

第21回 神戸市消費生活会議

日時：令和元年7月18日（木）10:00～11:30

場所：神戸市役所4号館1階 本部員会議室

議事次第

開 会

- 1 神戸市消費生活あんしんプラン2020に基づく施策の前年度取組実績の評価
- 2 平成30年度短期的課題の取組実績及び令和元年度短期的課題（報告）
- 3 神戸市消費者苦情処理審議会の運営状況（報告）

閉 会

（配付資料一覧）

- 資料1 神戸市消費生活会議委員名簿
- 資料2-1 神戸市消費生活あんしんプラン2020 平成30年度取組実績
- 資料2-2 神戸市消費生活あんしんプラン2020 平成30年度取組実績についての評価
- 資料3 平成30年度短期的課題の取組実績及び平成31年度短期的課題（報告）
- 資料4 神戸市消費者苦情処理審議会の運営状況（報告）
- 資料5 神戸市消費者包装の適正化の指導に関する要綱改正案

参考資料1 神戸市民のくらしをまもる条例（抄）

参考資料2 神戸市消費生活会議及び神戸市消費者苦情処理審議会に関する規則

参考資料3 神戸市消費生活会議運営要綱

参考資料4 平成30年度 消費生活相談の概要

神戸市消費生活会議 委員名簿【平成30年6月改選】

資料 1

区分内 五十音順 [但し市議員は会派順]

(○：神戸市消費者苦情処理審議会委員を兼任)

有 識 者 代 表		13名
	池 田 千 鶴	神戸大学大学院法学研究科教授 ○
(新)	山 下 准 史	神戸市教育委員会事務局総合教育センター所長
	窪 田 充 見	神戸大学大学院法学研究科教授 ○
	田 中 敦	関西学院大学経済学部教授
	中 川 丈 久	神戸大学大学院法学研究科教授 ○
	福 元 隆 久	弁護士 ○
	山 下 貴 子	同志社大学大学院教授 ○
(新)	植 中 雅 子	神戸市議員 (自由民主党)
(新)	高 瀬 勝 也	神戸市議員 (公明党)
(新)	黒 田 武 志	神戸市議員 (日本維新の会)
(新)	今 井 ま さ こ	神戸市議員 (日本共産党)
(新)	や の こ う じ	神戸市議員 (こうべ市民連合)
(新)	小 林 る み 子	神戸市議員 (つなぐ)
消 費 者 代 表		8名
	安 樂 雅 枝	連合神戸地域協議会 (U Aゼンセン兵庫県支部)
	植 田 京 子	一般社団法人兵庫県社会福祉士会
	宇 野 克 巳	神戸地区労働組合協議会
	金 子 裕 一	神戸市消費生活マスター
	新 保 雅 子	生活協同組合コープこうべ参与 ○
	玉 田 はる代	神戸市消費者協会会長・神戸市婦人団体協議会会長
	床 谷 三 鈴	神戸市消費生活マスター ○
	西 網 康 治	神戸労働者福祉協議会
事 業 者 代 表		2名
	川 口 徳 子	一般社団法人日本ヒーブ協議会会員 ○
(新)	高 村 峰 成	公益社団法人 消費者関連専門家会議 西日本支部 啓発・交流部会 執行委員 ○

計 22名

基本施策1 安全・安心な消費生活の確保

(1) 消費生活におけるトラブルの「予防」

評価指標	計画策定時	目標値	達成度	備考
①製品安全4法及び家庭用品品質表示法に基づく調査・立入検査の実施	10店舗	10店舗/年	10店舗/年	
②不当取引に関する事業者指導の実施	5社	(※1)	4社	
③神戸市消費者あんしんメールやSNSの登録者数	1,571人	3,000人	215人	フォロワー数
④インターネット通信販売でトラブルにあったことがある人の割合	26.0%	10%	—	今年度末にアンケート実施予定
⑤高齢消費者見守りサポーター登録者数	246人	のべ1,500人	1,255人	
⑥高齢消費者対策サイトへのアクセス件数	1,541件	10,000件	9,364件	

主な取組事例

- ①製品安全4法及び家庭用品品質表示法に基づき市内店舗へ立入検査を実施。（計10店舗、計63製品）また、計量法に基づき工場や店舗等への各種立入検査を実施。
- ②訪問購入事業者及び電気通信販売事業者に対して指導を実施。
- ③平成30年度よりあんしんメールは廃止したが、Facebookの配信回数を大幅に増加させ、SNSを活用した広報啓発を実施。
- ④消費生活講座や出前講座でインターネット通信販売でのトラブルの事例を紹介し、注意を促した。
- ⑤神戸市老人クラブ連合会会員を対象に、県警を講師に迎え電話機を使い特殊詐欺被害の疑似体験訓練を交えながら、養成講座を実施。また、高齢消費者見守りサポーターを対象に訓練用の架空請求ハガキを送付し、特殊詐欺防止訓練を実施。
- ⑥居宅介護支援事業所ケアマネージャーや神戸くらしのパートナーも対象に養成講座を実施。
- ⑥高齢消費者対策サイトへ誘導するQRコードを記載した啓発グッズを講座等で配布。

(2) 消費生活におけるトラブルの「相談」

評価指標	計画策定時	目標値	達成度	備考
①消費生活センターの認知度	67.4%	80%	—	今年度末にアンケート実施予定
②消費生活相談員研修の実施	6回	6回/年以上	7回/年	

主な取組事例

- ①ホームページ、SNS、メディア、講座、イベント等で消費生活センターを紹介。
- ②相談員自主研修を年7回開催したほか、国民生活センターや総務省等が主催している外部研修への参加等を通じて、相談員の対応力の維持向上を図った。

(3) 消費生活におけるトラブルの「救済」

評価指標	計画策定時	目標値	達成度	備考
①消費者苦情処理審議会の開催	2回	2回/年以上	2回/年	
②必要に応じ、クーリング・オフを使える人の割合	50.4%	75%	—	今年度末にアンケート実施予定

主な取組事例

- ①指導を行った事業者についての報告や、今後指導が必要な事業者について審議。
- ②クーリング・オフはがき付きリーフレットを、講座やイベント等様々な場面で配布し、制度を周知。

※1 消費生活センターに寄せられる苦情相談の内容を定期的に検証し、神戸市民のくらしをまもる条例で不当取引として禁止される行為が行われていると認められる場合には、当該事業者に対し指導を行う。

