

会 議 録

会議名 (審議会等名)	相模原市消費生活審議会				
事務局 (担当課)	消費生活総合センター 電話042-775-1779 (直通)				
開催日時	令和4年2月25日(金) 14時00分～16時00分				
開催場所	相模原市立橋本公民館 大会議室				
出席者	委員	14人(別紙のとおり)			
	その他	0人			
	事務局	3人(田中所長、村上総括副主幹、外1人)			
公開の可否	<input checked="" type="checkbox"/> 可	<input type="checkbox"/> 不可	<input type="checkbox"/> 一部不可	傍聴者数	1人
公開不可・一部不可の場合は、その理由					
議 題	(1) 令和3年度の消費生活事業の実施状況について (2) 令和4年度の消費生活事業の実施予定について				

議 事 の 要 旨

(1) 令和3年度の消費生活事業の実施状況について

令和3年度の消費生活事業の実施状況について、事務局より説明を行った。

(佐々木委員) 消費生活相談の件数は昨年度より減っているが、日曜日の相談件数が倍以上になっているということである。それは相談の枠を増やしたとか、人数を増やしたとか、理由は分かるか。

(事務局) 昨年度は新型コロナウイルス感染症に係る緊急事態宣言等により、市民が外に出る機会が少なく、以前の年よりも来所相談が激減した。それに比べて令和3年度は外に出る方が増えたようで、そのことが要因かと思う。ただ、コロナ禍の前に比べると圧倒的に少ない。

(宗林委員) 令和3年度から新しく消費生活センターの形を変え、相談件数が昨年度より385件減ったことについて、何か課題があるのか、それともうまくいったという認識なのか。課題があると感じているのであれば、改善策等教えていただきたい。

(事務局) ここで掲げている相談件数は同時期の比較であるが、年間を通して比較をすると、たとえばいわゆる架空請求ハガキの消費者トラブルが社会問題になった平成30年度が一番件数が多く、7,200件ほどあった。それに比べて令和元年度6,400件、令和2年度6,100件、令和3年度は推計5,500件から6,000件程度と、平成30年度と比較すると下がってきている。これは全国的な傾向に近いので、相談件数が減ったことがセンターを一元化したことと関連しているとは考えていない。相談件数が減るということは、啓発により賢い消費者が増え、被害が減ったという捉え方もある一方で、我々のPRが足りず、まだまだ隠れた相談者が沢山いるという捉え方もあると思う。また、センターを一元化して、消費生活総合センターに勤務する1日当たりの相談員を昨年4月から2名増員した。電話も従来5回線だったものを7回線にし、集約した結果としては、相談者を待たせることなく、今まで以上に丁寧な消費生活相談対応ができるようになったと考えている。

(松崎委員) 相談件数とは別に、相談経路について、年代別や相談内容によって、たとえば高齢者は地域包括支援センターを通じて相談に来られていたりとか、若い方は直で来られているとか、年代別や相談内容、経路等が違うもの等のデータをもし取っているのであれば、傾向や特徴が分かれば教えていただきたい。

(事務局) 相談件数のトータルの件数は、資料1別紙に掲載している。その裏面

には、年代別の件数を掲載している。これは、たとえば令和2年度の全ての相談件数は6,108件だが、そのうち苦情相談と単純な問合せ相談に分けており、いわゆる苦情相談は5,574件である。その中でまず年代別で見ると、50代以上の相談が多く、なおかつ、最近特に80歳、90歳という後期高齢者からの相談も多い。高齢者の相談の経路という点では、年間概ね30件くらいは地域包括支援センター又はケアマネージャー等施設の職員からの問い合わせである。一番多いのはご本人からの相談で、家族からの相談もある。

(長谷川委員) 17ページに契約者当事者の年代別販売購入形態というものがあるが、不明・無関係とはどういうものか。内容がよく分からない。以前の資料では、デジタルコンテンツといった方法についても記載があったが、今回はそれがなくなり、不明・無関係というものが書かれている。

