

# 第 13 次第 4 回横浜市消費生活審議会 議事次第

令和 4 年 3 月 17 日（木）午前 10 時 30 分～

## 1 開 会

## 2 議 題

- (1) 会議録確認者の選出について
- (2) 第 13 次審議会意見書骨子案について
- (3) 第 12 次審議会意見書に基づく取組報告について
- (4) 部会報告
- (5) 令和 4 年度横浜市消費者教育推進計画について

## 3 閉 会

### 【資料】

- 資料 1 第 13 次横浜市消費生活審議会委員名簿
- 資料 2 第 13 次審議会意見書 骨子案「緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止～自然災害や感染症拡大時における消費者の安全安心を確保する体制の構築～」
- 資料 3 第 12 次審議会「若年者への消費者教育の在り方についての意見」に基づく取組報告
- 資料 4 部会報告書
- 資料 5 令和 4 年度重点取組事項

## 第13次横浜市消費生活審議会委員名簿

令和4年3月10日現在

No	委員氏名	所 属
1	あまの まさお 天野 正男	神奈川県弁護士会
2	おおもり しゅんいち 大森 俊一	公益社団法人 日本訪問販売協会 専務理事
3	かわい なおみ 河合 直美	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
4	くりた ゆたか 栗田 裕	横浜商工会議所
5	しろた たかこ 城田 孝子	神奈川県弁護士会
6	しんじょう しげる 新庄 茂	市民委員
7	たがや としこ 多賀谷 登志子	横浜市消費者団体連絡会 代表幹事
8	たなか まこと 田中 誠	神奈川県弁護士会
9	ながお じゅんじ 長尾 淳司	一般社団法人 日本クレジット協会 総務部長
10	はなだ まさし 花田 昌士	公益社団法人 消費者関連専門家会議 理事
11	ほそかわ こういち 細川 幸一	日本女子大学家政学部 教授
12	まつい ゆうこ 松井 祐子	市民委員
13	みうら のりこ 三浦 紀子	横浜市生活協同組合運営協議会 代表
14	むら ちずこ 村 千鶴子	東京経済大学 現代法学部 教授・弁護士
15	もちづき ようすけ 望月 陽介	横浜市消費生活推進員 港北区副代表

敬称略：五十音順

## 第13次審議会意見書骨子案

### 「緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止

#### ～自然災害や感染症拡大時における消費者の安全安心を確保する体制の構築～

はじめに

新型コロナウイルス感染症拡大時に、消費者が正確な情報を入手できず、不確かな情報に影響を受けて商品を買占めてしまう、あるいは新型コロナウイルスに便乗した悪質商法の被害に遭うといった消費生活の問題が生じた。このような問題は、近年増加している大規模自然災害の発生状況下においても同様に発生しており、自然災害や感染症拡大時といった緊急時における消費者トラブルへの対応と消費者被害の防止に取り組む必要がある。

本意見書では、消費者トラブルの未然防止と解決といった観点から、対応の方向性を示す。

### 第1章 緊急時における消費生活相談

緊急事態の種別（地震、台風、感染症）ごとに、消費生活相談について状況を把握した。

#### 1. 東日本大震災の消費生活相談の特徴

- 消費者庁「消費者問題及び消費者政策に関する報告（2009～2011年度）」によると、震災発生後の1年間に、全国の消費生活センター等に寄せられた東日本大震災に関する消費生活相談は、33,589件となっている。震災発生直後の相談件数が最も多く、徐々に減少していった。【参考1】

震災発生直後に全国で際立って多かった相談は、「ガソリン」に関するものだったが、1年を通して多く寄せられたのは、住まいの修繕、賃貸契約といった「工事・建築」、「不動産賃貸」に関する相談があげられる。また、放射線物質が検出された食品等、原子力発電所事故に関する相談も多く寄せられている。その他、震災による被害の大きかった、岩手県、宮城県、福島県、茨城県の4県では、生活資金の借り入れやローンの返済など「フリーローン・サラ金」に関する相談、火災保険や地震保険の請求手続など「火災保険」に関する相談、行政が行う生活支援策や被災証明書の発行手続き等「他の行政サービス」に関する相談が寄せられる等、地域や時期によって異なる相談も寄せられた。【参考2】

- 本市においても、震災発生直後の3月11日から31日に受け付けた相談が275件と最も多く寄せられたが、4月以降は徐々に減少していった。相談内容としては、震災発生直後には、計画停電に伴う「電気」に関する相談や、日常生活に不可欠な「ミネラルウォーター」、「ガソリン」に関する相談が多く寄せられていたが、最も多く寄せられた相談は、物資の調達が難しくなり工期が遅れるといった「工事・建築」に関する相談だった。【参考3】

## 2. 自然災害（台風等）の消費生活相談の特徴

- 消費者庁「令和2年版消費者白書」によると、平成30年は地震、豪雨、台風等の災害に見舞われ、東日本大震災の発生以降、自然災害に関する消費生活相談が6,531件と最も多く寄せられたが、令和元年も8月から10月にかけて台風による災害に見舞われ、前年を上回る6,821件の相談が寄せられた。【参考4】

相談内容としては、台風により損壊・浸水した住宅や自動車、ライフラインに関する相談のほか、台風に便乗した悪質商法に関する相談もみられた。

- 本市では、令和元年9月と10月に上陸した台風の影響により、自然災害に関する相談件数が前年度の2倍以上増加している。

相談内容としては、住宅の修理に関する、「工事・建築」の相談が最も多く、年代別では70歳代、販売形態では訪問販売、契約金額は100万円以上の高額な相談が多く寄せられている。要因として、日中在宅していることが多い高齢者は、訪問販売を行う事業者と接する機会が多いために、これらの相談が多く寄せられた可能性が考えられる。【参考5】

## 3. 新型コロナウイルス感染症の消費生活相談の特徴

- 消費者庁「令和3年版消費者白書」によると、令和2年は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響が社会全体に広まり、新型コロナウイルス感染症に関する相談件数が2月以降大きく増加し、緊急事態宣言が発出された4月の21,611件をピークに多くの相談が寄せられた。相談内容をみると、マスク等の「保健衛生品その他」に関する相談が多数みられたほか、スポーツ教室、結婚式や旅行等のキャンセルや返金に関する相談が寄せられた。その後、感染拡大の落ち着きや、マスク等の需給等の改善が見られ、相談件数は減少するが、令和3年1月に再び緊急事態宣言が発出されると、相談の急増はみられなかったが、ワクチン接種等の世間の関心が高い話題に便乗した詐欺的な手口の相談が寄せられた。【参考6】

- 本市においても、同様に4月をピークに、幅広い年代から多くの相談が寄せられた。最も多く寄せられたマスク等の「保健衛生品その他」に関する相談では、当初は品不足に関する相談が多く寄せられていたが、「通信販売で購入した商品が届かない」といったインターネット通販に関する相談や、「身に覚えのないマスクが届いた」といった相談等が寄せられるようになった。その他、スポーツジムや結婚式等のキャンセルや返金等に関する相談も多く寄せられた。また、自宅で過ごす時間が増えたこと等に関連しているとみられる「オンラインゲームの課金」、「動画配信サービスの解約」等の相談も寄せられた。【参考7】

## 第2章 緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害防止の現状と課題

### 1. 平常時から事態発生後までにおける被害の未然防止・拡大防止の観点からの現状と課題

#### (1) 消費者教育・啓発について

《現状》

- 本市では、過去の災害発生時の消費者トラブルについての情報をホームページで提供

し、啓発を行っているが、平常時からの消費者教育が、より一層求められる。

- 消費者庁の消費者教育推進会議において、緊急時における消費者行動について審議を行い、消費者教育を中心として必要と考えられる対応について整理し、消費者教育による平時からの備えとして「正しい情報を見極め、適切に行動する能力の育成（情報リテラシー教育）」、「生活必需品の管理などの知識・能力の向上、物資の備蓄や緊急時のマニュアルの確認等の促進」、「不確かな情報を受け取った際、相談窓口への連絡を行うといった行動に移すことの重要性の啓発」が提示されている。