神戸市消費生活あんしんプラン2020 平成30年度取組実績

基本施策2 消費者教育の推進

(1) 「あなた（消費者）が主役」の消費者教育

評価指標	計画策定時	目標値	達成度	備考
①「消費者の意識向上」チェックシートの配布（子ども用・大人用）	(新規)	12,000部/年	25,221部/年	
②神戸消費者教育センターの年間来場者数	約1,500人/年	4,000人/年	4,352人/年	
③消費生活マスターによる研究等成果の発表・情報発信件数	約25件/年	30件/年以上	37件/年	

主な取組事例

- ①消費者の意識向上チェックシートに、インターネットに関する消費者トラブル事例を加えたチラシを携帯電話ショップを通じて配布。
- ②各種啓発パンフレット、DVDなどを自由に閲覧できる環境を整備。また、消費生活講座の実施や、事業者と連携し、企画展示会を開催する等、集客及び啓発に努めた。
- ③消費生活マスターと連携し、啓発資料の作成や出前講座等を行い、地域に向けた消費者教育を推進。

(2) 消費者教育の体系

評価指標	計画策定時	目標値	達成度	備考
①就学前児童に向けたチラシ等の配布	約1,500人/年	2,000人/年	6,835人/年	
②小・中・高等学校における各種啓発講座等の実施	40～50回/年	50回/年	36回/年	
③大学における消費者教育の授業による学生の意識向上率（受講前後の比較）	平均約15%（※2）	平均20%	平均11.3%	
④行政と連携して消費者教育に取り組んだ事業者数（新入社員研修、退職者セミナー、社員食堂、健診等）	(新規)	10社	30社	
⑤一般向け消費生活講座に初めて参加した人数	(データなし)	100人/年	542人/年	
⑥高齢者を中心とした自主学习グループへの参加者数	2,787人	3,000人/年	2,131人/年	

主な取組事例

- ①子どもの製品事故未然防止のための啓発ハンドブックを幼稚園の保護者へ配布。
- ②小中学生向けスマホ講座を実施した他、高校1校に契約に関する授業を行った。
- ②消費者教育に携わる学校教員を対象にDVD等の教材貸し出しを実施。
- ③神戸学院大学や関西学院大学等で職員による講義を実施。
- ④事業所の社員研修へ講師派遣を実施。（7社/計10回）
- ④消費者トラブル啓発用卓上POPの掲示。（市内外事業者9社に提供）
- ④啓発グッズ（スマートフォン簡易防水ケース）を作成し、携帯電話ショップを通じて配布。
- ⑤開催場所（喜楽館で開催）や講座内容（シニア向けのスマホ講座）の工夫を図り、初めて受講する人の割合の向上に努めた。
- ⑥地域において消費者問題を自主的に学習するグループに対して、活動費の助成を実施。

(3) 消費者教育の幅広い浸透に向けて

評価指標	計画策定時	目標値	達成度	備考
①啓発アニメーションやショートムービーへのアクセス件数	21,560回	50,000回/年	121,808回/年	
②（仮称）「知らず知らずに消費者教育」の協力店舗数	(新規)	100店舗	212事業所	

主な取組事例

- ①スマホ等を持ち始める年齢層とその保護者を主な対象に、親しみやすいゲームを題材にしたアニメーション「ルールを決めた日」を配信。また、スマホ等で視聴できるショートムービーをインターネットで配信。
- ②そごう神戸店及び神戸大丸店の壁面に懸垂幕、市バス（150台）の前面に横断幕を掲示。
- ②地下鉄全駅電光掲示板や区役所の待合場所モニターに消費者ホットラインを表示。
- ②市バス、市営地下鉄の車内広告にて啓発を実施。
- ②郵便局窓口（36箇所）の配布用封筒の広告枠に、消費者ホットラインを掲示。

※2 一連の授業の最初と最後に同じ内容のアンケートを実施し、学生の意識変化を比較して算出した数値。アンケート内容が数項目にわたるため、便宜上、それらの平均値を指標として使用。

神戸市消費生活あんしんプラン2020 平成30年度取組実績

基本施策3 大規模災害や物価急騰等、緊急時の備えと対応				
(1) 災害等への備え				
評価指標				
	計画策定時	目標値	達成度	備考
消費者啓発ツールである「KOBEくらしのレポート」、 「Facebook」などによる災害等への備えの情報提供	1回	4回/年	6回/年	
主な取組事例				
<ul style="list-style-type: none"> ・啓発チラシ「KOBEくらしのレポート」及びFacebookにて情報提供を行った。 ・生活協同組合コープこうべとの「緊急時における生活物資確保に関する協定」に基づき、緊急時の対応及び連絡体制について、情報交換会を開催。 ・神戸消費者教育センターにおいて、災害に備えよう展を開催。 				
(2) 価格の監視				
評価指標				
	計画策定時	目標値	達成度	備考
日用品・食料品等の定点調査の実施	68店舗/月	68店舗/月	店舗/月	H30より廃止
主な取組事例				
<p>※食料品や日用品などの価格調査は、国から都道府県への法定受託事務としても実施されており、神戸市内の価格調査結果が、兵庫県のホームページで公表されていることから、本市が独自に行う定店調査については平成30年度より廃止。</p>				
(3) さらなる対応力の強化				
評価指標				
	計画策定時	目標値	達成度	備考
項目の性質上、指標は設定せず	—	—	—	
主な取組事例				
<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活講座「～心配ごとをあんしんに～スマホ・ケータイ安全教室」を開催し、「災害用伝言板」や緊急速報「エリアメール」について案内。 ・消費生活講座「～契約時に気をつけること～お家の修繕・リフォームのために！」を開催し、住まいの安全と自然災害への備えについて啓発。 				

神戸市消費生活あんしんプラン2020
平成30年度取組実績についての評価

基本施策1 安全・安心な消費生活の確保

(1) 消費生活におけるトラブルの「予防」

評価：順調

・あんしんメール配信事業について、システムの仕様変更に伴い平成30年度より配信事業を終了することとなったが、Facebookの配信回数を増やすことや、ホームページの内容を充実させることなどにより、他の媒体での効果的な啓発に努める。
・引き続きあんしんすこやかセンター等、地域の福祉関係者と連携して高齢消費者被害の未然防止に努める。

