

令和7年度第1回 札幌市消費生活審議会

会 議 録

日 時：2025年8月29日（金）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（植田消費生活課長）　皆様、おはようございます。

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植田でございます。本日は、どうぞよろしくお願いいたします。

会議に入る前に、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いたします。

○事務局（福田消費生活係長）　では、お手元に配付しております第４次札幌市消費者基本計画の冊子の８２ページをご覧ください。

今回、初めて審議会の委員になった方にのみ冊子をお配りしているので、手元にある方とならない方がいらっしゃると思うのですが、ここでは、札幌市消費生活条例について記載しておりまして、第５章にて、消費生活審議会について想定しております。

消費生活審議会は、第４７条に規定がありますように、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しているものです。

また、第４８条では、審議会は、委員１２名以内をもって組織し、その任期は２年である旨を規定しております。同条８項目では、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しております。

また、８８ページには札幌市消費生活条例施行規則を記載しておりますが、第２８条には、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、会長、副会長の選出をさせていただきます。

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しています。

さらに、後ほど詳しくご説明いたしますが、第３０条では、消費者苦情処理部会についてなどが定められております。

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（植田消費生活課長）　次に、委嘱状の交付についてでございます。

本来であれば、委嘱状をお一人ずつお渡しすべきところでございますけれども、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、ご了承ください。

さて、本日は、大石純委員、小谷野輝之委員、山田光洋委員から、所用によりご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９名の方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項に規定する半数を超えておりますので、会議が成立していることをご報告いたします。

２．市民文化局長挨拶

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

○知野市民文化局長　改めまして、札幌市市民文化局長の知野でございます。

本日は、大変お忙しい中をお集まりいただきまして、誠にありがとうございます。

開会に当たりまして、一言、ご挨拶を申し上げます。

このたびは、第１６期札幌市消費生活審議会委員の就任につきまして快くお引き受けいただき、また、公募委員の方におかれましては、積極的にご応募いただきまして、心からお礼を申し上げます。

札幌市では、令和５年度から９年度までを計画期間とする第４次札幌市消費者基本計画に基づき、消費者被害の未然防止、拡大防止、救済に向けて様々な施策を実施しているところでございます。

近年、スマートフォンの普及をはじめとするデジタル技術の進展に伴い、私たちの暮らしは便利になった一方で、デジタル技術を悪用した消費者トラブルも発生しており、消費者問題が多様化、複雑化しております。

こうした消費者を取り巻く環境の変化に対して、札幌市といたしましても、常に最新の相談事例の傾向を各種事業等に反映させ、市民の皆様から寄せられる相談を事業者への迅速な調査、指導や地域全体への注意喚起につなげるとともに、より効果的な消費者教育や啓発手法の展開に生かしてまいりたいと考えております。

また、来年度は、第４次消費者基本計画に続く令和１０年度からの第５次計画を策定する年となります。札幌市の消費者行政の推進のため、委員の皆様には、それぞれのお立場から忌憚のないご意見をいただき、実りある審議となりますことを心からお願いを申し上げます。

簡単ではございますけれども、開会に当たりまして私の挨拶とさせていただきます。

本日は、どうぞよろしくお願い申し上げます。

３．委員紹介

○事務局（植田消費生活課長） 次に、委員の皆様をご紹介します。

なお、本日のお座席については、お名前の五十音順でお座りいただいております。

小泉委員の席は急遽ご用意させていただいたので異なっておりますけれども、ご了承ください。

それでは、こちらから見まして左奥のお席から、札幌商工会議所女性会部会長の阿部夕子委員です。

公募委員の阿部美子委員です。

北海道小学校家庭科教育連盟会長の近香奈子委員です。

生活協同組合コープさっぽろ組合員活動部活動推進グループ長の鈴木はるみ委員です。

札幌弁護士会消費者保護委員会委員の小泉純委員です。

続きまして、こちらから見て右奥側の席から、札幌大学地域共創学群法・政治学系准教授の西村曜子委員です。

北海道大学大学院法学研究科教授の林誠司委員です。

公益社団法人札幌消費者協会代表理事副会長の星原智江委員です。

公募委員の本間博委員です。

また、本日は所用によりご欠席となりますが、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、一般社団法人日本損害保険協会北海道支部事務局長の小谷野輝之委員、特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道検討副委員長長の山田光洋委員、以上の１２名の皆様で今後ご審議いただくことになりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

ここで、知野市民文化局長につきましては、所用のため退席させていただきます。

〔市民文化局長は退席する〕

４．事務局挨拶

○事務局（植田消費生活課長） 次に、当審議会の事務局を担当する市民文化局市民生活部の関係職員をご紹介します。

○事務局（田口市民生活部長） 改めまして、市民生活部長の田口でございます。今後ともど

うぞよろしくお願ひ申し上げます。

○事務局（福田消費生活係長） 消費生活係長の福田です。どうぞよろしくお願ひいたします。

○事務局（白山調査指導係長） 調査指導係長の白山と申します。よろしくお願ひいたします。

○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。どうぞよろしくお願ひいたします。

○事務局（中澤計量検査所長） 計量検査所長の中澤です。どうぞよろしくお願ひします。

○事務局（植田消費生活課長） 以上が事務局でございます。

◎事務局連絡事項

○事務局（植田消費生活課長） それでは、議事に入る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、次第、審議会委員名簿、配付資料一覧、資料１から資料７のほか、先ほど申し上げましたけれども、今期から委員になられた方には第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ので、ご確認ください。

不足がございましたらお申し出ください。

５．議 事

○事務局（植田消費生活課長） それでは、議事に入らせていただきます。

まず、次第（１）議決事項のア、会長の選出でございます。

今回、委員の改選に伴い、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、会議を総理するとありますが、会長が選出されるまでの間、事務局で進行いたしますことをご了承ください。

会長の選出方法ですが、条例施行規則第２８条第１項におきまして互選により定めることとされております。

どなたかご推薦などございませんか。

○阿部（夕）委員 消費者問題に幅広い見識をお持ちの林誠司委員に会長をお引き受けいただきたいと考えますが、いかがでしょうか。

○事務局（植田消費生活課長） ただいま、林誠司委員を推薦するご意見がありましたけれども、ほかにご意見はございませんか。

○事務局（植田消費生活課長） 反対意見がなければ異議なしとして進めますが、よろしいでしょうか。

（「異議なし」と発言する者あり）

○事務局（植田消費生活課長） それでは、異議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にいたします。どうぞよろしくお願ひいたします。

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。よろしくお願ひします。

では、会長のお席にご移動をお願いいたします。

〔会長は所定の席に着く〕

○林会長 当審議会の会長を務めることとなりました林誠司でございます。

就任に当たりまして、一言、ご挨拶を申し述べさせていただきます。

この本審議会におきましては、２０２３年の８月に第１５期の会長を仰せつかりまして、委

員の皆様のご協力を得て無事に務めを果たすことができました。

この第16期の本審議会では、第5次消費者基本計画を新たに策定するという重要な課題が出されています。

委員の皆様のご協力を仰ぎつつ、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。よろしくお願い申し上げます。

早速ですが、議決事項のイ、副会長の選出に移ります。

条例施行規則第28条第3項に、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すか。

○近委員 消費者問題に深い学識をお持ちの西村曜子委員に副会長をお引き受けいただきたいと存じますが、いかがでしょうか。

○林会長 ただいま西村曜子委員を推薦するご意見がありました。

ほかにご意見はございませんか。

○林会長 反対意見がなければ異議なしとして進めますが、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西村曜子委員を選出いたします。

