

第 2 7 回 神戸市消費生活会議 会 議 次 第

日時：令和 6 年 7 月 29 日（月）10：00～

場所：中央区文化センター10 階 1001・1002 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 に基づく令和 5 年度及び
令和 6 年度の取組み
- （3）神戸市消費者苦情処理審議会の運営状況

3. その他

4. 閉会

<配布資料>

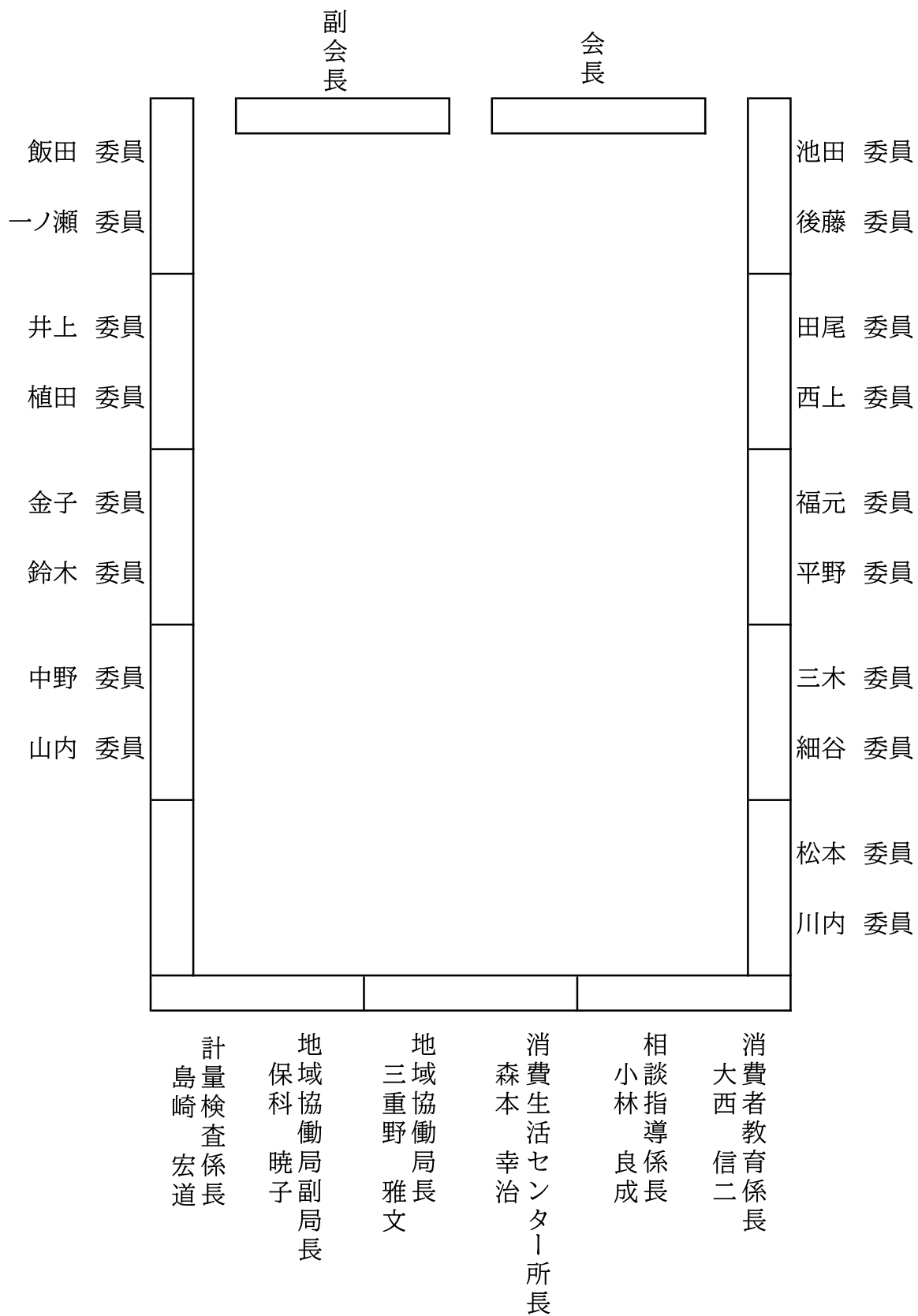
資料 1 神戸市消費生活会議委員名簿

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 消費生活相談の概要



神戸市消費生活会議 委員名簿【令和6年6月改選】

区分内五十音順〔但し市会議員は会派順〕 (●：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)			11名
池 田 千 鶴	神戸大学大学院法学研究科教授	●	
後 藤 こ ず 恵	流通科学大学商学部准教授	●	
田 尾 み づ ぼ	教育委員会事務局教育次長		
西 上 治	神戸大学大学院法学研究科准教授	●	
西 村 智	関西学院大学経済学部教授		
福 元 隆 久	弁護士	●	
(新) 平 野 達 司	神戸市会議員 (自由民主党)		
(新) 三木 しんじろう	神戸市会議員 (日本維新の会)		
(新) 細 谷 典 功	神戸市会議員 (公明党)		
(新) 松 本 の り 子	神戸市会議員 (日本共産党)		
(新) 川 内 清 尚	神戸市会議員 (こうべ未来)		
消 費 者 ・ 事 業 者 代 表 (五十音順)			8名
(新) 飯 田 裕 生	連合神戸地域協議会		
(新) 一 ノ 瀬 由 美	神戸市消費生活マスター	●	
(新) 井 上 智 津 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) 理事		
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		
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		
中 野 朋 子	生活協同組合コープこうべ理事	●	
山 内 聖 子	公益社団法人消費者関連専門家会議会員	●	

計 19名

神戸市消費生活あんしんプラン 2025 に基づく令和5年度及び令和6年度の取組みについて

神戸市では、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、消費者基本計画を策定しています。その計画に基づく取り組み実績及び取り組み予定について、ご審議いただき、今後の施策に反映いたします。

【参考資料 1】「神戸市消費生活あんしんプラン 2025」（令和3年度～令和7年度）参照

1 最優先取り組み課題

①高齢者への支援	1
②成年年齢引き下げに伴う若年者への支援	3
③インターネットトラブルへの対応	5
④水回りトラブルへの対応	7
⑤持続可能な社会の推進	8

2 消費者被害防止のための環境

①相談体制の充実	9
②情報発信及び関係機関との連携	10
③消費者取引・表示・計量等の適正化	11

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	12
