

# 第25回 神戸市消費生活会議 会議次第

日時：令和4年7月21日（木）10：30～

場所：神戸市役所4号館1階 本部員会議室

## 1. 開会

## 2. 議事

- (1) 会長及び副会長の選任
- (2) 神戸市消費生活あんしんプラン2025に基づく取組み
- (3) 神戸市消費者苦情処理審議会の開催状況

## 3. 閉会

### <配布資料>

資料1 神戸市消費生活会議委員名簿

資料2 神戸市消費生活あんしんプラン2025に基づく取組みについて

資料3 神戸市消費者苦情処理審議会の開催状況について

参考資料1 神戸市消費生活あんしんプラン2025

参考資料2 令和3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4年6月改選】

区分内 五十音順 [但し市議員は会派順]

(●：神戸市消費者苦情処理審議会委員を兼任)

有識者代表 (五十音順)			12名
	池田千鶴	神戸大学大学院法学研究科教授	●
(新)	後藤こず恵	流通科学大学商学部准教授	●
(新)	田尾みづほ	教育委員会事務局教科指導担当部長	
(新)	西上治	神戸大学大学院法学研究科准教授	●
(新)	西村智	関西学院大学経済学部教授	
	福元隆久	弁護士	●
(新)	安井俊彦	神戸市議員 (自由民主党)	
(新)	徳山敏子	神戸市議員 (公明党)	
(新)	さとうまちこ	神戸市議員 (日本維新の会)	
(新)	今井まさこ	神戸市議員 (日本共産党)	
(新)	たなびき剛	神戸市議員 (立憲民主党)	
(新)	香川真二	神戸市議員 (つなぐ)	
消費者代表 (五十音順)			7名
	植田京子	一般社団法人兵庫県社会福祉士会	
	金子裕一	神戸市消費生活マスター	
(新)	鈴木尉久	認定特定非営利活動法人ひょうご消費者ネット理事長	
	床谷三鈴	神戸市消費生活マスター	●
	中野朋子	生活協同組合コープこうべ理事	●
(新)	廣澤茂之	連合神戸地域協議会	
	山本孝子	一般社団法人神戸市婦人団体協議会 (旧神戸市消費者協会) 代表理事	
事業者代表 (五十音順)			2名
(新)	山内聖子	公益社団法人消費者関連専門家会議会員	●
(新)	辻美智子	一般社団法人日本ヒーブ協議会関西支部長	●

計 21名

# 神戸市消費生活あんしんプラン 2025 に基づく取組みについて

## 1 最優先取組み課題

### ①高齢者への支援

#### ▶検証項目 高齢者を対象とした講座の実施状況

- 消費生活講座(2回実施、合計参加者数 287 名)  
テーマ:「落語で賢い消費者に～トラブルにあわないコツ教えます」  
「高齢期の住まいとリスク～自宅に住み続けるために」
- 出前講座(54回実施、合計参加者数 1,597 名)  
最近の消費者トラブル、悪質商法やネットトラブルの事例紹介
- 見守りサポーター養成講座  
(2回開催、合計受講者数 86 名、KOBE シニアクラブと共催)
- 特殊詐欺・消費者問題講演会(1回、合計受講者数 71 名、中央区役所と連携で実施)



#### ▶検証項目 高齢者向けの情報発信の実施状況

- KOBE 暮らしのレポートをあんしんすこやかセンター76 か所  
へ配布(毎月 800 部/合計 12 回発行)
- コープこうベタ食宅配チラシ(隔月 3,900 部/合計 6 回発行)
- 神戸市婦人団体協議会機関紙への記事掲載(毎月約 38,000 部/合計 12 回発行)
- KOBE シニアクラブ会員向け会報誌への啓発記事掲載(約 35,000 部)



#### ▶検証項目 関係団体等と連携して行った啓発の実施状況

- あんしんすこやかセンター職員が見聞きした消費者トラブルの事例の報告を受け、KOBE 暮らしのレポートを作成し、あんしんすこやかセンターに配布。
- 市社会福祉協議会へ KOBE 暮らしのレポートなどの啓発資料を配布。
- 民間事業者との連携事業である高齢者向けスマホ講座での啓発。(10 回開催、合計 200 人参加)
- 神戸市民生委員児童委員協議会を通じて、神戸市内の全民生委員を対象に水まわりのトラブル啓発リーフレット及び啓発シールを配布。
- 兵庫県消費生活課、兵庫県金融広報委員会と共催で、上記落語での消費生活講座を実施。
- 兵庫県、兵庫県警、民間事業者と共同で街頭啓発キャンペーンを実施。(詳細 P 8)

### 令和 4 年度の主な実施事項

KOBE 暮らしのレポートなどの啓発物の発行や講座の実施に加え、高齢者のスマホ利用の拡大に合わせた啓発も進める。また、より多くの高齢者に情報を届けることができるよう、関係団体や民間事業者と更なる連携を図りながら啓発を実施する。

