

# 第24回 神戸市消費生活会議

日時：令和3年7月20日（火）10:00～11:00

場所：神戸市役所4号館1階 本部員会議室

## 議事次第

### 1 開会

### 2 議題

- (1) 神戸市消費生活あんしんプラン2020に基づく施策の令和2年度取組実績の評価について
- (2) 令和2年度短期的課題の取組実績の報告について
- (3) 神戸市消費者苦情処理審議会の開催状況の報告について
- (4) 神戸市消費生活あんしんプラン2025に基づく令和3年度の取組みについて

### 3 閉会

#### (配付資料一覧)

- 資料1 神戸市消費生活会議委員名簿
- 資料2-1 神戸市消費生活あんしんプラン2020 令和2年度取組実績
- 資料2-2 神戸市消費生活あんしんプラン2020 令和2年度取組実績についての評価
- 資料3 令和2年度短期的課題の取組実績
- 資料4 神戸市消費者苦情処理審議会の開催状況
- 資料5 神戸市消費生活あんしんプラン2025に基づく令和3年度の取組み

参考資料1 神戸市民のくらしをまもる条例（抄）

参考資料2 神戸市消費生活会議及び神戸市消費者苦情処理審議会に関する規則

参考資料3 神戸市消費生活会議運営要綱

参考資料4 神戸市消費生活あんしんプラン2025

参考資料5 令和2年度 消費生活相談の概要

神戸市消費生活会議 委員名簿【令和3年6月改選】

資料 1

区分内 五十音順 [但し市議員は会派順]

(◎：会長、○副会長、●：神戸市消費者苦情処理審議会委員を兼任)

有 識 者 代 表			12名
	池 田 千 鶴	神戸大学大学院法学研究科教授	●
◎	田 中 敦	関西学院大学経済学部教授	
	中 川 丈 久	神戸大学大学院法学研究科教授	●
	福 元 隆 久	弁護士	●
(新)	松 本 州 普	神戸市教育委員会事務局総合教育センター所長	
○	山 下 貴 子	同志社大学大学院ビジネス研究科教授	●
(新)	岡 田 ゆ う じ	神戸市議員 (自由民主党)	
(新)	藤 本 浩 二	神戸市議員 (公明党)	
(新)	山 本 の り か ず	神戸市議員 (日本維新の会)	
(新)	林 ま さ ひ と	神戸市議員 (日本共産党)	
(新)	伊 藤 め ぐ み	神戸市議員 (立憲民主党)	
	小 林 る み 子	神戸市議員 (つなぐ)	
消 費 者 代 表			8名
	安 樂 雅 枝	連合神戸地域協議会 (U Aゼンセン兵庫県支部)	
	植 田 京 子	一般社団法人兵庫県社会福祉士会	
	宇 野 克 巳	神戸地区労働組合協議会	
	金 子 裕 一	神戸市消費生活マスター	
	床 谷 三 鈴	神戸市消費生活マスター	●
(新)	中 野 朋 子	生活協同組合コープこうべ理事	●
	西 網 康 治	神戸労働者福祉協議会	
(新)	山 本 孝 子	神戸市消費者協会会長・神戸市婦人団体協議会会長	
事 業 者 代 表			2名
	木 谷 あ ゆ み	一般社団法人 日本ヒーブ協議会 関西支部 支部長	●
	高 村 峰 成	公益社団法人 消費者関連専門家会議 西日本支部 啓発・交流部会 執行委員	●

計 22名

## 神戸市消費生活あんしんプラン2020 令和2年度取組実績

## 基本施策 1 安全・安心な消費生活の確保

## (1) 消費生活におけるトラブルの「予防」

評価指標	主な取組事例	計画策定時	目標値	達成度	備考
①製品安全4法及び家庭用品品質表示法に基づく調査・立入検査の実施	・市内店舗へ立入検査を実施（計12店舗、計130製品）。また、計量法に基づき工場や店舗等への各種立入検査を実施。	10店舗	10店舗/年	12店舗/年	
②不当取引に関する事業者指導の実施	・光回線事業者に対して指導を実施。	5社	(※1)	1社	
③神戸市消費者あんしんメールやSNSの登録者数	・Facebookを活用した広報啓発を実施。（令和2年度：計388回更新）	1,571人	3,000人	276人	フォロワー数
④インターネット通信販売でトラブルにあったことがある人の割合	・出前講座など様々な機会インターネット通信販売でのトラブルの事例を紹介し、注意を促した。	26.0%	10%	36.1%	R2.1月にアンケートを実施
⑤高齢消費者見守りサポーター登録者数	・神戸市老人クラブ連合会会員を対象に、県警職員を講師として迎え、養成講座を実施。想定される高齢消費者トラブル（架空請求や通信販売に関する内容）について、被害に遭わないためのポイントを伝えた。	246人	のべ 1,500人	1,421人	
⑥高齢消費者対策サイトへのアクセス件数	・啓発ポスターや啓発POPに消費生活センターホームページに繋がるQRコードを添付し、アクセス向上に努めた。	1,541件	のべ 10,000件	10,616件	

## (2) 消費生活におけるトラブルに関する「相談」

評価指標	主な取組事例	計画策定時	目標値	達成度	備考
①消費生活センターの認知度	・ホームページ、SNS、メディア、講座、イベント等で消費生活センターを紹介し、認知度向上に努めた。	67.4%	80%	79.9%	R2.1月にアンケートを実施
②消費生活相談員研修の実施	・年6回の相談員自主研修の開催、国民生活センター主催のオンデマンド研修への参加等を通じ、対応力の維持・向上を図った。	6回	6回/年以上	6回/年	

## (3) 消費生活におけるトラブルの「救済」

評価指標	主な取組事例	計画策定時	目標値	達成度	備考
①消費者苦情処理審議会の開催	・指導を行った事業者についての報告や、今後指導が必要な事業者について審議。	2回	2回/年以上	1回/年	
②必要に応じ、クーリング・オフを使える人の割合	・クーリング・オフはがき付きリーフレットを配布し、制度を周知。	50.4%	75%	93.2%	R2.1月にアンケートを実施

※1 消費生活センターに寄せられる苦情相談の内容を定期的に検証し、神戸市民のくらしをまもる条例で不当取引として禁止される行為が行われていると認められる場合には、当該事業者に対し指導を行う。

神戸市消費生活あんしんプラン2020 令和2年度取組実績

基本施策2 消費者教育の推進

(1) 「あなた（消費者）が主役」の消費者教育

評価指標	主な取組事例	計画策定時	目標値	達成度	備考
①「消費者の意識向上」チェックシートの配布 (子ども用・大人用)	・携帯電話ショップ86店舗で配布。	(新規)	12,000部/年	12,500部/年	
②神戸消費者教育センターの年間来場者数	・消費生活講座実施時の企画展示会開催のほか、日本FP協会兵庫支部主催のFPフォーラムの会場利用等、集客に努めた。	約1,500人/年	4,000人/年	—	常駐職員の配置がなくなり集計中止
③消費生活マスターによる研究等成果の発表・情報発信件数	・1月23日に対面講座予定であった介護問題研究会による消費生活講座「終(つい)の住まいを考える～“サ高住(サービス付き高齢者向け住宅)”の研究から見えてきたこと～」は緊急事態宣言により、希望者へ録画配信を実施した。	約25件/年	30件/年以上	24件/年	

(2) 消費者教育の体系

評価指標	主な取組事例	計画策定時	目標値	達成度	備考
①就学前児童に向けたチラシ等の配布	・「子どもの事故防止のための啓発ハンドブック」を神戸市総合児童センターや市内児童館(122か所)、神戸市私立保育園連盟に配布。 ・神戸私立保育園連盟事務局を介し、加盟園に対し、メール配信により子どもの事故防止のための啓発情報を配信。	約1,500人/年	2,000人/年	2,983人/年	
②小・中・高等学校における各種啓発講座等の実施	・小中学生向けスマホ講座の開催(小学校6校14回、中学校2校2回)、中学校向け出前授業の実施。(1校3回) ・高校生向け出前授業の開催(市立高校での契約に関する授業(1校2回)、成年年齢下げに関する授業を民間事業者と協働実施。(1校3回)) ・市立高校の夏休みの課題に、成年と未成年の違いを学ぶ啓発動画を視聴してもらい、アンケートを実施。(4校629人がアンケートに回答) ・成年年齢下げの啓発資料を市立高校8校約6,000名、市立高等専門学校約1,200名、市立特別支援学校5校約430名の生徒と教員に配布。 ・成年年齢下げの啓発ポスターを作成し、市立中学校(85校)、市立高校(8校)、高等専門学校、特別支援学校(5校)に配布。	40～50回/年	50回/年	24回/年	新型コロナの影響によりスマホ講座20校中止
③大学における消費者教育の授業による学生の意識向上率 (受講前後の比較)	・神戸学院大学や関西学院大学等で、市職員や消費生活マスターによる講義をオンライン及びオンデマンドにより実施。	平均約15% (※2)	平均20%	—	新型コロナの影響でアンケート実施せず
④行政と連携して消費者教育に取り組んだ事業者数 (新入社員研修、退職者セミナー、社員食堂、健診等)	・悪質商法等の啓発ポスターをコープこうべ店舗等の市内約65か所、市営地下鉄全26駅及び車両内、市バス車内に掲示。 ・シルバー人材センター広報紙「シルバーこうべ」10月号に啓発記事を掲載。 ・神戸市老人クラブ連合会広報紙「KOBEシニアクラブ」12月10月号に啓発記事を掲載。 ・啓発ポスターを神戸市薬剤師会(加盟薬局678店舗)、地域福祉センター(194か所)、あんしんすこやかセンター(76か所)に配布。	(新規)	10社	35社5団体	
⑤一般向け消費生活講座に初めて参加した人数	・新型コロナの影響により会場開催を中止したが、新たな取り組みとして視聴希望者に対して講座動画の配信を行った。	(データなし)	100人/年	51人/年	
⑥高齢者を中心とした自主学習グループへの参加者数	・地域において消費者問題を自主的に学習するグループに対して、活動費の助成を実施。	2,787人	3,000人	1,410人	