-------------------	----

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（5回 参加者 504人（アーカイブ視聴含む））

テーマ	講師	人数	アーカイブ
～今からでも遅くない人生設計～ 自分らしく生きるためのお金の話	消費生活マスター マネープラン研究会	56人	－
～初心者でもわかる～ インターネットで広がる新しいサービス	消費生活マスター ネット社会研究会	51人	－
～悪質商法に負けない～ ※ 知らんとアカン！おカネのこわ～い話	FP いちのせ かつみ	76人	92回
上手に使おう！ネットバンキング	FP 中村 典子	50人	－
高齢期の住まいとライフプラン ～自分らしく暮らすための準備～	消費生活マスター、 筑波大名誉教授 本澤巳代子	68人	111回

※兵庫県、兵庫県金融広報委員会と共催

○出前講座(高齢者対象：29回、参加者 931人)

テーマ：高齢者に多い消費者トラブル、悪質商法、ネットトラブル事例等

○高齢消費者被害防止講習会（旧：見守りサポーター養成講座）

（開催：1回、参加者 102人、共催：市老人クラブ連合会）



消費生活講座

▶検証項目 高齢者向けの情報発信の実施状況

○啓発チラシ等の配布（計 42,350 部発行）

配布物	発行部数	配布先
KOBE 暮らしのレポート	1,000 部×12 回	あんしんすこやかセンター（76 か所）等 市・各区社会福祉協議会へデータ提供
高齢者啓発チラシ	425 部×6 回	各区老人クラブ
	4,050 部×6 回	コープこうべ食宅配・買い物もん行こカー利用者
ワタミ(株)との連携チラシ	3,500 部×1 回	ワタミ(株)宅配弁当利用者

○神戸市婦人団体協議会機関紙、ハッピーバックニュース（神戸市勤労者福祉共済制度情報誌）へ啓発記事を毎月掲載

▶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聞いた消費者トラブル事例等を参考に KOBE 暮らしのレポートを作成。あんしんすこやかセンターや市・各区社会福祉協議会による高齢者の見守り活動で活用。

○携帯電話事業者と連携したスマホ講座や相談会での啓発。（参加者 7,682 人）

○消費生活センター・消費者ホットラインのチラシ・マグネット・ステッカーを作成し民生委員・児童委員、あんしんすこやかセンターを通じて配布（5,000 部）

○訪問販売お断りステッカーの配布

- ・民生委員・児童委員を通じて配布
- ・各区自治会連合会等を通じて配布(令和 6 年 5 月末～)

ワタミ(株)との連携配布チラシ

訪問販売お断りステッカー

- 【新規】詐欺や悪質商法の注意喚起ポスターを全地域福祉センターに配布（令和6年6月～）
- 兵庫県、兵庫県金融広報委員会と共催で消費生活講座を開催（再掲 P1 の表参照）
- 兵庫県、兵庫県警、民間事業者と協働で街頭啓発を実施（P13 参照）

＜令和6年度の主な実施事項＞

他部局や関係団体との連携を強化し、高齢者への情報提供を進める。

- ・高齢者の見守りや声掛けの際に「KOBE 暮らしのレポート」を活用してもらう。
- ・ニーズが高い「訪問販売お断りステッカー」の配布を増やす。
- ・消費生活講座や出前講座、高齢者向けスマホ教室等での啓発。

