

令和6年度第2回
札幌市消費生活審議会

会 議 録

日 時：2025年1月21日（火）午前10時開会
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） 近委員が少し遅れているようなのですが、お時間になりましたので、始めたいと思います。

事務局を務めます消費生活課の福田と申します。どうぞよろしくお願ひいたします。

会議に先立ちまして、事務局からのお知らせとお願ひです。

札幌市では、情報公開条例第21条で附属機関での会議は原則公開とされており、また、自治基本条例第25条、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。

それでは、林会長、よろしくお願ひいたします。

○林会長 皆様、おはようございます。

定刻となりましたので、ただいまから第68回、令和6年度第2回札幌市消費生活審議会を開催いたします。

本日は、お忙しい中をお集まりいただき、ありがとうございます。

本日も、12時までの2時間を予定しております。市民の皆様の消費生活の安定と向上を目指して、委員の皆様には、前回同様、活発なご議論をお願いしたいと存じます。

それでは、連絡事項について事務局からお願いします。

○事務局（高橋消費生活課長） 皆様、おはようございます。

事務局を担当している消費生活課長の高橋でございます。本日も、どうぞよろしくお願ひいたします。

本日は、小泉委員、鈴木委員、大石委員、上村委員から所用により欠席との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、8名にご出席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項に規定する定足数は半数の6名ですが、定足数に達しておりますので、会議が成立していることをまずご報告させていただきます。

続きまして、お送りしている資料を確認させていただきます。

本日、各委員の皆様には、会議の次第、審議会委員名簿、さらに、配付資料一覧というチェックリストのようなものがありますので、それを見ながら、今日、会議で使う資料を確認したいと思います。まず、資料1の令和6年度上半期（4月～9月）消費生活相談について、資料2の事業者指導状況、次に、資料3の令和6年度相談事例とポイント、資料4の第4次消費者基本計画の体系、続きまして、資料5の第4次消費者基本計画重点施策の実施状況、資料6-1の基本的施策についてのまとめ、次は、資料6-2の第4次消費者基本計画基本的施策の実施状況、資料7の消費生活相談自動音声ガイダンスの導入について、資料8の交付金終了後（令和8年度～）消費者教育・啓発活動、資料9の表示の適正化に向けた取組状況、最後に資料10の計量の適正化に向けた取組状況をお配りしてお

ります。さらに、令和6年度札幌市消費者行政事業概要事業編という冊子をお配りしております。

お配りしたものは以上ですが、何か不足等はありませんか。

よろしいようであれば、私からの連絡は以上です。

2. 議 事

○林会長 それでは、議題に移りたいと思います。

まず、(1) 令和6年度上半期における消費生活相談受付状況と事業者に対する調査・指導状況及び令和6年度相談事例とポイントについて、事務局より説明をお願いいたします。

○事務局（白山調査指導係長） 調査指導係長の白山です。よろしくをお願いいたします。

最初に、資料の1ページ目をご覧ください。

一つ目の消費生活相談の概要ですが、消費生活相談件数は4,911件で、前年度の同時期と比べて若干減少しています。

次に、(1) 相談件数の多い商品・役務別の相談内容については、多い順から、賃貸アパート、商品一般、他の健康食品となっており、前年度の順位と同じでした。これらの3品目で全相談の25.5%を占めております。

次に、2ページ目をご覧ください。

賃貸アパートの主な相談内容は、入居中の修繕や退去時の原状回復費用に関するものになっています。設備の修理を管理会社に連絡してもすぐに対応してもらえない、傷んでいない箇所も含めて壁や床を全て張り替えと言われ、高額な原状回復費用が請求されたといった相談が寄せられています。

商品一般の主な相談内容は、料金未納のため法的措置を取ると自動音声の着信があったなどの架空請求やクレジットカードに心当たりのない請求があったなどの不当請求に関するものです。

他の健康食品とは、主にサプリメントのことを言いまして、健康食品のうち、高麗人参茶やビタミン剤やプロテイン、これらに分類されていない商品を指しています。

他の健康食品につきましては、後ほども触れますけれども、ほとんどが定期購入によるトラブルでございます。

次に、(2) 増加率が高い商品・役務別の相談についてですが、ルームエアコン、他の娯楽等情報配信サービス、映像配信サービスの順に増加率が高く、ルームエアコンについては、一昨年記録的な猛暑の影響でエアコン購入者が増えたことにより、相談件数も増加したものです。

相談内容は、正常に作動しない、冷却能力が低いといった機器のトラブルに関することや、エアコン本体の価格と比較して工事費が高い、後から工事の追加料金を請求されたといった設備費用に関するものです。

続いて、3 ページ目をご覧ください。

インターネットを経由した各種配信サービスについては、昨年度同期に比べ、相談件数が倍増しています。

他の娯楽等情報配信サービスとは、音楽や映像配信サービス以外の占いサイトや、英会話、ヨガなどの習い事サイト、地図のナビサイトといったものでございまして、映像配信サービスとは、インターネットを通じて映画やビデオなどを視聴できるサービスのことを言います。

無料だと思って申し込んだのに料金が請求され解約もできない、サイトのボタンをクリックしたつもりが、その希望するサイトとは無関係の海外事業者のサブスク契約になっていたという相談が多く寄せられています。

次に、4 ページ目をご覧ください。

2 の最近注目される消費者トラブルですが、まず一つ目のまだまだ注意が必要な定期購入トラブルは、令和4年に特定商取引法が改正され、ネット通販で商品を定期購入する際、注文の最終確認画面に定期購入であることを明確に表示することが義務づけられましたが、いまだに定期購入トラブルは一向に減っていない状況でございます。

最近の定期購入トラブルに陥るパターンとして、定期縛りなしなどと強調し、定期購入ではないと誤解させる広告や、初回で解約オーケーなどと、初回購入後に簡単に解約できると誤解させる広告、定期縛りなしで注文した後に、今ならクーポン利用でさらにお得などというボタンが出てきたので安くなると思ってボタンを押してしまったら、気づかないうちに定期縛りありのコースに変更されている、いわゆるアップセルといった手口が見られます。

5 ページ目をご覧ください。

トラブル事例の二つ目は、副業トラブルです。

楽に稼げる、素人でも安心といった誘い文句でFX投資を持ち掛けたり、情報商材などを売りつける相談が依然として多く、投資資金がないと伝えると、サラ金などの貸金業者から借金をさせられるといったクレ・サラ強要被害も増加傾向にあります。

昨年度までは20歳代の若者からの相談が多かったのですが、今年度は幅広い年代から相談が入っており、被害の拡大が懸念されるところでございます。

悪質なクレ・サラ強要の手口ですけれども、副業や投資に関する情報商材を購入させた後に、高額なサポート契約を勧め、お金がないと断った消費者に稼いだ分で返せると遠隔操作アプリを悪用するなどして借金をさせる手口が目立っています。

6 ページ目をご覧ください。

中段のトラブル事例の三つ目、10代以下のトラブルについてです。

契約当事者の多くが未成年となる10代以下の相談の中で最も多いものは、昨年引き続きオンラインゲームに関するものです。これは10代以下の全相談の約4分の1を占めています。

