

令和7年度第1回消費生活審議会会議録

開催日時： 令和7年7月8日（火）午後1時00分～3時00分

開催場所： 仙台市役所8階第一委員会室

出席委員： 佐々木伯朗会長、吉永一行副会長、岩渕文智委員、萱場律子委員、
鈴木源一委員、高山真里子委員、藤居法子委員、見田佳代委員、
山田いずみ委員、渡辺淳子委員

市民局： 佐々木市民局長、佐藤生活安全安心部長、柴田消費生活センター所長
伊藤消費生活係長、古谷相談啓発係長、中村総括主任、遠藤主事

会議及び会議録の公開の取扱いについて

（佐々木会長）会議及び会議録の公開の取り扱いについてですが、会議の公開につきましては、仙台市附属機関の設置及び運営の基準に関する要綱の規定により、公開、非公開を審議会で決定することになっております。また仙台市情報公開条例第7条各号に掲げる理由を取り扱う場合、その他非公開とすることに相当の理由がある場合のみ非公開となりますが、本日はそれには該当しませんので、公開とすることによってよろしいでしょうか。

（一同異議なし）

それでは本日の審議会は公開とさせていただきます。

会議録署名委員について

（佐々木会長）次に、会議録署名委員についてですが、会議録の署名につきましては、私以外にもう1名の方からご署名いただきたいと思います。毎回名簿順としておりまして、前は山田委員にお願いしましたので、今回は渡辺委員にお願いしたいと思いますがよろしいでしょうか。（了承）ありがとうございます。それでは渡辺委員にお願いいたします。

議題（１） 令和6年度仙台市消費生活基本計画の実施状況について

議題（２） 次期仙台市消費生活基本計画素案について

（佐々木会長）それでは議題に入ります。議題の（１）令和6年度仙台市消費生活基本計画の実施状況についてと、議題の（２）次期仙台市消費生活基本計画素案についてはそれぞれ関連する内容となっておりますので、併せて事務局よりご説明をお願いします。

（センター）それでは議題（１）令和6年度仙台市消費生活基本計画の実施状況について及び議題（２）次期仙台市消費生活基本計画素案について、資料1と資料2-1から2-3により説明させていただきます。初めに議題（２）令和6年度仙台市消費生活基本計画の実施状況について資料1をご覧ください。令和3年3月に策定した現計画に基づき、消費生活に関する各種施策に取り組み、4年目が終了したところです。計画の目的等の概要は、こちらの資料1の1ページに記載のとおりです。「4 計画の構成」

にあるとおり、基本計画では5つの柱ごとに取り組み事項となっている施策があり、進行管理として柱ごとに「評価指標」を定めているほか、他の施策については事業担当課で業務指標、目標値、実績値等を取りまとめております。また、その状況を仙台市消費生活審議会において、毎年度報告・評価することとしております。例年この1ページのほか、評価指標の前年度実績等をご説明しているところですが、今年度は次期計画の策定年ということで、この実績を素案に掲載していることから、資料1からは省かせていただきました。前年の実績につきましては、後ほどご説明いたします。資料1の2枚目からは、計画に掲載している全施策を一覧にしたものです。今年度とりまとめた部分は、「令和6年度実施結果」から右側の部分となります。「評価指標」となっている施策は、タイトル行の評価指標の欄に二重丸を付しております。個別の実施結果につきましては説明を割愛させていただきます。資料1から省いたとご説明しました主な実績部分につきまして、資料2-3次期計画の素案をご覧ください。現計画の振り返りとして6~9ページに柱ごとの取り組みと課題、評価指標の実績等を掲載しております。施策の柱Ⅰ「消費生活の安全・安心の確保」ですが、評価指標は「1. 食品表示の調査」の調査件数、「2. 計量検査」のうちはかりの検査戸数を評価指標としております。こちらは、いずれも目標値を達成したところです。今後の課題としては、計量法に基づく「はかり」の使用に関する周知を挙げております。施策の柱Ⅱ「消費者教育・啓発の推進」ですが、評価指標は7ページになります。「1. 消費者教育ウェブ教材『伊達学園』へのアクセス数」については、令和2年度にサイトをクロームブック対応に変更して以降、件数が大きく増加しています。「2. 消費者市民社会の形成に寄与する取り組みを心掛けている市民の割合」ですが、昨年度、市民意識調査を行い、記載のとおり目標には届いていない状況です。引き続き教育・啓発に努めてまいりたいと考えております。8ページ、施策の柱Ⅲ「消費者被害の防止及び救済」の評価指標も意識調査の結果です。「1. 消費生活センターの認知度」、「2. 消費者被害に遭わないために日頃気をつけている市民の割合」ですが、ともに目標値を下回っており、こちらも啓発の継続が必要です。9ページ、施策の柱Ⅳ「高齢者等特に配慮を要する消費者への対応」の評価指標「1. 配食サービス配達時の注意喚起チラシの配布数」につきましては、協力団体数・配布部数ともに目標に達しております。「2. 出前講座（くらしのセミナー）の実施回数」ですが、コロナ禍以降大幅に依頼が減少しており、開催方法の工夫などにより取り組みを推進する必要があると考えます。施策の柱Ⅴ「多様な主体との連携の推進」は再掲となりますので、あらためてのご説明は省かせていただきます。主な施策の実施状況は以上となります。続きまして、議題（2）次期仙台市消費生活基本計画素案についてですが、こちらは資料2-3が素案そのものになります。本日は時間が限られますので、資料2-