## ②成年年齢引下げに伴う若年者への支援

### ▶検証項目 学校現場における消費者教育の実施状況

#### ●啓発リーフレットを配布（合計約 19,000 部）

- ・市立の高等学校 8 校（約 6,000 部）
- ・高等専門学校 1 校（約 1,200 部）
- ・特別支援学校 5 校（約 640 部）
- ・市立中学校 3 年生 84 校（約 11,300 部）



#### ●高等学校等への出前講座(20 回実施、439 名受講)

### ▶検証項目 消費者教育教材サイトへのアクセス数

年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
件数	311 ※1	890	2,642 ※2

※1：令和元年11月1日～公開 ※2：令和3年9月11日～ページ追加公開

### ▶検証項目 関係団体等と連携して行った啓発の実施状況

#### ●神戸芸術工科大学と共同で、若者向け消費者トラブル

啓発アニメ「その罫、気づいていますか」を制作し、YouTube に掲載。(R4.1～3 月：21,577 回再生)



#### ●市内全大学(20 大学)と連携し、大学ポータルサイト上でのメッセージ掲載や、大学構内へのポスター掲示等の啓発を実施。

#### ●神戸学院大学、神戸芸術工科大学等の 4 大学で講義。

#### ●甲南大学での体育会所属新入生向け説明会において、若者に多い消費者トラブルの啓発。

#### ●各区の青少年育成協議会支部長会での啓発や、青少年会館へ啓発物を配布。

#### ●成人お祝いの会での啓発動画掲出。

### 令和4年度の主な実施事項

令和4年4月に成年年齢が18歳となったことを踏まえ、教育委員会と連携し、教育現場で活用できるよう、市内の中学校、高等学校等の全ての生徒に啓発アニメ視聴用チラシを配布する。また、教員向けの研修会での啓発も実施し、消費者教育に関する教員の理解を深め、教育現場での消費者教育をさらに進める。

大学に対しては、入学オリエンテーション等での啓発アニメの周知を依頼し、より多くの大学生等への啓発を進めるとともに、各大学からの依頼に応じて消費者教育に関する授業を実施する。

### ③インターネットトラブルへの対応

#### ▶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

- 高齢者向けスマホ講座での啓発（1-①再掲）
- 出前講座（4回実施、合計214名参加）

#### ▶検証項目 リアルタイムな被害情報の発信状況

- 10代～20代の神戸市民を対象に若い世代に多いトラブル（もうけ話、出会い系サイト、定期購入関連）をTwitter広告で啓発。（R4.1・3月実施、総表示回数約19万回）
- 消費生活センターに寄せられたトラブル事例をまとめて、市ホームページ、市公式Twitter（計4回）で発信。
- ソフトバンク、au、ドコモの市内全99店舗でインターネットに関するトラブル事例を掲載した啓発チラシ、POPを設置。



Twitter 広告バナー画像

#### ▶検証項目 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

- 市内小学校18校で実施（合計2,257人参加）
- 市内中学校6校で実施（合計907人参加）
  - 児童・生徒向け：「オンラインゲームの高額課金トラブル」、「ネットいじめ」等をテーマに啓発。
  - 保護者向け：「家庭でのルール作り」、「フィルタリング」、「ペアレンタルコントロール」などをテーマに、子どもが情報機器を適切に利用できるようになるためのアドバイス等を紹介。

#### ▶検証項目 インターネットトラブルに関する相談件数の推移

年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
件数	3,117	3,765	3,411

#### 令和4年度の主な実施事項

高齢者のスマートフォン利用者の拡大に合わせ、高齢者向けスマホ講座での啓発をさらに進める。また、小中学校等の学校現場での出前講座による啓発も継続して実施する。

被害情報の発信については、市ホームページにわかりやすくトラブル事例を掲載するだけでなく、若い世代に向けては、Instagram や Twitter 等若い世代に親しみのある SNS のツールを活用し、若い世代が自然と必要な情報にアクセスできるような仕組みで啓発を実施する。

#### ④水まわりトラブルへの対応

##### ▶検証項目 水まわりトラブルに関する講座の実施状況

- 出前講座で水まわりトラブルに関する啓発を実施。(1-①再掲)
- 水道工事事業者向け講習会にて、水まわりの修理に関する消費者トラブルを啓発。

##### ▶検証項目 リアルタイムな被害情報の発信状況

- 市ホームページにて、水まわりトラブルの際の対処方法や契約トラブル事例、相談先の啓発実施。  
(令和3年度総アクセス数：6,943件)

- Google、Yahoo!のWEB広告にて神戸市民を対象に、水まわりトラブルに関する啓発広告を掲載し、上記市ホームページへ誘導。

- ・広告実施期間は令和3年8月～1月の6ヶ月間
- ・総アクセス数4,454件(広告実施前6ヶ月間1,764件)
- ・広告実施前6ヶ月比で2.5倍のアクセス



Google、Yahoo!のWEB広告

##### ▶検証項目 水道修繕受付センターの受電数の推移

年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
件数	16,699	22,218	29,365



水まわりトラブル啓発シール (R1.4～R4.6月末 計26,830枚配布)