保護者の同意を得ないで行った未成年の契約は民法で取り消すことができますが、保護者が処分を許した財産は未成年でも自由に処分できるため、全ての契約を取り消しできるとは限りません。

オンラインゲームのトラブルには、親が昔使っていたスマホにクレジットカード情報が残ったままだったという事例や、子どもがサイトで偽って成人年齢を入力して購入してしまったという事例があります。

令和6年度上半期の消費生活相談に関する説明は以上でございます。

続きまして、資料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についてですけれども、令和6年度上半期の是正指導は3事案ございました。

一つ目は、インターネット広告で、安価な金額で水回りのトラブルが解決するような消費者に誤解を与える表示を行い、また、クーリングオフを妨害する行為もあった水回り修繕業者に対して是正指導を行っています。

二つ目は、消費者と交わした契約について、実際には営業実態のない住所が記載されており、また、クーリングオフを妨害する行為もあった不用品回収業者に対して是正指導を行いました。

三つ目は、保険外、いわゆる自由診療を行う歯科が治療費を全額返金しない旨の同意書を消費者から取得し、また、契約解除を認めないなど、消費者の権利を制限する契約をしていたため、是正指導を行いました。

こちらの表は、指導前6か月の期間と指導後6か月の期間、指導前後の相談件数ですけれども、3事案とも0件になっております。

続いて、2の消費者トラブル拡大防止に向けた取組として、まず、(1)の電気通信事業者ですが、通信キャリアの大手3社と光回線事業者1社に対して、消費者センターに寄せられた相談情報のうち、相談件数の多い携帯ショップや相談類型を各社に情報提供することにより販売代理店への指導を求めるなど、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ですけれども、令和6年度の上半期は6事案に対して実施しております。これは、条例による調査、指導は時間を要するため、軽微な事案について電話などで注意喚起を促すことで、速やかに消費者被害の拡大防止を図っております。

対象とする事案は、短期間で複数件の相談が入り、悪質性が高く、被害が拡大しそうなものでございまして、上半期はパーソナルジムや通信サービス業、住宅リフォーム業、新聞勧誘などの事業者に対して初期対応を行いました。

初期対応に関して、2ページ目の表をご覧ください。

初期対応前の6か月の期間と初期対応後の6か月の期間の指摘した事項に係る相談件数について、事案1は飛ばして後ほど説明いたします。事案2は住宅リフォーム業者で、こちらは10件から1件となっています。事案3は通信事業者で、33件から1件、事案4はパーソナルジムで、4件から0件、事案5、事案6は別々の新聞社の事案で、事案5の

1社は10件から1件、もう1社は23件から7件で、事案2から事案6まではそれぞれ減少しております。

それでは、戻りまして、事案1については、先ほどの事案4とは別のパーソナルジムに関するもので、前後の件数は7件と変わっていません。

相談内容は、事業者と連絡が取れない、退会したのに口座振替が続くといったもので、このスタッフは店長1人のみで、その店長が体調を崩し不在となり対応がなされなかったというものです。雇われ店長でしたので、札幌市から会社の法人登記上の代表者に対応を依頼し、その後、口座振替を停止するなどの対応を行った旨の報告を受けております。すぐに相談件数が減らなかったのは、代表者が退会者を特定して口座停止の手続を行うまでに相応の期間を要したためと思われる。

なお、店舗は昨年12月末で閉店するという話を聞いております。

(3)の他機関への情報提供ですが、これは、不当な取引行為を行う事業者について道庁や道警と情報を共有し、被害の拡大防止に向けて相互に連携を図っているものです。

上半期は、道庁が過去に指導した排水管清掃業、住宅リフォーム業の事案に関する事業者の最近の相談状況について、道庁に情報提供を行ったものです。

事業者指導状況の説明は以上でございます。

最後に、資料3の令和6年度の相談事例とポイントをご覧ください。

注意喚起や是正指導を行った事業者の相談事例について、3例ほどピックアップしてご紹介いたします。

1の訪問販売お断りステッカーを掲示している消費者への勧誘についてですが、訪問販売お断りステッカーをご覧いただいたことはございますか。札幌市のものは小さいのですけれども、こちらです。最近では欲しいという希望も多いようです。

これに関する相談内容は、訪問販売お断りステッカーを消費者センターからいただき、父の家の玄関ドアに貼っていた。その後も訪問販売はなくならず、数日前に父が景品を渡されて、6か月の新聞購読契約を交わしてしまった。父が利用しているヘルパーから連絡があり、クーリングオフし、景品も引き取ってもらった。父は認知症がみで対応してしまうので、訪問販売をやめさせる方法はないのかというものです。

問題点として、勧誘や契約締結を望まない旨の意思表示をしている消費者宅を訪問し、販売したことが挙げられます。

ポイントとしては、勧誘等を望まない旨の意思表示は、口頭に限らず、書面でも構わないこと、また、訪問販売お断りステッカーや文書が玄関や集合住宅の入り口に掲示されている場合は、原則として当該建物の在住者全員による勧誘拒絶の意思表示があると札幌市消費生活条例上は解されます。

この違反行為を行った新聞販売事業者には、直接、口頭により注意喚起を行い、あわせて、大手の新聞事業者4社に対し勧誘拒否の意思表示をしている消費者宅を訪問、勧誘しないよう注意を呼びかける文書を送付しております。

続いて、2の美容医療などのトラブルについてですが、美容医療につきましては、施術件数の増加に伴いトラブルも多発しているため、昨年、厚生労働省により、美容医療の適切な実施に関する検討会が立ち上げられ、対応策の協議が始められました。ただ、実際に消費者センターに寄せられる相談は、美容医療というより、美容医療のカテゴリーに含まれない矯正歯科、歯のセルフホワイトニング、脱毛エステなどに関するものが多いのが実情でございます。

このうち、矯正歯科及び歯のセルフホワイトニングに関する相談事例についてご紹介いたします。

まずは、（1）矯正歯科についてです。

相談内容は、マウスピースによる歯科矯正の治療費110万円をクレジットカードで支払って契約し、3か月後に治療計画ができ上がった。治療費を全額返金できないことに同意しますという同意書にサインしたことが気になっていたが、高額なので解約したいと思い直し、残りの金額を返金してほしいと病院に伝えた。病院からは当院ではキャンセルはできないと言われたというものです。

問題点として、治療費はキャンセルしても全額返金しないという旨の同意書を徴取している、合理的な理由もなく契約解除を認めない、高額な解約料を支払わせるなど、消費者の権利を制限する契約内容だったことが挙げられます。

ポイントとしては、契約期間が1か月以上で、金額が5万円以上のエステや美容医療には特定商取引法が適用されますが、歯の矯正は美容医療には該当しないため、特定商取引法が適用されず、一般に同法律のクーリングオフや契約書の交付義務、中途解約のルールというものは、当然、適用されません。

なお、歯牙を漂白するための医学的処置といった歯科医が行うホワイトニングは美容医療のカテゴリーに入ってきます。

本事案につきましては、後述します特定適格消費者団体ホクネットから助言をいただいて指導を行いました。

全額返金不可やキャンセルを認めないといった点が札幌市消費生活条例に違反しているため、是正を求めたところ、この点については改善されたのですが、ほかの点についても問題があるため、引き続き注視しているところでございます。