(2) 消費生活におけるトラブルの「相談」

評価：順調

・引き続き消費生活センターの認知度の向上に努める。
・多様化、複雑化する相談について適切な対応を行うため、研修等を通じて相談員の知識の向上に努める。

(3) 消費生活におけるトラブルの「救済」

評価：順調

・クーリング・オフ制度について、継続して講座等での周知を図るとともに、相談者に対しても必要に応じて制度説明を丁寧に行い認知度の向上に努める。
・引き続き、保健所や弁護士会、警察等、適切な主体と連携して相談事案に対応していく。

基本施策2 消費者教育の推進

(1) 「あなた（消費者）が主役」の消費者教育

評価：順調

引き続き消費者教育センターを消費者教育の情報発信拠点として位置づけ、展示内容の充実を図るなど、より多くの方に足を運んでもらえるように努める。

(2) 消費者教育の体系

評価：概ね順調

今までに参加したことがない研修の場で啓発を行うことにより、「考える消費者」の育成に向けてより一層取り組みを強化していきたい。

(3) 消費者教育の幅広い浸透に向けて

評価：順調

日常に溶け込んだ消費者教育を実施するため、引き続き新たな普及策を検討するとともに、「知らず知らずに消費者教育」協力店についても、さらなる増加に努めていく。

基本施策3 大規模災害や物価急騰等、緊急時の備えと対応

(1) 災害等への備え

評価：順調

引き続き幅広い啓発を行っていく。

(2) 価格の監視

評価：—

他の行政機関等の公表データをもとに、引き続き価格動向や需要状況の監視を行うとともに、物価急騰時や物資が不足したときは、必要に応じて実態調査を行う。

(3) さらなる対応力の強化

評価：—

不測の事態が発生した場合には、関係機関との連携を通じて適宜適切に対処する。

平成 30 年度短期的課題の取組実績及び令和元年度短期的課題（報告）

1 概要

平成 28 年 3 月に策定した「神戸市消費生活あんしんプラン 2020 ～第 3 次神戸市消費者基本計画～」では、社会経済情勢の変化に伴い、めまぐるしく変化する消費者問題に対応するため、計画期間中の各年度において「短期的課題」を設定し、喫緊の課題にも対処することとしている。

2 平成 30 年度短期的課題に対する取組実績

(1) 水回り工事に関するトラブルの抑制（平成 28 年度より継続）

【設定理由】

消費生活センターに寄せられた給排水設備工事等の苦情件数は、27 年度の 176 件から、28 年度は 258 件、29 年度は 273 件と増加傾向が続いている。

依然として被害が深刻であるため、トラブル抑制に向けた取り組みを強化する。

【取組実績】

- ・街頭啓発において、水道局・建設局下水道部と共にチラシ配布（H30. 5、12／1,000 部）
- ・水道局と連携し、注意喚起パネルを展示（H30. 5／市内 1 箇所）
- ・くらしのレポートに記事掲載（H30. 6／1,100 部）
- ・Facebook を活用した啓発（H30. 9. 13・9. 20）
- ・出前講座（H30. 4～6／10 回）
- ・市水道サービス公社の協力により、市内の水道事業者を集めた講習会で事業者側に注意喚起。（H30. 10／計 4 回）
- ・消費生活講座「悪質事業者にご注意！知っておきたい、水回りトラブルの対処法」を水道局・建設局下水道部・神戸市管工事業協同組合と連携し開催（H30. 11／57 名）
- ・コープこうべの夕食宅配利用者への啓発チラシ配布（H31. 2／2,960 部）
- ・啓発チラシを区単位老人クラブ会長等へ配布（H31. 2／430 部）

【相談件数の推移】

苦情相談件数は 273 件（平成 29 年度）から、252 件（平成 30 年度）と微減した。

(2) 高齢者をターゲットとする架空請求被害の防止に向けた啓発

【設定理由】

SMS やメール、ハガキ等を悪用した架空請求被害が高齢層を中心に拡大している。

架空請求の手口は日々変化しており、直近では法務省管轄支局をかたるハガキを送りつけ、現金の支払いを要求する手口が全国的に急増しており、消費者庁においても消費者安全法に基づく注意喚起を行っている。

神戸市内でもこうした架空請求被害が高齢層を中心に拡大しているため、被害の防止に向けた啓発に取り組んでいく。

平成 29 年度相談件数：112 件（4 月～6 月）、360 件（年度内合計）

平成 30 年度相談件数：238 件（4 月～6 月）

【取組実績】

- ・消費生活講座において架空請求被害に関する注意喚起。
- * 「～落語で楽しく笑って被害防止～くらしとお金に役立つ消費生活講座」（H30. 5／120 名）
- * 「シニア向けスマホ・ケータイ安全教室」を開催（H30. 6／99 名）
- * 「～手口を知って、撃退しよう！～悪質商法にだまされないために！」（H30. 8／22 名）
- * 「笑って役立つ！消費生活豆知識－神戸新開地喜楽館－」（H31. 2／175 名）
- ・注意喚起パネルを展示。（H30. 5、12／市内 3 箇所）
- ・Facebook を活用し、定期的に架空請求被害への注意喚起。
- ・出前講座（H30. 4～6／10 回）
- ・コープこうべの夕食宅配利用者への啓発チラシ配布（H31. 7／3, 165 部）。
- ・架空請求詐欺啓発チラシ「それ、詐欺かもしれません!!」の配布
 - * 見守りサポーター養成講座（H30. 10／60 枚）
 - * 区単位老人クラブ会長等（H30. 11／516 枚）
 - * 区青少年育成協議会支部長（H30. 11／256 枚）
 - * コープこうべの夕食宅配利用者（H30. 12／約 3, 129 枚）
 - * 市内の地域福祉センター（194 ケ所／H30. 12・19, 400 枚）
 - * 各あんしんすこやかセンター（76 ケ所／H30. 12・760 枚）
 - * 各区民生委員・児童委員育成協議会会員（H31. 2／約 2, 700 枚）
- 上記の他、あんしんすこやかセンター等へも配布
- ・市老人クラブ「高齢消費者見守りサポーター」の養成講座を開催。県警を講師に迎え電話機を使い特殊詐欺被害の疑似体験訓練を実施。（H30. 7、11／95 名）
- ・市老人クラブ「高齢消費者見守りサポーター」を対象とした「特殊詐欺防止訓練」の実施（H31. 3／617 名）

