

令和6年度第1回消費生活審議会会議録

開催日時： 令和6年8月7日（水）午後1時30分～3時30分

開催場所： 青葉区役所7階特別会議室

出席委員： 佐々木伯朗会長、吉永一行副会長、萱場律子委員、高山真里子委員
千坂祐委員、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

欠席委員： 佐々木菊恵委員

市民局： 佐々木市民局長、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、古谷相談啓発係長、中村総括主任、澤山主任

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まして、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けれども、本日はそれに該当いたしませんので、公開とするということに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いたします。

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っております。毎回名簿順としておりまして前回は藤居委員にお願いいたしましたので今回は見田委員にお願いしたいと思っておりますが、よろしいでしょうか。（了承）それでは見田委員にお願いいたします。

議題（1）令和5年度消費生活相談の概要について

（佐々木会長）それでは議題に入ります。議題の（1）令和5年度消費生活相談の概要について、事務局からご説明願います。

（センター）では、お手元の資料1をご覧ください。こちらの資料ですが、例年当センターで作成している消費者行政の概要から抜粋した資料になっておりまして、図表の番号が途中からの番号となっておりますことをあらかじめご了承ください。それでは説明させていただきます。まず、①消費生活相談の傾向についてです。令和5年度に当センターに寄せられました消費生活相談は7,057件になりまして、令和4年度に比べて131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まして、消費者トラブルに関する苦情相談は6,393件で、前年度から22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につきましては、664件で、前年度から109件の増加となりました。消費者庁が令和6年度版消費者白書でも発表しておりますが、全国の相談件数も、本市と同様前年度よりも増加している状況です。

3ページをご覧ください。苦情相談における年代別件数及び割合につきまして図表でお示しをしております。表9のところですが、一番相談が多い年代といたしましては、70歳以上の高齢者の相談件数で、1489件と前年度に比べて33件増加いたしました。図5の割合の方ですが、60歳代と70歳代で前年度を上回っておりまして、高齢者からの相談が高い水準で推移している状況が続いております。

5ページをご覧ください。こちらには商品及びサービス別の相談傾向をお示ししております。表11のとおり、令和5年度の上位5位は商品一般、不動産貸借、フリーローン・サラ金、工事建築、基礎化粧品に分類される相談の順となりました。特に、1番目の商品一般につきましては、令和3年度以降、大幅に増加傾向が続いておりまして、こちらは架空請求の他、実在するクレジットカード会社や宅配業者を装った偽のSMS（ショートメッセージサービス）に関する相談が継続して多く寄せられている状況です。不動産貸借における相談内容では、大半が退去時の原状回復に関するものとなっております。3番目のフリーローン・サラ金ですが、こちらは多重債務により債務整理をしたいといった相談が多く寄せられております。

工事・建築の内容ですが、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、5番目の基礎化粧品につきましては、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。

昨年度と比較しまして大きな違い申し上げますと、令和4年度にサービス事業者の破産などによりまして、解約や返金を求める相談が増加しましたエステティックサービスに関する相談は、令和5年度は大幅に減少いたしました。逆に、前年度よりも相談件数が大幅に増えたインターネット接続回線、それから、携帯電話サービスは、それぞれ光回線サービスに関する勧誘トラブルや、格安スマートフォンやキャリア乗り換え、不要なオプションがつけられたといった契約や解約に伴うトラブルが多く増加したものです。

6ページを、お開きください。こちらには、年代別の傾向をまとめています。表12に、年代別の商品サービス別件数をまとめておりますが、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る傾向です。20歳未満から30歳代では、エステティックサービスに関する相談が、20歳代から50歳代では、不動産貸借、フ

リーローン・サラ金の相談が多くなっています。50歳代から70歳以上では、基礎化粧品、工事・建築の相談が多くなっています。60歳以上になりますとこれらに加えて、インターネット接続回線の相談が多くなっております。

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に関するご相談、20歳代では、他の内職・副業が特徴として挙げられます。内職・副業に関する相談の内容を詳しくご説明しますと、最近ではSNSの広告からトラブルに発展する事例が多くありまして、有名人を騙る詐欺的手口による被害も見受けられます。簡単に稼げるという投資や副業サイトに登録をしたところ、高額なサポートプランや情報商材の契約を勧誘されたという相談も多く寄せられております。資金のない若者に対しては、遠隔操作アプリを用いて、次々と消費者金融、サラ金からの借り入れ手続きを誘導されるケースも多くなっております。表13に件数をまとめておりますが、令和元年度以降30件から50件で推移してきた相談件数が令和5年度に71件に増加いたしました。括弧内に20歳代以下の内訳件数示しておりますが、令和5年度は42件と相談件数の半数以上を占めておりまして、前年度の2倍近くとなっております。

