

第38回 福岡市消費生活審議会 会議録（要旨）

- 1 開催日時 令和7年11月10日（月）午後3時～午後4時20分
- 2 場所 あいれふ7階 第2研修室
- 3 出席委員 13名（欠席 2名）
- 4 傍聴人 なし
- 5 議題等 (1) 会長の選出について
(2) 報告
 - ① 報告第1号 福岡市消費者教育推進計画について
 - ② 報告第2号 消費生活センターの事務事業について

○審議会の概要

<審議会の成立>

委員15名中13名の出席により、定足数を充たしたため、会議は成立した。

<会議の公開>

本日の会議については、公開とすることと決定された。

<議題等>

(1) 会長の選出について

委員の互選により徳本委員が会長に選任された。会長が、会長職務代理者として奥谷委員を、苦情処理部会委員として徳本委員、是枝委員、伊豆委員、林委員、神山委員を指名した。

(2) 報告

- ① 報告第1号 福岡市消費者教育推進計画について
- ② 報告第2号 消費生活センターの事務事業について
事務局から説明を行った後、質疑を受けた。

○会議の概要

会長 : 報告①②に関して、質問があればお願いします。

委員 : かなり数多くの取り組みがなされていて、すごいなという感想を持ちつつも、一応ソリューションなどをやってきた立場の観点から言わせていただくと、取り組んだことによってどういう効果が生まれ、それをどう測定しているのかというところが見えづらいと思った。取り組みの結果、あるべき消費者の姿、すなわちペルソナに近づいているんだということが数字でわかるようになっていないと、本当に効果が出ているのかが客観的にわかりづらいのではないかと。

事務局 : 数字で見えるようにできればいいが、なかなか難しいところがある。年に1回、市

政アンケート調査により、計画の成果指標等の目標値、例えば、「日頃からトラブル回避を行っててる市民の割合」や「消費生活センターの認知度」について、市民がどういう意識なのかを確認するようにしている。ただ、その数字は、無作為で抽出したものであり、年度によって上下にぶれることもあるなど、啓発をし続けられれば必ず右肩上がりになるという訳でもないのが難しい。

委員 : アンケート結果が事業概要に掲載されていることは認識している。ただ、やり方はもう少し工夫する余地があるように思う。例えば、消費生活センターに相談された方が、センターの対応に対してどれくらい満足したのかということや、センターからの情報提供が実際に役に立っているのかということアンケートで調べるなど、トライアンドエラーでやってもいいのではないかと。プッシュした結果、どういうことが起きているのかを拾っていかねば、雲を掴むような話になりがちになると思う。事務局の回答はいいと思っているが、意見として述べさせていただいた。

会長 : 委員の意見は、センターに相談した市民の満足度調査などを行ってはどうかという観点からか。

委員 : 無作為にやるとなかなか定点観測ができない。センターに相談するということは、あらかじめセンターを認知していて、かつ困って相談しているので、市民の期待した結果になったのかどうかを確認し、その効果が明らかになれば、ぜひ皆さんもセンターを使ってくださいと周知できるようになる。普通、BtoCとかBtoBというのは事例で発信するが、そういう意味合いも含めて、消費生活センターの活動にどのような効果があるのかというのは、やはり実際の事例があつてのことだと思う。センターが何をやってくれるのだろうかという期待値が、普段、情報に触れてない方々はなかなか持てないと思うので、センターの認知度を上げていくためにも、踏み込んだアンケートが必要だと思う。センターの認知度に加えて、センターの機能が自分の生活に本当に役立っているのかということまで、ちょっと踏み込んだ設問の設定をすれば、センターの取り組みが役に立っているのかどうかが見えてくるのではないかと。せっかくいい取り組みをされているので、もったいないと思い質問させていただいた。

事務局 : 委員も、事業概要の38ページに記載しているアンケートの結果を見た上でのご提案だと思うが、これまではこの設問で毎年経過を見てきたところである。今後、検討の余地もあるかと思うので、貴重なご意見として参考にさせていただきたい。

会長 : 他に発言があれば、お願いしたい。

委員 : 私たちは、センターが出している色々なチラシ等を含め、どちらかといえば包括支援センターを通じて、民生委員は月1回、校区ごとに定例会を開いており、そこで情報をもらって、チラシであれば1人10枚、20枚とコピーして、高齢者宅を訪問する際に活用させてもらっており、今後もよりきめ細やかをお願いしたい。啓発カレンダーも大変喜ばれており、「今年もありますか」と高齢者から聞かれているようなケースもあり、今後もよろしくお願いしたい。また、相談件数については、コロナ禍で少し落ち込んでいたものが、ここ数年は増えている。平成15年、16年頃のものすごい相談件数と比べるとまだまだだが、その背景としてどのようなことが考えられるのか。

