

神戸市消費生活会議 委員名簿【平成30年6月改選】

資料 1

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			12名
(新)	池 田 千 鶴	神戸大学大学院法学研究科教授	○
	大 谷 真 一	神戸市教育委員会事務局学校教育部長	
	窪 田 充 見	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	○
	山 下 貴 子	同志社大学大学院教授	○
(新)	長 瀬 たけし	神戸市議員 (自由民主党)	
(新)	朝 倉 えつ子	神戸市議員 (日本共産党)	
(新)	向 井 道 尋	神戸市議員 (公明党)	
(新)	人 見 誠	神戸市議員 (こうべ市民連合)	
(新)	三木 しんじろう	神戸市議員 (日本維新の会)	
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	
	新 保 雅 子	生活協同組合コープこうべ理事	○
	玉 田 はる代	神戸市消費者協会会長・神戸市婦人団体協議会会長	
	床 谷 三 鈴	神戸市消費生活マスター	○
(新)	西 網 康 治	神戸労働者福祉協議会	
事 業 者 代 表			2名
	川 口 徳 子	一般社団法人日本ヒーブ協議会元代表理事	○
	島 谷 克 史	公益社団法人消費者関連専門家会議理事長	○

計 22名

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

	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	10店舗	10店舗/年	10店舗/年	
②不当取引に関する事業者指導の実施	5社	(※1)	7社	
③神戸市消費者あんしんメールやSNSの登録者数	1,571人	3,000人	1,988人	
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	26.0%	10%	—	最終年度にアンケート実施予定
⑤高齢消費者見守りサポーター登録者数	246人	のべ1,500人	999人	内ケアマネ94人
⑥高齢消費者対策サイトへのアクセス件数	1,541件	10,000件	8,729件	

主な取組事例

- ・インターネット消費者トラブル被害の未然防止を目的とした啓発グッズ（スマホクリーナー）を作成し、携帯電話ショップを通じて消費者へ配布。（携帯電話大手3社と連携 計22,200枚）
- ・神戸市老人クラブ連合会の会員を対象に実施してきた、「高齢消費者見守りサポーター」の養成について、新たに居宅介護支援事業所ケアマネジャーも対象に実施し、高齢消費者の見守りを推進。
- ・毎月、消費者啓発のトピックスチラシを作成し、生活協同組合コープこうべの夕食宅配事業と連携して利用者の自宅まで直接配布（約3,200枚/月）するとともに、神戸市老人クラブ連合会単位クラブ会長（約450名）や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。
- ・あんしんすこやかセンター連絡会や地域の会合等を通じ、福祉関係者等に積極的に悪質商法の手口などを情報提供することで、高齢消費者被害を水際で抑制。
- ・計量法に基づき実施している工場、店舗等への各種立入検査について、神戸市の施設に設置している子メーター（電気計器）の立入検査を実施。（外観検査193器、台帳検査1,133器）

(2) 消費生活におけるトラブルの「相談」

評価指標

	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	67.4%	80%	—	最終年度にアンケート実施予定
②消費生活相談員研修の実施	6回	6回/年以上	6回/年	

主な取組事例

- ・ホームページ、啓発チラシ・啓発グッズ、講座、イベント等で消費生活センターを紹介。
- ・日々の相談内容について、「消費者被害情報」や「KOBEくらしのレポート」、ホームページ等による情報発信、報道機関に対する定期的な資料提供、メディアを通じた情報提供。
- ・機会あるごとに「188」（消費者ホットライン）を周知。
- ・相談員自主研修を年6回開催したほか、外部研修への参加等を通じて、相談員の対応力の維持向上を図った。

(3) 消費生活におけるトラブルの「救済」

評価指標

	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	2回	2回/年以上	2回/年	
②必要に応じ、クーリング・オフを使える人の割合	50.4%	75%	—	最終年度にアンケート実施予定

主な取組事例

- ・消費者苦情処理審議会において、相談員による対応だけでは解決が困難な悪質事業者等への対応策を審議。
- ・クーリング・オフはがき付きリーフレットを、講座やイベント等で配布し、制度を周知。

※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 平成29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	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）	(新規)	12,000部/年	
②神戸消費者教育センターの年間来場者数	約1,500人/年	4,000人/年	5,300人/年	
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	約25件/年	30件/年以上	41件/年	

主な取組事例

・消費者教育センターにて、啓発パンフレット、DVD等を自由に閲覧できる環境を整備。
 ・消費生活講座（年12回）の他、夏休み、春休み期間には子ども向け講座（年6回）を開催する等、消費者のライフステージに応じた自発的な学習活動を支援。
 ・消費生活マスターと連携し、出前講座や啓発資料の配布等を行い、地域に向けての消費者教育を推進。

