

令和5年度第1回
札幌市消費生活審議会

会 議 録

日 時：2023年8月21日（月）午後1時30分開会
場 所：札幌市役所 18階 第2常任委員会会議室

1. 開 会

○事務局（福田消費生活係長） 皆様、こんにちは。

本日は、お暑い中をお集まりいただき、ありがとうございます。

時間より少し早いのですが、皆さんがお集まりのようですので、始めさせていただきますと思います。

私は、事務局を務めます消費生活課の福田と申します。よろしくお願いいたします。

会議に先立ちまして、事務局からお知らせとお願いがございます。

札幌市情報公開条例の第21条では、附属機関での会議は原則公開とされており、また、自治基本条例の第25条と第26条では、施策検討の各段階からの情報を市民に積極的に提供するように定められております。当審議会の会議につきましても、公開の取扱いとし、会議録、委員名簿などを公表させていただくこととなりますので、ご了承いただきますようお願いいたします。

○事務局（高橋消費生活課長） 皆さん、こんにちは。

私は、札幌市消費生活審議会の事務局を担当しております市民文化局市民生活部消費生活課長の高橋でございます。よろしくお願いいたします。

会議に入ります前に、本日は今期初めての審議会となりますので、審議会の設置及び組織等についてご説明させていただきます。

○事務局（福田消費生活係長） それでは、お手元にお配りしております冊子の第4次札幌市消費者基本計画の82ページをご覧ください。

こちらには札幌市消費生活条例を記載しておりますが、ページの左下の第47条において、消費生活審議会は、市民の消費生活の安定及び向上を図るための施策の基本的事項、その他当該施策の実施に係る事項を審議するために設置が義務づけられております。

また、次の第48条では、委員12名以内をもって組織することとし、第3項でその任期は2年とされております。そして、第8項では、審議会の組織及び運営に関し必要な事項は規則で定めることとされております。

次に、88ページをご覧ください。

こちらには、札幌市消費生活条例施行規則を記載しております。ページの左下をご覧くださいと、第28条に、審議会に会長及び副会長各1人を置き、委員の互選により定めるとありますので、後ほど議題（1）で会長と副会長の選出をいたします。

また、第29条では、会議の招集、議事について定められており、委員の半数以上の出席をもって会議を開くことができ、また、審議会の議事は出席委員の過半数で決することとされています。

さらに、第30条では消費者苦情処理部会について定められておりますが、こちらは後ほど議題（3）の消費者苦情処理部会委員の指名の際に詳しくご説明させていただきます。

簡単ですが、審議会の概要については以上となります。

○事務局（高橋消費生活課長） 次に、委嘱状の交付についてです。

本来であれば、委嘱状を皆様方お一人一人にお渡しすべきところではございますが、今回は、あらかじめお手元に置かせていただきました。誠に恐れ入りますが、ご理解のほどをよろしく願いいたします。

さて、本日は、札幌弁護士会の小泉委員とコープさっぽろの成田委員から所用によりご欠席とのご連絡をいただいておりますが、札幌市消費生活審議会委員12名のうち、10名の方のご出席をいただいております、札幌市消費生活条例施行規則第29条第2項に規定する半数を超える出席となっておりますので、会議が成立していることを報告させていただきます。

それでは、ただいまから、第65回、令和5年度第1回札幌市消費生活審議会を開催させていただきます。

2. 市民文化局長挨拶

○事務局（高橋消費生活課長） 審議会の開催に当たりまして、市民文化局長の前田よりご挨拶を申し上げます。

○前田市民文化局長 改めまして、皆さん、こんにちは。

市民文化局の前田でございます。

本日は、お忙しい中、なおかつ、大変暑い中、お集まりをいただきまして、本当にありがとうございます。

まずは、このたび、第15期の札幌市消費生活審議会委員にご就任いただきましたこと、また、公募委員の皆様におかれましては、積極的に応募していただきましたことに御礼を申し上げたいと思います。ありがとうございます。

札幌市では、これまで、市民の皆様のライフステージに合わせた消費者教育の充実や被害拡大防止に向けた取組など、様々な施策を展開してまいりました。

特に、悪質な事業者への調査、指導につきましては、市民の皆様からのご要望も大変多く、被害拡大の懸念のある不当な取引に対しては、速やかに是正するように事業者への指導を行ってまいりました。

また、消費者被害を未然に防ぐために、様々な関係機関の皆様のご協力も得ながら、高齢者や障がいのある方たちへの見守りを強化し、地域ネットワークを拡充することにも取り組んできたところでございます。

皆様もご承知のとおり、近年、消費者を取り巻く環境は大きく変化してきておりまして、インターネット取引の急拡大、新型コロナウイルス感染症の影響に加え、昨年4月には民法の改正により成年年齢が18歳になったことから、若者の契約トラブルの増加も懸念されております。

こうした環境の変化に対しまして、札幌市としましても、これまでの取組を一層磨き上げていくことに加え、日々、市民の皆様から寄せられているご相談をしっかりと受け止め、事業者への調査、指導、そして、地域への注意喚起、また、より効果的な事業に生かして

まいりたいと考えているところでございます。

今年度より、前期の審議会委員の皆様にご審議をいただき策定してまいりました第4次消費者基本計画がスタートいたします。設定した目標の達成に向けまして、我々もしっかり取り組んでまいりたいと考えておりますので、皆様には、専門のお立場から忌憚のないご意見を頂戴しまして、さらなる札幌市の消費者行政の推進のためにお力添えをいただけますれば幸いです。

改めてこの点をお願い申し上げまして、大変簡単ではございますが、開催に当たってのご挨拶とさせていただきます。

どうぞよろしくお願い申し上げます。

3. 委員紹介

○事務局（高橋消費生活課長） 続きまして、委員の皆様をご紹介します。

本日のお座席につきましては、お名前の五十音順でお座りいただいております。

それでは、私から見て左手の奥のお席から、札幌商工会議所総務部会副部会長の阿部夕子委員です。

続きまして、公募委員の上村和子委員です。

続きまして、社会福祉法人札幌市社会福祉協議会地域福祉部長の大石純委員です。

続きまして、北海道小学校家庭科教育連盟会長の近香奈子委員です。

続きまして、公益社団法人札幌消費者協会会長の高田安春委員です。

続きまして、今度はこちら側から見て右奥側のお席になりますが、適格消費者団体特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道理事の番井菊世委員です。

続きまして、日本損害保険協会北海道支部事務局長の長崎達委員です。

続きまして、札幌大学地域共創学群法学専攻准教授の西村曜子委員です。

続きまして、北海道大学大学院法学研究科教授の林誠司委員です。

続きまして、公募委員の皆川智司委員です。

このほか、本日は所用でご欠席となっておりますが、札幌弁護士会消費者保護委員会副委員長の小泉純委員と生活協同組合コープさっぽろ札幌西地区委員長の成田しえ委員を加え、12名の皆様で今後はご審議をいただくこととなりますので、よろしくお願いいたします。

ここで、前田市民文化局長につきましては、大変恐れ入りますが、所用のため退席させていただきます。

○前田市民文化局長 申し訳ございません。どうぞよろしくお願いいたします。

〔前田市民文化局長退席〕

4. 事務局挨拶

○事務局（高橋消費生活課長） 次に、当審議会の事務局を担当いたします札幌市市民文化局市民生活部の関係職員から自己紹介させていただきます。

○事務局（田口市民生活部長） 市民生活部長の田口でございます。今後ともどうぞよろしくをお願いいたします。

○事務局（福田消費生活係長） 消費生活係長の福田でございます。よろしくお願いいたします。

○事務局（原調査指導係長） 調査指導係長の原でございます。よろしくお願いいたします。

○事務局（阿部表示検査担当係長） 表示検査担当係長の阿部と申します。どうぞよろしくをお願いいたします。

○事務局（中澤計量検査所長） 計量検査所長の中澤です。よろしくお願い致します。

○事務局（高橋消費生活課長） 以上が事務局でございます。

◎連絡事項

○事務局（高橋消費生活課長） それでは、議事に入ります前に、お手元の資料を確認させていただきます。

本日、各委員のお席には、会議次第、審議会委員名簿、座席表、配付資料一覧、資料番号1-1から6までの12種類があると思います。不足等がございましたら、お手数ですが、お申し出ください。また、皆様方のお手元に第4次札幌市消費者基本計画の冊子をお配りしております。大体ご確認ができたようですので、進めたいと思います。

5. 議 事

○事務局（高橋消費生活課長） これから議事に入ります。

まず、（1）の議決事項のアの会長の選出を行いたいと思います。

今回、委員の改正によりまして、新たに会長を選出する必要がございます。

札幌市消費生活条例施行規則第28条第2項に、会長は、審議会を代表し、会務を総理するとありますが、会長が選出されるまでの間、事務局において進めさせていただきたいと思いますので、ご了承願います。