##### ▶検証項目 水まわりトラブルに関する相談件数の推移

年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
件数	307	385	224

#### 令和4年度の主な実施事項

引き続き、水道局・建設局と連携し、水道修繕受付センターの周知に努めるとともに、新たにインターネット上での検索連動型のWEB広告を実施し、トラブルの未然防止に取り組む。

## ⑤持続可能な社会の推進

### ▶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

#### ●出前講座の実施(25回実施、合計649人参加)

テーマ：エシカル消費（地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動）や食品ロス等

#### ●子ども向け講座の実施(3回実施、合計36人参加)

テーマ：企業のリサイクル活動、プラスチックごみ問題等  
民間事業者(タビオ(株)、ネスレ(株))と連携で実施



夏休み子ども向け講座

### ▶検証項目 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

#### ●神戸市食育推進計画（第4次）にエシカル消費の普及啓発について掲載。

#### ●環境局の「神戸市エコタウンまちづくり活動取組メニュー」に「エシカル消費って何？」を掲載。



### 令和4年度の主な実施事項

他部局や民間事業者と連携し、エシカル消費をテーマにした出前講座を実施するなど、引き続きエシカル消費の認知度向上に努める。

## 2 消費者被害防止のための環境

### ①相談体制の充実

#### ▶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

- 各種啓発資料にて消費者ホットライン「188」を掲載。
- 街頭啓発キャンペーン実施時に、スーパーの店内アナウンスや市バス全車両内でのポスター掲示等にて、消費生活センター及び消費者ホットライン「188」を周知。（詳細 P 8）

#### ▶検証項目 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

主催	主な内容	回数
国民生活センター	・ SNS をきっかけとした消費者トラブルへの相談対応 ・ 決裁サービスの仕組みや関係する法律の基礎知識	23 回/年間
兵庫県その他	・ 若者の消費者トラブルの対処法 ・ 住宅の賃貸借契約に係る相談対応	37 回/年間
自主研修	・ 副業や儲け話などのトラブルの解決ポイント ・ 読み手に伝わる「論理的な文書の書き方」	6 回/年間

- ・ 成年年齢引下げに向けて、若者の消費者トラブルへの対応に関する研修を重点的に受講。
- ・ その他、近年電話相談だけでなくメール相談も増加していることから、読み手に伝わる文書の書き方研修を受講。

### ②情報発信及び関係機関との連携

#### ▶検証項目 消費者被害防止に関する情報発信の状況

- 兵庫県、兵庫県警と連携推進会議を開催し、悪質事業者に対する情報交換や対策の検討を行った。
- KOBE ぐらしのレポート（1-①再掲）
- 市ホームページや WEB 広告を使った啓発（1-③・④再掲）

#### ▶検証項目 事業者等と連携して行った啓発の実施状況

- コープこうべ夕食宅配チラシ（1-①再掲）
- 携帯電話事業者と連携した市内携帯ショップでの啓発（1-③再掲）
- 兵庫県、兵庫県警、民間事業者と共同で街頭啓発キャンペーンの実施（詳細は P 8）

### ③消費者取引・表示・計量等の適正化

▶**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

法律・条例	指導内容・指導後の観察状況
神戸市民のくらしをまもる条例	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電力小売事業者とインターネット接続事業者について、契約時の説明不足などの条例違反の恐れがある相談が寄せられたため、指導を実施。</li> <li>・指導後、相談件数は減少傾向にあるものの、指導後も相談が寄せられているため、引き続き相談状況に注視していく必要がある。</li> </ul>
食品表示法	市内スーパーやインターネット販売事業者において、表示ラベルの欠落や、表示方法の不備等が見受けられ、指導を実施。食品表示のルールの周知徹底を行い、指導した全ての事業者において改善後の表示を確認した。
計量法	市内のスーパーに商品量目の立ち入り検査を行ったところ、一部の商品に量目不足があったため、再計量し、詰め直しするように指導を実施。

▶**検証項目** 食品表示・計量に関する消費者向け啓発の実施状況

- 消費生活講座を開催し、食品表示の内容量や原料原産地表示について啓発を実施。
- 計量に関するポスターを市内量販店等に配布し、消費者向けの啓発を実施。

## 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

▶**検証項目** 就学前児童に向けた啓発の実施状況

- 乳幼児の事故防止ハンドブックを市内幼稚園の保護者等へ配布するとともに、市ホームページへも掲載。
- 子育て応援メール（登録者約 5,000 名）、市のネットモニターへのメール（登録者約 4,500 名）で乳幼児の事故防止に関する情報を提供。