②成年年齢引き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

- 消費者トラブル啓発教材として制作したアニメを YouTube に掲載。
（令和4年1月～令和6年3月末：約8万回再生）
視聴用チラシを公立中・高・特別支援学校へ配布（124校、68,000部）、
私立学校（市内全42校）へ啓発依頼（令和4年3月）
- 高校等への出前講座（11回 578人受講）
- 消費生活センター・消費者ホットライン周知用チラシを市立高・特別支援学校へ配布（15校 8,820部/令和5年2月）



啓発アニメ視聴用チラシ



注意喚起ポスター



啓発アニメ

▶検証項目 消費者教育教材サイトへのアクセス数

総アクセス数 10,594 件（令和 5 年度末）

年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度	令和 5 年度
件数	311 ※1	890	2,642 ※2	3,479	3,272

※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

○神戸芸術工科大と協働で制作した若者向け消費者トラブル啓発アニメ「その罠、気づいていますか？」による啓発。

YouTube に掲載。（令和 4 年 1 月～令和 6 年 3 月末：約 8 万回再生）

市内 20 大学と連携し、大学ポータルサイト、学生への連絡メール等で啓発アニメを紹介。

○【新規】新入生オリエンテーションでの兵庫県警と協働講演（2 校約 800 名）

○【新規】大学との協働セミナー開催（流通科学大、関西学院大。セミナー内で学生提案）

○神戸学院大をはじめ 6 大学で講義。

○青少協だより「希望」へ記事掲載（令和 5 年 2 月）、

青少年育成協議会各区支部長会への情報提供（令和 5 年 12 月～令和 6 年 1 月）。

○はたちを祝う会の記念冊子へ啓発広告を掲載。（出席者 8,800 人）



学生提案作品「はにゃ？と思ったら188」

＜令和 6 年度の主な実施事項＞

- ・社会経験の少ない若年者の消費者トラブル防止のため、SNS 等 WEB を活用し若者の視点で若者に伝わるように効果的な啓発を行う。
- ・教育委員会と連携し学校への出前講座を進めるなど、学校現場での消費者教育に取り組む。
- ・大学での入学オリエンテーション等の機会を活用し、兵庫県警と連携して成年になったばかりの新入生への啓発を行う。
- ・学校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

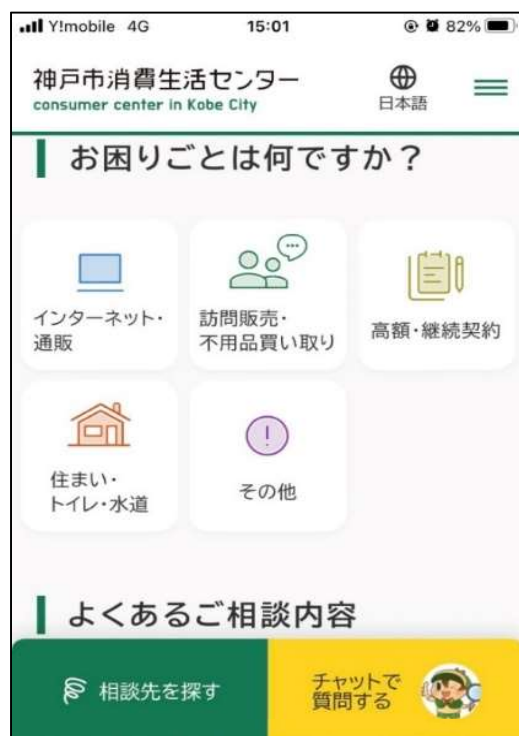
- 高齢者向けスマホ教室等での消費者啓発(768回 参加者 7,682人)
- 消費者教育出前講座「スマホやネットに潜む危険～インターネットトラブルを防ごう～」(19回 参加者 1,246人)

▶検証項目 リアルタイムな被害情報の発信状況

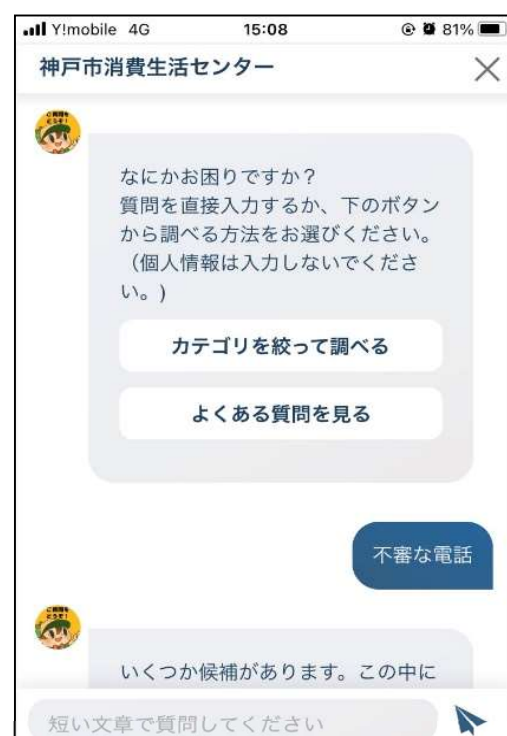
- 【新規】消費者の自己解決を支援する新ホームページを公開(令和6年2月)。消費者に直接役立つ具体的な相談事例とアドバイスを中心に、時間や場所にとらわれることなく適切な相談先情報や消費者トラブルへの簡単なアドバイスが得られるチャットボットを搭載。



