

## 経済産業省消費者相談室との交流会報告



経済産業省  
山岡消費者相談室長補佐

関東経済産業局  
鈴木消費者相談室長補佐

ACAP 齊木専務理事

楽天グループ㈱  
開沼室長



10月13日(金)、毎年開催されている経済産業省消費者相談室とACAPとの交流会が、オンラインにて開催された。

経済産業省からは、豊田消費・流通政策課消費者相談室長を含む8名、関東経済産業局からは鈴木消費経済課消費者相談室長補佐を含む3名、ACAPからは村井理事長、齊木専務理事、交流活動委員、その他、理事・執行委員・正会員、事務局の計43名が出席し、総勢54名による交流会が行われた。

第1部は、ACAP村井理事長の開会挨拶の後、山岡室長補佐から「令和4年度消費者相談の概況」を報告いただいた。消費者の相談件数は令和で初の前年割れ、「特定商取引法関係」も前年減も全体の6割強を占めたこと、取引類型別では前年同様「訪問販売」が最多、成年年齢引き下げでは「特定継続的役務提供」中でもエステ・脱毛・美容医療等に関する相談が多数等の報告をいただき、続いて関東経済産業局の鈴木室長補佐からは、「特定商取引法関係」が全体の87%を占め、具体的には訪問販売による修理修繕、通信販売ではお試しからの意図しない定期購入や解約手続き、電話勧誘販売ではオンライン会議アプリによる勧誘、押し買いである訪問購入等の具体的事例をご紹介いただき興味深い内容であった。

続いてACAP齊木専務理事より「企業の消費者対応部門の状況」の報告、行政との連携と信頼関係の構築に向けての取り組み紹介、昨年実施の会員企業への「消費者志向経営」に関するアンケート結果報告、ACAP研究所の取り組み等紹介された。

第1部の最後は共通テーマである、いわゆる「カスタマー対応」について、会員企業の楽天グループのグループ品質部グループCS室開沼室長より、対応方針として策定された①インストラクション(定義・組織と役割等)、②会員規程の追加、③研修の実施とマニュアル展開等について、また本取り組みの効果(従業員・顧客満足度の向上だけでなくコーポレートブランディングの向上)について紹介された。

第2部は経産省からの3つの事前質問に対し、対応状況の紹介・意見交換を行った。

1つ目はデジタルデバイス対応や電話窓口の応答率について田中委員から報告、前者は顧客によるリアル・ネットの特性に応じた選択依頼、後者については事業者の取り組みを紹介した。経産省からは、事業者電話窓口の混雑が、行政への入電増加につながることで、デジタルデバイドを考慮した十分な電話回線の確保依頼があった。

2つ目は自動車のローン等による所有権の取扱いについて、所有権留保規定の適用外であり名義をクレジット会社等にすることにより担保権の効果を確保するといった会員企業のオリエントコーポレーション様からの丁寧な回答を鈴木委員長が代読。

3つ目は定期購入時や商品の誘引等の対応について岡村委員より紹介、単品で購入しようとしたところ、意思に反した誘引により定期契約や別の商品を購入した旨の相談が多く、事業者の対応に関する質問。オペレーターは目的外の販売誘引はしない、契約前には契約内容を繰り返し確認、スクリプトの内容を逸脱した案内はしないこと等を説明した。一方で不当な誘引手段で詐欺的な契約の締結を行う事業者が多く存在し、消費者啓発の重要性を双方にて確認した。

最後に豊田室長より、事業者の考えていることに興味があったがよく認識できたこと、双方とも消費者対応を行っている部門としてよりよい対応になるよう今後とも連携をお願いするとのこと挨拶をいただき、閉会となった。

田中 義雄(交流活動委員/個人会員)

無断転載・転用禁止