

消費者団体と独立行政法人国民生活センターとの懇談会

議事要旨

1. 開催概要

- (1) 開催日時：2018年12月3日（月）14:00～15:30
- (2) 開催場所：国民生活センター東京事務所 2階第会議室
- (3) 出席者：別紙のとおり
- (4) 議 事：
 - 1. 開会
 - 2. 国民生活センター理事長挨拶
 - 3. 出席者紹介
 - 4. 国民生活センターの最近の動向
 - 5. 意見交換
 - 6. 閉会

2. 意見交換

消費者団体：各地で「消費生活相談員のなり手がいない」との声を聞くが、状況をどのように把握されているのか。また、以前は、各地でも消費生活相談員の養成講座が相当数実施されていたと思う。最近は養成講座を行っていると聞かないので、ニーズがあるのであれば、地域版ということで、徳島で養成講座を実施し、四国県内で消費生活相談員がどれだけ増えるかを検証してはどうか。

国 セ ン：まず、国民生活センターでは従来から各都道府県等における消費生活相談員の募集状況について情報収集している。各都道府県でも人材バンクを整理するとも聞いているので、そのようなものを国民生活センターのホームページでもご紹介させていただき、当方でもマッチングのお手伝いをさせていただいている状況である。また、基本的に国民生活センターの研修は、行政職員、消費生活相談員を対象にしており、養成講座に関しては、各都道府県が実施し、熱心に取り組んでいらっしゃる自治体もあると把握している。我々としても、消費生活相談員資格試験の実施場所にも配慮し、スムーズに消費生活相談員になれるようにお手伝いできればと考えている。

消費者団体：徳島移転に関する反対の意見の中で、徳島県内の消費生活相談員の数が少ないことが指摘されていたが、徳島にオフィスを構えた後、消費生活相談員の数がどの程度増えたかを把握しているのか。

国 セ ン：消費生活相談員の数に関しては、国民生活センター独自で把握している訳ではないが、消費者庁の地方消費者行政の現況調査などから必要に応じて確認したい。

消費者団体：国民生活センターの Twitter は、多くの方々が見ていると思う。閲覧している人について世代等の分析はしているのか。

国 セ ン：Twitter をどのようなの方々が見ているかについては、まだ分析はできないが、やはり、当センターの情報は行政機関や消費生活相談員、また、日頃より消費者行政に関心を持っている方がご覧になっている傾向がある。しかし、Twitter のフォロワーの中には新しいの方々も見られる。若い方にもみていただきたいので、今後はその点が課題である。

消費者団体：11月14日に開始されたばかりなので、また改めての機会に、閲覧者についての分析結果を共有いただければ有難い。

消費者団体：国民生活センターのホームページは子どもに関する情報が増え、そして見やすくなった。啓発で保育施設をまわる際に、保育士さんなどに国民生活センターのホームページについても紹介しているので、引き続き取り組んでいきたい。

先ほど説明のあった「徳島での使用中の健康食品に関する調査」について伺いたい。これは使用中の劣化に関しての実態調査なのか。

国 セ ン：今回の調査では、錠剤カプセルの品質について、カプセルが胃の中で溶けるかどうか、機能性成分がきちんとはいっているかどうかといったことについても調べている。それから、日常生活の中での使用による変化や傾向について調べる予定だ。

消費者団体：徳島での健康食品に関する調査では、保管状況や使用状況に問題があったということ調べるのか、それとも具体的に健康被害に遭ったかについても情報収集する予定なのか。

国 セ ン：もともと品質というタイトルで実施しているので、被害に関する情報収集は行わない。しかし、健康食品を小分けの袋に入れて保管していたり、長い間保管して使用していたりする方もいらっしゃると思うので、そういったところを丁寧に聞き取る予定だ。機能性成分が賞味期限までの期間であっても減っていくこともあるので、使い方に関する情報も調査によって、消費者に発信できればと考えている。

消費者団体：ホームページに注意喚起情報が一番上に出ていて、すごく見やすく、情報を探しやすくなったと思う。Twitterのフォロワー数も多くて、驚いている。Twitterで今後も若者向けの情報を広めていただければと思う。そして、商品テストでは、2017年度に地震による貯湯タンク等の転倒防止策について調査されたが、防止策については全国に広まったのか。また、研修事業に関して、地方消費者行政強化作戦では研修参加率を100%に引き上げることを目標としており、国民生活センターでは研修の機会を確保すると挙げているが、地方自治体では財政が厳しく、なかなか研修に参加できない自治体もあると聞いている。消費生活相談員にとって、新たな事例や法律について学ぶことがとても重要なので、相模原や徳島だけでなく、全国各地で実施して

ほしい。

国 セ ン：まず、徳島での商品テストに関しては、一般消費者が貯湯タンクの下の部分を見るのが難しく、やはり自治体の協力がないと全国で展開していくことが難しい状況である。様々な手続きがあるなかで、徳島県の自治体にご協力いただいで実施できた。今後このテストについては、色々なところでお話しさせていただきたいと考えている。

