

第 13 次 第 7 回 横浜市消費生活審議会 議事次第

令和 4 年 9 月 16 日（金）10 時
18 階共用会議室なみき 16・17

1 開 会

2 議 題

- (1) 会議録確認者の選出について
- (2) 第 13 次審議会意見書について

3 その他・事務連絡

4 閉 会

【資料】

資料 1 第 13 次横浜市消費生活審議会委員名簿

資料 2-1 第 13 次審議会意見書

「緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止～自然災害や感染症拡大時における消費者の安全安心を確保する体制の構築～」

2-2 第 6 回審議会以降の意見書への反映事項

第13次横浜市消費生活審議会委員名簿

令和4年6月17日現在

No	委員氏名	所 属
1	あまの まさお 天野 正男	神奈川県弁護士会
2	いまい りか 今井 里香	横浜市生活協同組合運営協議会 代表
3	おおもり しゅんいち 大森 俊一	公益社団法人 日本訪問販売協会 専務理事
4	かわい なおみ 河合 直美	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
5	くりた ゆたか 栗田 裕	横浜商工会議所
6	しろた たかこ 城田 孝子	神奈川県弁護士会
7	しんじょう しげる 新庄 茂	市民委員
8	たがや としこ 多賀谷 登志子	横浜市消費者団体連絡会 代表幹事
9	たなか まこと 田中 誠	神奈川県弁護士会
10	ながお じゅんじ 長尾 淳司	一般社団法人 日本クレジット協会 総務部長
11	はなだ まさし 花田 昌士	公益社団法人 消費者関連専門家会議 理事
12	ほそかわ こういち 細川 幸一	日本女子大学家政学部 教授
13	まつい ゆうこ 松井 祐子	市民委員
14	むら ちづこ 村 千鶴子	東京経済大学 現代法学部 教授・弁護士
15	もちづき ようすけ 望月 陽介	横浜市消費生活推進員 港北区副代表

敬称略：五十音順

緊急時における消費生活トラブルへの 対応と消費者被害の防止についての意見

～自然災害や感染症拡大時における消費者の
安全安心を確保する体制の構築～

(案)

令和 4 (2022) 年 9 月

第 13 次横浜市消費生活審議会 報告

目次

はじめに	4
第1章 緊急時における消費生活相談	5
1 東日本大震災時の消費生活相談の特徴	5
(1) 全国の消費生活相談	5
(2) 横浜市における消費生活相談	8
2 風水害（豪雨・台風等）の消費生活相談の特徴	9
(1) 全国の消費生活相談	9
(2) 横浜市における消費生活相談	11
3 新型コロナウイルス感染症感染拡大時の消費生活相談の特徴	14
(1) 全国の消費生活相談	14
(2) 横浜市における消費生活相談	18
4 緊急時における消費生活相談の概況	19
第2章 緊急時における消費者トラブルへの対応と消費者被害防止の現状と課題 20	20
1 消費者教育・啓発	20
(1) 現状	20
(2) 課題	21
2 情報提供・発信	21
(1) 現状	21
(2) 課題	22
3 関係機関との連携	23
(1) 現状	23
(2) 課題	24
4 相談体制の確保	25
(1) 現状	25
(2) 課題	26
5 国及び神奈川県の変向	26
(1) 国の動向	26

(2) 神奈川県	27
----------	----

第3章 緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の未然・拡大防止の方向性

1 基本的な考え方	28
2 対応の方向性について	28
対応の方向性1 「平時における消費者教育の推進」	28
(1) 情報を見極め、適切に行動できる消費者の育成	28
(2) 災害対策とあわせた消費者教育の推進	29
(3) 消費者相談機関の認知度の向上	29
対応の方向性2 「緊急時における消費者への適切な情報提供」	29
(1) 正確でタイムリーな情報提供	29
(2) 活用しやすい情報の適切な提供	29
(3) 多様な消費者に届く様々な手段による情報提供	30
対応の方向性3 「消費者行政以外の機関等との連携強化」	30
(1) 災害対策関係機関への働きかけ	30
(2) 地域防災拠点での教育・啓発	31
対応の方向性4 「緊急時に備えた相談体制の整備」	31
(1) センターでの相談業務困難時の備えの充実	31
(2) 相談業務のDX（デジタル・トランスフォーメーション）化に対応した柔軟な相談受付体制の検討	32
(3) 身近な地域社会での相談・解決手法の検討	34
おわりに	35

《付属資料》

1 第13次横浜市消費生活審議会委員名簿	37
2 審議経過	38

はじめに

2020（令和2）年1月、日本で初めて新型コロナウイルスの患者が確認された後の社会の混乱は記憶に新しい。未知のウイルスに対する恐怖から、情報の真偽も確認しないまま、日用品（トイレットペーパーなどの紙製品）が品薄と聞くと買い占めに走ったり、SNSでの高額なマスクの売買や架空のマスク販売メールなどが横行するなど、新型コロナウイルスに便乗した悪質商法の被害に遭うといったように、消費生活上の問題が生じた。

このような問題は、わが国で近年増加している豪雨・台風・大地震などの大規模な自然災害発生時においても同様に確認されている。自然災害や感染症拡大時といった緊急時における消費者被害やトラブルの未然防止及び拡大防止、また問題に遭遇してしまった人への対応の取組は、本市においても喫緊の課題である。

第13次横浜市消費生活審議会では、この課題検討のため緊急時における消費生活相談の現状を踏まえながら議論を重ねた。

本書では、まず第1章において、過去に発生した災害時における消費生活相談の傾向について、災害種別ごとに、データ等で状況の確認を行った。次に、第2章では、第1章を踏まえ、緊急時における消費者トラブルの防止に向け、本市消費者行政における現状及び課題についてまとめている。

最後に第3章で、これらの現状と課題を受け、被害の未然防止・拡大防止やトラブルへの対応のための消費者教育、情報提供、関係機関との連携、相談体制の整備などについて議論し、緊急時に備えた取組の対応の方向性を示し、審議会の意見とするものである。

第1章 緊急時における消費生活相談

緊急時といっても様々な事態が想定されるが、第13次審議会においては、主に、地震、風水害、感染症を取り上げて議論を行ってきた。

本意見書では、はじめに、消費生活相談上で特に大きな影響を及ぼした、2011（平成23）年3月11日に発生した「東日本大震災」、2018（平成30）年西日本を襲った「7月豪雨」と2019（令和元）年の「台風15号」による「風水害」、2020（令和2）年以降に影響が広がった「新型コロナウイルス感染症」それぞれの発生時における、全国及び横浜市における消費生活相談の傾向や関連データ等の把握を行った。