(事務局) 市が受けている消費生活相談で、契約トラブルの具体的な内容を分析すると、たとえば契約当事者が20歳未満の方であれば、いわゆる通信販売、インターネット系の契約トラブルが一番多いという意味である。その下の不明・無関係というのは、メールが届いてそれに引っ掛かってしまった、不審な電話がかかってきてそれに応じてしまった等という類のものを総体的にまとめたものである。3位の店舗購入は、店で買った物が自分が思っている物と違ったので返金してもらいたいが応じてくれなかったといった類の相談である。このようにここで提示しているものは契約トラブルの種別で分けた内容であり、それ以外に全体をとりまとめたものを不明・無関係という言い方で括っている。

(長谷川委員) 要するに、店舗購入、通信販売、訪問販売、電話勧誘販売、マルチまがい等のカテゴリーに当てはまらないものをまとめたということか。

(事務局) そういうことである。

(長谷川委員) 以前はデジタルコンテンツというものがあったが、それはどうなったのか。カテゴリー分けしなくなったということか。

(事務局) デジタルコンテンツというと、たとえばオンラインゲームといった類のものもあるが、カテゴリーとしてはデジタルコンテンツというものはこの資料では用意していない。内容に応じて通信販売なのか店で買ったものなのか、家に訪問販売に来たものに引っ掛かってしまったのか、又はいわゆるマルチ商法というそういったものかというカテゴリーで分けたときに、その上位5位までを表示している。

(町村会長) 全体のカテゴリーの表みたいなものがあれば良いように思う。たとえば30代はマルチまがいと電話勧誘が一緒になっていたりするので、今一つ表の趣旨がよく分からない。

(事務局) 今後、表の作りを検討させていただきたい。

(河田委員) 相談件数の中には、相談されて回復したもの、大したことがなかったものも含まれると思うが、被害件数という枠組みはないのか。救済金額は出ているが、被害金額は出していない。実際にどのくらいの被害者がいて、その金額がどのくらいだったのかというデータはないか。

(事務局) 毎年、消費者行政の概要という資料を作成する。その中にもクーリング・オフやあっせんにより戻ってきた救済金額を掲載しているが、年間およそ6,000件の相談全ての被害金額を統計として取ってはいない。というのも、相談の中で被害金額が明確に分かったものは相談の記録として残せるかもしれないが、被害金額が分からない場合もある。クーリング・オフ等で返ってきた金額は明確なので、その金額は出している。

(河田委員) 被害者数というのも出しにくい数字か。

(事務局) 少額でも財産被害が生じれば、それも被害者と呼べる。どこまでを被害者と定めるのか難しく、出しにくい数字だと考える。

(河田委員) お金が戻ってこないというような定義でも良いと思うが、それは出しづらいか。

(事務局) クーリング・オフや未成年者取消権が行使できて、戻ってくるというのは、比較的分かりやすい。しかし、1回で終わる相談やある程度話をした後相談者と連絡がとれなくなってしまう案件も多い。最終的な結論が分からないまま終結とした相談もあるため、統計を取りづらい。

(河田委員) 相談件数は少なくなっているが、相対的に返金されない件数が多くなり、段々その被害金額が上がっているのだとしたら、その実態は何も見えてこない。そういう実態はあるのか。

(事務局) 消費生活相談は基本的に消費者被害に対する助言機関というものが主な役割であり、解決機関そのものかということそうではないところもあろうかと思う。たとえば消費生活相談に来たが、ADRみたいなところに委ねたという事例もあり、制度として何が被害かという定めもなく、被害金額の統計をとるというシステムにはなっていないと考えている。

(町村会長) 全体の中であっせんの件数はすごく少ないが、その中でもあっせん不調が増えているということは言えると思う。

(長谷川委員) LINEマガジンの人数が7,858人になって、4,640人増えたとあるが、何か原因があるのか。

(事務局) LINEマガジンは、たとえば避難情報など相模原市が出す色々な情報のカテゴリーがあり、消費生活情報はその中の一つである。いくつかある選択肢の中で消費生活情報も登録してみようという市民の方が少し増えたからだと思うが、具体的に増えた要素というのは分析しきれていない。

