

平成 21 年度 第 4 回葛飾区消費生活対策審議会議事録

日 時：平成 22 年 3 月 11 日（木）午前 10 時 00 分～12 時 00 分

場 所：ウィメンズパル 3 階 消費者学習室

出席者：清田委員、黒崎委員、甲州委員、寒河江委員、島田委員、高橋委員、
矢頭委員（五十音順）

* 配付資料別添

1 開 会

2 議 題

(1) 答申案のまとめ

各委員のやり取り

「私が本日配布した資料で提案していることは、他の自治体でもいくつか行っていますが、葛飾区では地域で採れた新鮮な野菜の提供などは行っているか」

「JA に協力して行っている」

「JA は店舗を持っている」

「野菜の直売所を持っている。生産者の写真を貼ってある。直売所のほか、商店街でも 2 箇所ほどやっている。それから、消費者団体の協力を得て区役所やイベントなどでも販売している。最近は、学校において、食育を兼ねて、農家から直接こまつ菜などを出していることもある」

「私が考えているのは、商店街の魅力づくりの一環としてやってみたらどうかということ。場合によっては、空き店舗を活用して地域の農協と協力して、そこに行けば物がそろうといったイメージ。葛飾区では繁盛しているか」

「常設という形でやっているのは JA だけ。売り上げは、今年は天候の問題があるが、例年だと、直営店舗とイベントなどで販売したものすべてで、およそ年 4 千万円ぐらい」

「商店街による通信販売の普及というのは、昔から利用しているお店に行きたくても、身体機能が低下してくると面倒になってしまう。そういう人を対象に、通信販売して見たらどうかということ。通信販売というと、大きな通信販売事業者や生協を考えるが、ここでは地域の活性化の一環として考えてみてはどうかということ」

「需要調査の必要性という部分の最後の文言が「調査を集約することが必要である」となっているが、すこし表現をゆるくして、「調査を活用する

- ことも考えられる」といった表現には変えられないか」
- 「表現を変えるのはいいが、どの自治体が、どのようなことをやっているかを把握していないのではないか。そのこと自体が問題だと思う」
- 「防災関係のアンケートなどは、それぞれの自治体において、ある程度行われている。生活実態そのものに関する調査は年1回ぐらいはやっている。ただ、区の姿勢として、高齢者被害の防止という観点から、統一的に実施したほうが、効果的ではないか」
- 「普通、調査というと数字でわかるようなやり方ですぐに行うが、ここで考えているのは、もう少しなまなましく、高齢者自体がどういうことを必要としているかという話なので、アンケート調査で果たして実態を把握できるかという感じはある。もし、調査をするとしたら、調査プロジェクトのようなものを作って聞き取り調査をやり集約するやり方のほうが需要を把握できると思う」
- 「孤独死の発見などは、確かにアンケート調査では無理だと思う」
- 「調査をするに当たって、もうひとつ注意する必要があるのは、住民には昔から住んでいる人と比較的新しく住まわれている人がいるということ。かつての地域社会のネットワークが切れてしまっているので、そのへんに気をつけて調査する必要がある。調査会社に丸投げせずに、自分たちでヒアリングをしてなまなましい需要を把握する必要があると思う」
- 「どちらの自治町会でもやっているが、毎年、敬老の日、区からの補助に自分たちの町会から少し足してお菓子などを届けている。こういう機会に声掛けをして、何か需要を引き出すことができるような気がした。聞いたことについては、メモ書きでもしておいて、まとめて町会から区に伝えることにより、住民の声が区に届くように感じた」
- 「調査するときは高齢者自身に協力してもらうべきだと思う。高齢者自身が必要なことや困っていることについて、一番わかっているから。高齢者は高齢者扱いされることを一番きらっている。若い世代が何かをやる時、高齢者を心身機能が低下している対象としかみずに、うまくいっていない例が多い。高齢者であっても、75歳までは統計上も元気の人が多い。かつて、通産省の「メロウソサエティ構想」というものがあり、そこでは「死ぬまで社会貢献」ということをキーワードにして、高齢者は元気であるということをもとにして、何か社会貢献をすることが健康で長生きする秘訣であると考えていた。こういう需要調査のようなものに、可能であれば活性化基金を使ってほしい」
- 「趣味の集まりや町会活動をやられている高齢者は、情報交換を通じて交流がある程度できると思うが、こういう場に参加されていない高齢者の