西村副会長は、こちらの席にご移動をお願いします。

〔副会長は所定の席に着く〕

○林会長 西村副会長からご挨拶をお願いいたします。

○西村副会長 札幌大学の西村でございます。

こちらの審議会では、昨年8月からお仕事をさせていただいておりますが、毎回、基本計画、それから、施策に関しましては、多方面から皆さんがご尽力されているということで、勉強させていただいてばかりという状況でございます。

勤務先では消費者法の授業を担当しておりまして、市民教育、消費者教育に大変関心を持っております。微力ながら私も貢献できればと思いますので、どうぞよろしくお願いいたします。

○林会長 それでは、審議を進めさせていただきます。

それでは、報告事項に移りまして、アの第4次札幌市消費者基本計画の概要について、事務局からお願いいたします。

○事務局（福田消費生活係長） では、お手元のA4判カラーの資料1をご覧ください。

第4次札幌市消費者基本計画の概要についてご説明いたします。

この計画は、令和5年度から令和9年度までの5年間を計画期間としており、今年度は計画の3年目となります。

この計画は、札幌市消費生活条例第10条に基づき策定しており、消費者施策を総合的かつ計画的に推進するための基本となる計画です。

また、消費者教育推進法に定める消費者教育推進計画も兼ねているほか、第2次札幌市まちづくり戦略ビジョンの個別計画の一つとしても位置づけられています。

次に、本計画の策定を開始した令和3年度時点における札幌市を取り巻く消費生活の現状と課題についてご説明いたします。

まず、人口動向についてですが、札幌市では、今後、少子高齢化がさらに進展し、高齢単身世帯の増加が予想されておりました。高齢者は悪質商法のターゲットになりやすく、消費者被害の増加が懸念されておりました。

次に、相談受付状況についてですが、スマートフォンの普及に伴いインターネット通販トラブルが増加傾向にあったほか、令和4年4月1日の成人年齢の引下げにより、若年層の消費者トラブルも深刻化するおそれがあると認識しておりました。

そして、消費者行動の動向といたしましては、インターネット取引の拡大と、それに伴い海外取引やフリマアプリなどによる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おりました。

また、SNSに関連する消費生活相談件数も増加傾向にあり、新たなトラブルへの対応が求められておりました。

令和3年8月に実施された市民意識調査結果では、消費者が重要だと考えることとして、自分で知識を身につけ学習することや、行政からの広報などで情報を収集することが多く挙げられていました。

また、市民が市に望むこととしては、悪質業者の取締まりの強化や、消費者への情報提供を求める声が強く出ていました。

これらの現状と課題を踏まえ、本計画では、三つの施策の柱と、それぞれに重点施策を掲げています。

まず、施策の柱1、誰もが安全で安心できる消費生活の実現については、全ての市民に行き届く情報提供の推進や悪質な取引行為に対する迅速な調査・指導、相談窓口の周知などを重点施策としています。

成果指標としては、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、当初値78.2%から目標値90%に、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を、当初値63.9%から目標値80%に設定しています。

具体的な行動目標といたしましては、オンラインやデジタル媒体を活用した注意喚起・情報提供の回数を、当初値7回から目標値累計35回としています。

次に、施策の柱2、誰一人取り残さない消費者被害の救済については、消費生活サポーターや関係機関等と連携した見守りネットワークの拡充、相談員の人材確保も含めた体制の強化などを重点施策としています。

成果指標として、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を、当初値4.5%から目標値3%に低減することを目指します。

最後に、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拡充については、オンラインも活用した消費者教育の充実や、SNS等を活用した若者向けの啓発の推進、高齢者や障がい者など悪質商法の標的になりやすい方への講座・啓発の充実化を重点施策としています。

成果指標といたしましては、消費者教育を受けたり、自ら学んだことがある人の割合を、当初値77.5%から目標値90%に、小・中学校への講師派遣講座等の回数を、当初値14回から目標値80回（累計）を設定しています。

裏面をご覧ください。

左側の図は、先ほどご説明した三つの施策の柱のそれぞれに関連する施策を整理したものです。

1から18までの施策の類型が挙げられておりますが、これはお配りした資料4-2の体系区分と連動しております。

また、右図のとおり、消費者被害から消費者を守るため、消費者被害の未然防止、救済、拡大防止の取組を連動させて行うことで被害の拡大を最小限にとどめます。

そのほか、計画の詳細につきましては、本日、新たに委員になった方にお配りしております第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、以上となります。

○林会長 ただいまの説明につきまして、質問、意見等がございましたらお願いいたします。

前期から引き続き就任していただいている委員の皆様方におかれましては、既に何度かお聞きしたお話になるかと思いますが、とりわけ今期から就任された委員の方々におかれまして、もし疑問等がございましたら、ご遠慮なく発言をしていただければと思います。

○阿部（美）委員 資料1の右側に当初値と目標値を掲げてあるのですが、この割合というのは、例えば、調査をした年代や人の割合は札幌市全体だと思うのですが、全部総合しての平均での当初値と目標値ということですよね。その具体的な調査の幅を教えてください。

○事務局（福田消費生活係長） カラーの下の米印のところに書いてあるのですが、当初値は令和3年度、目標値は令和8年度の数値でして、市民意識調査という札幌市の広報課で無作為抽出で全世代からアンケートを取ったものの結果になっています。

○林会長 ほかに、ご意見、ご質問等はございませんか。

○鈴木委員 前回もここで質問させていただいたのですが、今の携帯電話を持ち始めて、年齢の高い方などがいろいろな詐欺に遭うのを未然に防ぐ方法などをいろいろなされていると思うのですが、例えば、使い方が分からない方が市役所に来て相談できるところはあるのでしょうか。

というのは、私たちコープさっぽろでも、お店の片隅で月1回ぐらい、お年寄りの方も若い方も含めて、携帯電話を使いこなせなくて、分からなくて、お店に来たときにちょっと聞くとこがあるって、すぐ解決できるのです。未然に防ぐということもそうですし、そういうところが市役所にもあるのかなと思ったのが疑問だったのです。

待ち時間で触っていると分からなくなって、もうどうしようとなって携帯電話屋さんに行く。でも、そのときに予約しないといけないので、もうどうしようもなくなるという方もいらっしゃるって、何かそういう機関があれば教えていただけますか。

○事務局（福田消費生活係長） すみませんが、ないです。

携帯キャリアでやっているお年寄り向けのSNS、スマホの使い方教室や、民間の講座でやっているものがあることは把握しているのですが、市の部局として、スマホの使い方を教えてくれることにつながる施策や講座は思い当たるところがないです。

○事務局（田口市民生活部長） 補足させていただきますけれども、市役所自体が直接機器の使用の操作方法を教えることは範疇からは外れる部分もありまして、簡単にはいかないのかなと考えております。

現実には今やっておりますが、例えば、一つの流れとしては、高齢の方々のトラブル防止というよりも町内会の中での連絡通信手段という形での普及啓発を目指して、当部局の市民自治推進室でそういうような活動に対しての支援を行ってまして、そういう支援を利用しながら、各町内会で電子機器の利用の促進に努めているとは伺っております。

○事務局（植田消費生活課長） 付け加えまして、未然に被害を防ぐということではないのですが、使い方などがよく分からない方から消費者センターにお問合わせや実際に来られたときに、一緒にその操作、どの画面を見ればいいのかといったお話をして対応をしているところです。

