

大石美奈子代表理事副会長が、消費者委員会委員に就任



9月1日からスタートした第6次消費者委員会(※)の委員に、NACSの代表理事副会長の大石美奈子が選任されました。委員受任にあたり抱負を語っていただきましたので、紙面でご紹介いたします。

この度、消費者委員会委員を拝命し、身の引き締まる思いでいっぱいです。NACSの代表として心して務めたいと思っております。

今のこの暮らしや経済や社会の仕組みが、10年後100年後の世界の人々の暮らしに大きな影響を与えるであろうことは、気候変動による災害の多発や、食品ロス、廃プラスチック問題などを見ても明らかです。国民が、特に弱い立場の人々が直面している課題の解決に向けて、よりよい提言につなげて行くことが消費者委員会委員の役目だと考えております。

未来は予測しきれませんが、未来社会はどうありたいのかを基にバックキャストの考え方で、法改正や消費者問題の解決に少しでも貢献できればとの思いであります。SDGsが流行りで終わることのないよう、困難を抱えている人々に寄り添い、そして、だれ一人取り残さない社会を目指すことに消費者代表の一人として、力を注いでいきたいと考えております。

皆様の声を行政や立法府に届けてまいりますので、ご支援・ご指導の程、よろしくお願い申し上げます。

(※)消費者委員会は、消費者庁を含めた関係省庁の消費者行政全般に対して監視機能を有する、独立した第三者機関として、消費者庁及び消費者委員会設置法に基づき内閣府に置かれる機関です。

今を調べて将来を開く 第4回

最近の不当表示規制から

NACS消費生活研究所 岡野 純司

去る6月25日に消費者庁が「平成30年度における景品表示法の運用状況及び表示等の適正化への取組」を公表しました。平成期における不当表示規制の推移と特徴は、消費生活研究所が発行する「消費生活研究」第21巻に掲載しましたのでそちらをご参照頂きたいと思いますが、公表資料から平成30年度における規制の特徴をみると不当表示に対する措置命令が46件となっています。この件数は例年から見ると多い件数であり、相次ぐ法の強化改正にもかかわらず未だに不当表示が行われ、消費者庁が積極的に規制を行っている状況が見取れます。

商品役務別では従来と同様に食品分野が多く(19件)、違反の種類では優良誤認表示が多くなっています(41件)。違反内容の特徴としては、食品の痩身効果等に関する不当表示が18件、衣類の痩身効果等に関する不当表示が9件となっており、規制件数の半数以上が痩身効果を標榜する商品に関する不当表示となっています。

消費者の健康志向の高まりから健康食品や健康グッズが普及する中、実証されていない痩身効果を期待させるような不当表示は今後も生じ続けると思われますが、効果の有無は商品を見ても分からないため、消費者が表示を信じて選択せざるを得ないという問題があります。このため消費者庁には、事前対策として事業者に対し表示等の管理措置整備の徹底により適切な表示を促進すること、事後対策として迅速な規制と消費者・関係各所への違反内容の周知により被害拡大を早期に抑止することが求められます。

この話、信用していいの?もうけ話、怪しい勧誘・広告 なんでも110番 ~マルチ商法、情報商材、副業紹介などなど~ 実施の要案



近年、インターネットで簡単に情報を得られるようになり、「誰でも楽に高収入を得られる」という、SNSの宣伝文句や勧誘につられて、高額な契約をしてしまうトラブルが急増しています。若者から高齢者までが、こうした儲け話を信じて安易に契約してしまい、被害にあうケースが後を絶ちません。また、国民生活センターによると、「1日数分の作業で月に数百万円が稼げる」「〇万円が〇億円になる投資法」といった、お金儲けのノウハウと称して、インターネット等で取引される情報である『情報商材』に関する相談も増加しています。

