

第 14 次 第 3 回 横浜市消費生活審議会 会議録	
日時	令和 5 年 11 月 9 日（木）13 時 30 分～15 時 30 分
開催場所	横浜市役所 18 階共用会議室 みなと 5
出席者	天野委員、今井委員、河合委員、櫻井委員、佐藤委員、清水委員、城田委員、花田委員、細川委員、宮川委員、小野委員 (オブザーバー) 横浜市消費生活総合センター 魚本センター長、米津副センター長
欠席者	村委員
開催形態	公開（傍聴者 0 人）
議題	(1) 令和 6 年度横浜市消費者教育推進計画について (2) デジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓発等の取組事例検討 (3) 第 13 次審議会「緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止についての意見」に基づく取組報告 (4) その他
決定事項	○会議録確認者は佐藤委員、清水委員とする。 ○令和 6 年度計画は令和 5 年度の重点取組事項を踏まえて取り組むべき事項を策定する。 ○デジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓発等の取組について事例 3 については事務局案をベースに表題も含め検討し、鍵開け・不用品に限定せず水回りトラブル含めた電子広告からの訪問サービス事例とする。 ○次回開催は 1 月中旬～下旬とする。
	<b>1 開会</b>
天野会長	本日は、委員総数 12 名中、リモート参加 3 名、市庁舎に 8 名、計 11 名の方が出席されており、横浜市消費生活条例施行規則第 2 条により、会議開催の定足数に達しています。本日の審議会は公開となります。会議録は要約いたしますが、委員名とご発言内容を公表させていただきます。  ～ 雨堤部長 挨拶 ～

	<b>2 議題（１）会議録確認者の選出について</b>
天野会長	<p>本日の会議録確認者２名ですが佐藤（さとう）委員、清水（しみず）委員にお願いしたいと思いますが、よろしいでしょうか。</p> <p>～佐藤委員、清水委員了承～</p>
	<b>3 議題（２）令和６年度横浜市消費者教育推進計画について</b>
事務局	資料２－１～２－３に添って、「令和６年度横浜市消費者教育推進計画について」について説明。
天野会長	ただいまの説明について御意見、御質問等はありませんか。
清水委員	市内学校向け「消費者教育出前講座」対象は小・中・高でしょうか。
事務局	資料２－２、２Pひとつめの●のところだと思いますが、小・中・高・特別支援学校・専門学校などを対象に実施しています。
清水委員	小学校は高学年からでしょうか、それとも低学年から対象にしているのでしょうか。
事務局	小学校４、５年の校外学習の事前学習という位置づけで実施しています。ただ実際には低学年からも申込は受付しており、学年問わず周知しています。
清水委員	<p>小学校高学年くらいになると経済的なことも関心が高くなってくると思います。横浜市以外の自治体では金融機関やクレジットカード会社の人に講演をしてもらっているということを知りました。クレジット契約ということも小学校からメリット・デメリットを学んでいるようです。座学だけでなくお店を想定し、実際にカードを使ってみて、こういう場合破綻してしまう等を学ぶようです。横浜市も小学校くらいから徐々にそういう取組で学んでいくということを検討してもらいたいです。</p> <p>親が１８歳で申込できるということを知らないというケースも多いと聞いています。エステを勝手に契約してしまうなど。１８歳で申込できるということを両親も知っておくべきだと思います。</p>
佐藤委員	今の清水委員に賛成です。小・中の時から経済的な仕組みを教える中で金融・契約など幅広く教えていくというのは重要だと思います。出前講座というのも良いのですが、基本的なカリキュラムの中に入れていくということも可能であれば大事なのではないかと思います。
花田委員	資料２－２、主な取り組みは令和４年度のデータとなっているようですが、令和５年度も半年ほど経過しているが、令和４年度と大体変わら

	ないという前提で議論すれば良いか。
事務局	相談件数が年度によって多くなったり、少なくなったりということがあります。過去5年の傾向をみながらご意見頂ければと思います。
小野委員	<p>さきほどの話、小学校でクレジット会社が説明するとうことですが、業者が話さないようなこと、話したくないと思っていることも理解しておく必要があると思います。業者がリボ払いはトータルでこんなに支払うことになるなんてことは絶対に話さない。クレジットは便利など良いところだけを話されては意味がない。マイナスの部分を行行政や我々がしっかりと話さないといけないと思います。</p> <p>以前中・高で出前講座をやったことがありますが、教科書見るとかなり勉強しているなという印象を受けました。特商法、消費者契約法を知ってるなど。ただ特商法が活用できるような典型的な事例は実際にはほとんどない。そうではなくて実際に今起きてて解決しにくいものを教えてほしいと言われたことがあります。最新な事例のフォローが求められているのだと思います。</p> <p>小学校の方はスマホの使い方が分からないという一方で、スマホで決済をなんでもしてしまうということが困り事としてよくあがっていました。</p>
天野会長	意見を頂きました。他になければ、事務局の方から最後なにかありますか。
事務局	<p>成年年齢の引き下げについては、花田委員からもありましたが、5年度の実績すべてをつかみきれてはいませんが概ね増加傾向にあるトレンドは継続するのではないかと考えています。それを踏まえて啓発していくべきですので頂いた意見をもとに取り組んでいく必要があると考えています。</p> <p>重点取り組み事項については5年度を定めていますが、毎年変わるものではないと思います。これをベースに6年度もまた考えていきたいと思っています。</p>
	<b>4 議題（3）デジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓発等の取組について【事例1】</b>
事務局	資料3参考、3-1によりデジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓発等の取組、前回までの議論の再確認、事例1を説明。