乳幼児の事故防止ハンドブック

▶**検証項目** 小・中・高等学校における啓発の実施状況（一部再掲 1-②・③）

- 小学校：スマホ講座 18 校（合計 2,257 人参加）
- 中学校：スマホ講座 6 校（合計 907 人参加）、キャッシュレスに関する講座 1 校（合計 117 人参加）、悪質商法・ネットトラブルに関する講座 1 校（合計 159 人参加）
- 高等学校：金銭教育に関する講座 1 校（合計 360 人参加）、悪質商法に関する講座 1 校（合計 59 人参加）、ネットトラブル等に関する講座 1 校（合計 20 人参加）

▶**検証項目** 関係団体と連携した大学生向けの啓発の実施状況（1-②再掲）

- 神戸芸術工科大学と共同で、若者向け消費者トラブル啓発アニメ「その罫、気づいていますか」を制作し、YouTube に掲載。（R4.1～3月：21,577回再生）
- 市内全大学(20大学)と連携し、大学ポータルサイト上でのポスター掲示等の啓発を実施。
- 神戸学院大学、神戸芸術工科大学等の4大学で講義。
- 甲南大学での体育会所属新入生向け説明会において、若者に多い消費者トラブルの啓発。



▶**検証項目** 一般向け消費生活講座の実施状況（一部再掲1-①）

- 高齢者向け消費生活講座（2回実施）  
テーマ：「落語で賢い消費者に～トラブルにあわないコツ教えます」  
「高齢期の住まいとリスク～自宅に住み続けるために」
- 一般向け消費生活講座（1回実施）  
テーマ：「はかってみよう食料品の重さ！～商品の表示量と内容量はあっている？～」

▶**検証項目** 街頭啓発、関係施設等を活用した啓発の実施状況

【街頭啓発】

- 5月の消費者月間の際には、コロナ禍のため、街頭啓発の代替えとして、市内のスーパーや郵便局等11事業者（約100か所）と連携し、店内アナウンスを実施するとともに啓発物を配布。
- 消費者トラブルが多くなる年末の12月には、事業者との連携に加え、兵庫県、兵庫県警と共同で三宮センター街にて街頭啓発を実施。



年末の街頭啓発実施風景

【関係施設等を活用した啓発（上記街頭啓発キャンペーン時に実施）】

- 神戸市営地下鉄各駅でのアナウンスや電光掲示板での表示。
- 市バス全車両内でポスターを掲出。
- 大型ビジョン（三宮センター街、ミント神戸）で啓発。



市バス掲出ポスター

▶検証項目 消費者教育教材サイトのアクセス数（1-②再掲）

年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
件数	311 ※1	890	2,642 ※2

令和4年度の主な実施事項

消費者被害防止のための環境について

- ・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。
- ・食品表示法等による適切な表示及び計量法による適正な計量が実施されるよう、適正表示の確認、関連事業者への立入検査等を実施し、必要な指導を実施。
- ・食品表示や計量について消費者側の知識を高める啓発を実施。

消費者教育の推進について

- ・乳幼児の親世代が活用しやすいWEB上の媒体での啓発を進める。
- ・啓発アニメーション視聴用教材を学校現場に配布する。
- ・イオン、コープこうべ等のスーパーマーケットやショッピングモール、商店街等の事業者と連携し、アナウンス等による啓発を実施。

## 神戸市消費者苦情処理審議会の開催状況について

## 第 73 回（令和 3 年 9 月 28 日開催）

## ●事業者への指導

## ①令和 3 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
5 件	キャッチセールス（1 事業者）、電気通信事業者（3 事業者）、通信販売（1 事業者）

## 第 74 回（令和 4 年 3 月 22 日開催）

## ●事業者への指導

## ①令和 3 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	小売電気事業者

## 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
3 件	電気通信事業者（2 事業者）、小売電気事業者（1 事業者）

## ●神戸市民のくらしをまもる条例施行規則の一部改正

## ①改正内容

- ・公表を行う前に、事業者に対して意見陳述の機会を付与した場合に、当該事業者が正当な理由なく意見の聴取に応じなかったときは意見聴取を経ずに公表を行える規定を設ける。
- ・事業者への指導や勧告を行う際の文書について、様式を設ける。
- ・指導や勧告を行った事業者に対して、是正のための回答書の提出を求める規定を設ける。
- ・公表の方法について、広く市民に周知できる方法で行う規定を設ける。

