

令和4年度第1回芦屋市消費者教育推進地域協議会 会議録

日 時	令和4年4月22日（金）10：00～11：30
場 所	芦屋市男女共同参画センター大会議室
出席者	会 長 上田 孝治 副会長 川崎 和代 委 員 冬頭 佐智子、永瀬 隆一、阪口 忠之、三谷 百香、 入江 祝栄、野村 大祐、岩本 和加子 欠席委員 東矢 道明
事務局	市民生活部部长大上 地域経済振興課 課長平見、消費生活係長山本、課員松原
会議の公開	■ 公 開
傍聴者数	0人

1 会議次第

- (1) 開会
- (2) 議題1 令和3年度実績報告について
- (3) 議題2 アンケート（市民意識調査）内容について（協議）

2 資料

- (1) 次第
- (2) 令和3年度取組状況確認シート
- (3) 消費生活トラブルに関するアンケート（前回分）
- (4) 消費生活トラブルに関するアンケート（今回分）
- (5) 市民アンケートについての意見・助言一覧
- (6) 主なアンケートの変更点
- (7) 第3次消費者教育推進計画策定スケジュール

3 審議経過

- (1) 開会 <委嘱状の交付>
- (2) 会議成立要件等の確認
- (3) 議題1 令和3年度実績報告について  
(令和3年度の実績報告について説明)

(会長) ありがとうございます。ただいまの説明に関して、ご意見、ご質問等があればお願いいたします。ないようですので、先に進みます。

議題2 第3次芦屋市消費者教育推進計画について

(会長) 第3次計画に向けてのアンケートの内容について、説明をお願いいたします。

(事務局 山本) (第3次芦屋市消費者教育推進計画について説明)

(会長) ありがとうございます。概要の最終ページに「計画の指標」があります。指標はアンケートのデータを利用するため、引き続き今回のアンケートにも掲載されているのだと思います。

最初のページに「38兆円」という数値が挙がっていますが、これは何の数値ですか。

(事務局 山本) 毎年実施されている消費者庁の調査の結果です。

(会長) これは、全国の1年間の数値ですか。

(事務局 山本) はい。

(会長) 累計だと考える方もおられるかもしれませんが、何年度の全国の結果か明記しておいたほうが、わかりやすいと思います。

(事務局 山本) 最新のデータとして、2020年の消費者被害トラブルの推計結果が、消費者庁より挙がっており、引用しています。

(永瀬委員) 芦屋警察に聞けば、全国の値、兵庫県の値、芦屋市の値を把握しているので、教えていただけたと思います。芦屋市の数値も載せたほうがよいと思います。

(会長) 芦屋警察が把握しているデータは特殊詐欺のデータだと思います。今回から、アンケートの回答がQRコードを利用して、インターネットでも可能になりましたが、紙面での回答と重複回答の心配はありませんか。重複回答を防ぐ仕組みはありますか。

(事務局 松原) 無記名回答ですので、重複を防ぐことは難しいです。

(会長) そのような重複回答をされる方も少ないので問題ないかと思います。

また、最初のページで、「アンケート結果はどのように公開されますか」という質問に対し、「計画が策定予定」という回答になっているため、質問と答がかみ合っていないような印象を受けます。アンケート結果と計画は別のもので、両方まとめるという考え方ですか。

(事務局 山本) 前回は計画書の中にアンケート調査結果も載せました。

(市民生活部長) それができるような表現に合わせます。

(会長) また、「消費者教育推進計画」という計画名に「第3次」を入れたほうがよいと思います。他にご意見等はございませんか。

(三谷委員) 問11で網掛けになっている部分は、前回と見比べると、「暗号資産(仮想通貨)等」とあります。「等」ということですが、他にどのようなものが想定できるのですか。前は「キャッシュレス決済・仮想通貨等」という表現でした。今回、イメージできませんでしたので、今回、追加するものがあれば明記するとよいと思います。

(会長) もともと「仮想通貨」と言われていましたが、通貨と言いながら通貨としてはまったく使われていないという実態があります。投資したものに関して、上り下がりですと損得するということで、法律上、「仮想通貨」から「暗号資産」という名称に変わりました。おそらく、キャッシュレス決済は決済の話、暗号資産や仮想通貨が投資的な話として分けたということだと思います。ただ、ご意見の通り、「等」ということだと他に何があるのか、わかりにくいと感じます。「証券取引、金融商品取引」と思います。