次に7ページをご覧ください。販売購入形態別の傾向でございます。表14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なっております。前年度よりもさらに増え、2,599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の内訳ですが、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ます。構成比も50.4%と、全体の約半数を占めている状況です。訪問販売ですとか店舗購入は、構成比、前年度比ともに減少したところですが、電話勧誘販売が増加を続けておりまして、先ほどもご説明しましたとおり、インターネット接続回線の契約に関する相談が多く寄せられています。役務その他サービスも内訳として記載しておりますが、こちらは、パソコンを使用中にウイルスに感染したというような警告画面が出まして、その除去費用として高額なサポート料を請求されるといった詐欺のような手口が増えております。また、件数は少ないですが、前年度に比べて増加率が最も高くなっております。訪問購入では、指輪や着物の買い取りに関する相談が増加しています。

続いて8ページおめぐりください。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15のとおりとなっております。消費生活センターでは、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、基本的には自主解決の方法をアドバイスする助言を行っております。また、相談者ご本人様による自主交渉が難しい場合には、センターの方であっせんをするという形になっております。処理結果を詳しく見て参りますと、助言は4,062件で、全体の63.5%

となっております。その下のあっせんですが、全部で584件になっておりまして、そのうち522件が解決となっております。あっせん解決率は約9割となっております。あっせん不調は62件で、令和4年度よりも12件増えておりますが、こちらは相談員が、解決が困難なケースにつきましても積極的にあっせんを行ったことの結果としてとらえておりまして、不調となった場合でも必要に応じて他機関へつなぐなどの対応を行っています。

続きまして、9ページからは、5つの項目について記載しております。初めに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7のとおり、令和4年度に大きく増加した相談件数ですが、令和5年度も高水準で推移をしており、相談全体の9.6%、約1割を占める結果となりました。年代別で見ますと、50歳代以下では、減少する一方で、60歳代以上は増加傾向にありまして、60歳代70歳代以上で、相談の半数以上を占めている状況です。また、表16の商品及びサービス別件数では、化粧品の項目が突出しておりまして、2位の健康食品と合わせると、8割以上を占めている状況です。定期購入に関する相談は全国的にも増加しており、消費者庁が発行している白書の方でも過去最多を更新している状況です。具体的な相談内容といたしましては、初回お試し価格といった広告を見て、1回だけのつもりで、注文したけれども、複数回の購入が条件となった定期購入の申し込みになっていたという相談や、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注文に対して、実際に解約しようと電話したけれども全く事業者に繋がらない、そういったトラブルの相談が多く寄せられております。

続きまして10ページをご覧ください。こちらには若者からの相談をまとめてお示ししております。図8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。内訳といたしまして、18歳未満、それから18歳と19歳、20歳代の3つの区分の件数を記載しております。成年年齢が引き下げられた令和4年度に比べまして、84件の減少となりました。

図9の販売購入形態別に見ますと、18歳未満の約9割が通信販売に関する相談になっておりまして、インターネットゲームへの課金に関する相談が全体相談件数の4割以上を占めている状況です。

成年年齢である18歳以降の年代では、店舗購入の割合も増えまして、全体相談件数の約1割がエステティックサービスに関する相談となっております。また、20歳代では、不動産貸借やフリーローン・サラ金の相談も寄せられている状況でございます。

続きまして、11ページをご覧ください。こちらには、高齢者からの相談の状況をまとめています。高齢者の区分は、消費者庁の白書に合わせまして、65歳以上としております。図10には、販売購入形態別に、

全体、65歳から74歳、75歳以上を比較したものをまとめております。高齢者におきましては、全体に比べて、訪問販売や、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ですので、電話や訪問による勧誘の対象になりやすいということが考えられます。具体的な相談の内容を表18と19にお示ししております。訪問販売では、工事・建築に関する相談が最も多くなっています。電話勧誘販売につきましては、商品一般に分類される相談が多くなっています。具体的には、電話がかかってきて電気代が安くなりますよといった勧誘ですとか、あるいは不用品があつたらなんでも高く買い取りますよといったような電話勧誘に伴うトラブルの相談が多く寄せられています。図11には、相談者の状況をまとめておきまして、高齢になればなるほど、本人以外からの相談の割合が高くなっておりまして、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います。

最後に12ページをご覧ください。⑤に多重債務に関する相談の傾向をまとめています。多重債務に関する相談は、令和5年度は前年度からさらに20件増えまして、200件となりました。消費生活センターでは債務整理の一般的な説明、それから債務の状況の確認を行いまして、関係機関をご案内させていただいております。当センターから直接他機関を予約しましてお繋ぎした件数は、資料に記載のとおりとなっております。