会長の選出方法についてですが、条例施行規則第28条第1項において互選により定めることとなっております。

どなたかご推薦などはございませんでしょうか。

○高田委員 私は、消費者問題に幅広いご見識をお持ちの林誠司委員にお願いしたいと思いますが、いかがでしょうか。

○事務局（高橋消費生活課長） ただいま林誠司委員を推薦するご意見がありましたが、ほかにご意見等はございませんでしょうか。

（「なし」と発言する者あり）

○事務局（高橋消費生活課長） 特段ご意見がないようですので、当審議会の会長に林誠司委員を選出することとしたいと思います。よろしいでしょうか。

（「異議なし」と発言する者あり・拍手）

○事務局（高橋消費生活課長） それでは、以降の議事進行につきましては、林会長にお願いしたいと思います。会長、よろしくお祈いします。

〔会長は所定の席に着く〕

○林会長 本審議会の会長を務めさせていただくことになりました林誠司です。よろしくお祈いします。

私は、2015年にこの審議会の委員を仰せつかりまして、間が2年ほど空いておりますけれども、以来、今日まで、特に前の14期におきましては、河森前会長の下、副会長として審議会に参加をさせていただきました。今後は、会長として市民の皆様の負託にお応えできますよう、微力ながら尽力してまいりたいと存じます。よろしくお祈い申し上げます。

それでは、早速ですが、議決事項のこの副会長の選出に移ります。

条例施行規則第28条第3項において、会長を補佐し、会長に事故があるとき、または、会長が欠けたときは、その職務を代理すると規定されております。

副会長につきまして、どなたかご推薦はございませんでしょうか。

○近委員 それでは、ご推薦させていただきます。

消費者問題に造詣の深い番井菊世委員に副会長をお引き受けいただきたいと思いますが、いかがでしょうか。

○林会長 ただいま番井菊世委員を推薦するご意見がありましたが、ほかにご意見はございませんでしょうか。

（「なし」と発言する者あり）

○林会長 反対意見がなければ、異議なしとして進めさせていただきますが、よろしいでしょうか。

（「異議なし」と発言する者あり）

○林会長 それでは、異議がないようですので、当審議会の副会長に番井菊世委員を選出することといたします。

番井副会長、どうぞこちらの席へご移動ください。

〔副会長は所定の席に着く〕

○林会長 それでは、番井副会長からご挨拶をお願いいたします。

○番井副会長 番井菊世と申します。

この審議会は、今回で3期目となります。まだまだ知識不足であったり考えの浅いところもたくさんあるとは思いますが、精いっぱい努めさせていただきたいと思っていますので、どうぞよろしくお願いいたします。

○林会長 ありがとうございます。

それでは、報告事項へ移りたいと思います。

アの第3次札幌市消費者基本計画の令和4年度における実施状況について事務局よりお願いいたします。

○事務局（福田消費生活係長） それでは、第3次札幌市消費者基本計画の実施状況についてご報告させていただきます。

それに当たり、まず、第3次計画の構成についてご説明いたします。

資料1-1をご覧ください。

こちらは、第3次消費者基本計画における重点項目になります。

第3次計画では、消費者を取り巻く環境や課題に対応するため、特に優先的に取り組むべき課題として、資料の中段に記載のとおり、四つの重点項目を掲げております。

1は安全で安心できる消費生活に向けた取引行為のさらなる適正化、2は高齢者等における消費者被害の未然防止の推進、3は、自ら考え、判断し、行動する消費者となるための学びの機会の充実、4は消費者行政の更なる推進に向けた連携の強化とネットワーク化の拡充ですが、これらの重点項目は、国際目標であるSDGsにも関係し、資料の下段でそれぞれの重点項目と結びつくSDGsを示しています。重点項目の達成に向けた取組がSDGsの各目標の達成にも寄与します。

次に、8ページほどおめくりいただきまして、資料2-1をご覧ください。

こちらは、計画の体系になります。

図の中には、基本的方向として、1の安全・安心な暮らしの推進、2の広告その他を含む表示などの適正化の推進など、1から9まで記載されていますが、これらは、札幌市消費生活条例の目的と理念を実現するため、市が実施すべき施策を整理したものです。

また、基本的方向にひもづけて、これらを実現するための具体的な施策が基本的施策として示されております。

先ほどご説明した四つの重点項目を踏まえた上で、ここに示された基本的方向ののっとり、基本的施策を推進していくというのが3次計画の概要となります。

それでは、3次計画の実施状況の報告に入らせていただきます。

7ページほど戻っていただきまして、資料1-2をご覧ください。

第3次消費者基本計画重点項目の実施状況についてとありますが、こちらは、3次計画が運用開始となった平成30年度から令和4年度までの5年間の実施状況をまとめたものになります。

3次計画では、四つの重点項目を達成するため、項目ごとに行動目標を二つずつ設定しており、その行動目標の達成に向けた施策の実施状況に基づき、丸、三角、バツの3段階

で評価を行っています。評価の基準については、表紙の下の囲みに記載しています。

それでは、表紙をおめくりいただきまして、重点項目1の安全で安心できる消費生活に向けた取引行為の適正化からご説明いたします。

重点項目に関する施策は重点施策と主な施策の二つに分類されており、それらの具体的な施策の内容を表の左側の黒丸で列挙しています。

また、各施策の内容の後ろに事業番号の記載がありますが、これは、資料2-2の基本的施策の番号と対応しており、基本的施策と重点項目のつながりを示すものになります。

時間の都合上、資料2-2、資料2-3についてはここで説明いたしませんので、後ほどご確認いただければと思います。また、施策については、一つずつの説明はせずに、主要な部分についてご説明をさせていただきます。

資料1-2にお戻りください。

重点施策の一つ目の黒丸の「消費生活条例や不当な取引行為に関する基準を事業者に周知徹底し、違反事業者への対応を強化します。」については、後ほど報告事項のウの事業者指導状況の報告の際にご説明させていただきます。

次に、重点施策の二つ目の黒丸の「ホームページやSNSなどを活用し、消費者に対して悪質事業者やその手口に関する情報を提供します。」についてです。

毎月15日頃、その時々で気をつけてほしい注意喚起情報をイラストつきで解説するみまもり通信を発行しており、旧ツイッターのXやホームページ、Eメールで配信しています。

また、臨時号として一時的に急増した相談案件などについても注意喚起をしており、令和4年度は、リフォーム工事の点検商法や副業の契約トラブルなどについて臨時号を4回発行しております。

ほかにも、今年の広報さっぽろ3月号の巻頭特集記事において、定期購入や賃貸住宅の原状回復トラブルについて注意喚起を行いました。

2ページ目に移りまして、重点施策以外にも、消費者ホットライン188（いやや）の認知度向上のため、地下鉄駅構内へのポスター掲示や、啓発動画の「消費者トラブルいやや！！」のテーマをさらに増やした上で、ユーチューブやTVer、テレビCMの放映などを行いました。

また、北海道銀行と北洋銀行のATMコーナーでも還付金詐欺をテーマにした映像の放映を行い、現在も継続して行っているところです。

「いやや！！」の動画はとても人気があり、他都市からも活用させてほしいと相談を受けることがよくあります。最近では、新潟県の上越市より講座などで流したいと連絡があり、協力させていただいたところです。

次に、3ページ目をご覧ください。

重点項目1の行動目標とその達成状況を記載しています。

行動目標の一つ目は、「消費生活条例等に定める不当な取引行為の基準等について、逐

条解説を整備し、公開する。」ですが、平成30年度末に公開し、目標は達成しています。

行動目標の二つ目は、「消費生活に関する注意喚起情報の提供回数」ですが、目標は、随時実施に加え、毎月定期的実施としております。

こちらの達成状況についてですが、重大な事案については、プレスリリース等にて随時の情報発信を行い、様々な世代の多くの市民に届くよう、多様な広報・広告媒体を活用し、注意喚起と情報提供を実施したほか、毎月、定期的に「みまもり通信」を発行し、目標を達成しています。

これらの取組を踏まえまして、一番下の行動目標達成に向けた実施状況の検証・評価については、評価を丸とさせていただきました。

続きまして、4ページ目をご覧ください。

次に、重点項目2の高齢者等における消費者被害の未然防止の推進についてご説明いたします。

重点施策の一つ目の黒丸の「地域での見守りの必要性について周知するとともに、消費生活サポーターとして登録した市民や企業と連携して、見守り活動の充実を図ります。」についてです。

現在、本市では、市民や企業に消費生活サポーターとして登録していただき、地域での見守りや市の消費生活課からの注意喚起情報を広めていただくなど、できる範囲での見守り活動にご協力いただく取組を行っています。

毎月発行のみまもり通信は、サポーターの皆さんにより、マンションの掲示板や習い事のサークル、回覧板など、様々な方法で地域に周知していただいております。

令和4年度は、札幌市社会福祉協議会と連携してサポーター養成講座を実施したほか、エルプラザに足を運んでいただくのが難しい方に向けて、地区図書館で講座を実施しました。今後は、地区図書館以外に、区民センターでも講座を実施するなど、より気軽に見守り活動のための知識を得られるような取組も行う予定です。

重点項目の二つ目の黒丸の「大学や専門学校、企業等において、若年者に多い消費者被害の未然防止のための、講座や啓発の充実を図ります。」についてです。

通勤、通学で多くの若者が利用するバスターミナルにおいて、音声広告の放送を令和4年7月から行い、現在も継続中です。福住、大谷地、宮の沢の3か所で放送しており、成年年齢引下げに関する注意喚起を行うとともに、消費者ホットライン188（いやや）の周知を併せて行っています。

5ページ目をご覧ください。

重点項目2の行動目標における達成状況ですが、行動目標3の消費生活サポーターの個人登録者数は、目標値の累計300人に対し、令和4年度末時点で340人に登録していただき、目標を達成しております。