○林会長 ほかにございませんか。

○阿部（夕）委員 今回のこの計画の概要の左下に（４）市民の意識調査結果とあるかと思うのですが、その中の消費者が市に望むことで、悪質業者の取締まりの強化が72%とあり、市民の皆さんの望む声はかなり高いのかなと思っているのですが、こちらは具体的に実施が可能なかどうか、お伺いしたいと思います。

○事務局（白山調査指導係長） 実際に指導してほしいという相談が寄せられるのですが、複数件同じような相談が入ってきますと、その事業者に対して調査をし、事実が認められれば指導に至る場合はございます。

○阿部（夕）委員 つまりは、市民の方からの情報提供により札幌市として動くというようなスキームになっているということでしょうか。

○事務局（白山調査指導係長） さようでございます。

○阿部（夕）委員 それですと、市民の方からの声がなければ取締まりの強化もできないというスキームになっていると思いますので、何かしら悪質業者を積極的に取り締まるような計画も含まれているといいのかなと個人的に感じましたので、申し上げます。

○林会長 ほかに、ご意見、ご質問等はございませんか。

○林会長 この施策の柱1の拡大防止、施策の柱3の未然防止は、非常によく似通った言葉でありますけれども、施策の柱3の未然防止のほうは、消費者の方々ご自身の学びを重視した取組になるかと存じます。

ほかにご意見等がなければ、次の報告事項に入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、次の報告事項イ、令和6年度における第4次消費者基本計画の実施状況について、事務局からお願いいたします。

○事務局（福田消費生活係長） 第4次札幌市消費者基本計画の進捗管理に当たっては、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、評価を行うこととしておりますので、令和6年度における計画の実施状況についてご報告いたします。

それでは、資料2をご覧ください。

この資料は、令和6年度における第4次計画の重点施策実施状況をまとめたものです。

まず、評価基準についてご説明いたします。

第4次計画では、三つの施策の柱に掲げた目標を達成するため、項目ごとに行動目標を設定しております。

その行動目標の達成状況は、以下の三つの段階で評価をしております。

丸は、行動目標達成に向けて着実に取組を行っている、または、既に達成していることを示しています。

三角は、一部行動目標の達成が困難となった、または、そのおそれがあることを示しています。

バツは、行動目標の達成が困難となった、または、その恐れがあることを示します。

それでは、三つの施策の柱に沿って、具体的な実施状況をご説明いたします。

1 ページ目をご覧ください。

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についてご報告いたします。

一つ目の黒丸、悪質業者やその手口に関する情報提供についてですが、一つ目の四角にあるとおり、その時々で気をつけてほしい消費者トラブルに関する注意喚起や、直近で増加した消費生活相談事例を紹介する「みまもり通信」を毎月1回発行し、地域に配付しております。

また、四つ目の四角になりますが、相談が急増して被害拡大のおそれが高い事案について

は、「みまもり通信臨時号」を発行しております。

令和6年度は、総務省をかたる不審電話に関する注意喚起を行いました。

そのほか、札幌市公式ホームページやXやインスタグラム、広報ラジオなどによる情報提供を随時行ったほか、冬に増加する傾向にある除排雪サービスに関するトラブルについて、雪が降り始める前の10月にプレスリリースを行って注意を呼びかけました。

次に、二つ目の黒丸、不当な取引行為への対応についてです。

令和6年度は、18件の調査、指導を実施したほか、北海道、北海道警察等の行政機関との情報交換を実施いたしました。

次のページをご覧ください。

三つ目の黒丸、事業者に対する情報提供や研修の実施についてです。

一つ目の四角にあるとおり、問合わせのあった41件の事業者に対し、消費生活相談事例の情報提供を行ったり、消費者トラブルを生まないための留意点を解説したほか、二つ目と三つ目の四角に記載したとおり、事業者団体や通信事業者との懇談会を開催し、相談事例や不当な取引行為に関する情報提供を行いました。

なお、令和6年度における消費生活相談や事業者指導につきましては、後ほど詳細をご説明いたします。

続いて、四つ目の黒丸、消費者ホットライン及び消費者センターの周知に関する取組についてです。

二つ目、三つ目、四つ目の四角に記載のとおり、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と訪問購入に関するトラブルについて、啓発動画を街頭ビジョン、ユーチューブ及びティーバーのウェブ広告、テレビCMとして配信いたしました。

また、五つ目と六つ目の四角になりますが、昨年度の新しい取組として、市内の専門学校2校と連携し、若年層に多い消費者トラブルに関する注意喚起と、消費者センター及び消費者ホットラインの周知を目的とするチラシと動画を作成いたしました。

作成したチラシについては、市内の高等学校、大学、専門学校に配付し、動画については、市公式ホームページ及びユーチューブチャンネルに掲載したほか、消費者センター、公式SNSへの投稿、街頭ビジョンでの配信も実施いたしました。

次のページをご覧ください。

施策の柱1の行動目標と達成状況を記載しております。

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については、目標値25回に対し、令和6年度までに39回実施しており、達成率は156%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・情報提供の回数について、令和6年度は、11の媒体を活用して実施し、累計は21回で達成率は60%となっています。

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・指導の件数に関しましては、目標値を60回と設定しているところ、令和6年度までに54件実施しており、達成率は90%となっております。

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丸としていきます。

続きまして、5ページ目をご覧ください。

施策の柱2、誰一人取り残さない消費者被害の救済に関する取組についてご説明いたします。

重点施策の一つ目の黒丸、見守りネットワークの拡充についてです。

昨年度に引き続き、団体サポーターと連携し、「みまもり通信」の配信や、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、各区の地域包括支援センターとの情報交換会を開催しております。

また、消費者月間である5月には、地下歩行空間北3条交差点広場にて、北海道、北海道立消費生活センター、札幌消費者協会、北海道警察と連携した街頭啓発イベントを開催し、札幌市といたしましては、啓発動画の放映、パネル展示、パンフレットやノベルティーの配付を行いました。

重点施策二つ目の黒丸、見守る立場の人に対する講座や情報提供の実施についてです。

6 ページ目をご覧ください。

サポーター養成講座を実施し、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、地域での見守りや札幌市からの注意喚起情報を広めていただくなど、できる範囲で見守り活動にご協力いただく取組を行っております。

続いて、6 ページ目下側にあります四つ目の黒丸、消費生活相談窓口の整備についてです。

現在、札幌市では、来訪、電話、インターネット、リモート相談により相談を受け付けております。

令和5年度から開始したリモート相談につきましては、契約者の高齢等を理由に単独での相談が困難な場合でも、自宅から、場合によっては見守る立場の方の同席の上でご相談いただくことなどができ、画面共有機能によって契約書面の確認など、迅速な対応が可能となっております。

昨年度の実績は9件となっておりますが、より一層活用されるよう地域包括支援センターとの情報交換会などで周知を行ってまいります。

また、資料には記載しておりませんが、市民の方から、消費者センターの電話がつながりづらいとの声が寄せられておりまして、令和6年10月から、より多くの相談を受けることを目的として、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、相談対象外である事業者からの問い合わせについて、前さばきを行う自動音声ガイダンスを導入いたしました。

