

令和5年度第1回消費生活審議会会議録

開催日時： 令和5年8月1日（火）午後1時～3時
開催場所： 本庁舎8階第1委員会室
出席委員： 吉永一行副会長、大西二郎委員、佐藤広行委員、佐藤靖祥委員
高山真里子委員、鳩原淳子委員、平松美恵委員、横前睦美委員
渡辺淳子委員
欠席委員： 佐々木伯朗会長
市民局： 天野市民局長、大村生活安全安心部長、柴田消費生活センター所長
伊藤消費生活係長、錦戸相談啓発係長、佐藤総括主任、中村総括主任
石井主事

会議及び会議録の公開の取扱いについて

（吉永副会長）会議の公開については、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条各号に掲げる情報を取り扱う場合、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、本日はそれに該当しませんので、公開するというところでよろしいでしょうか。（一同異議なし）異議なしと認めます。本日の審議会は公開といたします。

会議録署名委員について

（吉永副会長）次に、会議録署名委員についてです。会議録の署名については、私以外にもう1名の方からご署名いただきたいと思っております。毎回名簿順としておりまして、前は佐藤靖祥委員にお願いしましたので、今回は高山委員にお願いしたいと思っておりますけれども、よろしいでしょうか。（了承）それでは高山委員にお願いします。

議題（1）「令和4年度消費生活相談の状況について」

（吉永副会長）では、議題に入ります。議題の（1）「令和4年度消費生活相談の状況について」、まずは事務局よりご説明をお願いいたします。

（センター）消費生活センター相談啓発係長の錦戸と申します。それでは、令和4年度消費生活相談の状況についてご説明申し上げます。お手元の資料1をご覧ください。「1. 消費生活相談の傾向（1）相談の傾向」です。令和4年度に当センターに寄せられました消費生活相談は6,926件で、令和3年度に比べて1,139件増加いたしました。相談は、「苦情相談」と「一般相談」に分類されており、消費者トラブルに関する苦情相談は6,371件で、前年度から1,106件増加しております。問い合わせや消費者トラブル以外の一般相談は555件で33件の増加となりました。図1にお示ししておりますが、過去5年間のうち、令和3年度まで減少しておりました相談件数が、昨年度は増加に転じました。消費

者庁の令和5年版消費者白書で発表されている全国の相談件数におきましても、前年度より増加している状況です。

次のページをご覧ください。2ページです。苦情相談における年代別件数及び割合について、表2と図2及び3のとおり記載しております。

全体の件数増加に伴って、30歳代を除いた年代で、令和3年度を上回る件数となっております。一番多いのは、70歳以上の高齢者の相談件数で1,456件と、3年度に比べて、251件増加いたしました。割合は昨年度と同数の22.9%でしたが、高齢者からの相談が全体に占める割合が、高い水準で推移している状況は変わらず続いております。

続きまして、3ページをご覧ください。「(2) 商品及びサービス別の相談傾向」です。表3のとおり、令和4年度は上位から「商品一般」、「不動産貸借」、「エステティックサービス」、「基礎化粧品」、「工事・建築」の順となりました。「商品一般」では、架空請求の相談は、平成30年度をピークに減少しているものの、実在する通信販売事業者や宅配便業者を装った偽のショートメッセージに関する相談が引き続き多く寄せられております。次に多い「不動産貸借」における相談内容では、大半が賃貸物件の退去時の原状回復に関するものとなっております。次の「エステティックサービス」ですが、令和4年度は、令和3年度より大幅に件数が増加いたしました。サービス事業者の破産などにより、解約や返金を求める相談が増加したことが大きな要因です。次の「基礎化粧品」も大きく件数が増加いたしました。これは通信販売の定期購入に関する相談が多く寄せられたものです。「工事・建築」は、無料点検や保険利用の勧誘をきっかけとした工事契約のトラブル相談が多く寄せられております。

次に4ページをご覧ください。「(3) 年代別の傾向」です。表4のとおり、前のページの商品サービス別件数を年代別にまとめております。すべての年代に「商品一般」に関する相談が入っており、年代が上がるにつれて上位となっております。20歳代から60歳代にかけては、「不動産貸借」、「フリーローン・サラ金」が上位、40歳代以上の年代には、「基礎化粧品」、「工事・建築」が上位に入っております。20歳未満から30歳代で上位の「エステティックサービス」は、先ほど苦情相談の傾向でも申し上げましたが、サービス事業者の破産等により相談が増加いたしました。特定の年代からの相談が多い商品サービスといたしましては、20歳未満では、「インターネットゲーム」で、これは主にゲーム課金に関する相談内容となっております。また、20歳代では「電気」、「異性交際関連サービス」に関する相談、60歳代では、「申請代行サービス」、「役務その他サービス」に関する相談が他の年代より多く寄せられております。「申請代行サービス」は、多くが損害保険の申請代行サービスに関するご相談です。