今後は、引き続き、見守りの担い手の拡充に取り組むとともに、消費生活サポーターの活動を活性化し、より効果的な見守り活動の推進に向け、表彰制度の導入を行う予定です。

行動目標4の大学生または新社会人向けの啓発事業の回数は、目標値の累計60回に対して、教材の提供や消費者センターでの講師派遣講座、ウェブ広告の配信などにより、累計131回実施しており、目標を大幅に上回りました。

しかしながら、成年年齢引下げに伴う若者の消費者被害の増加を防止していくため、今後も引き続き若年層への啓発に注力していきたいと考えております。

以上の取組を踏まえ、評価は丸とさせていただきました。

次に、6ページ目をご覧ください。

次に、重点項目3の自ら考え、判断し、行動する消費者となるための学びの機会の充実についてご説明いたします。

重点項目の一つ目の黒丸の「消費者センターを消費者教育の拠点として、『消費者教育の体系イメージマップ』に基づき、消費者教育をバランスよく学べるよう、講座等の企画を行います。」については、後ほど行動目標についてご説明する際に併せて説明させていただきますので、一旦飛ばさせていただきます。

その下の重点項目の二つ目の黒丸の「学校の意見を取り入れた講師派遣講座の実施や、学校で活用しやすい教材の提供を行います。」についてですが、市内の各小・中学校、高校、専門学校、大学からの依頼により、講師派遣講座を実施しているほか、各種教材を作成、配付しております。

7ページ目をご覧ください。

二つ目の黒丸ですが、高齢者を狙った特殊詐欺の増加を踏まえ、本市では、地域防犯を所管する部署と連携した講座を実施し、特殊詐欺の被害防止とともに、関連する消費者被害の防止を図っているほか、三つ目の黒丸の持続可能な消費の実践に向けた講座なども実施しています。

重点項目3の行動目標における達成状況ですが、行動目標5の学校教育等で使用できる消費者教育教材の提供は、計画期間内に、小・中学校、高等学校及び大学のそれぞれで活用できる教材を配付としており、全教育段階における教材の配付が実現できています。

令和5年度については、小・中学校の教員へのアンケートでいただいた意見を基に、より活用しやすい教材となるよう修正を加え、配付の準備を進めております。

続いて、行動目標6の消費者教育の体系イメージマップにおける講座等を実施している割合（消費者センター実施分）については、目標値を100%としており、これを達成しています。

2ページほどめくっていただき、資料1-4の消費者教育に関する取組マップ（平成30年度～令和4年度累計実施分）をご覧ください。

目標値を5年間の累計で100%、つまりゼロの項目がない状態にすることを目的としているところですが、100%網羅することができています。今後は、消費生活相談の傾向など、その時々の方々のニーズを捉え、必要なテーマを見極めた上で、より効果的な消費者教育を行っていくことが重要と考えています。

7ページにお戻りいただきまして、以上の取組を踏まえ、行動目標達成に向けた実施状況の検証・評価については、評価を丸とさせていただきます。

次に、8ページ目をご覧ください。

重点項目4の消費者行政の更なる推進に向けた連携の強化とネットワーク化の拡充についてご説明いたします。

重点施策の一つ目の黒丸の「消費者団体との情報交換会の開催のほか、各種団体や他の行政機関との情報共有を図ります。」では、悪質事業者の差止め請求訴訟などを行っている特定適格消費者団体に必要な情報を提供することにより、消費者被害の拡大防止を図る取組を行っています。

また、市内の消費者相談窓口がある事業者や消費者団体、関係機関などと情報交換会を例年実施しているほか、特定適格消費者団体である消費者支援ネット北海道、ホクネットと連携し、札幌市で実施している消費生活相談や事業者指導などについて助言等のご支援をいただいています。

重点施策の二つ目の黒丸の「消費生活サポーター団体等の自主的に消費者教育や啓発に取り組む事業者等と連携して、啓発活動等を推進します。」では、団体サポーターにみまもり通信の配付や掲示のご協力をいただき、ネットワークを活用した注意喚起などの取組を行っています。

昨年度は、企業や団体サポーターと連携し、冬道の滑り止め砂用ペットボトルのラベルに消費者センターの案内を掲載する取組や、チ・カ・ホにおける販売イベントでのチラシや訪問販売お断りステッカーの配付などのほか、銀行ATMにおける還付金詐欺の啓発動画の放映などを行いました。

次に、9ページ目の行動目標における達成状況ですが、行動目標7の消費者センターと連携して啓発活動を行う消費生活サポーターの団体登録数は、目標値を20団体としていたところ、令和4年度末時点で45団体であり、目標を達成しております。

団体サポーターとしてご登録をいただいているのは、例えば、一般社団法人札幌市老人クラブ連合会、札幌司法書士会、セコム株式会社北海道本部などです。

今後は、団体サポーターと連携した取組をさらに充実させるため、フォローアップ講座を行うとともに、連携事業の積極的な呼びかけを行い、第4次基本計画の重点施策として掲げている事業活動と連携した啓発の取組を促進していきます。

行動目標8の相談窓口を設けている事業者団体との情報交換会(消費者相談窓口懇談会)の開催は、目標値を毎年開催としています。令和2年度のみ新型コロナウイルス感染症拡大の関係で中止となりましたが、令和4年度は、前年度に引き続き、それぞれの事業者団体を個別に訪問することで、より実効性のある情報交換を行うことができました。今後も継続して毎年開催したいと考えております。

以上の取組を踏まえまして、行動目標達成に向けた実施状況の検証・評価については、評価を丸とさせていただきます。

第3次計画で設定した各行動目標については、全てを達成することができました。

長くなりましたが、以上で3次計画の実施状況の報告を終わらせていただきます。

○林会長 それでは、ただいまの説明について、委員の皆様からご質問やご意見等がございましたらお願いいたします。

○皆川委員 3次計画の最終年度ということで、詳細なご説明をいただきまして、ありがとうございます。

消費者基本計画においては、いろいろな具体策が示されていて、それに取り組みられてきたと思うのですが、消費者基本計画が目指すところというのは、簡単に言ってしまうと、消費者トラブルをなくすことは無理かもしれませんが、消費者トラブルを減らすことなのではないかと思うのです。ですから、第3次計画でいろいろな施策をやられてきて、消費者トラブルの状況がよくなったのか悪くなったのか、そこら辺の説明をお願いします。

○事務局（高橋消費生活課長） 回答いたします。

実際のトラブルについてですが、いわゆる消費者センターに対する相談件数は、ほぼ横ばいのような状況で、数字的にはそれほど変わっておりません。ただ、中身がどうなっているかといいますと、やはり以前よりも手の込んだものが増えているのかなというところがございます。

事業者側は、手を替え品を替えといいますか、新しくいろいろなことをやってきておりまして、今ですと、特にネット通販のトラブルが非常に増えてきております。ネット通販は、いいことはすごく大きく書いて、注意しなければならないことは本当に小さく書くなど、やってはいけないという決まりもあるのですけれども、そのぎりぎりの線でやっているのです。消費者センターには、日々、そういう相談が来ておりまして、私どもで一通り目を通して分析しておるところなのですが、とにかく、消費者トラブルというのは、日々、形を変えてきているというのが現在のところでございます。

○皆川委員 今ご説明がありましたが、この3次計画をやってみて、改善されているのかされていないのかを教えてくださいのですね。

○事務局（高橋消費生活課長） 出てきた一つ一つのトラブルを減らすということでは、ある程度の成果は上がっていると思いますけれども、これで収まったかなと思ったらまた新しいものが出てきたりということがありますので、何をもち改善と捉えるかというのはちょっと難しいかと思っております。

私どもは、出てきたものについて、テレビやラジオ、新聞、あるいは、先ほど言ったツイッターなどで、こういうものがあります、注意してくださいと啓発していて、それで一旦収まったりすることもあるのですが、たちごといいですか、手を替えた新しいものが出てきます。

また、消費者庁や北海道庁においては、悪質な事業者が出てきたときには、公表や業者に対する指導、処分等をしておりまして、私どももその情報等を積極的に発信することで

収まったりはするのですけれども、やはりまた新しい事業者が出てくるといふ点もあるのかなと思っております。

○皆川委員 個別の事象に対する解説はそのとおりだと思いますし、私も納得するのですが、例えば、5年間でこういういろいろな具体策を打ちますよとなったときには、それをやった評価というのを何かの方法で示さないといけないと思います。例えば、研修会を何回やりました、丸、情報提供を何回やりました、丸、何々を100%やりました、丸という評価だけでは、消費者トラブルに対してどんな効果があったのかというところが見えてこないです。これは4次計画にも関係するのかもしれませんが、そこまで踏み込んだ評価をして分析しないと、これからやっていく計画が本当に消費者の役に立ったのか立っていないのかというところが判断できないので、そこら辺をこれから論議していったほうがいいのではないかと思います。

○林会長 より具体的な問題についての効果の検証もこの計画の中で取り上げていったほうがよいというご意見だと考えます。

ただ、今、事務局からもお話がありましたように、消費者問題というのは、いちごっこのような面もありますので、あちらをたたいても次はこちらからという形で、総数として劇的に目に見える形で消費者被害を減らすのはなかなか簡単に行かないかと思っておりますけれども、とりわけ、特に問題となっている個別の事象といいますか、そういったケースについて、より効果的な対策を講じて、実際に効果があったのかどうかを検証することは可能かと思っておりますので、今後取り組めればということになるかと思っております。