これにより電話応答率がある程度向上いたしました。引き続き、電話がつながりにくい状況の改善に向けて検討をしてまいりたいと思っております。

次のページをご覧ください。

施策の柱2の行動目標と達成状況を記載しております。

行動目標4、高齢者や障がい者等を見守る立場の方へのフォローアップ講座の回数につきましては、目標値を令和9年度までの累計で70回と設定しているところ、令和6年度までに38回実施しており、達成率は54%となっております。

行動目標5、団体サポーター等の企業活動と協働した啓発活動の実施回数につきましては、目標値20回に対して6回の実績となっております。

地域との関わりが希薄な市民の方にも、商品の購入など何らかの企業サービスを利用して生活していることから、誰一人取り残さない消費者被害の救済を目指す上で企業活動と協働した啓発活動は有効であると考えております。

今後、目標達成に向けて、団体サポーターをはじめとした企業と接触し、連携した啓発活動の実施を模索してまいりたいと思います。

行動目標6、消費生活相談員に対する研修機会の確保についてですが、目標値を達成しております。

国民生活センターや日本消費者協会が開催する研修を相談員が交代で受講し、さらに受講者が講師として消費者センター内で研修を行うことで、研修で得た知識、情報を組織内で共有し

ております。

以上の取組を踏まえ、評価は丸といたしました。

次に、8ページをご覧ください。

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における取組についてご報告いたします。

重点施策の一つ目の黒丸、幅広い分野の講座や啓発の実施についてです。

消費者トラブルのほか、フェアトレードやエシカル消費をテーマとした講座や、子どもの製品事故の未然防止を目的とした出張講座を実施しました。

重点施策の三つ目の黒丸、若年層の特性を考慮した啓発に関しましては、消費者センターの公式SNSにおいて、美容医療や副業などの若年層に多い消費者トラブルについて注意喚起を行いました。

また、先ほどもご報告いたしましたが、市内2校の専門学校と連携してチラシ、啓発動画の作成を行い、これらを用いた啓発を実施いたしました。

重点施策の四つ目の黒丸、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に関しましては、次のページまでまたがって記載しておりますが、市内の小学校、中学校、高等学校、大学などにおいて講師派遣講座を実施しているほか、各学校に副教材やパンフレットを配付いたしました。

続いて、10ページ目をご覧ください。

施策の柱3の行動目標と達成状況についてです。

行動目標7、職域向けの消費者教育講座の実施回数については、目標値10回に対し、令和6年度までに5回実施し、達成率は50%となっております。

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については、令和6年度は6回実施し、達成状況は12回で、達成率は30%となっております。

行動目標9、小中高校への講師派遣講座等の回数は、目標値80回に対し、令和6年度までに43回実施しており、達成率は54%となっております。

以上の取組を踏まえ、評価は丸としております。

以上、令和6年度における第4次計画の重点事業の実施状況についてご報告いたしました。

続きまして、資料3、成果指標の達成状況をご覧ください。

第4次計画の成果指標は、令和3年度に市民の声を聞く課にて実施した市民意識調査の結果を基に設定し、今回は、次期計画の策定に向けて、令和8年度に同じ調査を実施する予定です。

この市民意識調査は毎年活用できるものではないため、一部の成果指標の達成状況においては、改革推進室が実施する指標達成度調査にて把握することとしております。

これら二つの調査の違いについては、表1のとおりです。

それでは、令和6年度の指標達成度調査の結果についてご報告いたします。

表2をご覧ください。

本調査においては、第4次計画の成果指標のうち、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、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、消費者教育を受けたり、自ら学んだことがある人の割合の三つの指標を調査対象としております。

このうち、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については、目標値を超える値となりましたが、他の二つの指標については、前年度の調査結果及び目標値を下

回る結果となりました。

今後、消費者教育のさらなる充実に向けて、教材の作成、配付や講座の実施を継続するとともに、全ての市民に消費者センターの相談窓口を知っていただくため、今後も様々な媒体を活用して周知してまいります。

続きまして、資料４－１、基本的施策（関連事業）についてのまとめをご覧ください。

第４次計画の基本的施策に関する事業を市役所内の各部局で実施しております。

令和６年度におきましては、関連事業１４３件のうち９６％に当たる１３８件について実施済みまたは常時実施しているとの報告を受けており、残り５件については、申請に応じて実施するものなど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４－２でまとめておりますが、時間の都合上、ご説明は省略させていただきます。後ほどご覧いただきますようお願いいたします。

長くなりましたが、令和６年度における第４次消費者基本計画の実施状況についてのご報告は、以上となります。

○林会長 ただいまの説明について、ご質問、ご意見等がございましたらお願いいたします。

○本間委員 今の成果指標の達成状況について、資料３でご説明いただいたのですが、これは、一見すると、５９．３％、８０．２％と前年度を下回っているように思えるのです。

ただ、相談できなかった人の割合が１．５％と少なくなっておりますが、実際に被害に遭われている方の件数もかなり減っているわけですから、これは一概に悪いことではないですね。

資料５－１を見ると分かるのですが、要するに、件数が半分以上になっています。実際に消費者被害に遭わなければ、センターにも関心を持たない傾向にありますし、これは、やはり札幌市の地道な取組の成果ではないかと思われるので、１．５％と減っているのは構わないし、これは若干割合が減っているのですけれども、そんなに大きな問題ではないと思います。実際に生活相談ができることを知っている人の割合を増やすよりは、やはり実際に被害に遭わない人を減らすことが大事ではないかと思います。

そこで、一つ質問ですが、オンラインとハイブリッドで講座をやっていらっしゃるということですが、それについて、オンデマンドでそれを保存して活用されるようにはしていらっしゃるのでしょうか。

○事務局（福田消費生活係長） 一応、現状はオンデマンドで配信できるような取組を行ってはいないのですけれども、今後、デジタル化にも対応していかなければならないと考えていて、検討はしていきたいと思っています。今はできていない状況です。

ただ、消費者センターの派遣講座については、ご要望に応え切れないぐらいたくさんのお申込みをいただいている関係で講座の動画作成しておりまして、それは配信していく予定でいます。

○林会長 ほかに、ご意見、ご質問等はございませんか。

○阿部（タ）委員 先ほどの第４次計画でもあったのですけれども、今のご説明の中の１０ページの行動目標９の小中高校への講師の派遣講座の回数について、こちらはセミオーダー型となっているのですが、具体的にはこういった内容の講座をされているのか、詳しくお話を伺いたいと思いました。

○事務局（吉中消費生活係員） 小・中学校の講座につきましては、セミオーダー型ということで、学校側からのご要望に応じてメニューを組んでおります。基本的には、消費者トラブルではあるのですけれども、その中でも、例えば、インターネットの使い方について詳しくやっ

てほしい、中学校だと、キャッシュレス決済はどんなものか、ほかにも、消費者トラブルに限らず、エシカル消費やフェアトレードについて行っていただきたいというような、学校の授業や学習指導要領などに合わせた内容でご依頼がある場合が多いかなと把握しております。

○阿部（夕）委員 いろいろな要望があることが分かって、学校単位でそれぞれいろいろなことを検討されているのが非常に見えてきました。

私は、個人的には、大人になってからこういうトラブルに巻き込まれるよりも、やはり子どものうちにこういうトラブルがあるということを知っておくことが今後にも非常に繋がっていくと思いますので、計画の中では目標値として80回という回数を積んでいただいているのは非常にありがたいなと思っておりまして、引き続き推進していただければと思います。