次に5ページ「(4) 販売購入形態別苦情相談件数」です。表5をご覧ください。販売購入形態別では、「通信販売」の割合が最も多く、前年

度より 482 件増えて、2,521 件の相談が寄せられました。「通信販売」の主な商品サービスでは、「基礎化粧品」や「他の健康食品」に関する相談が多くなっており、次に多かった「店舗購入」は、前年度に比べて増加率が最も高くなりました。ここにも「エステティックサービス」に関する相談の増加が影響しております。また、令和 3 年度より大きく増加したのは、「訪問販売」や「電話勧誘販売」で、「訪問販売」では無料点検や保険利用を勧められたことをきっかけとした住宅修繕などに関する相談、また、防災用品の契約に関する相談が寄せられました。「電話勧誘販売」では、大手通信会社やその関連会社を名乗る事業者からの誤認を招くような勧誘を受けたことによるインターネット接続回線の契約トラブルや、保険申請の代行サービスに関する相談が多く寄せられております。

続いて 6 ページ「(5) 処理結果別の傾向」です。寄せられました相談の処理結果別の件数は表 6 のとおりです。センターでは、いただいたご相談に対し、相談者に必要な情報を提供して自主解決の方法をアドバイスする「助言・自主交渉」や、相談者本人による自主交渉が難しいと予想される場合や自主交渉では解決できなかった場合などについては、「あっせん」を行っております。処理結果を見ますと、「助言」は 4,176 件で全体の 65.5%となっております。「あっせん」は 621 件のうち、解決が 571 件であっせん解決率が 91.9%でした。不調は 50 件と令和 3 年度より 10 件ほど増えておりますが、これはあっせん件数自体が 121 件増えておりますことや、相談員が解決困難なケースについても積極的にあっせんを行ったことの結果です。あっせん不調となりました場合でも、必要に応じて他機関へ繋ぐなどの対応を行っております。

続きまして 7 ページからは、4 つの項目について記載しております。初めに、「2. 定期購入に関する相談」についてです。定期購入に関する相談は、図 4 にお示ししておりますとおり、令和 4 年度は前年度より 310 件増えて 653 件寄せられました。令和元年度に急増し、以降全体の相談件数に占める割合が高止まりしている状況が続いておりましたが、その割合が 10%を超えております。定期購入に関する相談は全国的に増加しており、令和 5 年版消費者白書の統計で過去最多となっております。令和元年度の相談の増加では、20 歳代から 50 歳代の中間層での相談件数の増加が見られましたが、令和 4 年度、30 歳代までの若年層は減少し、40 歳代はおよそ 2 倍、50 歳代以降の年代が 2 倍以上に増加している状況です。定期購入に関する相談の商品及びサービス別、通信販売を利用して購入した商品ですけれども、こちらは表 7 のとおり、化粧品が突出して多く、2 番目に多い健康食品と合わせて、全体の 9 割を占めております。こうした商品の「初回送料のみ」「お試し価格」など、商品が無料または定額から大きく値引きされている価格の広告などを見て、1 回だけのつもりで注文したところ、複数回の購入

が条件の定期購入の申し込みになっていたという相談ですとか、定期購入で申し込んでも、いつでも解約できるとされていたので注文したところ、実際には解約しようと業者へ電話しても全く繋がらず解約できないといった相談が寄せられております。

8 ページをご覧ください。「3. 若者からの相談」です。図 5 は 20 歳代までの相談件数の過去 5 年間の推移をお示ししております。内訳として、18 歳未満、令和 4 年 4 月の成年年齢の引き下げにより新たに成人となった 18 歳 19 歳、20 歳代の三つの区分の件数も記載しております。令和 4 年度は、成年年齢引き下げにより、18 歳 19 歳の新成人が、悪質商法などのターゲットにされることが懸念されておりましたが、その年代の過去 5 年間と比較いたしまして、引き下げ後に、相談件数の大幅な変化は見られませんでした。これは全国的な傾向と同様です。20 歳代までの全体の相談件数は 928 件と、前年度から 210 件増えましたが、表 8 にありますとおり、これもエステティックサービス事業者の破産などによる解約や返金に関する相談が増加したことが大きな要因となっております。センターでは、若者への啓発として、YouTube の広告表示や、高校や大学での講座、県内 13 大学学生課との意見交換会等で、情報提供などを行っているところですが、引き続き若者の相談状況を注視してまいりたいと考えております。

次に 9 ページ「4. 高齢者からの相談」です。ここでの高齢者の区分は、消費者庁の消費者白書に合わせ、65 歳以上としております。図 7 は販売購入形態を、全体、65 歳から 74 歳、75 歳以上で比較したものです。高齢者は全体に比べて、「訪問販売」、「電話勧誘販売」の割合が高くなっていることがわかります。高齢者は在宅時間が長く、また、突然の訪問や電話にも対応することが習慣化しているという場合も多いため、電話や訪問による勧誘の対象になりやすいと考えられます。そうした勧誘を受けたことがきっかけとなったトラブルの相談が、他の年代より多く寄せられております。相談の内容としましては、表 9 及び表 10 のとおり、「訪問販売」では無料で点検するといった、自宅の屋根や外壁等の修繕を契約したが解約したいといった工事・建築が最も多く、「電話勧誘販売」では、保険の申請代行サービスやインターネット接続回線に関する相談が多く寄せられております。図 8 は相談者の状況です。高齢になるほど本人以外からの相談の割合が高くなっており、80 歳以上では、3 人に 1 人が家族や福祉関係者からの相談となっております。