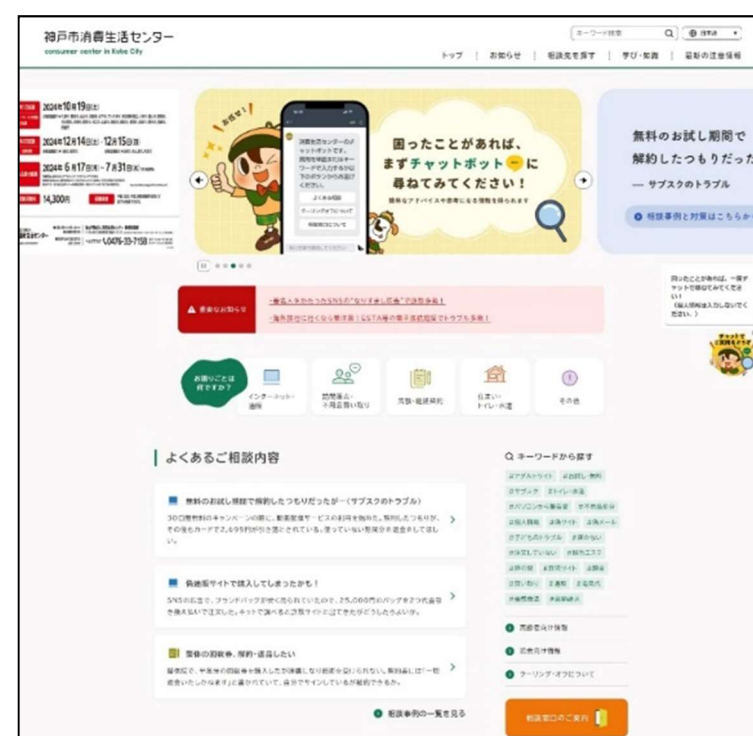
新ホームページ
QRコード



スマホ画面イメージ



チャットボット画面イメージ



PC画面イメージ

○10代～20代の神戸市民を対象に、WEB広告を実施。

若い世代に特に多いトラブルを啓発。(表示回数：約110万回、動画再生数2.3万回、クリック数：6,747回)

○消費生活センターに寄せられたトラブル事例を、ホームページ、市公式X(旧Twitter)で発信。

▶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26校(3,011人参加)、中学校3校(698人参加)で実施。

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実施。

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等をテーマに、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2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
件数	3,765	3,410	3,875	3,129
全相談件数	12,605	11,601	11,945	10,203

＜令和6年度の主な実施事項＞

- ・日々、相談を受ける相談員の知見を活用しホームページを改善し、オンライン上での自己解決を促進する。
- ・SNSも活用しリアルタイムでの情報発信をさらに進める。
- ・スマートフォン利用の拡大に合わせ、高齢者向けスマホ教室での啓発や小中学校への出前講座を継続して実施する。

④水回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)

29回 参加者 931人(水道修繕受付センター案内リーフレット・シール配布)

▶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、水まわりトラブルが発生した時の対処方法や契約トラブル事例、相談先の紹介。(令和5年度総アクセス数:10,203件)

○水まわりトラブルについて検索した神戸市民を神戸市ホームページ等へ誘導し、適切な情報(水道修繕受付センターや市指定事業者の連絡先等)を提供した。

- ・ 広告実施期間:令和5年11月~令和6年2月(4か月間)
- ・ 総アクセス数:5,599件(うち検索連動型広告によるアクセス5,077件)



検針票での水道修繕受付センター案内



水まわりトラブル啓発シール
(令和2年4月~令和5年3月末 約28,000枚配布)



Google、Yahoo!の検索連動型広告

▶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2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
件数	22,218	29,365	28,496	29,046

▶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2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
件数	385	224	165	146
全相談件数	12,605	11,601	11,945	10,203

＜令和6年度の主な実施事項＞

水道局・建設局と連携し、引き続きトラブル防止のための注意喚起を行う。

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

○エシカル消費に関する出前講座の実施(5回 105人参加)

テーマ:「エシカル消費」って何?、食品ロスを減らすためにできること。

○夏休み子ども生活講座の実施(2回、73人参加)