天野会長	<p>事例1の説明をしていただきました。議論の視点案なども踏まえ、議論・検討していきたいと思います。委員のみなさま、意見をお願いいたします</p>
小野委員	<p>情報提供します。民法の錯誤取消も可能ですが、電子消費者契約法の規定の関係から民法の錯誤取消の適用が難しくなっているのだと思います。</p> <p>電子消費者契約法上、「ネット上の申込等の際、画面上に有料になることを表示し、そして申込をし、さらに申込内容と料金表示がされ、再度承諾するという、最低でも違う確認画面を2回クリックする必要がある、そうでなければ、契約は成立していないので、支払う必要はない。」という規定があります。悪徳業者は上記の規定に対応するようにサイトを作成しているため民法の錯誤取消は適用できないという実情があるのだと思います。</p>
河合委員	<p>センターが入ってURLの送付の指示を事業者に行っているができないというのはなぜなのか、疑問に感じました。センターが間に入って特別対応をしたという理解でよろしいでしょうか。</p>
小野委員	<p>悪徳業者系はデータ上、いかに追ってこさせないかを研究していることが多いです。クレカだと相手方に決済代行が入っている、決済代行業者の方に販売店の良くない情報が入ってしまうのを嫌がるケースが多いです。悪徳系は立場が弱いから、早く返金しろと加盟店、決済代行から言われることがあります。</p>
センター	<p>小野先生から説明して頂いたとおりで、センターから連絡すると今回だけはということでおさめようとするケースが少なからずあります。</p>
清水委員	<p>この事例の方は2回目以降解約できるということですが、どこにも相談しなくてそのままにしてしまった場合結局泣き寝入りということになってしまうのでしょうか。</p>
小野委員	<p>おっしゃる通りかと思います。議論の視点のどのような対応をすべきかはセンターへ連絡するということがすごく重要になると思います。センターから連絡してもらって事業者につながれば相当程度解決に向かう可能性が高いと思います。</p>
清水委員	<p>申込してしまったあとに「あれ？」と疑問が生じた場合にセンターに相談するようというのを啓発していくことが重要ということですよ</p>

	<p>ね。</p> <p>ターゲットになっているのはどの年代かということですが、子供が手が離れて自分のことを振り返る余裕が出てきた 40 代、50 代以降かなと思います。時間的にも夜中にスマホを見てこういうものがあるとポチっと申し込んでしまうケースがあると思います。そこに対して啓発していくことが必要だと考えます。万が一望まない商品を購入したらきちんと相談するんだよと知ってもらい、例えば SNS（広告）を使ってこちらもセンター等の啓発をしていくことが必要なのではないのでしょうか。費用などの問題もあると思いますが。</p> <p>画面に出てくる利用規約、チェックしないと申し込めないということですが、細かくすべて読む人はほとんどいないと思います。</p> <p>その辺も啓発する時は要点を提示するなどしてちゃんと確認していただきねということ伝えていく必要があると思います。</p>
天野会長	<p>確認ですが、リンクを飛ばした先の利用規約だけに定期購入と書いてあるわけではなく、申込までのページどこかに定期購入とは書いてあるのがほとんどですよ。最終決済画面に小さく書いてあるとか。</p>
センター	<p>規約だけでなく、やはりどこかに記載してあるという印象があります。最終確認画面など、サイトによってはかなりスクロールしないと記載を確認できなかったりといった問題はあります。</p>
佐藤委員	<p>消費生活センターの PR が重要かなと思います。SNS などでこちらも対抗していかないとダメなのかなと感じました。全世代が利用している SNS は Youtube など。Youtube 広告などで対抗するのが良いのではないかと。費用的には高いものなのではないかと。</p>
事務局	<p>一例になりますが、今年度 30 秒の動画を作って Youtube 広告で配信していくという取り組みをちょうど行っています。Youtube 広告でいえば日予算で設定が可能で今回の啓発では日 1 万円前後ですが、柔軟に設定は可能です。また、注意喚起のページを作成して配信することも可能ですが、ページ作成はまた予算も考慮してということになると思います。</p>
佐藤委員	<p>30 秒というのは割と長いと思うので 10 秒でも 20 秒でも良いので流すと良いのではないかと。</p>
櫻井委員	<p>議論の視点案について消費者はどのようなことに注意すべきか、申込後どのような対応が可能か、教育啓発についてです。</p>