最後に 10 ページ「5. 多重債務に関する相談」です。図 9 をご覧ください。多重債務に関する相談は令和 3 年度に増加に転じ、令和 4 年度は前年度からさらに 41 件増えて 180 件となりました。男性からの相談割合が 6 割以上を占めております。センターでは、債務整理の一般的な説明、債務状況の確認、書類作成の援助を行い、関係機関をご案内しております。当センターから直接他機関を予約し、お繋ぎした件数

は、資料のとおりです。相談者ご本人から直接関係機関にご相談をされる場合やご家族などからご相談のケースにも窓口の案内をさせていただいております。令和4年度消費生活相談の状況についてのご説明は以上です。

続きまして、資料1について、宮城県生活協同組合連合会常務理事、渡辺委員より事前にご質問いただいておりますので、ご回答申し上げます。(1) 定期購入に関する相談について、資料1では7ページです。「定期購入に関する相談については、令和元年度よりコロナ禍における巣ごもりが要因の一つとなり、ネット購入が増加し、相談の割合は高止まりで推移している。令和4年度は、これまで以上に件数・割合ともに急増しているが、急増している要因や傾向について教えてほしい」とのご質問です。急増している要因については、推測の域を出ませんが、一つには、ご質問にありますように、コロナ禍の巣ごもり消費といわれる、外出を控えた通信販売の利用機会の増加があると考えております。また、先ほど定期購入の項目でご説明申し上げましたように、今回の定期購入に関する相談の増加、特に50歳代が大きく増加しております。その相談傾向は全国と同様ですが、その全国の統計をまとめた消費者白書によりますと、定期購入に関する相談に占める65歳以上の割合が33.3%と、全体の3分の1となっており、高齢者で急増しているとされております。こうしたことから、高齢者のインターネットや通信販売の利用機会の増加も背景にあるのではないかと考えております。

次に、(2) 商品及びサービス別の傾向について資料1では3ページです。「苦情相談が前年より約1,000件増加している。商品及びサービス別での傾向では商品一般の相談件数がここ数年上位を占め、その中で、通信事業者や宅配業者等を装った偽SMSに関する相談が急増化している。注意喚起とともに、SMSの迷惑メールが届いた場合の拒否方法や対策について、周知していくことが必要である。」というご意見をいただいております。センターでは、ご相談の際に届いた場合の対応として、心当たりのないメールやSMSには対応しないこと、また、そのようなメールSMSには、URLや連絡先として電話番号などが記載されているケースが多いですが、そういったURLや電話番号にアクセスしないことをお伝えしているほか、講座やホームページ、メール配信等で広く注意喚起を行っております。拒否方法について詳しくは、特に高齢の方のご相談の場合などにおきましては、携帯キャリアにお問い合わせをいただき設定をお願いするといった対策のご案内をしておりますけれども、講座で日本データ通信協会が発行している迷惑メール対策の冊子などを配布して、携帯の安全利用について周知を図っているところです。今後も引き続き啓発してまいりたいと思います。

続いて「3. 若者からの相談」について資料1におきましては、8ページです。「スマホ利用の低年齢化が進んでいる中、18歳未満からの相談

のうち、インターネットゲームに関する相談が5割を占めている。寄せられた相談の年齢層やトラブルの未然防止や円滑な解決に向け取り組まれていることがあれば教えてほしい」とのご質問です。18歳未満のインターネットゲームに関する相談の年代別の内訳については、6歳までの未就学児の年代は2件、7歳から12歳までの小学生の年代では11件、13歳から15歳までの中学生の年代では5件、16歳から18歳未満の高校生の年代では同じく5件となっております。未成年者に多いトラブルの状況については、教育局との情報共有の場として開催している消費者教育連絡会議や、教育センターと共催している教員対象研修において、教育現場の先生方に情報提供しているほか、市内の小学5年生と中学3年生を対象として、主な消費生活の場である家庭において消費生活への理解を深めてもらうことを目的に作成しているパンフレットにおいて、未成年者に多いトラブルとしてゲーム課金の事例を紹介し、未成年者本人とその保護者の方への周知を図っております。また、夏休みなどの長い学校の休み中にトラブルが起きやすいと考え、8月のメール配信においても、注意喚起をしているところです。最後に「4. 高齢者からの相談」について、資料1では9ページです。「高齢者からの相談概要について、65歳以上の訪問販売内訳、電話勧誘販売内訳のその他に含まれる商品・サービスについて教えてほしい」とのご質問です。訪問販売のその他に含まれる4位以下の商品サービスについては、「役務その他サービス」が29件、「修理サービス」が13件、「新聞」が12件、「インターネット接続回線」が9件、「リースサービス」が6件と続いております。電話勧誘販売では、「商品一般」が17件、「役務その他サービス」が同じく17件、「魚介類」が10件、「損害保険」が7件、「他の健康食品」が5件です。5件未満の少数の分類は、それぞれ訪問販売、電話勧誘販売において30以上の多岐にわたっておりますので、省略させていただきます。ご質問への回答は以上です。