テーマ: ボルネオ島での環境保全の取り組みや環境に配慮した製品について(サラヤ(株))、
オンライン工場見学(雪印メグミルク(株))



夏休み子ども生活講座

▶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「エコタウンまちづくり活動取組メニュー」に出前講座「エシカル消費って何？」を掲載。
- 【新規】消費者庁の実施する食品ロス削減推進サポーター養成講座を推進し、地域団体と連携して食品ロス削減推進サポーターを養成（令和5年度：合計64名）。

＜令和6年度の主な実施事項＞

- ・他部局や民間事業者と連携し、SDGsやエシカル消費に関する出前講座や子ども向け講座を実施する等エシカル消費の認知度向上に取り組む。
- ・消費者庁の食品ロス削減推進サポーター制度を活用し、地域団体とともに市民への普及啓発を行う。



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。
- 5月と12月の街頭啓発実施時に、市内スーパーマーケット・ショッピングモール・市場商店街等で、店内アナウンスやサイネージ等により、消費者ホットライン「188」を周知。（詳細 P13）
- 【新規】ゴミ収集車への「188」周知パネル掲出（計27台・令和6年3月末より順次）



▶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	年間回数
国民生活センター	・海外 OTA を含む旅行に関する消費生活相談に必要な知識 ・多様化する決済手段の仕組みと関連知識	24 回
兵庫県・その他	・特定商取引法の改正政省令について ・多様化するキャッシュレス決済と消費者トラブル	40 回
自主開催	・預託等取引に関する法律の改正、消費者契約法の概要 ・不動産売買及び建物賃貸借契約基礎知識とトラブル対応	6 回

消費生活相談員の資質向上を目指し、多様化する決済手段の仕組みと消費者トラブルなど、比較的新しい相談に対応するため研修や、従来から相談が寄せられる賃貸住宅の退去時トラブルや海外 OTA を含む旅行に関する研修を受講した。また、特定商取引法や消費者契約法などの消費生活相談に関連する法律の知識習得に努めた。

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 暮らしのレポート（1-①再掲 P2 参照）

○市ホームページや WEB 広告を活用した啓発（1-③・④再掲 P5～7 参照）

- ・令和 5 年 11 月～令和 6 年 2 月の 4 か月間、水まわりトラブルについて検索した神戸市民を神戸市ホームページ等へ誘導し、適切な情報(水道修繕受付センターや市指定事業者の連絡先等)を提供した。

（総アクセス数 5,599 件、うち検索連動型広告によるアクセス 5,077 件）

- ・10 代～20 代の神戸市民を対象に、WEB 広告を実施。若い世代に特に多いトラブルを啓発。

（表示回数：約 110 万回、動画再生数 2.3 万回、クリック数：6,747 回）

▶検証項目 事業者等と連携して行った啓発の実施状況

○コープこうべや宅配弁当サービス事業者ワタミ(株)による見守り・啓発 (1-①再掲 P2 参照)

○兵庫県、兵庫県警、民間事業者と協働で街頭啓発を実施 (詳細は P13)

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	自転車等小売事業者について、注文販売や修理等の代金を受け取りながらも、商品の受け渡し等が長期間にわたり行われない等、条例違反と思われる相談が寄せられたため指導を実施した。
食品表示法	市内の食品関連事業者において、原産地表示の不備等が見受けられ、指導を実施。食品表示のルール of 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が違反事例はなかった。

▶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

○市ホームページ「食品表示の基礎知識」を常に最新版に更新し、複雑な制度を分かりやすく情報発信。

○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。

＜令和6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。
- ・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、指導等を実施。
- ・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。

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【こども家庭局】

○乳幼児の事故防止ハンドブックを市ホームページ（こども家庭局所管）に掲載。

○生後5～6か月児の保護者を対象とした「すくすく赤ちゃんセミナー」で事故防止の健康教育を実施

	東灘	灘	中央	兵庫	北	北神	長田	須磨	北須磨	垂水	西	オンライン	合計 (現地開催のみ)	合計 (オンライン含む)
回数	12	6	12	12	9	6	6	5	6	12	12	4	98	102
保護者	136	88	102	79	45	58	35	52	51	89	118	254	853	1,107

○乳幼児の事故防止情報についての記事を子育て応援 LINE（こども家庭局所管）で配信。

令和5年度登録者数：7,079件（産前1,995件、産後5,084件）

配信内容：①0歳3か月時配信「転落事故に注意」

②0歳8か月時配信「事故が起きやすいのは…」

③1歳5か月時配信「転落事故を防ぎましょう」



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26校（3,011人参加）

○中学校：ネットトラブルに関する講座3校（698人参加）

○高等学校：悪質商法に関する講座2校（240人参加）、ネットトラブル等に関する講座1校（338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 P4参照）