- 声も聞き取れるといいと思う」
- 「元気な間は社会に貢献してほしいが、これは意識の問題であり、命令してこれをやれと言っても無理な話しである。いずれにしても、単なる個々の活動に止めないしくみ作りが求められている。他の自治体の先進事例も調べてみる必要があると思う」
- 「さきほどの活性化基金の件だが、消費者教育・啓発というメニューがあるので、検討の余地はあると考える」
- 「ここで言っていることは、二律背反的でかなり難しいテーマであると思う。というのは、社会的なかかわり合いを増やしていこうというノーマライゼーションの考え方にしたがって、高齢者、障害者も普通の人と同じように、地域社会と結びつきを強くして生きがいを得られるようにしていこうというのが、ここの趣旨だが、この考え方を進めていくと、当然、消費者被害にあう可能性も増えてくるということ。そこで、この部分では、区として、どのようにかかわっていくかということを書くべきである。ただ、少し気になるのが、区が地域の事業者を紹介したりという部分である。特に、直接訪問してセールスするような場合に、さらなる購買を求められ、必要ない物まで買わされてしまうようなケースも考えられる。このような状況を踏まえたくみ作りが必要であると思う。もちろん、消費者被害を防ぐために、高齢者は社会とできる限りかかわりを絶つべきということではないが」
- 「確かに、本日の資料では事業者を紹介する主体が区のようにも読めるが、そのしくみ作りしかできないので、紹介したりというのを紹介するしくみ作りというような表現にするべきと考える。例えば、区と商店街が協力して、一つのしくみを作るようなことを考えているが、そのようなことを協議する場はないのか」
- 「考えられるのは高齢者に対する宅配サービスであり、現在、試行的に、新小岩の商店街で1箇所行っている。その商店街で買物をしたが、重いので宅配してもらおうという仕組み。将来的には、商店街と話し合っ、カタログを作ってもらって、それを注文を受けて販売するというところまでいけばと思っている」
- 「私も同感。通信販売まで踏み込むと、商品の選定、仕入れからスタートし、価格の設定などいろいろな問題が出てくる。自宅まで届けるというしくみを商店街自身が作れば良いと思う」
- 「商店街による宅配の普及ということ。しくみ作りと簡単に言うが、実際にはかなり難しい。ただ、その時、ポイントになるのは最初に行う需要調査である。行政がダイレクトに紹介をするといったことはできない。しくみ

作りは、何人かのキーパーソンがいないとできないと思う。人生50年時代と人生80年時代においては、20年、30年の高齢者としての消費生活に関する需要は違って来るはずである。その辺を見据えておく必要がある。また、子世代、孫世代と同居する人が少なくなっているのも、被害を生む原因となっている」

「私の町会では月1回、町会会館で一人暮らしの高齢者を対象に給食事業をやっている。自分も歳をとってきて、やっと歩いて来るような人の姿を見ると、なかなか止められない」

「高齢者を保護の対象として考えると、ますます老化が進む。私が生きていることは、誰かのお役に立っているというのが、元気に暮らすしくみの基になっていると思う。高齢者が寝たきりにならないようにしくみを考えていく必要があると考える」

「スポーツクラブなどに行くと、最近は60代、70代の人が増えている。今言われたように、死ぬまで社会貢献ということで、どういう形で調査をするかは別として、需要調査というのは、同世代の高齢者の人にやってもらい、ある程度、結果がまとまった時点で、調査をした人と、商店街の人、例えばリフォームならリフォーム業者、行政の3者間で意見を出し合っていければ、もっと早くしくみが作れると思う」

「かつての東京都のやり方だが、まず思いつきでもいいので、各委員が出し合い、それについて裏付け調査を行ったうえで、ある程度、実現できそうな項目を提言にまとめていた。予算的に規模が違うので、葛飾区で同じ手法が採れるかはわからないが、審議会を活用していく一つの方法としては考えてもいいのではないか。しくみ作りをする場合、お金がどのくらいかかるのか、効果がどのくらい期待できるのかというコストパフォーマンスを常に念頭に置いて制度設計をすることが必要であり、逆に言うと、この点を満たせば、問題があってもとにかくやるぐらいの気がないと先に進まないと思う。いくつかの配慮すべき点はもちろんあるが」

「今後の消費者行政において、楽しい商店街づくりにより高齢者を守るという貴重なご提言が出ていて、これに集中していくか、あるいは条例のうりとも言える成年後見制度でいくか、迷っているところだが、課題が何点かはっきりしたことで、今後は、より具体的にテーマを決めていけたらと思う。具体的な話しだが、中間答申を受けて、地方消費者行政活性化基金を活用して前倒しで実施するとともに、現在議会で審議中の平成22年度の予算案にも本日の答申案の一部の項目については計上し、実施を予定している」

「区がやっていることは私としても認識している。ただ、成年後見制度を本

格的にどうするかというのは福祉との兼ね合いがあるし、本日検討している地域社会の構築というのは、消費者行政の枠を超え区をあげて取り組むべき大きなテーマである。こういう問題は、少し絞り込んで集中的にやらない限りは進まないと思う」

(2) 今後のスケジュール

本日の審議を踏まえ、会長が答申案を再度作成し、これを各委員がチェックし、意見がなければそのまま確定、意見がある場合は、会長と事務局との責任において確定させることで各委員了承。最終的には3月30日に区長に直接答申文を手渡す予定

(3) その他

「本日机上に配布した資料の説明」

- ・ 救済委員会のご意見を踏まえ、昨年10月に区として不適正な取引行為基準を告示し、そのパンフレットを作成
- ・ 他の自治体でも作成しているが、訪問販売お断りステッカーを基金活用により作成。1月下旬から区民に配布。屋外用と屋内用の2種類あり、特に屋内用のステッカーについては、区内2箇所の警察署と連携を図り電話番号を明記。屋外用については記入例にあるように左側の少しあいている部分は、油性ペンで特定の企業名、業種名等を記載できる。これは、勧誘を断るには直接会って行く必要があるという消費者庁の見解も一応配慮したもの。この関係で、不適正な取引行為基準の中に、拒絶の意思表示の形態として訪問販売お断りステッカーを貼っている場合も含むとしているが、運用は別として、明文化しているのは全国的に見ても現時点では例がない。

「基金を活用して既に実施した事業の紹介」

- ・ 案内看板(4枚)の設置
- ・ 案内文字(2箇所)の設置

「今後の基金事業予定」

- ・ 展示室のリニューアル
- ・ 書架修繕
- ・ 大型モニターの配置(DVDの放映)

パソコンについてはセキュリティの問題があるため、現在、区の担当部署と調整中

3 閉 会