(長谷川委員) 皆が見ているかどうか分からないということか。

(事務局) 具体的な内容については、ここでは説明できない。

(町村会長) 救済金額は全部で合わせると1億2000万弱とのことであるが、この審議会に関わっている事業の予算総額はどのくらいか。

(事務局) 消費生活総合センターの予算は1,500万くらいである。

(町村会長) 1,500万というすごく少ない費用の中で10倍くらいの救済をしているということで、誇って良いように思う。

(2) 令和4年度の消費生活事業の実施予定について

令和4年度の消費生活事業の実施予定について、事務局より説明を行った。

(町村会長) 今の令和4年度の事業の実施予定について、ご意見、ご質問などをお願いしたい。

(菅沼委員) 2つある。まず、みんなの消費生活展について、市にお金がないということで、この2～3年は消費生活展の補助金はゼロである。それぞれ出展はするが、出展してもお金を出してくれない。以前は補助金が出ていたが、今後どうなるのか聞いてみたい。もう1つは、注意喚起情報の話で、たとえばチラシを宅配の荷物の中に一緒に入れてもらうことはできないか。最近、宅配に伴うチラシ配布は増えており、そういうところでやっていただくと公民館等での配架以外に直接家庭に届くので良いのではないかと思い、検討していただきたい。

(事務局) 消費生活展で補助金を出すことは考えていない。チラシについては、令和2年度もパルシステム神奈川ゆめコープと連携してキャンペーン期間中に1万枚くらいの啓発チラシを配布していただいた。また、民間事業者との連携という点では、たとえば損害保険会社も同様に顧客の自宅に訪問するときにチラシ等をお持ちいただいている。最近では、一部の新聞販売店で、自主的にミニコミ誌のような地域で起きている事件などをまとめて注意喚起していただいているところがあり、そこに市の消費者注意喚起情報を載せていただいている。このように、生活協同組合も含めて今後も民間事業者とより強い形で連携をとらせていただければありがたい。

(唐木委員) 一つ質問と一つ提案がある。質問は、最後の6ページのメールマガジン・LINEマガジンの内容についてだが、その内容というのは、紙媒体のものと同じ内容なのか、特別にこのマガジン用に編集したものか。

(事務局) このLINEマガジン・メールマガジンは、定期的に消費者庁又は国民生活センター、神奈川県から定期的を送られてくる消費者トラブルの注意喚起情報をベースに作っているもので、内容としてはそちらとほぼ同類のもの

になる。

(唐木委員) みんなで考えよう消費生活展について、提案がある。私は大学で前回まで委員だった山口先生の消費生活関連のゼミに所属しており、当該ゼミで昨年の8月に小学生向けの契約トラブルに関するサマースクールを担当した。ただ講義を受けるだけではなく、大学生が講義をすることで、小学生に向けてなるべくかみ砕いて分かりやすく考えようという風に大学生も学ぶことができ、それを聞く小学生も学べるというメリットがあったと考えている。最後のページの県立高校の出前講座について、講座だけでなく高校生自身も何か考えられるようなワークショップ等ができれば、より自分事だと思って考えられるのではないかと提案したい。

(事務局) 今お話のあったような大学生と一緒に小学生向けの講座を開くという企画は、たとえば、毎年夏休みに国民生活センターで夏休みこども教室といったイベントもやっており、そういうところで実現したい。また、高校の出前講座に関しては、令和3年度はコロナのこともあって高校で十分に対応できない実情があった。ただ、この4月から学習指導要領が変わり、公民という社会科の科目が「公共」という科目に変わる中で、高校生のライフプランといったことも学校のカリキュラムに入ってくると聞いている。そういう中で座学のような講座だけでなく、今お話に出たような高校生と一緒に考えられる形の講座の実施についても検討していきたい。