1 と 2-2 によりご説明をさせていただきます。まず、資料 2-1 ですが、現計画と次期素案の構成を比較したものです。朱書きが現計画からの変更点となります。なお、第 2 章までは、今年 1 月に開催した消費生活審議会において資料として皆様にお示ししており、今回は第 3 章と第 4 章の部分を追記しております。資料 2-2 は素案の概要です。計画の構成は資料 2-1 でご説明したとおりです。3 ページ、計画の基本的な考え方ですが、次期計画の計画期間は令和 8 年度から令和 12 年度までの 5 年間となります。策定の経過として、昨年度、消費生活意識調査におきまして、市民と事業者、学校を対象に調査を実施いたしました。このほか、こども若者向けアンケートということで、イベントなどでアンケートをとっており、今年度は高校生向けの出前講座でアンケートをとっています。パブリックコメントですが、中間案を策定し、審議会が終わってから、広くパブリックコメントを募集することとしまして、令和 7 年 10 月以降の実施を予定しています。消費生活審議会は、今年度は計画策定まで今回を含め 4 回の開催を予定しております。3 番目の計画の位置付けですが、仙台市基本計画と仙台市実施計画を上位計画とし、仙台市消費生活条例に基づいて計画を策定いたします。消費者庁の方でも第 5 期消費者基本計画を策定しており、消費者教育推進法による消費者教育の推進に関する基本的な方針なども取り入れながら、計画を策定していきたいと考えております。4 ページ、「第 2 章 消費生活をめぐる社会の現状と課題」ですが、まずは現状と課題を分析します。消費者を取り巻く状況や現計画の振り返り、消費生活に関する意識調査の結果などに基づき、取り組むべき課題を整理しまして、それを第 3 章の目指すべき姿につなげています。目指すべき姿には、5 本の施策の柱があります。第 2 章の 1 「消費者を取り巻く状況」について簡単にご説明させていただきます。1 つは「高齢化の進行」です。センターに寄せられる相談は、全体の約 3 割が 65 歳以上の相談となっています。また、判断力が低下する傾向にある人が増加していることもあり、見守りの必要性が高まっている状況は、相談の現場においても感じているところです。2 番目として、「若者の消費者被害増加への懸念」です。令和 4 年から成年年齢が引き下げとなり、実際の相談は予想より増えていないところではありますが、経験不足、知識不足により被害に遭いやすいという傾向があると考えています。また、若者をねらう悪質業者に対する注意喚起も必要になっています。3 番目として、「外国人住民の増加」です。仙台市では外国人住民がコロナ禍でいったん減少しましたが、現在はコロナ禍以前より増加しています。今年の速報では、約 1 万 7 千人の外国人住民がいらっしゃるのので、外国人住民が被害者となる消費者トラブルの増加も予想されます。4 番目は、「インターネット・SNS の利用増加と電子商取引の拡大」です。SNS を発端とするトラブルが後を絶たないところですので、それに対する注意喚起等も必要だと考えています。5 番目として、「自然災害

の大規模化、激甚化」です。災害に便乗した悪質商法などもあり、また、冷静さを欠いた消費行動や市場の混乱については、買い占めや高額転売などがありました。そういったところを、消費者を取り巻く状況ということで挙げております。9～10 ページは、第 2 章の 3「消費生活に関する意識調査結果」です。この調査からわかったことですが、市民が商品の購入やサービスを利用する際の考慮事項は、安全性を重視する方が一番多いという結果になりました。「消費者市民社会」の認知度と「エシカル消費」の認知度では、いずれも半数以上が知らないという結果となっています。「消費者市民社会」「エシカル消費」のいずれも、消費者は 4 割程度の認知度であり、周知啓発に力を入れていきたいと考えています。11～12 ページは「消費生活センター」の認知度です。名前も業務内容も知っている消費者の割合の目標値は 50%ですが、届いていないところです。名前は聞いたことがあるが、業務内容までは知らないという方も 45%でしたので、認知度を上げていきたいと考えています。消費生活に関する情報の入手先を市民に伺ったところ、上位は新聞・テレビ、ウェブサイトですが、前回調査より最も多くなったのが SNS でした。一方で、情報誌から情報を入手していると答えた市民は半減しており、紙媒体から電子媒体への移行が見られます。課題として、安全・安心につながる正しい情報の発信や、間違った情報によるトラブル回避のための周知啓発が大事だと考えているところです。これらを総括して課題をまとめたのが、第 2 章の 4「取り組むべき課題」です。課題 1 として、「消費生活の安全・安心の確保」、課題 2 として、「ライフステージや消費者の多様な特性に応じた消費者教育・啓発の充実」、課題 3 として、「持続可能な社会づくりのためのライフスタイルの推進」、課題 4 として、「消費者被害の防止及び救済」、課題 5 として、「見守り等の配慮を要する消費者（高齢者等）への対応」を挙げました。これらから目指すべき姿として、「多様な主体との連携による『消費者が安全に安心して暮らせる社会』及び『消費者市民社会』の実現」を掲げております。こちらは、現計画の目指すべき姿を引き継いでおります。次のページでは、計画の推進にあたり、踏まえるべき視点を 4 点挙げております。1 つは「消費者教育の推進」ですが、幼児期から高齢期までのライフステージに応じて「消費者力」を育成していくこと、個々の特性、社会とのつながりやデジタル機器の利用状況等を考慮したアプローチの視点などが重要であると考えています。「持続可能な社会づくりに向けた取り組みの推進」では、「消費者市民社会」や「エシカル消費」、事業者が消費者を重視した事業活動を行う「消費者志向経営」などを推進していきたいと考えています。また、踏まえるべき視点として、SDGs との関係も重要と考えており、関連の深いゴール 12「つくる責任 つかう責任」では、持続可能な生産消費形態の確保や、誰一人取り残さない社会の実現を目指すものです。次期計画の最終年は 2030 年で、SDGs のゴールと同じ時期