## ②改正日

令和 4 年 5 月 15 日

# 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。

<sup>\*</sup> 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みます。

# 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めます。

### 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めます。

### 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めます。

### 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めます。

### 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めます。
- 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

### 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

神戸市民の暮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。

## 令和3年度消費生活相談の概要

消費生活相談情報（令和4年5月）

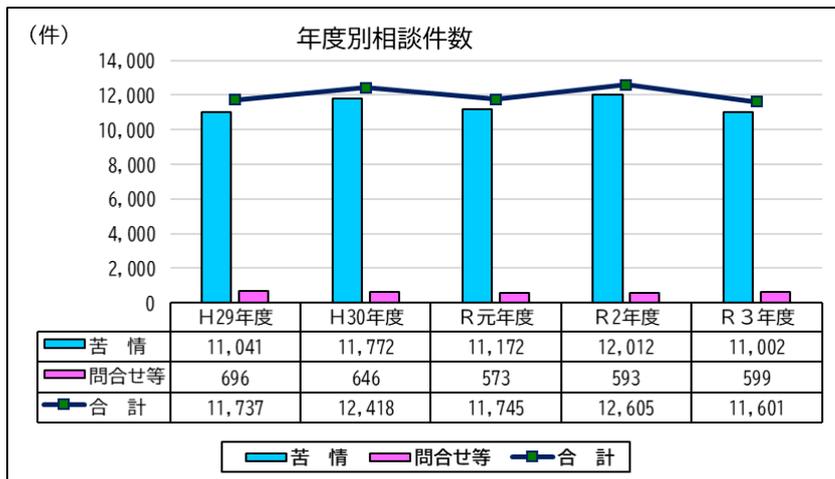
### 1. 相談の概要

#### (1) 相談件数

令和3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ての件数は11,601件で、前年度の12,605件から1,004件（8.0%）減少しました。

相談種別の内訳は、苦情相談が11,002件（前年比1,010件、8.4%減少）、問合せ等が599件（前年比6件、1.0%増加）寄せられました。

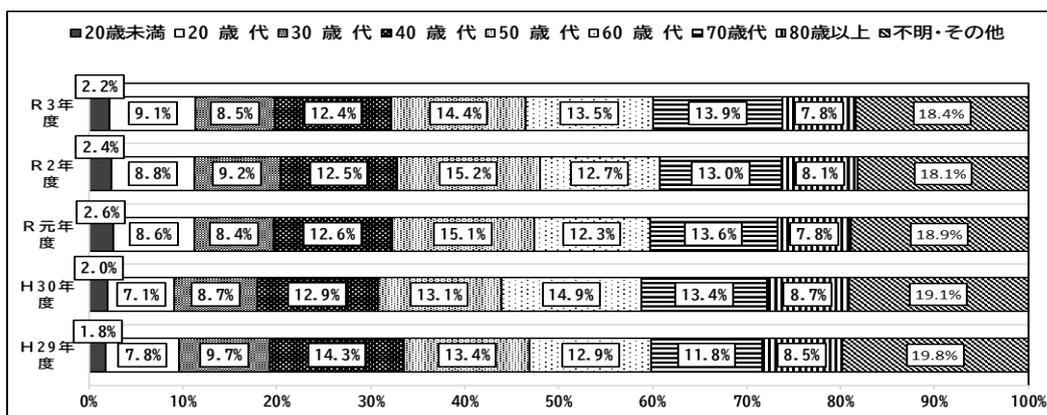
相談の受付方法別の割合は、電話相談91.1%、来訪相談4.7%、メール等文書による相談は4.2%でした。



#### (2) 契約当事者の年代別件数

契約当事者別でみると全ての年代で相談件数は減少しました。

契約者の年代別では、50歳以上が相談件数の上位を占めており、①50歳代（1,579件）、②70歳代（1,524件）、③60歳代（1,484件）の順となり、50歳以上の占める割合は依然高い傾向が続いています。



### (3) 商品・役務(サービス)別の相談

【1位】商品一般(商品の相談であるが分類を明確に特定できない不審なメール・電話・商品・請求など)  
前年度比で3.4%減少しましたが、不当請求に関する相談は、153件(前年度124件)で前年度から増加しました。

#### 【2位】化粧品

前年度を上回り、112件、23%増加しました。うち、定期購入関連の相談は、76%(446件)を占めています。

#### 【3位】役務その他(申請代行サービス・鍵などの解錠サービス、その他役務サービスなど)

前年度比で100件22%増加しました。パソコン等のサポートサービス、質問サイト、保険の申請代行サービス、鍵解錠サービスが相談の上位を占めています。

#### 【4位】レンタル・リース・貸借(商品の賃貸借、不動産は使用貸借含む)

レンタル・リース・賃貸のうち、入退去時等のトラブルが多い「賃貸アパート」に関する相談は372件でした。

契約者の年代別でみると、成年層(30歳代～50歳代)の相談が最も多く、184件でした。

#### 【5位】移动通信サービス(携帯電話サービスやモバイル通信サービスなど)

移动通信サービスのうち、携帯電話サービス関連の相談が、340件(84%)を占めています。携帯電話サービスのうち、約半数は60歳以上が占めています。

#### 【6位】他の教養・娯楽(教養、趣味、娯楽の目的で受けるサービス)

「アダルト情報」「出会い系サイト・アプリ」に関する相談は、前年度から減少しました。「インターネットゲーム」については、増加しました。

商品・役務別相談件数

(単位:件)

