

令和5年度（2023年度）第1回豊中市消費生活審議会 議事要旨

日 時：令和5年（2023年）9月11日（月）14時～15時30分

場 所：豊中市立生活情報センターくらしかん3階 体験学習室

委 員：赤松委員、武田委員、水上委員、曾谷委員、熊本委員、東委員、橋本委員

事務局：宮城、濱政、三宅、木場、喜多、布目、榎坂

○開会

- ・資料の確認
- ・会議成立の報告
- ・会議の公開（傍聴者が2名であることを報告）

○配布資料

【資料1】くらしのレポート2023

【資料2】豊中市消費者教育推進計画令和4年度（2022年度）年次報告（案）

【資料3】契約当事者年代別商品・役務別件数

【参考資料】豊中市の消費者のくらしを守る条例

豊中市消費生活審議会規則

豊中市消費生活審議会委員名簿

○議事（報告と意見交換）

① 令和4年度（2022年度）豊中市の消費生活相談状況について

資料1「くらしのレポート2023」に基づき事務局より説明。

委員：「定期購入」について、事業者の問題もあるが、消費者の読み落としであったり、その他クーポンに関する事であったりと、従来とは性質が異なる物も見受けられる。これらに対する啓発はどのようなものを検討しているか。

事務局：「定期購入」の啓発については難しいところではあるが、いくつか検討している。現在の傾向では若者の相談件数は減少しており、これは若者が高齢者と比較して、スマホ等に慣れていることや、取引に関する文章等がある程度読んでいるからではないかと推測している。高齢者への啓発として、地域に向けた消費者教育の出前講座内でこの件について触れている。また、くらしかんで登録グループが行っているスマホ講座など、高齢者に向けたイベント内で時間を設け啓発を行うことなども検討している。

委員：若年層の「理美容」に関する問題について尋ねたい。契約期間が長期となるエステ等は、契約期間中に事業者が倒産してしまう等、様々なリスクについて注意喚起を行っていくことは重要であると思う。そういった特定のリスクに関して、学生に対し啓発活動を行っていくことが必要と思うが、

何か取り組んでいるものはあるか。

事務局：若い世代に向け、SNS等を利用した啓発を行うなど、試行錯誤している。今年度はYouTubeの市公式アカウントを利用し、若者向けのショートムービー等を配信している。エステ事業所の倒産等のリスク喚起に関しては難しいと感じているが、去年はエステでのトラブルに関するショートムービーを配信し、啓発を行っている。

事務局：今の件について、リスクに対する啓発という事であったが、我々としてはもう一点付け加えた啓発を行っていきたいと考えている。エステなどでは「2年間の契約期間終了後、アフターサービスが受けられます。」「アフターサービスでの施術は無料で行います。」等のうたい文句が散見されるが、こういったうまい話には必ず裏があるので、そのような点でも啓発を行っていきたい。

委員：補足であるが、エステ事業者の倒産に関して、企業は基本的にいずれ潰れていくものであり、エステの長期契約をする際には、どれだけの期間その事業所が存続しているかなどのリスクについて考慮する必要がある。その点について若年層はピンときていない部分があると思うので、強く啓発していく必要があるのではないかと感じた。

委員：事務局の説明の中で、昨年度と比べ、契約当事者の年齢や職業が不明であったものが減り、実態の把握が進んだ点は良いと思える一方で、販売購入形態別の相談件数は、未だ4分の1が「不明・無関係」の分類となっている。この点についての実態の把握は難しいのか。また、若年層への認知が高まったことで相談件数が微増傾向にあるとのことだが、実際に相談員の対応の詳細について把握する方法はあるのか。相談を受けた際、相談者が納得して終わった対応だったのか、それともセンターでは対応しかねるという形で終了したものか、そういった対応の詳細が把握できるものは何かあるのか。相談件数だけでなく、具体的な対応について見えた方が、「センターに行くとこんな対応をしてもらえる。」ということが把握できるのではないか。