(2) 消費者教育の体系

評価指標	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	約1,500人/年	2,000人/年	
②小・中・高等学校における各種啓発講座等の実施	40～50回/年	50回/年	31回/年	
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）	平均約15%（※2）	平均20%	平均15.3%	
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）	(新規)	10社	17社	
⑤一般向け消費生活講座に初めて参加した人数	(データなし)	100人/年	620人/年	
⑥高齢者を中心とした自主学习グループへの参加者数	2,787人	3,000人/年	2,497人/年	

主な取組事例

・教育委員会事務局と連携し、消費生活センターでは小中学生向けスマホ講座を実施するとともに、幼稚園の保護者に対しては、子どもの製品事故未然防止のための啓発ハンドブックを配布。
 ・大学では職員による講義を実施。（関西学院大学2回、神戸学院大学2回、神戸大学大学院経営学研究科1回、神戸芸術工科大学1回、武庫川女子大学1回）
 ・兵庫県内の大学生協同組合（11校）に対して啓発卓上POPを提供し、食堂等に設置。
 ・消費生活講座を年12回開催し、1,065名が受講（初めての参加は約6割）。なお、「こども生活講座」は夏休みに4回、春休みに2回開催し、保護者を含め343名が受講。

(3) 消費者教育の幅広い浸透に向けて

評価指標	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	21,560回	50,000回/年	
②（仮称）「知らず知らずに消費者教育」の協力店舗数	(新規)	100店舗	87事業所	

主な取組事例

・各区役所と連携し、待合場所のモニターに消費生活センターの連絡先を表示。
 ・5月（消費者月間）と12月（年末啓発）に交通局と連携し、地下鉄全駅電光掲示板に兵庫県、兵庫県警と連名で消費者ホットライン「188」をPR。また、兵庫県と連携し、そごう神戸店、神戸大丸店壁面懸垂幕で消費者ホットライン「188」をPR。
 ・郵便局が切手販売時に渡す保存袋の広告枠に、消費生活センターの連絡先を掲示し、市内40局で配布。

※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 平成29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

	計画策定時	目標値	達成度	備考
消費者啓発ツールである「暮らし」、「KOBE暮らしのレポート」、「神戸市消費者あんしんメール」などによる災害等への備えの情報提供	1回	4回/年	2回/年	

主な取組事例

・「KOBE暮らしのレポート」を通じて、自然災害被害を補償する火災保険に関連した詐欺や契約トラブルについての啓発を行った他、「生活情報誌暮らし」を通じて、災害備蓄に関する情報提供を行った。
 ・阪神・淡路大震災が発生した平成7年より、生活協同組合コープこうべと緊急時に際しての生活物資の確保、安定供給に関する協定を締結。毎年、情報交換会を開催し、連絡体制の確認を行っている。

(2) 価格の監視

評価指標

	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	68店舗/月	68店舗/月	62店舗/月	H30より廃止

主な取組事例

食料品・日用品等の定店調査の他、ガソリンやLPG等の石油製品の価格調査を通じて、価格監視を実施。
 ※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、総務省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店調査については平成30年度より廃止。

(3) さらなる対応力の強化

評価指標

	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	-	-	-	

主な取組事例

なし。

神戸市消費生活あんしんプラン2020 平成29年度取組実績についての評価

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：概ね順調

・SNSによる情報提供等、ICT（情報通信技術）を活用した情報提供について、さらなる普及策を検討する。
・引き続きあんしんすこやかセンター等、地域の福祉関係者と連携して高齢消費者被害の未然防止に努める。

(2) 消費生活におけるトラブルの「相談」

評価：順調

相談内容の傾向・特徴を分析し、消費者への啓発に役立てていくとともに、悪質な事業者に対する指導にも活かしていく。

(3) 消費生活におけるトラブルの「救済」

評価：順調

・クーリング・オフ制度について、継続して周知に努める。
・引き続き、保健所や弁護士会、警察等、適切な主体と連携して相談事案に対応していく。

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：順調

引き続き消費者教育センターを消費者教育の情報発信拠点として位置づけ、消費生活マスターの研究の成果も活用しながら、機能の充実を図る。

(2) 消費者教育の体系

評価：概ね順調

・小・中・高等学校における各種啓発講座等の実施について、取り組み強化に努める。
・教育委員会事務局や神戸市老人クラブ連合会等と連携し、ライフステージに応じた消費者教育を通じて「考える消費者」の育成し、消費者市民社会の実現に向けて推進していく。

(3) 消費者教育の幅広い浸透に向けて

評価：概ね順調

日常に溶け込んだ消費者教育の普及のため、引き続き事業者や関係団体と連携した啓発に取り組むとともに、「知らず知らずに消費者教育」協力店についても、さらなる増加に努めていく。