であり、その点についても意識しています。最後に、「ダイバーシティの推進」ですが、仙台市では3月に「仙台市ダイバーシティ推進指針」を策定し、仙台市のあらゆる計画にこの視点が取り入れられます。多様な価値観やニーズに応じた柔軟な制度やサービスを整える視点や、市民協働によりつながりや支え合いの仕組みを生かす視点、一人ひとりを包摂する姿勢が求められており、踏まえるべき視点として入れております。施策の体系では、課題の1～5を施策の柱とし、これに施策の方向を示しております。また、「多様な主体との連携の推進」は、全施策の柱に共通する1つの考え方として整理しております。資料2-2の説明は以上ですが、委員の皆様には素案をあらかじめ送付しておりましたが、そこからの修正点についてご説明します。資料2-3の18ページ「目指すべき姿」の「踏まえるべき視点」ですが、皆様に事前に送付したものは、「SDGsとの関係」と「ダイバーシティの推進」は5ページの第2章「消費者をめぐる社会の現状と課題」にありましたが、これを後ろの「目指すべき姿」の「踏まえるべき視点」に移動しております。また、ダイバーシティの推進の文章は、ダイバーシティ推進指針の策定に関連して、表現を変えております。14ページの取り組むべき課題2の下から3行目「各年代に合わせて」を「各年代や消費者の特性に合わせて」とし、特性にもあった消費者教育や啓発を行うことを追記しました。19ページ「2 施策の柱」の文章は、「多様な主体との連携の推進」について、具体的な主体や取り組み方を記載しました。主に変更した部分は以上です。今回は素案で第3章までを記載しましたが、20ページ以降の第4章については、主な施策や評価指標などを今後検討し、中間案に掲載していきます。説明は以上となります。

(佐々木会長) 事務局から資料1と資料2によって令和6年度の実施状況と次期計画素案の説明がありました。ただいまの説明についてご質問やご意見などがありましたらお願いいたします。

(鈴木委員) いろいろな活動をされていて、特に消費者教育もかなり注力されていると思いますが、消費者対応や消費者教育・啓発活動において、市民の満足度や成果を踏まえて改善したことや、新しい対応をしたことがあれば教えていただければと思います。もう1つは、学校での教育はとても大事だと思いますが、現場の先生からすると消費者教育を進めていくのは大変だと聞きます。私も大学で教えていたときに、教授からそのような声をたくさん聞きました。その中で、市として学校教育を強化するのであれば、どのような点に配慮していくか質問をさせていただきます。

(佐々木会長) ご質問ありがとうございます。事務局からご説明をお願いします。令和6年度の振り返りとして、個別の施策の満足度や、それに対しどのように生かすかななどを補足してもらいたいと思います。

(センター) 最初のご質問ですが、消費者教育や啓発での満足度では、消費者教育講座などセンターが開催している講座でアンケートを実施して、満足度や

改善点などのご意見をいただいています。希望するテーマのなどのご意見をいただき、次につなげているところです。学校教育については、学校の先生はお忙しいというお話がありましたが、パンフレットや副教材のような冊子を作り学校にお送りする際に、学校で見る時間がなかったり、見ようと思ったときにどこにあるかわからないことがあったりというご意見があり、電子化する取り組みも行っております。学校ではクロームブックを使用しているので、先生が必要なときにいつでもアクセスして使うことができるよう、できるだけ電子化してスムーズに対応できるよう取り組んでいるところです。小学生向けや中学生、高校生向けにいろいろなパンフレットを作っていますが、ウェブ教材の伊達学園はアクセス数もだいぶ増えているため、すべて電子化して掲載し、そこに蓄積して使っていただけるよう目指しています。

(佐々木会長) その他ご意見やご質問などありますでしょうか。今回、計画の実施状況を踏まえ、基本計画の素案に至るかなり広い範囲の説明になっていますので、何でもお気づきの点がありましたら、お寄せいただければと思いますがいかがでしょうか。

(吉永副会長) 素案を見て感じたことですが、5年前の計画策定のときに委員になりました。最初の仕事が前回の計画の策定でしたが、そのときとの大きな違いとして、前の計画の振り返りから始まったのは今回新しいことだと思います。前回の計画からの継続性として、解決したこと解決しなかったことという作りが非常に良い形だと感じたことを感想としてお伝えします。その中で、5年前もそうでしたが、センターの認知度はずっと課題だったように思います。また、消費者として適切な行動への取り組みの状況のところも、なかなか目標値に届かないということがあり、引き続き課題であることの確認と、何か今までと発想の違うものが求められているかもしれないと思っています。審議会では何か良いアイデアが出ると思っていますが、これまでの手応えや、こんなアイデアもあるということがあれば、教えていただければと思います。それから、SNSやインターネットのツールを使った相談は検討に挙がっていませんでしたでしょうか。消費者からの相談の利便性として期待もあるところかと思っていますので、教えていただければと思います。