(吉永副会長) 事務局の方から、令和4年度消費生活相談の状況について、資料1に沿ってご説明があり、また渡辺委員からは事前にご質問を出していただいております、それに対する回答もいただいたところです。ただいまの説明あるいは質疑応答を受けて、ご質問やご意見等がありましたらお願いいたします。いかがでしょうか。

委員の皆様からなければ私から一つ、定期購入についてお伺いしたいのですが、これは表示の問題も大きいかどうかということを確認したいと思います。つまり、業者の方で定期購入であることをわかりやすく表示することになっていると思いますが、その部分が徹底されていないために件数が多いのか、あるいは消費者から見落とされがちのため、より消費者の方に注意を喚起していくことが必要であると考えるか、事務局として相談受付の感触などから教えていただけますでしょうか。

(センター) ではただいまのご質問について、お答えいたします。昨年の6月に特定商取引法の改正がありまして、定期購入に関しましては、わかりやすい表示をし、誤認を招く表示を禁止する法改正が行われております。そういう状況ではありますけれども、実際には、昨年の月別で統計を取っている件数は、6月以降も増加をしているところです。法律の改正は行われましたが、定期購入の件数については、逆に増加傾向にあるという状況です。事業者の方でも、わかりやすい表示に努めて変えているサイトもありますけれども、特に高齢者の方ですと、画面を隅々まで確認するといったことが難しいという方もおりますし、相談の中には、例えば商品を購入する時に、最初は定期購入でない商品を選択しても、そのあとにお得なクーポンの表示など別の項目の表示があつて、それを選択することで、定期購入へのコースに自動的に変更されるなど、定期購入のサイトの手口といいますか、表示も若干変わってきておりまして、そういった関連でも相談が増えているという印象があります。事務局からは以上です。

(吉永副会長) ありがとうございます。そうすると消費者への注意喚起はもちろん継続でしょうけれど、事業者の表示の仕方としては、さきほどのクーポンを使うというのは、消費者にとってかなりわかりにくい表示になっているケースがありそうで、引き続き対応が必要という感想を持ちました。他委員の皆様からご意見、ご質問等があればと思っておりますけれども、よろしいでしょうか。議題の(2)がこのあと続きますので、それと併せてまたのちほど質問があればよろしくお願ひいたします。議題の(2)「令和4年度仙台市消費生活基本計画の実施状況」について、事務局よりご説明をお願いいたします。

(センター) 消費生活センターの柴田です。私の方から議題(2)の資料2-1と2-2に基づきましてご説明させていただきます。令和3年3月に策定しました令和3年度から7年度までの第4期消費生活基本計画に基づき、消費生活に関する各種施策に取り組み、2年目が終了したところです。お手元の資料2-1をご覧ください。資料2-1は、計画の概要、進捗管理、令和4年度の実施状況について、まとめた資料です。まず『1「仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画」の概要』については、1ページに記載のとおりです。2ページ目「2 進捗管理について」ですが、消費者行政は教育、福祉、環境をはじめとした庁内様々な部局にわたるものであることから、計画の推進にあたっては、庁内関係部局との連携を図っております。また、基本計画で取り組み事項となっている施策については、その取り組み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。進捗管理の方法についてですが、計画の5つの施策の柱ごとに「評価指標」を定めているほか、他の施策については、「業務指標」として事業担当課で、目標値、実績値等をまとめているところです。ここで、資料2-2をご覧ください。こちらが計画に掲載している全施策を一覧にしたも