(三谷委員) 今のご説明だと、「暗号資産等、金融商品取引のしくみ」としたほうがよいということですか。

(会長) そうですね。他にご意見等はございませんか。

1枚目の裏面に、情報商材のことが載っていますが、これは前回と同様ということでしょうか。

(事務局 山本) はい。

(会長) 情報商材は現在もありますが、急増しているということではないかと思います。アップデートをしていくのか、するとすればどのようにするのか、いかがでしょうか。

(事務局 山本) 当初、成年年齢引き下げに関することを載せようと考えましたが、全世代に共通しているテーマとして、前回と同様としています。

(会長) 現在は、全世代で定期購入に関することが非常に多くなっていると思います。サブスクリプションを含めて解約できないというようなトラブルが増えています。また、水回り等の生活レスキュー系のサービスのトラブルも増えており、特に兵庫県では対応策も出ています。

また、188（イヤヤ）の認知度は調査していますか。この中にも「トラブルになったときに188（イヤヤ）に連絡をした」という項目がありますが、ほとんど知られていません。可能であれば載せるとよいと思います。載せることで、「188（イヤヤ）とは何か」と思う人が増え、認知度を上げることにつながると思います。

他にご意見等はございませんか。

(阪口委員) テレビショッピングの正しい使い方について、「最初だけ無料」ということで、その後はどのようになるのか見えません。そのようなトラブルで困っている方は大勢おられ、クーリングオフができないという方も多いと思います。電話で簡単に契約し、解約できず、1年間支払い続けるような場合もあると思います。

(副会長) このアンケートに関する話からは外れますが、今の定期購入に関しては、昨年、消費者協会を立ち上げたときに、J:COMの「広報あしや」で、「あるある事例」を流しました。寸劇で「安いと思ってもよく考える」ということで「だめだめ」な事例を挙げています。ただ、高齢の方はJ:COMに加入していない方も多く、見ることができませんので、YouTubeでも発信しているとお伝えしました。市でも発信をしておられると思いますが、それは継続しないと効果がないと思います。

(阪口委員) 若い世代は「裏があるのではないかと警戒する傾向にありますが、高齢者は見えたものを信用してしまう傾向にあり、それがトラブルのもとになっていると思います。

(副会長) 「だめだめ」な事例を、老人会等でも発信しています。

(阪口委員) 「知らず知らずのうちに引き込む」という手口ですので、それに乗ってしまうと危険です。一番多いトラブルは、見えている商品と送ってきた商品が違うというものです。自己責任ですが、その手に乗らないようにするという啓発ができるとよいと思います。

(市民生活部長) そのような意味では、市でもこのアンケートの後に、新しい第3次計画の中に書き込みや継続的な周知の方法等を載せ、具体的な取り組みのもとになる計画づくりにつなげていきたいと考えております。

本日も協議いただいているアンケートも、単に状況やお考えをご回答いただくだけでなく、アンケートに目を通していただくことで、何か気づいていただくことができるとと思います。アンケート自体が周知の手段の1つになり得るとよいと考えております。これは、市でアンケートを行うときにいつも考えていることです。

もちろん、アンケートですので、できるだけ多くの方に回答していただける形につくり込む必要があります。項目の数や言葉遣い、特に今回新たに加えた成年年齢に関する設問に答えやす

くなっているのかという視点で、網掛け部分についてもご意見をいただけるとありがたいと思います。

(**阪口委員**) 成年年齢が引き下がったことで、18歳になったので何でも契約できるということだと大変です。そのようなことに関しての記述はありますか。

(**会長**) 最後のページに記載があります。設問の内容がこれでよいか、皆さんで議論したほうがよいと思います。

(**市民生活部長**) 事務局でもたたき台をつくる際に試行錯誤いたしました。「成年年齢の法改正のことをご存知か」という設問が、どのようなターゲットに向けた設問なのか、そもそもすべての方に対し、「成年になるということは、このような契約者になり得る」ということ自体をご理解いただけているのか、改めてお示しする表現ということで、このような遠回しの言い方になっています。もう少し、具体的なトラブル事例を見せたほうがよいかもしれないと、悩んだ部分ではあります。