(センター) 5年前から引き続き本当にありがとうございます。認知度は引き続き課題ではありますが、聞き方もあると考えており、「業務内容を知っているか」という聞き方を、「相談機関であることを知っているか」という聞き方にすれば多少変わってくるかと思っています。私たちの目的としても、何かあったときに相談ができるところだという周知を中心にしていきたいと考えておりますので、今後どのように聞くかも含めて検討していきたいと考えています。SNSやインターネットのツールに関しては、資料2-3の8ページ、施策の柱Ⅲの3つ目にあるとおり、令和5年度よりインターネット消費生活相談の受付を開始したところです。この仕組

みですが、仙台市消費生活センターのホームページからフォームに相談の内容を入力してメール形式で送っていただき、こちらでは一般的な回答としてメールでご返答を差し上げるものになっています。皆様に本日お配りしました「仙台市消費者行政の概要」という水色の冊子の35ページに実績が載っています。令和5年度から開始しまして2年が経ったところですが、5年度から6年度にかけて仙台市のフォームの形式が変わりまして、5年度は少し使いづらい形式だったせいか、あまり件数が伸びなかったところですが、6年度の後半から新しい形式になり、少しずつ増えています。受付時間別の件数が右側にありますが、相談受付時間外に相談いただいた方からは、普段仕事でなかなか相談できないですが、ネットで相談できるので助かりますというお声もいただいているところです。令和7年度は、3ヶ月で6年度の受付件数程度の相談が寄せられていますので、ニーズはあると考えています。メールでは私たちが必要とする情報をすべていただくことが難しいので、回答をお返しするのも大変で、センターにお電話くださいとなる場合もありますが、相談にハードルを感じている方が段階的に相談しやすい第一歩にはなっていると感じています。

(吉永副会長) ありがとうございます。

(佐々木会長) ありがとうございます。インターネットやSNS、メールの場合は、書くのに時間がかかったり、複雑な問題に字で説明するところがハードルになったりするのではと思います。ただ、時間のない人や夜にしか時間が取れない人のためには便利になっていると思います。その他ご意見やご質問はありますでしょうか。素案は、これまでの消費生活センターの活動内容を踏まえていると思いますので、消費生活センターの活動内容でも結構ですし、ぜひ自由にご意見いただきたいと思います。

(渡辺委員) 素案を見させていただきまして、体系的にまとまっていると率直な感想を持ちました。全体的な方向性について3点ほど申し上げたいと思います。まず1点目ですが、カスタマーハラスメントが問題視されている中で、消費者が事業者適切に意見を伝えることも消費者の1つの権利でもあり、事業者にとっても商品やサービスの向上にも繋がるということで、消費者が意見を言うことはいいことだと思う一方で、消費者からの過大な要求や不当な言いがかり、暴言など、迷惑行為が社会全体の問題となっている中で、カスタマーハラスメントに対する対策、消費者への対策・教育が重要じゃないかと思っております。企業ではカスタマーハラスメントの対策や基本方針の策定が進む中で、同じように消費者にも啓発として消費者教育の中に盛り込んでいただきたいのが1点です。それから、素案の中にダイバーシティの記載があったので、盛り込んでいただけてよかったと思います。仙台市は全国に先駆けて「仙台市ダイバーシティ推進指針」を策定したということで、全国的な動きもありますが、仙台市独自の取り組みや考え方の特色を出していただいてもいいか

と思っていたところです。目指すべき姿のところにも、仙台市の取り組みも含めたダイバーシティの方向性・考え方を盛り込んでいただいたら、もっと仙台市らしい計画になるかと思っておりました。もう1点ですが、消費者の脆弱性について常々考えていましたが、5年間の計画ですので、この先の社会情勢も踏まえた計画でなければいけないと思います。その中でデジタル化の進展は継続的に協議して進められており、消費者の脆弱性に注目されていると思います。特定の層だけではなく、誰もが脆弱性を持っているということを前提とした施策が必要だと思います。その中で、計画の中にも「消費者力」とありますが、消費者の考えて行動する力を養うというところがより強調されています。消費者は脆弱性を持っていることを踏まえたうえでの「消費者力」の周知や教育が必要と思っておりますので、そういったことも踏まえた計画をお願いしたいと思っております。

(佐々木会長) ありがとうございます。3点ご意見いただきましたが、カスハラの問題、ダイバーシティ、それから今後いろいろ変わっていく可能性がある状況の中での「消費者力」という点についてのご意見だったと思います。事務局でご回答いただけるようでしたらお願いします。

(センター) 丁寧に読み込んでいただきましてありがとうございます。カスハラについては、消費者庁の方でも様々な取り組みをしているところで、ぼのぼのの冊子を作成して配布し、啓発などに役立てていきたいというお話も伺っておりました。仙台市でも、市民向けに市の職員に対するカスハラの指針が出る動きもあり、様々な動きがあると感じているところです。この計画にどこまで落とし込めるかは、実際の施策で何かお示しができるかを含め検討させていただきたいと考えています。それからダイバーシティについてですが、消費生活基本計画は各都市で作成され、県でも作成されておりますが、渡辺委員からもおっしゃっていただいたように、仙台市の消費生活基本計画の特色や仙台市独自なものとして、ダイバーシティの視点は随所に入れていきたいと考えております。ただ、ダイバーシティ推進指針自体ではないので、消費生活基本計画の中にうまく溶け込ませられるよう工夫していきたいと考えています。それから、消費者の脆弱性ですが、消費者庁の第5期消費者基本計画では、誰もが脆弱で、特に災害や何かが起こったときや、デジタル化の進展により普段使い慣れている方であってもトラブルに遭ってしまうことがあり、誰もが脆弱性を持っているとしています。ダイバーシティの包摂的な視点の中で捉えていければと考えており、また、消費者力をつけていくというところは、今後一番の大きな課題として取り入れていきたいと考えております。