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：不十分

様々なツールを活用して幅広く啓発を行い、評価指標の達成に向けて取り組む。

(2) 価格の監視

評価：概ね順調

他の行政機関等の公表データをもとに、引き続き価格動向や需給状況の監視を行うとともに、物価の急騰時や、物資が不足したときは、必要に応じて実態調査を行う。

(3) さらなる対応力の強化

評価：—

不測の事態が発生した場合には、関係機関との連携を通じて適時適切に対処する。

平成 29 年度短期的課題の取組実績及び平成 30 年度短期的課題（報告）

1 概要

平成 28 年 3 月に策定した「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、社会経済情勢の変化に伴い、めまぐるしく変化する消費者問題に対応するため、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 平成 29 年度短期的課題に対する取組実績

(1) 水回り工事に関するトラブルの抑制（平成 28 年度より継続）

【設定理由】

高齢者の被害が多く、被害金額も高額であることから平成 28 年度短期的課題として設定し、取り組みを進めたが、消費生活センターに寄せられた給排水設備工事等の苦情件数は、27 年度の 172 件から、28 年度は 258 件と増加し、依然として被害が深刻であるため引き続き更なる対策が必要と思われた。

【取組実績】

- ・街頭啓発キャンペーンにおいて、水道局・建設局下水道部と共にチラシ配布（H29. 5、12 / 各 1,000 部）
- ・各区あんしんすこやかセンター連絡会で、チラシを配布し周知（H29. 6～7 / 160 部）
- ・第 6, 7, 8 回見守りサポーター養成講座でチラシを配布し周知（H29. 7、9、11 / 各 60 部）
- ・くらしのパートナー研修会において、水道局・建設局下水道部と連携し、水回りトラブルについて講座を開催（H29. 9 / 174 名）
- ・広報紙 K O B E に記事掲載（H29. 10 / 市内全世帯）
- ・「悪質商法追放」街頭啓発（中央区を除く各区、北神地区）におけるチラシ配布（H29. 10～11 / 約 5,000 部）
- ・事業者の夕食宅配事業と連携したチラシによる注意喚起（H29. 11 / 3,350 部）
- ・消費生活相談の概要を記者資料提供し、注意喚起（神戸新聞 12/5、読売新聞 12/31 掲載）
- ・くらしのレポートに記事掲載（H30. 2 / 1,100 部）
- ・くらしのパートナーを通じてチラシ配布（H30. 2～3 / 1,110 部）
- ・ワンポイント講座で水道局作成の啓発ランチョンマットを配布し周知（H30. 3 / 50 枚）
- ・消費生活講座でチラシを配布し周知（H30. 3 / 200 部）
- ・出張トークでチラシを配布し周知（H30. 3 / 30 部）

【相談件数の推移】

苦情相談件数は 258 件（平成 28 年度）から、273 件（平成 29 年度）と増加した。

(2) インターネット利用に関するトラブルの抑制

【設定理由】

平成 28 年度は、「高齢者に対するスマートフォン等インターネットの正しい使い方の周知」を短期的課題として設定し、対象者を高齢者に絞り、啓発に取り組んだ。

しかし、アダルトサイトや光回線のプロバイダ変更等、インターネット消費者トラブルの苦情相談件数が、世代を問わず高止まりしていたこと、また、今後もスマートフォンなどの更なる普及等に伴い、同様の被害が引き続き発生することが予想されたため、啓発の対象を高齢者に限定せず、すべてのライフステージに広げることとした。

【取組実績】

- ・事業者の夕食宅配事業と連携したチラシによる注意喚起 (H29. 4/3, 050 部 H29. 7/3, 100 部 H29. 9/3, 150 部)
- ・くらしのレポートに記事掲載 (H29. 5、8、H30. 3/各 1, 100 部)
- ・スマホ、インターネットに関する消費生活講座を開催 (H29. 6、7、11)
- ・消費生活相談の概要を記者資料提供し、注意喚起 (神戸新聞 6/7、読売新聞 7/5 掲載)
- ・広報紙K O B E に記事掲載 (H29. 7/市内全世帯)
- ・生活情報誌「くらし」に記事掲載 (H29. 11/5, 000 部)
- ・携帯電話会社と連携し、啓発スマホクリーナーを配布 (H30. 3/22, 200 部)

【相談件数の推移】

苦情相談件数は 2, 502 件 (平成 28 年度) から、1, 951 件 (平成 29 年度) と大幅減少した。

(3) 高齢者の住宅リフォームに関するトラブルの抑制

【設定理由】

相談件数に大きな変動は認められないが、契約金額が高額であることから、消費者が自宅をリフォームする際に、業者との間でトラブルに発展するケースが多く、今後、老朽化した住宅の増加に伴い、高齢者も含めた被害の拡大が予測されたため。