○林会長 ほかに、ご意見、ご質問等はございませんか。

○阿部（美）委員 資料2の行動目標8に高齢者や障がい者向けのミニ講座やサポート養成講座とあるのですが、実際に、高齢者や障がい者向けにこういうことをやっていますという周知や意識喚起をしたりしているのか。高齢者や障がい者向けにはオンラインを使ったり会場とのハイブリッドでやっていると書いてあるのですけれども、ミニ講座やサポーター養成講座というのは定期的に行われているのか、また、私自身は、そういうことがあるよ、そういう形で受けられるというふうにあまり知らなかったものですから、皆さんにどれだけ広まっているのか、また、広がるためにどのような施策や努力を考えられているのかを知りたいです。

○事務局（福田消費生活係長） 昨年度は、庁内の高齢福祉課と障がい福祉課で把握している事業者のグループメールを使って一斉送信して周知を図りました。そのほかは、毎年お申込みをいただいている団体からの口コミで広がったりという部分もあると思います。

去年は、福祉事業所と高齢事業所に一斉にメールを送信し、障がいの支援施設などからのお申込みを新たにいただいたところです。

○阿部（美）委員 障がい者の方には事業所を通してということは分かるのですが、普通の高齢者の方にもこういう講座があるということや意識を植え付けられるような活動として、例えば老人会などと連携して講座をやるということはお考えですか。

○事務局（福田消費生活係長） 老人クラブ連合会などで周知はしていないのですが、実際にお申込みはあるのです。どのようにお知りになったのかは把握していませんけれども、団体サポーターとして老人クラブの皆さんに登録いただいていたりで、毎月「みまもり通信」での情報提供は行っていて、トラブルについての情報は流しているので、講座についてもこれから周知の方法を考えていきたいと思います。

○阿部（美）委員 「みまもり通信」を配付されていますが、高齢者の末端まで届いているのか、それがあったとしても意識して見ているかということでは全然入り方が違ってくると思うのです。ですから、こちらから、例えば、「みまもり通信」を配付しています、事業者と連携していますと言っても、もっと底辺にまで広がっていかないと、実際に被害に遭ったり分からないことがあるのは本当に末端の暮らししている身なのです。

そういう意味では、幅広くみんなの中に意識としてきちんと受け取ったとなるような形で、こちらからの発信や周知の方法を細かく掘り下げていくといいかなという気がしましたので、ご検討をいただければ幸いです。

○林会長 ほかに、ご意見、ご質問等はございませんか。

（「なし」と発言する者あり）

○林会長 なければ、次の報告に移りたいと思います。

よろしいでしょうか。

（「異議なし」と発言する者あり）

○林会長 続きまして、報告事項ウ、令和6年度における消費生活相談の受付状況と事業者に対する調査・指導状況について、事務局からお願いをいたします。

○事務局（白山調査指導係長） それでは、資料5-1の相談状況の傾向と特徴、資料5-2の事業者指導状況についてご説明いたします。

最初に、資料5-1の1ページ目をご覧ください。

この図1の棒グラフですけれども、過去20年間の相談件数について、グレー色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。

令和6年度は9,409件で、前年度より318件減少しました。

平成17年度以降、相談件数の減少傾向が続いているのは、グレー色の不当請求の相談の減少による要因が大きいものと思われます。

ちなみに、最も相談件数が多かった年は、20年前の平成16年度の2万3,077件でした。

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。

右端の令和6年度の年代別の順位は、上から順に、50歳代、60歳代、70歳代、40歳代と続いており、大きな変動はございません。前年と比較しますと、30歳代だけがやや増加し、20歳代が170件減少しています。

年代不明というものがあるのですが、ここ数年間増加し続けている要因としては、個人情報が悪用されて注文していない商品が届いたというふうな、実際には契約していない相談者からの相談が増加していて、年代不明としているため、統計上、年代不明が増えていると思われます。

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6年度の各年代の構成割合は、令和3年度以降、ほぼ横ばいとなっております。70歳代以上の構成割合は20.7%を占め、50歳代が16.8%と続いています。

10年前の平成27年度と比較しますと、顕著なものとして、濃い灰色の30歳代が6.1ポイント減少、その上の濃い黄色の40歳代が5.3ポイント減少しています。

次に、4ページ目をご覧ください。

図4と図5の折れ線グラフは、過去10年間の商品・役務別の相談件数の推移を表しています。

左側のグラフが上位3位までのグループ、右側のグラフが4位以下のグループとなります。

図4のグラフでは、退去時の原状回復費用などを含む賃貸アパートの相談や、身に覚えのない商品が届くなど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ます。

一方、図5のグラフでは、赤色の医療サービスが令和5年度から令和6年度までに2倍ほど急増し、濃いグレー色の他の内職・副業に関する相談も増加しています。

医療サービスの急増は、医療脱毛クリニックが倒産したことが理由として挙げられます。

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10年間の65歳以上の相談件数の推移を表しています。

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年をピークに減少傾向にありましたが、令和6年度はまた相談件数が若干増加いたしました。

また、オレンジ色の他の健康食品の相談件数が増加し、黄色の役務その他サービスの相談件数は微増でした。

次に、6 ページをご覧ください。

図 7 の折れ線グラフは、過去 10 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ります。

一番下のオレンジ色の医療サービスに関する相談が令和 6 年度に急増しています。先ほどもお話ししましたが、医療脱毛クリニックの倒産の影響によるものと思われます。

黄色の商品一般、青色の他の内職・副業に関する相談も増加しています。

次に、資料 5-2 の事業者指導状況の資料をご覧ください。

1、条例に基づく調査・指導等について、令和 6 年度の是正指導は 4 事案ございました。

一つ目は、消費者と交わした契約書に、実際には営業実態のない住所を記載し、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。

二つ目は、保険外の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締結していたため是正指導を行いました。

三つ目は、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認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いました。

四つ目は、無料体験を申し込んで来店した消費者に対し、契約を締結しなければ無料体験は受けられないと誤認させる説明を行って契約を締結させていた歯のセルフホワイトニングサロンに対して是正指導を行いました。

下に表があるのですけれども、こちらは、指導前の 6 か月の期間と指導後 6 か月の期間の相談件数を表しています。

指導後に寄せられた指導した事項に係る相談件数は、いずれも減少しております。

続きまして、2、消費者トラブル拡大防止に向けた取組として、まずは電気通信事業者ですけれども、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について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 ページ目です。

速やかな初期対応ですが、令和 6 年度は 9 事案に対して実施しております。

これは、条例による調査は時間を要するため、不当な取引行為の疑いのある事業者に対して、電話などで事業者に勧誘方法や契約方法の問題点を指摘し、速やかに消費者被害の拡大防止を図るものでございます。

対象とする案件は、短時間で複数件の相談が入り、悪質性が認められ、被害が拡大しそうなものでございまして、新聞勧誘 2 事案、パーソナルジム 2 事案、電気通信サービス業 2 事案、住宅リフォーム業 2 事案、不動産管理業 1 事案の合わせて 9 事案に対して実施いたしました。

表をご覧くださいますと、初期対応前の 6 か月の期間と初期対応後の 6 か月の期間の相談件数を表しています。

事案ごとに件数をお伝えしますが、事案 8 の住宅リフォーム業者のみ対応後の件数が増えている状況でございます。

事案 1 は、10 件から 3 件と、それぞれ、表に示すとおり減少はしております。

事案 2 は、事案 1 とは別の新聞事業者でして、両事業者とも訪問勧誘時に米やビール、洗剤などの景品を渡され、断っても帰ってもらえない、数か月だけでいいからと半ば強引に契約させられたといった相談が寄せられました。

