

## 1 令和元年度 第3次札幌市消費者基本計画の実施状況について

意見提出委員：石澤 優子 委員

第3次消費者基本計画では、各部署で計画的に進められていることを確認いたしました。

特に、教育現場を含め、若年者が自ら考え、判断し、行動する消費者となるための学びの機会をどのように進めているのか、興味をもって拝見しました。

今後も、実施状況を明らかにすること、そして、様々な部署から横断的なアプローチが必要と思われるので、計画的に実施していただきますよう、お願いいたします。

### 【消費生活課回答】

本市では、若者が自ら考え、判断し、行動する消費者となるための取組として、学校へのアンケートで得た「活用できる教材が少ない」「どのような取り組みをすればよいかわからない」といった多くの声に答えるべく、小学生、中学生、高校生及び大学生向けの教材について、それぞれ作成を手掛けています。

小学生向け教材、大学生向け教材を昨年度作成し、今年度中学生向け教材を作成する予定です。高校生向け教材については、消費者庁が発行した教材があるため、そちらを活用してもらうこととしています。

高校生向け教材の活用方法について、初めて活用する高校も多かったことから、高校教員向けに教材の活用方法や授業の進め方などに関する講座も昨年度から実施しており、今年度も実施予定です。

成年年齢引き下げを控え、若年層を自立した消費者とする取組は、今後より一層重要なものとなるため、引き続き取組んでまいります。

今後とも、他部署事業と合わせて横断的なアプローチを計画的に実施し、実施状況についてもこまめに情報共有していきたいと思っております。

意見提出委員：番井 菊世 委員

コロナ禍の中の実務大変お疲れ様です。

例年と異なる点などをおうかがいしたかったです。

啓発や消費者教育においても対応を変化させた際のメリット、デメリットを検証して次へ反映させる必要があると感じています。

**【消費生活課回答】**

本市で実施している啓発・消費者教育事業のかなりの部分を、講座やセミナーが占めています。コロナ禍における集合研修・講座のリスクを鑑み、新たな手法での啓発事業を検討しています。

先日はリモートでの講座を実施したところで、他にも絵本やビデオ教材の作成、ネット広告を使った啓発事業を考えています。多くの新たな取り組みを行うこととなるため、効果の検証はこれまで以上に必要になるものと認識しています。時代の流れに対応し、その時々における最適な手法で啓発・消費者教育ができるよう努めてまいります。

意見提出委員：工藤 裕子 委員

「みまもり通信」の発行や、ミニ講座の開催、SNS やセンターHP への掲載など、様々な取り組みをされているが、ネット環境のない方々への周知方法を検討していただきたいです。

特に、コロナで外出を控えている方々にも情報を届ける仕組みを考えてください。

例えば、健康保険証や介護保険証、敬老優待乗車証などの郵送の際に、周知文書を同封するなど、他部署との連携も行ってこれからの周知方法をぜひ検討してほしいです。

#### 【消費生活課回答】

##### ○インターネットを利用しない方々への啓発

現在、「みまもり通信」を希望する関係者に郵送し、一部地域では回覧して頂いております。ほかにも公共施設への掲示、身近な高齢者へ配布して頂くなど、より多くの市民の方々に見て頂けるよう取組を行っているところです。

また、区役所や病院など、多くの方が訪れる施設へ冊子やパンフレットを配架しています。

今後は、昨年度に引き続き地下鉄車内広告や、今年度新たに新聞啓発広告を掲載する取組を検討しているところです。

##### ○他部署との連携

現在、他部署と連携をとりながら当課の事業を展開しており、特に消費者被害防止ネットワーク事業では他部署のみならず、地域包括支援センターなどの関係機関と連携し、消費者トラブルに関する情報の周知を図っているところです。

インターネットの利用率が比較的 low、外出機会の少ない高齢者に対して啓発が行き届くよう、これら関係機関に対して相談が多く寄せられている悪質商法を提供することで、ヘルパーやケアマネージャー等が訪問した時に、注意喚起、あるいはトラブルの早期発見に繋げる取組を行っております。頂いたご意見を踏まえ、今後もさらなる連携により本市消費者行政が充実するよう努めてまいります。