1 東日本大震災時の消費生活相談の特徴

(1) 全国の消費生活相談

消費者庁「消費者問題及び消費者政策に関する報告（2009年～2011年）」¹によると、東日本大震災の発生後、1年間で33,589件の震災関連の消費生活相談が、全国の消費生活センター等に寄せられた。これらの相談は、震災発生直後1か月が11,238件と最も多く、以降緩やかに減少し12か月目には730件になっている。【参考1】

相談は、時期や地域によって様々である。時期的にみると震災発生直後には、全国的に入手困難となった「ガソリン」に関する相談が多かったが、1年間を通じて寄せられたのは、住まいの修繕、賃貸契約に係る「工事・建築」、「不動産賃借」に関する相談であった。また、放射線物質が検出された水や食品をはじめとした、原子力発電所事故に関する相談も多く寄せられている。

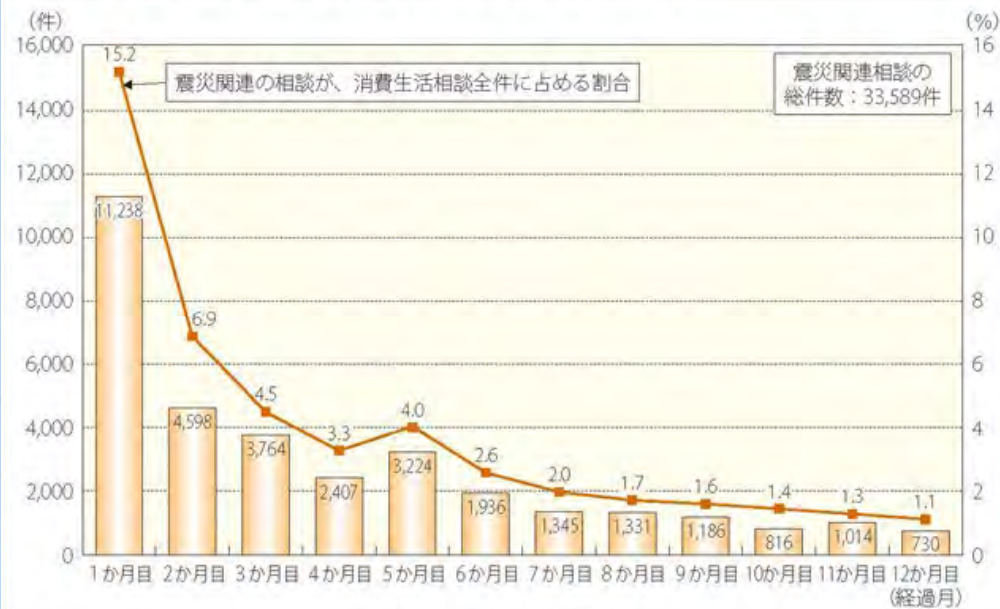
地域別にみると震災による被害の大きかった、岩手県、宮城県、福島県、茨城県の4県では、生活資金の借り入れやローンの返済など「フリーローン・サラ金」に関する相談、火災保険や地震保険の請求手続など「火災保険」に関する相談、行政が行う生活支援策や被災証明書の発行手続き等「他の行政サービス」に関する相談が寄せられた。【参考2】

1 消費者庁「消費者問題及び消費者政策に関する報告（2009年～2011年）」
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/

【参考1】消費庁：「消費者問題及び消費者政策に関する報告（2009年～2011年）」

【図表1-2-4-2】

震災関連の相談は震災発生直後に多かったものの減少している



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2012年4月30日までの登録分）。
 2. 震災発生後1年間（2011年3月11日～2012年3月10日受付分）を集計したもの。
 3. 2011年3月11日を起点として、翌月（4月）10日まで受付分を「1か月目」とし、翌々月（5月）10日まで受付分を「2か月目」（以下同様）としている。

【参考2】消費庁：「消費者問題及び消費者政策に関する報告（2009年～2011年）」

【図表1-2-4-8】

震災関連の相談は地域及び時期によって様々な相談が寄せられている

(1) 1～3 か月目

被災4県			関東地域			その他地域		
順位	品目	件数	順位	品目	件数	順位	品目	件数
1	不動産賃借	797	1	ガソリン	668	1	ガソリン	484
2	工事・建築	641	2	工事・建築	644	2	工事・建築	227
3	ガソリン	550	3	不動産賃借	469	3	国内バックツァー	145
4	修理サービス	447	4	電気	443	4	四輪自動車	140
5	フリーローン・サラ金	271	5	ミネラルウォーター	372	5	相談その他全般	136
6	他の行政サービス	217	6	修理サービス	291	6	不動産賃借	126
7	火災保険	196	7	野菜	175	7	基金	126
8	相談その他全般	193	8	商品一般	151	8	デジタルコンテンツ	110
9	結露システム	163	9	米	138	9	商品一般	108
10	四輪自動車	148	10	海外バックツァー	132	10	野菜	99

(2) 4～6 か月目

被災4県			関東地域			その他地域		
順位	品目	件数	順位	品目	件数	順位	品目	件数
1	工事・建築	333	1	工事・建築	133	1	ファンド型投資商品	112
2	不動産賃借	178	2	不動産賃借	96	2	米	86
3	修理サービス	138	3	米	91	3	乳製品	64
4	フリーローン・サラ金	121	4	緑茶	76	4	果実	51
5	他の行政サービス	74	5	ファンド型投資商品	67	5	野菜	38
6	住宅ローン	57	6	保健衛生品その他	58	6	緑茶	28
7	火災保険	45	7	修理サービス	58	7	園芸用品	28
8	米	35	8	野菜	46	8	工事・建築	27
9	相談その他全般	35	9	相談その他全般	24	9	四輪自動車	26
10	保健衛生品その他	31	10	乳製品	19	10	公社債	23
10	四輪自動車	31						

(3) 7～9 か月目

被災4県			関東地域			その他地域		
順位	品目	件数	順位	品目	件数	順位	品目	件数
1	工事・建築	363	1	ファンド型投資商品	413	1	ファンド型投資商品	471
2	不動産賃借	344	2	工事・建築	247	2	生鮮肉	253
3	修理サービス	185	3	不動産賃借	136	3	園芸用品	148
4	フリーローン・サラ金	144	4	保健衛生品その他	110	4	緑茶	87
5	商品一般	132	5	修理サービス	91	5	工事・建築	69
6	他の行政サービス	124	6	生鮮肉	90	6	野菜	61
7	保健衛生品その他	99	7	緑茶	82	7	果実	61
8	火災保険	82	8	野菜	78	8	乳製品	56
9	ファンド型投資商品	74	9	園芸用品	66	9	保健衛生品その他	48
10	四輪自動車	68	10	乳製品	51	10	不動産賃借	37
						10	フリーローン・サラ金	37