事案 3 のパーソナルジムは、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

た相談で、スタッフが店長1人だったため、その店長が体調を崩して不在となっていたものです。

事案4は、別のパーソナルジムでして、体験後に勧誘を断ったにもかかわらず、さらに勧誘してくる、ローンを組む際に審査に通るよう虚偽の申告をさせられた、そのような相談が寄せられました。

事案5は、電気通信事業者でして、光回線の代理店の営業マンが来訪し、何度か断ったのに勧誘が続いた。突然、代理店の来訪を受け、2時間半も説明され契約してしまったといった相談が寄せられました。

事案6は、別の電気通信事業者で、夕方から夜間にかけて代理店の営業マンが急に来訪し、安くなるからと言われ、光回線や据置き型Wi-Fiの契約をしてしまったという相談で、早朝や深夜ではなかったのですけれども、午後6時過ぎですとか8時半頃に来訪があったという相談が続きました。

また、通信状況が悪いため代理店にクーリングオフを申し出たが、機器を調整すると言われ、その間にクーリングオフの期間を過ぎてしまったといった相談が寄せられていました。

事案7は、住宅リフォーム業者でして、突然訪問を受け、工事の勧誘を受け、屋根や外壁の修繕の契約をしてしまった、クーリングオフをしたいなどといった相談が寄せられました。

北海道が悪徳商法として公表していた事業者であったこともあり、相談件数が増えている旨を事業者に伝え、法令を遵守するよう注意を促しました。

事案8は、また別の住宅リフォーム業者で、役所から事業者に注意を促しましたが、その後、代表者の所在が不明となったため、事業者と連絡が取れない、いまだに工事が完了しないといった相談が増えてしまったものです。後に、リフォーム業者の代表者が亡くなっていたことが警察署から知らされております。

事案9は、不動産管理業者で、これは札幌市が過去に是正指導を行った事案であり、電話しても不在で連絡が取れない、折り返しの連絡も来ないといった相談が複数件寄せられたため、対応を行ったものです。

それでは、(3) 他機関への情報提供ですが、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。

昨年度は、道庁が過去に指導した配水管清掃業、住宅リフォーム業の事業者に関して、札幌市に寄せられた相談状況について道庁に情報提供を行いました。

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、質問、ご意見がございましたらお願いいたします。

○西村副会長 資料5-1について質問させてください。

2ページの2に相談件数の推移（契約当事者年代別）というグラフがございます。

図2の中で、先ほどご説明をいただいた年齢不明者とされているところで、令和2年度以降、非常に増えている部分かと思うのですけれども、年齢を特定しない相談の原因として、分析の中に「名義冒用により注文していない商品が届いた」と書いてあるのですけれども、この年齢不明の要因は、これ以外に、例えば個人情報だから明かしたくないといったものは入っているのでしょうか。

○事務局（白山調査指導係長） おっしゃるとおりでして、基本的に、消費者センターに相談が寄せられると、やはり、その方の年齢や性別も記録していくのですけれども、中には、自分の情報を知られたくないと言って匿名の方もいらっしゃいますので、そういうものも含まれております。

○西村副会長 そうしますと、もしこれが合わさって出ている数字だとすると、名義冒用の被

害がどれくらいなのかという特定が難しいと思いますので、分けたほうがいいかなと考えております。

そして、分けるに当たって、データを取るときのタイトルが契約当事者年代別という種別になっておりますが、確かに名義冒用の場合は契約者ではないということではじかれてしまうのであれば、相談申出者など、ネーミングを変えてデータを取ることも考えられるのかなと思いました。

私も名義冒用されている年代に関心があり、質問をさせていただきました。ありがとうございました。

○林会長 ほかに、いかがでしょうか。

○本間委員 同じく図2のところで、年代別の相談件数で50代がずっと多いのです。一般的に考えれば、50代は一番分別があり、いろいろなことが分かっているので、消費者トラブルに一番被害に遭わないのではないかという年代ですが、なぜこのようなことになっているのか、内容について分かったら教えていただきたいのが1点です。

それから、表3と図5のところでは、商品一般とその他の健康食品が多いのですが、具体的にどんなものが多いのか、教えていただければと思います。

○事務局（白山調査指導係長） 具体的に50歳代の相談が多い背景は検証していないのですが、恐らく、50歳代であれば、それなりの収入がある方が多く、金額の大きい契約を結んでしまったというところもあるかと思います。

○林会長 私からよろしいでしょうか。

50歳代の方からのご相談の件数が多いというお話は、何年か前から既にこの審議会でも問題になっていたことで、その原因の一つとして、この年代は消費者教育を受ける機会が乏しかったのではないかということが挙げられていました。そのため、当時の審議会におきまして、この年代に対する消費者教育の機会の提供が一つ課題として考えられるといった話がありました。

○事務局（田口市民生活部長） 私から、札幌市としてどういうふう考えているかをお話しさせていただきたいと思います。

今、会長からご助言あったとおり、これまでもそういうようなご指摘もいただいておりますし、実際問題、この年齢層と契約の相談内容の統計は取っているのですが、正直、二つの項目を連動させて検討するような状況にはできておりません。

と申しますのは、年間1万件弱の相談件数が参りまして、毎日毎日、記録を取っていくというような状況で、正直、各項目別の統計を取るの得手いばいだというのが現状かと思われます。

ただ、令和8年度以降、国の主体で新たに相談の情報が一本化されていく中で、今度、そういう統計的なものも少しずつ整理される可能性が出てくると思っておりますので、そういうところに期待をしていきたいと思っております。

○事務局（白山調査指導係長） 健康食品についてですが、こちらはサプリメントもあるのですが、インターネットで初回のみ購入だと思ったら実は定期購入になっていて、それが解約できないというような相談が寄せられておりました。

○本間委員 商品の中身や、商品によって健康が改善されないという問題ではなく、契約上の問題が主だったのですね。ありがとうございます。

○林会長 ほかに、ご意見、ご質問等はございませんか。

○小泉委員 資料5-2の事業者指導状況について、一つ教えていただきたいと思っております。

条例に基づく調査指導等について、今回、是正指導4事案というところで、一方で、電話で

の注意喚起で対応されたというところが裏面にもあるのですけれども、具体的にどういうケースで実際には是正指導に行かれているか、何か具体的な判断基準等があれば教えていただけたらと思います。

○事務局（西岡調査指導係員） 今、ご質問がありました条例に基づく指導と、条例に基づかない速やかな初期対応の違いでございます。

条例に基づく指導というのは、相談情報を見る限り明らかな条例違反が認められる、誰が見ても条例に抵触しているというようなもので、悪質性があって、行政として速やかに何か措置をしないといけないというもので指導を行うことが多いです。速やかな初期対応については、相談は多いのですが、条例に抵触していると一概に言い切れないといいますか、事業者から細かい聞き取り調査をして事実確認等を行わないと、指導までなかなか踏み込めないというところで、このような相談が多く寄せられていますので、もしこういうことをやっているのであれば、従業員の方に注意喚起等を行っていただきたい、今後、その相談が寄せられないように注意してくださいというような形で、さらなる消費者被害の防止に向けた速やかな対応を行っているところでございます。