事務局：この資料にあるデータは、相談員が受けた相談内容を項目別に挙げたものである。これらには最終的な処理結果というものがあり、相談員が斡旋して解決したものや助言をして解決したもの、説明をしたうえで納得されず解決に至らなかったケース等がある。それらは具体的にこの相談に対しこの対応を行ったと分かるようになっており、件数などを算出することは可能である。

事務局：現在、高校への出前講座を行っている中で、受講した生徒にアンケートを取っている。その中で、「このようなトラブルがあったのだがどうすればよかったのか。」「こんな危険な思いをしたことがある。」などの声が届いているが、それらに対してフィードバックを行っている。出前講座内

で行うのは数が多いため難しいが、実際に高校生が受けた問題に対して、こうあるべきというものを返すことで、こういった相談窓口の存在を知ってもらうための取組みは行っている。

事務局：また、小学5・6年生用や中学生用にくらしのノートの配付を行っている。この冊子にはくらしかんやそのマスコットキャラクターであるクラッピーが載っており、授業の中でくらしかんの存在を知ってもらう機会を設けている。

委員：世代別の相談件数では、若年層では理美容に関すること、高齢者では健康に関するものがそれぞれ多いというのは理解できる。例えば出前講座などの中で、どうすれば被害を防げるかを逆に尋ねてみる。そうすることで、今までとは違ったアプローチが生まれてくるのではないか。また、高齢者が集まる場所は様々な所があるが、どこに焦点を当ててやっていくかを当人らに尋ねてみるというのも一つの手ではないか。

委員：先ほどの委員の発言に関連したもので、前回、商店街内で客層の多くを占める高齢者に向けどうやって啓発していくかが問題に挙がった。その際に商店街とコラボレーションできないかということであったが、それに関しては何かあるか。

委員：我々は商店街の中に店舗が位置しているということもあり、商店街の事業者との会合を毎月2回設けている。その中で要望があったものはイベントとして行っているが、高齢者を対象にしたものというのはなかなかできていない。商店街を盛り上げるようなイベントはあるが、地域の高齢者の65%程度が商店街を利用しているので、その人たちにアプローチしていくべきなのだが、どうしても商店街を利用してもらう方向の議論になる。ただ、我々も常連客との会話の中で、スマホの操作方法が分からないなど、課題も多いと実感している。

事務局：先ほど委員から、販売購入形態で「不明・無関係」と分類されるものの実態の把握についてご指摘があったが、こちらは無関係のものが多く、架空請求や商品送り付け商法、ネガティブオプションなどを分類している。

委員：先ほどの報告の中で、出前講座などで実際に高校生の意見や考えを聞いたうえでディスカッションを行っているというのは面白いと感じた。我々の行っている催しのひとつで、若手経営者と高校生で「どうすれば、今後の社会的な課題を解決するようなビジネスを生み出せるか。」というディスカッションをするものがある。一緒に社会の課題として消費の問題等を考えてもらい、高校生自らが同世代に向けてどう発信していくかという目線で考えてもらおうと、我々にとって新たな気付きもあると思う。この催しでは、若手経営者にとって、大学の先生や専門のコンサルティングから学ぶよりも、高校生から学ぶ方が新鮮なアイデアが生まれる、という意見が多

くあった。高校生への出前講座の中でも、ディスカッション形式で共に考えてもらい、出されたアイデアを試験的にやってみるような取組みも面白いと思う。なかなか実現は難しいと思うが、高校生のみならず、高齢者も巻き込み、共に考えていくことも、面白い試みではないか。