(4) 10～12 か月目

被災4県			関東地域			その他地域		
順位	品目	件数	順位	品目	件数	順位	品目	件数
1	工事・建築	226	1	工事・建築	87	1	米	38
2	不動産賃借	145	2	米	63	2	工事・建築	23
3	野菜	106	3	不動産賃借	59	3	ファンド型投資商品	23
4	フリーローン・サラ金	73	4	他の行政サービス	51	4	野菜	19
5	米	69	5	野菜	22	5	果実	15
6	修理サービス	67	6	保健衛生品その他	22	6	公社債	14
7	他の行政サービス	50	7	修理サービス	21	7	乳製品	13
8	他の水	46	8	新築分譲マンション	17	8	相談その他全般	13
9	住宅ローン	46	9	ミネラルウォーター	16	9	コンサート	11
10	果実	34	10	ファンド型投資商品	15	10	鮮魚	10
						10	緑茶	10
						10	不動産賃借	10
						10	デジタルコンテンツ	10

- (備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2012年4月30日までの登録分）。
 2. 震災発生後1年間（2011年3月11日～2012年3月10日受付分）における「震災関連」の消費生活相談のうち上位の品目を地域別に比較したもの。
 3. 被災4県とは、岩手県、宮城県、福島県、茨城県。
 4. 関東地域とは、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県。
 5. その他地域とは、被災4県、関東地域以外の地域。
 6. 「商品一般」とは、商品の相談であるが、分類を特定できないもの等。
 7. 「相談その他」とは、例えば放射能に対する不安、震災で仕事を失った等。

(2) 横浜市における消費生活相談

横浜市における震災関連相談についても発生直後の3月（11日から31日）に275件と最も多く寄せられ以降は徐々に減少していった。相談内容としては、震災発生直後には、計画停電に伴う「電気」に関する相談や、日常生活に不可欠な「ミネラルウォーター」、「ガソリン」に関する相談が多く寄せられていたが、最も多く寄せられたのは、物資の調達が難しくなり工期が遅れるといった「工事・建築」に関する相談だった。【参考3】

【参考3】横浜市消費生活総合センター：平成22年度 消費生活相談概要（抜粋）

●震災に関する相談件数（3月11日～31日受付）（表7）

商品・役務名	件数	事例
電 気	29	計画停電について電力会社に問合せしているが、電話が繋がらない
ミネラルウォーター	14	ネットでミネラルウォーターを注文し代金を振込み後、業者と連絡がつかなくなった
ガ ソ リ ン	11	どこへ行っても売り切れ状態で困っている
海 外 パ ッ ク ツ ア ー	11	震災後、ツアーのキャンセルを申し出たら約款通りキャンセル料を請求された
米	11	スーパーで買ったお米は福島産だった。放射能が心配、交換できないか
そ の 他	199	「地震で瓦が落ちているので修理が必要」と言って業者が来訪。不審だ
計	275	

※4月以降、震災に関する相談の状況（平成23年4～5月受付分）

商品・役務名	件数	事例
工 事 ・ 建 築	22	トイレ工事を契約したが、工事日になっても資材が届かない。解約したい
不 動 産 貸 借	10	地震で壁にひびが発生、賃貸住宅を退去したい。修理代を負担させられるのか
ミネラルウォーター	10	ネット通販で飲料水を注文したが、納期が遅いのでやめたい。解約を申し出たら断られた
保 健 衛 生 品 そ の 他	7	通販で放射線測定器を購入したが、使い勝手が悪いので返品したいが業者と連絡が取れない
緑 茶	7	茶葉から国の暫定規制値を超える放射能が検出されたと報道されたが、手持ちのお茶は問題ないか
そ の 他	181	被災者向け老人ホームを探しているという業者から、老人ホームのパンフレットが届いたら高額で買い取ると連絡があった。不審だ
計	237	

【相談事例】◇工期の遅れによるトラブル（50歳代/男性）

（相談概要）

天災で契約した材料の在庫がない、他の材料を使用できるが、契約金額より高くなる、また契約した材料は、いつ入るか分からない、と言われた。今、仮住まいをしていて、これ以上工事期間が延びると、家賃も発生してくる。本社に、工事が延びるために発生する費用を支払ってほしい、と伝えたら、今回は天災なので、家賃は支払うことはできない、と言われた。このケースの場合、どうしようもないのか。

2 風水害（豪雨・台風等）の消費生活相談の特徴

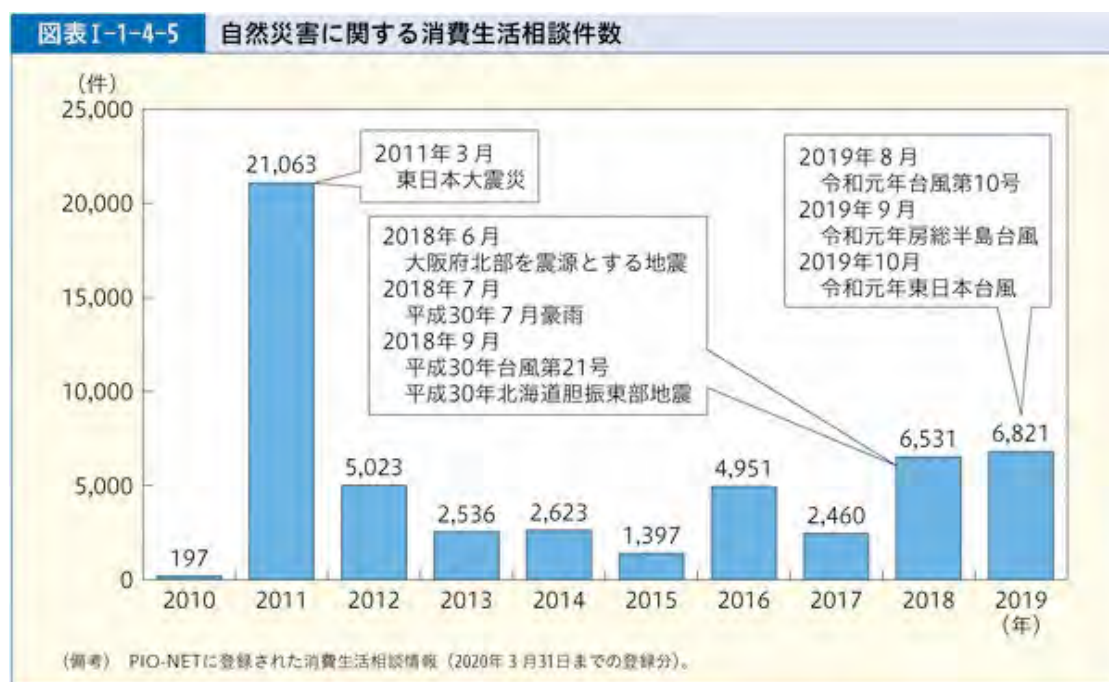
(1) 全国の消費生活相談

近年では毎年のように全国各地で風水害が頻発し、甚大な被害が発生している。中でも、2018（平成30）年は、7月の豪雨や9月の台風21号など、多くの自然災害に見舞われ、自然災害に関連する消費生活相談件数が6,531件と東日本大震災の発生以降最大となった。