(**会長**) 成人後であれば、「全部できる」という話になります。「何を聞きたいのか」ということになると思います。

(**市民生活部長**) 一般的には、すべての項目に丸をつけると思います。

「このようなこともできるのか」「このようなことになるのか」と、回答するとき啓発したいという思いが強く表れた書き方になっているかもしれません。

(**副会長**) 私は「消費者金融でもお金が借りられるのだ」と思いましたが、他にもできることはありますか。

(**会長**) これまでも契約は単独でできましたが、取り消しができるということでした。成年年齢引き下げのメリットとしては、親子関係がうまくいっていないような場合でも18歳で契約できるようになることだと言われていますが、逆に言えば取り消しができないので辛い立場になりやすいと言えます。消費生活センターでは、年齢だけで取り消しできるということは、大変有力な武器でしたが、それがなくなったということです。

(**永瀬委員**) 「知っているのか、知らないのか」という回答をいただく設問になっています。アンケートでありながら、情報提供も兼ねるのであれば、横に小さく「ちなみに、以上はすべて可能です」と記載して、「知っているか知らないか」だけを聞けば、アンケートでありながら情報提供という意味合いも出せると思います。

(**会長**) (1)「18歳に引き下げられたことを知っていましたか」という設問は必要だと思いますが、皆さんご存知かもしれません。いかがでしょうか。「当てはまるものすべてに丸」という表記は不要だと思います。

(**事務局 松原**) そもそも「知っているか、知らないか」ということでは、本市としては知っている方が多いという結果が理想ですが、例えば「知らない」という人のほうが多くなった場合、次の計画をたてる際に、「成年年齢の引き下げに関するセミナー等を開催したほうがよい」というような方針につながりますので、この設問は入れたいと事務局で考えております。

(**会長**) もともと成年年齢の引き下げを「選挙権の引き下げ」と一緒だと考えている人も多くおられますし、お酒やタバコの制限とも混同している方もおられます。「正確に理解しているのか」ということは、アンケートではわからないかもしれません。設問のしかたが非常に難しいと思います。成年年齢の引き下げの具体的な意味合いが理解できていないと、20歳から18歳になったことだけを知っていても、どこまで理解できているのかわかりません。

(事務局 松原) 成年年齢が何に適用されるのかを知っているのかどうかという周知は、私どもとしても見たいと考えています。ただ、そのような設問にすると、クイズのような形になってしまう恐れがあり、バランスを取る難しさを感じます。啓発ということで、「これを知っていますか」という形で設問することも、1つの方法だと考えております。これを知っていただく機会にできればよいと思います。

(会長) むしろ「成年年齢引き下げでこのような状況になるので、どのような施策が必要か」ということを問う形のアンケートのほうが、消費者教育推進計画としては意味があるように思います。知識として「取り消しができない」等を、このアンケートの中でお伝えすることはよいと思いますが、アンケートの取り方としてはいかがでしょうか。

(市民生活部長) 重要なことは、例えば、問 15 (2) では、「このようなことができる。ということは、このような危険性もある」という形で伝えることだと思います。「未成年だったときと比べて、このように変わる」ということを伝えることで、その危険性をご存知かどうか聞ければ一番有効だと思います。もしかすると、「全問正解で知らないことがあった」ということになるかもしれません。

(永瀬委員) 成年年齢が 20 歳から 18 歳になるということですが、自身がその年齢であったり、子どもや孫がその対象年齢であれば非常に興味をもたれますが、そうでなければ関心がない問題だと思います。3,000 人にこのアンケートを送付しますが、関心をもつ年齢層の方の割合は低いのではないのでしょうか。また、仕事としてこの問題に関わる方、例えば不動産屋等、今まで契約できなかった 18 歳の方と契約する可能性もあるような職種の方にも不安があり、関心があると思います。両方の面から注意した記述ができるとよいと思います。

(阪口委員) 設問 4 は必要ですか。3,000 人はどの幅の方を選ぶのでしょうか。小学生が受け取ったときには、母親と相談しながら回答することを想定しているのですか。

(事務局 松原) アンケートについては 18 歳以上の方を対象にしており、10 歳代、20 歳代、30 歳代、40 歳代、50 歳代、60 歳代、70 歳代、80 歳代以上までの各年代、それぞれに配布する形になります。