▶検証項目 一般向け消費生活講座の実施状況（1-①再掲 P1表参照）

○消費生活講座（5回 参加者504人（アーカイブ視聴含む））

▶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月の消費者月間には事業者と連携し、市内スーパーマーケットやショッピングモール、市場商店街等で店内アナウンス等による啓発を実施。
(令和4年：18事業者、118か所 令和5年：21事業者、114か所 令和6年：26事業者、128か所)

○12月には年末の街頭啓発として、事業者との連携による啓発アナウンス(25事業者、126か所)に加えて、兵庫県、兵庫県警と協働で三宮センター街での街頭啓発を実施。

【関係施設等を活用した啓発】

○神戸市営地下鉄各駅での啓発アナウンス、
電光掲示板への表示や商業施設のサイネージへの掲出。



年末の街頭啓発



R5 年度サイネージデザイン

▶検証項目 消費者教育教材サイトのアクセス数 (P 4 参照)

＜令和6年度の主な実施事項＞

- ・様々なテーマで消費生活講座や消費生活出前講座を実施。
- ・消費者が日常生活の中で消費者トラブルに関する情報を見聞きできるよう、スーパーや商店街等の事業者と連携した啓発を実施。
- ・教育委員会や学校現場と連携し学校への出前講座や消費者トラブル情報の提供を実施。
- ・大学との連携により、学生や若者へ届く WEB コンテンツの活用による啓発を実施。

神戸市消費者苦情処理審議会の運営状況について

第 77 回

●開催日

令和 5 年 11 月 6 日

●事業者への指導

①令和 5 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	自転車等小売事業者（1 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
1 件	電話・通信回線販売代理店（1 事業者）

第 78 回

●開催日

令和 6 年 3 月 14 日

●事業者への指導

①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
2 件	電話・通信回線販売代理店（1 事業者） 自転車等小売事業者（1 事業者）

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・豊かにくらせる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※(2020年)となり、高齢化率は28.7%※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、普及啓発に取り組めます。

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。
- 商品等の安全性やく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

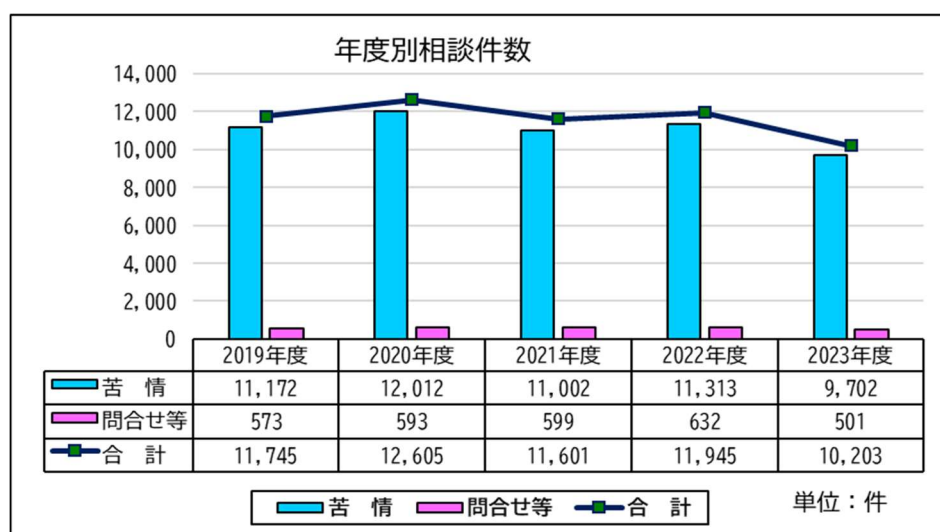
この計画で定めた具体的取組みについては、PDCAサイクルに基づいて検証し、神戸市消費生活会議に報告します。本計画は、それぞれの取組みの成果や消費者のニーズ及び取り巻く社会環境の変化等に適切に対応できるよう、必要に応じて見直しを行います。