それでは、ほかにご意見はございませんでしょうか。

場をつなぐわけではありませんけれども、私から一つ二つ伺いさせていただきます。

瑣末な点で申し訳ないのですけれども、資料1-2の2ページの上から2段目の右側の欄に市営地下鉄駅構内にポスターを掲示とあります。私は、最近、地下鉄を利用していないので詳しく存じ上げないのですが、このポスターは駅構内だけなののでしょうか。例えば、車内などへの掲示は行われていないのですか。

○事務局（福田消費生活係長） 駅構内のみです。車内の広告はお金がかかってしまうのですが、駅構内はそれほどお金がかからないので、24駅から25駅に春と冬ぐらいの年に2回ほど定期的にポスターを掲示しています。

○林会長 市営地下鉄ではあるけれども、市の掲示物だからといって割引料などがあるわけではないということですね。それはちょっと残念といいますか、もしかしたらそこは交通局との協議の余地があるかもしれないですね。

それはそれでよしとしまして、次に、6ページでは、消費者教育に関する教材を作成し、学校へ配付しているというご報告がありました。これは学校だけなののでしょうか。例えば、札幌市ですと、児童会館などの施設もあると思いますので、特に夏休みなどは子どもたちが集まるでしょうから、そういったところに配付するとよいのではないかと思います。そういう活動はしていないのでしょうか。

○事務局（福田消費生活係長） こちらは、あくまでも小学校5年生向けと中学校2年生向けの教材として、全ての小・中学校に一斉に当たるように配付しています。

また、児童会館では冊子の配付を行っていないのですが、子育てサロンでは、もうちょっと小さいお子様向けの出前講座を行ったりしています。

○林会長 今の子育てサロンでの出前講座というのは、お母様方あるいはお父様方を対象としたものでしょうか。

○事務局（福田消費生活係長） お子さん、また、一緒に遊びに来ている親御さんを対象に、消費者被害の講座というより、お子様が遭いやすい製品事故などに注意しましょうという消費者講座を行っています。

○林会長 それでしたら、対象となっている小学校5年生以上のお子さん方には、学校において配付されているということですね。

ほかにご意見はございませんでしょうか。

○阿部委員 今日、初めて参加させていただきます。

全ての資料に目を通しているわけではないのですが、資料2-2とご説明をいただきました資料1-2の両方を照合してみたところ、例えば、今、会長からもお話がありましたように、学校に資料を配付したというのは分かったのですが、では、どのぐらいの学校に何枚配付したのかという記載がないところが多いかなという印象がありました。

また、先ほどユーチューブ動画の評価がとても高かったというご説明がありましたが、それは何をもって評価が高いとしているのでしょうか。要は、定性的な目標値に対しての定性的な結果の記載はあるのですけれども、定量的な目標があまり立っていないのかなという印象があったので、計画を立てる段階では、そもそも数量的な目標というのは除外されていて、どちらかという、行動に対しての評価をするというのが指標になっているのか、その辺りをお伺いできればと思います。

○事務局（福田消費生活係長） 第3次計画では、四つの重点項目のそれぞれに行動目標を二つずつ立てていて、それについては目標値を全て達成しており、丸の評価にしていますとご説明をさせていただきました。教材を何枚配付したかという詳しい資料は載せていないのですけれども、小学校5年生と中学校2年生の全生徒に当たるようにそれぞれ配付しております。

動画の評価が高いというのは、視聴回数に基づくものになります。視聴回数は、今回の資料の中には具体的な数字等を載せていないのですが、きちんとした数字は覚えていないのですけれども、140万回再生とか、結構な数字だったかと思います。

○阿部委員 ユーチューブの140万回再生というのは、本当にすごい数字だと思うので、もっと大々的に数値として出してもいいのではないかと個人的には感じます。

また、次の項目のところで第4次計画の概要についてのご説明があるかと思います。これは私の個人的な意見になりますので、スルーしていただいても構いません。私は、いろいろな委員をやらせていただいているのですが、やはり定量と定性の目標をセットとして考え

るところが多い傾向があると思っています。何をもちょう丸にしているかというところは、確かにこれで言うとそのとおりではあるのですが、やったことに対しての数量的な評価も入れていただいたほうが消費者にとっては分かりやすいのではないかと感じましたので、一意見として聞いていただければと思います。

○林会長 それでは、ほかにご意見等はございませんでしょうか。

○西村委員 質問になるのですが、例えば、資料1-2の5ページの上から2段目に、高齢者や障がい者をはじめ、見守る立場の人に対して、講座を通じという施策が書いてあり、7ページに行きますと、高齢者向け、障がい者向けの啓発の充実を図るとあります。ただ、こういった講座に出てこない方が被害に遭われるのではないかと感じてしまうのです。子どもの世帯と別に暮らしている親がリフォーム詐欺に遭ったという裁判例などを拝見していると、事後的にはほかの家族が介入するのですが、被害に遭った段階ではかなり孤立しているところがあると思うので、例えば、そういった世帯に対しての手だてはあるのでしょうか。

○事務局（高橋消費生活課長） 消費生活だけではなく、福祉的な視点で見ても、そこが一番大きな課題かと思っていますところですが、なかなか特効薬的なものがないのです。先ほど言った消費生活サポーターの方に地域を回る中で情報を仕入れてもらうというのがいいのですが、それでもこぼれてしまうこともあると思います。本当にこれは社会的な問題で、トラブルを未然に防ぐという点では一番キーになってくるのかなという認識はあるのですが、これだという具体的なものはなかなか見いだせないでいるところです。

また、高齢者、障がい者の方の中には、周りから見るとトラブルなのだけでも、ご本人はすごく満足してしまっているという事例も結構あるので、そこをどう対処していったらいいのかということも一つの課題かなと考えております。

なかなかすばった回答ができなくて申し訳ありません。

○林会長 ほかにご質問やご意見等はございませんでしょうか。

（「なし」と発言する者あり）

○林会長 なければ、そろそろ次の報告事項に移りたいと思いますが、よろしいでしょうか。

（「異議なし」と発言する者あり）

○林会長 それでは、次に、報告事項のイの第4次札幌市消費者基本計画の概要について事務局よりお願いいたします。

○事務局（福田消費生活係長） 資料3をご覧ください。A4判横の両面印刷のカラフルな1枚物の資料になります。

1番の札幌市消費者基本計画についてと2番の第3次札幌市消費者基本計画の振り返りについての説明は、申し訳ありませんが、時間の都合上、割愛させていただきます。

右上の3の消費者を取り巻く現状と課題についてです。

四つの観点で現状と課題を分析しています。

まず、(1)の人口動向ですが、少子高齢化のさらなる進展、高齢単身世帯の増加により、悪質商法のターゲットになりやすい方が増えることになり、高齢者の消費者被害の増加が懸念されます。

また、(2)の相談受付状況を見ますと、ネット通販トラブルが増加しているほか、若年者の消費者トラブルの増加が見られており、昨年4月の成年年齢引下げにより、今後さらなる深刻化が懸念されるところです。

(3)の消費行動の動向ですが、インターネット取引の拡大と、それに伴い、海外取引やメルカリなどでの消費者間取引も容易となり、取引形態が多様化するとともに、消費者トラブルも複雑化しています。また、SNSの利用増加に伴い、SNS関連のトラブルも大きく増加しています。

(4)の市民意識調査結果では、質問の上位回答の3項目を掲載していますが、中でも、黒丸の二つ目の消費者が市に望むこととして、非常に多くの市民が悪質業者の取締りの強化を望んでいることが分かります。

これらの課題を踏まえ、4の札幌市消費者行政が向かうべき方向性として、1の消費者教育の推進、2の見守りが行き届くネットワークの構築、3のデジタル化への対応、4の消費者被害防止のための一体的な取組の推進の4点を掲げております。

裏面に移っていただきまして、5の計画の体系と重点的に取り組む施策についてです。

左側に3次計画から4次計画の計画改定のポイントを挙げております。

まず、①に重点項目、基本的方向から施策の柱へとありまして、資料の真ん中から右側にかけて3次計画と4次計画の体系をそれぞれ示しておりますが、3次計画では、特に優先的に取り組むべき課題である四つの重点項目を条例に基づき設定した九つの基本的方向にひもづいた各施策において横断的に取り組むこととしておりました。4次計画では、より分かりやすい体系を目指し、3次計画の重点項目と基本的方向を施策の柱として再整備し、一体化しております。

続いて、その下の②に新しい生活様式に対応するための施策を記載しておりますが、急速な変化を続ける消費者を取り巻く環境に対応していくため、各施策の柱において新しい生活様式に対応するための施策を設定した上で、それらをまとめて一元的に管理、見直しを行っていくこととし、今後もさらに変化を続ける環境に柔軟に対応していきます。

また、新しい生活様式への対応に当たっては、AIチャットボットなどを用いた消費者の自己解決の支援やデジタル技術を活用した消費者教育、注意喚起の実施など、消費者センターのDX化にも取り組んでいくこととしております。

続きまして、資料の右側になりますが、4次計画の重点施策について幾つか説明させていただきます。

まず、施策の柱1の重点施策の上から三つ目の事業者に対する研修等による不当な取引行為の基準の周知ですが、事業者に対して、同様の取引行為を行っている事業者によくある悪質な取引行為の事例や消費者とのトラブルを生まないためのポイントを解説すること