(3) 消費者教育の幅広い浸透に向けて

評価指標	主な取組事例	計画策定時	目標値	達成度	備考
①啓発アニメーションやショートムービーへのアクセス件数	・スマホ等を持ち始める年齢層とその保護者を主な対象に、親しみやすいゲームを題材にしたアニメーション「ルールを決めた日」を配信。また、スマホ等で視聴できるショートムービーをインターネットで配信。	21,560回	50,000回/年	18,492回/年	
②「知らず知らずに消費者教育」の協力店舗数	・地下鉄全駅電光掲示板に消費者ホットラインを表示。 ・特別定額給付金関連の詐欺等の啓発ポスターをコープこうべ店舗等の約65か所、市営地下鉄車両内及び全26駅、市営バス車内に掲示。 ・神戸市営地下鉄全駅で案内放送により注意喚起(R2.12～R3.1) ・神戸市営地下鉄10駅12か所で啓発ポスターを掲示(R2.12) ・携帯電話各社(NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク)の市内ショップにて啓発用POPを設置(市内86店舗、430個)。 ・消費者トラブル啓発ポスターを神戸市薬剤師会の加盟薬局678店舗、地域福祉センター194か所、あんしんすこやかセンター76か所へ配布。	(新規)	100店舗	1,078事業所	

※2 一連の授業の最初と最後に同じ内容のアンケートを実施し、学生の意識変化を比較して算出した数値。アンケート内容が数項目にわたるため、便宜上、それらの平均値を指標として使用。

# 神戸市消費生活あんしんプラン2020 令和2年度取組実績

## 基本施策3 大規模災害や物価急騰等、緊急時の備えと対応

### (1) 災害等への備え

評価指標	主な取組事例	計画策定時	目標値	達成度	備考
消費者啓発ツールである「KOBEくらしのレポート」、「Facebook」などによる災害等への備えの情報提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>・啓発チラシ「KOBEくらしのレポート」及びFacebookにて、コロナ禍の災害の備え等に関する情報提供を行った。</li> <li>・神戸消費者教育センターにおいて、近畿農政局による備蓄に関する啓発展示を開催。</li> </ul>	1回	4回/年	7回/年	

### (2) 価格の監視

評価指標	主な取組事例	計画策定時	目標値	達成度	備考
日用品・食料品等の定点調査の実施	<p>※食料品や日用品などの価格調査は、国から都道府県への法定受託事務としても実施されており、神戸市内の価格調査結果が、兵庫県のホームページで公表されていることから、本市が独自に行う定点調査については平成30年度より廃止。</p>	68店舗/月	68店舗/月	店舗/月	H30より廃止

### (3) さらなる対応力の強化

評価指標	主な取組事例	計画策定時	目標値	達成度	備考
項目の性質上、指標は設定せず	<p>新型コロナウイルス感染拡大に伴い、3月初旬より特設HP「新型コロナウイルス感染拡大に伴う消費者問題について」を開設（アクセス件数：6月末時点17,603回）。Facebookと連動したこまめな更新を行い、最新情報の発信に努めている。</p>	—	—	—	

# 神戸市消費生活あんしんプラン2020 令和2年度取組実績についての評価

<b>基本施策1 安全・安心な消費生活の確保</b>	
<b>(1) 消費生活におけるトラブルの「予防」</b>	
評価：概ね順調	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インターネットを活用した啓発は引き続き重要であり、幅広い年齢層の方にとって見やすく、分かりやすいホームページ作成に努める。</li> <li>・高齢者の消費者被害の未然防止は引き続き取り組まなければならない、あんしんすこやかセンター等の地域の福祉関係者との連携を重視した啓発に努める。</li> </ul>
<b>(2) 消費生活におけるトラブルに関する「相談」</b>	
評価：概ね順調	<ul style="list-style-type: none"> <li>・引き続き、SNSの活用や啓発チラシの配布等の様々な広報手段を通じて消費生活センターの認知度向上に努める。</li> <li>・複雑で多様化する相談に素早く適切な対応を行うため、相談員の知識、対応力等の向上に努める。</li> </ul>
<b>(3) 消費生活におけるトラブルの「救済」</b>	
評価：概ね順調	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クーリング・オフ制度の認知度を維持するため、講座等を通じた啓発に引き続き取り組む。</li> <li>・多様化する相談事案に対応するため、引き続き弁護士会、警察、保健所等の多様な主体との連携に努める。</li> </ul>
<b>基本施策2 消費者教育の推進</b>	
<b>(1) 「あなた（消費者）が主役」の消費者教育</b>	
評価：概ね順調	<p>神戸消費者教育センターから消費生活に関する様々な学習資料を提供し、「考える消費者」になるための学習活動を支援するとともに、オンデマンド配信の実施等、新型コロナウイルスの感染防止の新生活様式を踏まえて従来の手段に捉われない啓発に努める。</p>
<b>(2) 消費者教育の体系</b>	
評価：概ね順調	<p>年代に応じた消費者教育を引き続き実施するため、教育委員会、大学、民間団体、その他関係機関等と連携を図りながら、効果的に啓発に努める。</p>
<b>(3) 消費者教育の幅広い浸透に向けて</b>	
評価：概ね順調	<p>日常に溶け込んだ消費者教育を実施するため、引き続き新たな普及策を検討するとともに、「知らず知らずに消費者教育」協力店等についても、さらなる増加に努める。</p>
<b>基本施策3 大規模災害や物価急騰等、緊急時の備えと対応</b>	
<b>(1) 災害等への備え</b>	
評価：順調	<p>コロナ禍や災害時に消費者が必要となる情報について、引き続き様々な啓発ツール・機会を活用して幅広い啓発を行う。</p>
<b>(2) 価格の監視</b>	
評価：—	—
<b>(3) さらなる対応力の強化</b>	
評価：—	<p>不測の事態が発生した場合には、関係機関と連携して、安全・安心な消費生活の確保に努める。</p>

## 令和 2 年度短期的課題の取組実績

## 1. 概要

「神戸市消費生活あんしんプラン 2020～第 3 次神戸市消費者基本計画～」では、計画期間中の各年度において“短期的課題”を設定し、喫緊の課題にも対処することとしている。

## 2. 令和 2 年度短期的課題に対する取組実績

## (1) 定期購入に関するトラブルの抑止

## 【設定理由】

平成 27 年度から相談件数が増加し続ける中で、令和元年度に前年度比 67.4%増となり、対策が必要である。特に、10～20 代の増加率が高かったことから、若者への啓発を重点的に取り組む。

## 【主な取組実績】

啓発方法	主な取組み
記事掲載	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広報紙 K O B E 5 月号、1 月号に記事掲載</li> <li>・ 広報紙「KOBE シニアクラブ」12 月 10 日号に記事掲載 (R2. 12/40,000 部)</li> </ul>
マスメディア	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ J:COM「兵庫つながるニュース (神戸・芦屋・三木)」あんしん・安全のコーナーに電話インタビュー形式で出演し注意喚起 (R2. 12. 16 放送)</li> </ul>
啓発資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ KOBE 暮らしのレポート 9 月号、11 月号に注意テロップを掲載 (R2. 9、11/800 部)</li> <li>・ KOBE 暮らしのレポート 1 月号に記事掲載 (R3. 1/800 部)</li> </ul>
講習会・講座	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 暮らしのパートナー研修会で注意喚起 (R2. 11/93 名) ※集合型研修会ではなく、テキスト送付形式により実施</li> <li>・ 出前トークでの発信 (19 回/職員 10 回、いきいきトーク 5 回、消費生活マスター 4 回)</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 記者資料提供「定期購入関連の苦情相談増加 若年層も危険 消費生活相談情報」(R2. 7. 17)</li> <li>・ facebook による発信 (5 回)</li> <li>・ 大学の授業の中で注意喚起 (3 校 関西学院大、神戸女子短期大、神戸芸術工科大)</li> <li>・ 携帯電話各社 (㈱NTT ドコモ、KDDI㈱、ソフトバンク㈱) 及び兵庫県と連携し、啓発 POP・啓発チラシの設置、配布を行い、インターネットを通じた定期購入に関する啓発を実施</li> <li>・ 水回りトラブルや定期購入トラブル事例を記載した消費者トラブル啓発ポスターを神戸市薬剤師会 (加盟薬局 678 店舗) や地域福祉センター (194 か所)、あんしんすこやかセンター (76 か所) に配布 (R3. 3)</li> </ul>