(阪口委員) 私の孫は中学生になり、スマートフォンを購入して怖いと感じています。制限をかける必要があると思います。

(市民生活部長) 1 ページの属性の部分をできるだけ少なくしています。属性によって全体の傾向と異なる結果がでるようなことがあれば、その対象に向けて特化した取り組みが必要だと判断することができます。一方で、お住まいの町により、被害の件数や、特化した被害があるというような傾向は、芦屋市では考えにくいと判断し、お住まいの町を聞く設問は割愛しています。

(阪口委員) 統計的に後から出てくる数値なので、先に聞く必要はないと思います。

(事務局 松原) 統計的に、この年齢の方が芦屋市内に何人お住まいなのかは示されていますが、そのような方たちがどのような消費者トラブルをお考えなのかという精値については、なかなか把握できないという実態がありますので、このアンケートを基にそのようなことも知りたいと考えております。

(永瀬委員) 前回のアンケートの回収率はどのぐらいで、今回のアンケートはどれぐらいの回収率をめざすのか、教えてください。

(事務局 山本) 前回のアンケートの回収率は 47.3% で、3,000 通配布した内 1,419 通回答がありました。

(事務局 松原) 本市で計画をたてるときには、市民アンケートを実施しますが、だいたい 50%前後の回収率です。中には 40%程度の場合もありますので、少なくない数値ではあると考えております。

(永瀬委員) 回収率が一番、今後の参考になる数値だと思います。ですので、前回は最初の数値を載せるとか、イラストをつけてインパクトのあるものを示したのだと思います。そのような工夫をすることで、回収率は上がると思います。

そのような意味では後半のほうが回収率の向上につながるとは思いますが、成年年齢に関しての今後の啓発活動やセミナー等の対象や内容について、参考になると思います。今後、何をするのかを想定して、今後の活動のための設問になるように、再度ご検討いただけるとよいと思います。

(副会長) このアンケートに自分で回答し、近所の方や知り合い、50人ほどに聞きましたが、アンケートが届いた人はいませんでした。3,000人という数は妥当な数なのか、また、もっと増やすことはできないのですか。

(事務局 松原) 予算の関係もありますが、前々回のアンケートは 2,000 通でしたので、少し増やして 3,000 通ということです。

(副会長) 市民は小さい子どもも含めると 9 万人です。消費生活センターの場所もご存知ない方も多く、民生委員の方でも役所の中にあると思っている方がいました。まだまだ啓発が必要だと思います。泣き寝入りしている方が多いので、また出前講座をしていただきたいという話になりました。そのためにも、アンケートの配布数を増やすことができると有効だと思いました。

(事務局 松原) 本市としては消費生活センターの認知度も増やしていきたいと考えておりますので、概要版にも、指標として「認知度」を挙げ、その値を増やしていけばよいと考えております。知っていただくための方法はいろいろあると思います。このアンケートもそうですし、他にも SNS やセミナー、出前講座等いろいろな方法で、消費生活センターを知っていただき、そこから消費者トラブルについても知っていただけるとよいと思います。それについては、今後、検討をしていきたいと考えております。

(市民生活部長) 知っていただくには、アンケート数を増やせばいいかと思えます。ただ、アンケートは傾向の割合、ちらばり具合の基礎的な傾向をみるためのものです。加えて、対象者への周知も兼ねると考えると、数を増やしたほうが周知につながると思います。本体計画によって取り組むことと、その材料とするために傾向を探る目標で、一定の値として、3,000 通としております。

(阪口委員) 世帯数で 5% から 7% で、おおよその傾向をつかめるのではないのでしょうか。

ほとんどの方がご存知ないと思います。世帯数で考えると 5 から 7% ということです。

(永瀬委員) 回答率 50% として、1,500 人の方の回答を得ることで偏るとは考えにくいということですね。

(市民生活部長) 設問内容の分野にもよるかもしれませんが、生活全般に関わることでは、最小限かもしれませんが妥当な数だと認識しています。

今後、この消費者教育だけでなく、行政が行うアンケートでご意見をうかがう方法は、アプリを利用して簡単になることが前提かもしれませんが、その手法についても開発、改善の余地があると考えております。