「NACSなんでも110番」では、こうした相談情報を多くの消費者から聞き取り、関係諸機関に情報提供及び提言をしてみたいと思います。またこの多くの事例を、今後のNACSでの消費者教育の教材作成や講座の情報としても活用してまいります。一人でも多くの切実な消費者の声を110番にお寄せいただきたく、皆さまのご協力をお願い申し上げます。

*日時：10月19日(土)、20日(日)午後10時~午後4時
*電話：東京相談室 03-3400-1103(FAX 03-6434-1161)
大阪相談室 06-4790-8110



(110番実行委員会)

インフォメーション

事務局からのお知らせ

【消費生活研究 第21巻】発行のお知らせ

消費生活研究所が「消費生活研究 第21巻-消費生活をめぐる諸問題-」を発行しました。

以下のURLから、PDF版をお読みいただけます。

<http://nacs.or.jp/kennkyu/wp/wp-content/uploads/2019/08/全体版.pdf>

編集後記

独立した娘の部屋を片付けていて見つけた「あすなろ物語」。読み出すと夢中に。次は漱石にしようか太宰にしようか... 何十年ぶりの読書の秋となりそうです。(永沢)

先月末、国民生活センターを初めて訪れる機会を得ました。広報担当者のお話の中で、PIO-NETの説明を受けた時、消費生活アドバイザー試験に出題されていたことが蘇り、懐かしさで初心に戻った気持ちにさせられました。(田中)

今年は秋刀魚が不漁とのこと。冷凍もでの秋刀魚まつりは、少し淋しい気がします。安くて美味しい旬の食材で、「笑みの秋」を楽しみたいものです。(河嶋)

NACS news

NACS information papers

No.3

NACS

NIPPON ASSOCIATION OF CONSUMER SPECIALISTS

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-17-14 全国婦人会館2F TEL.03-6434-1125 FAX.03-6434-1161
編集責任者：広報委員長 永沢 裕美子



NACS消費者相談室の現況

—消費者トラブルの解決に向けて—



消費者相談室担当理事 樋口 容子

2018年度の消費者相談室事業の概要と、2019年度の相談室事業について、ご説明させていただきたいと思っております。

消費者相談室の3事業

NACSの相談体制は、以下の3つの事業から構成されています。

- ①毎週末の消費者相談事業である「NACSウイークエンド・テレホン(WET)」
- ②時宜に応じたテーマで、毎年秋に2日間開催している「NACSなんでも110番」
- ③法務大臣認証の、消費者取引裁判外紛争解決のための手続きを行う「Consumer ADR」

2018年度の相談室事業の概要

①の「WET」では、2018年度、東京相談室606件、大阪相談室631件、合計1,237件の相談を受け付けました。相談者の割合を、消費者庁発表のPIO-NETの集計結果と比較しますと、年代別の「70代未満」の割合が、PIO-NETでは7割未満であるのに対し、WETでは9割強と、現役世代が多くを占めています。また、職業別の「給与所得者」の割合でも、PIO-NETでは、4割未満であるのに対し、WETでは6割弱と、平日に消費生活センターに相談するのが難しい給与所得者の利用が多いといえます。こうしたことから、消費生活センターの多くが休みの土日に開催しているWETは、平日の日中相談が難しい消費者にとって駆け込み寺的な要素があり、重要な役割を果たしていることが分かります。

②の「NACSなんでも110番」では、2018年度は、「これって払わなくてはいけないの?~不当請求・架空請求なんでも110番」をテーマに行いました。近年、被害者が後を絶たず、その被害額も急増している「不当・架空請求」について相談を受け付け、相談件数は、2日間で87件でした。不当請求では、代金や違約金・キャンセル料の請求に対するトラブルが目立ち、契約時の業者による説明の不十分さや、法的根拠のない請求などが浮き彫りになりました。架空請求では、SMSを利用した「コンテンツ利用料金」、法務省を身分詐称した業者から送られる「架空請求はがき」などの相談が多数寄せられました。こうした相談結果をまとめ、各省庁や事業者、法