## 【相談件数の推移】

相談件数 688 件 (令和元年度) から 709 件 (令和 2 年度) と微増した。

## 2. 令和2年度短期的課題に対する取組実績

### (2) 水回りのトラブルの抑止

#### 【設定理由】

令和元年度の相談件数増加及び契約購入金額（被害金額）の大幅増加により、トラブル防止の啓発に取り組む。

#### 【取組実績】

啓発方法	主な取組み
記事掲載	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広報紙 KOBE5 月号に記事掲載</li> <li>・ 神戸新聞記事掲載「5月30日は消費者の日」(R2.5.30)、「消費者トラブル Q&amp;A (水回りのトラブルで別の工事を契約)」(R2.9.9)</li> <li>・ 毎日新聞記事掲載「生活相談 Q&amp;A (無料点検サービスのつもりが…)」(R2.10.5)</li> <li>・ 婦人神戸記事掲載 (6/15、9/15号)</li> <li>・ 「KOBE シニアクラブ」記事掲載 (12/10号)</li> </ul>
マスメディア	J:COM「兵庫つながるニュース (神戸・芦屋・三木)」あんしん・安全のコーナーに電話出演し、水まわり修理の相談を情報提供。(R2.10.21 放送, R3.3.10 放送)
啓発資料	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コープこうべタ食宅配チラシの配布 (5月号「水道修理もクーリング・オフできます」) 夕食宅配利用者 (利用者 2,978名) のほか神戸市老人クラブ連合会 (約430名)、地域包括支援センター (あんしんすこやかセンター) (76ヶ所) にも配布</li> <li>・ KOBE 暮らしのレポート 8月号、10月号、12月号に水道修繕受付センターの連絡先を掲載 (R2.8、10/800部)、2月号に啓発記事を掲載 (R3.2/800部)</li> <li>・ 啓発リーフレットと水道修繕受付センターの啓発シールを配布 (18,546部)</li> </ul>
講習会・講座	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市水道サービス公社の協力により、県内指定給水装置工事事業者講習会において、事業者側へ注意喚起。(R2.7) ※テキスト送付形式により実施</li> <li>・ 見守りサポーター養成講座の開催時に注意喚起。(R2.7、10)</li> <li>・ 暮らしのパートナー研修会にて注意喚起。(R2.11) ※テキスト送付形式により実施</li> <li>・ 出前トークでの発信 (職員8回、いきいきトーク10回、消費生活マスター4回)</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市ホームページに注意喚起ページを開設、facebook による発信 (8回)</li> <li>・ 記者資料提供「水まわり修理に関する相談増加中 弱みにつけ込み高額請求、修理依頼は慎重に！ 消費生活相談情報」(R2.9.25)</li> <li>・ 三宮花時計ギャラリーにおいて啓発パネルを展示 (R2.12)</li> <li>・ 神戸市営地下鉄全駅で案内放送により注意喚起 (R2.12～R3.1)</li> <li>・ 神戸市営地下鉄10駅12か所で啓発ポスターを掲示 (R2.12)</li> <li>・ 三宮センター街大型ビジョン、新神戸駅デジタルサイネージの利用 (R2.12～R3.1)</li> <li>・ 啓発パネルを消費者教育センター、総合福祉センター等に設置 (R3.2～)</li> <li>・ 水回りトラブル等の事例の啓発ポスターを神戸市薬剤師会の加盟薬局678店舗、地域福祉センター194か所、あんしんすこやかセンター76か所へ配布。(R3.3)</li> </ul>

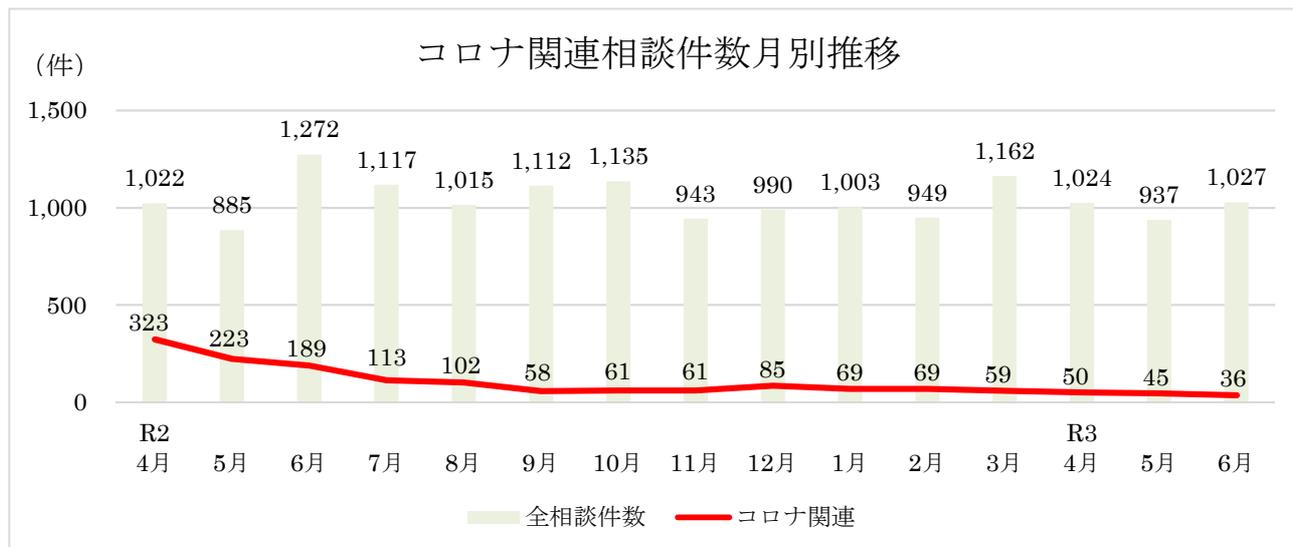
#### 【相談件数の推移】

<相談件数、契約購入金額の推移>

年度	H30	R1	R2
相談件数	248	307	385
契約購入金額	47,850 千円	75,210 千円	82,485 千円

# (参考) 新型コロナウイルスに関連した相談への対応

## 1 相談件数の推移



## 2 相談内容

(1) 衛生用品に関する相談 (事例) マスクを購入したが商品が届かない、高額請求をされた等)

マスク等の衛生用品の購入時のトラブル等に関する相談が最も多かった。供給不足が解消され、衛生用品に関する相談は大幅に減少し、7月には数件程度の相談件数であった。

(2) 契約解除に関する相談 (事例) 講座等の習い事が中止となったが、受講料・解約料が返金されない等)

衛生用品に続いて多い相談は、受講料の返金や解約料に関する苦情等であった。

(3) その他の相談

令和2年に相談が増加し始めた当初は、衛生用品に関する相談の他、海外旅行のキャンセルや、卒業式中止による貸衣装のキャンセル等の相談が多かった。8月以降、特別定額給付金や持続化給付金に関連する相談等、月によって相談内容に変化が見られるものの、相談件数は一定数を推移している。

## 3 これまでの対応

コロナ禍に便乗した悪質商法等に対して適切な消費行動が取れるよう、以下の注意喚起を行った。

啓発方法	主な取組み
ホームページ	消費生活センターHPの専用ページに、最新の関連情報の更新を随時行っている。
Facebook	関連情報を随時発信 (R3.6月末計 174 回発信)
マスメディア	J:COM チャンネルに職員が出演し、特別定額給付金関連の詐欺や悪質商法の注意喚起を実施 (R2.4.10、R2.6.11 放送)。
紙媒体	<p>①広報紙KOB E 5・6・7月号に関連記事を掲載。</p> <p>②くらしのレポートに関連記事を掲載。 (各区あんしんすこやかセンター等へ 800 部配布)。</p> <p>③特別定額給付金に便乗する悪質商法等に対し、地下鉄駅でのポスター掲示、地下鉄・市バス車内広告や市内ローソン、老人クラブ等へのチラシ配布を行った。 (配布チラシは右に添付)</p>



## 神戸市消費者苦情処理審議会の開催状況報告

- 1 開催実績(前回の消費生活会議(令和2年8月27日)以降の開催)  
第72回 令和3年3月18日(木)

## 2 議事内容

## (1) 会長及び副会長の互選

## (2) 取引の適正化に関する取組み

## ①令和2年度 事業者への指導

対象事業者数	指導事業者の業種
1件	インターネット接続仲介

## ②過去に指導した事業者のその後の相談件数等の推移

対象事業者数	指導事業者の業種
7件	訪問購入(1事業者)、インターネット接続仲介(4事業者)、 キャッチセールス(1事業者)、通信販売(1事業者)