	<p>区で高齢者向けの啓発の取り組みを行ってくださいとお願いして実施してもらっています。それだけでは足りず、これから大人になっていく子達や、子育て中のお母さんにも聞いてほしいというのが現場の考えです。</p> <p>消費者はどのようなことに注意すべきかは信頼できる業者かどうかというのが重要かと考えます。相手はだますプロなので騙されるかもしれないという視点は常にもっていなければならないと思います。</p> <p>申込後については、自分のことを責めないでください、そういう状況になってしまった人を見たら大丈夫と言ってください、188に相談すれば専門的に対応してもらえる、こういったことを啓発していくことが必要だと思います。</p> <p>Youtubeの話が出ましたが、吉本興業がタレントを活用し10分程度の寸劇などの動画を作成していました。最後に188を知らせる内容になっていました。</p> <p>講習を開いた際にその動画を流すこともあります。対象は高齢者なので子育てがひと段落した方には届いていない可能性があります。</p>
河合委員	<p>夜中にサイトを見る人が多いという視点はすごく重要だと思います。訪問販売、電話勧誘販売だと日中に対応することが多いですが、ネットなどのデジタルだと24時間見れますし、申込もできるそこがポイントだと思います。申込して失敗してしまったと考えた時に消費生活センターが開いてない時間帯になっています。</p> <p>Youtubeの話が出ましたが、夜中でもこのページ見れば不安が軽減される、昼連絡すれば大丈夫と落ち着かせるためのコンテンツというのも必要なのではないかと考えました。ChatGPTの活用など。</p>
小野委員	<p>事例1はそこまでの緊急性はないかと思います。早い方が良いとは思いますが、対応すれば助かる可能性は高いです。</p>
天野会長	<p>もう少し時間があります、高齢者よりも下の世代への啓発という視点が2回ほど出てきました。このあたり具体的に高齢者とは違う方法というのがあるのでしょうか。</p>
小野委員	<p>シンプルに万人に出来るようなものでないと出来ないと思います。さきほど話で出た、信頼できる業者かどうかという点ですが誰でもわかるような形で伝えないといけないと思います。</p>

	<p>決済の方法をまとめてもらいましたが、後払いほど救済しやすいです。支払いしなければよい。前払い→即時払い→後払い、後にいくほど対応しやすい。前払いが一番危ないです。</p> <p>後は事務局の方で確認してほしいのですが、決済手段に際して登録的なものが紐づけられているか。例えばAmazonのようなプラットフォームに登録する必要があるかなど。クレジットは安全性が高いです。</p>
天野会長	<p>出た話まとめますと、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・定期購入の案件はセンターに電話すれば解決の可能性が高くなる、188の啓発が重要</li> <li>・ターゲット40代～60代。高齢者の下の世代にどうアプローチするか</li> <li>・啓発についてはYoutubeなどSNSにより夜間も対抗していけるよう啓発すべき</li> <li>・利用規約の注意点など要点をまとめた啓発</li> <li>・信頼できる業者か否かに注意する</li> <li>・吉本興業のような寸劇動画の活用</li> <li>・決済手段により救済の難易度が変わってくる</li> </ul> <p>などがありました。</p>
城田委員	<p>トラブルになる業者というのはいかにして消費者に対して気づかれないようにしているかということを中心に考えていると思います。以前から定期購入の相談はセンターへ継続して入っていると状況で消費者に気をつけてくださいと促してもいつまでも業者との追いかっこになってしまいます。事業者側への働きかけ、要請という視点も持って何かしらのアプローチを事業者へ上げた方が良いのではないかと考えます。</p>
宮川委員	<p>今の意見はもっともで事業者への対応というのも重要だと思います。センターの方でも問題ある業者というのは把握していて、その業者の問題も分かっているのではないかと思います。問題ある業者に対してセンターの方から指導的なものが必要なのではないかと考えています。</p>
事務局	<p>センターから問題ある業者の情報というのは行政の方に入ってきています。一定程度情報を集め、指導につなげるということも実際にやっています。こういった業者の問題は全国的に発生しているので、横浜市だけというわけではなく、県、場合によっては国の方とも併せて対応しています。次々と新しいものが発生している状況ではありますので情報を</p>