規制や自主規制の不備などについて提言や要望書を送りました。

③の「Consumer ADR」では、2018年度、この2年実施されてこなかった認定手続を、1件実施しました。地元の消費生活センターで斡旋が不調に終わったということで、WETに相談があり、継続相談として受け、交渉を進めたものです。内容は、「訪問販売による家庭教師と補習用教材の中途解約返金に関する紛争」でした。補習用教材が100万円近くと大変高額で、既払い金はまだわずかでした。当初、当相談室から交渉した際は、事業者は補習用教材を推奨商品と主張し中途解約返金は全く認めませんでした。Consumer ADRの裁定手続には協力すると回答がありました。何度かの交渉後、裁定手続のための日程設定の段階で、事業者から「申立人の主張通りの条件で解約し、返金額としては既払金放棄で応じる」と、ほぼ満額の回答がありました。そこで、担当弁護士が和解書面を作成し当事者に交付しました。その後事業者から手続終了申出書が提出され、相談者も大いに納得する形で手続き終了となりました。

2019年度の相談室事業

「NACSなんでも110番」は協会設立の1988年から、「WET」は1991年12月から継続して開催されており、NACS事業の財産といえるものです。この2つの活動は、当初より、東京と大阪の2つの事務所で実施され、東京と比べ小規模な大阪でも、同じような成果を果たしてきました。今後も、2つの事務所で緊密な連携を図りながら、活動を続けてまいります。

また、「Consumer ADR」につきましても、NACSが東京相談室でADR裁定手続を開始して10年以上が経過しています。東京を中心とした関東には、国民生活センターをはじめ、数多くの消費者紛争についてのADR機関がありますが、大阪を中心とした関西では、そうしたADR機関が少なく、今回大阪事務所での裁定手続の実施は大変意義深いことと考えております。ADRの実施場所を東京から大阪に移した際に、変更事項の確認のため法務省の担当官が西日本支部事務所を訪れた折にも、ADR機関の少ない大阪での活動を大変評価していただきました。裁判より手続きが簡便で経済的な負担も少なく、短期間での紛争解決を目指す「Consumer ADR」は、消費者にとっても、事業者にとっても、非常に有効な紛争解決手段といえます。

2019年度は、関東、関西のみならず、ややもすれば東京、大阪を遠く感じる地域の会員や消費者の皆様にも、NACSの相談業務をより身近なものと感じてもらえるよう、東京と大阪が協力しながら、より一層の全国展開を図っていきたく思っています。

特集 ▶ 消費者の声を活かす

新聞やテレビのニュース等を通じ、「国民生活センター」の存在は多くの国民の知るところですが、実際にどんな事業を行っているかを正確に知る消費者は少ないのではないのでしょうか。そこで今回は、品川駅にある国民生活センターを訪問し、広報部の菱戸淳二さんから話を聞きました。

聞き手：広報委員長 永沢 裕美子

相談情報をPIO-NETで一元管理し、消費者からの相談や被害防止に有効活用

永沢 国民生活センターとは、どのような組織なのでしょう？

菱戸 国民生活センターは、独立行政法人国民生活センター法という法律に基づいて運営されている国の機関です。国民生活に関する情報の提供、そのための調査研究、重要消費者紛争について裁判以外の紛争解決手続きを提供する、いわゆるADRを3つの柱としています。



広報部 広報課
菱戸淳二さん
民間企業勤務を経て国民生活センターに入り、広報部の前は商品テストやPIO-NETを担当

1950年代から60年代にかけて森永ヒ素ミルク事件やサリドマイド事件など重大な消費者問題が相次いで発生したことを受けて1970年に設立され、来年で設立50周年を迎えます。

現在、東京と相模原の事務所、徳島に開設している新未来創造オフィスに、非常勤職員を含めて約300名が、消費者・生活者、事業者、行政を「たしかかな情報」でつなぎ、公正・健全な社会と安全・安心な生活を実現することを使命として働いています。