## (3) 水まわりに関する相談状況及び悪質事業者への対応

## ①年度別相談件数の推移

年度	H29	H30	R1	R2
相談件数	271	248	307	385

## ②悪質事業者への対応

## 【悪質なホームページ表記への対応】

市章が掲載されている事業者のホームページがあり、市の指定工事店であると誤解を招く可能性があるとのことで、速やかに市章の掲載をやめるように要請文書を送付した。その後、事業者のホームページから市章が削除された。

## 【関係部局・機関との連携】

水道局や建設局と連携し、水道修繕受付センターと指定工事店への修繕依頼の徹底を市民に対して更に啓発していくとともに、兵庫県、兵庫県警や神戸・阪神・姫路地域で結成された被害対策弁護団とも連携を図りながら、悪質事業者への対応を検討していく。

## 神戸市あんしんプラン 2025 に基づく令和 3 年度の取組み（報告）

## 1 最優先取組み課題

## ①高齢者への支援

## 【令和 3 年度の主な実施事項】

- ・消費生活に関する内容をまとめた「くらしのレポート」を毎月発行し、啓発資料としてあんしんすこやかセンター等に配布。
- ・コープこうべの夕食宅配事業「まいくる」と連携し、利用者に消費者トラブルに関する啓発チラシを配布。
- ・市老人クラブ連合会会員を対象に、県警職員を講師に迎え見守りサポーター養成講座を実施。

## ②成年年齢引下げに伴う若年者への支援

## 【令和 3 年度の主な実施事項】

- ・成年年齢引き下げに伴い増加することが懸念される若年者向けトラブルをまとめた消費者教育教材として、啓発アニメーションを制作し、学校現場等で活用されるよう働きかける。
- ・市内の大学と連携し、大学構内でのポスター掲示や学生向けホームページ、学生向けメール配信等の啓発を実施。
- ・市立高校全生徒、高等専門学校本科生及び中学校 3 年生（特別支援学校含む）に授業等で活用してもらうための啓発リーフレットを配布。

## ③インターネットトラブルへの対応

## 【令和 3 年度の主な実施事項】

- ・携帯電話事業者と連携し、啓発チラシを配布。
- ・市民向けのスマホ講座等と連携し、啓発チラシを配布。
- ・ホームページや Facebook で被害情報の発信に努める。
- ・小中学校を対象にスマホやインターネット関連のトラブルについて啓発するスマホ講座を実施。

## ④水まわりトラブルへの対応

## 【令和 3 年度の主な実施事項】

- ・水道局・建設局等と連携し、水まわりトラブルの啓発リーフレット・シールを市民へ配布し、水道修繕受付センターを周知。
- ・インターネット上で水回りトラブルに関する WEB 広告を展開し、トラブルの未然防止に努める。
- ・工事業者向けの講習会で水まわりトラブルの啓発を実施。
- ・みなと銀行本店やさんちかアドウィンドウ、花時計ギャラリーにて、水まわりトラブル啓発のためのパネル展示を実施し、消費者教育センターにおいても啓発コーナーを設置。

## ⑤持続可能な社会の推進

## 【令和 3 年度の主な実施事項】

- ・エシカル消費をテーマにした出張講座を実施。
- ・公民館との連携により SDG s に関する市民講座に講師を派遣し「エシカル消費」の啓発を実施。
- ・消費者教育センターに SDG s ・エシカル消費の啓発コーナーを設置。

## 2 消費者被害防止のための環境

### ①相談体制の充実

#### 【令和3年度の主な実施事項】

- ・各種講座等にて啓発資料を配布し、消費者ホットライン「188」の周知を図る。
- ・オンデマンドの研修を積極的に活用し、消費生活相談員の対応力の維持向上を図る。

### ②情報発信及び関係機関との連携

#### 【令和3年度の主な実施事項】

- ・ホームページやSNS、プレスリリース等を効果的に活用した情報発信を実施。
- ・実際に寄せられた相談をもとに注意喚起情報をホームページにて発信。
- ・J:COM ニュースを積極的に活用。
- ・消費者教育センターにて最新の消費者トラブル等の情報を提供。
- ・地域包括支援センター（あんしんすこやかセンター）と連携し、消費者トラブルの情報を収集し、「くらしのレポート」を毎月送付することで利用者への啓発に活用。
- ・市老人クラブ連合会と共催で会員を対象とした見守りサポーター養成講座を実施。
- ・携帯電話事業者と連携し、携帯電話利用者へインターネットトラブルに関する情報を発信。
- ・コープこうべと連携し夕食宅配利用者に消費者トラブルに関する啓発チラシを配布。
- ・みなと銀行本店において消費者啓発のパネル展示を実施。
- ・イオン、コープこうべ等市内スーパーマーケットでの店内アナウンス等による啓発を実施。

### ③消費者取引・表示・計量等の適正化

#### 【令和3年度の主な実施事項】

- ・食品表示法及び計量法等に基づいた適切な表示が行われるよう、適正表示の確認、はかりの検査、商品量目(内容量)等、関連事業者へ立入検査を実施し、必要な指導・啓発を実施。
- ・表示内容について消費者側の知識を高めるための啓発を実施。

### 3 消費者教育の推進

#### ライフステージ別の消費者教育の推進

##### 【令和3年度の主な実施事項】

##### 就学前児童への啓発

- ・乳幼児の事故防止ハンドブックを保護者等へ配布。

##### 小・中・高等学校への啓発

- ・小中高等学校等に講師を派遣し、スマホやインターネットトラブルについて啓発するスマホ講座や消費者教育に関する出前講座を実施。
- ・夏休みこども生活講座を開催。
- ・子どもの頃から消費者教育に関心を持ってもらうよう、小中学校作品展において「神戸消費者教育センター賞」を授与。
- ・成年年齢引き下げを見据え、市立高校全生徒、高等専門学校本科生及び中学校3年生（特別支援学校含む）に授業等で活用してもらうための啓発リーフレットを配布（再掲）。
- ・成年年齢引き下げに伴い増加することが懸念される若年者向けトラブルをまとめた消費者教育教材として、啓発アニメーションを制作し、学校現場等で活用されるよう働きかける（再掲）。

##### 大学生への啓発

- ・神戸学院大学や関西学院大学等で、市職員や消費生活マスターによるオンデマンド、オンライン等による講義を実施。
- ・市内の大学と連携し、大学構内でのポスター掲示や学生向けホームページ、学生向けメール配信等の啓発を実施（再掲）。

##### 成人への啓発

- ・消費生活講座を開催。
- ・公民館が開催する市民向けスマホ講座等と連携し、インターネットトラブル等の啓発資料を配布。

##### 「考える消費者」の育成

- ・地域包括支援センター（あんしんすこやかセンター）と連携し、消費者トラブルの情報を収集し、「くらしのレポート」を毎月送付することで利用者への啓発に活用（再掲）。
- ・エシカル消費をテーマにした出張講座を実施（再掲）。

##### 「知らず知らずに消費者教育」

- ・携帯電話事業者と連携し、携帯電話利用者へインターネットトラブルに関する情報を発信（再掲）。
- ・コープこうべと連携し夕食宅配利用者に消費者トラブルに関する啓発チラシを配布（再掲）。
- ・みなと銀行本店において消費者啓発のパネル展示を実施（再掲）。
- ・イオン、コープこうべ等市内スーパーマーケットでの店内アナウンス等による啓発を実施（再掲）。

##### 消費者教育教材の発信

- ・消費者教育センターにて最新の消費者トラブル等の情報を提供（再掲）。

## 神戸市民のくらしをまもる条例 (抄)

平成 17 年 4 月 1 日  
 条例 第 2 号

## 第 4 章 市民意見の反映

## (附属機関の設置)

第 54 条 市長の行う消費生活の安定及び向上の確保に関する施策について市民の意見を反映させ、関連する施策との総合的な推進を図るため、次の表の左欄に掲げる市長の附属機関を置き、その所掌事務は、それぞれ同表の右欄に掲げるとおりとする。

市長の附属機関	所掌事務
神戸市消費生活会議	消費者行政に関する基本的事項、重要事項その他新たに対応すべき事項について調査審議すること。
神戸市消費者苦情処理審議会	1 第 2 章第 1 節の危害等の防止、同章第 2 節の広告、計量及び表示の適正化、同章第 3 節の取引の適正化及び同章第 4 節の消費者包装の適正化に関する施策に関し意見を述べること。 2 第 32 条第 1 項に規定する意見を述べ、及び同条に規定するあっせん又は調停に関する事務を行うこと。 3 第 34 条第 1 項に規定する認定を行い、及び同条第 3 項に規定する意見を述べること。 4 第 37 条に規定する市長の情報の提供に関し意見を述べること。

- 2 前項の表に規定する附属機関には、部会を置くことができる。
- 3 前項に定めるもののほか、第 1 項の表に規定する附属機関の組織及び運営その他附属機関に関し必要な事項は、規則で定める。

## 神戸市消費生活会議及び神戸市消費者苦情処理審議会に関する規則

昭和49年7月15日  
規則第82号

## (趣旨)

第1条 この規則は、神戸市民のくらしをまもる条例(平成17年4月条例第2号)第54条第3項の規定に基づき、神戸市消費生活会議(以下「消費生活会議」という。)及び神戸市消費者苦情処理審議会(以下「苦情処理審議会」という。)の組織及び運営等に関し必要な事項を定めるものとする。