2ページ目をご覧ください。

次に、（2）歯のセルフホワイトニングについてです。

相談内容は、インターネット検索で見つけた無料体験を申し込んだ。店舗に出向くと、無料体験は継続契約をする人しか受けられないと言われ契約してしまった。インターネットで悪い評判の書き込みを見つけ信用できなくなり、行かなくなった。その後、事業者から月会費が支払われていないと連絡があったが月会費を払わずに解約したい。支払わなければならないかというものです。

問題点として、無料体験のために来店した消費者に対し、契約をしなければ無料体験を

受けられないと誤認させる説明を行ったことが挙げられます。

ポイントとしては、歯のセルフホワイトニングは、いわゆるセルフエステというもので、自分自身でエステの機器を使用するため、特定商取引法は適用されず、先ほどご紹介した矯正歯科と同様に一般にクーリングオフができず、契約書の交付義務、中途解約のルールが適用されません。また、セルフエステは安価で手軽に試しやすいため、20歳代前半の若い相談者が多く、店舗で話を聞く際には、契約期間や違約金の有無をしっかりと確認することが重要と思われれます。

本事案につきましても、指導するに当たり、ホクネットから助言をいただいております。

無料体験は継続契約をする人しか受けられないという点について、広告表示と異なる事実でないことを告知して勧誘している点が札幌市消費生活条例に違反しており、指導を行ったところでございます。

無料体験と広告しながら契約前提と説明している点について、こちらも後述いたしますけれども、インターネットなどの広告事業者に対して何らかの働きかけができないかと考えておりますが、広告事業者と接触を図ることが容易でないという壁にぶつかっております。

続きまして、(3) 特定適格消費者団体ホクネットとの連携についてです。

先ほど申し上げたとおり、美容医療等に関するトラブルにつきましては、ホクネットと情報共有を図り、どのような点が札幌市消費生活条例に違反しているのか、助言をいただいた上で指導を行っております。

以前からも同様の取組を行っているのですが、今年度は、さきに述べた矯正歯科のセルフホワイトニングのほか、美容整形においても不適切な事例というものが見られましたので、美容医療を中心に情報交換を行い、適宜、助言をいただいております。

なお、今の美容整形の不適正な事例ですけれども、これは広告で低廉な価格を掲げるも、実際に店舗に来ると、あなたの場合は100万円のコースでなければ効果が出ないなどと説明し、高額なコースを勧めるといったものです。

また、電気通信事業や新聞販売など、大企業が代理店方式で販売を委託している業態に関しまして、現在の札幌市消費生活条例の枠組みの中で、元締めである大企業に対して効果的な働きかけができないかなど、そういう点を協議してまいりました。

最後は、(4) その他についてです。

こちらも広告関係の話ですけれども、美容医療等には限りませんが、サービスを提供する事業者を私たち消費者が選ぶ際には、今、インターネットが欠かせないツールとなっています。

検索予約サイトの運営会社は、同サイトを利用する事業者に対し、広告表示のルールを守らせることが必要と考えております。

先ほどの歯のセルフホワイトニングの無料体験も、申し上げたとおり、広告事業者への働きかけを考えておりましたが、なかなか有効なことができておりませんので、これは今

後の課題と考えております。

私からの説明は以上でございます。

○林会長 ただいまの説明について、ご意見がございましたらお伺いいたします。

番井副会長、お願いします。

○番井副会長 ホクネットに所属しておりますが、今、報告していただきました矯正歯科について、ちょうど私が所属しているグループで検討していたものですから、感想めいたお話と情報提供をさせていただきます。

こちらの事業者は、ホクネットでも何年も前から注視しておりまして、結構派手に広告宣伝をしているところなので、相談件数は多いと思います。札幌市や北海道、また、厚生労働省にもこういったことは問題ないのだろうかという申入れを行っております。

これは、事案を見ていただいて分かるように、110万円という非常に高額な治療で、マウスピースをはめることによって歯並びがよくなるというものですけれども、若い方が相談に行って、クレジットが提携なので、その場でクレジット契約を結ばされることが多いのですけれども、今回、注目しているのは、クレジットを与信する会社とも情報交換をすることができて、適切な与信をしていかなければならないと、そこが功を奏し始めているということがあります。

ですから、こうした事案のときに、札幌市や北海道や我々のような団体や事業者など、多方面から、いろいろな圧力という言葉は悪いですが、適正にしてもらいたいという行動をすることが功を奏した事案になると思っていて、そういう横方向の情報の展開というのが非常に重要な事案だと思っております。

この件に関する情報提供は以上ですが、一つ質問をさせていただきたいことがあります。

資料2の事業者指導状況ですけれども、電子通信事業者の相談があったということと、裏面には電子通信事業者の相談件数が33件あったということだったのですが、具体的にどのような相談、被害状況だったのか、教えていただけたらと思います。

○事務局（白山調査指導係長） 光ファイバーの相談件数とありますが、解約の電話がつかない、解約料に納得ができない、個人情報心配などといった相談が33件です。

そもそも事業者が代理店を名乗らないとか、相手に今契約している代理店を誤認させるような、そういう相談がございます。

○番井副会長 光卸しの勧誘電話のようなものもまだちょっとはあるということですね。分かりました。ありがとうございます。

○林会長 ほかにいかがでしょうか。

○阿部委員 最後に説明いただきました資料3の確認です。

この資料で扱っている事例は、こういった相談があり、問題点とポイントが記されていますが、私が見る限り、結果的にこの3案件の解決策がないように思うのです。この資料で言っていることは、こういうことがあるので、消費者の皆さんにより気をつけていただく必要がありますということなのではないでしょうか。

○事務局（白山調査指導係長） 1番目については、新聞社でしたので、関与しないように代理店に伝えるよう言っていますが、現実的には、新聞販売店も従業員の入れ替わりも激しいでしょうから、その都度、こういう事例が発生するたびにこちらから注意喚起をしていかなければならないということかと思えます。

矯正歯科は、先ほど番井副会長からもお話がございましたように、与信の会社なども入ってくると、これは大ごとだということで、矯正歯科も今後はやり方を改めるのではないかと考えています。連携したことによって、うまく解決のほうに向かっているのではないかと思えます。

歯のセルフホワイトニングは、広告の問題ということもありまして、ネットで無料とか体験1,000円という広告が出たりしますので、それを見て無料のつもりで行ってしまう。当然、事業者も、その後に勧誘するため、契約をしてもらうために無料体験に来てもらうのでしょから、押しに弱い方やうまく断れない方が、契約しないと体験できないと言われたら、そうなのかなと思って契約したということですから、これは広告の問題をどうにかしなければいけないと考えています。

また、事業者に対しては、誤解させる説明はしないようにという指導と、もしまた同じ事業者で同じ事例が発生したら、指導の次の段階に進んでいくしかないと思っております。

○林会長 ほかにいかがでしょうか。

○小谷野委員 資料2などにあるように、事業者へ指導をされて、相談が減っているということで、効果が出ていると思っております。

私が質問させていただきたいのは、資料1の(1)相談件数の多い商品・役務別相談内容についてです。

1位から3位までの順位は変動なし、さらに、これらの3品目は、令和元年度以降、常に上位3位以内を占めていますということで、この3項目については常に相談が多いということなのかと理解していますが、これは実際に減っていないということなのでしょうか。