永沢 消費者庁とはどのような関係なのでしょう？

菱戸 消費者庁は消費者安全法や景品表示法を始め多くの法律を所管していて、国の消費者行政に関わる政策の立案とその実施を担当しており、法令に基づき違反業者には是正命令を出す等の処分権限を持っています。一方、国民生活センターは消費者庁所管の独立行政法人です。国民生活センターは消費者庁のような法の執行や処分の権限は持っていませんが、消費者行政の中核の実施機関として、全国の消費生活センターに対する支援や消費者への注意喚起、行政機関や事業者団体への要望や情報提供を行っています。国民生活センターには全国から様々な事故やトラブルの情報が集まってくるので、消費者問題に発展する危険性があると判断した時点で、原因となっている事業者と連絡をとって改善を要望したり、場合によっては広く国民・消費者に知らせ、被害の拡大を未然に防ぐという役割を果たしています。

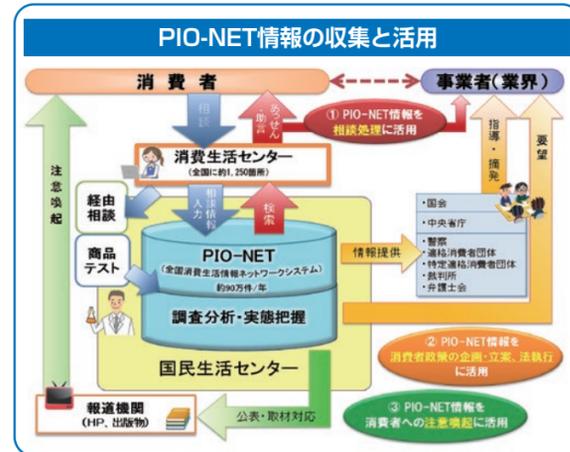
永沢 確かに、消費者庁が処分を行うとなると慎重さが求められますので、どうしても遅れがちになると思います。そこを補い、機動的に国民・消費者の安全を守るための働きかけや情報発信をしてくれているのが、国センというわけですね。ところで、その肝心の情報ですが、どのようにして集められているのでしょうか。

菱戸 全国の消費生活センターに寄せられた消費者からの相談情報を、PIO-NET、正式には全国消費生活情報ネットワークシステムといいますが、これを使い収集しています。これは1984年から稼働しているシステムで、現在、全国約1250箇所の消費生活センター等で、消費者からの相談を受けた相談員が日々、PIO-NETに情報を入力し、データベースが作られています。PIO-NETで収集した相談情報は、昨年度は約99万件と100万件に迫る件数でした。

消費者から地域の消費生活センターに寄せられる相談はいわゆる機微情報、特別な配慮を要する情報ですから、そのまま外に提供することは許されません。一方、消費者被害というのは、全国のあちこちで広く発生しているわけで、その発生情報をいち早く全国で共有できるならば、被害の防止やトラブルの解決に有効です。そこで、PIO-NETに入力する際には、他のセンターの相談員が読んで利用できるようなという観点でのデータ入力をお願いしており、全国共通の入力ルールを定めています。おかげで、規模が最大だけでなく、信頼性の高い相談情報データベースを構築できていると言えます。

永沢 PIO-NETで集められた相談情報はどのように利用されているのでしょうか。

菱戸 国民生活センターからの消費者への情報提供の基礎として利用していることは言うまでもありませんが、一番は、全国1250箇所の消費生活センター等で相談員が消費者からの相談に対応する際に、同一事業者や商品・サービスに関わる相談が他の地域で発生していないかどうかを検索したり、類似の事案にどのように対応したのかを確認するなど活用いただいています。最近では、消費者被害は広域で発生していますので、こうした情報



検索は適切な相談対応や被害防止に有効なツールとなっていると言えます。また、国や地方公共団体が行う消費者政策の企画・立案や注意喚起などの情報提供、行政機関による消費者被害の未然防止・拡大防止のための法執行への活用などにも利用されています。