【取組実績】

- ・くらしのレポートに記事掲載 (H29. 5/1, 100 部)
- ・生活情報誌「くらし」に記事掲載 (H29. 7/5, 000 部)
- ・消費生活相談の概要を記者資料提供し、注意喚起 (神戸新聞 8/3 掲載)
- ・広報紙K O B E に記事掲載 (H30. 3/市内全世帯)
- ・事業者の夕食宅配事業と連携したチラシによる注意喚起 (H30. 3/3, 300 部)

【相談件数の推移】

苦情相談件数は 144 件 (平成 28 年度) から、140 件 (平成 29 年度) と微減した。

3 平成 30 年度 短期的課題について

今年度は下記(1)、(2)を短期的課題として設定。

(1) 水回り工事に関するトラブルの抑制（平成 28 年度より継続）

【設定理由】

消費生活センターに寄せられた給排水設備工事等の苦情件数は、27 年度の 176 件から、28 年度は 258 件、29 年度は 273 件と増加傾向が続いている。

依然として被害が深刻であるため、トラブル抑制に向けた取り組みを強化する。

【取組実績】

- ・街頭啓発キャンペーンにおいて、水道局・建設局下水道部と共にチラシ配布（H30. 5／1, 000 部）
- ・くらしのレポートに記事掲載（H30. 6／1, 100 部）
- ・消費生活マスターや職員を講師とした出前講座の場で啓発（H30. 4～6／10 回）

(2) 高齢者をターゲットとする架空請求被害の防止に向けた啓発

【設定理由】

SMS やメール、ハガキ等を悪用した架空請求被害が高齢層を中心に拡大している。

架空請求の手口は日々変化しており、直近では法務省管轄支局をかたるハガキを送りつけ、現金の支払いを要求する手口が全国的に急増しており、消費者庁においても消費者安全法に基づく注意喚起を行っている。

神戸市内でもこうした架空請求被害が高齢層を中心に拡大しているため、被害の防止に向けた啓発に取り組んでいく。

平成 29 年度相談件数：112 件

平成 30 年度相談件数：238 件（4 月～6 月）

【取組実績】

- ・落語家の林家染二氏を講師とした消費生活講座を開催（H30. 5／120 名）
- ・消費生活講座「シニア向けスマホ・ケータイ安全教室」を開催（H30. 6／99 名）
- ・注意喚起パネルを展示。（H30. 5／市内 2 箇所）
- ・フェイスブックを活用した啓発（H30. 6）
- ・消費生活マスターや職員を講師とした出前講座の場で啓発（H30. 4～6／10 回）
- ・事業者の夕食宅配事業と連携したチラシによる注意喚起（H30. 7／3, 400 部）

神戸市消費者苦情処理審議会の運営状況（報告）

資料 4

1 開催実績(前回の消費生活会議（平成 29 年 7 月 5 日）以降の開催)

第 67 回 平成 29 年 12 月 11 日（月）

第 68 回 平成 30 年 5 月 31 日（木）

2 議事内容

(1) 取引の適正化に関する取組について

① 指導した事業者のその後の相談件数等の推移について

	対象事業者数	指導事業者の業種
第 67 回	9 件	携帯電話及び通信サービス、携帯電話販売、上下水道修繕（2 事業者）、インターネット接続仲介（5 事業者）
第 68 回	9 件	上下水管工事（2 事業者）、インターネット接続仲介（5 事業者）、訪問購入、害獣駆除

② 平成 29 年度 事業者への指導について

	対象事業者数	指導事業者の業種
第 67 回	2 件	インターネット接続仲介、上下水道修繕
第 68 回	5 件	訪問購入、インターネット接続仲介（2 事業者）、害獣駆除、上下水道修繕

(2) 平成 29 年度中元期 消費者包装の適正化に関する調査状況【第 67 回】

過大包装と疑われる商品は確認されなかったと報告を受けた。

(3) 平成 29 年度 表示の適正化に係る調査状況【第 67 回】

表示違反のあった事業者に対して口頭指導を行ったとの報告を受けた。

(4) 神戸市消費者包装の適正化の指導に関する要綱の改正について【第 68 回】

神戸市では消費者利益の確保、環境問題への配慮の観点から過大包装を禁止しているが、以下のような課題があることから、柔軟な運用に向けて要綱の見直しを行いたいとの提案を受けた。