## (組織)

第2条 消費生活会議は、若干名の委員で組織する。

2 委員は、市長が委嘱し、又は任命した者及び苦情処理審議会の委員で構成する。

3 前2項に規定する者のほか、市長は、特別の事項又は専門の事項を調査審議させるため必要があると認めるときは、臨時委員を委嘱することができる。

4 臨時委員は、学識経験のある者その他市長が適当であると認める者のうちから市長が委嘱する。

## (任期)

第3条 苦情処理審議会の委員以外の委員の任期は、2年とする。ただし、再任を妨げない。

2 委員が欠けた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

3 臨時委員は、特別の事項又は専門の事項の調査審議が終了したときは、解嘱されるものとする。

## (会長及び副会長)

第4条 消費生活会議に会長及び副会長を置く。

2 会長及び副会長は、委員の互選により定める。

3 会長は、消費生活会議を代表し、その事務を掌理する。

4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

## (会議)

第5条 消費生活会議は、会長が招集する。

2 消費生活会議は、委員及び議事に関係のある臨時委員の総数の過半数の者が出席しなければ、会議を開くことができない。

3 消費生活会議の議事は、出席者の過半数でこれを決し、可否同数のときは、会長の決するところによる。

## (庶務)

第6条 消費生活会議の庶務は、経済観光局において処理する。

## (組織)

第7条 苦情処理審議会は、若干名の委員で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 学識経験のある者
- (2) 消費者
- (3) 事業者

## (準用)

第8条 第2条第3項及び第4項並びに第3条から第6条までの規定は、苦情処理審議会について準用する。

## (施行細目の委任)

第9条 この規則に定めるもののほか、消費生活会議及び苦情処理審議会に関し必要な事項は、それぞれの会長がこれらに諮って定める。

附 則(令和2年3月31日規則第101号)抄

この規則は、令和2年4月1日から施行する。

## 神戸市消費生活会議運営要綱

## (趣旨)

第1条 この要綱は、神戸市消費生活会議及び神戸市消費者苦情処理審議会に関する規則(昭和49年7月規則第82号。以下「審議会規則」という。)で定めるもののほか、審議会規則第9条の規定に基づき、神戸市消費生活会議(以下「消費生活会議」という。)の議事手続、組織及びその他運営等に関し必要な事項を定めるものとする。

## (部会の設置)

第2条 神戸市民のくらしをまもる条例第54条第2項の規定に基づく部会の設置は、審議項目、委員構成について、消費生活会議に諮って定める。ただし、緊急に審議する必要がある場合は、消費生活会議の会長(以下「会長」という。)が部会を設置することができるものとし、次回の消費生活会議で承認を得るものとする。  
2 部会の審議内容は、消費生活会議に報告するものとする。

## (部会の組織及び任期、臨時委員の設置)

第3条 部会は、消費生活会議の委員のうち若干名及び臨時委員で組織する。その場合、臨時委員は部会の委員数の半数を超えないものとする。  
2 部会に属すべき委員及び臨時委員は、会長が指名する。

## (部会長及び副部会長)

第4条 部会に部会長及び副部会長を置く。  
2 部会長及び副部会長は、会長が指名する。  
3 部会長は、部会を代表し、その事務を掌理する。  
4 副部会長は、部会長を補佐し、部会長に事故があるとき、又は部会長が欠けたときはその職務を代理する。

## (部会の議事)

第5条 部会長は部会を招集し、部会を主宰する。  
2 部会は、委員及び臨時委員の過半数の出席がなければ会議を開くことができない。  
3 部会の議事は、出席者の過半数でこれを決し、可否同数のときは、部会長の決するところとする。

## (関係者の出席)

第6条 消費生活会議は、必要があると認めるときは、消費生活会議に消費者、事業者その他関係のある者の出席を求め、説明を受け、意見を聞くことができる。  
2 前項の規定は、部会に準用する。この場合、「消費生活会議」を「部会」に読み替える。

## (会議等の公開)

第7条 消費生活会議の会議は、これを公開とする。ただし、消費生活会議の決議により公開しないことができる。  
2 前項の規定により消費生活会議を公開するときは、開催日時等を市民に事前周知するよう努めるものとする。  
3 公開・非公開の消費生活会議に関わらず、会議終了後すみやかに会議録又は会議録要旨(以下「会議録等」という。)を作成する。  
4 会議で使用した資料及び前項の規定により作成された会議録等の写しは公開する。ただし、個人情報等公にしないことが適当と認められる内容が記録されているものについてはこの限りではない。  
5 第1項から第4項までの規定は、部会に準用する。この場合、「消費生活会議」を「部会」に読み替える。

## (部会の庶務)

第8条 部会の庶務は、経済観光局において処理する。

## (委任)

第9条 この要綱に定めるもののほか、部会の運営に関し必要な事項は、部会長が定める。

## (附則)

この要綱は、令和2年4月1日から施行する。

# 神戸市消費生活あんしんプラン2025

## ～第4次神戸市消費者基本計画～

### 目標 安全・安心・豊かにくらす社会の実現をめざします！

本市においては、第3次神戸市消費者基本計画(平成28年度～令和2年度)に基づき様々な施策を実施してきました。

しかしながら、さらなる高齢化の進展、また、スマートフォンなどの普及によるインターネット利用の拡大に伴う情報通信社会の発展により、ますます消費者問題は多様化・複雑化しており、依然として消費者トラブルに関する相談が多く寄せられています。

このような社会情勢の変化に対応するとともに、新たな消費者問題や市民の意見を反映しながら、消費者被害の少ない安心・安全な社会を目指して、第4次神戸市消費者基本計画を策定します。

### 消費者を取り巻く現状

我が国において、65歳以上の高齢者人口は3,617万人<sup>※</sup>(2020年)となり、高齢化率は28.7%<sup>※</sup>と過去最高となっています。高齢化は今後さらなる進展が見込まれており、地域社会における単身高齢者等の孤立化などの問題も相まって、高齢者の消費者トラブルの更なる増加や深刻化が懸念されています。

若年層に関しては、民法が改正され2022年4月から成年年齢が20歳から18歳になります。これにより、18～19歳の若年層が未成年者取消権を行使することができなくなり、成年年齢引下げを契機として若年者の消費者トラブルが急増していくことが懸念されています。

社会情勢に目を向けると、近年、スマートフォンの普及などにより、オンラインサービスを介した商取引である電子商取引は急速に拡大しています。電子商取引は非対面取引であるために、商品・サービスが消費者の期待したものと異なることや、そもそも商品・サービスが提供されないといった消費者トラブルが増加するおそれがあります。

また、誰一人取り残さない持続可能な社会の実現に向けて、2015年9月に国連サミットにおいてSDGs(持続可能な開発目標: Sustainable Development Goals)が採択されました。SDGsの目標の1つである「つくる責任 つかう責任」に特に関連する取組みとして「エシカル消費(倫理的消費)」への関心が高まっており、消費者自らが意識を持ち、行動することが期待されています。

※ 出典：総務省統計局「統計からみた我が国の高齢者」(令和2年9月20日)

### 神戸市の消費生活相談の特徴

本市の消費生活相談において、60歳以上の高齢層からの相談は、訪問販売、電話勧誘販売、訪問購入に関するものが、他の年代と比較して顕著に多くなっています。その要因として、昼間に在宅していることが多く、訪問販売等を受ける機会が多くなることが考えられます。

次に、現在の未成年である19歳と成年になった20歳の相談を比較すると、相談件数は20歳の方が約2.1倍(2019年)になっており、未成年者では相談がない消費者金融に関する相談が成年では寄せられています。

相談の内容をみると、インターネット関連が最も多く、年間1,300件以上(2019年度)寄せられています。さらに内容をみると、定期購入や架空請求など多様な内容となっています。

本市の最も特徴的なものとして、水まわりの修理・工事に関する相談が挙げられます。他都市と比較しても多くの相談が寄せられており、契約金額(被害額)も年々高額になっています。

このような状況を踏まえ、神戸市においては最優先取組み課題を設定し、その課題への対応のほか、相談体制の充実、消費者教育の推進などに取り組めます。

# 1 | 最優先取組み課題

## ① 高齢者への支援

今後ますます高齢化率が上昇することが見込まれていることなどから、引き続き高齢者対策に取り組みます。

### 具体的取組み

- 高齢者がターゲットになりやすい消費者トラブルに着目した情報を、高齢者が情報を得やすい効果的な手段により発信します。
- 自ら消費者被害を予防することが困難な高齢者に対しては、地域団体や福祉関係者等と連携した高齢者の見守りを推進します。