#### 《課題》

- 緊急時に被害に遭わないように、平常時から正しい情報を見極め、適切な消費行動をとることができるように、緊急時における消費生活トラブルといった観点を踏まえた消費者教育の推進に取り組む必要がある。

### (2) 情報提供・発信について

#### 《現状》

- 災害時に便乗した悪質商法の相談事例を、消費生活総合センターのホームページに掲載している。
- 消費者庁や国民生活センター等が発信している情報を、市や消費生活総合センターのホームページ、ツイッター、メールマガジン等で提供し、注意喚起を行っている。

#### 《課題》

- 本市は、様々な広報媒体を保有しているが、より広く情報発信を行うためには、活用していない媒体についても有効に活用する必要がある。
- 緊急時に特化した情報提供が十分ではないので、よくあるトラブルを掲載したホームページを作成するなど、情報発信を充実させる必要がある。
- 緊急時には、必要な情報を入手する方法が分からず、不確かな情報に影響されてしまう可能性がある。また、インターネットが遮断された時や、情報弱者への情報提供をどのように行うか検討が必要である。

### (3) 経済局、消費生活総合センター、他部局、地域等での連携について

#### 《現状》

- 消費生活総合センターでは、地域ケアプラザ等と連携して、専用回線による消費生活相談を受け付けている（試行でテレビ電話相談も受け付けている）。また、自治会町内会をはじめ地域においては、相談事例を記載し、被害に遭わないための注意ポイント等を掲載した「月次相談レポート」を、自治会町内会の掲示板への掲出等を行っている。
- 経済局では、地域で消費者被害を防止するため、消費生活推進員や自治会町内会、民生委員等の活動を支援している。その他、福祉関係部局と連携し、地域ケアプラザ等及び消費生活総合センター連携会議等の機会を通じて、消費者トラブルの相談事例等の情報提供や、教育委員会事務局と連携して学校への出前講座や啓発物の配布を行っている。

#### 《課題》

- 連携が十分でない他部局に、協力を働きかける必要がある。特に防災関係機関と連携して、所管する情報提供手段を活用させてもらうなどして、緊急時の消費者被害防止に取り組んでいく必要がある。

## 2. 事態発生後における被害の相談・解決の観点からの現状と課題

#### 《現状》

- 消費生活総合センターは、電話相談（祝日・休日、年末年始を除く毎日）、ファックス相談、面接相談（平日のみ予約制）、メール相談を行っている。また、ホームページへの相談事例の掲載、チャットボットやIVR（電話自動音声応答システム）の導入により、消費生活トラブルについて、消費者が自己解決する助けとなるよう、対処法等の情報提供を行っている。
- その他、県のかながわ中央消費生活センターでも、電話相談、メール相談等を受け付けている。また、相談窓口の電話番号が分からない場合は、全国共通の消費者ホットライン（188）にかけると、身近な消費生活相談窓口につながるようになっている。消費者ホットラインが話中でつながらない場合は、国民生活センターの「平日バックアップ相談」を利用することが出来る。

#### 《課題》

- 事態発生後には、相談を受けている消費生活総合センターの施設の被害や通信回線の断絶、消費生活相談員が出勤できない等、相談体制が整わない可能性がある。370万都市の相談を一手に担っているため、一時的に類似相談が爆発的に増える場合も考えられ、既存のセンター以外で相談体制の確保が求められる。
- 人に依存しない解決手段（チャットボット、IVR、ホームページ等）の多様化を進める必要がある。

## 3. 国及び神奈川県 の動向

### (1) 国の動向

- 「消費者基本計画（2020年～2024年）（令和2年3月31日策定）」において、消費者政策の基本的方針として「災害・感染症拡大など緊急時の対応」が提示された。本計画は、令和3年6月に、コロナ禍における消費生活様式の実践に伴い、消費者をとりまく環境が変化した事を踏まえ、新しい消費生活様式の実践に関する部分について一部改定され、提示された基本方針も「新しい生活様式の実践や災害時への対応」と改定された。
- 「地方消費者行政専門調査会報告書（令和2年8月）」において、20年後の消費者行政が目指すべき姿として、「感染症、自然災害等危機下において消費者の安全安心が確保された社会の実現」が提示され、その実現に向けた対応策を「感染症、自然災害等危機下における消費者の安全安心を確保する対応体制の構築」とし、基本的な考え方として、

「行政と消費者との間の双方向の情報発信、消費者間による情報交換等、迅速に情報入手し、適切な行動を取ることができるよう、互いに支え合える仕組みづくりが必要」としている。

## (2) 神奈川県の変向

- 「かながわ消費者施策推進指針（2020年～2024年）」において、「災害発生に関連する消費者トラブル等」が消費者をめぐる現状と課題としてあげられ、災害その他非常の事態においても、消費者が合理的に判断し行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることが必要としている。また、基本方向として「消費者教育の推進と持続可能な消費行動の促進」が提示され、それに基づく取組みとして、「災害等非常事態における消費生活に関する知識と理解の促進」を行うとして、ホームページやSNSで情報提供を行い、普及啓発に取り組んでいる。

## 第3章 緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害防止の対応の方向性

### 1. 基本的な考え方

「平常時から、緊急時に対する意識を高め、備えを促す」

### 2. 対応の方向性

#### (1) 緊急時における消費者行動についての消費者教育の推進

- ア 正しい情報を見極め、適切に行動する能力の育成（情報リテラシー教育）
  - 緊急時に不確かな情報が拡散し、それに影響を受けた行動をとってしまい混乱を生じる場面があるので、平常時から正しい情報を見極め、適切に行動することを周知する。
- イ 生活必需品や金銭の管理などの知識・能力の向上、物資の備蓄や緊急時のマニュアルの確認等の促進
  - 平常時から、物資の備蓄等を行う等、緊急時に備える事の重要性を啓発する。
  - 緊急時の参考用として、災害時に発生しやすい消費生活トラブル事例等を掲載したウェブページを作成する。
- ウ 主体的に消費者市民社会の形成に参画する消費者を育成する観点から、不確かな情報を受け取った場合、相談窓口への連絡を行うといった行動に移すことの重要性の啓発
  - 消費者トラブルに遭った時に、消費生活総合センターや事業者のお客様相談室等に相談する事が、消費者自身の解決だけでなく、周りに人々への被害拡大防止に役立つため、消費生活相談ができる窓口として、消費生活総合センターや消費者ホットライン（188）の認知度を向上させるための啓発を行う。

## (2) 緊急時に便乗した消費者トラブル等の情報提供

- 平常時より、市の広報媒体や消費生活に関連する講座等で、緊急時に便乗した悪質商法事例を情報提供する等、被害に遭わないように啓発を行う。
- 緊急時に便乗した悪質商法事例に特化したホームページを作成する等、すぐに情報にたどりつき、印刷すればそのまま掲示が出来るといったような活用しやすい情報提供の手法を検討する。
- 情報弱者等、多様な消費者に情報提供できるように、緊急時にはインターネットだけでなく、紙媒体、公用車を使った音声情報の発信など、様々な機会を捉えて情報提供を行う。
- 緊急時には、市の広報媒体等を効果的に活用して悪質商法事例、被害の発生状況、相談窓口、商品の供給情報等の正しい情報を迅速に提供できる仕組みを検討し、悪質商法の注意喚起や冷静な購買活動の呼びかけを行う。

## (3) 経済局、消費生活総合センター、他部局、地域等での連携強化

- 平常時より、他部局等の広報媒体や講座、地域防災訓練等、様々な機会に、緊急時における消費生活トラブル等の情報提供・啓発を行う。
- 緊急時には、消費者被害の他に、特に重要で迅速に素早く周知すべき情報については、市の災害対策本部等に情報提供するとともに、関係部局と連携して、緊急時に便乗した悪質商法事例、相談窓口等に関する情報提供を行う。
- インターネットが遮断された時や、情報弱者等の多様な消費者に対応するために、他部局、地域等が保有している媒体、資産を有効活用できるように働きかける。