続く、2019（令和元）年も、8月の九州北部豪雨、9月の台風15号、10月の台風19号と大きな災害に見舞われ、自然災害に関する相談件数は、前年を上回る6,821件であった。【参考4】

相談件数は、台風上陸時をピークに以降減少傾向となり、内容としては、期間を通して台風により損壊・浸水した住宅や自動車、ライフラインに関する相談のほか、台風による被害に便乗した悪質商法に関する相談が見られた。【参考5】

【参考4】消費者庁：令和2年版...消費者白書²

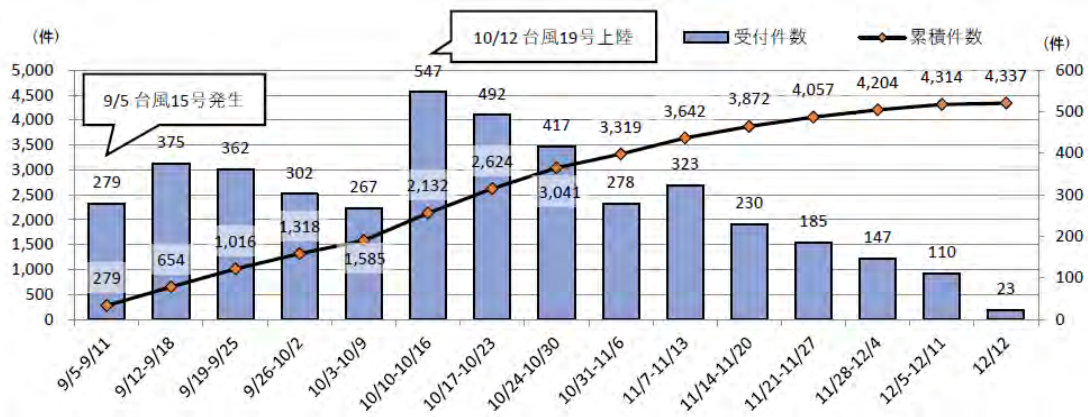


2 消費者庁「令和2年版消費者白書」

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/2020/

【参考5】国民生活センター 報道発表資料（令和2年1月30日）³ より抜粋
 「令和元年秋台風」で寄せられた消費生活相談情報-台風15号の発生から台風19号上陸2
 カ月後までの全国の相談の推移-

7日ごとの相談件数（P I O・NET・令和元年9月～12月）



期間別に見る相談の傾向

9/5～9/9 (5日間)

9/10～10/5 (26日間)

10/6～10/12 (7日間)

総件数	116	総件数	1,305	総件数	370
工事・建築・加工	26	工事・建築・加工	384	工事・建築・加工	84
電気	17	修理・補修	243	修理・補修	52
レンタル・リース・貸借	17	役務その他	91	宿泊施設	33
修理・補修	11	レンタル・リース・貸借	89	レンタル・リース・貸借	26
旅行代理業	7	損害保険	65	役務その他	24
放送・コンテンツ等	5	相隣関係	37	旅行代理業	21
空調・冷暖房・給湯設備	3	旅行代理業	29	冠婚葬祭	16
宿泊施設	3	相談その他	28	観覧・鑑賞	14
役務その他	3	放送・コンテンツ等	21	他の教養・娯楽	9
相隣関係	3	旅客運送サービス	20	損害保険	7
		インターネット通信サービス	20		

10/13～11/12 (31日間)

11/13～12/12 (30日間)

総件数	1,793	総件数	753
工事・建築・加工	453	工事・建築・加工	253
修理・補修	238	修理・補修	101
レンタル・リース・貸借	199	レンタル・リース・貸借	79
役務その他	114	役務その他	55
損害保険	75	損害保険	52
旅行代理業	50	戸建住宅	19
旅客運送サービス	48	自動車	16
自動車	41	空調・冷暖房・給湯設備	10
戸建住宅	34	旅行代理業	10
観覧・鑑賞	33		

3 国民生活センター 報道発表資料（令和2年1月30日）

https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20200130_1.html

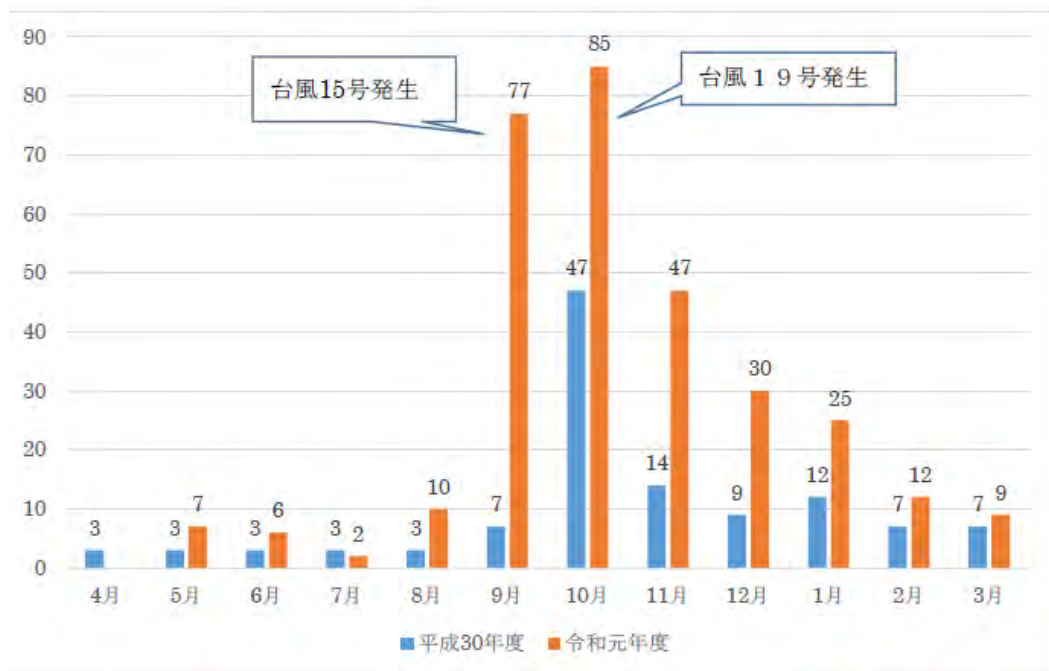
(2) 横浜市における消費生活相談

横浜市では、2019（令和元）年9月の台風15号、10月の台風19号で多くの施設や住宅が甚大な被害を受けたことにより、自然災害に関する相談が310件と例年の2倍以上と増加した。

