

令和4年度（2022年度） 第1回豊中市消費生活審議会 議事要旨

日 時：令和4年（2022年）9月8日（木）13時30分～14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、榎委員、谷口委員、坂上委員、東委員

事務局：高橋、濱政、吉良、三宅、木場、林、市町

○開会

- ・資料の確認
- ・委員の紹介
- ・事務局紹介
- ・部長挨拶
- ・会議成立の報告（8名中7名出席、傍聴者が3名の旨報告）

○議事

案件1 令和3年度（2021年度）豊中市消費者教育推進計画の年次報告について

案件2 豊中市消費者教育推進計画の中間見直しについて

案件3 今後のスケジュールについて

委 員：案件1、豊中市消費者教育推進計画の年次報告について事務局から説明を願う。

事 務 局：資料2「豊中市消費者教育推進計画令和3年度（2021年度年次報告）」に基づき事務局より説明

委 員：感想だが、通信販売が増えていると思う。携帯やスマホで通信販売に慣れ親しんだ世代がどんどん年代が上がっていくことから、ますます通信販売に関しての啓発が重要になると思うが他の委員のご意見はいかがか。

委 員：十分教育を進めているのは理解している。しかし講座を開催し、参加者を募るよりも消費者問題意識の低い人を強制的に講座に参加させる事が大切ではないかと思う。興味ある人や関心の高い人だけではなく、対象は全市民のイメージ。来る人だけに教えるでは広がりにくいかと思う。

委 員：関心が高い低いに関わらず広く伝えるということか。

委 員：そうだ。意識が低い人にも知識がいきわたるよう取り組んでほしい。

委 員：他に意見はあるか。

委 員：消費者啓発講座では警察官からの講義もあり、効果的だと思う。質問だが、以前、デジタルコンテンツについての相談が多かった。しかし令和3年度から分類が変わったのか。

事 務 局：そうだ。元々デジタルコンテンツと分類されていたものが1位だったが、細分化

され、娯楽等、アダルトサイトなど細かくなった。

委員：化粧品が多い事に驚いた。またスマホやパソコンはどこに分類されるのか。ネットサービスかその他サービスなのか。このような苦情は多いのか。

事務局：17 ページの※を見て欲しい。ネット通信サービスは 10 位で、機器については上位ではない。

事務局：この表は令和 3 年度の多いものから記載されている。確かにデジタルコンテンツは令和 2 年度まで記載されており、ここに記載した方がいいと思われる。検討する。

事務局：携帯電話は別に分類されている。この分類は国民生活センターが設定しており、今年度大幅に変更した。ただ相談の傾向は変化がないと思われる。

委員：化粧品は定期購入か。

事務局：そうだ。初回格安との広告で契約したが、定期購入だった、止めたいとの相談内容のものだ。

委員：他に何か質問はあるか。

委員：相談件数の推移についてだが、昨年度は減少しているが、ここ 5 年間は増加している。相談者は相談先をどこで知ったのか認知度調査は実施しているのか。

事務局：認知度調査はしていない。

委員：若年者の相談状況で消費者教育の推進で消費者センターの認知について触れているが、どこで相談先を知ったのかが分かるとこれから効果的に消費者センター周知の方法を検討できるのではないか。

委員：他の消費者センターでは HP アクセス数を調査していると聞いている。

事務局：今年度、高校に出向いて対話形式で話をする機会を設けたいと考えている。その中で先ほどの意見についてヒアリングしたいと思う。

事務局：市役所の子供の相談窓口では LINE が利用し易いとの声があった。それを受けて LINE 相談を始めた。それで件数が増加した実績がある。この事については当課でも検討したい。

委員：他の委員いかがか。

委員：23 ページの表 5 についてだが、冠婚葬祭は具体的にどういった内容の相談か。また、相変わらず多い特殊詐欺被害防止の取組みについて、高齢者やその家族向けの啓発を多くされていると思う。一方で若者が被害者になることは少ないと考えるが、加害者・犯罪グループにならないよう注意喚起も必要ではないか。

事務局：結婚式の予約をコロナ禍のためにキャンセルした所、キャンセル料を請求されたとの相談内容、キャンセルは自己都合ではないのではないかと申出である。また、特殊詐欺の若者に対する啓発については、若者は被害には遭わないが、加害者になる可能性がある、令和 2 年度より若者向けの啓発チラシに受け子にならないよう周知啓発を行っている。

事務局：コロナ禍でアルバイト先が減少したことから高校生・大学生で小遣いの稼ぎのため、インターネット利用で受け子に応募した事例や通帳の名義売却で結果的に犯罪の加害者になる事例もあるので、この種の啓発は重要と認識している。