### 検証項目

- 高齢者を対象とした講座の実施状況
- 高齢者向けの情報発信の実施状況
- 関係団体等と連携して行った啓発の実施状況

## ② 成年年齢引下げに伴う若年者への支援

成年年齢引下げ後、18、19歳への消費者被害の拡大が懸念されることから、教育委員会等と連携を図り、未成年者対策に取り組みます。

### 具体的取組み

- 教育機関と連携し、学校における消費者教育の推進を図ります。
- 教員向け研修の実施や教材の貸出し等により消費者教育に携わる教員への支援を行います。
- 関係団体等と連携し、若年者が参加するイベントなど様々な機会での情報発信を行います。

### 検証項目

- 学校現場における消費者教育の実施状況
- 消費者教育教材サイトへのアクセス数
- 関係団体等と連携して行った啓発の実施状況

## ③ インターネットトラブルへの対応

インターネット利用率の上昇やインターネット通販の利用拡大が今後も予想され、本市でも通信販売でトラブルに遭った人の割合が高くなっていることから、引き続きインターネットトラブル対策に取り組みます。

### 具体的取組み

- インターネットの持つ利便性と危険性を周知するため、地域や学校、事業者と連携した啓発を実施します。
- フリマアプリの普及などに伴い増加している個人間取引に関するトラブルへの注意喚起を行います。

### 検証項目

- インターネットトラブルに関する講座の実施状況
- リアルタイムな被害情報の発信状況
- 消費生活マスターによる小中学校スマホ講座の実施状況
- インターネットトラブルに関する相談件数の推移

## ④ 水まわりトラブルへの対応

水まわりトラブルに関しては、他都市に比べ相談件数が多く、契約金額(被害額)も高額化しています。関係部局と連携を図りながら、トラブルの未然防止に関する啓発と相談窓口の周知に取り組みます。

### 具体的取組み

- 水道局・建設局と連携し、水道修繕受付センターの周知やトラブル防止の啓発に取り組みます。
- 本市だけでは対応が困難な悪質な事案に対しては、兵庫県、兵庫県警察、ひょうご消費者ネット等と適切な連携を図ります。

### 検証項目

- 水まわりトラブルに関する講座の実施状況
- リアルタイムな被害情報の発信状況
- 水道修繕受付センターの受電数の推移
- 水まわりトラブルに関する相談件数の推移

## 5 持続可能な社会の推進

消費者がSDGsの達成に貢献しうる行動として、人や社会・環境に配慮した消費行動である「エシカル消費(倫理的消費)」が注目されています。関係部局と連携を図り、普及啓発に取り組みます。

### 具体的取組み

- イベントでの普及啓発や講座の実施、ホームページやSNSでの発信を通じ、自立した消費者の社会、エシカル消費の理解促進を図ります。
- 関係部局と連携し、エシカル消費推進に向けた取組みを実施します。

### 検証項目

- エシカル消費の認知度向上に向けた啓発の実施状況
- 関係部局と連携したエシカル消費に関する啓発の実施状況

## 2 消費者被害防止のための環境

### 1 相談体制の充実

#### 具体的取組み

- 消費生活センターや消費者ホットラインを周知するとともに、高齢者・障がい者・若年者等を含めたより多くの消費者が利用しやすい相談体制を目指します。
- 複雑化、多様化する消費者問題に対応できるよう、消費生活相談員へ対応力の維持向上に資する研修に関する情報を提供します。

#### 検証項目

- 消費生活センター、消費者ホットラインの認知度向上に向けた啓発の実施状況
- 消費生活相談に必要な知識・情報等習得のための外部研修への参加状況

### 2 情報発信及び関係機関との連携

#### 具体的取組み

- 消費生活センターに寄せられた相談情報や地域で発生した消費者トラブル等の最新情報を発信し、消費者の意識向上を図ります。
- 兵庫県、兵庫県警察、地域、医療福祉関係者、事業者、消費者団体等との連携を図り、消費者被害情報の把握や効果的な啓発を行います。
- 災害発生時や感染症の感染拡大による緊急事態時に、冷静な消費者行動をとることや便乗した悪質商法等の被害に遭わないよう情報を発信します。

#### 検証項目

- 消費者被害防止に関する情報発信の状況
- 事業者等と連携して行った啓発の実施状況

### 3 消費者取引・表示・計量等の適正化

#### 具体的取組み

- 不当な取引行為、不適正な表示等があった場合には、関係機関と連携し、神戸市民のくらしをまもる条例、食品表示法、計量法等に基づき必要な調査や指導等を行います。
- 食品表示や計量に関して、消費者が必要な知識を身につけられるように取組みを進めます。

#### 検証項目

- 法律・条例等に抵触する恐れがあるとして指導を行った事業者について、指導後の継続監察の状況
- 食品表示・計量に関する消費者向け啓発の実施状況

## 3 | 消費者教育の推進

### ライフステージ別の消費者教育の推進

#### 具体的取組み

#### 就学前児童への啓発

- 乳幼児の事故防止に向けて、保護者等への啓発を実施します。
- 体験や遊びを通じて実践できるような消費者教育教材を紹介します。

#### 小・中・高等学校への啓発

- 職員や消費生活マスター、消費生活相談員による学校園での出前講座や、事業者等と連携したこども生活講座を実施します。

#### 大学生への啓発

- 産・学・消費者・行政の連携による体系的な消費者教育としての授業を大学と連携して実施します。
- 大学生協と連携し、大学キャンパスにおける啓発を実施します。

#### 成人への啓発

- 消費生活マスター等を活用し、消費生活講座の開催や啓発資料の作成により情報を発信します。

#### 「考える消費者」の育成

- 消費者が権利と責任を持って社会の一員として行動できるよう啓発に取り組みます。
- 消費者のための制度(クーリング・オフ等)の周知に努めます。
- 商品等の安全性や暮らしの中の危険について情報を発信します。
- 神戸消費者教育センターから消費生活に関するさまざまな学習資料を提供し、学習活動を支援します。

#### 知らず知らずに消費者教育

- 街頭啓発やパネル展示、電車広告等消費者が無意識に消費者啓発に関する情報を目にするような取組みを実施します。

#### 消費者教育教材の発信

- 消費生活センターホームページ内の消費者教育教材に関する情報を充実させ、全世代に発信します。

#### 検証項目

- 就学前児童に向けた啓発の実施状況
- 小・中・高等学校における啓発の実施状況
- 関係団体と連携した大学生向けの啓発の実施状況
- 一般向け消費生活講座の実施状況
- 街頭啓発、関係施設等を活用した啓発の実施状況
- 消費者教育教材サイトのアクセス数(再掲)

#### 計画の位置づけ

神戸市民のくらしをまもる条例第9条第1項に基づく基本計画と消費者教育の推進に関する法律第10条第2項に基づく消費者教育推進計画を合わせた、市民の消費生活の安定及び向上を確保するための施策を総合的及び計画的に推進するための基本的な計画。

#### 計画期間

令和3(2021)年度～令和7(2025)年度までの5年間

#### 進捗管理

この計画で定めた具体的取組みについては、PDCAサイクルに基づいて検証し、神戸市消費生活会議に報告します。本計画は、それぞれの取組みの成果や消費者のニーズ及び取り巻く社会環境の変化等に適切に対応できるよう、必要に応じて見直しを行います。

記者資料提供（令和 3 年 5 月 27 日）  
経済観光局消費生活センター  
担当：森本・吉野（電話：078-371-1137）

## 令和 2 年度消費生活相談の概要

### 消費生活相談情報（令和 3 年 5 月）

#### 1. 相談の概要

##### (1) 相談件数

令和 2 年度に神戸市消費生活センターに寄せられた消費生活相談全件数は 12,605 件で、前年度の 11,745 件に比べて 7.3%増加（860 件増）。そのうち、「苦情相談」が 12,012 件、問合せ等が 593 件寄せられました。

##### (2) 契約当事者年代別

契約者の年代では、70 歳以上が最も多く（2,538 件）、次いで 50 歳代（1,822 件）、60 歳代（1,531 件）の順となっています。

前年度と比べて 30 歳代が、増加件数・増加率が最も大きく 16.9%増加（1,101 件、対前年度+159 件）、なっています。

##### (3) 商品・役務（サービス）別相談状況

###### □商品・役務等の相談上位 5 品目

###### 1 位:インターネット関連サービス(前年度比 70 件 5.3%増)

主なものうち、「出会い系サイト」(89 件⇒147 件)、「他のデジタルコンテンツ」(外国為替証拠金取引・バイナリーオプションなど含む情報商材・副業サイトなど) (306 件⇒416 件)、オンラインゲーム (67 件⇒77 件)、映画配信サービス (26 件⇒51 件) は増加しました。

「デジタルコンテンツ」に含まれる有料サイト・通販サイト等から請求される登録料金・利用料金に対する身に覚えのない架空請求は、前々年から減少が続いています。

###### 2 位:健康食品(対前年比 36 件 5.9%増)

###### 3 位:化粧品(対前年比 18 件 3.9%増)

主な相談内容は、インターネット注文したダイエット・酵素・豊胸などのサプリメント、化粧用クリーム、脱毛クリームなどの定期購入に関する金額・回数・解約に関するトラブルとなっています。若年層は減少していますが、成年層・高齢層は増加しています。