相談の概要

(1) 相談件数

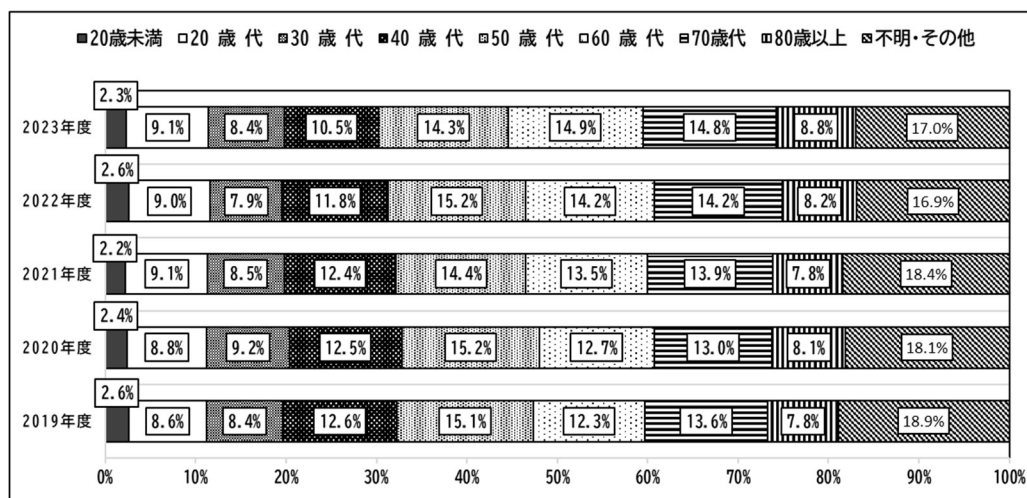
2023 年度に神戸市消費生活センターに寄せられた消費生活相談の件数は 10,203 件で、前年度の 11,945 件から 1,742 件（14.6%）減少しました。相談種別の内訳は、苦情相談が 9,702 件（前年比 1,611 件、14.2%減少）、問合せ等が 501 件（前年比 130 件、20.6%減少）寄せられました。相談の受付方法別の割合は、電話相談 93.0%、来訪相談 3.7%、オンライン等による相談は 3.3%でした。

相談件数の動向については、相談業務に使用する電話機に自動音声応答装置（IVR）を導入したことや神戸市消費生活センターのホームページへ具体的な相談事例を掲載したことが減少に繋がったと考えられます。



(2) 契約当事者の年代別件数

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、①60 歳代（1,442 件）、②70 歳代（1,437 件）、③50 歳代（1,392 件）の順となっています。



(3) 商品・役務(サービス)別の苦情相談件数

(単位:件)

順位	商品・役務名	2022年度		2023年度		対前年度
		件数	構成比	件数	構成比	増減率
1	商品一般	1,027	9.1%	920	9.5%	-10.4%
2	化粧品	1,078	9.5%	683	7.0%	-36.6%
3	役務その他	578	5.1%	529	5.5%	-8.5%
4	レンタル・リース・貸借	493	4.4%	507	5.2%	2.8%
5	健康食品	315	2.8%	327	3.4%	3.8%
6	他の教養・娯楽	366	3.2%	325	3.3%	-11.2%
7	移動通信サービス	313	2.8%	252	2.6%	-19.5%
8	理美容	406	3.6%	248	2.6%	-38.9%
9	紳士服・婦人洋服	252	2.2%	245	2.5%	-2.8%
10	工事・建築・加工	319	2.8%	244	2.5%	-23.5%

【1位】商品一般

商品の相談のうち分類を明確に特定できない不審なメールや電話、身に覚えのない請求などの相談が該当します。相談件数は920件あり、商品・役務別で見ると最も多く相談が寄せられましたが、前年度比では10.4%減少しています。

【2位】化粧品

相談件数は683件あり、前年度比で36.6%減少しました。定期購入の解約や返品などの相談が多く寄せられています。

【3位】役務その他

パソコンの偽警告画面によるサポート詐欺や鍵の開錠サービス、占いサイトなどの役務サービスが該当します。相談件数は529件あり、前年度比で8.5%減少しました。

【4位】レンタル・リース・貸借

着物レンタルなど商品の貸借や不動産の賃貸住宅に関する相談が該当します。相談件数は、507件あり前年度比で2.8%増加しました。

【5位】健康食品

サプリメントなどの健康食品に関する相談が該当します。2位の「化粧品」と同様に定期購入の解約や返品に関する相談が多く寄せられました。相談件数は327件あり前年度比較で3.8%増加しています。

(4) 世代別商品・役務上位

(単位:件)

順位	若年層 (30歳未満)				成年層 (30歳～50歳代)				高齢層 (60歳以上)			
	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	140	12.7%		レンタル・リース・貸借	225	7.0%		化粧品	375	10.1%	
2	理美容	140	12.7%		化粧品	224	7.0%		商品一般	367	9.8%	
3	レンタル・リース・貸借	93	8.4%		商品一般	216	6.7%		役務その他	198	5.3%	
4	役務その他	57	5.2%		役務その他	141	4.4%		健康食品	187	5.0%	
5	商品一般	52	4.7%		紳士・婦人洋服	114	3.5%		移動通信サービス	126	3.4%	
6	内職・副業	43	3.9%		健康食品	92	2.9%		工事・建築・加工	103	2.8%	
7	医療	40	3.6%		他の教養・娯楽	91	2.8%		インターネット通信サービス	93	2.5%	
8	娯楽等情報配信サービス	35	3.2%		修理・補修	88	2.7%		修理・補修	90	2.4%	
9	教室・講座	34	3.1%		理美容	85	2.6%		紳士・婦人洋服	85	2.3%	
10	化粧品	26	2.4%		娯楽等情報サービス	81	2.5%		レンタル・リース・貸借	85	2.3%	