【相談件数の推移】

苦情相談件数は 360 件（平成 29 年度）から、824 件（平成 30 年度）と増加した。

3 令和元年度 短期的課題について

今年度は下記(1)、(2)を短期的課題として設定。

水回り工事に関するトラブルの抑止についても引き続き取り組む。

(1) 定期購入に関するトラブルの抑止

【設定理由】

消費生活センターに寄せられた定期購入に関する苦情件数は、27年度の86件から、28年度は206件、29年度は311件、30年度は399件と増加傾向が続いている。

世代を問わず相談件数が多いことからトラブルの防止に向けて取り組んでいく。

【取組実績】

- ・大学の授業の中で注意喚起 (R1.5/1校)
- ・パネル展で啓発展示 (R1.5/1ヶ所)

(2) 未成年者のオンラインゲームの課金に関するトラブルの抑止

【設定理由】

未成年者の利用に伴うトラブルが増加している。

親が知らない間に子供が勝手にアイテムを購入し、クレジットカードの利用明細を見て初めてそのことに気づき相談に至っているケースが多い。また、契約購入金額も大幅に増加していることから、トラブルを未然防止するため、親と子供それぞれに対しての啓発に取り組んでいく。

相談件数

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
合計	46	56	71
うち未成年者 割合	15 32.6%	12 21.4%	34 47.9%

契約購入金額

	平成28年度	平成29年度	平成30年度
合計	¥6,542,028	¥6,555,280	¥13,119,613
うち未成年者 割合	¥3,958,248 60.5%	¥2,435,334 37.2%	¥11,600,312 88.4%

【取組実績】

- ・小中学校向けスマートフォン講座を開催 (R1.5月末現在/7校開催)

神戸市消費者苦情処理審議会の運営状況（報告）

1 開催実績(前回の消費生活会議（平成 30 年 7 月 11 日）以降の開催)

- 第 69 回 平成 30 年 11 月 13 日（水）
第 70 回 令和 元年 6 月 13 日（木）

2 議事内容

(1) 取引の適正化に関する取組について

① 指導した事業者のその後の相談件数 等の推移について

	対象事業者数	指導事業者の業種
第 69 回	8 件	上下水管工事 (3 事業者)、インターネット接続仲介 (3 事業者)、訪問購入、(1 事業者)、害獣駆除
第 70 回	9 件	上下水管工事 (3 事業者)、インターネット接続仲介 (2 事業者)、訪問購入 (3 事業者)、害獣駆除

② 平成 30 年度 事業者への指導について

	対象事業者数	指導事業者の業種
第 69 回	2 件	訪問購入
第 70 回	2 件	インターネット接続仲介

(2) 神戸市消費者包装の適正化の指導に関する要綱の改正について【第 69 回】

神戸市では消費者利益の確保、環境問題への配慮の観点から過大包装を禁止しているが、以下のような課題があることから、柔軟な運用に向けて要綱の改正を行いたいとの提案を受けた。

- ①商品の多様化が進み、要綱に規定されている空間割合を超えても、直ちに消費者の適正な商品選択を妨げるとは認められないケースが増えている。
- ②神戸市の基準に適合させるために、事業者に過度の負担を強いる面がある。
- ③全国の政令指定都市の中で、神戸市のみが例外規定を設けていない。

(改正案) ※別紙 5 のとおり

現行の過大包装の基準を緩和するとともに、商品の性質上、規定を遵守することが困難なものや、消費者の適正な商品選択に支障を来たさないと想定されるものについては、過大包装とはしない旨の柔軟な規定を設ける。

- ・ 過大包装の基準となる空間割合の改正（§ 4①）
- ・ 適応除外規定の改正（§ 5）

(改正スケジュール)

- ・ 令和元年 8 月頃 パブリックコメント実施
- ・ 令和元年 10 月頃 改正、公布

神戸市消費者包装の適正化の指導に関する要綱

() は、改正部分を示す

現 行	改正案	改正理由
<p>(過大包装の空間容積に関する基準)</p> <p>第4条 神戸市民のくらしをまもる条例施行規則(平成17年6月規則第18号。以下「規則」という。)第17条第1号に規定する内容品以外の空間容積が必要以上に大きなものとは、包装容積から内容品体積を控除した空間容積(内容品の保護等のために個々の内容品の周囲又はその間にしきり又はその間にしきり又は緩衝材を必要とする消費者包装については、当該空間容積から必要空間(内容品保護等のために必要とする最小限の空間をいう。以下同じ。)の容積を控除した空間容積)の包装容積に対する割合が <u>15</u> パーセントを超える消費者包装をいう。</p>	<p style="text-align: center;"><u>20</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> ・本市の過大包装の基準となる空間容積 15%は、他都市と比べて厳格な基準であり、商品が全国に流通する中、特定の地域に限って厳格な規制を行うことは不合理であると考えられる。 ・消費者包装に関する規制について、昭和47年に通商産業省の依頼のもと、(社)日本包装技術協会商業包装適正化推進委員会が適正包装の目安として空間容積 20%以下とする報告書(適正包装7原則)を提出。 ・この報告書を受けた通商産業省の通達をもとに、関連業界団体が自主基準を策定している。(参考資料3-3参照)
<p>(過大包装の空間体積に関する基準の適用除外)</p> <p>第5条 <u>前条第1項に規定する割合(以下「空間割合」という。)が 15 パーセントを超え 25 パーセント以下の消費者包装で、空間割合を 15 パーセント以下とすることが困難なものについては、当該消費者包装に当該空間割合を表示する場合には、同条の規定は、適用しない。</u></p>	<p style="text-align: center;"><u>消費者包装に係る商品の特徴的な包装形態、包装技術又は内容品の特性等により、合理的な理由があると認められるときは、前条第1項の規定は、適用しない。</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> ・第4条第1項で消費者保護や環境保全といった本来の規制目的を果たしつつも、商品の多様化に伴い、時代の変化に対応した柔軟な規制とする。 ・改正案の文中「合理的な理由があると認められるとき」の判断については、事業者が自ら説明責任を果たせる場合に限り同条を適用するといった運用を想定。 ・柔軟規定を盛り込むことで、現行の規定は削除。