最後に、⑥インターネット消費生活相談です。本市における新たな相談ツールといたしまして、相談受付時間内に電話や来所が困難な消費者を対象に、オンライン申請システムを利用して、消費生活に関する相談を受け付け、メールで回答するインターネット消費生活相談を開始いたしました。令和5年の1月から3月まで試行運用いたしまして、4月から本運用となったのですが、令和5年度の相談実績は14件となりました。相談の傾向といたしましては、20歳代までが、相談の半数を占めており、またセンターの受付時間内の利用であるか否かにつきましては、大きく差がないという状況になっておりまして、分析しますと、メールを媒体とした相談に一定の需要があるということが伺えまして、引き続き、この相談ツールにつきまして、市民の皆様へ周知をして参りたいと考えているところです。令和5年度の消費生活相談の概要につきましては、以上です。

(佐々木会長) ただいま事務局から令和5年度消費生活相談の概要について資料1により説明がありました。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、委員の皆様からお願いいたします。では渡辺委員お願いします。

(渡辺委員) お聞きしたい点が2点ほどございます。まず1つが、定期購入についてです。9ページのところで、令和4年に、定期購入の相談件数がかなり高水準になっていました。その時の説明が、コロナ禍の巣ごもり要因によるというご説明があったかと思いますが、令和5年度も高止まりということで、若干減っておりますが、令和5年度も相談件数が落ちないということで、全国的にも相談件数がかなり高水準で推移していることを踏まえて、傾向があれば教えていただきたいのが1点です。

それから、最後のインターネット消費生活相談についてです。昨年度から開始した事業ではありますが、開始時点で、インターネット相談は、相談対応に少しタイムラグがあるというお話を運用の時点でお聞きしたと思いますが、実際にこの事業を行って、その対応に関して特徴的なことや、相談者から即効性のある対応を求められるなどはないかということをお聞きしたいと思います。

(佐々木会長) ご質問ありがとうございます。事務局はいかがでしょう。

(センター) ご質問ありがとうございます。1点目の定期購入に関して、昨年度に、巣ごもりでインターネットを利用する高齢者の方が多く、被害が増加したのではないかとご説明させていただいて、令和5年度も継続しているところですが、消費者庁が発行する白書でも、令和4年度は約76,000件だった相談件数が、令和5年度は約98,000件ほどに増加してしまっていて、全国的にも、そして特に高齢者の相談件数が多くなっているという傾向です。先ほど、高齢者の方も、インターネット接続回線や携帯電話サービスの相談件数が増えているということをお知らせしましたが、インターネットを介した定期購入を利用する高齢者が非常に多くなってきているというのが背景として考えられます。一方、事業者側も、特商法の規定に抵触しない範囲の非常に巧みな広告で、例えば定期購入になっていることが高齢者にとって非常に見づらい小さな文字で書いてあったり、ホームページの検索でバナー広告が飛んできて、高齢者にとってはなかなか見づらいような位置に小さくバツが書いてあるなど、無意識にタップして知らないうちにジャンプしてしまうというような事例が増えている、広告がなかなか高齢者にとって優しくないという双方の理由から増えているのではないかと、推測の域は出ませんが感じているところです。

もう1点目のメール相談ですが、件数は14件だったのですが、回答には、お時間いただく形で、概ね1週間以内にはお返しはしていますが、20代の若い方からの相談があります。件数も少ないので特に相談の傾向として偏っているということはないのですが、時間帯を見ますと土曜日や休みの日で、また、若い世代ですと、電話がツールとして苦手だという方にもニーズにこたえられているのかなというような

ところで、今後も周知をしながら利用を促していきたいと思っております。

(センター) 柴田でございます。私の方からインターネット相談について補足をさせていただきます。当初は営業日カウントで7日以内に返答するとしているのですが、センター側の回答状況としては、相談員とも相談しながら回答文書を作りまして、できるだけ早期の回答に努めているところです。手元に統計的な数字はないですが、1週間かからずに返しているのが大半だと思っております。また対応には一定程度、電話を苦手とする方や、または時間外でどうしてもメールで何かないと解決方法を探していたという方もいらっしゃいまして、一部の方ですがこのような相談があつてよかったというお声もいただいております、引き続き続けていきたいと考えているところです。以上でございます。

(佐々木会長) ありがとうございます。渡辺委員、よろしいですか。

メールで回答とありますが、最近だと、もっと早い回答としてチャット機能がインターネットにもありまして、そういうものについても考えてもらったらいいかなと思ったのですがどうでしょうか。

(センター) ありがとうございます。確かに、若者は特に、チャットやラインでのやりとりが慣れているのかなと思いますが、インターネット相談の特徴として、私たちが相談を受けるにあたって知りたい情報、必要とする情報がすべて網羅されているわけではないというところがありまして、そこを投げかけて返ってくるというやりとりに相談員が張り付く体制もなかなか難しいところもあり、インターネット相談については、今のところメールを1回でお返ししているところです。