## (4) 事態発生後の相談及び解決手法の検討

- 身近な地域で相談解決が出来るように、相談の担い手（地域ケアプラザ職員、消費生活推進員等）に緊急時における消費者トラブルについての知識を深めてもらう等、学びや活動を支援する。
- 事業者にも身近な地域の相談の受け皿となってもらえるように協力を働きかける。
- ICTを活用する等、相談員の相談解決によらない手段の強化や、相談業務のテレワーク化の体制整備、非対面型の来所相談対応を検討する。
- 消費生活総合センターの相談受付業務が実施できない時は、消費者ホットラインの接続先を対応可能な地域へ転送するといった緊急時の対応について消費者庁に働きかける。

### 【参考】消費者庁 消費者白書 令和3年度

新型コロナウイルス感染拡大に伴う相談体制の変更等を行った市町村や、令和2年7月豪雨により相談業務の継続が困難になった市町村に対し、消費者ホットライ 188 の接続先を都道府県の消費生活センター等に変更する対応を行っている。その他に、国民生活センターでは、関連した消費者トラブル相談について臨時で相談窓口を開設している。



## おわりに

本意見書は、自然災害や感染症拡大等の緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害防止についての対応の方向性を示し、消費者の安全安心を確保する体制の構築を期待するものであり、これを受けて、本市の体制を整備するため、十分な検討を行い、具体的な施策に取り組むことが重要である。

なお、平常時より発生している、孤立した高齢者に悪質事業者が訪問するといった深刻な消費者被害が、緊急時に数多く発生するトラブルによって隠れてしまうことで、取りこぼされることがないように、並行して対応していくことが必要である。

## ●東日本大震災関連

【参考1】消費者庁：消費者問題及び消費者政策に関する報告（2009～2011年度）

【図表1-2-4-2】

震災関連の相談は震災発生直後に多かったものの減少している



- (備考)
- PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2012年4月30日までの登録分）。
  - 震災発生後1年間（2011年3月11日～2012年3月10日受付分）を集計したもの。
  - 2011年3月11日を起点として、翌月（4月）10日まで受付分を「1か月目」とし、翌月（4月）11日から翌々月（5月）10日まで受付分を「2か月目」（以下同様）としている。

【図表1-2-4-7】

地域によって異なる震災関連の相談

被災4県			関東地域			その他地域		
順位	品目	件数	順位	品目	件数	順位	品目	件数
1	工事・建築	1,563	1	工事・建築	1,111	1	ファンド型投資商品	674
2	不動産貸借	1,464	2	不動産貸借	760	2	ガソリン	484
3	修理サービス	837	3	ガソリン	669	3	工事・建築	346
4	フリーローン・サラ金	609	4	ファンド型投資商品	540	4	生鮮肉	272
5	ガソリン	553	5	電気	485	5	野菜	217
6	他の行政サービス	465	6	修理サービス	461	6	四輪自動車	208
7	火災保険	338	7	ミネラルウォーター	453	7	米	193
8	相談その他	319	8	野菜	321	8	不動産貸借	190
9	野菜	275	9	米	319	9	相談その他	188
10	商品一般	269	10	保健衛生品その他	308	10	園芸用品	186

- (備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2012年4月30日までの登録分）。  
 2. 震災発生後1年間（2011年3月11日～2012年3月10日受付分）における「震災関連」の消費生活相談のうち上位の品目を地域別に比較したもの。  
 3. 被災4県とは、岩手県、宮城県、福島県、茨城県。  
 4. 関東地域とは、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県。  
 5. その他地域とは、被災4県、関東地域以外の地域。  
 6. 「相談その他」とは、例えば放射能に対する不安、震災で仕事を失った等。

【図表1-2-4-8】

震災関連の相談は地域及び時期によって様々な相談が寄せられている

(1) 1～3か月目

被災4県			関東地域			その他地域		
順位	品目	件数	順位	品目	件数	順位	品目	件数
1	不動産貸借	797	1	ガソリン	668	1	ガソリン	484
2	工事・建築	641	2	工事・建築	644	2	工事・建築	227
3	ガソリン	550	3	不動産貸借	469	3	国内バックツアー	145
4	修理サービス	447	4	電気	443	4	四輪自動車	140
5	フリーローン・サラ金	271	5	ミネラルウォーター	372	5	相談その他全般	136
6	他の行政サービス	217	6	修理サービス	291	6	不動産貸借	126
7	火災保険	196	7	野菜	175	7	募金	126
8	相談その他全般	193	8	商品一般	151	8	デンタルコンテンツ	110
9	給湯システム	163	9	米	138	9	商品一般	108
10	四輪自動車	148	10	海外バックツアー	132	10	野菜	99

(2) 4～6か月目

被災4県			関東地域			その他地域		
順位	品目	件数	順位	品目	件数	順位	品目	件数
1	工事・建築	333	1	工事・建築	133	1	ファンド型投資商品	112
2	不動産貸借	178	2	不動産貸借	96	2	米	86
3	修理サービス	138	3	米	91	3	乳製品	64
4	フリーローン・サラ金	121	4	緑茶	76	4	果実	51
5	他の行政サービス	74	5	ファンド型投資商品	67	5	野菜	38
6	住宅ローン	57	6	保健衛生品その他	58	6	緑茶	28
7	火災保険	45	7	修理サービス	58	7	園芸用品	28
8	米	35	8	野菜	46	8	工事・建築	27
9	相談その他全般	35	9	相談その他全般	24	9	四輪自動車	26
10	保健衛生品その他	31	10	乳製品	19	10	公社債	23
10	四輪自動車	31						

(3) 7～9か月目

被災4県			関東地域			その他地域		
順位	品目	件数	順位	品目	件数	順位	品目	件数
1	工事・建築	363	1	ファンド型投資商品	413	1	ファンド型投資商品	471
2	不動産貸借	344	2	工事・建築	247	2	生鮮肉	253
3	修理サービス	185	3	不動産貸借	136	3	園芸用品	148
4	フリーローン・サラ金	144	4	保健衛生品その他	110	4	緑茶	87
5	商品一般	132	5	修理サービス	91	5	工事・建築	69
6	他の行政サービス	124	6	生鮮肉	90	6	野菜	61
7	保健衛生品その他	99	7	緑茶	82	7	果実	61
8	火災保険	82	8	野菜	78	8	乳製品	56
9	ファンド型投資商品	74	9	園芸用品	66	9	保健衛生品その他	48
10	四輪自動車	68	10	乳製品	51	10	不動産貸借	37
						10	フリーローン・サラ金	37

(4) 10～12か月目

被災4県			関東地域			その他地域		
順位	品目	件数	順位	品目	件数	順位	品目	件数
1	工事・建築	226	1	工事・建築	87	1	米	38
2	不動産貸借	145	2	米	63	2	工事・建築	23
3	野菜	106	3	不動産貸借	59	3	ファンド型投資商品	23
4	フリーローン・サラ金	73	4	他の行政サービス	51	4	野菜	19
5	米	69	5	野菜	22	5	果実	15
6	修理サービス	67	6	保健衛生品その他	22	6	公社債	14
7	他の行政サービス	50	7	修理サービス	21	7	乳製品	13
8	他の水	46	8	新築分譲マンション	17	8	相談その他全般	13
9	住宅ローン	46	9	ミネラルウォーター	16	9	コンサート	11
10	果実	34	10	ファンド型投資商品	15	10	鮮魚	10
						10	緑茶	10
						10	不動産貸借	10
						10	デジタルコンテンツ	10