そうすると、こちらもある程度対応していかなければいけないと思っております。商品一般や他の健康食品は、やり方や商品などが多岐にわたってしまうので、対応しても、後から後からどんどん出てきて難しいのかなと思っております。

逆に、賃貸アパートとなると、業者との関係になってくるので、一定の対応のしようはあると思うのです。例えば、賃貸アパートのところを見ていくと、消費者側、借りる側が理解していないのか、それとも、逆に貸す側がしっかり説明していないのか、原因がどちらにあるのかということも見なければいけないと思えます。

また、事業者の指導状況で、個別の事業者、特定の事業者でそういうトラブルが多ければ対応していただいて、それをされていないということだとしたら、個別の事業者というより、業界として対応が必要になってくると思うのです。

つまり、貸す側と借りる側のどちら側に原因があるのかということと、業界として課題があるのかないのか、その2点をお伺いできたらと思えます。

○事務局（白山調査指導係長） まず1点目の消費者側の問題なのか、貸す側の問題なのかというところですが、やはり多いのは退去時の原状回復に関するものです。例えば、原状回復費用を3万円ぐらい請求されて相談に来る場合もあれば、30万円、40万円、50万円を請求されて相談に来る場合もあります。また、実際にどの程度汚れていたのか、住んでいる方がきれいに掃除している場合もあれば、全く掃除しないでカビだらけだったり、あちこちが油污れだったり、たばこを吸っていてヤニだらけだったり、ご本人もそれを認めて相談に来る場合もあるのです。

ですから、一概にどちらが悪いとは言えず、相談者側に問題がある場合もありますし、管理会社も原状回復のときにちゃんと見積りを渡さないでいきなり請求してしまうとか、話されたことと実際に請求された金額が違うなどというトラブルもあります。両者に問題がある場合がございます。

○小谷野委員 個々の事例によっても違ってくると思いますし、相談を受けて、実際にその現場に立ち会っているわけではないということも理解しております。両者ということであれば、借りる側に対してはしっかり周知をしていかなければいけないし、貸す側も一定の説明が必要なのかなと感じました。

○事務局（白山調査指導係長） 2点目の業界としての対応というところもあるのでしょうか、オーナーから直接借りるということは少ないと思います。不動産でも、管理はオーナーが管理会社に委託しているところがあります。管理会社の団体もあるようですが、その会の会員になっている事業者に対しては、ルールがあるでしょうから、そのルールにちゃんと従って指導してくださいと言いやすいと思いますが、そういうものに入っていないところもあります。

そういう意味で、今後、業界に対して働きかけることは必要だと思うのですが、一部の管理会社でルールを守らないところがあると思います。

○小谷野委員 ここ数年、長年にわたって多くの相談が来ているということで、しっかり対応していかなければいけない案件ではあると思いますので、ぜひ今後も対応をよろしくお願いします。

○事務局（高橋消費生活課長） 補足をします。

事業者の相談の中で、啓発が有効なものや指導が有効なものははっきりあると思うのです。

賃貸住宅の原状回復は、事業者指導よりもまずは啓発で、特に若い人向けの部分が大きいと思っています。後で出ると思うのですが、動画や大学生向けのビラなどでまずは啓発しているところが1点です。

もう一つは、事業者向けということでお話しいただいたのですが、今から3年前、ホクネットさんをお願いしまして、不動産賃貸事業者向けの研修動画をつくりました。不動産に関する相談事例をホクネットにお渡しして、具体的な相談内容を分析していただきました。そして、事業者がこんなことをやっていると、これは札幌市消費生活条例のここに抵触

しますということをホクネットさんの弁護士に解説していただいた動画をつくりまして、事業者団体に配布しております。

かなりの視聴回数になっていますが、それを受けて、どれぐらいの防止効果があったかということ測定するのは困難ですけれども、一定程度の視聴回数はありましたので、ある程度、響いたのかなと思っております。

○番井副会長 私は司法書士もやっているのですが、ここ1年、リフォーム代金や修繕の値段が爆上がりしているのです。ウクライナでの戦争であったり、コロナであったり、人件費の高騰や燃料費の高騰で、去年あたりから価格転嫁がすごく著しくなって、個人的に賃貸アパートの原状回復費用の相談件数は増えていくと思います。これからは金額自体が上がっていくのではないかと懸念があるので、幾ら対策をしても、そちら側のほうで消費者被害がどんどん増えるのではないかと考えております。

○林会長 ほかにご意見等はございませんか。

○西村委員 質問です。

ただいま話題に上がりました賃貸借契約の相談の中に、若年層が多いというお話がありました。今、大学ですと、海外から留学生に来ていただく取組が非常に増えていますが、若年層という中に外国人からの相談はございますでしょうか。

○事務局（白山調査指導係長） 何件かは見た記憶があります。ただ、事業者が外国人に説明する際、うまく伝わらずに事業者と消費者の認識違いによるトラブルかもしれませんし、ほかの一般的な相談の件数が多かったという認識はございません。あることはありましたが、件数はそんなに多くはございません。

○西村委員 まず、相談に行くということのハードルがあるかもしれません。もしかすると潜在的にはあると思うのですけれども、何件かあるということで承知しました。

○林会長 この議題に関しまして、ほかにご意見はございますでしょうか。

（「なし」と発言する者あり）

○林会長 なければ、次の議題に入ります。

（2）第4次札幌市消費者基本計画の令和6年度上半期における実施状況、（3）消費生活相談・自動音声ガイダンスの導入について、（4）交付金終了後の消費者教育・啓発事業について、事務局より説明をお願いいたします。

○事務局（福田消費生活係長） まず、第4次札幌市消費者基本計画の進行管理に当たっては、年1回以上、計画に掲げる各施策の進捗状況について、審議会において検証、評価をすることとしておりまして、今回の審議会では令和6年度上半期の実施状況を報告いたします。

資料4の第4次消費者基本計画の体系につきましては、前回、前々回の審議会でも説明させていただいておりますので、省略いたします。

資料5をご覧ください。

第4次消費者基本計画重点施策の実施状況です。この資料は、4次計画の令和6年度上

半期重点施策実施状況をまとめたものです。

4次計画では、三つの施策の柱で掲げた目的を達成するため、項目ごとに行動目標を三つずつ設定してありまして、その行動目標達成に向けた施策の実施状況について、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あります。

表紙をめくっていただきまして、各施策の柱に関連する取組の報告に移りますけれども、時間の都合上、新しい取組をピックアップして幾つかご説明させていただきます。

まず、1ページの施策の柱1、誰もが安全で安心できる消費生活の実現に関する取組から、3ページ目の黒丸、消費者ホットライン188及び消費者センターの相談窓口としての認知度向上に向けた取組を推進しますについてです。