ただ、いろんなケースが考えられますので、こういう場合はこういう対応が望まれますというように、皆さんが何らかの回答に結びつくような形をとらせていただいております。

消費者庁の方ではLINEでの相談も検討はしているようなので、今後全国的な動向を見ながら、私たちも考えていき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。それでは他にご意見やご質問はありますでしょうか。全体的な傾向の話でもいいですし、個別の問題についても構いませんがいかがでしょうか。吉永委員お願いします。

(吉永副会長) 先ほどの定期購入のところが私も少し気になっていまして、令和元年、2年あたりと、令和4年、5年あたりとで、相談者の年代も大分変わってきていまして、これは商品の中身やインターネットでの申し込みがありました、販売形態や申し込み形態、契約の形態というところで、大きく変わっているのかどうか気になったのですが、窓口で感じるころがあればお伺いできればと思います。

(センター) ご質問ありがとうございます。どういう媒体で、定期購入に入っていくのかですが、今数字は持ち合わせておりませんが、相談が入ってくる記録や数字を見ながら、肌感覚で申し上げると、テレビショッピング

だけでなく、例えば SNS の Instagram や TikTok など、インターネットのショート動画に広告が入ってきて、そこから定期購入の公式ページに遷移して被害に遭うケースが増えているのかなと感じております。また内訳としては、表 16 にお示ししておりますが、従来から化粧品や健康食品、サプリといった傾向は変わらないかと思っております。

(吉永副会長) SNS という若者が増えそうと想像したところですが、高齢者がこれだけ増えているのはどんなところかと思ったところです。もう少し注視して継続的に見ていただくといいのかなというふうに感じました。ありがとうございます。

(佐々木会長) その他ご意見やご質問はありますか。

私の方から 1 点お伺いしたいのですが、11 ページの高齢者からの相談で、65 歳以上の相談者の状況で、本人以外からの相談割合が高齢になるほど高くなっていて、家族や本人と接する機会の多い周囲の方から相談が寄せられているとご説明があったのですが、本人以外からの相談の場合、本人が何らかのトラブルに遭っているということを、家族や介護関係の方が知って連絡してきたと思うのですが、それがなければ、本人がトラブルに遭ったまま、連絡がないというケースも考えられると思いますが、そういう状況はあるのでしょうか。

(センター) 本人以外からの相談は、例えば今はちょうどお盆の時期ですけども、帰省してみたら、家の中によくわからない買い物の山ができていたというトラブルですとか、ご家族からの相談もありますし、どうもあそこの家にしょっちゅう宅配の車が止まっているというようなことを、ケアマネや介護など、何らかの本人と接する機会がある方からご相談や情報が寄せられることはあるのですが、私たち消費生活相談としては、あくまでご本人がどうされたいかというところが重要で、それでご本人が困っているということであればご相談に乗るので、例えば、そのぐらい買って本人が困っているということであればご相談に入りますが、本人が買うのは自分の勝手だろうという感じで、家族が困っているとなると、状況が違うというところでもあります。難しいのですが、周りの方から見ても、やはりこれは問題ではないかと思われるようなことがあって、ご相談をいただいているというところはありますし、周りの方も気がつかず、特にご高齢の方は自分が被害に遭っているという認識がないまま、被害に遭ってしまうということも、実際問題としてあると思います。それを消費生活センターや相談機関につなぐことができるように、連携をとりながら取り組んでいるところです。ご本人がどこまで困ってらっしゃるのかという部分の問題と、気がつかないこともあり得るという問題は、確かにあると思います。センターとしては、審議会だけでなく、「消費者の安全を守る連絡協議会」というのも別途あり、見守りも含めて情報共有をしながらセ

センターのことも周知し、何かあったらつないでもらって進めていくよう取り組んでいるところです。

(佐々木会長) ありがとうございます。親が離れたところに住んでいて、いつもどうしているかわからないという状況では、近所や普段見守りをしてる人たちの役目が非常に大きいと思いますので、関係する皆さまによりしくお願いしたいと思います。

他にご意見やご質問はありますか。もし他にご意見やご質問がないようであれば、次の議題に移りたいと思います。

議題（２）令和５年度仙台市消費生活基本計画の実施状況について

(佐々木会長) それでは議題の（２）令和５年度仙台市消費生活基本計画の実施状況についてを事務局からご説明いただきたいと思います。

(センター) 消費生活センターの柴田でございます。私からは資料の２－１と２－２、令和５年度仙台市消費生活基本計画の実施状況についてこちらの資料２つに沿ってご説明させていただきます。

まず、消費生活基本計画・消費者教育推進計画ですが、こちら令和３年３月に、令和３年度から７年度までの第四期ということで計画を策定いたしまして、消費生活に関する各種施策に取り組み、令和５年度をもちまして３年目が終了したところです。お手元資料の２－１をご覧ください。こちらは計画の概要、進行管理、令和５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記載のとおりです。