①商品の多様化が進み、要綱に規定されている空間割合を超えても、直ちに消費者の適正な商品選択を妨げるとは認められないケースが増えている

②神戸市の基準に適合させるために、事業者に過度の負担を強いる面がある

③全国の政令指定都市の中で、神戸市のみが例外規定を設けていない

(参考)「神戸市消費者包装の適正化の指導に関する要綱（抜粋）」

・過大包装とは、包装容積から内容品体積を控除した空間容積の包装容積に対する割合（空間割合）が 15%を超える消費者包装をいう（§4①）。

・適用範囲は、宝石、貴金属類及び極めて高価な美術工芸品を除くすべての商品の消費者包装（§2）。

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、市民参画推進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(平成18年3月31日規則第121号)抄

この規則は、平成18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、市民参画推進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、平成18年4月1日から施行する。

平成 29 年度消費生活相談の概要について

消費者被害情報（平成 30 年 5 月）

1 概要

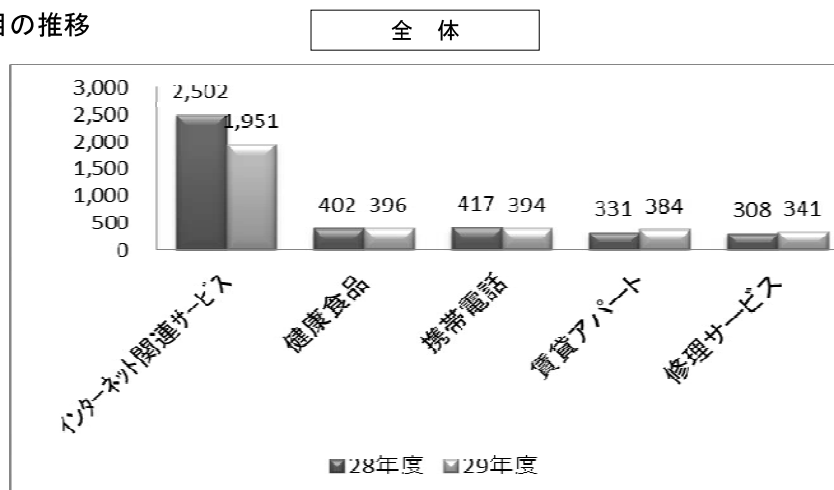
平成 29 年度に神戸市消費生活センターに寄せられた消費生活相談全件数は 11,737 件と前年度に引き続き減少している（対前年度-681 件、-5.5%）。そのうち、問い合わせ・要望を除いた苦情相談件数は 11,041 件である。60 歳以上の高齢層からの苦情相談件数は依然として全体の 30%を超えている。このうち 70 歳以上の高齢層が最も多く、全体の構成比も増加（19.2%→20.3%）している。