二つ目の四角にあるとおり、市内の様々な街頭ビジョンを活用して啓発動画や消費者センターの案内広告を放映しました。放映した街頭ビジョンは、地下鉄南北線の大通駅地下にあるHILOSHIやチ・カ・ホ、市電停留場などになります。これらは全て無料で活用可能で、市民の目に触れやすい広告のため、今後も継続して実施していく予定です。

次に、4ページ目をご覧ください。

施策の柱1の行動目標とその達成状況についてです。

行動目標1、事業者への研修または積極的な情報提供の回数は、2ページ目の重点施策の黒丸にも実績を載せておりますけれども、令和6年度上半期は7回実施しており、達成状況は26回で、達成率は104%となっています。

行動目標2、オンラインやデジタル媒体を活用した注意喚起・情報提供の回数は、令和6年度上半期は、5種類の媒体を活用して実施しておりまして、達成状況は15回で、達成率は43%となっています。下半期には、ラジオやテレビCMを活用した啓発を実施する予定となっております。

行動目標3、不当な取引の疑いのある事業者に対する調査・指導の件数は、令和6年度上半期は18回実施しており、達成状況は49件で、達成率は82%となっております。

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、評価を丸としております。

続きまして、5ページ目の施策の柱2、誰一人取り残さない消費者被害の救済から、重点施策の一つ目の黒丸、消費生活サポーターとして登録した市民や団体をはじめ、地域で活動する企業・関係機関等と連携して見守りネットワークを拡充し、消費者被害の早期発見・救済を推進しますについてです。

五つ目の四角にあるとおり、5月の消費者月間に北海道立消費生活センターや札幌消費者協会、北海道警察などと連携して、2年ぶりに街頭イベントをチ・カ・ホで開催し、パネル展や啓発リーフレット、ノベルティーの配布などを行いました。イベントには、札幌市消費者センターのイメージキャラクターしろくまも参加して、子ども連れの方々と写真撮影を行うなど、たくさんの方に立ち寄っていただき、消費者トラブルへの注意を呼び

かけました。

重点施策の二つ目の黒丸、地域で高齢者や障がい者等を見守る立場の人に対して講座や各種媒体を通じた情報提供を行い、知識の向上を図るとともに、地域への迅速かつ細やかな注意喚起を行いますについてです。

6 ページ目の上から五つ目の四角にあるとおり、地域で見守り活動をしている団体や企業向けに研修を実施しております。

下半期には、企業や団体に職場研修などで活用してもらうことを目的として、研修動画を作成することが決まっております。対面形式の研修は、日中の業務時間内に時間を設けることが難しく、動画形式の研修があればぜひ活用したいという意見がありましたので、作成することといたしました。

動画の中では、最近の消費者トラブルの傾向について紹介するほか、他の企業や団体の活動を紹介することで、企業や団体としてどのような活動ができるか、具体的にイメージしてもらえそうな内容にする予定です。

次に、7 ページ目をご覧ください。

施策の柱2の行動目標とその達成状況を記載しています。

行動目標4、高齢者や障がい者を見守る立場の方へのフォローアップ講座の回数は、地域での見守りやミニ講座の講師を委託している消費生活推進員へのフォローアップ講座や消費生活サポーター養成講座の回数で、令和6年度上半期は6回実施し、達成状況は27回で、達成率は39%となっています。

行動目標5、団体サポーター等の活動企業と協働した啓発活動の実施回数は、達成状況は4回で、達成率は20%となっています。

行動目標6、消費生活相談員に対する研修機会の確保では、達成状況が100%で目標値を達成しています。国民生活センターなどが実施する研修を相談員が受講し、受講した相談員が講師として全相談員や職員に研修を行い、情報を共有しています。

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、資料の8 ページ目、施策の柱3、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から、重点施策の一つ目の黒丸、消費者被害防止や持続可能な消費の実践など、幅広い分野の講座や啓発を実施するとともに、オンライン等を活用した学びの機会の充実を図りますについてです。

四つ目の四角にあるとおり、行楽シーズンで、学校の夏休み期間でもある7月、8月に令和5年度に作成したロードサービスに関するトラブルに係る啓発動画を活用し、YouTube及びティーバーのウェブ広告を配信し、啓発を行いました。

次に、11 ページ目をご覧ください。

施策の柱3の行動目標とその達成状況です。

行動目標7、職域向けの消費者教育講座の実施回数は、令和6年度上半期は2回実施し、計4回で、達成率は40%となっています。

行動目標 8、オンラインやオンデマンドなど、デジタル化に対応した消費者教育講座の実施回数は、令和 6 年度上半期は 5 回実施し、達成状況は 1 1 回で、達成率は 2 8 %となっています。

行動目標 9、小・中高校への講師派遣講座等の回数は、令和 6 年度上半期は 1 7 回実施し、計 3 0 回で、達成率は 3 8 %となっています。

以上の取組を踏まえ、評価は丸とさせていただきました。

以上、令和 6 年度上半期の 4 次計画の重点施策の実施状況についてご説明をさせていただきました。

続きまして、資料 6 - 1、基本的施策（関連事業）についてのまとめをご覧ください。

4 次計画の基本的施策に関連する事業を市役所内の各部局で実施していますが、関連事業 1 4 3 件のうち、1 3 8 件、9 6 %が丸の実施済み、または、丸（予）の実施予定ありと報告を受けております。

残りのほとんどはバーで、申請に応じて実施するもので、実績がなかったものであることから、基本的施策についても順調に進められているところです。

各基本的施策の実施状況につきましては、資料 6 - 2 でまとめております。

時間の都合上、ここで説明はいたしません、後ほどご覧いただきますようお願いいたします。

続きまして、資料 7、消費生活相談・自動音声ガイダンスの導入についてをご覧ください。

昨年 1 0 月 2 1 日から新たに導入した消費生活相談の自動音声ガイダンスについてご報告いたします。

現在、消費者センターでは、原則として電話による消費生活相談を受け付けていますが、以前より、市民から、消費者センターの電話が繋がらないという問合せが多く寄せられていました。

そこで、電話回線の混雑状況を確認するため、令和 5 年 1 0 月にあふれコール集計アプリを導入し、統計を取ったところ、下の導入前の表のとおり、着信に対する応答率が平均すると約 2 4 %であることが分かりました。

そこで、4 行目に記載のとおり、より多くの相談を受けることを目的として、①あっせんを行うことが困難で、定型的な助言を行うにとどまることが多い事例、②相談の対象外である事業者からの問合せについて、前さばきを行う自動音声ガイダンスを導入したところ、1 2 月の応答率は 3 5 . 5 %まで改善しました。

また、音声ガイダンスにより着信数も約 3 分の 2 まで減少し、本当に相談が必要な方の電話が以前よりもつながりやすくなったと考えております。

実際に、相談室の職員に聞き取りを行った際には、以前よりも事業者からの問合せが確実に減っている実感があると聞いております。とはいえ、応答率が 3 0 %台にとどまっていることは大きな課題であると認識しており、引き続き、相談員の担い手不足に対する取

組や、相談せずとも自主解決の支援となるようなホームページによるトラブル事例や対処法の紹介を充実させることや、そもそもトラブルを未然に防ぐため、消費者教育や啓発に力を入れて取り組んでいく必要があると考えております。