(佐々木会長) 今のご質問やご意見とそのご回答について、渡辺委員のご質問にあった3つとも、消費者の問題だけではなく、取引活動や生産者の活動も含めた経済活動全般の問題でもあるような気がします。カスタマーハラスメ

ントは、消費者への教育が必要という点はあるかと思いますが、事業者や生産者に対する被害という点で、事業者や生産者における問題として対応する部署があるように思います。そういった部署との協働の取り組みが必要になってくることではないかと思います。少なくとも私は今まで消費者・買い手が、生産者・売り手に対して被害を及ぼすという点は、これまでなかったと思っています。ダイバーシティについては、世の中の動きとの関係でいろんな取り組みが必要だと思っており、特にこれまで出てこなかった、あるいはあまり気が付いてこなかった問題も含んでいるように思いますので、どのようにアンケートや指標に基づいた評価が可能か、具体的な施策に落とし込むにあたっているいろいろなことを考えていかなければならないのではと思っています。大学でもダイバーシティはいろいろな点で問題になっているところです。最後に脆弱性についてですが、これは素案の6ページの自然災害の大規模化や激甚化などとの関係もあると思います。これもやはり消費者だけの問題ではなく、経済活動全般をいかに維持していくかという点から考えていく必要がある問題ではないかと思います。3 つとも、消費生活だけではなく、様々な経済活動に関する関係部署と、まさに協働し連携して取り組んでいく問題かと思いました。その他ご意見やご質問ありますでしょうか。

(山田委員) インターネットでの相談ですが、若い人の消費者被害もLINEなどで起こるので、もっと使いやすいツールを使った方が相談しやすいと思ったのですが、何かご検討していることはあるのでしょうか。消費者被害の救済はとても大変なので、いかに防止をするかが大事だと思っています。情報発信として、SNSで情報を得ている人たちに対しての情報発信がもう少しあるといいと思っています。SNSで情報を得る人たちが増えている中で、情報の発信の仕方をもっと少し考えないといけないのではと思っています。何かご検討されていますでしょうか。

(センター) ありがとうございます。山田委員がおっしゃるように、救済は大変だというのが、とても身に沁みるお言葉だと思ったところです。インターネット相談は、入力する項目が多く、事細かに記載をしていただかないと送れないような書式にはなっているのですが、情報がある程度いただかないと的確なアドバイスを差し上げられないというところがあります。例えば、契約書は受け取っているか、どこまで支払いをしたのか、全額か半額か、契約の形態が通信販売か店頭販売かなど、細かく入力をしていただく書式にしているのですが、それでも契約書を見てみないとわからないものも多くあり、的確な回答がするのが難しいところがあります。できるだけ有益な回答を差し上げるためには、ご面倒でも入力いただく必要があるところです。山田委員がおっしゃったLINEについてですが、消費者庁が以前、LINEで相談を受けられるよう試行的に実施したと伺っておりますが、24時間いつでも質問や相談を受けて返事が返ってくるというのは、体制的に難しい現状です。後半でおっしゃっており

ましたSNSでの情報発信としては、LINEは1つの有効な手段ではないかとは思っているところです。今後、職員の体制やどういう情報をどのぐらいの頻度で出すのか、どのぐらいの緊急性があるものであれば出すのかなど、整理が必要だと思います。資料2-2の12ページで、SNSを利用している方が倍増していることや、テレビ・新聞が減っているところを鑑みますと、ネットやLINEなどが情報元になっている方が増えているのは事実ですので、何ができるかは今後探っていきたいと考えております。

(吉永副会長) インターネットの相談に関しては、相談フォームに入力を始めたけれども、途中でやめてしまった人の数字が取れると改善点が出てくるのではと思いました。また、仙台市だけではなくなかなかつくれないかなと思いました。国や他の市町村、都道府県との連携で、システムを考えてもいいのかなと思いました。今、AIも使いながら一問一答のような形で相談ができるようなシステムも考えられます。今は全部を入力して送信すると思いますが、そうではなく、「何か相談がありますか」、「契約したけれど、商品が届かないです」とか、そこから「お金は払いましたか」というようなやりとりの形だと、相談する側の負担は軽くなると思いますが、システムとしては大がかりになると思います。そうすると、仙台市だけでできることではないと思いますので、例えば消費者庁に働きかけるとか、システムを導入できるかという形で巻き込んだり巻き込まれたりというのが1つの方法かなと感想として思いました。

(佐々木会長) ありがとうございます。その他にご質問やご意見はありますでしょうか。

(藤居委員) 先ほど24時間以内にご回答は難しいとおっしゃっていましたが、具体的にどのぐらいの期間で回答されているのでしょうか。

(センター) 営業日でないと回答ができないところがありますので、例えば、最長ですと、金曜日の夜のメールを認識するのは月曜の朝になりますので、そこから回答を作成する流れになります。メール相談の注意書きには営業日カウントで7営業日以内には返しますと書かせていただいておりますが、急いだほうがいい内容や消費生活相談でお受けできない内容については、できるだけ早く返すようにしており、実際は3日程度でお返ししているところです。