２の進行管理についてですが、消費者行政は、教育、福祉、環境を含めまして、庁内さまざま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いるところです。また、基本計画で取り組み事項となっている施策につきましても、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。進行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おります。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。今年度取りまとめた分は、令和５年度実施結果というところから右側の部分になります。評価指標となっている施策については、タイトル行のうち評価指標の列に二重丸(◎)をつけているところなのですが、例としましては、２ページ目の真ん中あたりになります。この資料２－２から抜粋してまとめたものが資料２－１ということになります。資料２－２につきましても、すべて載っておりますので、ゆっくりご覧いただければと思います。

資料の２－１にお戻りいただきまして、２ページの３ 令和５年度の実施状況についてご説明をさせていただきます。施策の柱ごとに、全体

の総括を入れた上で、(1) 評価指標、(2) は、業務指標から一部の施策を掲載しているところです。

まず、施策の柱Ⅰ 消費生活の安全安心の確保ですが、こちらの評価指標は食品表示法に基づく調査件数とはかりの検査件数の2項目になっておりまして、いずれも目標値を達成いたしました。はかりの検査戸数は昨年度よりも少ない数値となっておりますが、区ごとに隔年で調査していますので、調査対象件数が増減するため、実績値が令和4年よりも令和5年が少なくなっているという状況です。

それから(2)の業務指標ですが、食品衛生法に基づく事業者の指導、耐震診断支援事業、耐震改修工事補助事業、家具転倒防止器具取付支援事業、住宅用火災警報器取付交換支援事業を載せているところです。施策の柱Ⅱ 消費者教育啓発の推進の(1) 評価指標でございます。伊達学園アクセス数について、消費生活センターで持っている消費者教育のWeb教材として、伊達学園というものがあるのですが、こちらのアクセス数は、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来、件数が大きく増加しておりまして、目標値を大幅に上回る実績となっております。2の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にある①から③の項目につきましては、令和5年7月に行いました市政モニターアンケートの調査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とはなっておりますが、引き続き、目標達成に向けた取り組みを継続して参りたいと考えております。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、ワケルネットにおける食品ロス削減の情報発信、それから経済局のInstagramですが「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。

続きまして、施策の柱Ⅲ 消費者被害の防止及び救済の(1) 評価指標ですが、こちら令和5年7月実施のモニターアンケート調査結果を入れております。消費生活センターの認知度は、計画終了時点の目標値をやや下回っておりますが、令和4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参りたいと考えております。

4ページの方を、ご覧ください。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いるところで、啓発を継続して参りたいと考えております。(2) 業務指標ですが、こちらは消費者トラブルの注意喚起情報のメール配信、消費生活相談員の研修参加、住まいの活用相談の3つを掲載しております。

続きまして施策の柱Ⅳ、高齢者等特に配慮を要する消費者への対応の

(1) 評価指標です。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につきましては、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ですが、高齢者・障

害者向けセミナーは、目標には届かなかったところですが、新型コロナウイルス感染症が昨年5類に移行となったことにより、5年度の回数が、4年度よりも27回と大幅に回復しております。こちらは6年度も回復の傾向ですので、今後とも続けて参りたいと考えております。担い手向けセミナーは、目標達成となっております。いずれも依頼の増加に繋がるように、各団体と連携しながら、機会をとらえて、セミナーのPRに努めて参りたいと考えているところです。(2)の業務指標ですが、こちらは防犯講座、認知症サポーター養成講座等の2つを掲載しております。

5ページの施策の柱Vは、多様な主体との連携の推進の(1)評価指標です。こちらは再掲になりますが、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、こちらは目標に達しているところです。業務指標につきましては、介護保険サービスに関する相談、苦情等対応、既存住宅の活用に関する相談体制の2つを掲載いたしました。資料2についての説明は以上となります。

(佐々木会長) ご説明ありがとうございました。それでは今の資料2-1、2-2の内容につきまして、ご質問やご意見などがありましたら、お願いしたいと思っております。

(萱場委員) 消費生活の安全安心確保のところ、報告書の資料2-2、3ページです。事務局の方からの説明はなかったのですが、I消費生活の安全安心の確保の事業者に対する指導等のところです。私はすごく事業者に対するものを非常に重視しておりまして、事業者を指導することによって、特に高齢者などの訪問販売や訪問購入の減少に繋がっていくのではないかと日頃思っております。この件数が随時となっているところが気になっているところです。あと、個人情報保護施策の推進のところの苦情処理のあっせんが対応件数0件となっています。こういったところに、もう少し何か力を注いでいただけると、ありがたいという意見です。