- 事務局：平成15年、16年頃に相談件数が多かったのは、紙による架空請求が非常に多く、裁判所を騙ったり、消費生活センターの名前を模したような名前で、あたかも債務があるかのように連絡し、お金を騙し取るという手口だった。最近では、コロナ禍で一時的に相談件数が減少したが、デジタル化の推進により、若い人から高齢者まで、インターネットを介した商取引や情報収集の機会が増え、その一方でSMSなどを使った架空請求やフィッシングなどで騙される事案も増えてきたため、相談件数が増えている。啓発を行っても、新たな手口がどんどん出てきているが、今後とも、しっかり対応していきたい。
- 委員：大変素晴らしい取り組みを各方面、各年度、そしてライフステージごとに細やかにされていることがよくわかった。特に若者向けの動画の啓発は、本当に素晴らしいと思う。高齢者に対してもそうだが、動画は直接的で感覚的にわかるし、短時間で学ぶことができる点が素晴らしいと思う。一点質問だが、事業概要の11ページの危害に関する相談件数ランキングで、6年度は1位が基礎化粧品の皮膚障害で、2位が他の健康食品の消化器障害が主な内容となっているが、それらの商品が国内製造のものなのか、海外製造のものなのかなどの分析をしているのであれば、教えて欲しい。
- 事務局：危害に関する相談のうち、基礎化粧品、健康食品に関するものについては、先ほど説明したとおり、定期購入に関する消費者トラブルがきっかけになっていることが多く、定期購入と知らずに、初回限り500円とか1,000円とか安い価格で買ったところ、2回目を送られてきて、それが1万円だとか2万円だとかするという時に、その化粧品が肌に合わなかった、サプリなどの健康食品を服用したらお腹を壊したということを理由に解約したいと事業者伝えても、事業者は定期購入であることを理由に解約に応じてくれないのでどうしたらいいかという相談の内容が反映されたものである。なお、国内製造や海外製造という分析は行っていない。
- 委員：そうすると、ランキング4位の頭髮用化粧品の皮膚障害も同様と理解した。
- 会長：他に発言があれば、お願いしたい。
- 委員：福岡市は、40代、50代からの相談が非常に多く、特に、不動産貸借に関する相談が多いという印象である。他の相談に関わる事業者は全国に散らばったり、海外に拠点があったりするが、不動産貸借の場合は、おそらく福岡市内の事業者が多いのではないと思う。この相談を減らすためには、例えば40代、50代に向けて、不動産貸借の原状回復費用に関するトラブルに関しての啓発だとか、不動産業者に対してトラブルを減らすために啓発や話し合いをするなど、何らかの取り組みを行っているのであれば教えて欲しい。
- 事務局：事業者との話し合いは行っておらず、今後についても、検討しているものはない。ただし、不動産貸借については、やはり若者からの相談が多いので、大学などに出前講座に行く際には、不動産貸借についての注意点について一応啓発として講座の内容に入れている。また、SNSを活用した啓発の中でも、不動産貸借についての注意喚起は取り入れるようにしている。
- 委員：ただ、やっぱり実際の相談件数を見ると、若者よりも40代、50代からの相談が多いのではないと思う。なので、アプローチするのであれば、この年代なのかなと

思う。若い人たちは借主が親だったりするので、自分事として捉えていないと思うので、そういった年代にも今後、アプローチを検討して欲しいので、よろしく願いしたい。

事務局：少し補足だが、40代、50代にピンポイントで啓発するのはなかなか難しい部分もあるが、委員の意見のとおりトラブルは多いことから、今年度も、全戸に配布している市政だより9月15日号の折り込みタブロイド版の啓発記事の中に、トラブルが多い四つの事例の一つとして、不動産貸借に関するトラブル事例を掲載している。

会長：他に意見はないか。

委員：資料1の取組項目の「重点目標1：児童・生徒及び若年者に対する消費者教育の推進」について、6年度の消費者教育講座の実績は年間26回の実施となっているが、事業概要の14ページを見ると、それ以上の実施回数が見えるように見えるがどうなのか。

事務局：事業概要の14ページの学校等対象講座の実施回数は28回だが、この中に、「防げる事故から子どもを守ろう！」という消費者トラブル防止以外の講座が2回含まれているため、これを除くと26回となる。

委員：2030年に学習指導要領の改訂が迫っている。新たな学習指導要領の中で、技術家庭科から家庭科が分離したり、金融経済教育について、お金の管理とその取り扱いについて重点化したりしていこうという動きがある。そのような中で、特に伝えたいのは、教育現場では教育DXという言葉があるように、デジタルコンテンツでシミュレーションをインターネット上で行えるようなシステムであるとか、あるいは、消費者教育について、既にある資料をいかに教育現場の先生が使いやすくするかということにぜひ尽力をして欲しいということである。また、地域との連携については、これまでは小学校を中心に行ってきたが、今後は、中学校が重点化してくるのではないかと動きも見られている。そういった意味でも、中学校をターゲットに、中学校が中学生の親、40代、50代か、もう少し手前だと思うが、に向けて何か発信できるようなコンテンツや提案があれば、先ほどの不動産貸借のトラブルだけではなくて、親に向けて何か伝えられるような仕組みを作ることができ、問題解決にも繋がるのではないかと思う。

会長：他に意見はないか。

委員：先ほど不動産貸借のトラブルに関する意見があったが、やはり業界や事業者の指導を行った方がいいのではないかと思う。全国的にかなり悪質化しているというか、そのような風潮が当たり前になりつつあるというか、例えば、退去の際に必要以上の請求があるというのは、全国的な傾向ではないかと思う。日本の消費者は、請求されたものに対して、払えませんかとはなかなかその場では言えないことから、後から消費生活センターに相談することになるのだと思うが、その辺のリテラシーを事前に高めておくことが大事であり、教育現場に注意喚起をすることも必要だと思う。ぜひ、そういう検討をお願いしたい。

事務局：事業者指導に関しては、日々相談を受ける中で、単独の相談だけでは、なかなか指導には至らないが、特定の事業者に関する相談が増えてきて、その内容が条例で定める不当な取引行為に該当する場合は、手順を踏んで、指導を行うことになる。た

だし、強制力のない行政指導になるので、法的に行政処分を行う権限を持っている県とも連携しながら対応しているところである。不動産賃借に関するトラブルについても、条例に照らして必要だと判断した場合は、事業者指導を行うことになる。

会長 : 第11期の審議会として最初の会議であったが、活発な意見をいただき、厚くお礼を申し上げます。

事務局 : いただいた意見は、今後の参考にさせていただきたい。以上で審議会を終了する。