(藤居委員) 2～3日かかる場合、相談して受付のアクションや回答がないと不安になってしまうかと思いますが、数年前にLINEが乗っ取られた際にLINEの相談窓口相談したことがありまして、問い合わせに対する回答がすぐに来たのにはびっくりしました。そのまま放置されるか、もしくは連絡がこないかもしれないと思って問い合わせをしましたが、例えば、24時間以内に今のパスワードを開きますから、アクションしてくださいというような回答がありました。それだけスタッフも大勢いらっやって24時間体制だとは思いますが。仙台市でも勤務時間内で3日でも

急いでくださっているとは思いますが、相談する身としてはもっと迅速な回答がほしいと思います。

(セ ン タ ー) 仙台市では共通のロゴフォームでオンライン申請をする扱いになっていて、相談を送ると今どんな状況になっているのかを随時確認することはできます。受付されたか、回答作成中か、回答を送ったかなど、質問がどういう状況になっているかは随時見られるフォームを使っているところです。プッシュ通知のように受付段階で送るというのではなく、あくまで相談者の方から確認していただくという手間はありますが、状況を見られるシステムを使ってはいるところです。

(佐々木会長) 今のご質問は、質問や相談に対する速さの問題と思いますが、例えば、カスタマーサービスでパソコンやインターネットなど商業的なサイトで、プリンタの調子が悪いとか、パソコンの調子が悪いと相談すると、即時に返事が返ってきますが、それはおそらく企業が相当の人を対応させたり、機械的なバックアップ体制があったり、人の配置もあるかと思っています。企業と役所の組織を同じように考えるのは少し難しいかとも思いますが、トラブルに遭った人は非常に不安だと思いますので、なるべく早く答えられる体制を追求していただければと思いました。

(生活安全安心部長) ありがとうございます。例えば、仙台市のこどもや育児の相談、予期せぬ妊娠などでLINE相談をしております。匿名でやりとりしながら、少しずつ相手の悩みを解きほぐしていったって、場合によっては一緒に同行支援が必要だとか、区役所にご案内するなどしております。被害者救済という意味では、一定のフォームでという今までの流れがあるとは思いますが、吉永副会長がおっしゃったように、自治体だけの問題でやれない部分があれば、他都市や国の動きも参考にしながら、被害に遭った方が取り残されないような対応を引き続き研究したいと考えています。

(佐々木会長) ありがとうございます。今ご回答ありましたように、個別の自治体だけの取り組みでは限界があるように思いますので、消費者庁や国で共通のプラットフォームができれば非常に効率的かと感じます。それも含め、関係機関との連携が今後大事になっていくと思います。

(鈴木委員) 相談員についてお聞きしたいと思いますが、以前に新聞記事で相談員の方が非常に負担に感じると聞いており、なかなか相談員のなり手がいないとか、相談対応のレベルダウンになっているのではないかと聞いたことがあります。組織として相談員の質や量を上げていかないとセンターとして認知されにくいのではと思います。電話すれば頼りになるという雰囲気が出れば、もう少しセンターの認知度も上がるのではと思いますし、相談してよかったとなるのではと思います。組織強化についてのお考えをお聞きしたいと思います。

(セ ン タ ー) 相談員のなり手不足というのは全国的な問題で、消費者庁も相談員の育成・養成として講座を開催したり、いろいろ取り組んでいるところです。

そういった中で、当センターの相談員はみなさんしっかりやっただけだと思っていますし、質と量を上げるという点では、13人の相談員がいますが、今年入った方から20年以上のベテランの方までいまして、ベテランの方が新しい方をフォローして指導し、日々研鑽しながら取り組んでいるところです。法律もたびたび変わりますので、国の研修への参加や勉強会などを開催し、質の確保に取り組んでいるところです。毎日の相談業務は大変ですが、少しでも相談者の方が喜んでいただけたところを励みに頑張っていると思っています。ただ、高齢化はしておりますので、何らかの対策は必要かと思っていますし、今後どのような形で相談窓口を継続するかというところは、考えていかなければいけないと思っています。

(鈴木委員) メンタルケアもいろんな活動をされていますか。

(センター) メンタルケアについては市役所全体の心の相談窓口があり、職員と同じように受けられます。センターとしてもメンタルケアの研修会を開催しておりますので、できる部分で対策はしていきたいと思っています。

(佐々木会長) 相談の件数としては、メールも含めて電話が一番多いのでしょうか。それとも直接センターに来られる方が多いのでしょうか。

(センター) コロナ以降、直接はなるべく避けるという風潮や、電話が手軽なところもあり、消費者行政の概要25ページに相談方法別件数がありますが、令和6年度ですと、93.6%が電話で来所が6.1%となっております。

(佐々木会長) 相談の仕方によって対応の仕方も変わってくるので、相談員の精神的な負担になるような、消費者のカスタマーハラスメントになりかねないような事例もあるかもしれないと思いますので、ぜひベテランの方や新人の方がいる中で協力して相談にあたっていただきたいと思います。その他ありますでしょうか。