前年度に引き続き、「インターネット関連サービス」に関しての相談が最も多くなった。

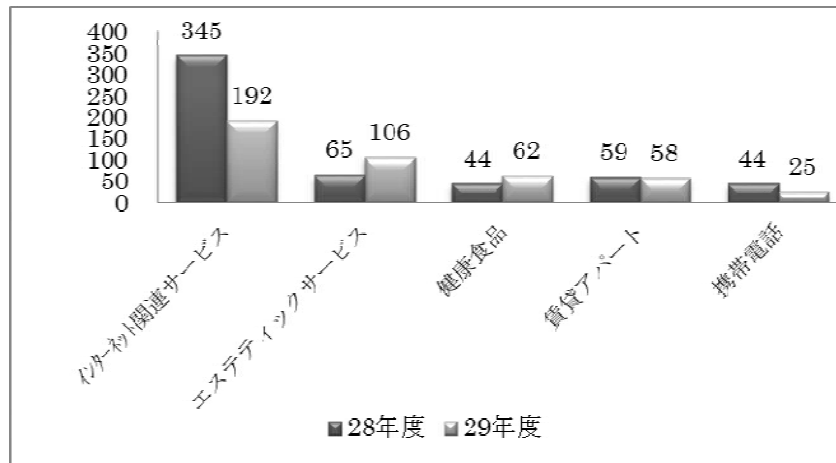
2 苦情相談の傾向

- (1) 全相談件数のうち、苦情相談件数は 11,041 件。「インターネット関連サービス」の相談が最多。
- 依然として架空請求に関する相談が多くを占める「デジタルコンテンツ」（652 件、対前年度-67 件）、この他、前年度に引き続き減少した「アダルト情報サイト」（264 件、対前年度-358 件）や、同じく減少傾向の「光ファイバー」（312 件、対前年度-66 件）に関する相談を含む「インターネット関連サービス」が最多（1,951 件、対前年度-551 件）。
 - 2 番目に多かったのは、定期購入に関するトラブルが多い、「健康食品」の相談（396 件、対前年度-6 件）。
 - 次に「携帯電話」（394 件、対前年度-23 件）。他社への乗り換えや機種変更時のトラブルに伴う解約料に関する相談が多い。
 - 退去時の原状回復費用に関する相談が多い「賃貸アパート」が増加（384 件、対前年度+53 件）。
 - 水漏れやトイレのつまりなどの修理・修繕に関する相談の「修理サービス」が増加（341 件、対前年度+33 件）。
- (2) 高齢層（60 歳以上）の苦情相談は 3,670 件（33.2%）。
- 高齢層の相談は昨年度から減少（3,670 件、対前年度-166 件）。苦情相談件数に占める構成比 33.2%、＝前年度同）。70 歳以上の相談が前年度に引き続き増加（2,245 件、対前年度+22 件）。
 - 「インターネット関連サービス」の相談が高齢層でも最多（687 件、対前年度-171 件）。
 - 「修理サービス」に関する相談が増加（130 件、対前年度+21 件）。
- (3) 無店舗販売に関する苦情相談が減少の 5,622 件（50.9%）。
- 訪問購入（137 件、前年度+29 件）は増加。訪問販売（968 件、前年度-81 件）・通信販売（3,635 件、前年度-384 件）・電話勧誘販売（687 件、前年度比-49 件）は減少。

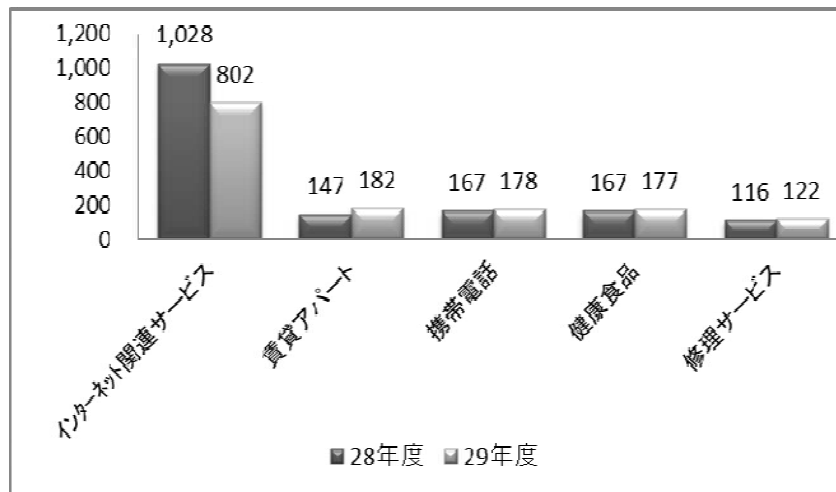
(4) 上位 5 品目の推移



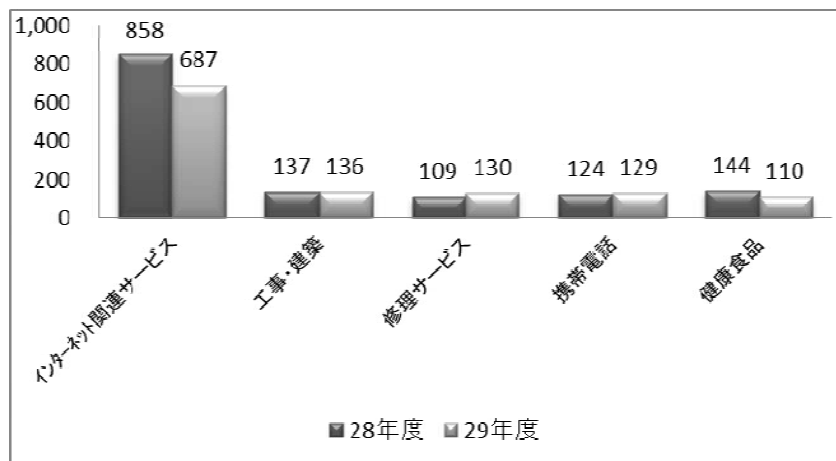
若年層（30歳未満）



成年層（30歳代～50歳代）



高齢層（60歳以上）



3 主な相談事例

(1) 不当請求に関する相談

インターネット関連の中で最も多いのが不当請求に関する相談です。アダルト情報サイトに関する相談件数が減少し、これに伴いワンクリック請求に関する相談が大幅に減少しました。

その一方で、ショートメッセージサービス（SMS）を利用した架空請求に関する相談が増加しており、不当請求が“受け（ワンクリック）”から“攻め（SMSの送りつけ）”に転じている特徴が見られます。

アダルト情報サイトの件数

平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
763 件	1,116 件	954 件	622 件	264 件

ワンクリック請求と架空請求の件数

	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
ワンクリック請求	687 件	975 件	885 件	612 件	230 件
架空請求	359 件	559 件	554 件	732 件	804 件