意見提出委員：小田嶋 真悟 委員

これまでの実施状況については、順調に実施できているように感じられ、特段、意見ありません。

今後は、新型コロナウイルス感染症の影響で、どの年代・どの層に対しても、講座や啓発の実施が一堂に会して行うことが躊躇われる状況が生じてくると思います。その中で、学生を中心とした若年層に対しては、各大学や専門学校などが既にオンラインによる授業をかなりの程度実施しておりますので、ここで構築できたオンライン授業のノウハウを学校側と連携し利用させてもらうことで、むしろ従来よりも広く講座や啓発の実施ができる可能性もあると思います。逆に、インターネットの利用に不得手な方が多いと思われる高齢者層については、何らかの対策を講じないと、なかなか啓発等が進まないことも懸念されます。

#### ○講座や啓発の実施におけるインターネットの活用について

現在も、Twitter や web ページを活用して、各種啓発に取り組んでいるところです。

講師派遣講座については、当日会場に参加できない方のために、申込者側の希望で講座をオンラインで実施しました（申込者側で機器等が備わっていたため）。今後も、このようなオンライン講義での実施を検討するなど、新たな啓発方法を模索してまいります。

また、今後児童生徒へのタブレットの配布など学校教育の IT 化に対応するため、デジタル教材の作成を検討しております。作成にあたっては、教育現場と連携し、より授業に活用しやすい教材となるよう努めてまいります。

#### ○インターネットを利用しない方々への啓発

工藤委員から頂いた意見に対しても述べましたが、「みまもり通信」の回覧や公共施設への掲示、地域の活動団体への配布などの取組を行っています。また、区役所や病院など、多くの方が訪れる施設へ冊子やパンフレットを配架しています。

今後は、地下鉄車内広告や、新聞啓発広告を掲載する取組を検討しているところです。

## 2 令和元年度 相談状況について

意見提出委員：番井 菊世 委員

ネット相談が増えていないのが不思議です。  
若い世代の相談アプローチの実状がどうなのか関心があります。

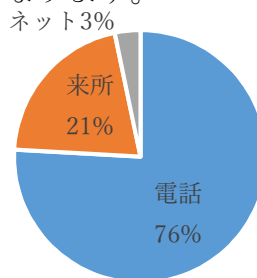
### 【消費生活課回答】

#### ○若い世代の相談方法

29歳以下の相談媒体を比較すると以下のようになります。

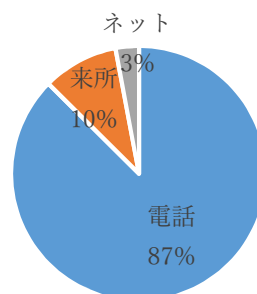
<2019年上半期>

|         |       |
|---------|-------|
| 電話      | …440件 |
| 来所      | …121件 |
| インターネット | …19件  |
| 合計      | …580件 |



<2020年上半期>

|         |       |
|---------|-------|
| 電話      | …592件 |
| 来所      | …65件  |
| インターネット | …20件  |
| 合計      | …677件 |



今年度はコロナウイルスの関係で来所相談を一時休止していた影響で、来所相談が少なくなっています。ネット相談については、相談者から提供される情報に限りがあり、詳細なやりとりが行えないため、回答も一般的なものに留まらざるを得ず、ネット相談後に結局電話相談が入っている状況です。そのため、すぐに相談員とつながることができ、詳細のやりとりができる電話相談が多くなっているものと考えられます。

#### ○若い世代への相談窓口の周知

地下鉄駅構内へのポスター掲示や、相談窓口を周知する啓発物の作成など、幅広い世代に対し様々な方法で周知を行っているところですが、特に若年層への周知として、小学校・中学校の特別支援学級・特別支援学校に対して、スマホ型カードを送付して、携帯端末を利用する上での注意点や、相談窓口の周知などを行っております。また、中学校・高校・大学へ、消費者センター利用案内パンフレットなどを送付し学校への配架や生徒への配布をお願いしております。