(岩渕委員) 課題5の見守り等の配慮を要する消費者（高齢者等）への対応のところで、地域包括支援センターで地域活動をしている中で、普及啓発や地域の見守りネットワークの構築をやっておりますが、それだけではなかなか対応しきれない部分があると個人的には考えています。一人暮らしの高齢者や高齢者のみの世帯が今担当している松森・鶴が丘地区でもかなり多くなってきていて、実際に被害に遭われてから発覚するといったところも出てきております。そういった中で、普及啓発にも限界があると考えていますし、地域の見守りネットワークも、関係各所の方々と連携はしておりますが、なかなかすべてを完璧に見守りできているかというと、そうではない現状があり、何か対策として考えてらっしゃることとかあればと思います。例えば、警察署の方から詐欺被害のお話を聞く機会があり、電話で通話を録音しますという一言があるだけで防止に繋がっているというお話を聞くことができました。一人暮らしの高齢者の世帯や高齢者のみの世帯の方にデジタル機器や電話等で詐欺被害

の防止に繋がる補助を提案していくのも必要かと考えていましたが、いかがでしょうか。

(生活安全安心部長) 特殊詐欺等の防止で録音機能付きの電話や機器の設置は大変有効だとお聞きしてまして、仙台市では去年 10 月から購入補助事業を実施しています。そうした取り組みを計画にどう取り込むか検討していきたいと思います。

(佐々木会長) 最近ですと屋根の修理で壊れているから直したらどうですかというような業者が多いように聞いていますが、料金が非常に高く業者によって違うというのがありますが、それ自体は個別の商取引で違法性があるかわからないという面もあると思いますが、グレーゾーンのような事案はあるのでしょうか。高齢者に対して押し売りに近い感じもします。

(センター) 寄せられた相談の中では、点検は無料で、近くにきているからと屋根を見てすぐ工事が必要だと言われ、工事の見積もりを取ると非常に高額だけれど、急がないと雨漏りするからすぐにでも工事をしたほうがいいとせかされて、すぐ契約させられてしまうといった事案は全国的にあるものです。高いか安いかというところは消費生活センターでも判断はつきませんので、専門の相談機関などにお繋ぎしています。また、そもそも本当に壊れていたのかどうかはそれぞれ個別案件にはなりますが、突然来た方から屋根修理をしたほうがいいと言われて、見てもらったら高額だったというご相談はあります。家を建てた業者がわかれば相談するか、見積もりを取るようにセンターでもお伝えするのですが、1 社だけで(契約してしまったが、) 結果高額だったり、必要がないものだったのではないかとご相談はたまにあります。

(佐々木会長) 非常に難しいところで、一応ちゃんとした商取引という場合も多いかと思いますが、悪質かどうかの線引きが難しいと思います。インフラがだめになっている中での被害が多いと思います。建物については、家や屋根などの建築関係の問題が今後も結構出てくると思いますので、その点への注意が今後も必要ではないかと思います。

(萱場委員) 僭越ではございますが、相談員をした経験から申し上げますと、そういう災害のときに押し売りのような感じで来た場合には、訪問販売に該当してくると思います。そうすると、特定商取引法という法律で規制されていますし、特定商取引法に該当してくる販売というのは、ある程度問題がある売り方が該当してくると思います。書面交付しているかどうかや、書面交付してないということであれば、期間が過ぎてもクーリング・オフの留保などができますので、多分そういったことで解決されているかと思います。金額の多寡ではなく、売り方の問題で解決できる場合もあります。

(佐々木会長) ありがとうございます。今おっしゃった事例というのは、直接家に来たときや、電話で言ってきたときでしょうか。

- (萱場委員) 大体災害のときには訪問販売が多いかと思います。自分から呼んだ場合はだめですが、知り合いの人を自分から呼んで来てもらった場合はそんなに問題は起きないかと思いますが、突然来た方から「お宅の屋根がちょっと」と言われてしまうと、雰囲気的にパニックになってしまいますよね。そういうところを狙って売り込んでくると思うので、法律で解決できる部分もあるかと思います。
- (佐々木会長) ありがとうございます。突然来た場合も含めて、消費者の方でもこういう場合にはこうするという対処方法が頭にないと、ちょっと対応が難しいということでしょうか。
- (萱場委員) 訪問販売できた場合には解決する場合があるということを、消費者教育や学校教育の中で教育していただけないのかとは思っています。家庭科の時間の中にはクーリング・オフが出てくるようですが、なかなか学校教育の中でやるとなると、事例検討まで含めた難しい問題は、受験科目にもなく、できないという中学校や高校が多いという話を聞いたことがあります。学校教育でも踏み込んでやっていただくことで、知識として理解できるようになったらいいとは思っています。
- (佐々木会長) 貴重なご意見をありがとうございました。センターで付け加えることはありますでしょうか。
- (センター) 相談員のご経験からお話いただき、どうもありがとうございました。
- (見田委員) 先日大学で、小学校の教員養成における家庭科の消費者教育で、消費生活や持続可能な社会といった部分の講座を持ちまして、その時にちょうど訪問販売の話をしたばかりでした。ただ、小中学校とは違い、これから教員になろうという大学生を対象としていて、自分たちが教える立場としての段階ですが、やっぱり知らないんですよ。突然訪問してきた場合には、クーリング・オフができるけれども、通信販売の場合はできないということもその時に教えました。じっくり考える余裕があるかないかで分かれてきますという話をちょうどしたところです。学生に消費者教育を最初に話すときは、あまり聞いている感じがせず、家庭科なのかという雰囲気ですが、消費者教育は人の生き方に関わることだと伝えます。何を使うのか、何を買うのか、何を使わないのか、何を買わないのか、そういった選択が人生そのものですよと言うと、皆さん真剣に聞いてくださいます。その中で、毎年使わせていただくのが、仙台市消費者行政の概要の 29 ページです。年代別でどのような苦情や相談が来ているか、大学生の皆さんと同じ 20 代は商品一般が一番多いとか、不動産貸借が今回上がってきていると思いました。30 代になると不動産貸借、だんだん年齢が上がっていくと基礎化粧品とかが出てきますよと、あなたの一生にいろんなものに関わっていて、仙台市では実際にこんなに多くの人が困って相談をされていて、その相談場所は仙台市消費生活センターですとお伝えしています。その流れで伊達学園もアクセスしてもらってやってもらいますと、これは便利だと、実際にこどもにやってみせよ