国 セ ン：研修の機会を確保いただくことが重要と考えており、消費者庁の強化交付金に該当する研修を消費者庁とも相談しながら実施しているので、そういった研修もご活用いただければと考えている。徳島と相模原以外での研修については、地方自治体と共催で全国で研修を実施しており、今後も開催場所については自治体と相談しながら、消費生活相談員の方々参加しやすい場所で実施していきたい。

消費者団体：研修に関して、一人体制の相談窓口もあり、なかなか研修に参加できないと聞いている。参加しやすい形式について現場の消費生活相談員から声を集めて、幅広く消費生活相談員が参加できる研修を実施してほしい。また、私どもでも Twitter で情報発信しているが、トラブル事例を掲載すると閲覧数が増える傾向にある。これはキーワードでみなさんが見ているからだと思うので、若い方にも見てもらうためにキーワードを工夫してはどうか。そして、国民生活センターの見守り新鮮情報は、すごく良いので、高齢者の講座や子どもたちを見守る方向けの講座でも紹介している。さらに多くの方に登録してもらう方策はないのかと感じている。

国 セ ン：一人体制窓口については把握をしているので、遠隔研修など何らかの形で研修を受けていただける体制づくりに引き続き取り組んでまいりたい。

消費者団体：例えば、土曜日などの実施もよいかと思うのだが、どうか。

国 セ ン：ご要望として承る。

国 セ ン：Twitter は始めたばかりではあるが、幅広い層にご覧いただいでいるのではないかと期待も含めて感じており、キーワードも考慮しながら発信していきたいと考えている。見守り新鮮情報については、地方自治体から

活用してもよいかとのお問い合わせも多く、登録者数については、引き続き、増加するように取り組んでまいりたい。また、子どもサポート情報もイラスト入りでわかりやすく作成するように努めているので、このあたりも消費者団体の皆様方にも関係団体の皆様にご紹介いただいたりするなど、お力添えをいただけると有難い。

消費者団体：Twitterなどの取組みはすごくよいと思っている。年齢層によってSNSの使い方が違うので、それらに合わせた情報発信が必要なのではないかと。普段関心のない人たちに情報を届けるにはどうすればよいのかを若い人の消費者教育も兼ねて、高校生や大学生などに集ってもらい、意見を集めてはどうか。子どもに関する情報も、幼稚園などの関係者や保護者のグループなどにもっと活用してもらえと思うので、情報を上手に対象層に拡散できる工夫をしてほしい。

国 セ ン：企業はいかに消費者に伝えるかを考えるなかで、伝統的なマスメディアを通じた広告から、今はネットによる広告に流れてきている。従来我々もいかにマスメディアに取り上げてもらうかを中心に考えてきたが、これからはSNSなどを活用したプッシュ型の情報発信にも力をいれていかなければというところがあるので、よいアイデアがあれば、いろいろ取り組んでいきたい。

消費者団体：成年年齢引き下げに伴い、消費者教育が喫緊の課題であり、私どもでも消費者教育に主眼を置いて取り組んでいる。先生方と一緒に考えることが必要であるが、なかなかそこまで行き着くことが難しい。そのようななか、国民生活センターの全国消費者フォーラムがきっかけで、家庭科の先生と一緒に取り組むことができた。国民生活センターの講座のなかで、学校教育のなかに事例や現状を伝える仕組みを入れていただければ、消費生活相談員はもっと身近に学校と情報交換ができるのではないかと感じている。

国 セ ン：今年度の全国消費者フォーラムは成年年齢引き下げをテーマに実施し、エントリーしていただく方の中には、消費者教育の実践の取組みについても多数ご報告いただく予定になっている。そのような機会を通じて、広がりがなされればこちらとしてもよいと感じている。こちらとしては、まずは、先生方に消費者教育でどのような取組みが求められているのかをお伝えする研修を行うことで、実際の消費者教育を広げていければと取り急ぎ考えている。

消費者団体：費用面等で実行するのは難しいとはわかっているが、LINE のアカウントをつくと、若い相談者が LINE の無料通話でかけることができ、いくつかの行政の相談窓口で多くの相談が集まっていると聞いた。LINE のアカウントを開設することで、若い人たちからの相談を受け付け、情報を集めることができるのではないかな。

国 セ ン：LINE については、自治体においては、いじめや自殺の予防といった観点から活用しており、電話相談よりも LINE の方が相談件数が多いと聞いている。そういったところから、消費者行政においても LINE がよいのではないかな、というご意見があることも承知はしているところではあるが、消費生活相談に馴染むのかどうか、予算も人も含めて検討していかなければならないと考えている。

消費者団体：全般的に行うのはなかなか大変だと思うので、若年層とか青少年とかに絞ってみてはどうか。

国 セ ン：ポイントはいかにアクセスチャネルを多様化するかだと思う。人手を要しないかたちで多様なアクセスを可能にするやり方と、人手が必要なやり方とでは、違いがでてくる。LINE などの SNS での相談では、回答する側に人を配置しないとイケないので、アクセス数が増えれば増えるほど人手が必要になるため、予算上の制約がある。それを解決するための方策として、回答側に人手を介さないで AI などを使って適切な回答ができる仕組みをつくれれば、システム構築にはお金はかかるが、その後の人手はかからないので、人手は本当に人が対応しなければならないところに限定される。情報を返すだけであれば人手を介さなくてもよいということになるので、多チャンネル化と対応の仕方を分けて考えていく必要があるのではないかなというのが我々の現段階での基本的な視点である。限られた予算の中で、いかに多チャンネル化し、ニーズに答えていくかが、大切であると考えている。