また、現在、国でも、消費生活相談のデジタル化に向けて、相談内容の文字起こしや相談員向けのFAQの充実などの検討を進めているため、その経過を見つつ、札幌市としての取組についても引き続き検討してまいります。

続きまして、資料8、交付金終了後の消費者教育・啓発活動の説明に移ります。

現在、講座や啓発の費用は大半を国の地方消費者行政強化交付金で賄っており、一部を除いた交付金の活用期間が令和7年度をもって終了となります。令和8年度以降は、市の財源により消費者教育・啓発を行うこととなるため、実施の方法などについて見直し、検討を行っているところです。

現時点で想定している見直しの内容についてご報告させていただきます。

初めに、消費者教育のうち、教材の見直しについてです。

現在、小・中学生向け副教材については、市内の小学校5年生と中学校2年生の全生徒分を印刷、配送し、家庭科や公民の授業で活用していただいております。

高校生向け副教材の社会への扉は、消費者庁が作成した副教材で、インターネット上に電子データもございますが、印刷した教材のほうが授業で活用しやすいとの声があって、希望する学校へ印刷、配付をしております。

これらについて、令和7年度中に小・中学校向け副教材を学校のタブレットで活用可能なデジタル教材として電子化し、令和8年度以降は、印刷、配付を取りやめる予定です。デジタル教材にすることで、印刷、配送にかかる費用削減のほか、年度の当初から活用が可能になります。

次に、消費者教育のうち、講座についてです。

現在実施している主な講座として、小・中学生向け、教職員向け、親子向け、高齢者・障がい者向けなどがありますが、業務委託により、ほとんどが出張・対面形式で実施しています。

対象が高齢者や障がい者の講座の場合は、対面での実施を希望される団体が多いのですが、小・中学生向けの講座については、オンデマンドやウェビナー形式を取り入れ、事前に学校へ周知することで、より多くの生徒に受講してもらえる機会を増やしていきたいと考えております。

続いて、裏面に移りまして、消費者啓発のうち、啓発動画やパンフレット等の作成についてです。

これまで、業務委託により、消費者トラブル188（いやや）シリーズや、188（いやや）音頭の啓発動画を作成してきましたが、今年度は新たに漫画やアニメ、ウェブ動画クリエイター系の専門学校と連携し、啓発動画やパンフレットを作成中です。

学校側は、カリキュラムに取り入れて対応してくれており、委託費削減のほか、製作に

協力してくれる学生への啓発効果や学生の協力によるSNSでの波及効果を期待しているところです。

最後に、消費者啓発のうち、広告についてです。

これまでに作成した啓発動画をユーチューブやティーバーなどのウェブ広告として配信するほか、テレビCMやテレビ番組の読みパブリックなどで消費者トラブルの防止と消費者センターの周知を行ってきました。

これらに代わる方法として、既に取り組んでおりますが、無料で活用できる街頭ビジョンでの放映を継続するほか、SNSでの情報発信に、より一層、力を入れてまいります。

現在、当課で活用しているSNSは、X（旧ツイッター）になりますが、今後はInstagramも開設する予定です。

最後に、昨年度に作成した啓発動画をご覧いただきたいと思います。

動画の感想や動画の活用方法などについてご意見がありましたらお聞かせいただけますと幸いです。これから啓発動画を作成する際やその活用方法の参考にさせていただければと思っております。

それでは、ご覧ください。

[動画の視聴（悪質業者に気をつけろ！～訪問購入編30秒～）]

○事務局（福田消費生活係長） 説明は以上です。

○林会長 以上の説明につきまして、委員の皆様からご意見等がございましたらお願いいたします。

○皆川委員 質問ですけれども、交付金終了の関係で、予算規模は幾らぐらいから幾らぐらいに減るといふことなのか、概算で教えてください。

○事務局（福田消費生活係長） 3,500万円ぐらいが、最悪の場合はゼロになります。2分の1活用できるものが残りはするのですけれども、それは毎年新規事業をしていかないと当たらない交付金になっているので、今の啓発や今の消費生活相談について受けている交付金をそのままやろうとすると、ゼロになってしまいます。

○皆川委員 重ねてですが、3,500万円かけていたものがゼロになっても効果的にはさほど変わらないとお考えなのですね。

○事務局（福田消費生活係長） 交付金がなくなったからといって、消費生活の予算がゼロになるわけではなく、市の財源として……

○皆川委員 私の質問が悪かったのですけれども、3,500万円の交付金がなくなって、それに該当する市の予算は幾らぐらいになるのかという質問です。

○事務局（福田消費生活係長） 予算については、要求はしますが、3,500万円丸々は認められないと考えていて、その差分について、無料で効果的にできる街頭ビジョンや専門学校とのコラボレーションなどを検討しているところです。

○皆川委員 削減できます、削減できますと書いてありますけれども、その額はまだ見えていないということですか。

○事務局（福田消費生活係長） そうです。予算を財政がどの程度認めてくれるかによって、お金をかけてできる啓発もあるかもしれないというところですよ。

○皆川委員 メリットとして削減、削減と3項目ぐらいが出ているので、どの程度の削減効果があるのかということを知りたかったのですが、それはまだ出ていないということなのですか。

○事務局（福田消費生活係長） 今までお金をかけてつくっていた啓発動画についての金額などを積み上げていくと計算はできるとは思いますが、それが丸々ゼロになるわけではなく、財政が認めてくれればそれも継続できるかもしれないということですよ。

○田口市民生活部長 もう少し噛み砕いた説明の仕方をさせていただくと、札幌市の場合、現在はほぼ全額について交付金を使ってやっています、若干ですが、札幌市の一般財源も使っております。

今、その交付金が丸々なくなったときに、一般財源はかなり少額になりますので、それをうまく活用していくため、今からアイデアを出しておこうということですよ。

今日ご紹介したものは、これだけの金額を削減できますというところまでは計算していませんけれども、今からこういうアイデアを考えていかないと令和8年度に間に合わないという現状がございますので、今日、その一部のアイデアを皆様に披露させていただいたということですよ。

令和8年度の予算につきましては、令和7年度に要求して、市役所内部で決定していくものですから、それまでは、幾ら使えるのかということは我々も見込みが立たない状況でございます。

ただ、非常に厳しい予算の獲得になりますので、今からできることをやっということで、知恵を絞って、それに向けて頑張っている、その途中経過を本日報告させていただきました。ご理解いただければと思います。

よろしく願いいたします。

○皆川委員 私が言いたかったことは、交付金がなくなることで事業の中身が見直されるということですが、コストが安くなっても効果的には遜色ないものが発揮できるようなアイデアが出てくるのであればそのほうがいいと思いますので、ぜひ知恵を絞ってやっていただきたいというお願いです。

○林会長 ほかにいかがでしょうか。

○渡辺委員 今、188（いやや）の動画を見せていただきました。ありがとうございます。

ほかのところでも、高齢者が、いい意味でといいますか、リアルで目に留まってしまうということと、市役所本庁舎でも、エレベーターのところで、冬でなければ見ていたかったのですが、興味を引かれる音源だと思いました。