今後、若い世代への啓発として、SNSやwebサイトへの広告掲載も検討しているところです。

意見提出委員：小田嶋 真悟 委員

令和元年度の相談状況については、特に意見ありません。

令和2年度は、改正民法及び改正民事執行法が施行されたタイミングでもあります。場合によっては、相談の際の助言内容等に影響を与えることもありますので、現場の相談員の日々の研鑽がより重要になる年度とも考えております。

また、新型コロナウイルス感染症の影響により、特に大学生・専門学校生については、実際には学校に行かずにオンラインで授業などを済ます状況になっています。物理的に学校に行く機会が激減したことが、消費者被害を誘発するような危険な交友関係に巻き込まれる危険性が減る方向に向かうのか、相談窓口にアクセスしにくくなり被害が増える方向に向かうのか、その影響もいまひとつ読めないように感じています。特にこの1年は、このような状況に着目して、全体の相談件数や傾向を分析する必要がある年度になるのではないかと考えております。

窓口に行って相談しにくくなるのは、学生だけではなく全年齢層の共通かとも思います。面談以外での相談や消費者問題の把握の方法について、今後、より重要になってくると思います。

#### 【消費生活課回答】

##### ○相談員のスキルアップについて

本市では相談員のスキルアップのため、毎年、国民生活センター主催の相談員向け研修に当センター相談員を受講のため派遣しており、さらにそこで学んだことを内部共有し、全体のスキルアップを図る内部研修も併せて行っております。

また、今年度から、弁護士を講師として招き、相談員の法的な知識を高めるための研修も実施する予定でおります。

改正民法については、毎年、北海道・国民生活センターと共催で行っている全道の相談員向け研修において、改正民法をテーマに盛り込んで研修会を行う予定です。

##### ○相談件数や傾向の分析について

平素から、相談内容を分析し、再発防止に繋げるべく、啓発事業に繋がっているところです。コロナ禍が長期に亘って続く事態を想定し、啓発事業だけでなく、市民にとって引き続き相談しやすい環境づくりに繋げるため、より実効性のある分析となるよう努めてまいります。

また、来所相談を一時休止していた影響もあり、来所相談件数は大幅に減少しています。これまで来所相談していた層に対しても、電話相談やネット相談に繋がられるように周知啓発に努めてまいります。

##### ○消費者問題の把握の方法について

消費者問題の把握が漏れやすく、かつ悪質商法の標的にされやすい、高齢者、障がいのある方への救済策として、消費者問題を見逃さないために地域の民生委員や福祉関係機関等と連携して見守る「消費者被害防止ネットワーク事業」を実施しています。

普段から地域の高齢者、障がいのある方に接する機会の多い関係機関や支援者の方々に、いち早く被害を発見できるよう、気にかけて見守ってもらっています。

意見提出委員：工藤 裕子 委員

コロナの緊急事態宣言によって、ステイホームとなり、通販が拡大していると聞きます。

そんな中で、通販関係の相談も増加していると思いますので、そこに関する周知をリアルタイムで実施する仕組みを検討してはどうでしょうか。

テレビCMや、新聞広告など、自宅からでも確認できるようなツールで、今まさに起きている事をいち早く届ける仕組みを検討していただきたいです。

Twitterで札幌市広報部のニュースをみていますが、Twitterで最近の相談事例とかを載せて注意喚起するのも効果があると思います。

#### 【消費生活課回答】

##### ○通販に関する相談の増加

インターネット通販に関する相談は、実は令和元年度から急増しております。特にお試しのつもりで購入したところ、実は定期購入の申込となっていたという案件が多く確認されています。

このような定期購入に関するトラブルについては、広報さっぽろ5月号の「しっとくさっぽろ」のコーナーでも、マンガ付きで紹介させて頂いております。

##### ○迅速な情報提供の取組

本市の取組として、その時々で特に注意が必要な悪質商法をできるだけ早く地域にお伝えするため、それに対する助言をイラスト付きで紹介している「みまもり通信」を月一回郵送やメールで配信しております。「みまもり通信」は、スマホやインターネットでも閲覧できるように、当課Twitterアカウント、当課公式HPでも配信しています。

ただし、当課Twitterアカウントは知名度が高いとはいえないので、今後はコンテンツの強化等により、一層の普及を目指しています。また、新聞広告やネット広告など在宅されている方向けの啓発も検討しているところです。