消費者団体：予算は、ニーズがあることの説明が必要になるので、たとえば期間限定で実施し、相談件数のデータをとり、次年度予算の獲得に繋げてはどうか。話は変わるが、2年後の50周年にキャラクターを作ってはどうか。ゆるキャラのようなものがいれば若い人にも話題になる。

国 セ ン：実は国民生活センターにはゆるキャラが沢山おり、最近も一人デビューするところだが、あまり一般に普及していない。

消費者団体：まず、可愛くないと人気が出ないので、それなりにお金をかける必要がある。お金をかけて、いろいろと使いまわせるキャラクターと着ぐるみを作ってはどうか。私の所属する弁護士会でも着ぐるみを一体作ったが、反応が良く、掛けた予算以上の効果があった。国民生活センターのホームページには昔からのマークがあるだけで若干暗いので、キャラクターがあれば良い。

消費者団体：消費者団体（NACS）：最近の大学生は、消費生活でトラブルが起きた際に、企業や消費生活センターに問い合わせてもすぐにはつながらなかったり、解決できなかつたりするので、まずは SNS に情報を発信するということがあった。すると瞬く間に情報が集まり、解決策を得られるので、企業等に相談するよりも、ネット上で解決したいということである。我々としてはトラブル等の情報をトラブル予防のうえからも提供して欲しいと思うが、自分たちだけで解決し、社会に情報を還元しないで完結しているという話を聞き、なかなか難しい時代であると実感した。そのような若者たちへの正しい情報の提供のために、どのような情報発信をすれば目に留まるかといった点についても学んでいく必要があると感じた。さらに、今年は災害が特に多かったが、災害時にテレビ等が観られなくなるときに役立つのが SNS 等の情報になる。災害時の情報は刻々と変化するもので、信じていた情報がフェイクニュースとなっていたといった被害や問題が起きている。災害時だからこそ、どのような情報をどこで、どうやって被害者に届けていくか、是非検討いただきたい。また、見守り新鮮情報について、チラシが分かりやすく、様々なところで役立つ。簡単で分かりやすいが、詳細情報へのリンクや他の事例の紹介があれば、さらに使い易くなると思う。

国 セ ン：災害関係で言えば、平成 30 年 7 月豪雨では 110 番を実施し、北海道胆振東部地震では電話相談を受け付けられない道内センターが多数あったが、消費者ホットライン 188 の接続先を国民生活センターに切り替えて対応させていただいたところ。消費者への情報提供については、災害時の相談内容等を踏まえて注意喚起を行っているところ、引き続き SNS を活用した情報提供にも取り組んでいきたい。

国 セ ン：SNS の活用について、我々が現時点で行っているのは、こちらからの情報発信として、Facebook や Twitter での掲載である。若者がネット上に発信した質問に対して回答するといったことは国民生活センターはやっていない。ネットをパトロールしてそれらの質問を収集し、早く正確な情報を提

供していくには、人手が足りない。国民生活センターは SNS やウェブサイト
で正確な情報を提供しておき、ネット上で困っている人を見つけた他の人
から国民生活センターの情報を紹介してもらえればと思う。さらに積極的に
関わるならば、国民生活センターに質問を投げると、AI が迅速に答えを提供
できるようになれば良いと思うが、時間をいただきたい。

消費者団体：国民生活センターが SNS で積極的に回答することは現段階ではあ
まり良いこととは思わない。正確な情報にたどり着けない人がいるので、SNS
上の情報による二次被害に遭う人も多い。国民生活センターを一般消費者は
あまり知らないので、もっとアピールしてはどうか。キャラクターでのアピ
ールに賛成である。また、要望であるが、消費生活相談員のレベルアップ研
修において水道法の改正や電力・ガス自由化等について、各地の状況も含め
て研修に取り上げてほしい。

以上

出席者名簿**消費者団体** (団体名五十音順、敬称略)

特定非営利活動法人親子消費者教育サポートセンター	加藤 絵美
特定非営利活動法人コンシューマネット・ジャパン	古賀 真子
主婦連合会	河村 真紀子
全国消費者行政ウォッチねっと	拝師 徳彦
一般社団法人全国消費者団体連絡会	浦郷 由季
公益社団法人全国消費生活相談員協会	石田 幸枝
全国地域婦人団体連絡協議会	高野 ひろみ
一般財団法人日本消費者協会	内田 紀子
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	大石 美奈子
日本生活協同組合連合会	前田 昌宏

独立行政法人国民生活センター

理事長	松本 恒雄
理事	宗林 さおり
理事	丸山 達也
理事	加藤 さゆり
監事	岩田 三代

他