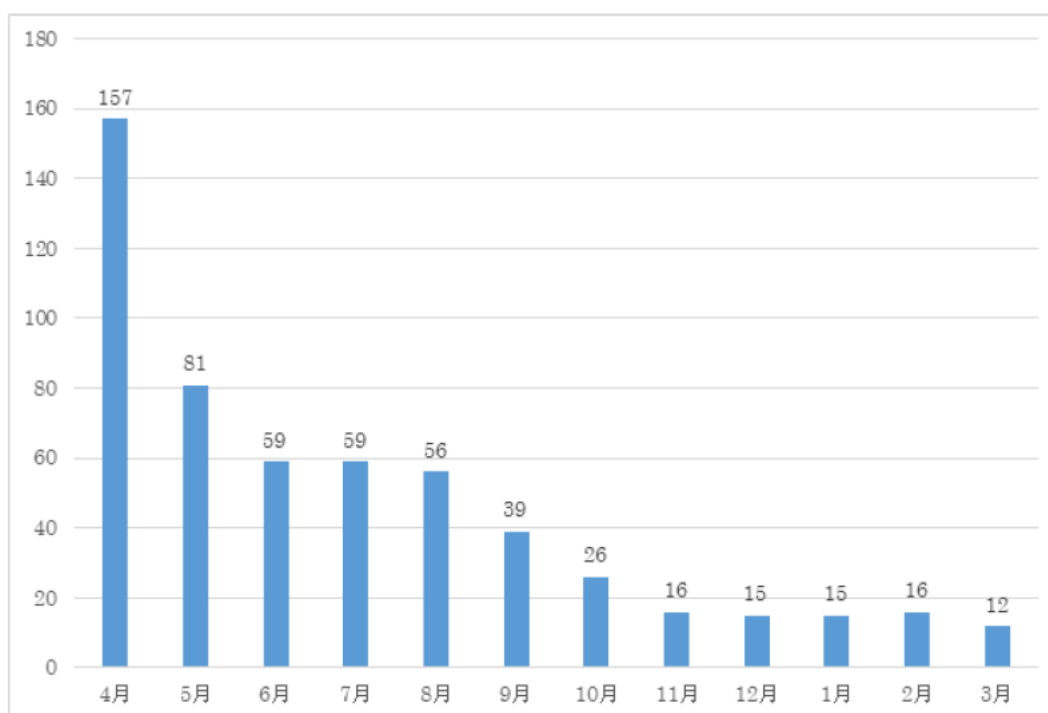
- (備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2012年4月30日までの登録分）。  
 2. 震災発生後1年間（2011年3月11日～2012年3月10日受付分）における「震災関連」の消費生活相談のうち上位の品目を地域別に比較したもの。  
 3. 被災4県とは、岩手県、宮城県、福島県、茨城県。  
 4. 関東地域とは、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県。  
 5. その他地域とは、被災4県、関東地域以外の地域。  
 6. 「商品一般」とは、商品の相談であるが、分類を特定できないもの等。  
 7. 「相談その他」とは、例えば放射能に対する不安、震災で仕事を失った等。

●震災に関する相談件数（3月11日～31日受付）（表7）

商品・役務名	件数	事 例
電 気	29	計画停電について電力会社に問合せしているが、電話が繋がらない
ミネラルウォーター	14	ネットでミネラルウォーターを注文し代金を振込み後、業者と連絡がつかなくなった
ガ ソ リ ン	11	どこへ行っても売り切れ状態で困っている
海外パックスツアー	11	震災後、ツアーのキャンセルを申し出たら約款通りキャンセル料を請求された
米	11	スーパーで買ったお米は福島産だった。放射能が心配、交換できないか
そ の 他	199	「地震で瓦が落ちているので修理が必要」と言って業者が来訪。不審だ
計	275	

※4月以降、震災に関する相談の状況（平成23年4～5月受付分）

商品・役務名	件数	事 例
工 事 ・ 建 築	22	トイレ工事を契約したが、工事日になっても資材が届かない。解約したい
不 動 産 貸 借	10	地震で壁にひびが発生、賃貸住宅を退去したい。修理代を負担させられるのか
ミネラルウォーター	10	ネット通販で飲料水を注文したが、納期が遅いのでやめたい。解約を申し出たら断られた
保健衛生品その他	7	通販で放射線測定器を購入したが、使い勝手が悪いので返品したいが業者と連絡が取れない
緑 茶	7	茶葉から国の暫定規制値を超える放射能が検出されたと報道されたが、手持ちのお茶は問題ないか
そ の 他	181	被災者向け老人ホームを探しているという業者から、老人ホームのパンフレットが届いたら高額で買い取ると連絡があった。不審だ
計	237	