順位	商品・役務名	R2年度		R3年度		対前年度
		件数	構成比	件数	構成比	増減率
1	商品一般	1,082	9.0%	1,045	9.5%	-3.4%
2	化粧品	478	4.0%	590	5.4%	23.4%
3	役務その他	448	3.7%	548	5.0%	22.3%
4	レンタル・リース・貸借	557	4.6%	507	4.6%	-9.0%
5	移动通信サービス	404	3.4%	407	3.7%	0.7%
6	他の教養・娯楽	93	0.8%	362	3.3%	289.2%
7	健康食品	645	5.4%	353	3.2%	-45.3%
8	工事・建築・加工	297	2.5%	338	3.1%	13.8%
9	紳士・婦人洋服	263	2.2%	323	2.9%	22.8%
10	修理・補修	466	3.9%	312	2.8%	-33.0%

(単位:件)

商品・役務名	R2年度	R3年度	前年増減数	前年増減率
アダルト情報(アダルト情報サイト)	148	124	-24	-16.2%
出会い系サイト・アプリ(出会い系サイト)	158	102	-56	-35.4%
インターネットゲーム(オンラインゲーム)	77	90	13	16.9%

#### (4) 年代別商品・役務上位

##### ①若年層(30歳未満)

1位の「他の教養・娯楽」は、「インターネットゲーム」が20歳未満、「出会い系サイト・アプリ」は20歳代が多く、2位の「理美容」は全体のうち65%が脱毛エステに関する相談でした。

##### ②成年層(30歳代～50歳代)

1位の「商品一般」は、40・50歳代が多く、2位の「レンタル・リース・賃貸」のうち、80%は賃貸アパートに関する相談でした。

##### ③高齢層(60歳以上)

4位の「移动通信サービス」は、携帯電話関連が92%を占めており、70歳以上の相談が最も多く寄せられました。

商品・役務別、年齢層別上位10項目（令和3年度）

（単位：件）

順位	若年層（30歳未満）			成年層（30歳代～50歳代）			高齢層（60歳代以上）		
	商品名	件数	構成比	商品名	件数	構成比	商品名	件数	構成比
1	他の教養・娯楽	121	9.7%	商品一般	301	7.8%	商品一般	387	10.0%
2	理美容	95	7.6%	レンタル・リース・賃貸	234	6.0%	化粧品	242	6.3%
3	商品一般	86	6.9%	化粧品	233	6.0%	役務その他	197	5.1%
4	レンタル・リース・賃貸	81	6.5%	紳士・婦人洋服	170	4.4%	移动通信サービス	185	4.8%
5	教室・講座	70	5.6%	役務その他	149	3.8%	工事・建築・加工	146	3.8%
6	化粧品	64	5.1%	移动通信サービス	144	3.7%	健康食品	145	3.8%
7	娯楽等情報配信サービス	49	3.9%	他の教養・娯楽	131	3.4%	修理・補修	124	3.2%
8	役務その他	48	3.9%	健康食品	125	3.2%	インターネット通信サービス	121	3.1%
9	内職・副業	48	3.9%	教室・講座	104	2.7%	娯楽等情報配信サービス	105	2.7%
10	健康食品	46	3.7%	工事・建築・加工	103	2.7%	紳士・婦人洋服	87	2.3%

#### (5) 販売購入形態

販売購入形態では、「通信販売」に関する相談が、全体に占める割合が最も高くなっています。平成29年度から令和3年度で相談件数が18%増加しています。

また、令和3年度の「通信販売」のうち、「インターネット通販」に関する相談が3,163件で74%を占めており、最も多く寄せられました。

通信販売の件数は、前年度と比べて、452件(10%)減少しました。令和3年度は新型コロナ関連の相談が減少したことなどから、「他の保健衛生品」(マスクや除菌などの衛生用品)や「健康食品」の相談が大きく減少しました。

また、「化粧品」は23%増加、その他「紳士・婦人洋服」や「紳士・婦人かばん」等は、偽通販サイトによる被害相談の影響もあり増加しました。

契約者の年代で見ると、「通信販売」は、成年層(1,894件)、高齢層(1,351件)が多く、「訪問販売」「電話勧誘」「訪問購入」は、高齢層で多い傾向です。

## 販売購入形態別相談件数

	H29年度		H30年度		R元年度		R2年度		R3年度	
	件数	構成比								
店舗販売	2,810	25.5%	2,530	21.5%	2,294	20.5%	2,172	18.1%	1,892	17.2%
無店舗販売	5,619	50.9%	5,398	45.9%	5,598	50.1%	6,334	52.7%	5,652	51.4%
内訳、訪問販売	969	8.8%	942	8.0%	1,000	9.0%	913	7.6%	772	7.0%
通信販売	3,635	32.9%	3,601	30.6%	3,972	35.6%	4,749	39.5%	4,297	39.1%
マルチ・マルチまがい	91	0.8%	75	0.6%	74	0.7%	94	0.8%	62	0.6%
電話勧誘販売	685	6.2%	590	5.0%	411	3.7%	411	3.4%	377	3.4%
ネガティブ・オプション	27	0.2%	12	0.1%	9	0.1%	33	0.3%	14	0.1%
訪問購入	135	1.2%	115	1.0%	64	0.6%	72	0.6%	88	0.8%
その他無店舗	77	0.7%	63	0.5%	68	0.6%	62	0.5%	42	0.4%
不明・無関係	2,612	23.7%	3,844	32.7%	3,280	29.4%	3,506	29.2%	3,458	31.4%
合計	11,041		11,772		11,172		12,012		11,002	