のです。今年度各局に照会し、取りまとめました部分は、「令和4年度実施結果」から右側の部分となります。「評価指標」となっている施策についてはその「指標」、「目標値」、「実施結果」をそれぞれ太字ゴシックで記載しております。一番最初のページは2ページ目にあります、食品表示法に基づく調査件数というものが、そのような書き方になっております。この資料2-2から抜粋してまとめたものが資料2-1という形になっております。資料2-1にお戻りいただきまして、2ページの「3 令和4年度の実施状況について」をご説明いたします。施策の柱ごとに、全体の総括を入れた上で、(1)としまして評価指標を、(2)としまして業務指標から一部抜粋した施策を掲載しているところです。施策の柱Ⅰ「消費生活の安全・安心の確保」ですが、(1)評価指標は、「1.食品表示法に基づく調査件数」、それから「2.はかり検査戸数」という2項目を載せております。いずれも目標を達成したところです。業務指標については、「①食品衛生法等に基づく事業者の指導」及び「②耐震診断支援事業・耐震改修工事補助事業」の二つを載せております。施策の柱Ⅱ「消費者教育・啓発の推進」の(1)評価指標ですが、こちらは「1.「伊達学園」アクセス数」です。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おり、目標値を大幅に上回る実績となりました。「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、こちらの①から③の項目については、令和5年2月に行いました市政モニターアンケートで調査した結果を入れております。計画終了時点の目標値をやや下回る実績値となっておりますが、引き続き目標達成に向けた取り組みを継続してまいりたいと考えております。(2)業務指標としましては、「伊達学園」、それから「外国人市民向けオリエンテーションの実施」、「ワケルネットにおける食品ロス削減の情報発信」、それから、「とれたて仙台」による地産地消の情報発信」の4つを掲載しております。施策の柱Ⅲ「消費者被害の防止及び救済」の(1)評価指標は、令和5年2月実施の市政モニターアンケート調査結果を入れております。「1.消費生活センターの認知度」では、計画終了時点の目標値をやや下回る実績値となっておりますが、令和3年度の実績より微増しており、引き続き目標達成に向けた取り組みを継続してまいりたいと考えております。4ページ「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、こちらは目標値を達成しており、こちらにも継続してまいりたいと考えております。(2)業務指標は、「消費者トラブルの注意喚起情報のメール配信」、「消費生活相談の研修参加」、「住まいの活用相談」について掲載をしております。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(1)評価指標「1.配食サービス配達時の注意喚起チラシの協力団体数及び配布数」ですが、こちらについては、団体数、配布部数ともに目標に達しております。また「2.出前講座(くらしのセミナー)実施回数」は新型コ

コロナウイルス感染症の影響等により、依頼自体が少なかったため、目標値よりも少ない実施回数となっておりますが、令和3年度の数值よりは回復傾向にあります。令和5年度はさらに依頼が増加しており、コロナ禍前に戻りつつあると感じているところです。(2)業務指標ですが、「消費者向けリーフレットの配布」、「認知症サポーター養成講座及び認知症パートナー講座の実施」の2つを掲載しております。施策の柱V「多様な主体との連携の推進」の(1)評価指標は再掲となっておりますが、「1.配食サービス配達時の注意喚起チラシの協力団体数及び配布数」です。こちらは団体数・配布部数ともに目標に達しております。こちらの業務指標については、「介護保険サービスに関する相談対応」と、「既存住宅の活用に関する相談体制の充実」の2つを掲載いたしました。資料の説明は以上となります。続きまして、宮城県生活協同組合連合会の渡辺委員より事前に質問を頂戴しておりました内容について回答いたします。「(2)令和4年度仙台市消費生活基本計画の実施状況について」のご質問です。資料2-2の5ページのご質問で重要課題Ⅱ消費者市民社会を目指す「消費者教育・啓発の推進」のⅡ-1-(1)-④、5ページの下の方です。「伊達学園のアクセス数は激増し、消費者教育に貢献している。どの年代学年にどのように活用されているか検証してみてもどうか。また、目標値5,000件に対し、桁違いで増加している。目標値の設定の変更はあるか」とのご質問ですが、こちらについては、小中学校の先生に対して、消費者教育教材の活用状況についてアンケートを実施したところです。現在集計をしているところで、まだ結果は出ていないところですが、活用状況についてお調べしております。また、目標値については、変更予定はありませんが、今後も推移を見ながら効果を検証してまいりたいと考えております。続きまして、資料2-2の8ページにⅡ-2-(4)-②、8ページの一番下の表です。「せんだい食エコリーダーの役割について、食品ロス削減講座の講師活動のほか、どのような啓発活動を行っているか、現在登録されている人数も教えてほしい」というご質問です。「せんだい食エコリーダー」は食を通じて、エコな暮らしを提案する市民リーダーということで、平成30年度に20名養成をいたしました。そのうち5名が中心となって活動しているところです。活動内容としましては、「せんだい食品ロス削減ガイドブック」の監修や食品ロス削減講座の講師、その他市民向け環境啓発イベントの講師などを行っているところです。渡辺委員からのご質問に対する回答は以上となります。

(吉永副会長) 事務局から令和4年度仙台市消費生活基本計画の実施状況についてのご説明と、質問に対する回答がありました。ただいまの説明、ご回答内容等について、ご質問やご意見などさらにありましたら、委員の皆様からお願いいたします。

(大西委員) 4ページの施策の柱Ⅳの高齢者等に配慮を要する消費者への対応に関連して、先ほどのご説明ではコロナが5類になって、セミナー等の開催

(センター) 地域包括支援センターの皆様には、当センターから健康福祉局の地域包括ケア推進課を経由しまして、高齢者のトラブルなどの情報についてメール配信などのご協力をいただいているところです。自身では被害に気づきにくい高齢者の方について、ご担当のケアマネジャーの方や地域包括支援センターで支援していただいている方からご相談をいただく機会もありまして、こうしたトラブルに対し、非常にご協力をいただいております。他にも地域で話などをしていただく機会もあると聞いております。その際には、資料提供をさせていただいております。引き続き、地域の方の見守りは大変重要なことと考えておりますので、今後も連携してご協力をいただきたいと思いますと考えております。ありがとうございます。