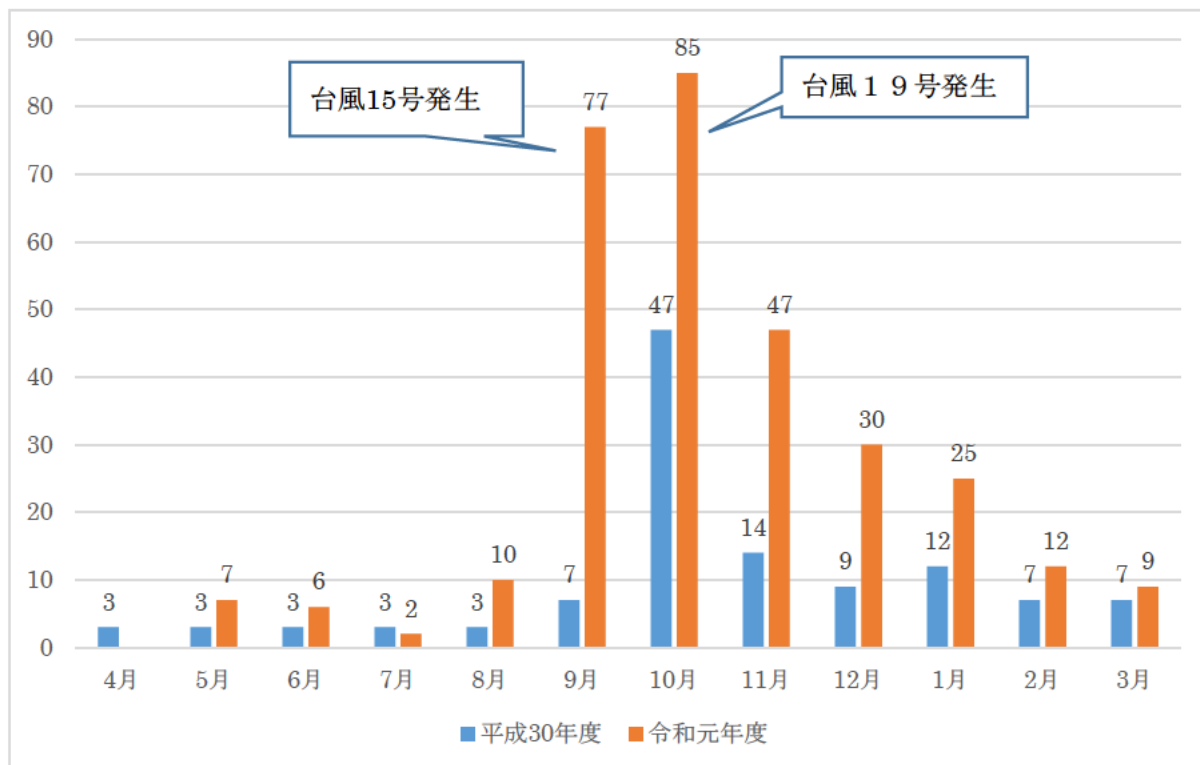
## ●自然災害（台風） 関連

【参考4】消費者庁 「令和2年版消費者白書」

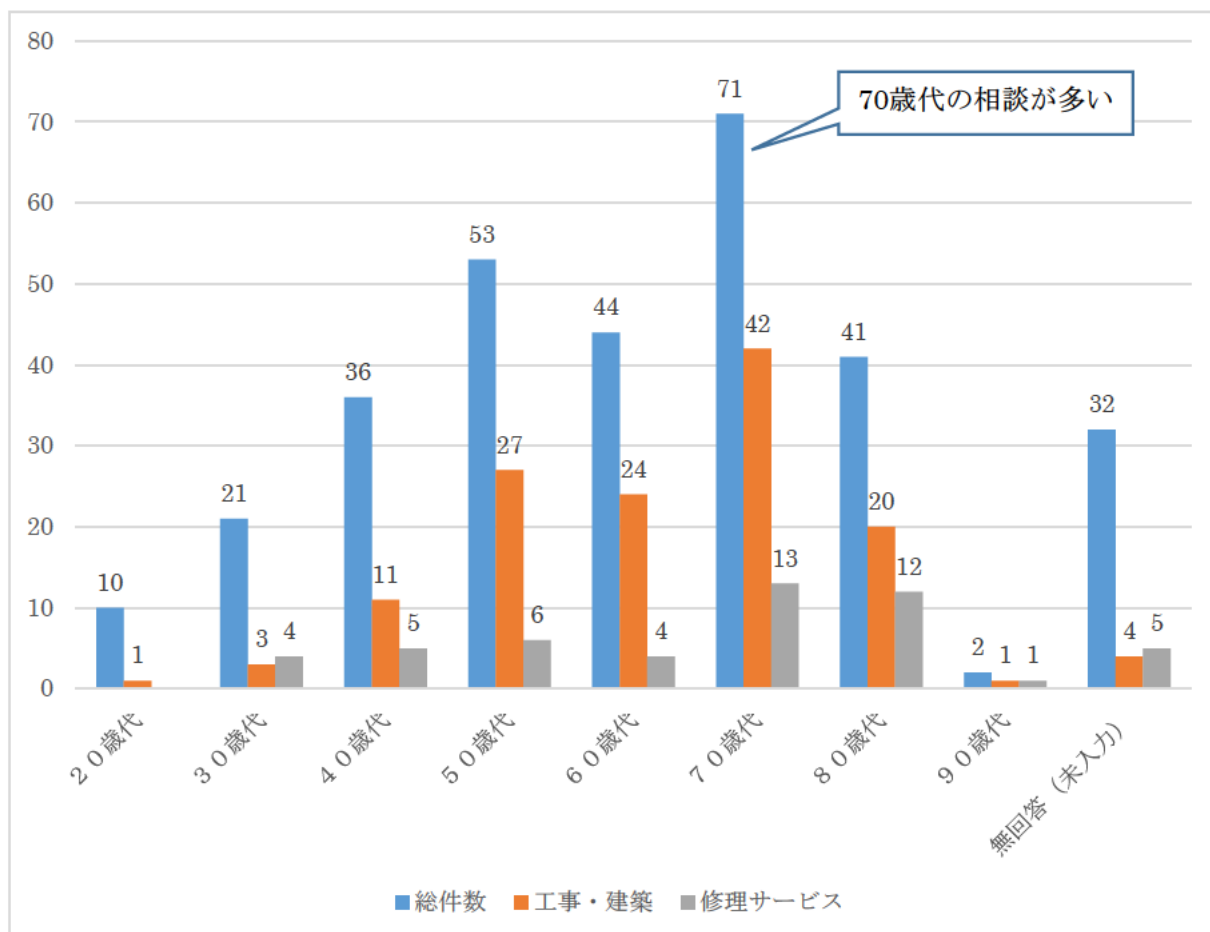


【参考5】横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談

1. 月別相談件数（令元年度・平成30年度）



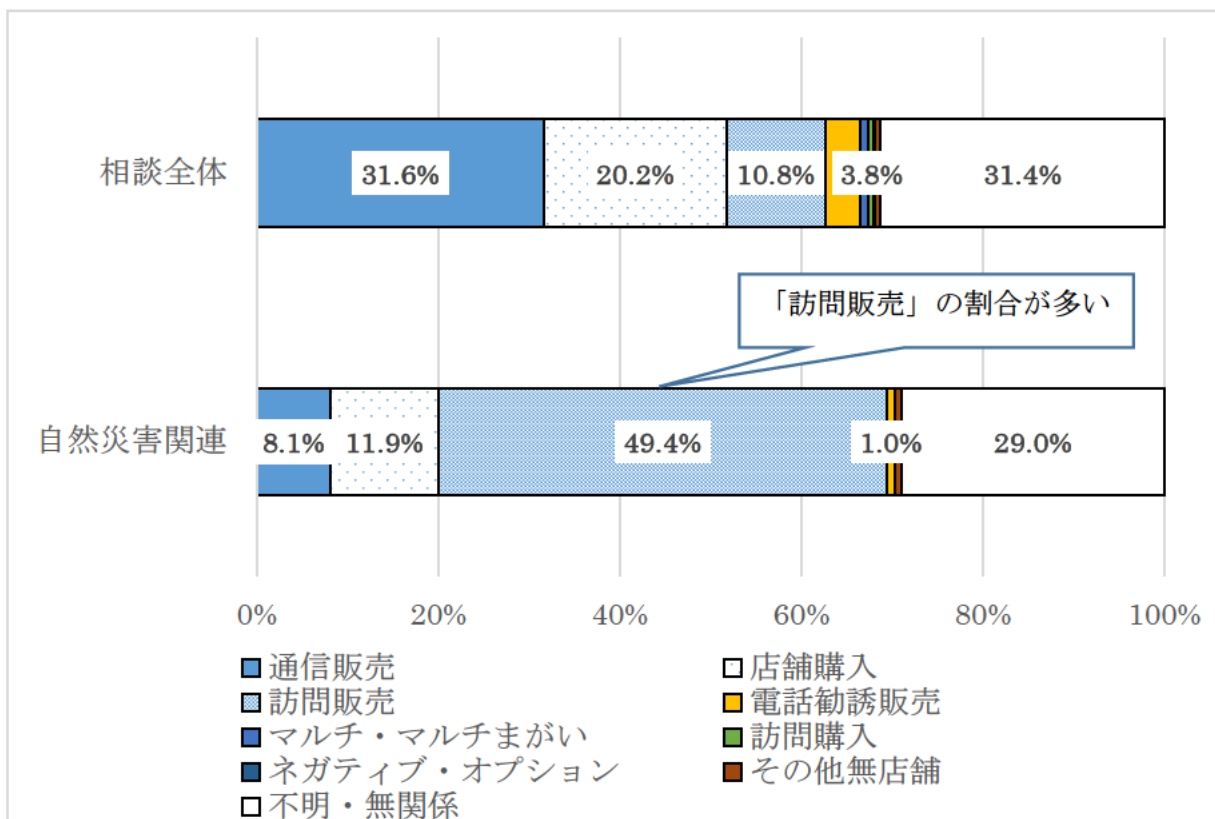
2. 年代別相談件数（令元年度）



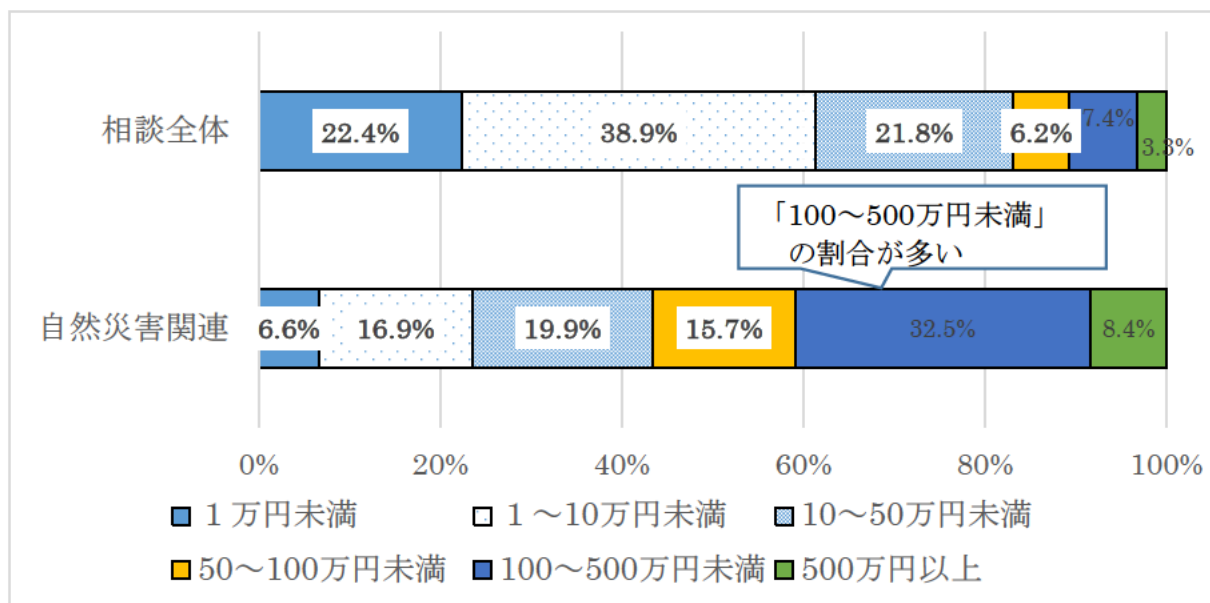
### 3. 商品別分類 上位 10 品目 (令和元年度)