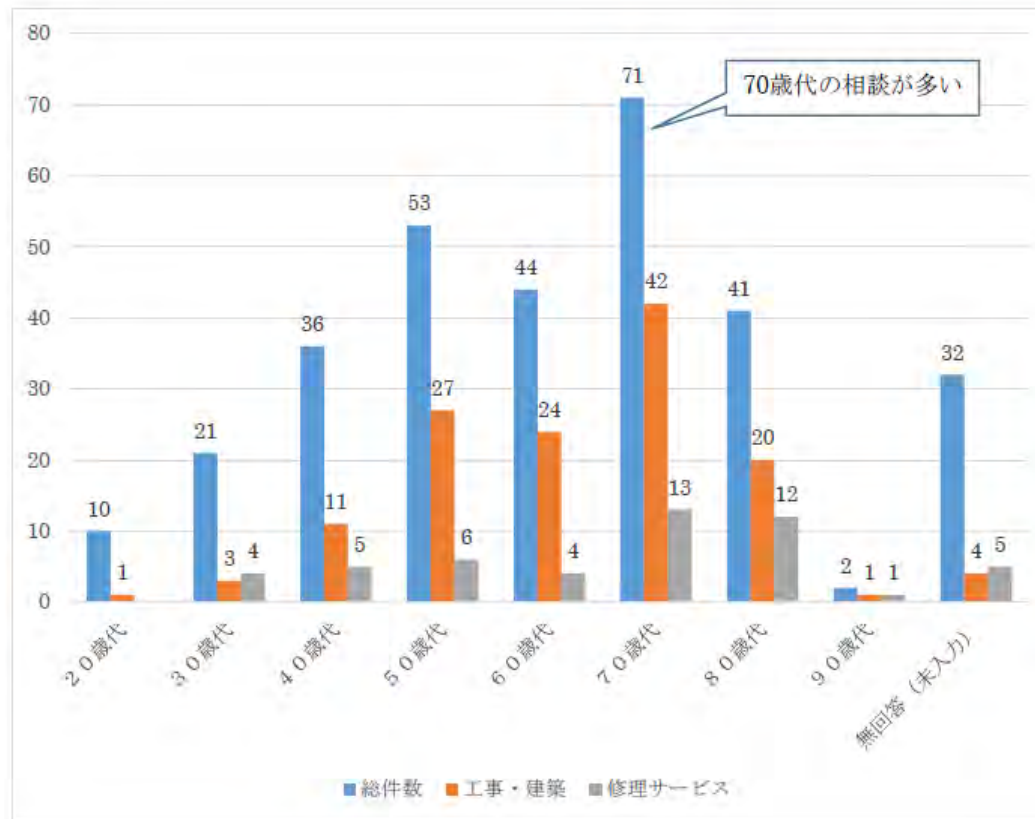
相談内容としては、住宅の修理に関する「工事・建築」の相談が最も多く、年代別では70歳代、販売形態では訪問販売で契約金額が100万円以上の高額な相談が多く寄せられている。【参考6】

【参考6】横浜市消費生活総合センターに寄せられた相談

1 月別相談件数（平成30年度・令和元年度）



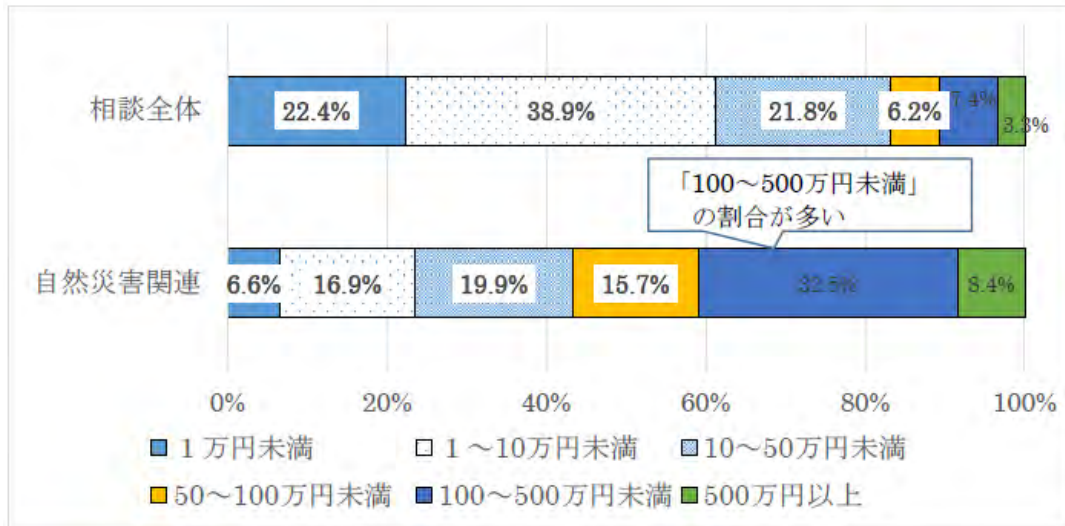
2 年代別相談件数（令和元年度）



3 商品別分類 上位 10 品目（令和元年度）

順位	商品別分類	件数	相談内容の例
1	工事・建築	133	屋根工事、外壁塗装工事
2	修理サービス	50	雨樋の修理
3	不動産貸借	31	台風被害の修繕
4	役務その他サービス	15	保険の申請代行
5	相隣関係	11	台風被害の補償
6	火災保険	9	保険金の請求
7	相談その他	6	
8	結婚式	5	計画運休によるキャンセル
9	中古分譲マンション	4	中古マンションの雨漏り
9	航空サービス	4	欠航となったチケット代の返金