で、消費者被害の拡大を防止します。

次に、施策の柱2の重点施策の上から三つ目の相談員の人材確保も含めた体制の強化ですが、今後も、複雑・多様化し、変化し続ける消費者トラブルに対応できるよう、消費生活相談員に対し、研修によるスキルアップや各専門機関と連携した対応による相談体制の強化のほか、長期的な相談体制の維持を見据えた相談員の人材確保にも取り組み、消費者の救済を推進します。

続いて、施策の柱3の重点施策の上から三つ目のSNS等を活用した若者向けの啓発の推進ですが、成年年齢引下げにより、さらなる深刻化が懸念される若年層の消費者被害に対し、SNS関連のトラブルが増加していることも踏まえ、LINEやユーチューブなど、若者の目に触れやすい媒体を活用しながら、ウェブ広告のターゲティング機能を活用した効果的な啓発を行い、消費者被害の未然防止に取り組んでいきます。

そのほか、4次計画の詳細につきましては、本日お配りした第4次札幌市消費者基本計画の冊子をご覧くださいと幸いです。

簡単ではございますが、第4次札幌市消費者基本計画の概要についての説明は以上になります。

○林会長 ただいまの説明について、委員の皆様からご意見やご質問等ございましたらお願いいたします。

○皆川委員 先ほどのお話との関連になると思います。

これは、もうパブコメも終わり、出来上がってしまっているものなので、なかなか難しいお話かもしれませんが、先ほども申し上げたように、消費者トラブルの実態を客観的に評価できる指標を何とか考えて、5年がたったときにどの程度達成できたのかをアウトプットとして出せるようにしたほうがいいと思うのです。何を指標にするのかというのは悩ましいところで、個別に考えていくと難しい点がいっぱいあると思うのですが、そこはある程度の割り切りを持って、この5年間でここを目指すよという幾つかの指標を設定したほうがいいと思うのですよ。ぜひそれを事務局に考えていただきたいのですが、もしそれが考えられないということであれば、この審議会に付託していただいて検討してもいいと思います。

今、私が単純に思っていることですが、例えば、相談件数を年間5%ぐらい減らして5年間で25%減らす、それから、札幌市の消費者センターの認知度を二、三割上げるということは、客観的な数値目標として設定できるのではないかなと思います。この第4次計画を変えるのはもう難しいと思うので、そこら辺は、段階的に外出しの別な管理項目として数値目標を設定して、5年間、取り組んでいくようにしていただきたいといいますが、そうすることを審議会として提起しませんかということ意見を言いたいと思います。

○事務局（高橋消費生活課長） 資料3の裏面をご覧くださいなのですが、実は、成果指標はそれぞれ定めております。先ほどの行動目標というのは我々がやる指標ですが、それに対して、アウトプット、アウトカムと言ったりするのですけれども、消費者の側がど

れだけそれを受け入れてくれたかというものが成果指標となっております。

例えば、資料3の施策の柱1でありましたら、成果指標として、消費者トラブルに遭ったとき、自分で解決したか、または誰かに相談したことで解決した人の割合を設定し、現状の78.2%を令和8年度に90%にしますという目標値を設定しております。また、その下にある消費者センターで消費生活相談ができることを知っている人の割合は、現状値が63.9%のところ、目標値を80%に設定しております。

さらに、真ん中の緑色の部分ですが、消費者トラブルに遭ったとき、誰にも相談できなかった人の割合は、現状の4.7%を3%に、下の青い部分にある消費者教育を受けたり自ら学んだことがある人の割合は77.5%を90%に設定しております。

表面をご覧くださいませでしょうか。

先ほどは第3次計画の出来について説明しませんでしたでしたが、実は、おっしゃるとおり、あまり達成できておりません。2の第3次札幌市消費者基本計画というものが左側にあると思いますが、先ほども申し上げた重点項目1の成果指標のトラブルに遭った際に自分で交渉して解決した人の割合は、当初値の82.8%に対して78.2%と下がってしまっているぐらいで、90%に設定していた目標を達成できておりません。

また、重点項目2の消費センターで消費生活相談ができることを知っている人の割合は、55.2%が63.9%まで行ったのですけれども、もともとの目標値の80%は達成できていないなど、こういうものがほかにも結構あるのです。

特に、私ども消費者センターの認知度に関しては、年齢が高いと認知されているのですけれども、若い方の認知度が非常に低いので、ここは改善していかなければならないということで、今、いろいろと手を打っているところなのです。先ほど140万回再生で非常にいいというお話がありましたが、何ぼ見てもらっても認知度が上がらないと意味がないので、そういうことを私どももしっかりと胸に刻んで、もっと認知度を上げられるやり方をしっかり検討していきたいなと思っているところでございます。

○皆川委員 消費者センターの認知度については、数値目標を設定されていて、それはそれでよかったと思うのですが、トラブルの相談件数を評価指標とすることについてはどのようにお考えですか。

○事務局（高橋消費生活課長） 私は去年に来たばかりですけれども、恐らく、件数自体はこの中に盛り込まないという話になっていると思います。実際に発生している件数が減るのはいいと思うのですが、先ほども申し上げましたとおり、減っては増えてといえますか、新しいものが次から次へと出てきますので、トラブルを減らすのはなかなか難しいと感じています。もちろんトラブルは減ることが望ましいのですけれども、条例の理念にもともと自ら問題を解決する自立した消費者という部分があるものですから、それを踏まえて、恐らく、件数ではなく、認知度を設定していると考えております。

○皆川委員 消費者トラブルの現状を客観的に評価するための指標は、これだけではちょっと足りないと思います。今、重々説明していただきましたが、客観的に評価できる

ものとしては、例えば、被害額や年齢別の被害者数など、いろいろな要素があると思うので、消費者トラブルの実態を評価できる指標を考え出して、その数字が5年たったときにどうなったのかを見るための検討を行ってほしいと思います。

ほかの委員の皆さんはいかがでしょう。

○事務局（福田消費生活係長） 5年間で消費者被害を減らすための指標については、みんなですごく考えました。相談できない人やセンターを知らなくて相談に結びつかない人もいるので、相談が減ることと被害が減ることはイコールではないのです。被害を把握する、被害を減らすための指標も、みんなで一生懸命考えたのですが、相談件数はちょっと違うよねということになりました。そのほかの指標も、他都市の成果指標などを見たのですけれども、これだといういい指標がなかなか見つからなくて、センターの周知度や相談できなかった方の割合を減らそうという指標になっているところですよ。

○皆川委員 いろいろとご検討いただいていることは重々分かった上で言っているのですが、そこで知恵を出して、何がしかそういった指標を出していただきたいなと思います。例えば、相談件数を認知度で割り返せば、知らない人の分も若干加味できるとか、取りあえず、この5年間はそれでやってみようという姿勢を示していただきたいと思うのです。

私ばかりが言っていますので、ほかの方からも何かありましたらお願いします。

○林会長 ほかにございせんか。

○長崎委員 相談件数の中には、本当にトラブルに遭った数以外にも、トラブルには遭っていないけれど、こういう考え方でいいのですよねという被害に結びついていない相談もあると思うのですけれども、そのこの区別はできるものなののでしょうか。それができないと、相談件数が減った増えたと言っても、被害が多くなっているのか少なくなっているかにあまり結びつかないかなと思いましたが、それが分かるかどうかを教えていただきたいと思っています。

○事務局（原調査指導係長） パイオネットシステムという電算システムが入っておりまして、それは全国をネットワークでつないでいるものなのですけれども、そこに我々消費者センターの相談員が相談内容を打ち込みまして、情報を共有しております。内容を分析いたしますと、確かに、必ずしも相談の入ったものが全て被害に遭ったものというわけではなく、こういう話を聞いたのだけれども、実際のところはどうかだろうかとか、怪しい業者から声をかけられたのだけれども、どんな業者だろうかというものもありまして、これは詳しく分析して件数を出さないとならないと思います。システム上、簡単に抽出できるフラグなどの機能があるかどうかにもよるのですけれども、委員のおっしゃるとおりだと思いますので、今後はその分析についても検討していかなければならないと思いました。

○林会長 今回の点に関連してほかにご意見等はございせんでしょうか。

（「なし」と発言する者あり）

○林会長 より効果的なより目に見える具体的な成果指標を設定し、5年後の成果を測定

することはできないかというご意見かと受け取りましたが、その具体的な成果指標をどのように設定するかについては非常に難しい問題でありますので、事務局において各市町村が実際にどういう指標を用いて成果測定を行っているかを情報収集していただいているところでございます。

この審議会におきましては、まず、札幌市の消費者政策の基本的な枠組みや方向性を第一に審議していくことになるわけですが、もちろんそういったより具体的で効果的な成果指標に基づいて効果を測定することができれば、よりよい消費者政策の策定に役立つわけでありますから、その点については、引き続き、事務局において情報収集と分析に取り組んでいただきたいと思います。

本日は報告事項が非常に多くて、既に時間が若干押しております。申し訳ありませんが、これだけは述べておきたいというご意見があれば、それをお伺いして、次の報告事項に進みたいと思いますが、いかがでしょうか。