	キャッチして対応していきます。
宮川委員	業者の評判を周知するというのは行政がやるのは難しいと思う。個人情報保護という観点から情報を行政がもっていても開示・周知することができないのが現状ではないでしょうか。行政の方でなんらか出来る方法で情報開示していくことも検討してほしいというのが希望です。
センター	店舗を持っている事業者、営業所を持っている事業者は件数が多いところははっきりと分かる場合が多いです。が定期購入の通信販売の事業者はサイトを作れば営業が出来るので次から次へと事業者が変わっていくことが多いです。同じ業者からずっと継続して相談が入るというケースはあまりないというのがセンターの認識です。
佐藤委員	12回などの定期購入は長期に渡る契約ですよね、ある程度の期間業者自体は存続するので、逃げられずに捕捉できるのではないかと思いますかどうか。
センター	今回の事例のように定期12回コースというものを設けているのであればその期間サイトは存続するという認識ではあります。ただ、3回とか4回のものが多い印象です。
天野会長	いろいろと意見出ましたがよろしいでしょうか。 次の説明に移りたいと思います。
	<b>5 議題（3）デジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓発等の取組について【事例2】</b>
事務局	資料3-2によりデジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓発等の取組、事例2を説明。
天野会長	事例2は次回議論しますので、資料を確認して準備頂ければと思います。ただいまの説明についてご質問、ご意見あればお願いいたします。
小野委員	事例にある入金口座についてですが、日本の株式会社あるいは合同会社の口座なのか、それとも外国の会社のものなのか。違うとイメージが全然違ってきます。 可能であれば、確認をお願いしたいと思います。
天野会長	事務局の方で次回までに確認お願い致します。他になれば次の説明に移ります。
	<b>6 議題（3）デジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓</b>

	<b>発等の取組について【事例3】</b>
事務局	資料3-3によりデジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓発等の取組、事例3案を説明。
天野会長	事務局から案を提案してもらいました。この件について、ご意見ある方は発言をお願い致します。
佐藤委員	訪問をしてきて相手を招き入れる契約などを想定しているのでしょうか。表題だと特殊のもののようなので、訪問して見積ってもらって契約するような形態を広く扱うということが良いのではないのでしょうか。
天野会長	表題案というご意見ですかね。
河合委員	不用品回収で買い取りは含まないのですかね、ちょっと線引きがあいまいな気がします。
事務局	事例の設定についてはどれか一つに絞ろうと考えています。
城田委員	こういうパターンだと水回りが多いのではないかと考えていて、水回りも取り込んでも良いのかと思います。鍵開け・不用品となるとそれに特化した議論になりそうだなという印象が強いです。結局、WEB 広告を見て業者をよんで作業してもらったら想定していたものより高かったという事例なのだと考えています。そうだとするなら、鍵開け・不用品に限定するのではなく、例えば「電子広告を通じた契約」など適切なものがあるのではないかと考えています。その方が本来審議会が伝えたい意図・問題意識がまとめやすいのではないかと考えています。
天野会長	表題も含めて改めて事務局で検討してもらおうということにしたいと思います。方向性としては事例3にかかっているような事案を取り扱うということによろしいでしょうか。 ～一同異議なし～ では、次の議題に移ります。
	<b>7 議題（4）第13次審議会「緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止についての意見」に基づく取組報告</b>
事務局	資料4により第13次審議会「緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止についての意見」に基づく取組報告を説明。
天野会長	事務局より説明してもらいました。この議題に対して意見・質問がある方はお願い致します。

河合委員	何部印刷するなど決まっていますか。
事務局	現時点で何部というのは決まっています。配布出来そうなところを確認してから逆算して決定していきたいと思います。
清水委員	視覚障害の方のために点字のものを作成するなどはありますか。
事務局	今のところ、決まっています。
天野会長	他になれば、次の議題に移ります。
	<b>8 議題（5）その他</b>
事務局	今後の予定についてですが、第4回の日程ですが、1月の中旬くらいを予定しています。詳細、日程調整についてはまたメールで連絡させていただきます。ご確認のほどお願い致します。
	<b>閉会</b>
天野会長	以上で本日の議題はすべて終了しました。 これで第14次第3回横浜市消費生活審議会を閉会します。
資料	議事次第 資料1 第14次横浜市消費生活審議会委員名簿 資料2-1 令和6年度横浜市消費者教育推進計画の策定に向けた意見交換について 資料2-2 成年年齢引き下げ後の状況 資料2-3 令和5年度消費者教育推進計画 重点取組事項・事業一覧抜 資料3-1 事例検討資料 資料3-2 事例検討資料2 資料3-3 事例検討資料3 資料3参考 審議の進め方について 資料4 第13次審議会「緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止についての意見」に基づく取組報告