委員：成年年齢が引き下げになったことが一番気になっている。昨年度は梅花高校で出前講座を行ったと資料にあるが、その他に出前講座を行った学校はあるのか。

事務局：昨年度は梅花高校の他、豊中支援学校と刀根山支援学校で消費者教育の出前講座を行った。

委員：今年度の予定はあるか。

事務局：今年度は4月に大商学園の生徒およそ550人に対して出前講座を行った。また下半期については、時期を見て学校へ出向き、出前講座のPRに取り組む。

委員：実はこんなことがあって困っている、なんてことは友達同士でも黙っていることが多いと思う。先ほど委員が話されたような、自分たちで話し合っただけで考えてもらうような形が最も良いと思うが、一人で抱え込んでしまうような子は、くらしかんの存在を伝えてもなかなか打ち明けづらいのではないのか。そのような子の存在もあり、この資料にある数字以上の被害があるのではないだろうか。また、高齢者に関して、月に何度かくらしかん一階の生活情報ひろばで啓発講座を行っているが、そういったものに触れる機会のない人にどうやって伝えていくか。近頃はメディアでもこういった問題が頻繁に取り上げられているが、きちんと自分事として捉えられているかどうか。それらを考えていく必要があると感じている。しばしば警察官が特殊詐欺に関する啓発に来ているが、我々や職員が啓発を行うよりも影響力が大きいと感じている。やはり警察と協力して、一緒になってやっていく必要があるのではないだろうか。例えば駅に立ってもらい、警察から直接話してもらうなど、そういった今までとは違うやり方を考えていく段階に来ていると感じているし、委員の皆さんにも様々なアイデアを出していただけるとありがたい。高校生に考えてもらうのも良いと思う。

事務局：何かを抱えたままいる若者の存在は、委員の発言の通りであると思う。我々も相談窓口の存在をPRしていくことは引き続きやってこうと考えている。もう一つ詐欺の件については、警察官が直接高齢者に伝えるほうが影響力が増すということは感じている。最近では自治会などから特殊詐欺に関する出前講座の要望があった際に、警察と同行するような活動も行っている。というのも、我々職員だけで啓発を行うよりも、警察官が行うほうが同じ言葉でもより重みが増すだろうし、警察だけが知っている事例等を伝えてもらう機会にもなっている。今後も連携していきたい。

委員：2022年の総括として、全体像をよく理解できた。2022年で最も記憶に残る

出来事として、7月に安倍元首相が奈良県にて選挙演説中に襲撃されて死亡する事件があった。それを機に旧統一教会、世界平和統一家庭連合での高額献金問題がメディアで非常に多く取り上げられたと記憶している。ここ北桜塚、くらしかんと同じ町内にもビルがあると思うのだが、特に2022年度にはそういった相談が顕著ではなかったのか。また、そういった相談はこの資料内ではどの項目にあてはまるのか知りたい。

事務局：旧統一教会に関する相談は、数件程度であった。

委員：それらの相談内容はどの項目に分類されるものか。

事務局：相談内容としては靈感商法にあたる。只今の委員のご発言のとおり我々も多くの相談が、それも判断がかなり難しいものがあるのではないかと予想し、大阪弁護士会や国の特設窓口とも連携した対応の準備をしていたが、結果的にそういった相談はほぼ無かった。

委員：先ほど販売購入形態別相談件数の「不明・無関係」の部分で、架空請求に関する相談が多かったとのことだが、架空請求自体の相談件数の統計はあるのか。私自身も架空請求と思われる電話がかかってきたことがあり、最近この手のものが増えてきているのだと思う。詐欺等はこういった電話から繋がっていくと思うので、架空請求に関する統計もしっかりと数字で出す必要があるのではないか。

事務局：現状では架空請求のみでの統計は取っていない。委員のもとにかかってきた電話というものは、機械音声によるガイダンスが流れるものであったか。

委員：まさにそれである。

事務局：最近市内において、同様の手口が非常に増えている。内容は大手電力会社や大手通信会社を騙り、「電気料金や電話料金の支払いが滞っている。このまま支払わなければ2時間後に電気や電話が止まる。オペレーターにつなぐには1を押してください。」などアナウンスが流れる、といった新手の特殊詐欺の手口と考えられる電話がかかってきている。

委員：そのような新しい手口に対する啓発というのは何かできないか。

事務局：市公式LINEやホームページでの啓発等を実施している。

委員：落ち着いたりまた流行ったりでなくなることはないものと思うので、引き続き注視していく必要があると感じる。

- ② 豊中市消費者教育推進計画令和4年度（2022年度）の年次報告について
資料2「豊中市消費者教育推進計画令和4年度（2022年度）年次報告（案）」に基づき事務局より説明