(佐々木会長) ありがとうございます。事務局、いかがでしょうか。

(センター) ご意見ありがとうございます。事業者に対する指導ですが、相談にも事業者の接客対応に対する苦情やご相談というのは一定数いただいているところです。ただ、法令に照らし合わせてどうかという部分などいろいろ難しい点もあるところですが、センターのできる範囲で、対応していくというような形で随時と書かせていただいているところです。

(萱場委員) 接客だとなかなか法律違反とは難しいと思いますが、明らかに特商法違反というところには、仙台市条例で定められている部分もあると思います。そういったところで、もうちょっと積極的にというのはいかがでしょうか。通信販売は、全国規模だと国で対応してもらうのがいいと思いますし、仙台市条例の場合は、罰則規定がないと思うので

すが、訪問販売、訪問購入は地元の業者さんも多いですので、例えば仙台市に本社がある業者さんには、きちんと法令遵守してもらうように対応していただくと、特に高齢者の被害件数にあらわれてくるのではないかと考えておりますので、そういった意見として聞いていただければと思います。

(センター) ご意見ありがとうございます。相談員の方でも電話を日々受ける中で、事業者にあっせんをするような場面、例えば先ほど申し上げた定期購入では、最終確認画面で必ず契約の内容を提示するよというよような特商法の規定があるのですが、それが例えば非常に見づらかったり、わかりづらい、小さすぎるというよような場合には、その電話の中で、非常に見づらいですということや、ここは改善が必要かと思われるということ、法的根拠に基づく指導ということではないですが、そのあっせんの事業者との交渉の中でお伝えしておりますので、いただいたご意見を踏まえまして、また引き続きさまざまな場面をとらえてやってまいりたいと思っております。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。萱場委員のご質問に関係してですが、消費生活センターの業務は、問題が起きたときに、被害に遭った人からの連絡があつて対応するという制度になっているのでしょうか。つまり、一般的にその事業者に対して、不正なことをしないよという指導を一般的な連絡として業者に対して行うことは、消費生活センターから実際できるものなのでしょうか。

(センター) 一般的な連絡、指導をするにあつての根拠が法律だとすると、当然事業者はそれを、守っていなければいけないという部分ですので、そこに対して、例えば法律がこうなりましたという部分は、関係省庁の方からの通知やお知らせで、消費者に直結するものと、私どもの広報誌等を使ってお知らせをしているところではあるのですが、最初に会長がおっしゃったよように、消費生活センターの立ち位置としてはお困りになっている消費者の方と、情報的に優位になっている事業者の間を取り持って、トラブルの解決につなげるよというところが、もともとの消費生活相談ですので、そういう意味では、ここが問題ではないかという問いかけがあつた時点での働きかけという形にはなる部分もあるかと思ひます。

(佐々木会長) 仕事の内容として範囲を広げるのは難しいかもしれないのですが、例えば、大学で事件や問題が起きたとき、被害に遭った人に対応する面とは別に、悪いことをしないよように学生に対して一般的な注意喚起をすることがあるのですが、単に被害あつた人に気をつけましようというのは、受け身的な対応の面があります。そうではなく、最初から問題、犯罪は言い過ぎですが、悪いことをしないよように注意喚起ができたらもっとよいかと思ひます。

(生活安全安心部長) 私の方から補足させていただきます。皆様のお手元に規則をまとめたものがあると思いますが、条例の7ページ第5章で事業者に対するいろいろなアプローチについての規定を定めています。相談があった中で、例えば23条に書いてあるのですが、条例に違反している疑いがあり、その被害が消費者に及ぶ場合については、資料を出させたり、調査をしたり、次のページの8ページでは、場合によって中身が悪ければ勧告をして是正をするように申し上げたりできますし、それでも改まらない場合は公表することで、他の方に被害が及ばないようにするといった対応をとることはできます。ただ、相談の内容について先ほど接遇のご相談で態度が悪い業者だった場合、態度は法令とは関係がないので、例えば法令に違反しているのではないかというご相談者からの訴えがあっても、それが本当に法令に違反しているのか認められない場合、例えば先ほどネットの表示の話ありましたが、我々がそのネットの表示にこういう記載がないことは法令に違反をしているのではないかといった指摘をすることで逆にその悪質な業者にとっては、より狡猾に書きぶりをよりわかりづらく、巧妙になるのを助長する場合もあるので、事業者にただ一方的にこういうふうに直していただきということの善し悪しも、一つの側面としてあるのかと考えています。我々の方としては、事業者に対して法令に違反をしているという部分についての判断は、一定程度慎重に考えざるを得ないです。業者は業者の言い分があつて、うっかり間違っていたのか、それとも最初から悪意を持ってサイトを作っているのかというところは、判断が難しいところがあります。他の都道府県でも同様のご相談があるような情報については、国の機関と繋がっている相談端末の中で、似たような事例がないか常時気を配っておりますので、甚だしいことが、明らかな場合については消費者庁なりにご相談をして、消費者庁の方でしかるべき法令に基づいた処断を考えていただくというようなことに、なるべく協力をしたいというのが実情かと考えております。法律に違反しているかどうかという部分については、悪意があるのかないのか、それともうっかりなのか、ご相談をされた方の思い込みや勘違いの部分かというのはケースバイケースで判断が難しいことがありますので、先ほど言ったように他の人にも波及するという恐れが高い場合については、この条例に書いてあるとおり、我々の方でも、必要な調査をしたり勧告をしたり、公表するというような対応をしますが、実際そこまでのところへ行くことは、ほとんどないのですが、消費者庁で、製品の不適合など、全国的に確認されているという理由で公表し、それを我々の方でも市民の方に再度、ネットとかで公表、お知らせするという対応はしていますので、そういうところが現実的に今やっている作業かと思っております。