###### 4 位:修理サービス(対前年比 70 件 17.9%増)

水まわりの修理を含む「修理サービス」の件数は高齢層で最も多く、全ての年齢層で前年度を上回る相談件数となっています。

###### 5 位:携帯電話(7 件 1.6%増)

成年層、高齢層からの相談は対前年度比で増加、若年層は減少しています。

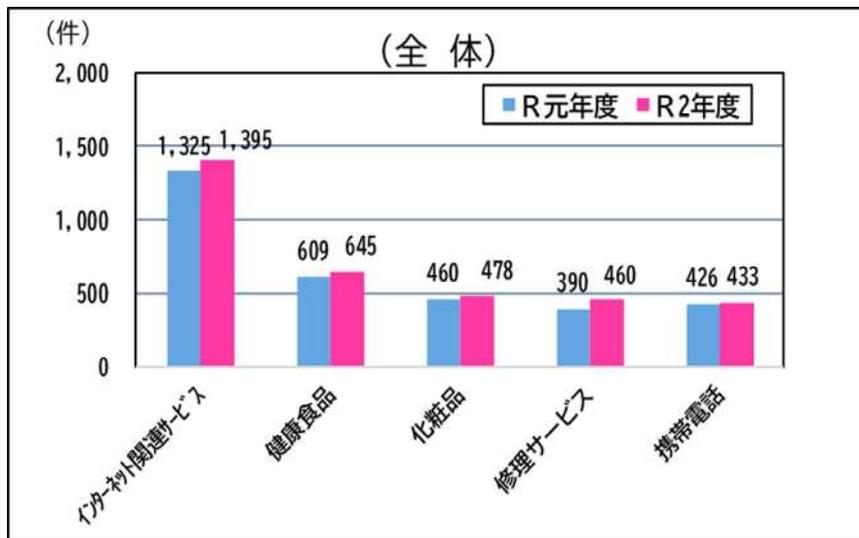
###### □前年度に比べて増加率が高い上位 3 品目

1 位：保健衛生品その他（306 件）・・・前年度 62 件に対して 244 件(394%) 増加

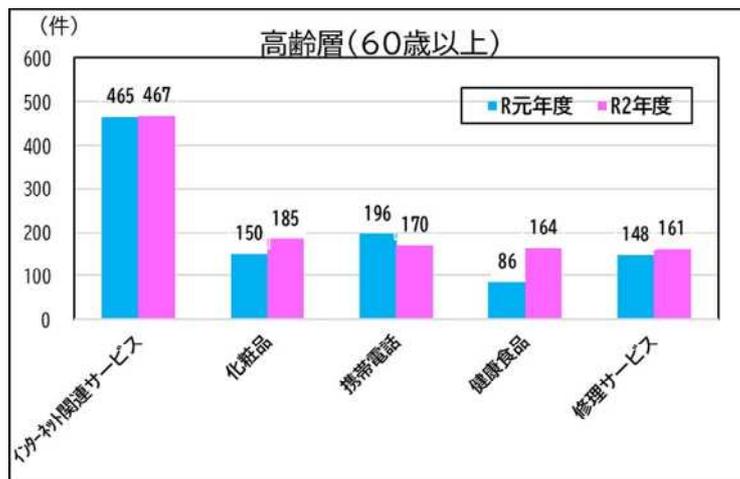
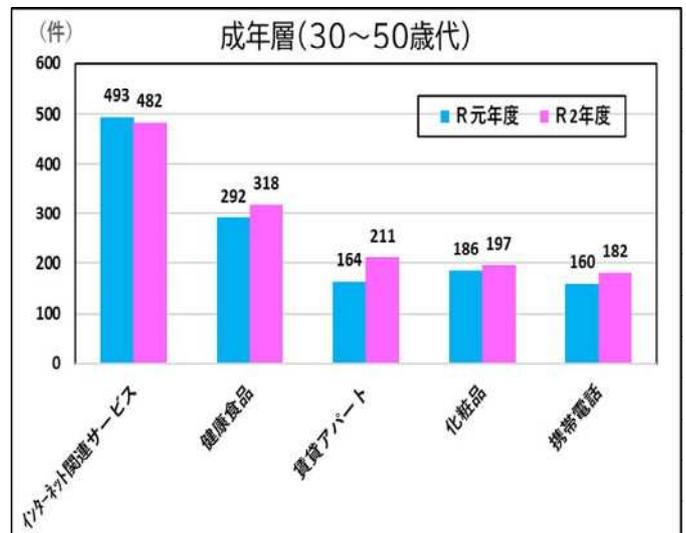
2 位：紳士・婦人洋服（263 件）・・・前年度 155 件に対して 108 件（70%）増加

3 位：教室・講座（250 件）・・・前年度 169 件に対して 81 件（48%）増加

「保健衛生品その他」、「教室・講座」とも新型コロナウイルス関連の相談で急増しました。



年齢層別相談上位5品目



□定期購入に関する相談について

「お試しで1回だけのつもりが…」 「初回200円、2回目以降高額」 「解約したいが電話がつかない」 など、定期購入に関する相談は増加が続いている状況です。

年齢層別でみると成年層からの相談が最も多く、若年層は減少していますが成年層、高齢層とも前年度を上回っています。

年度別年齢層別相談件数

(単位:件)

	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	前年度比	
若年層	37	66	42	141	99	-42	70.2%
成年層	142	208	200	316	353	37	111.7%
高齢層	47	70	127	179	198	19	110.6%
無回答	21	30	42	52	59	7	113.5%
計	247	374	411	688	709	21	103.1%

定期購入に関する品目別でみると令和2年度は、健康食品・化粧品に加えてタバコ用品（電子タバコ）に関する相談が増加しました。

主な相談内容は、インターネット注文したダイエット・豊胸などのサプリメント、化粧用クリーム、脱毛クリームなどの定期購入に関する金額・回数・解約に関するトラブルです。

健康食品・化粧品の相談のうち半数以上は、定期購入に関連したトラブル相談になっています。

定期購入に関する主な品目

(単位:件)

	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	前年度比	
健康食品	172	227	227	353	346	-7	98.0%
化粧品	30	107	152	291	262	-29	90.0%
タバコ用品	0	2	0	5	40	35	800.0%

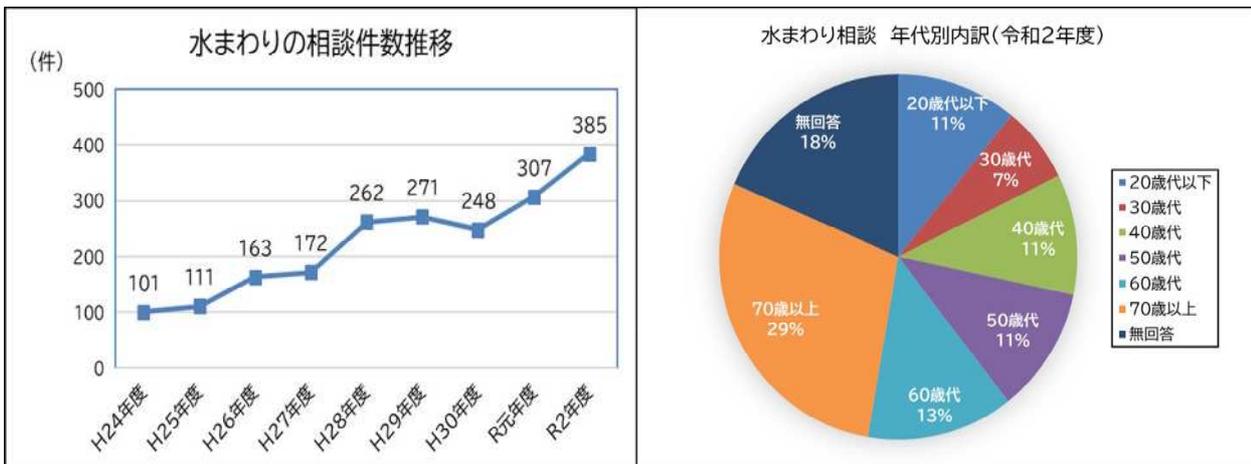
□水まわりの相談について

水まわりのトラブルについての件数は、年々増加傾向が続いています。

令和2年度は385件、対前年度比78件25%増加しています。特に70歳以上の高齢層からの相談は多く115件寄せられました。

水漏れトイレつまりなど、水まわりの急なトラブルは、夜間などは特に慌ててしまい、修理業者を探す方法として、インターネット検索した結果、上位に表示される事業者、マグネット広告の業者等に修理依頼をするケースが多く見られます。

修理箇所を見てもらうと次々と追加の作業が必要と言われて、断り切れず依頼してしまい、結果当初の見積金額を大幅に上回る高額修理費用を請求されて、相談が寄せられるケースが多く見かけられます。