実在する企業名を騙った架空請求が依然として多く寄せられています。年初に急増傾向でしたが、年度別で見ると、急増した一昨年度と同水準となりました。送信元の企業名別に見た件数の変化から、あらゆる手段で消費者を騙そうとしています。

インターネット関連のうちデジタルコンテンツの件数

平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
470 件 (295 件)	719 件 (545 件)	652 件 (534 件)

() カッコ内は架空請求の件数

実在する会社名を騙った架空請求の件数

	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
DMM、DMM 相談窓口、 DMM カスタマーセンター等	0 件	263 件	37 件
アマゾン相談係、アマゾンサポートセンター、 アマゾンカスタマーセンター等	0 件	16 件	170 件
ヤフー、ヤフーサポートセンター、 ヤフーカスタマー窓口等	15 件	1 件	73 件
グーグル、グーグルサポートセンター、 グーグルサポート窓口等	0 件	0 件	27 件

(※実在する同一名称の会社、及び類似名称の会社とは関係ありません)

【相談事例】

30 代：男性

スマホに大手の会社から「コンテンツ利用料が未納となっている。本日中に連絡しないと法的手続きになる。」と SMS が届いた。記載されていた番号に電話をかけ、住所と名前を伝えたところ、「38 万円払うよう」言われたが、覚えが無いので電話を切った。

20 代：男性

携帯電話に「有料動画料金が滞納。今日中に連絡がないと法的手続きになる。」と SMS が届いた。大手の会社名だったので信用して電話をかけたところ、相手から「昨年からの登録になっている。24 万 8,000 円の支払いが残っている。」と言われた。登録した覚えがないと伝えたところ、「登録はあるが利用履歴がないので一旦支払えば後日に返金する。」と言われた。その後コンビニで 9 万円分のプリペイドカードを購入し相手にカードのコード番号を伝えてしまった。

(神戸市消費生活センターからのアドバイス)

SMS (ショートメッセージサービス: 電話番号宛に届くメール) には、「本日中に連絡 (支払い) しなければ、法的手続きをとる」など、不安をあおる内容の文言で連絡をするように仕向けてきますが、相手に連絡をしてはいけません。無視して関わらないことが一番の対処法です。

何らかの情報源を元に消費者へ送りつけていますが、送りつけられた時点では相手には個人情報伝っていません。一旦連絡してしまうと、言葉巧みに個人情報を聞き出され、その後も別の手段で請求が続くことになる危険性があります。心配な方は消費生活センターへ相談ください

(2) 架空請求はがきに関する相談

「総合消費料金に関する訴訟最終告知のお知らせ」と表題が書かれた架空請求はがきに関する相談が急増しました。この中でも高齢女性が狙われている特徴が見られます。

架空請求はがき

(件数)

平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
14 件	7 件	8 件	2 件	101 件

(年齢別件数)

	平成 28 年度	平成 29 年度
30 歳未満	1 件	0 件
30 歳代～50 歳代	1 件	11 件
60 歳以上	0 件	73 件
不明	0 件	17 件

(男女別件数)

	平成 28 年度	平成 29 年度
男性	1 件	8 件
女性	1 件	91 件
不明	0 件	2 件

【相談事例】

80 代：女性

高齢で認知症の母宛に「消費料金が未納で訴訟に移行する」という内容が保護シールで隠されたハガキが届いた。保護シールが貼られていたので役所からの通知かと思った。母は認知症なので何らかの契約はできないはず。取り下げ期日が書かれているが消印の日を見ると実際に送ってきていることから不自然。

(神戸市消費生活センターからのアドバイス)

公的機関のような名称のところから「この度、貴方の利用されておりました契約会社、もしくは運営会社側から契約不履行による民事訴訟として・・・」こんな文面で始まるハガキがある日、突然送られてきたら、契約した覚えがなくても不安になってしまいます。この中では「訴訟」「原告」「執行官」「差し押さえ」等々、日常の生活では馴染みの無い法律用語を羅列し、あえて具体的な契約内容は記載せず、曖昧な表現にすることで心理的「もしかしたら」と思わせるように追い込むのが相手の狙いです。

SMS での架空請求の事例では電話番号宛に送られてきますが、ハガキの場合もなんらかの手段で入手した名簿を元に送付してきていると思われそうですが、絶対に連絡をしてはいけません。連絡をすると電話番号まで知られることとなります。その後に請求の電話が架かってくるかもしれません。絶対に応じることなく、迷った場合は、「消費者ホットライン」188にご相談ください。