神戸市民のくらしをまもる条例（抄）

〔平成17年4月1日
条例第2号〕

第4章 市民意見の反映

（附属機関の設置）

第54条 市長の行う消費生活の安定及び向上の確保に関する施策について市民の意見を反映させ、関連する施策との総合的な推進を図るため、次の表の左欄に掲げる市長の附属機関を置き、その所掌事務は、それぞれ同表の右欄に掲げるとおりとする。

市長の附属機関	所掌事務
神戸市消費生活会議	消費者行政に関する基本的事項、重要事項その他新たに対応すべき事項について調査審議すること。
神戸市消費者苦情処理審議会	1 第2章第1節の危害等の防止、同章第2節の広告、計量及び表示の適正化、同章第3節の取引の適正化及び同章第4節の消費者包装の適正化に関する施策に関し意見を述べること。 2 第32条第1項に規定する意見を述べ、及び同条に規定するあっせん又は調停に関する事務を行うこと。 3 第34条第1項に規定する認定を行い、及び同条第3項に規定する意見を述べること。 4 第37条に規定する市長の情報の提供に関し意見を述べること。

2 前項の表に規定する附属機関には、部会を置くことができる。

3 前項に定めるもののほか、第1項の表に規定する附属機関の組織及び運営その他附属機関に関し必要な事項は、規則で定める。

神戸市消費生活会議及び神戸市消費者苦情処理審議会に関する規則

昭和49年7月15日
規則第82号

(趣旨)

第1条 この規則は、神戸市民のくらしをまもる条例(平成17年4月条例第2号)第54条第3項の規定に基づき、神戸市消費生活会議(以下「消費生活会議」という。)及び神戸市消費者苦情処理審議会(以下「苦情処理審議会」という。)の組織及び運営等に関し必要な事項を定めるものとする。

(組織)

第2条 消費生活会議は、若干名の委員で組織する。

2 委員は、市長が委嘱し、又は任命した者及び苦情処理審議会の委員で構成する。

3 前2項に規定する者のほか、市長は、特別の事項又は専門の事項を調査審議させるため必要があると認めるときは、臨時委員を委嘱することができる。

4 臨時委員は、学識経験のある者その他市長が適当であると認める者のうちから市長が委嘱する。

(任期)

第3条 苦情処理審議会の委員以外の委員の任期は、2年とする。ただし、再任を妨げない。

2 委員が欠けた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

3 臨時委員は、特別の事項又は専門の事項の調査審議が終了したときは、解嘱されるものとする。

(会長及び副会長)

第4条 消費生活会議に会長及び副会長を置く。

2 会長及び副会長は、委員の互選により定める。

3 会長は、消費生活会議を代表し、その事務を掌理する。

4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第5条 消費生活会議は、会長が招集する。

2 消費生活会議は、委員及び議事に関係のある臨時委員の総数の過半数の者が出席しなければ、会議を開くことができない。

3 消費生活会議の議事は、出席者の過半数でこれを決し、可否同数のときは、会長の決するところによる。

(庶務)

第6条 消費生活会議の庶務は、市民参画推進局において処理する。

(組織)

第7条 苦情処理審議会は、若干名の委員で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 学識経験のある者
- (2) 消費者
- (3) 事業者

(準用)

第8条 第2条第3項及び第4項並びに第3条から第6条までの規定は、苦情処理審議会について準用する。

(施行細目の委任)

第9条 この規則に定めるもののほか、消費生活会議及び苦情処理審議会に関し必要な事項は、それぞれの会長がこれらに諮って定める。

附 則(平成18年3月31日規則第121号)抄

この規則は、平成18年4月1日から施行する。

神戸市消費生活会議運営要綱

(趣旨)

第1条 この要綱は、神戸市消費生活会議及び神戸市消費者苦情処理審議会に関する規則(昭和49年7月規則第82号。以下「審議会規則」という。)で定めるもののほか、審議会規則第9条の規定に基づき、神戸市消費生活会議(以下「消費生活会議」という。)の議事手続、組織及びその他運営等に関し必要な事項を定めるものとする。

(部会の設置)

第2条 神戸市民のくらしをまもる条例第54条第2項の規定に基づく部会の設置は、審議項目、委員構成について、消費生活会議に諮って定める。ただし、緊急に審議する必要がある場合は、消費生活会議の会長(以下「会長」という。)が部会を設置することができるものとし、次回の消費生活会議で承認を得るものとする。

2 部会の審議内容は、消費生活会議に報告するものとする。

(部会の組織及び任期、臨時委員の設置)

第3条 部会は、消費生活会議の委員のうち若干名及び臨時委員で組織する。その場合、臨時委員は部会の委員数の半数を超えないものとする。

2 部会に属すべき委員及び臨時委員は、会長が指名する。

(部会長及び副部会長)

第4条 部会に部会長及び副部会長を置く。

2 部会長及び副部会長は、会長が指名する。

3 部会長は、部会を代表し、その事務を掌理する。

4 副部会長は、部会長を補佐し、部会長に事故があるとき、又は部会長が欠けたときはその職務を代理する。

(部会の議事)

第5条 部会長は部会を招集し、部会を主宰する。

2 部会は、委員及び臨時委員の過半数の出席がなければ会議を開くことができない。

3 部会の議事は、出席者の過半数でこれを決し、可否同数のときは、部会長の決するところとする。

(関係者の出席)

第6条 消費生活会議は、必要があると認めるときは、消費生活会議に消費者、事業者その他関係のある者の出席を求め、説明を受け、意見を聞くことができる。

2 前項の規定は、部会に準用する。この場合、「消費生活会議」を「部会」に読み替える。

(会議等の公開)

第7条 消費生活会議の会議は、これを公開とする。ただし、消費生活会議の決議により公開しないことができる。

2 前項の規定により消費生活会議を公開するときは、開催日時等を市民に事前周知するよう努めるものとする。

3 公開・非公開の消費生活会議に関わらず、会議終了後すみやかに会議録又は会議録要旨(以下「会議録等」という。)を作成する。

4 会議で使用した資料及び前項の規定により作成された会議録等の写しは公開する。ただし、個人情報等公にしないことが適当と認められる内容が記録されているものについてはこの限りではない。

5 第1項から第4項までの規定は、部会に準用する。この場合、「消費生活会議」を「部会」に読み替える。

(部会の庶務)

第8条 部会の庶務は、市民参画推進局において処理する。

(委任)

第9条 この要綱に定めるもののほか、部会の運営に関し必要な事項は、部会長が定める。

(附則)