（「異議なし」と発言する者あり）

○林会長 それでは、次の報告事項に入りたいと思います。

報告事項のウの令和4年度における消費生活相談受付状況と事業者に対する調査・指導状況について、事務局よりお願いいたします。

○事務局（原調査指導係長） それでは、資料4-1の相談状況の傾向・特徴と資料4-2の事業者指導状況について続けてご説明させていただきます。

最初に、資料4-1の1ページ目をご覧ください。

図1の棒グラフは、過去20年間の相談件数について、グレー部分の架空請求などの不当請求に関する相談と緑色の不当請求以外の相談を積み上げたものです。

平成16年度を境に減少傾向が続いているのは、不当請求の相談の減少によるものと思われる。令和4年度は9,653件で、前年度より311件増加しました。

次に、2ページ目をご覧ください。

図2の折れ線グラフは、過去10年間の年代別の相談件数を表しています。

令和4年度をご覧くださいと、一番上にある青色の50歳代と下から3番目にある濃い灰色の年代不明が大きく増加しています。年代不明が昨年度に引き続き増加している要因として、個人情報が悪用され、注文していない商品が届いたといった実際には契約していない相談者からの相談のため、統計上、年代不明が増えたことが考えられます。

次に、3ページ目をご覧ください。

図3のグラフは、過去10年間の年代別の相談件数の割合を表しています。

令和4年度の各年代の構成割合は、令和3年度からほぼ横ばいの結果となりました。

令和2年度は、濃い黄色の40歳代から一番下の水色の20歳未満までの年代の増加が見られましたが、令和3年度以降はやや減少傾向が見られます。しかし、5年前の平成30年度と比較すると、水色の20歳未満と薄い黄色の80歳以上の相談割合の増加傾向が続いているものと認識しています。

昨年度から成年年齢が引下げとなったことを踏まえ、今年度はさらに注視が必要であり、若者にとって利用しやすい相談窓口の整備等も検討していく必要があると考えております。

次に、4ページをご覧ください。

図4と図5の折れ線グラフは、過去10年間の商品役務別の相談件数を表していきまして、上位第3位までのグループと第4位以下のグループでグラフを左右に分けています。

図4のグラフでは、原状回復などを含む賃貸アパートの相談や、架空請求などの不当請求を含む商品一般の相談、定期購入を含む他の健康食品の相談が例年上位を占めている一方で、図5のグラフでは、黄色の脱毛エステに関する事業者が倒産したという相談や、オレンジ色の乳液に関するSNSの広告で購入したら定期購入だったという相談が急増しました。

次に、5ページ目をご覧ください。

図6の折れ線グラフは、過去5年間の65歳以上の相談件数を表しています。

一番上にある水色の商品一般は、架空請求の相談が減ったことにより、平成30年度から減少傾向が見られます。また、一番下にある青色の乳液については、定期購入被害を反映して増加しています。

次に、6ページ目をご覧ください。

図7の折れ線グラフは、過去5年間の30歳未満の相談件数を表しています。

一番上にある水色の賃貸アパートが依然として高い水準にあるほか、オレンジ色の脱毛エステに関する相談が急増しています。また、下にある青色の他の内職・副業が減少し、灰色のインターネットゲームが増加しています。

次に、資料4-2の事業者指導状況をご覧ください。

1の条例に基づく調査指導等の(1)の是正勧告ですが、クーリングオフ妨害を行った住宅リフォーム業者に対して是正勧告を行っています。

(2)の是正指導ですが、除排雪業者が大雪のためシーズン契約の規定回数を作業できなかったのに、作業未実施分の料金を消費者に返還せず、消費者からの問合せにも回答しなかったため、是正指導を行いました。

また、不動産賃貸業者が賃貸契約書に家賃と一緒に町内会費を徴収することを記載していながら、徴収した町内会費を町内会に支払っていなかったため、是正指導を行っています。これは、現在も継続して是正状況を確認しているところです。

(3)の調査を行ったが指導等には至らなかったものですが、先ほどの除排雪事業者とは違う事業者においても、同様に、作業未実施分の作業料金を返還していなかったり、排水管清掃事業者が高額な修理工事を勧誘していましたので、現地調査を行いました。いずれも営業実態が確認できず、是正指導には至りませんでした。報道機関へのプレスリリースやみまもり通信の発行を行うことで、市民への注意喚起を実施しております。

2の消費者トラブル拡大防止に向けた取組については、(1)の電気通信事業者3件に実施しております。通信キャリア3社に関する消費者相談を分析し、相談件数の多い携帯

ショップや相談類型について、年2回、各通信キャリアに情報を提供することにより、販売代理店への自主改善を促す取組を行っております。

(2) の速やかな初期対応については、金地金業者と通信事業者の2件に実施しています。これは、条例による調査は時間を要するため、軽微な事案について電話で注意喚起を促すなど、速やかな消費者被害の拡大防止を図っております。

また、今年度の取組になりますが、不用品回収業者がウェブサイトに定額パック料金を広告していたにもかかわらず、実際には高額な料金を請求しているとの消費者相談が寄せられ、相談員が事業者とのあっせん、交渉に難航しておりましたので、調査指導係の担当者から事業者にて電話で注意喚起を行った結果、事業者が返金に応じたという事例がありました。これは、相談員と職員が連携したことにより消費者被害の救済に結びついたものとして模範的な事例であると考えております。

(3) の現地調査は3件に実施していますが、海産物の電話勧誘販売業者や、先ほどご説明した除排雪業者の関連業者と思われる事業者などの営業実態を確認するため、必要に応じて現地調査も行っております。

(4) の他機関への情報提供は6件に実施しておりますが、身に覚えのない請求書が届いたという名義冒用被害や、過去に指導した事業者の最近の情報、医療機関に関する情報などについて、道警や道庁、保健所へ速やかに情報提供を行うなど、相互に連携を図っております。

また、札幌市の貢献度合いがどの程度かは分かりませんが、消費者庁の調査協力として、昨年度、高等学校の学校祭りで着るおそろいのTシャツ、若者の間ではクラスTシャツと呼んでいるようですけれども、これを作成する専門業者が注文を受けるが全く品物が届かないという相談が市内の高等学校から多数寄せられました。全国的な問題になったようで、消費者庁が調査に乗り出し、札幌市としても全面的に協力し、事業者指導、事業者名の公表に至っております。

私からは以上でございます。

○林会長 それでは、ただいまの説明について、委員の皆様からご意見やご質問等がございましたらお願いいたします。

私から一つ質問です。これは確認ですけれども、資料4-1の6ページのグラフの中で、インターネットゲームが令和3年度から記載されています。これは、令和3年度以降、相談件数が上位5位に入ってきたということなのか、あるいは、それ以前からインターネットゲームに関して相談があったけれども、ほかの相談と一緒に取り扱われていたため、現れていなかったのか、どちらでしょうか。

○事務局（原調査指導係長） パイオネットの統計上、インターネットゲームというフラグが令和3年度からついたので、インターネットゲームの統計が開始されたということでありまして、それより前は、ほかの項目に計上されていたと思います。

○林会長 でしたら、必ずしも令和3年度から急に現れた相談ではないということですね。

ほかにございませつか。

○阿部委員 今、事業者の指導状況を伺いました。札幌市としては、条例に基づくということが前提になると思うのですが、こういう是正勧告や是正指導を行っていることを札幌市民の皆さんにどれだけ周知されているのでしょうか。

○事務局（原調査指導係長） 市民に公表する場合についても条例で規定されていまして、改善勧告を行ってもその勧告に従わなかった場合、あるいは、調査を拒否した場合など、事例が限られております。今回、資料に記載した是正勧告や是正指導を行った段階では、条例上、具体的に事業者名を公表することにはなっておりませんが、実際に消費者トラブルが発生しているという事実を踏まえまして、調査を行って指導した際には、「みまもり通信」の臨時号を発行したり、プレスリリースを行いまして、事業者名は公表しないものの、トラブルの手口を市民の皆さんにお知らせすることによって、同様の被害が発生することがないように啓発を行っているところでございます。

○阿部委員 先ほど相談窓口の認知度向上という話があつて、確かに、相談窓口があることを知らない市民の方にとっては有益な情報提供になると思うのですが、窓口があつても相談をしない人たちも多数いらっしゃると思うのです。その原因として、相談したところでどうなるかが分からない、自分事なのに相談していいのかということがあり、相談するという行為自体に慣れている人と慣れていない人がいらっしゃるのでは、認知度向上にはもちろん賛成なのですが、その一つとして、相談をした後にその案件がどうなるのか、場合によっては、条例によっては是正勧告や指導をするのですというところまでを告知していただけると、相談件数も増えていくでしょうし、それによって未然防止にもつながるのではないかと思ひました。

一意見として言わせていただきました。

○林会長 ほかにご意見やご質問等はございませんでしょうか。

○皆川委員 教えていただきたいのですが、是正勧告や是正指導というのは、それぞれ基準がありますね。例えば、自治体によっては、その裁量と申しますか、どつちつかずの判断になると思うのですが、札幌市は、ほかの自治体と比べて厳し目なのか、それとも、ちよつと失礼かもしれないですが、緩めなのか、どちらなのでしょう。これをなぜ聞くかという、抑止力になるのかなという気がします。厳しくやっていますよと言つていただいたほうがいいのかと思うのですが、その辺りはどうでしょうか。

○事務局（高橋消費生活課長） 基準は設けておりまして、金額が大きいとか、主に市内事業者であるというものはあるのですが、あまり言つてしまうと脱法行為が起きてしまうので、全部は言えないところでは。

また、他都市についてですが、政令指定都市ではあまり指導をしていませんで、（是正勧告などを行っているのは）札幌とその他何市かぐらいと聞いております。都道府県は結構やっているのですが、政令指定都市で熱心にやっているところがあるとは聞いておりませんで。

○林会長 そうすると、札幌市は比較的厳しいということになるのでしょうか。

ただいまの報告について、ほかにご意見やご質問等はございませんでしょうか。

(「なし」と発言する者あり)