(鳩原委員) 伊達学園へのアクセス数のことが話題となっておりますが、先日6月に小学校の教育研究会の方で、消費生活センターの方に来ていただいて、リーフレットを配っていただき、伊達学園の利用について広報を活発にさせていただいた結果がここに表れているのではないかと思います。あらためて感謝を申し上げます。バーチャルなゲーム感覚の体験というものが、時代のニーズに合っており、この数に繋がっていると感じました。しかし、本来の目的はそこからの学びをどう実生活につなげていくか、どう生かしていくか、というところだと考えているので、今アンケートも集計していただいているということで、そういったことを中心に、今後も消費生活の改善に伊達学園が使われていけばいいなと思いました。高齢者の方のお話にも繋がると思うのですが、知る機会をたくさん与えていただくということが、どの年代においても大事なのではないかとあらためて感じたところです。

(センター) 伊達学園は、何年か前に学習指導要領が変わりました時に、「授業でござる」という高学年の学習向けコンテンツを改定いたしました。その際には、鳩原委員をはじめとしまして、小学校の家庭科部会の先生方に、大変ご尽力をいただき、感謝を申し上げます。おかげをもちまして、非常にアクセス数が増えている状況です。そこにはスクロールゲームやすごろくなど、利用のきっかけになる遊びの要素が入ったコンテンツなどもありまして、どのサイトにアクセスが一番あるかというのを検証しますと、スクロールゲームの利用が非常に多いですが、そういったところをきっかけに消費生活の学びにつなげていければと考えております。引き続きどうぞよろしくお願いいたします。

(佐藤(広)委員) 商店街の方でも、飲食店も非常に疲弊して、大変な状況もある中で「はいはい」と手を挙げて安く購入させるお店が、にぎわいになっています。普通の商店であれば、それほどお客さんは来ないのに、一斉に人が集まるのはどういうことだろうと、不思議に思っているのですが、実はほとんどの人がわかって買い物をしており、だまされない。卵を100円ぐらいで売りますよと言って呼んで、健康の啓蒙活動をしながら、最終的には高額な商品売って儲けるといいます。

が、安いものだけを買いは行く人がいっぱいいて、最後は買わないという人がほとんどです。それに引っかけた人は、1,200万とか1,500万のお金を払ってしまって、店は3人くらい捕まえると、店をやめて他の地域に行くというやり方をしていると聞いています。消費者も賢くて、そこはもう行かないと知っている人もたくさんいるのだけれど、必ずその中に何人か痛い思いをする人がいる。何とか、そういうところで購入しては駄目だということを伝えたいところですが、商店街として言うのは、人の商売を邪魔するような話になるので、難しく歯がゆいところがあります。それから、直接関係はありませんが、店で求人を出したところ、「20日間だけ無料でサイトに登録しませんか」というのが2件来ました。最初よく意味がわからないので、FAXを送ってもらったところ、契約書を書くようになっており、「20日間だけ無料で登録する」にマルをつけたのですが、よくよく見ると「20日間を過ぎたら自動的に30万円のコースに請求がきます」と、さらに「電話でのお断りはだめです。ちゃんと書面で『やりません』と記入した場合に限ってやりません」と書いてあり、どうやって断ればいいのかわからなかったのも、ネットで調べたら電話が繋がらない。日にちがすぎ、自動的に請求書がきて大変な思いをしている方が何人かいらっしまった。だまされる経営者も消費者の1人なので、ハローワークなどが少し気を付けるような啓蒙や指針があってもいいかと思います。

(センター) 最初のお話はSF商法にあたるかと思いますが、SF商法は、高齢者を対象に、安い商品などをきっかけにして会場に集め、買う人をつのりながらどんどん値段が高い商品を販売していき、最終的に雰囲気でのまれて高額な契約をさせるというような手口で、最近あまり多くはありませんが、高齢者のセミナーなどで、注意喚起をしているところでは、二つ目に、入口が無料で解約が非常に難しいということについて、先ほど定期購入でも解約の電話がなかなか繋がらず解約できないトラブルがあると申し上げましたが、それに加え、最近のサブスクと言われるものでは、最初無料期間で申し込んで、その無料期間が終わる時に解約しようと思うと、解約に入っていくサイトが非常にわかりにくく、なかなかその解約にたどり着かずに、結局そのままずると契約してしまい、意図しない料金の引き落としが続いてしまうというご相談も寄せられているところです。サブスクについても、国民生活センターや私どもの方でも注意喚起しているところですので、入口が無料というものについては、ある程度注意を払ってご利用していただくのがいいと思っております。当センターは、消費者の方からのご相談にはなりますが、事業者の方の契約トラブルについてご相談できる窓口もありますので、そちらの方ですと解決へのアドバイスなどが受けられると思います。