この要綱は、平成18年4月1日から施行する。

記者資料提供（令和元年5月13日）
 市民参画推進局消費生活センター
 担当：佐久間・加藤（電話：078-371-1137）
 相談専用電話 188（消費者ホットライン）

平成 30 年度消費生活相談の概要

～消費者被害情報（令和元年5月）～

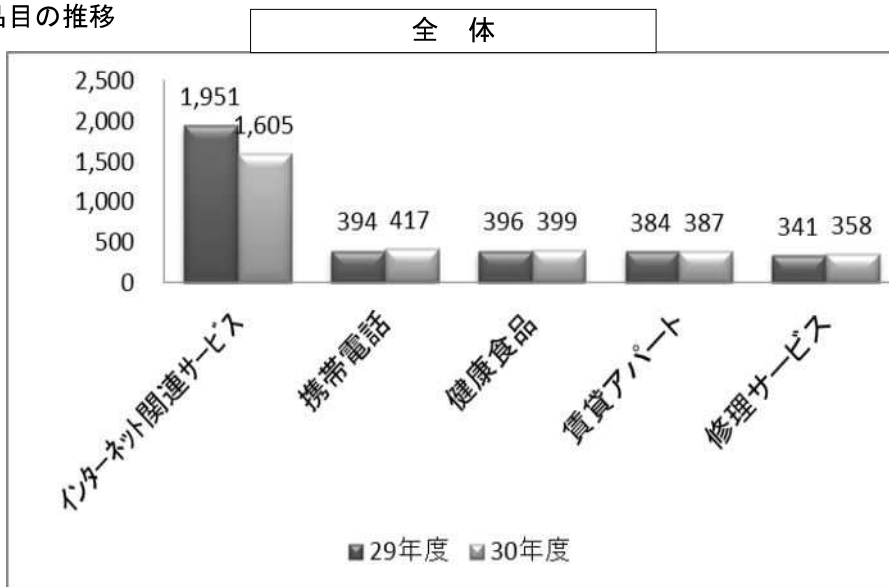
1 概 要

平成 30 年度に神戸市消費生活センターに寄せられた消費生活相談全件数は 12,418 件と前年度に比べて増加（対前年度+681 件、+5.8%）。そのうち、問合わせ・要望を除いた苦情相談件数は 11,772 件。
 60 歳以上の高齢層からの苦情相談件数が占める割合が最も多くなった（対前年度+691 件、+18.8%）。前年度に引き続き、「インターネット関連サービス」に関しての相談が最も多くなった。

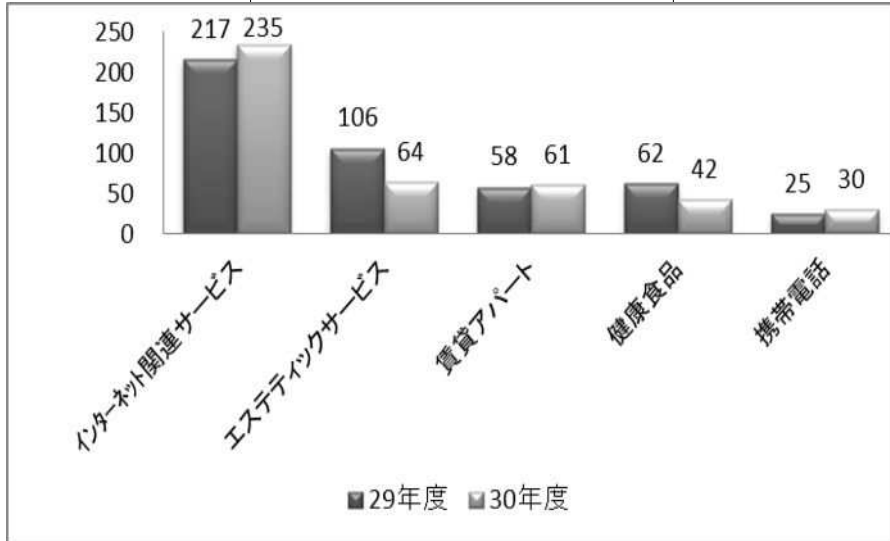
2 苦情相談の傾向

- (1) 全相談件数のうち、苦情相談件数は 11,772 件（対前年度+731 件、+6.6%）。
- ・ 最多は「インターネット関連サービス」（1,605 件、対前年度-346 件）。相談に含まれる主なものは、半減したものの依然として架空請求に関する相談が多くを占める「デジタルコンテンツ」（346 件、対前年度-306 件）や「アダルト情報サイト」（229 件、対前年度-35 件）など。また光回線の勧誘トラブルに関する相談が多い「光ファイバー」（237 件、対前年度-75 件）も含まれる。
 - ・ 2 番目に多かった「携帯電話」の相談は増加（417 件、対前年度+23 件）。他社への乗り換えや機種変更時のトラブルに伴う解約料に関する相談が多い。
 - ・ 次いで定期購入に関するトラブルが多い「健康食品」の相談（399 件、対前年度+3 件）。
 - ・ このほか退去時の原状回復費用に関する相談などの「賃貸アパート」（387 件、対前年度+3 件）や、水漏れやトイレのつまりなどの修理・修繕に関する相談を含む「修理サービス」（358 件、対前年度+17 件）などが微増している。
 - ・ 相談件数全体を押し上げた要因にもなった全国的にも多かった架空請求はがきに関する相談が 889 件（対前年度+789 件）。最も多い月では約 300 件以上あったが、年度末には月に数件にまで減少。
- (2) 高齢層（60 歳以上）の苦情相談は 4,361 件（37.0%）。
- ・ 高齢層の相談が大幅に増加（4,361 件、対前年度+691 件）。苦情相談件数に占める構成比 37.0% と年代別で占める割合が首位となった。「架空請求はがき」の苦情相談 889 件のうち 649 件（73%）が 60 歳以上の高齢者が占めた。
 - ・ 「インターネット関連サービス」の相談が高齢層でも減少するも最多（529 件、対前年度-158 件）。
 - ・ 「修理サービス」に関する相談は微増（132 件、対前年度+2 件）。