(町村会長) 具体的な内容については、せっかくここに経験者がおられるので、ぜひ詳しくお話を伺ってノウハウを吸収したら良いと思う。

(事務局) 色々教えていただきたい。

(宗林委員) そのときは国民生活センターを利用していただきたい。

(事務局) 国民生活センターの活用も検討したい。

(長谷川委員) 令和3年度の消費者月間の統一テーマは「消費で気づく新しい日常」ということだが、令和4年度は何か統一テーマはあるのか。

(事務局) 毎年、消費者庁が統一テーマを定めており、令和4年度もまた新しい統一テーマがある。

(長谷川委員) 統一テーマによって、事業内容も変わってくるということか。

(事務局) 統一テーマそのものが年間を通した市の色々な事業の統一テーマというわけではない。

(佐々木委員) 令和3年度に相談員を2名増員し、電話回線を7回線に増やし、相談室を増やしたということだが、その実際の稼働状況がどうなのかということと、今後増やす予定なのか減らす予定なのか、その辺りの計画を教えてください。

(事務局) 昨年4月に集約したことに伴い、相談員も2名増員し、電話回線も5

回線から2回線増やして7回線にした。また、現在の場所に総合センターを移転したことにより、従来個別の相談室が2つしかなかったところを3つにした。その意味では、先ほど話したとおり、一元化したことによって今まで以上に丁寧な相談ができるようになった。今後については、もう1人か2人ほど相談員を採用したいと考えている。また、オンライン相談等の新たな取組もあり、こういったものについても新しい展開を考えている。消費者庁も電話相談だけではなくて、メール相談や、チャット等、色々な形で相談できるやり方を模索しているところであり、本市としても電話又は来所という相談体制だけでなく、色々な形の相談の在り方についても考えていきたい。

(町村会長) LINE マガジンというのは、相模原市の全体のものか。アクセスしてみたが、消費生活相談というようなチャンネルは特にこの中にはないようだ。どこを見たら消費生活のマガジンが出てくるのか。

(事務局) まず、市のホームページにLINE マガジンに登録する方法が記載されている。「相模原市LINE公式アカウント」と友だち登録すると受信設定のメニューがあり、その中で定期的に受け取りたい情報の内容、たとえば環境に関する情報、防災情報、高齢者の行方不明情報など、いくつかのカテゴリーがあり、消費生活情報は「防犯」のカテゴリー内の消費生活を選択してもらう。それを選んでいただければ、定期的に情報が届くことになる。

(町村会長) 全体の登録人数は多いが、消費生活に関しての登録者はどれくらいか。

(事務局) 消費生活情報が届くLINE マガジンの登録者は7,858人である。

(町村会長) 相模原市全体では36,000人ほどいる。

(事務局) その中のカテゴリーでいくつか選ぶ項目があって、そこで消費生活情報を選んだ人が7,858人ということである。カテゴリーで消費生活を選んだ方については、毎週金曜日の正午にLINE マガジンが届く。

以上

※資料一覧

- | | |
|-------|-----------------------|
| 資料1 | 令和3年度の消費生活事業の実施状況について |
| 資料1別紙 | 第4章 消費者の保護事業 |
| 資料2 | 令和4年度の消費生活事業の実施予定について |
| 資料3 | 次期相模原市消費生活審議会について |

相模原市消費生活審議会委員出欠席名簿

	氏 名	所 属 等	備 考	出欠席
1	町村 泰貴	成城大学法学部教授	会 長	出席
2	木地本 和子	さがみはら消費者の会	副会長	出席
3	植田 聡子	公募委員		欠席
4	唐木 百花	公募委員		出席
5	長谷川 栄一	公募委員		出席
6	菅沼 二十生	相模原市生活協同組合運営協議会		出席
7	前山 善憲	相模原市商店連合会		出席
8	斉藤 郁午	津久井地域商工会連絡協議会 (4町商工会)		出席
9	古橋 裕一	相模原商工会議所 商業部会		出席
10	池田 亨	相模原商工会議所 金融保険業部 会		出席
11	佐々木 敏尚	神奈川県弁護士会		出席
12	加納 大志	神奈川県司法書士会		出席
13	河田 敦子	東京家政学院大学現代生活学部 教授		出席
14	松崎 吉之助	相模女子大学人間社会学部 准教 授		出席
15	宗林 さおり	独立行政法人国民生活センター 理事		出席