一方、課題もあります。世の中がどんどん変化しており、それについていけるよう、データの精度を向上させたり、セキュリティ面を強化させたり、よりよいデータベースにしていかなければいけません。

永沢 なるほど、国民生活センターの心臓部がPIO-NETであり、時代の要請に応じていくためにも、PIO-NETの機能強化が必要というわけですね。ところで、相談情報100万件ということですが、その内訳はどうなっていますか。

菱戸 おおよそ9割が取引関係、1割が安全・品質関係になります。安全・品質というのは、例えば、ある商品を使用していたらケガをしたとか、ケガをするところだったといった身体等への被害やその危険性などになります。安全・品質関係の相談が少ないように見えるかもしれませんが、一つの欠陥製品が多く国民の身体、場合によっては生命への危険となる重大事故につながることもあるわけですから、未然防止という意味でも大変貴重な情報です。

国民生活センターには商品テストを行う専門部署があり、各地の消費生活センターからの依頼を受け、商品テストを行い、その結果を苦情相談の解決に利用いただいています。また、PIO-NETだけでなく、医療機関ネットワークや医師からの事故情報受付窓口からも情報を収集して、商品やサービスの危害や危険情報を分析した上でテストや調査を実施し、消費者に情報提供をしています。

永沢 確かに、テレビニュースで国民生活センターが行なった商品テストが放映されると、なるほどと思い、具体的な注意喚起になりますよね。最後に、国民生活センターが特に力を入れている問題・課題についてお聞きします。

菱戸 消費者の多様性に配慮した情報発信が必要となっています。これまで活字媒体を中心とした情報提供をしてきましたが、活字を読まないという人が増えています。若い世代への対応も考えると、動画やSNSというのも取り入れていく必要があります。高齢者や障がい者への配慮も必要で、ヘルパーや行政職員など、支え手への情報発信にも力を入れていく必要があります。また訪日外国人が3000万人を超え、来年はオリ・パラもあり、さらに多くの外国人が日本を訪れることが予想されます。こう

した訪日外国人にも対応するため、英語、中国語、韓国語、タイ語、ベトナム語、日本語の6言語対応の三者間通訳システムを利用した電話相談対応を始めました。全ての消費者に情報を直接届けることはなかなか難しいですが、既存の手法だけではなく、新たな手法を使って情報発信を行い、様々な人たちに情報を届け、消費者被害を減らしていきたいと思っています。

「イヤヤン」バッジ」NACSバージョンを作製しました!

皆さんは、「消費者ホットライン(188)」の立ち上げをご存知ですか? 運用開始は2010年1月からで、2015年7月に局番なしの3桁化を開始し、2018年7月にイメージキャラクター「イヤヤン」が発表され、あらゆる年代層への周知活動が展開されています。「イヤヤン」発表の背景としては、消費者庁が取組む「成年年齢下げに対応した消費者被害拡大防止等のための施策」①消費者教育の充実、②若者の被害事例を踏まえた消費者契約法の改正、③相談窓口の充実及び消費者ホットライン188の周知のうち、③の推進を図ることがあげられます。

令和元年版消費者白書によれば、「番号188(いやや!)」の認知度は全体で9.2%にとどまり、年齢層別では20歳代が最も低く3.3%となっており、若者を中心に国民への周知という点ではまだまだという状況です。一方、消費者被害に遭うかもしれない不安を抱える若者が6割を超えていることから、NACSでは若者の消費者被害拡大防止のため、「イヤヤン」バッジを通じて「消費者ホットライン(188)」の周知活動を支援する事といたしました。今後は、ホームページ等で周知活動の輪をお届けしたいと考えております。ご希望の場合は、原価(1個300円)+送料でお分けいたしますので、件名に「188バッジの件」とご記入いただき、メールでご連絡ください。 ◆メール送付先: nacs-koho@nacs.or.jp (NACS広報委員会)

理事/消費者志向推進委員会 奥原 早苗