順位	商品別分類	件数	相談内容の例
1	工事・建築	133	屋根工事、外壁塗装工事
2	修理サービス	50	雨樋の修理
3	不動産貸借	31	台風被害の修繕
4	役務その他サービス	15	保険の申請代行
5	相隣関係	11	台風被害の補償
6	火災保険	9	保険金の請求
7	相談その他	6	
8	結婚式	5	計画運休によるキャンセル
9	中古分譲マンション	4	中古マンションの雨漏り
9	航空サービス	4	欠航となったチケット代の返金

### 4. 販売形態別相談件数 (令和元年度)



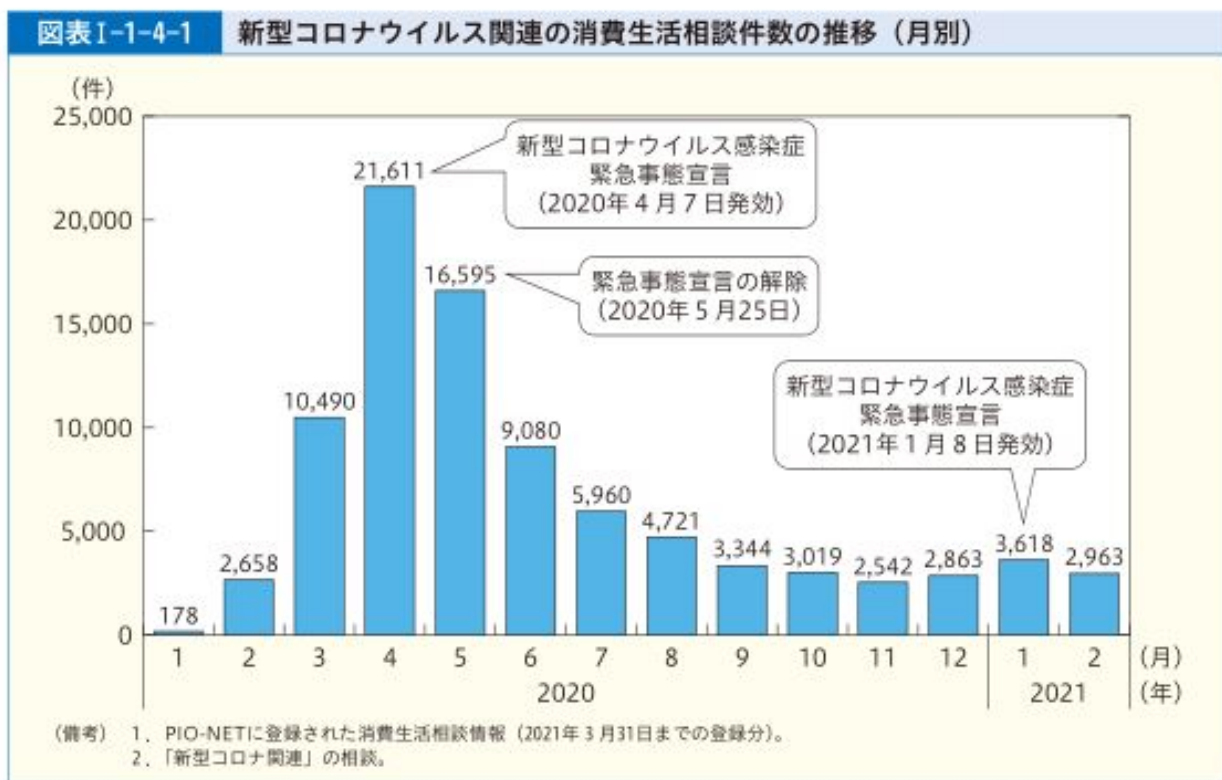
## 5. 契約購入金額（令和元年度）



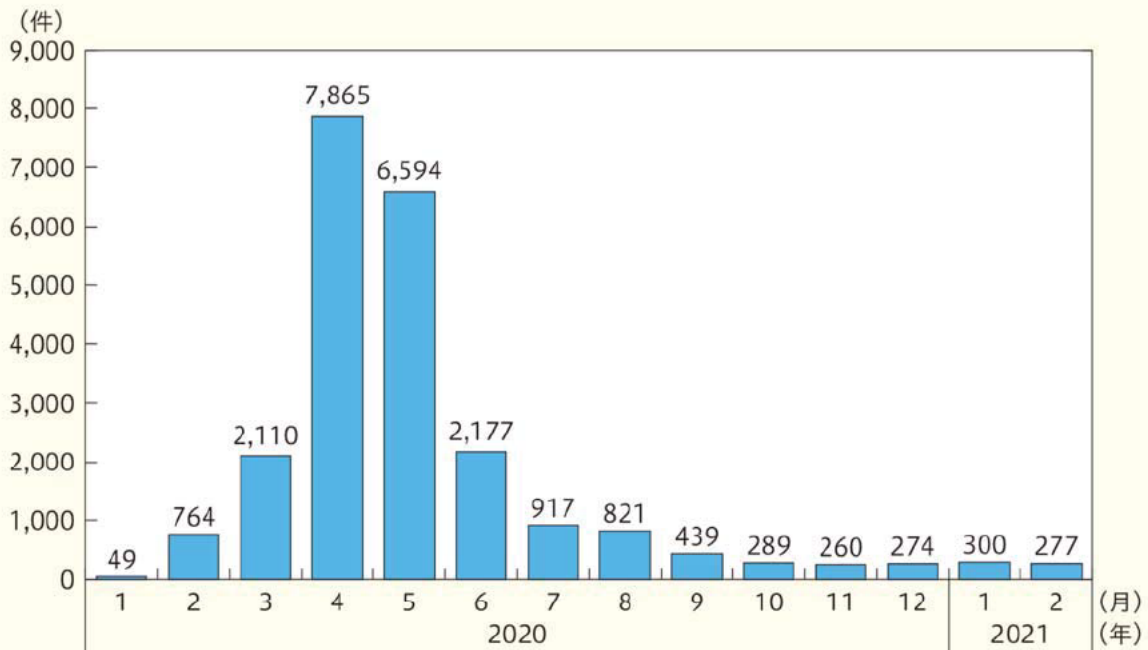


●新型コロナウイルス感染症関連

【参考6】消費者庁「令和3年版消費者白書」

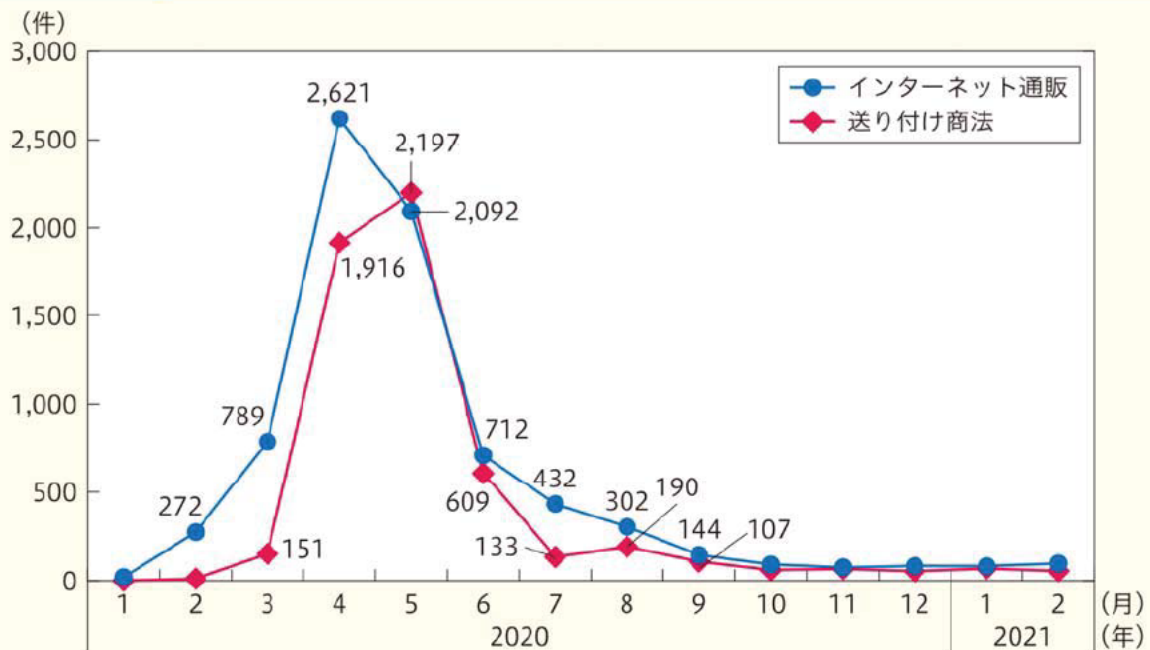


図表I-2-5-3 「保健衛生品その他」の消費生活相談件数の推移（新型コロナウイルス関連）



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2021年3月31日までの登録分）。  
2. 「新型コロナ関連」の相談。