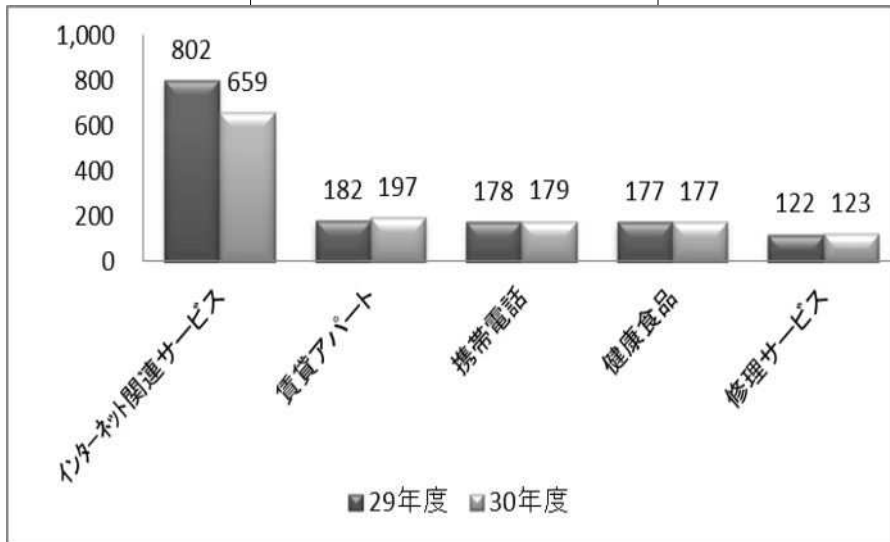
(3) 上位 5 品目の推移



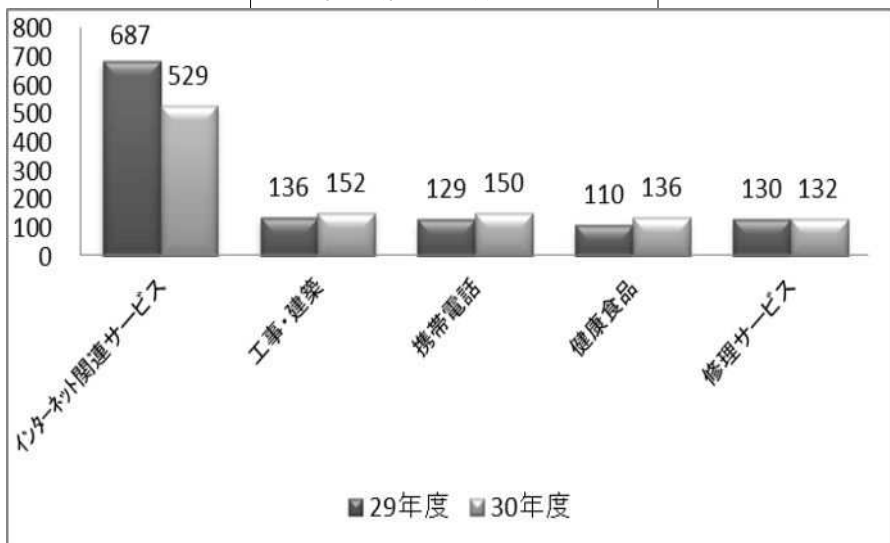
若年層（30歳未満）



成年層（30歳代～50歳代）



高齢層（60歳以上）



3 相談内容等

(1) 「架空請求はがき」に関する相談

相談件数全体の増加要因ともなった「架空請求はがき」に関する相談は月別に見ると10月をピークにその後は減少。年代別では主に高齢者がターゲットとされ、とくに女性宛に送りつけられる特徴が見られました。

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
30年度	20	124	97	51	41	94	310	108	32	1	3	8

年代性別

年代別	男性	女性	その他 不明等	計	(割合)
50歳代	2	117	0	119	(13%)
60歳代	5	378	0	383	(43%)
70歳代(不明)	7	205	1	213	(24%)
80歳以上	0	53	0	53	(6%)
その他・不明等	3	113	5	121	(14%)
合計 (割合)	17 (1.9%)	866 (97.4%)	6 (0.7%)	889	(100%)

※60歳以上 649件 (73%)

主な相談事例とアドバイス

(当事者：70代女性)

消費料金に関する訴訟最終告知のお知らせと書かれたはがきが届いた。「契約不履行による民事訴訟として訴状が出されたこと通知する」書かれていた。自身には何の商品のことなのか覚えがない。訴訟取り下げ最終期日が今日なのに、昨日に届いた。書かれていた番号へ固定電話から電話すると、男性から何か説明されたがその内容がよくわからなかった。詐欺だろうか。

(アドバイス)

連絡先には「地方裁判所管理局」「法務省管轄支局 国民訴訟お客様管理センター(通達センター)」など書かれています。そのような部署は実在しません。決して相手に連絡をしてはいけません。本事例では固定電話から電話をかけていることから、相手に相談者の電話番号が知られているので、今後、何らかの連絡があることも考えられることを伝え、留守番電話の機能の活用等についてアドバイスしました。

(2) 「インターネット関連」に関する相談

SMS（ショートメッセージサービス）で「身に覚えのない請求」の相談が多く寄せられています。「有料サイトの利用料金が未納になっている」といったメッセージを消費者へ送りつける架空請求や、「荷物の不在通知」とした表題で運送会社を装いSMSを送信したうえで偽サイトへ誘導される事例もあります。また、画面をタップしたところいきなり契約完了となり「解約はこちらへ」との表示が出て解約料を請求される「アダルト情報サイト」に関する相談もまだまだ後を絶ちません。消費者に連絡をとらせて言葉巧みにコンビニでプリペイドカードの購入を誘導する手口に騙されてはいけません。

相談件数

	デジタルコンテンツ うち不当請求 (%)	アダルト情報サイト うち不当請求 (%)
平成 29 年度	652 574 (88.0)	264 241 (91.3)
平成 30 年度	346 228 (65.9)	229 206 (90.0)

主な相談事例とアドバイス

(当事者：50代女性)

「有料サイトの未納料金について」と書かれたSMSがきたので折り返し電話をかけた。相手は「通信事業者の債権取立てをしている。あなたは30万円の未納金がある。支払わなければ裁判所から通知が届く」と言われた。それならば、その通知を待ちますと返答したところ、「うるさい、黙れ」と暴言をはかれ、その後押し問答となった。その際に個人情報をお聞かされて伝えてしまっている。

(アドバイス)