4 契約購入金額（令和元年度）



【相談事例】◇火災保険を使った家の修理の勧誘（相談者：50歳代/女性）

（相談概要）

昨日、高齢で一人暮らしの母（80歳代）宅に、「火災保険の保険金で家の修理をしないか。」という内容の電話が掛かってきた。先日の台風の被害は受けていないし、修理が必要な場所があったとしても、経年劣化なので、母は断わったと言っているが、再度、業者から電話が掛かってきたらどうしたら良いか教えてほしい。また、業者が家に来てしまったどうしたら良いか教えてほしい。

（対応概要）

台風や降雪の後、「家の屋根や雨樋など壊れている箇所があれば、火災保険の保険金で修理しないか。保険の申請手続きを手伝う。代行する。」と勧誘する業者がある。本当に火災保険の申請が必要であれば、その手続きは契約者自身が行う事であるし、手続きが分からなければ損保会社に確認すれば教えてもらえる。また、このような業者は、解約すると解約料を請求する業者もある。契約はしていないとの事だが、再度、業者から電話がかかってくる可能性もあるので、当事者宅の電話は留守番電話の設定にして必要なメッセージにだけ応答し、業者が来訪する可能性もあるので、その際はインターフォン越しに対応し、契約の意思がないのであれば、きっぱりと断り帰ってもらうよう助言した。

3 新型コロナウイルス感染症感染拡大時の消費生活相談の特徴

(1) 全国の消費生活相談

消費者庁「令和3年版消費者白書」⁴によると、2020（令和2）年は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響が社会全体に広まり、関連する相談が2月以降増加し、緊急事態宣言が発出された4月には、21,611件とピークに達した。【参考7】

内容をみると、需要が急増し、インターネット上で高額転売が続いたマスク等の「保健衛生品その他」に関するものが全体の約3割を占めた。関連して消毒製品や体温計等の「他の医療用具」に関しても多数寄せられた。これらの、契約の形態としては、インターネット通販に関連した内容が多かった。また、トイレットペーパーは、供給量が十分であったにもかかわらず、買占めによる品薄が発生し、相談も3月がピークになった。【参考8、参考9、参考10】

その後、感染拡大の落ち着きや、マスクの需給バランスの改善に伴い、相談件数は減少するが、2021（令和3）年1月に再び緊急事態宣言が発出されると、相談件数の急増こそなかったものの、新たにワクチン接種等、世間の関心が高い話題に便乗した詐欺的な手口に関する相談が寄せられた。【参考7】

このほか「旅行代理業」や「航空サービス」に関する相談が2020年3月、「結婚式」、「スポーツ健康教室」に関する相談が4月をピークに等のキャンセルや返金に伴う相談が多く寄せられた。【参考11、参考12】

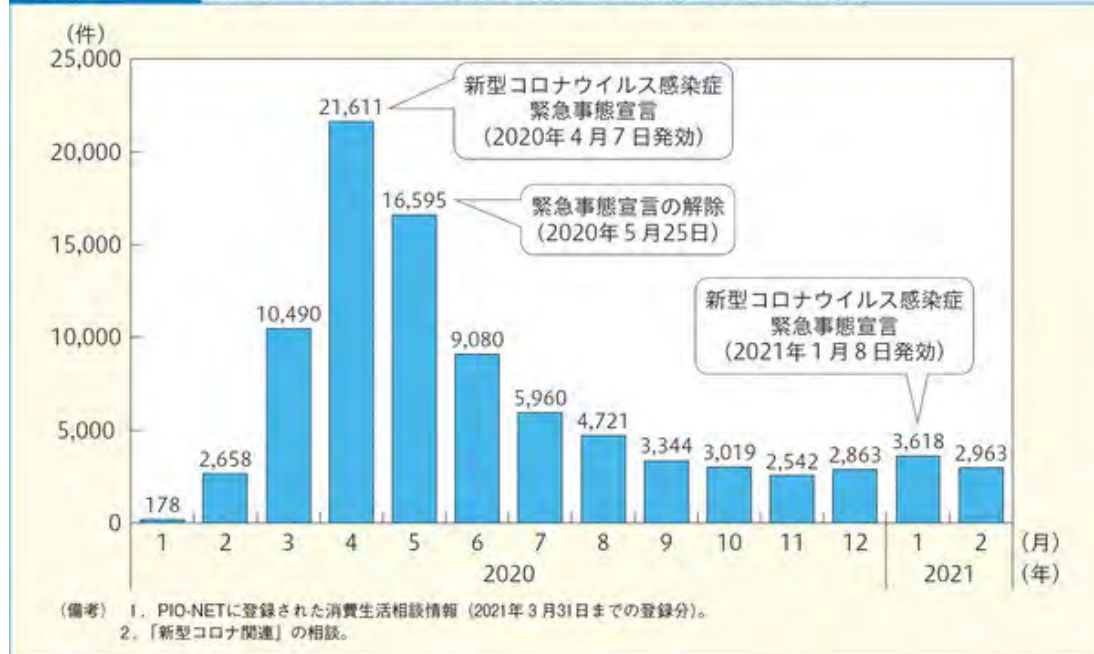
⁴ 消費者庁「令和3年版消費者白書」

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/2021/

【参考7】消費者庁：令和3年版 消費者白書

新型コロナウイルス関連の消費生活相談件数

図表 I-1-4-1 新型コロナウイルス関連の消費生活相談件数の推移（月別）



【参考8】消費者庁：令和3年版 消費者白書

「保健衛生品その他」の消費生活相談件数の推移

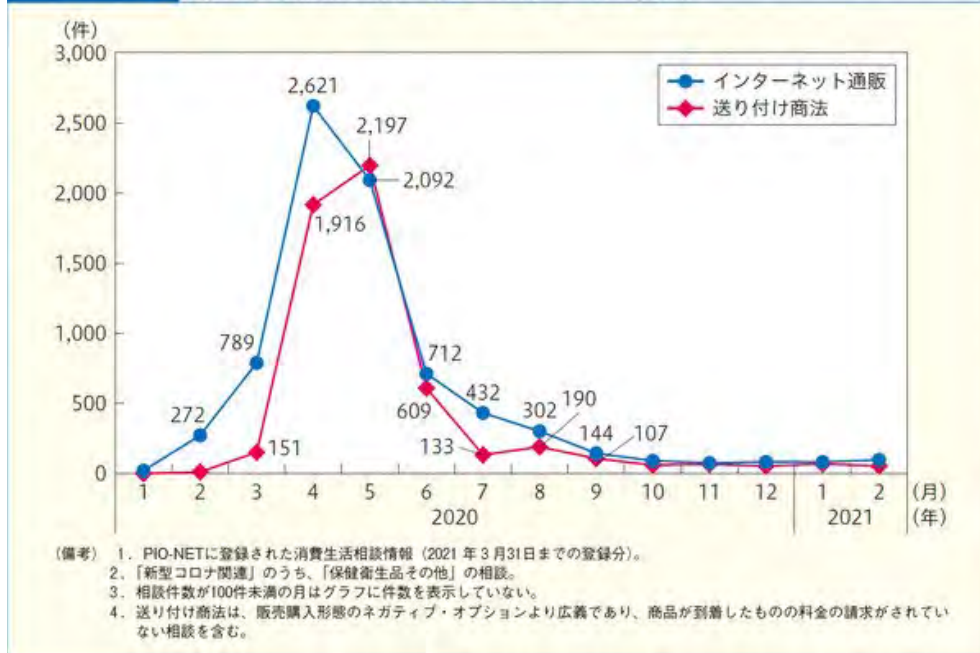
図表 I-2-5-3 「保健衛生品その他」の消費生活相談件数の推移（新型コロナウイルス関連）