188（いやや）について意見を言わせていただきますと、高齢者向けの相談事例なのであれば、高齢者には話すスピードがちょっと速いと思いました。年を重ねると、少しスローなものがちょうどよく耳に入ります。せっかくなので、何を言っているのかと思われてしまうのはもったいないですから、その事例によって、啓発の話す速度を考えていただきたいと思います。

それから、札幌市消費者センターのホームページを何度か見ているのですが、新しく聴覚に障がいがある方のための手話通訳相談が入りました。その前に来所相談に当たったの注意事項がありますが、これは障がいを持っている方にとってはすごく優しいと思いました。気づかない市民もいらっしゃると思いますが、障がいを持っている方に優しい内容になってきていると思いますし、そういうところもすごく大事ではないかと思いました。

そして、資料5の6ページに、消費生活相談において、誰にとっても便利で、システム利用件数が7件とありますけれども、これは多いのか、少ないのか。増えているのでしょうか。

相談室から札幌市視聴覚障がい者情報センターにも飛ぶようになっていきますので、相談は一か所だけではありませんが、札幌市消費者センターにおいてはいかがでしょうか。

○事務局（福田消費生活係長） 昨年や一昨年の件数がすぐには出てこないのですが、ホームページを検索しやすくしてから増えたかと言われると、増えていません。同程度です。

○渡辺委員 聴覚障がい者のための耳マークがあるのですが、これをつけていただくか、ホームページのお知らせのところに小さくでも耳マークを載せて、札幌市では聴覚障がい者の方に心を寄せていますよと、もっと優しくなるのではないかと思います。ご検討いただけたらと思います。

○事務局（福田消費生活係長） 載せることができるかどうか、検討します。

○林会長 ほかにいかがでしょうか。

○近委員 私は小学校に勤務しておりますので、啓発の教材については、なくなったらどうしようと大層心配していたのですが、タブレットで使用可能な教材として電子化されるということであれば、より使いやすくなるのではないかと期待しております。

子どもたちが使用するに当たっては、指導の時期が非常に関わってくるので、その時期に使えない、手元になれば使われないで終わってしまうというところが、非常に残念だと思っておりました。今回、タブレットでの電子化ということになれば、おっしゃっていたように、時期も選ばず、使いたい部分を使いたいときにということができるので、非常にありがたいと思っています。

こういう市の取組もあるということ子どもたちにも伝えるために、今拝見しました動画なども資料として視聴が可能になるとよりよいかと思っておりますので、そのあたりもご検討いただけたらと思います。

○事務局（福田消費生活係長） ご意見をありがとうございます。

近委員には、後ほど、デジタル教材の作成に当たって、ご協力のご相談を差し上げる予

定でいました。よろしくお願いいたします。

○林会長 ほかにご意見等はございませんか。

○皆川委員 今、議題（１）と（２）で、令和６年度上半期における相談受付状況と上半期における基本計画の実施状況の説明ということで、同じ時期のものの説明をいただいたのですが、この二つの議題はリンクしていると思います。消費者基本計画でいろいろな施策を打ったアウトプットというか、結果というものが消費生活相談のほうに現れてくるようなつながりがあるのではないかと思います。

これは時間的に同じタイミングのものの報告なので、この報告自体のリンクはなかなか難しいと思うのですが、例えば、消費生活相談について令和６年上半期にこういうことがありましたということで、例えば減った項目があったとしたら、令和５年度の上半期か下半期の施策の展開によってこういう影響が出ています、逆に、令和５年度の上半期や下半期にいろいろな消費生活相談があったので、令和６年度の上半期の実施については、それを反映してこういう施策を取っていますなど、関連づけた説明があると、私たちの思考も深まると思います。この時期には令和６年上半期の報告しかできないのかもしれませんが、それぞれを意識した報告にさせていただけると、その評価、ローリングが見えやすくなるし、いろいろな意見も出やすくなると思うので、報告の工夫をしていただけないかと思います。

○事務局（福田消費生活係長） 皆川委員から審議会での報告について何度かご意見をいただいております、今回、相談を先に持ってきて、施策を後に持ってきたのも委員のご意見によるものです。今回の意見も検討させていただきます。

○林会長 ほかにご意見はございませんか。

（「なし」と発言する者あり）

○林会長 よろしければ、次の議題に入りたいと思います。

（５）令和６年度上半期における表示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（阿部表示検査担当係長） 資料９の表示の適正化に向けた取組状況についてご説明します。

まず、一つ目の家庭用品品質表示法等に基づく立入検査です。

今年度も、各法に基づき、それぞれ市内の販売店舗への立入検査を実施しております。

（１）ですが、家庭用品品質表示法に基づき、今年度は、ネクタイや布団、弁当箱などといった家庭用品の表示を検査しましたが、不適正な表示はありませんでした。

（２）ですが、消費生活用製品安全法に基づき、登山用ロープ、石油ストーブ、乳幼児用ベッド、ライター等の表示を検査しましたが、こちらも不適正な表示はありませんでした。

（３）ですが、電気用品安全法に基づき、モバイルバッテリー、ＡＣアダプター等を検査しましたが、こちらも不適正な表示はありませんでした。

続きまして、次のページをご覧ください。

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。

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域事業者に対して調査、指導を実施しています。

具体的な内容を口頭にてご説明することが難しいので、ごく簡単な表示誤りの具体例を作成しました。

資料2の食品表示例というところをご覧ください。

左側が誤った表示、右側が正しい表示となっております。

こちらは、実物大の文字サイズとなっておりますので、少し見づらいかもしれませんが、この例では、名称欄の不適正表示と原料原産地表示の欠落の2か所が食品表示法に違反していることとなります。

なお、実際の事案では、消費者庁で定めている食品表示基準等、より詳細かつ多岐にわたるルールに照らし合わせて調査指導を行っております。

さて、令和6年度上半期は、合計9件の事案について調査を行っております。

内訳としましては、まず(1)の口頭指導したものが2件ありました。具体的な内訳としましては、加工食品の原材料名の表示に誤りがあったものが1件、加工食品に食品関連事業者の表示がなされていなかったものが1件ございました。

次に、(2)の調査を行ったが、指導等には至らなかったものが1件ありました。

具体的には、疑義情報に基づき調査を行ったところ、実際には食品表示法上の違反が認められなかったというものです。

ほかに、(3)の令和6年度下半期へ調査継続したものが6件となっており、令和6年度上半期は合計9件の調査を行っております。

なお、調査継続したもののうち、5件については、本日時点では既に指導を行っており、また、1件については、仕入れ先事業者に疑義が遡及したことにより、仕入れ先事業者を管轄するほかの行政機関に情報を送付しております。

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。

表示検査担当係では、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、適切な表示方法や食品表示基準の解釈等をご案内しております。

令和6年度上半期は、68件の問合せ対応を行いました。

具体的な内容としましては、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はあります。

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が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、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 ただいまの説明について、ご意見等がございましたらお願いいたします。

私は、会議の冒頭に12時までの2時間を予定していると申し上げましたが、これは誤りで、正確には11時45分までの開催を予定しておりました。今、少し時間が押しておりますから、もしご意見がないようであれば、次の議題へ移りたいと思いますが、いかがでしょうか。

(「なし」と発言する者あり)

○林会長 続きまして、(6)令和6年度上半期における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) それでは、資料10の計量検査所事務概要についてご説明します。