①若年層(30歳未満)

1位の「他の教養・娯楽」は、オンラインゲームや出会い系サイトに関する相談が該当し、ゲームの高額課金に関する相談が多く寄せられました。

②成年層(30歳～50歳代)

1位の「レンタル・リース・貸借」は225件あり、賃貸住宅退去時の原状回復費用についての相談が多く寄せられました。

③高齢層（60歳以上）

3位の「役務その他」は、パソコンの偽警告画面によるサポート詐欺に関する相談が多く寄せられ、クレジットカードや電子マネーで高額な料金を支払ったケースもありました。

(5) 販売購入形態の苦情相談件数

販売購入形態別の苦情相談件数は、インターネット通販などの「通信販売」に関する相談が最も多く寄せられており、契約者の世代別相談件数を見ても、若年層、成年層、高齢層共に「通信販売」が全体の40%以上を占めています。

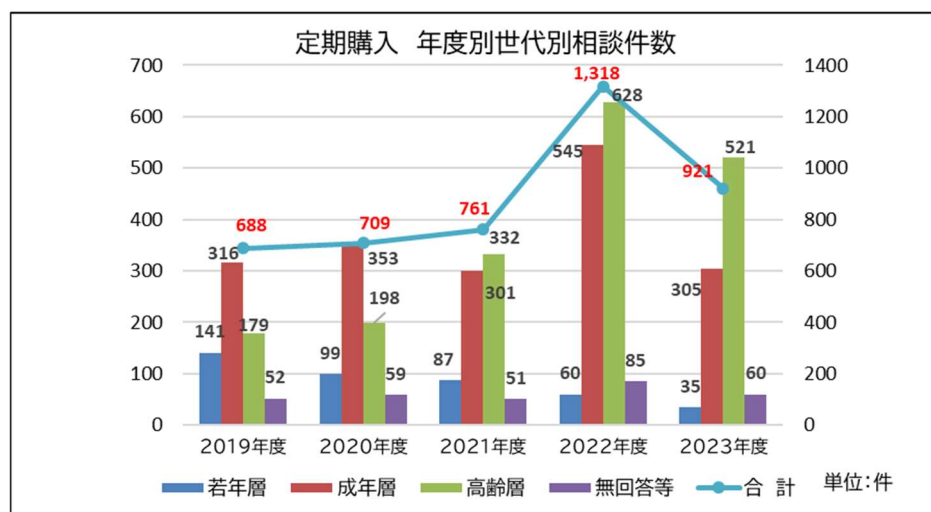
(単位:件)

	2019年度		2020年度		2021年度		2022年度		2023年度	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
店舗販売	2,294	20.5%	2,172	18.1%	1,892	17.2%	2,011	17.8%	1,846	19.0%
無店舗販売	5,598	50.1%	6,334	52.7%	5,652	51.4%	5,923	52.4%	5,044	52.0%
内訳 訪問販売	1,000	9.0%	913	7.6%	772	7.0%	683	6.0%	565	5.8%
通信販売	3,972	35.6%	4,749	39.5%	4,297	39.1%	4,723	41.8%	3,958	40.8%
マルチ・マルチまがい	74	0.7%	94	0.8%	62	0.6%	52	0.5%	34	0.4%
電話勧誘販売	411	3.7%	411	3.4%	377	3.4%	317	2.8%	349	3.6%
ネガティブ・オプション	9	0.1%	33	0.3%	14	0.1%	11	0.1%	8	0.1%
訪問購入	64	0.6%	72	0.6%	88	0.8%	78	0.7%	79	0.8%
その他無店舗	68	0.6%	62	0.5%	42	0.4%	58	0.5%	51	0.5%
不明・無関係	3,280	29.4%	3,506	29.2%	3,458	31.4%	3,380	29.9%	2,812	29.0%
合 計	11,172		12,012		11,002		11,313		9,702	

(6) 定期購入関連の苦情相談件数

定期購入に関する苦情相談件数を世代別で見ると、2021年度より高齢層の割合が増加しています。2023年度をみても高齢層からの相談は、全体の921件のうち521件あり56.6%を占めています。

主な商品を見ると、「化粧品」と「健康食品」が挙げられます。いずれの商品も、「お試しで商品を購入したつもりが定期購入になっていた」という相談や返金方法に関する相談が多く寄せられました。



定期購入に関する主な品目

(単位:件)

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	対前年比	増減比
化粧品	291	262	446	970	555	-415	-42.8%
健康食品	353	346	221	214	235	21	9.8%

(7) 水まわり関連の苦情相談件数

水まわりの相談件数は、2020 年度まで増加していましたが、悪質な契約トラブルに遭わないための注意喚起や啓発を継続的行ったことにより 2021 年度より減少し、2023 年度は対前年度比で 11.5% 減少しました。