委員：マルチと同様に軽い気持ちで行い、加害者になってしまう子ども達は居る。引き続き重点的に啓発して欲しい。他にご意見はあるか。

委員：感想としては若者向けの啓発は効果があったのではないかと。実際に事例を挙げながら自分事として捉えられる。非常にうまくやっていると思う。資料1では若者世代に消費者センターが認知された、これもよかったと思う。質問だが、23ページの表5の内職・副業についてだが、最近企業でも副業を認めないといけない、その流れを見据えての勧誘が今後増加するのではないかと、注視の必要性を感じる。もう1点、今話題の靈感商法についてどこに分類されるのか

事務局：祈祷サービスか印鑑・壺は教養娯楽品にそれぞれ分類される。相談件数は少ない。統計に反映されないと思われる。

委員：大学内で名を変えた関連団体がサークル活動と称した勧誘活動が頻繁にあると聞いている。高齢者だけではなく若者にも被害が埋もれているのかと思う。その事を把握していく仕組みはないか。

事務局：現状では把握していない。

委員：靈感商法は消費者問題を扱う弁護士も特殊な相談ととらえ、扱う弁護士も少数。消費者センターとして統計を取り扱うには若干困難。扱うのであれば、靈感商法を商品役務別ではなく、全体として分類すべきかと思う。

事務局：開運商法というキーワードがある。これで統計をとる事は可能。但しこの種の相談は消費者センターで対応は困難、相談があれば大阪弁護士会を案内することになる。

委員：ご意見はあるか。

委員：先ほどの意見にもあったが、LINE など注意喚起もデジタルで行うことが重要。詐欺の内容については、表向きは変わっているものの本質的な騙し方などに変化はないと思われるので、メディアに関係なく啓発することが大切かと思う。

委員：では次の案件にいきたい。

案件2 豊中市消費者教育推進計画の中間見直しについて。説明を願う。

事務局：諮問書読み上げ。諮問の趣旨はこの後事務局から説明する。

委員：では事務局説明を願う。

事務局：諮問趣旨説明

委員：事務局として一番関心ある所は啓発の媒体・手法についてか。

事務局：コロナ禍で集合形式の啓発がなかなか難しくなってきた。それに伴ってデジタル化が進んでいると感じている。いかに新たな媒体を利用して周知啓発をどの様な形で進めていくかが今後の大きな課題になると考えている。

- 委員：その点を踏まえて、広報媒体について意見・感想はあるか。
- 委員：基本的にはいかにアクセスしてもらえるかが課題。内容以前にアクセスしてもらえるかどうかだと思う。行政の場合もどこから誘導できるか。企業等よく見られているサイトからアクセスできるような仕掛けを考えると、要は入口がポイントかと思う。もう1つはこちらから配信できたらと考えるが、無差別に配信できない、いかにプッシュ型で伝える方法はないか、この2点は企業でも同じだが、ポイントではないか。魅力のあるコンテンツ作成も必要ではないか。これが今後の課題かと思う。
- 委員：他に意見感想はあるか。
- 委員：民間企業との連携の模索が必要。民間には悪徳業者もあるが、殆どがルールを守っている。例えば携帯であればドコモ・au・ソフトバンクとかが町中で高齢者向けのスマホ講座開催。行政との連携もあると思われる。また金融関係で証券会社・銀行が小学校に出向きロールプレイで投資について学習するコンテンツを提供。今後は少額投資の機会も増加する。18歳も金融商品の契約が可能になり、正しい知識と情報の取捨選択する力を自身で身に付けていく必要がある、多様化するなかで健全な市場の発展の取り組みを業界もされているので、その点を行政でも取り入れ、若者・高齢者に興味を持って積極的に参加して自分の事として、ゲーム性のあるようなものの取り組みは民間も工夫している。業界もPRの側面もあるが、折り合いをつけ、可能な範囲で民間の提案を求めていけばどうか。
- 委員：このあたりのコラボについて行政は取り組んでいるのか。
- 事務局：今年高校生向けのDVDに金融についての内容を少し盛り込んだ。ただ少額で購入できる金融商品に関しては触れていないので、別途検討したい。
- 委員：大阪府のDVDで吉本の芸人が出演しているものがあるが、やはり取っ付き易いと思う。金融トラブルではないが、いいアイデアだと思う。
- 事務局：労働に関しても、若者に対してSNSやネットを活用して周知を検討中で、ショートムービーを実験的に作成する事になり、今年度実施する予定である。完成したら視聴して感想など頂きたい。
- 委員：豊中市でゴミ減量に関して、現場の職員がYouTubeで発信していて親しみがわく。是非消費生活も職員がYouTubeで多くのコンテンツを発信してはどうか。
- 委員：他に中間見直しについて、いかがか。
- 委員：媒体の件は、ショートムービーには取り組んで欲しい。若者は文章のサイトは見ない時代になってきた。最近の若者の視聴の大半が動画であり、その様な媒体の活用が必要かと思う。先ほど話に出たLINE相談もいいかと思うが、ここ5年間でそれも変化すると思われる。電子メールを若者は利用しない。電子メールよりもLINE相談の拡充が必要かと思う。
- 委員：メールやLINEの相談は字面だけが一人歩きをし、ニュアンスが伝わりにくいと