【参考9】消費者庁：令和3年版 消費者白書

「保健衛生品その他」の「インターネット通販」、「送り付け商法」に関する消費生活相談件数の推移

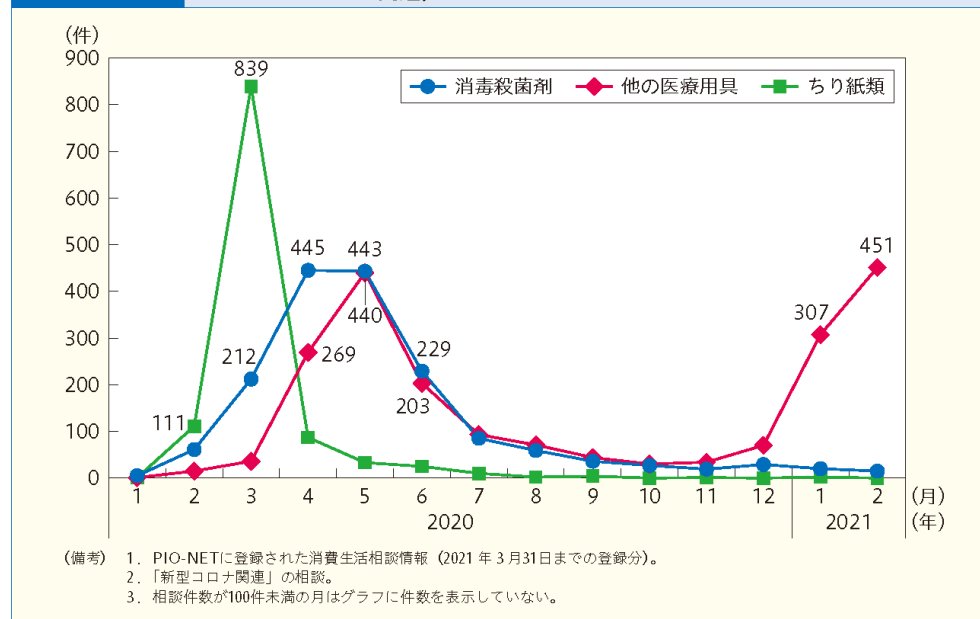
図表 I-2-5-4 「保健衛生品その他」の「インターネット通販」、「送り付け商法」に関する消費生活相談件数の推移（新型コロナウイルス関連）



【参考10】消費者庁：令和3年版 消費者白書

「消毒殺菌剤」「他の医療用具」「ちり紙類」の消費生活相談件数の推移

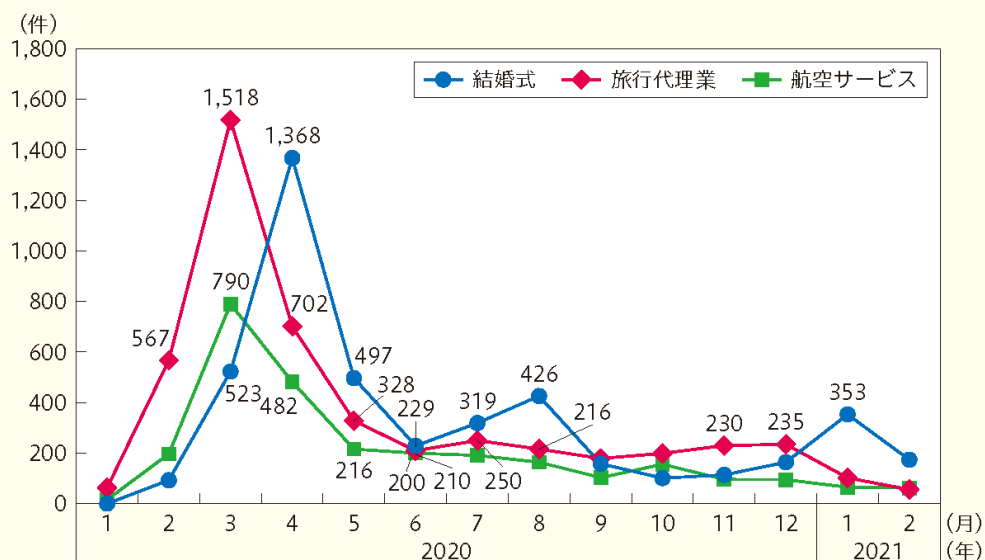
図表 I-2-5-5 「消毒殺菌剤」、「他の医療用具」、「ちり紙類」の消費生活相談件数の推移（新型コロナウイルス関連）



【参考 11】消費者庁：令和 3 年版 消費者白書

「結婚式」、「旅行代理業」、「航空サービス」の消費生活相談件数の推移

図表 I-2-5-7 「結婚式」、「旅行代理業」、「航空サービス」の消費生活相談件数の推移（新型コロナウイルス関連）



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2021年3月31日までの登録分）。
2. 「新型コロナ関連」の相談。
3. 相談件数が200件未満の月はグラフに件数を表示していない。

【参考 12】消費者庁：令和 3 年版 消費者白書

新型コロナウイルス関連の商品・役務当別上位相談件数（2020年）

図表 I-2-5-2 新型コロナウイルス関連の商品・役務等別上位相談件数（2020年）

順位	商品・役務等	件数	割合	順位	商品・役務等	件数	割合
1	保健衛生品その他	22,559	27.2%	11	ちり紙類	1,113	1.3%
2	結婚式	3,992	4.8%	12	ホテル・旅館	1,051	1.3%
3	スポーツ・健康教室	3,857	4.6%	13	コンサート	1,045	1.3%
4	他の行政サービス	3,731	4.5%	14	海外募集型企画旅行	1,035	1.2%
5	航空サービス	2,706	3.3%	15	スポーツ施設利用	1,002	1.2%
6	商品一般	2,197	2.6%	16	外食	962	1.2%
7	消毒殺菌剤	1,650	2.0%	17	フリーローン・サラ金	951	1.1%
8	役務その他サービス	1,616	1.9%	18	海外手配旅行	927	1.1%
9	賃貸アパート	1,433	1.7%	19	相談その他（全般）	909	1.1%
10	他の医療用具	1,306	1.6%	20	国内募集型企画旅行	805	1.0%