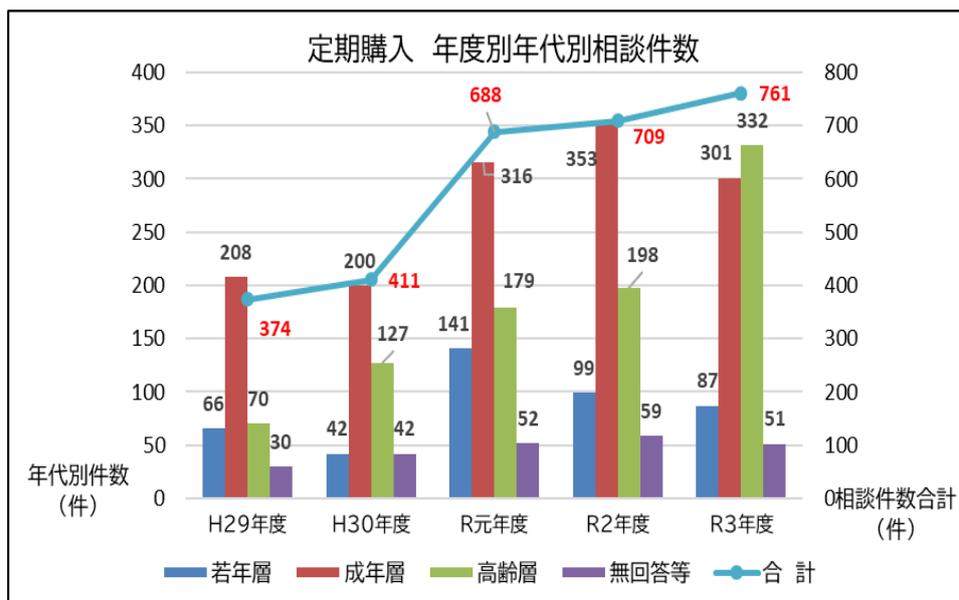
## (6) 定期購入関連

定期購入に関する相談は、年々増加しており、令和3年度の世代別でみると、高齢層は前年度を大きく上回る件数(対前年比で、134件、68%増)で急増しました。若年層、成年層では前年度から減少しました。

主な商品でみると、前年度相談が多く寄せられた「健康食品」は36%減少し、「化粧品」が前年度から184件、70%増加しました。

また、「化粧品」は、高齢層で多くなっていますが、最も多く寄せられた年代は50歳代でした。前年度と比べるとすべての年代で増加し、高齢層は前年の約2倍増加しました。

「健康食品」は、若年層、成年層は前年度から約50%減少していますが、高齢層はほぼ同様の相談件数でした。



### 定期購入に関する主な品目

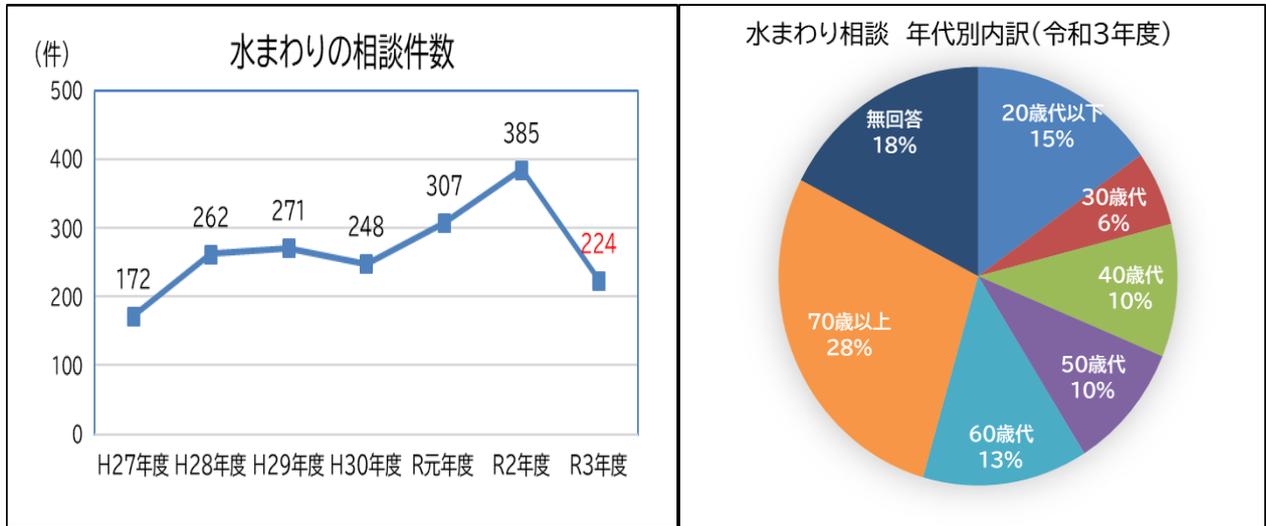
(単位:件)