(高山委員) 食品表示法に基づく調査ですけれども、私も食品衛生の方の仕事をしておりますが、どうしても指導のみで罰則がなかなかなく、それ以上

に踏み込めないところについて、もう少し踏み込めれば良いと思っています。3 ページや4 ページに、市政モニターアンケートの結果とあるのですが、ランダムに誰かをピックアップしてアンケートを行ったものなのか、例えば市政だよりを見ている人が基準となっているのか、もしくは、年代がまんべんないアンケートによる結果なのか疑問に思ったところです。

(センター) 食品表示については高山委員がおっしゃるとおり罰則がないというところもありまして、私どもの方で定期的に販売業者や店頭で調査に行きまして、正しい表示がしてあるかを調べており、そのとおりに表示がされてない場合、消費者庁発行のパンフレットを示して表示をしていただくよう、指導をしてきているところです。あくまで品質表示の部分が消費生活センターの受け持ちということで、これが例えば衛生事項ですと保健所の方の管轄になりまして、食中毒とかそういったところもありますので、もう少し厳しいことが言えると思うところです。市政モニターアンケートについては、仙台市で毎年市政モニターを募集しており、郵送アンケートで100名、インターネットアンケートで100名ぐらいの計200名を、年代や住んでいる区のバランスを見て毎年任命しているところで、いろんな部署のアンケートを定期的にご回答いただいているものです。

(吉永副会長) 市政モニターは、仙台市の方で無作為にというより、ご本人が市政モニターに応募して、地区や年代で選考するという理解でよろしいですか。

(センター) 毎年新たにモニターを募集しておりますので、毎年違う方で、多少年代の幅の変化はありますが、大体の年代、男女別、住んでいる地域が片寄らないようにしていると聞いております。

(吉永副会長) 計画を策定する時に、自分からモニターになる人でもあるので、ある程度数字は高めに出るかもしれないという議論はしたような記憶があります。そういう数字ではあるということかとは思いますが。

(渡辺委員) 伊達学園については、活用状況をお調べしているということなので、次回以降のこの審議会の中でご報告をしていただきたいです。今回の報告を見て質問等を考えている中で、高齢者の被害が増加していると顕著に感じました。団体等の見守りの皆様、セミナー等も、コロナ前に徐々に戻りつつあるという報告もいただきましたけれども、高齢者の方たちは、認知能力が低下されている方もいらっしゃる中で、セミナーに出向くのがなかなか難しい方もたくさんいらっしゃいますので、見守り体制の強化がとても大事だと思います。この計画の中でも、小地域福祉ネットワークの活動を支援するなど、仙台市は他の都市に先行して消費者の安全を守る連絡協議会を作っていますので、より活用して、ぜひ連絡協議会の皆様のお力を借りる周知方法と、もう少し有効的に高齢者に伝わる啓発が、まだまだ必要だと感じました。若者からの相談では、18歳未満からの相談がとても多くなり、低年齢

化していると感じます。報告の中に、12歳以下の子どもたちの件数も結構あり、生まれながらにしてスマホがもうすでに親のそばにあって、子どもたちにとって身近な存在で、体の一部のようになっている。その中でスマホのゲームにアクセスしてしまう子どもがいっぱいいると思うのですが、親が子どもたちに安易に渡してしまい、ゲームの課金に繋がるということが、進んでいるのかと思います。親だけではなくおじいさんとおばあさんが子どもたちに渡してしまって、ゲーム課金の被害額が大きくなる形もあります。低年齢化の注意喚起と、保護者に対しても、引き続き注意喚起を行っていただきたいというのが意見です。

(センター) ありがとうございます。一つに高齢者についての啓発ですが、渡辺委員からお話がありましたとおり、当センターで事務局をしている消費者の安全を守る連絡協議会、いわゆる地域協議会という、消費者安全法で設置が定められている見守りの協議会を持っておりまして、弁護士会など15団体ほどが、委員として連携を図っております。団体で協力して啓発講座を開催するという試みで、学習会の開催もしております。民生委員など、見守りをされている方を対象とした講座を行ったり、地域の老壮大学などに参加されている方などに対し、啓発の機会を設けたりしております。若者の相談の低年齢化については、ご指摘のとおり、低年齢化が進んでいると私も感じているところです。保護者は親だけでなく、祖父母も含まれ、長いお休み中に増える傾向もあるということで、注意喚起をしております。おじいちゃんおばあちゃんのところに遊びに行った際に、スマホを借りてゲーム課金をしてしまうというようなケースもあり、携帯を管理する保護者の意識も重要であると思っております。携帯の暗証番号が設定されていて、簡単にアクセスできる状況だったり、ゲーム課金の支払いが携帯のキャリア決済の利用であることが多く、その設定も高額になっていて、その上限までゲーム課金で使われるといった傾向もあります。その設定を保護者が気をつけるということも一つの対策であると考えており、小学校5年生と中学校3年生の保護者向けに、家庭で知っていただくためのパンフレットなどをお配りして、注意喚起をしているところです。引き続き、こうした啓発は行ってまいりたいと考えております。