○林会長 ほかにございませんか。

○星原委員 資料５－２の（３）他機関への情報提供についてです。

道庁は全道を網羅して調べられている、そして、札幌市は札幌市の範囲の中でございますが、地方から上がってくる悪質な行為の実態と、札幌市が押さえているものは格差があるのか、それとも、温度差があるのか、もしくは、時間的に何かあるのではないかと思います。その傾向として、道庁が所管して分かっているのと、札幌市はP I O－N E Tと同じですから見れば分かるのですけれども、どういう違いがあるのか、もし違いがあれば教えていただきたいと思います。

○事務局（白山調査指導係長） 札幌市の指導状況と道の指導状況の違いや傾向までは分析していないのが現状でございます。

○事務局（田口市民生活部長） 補足ですが、ご指摘のとおり守備範囲が違いますので、どちらかといいますと、札幌市からは、北海道に札幌市域内の細かい情報をお渡ししていると。北海道からは、札幌を含む道内でこういう業者がこんなことをやっていたので、北海道としてこういう対応をしましたという報告みたいな形で来るのがおおまかな違いかと思います。こちらから上げる件数が多いかと言われると、あまり多いものでもなくて、一概にどういう違いがあるというような感じではないような印象を私は受けておりますので、参考までに伝えさせていただきます。

○林会長 ほかに、ご質問、ご意見等はございませんか。

○阿部（美）委員 資料５－１の図５の相談件数の推移のところ、光ファイバー、医療サービス、乳液とあって、これは化粧品ではなくて乳液と具体的にそこだけフォーカスしているのですけれども、特に具体的にいつも相談される乳液の商品があるのか、そのことによって、例えば皮膚トラブルにまでつながっているのか、それで化粧品というくくりではなくて乳液というふうに具体的にフォーカスされているのでしょうか。しかも、相談件数がまた増えているので、どういったところで乳液と細かくフォーカスしてここに載せられているのかが分かれば教えてください。

また、ほかのサービスで、医療サービス、役務その他サービスとあるのですが、医療サービスなどは実際に高齢者施設でのことなのか、それとも、病院関係のものなのか、内容的に具体的に見えるものがあれば教えていただきたいなというふうに思います。

○事務局（白山調査指導係長） まず、乳液についてです。

こちらは、美容クリームなど、定期購入に関わって乳液に分類される商品を購入するケースが多いです。また、乳液という分類の仕方もあり、P I O－N E Tの分類上、乳液という範疇に入ってくる商品も多いため、乳液を特出ししているような形になっています。

もう一つ、医療サービスは、エステとは違った美容医療です。エステの脱毛と違って、医療脱毛で、先ほどもご説明したのですが、クリニックが倒産したことによって相談件数が増えております。

○事務局（田口市民生活部長） 役務その他サービスにつきましては、いろいろなものが分類されているものですから、一概にこれがほとんどとは言いがたいのですが、例えば、いわゆる押し買いや不用品の処分、引っ越しなどが含まれております。そういう一般的な作業ものはこちらに入ってきますので、まとめてこういう表現になっております。

先ほども申したとおり、こちらは国で所管しております情報集約のシステム、P I O－N E Tの分類項目に分けて記載しているものですから分かりづらいような記載になっておりますけれども、乳液も先ほど言ったクリームみたいなものも全て含むような形の分類となっているというふうにご理解いただければと思います。

○阿部（美）委員 この医療サービスの中には、エステの関係は入っていないということですか。

○事務局（白山調査指導係長） 脱毛にはエステと医療脱毛がありますが、エステはこちらには入っておりません。

○林会長 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、次の報告事項に入らせていただきます。

エ、表示の適正化に向けた取組状況について、事務局からお願いいたします。

○事務局（阿部表示検査担当係長） 資料6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。

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。

まず、（1）ですが、家庭用品品質表示法に基づき、令和6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の事業者に対し、調査、指導を実施しています。

具体的な業務内容を口頭にてご説明するのが難しいものですから、前回の審議会と同様に、ごく簡単な表示誤りの具体例を資料に掲載しております。

資料の食品表示例をご覧ください。

少々見づらくかもしれませんが、これが実物大の文字サイズとなっております。

左側の表示例では、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になりまして、右側の表示例が正しい表示となっております。

なお、実際の事案では、消費者庁に定めております食品表示基準等の根拠に基づいて、より詳細かつ多岐にわたる調査、指導を行っております。

令和6年度は、合計14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、(1)の指導したものが9件ありました。

具体的な内訳としましては、生鮮食品の原産地表示の欠落、加工食品の原料原産地表示の欠落及び不適正な原材料表示などがあったものが7件、加工食品の原料原産地表示に誤りがあったものが1件、加工食品の食品関連事業者表示に欠落があったものが1件です。

次に、(2)回付が3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、お互いにその疑義情報を送付する制度です。

具体的な内訳としましては、食品関連事業者から、生鮮食品の表示内容を誤った状態で販売した旨の申告があったため、当該事業者を管轄する自治体へ疑義情報を送付したものが2件、水産物の原産地表示に疑義があるとして調査を行った結果、商品の仕入れ元である事業者への遡及調査が必要であると判断したため、当課による調査は打ち切り、仕入れ元事業者を管轄する行政機関へ疑義情報を送付したものが1件です。

続きまして、(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。

そのほかに、(4)の令和7年度へ調査継続したものが1件となっており、令和6年度は合計14件の調査を行っております。

続きまして、次のページ、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。

事業者による食品の誤表示を未然に防止し、消費者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い合わせに対し、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年度は132件の問い合わ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、問い合わせ件数全体の3割強を占めているところ です。

こうした問い合わ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、問い合わ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、ご質問やご意見はございませんか。

(「なし」と発言する者あり)

○林会長 それでは、次の報告事項へ入らせていただきます。

報告事項オ、計量の適正化に向けた取組について、事務局からお願いいたします。

○事務局(中澤計量検査所長) 資料7の計量の適正化に向けた取組についてご説明いたします。

まず、札幌市において、計量検査業務を消費生活行政の一環として位置づけております。例えば、お肉屋さんにあるはかりが実際の肉の重さよりも多く表示されているのなら、消費者は大きな損害を受けることになります。

計量検査所では、はかりやメーターなどの検査を行い、消費者の利益を守っているというこ

とで、消費者行政に位置づけられております。

1 ページ目をご覧ください。

1、定期検査です。

定期検査とは、先ほどお肉屋さんの例で挙げた重さを量るはかりの検査です。

定期検査と定期検査除外などがありますが、この部分は専門的な話ですから、説明は省略いたします。

次に、定期検査の実施状況です。

I、取引及び証明用はかりを2年に1回検査するのですが、計量法により、取引または証明に使用するはかりは、2年に1回の周期で定期検査を受けなければなりません。

札幌市の場合、西暦奇数年の今年は、北区、東区、白石区、厚別区、豊平区、偶数年の年は、中央区、南区、西区、手稲区の定期検査を行っております。

2、検査方法の指定定期検査機関に委託して実施は、札幌市では、現在、北海道計量協会に検査を委託して実施しており、令和6年度は、1,367事業所で4,967台の検査を実施いたしました。このうち、71台が不合格となりました。その後の処理は、修理が9台、廃棄が20台、新規購入が40台となっております。