委員：前回、TikTokを活用した啓発に手ごたえがあったと聞いていたが、その後の展

開はどうであったかが一点。もう一点、「高校生に注意すべきトラブル事例」というものを開催して啓発を行った、とのことであったが、どのような事例で説明を行ったのか。

事務局：まず高校に向けた啓発について、他人事ではなく自分事としてとらえてもらいたいと考えている。当センターに相談があった若者の消費生活トラブルの事例を、言える範囲でだが、同世代の若者がこんなトラブルに遭い、結果的にこんな恐ろしい目に遭った、というのは出前講座の中でも伝えている。それに伴い闇バイトの件も、簡単に100万円稼げるなど一見魅力的に思えるかもしれないが、そんなものはあり得ないと伝え、啓発を行っている。

事務局：TikTokに関して、現時点での数字だが、エステなどの広告に関する動画は1,086回再生されており、成年年齢引き下げで何が変わるかに関する動画は911回再生されている。ただ、TikTokの特性上、動画を投稿して時間が経つと埋もれやすいので、今後は市公式YouTubeに若者向けの動画を配信していきたいと考えている。

委員：具体的な取組みの内容について特に意見はなく、これまでどおりの活動を続けていき、さらに発展していただければと考えている。ただ、先ほどの報告では直接触れられなかった、消費者教育推進計画の基本的な考え方や取組みの方向性について、そろそろアップデートしていく必要があるのではないかと。というのも、例えば、資料にキャッシュレス化や民法の120年ぶりの大改正などの記載があるが、デジタル社会の進展や、デジタル化がより重要だと思う。民法の改正については、ここで言われているのは2017年の債権法の改正が主なところだと思うが、それから時間も経っているので、民法改正の文言をいつまで置いておくのはいかがでしょうかという部分もある。それとは別で、やはりデジタルというキーワードはどこかに盛り込む必要があると感じる。消費者が関わる取引の世界でも、消費者が色々な商品やサービスについて発言する場もSNSとなり、それが波及している。また生活管理についても、契約をするのも先ほどあった通信販売もデジタルの場であるし、商品に関してもデジタルを含むものはある。個人情報や安全面の問題など色々とは思うが、そういったすべての領域においてデジタルの側面が深く関わってきているのが現状かと思うので、そのような認識を踏まえたうえで、基本的な考えをアップデートしていく必要があるように感じている。そのような点が今後の課題であると認識している。

事務局：委員の発言のとおり、かなりのものがデジタル化に進んでおり、そういった部分を取り上げアップデートしていく必要があるとのことだが、今現在で行っている取り組みはないが、今後そういった意見も加味しながら、内部や審議会の場でも諮りながら推し進めていきたいと考えているので、その節にはご協力をお願いしたい。

委員：取組み内容については、多岐にわたって連携しながら、充実した内容でやっているような印象を受けた。意見としては、くらしのレポートの相談状況を見た

ところ、意外に40歳代から50歳代が多いような印象を受けた。若者や高齢者を重点的にというのはわかるのだが、成人一般や40歳代から50歳代への周知というのも重要となってくるように思える。そのうえで今回、ライフステージ別であったり、多様な場で行っていく中で、家庭における取組みもしていると思うのだが、くらしの安心メールやくらしの情報の配布はどれくらいの市民を対象にしたものなのか。

事務局：図書館や公民館、体育館といった市内公共施設に全地域全市民を対象として配架を行っている。目の不自由な方にも点字版などを用意し、すべての市民が見ることができるようにしている。また先ほどご意見のあった40歳代から50歳代へも、こういった消費者トラブルが増えている、といった啓発をしたいと考えている。先ほど申し上げた新しい詐欺に関しても、高齢者だけでなく、若い世代にもかかってきているので、そのような世代にも新たに発信していく必要があるように感じている。また、市公式LINEについてだが、4月頃の時点で約2,600人の登録者数であった。くらしの安心メールについては、ピーク時で約5,000人が登録していたので、まだそのレベルには至っていないが、今後もっと多くの発信をしていきたいと考えている。