(平松委員) 資料1の成年年齢引き下げで、18歳、19歳ぐらいの人数が被害として増えるかと思ったのですが、思ったほど多くないと思いました。この引き下げで心配だったのは、仙台はこれだけ大学があることから、18歳、19歳のタイミングで仙台に転入してきて、引き下げと同時にクレジットなど自分で契約できてしまうということです。移動に伴って生活環境が変わり、消費生活センターの存在もまだわからない中で、契約などのトラブルに繋がってしまうケースがないか心配しておりますが、転入してこられる方への啓発や教育は、どのようにされているか教えていただきたいと思っております。

(センター) 仙台は指定都市の中でも学生の占める割合が高い都市ということがありまして、ご心配のとおり 18 歳で親元を離れて仙台で新生活を始める方が大変多いと思います。センターではすべての大学ではないですが、いくつかの大学において新入生のガイダンスでお時間をいただき啓発を行っております。さらに、市内と近郊の 13 大学の学生課職員の皆様と情報交換をする機会を年に一度設けており、その際に注意喚起を図るなど、トラブルが多い状況などを情報提供しております。学生のトラブルが急増しているケースなどについては、学生課職員の方々のご協力をいただき、学生あてにメール配信を行うなどして周知を図っているところです。

(佐藤 (靖) 委員) まず一つが市民モニターアンケートですが、資料 2-1 の 3 の評価指標について、二つ目の評価指標を見ると、昨年度は計画終了時点での目標値は上回っていたが、今年は全部下回っていることから、ばらつきがあることがわかったので、計画終了時点ではなく、5 年間の平均とした方が適切なのかなと思いました。若者のクレジットカードですが、18 歳、19 歳の子がクレジットカードを持つ目的は、決済はクレジットでと言われるからです。本当はそれに限定されてなく、実はデビットカードで決済できるが、その知識が足りないというところが問題になっている。もう一つは、デビットカードは基本的にはプラスの資産が減っていきますが、クレジットカードの場合はマイナスの資産が増えていくというもので、マイナスの資産が増えるというのは、社会に出たばかりの子どもには理解しづらい概念だと思うので、家族や家庭内での教育をしていく必要があるのかなと思いました。今話題となっている中古車販売の修理業者については、損害保険会社にも大きな問題があると考えています。屋根を修理するというものも、だまされて気づかずに払ってしまう。損害保険会社で、「そちらの落ち度」と言うのも思うところがあります。損害保険料の支払いが多くなった結果、保険料率が上がるのは消費者にとって被害というところもあるので、本来、損害保険会社の自助努力で見つけ出すべきであると思っています。先日、保険の特約に、悪徳な屋根修理会社にだまされた時に交渉をするための弁護士費用を出すという商品が出ました。顧客の費用負担で解決させるというものですが、基本的には、損害保険会社が自らの自浄作用を及ぼさなければならない、経営を見直さなければならないもの、と感じています。

(センター) ありがとうございます。市政モニターアンケートについては、毎年メンバーが変わっており、今回は年齢分布が違っていたという点がありますが、目標値の立て方については、次期の計画でどういう形が望ましいのか改めて検討していきたいと思います。クレジットカードについては、若い方がクレジットカードを作る時に仕組みをわからず、例えばリボ払いがすでに選択されているような作り方をしてしまい、購入したものの残高がどんどんマイナスの方に増えていくケースもあり

ます。ですので、中学校や高校で金融の講座などの機会に、クレジットカードの仕組みや支払いの選択方法などについて、金融広報委員会などの協力のもと、お話をさせていただいています。もう一点の保険に関しまして、資料1で損害保険の申請代行サービスのお話をさせていただきましたが、令和4年3月に大きな地震がありまして、その後に非常に増えたのが、地震による被害やそれ以外の虚偽のものも含めて、代行会社を名乗るところをサポートするとして保険申請をさせ、支払われた保険料の4割を超えるような高額な手数料を取るという手口でした。損保協会でも、チラシを配ったり、ホームページに注意喚起情報を載せたりなど対応をしている状況で、私どもの方でもそういったチラシなどの提供を受けて配布や注意喚起を行っているところです。

(佐藤(靖)委員) 損保協会が、チラシやこういうのはいけないですよと広報するのは、当然だと思います。当然なのに加えて、顧客の費用負担でトラブルの弁護士費用の保険を出して、さらに利益を得ようとするのは、おかしいのではと思っているところです。

(吉永副会長) ありがとうございました。この審議会では多様な方にお集まりいただき、多様な観点からのご指摘等をいただいていたと思います。冒頭に申し上げましたとおり、今期このメンバーでの審議会は最後ですが、一とおりが意見を伺うことができよかったですと思っております。ご協力ありがとうございました。議事はここまでとし、進行を事務局にお返しいたします。