覚えが無ければ架空請求です。これ以上連絡せずに電話がかかってきても無視するように伝えました。また、脅されたりするようであれば警察にも相談するように助言しました。

(3)「携帯電話」に関する相談

携帯電話の契約に関するトラブルの中でも特に高齢者のトラブルが増加し続けています。これまで使っていたガラケーから最新のスマホに機種変更したところ、「使いこなせない」「以前使っていた携帯電話に戻してほしい」「解約月だと説明されたのに解約料を請求された」といった相談のほか、スマホの契約以外に事業者から勧められたSIMやタブレットをよく理解しないまま同時に契約してしまった、といった契約や解約に関する相談が多くを占めています。

ここ10年の相談件数を年代別で見ると60代(約2倍)、70代(約3倍)、80代では(約7倍)と増加している特徴が見られます。

高齢層の年代別件数

	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
60歳代	33	48	32	42	46	52	66	63	53	64
70歳代	19	18	15	15	22	24	44	43	48	65
80歳代	3	4	3	3	7	7	16	18	28	20

主な相談事例とアドバイス

(当事者：70代男性)

スマホが水没したが使用には問題なかった。ショップの店員さんから「発火する可能性がある。今ならキャンペーン中でスマホ2台とSIMを同時に契約すればお得ですよ」と勧められた。SIMは不要と伝えたが、「SIMは数ヵ月後に解約したらいい。その際の解約金は不要です」と言われたので契約。今月SIMを解約しようとショップに出向いたところ閉鎖されていた。他のショップに行くとカスタマーセンターの電話番号を案内され、ガイダンスに従うが、オペレーターに繋がらない。毎月の使用料を払っているので早く解約したい。

(アドバイス)

本事例ではセンターからキャリアに相談者の要望を伝え、代理店に確認してもらいましたが当時の詳しい状況が分からなかったとの事でした。その後キャリアから連絡があり、解約金は不要でSIMを解約することになり、相談者とも同意することができました。この他にも高齢者が「お得ですよ」と勧められて、携帯電話と一緒に複数のタブレットや光回線、ガス・電気、大容量のデータプランなど、これらのさまざまな「セットプラン」を勧められ、その支払う料金や契約期間・解約時の違約金などについて正しく理解しないまま契約をする、また、結果的にスマートフォンを使いこなせずに解約したいといった相談が多く寄せられています。

- ・ 高齢の方が高額な通信料を支払っているが、使っていないような複数の端末を持っていないか、周囲で気付いた方は声をかけてあげましょう。
- ・ 契約時にはショップでは手続きに何時間もかかる場合があることを理解しておきましょう。最後に契約書にサインする前に、発生する料金や解約料などを改めて確認し、理解や納得できなければ断る意思を持つことが大切です。
- ・ スマートフォンの操作方法が分からない場合は、周りでスマートフォンを持っている知人や家族などに画面を一緒に見てもらいながら操作方法を教えてください。またスマートフォンの使い方の教室や無料の講座などを利用してみましょう。

(4)「健康食品」に関する相談

健康食品の購入トラブルの中でも多く寄せられる相談が「定期購入」に関するもので、全体では約半数（45%）を占めており、年代別では40代が最多（62%）となっています。有名な芸能人が起用される広告の中で「健康に良い」「ダイエット効果あり」とうたわれる一方で、「ただし4回の購入が条件です」と書かれた文字は見落とされ、お試しのつもりが定期購入になっていたという相談が多く寄せられています。このほか「体調を崩した」「アレルギーが出た」といった健康被害を理由に事業者へ解約を申し出るも、電話がなかなかつながらないといった相談も寄せられています。

健康食品の年代別件数

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	不明	合計
健康食品	19	23	23	71	83	60	34	42	44	399
うち定期購入 (割合)	11 (58%)	8 (35%)	13 (57%)	44 (62%)	45 (54%)	25 (42%)	10 (29%)	6 (13%)	19 (43%)	181 (45%)

主な相談事例とアドバイス

(当事者：50代女性)

通信販売でダイエットの酵素食品が安かったので注文した。しかし商品にアレルギーがある成分が含まれていたため身体に合わなかったところ2個目が届いたので「注文していません」と言って受け取り拒否して宅配業者に持ち帰ってもらった。その後送料を含めた高額な請求書が届いた。解約の電話をするもなかなかつながらない。

(アドバイス)

本事例では相談者へ同様の事例が多く寄せられていることを伝え、平日の午後等、繋がりやすい時間帯もあるので電話をしてみるように助言しました。その後、事業者へ電話が繋がり解約を申し出たところ、2回目までの定期購入代金を支払ってもらえば解約に応じてもらえることとなりました（※ほとんどのケースでは初回分からの通常価格を請求されます）。

通信販売では、クーリング・オフ制度はありません。定期購入が契約の条件となっていないか画面をよく確認しましょう。また、無用なトラブルを避けるためにも一方的に商品を返品する事は控えましょう。

(5) その他の相談（前年度比3倍以上の相談）

・航空サービス（平成29年度14件、平成30年度46件 ※約3.3倍）

LCC等、格安航空の利用でチケットのキャンセルしたところ「キャンセル不可だった」「キャンセル料を請求された」、「キャンセル料が返金されない」といった「航空サービス」の相談。このうち、多くの被害をもたらした平成30年9月4日の台風21号で空港が閉鎖となり多くの便が欠航になった影響で「航空会社に連絡がとれない」といった、台風関連の相談が12件ありました。

・都市ガス（平成29年度9件、平成30年度29件 ※約3.2倍）

平成29年4月1日から始まったガスの小売自由化。「電気とガスをセットにすると安くなると思われたが思うほど安くならなかった」といった相談が2年目に入って増加しています。販売購入形態別で見ると、「訪問販売」が29年度に0件だったのが、30年度には13件と大幅に増加しているのが特徴でした。

◇神戸市消費生活センター◇

消費生活に関する商品やサービスの契約トラブルなどについて、消費者からのご相談を消費生活相談員がお受けし、解決に向けた助言などを行っています。

クーリング・オフの手続きの説明や、専門機関の紹介をいたします。

場所：神戸市中央区橋通3-4-1 神戸市立総合福祉センター5階

電話：188（消費者ホットライン）

相談時間：月曜日から金曜日（12月29日から1月3日、祝日を除く）

午前9時から午後5時（ただし、来訪相談の受付は午後4時30分まで）

<http://www.city.kobe.lg.jp/life/livelihood/lifestyle/index.html>