図表I-2-5-4 「保健衛生品その他」の「インターネット通販」、「送り付け商法」に関する消費生活相談件数の推移（新型コロナウイルス関連）



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2021年3月31日までの登録分）。  
2. 「新型コロナ関連」のうち、「保健衛生品その他」の相談。  
3. 相談件数が100件未満の月はグラフに件数を表示していない。  
4. 送り付け商法は、販売購入形態のネガティブ・オプションより広義であり、商品が到着したものの料金の請求がされていない相談を含む。

## 令和2年度 消費生活相談の傾向



### “巣ごもり消費”でネット通販トラブルが多発

昨年度は、新型コロナウイルス感染症に関連した相談が多く寄せられ、中でも“巣ごもり消費”によるインターネット通販でのトラブルが多くみられました。

また、屋根の点検をきっかけとしたトラブルも例年より増加しました。外出自粛により在宅期間が増えた影響と思われます。

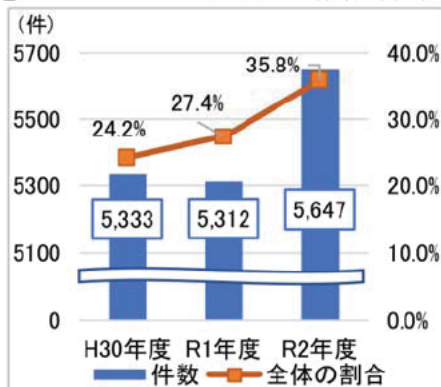
#### 1 “巣ごもり消費”によるインターネット通販相談が増加

インターネット通販に関連した相談は5,647件(全体の35.8%)で、令和元年度より335件(6.3%)増えています。(事例1参照)

また、デジタルコンテンツに関する相談の他、健康食品や化粧品の定期購入トラブルが多く寄せられており、特に未成年者からの相談割合が高くなっています。

インターネット通販の決済手段に、匿名性が高いプリペイドカードなどの『電子マネー』利用に関連した相談は140件で増加傾向にあります。年代別では40歳代～50歳代の利用が多くみられます。

①インターネット通販の相談件数

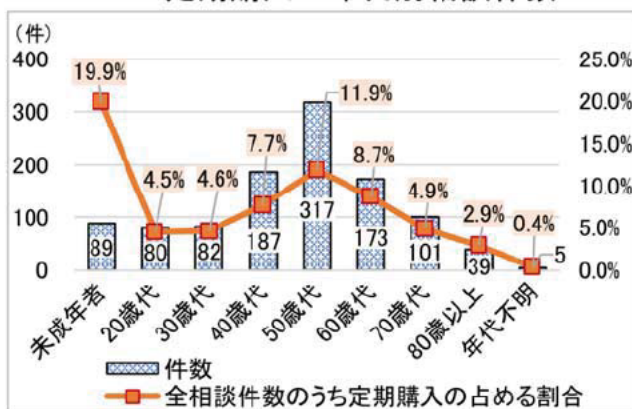


②インターネット通販の商品・役務別相談件数順位

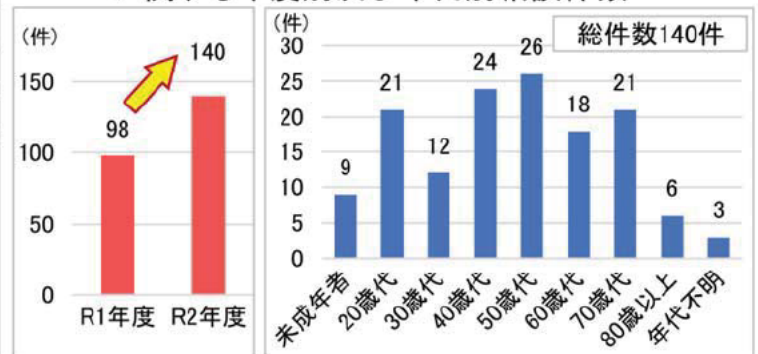
順位	商品・役務名	件数	相談全体の件数	割合
1	デジタルコンテンツ	1036	1293	80.1%
2	健康食品	816	963	84.7%
3	商品一般	257	1131	22.7%
4	基礎化粧品	218	264	82.6%
5	役務その他サービス*	174	455	38.2%
6	保健衛生品その他	161	405	39.8%
7	他の化粧品	117	143	81.8%
8	頭髮用化粧品	113	135	83.7%
9	紳士・婦人洋服	81	99	81.8%
10	紳士・婦人用バッグ	72	87	82.8%

\*役務その他サービス…質問サイト、パソコンの偽セキュリティ警告表示など

③インターネット通販における定期購入の年代別相談件数



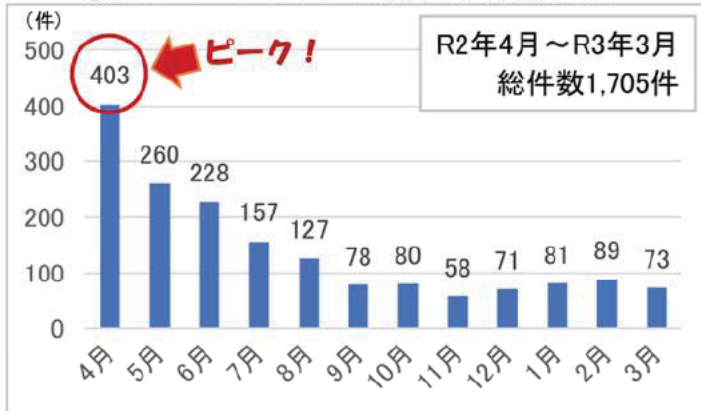
④インターネット通販における電子マネー利用に関する年度別及び年代別相談件数



## 2 新型コロナウイルス関連の相談

4 月をピークに 1,705 件寄せられました。相談件数は、マスク等の送り付けに関する「保健衛生品その他」が1位で 353 件でした。相談全体の件数に占めるコロナ関連の件数割合では、「結婚式」が90.3%(件数4位)、「手配旅行」が88.6%(件数8位)と、高い割合となりました。(事例2参照)

①新型コロナウイルス関連の相談件数



②新型コロナウイルス関連の相談件数順位

順位	商品・役務名	コロナ関連の件数	相談全体の件数	割合
1	保健衛生品その他	353	405	87.2%
2	スポーツ・健康教室	109	148	73.6%
3	他の行政サービス※1	89	136	65.4%
4	結婚式	84	93	90.3%
5	デジタルコンテンツ	60	1293	4.6%
6	他の医療用具※2	50	84	59.5%
7	不動産貸借	50	744	6.7%
8	手配旅行	39	44	88.6%
9	役務その他サービス	29	455	6.4%
10	スポーツ施設利用	27	47	57.4%

※1 他の行政サービス…特別定額給付金などに関するもの

※2 他の医療用具…パルスオキシメーター、体温計などに関するもの

## 第12次審議会

## 「若年者への消費者教育の在り方についての意見」に基づく取組報告

**取組1 若者の消費者被害救済・啓発キャンペーン**

成年年齢引き下げを見据えた若年者の消費者被害未然防止の取組として、主に若者を対象とした注意喚起キャンペーンを実施しました。

## 1 啓発物品（除菌ウェットティッシュ）の街頭配布

18区の主要ターミナル駅前を中心とした市内20か所（1か所につき20回、3時間程度）と市内大学4校で、主に若者を対象に、啓発文言を入れた除菌ウェットティッシュを配布。