【参考】消費生活相談事例「情報保護シール付の架空請求はがきにご注意！（平成 30 年 2 月）」

<http://www.city.kobe.lg.jp/life/livelihood/lifestyle/seikatujouohu/1-1.html>

(3) 賃貸アパートに関する相談

「賃貸アパート」に関する苦情件数のうちでも、原状回復費用や、修理代、保証金の精算に関する事等、退去時のトラブルに関する相談が例年半数近くを占めています。

賃貸アパートに関する相談件数

	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
相談件数	360 件	345 件	377 件	331 件	384 件
退去時のトラブル等	176 件	175 件	177 件	167 件	181 件

【相談事例】

30 代：女性

ペット可の賃貸マンションで、部屋の中では犬を放し飼いにしていた。この度引越しすることになり、管理会社の人に家を見てもらったところ、「フローリング全面の張替えが必要」と言われ、高い原状回復費用を請求された。

(神戸市消費生活センターからのアドバイス)

国土交通省作成の、「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」では、「原状回復」の費用負担に関して一般的な考え方が示されています。

この中では、「原状回復」について「借人の居住、使用により発生した建物価値の減少のうち、借人の故意・過失、善管注意義務違反、その他通常の使用を超えるような使用による損耗・毀損を復旧すること」と定義されています。

借主が通常の使用による経年劣化が原因の修理費用は、賃料に含まれているものであり、修繕費用は貸主が負担すべきで、「原状回復」とは借主が入居した当時の状態に戻すことではありません。

一方で、ガイドラインは「一般的な考え方」が示されているものであり、賃貸住宅の契約は法令等に抵触しない限り、交わされた契約が有効となります。借主の不注意等によって付いた傷や汚れは借主が「原状回復」しなければなりません。

修繕の必要性や費用負担の割合など、居住中に貸主へ連絡して適切な修繕をしておくことで退去時のトラブルに備えられるかもしれません。今一度、契約書の内容を確認しておくことも大切です。

【参考】消費生活相談事例「賃貸住宅の契約トラブルについて（平成 30 年 3 月）」

<http://www.city.kobe.lg.jp/life/livelihood/lifestyle/seikatujouohu/1-1.html>

(4) 水回り修理に関するトラブル

水回りの修理や工事に関する相談が増加し続けています。これにあわせて、請求される修理代金も増加傾向となっています。

水回りに関する相談件数と契約・支払い金額について

	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度
相談件数	111 件	163 件	172 件	258 件	273 件
契約(請求)金額	2,650 万円	2,910 万円	2,900 万円	4,460 万円	5,200 万円
支払い金額	970 万円	650 万円	1,390 万円	1,690 万円	1,700 万円

【相談事例】

90 代：女性

台所の排水が詰まり、マグネット広告の業者に修理の依頼をした。当初は修理費が 5 万円と言われていたが、「これから先は長いホースが必要」と追加で 3 万円、さらに「ポンプを使わないといけない」「鏡付きホースで見ないといけない」と、次々と追加料金が発生。その際に「ここで作業が終わると水漏れが生じて、近隣へ迷惑がかかりもっと高額な修理費が必要になりますよ。」と言われたので、作業を続けてもらうことになり、最終的に修理費が 17 万円になった。

(神戸市消費生活センターからのアドバイス)

水回りのトラブルは誰でも慌ててしまうものです。そこで思いつのがインターネットの検索で出てきた業者、冷蔵庫に張っておいたマグネット広告の業者への修理依頼です。

しかし、これら業者の広告に謳われていた安価な修理代金で直るはずと思っていたのに、次々と修理箇所を指摘されて、断りきれずに結果的に高額請求を受けたといった相談が多く寄せられています。

消費者が自ら来訪修理を依頼した場合は、不意打ち性が認められないため、特定商取引法の適用外となりクーリング・オフは適用されません。修理前に見積額を提示され承諾している場合は合意があったものとみなされます。

水回りの修理にかかわらず、その他の施設の修理関係においても、その原因や作業内容、費用について十分な説明を求めて、その見積もり額について冷静に判断することが大切です。高額な場合はすぐに契約はしないようにしましょう。

もしもの水漏れのとくに慌てないためにも、日ごろから水道の元栓の閉め方の確認をしておくことも大切です。

神戸市では「水道修繕受付センター (0120-976-194)」において修理受付を行っております。

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。

◇神戸市消費生活センター◇

消費生活に関する商品やサービスの契約トラブルなどについて、消費者からのご相談を消費生活相談員がお受けし、解決に向けた助言などを行っています。

クーリング・オフの手続きの説明や、専門機関の紹介をいたします。

場所：神戸市中央区橋通 3-4-1 神戸市立総合福祉センター5階

電話：188（消費者ホットライン）

相談時間：月曜日から金曜日（12月29日から1月3日、祝日を除く）

午前8時45分から午後5時30分（ただし、来訪相談の受付は午後5時まで）

<http://www.city.kobe.lg.jp/life/livelihood/lifestyle/index.html>