1 ページ目の体系等については、第1回の審議会でご説明しましたので、省略いたします。

1 ページ目の2の検査方法の(1)指定定期検査期間に委託して実施ですが、令和6年度の所在場所検査については既に終了しております。

12月末時点で検査戸数が1,354事業所、4,907台の検査を実施しております。

はかりの誤差の許容範囲を超えたはかりは不合格となりますが、今年度は69台が不合格となり、所有する54事業所に対して改善指導を行いました。

次に、2ページ目をご覧ください。

商品量目立入検査の1大規模小売店舗量目検査です。

令和6年度は60店舗、3,620個の検査を行い、正量98.3%、超過0.4%、不足1.3%の結果となっております。不足の検査個数の5%を超えた店舗には文書による指導を行うこととしておりますが、令和6年度は5店舗に対して文書による指導を行いました。

次に、試買検査です。

令和6年度は、1事業所、鮭フレーク5袋の検査を行い、全て正量となっております。

次に、特定計量器の立入検査です。

1の燃料油メーター(灯油宅配用タンクローリー)は、メーターの有効期間の確認と外観検査、基準器による誤差の検査を行いました。

令和6年度は、白石区、厚別区の26事業所で58台の検査を実施したところ、有効期間が切れた不適正計量器が1台確認され、その後、事業者から再検定を受けたとの報告がありました。

2の燃料油メーター(自動車等給油メーター)は、メーターの有効期間の確認、外観検査、基準器による誤差の検査を行いました。

令和6年度は、白石区の35事業所の605台の有効期間を外観で検査、35台のメーターの器差検査を実施し、検定証印の部分が破損した不適正計量器が1台確認され、その後、事業者から再検定を受けた報告がありました。

3のガスメーター（都市ガス）は、令和6年度は、有効期間が切れているメーターが20個確認され、その後、ガス会社から改善の報告書が毎月提出され、現在は残り8個となっております。

4のガスメーター（LPガス）は、令和6年度は、29事業所で検査を行った結果、有効期間が切れたメーターは確認されませんでした。

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、市内全域を4年サイクルで検査を実施しておりますが、今年度は実施しておりません。次回の検査は、令和7年度に予定しております。

6の水道メーターは、令和7年2月の中旬に検査を予定しております。

7の温水メーター及び積算熱量計は、8年ごとに検査を行っております。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年度に株式会社北海道熱供給公社を予定しております。

計量の事務概要は以上です。

○林会長 ただいまの説明について、ご意見がございましたらお伺いします。

○皆川委員 特定計量器の立入検査について教えてください。

方法については、実施要領に基づいてやられていると思うのですが、その実施要領をホームページで確認できなかったのです。

例えば、私が不思議だと思ったのは、ガスや水道は検査対象になっているのですが、電気が検査対象になっていないというのは、法律か何かで決められているということでしょうか。

○事務局（中澤軽量検査所長） 対象になっていないわけではないのですが、国のガイドラインで、電気についてはその都度という形になっているのです。通報があった場合などです。そうなっていますので、電気のほうは特にやっておりません。

○皆川委員 逆に言うと、都市ガスや水道は、都度ではなく、やりなさいということが法律か何かで決まっているということですか。

○事務局（中澤軽量検査所長） ガイドラインで、何年かに一回やりましょうということになっています。

○皆川委員 それは、強制力があるのですか。

○事務局（中澤軽量検査所長） 強制力はないです。ガイドラインです。

○皆川委員 私が違和感を覚えるのは、電気は都度でいいという中で、都市ガスや水道についても、それなりのライフライン事業者ですから、その都度でいいのではないかという気がするのです。例えば、水道というのは事業主体は一緒なわけで、市が市を確認、検査するというところに違和感がありますので、これは事業者の責任でお任せしてしまってもよいのではないかという気持ちがあります。その分、効率化できるのではないかという気がするのですが、そういったお考えはないのでしょうか。

○事務局（中澤軽量検査所長） 水道については2日、都市ガスについては1日の検査な

ので、検査自体が特に負担となっていることはないです。

○田口市民生活部長 補足ですが、資料にも書いてあるとおり、都市ガスメーター、水道メーターにつきましては、台帳検査という形でやっているものですから、タンクローリーのように、実際にタンクローリーを呼び寄せて、中の灯油を抜いて、何リットルか入る基準器に移し替えて、メーターが正常に動くかどうかという検査を実際に行っている部分があれば、台帳だけで有効期限が切れていないかを確認して、語弊があるかもしれませんが、それほど手間がかからない部分もあるということと、札幌市としては、法的な縛りはないにしても、ガイドラインは推奨しなければならないという立場ですので、今までもやってきていますし、これからも引き続きやっていきたいと思っております。

ただ、今の委員のご指摘のとおり、同じライフラインの割に差が随分あるというのは、私もそうだと思いますので、過去に何か経緯があったのか、もしくは見直す機会があるかどうか、機会を捉えて、我々のほうでも意見を言えるときに言っていきたいと思っております。よろしく申し上げます。

○林会長 それでは、この議題に関してほかにご意見はございませんか。

あるいは、この議題で最後となりますので、これまでの議題全体を通して最後にご意見等がございましたらお伺いします。

(「なし」と発言する者あり)

○林会長 それでは、これで本日の審議事項は全て終了しました。

最後に、田口市民生活部長から、一言、申し上げます。

○田口市民生活部長 委員の皆様、本日は、お忙しいところをお集まりいただきまして、また、長時間にわたるご審議を、誠にありがとうございました。

令和5年7月14日に皆様にお願ひしました委員の任期が今年の7月13日までとなっておりますので、今のところ、それまでに審議を予定している案件を想定しておりませんので、今回をもって第15期の審議会は最後になるのではないかと見込んでおります。

この2年間、札幌市の消費者行政の在り方につきまして、様々な、大変貴重なご意見をいただきましたことに改めて感謝を申し上げて、ここに重ねてお礼を申し上げます。ありがとうございました。

今後、次期委員の選任作業を進めていくこととなりますので、引き続きご協力をお願いする場合もあろうかと思いますが、その場合は、ぜひご協力をお願いしたいと存じます。

次の第16期の審議会では、現在の消費者基本計画の後継となる第5次札幌市消費者基本計画の策定に向けて準備を進めていくこととなります。皆様からこの2年間でいただいた貴重なご意見につきましても次期計画の方向性に生かしてまいりたいと考えておりますし、今日も含めまして審議会の在り方についてもいろいろとご提言をいただきました。非常に身につまされるものもございまして、まだまだ我々も努力が足りないと反省していたところがございますので、引き続き皆様のご意見を生かしてまいりたいと考えております。

これからも、消費者のより安全で安心な暮らしの実現に向けて、消費者行政のさらなる

推進に取り組んでまいりたいと思っております。

今後とも、皆様におかれましては、様々なお立場から消費者行政にお力添えをいただきますと幸いに存じます。

最後に、改めましてお礼の言葉で締めくくらせていただきます。

2年間、本当にお世話になりました。ありがとうございました。

3. 閉 会

○林会長 それでは、以上をもちまして、第68回、令和6年度第2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