うとなりますので、消費生活センターが出してくださる資料と伊達学園に関しては手応えを感じています。ただ、個人的なところでは、一人暮らしの親族が施設に入所したのですが、携帯電話やデジタルを使用しておらず、認知症までいっていない方には紙媒体でしか刺さらなかったりで、インターネットを使わないのに回線が変わっていたり、家の電話も変な契約が上乗せになって電話代がものすごく高くなっていたりということがあり、未然に防げなかったかなという後悔はありました。

(佐々木会長) 学校での教育の事例も交えてご説明いただきありがとうございました。伊達学園の話もありましたが、何か事務局からありますでしょうか。

(センター) 伊達学園と消費生活センターの周知にご協力いただきましてありがとうございます。確かに、デジタル化しているところはありますが、紙でないと伝わらない方は一定数いらっしゃいますので、センターでもそういったところは残しつつ、デジタル化の進展に伴う脆弱性もありますが、そこから離れている人たちも含めての消費生活基本計画だと思っておりますので、併せて考えていきたいと思います。ありがとうございました。

(佐々木会長) ありがとうございます。ネットのリテラシーというか、携帯電話を常に持っている人とそうでない人の差というのが、だんだん拡大しているように思います。手続きが全部携帯だけでできるようになっている中で、高齢者の場合は電話するぐらいしか使わなかったり、インターネットを全く見ない方も多くいると思います。ネットから取り残されているような方たちに対するケアや何か起きたときの対応をどうしていくかが、施策の中でも引き続き重要になってくると感じます。

(高山委員) 今年は米が非常に高くなって、ネットで騒がれたりテレビで持ち上げられたりして大騒ぎになり、今また落ち着いているという中で、こちらの生産者も振り回されますし、消費者も振り回されるという、両方とも振り回されるのが、今の消費生活だと思います。今は、災害や戦争もありますが、地球規模でいろいろなことがあって、そういったことに振り回される我々の消費者の力をつけるためにも、その時々にあった変化に強い政策であってほしいと思いました。

(佐々木会長) ありがとうございます。何か事務局の方でお答えできることはありますでしょうか。

(生活安全安心部長) 最初に会長からありましたし、高山委員からもありましたように、経済活動全般という視点というのが節目節目で大事だということをあらためて気づかされました。委員の皆さまの視点も踏まえて、なお中間案に向けて議論を進めたいと思います。

(佐々木会長) 非常に長い時間、委員の皆さんからいろいろなご意見やご質問、次期の基本計画に関わることも含めてご意見やご質問をいただきました。誠にありがとうございました。その他、ご意見がないようでしたら、議題(3)

としまして資料３により、今後の計画策定スケジュールについて事務局の方からご説明いただきたいと思います。

議題（３） その他

（センター）では、資料３により、次期消費生活基本計画の策定スケジュールを説明させていただきます。本日、素案をお示ししたところですが、次期計画の策定にあたり、今後はこの資料３のとおり予定しているところです。本日、第１回目の審議会で、素案の報告をさせていただいておりますが、来月８月６日水曜日の第２回の審議会では、令和６年度の消費生活相談の概要や、消費者教育推進地域協議会ということで、消費者庁の方より消費者教育のお話を伺う予定としております。１０月の中旬には中間案を作成しまして、第３回の審議会を開催いたします。そのあとにパブリックコメントを実施し、パブリックコメントの中身がまとまりましたら、それを最終案に展開しまして、２月上旬ぐらいを目途に第４回の審議会でパブリックコメントの報告と最終案をお示ししたいと考えております。最終的には３月末の新しい仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画の策定に向けて進めていきたいと考えております。また、現委員の皆様ですが、任期が１０月末までとなっております。計画審議の途中ではありますが、１１月以降の更新も予定しているところです。今年度、審議会の回数が例年に比べて多くなっていますが、引き続きご協力をよろしくお願い申し上げます。説明は以上となります。

（佐々木会長）ただいま次期の消費生活基本計画策定スケジュールと、それぞれの内容についてのご説明がありました。委員の皆様から何かご質問やご意見などありましたらお願いします。中間案とありますが、次期計画が議題となるのは第３回ということでしょうか。

（センター）そうです。

（佐々木会長）１０月から１１月にパブリックコメントとありますが、これは具体的にはどういう方法で実施されるのでしょうか。

（センター）一般的な市民意見の募集ですので、市政だよりなどでも広報させていただきますし、広く計画に対するご意見を募集するものです。

（佐々木会長）わかりました。その他、委員の皆様から今の説明に対してご意見やご質問はありますでしょうか。特にないようでしたら、本日の議事は以上になります。それでは進行を事務局にお返しします。