	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	R3年度	対前年比	増減比
健康食品	227	227	353	346	221	-125	-36.1%
化粧品	107	152	291	262	446	184	70.2%

## (7) 水まわり関連

水まわりの相談は、前年度まで増加傾向が続いていましたが、令和3年度は対前年度比161件、42%減少しました。水まわりに関する全体の相談件数は減少しましたが、70歳以上の高齢者の相談比率は、依然高い状況が続いています。

契約購入金額は、平均金額22万円(前年度26万円)で、前年度と比べて減少しました。



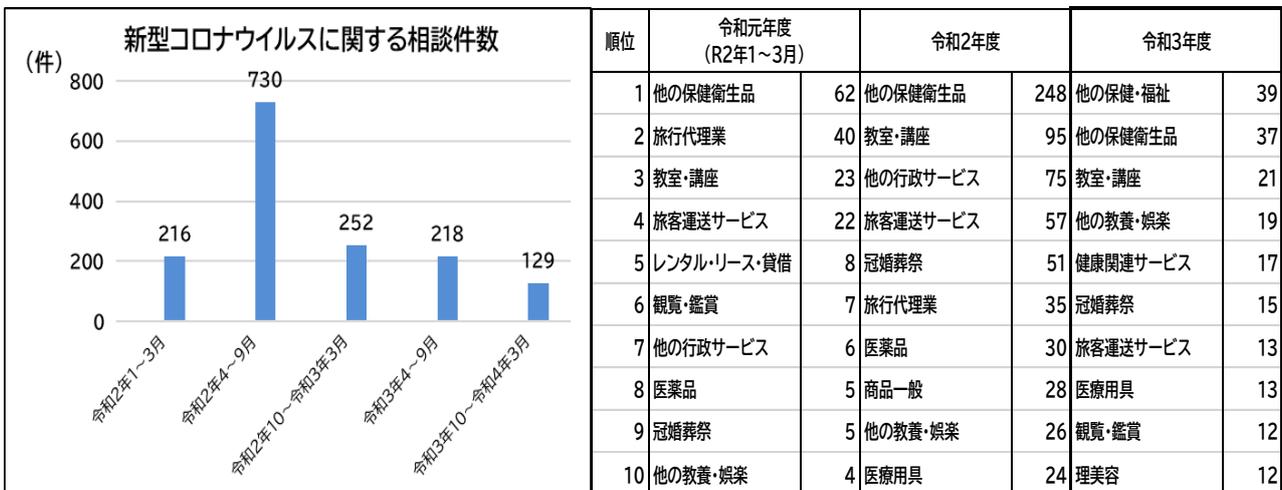
## (8) 新型コロナウイルス関連

新型コロナウイルスに関連した相談は、令和2年1月から始まり2年余りを経過しました。令和2年度上期をピークに大きく減少しました。

令和3年度は、消費生活相談全件数の約3%程度(347件)に減少しています。

商品別でみると、1位は「他の保健・福祉」新型コロナワクチン関連や特別給付金などの相談でした。前年度に最も多かったマスクや衛生品関連などの「他の保健衛生品」をわずかに上回りました。「教室・講座」関連は、スポーツジム等の受講料や解約料などに関する相談は減少しました。

新型コロナウイルス関連 年度別商品・役務別相談上位



不審・不安を感じた場合、トラブルが発生した場合、一人で悩まずに  
最寄りの消費生活センターへ相談しましょう。

悪質商法や契約トラブルなど、不審な点や不安に感じる場合は、神戸市消費生活センターにご相談ください。  
ご相談に対する助言、クーリングオフに関する手続き方法の説明、専門機関の紹介など、解決に向けてお手伝いいたします。

#### 神戸市消費生活センター

相談専用電話： ☎188（消費者ホットライン）  
平日は、☎078-371-1221 でもつながります。

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～金曜日 9時～17時（来訪相談は16時30分まで）  
土日・祝日 10時～16時（電話相談のみ）  
※12/29～1/3は除く

※土日・祝日は、独立行政法人国民生活センター（東京）につながります。  
※188（消費者ホットライン）は、携帯電話会社の通話料金定額サービス等でも  
別途ナビダイヤル料金が発生します。