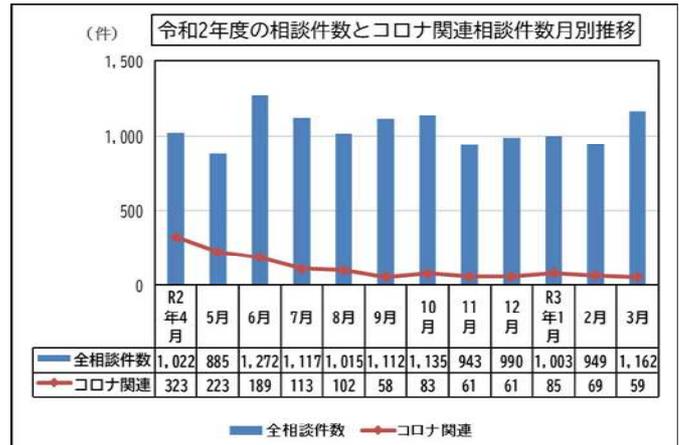
#### (4) 販売購入形態別相談状況

- ・店舗販売 5,678 件（前年度 5,573 件）、無店舗販売 6,334 件（前年度 5,599 件）  
※無店舗販売…訪問販売・通信販売・電話勧誘販売・マルチ取引・訪問購入・ネガティブオプション・その他無店舗販売が含まれる。
- ・無店舗販売のうち、インターネット通販を含む通信販売は 4,749 件（対前年比 775 件 19.5% 増加）で最も件数が多く、続いて訪問販売 914 件（前年度比-86 件 9%減少）で、修理サービスについての相談が多くを占めています。電話勧誘販売は 410 件で前年度同件数でした。

#### (5) 新型コロナウイルス関連の相談状況

令和2年1月頃から当センターに相談が寄せられるようになりました。

令和2年度の相談件数は、1,426 件、月別相談では4月の323件をピークに減少しました。年代別では70歳以上（243件）の相談が最も多く、50代（219件）、40代（200件）の順となっています。



#### □商品・役務等別詳細の件数と相談内容

- 1位：「保健衛生品その他」（マスク・ウイルス除菌剤・体温計）（276件）  
「ネットで注文したマスクなどが届かない」「注文した覚えのないマスクが届いた」といった内容。
- 2位：「他の行政サービス」（77件）  
特別定額給付金の申請窓口や手続き、持続化給付金、GoTo キャンペーン関連など。
- 3位：「スポーツ・健康教室」（73件）  
新型コロナウイルスの影響によるスポーツジムや教室の休業・中止に伴う、契約の解約や会費・受講料の返金など。
- 4位：「商品一般」（63件）  
「スーパーのレジでビニールなどの仕切りが十分でない」「通販サイトに連絡したいがコロナ禍で電話窓口休止のため問合せができない」などスーパーやその他店舗に関する内容。
- 5位：「結婚式」（49件）  
結婚式の規模縮小・延期・中止に関する違約金やキャンセル料など。

## 2. 相談内容

### インターネット関連サービス

#### 【相談内容】

- ① 息子がパソコンで無料アダルトサイトを見て、画像をクリックしただけで会員登録と表示された。解約するために電話をしたほうが良いか。（10代・男性）
- ② スマホを操作中、突然アダルトサイトに登録になり27万円を請求された。確認画面もなく突然の請求であわてて退会のボタンをクリックしたが、2日後にサポートセンターから自身の名前あてにメールが届いた。（60代・女性）

## 【アドバイス】

アダルト情報サイトに関する相談は、まだまだ減少することがなく、令和元年度は減少しましたが、令和2年度は微増しています。

スマートフォンやパソコンで会員登録画面が表示されただけでは、契約は成立していない可能性があります。

有料サイトに登録したと利用者に思わせて不当な請求をする、ワンクリック請求の手口と思われます。表示された番号等には連絡しないようにしましょう。

なお、サイトへ接続しただけでは、個人を特定する情報が相手に知られることはありません。慌てて相手に連絡してしまうと、新たに個人情報を知られかねません。請求には応じず関わらないようにしましょう。

このようなことは、アダルトサイトのトラブルに多く見られ、ゲーム、占いなどの他のサイトからアダルトサイトに誘導されるケースもあるため、インターネットの閲覧中は安易なクリック(タップ)をしないよう注意しましょう。

### ワンクリック請求とは

ワンクリック請求は、登録完了画面等を表示することで契約が成立したと思わせて、サイト利用料等の名目でお金を払わせる手口のことです。

### 請求画面が消えない場合は

まずは、スマートフォンやパソコンの画面を閉じ、閲覧履歴を削除することを試みましょう。パソコンに請求画面が繰り返し表示される場合は、「システムの復元」を試みましょう。復元できない場合は、パソコンの初期化を検討する必要があります。初期化については、使用しているパソコンメーカーのマニュアルを参照するか、メーカーのサポート窓口や IPA:独立行政法人情報処理推進機構 (<https://www.ipa.go.jp/security/anshin/1click.html>)に問い合わせましょう。

## 健康食品関連

### 【相談内容】

「ダイエットサプリメント 99 円」の SNS 広告を見て、注文画面から申込みをした。注文した商品が届いた数日後、同じ商品が4袋も届き、28,312 円の請求金額におどろいた。注文画面には定期購入になることや定価は表示されていなかった。不審に思い、販売業者に電話で問い合わせをすると「定期コースに申し込んでいる。」と返答があった。納得できない。(50代・女性)

### 【アドバイス】

インターネット広告を見て購入した場合も、通信販売としての法律規制が及びますが、クーリング・オフ制度の適用はありません。

申込みを決定する前には、購入や契約をするための条件に同意を求めています。その同意内容は小さい文字で長文である場合が多く、十分に確認しないで、同意をクリックしてしまうことは少なくありません。

今回のように申込み画面に定期コースであることや定価が表示されていない場合は、特に同意する条件等の内容を十分に確認したうえで申込みをしてください。少しでも不審な点がある場合は、広告画面を安易に信用せず、納得してから申込みをしましょう。

### 申込みをする前に確認が必要なこと

- 1 回だけの申込みが可能か
- 2 回目以降の価格や送料がいくらかかるか
- 定期購入の場合は、回数制限があるのか

- 解約や返品できるか、解約や返品方法が明記されているか
- 販売業者への連絡先・方法 など

## 水まわり関連

### 【相談内容】

夜中にトイレがつまり、自分でラバーカップ作業をしたが流れないので、マグネット広告業者 A と B の 2 社に連絡すると、どちらも修理代 8000 円程度と回答があり、早く来てもらえる A 社に依頼した。機械で圧をかけ、薬剤を投入したが解消せず、便器を取り外してスクリー作業をしてもらい 30 万円を支払った。しかし後日またつまり出したので、業者に写真を送ったが最初は修理した箇所と認めなかったが、最終的には認めてまた来てもらうことにしているが、再度費用請求されないか不安である。(50 代・女性)

### 【アドバイス】

トイレのつまりを解消するために、A の業者に電話で依頼をしたところ、次々と作業が行われた結果、想定していた金額よりもはるかに高額な金額を支払ったという点からクーリング・オフの対象となると考えられます。

しかし、実情としてはクーリング・オフを主張しても業者は応じないケースが多くあり、場合によっては請求金額の減額交渉をすることも考えられます。いずれの場合も返金してもらうことは容易ではありません。

トイレのつまりなどの水まわりのトラブルが起きたとき、まずは神戸市の水道修繕受付センターまたは指定工事店に相談されることをお勧めします。

## 契約トラブルを避けるために

- 修理に関する工事内容や価格について説明をよく聞いて、納得ができる業者に依頼しましょう。できれば複数業者に見積書を依頼するなど、工事内容・工事価格(材料費・技術料・出張費・諸経費、消費税など)を詳細に確認しておくことで容易に比較ができます。  
(注)見積もりの依頼には、費用がかかる場合がありますので、確認してください。
- 今回の修理以外の工事を希望しない場合、不要であることをはっきり伝えましょう。

## 水まわりのトラブルに備えて

- 急な水漏れに備えて、止水栓の場所や止水方法を確認しておきましょう。
- トイレのつまりの原因となるトイレトーパー以外の水に溶けにくいものは流さないように注意しましょう。
- あらかじめ修理の依頼先を確認しておくことが大切です。
  - 分譲マンションの場合は、まずマンションの管理組合に連絡してください。
  - 賃貸住宅の場合は、管理会社・家主へ連絡してください。連絡先を日常的に見やすいところに掲示しておくなど工夫しましょう。

神戸市では水まわりのトラブル相談窓口として「水道修繕受付センター」を開設しています。

水道修繕受付センター TEL 0120-976-194 (通話料無料)

- 24 時間 365 日受付。夜間でも受付しています。
- ホームページでは、修繕工事例、標準修繕料金、修繕工事実績などが掲載されています。

不審な点や不安に思うことがありましたら、悪質商法や契約トラブルなどに関する窓口である神戸市消費生活センターにご相談ください。解決に向けた助言や、クーリング・オフの手続きの説明、専門機関の紹介等をいたします。

◇**神戸市消費生活センター**◇

**場所**：神戸市中央区橘通3-4-1 神戸市立総合福祉センター5階

**相談時間**：月曜日から金曜日9時から17時（来訪相談は16時30分まで）

**相談専用電話：188（消費者ホットライン）**

※土日祝日（年末年始を除く）は、10時から16時  
独立行政法人国民生活センター（東京）につながります。