(阪口委員) この数値自体は傾向の数値です。10 万人の意見を調べたわけではありません。傾向さえ

つかめれば、方針を立てることができるということです。

(市民生活部長) この計画の目的は、消費生活センターのことを知っていただくこと、トラブルのもとを知っていただくこと、それらをどのように広めていくかということです。今後、この協議会でも、内容についてのご意見をいただく予定です。

(会長) 消費生活センター新聞は、全戸配布ですか。

(事務局 山本) はい、全戸配布です。

(会長) そこでは、アンケートのことを聞いてみてもいいと思います。

(冬頭委員) 私どもが実施するアンケートの回収率は20%あればよいという感覚で、30%あれば高いというイメージです。47%も回答率があることは驚きです。書いて投函することが1つのハードルになると思いますので、今回、QRコードをつけて実施することが、どのように関係してくるか、また、QRコードからの回答がどれくらいあるのかということは今後のアンケートの基準にもなると思います。

(事務局 松原) QRコードからの回答の割合がどの程度なのか、数値で表しますので、それを今後どういった形につなげるのか、考えていきたいと思います。

(冬頭委員) 今回、コロナ禍で大変でありましたが、高齢者の方も含め、ITリテラシーが非常に高まったと感じます。年代別の推移がわかるとよいと思います。

(阪口委員) QRコードが読み取れない年代がどれほどいるのかと思います。スマートフォンだけになったら高齢者は困ると思います。当面は、文書と併用してアンケートをしていただくほうが、安心感があると思います。

(会長) 他にご意見等はございませんか。成年年齢の設問に関してもご意見があればお願いいたします。

(永瀬委員) 裏表紙の内容は会長の意見にもありましたが、最新のものにできますか。

(事務局 山本) 「定期購入」という表現に変えようかと思っています。

(会長) 定期購入は「お試し」で始まることが多いので、それで終わると考える方も多いですが、実際には契約が義務付けられている場合もあります。また、契約は簡単にできるけれども、解約は窓口等が見つけにくいとか、電話が繋がらないなど、やりにくくなっている場合も非常に多くなっています。入りやすく出にくいということです。そのようなことも、最新の情報として載せていただけるとよいと思います。

(永瀬委員) この裏表紙が情報提供になるということですね。成年年齢に関する情報提供をするとすると、最後の設問は不要になります。

(会長) 「芦屋市消費者協会」をどこかに入れていただけるとよいと思います。この名称を知っていただけると、相談先の1つにもなり得るので、情報として挙げていただけるとよいと思います。芦屋市独自の取組を実施しているのであれば、一般的なアンケートだけでなく、市民の皆さんがどのような意識をもっているのかを把握したいと思います。

(副会長) 消費者協会を立ち上げてほしいと何度も言われていましたが、なかなか状況が許されないもので、今はできないと言っていました。この協議会に参加してみて、行政では制限があっても、私たちであればもっとアピールできることがあり、発信できると感じ、立上げました。時期的に新型コロナウイルス感染症の影響もありましたが、投げ出された状況で戸惑いがありました。J:COMや芦屋市の通信にも載せていただき、業務委託もして努力しています。会費も集めていませんが、何とか続けられています。今以上に行政が応援していただければ、例えば会

員の発表の場がほしいという意見もあります。よろしくお願ひいたします。

(会長) 設問のどこかに「消費者協会」という言葉があるだけでも違うと思います。

(阪口委員) 防災と同じで、自分の身に降りかからないと関心が持てないと思います。アピールしても心に留めていただけないことが多く、難しいと思います。

(副会長) 単独ではなかなか活動ができませんが、横同士で連携し合うことで、まず名称の周知だけでも違うと思います。

(入江委員) 私は、今回この協議会に参加して、消費者協会の存在を知りました。この協議会の存在は知っていましたが、協会の存在は知りませんでした。もし協会でチラシ等をつくることがあれば、青少年愛護委員会でも配ることができます。

(副会長) チラシも制作しましたが、資金が必要になります。

(入江委員) データで配信していただければ、そのデータを配ることもできます。

(副会長) ホームページ作成にも料金がかかりますので、市のホームページのどこかに「消費者協会からのお知らせ」という形で載せていただけるとありがたいという意見もありました。