委員：先ほどの話で警察と共に講座を行った際に、非常に効果があったとのことであったが、今後若年層に教育等を継続していく中で、そちらでも警察と連携をとっていただきたい。現在では非常に若いうちからスマホ等に触れる機会が多く、誰しもが被害者や加害者になり得る時代だと思うので、そういった部分を啓発してほしいというのが一点。もう一点、自分事として捉えてもらうために、啓発のポスターなどを学校の子どもに作成してもらう取組みなどがあるが、他市ではそうやって作成したSDGsに関するポスターを市内を走るマイクロバスに貼りつける、といった取組みもしているようだ。そういった市民がもっと身近に感じられるような取組みも必要だと感じた。

事務局：そういった若年層に向けての啓発も、特に消費生活に関してやっていきたいと考えている。ポスターを描いてもらうという内容に関しては、特殊詐欺に関するポスターを中学生に描いてもらい、ごみ収集車や水道局、市役所の車両といった公用車に計5種類のポスターを貼付する取組みを行った。

委員：多くの取組みが行われ、素晴らしく感じている。特に我々としては職場における取組みとして連携しており、商工会議所の会員企業での新入社員研修の場で出前講座をお願いしているが、好評を得ている。人事担当者からも良い内容であったと聞いており、各自の会議室で研修を行っている企業にもアプローチできれば、また広がるのではないかと思う。今後も連携できるものがあればお願いしたい。

委員：くらしのリポートも資料もよくまとまっていると感じた。年次報告についてだが、冊子にして配布などするのか。

事務局：年次報告は冊子にしておらず、ホームページでの公表という形をとっている。

委員：以前、ごみ収集車から市長の声で特殊詐欺啓発の音声を流す取組みを行っていたことを記憶している。あの取組みは数か月かで終了したと思うが、気づいたメンバーが何人かおり、親しみやすい話し方で実際に話しかけられているかのように感じた。メンバー内でもこの啓発活動は評判が良かったのだが、これを続けられなかったのか。また、音声を流している車両は市の車両のみで、委託先の事業者の車両では流していないようだったが、実際はどうだったのか。またラッピング車両について、市の車両に直接ポスターを貼りつけていたのか。

事務局：ポスターはマグネットにして貼り付ける形をとっていた。

委員：それは既に取り外されているのか。

事務局：現在は取り外している。

委員：それはずっと付けておけないのか。また、今後はもう少し市民に公表しても良いのではないだろうか。

事務局：そうするよう努める。これらの取組みは期限が設けられていて、半年間であったと思う。また、委託車両には依頼しておらず、公用車のみを対象としたものであった。

事務局：一点補足したい。市の公用車で音声を流すことに対して、寝ていた赤ん坊が起きた等のクレームがいくつか寄せられており、公用車で大きな音声を流すことを控える傾向があった。当時は被害の拡大が深刻であったため、少し無理を言って緊急的に啓発を行った。ただ、現状再び被害状況が増加傾向にあるので、新たな取組みを行っていく必要があると感じている。

委員：非常に多岐にわたって活動を行っているとのことで、一市民として感謝をしている。これからも継続してってもらいたい。くらしの安心メールについてだが、2、3分で気軽に読めることや、内容が幅広く偏りが無いという点で、勉強になると感じていたが、無くなるということで、案内の通り今後は市公式LINEより見せてもらおうと思う。一点、悪質商法追放キャンペーンについて、継続という記載がある中で、件数が三年連続で0となっているのはどういうことか。

事務局：キャンペーンについて、企画はしていたものの、令和2～4年については新型コロナウイルスの影響もあり、継続の意思はあるものの、取り組めていないというのが実情。安心メールについて、先ほどの委員のご発言通り、今後は市公式LINEでの配信となり、ぜひご登録いただきたい。

委員：では事務局からの年次報告案について、概ね問題なしとしてよろしいか。異議なしとしてこれを了とし、今後反映させていくこととする。それでは本日は様々な意見を感謝する。今後ともよろしくお願ひしたい。

○閉会