○林会長 なければ、次の報告へ移りたいと思います。

報告事項のエの表示の適正化に向けた取組状況について、事務局よりお願いいたします。

○事務局(阿部表示検査担当係長) 資料5をご覧ください。

表示の適正化に向けた取組状況についてご説明いたします。

一つ目の家庭用品品質表示法等に基づく立入検査ですが、表示検査担当係では、家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法、電気用品安全法に基づき、それぞれ市内の販売店舗への立入検査を毎年度実施しております。

(1) ですが、家庭用品品質表示法に基づき、消費者が日常使用するお弁当箱、スプリングマットレスといった家庭用品を対象に、商品の品質について、商品ごとに定められた必要な表示があるかについて、令和4年度は、市内の販売店15店舗において7品目、合計157点を検査しました。検査の結果、不適正な表示はありませんでした。

続きまして、(2) ですが、消費生活用製品安全法によって製造や販売が規制されている登山用ロープや石油ストーブなどの特定製品、また、乳幼児用ベッドやライターなどの特別特定製品を対象に、国の定めた技術上の基準に適合していることを示すPSCマークが表示されているかについて、令和4年度は、市内の8店舗において10品目、合計72点を検査しました。検査の結果、こちらも不適正な表示はありませんでした。

続きまして、(3) ですが、電気用品安全法によって規制されているモバイルバッテリーなどの電気用品やACアダプターなどの特定電気用品を対象に、安全規格を満たしていることを示すPSEマークが表示されているかについて、令和4年度は、市内の30店舗において9品目、723点を検査しました。検査の結果、こちらも不適正な表示はありませんでした。

次のページをご覧ください。

続きまして、二つ目の食品表示法に基づく調査指導等についてご報告いたします。

私ども表示検査担当係では、食品表示法のうち、品質事項について不当な表示を行っている疑いがある札幌市内の事業者に対し、調査、指導を実施しています。

具体的に申し上げますと、札幌市内にのみ事業所や工場などが存在している食品関連事業者について、食品表示法に基づく名称、原材料、原産地などの表示に関する調査、指導を所管しております。

令和4年度は、合計12件の事案について調査を行いました。

内訳としましては、まず、(1)の口頭指導をしたものが7件ありました。

具体的な内訳としましては、生鮮食品の原産地や加工食品の原料の原産地を誤って表示してしまったと事業者自ら申告があったものが3件、加工食品の原料を誤って表示してしまったと事業者自ら申告があったものが1件、また、食品表示ラベルの欠落があったもの

が2件、原料原産地の表示が欠落しているとして、ほかの行政機関から情報があつたものが1件となっております。これらの案件につきましては、口頭指導をした結果、全て是正されていることを確認しております。

続きまして、(2)の回付は1件です。

まず、回付という言葉の説明ですが、これは、消費者庁、各都道府県、各政令指定都市の間で、疑義のある事業者を管轄する権限のある自治体に対し、互いにその疑義情報を送付する制度です。

令和4年度は、市内のスーパーで売られていたある野菜について、千葉県産と表示されていましたが、科学的な分析、調査により、外国産の疑いがあったというものです。

当該商品をスーパーへ納入した市内の事業者に対し調査を行いました。この事業者は、単に道外の卸売業者から千葉県産の野菜を仕入れて、そのままスーパーへ千葉県産として納入していたとしか確認できず、その前段の道外の卸売業者に疑義が遡及したため、当該卸売業者を管轄する地域の行政機関へ情報を送付しております。

そのほか、(3)の調査を行ったが指導等には至らなかったものが1件、(4)の令和5年度に調査を継続したものが3件となっており、令和4年度は合計12件の調査を行っております。

なお、今年度へ調査を継続したもののうち、2件は既に口頭指導済み、残り1件はほかの地域の行政機関へ回付済みとなっております。

続きまして、三つ目の食品表示の適正化に向けた取組についてご報告いたします。

市民の皆様が食品に関する正確な情報を入手できるよう、食品表示法のうち、品質事項について、食品関連事業者や市民の皆様からの問合せに対し、適切な表示や食品表示基準の改正についてご案内しています。

令和4年度は、合計219件の問合せ対応を行っております。

具体的な内容としましては、特に事業者が新たに販売を予定している加工食品の原材料や原料原産地に関する表示方法についての相談が多く、問合せ件数全体の4割程度を占めているところです。

こうした問合せのほとんどのケースで、食品関連事業者の皆様は食品表示関連の法令について誤った認識をしているのが実情でありまして、こうした問合せ対応を通じて事業者の相談に乗り、また、情報提供を行うことにより、消費者被害を未然に防ぐ効果があると考えております。

私からの説明は以上です。

○林会長 ただいまの事務局からの説明について、委員の皆様からご質問やご意見等がございましたらお願いいたします。

高田委員、消費者協会の視点から何かご意見等はございませんか。

○高田委員 表示法に基づく立入検査というのは、もちろん条例か何かによって入っていくのですよね。これは、先ほどもご質問があったように、政令指定都市では全部定められ

ているのでしょうか。

○事務局（阿部表示検査担当係長） 平成28年の時点で、先ほど申し上げた市内にのみ事業所や工場等がある事業者に対する指導の権限が国から各政令指定都市に移っております。

○林会長 ほかにご意見やご質問等はいかがでしょう。

（「なし」と発言する者あり）

○林会長 ないようでしたら、次の報告事項に移らせていただきます。

報告事項のオ、計量の適正化に向けた取組状況について、事務局より説明をお願いいたします。

○事務局（中澤計量検査所長） 私から、資料6の計量の適正化に向けた取組状況についてご説明いたします。

最初に、Iの定期検査についてです。

定期検査とは、重さを量るはかりの検査のことで、四角で囲っているところにある定期検査とその下の定期検査除外があります。

まず、定期検査については、はかりの設置場所で行う所在場所検査とはかりの所有者によって持ち込まれたはかりの検査を行う持ち込み検査がありまして、平成21年度から指定定期検査機関である北海道計量協会に業務を委託しています。

次に、下の定期検査除外については、市の定期検査が免除されているもので、一つは、定期検査に代わる計量士による代検査とあって、はかりの所有者から依頼を受けた民間の計量士が市に代わり検査を実施するものと、もう一つ、道の指定を受けた適正計量管理事業所の計量士が定期的にはかりの検査を行い、自主管理するものがあります。

次に、定期検査の実施状況についてです。

まず、1の取引及び証明に使用するはかりは、計量法により、2年に1回、定期検査を受けなければなりません。札幌市の場合、西暦の偶数年は、中央区、南区、西区、手稲区で、奇数年の今年は、北区、東区、白石区、厚別区、豊平区、清田区で定期検査を行っています。

次に、2の検査方法については、指定定期検査機関に委託して実施しています。札幌市は、現在、北海道計量協会に委託して実施しており、今年度は1,600事業所で5,000台を見込んでおります。令和4年度は1,373事業所で5,062台の検査を実施しました。

はかりの誤差の許容範囲は、はかりの種類等によって異なりますが、スーパーのはかりを例にとると、6キログラムの分銅を乗せたときに6グラム以上の誤差が生じる場合は不合格となります。昨年度は、51台が不合格となりました。不合格のはかりは、その後、修理が9台、廃棄が14台、新規購入が28台となっております。

(2)の代検査は、市に代わって計量士が検査を実施したのですが、令和4年度の実績は、113事業所で1,283台の代検査が行われました。関与した計量士は13名で

す。

次に、Ⅱの立入検査についてです。

1 ページ目の下の図をご覧ください。

商品量目と特定計量器の立入検査があります。

まず、商品量目の立入検査については、スーパー、百貨店など、店舗面積が1,000平米を超える量販店と、水産加工、製麺、精肉加工など、製造工場等の事業所に対して行っていて、時期は、前期、中元期、後期の歳末期に分けています。

次に、特定計量器、メーターの立入検査です。

上から順に、灯油宅配用タンクローリーのメーターの検査は9月12日から15日、ガソリン自動車等給油メーターの検査は、ガソリンスタンドのガソリンと軽油のメーターですが、9月下旬から10月上旬に予定しています。LPガスのメーターの検査は6月7日から7月4日、都市ガスのメーターの検査は5月12日、LPガススタンドメーターの検査は、タクシーの燃料メーターですが、これは4年に1度で、今回は令和7年となっています。水道メーターの検査は来年の2月、温水メーター、積算熱量計の検査は、8年に1度で、今回は令和9年と10年の予定です。

次のページをご覧ください。

商品量目立入検査についてです。

政令で定めている商品について、計量が適正で、政令で定める誤差内かどうかを検査しています。計量が適正な場合は正量、誤差をプラスに超えた場合は超過、マイナスに超えた場合は不足としています。

一つ目の大規模小売店舗量目検査は、面積が1,000平米を超える店舗や百貨店を対象に、3年サイクルで、前期の6月から8月、後期の10月から12月に実施しております。自店舗で計量し、グラム売りをしているパック商品の青果、水産、精肉、惣菜の部門について、抜き取り検査を行っています。

令和4年度は、54店舗、3,277個の検査を行い、正量が98.9%、超過が0.9%、不足が0.2%という結果になっております。不足が検査個数の5%を超えた店舗については、文書による指導を行うこととしておりますが、令和4年度は1店舗が該当となっております。