(永瀬委員) 協会が立ち上がったときには、「とりあえず関わっている人だけでつくる」という感じを受けましたので、私も関わらずにいました。どのような位置付けの存在にしたいのか、いろいろな団体を巻き込みたいのかどうかもわかりませんでした。商工会でも消費者協会のことは口に出したこともありません。この施策にも、商工会はあまり関わっておりません。今のお話だと、協力がなくてこれ以上の活動ができないということですが、会則等の資料もまだ見たことがないので、資料的なものから始まり、どのような関わり方ができるのか考えることに進めるのだと思います。この協議会ができ、協会ができ、次の段階に移ろうとされているのであれば、そのようなアプローチのしかたが必要だと思います。手順を踏んでいただければ、当然、商工会にも相談いただいて結構だと思います。

(副会長) わかりました。ありがとうございます。

(会長) 名称だけでも入っていれば、知っていただくことにつながると思います。費用もかかりませんので、有効だと思いました。直接的に「知っていますか」というような設問を設ける必要はなく、どこかに盛り込めればよいと思います。

(三谷委員) 相談ができるのですか・

(副会長) 「解決はしないように」と言われています。解決するには資格が必要ですので、「消費生活センターがあります」とお伝えして、泣き寝入りを防ぐことはできます。何度かつないだことがあります。「消費者協会だけでなく、民生委員・児童委員等も含め、高齢者見守りの際に取り組んでいきましょう」という考え方です。メンバーには福祉委員と民生委員も入っています。催しものにも参加していましたが、すべて中止になりましたので、今後に期待しています。また、ご協力をよろしくお願ひいたします。

(永瀬委員) 防犯協会の婦人部等はコロナ禍でも、年金支給日には啓発活動をしています。それは、消費者協会のやりたいことの一部でもあるのですか。連携することは可能ですか。この協議会の名称は内容が想像できるのですが、「消費者協会」という名称は少しわかりにくい名称だと思います。その違いもあります。

(副会長) 事業者の方に誤解されることもあるのですが、「賢い消費者をめざす」ということですので、お互いに協働しながら、地元を活性化する商品を広めるご協力もします。

(永瀬委員) 知らずに、よいと思って行っていた事業が、トラブルを巻き起こすという場合もあり、



事業者も知らないこともあります。その教育の面でも必要だと思います。

(副会長) 消費者協会は地元を大切にすることで水道関係のトラブルが起きているときには、まず地元の事業者に修理を頼むことを勧めています。

(会長) 消費者協会の窓口はどのようになっているのですか。

(事務局 山本) 事務局は地域経済振興課です。

(会長) 他にご意見等はありませんか。

成年年齢については、引き下がったことを明記し、「引き下げに伴い、家庭内等で対策をとっているかどうか」という聞き方をしてもよいと思います。設問の内容が難しいですが、「特に何もしていない」という方が圧倒的に多ければ、施策を立てる必要があると思います。

アンケートは、啓蒙クイズとは違うので、啓発的な取り組みは、別に行ったほうがよいかと思っています。

(永瀬委員) 回答していただくために引き付けるような内容を最初のページに載せ、アンケートはアンケートに徹底し、情報提供よりも聞きたいことを聞くという姿勢がよいと思います。それを反映したものが今後の活動につながっていくということです。

(会長) 概要版の指標がありますが、めざす方向が上と下で混じっています。全部、上のほうがわかりやすいと思います。下げる方が望ましいものには逆の言い方をすれば、上になると思います。見やすさを重視したほうがよいと思います。

(事務局 松原) ご提案のように変更できます。このアンケートをもとに素案をつくりますので、次の協議会でそのようなご指摘もいただきたいと思います。

(会長) 他にご意見等はありませんか。では、議題2は終了いたします。

#### 4 その他

(事務局 平見) 今後のスケジュールをお伝えします。

いただいたご意見を踏まえ、アンケート案を修正いたします。修正後は会長に目を通していただくことでご了承ください。アンケートについては、今後、市役所内部の幹事会、本部会でもご意見をいただき、修正後、配布という流れになります。市民の方向けには、6月に配布となります。皆さまにも届くことがあればご協力ください。よろしく願いいたします。次回の協議会は9月開催を予定しております。ご協力をよろしく願いいたします。

#### 5 閉会