II、立入検査です。

1 ページ目下の図をご覧ください。

立入検査には、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ですが、スーパーマーケットや百貨店などの店舗面積1,000平米超えの量販店の立入検査を行っております。時期は、前期（お中元期）と後期（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メーターの検査、ガソリンスタンドのガソリンと軽油メーターの検査、都市ガスメーターの検査、LPガスメーターの検査、LPガススタンドメーターの検査は4年に1度で、ここには11月と書いてあるのですがけれども、今年9月中旬に実施を予定しております。水道メーターの検査と温水メーター、積算熱量計の検査は8年に1度行っており、次回は、令和9年度、10年度の実施予定です。

次に、2ページ目、商品量目立入検査ですが、政令で定める商品について、計量が適正（政令で定める誤差内）かどうかを検査しております。

1、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、百貨店を対象に3年サイクルで、前期は大体6月から8月、後期は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を、青果、水産、精肉、総菜の部門について抜き取り検査を行っております。

令和6年度は、60店舗、3,620個の検査を行い、正量が98.3%、超過が0.4%、不足が1.3%の結果となっております。

不足の検査個数が5%を超えた店舗に対しては、文書による指導を行うこととしており、令和6年度は3店舗に対して指導を行いました。

2、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6年度は1事業所、サケのフレーク5袋の検査を行い、全て正量の結果となっております。

次に、2ページ目下の特定計量器の立入検査をご覧ください。

特定計量器の立入検査ですが、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に、その構造や計量器の誤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です。

以下のメーターには、検定の有効期間があります。

1 番目、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、外観検査、基準器による誤差の検査を行います。

厳寒期の灯油使用量が多く、市民の関心も高いことから、おおむね5年サイクルで実施しております。

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、有効期限が切れた不適正メーターが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。

2 点目、燃料油メーター（自動車等給油メーター）は、ガソリンスタンドにあるガソリンや軽油のメーターです。

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す。

市内全域を7年サイクルで実施しており、令和6年度は、35事業所、605台の有効期間を外観で検査、35台のメーターの誤差の検査を実施し、検定証印がついたプレートが損失した不適正メーターが1台確認され、その後、業者から再検定を受けた報告がありました。

次に、3 ページ目は、メーターの正しさだけでなく、有効期限が過ぎていないかどうかを台帳上で検査しています。

3 点目、ガスメーター（都市ガス）は、令和7年度は有効期間が切れているメーターが9個確認され、その後、ガス会社から改善状況の報告が毎月提出されております。

4 点目、ガスメーター（LPガス）は、24事業所で有効期間の確認の検査を実施しましたが、有効期間が切れたメーターはなく、適正に管理されておりました。

5 点目、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年サイクルで台帳検査を実施しております。今年は9月中旬を予定しております。

6 点目、水道メーターは、令和6年度中の有効期限切れのメーターはありませんでした。

7 点目、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おります。次回検査は、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を予定しております。

私のほうからの説明は、以上です。

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

○本間委員 令和4年度の試売検査ですが、正量60%、超過20%で80%しかなくて、100%を満たないのですが、抜けている20%はどこに入れるのかということと、この試買検査で不適正になった場合、具体的にどのように対応されていらっしゃるのか、教えていただきたいです。

○事務局（中澤計量検査所長） 正量が80%の間違いです。

（説明に誤りがありました。正しくは、「正量60%、超過40%」です。資料については正しい数値に修正しております。）

それから、不足があった場合は、業者に対して、結果を報告し、改善してもらうように注意書を交付しております。

ただ、今まで不正があったことはないなので、実際に行ったことはありません。

○本間委員 超過の場合は何もしないということですか。

○事務局（中澤計量検査所長） 超過の場合、計量的にはよろしくないのですが、指導は行っておりません。

○林会長 ほかに、ご意見、ご質問等はございませんか。

○林会長 報告事項は以上となりますので、全体にわたってご質問、ご意見はございません

か。

○林会長 ないようでしたら、報告事項についての審議を終了と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 最後に、議題（３）のその他といたしまして、消費者苦情処理部会委員の指名についてです。

当部会の委員の指名については、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します。

○事務局（白山調査指導係長） 消費者苦情処理部会の役割及び組織についてご説明申し上げます。

第４次札幌市消費者基本計画の冊子の８０ページをお開きください。

まず、札幌市消費生活条例の第３６号第１項に、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じるものとする規定しています。

これは、札幌市消費者センターの消費生活相談窓口で助言やあっせんを行っているものを言います。

次の第３７条第１項ですが、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たときは、札幌市消費生活審議会のあっせんまたは調停に付すことができると規定しています。

これは、消費生活相談窓口でのあっせんが不調もしくは困難であって、公正かつ速やかな解決が必要なものかつ札幌市民の消費生活に著しく影響を及ぼすといった要件を満たすものについて、審議会に付託できるというものでございます。

この審議会全体で事案を調査審議するわけではなく、８２ページの第４８条の第５項をご覧くださいと、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規定されており、消費者苦情処理部会で調査審議を行います。

次に、苦情処理部会を構成する委員についてですが、札幌市消費生活条例施行規則に規定しています。

８８ページをご覧ください。

規則第３０条第１項で、条例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人以内で組織するとし、第３項で、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規定しています。

以下、第４項から第６項までは、部会長等の職務について規定しています。

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ございませんか。

○事務局（植田消費生活課長） 事務局といたしましては、部会の性質や専門性を考慮し、法律の専門家、消費者団体、公募の各分野から、小泉純委員、山田光洋委員、星原智江委員、本間博委員の４名を推薦したいと考えております。

さらに、付託案件によっては、専門性を考慮し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、ただいま推薦のありました小泉純委員、山田光洋委員、星原智江委員、本間博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。

なお、併せて提案のありました臨時委員につきましては、必要に応じて事務局と相談をしながら指名をいたします。

また、部会長につきましては、後日、お声がけをさせていただき、皆様にご報告を申し上げます。

以上で、本日予定していた議案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。

6. 閉 会

○事務局（田口市民生活部長） 皆様、長時間にわたりご審議いただきまして、誠にありがとうございました。

初めてお聞きになるような単語等、事業もあったと思いますので、戸惑い、いろいろなはてなが頭の中に浮かべられた方もいらっしゃるかもしれませんが、この会議の場だけではなくて、後日、何かの折に気になったところがございましたら、遠慮なく事務局のほうにお尋ねの電話をかけていただければと思いますので、よろしくお願い申し上げます。

第16期の審議会の第1回目ということで、説明事項、報告事項が多くなり、委員の皆様からご意見を十分に伺う時間を確保できなかったことを大変申し訳なく思っております。

これから2年間、札幌市の消費行政について、皆様でご審議をいただくことになります。今後もそれぞれのお立場からご意見、ご指摘を頂戴できればと考えておりますので、重ねてよろしくお願い申し上げます。

今年度は、先ほどからご説明しております第4次消費者基本計画の計画期間の3年目となっております。いわゆる折り返しの期間となっております。

計画で定められた目標の達成に向けまして課題もまだ多くございますが、委員の皆様から頂戴いたしましたご意見を基に、より効果的な施策を展開しまして成果をご報告できるよう、職員一同、今後も努めてまいりたいと考えております。

この審議会は、通常、大体年に2回のパターンでやらせていただいております。今年度中は来年1月頃の開催を予定しております。

また、時期が近づきましたら事務局から日程調整等のご連絡をさせていただきたいと思っておりますので、ご協力をお願いします。

改めまして、本日はどうもありがとうございました。

○林会長 それでは、以上をもちまして、令和7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、ありがとうございました。

以 上