少し前は言われていたが、やはり相談する媒体が変わっていている事は驚きだ。字面が一人歩きする事を踏まえつつ慎重に検討する事が必要だと感じた。

委員：資料6にオンライン等を活用し、啓発するための環境整備について記載されている。今年自分たちがZOOMを利用して消費者啓発講座を実施したところ、3回にわたって50人ほどの参加があった。今後はZOOMを利用した消費者啓発がいいのではないか。くらしかんで講座をしても30人が最多、出向かなくていいし、高齢者も受講可能でZOOMは有用なツールだと思う。事前申し込みは必要だが、スマホで気軽に利用できる。今後も検討が必要。

委員：聴講者が高齢者でも対応できそうか。

委員：当会員は大半70歳以上、事前にZOOM利用の勉強もした。資料も大量だったが、プリントアウトもできた。今後ZOOMを活用した方が沢山の人の人に知ってもらえると思う。開催講座を最近市の広報誌に掲載してもらえない事があり、周知ができない。周知の方法も工夫が必要。

委員：他に感想、意見はあるか。

委員：個人的な事かもしれないが、消費者問題に問題意識が高い人が講座に参加していると思う。意識の低い人、トラブルに遭う人は講座に参加しない。その様な消費者を救うには参加型でなく、強制的に情報を送る必要があると思う。例えば災害の日に携帯のアラームが鳴ったように、強制的にアラームを鳴らす、詐欺があったとか具体的な被害について近隣の地区で遭ったとかを知らせると自身事として、気を付けるようになると思われる。ただアバウトな情報提供は自身の事として考えない。突拍子もない意見だが、発信をした方が良いと思う。知人にトラブルにあった際にどこに相談するかと聞いた所、相談しないと答え、詐欺等の情報はどこで得るのかと尋ねたところ「スマピコ」との事だった。これは大阪ガスの有料ガス警報器の付帯サービスとのこと。市役所の広報誌に記載された講座に参加しなくてはとの問題意識を持たなくても、警告情報を得られるシステムが必要かと思う。行政からこの様な情報を得る受信機の配布をしたら救えるのではないか。誰一人取り残さない社会の実現には必要ではないかと思う。この様なシステムを豊中市で考えて欲しい。経費と時間がかかると思うが。市からの紙媒体は広報誌のみのため、受信機の配布を将来に向けて希望する。

委員：いろいろハードルはあるが、アイデアとしては面白い。是非検討してほしい。他にご意見はあるか。

委員：媒体については入試やイベントの広報の一環で、FacebookやInstagramでの情報発信は経験がある。地域や年齢の選択も可能で、経費も安価のため、SNSの活用が発信方法としては有効な方法かと思う。質問だが今後の学校における取組みについては高校生を中心とした若い世代に事例を紹介するとの事ですが、具体的にどのような取り組みになるのか。

事務局：昨年は豊島高校に出向き講座を実施した所、生徒の反応がよかったので、他の高校でも実施したいと思っている。

委員：市内に11校あるということで、出前講座は理想的と思う一方で、学校現場はカリキュラムもタイトかと思うので、機会を設ける事も困難ではないか。今回の参考資料はよくできており、使い勝手もよく家庭科を中心として、公民・現代社会・政治経済・今年度から公共もあるので、この様な場で消費者行政を教える事も可能ではないか。副読本として参考資料として、活用すればより活きた知識が高校生に届くのではないかと思う。

委員：皆さんから沢山の意見があった。これを事務局が検討する。言い残した事があれば、後日メール等で補足、連絡をお願いします。沢山のアイデアの提案を求めたいと思う。それでは案件3、今後のスケジュールについて事務局より説明願う。

事務局：今後のスケジュールについて説明

○閉会