(佐々木会長) 詳しい説明をありがとうございました。市として、法律違反があるときには、その是正の勧告ができるという条文があるとわかりました。個別に判断を慎重にせざるを得ない部分があると思いますが、ぜひよろしく願いいたします。その他に資料2-1、2-2について、ご質問ご意見はありますか。もし、ご意見等ないようでしたら、次の議題に移りたいと思いますがよろしいですか。

議題(3) 次期仙台市消費生活基本計画策定について

(佐々木会長) それでは、議題の(3) 次期仙台市消費生活基本計画策定について事務局からご説明いただきたいと思います。

(センター) 次期消費生活基本計画策定について、資料の3-1と3-2により、説明させていただきます。議題(2)で基本計画の実施状況についてご説明させていただきましたが、現計画は令和7年度までの計画期間となっております。令和8年度からの次期計画の策定に当たりまして、資料3-1の2. 策定スケジュールのとおり予定しております。今年度は、7月に計画策定の基礎資料とするための意識調査を実施したところです。意識調査の概要については、資料3-2をご覧ください。調査対象が市民5,000人、事業者1,500社、市内の学校245校となっております。7月8日に調査票を発送し31日を締め切りとしており、重複するような回答の確認前ではございますけれども、市民2,062人、41.2%、事業所408社、27.2%、学校136校、55.5%の回答を得ているところです。調査票については集計分析の上、年内に報告書を公表する予定としておりますので、次回の審議会のときには、こちらについても皆様にお渡しして、議題の1つとさせていただきます。そして、資料3-1に戻りますが、来年令和7年度につきましては、この意識調査の結果も踏まえまして、素案、中間案、最終案と、その都度、審議会でのご意見をいただきながら、新計画の策定を進めて参ります。審議会は年2回程度ということで、今年度につきましては年明けぐらいの開催を予定しているところですが、令和7年度につきましては、計画策定年度ということもありまして、年4回ぐらいの開催となる見込みでございます。審議会の皆様の忌憚のないご意見をいただきながら、新たな計画の策定を進めて参りますので、引き続きどうぞよろしくお願いいたします。説明は以上になります。

(佐々木会長) ありがとうございました。ただいま事務局から次期の仙台市消費生活基本計画策定についての説明が資料3-1、3-2で説明がございました。ただいまの説明についてご質問やご意見などありましたらお願いいたします。次期の仙台市の消費生活基本計画、のスケジュールということになるかと思いますが、いかがでしょうか。では、高山委員お願いします。

(高山委員) 消費者教育推進地域協議会というのは、審議会とは別にあるのでしょうか。

(センター) 消費者教育推進地域協議会は、審議会がその役割も果たすというものになっておりまして、位置付け的には、審議会の皆様がこちらの委員も兼ねているというものです。消費生活基本計画ですが、消費者教育推進計画も兼ねている計画になっておりまして、仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画として、消費者教育も含めた計画となっております。この部分に関しましても、審議会で協議をしていただくという位置付けになっています。委員のメンバーは審議会と同じということになります。

※ 消費者安全確保地域協議会について

(センター) (消費者教育推進地域協議会とは別に) 消費者安全確保地域協議会というのがありまして、こちらの方は名前のとおり、消費者の安全を確保する地域の協議会で、地域包括や警察、それから民生委員や町内会の方といった方々と情報交換をするための会議体が1つございます。仙台市消費者行政の概要というオレンジ色の冊子があるかと思いますが、こちらの37ページに書いてあるところですが、消費者安全確保地域協議会が法に基づく組織名でして、仙台市の場合は消費者の安全を守る連絡協議会という、名称で開催をしています。こちらに関しては構成団体数15団体で、高齢者や障害者の方々に関わる関係機関相互の連携強化ということで、協議会の開催は年に1回開催しています。