次に、2番目の製造工場量目検査は、市内の水産加工、製麺、精肉加工等の工場を対象に3年サイクルで実施しています。

令和4年度は、17事業所、509個の検査を行い、正量が92.1%、超過が7.9%、不足が0.0%という結果になっております。

3番目の試買検査は、主に道内事業所で製造された道産商品を試買して検査を行いました。

令和4年度は、2事業所のベーコンとゼリーのそれぞれ5個ずつの検査を行い、正量が60%、超過が40%という結果になっております。

次に、その下の特定計量器の立入検査をご覧ください。

特定計量器とは、取引、証明に使用、または、一般消費者が使用する計量器のうち、適正な計量の実施を確保するため、その構造や器差の基準を定める必要があるものとして政令で定められたものとなります。

以下のメーターは、検定の有効期間があります。

1の燃料油メーターは、灯油宅配用タンクローリーのメーターですが、メーターの有効期間の確認と外観検査、基準器による誤差検査を行います。厳寒期の灯油使用量が多く、市民の関心が高いことから、おおむね3年サイクルで実施しているところです。

令和5年度は、南区、東区の71事業所、186台が対象です。令和4年度は、中央区、西区の36事業所、67台の検査を実施したところ、令和4年5月に有効期限が切れた不適正計量器が1台確認されましたが、検査から3日後に事業者が再検査を受けて合格しております。

次に、2の燃料油メーターは、ガソリンスタンドにあるガソリンや軽油の自動車等給油メーターですが、メーターの有効期間の確認と外観検査、基準器による誤差検査を行っています。

市内全域を7年サイクルで実施しており、令和4年度は、北区の36事業所、651個について、有効期間の台帳検査や、16台のメーターの誤差検査を実施し、全て適正となっております。

次に、3ページ目の検査は、メーターの正しさではなく、有効期間が過ぎていないかどうかを台帳上で検査するものです。

3のガスメーターは、LPガスの検査です。令和5年度は、一つの事業所で有効期限が切れたメーターが7台確認されましたが、検査後、すぐに事業者が全て新品に交換しました。

4のガスメーターは、都市ガスの検査です。令和5年度は、有効期間が切れているメーターが54個確認され、その後、北ガスから改善状況の報告が毎月提出されています。

次に、5のLPガススタンドメーターは、タクシー燃料用のガスメーターですが、市内全域において4年サイクルで台帳検査を実施しております。次回の検査は、令和7年度を予定しています。

6の水道メーターについては、令和4年度中に有効期限切れのものはありませんでした。

7の温水メーター及び積算熱量計は、8年ごとに台帳検査を行っています。次回の検査は、令和9年度に北海道地域暖房株式会社、令和10年度に北海道熱供給公社で行うことを予定しています。

8番目のその他は、タクシーメーターや電気計器ですが、苦情などで検査の必要があった場合に、その都度、検査を実施しています。

次に、4ページのⅢの計量の普及啓発については、説明を省略させていただきますので、資料で確認してください。

計量の適正化に向けた取組状況については以上です。

○林会長 それでは、ただいまの説明について、ご質問やご意見等はございませんか。

ただいま計量の適正化に向けた取組状況についてご説明をいただきましたが、報告事項はこれで最後となりますので、これに限らず、これまでの報告についてご意見等がございましたら、併せてお願いしたいと思います。

上村委員、市民の目線から本日の審議はいかがでしたでしょうか。

○上村委員 初年度となりますが、皆さんから一つ一つ報告をいただきまして、大変参考になりました。これから少しずつ勉強していきたいと思います。どうもありがとうございました。一般市民の代表としまして、この場でいろいろな意見を言えればと思っていますので、どうぞよろしくお願ひいたします。

○林会長 ほかにご意見やご質問等はございませんか。

番井副会長、いかがでしょうか。

○番井副会長 本日は、非常に活発なご議論や新しいメンバーから新しい視点のお話がありました。私自身は前回の期から入っていますが、そこではなかった視点などをお伺いできて非常に面白かったです。

今回も、表示や計量など、私の知らなかったことをたくさん報告していただきましたので、こちらも非常に参考になりました。

感想になりましたが、以上でございます。

○林会長 ほかにご意見やご質問等はございませんでしょうか。

(「なし」と発言する者あり)

○林会長 なければ、議題の(3)の消費者苦情処理部会委員の指名に入ります。

こちらの部会委員の指名につきましては、会長の専決事項となっておりますので、この場で指名をさせていただきます。

初めに、事務局から消費者苦情処理部会の役割及び組織等について説明をお願いいたします。

○事務局(原調査指導係長) それでは、第4次札幌市消費者基本計画の冊子の80ページをお開き願います。

苦情処理部会の役割につきましては、条例の第36条第1項で、市長は、消費者と事業者との間の取引に関して消費者から苦情の申出があったときは、適切かつ迅速に当該苦情を解決するために必要な助言、あっせん、その他の措置を講ずるものとする規定され、第37条第1項において、市長は、前条第1項に規定する苦情を円滑に解決するため必要があると認めるときは、札幌市消費生活審議会のあっせんまたは調停に付することができるかとされております。

また、82ページの第48条第5項では、第37条第1項の規定により、審議会の権限に属することとされた事項を調査審議するため、審議会に消費者苦情処理部会を置くとしています。つまり、消費者から苦情の申出があったときに、市長は、その苦情の審議及び

処理を審議会に付託することができ、その付託した苦情を審議、処理するのが消費者苦情処理部会となります。

次に、苦情処理部会を構成する委員については、札幌市消費生活条例施行規則で規定されています。

88ページをお開きください。

規則の第30条では、条例第48条第5項の規定により設置する消費者苦情処理部会は、会長が指名する委員6人以内で組織する、この場合において、臨時の委員は、消費者苦情処理部会を構成する委員の半数を超えないものとするとし、その後の第3項には、条例第48条第5項及び第7項の規定により設置する消費者苦情処理部会及び専門部会に部会長を1人置き、部会を構成する委員の中から部会を構成する委員が選出するとございます。

以下、第4項、第5項、第6項では、部会長等の職務について規定されてございます。

役割と組織については以上でございます。

○林会長 消費者苦情処理部会を構成する委員について、事務局からご意見はありませんか。

○事務局（高橋消費生活課長） 事務局といたしましては、部会の性質や専門性を考慮しまして、法律の専門家、消費者団体、公募の各分野からそれぞれ委員を選出することとし、本日欠席の小泉委員、番井副会長、高田委員、皆川委員の4名を推薦させていただきたいと考えております。さらに、付託案件によっては、専門性を考えた上で、臨時委員の配置も考慮すべきと考えております。

○林会長 それでは、今お話のありました番井副会長、小泉委員、高田委員、皆川委員を消費者苦情処理部会の委員として指名いたします。併せて提案のありました臨時委員につきましては、今後、事務局と相談しながら指名等をさせていただきます。また、部会長については、後日、お声がけをさせていただき、皆様にご報告いたします。

時間が若干押してしまいましたが、以上で本日予定の議事案件は全て終了いたしました。

最後に事務局からお願いいたします。

○事務局（田口市民生活部長） 市民生活部長の田口でございます。

本日は、長時間にわたり、ご審議をいただきまして、誠にありがとうございます。

第15期の審議会の第1回目ということで、報告事項が多く、また、事務局の職員も、人事異動等々により、私も含めて今年の春からという職員が多く、不手際や説明に至らない部分があったかと思えます。引き続き、研さんを積んでまいりたいと考えておりますので、どうかご容赦ください。

これからの2年間は、今日ご欠席されております方も含めて、12名の皆様で札幌市の消費者行政についてご審議をしていただくこととなります。それぞれのお立場からご意見を頂戴できればと考えておりますので、よろしくお願いいたします。

また、いろいろなご指摘をいただきました第4次基本計画は、今年度からの計画期間となっております。前期の審議会委員の皆様からいただいたご意見を基に策定した目標の達

成に向け、事務局職員一同、努力をしてまいりたいと思います。

本日も種々ご意見等々をいただきました。第4次消費者基本計画は、今すぐ見直しというのなかなか難しい部分もあろうかと思いますが、皆川委員からもお話がありましたとおり、消費者基本計画に反映させないまでも、例えば、内部目標といいますか、我々がその数値をしっかり認識して、それに向かって努力をしていくという考え方もあろうかと思えます。そのところは、引き続き、皆様のご意見もいただきながら、事務局としても検討を重ねてまいりたいと思っておりますので、ご容赦いただければと思います。

今後も、時代や環境の変化に合わせ、市民に寄り添った施策を推進していくために、各分野の専門家である委員の皆様のご意見はもちろんのこと、市民目線でありますとか、我々事務局は役所の人間で非常に頭の固い部分がありますので、皆様からご意見をいただき、我々も頭を軟らかくして対応していければと思っております。今後もお力添えのほどをよろしくお願い申し上げます。

次回の審議会は、一旦、来年の1月頃の開催を予定してございまして、その時点では、第4次計画の実施状況を初めて報告させていただくことになると思います。開催方法、時期等につきましては、別途、事務局からご連絡をさせていただきますので、日程調整等々でご迷惑をおかけいたしますが、ご協力のほどを重ねてよろしくお願い申し上げます。

改めまして、本日は、本当に長い時間、ありがとうございました。

6. 閉 会

○林会長 それでは、以上をもちまして、通算で第65回目となりますが、令和5年度第1回札幌市消費生活審議会を終了いたします。

本日は、どうもありがとうございました。

以 上