（約127,000個）

## 2 啓発物品・リーフレットへの市立高校への配付

市立学校の全生徒を対象に、除菌ウェットティッシュ及び啓発リーフレットを配付。

（約7,700部）

## 3 市内PRボックスへの啓発チラシの配架

鉄道駅や市民利用施設等に設置されている、市内約500か所のPRボックスへ啓発チラシを配架。

（約15,000部）



## 1 啓発物品（除菌ウェットティッシュ）



## 2 高校配布用リーフレット（神奈川県作成）



## 3 PRボックス配架用チラシ（消費者庁作成）

## 成年年齢引き下げに伴う若者の契約トラブルや高齢者の特殊詐欺

### 被害の防止に、横浜総合高等学校の生徒が取り組みました！

本年4月から成年年齢が18歳に引き下げられることに伴い、若者の契約トラブル等が増えることが予想されます。また、高齢者の特殊詐欺や悪質契約の被害も、後を絶ちません。そこで、南区役所が消費生活総合センター等と連携し、横浜総合高等学校の探究学習「横総生にオファーです」\*1の課題として、契約トラブル等の被害を防ぐための啓発ポスター等の作成を依頼しました。

今回の「オファー」を受けて生徒が作成したポスター作品と、生徒が課題に取り組むプロセスを追ったドキュメンタリー動画を公開し、啓発・PRを行います。

\*1 横浜総合高等学校の生徒が、地域から提示された課題にグループで取り組み、フィールドワーク等を通じて解決策を提案する地域活性化プロジェクトで、必修科目「総合的な探究の時間」において展開。

#### 1 啓発ポスター優秀作品を駅に掲示

生徒が作成したポスターの中から優秀作品5点を、横浜市交通局の協力で、市営地下鉄「弘明寺」駅に掲示するとともに、南区のホームページでも公開します。

※ 弘明寺駅掲示期間 令和4年3月9日(水)～3月30日(水)

#### 2 生徒のドキュメンタリー動画を公開

生徒が課題を自分事として捉え、ポスター作成等に取り組む半年間の過程を追いかけた、ドキュメンタリー動画を公開します。ナレーションは、人気声優の松本沙羅さん\*2です。

\*2 「半妖の夜叉姫(日暮とわ役)」、「BORUTO(雀乃なみだ役)」などで活躍中。



【優秀作品】



【横浜総合高校のポスター等発表の様子】



【ナレーション 松本沙羅】

動画は、3月10日(木)から横浜市消費生活総合センター公式 YouTube チャンネルで公開し、以下のホームページそれぞれにリンクを掲載します。

- ・横浜市南区役所 [https://www.city.yokohama.lg.jp/minami/kurashi/sumai\\_kurashi/shohiseikatsu/](https://www.city.yokohama.lg.jp/minami/kurashi/sumai_kurashi/shohiseikatsu/)
- ・横浜総合高等学校 <https://www.edu.city.yokohama.lg.jp/school/hs/y-sogo/index.cfm/1.html>
- ・横浜市消費生活総合センター <https://www.yokohama-consumer.or.jp>



YouTube 動画二次元コード

お問合せ先			
優秀作品の掲示について	南区総務部地域振興課長	姫浦 尊	Tel 045-341-1235
「横総生にオファーです」について	横浜市立横浜総合高等学校	近藤 哲史	Tel 045-744-1912
ドキュメンタリー動画について	横浜市消費生活総合センター長	魚本 一司	Tel 045-845-7722

## 第13次横浜市消費生活審議会

## 消費者被害救済部会報告書

目的	消費者から申出のあった消費生活上の被害に対し、消費生活総合センターにおいて、被害救済のための必要な助言その他の措置をとったにもかかわらず、解決することが困難であった紛争について、あっせん及び調停等を行うことを目的とする。				
構成委員 (◎は部会長)	<p>※ 未開催のため、部会長は選出されていません。</p> <p>天野 正男 委員 大森 俊一 委員 城田 孝子 委員 望月 陽介 委員</p>				
開催状況	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 30%; text-align: center;">開催年月日</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">議 題</td> <td></td> </tr> </table>	開催年月日		議 題	
開催年月日					
議 題					
議事概要	<p>令和3年度は、付託に至る案件がなかったため、事務局から部会委員へ書面にて状況報告を行い、部会の開催はありませんでした。</p> <p>【令和3年度の検討状況】</p> <p>あっせん不調後の時間経過後に付託検討を開始した場合、相談者の考えに変化が生じる、既に他機関への相談に移行しているなど、付託に繋がりにくいことから、相談やあっせんを行っている段階から、付託に向けた検討を始められるよう、センターと随時情報共有を図り、より積極的な検討を進めていました。また、センターからの情報提供に加え、事務局においても、未解決の付託の可能性のありそうな案件について、調査も行いました。</p> <p>特に、相談の多い水回りのトラブルに関するものなどを注視し検討していましたが、結果として、相談者の中で妥協できる交渉結果に落ち着く、他機関へ移行するなどの理由により、付託に至る案件はありません（令和4年3月2日時点）。</p>				
今後の予定 (R4.9月まで)	<ul style="list-style-type: none"> <li>付託案件がある場合には、その都度、部会を開催し、付託案件がなかった場合には、状況確認のための部会を開催する。</li> </ul>				

## 第13次横浜市消費生活審議会

## 公募委員選考部会報告書

目的	<p>審議会において、消費者を代表する委員の一部を市民からの公募による委員とすることにより、市民の立場からの意見及び提案等を政策形成過程に活用するとともに、審議会を市民に開かれたものとし、市民との協働による消費者行政の実現を図ることを目的とする。</p> <p>(第6次横浜市消費生活審議会から実施)</p>	
構成委員	<p>※ <u>未開催のため、部会長は選出されていません。</u></p> <p>河合 直美 委員 三浦 紀子 委員 花田 昌士 委員</p>	
開催状況	開催年月日	議
	<p>開催なし (令和4年2月末時点)</p>	
今後の予定 (R4.9月まで)	部会開催予定	1回
	開催予定時期	・令和4年8月に1回
	審議内容等 (予定)	【令和4年8月】 ・応募者の選考

【参考】横浜市消費生活審議会公募委員要領（抜粋）

## 7 選考部会

- (1) 選考部会は、消費生活審議会委員のうち学識経験のある者、消費者を代表する者、事業者を代表する者から各1名の委員をもって組織する。



## 令和4年度重点取組事項

横浜市の消費者教育推進において、これまでの取り組みに加え、令和4年度から新たに必要になる視点や引き続き取り組むべき事項、拡充していくことが望ましい事業等を、令和4年度における重点取組事項として次のとおり定めます。

### 1. 成年年齢引き下げに対応した、消費者教育・啓発の充実

令和4年4月1日から「民法の一部を改正する法律」が施行され、成年年齢が18歳に引き下げられます。引き下げ後の被害状況を注視しつつ、これに対応した消費者教育・啓発に引き続き取り組みます。

#### 【取組の例】

- 様々な媒体、機会を利用した成年年齢引き下げの周知・啓発
- 学校向け出前講座等の、若年者向け消費者教育の実施

### 2. 地域における消費者被害防止に向けた活動の活性化

消費生活推進員による啓発活動等、地域での主体的活動・交流・見守りを促進し、地域住民の意識向上や知識・情報の普及によって、消費者被害の未然防止を図り、市民の安全・安心な消費生活を推進します。

#### 【取組の例】

- 消費生活推進員等による地域での啓発等、活動の支援・促進
- 地域の消費者被害未然防止・拡大防止のための見守り・啓発の推進

### 3. 脱炭素社会の形成に向けたエシカル消費の普及・啓発

世界的な目標であるSDGsの達成に向け、脱炭素社会（カーボンニュートラル）への注目が高まっています。人や社会・環境に配慮した消費行動「エシカル消費(倫理的消費)」の普及・啓発により、持続可能な社会の形成に向けた消費行動を促します。

#### 【取組の例】

- エシカル消費等に関する講演会や講座の開催
- エシカル消費普及・啓発のための教材の作成