(佐々木会長) 消費者安全確保地域協議会は、消費生活基本計画の策定の中で具体的にどこかに関わってくるのでしょうか。

(センター) 策定の経緯上、関わる場所は特段なく、今回の計画もですが、計画の策定にあたってはこちらの審議会でご意見等をいただき協議していただくということで、素案、中間案、最終案のその都度こちらの審議会で協議していただく形になります。消費者の安全を守る連絡協議会は、消費者被害等の情報共有という部分の協議会ですので、計画についてご意見をいただくことはあるかもしれませんが、審議していただくという場ではないです。

(佐々木会長) 消費者の安全を守る連絡協議会は、別途存在していることはわかりましたし、消費者教育推進地域協議会というのは、実質的には消費生活審議会の委員の皆さんで構成されている、年に1回、外部の専門の人を呼んで、説明をしていただいている協議会ということですね。ありがとうございます。その他にご意見やご質問ありますでしょうか。

(山田委員) 弁護士の山田です。基本計画の策定のスケジュールをいただきまして、私たちは消費生活審議会ですべてご意見を言わせていただくのですが、弁護士会の消費者委員会でも毎回関わっており、委員会として検討して意見を言わせていただくのですが、タイミングとしてはパブリックコメントのときに、弁護士会として意見を言わせていただくと、反映されるという理解でよろしいでしょうか。

(センター) ありがとうございます。前回の計画策定時に仙台市はいただかなかったかもしれませんが、同じ時期に県で策定したときは、パブリックコメントにご意見を出されたというようなお話は聞いております。そのような形でも結構ですし、弁護士会としてのご意見について山田委員を通じて頂戴できるということであれば、審議会のときでも大丈夫だと思います。よろしく願いいたします。

(佐々木会長) その他にご意見やご質問ありますでしょうか。この消費生活意識調査はすでに実施中だと思いますが、以前と質問内容など、変えているところはありましたか。

(センター) ご質問ありがとうございます。大きくは変えていないところです。経年の消費生活に関する意識調査ということもありますので、計画の策定の都度、意識調査を行っているのですが、5年前とほぼ同じ内容で、ただ、昨今、消費生活センターでエシカル消費という啓発を行っておりまして、地産地消、食品ロス削減、フェアトレード、そういったイベントなども行っているところもありまして、世の中の的にはSDGsの取り組みが進んでいるところもありますので、そこに関する質問を多少盛り込んでいるというところです。学校向けの質問項目では、消費生活センターでもいろいろな啓発用の教材を作っているところで、学校でどの程度使っていただいているか、どういったものがあれば今後使っていただけるかというところを、質問項目の中には入れさせていただいております。

(佐々木会長) わかりました。計画のスケジュールとしては、最初に意識調査があって、それを受けて計画を作っていくという流れになつてくるかと思えますので、何とかできるだけ仙台市の人たちの率直な意見が聞ける形であればいいなと思っております。よろしく願いいたします。他にご意見や質問はありますでしょうか。もしないようであれば、以上で議事は終了とさせていただきます。それでは進行を事務局にお返しいたします。

※ その他（消費者行政の概要について）

(見田委員) 昨年いただいたこの消費者行政の概要の、例えば年代別件数や苦情の相談、年代別の傾向は、これから教員を目指す人たちにとって非常に大事な部分であると思えました。教員養成の大学に非常勤で消費者教育について教える機会があつて、消費者教育は小学校では家庭科の中

で学ぶのですが、家庭科と言えば大学生は調理と裁縫というイメージしかなく、なぜ小学校5・6年の段階で消費者教育が必要なのかということ、まず大学生に認知してもらうために、このデータを使わせていただきました。仙台市の消費生活センターの調査ですが、どれぐらいあると思いますかと、実はこういうふうになっていますよと、年代別で20代はインターネットゲームが第一位ですよ、あなたたちもそうじゃないですかと、そして70代になるとまた違ったものがこう上がっていくのですよと。生活を考えると、ライフステージに応じて第一位になっていくものがこうやって入れ替わっていく、お金に関わることは、一生をつきまどっていく、あなたたちはこれからお金に関わりながら生きていくわけですということをお話したら、そうだったのかと気づいたようなのです。消費者教育について、子どもに教えていくことの重要性がよくわかりましたということでしたので、このデータを使わせていただいたのは、非常に有益でしたし、学生の感想からも、消費生活センターの役割が初めてわかりましたと、何かあったら自分も活用したいし、子どもたちにも伝えたいという声をいただきましたので、ぜひ皆様にお伝えしたいと思いました。

(センター) ありがとうございます。こちらの概要ですが、ホームページにデータも載せておりますので、よろしければそちらの方もご利用いただきまして、ぜひそういったところに使っていただければ、私どももまとめた甲斐があります。今後ともよろしく願いいたします。