齢者はたくさんいるみたいなね、若い方を呼ぶのがいいのかなというのを思いました。

以上でございます。皆さん、2年間ありがとうございます。

○西村会長 ありがとうございます。

では、後藤先生、お願いします。

○後藤委員 早稲田大学の後藤です。

この会議は、現場の様子をいろいろお話いただいて、意見交換できて大変勉強になっています。どうもありがとうございます。

○西村会長 それでは、時間も10分も超過していますので、特に取りまとめもございませんが、皆様、この2年間大変お世話になりまして、ありがとうございました。

また、この協議会は存続していくと思いますが、これまでの蓄積を区の行政に生かしていただければと思っております。ありがとうございました。

これをもちまして、本日の協議会、終了とさせていただきます。

それでは、最後に事務局からお願いいたします。

○事務局 時間超過して申し訳ございません。本日の会議はこれにて終了となります。

皆様、本当に2年間ありがとうございました。いただいた意見は、しっかりとまたこちらのほうで検証していきたいと思っております。本当にありがとうございました。