(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2021年3月31日までの登録分）。
2. 「新型コロナ関連」の相談。
3. 品目は商品キーワード（下位）。

(2) 横浜市における消費生活相談

横浜市における令和2年度の新型コロナウイルス感染症に関連する相談は1,705件となっており、全国の状況と同様に2020（令和2）年4月をピークに、多くの相談が寄せられた。

最も多く寄せられたマスク等の「保健衛生品その他」に関する相談では、当初は品不足に関する相談が多かったが、「通信販売で購入した商品が届かない」といったインターネット通販に関する相談や、「身に覚えのないマスクが届いた」といった送り付け商法（ネガティブオプション）等に関するものも寄せられた。

そのほか、スポーツジムや結婚式等のキャンセルや返金等に関する相談も多く、また、定期購入や商品が届かないなどのトラブルのほか、デジタルコンテンツ等の相談も寄せられた。【参考13】

【参考13】消費生活総合センター：令和2年度 消費生活相談の動向（抜粋）

新型コロナウイルス関連の相談



【相談事例】◇注文した覚えのないマスクの送り付け（相談者：80歳代/男性）

（相談概要）

昨日、宅配便の再配達で荷物を受け取った。荷物を確認したら50枚入りのマスク1箱だった。書面や請求書等は一切なく、送り主の情報もない。宅配便の送付状には「タオル、精密機器」とあり、他の宅配業者のラベルが使われていた。不審なので受け取りたくないが、どうしたらよいか。

（対応概要）

宅配のラベルについて不審なため、配達した宅配業者に問合せ、受け取り拒否が可能か相談するように助言した。ネガティブオプションについて説明し、受け取り拒否が出来ない場合は14日間商品を保管し、様子を見るように伝えた。しばらくはクレジットカードの請求に注意し、心当たりの無い請求があればカード会社に経緯を伝え、対応を求めるように伝えた。

4 緊急時における消費生活相談の概況

これまで見てきたとおり、緊急時における消費生活相談にはいくつか特徴がみられる。災害等の種類によって被害の内容は異なるが、発生直後には被害に直接関係する相談が一時的に大きく件数を伸ばし、以降徐々に減少に転じることや、時間の経過とともに派生した問題に関する相談が増加するなど、内容にも変化が生じることなどが挙げられる。

このように相談状況の特徴を把握すると、事態発生を想定し、ある程度事前の注意喚起が可能であり、平時からの消費者教育が重要であることがわかる。例えば大型台風の来襲に備え、秋口に、住宅修理に関するトラブル事例を広報する、自然災害に備え、保険契約の定期的な確認を促すなどである。

また、発生直後には迅速に広報、情報発信することや、事態の進捗を捉えて、段階ごとにタイムリーな情報を提供、発信していくことが重要であることがわかる。過去の全国的な傾向及び横浜市における状況を学び、将来に向けた課題を整理し、必要な対応を備えておくことが必要である。

【参考】横浜市消費生活総合センター

消費者の利益の擁護及び増進を図り、市民の安全で快適な暮らしを実現するための拠点施設として設置された施設として主に以下を実施。

- ・消費生活相談

消費生活相談員がトラブルの解決に向けて助言やあっせんを実施

- ・消費生活に関する情報の収集及び提供

ホームページ、メールマガジン、SNS、紙面など様々な媒体を活用し、最新の相談事例など消費生活情報を発信

- ・消費者教育・啓発

講演会の開催、各種団体への講師の派遣、リーフレット等啓発資料や物品の作成、配布

所在地

横浜市港南区上大岡西1丁目6-1 ゆめおおおかオフィスタワー4・5階

第2章 緊急時における消費者トラブルへの対応と消費者被害防止の現状と課題

第1章でも言及しているが、2020（令和2）年の新型コロナウイルス感染症の拡大時には、トイレットペーパーの在庫が十分にあるにも関わらず、商品がなくなるといった不確かな情報に影響された消費者が買い占めを行うといった混乱が生じた。この他、「ワクチンを優先的に接種できる」といった不審な連絡が届いた、「身に覚えのないマスクが送られてきた」というような、様々な消費者トラブルが発生した。

過去を振り返ると、緊急時には、不確かな情報の拡散と混乱の発生や、不安な消費者心理に乗じた悪質商法の横行が確認されている。こうした状況に鑑み、平時からの教育・啓発や、迅速な情報発信・注意喚起、相談を受けるために必要な体制の整備などが求められる。

ここでは、緊急時に起こりうる消費生活関連トラブルの回避や被害拡大防止等に向けた現状及び課題について整理した。

1 消費者教育・啓発

(1) 現状

横浜市では、これまで緊急時における消費者トラブルについて、横浜市消費生活総合センター（以下、センター）のホームページを通じて情報提供を行っており、また、横浜市の各区局においても、様々な消費者教育・啓発の取組が行われている。ただ、緊急時に備えるという視点での消費者教育はほとんど行われてこなかった。

緊急時に備えた教育・啓発については、消費者庁の消費者教育推進会議において審議が行われており、平時からの備えとして「正しい情報を見極め、適切に行動する能力の育成（情報リテラシー教育）」、「生活必需品の管理などの知識・能力の向上、物資の備蓄や緊急時のマニュアルの確認等の促進」、「不確かな情報を受け取った際、相談窓口への連絡を行うといった行動に移すことの重要性の啓発」が消費者教育として必要な項目として提示されている。

【参考】情報リテラシー

情報リテラシーは「情報を適切に判断し、情報を通じて決定を下す能力」と定義されます。つまり、生の情報やデータがどれか分かるとか、作成者・発信者の意見が混じった情報がどれか判別できる、といったことです。IT にどんなに詳しくなろうと、拡散行動は止められません。メディアやニュースについても同様です。あふれる情報の性質を適切に判断できる能力を養うことが重要なのです。

引用元：独立行政法人国民生活センター 消費者問題アラカルト 2020. 12 国民生活フェイクニュース拡散のしくみと私たちに求められるリテラシー

(2) 課題

前述のとおり、これまで、横浜市においては、緊急時に発生する消費者トラブルへの備えに特化して教育・啓発行う機会は少なかった。例えば、センターのホームページで、緊急時によくある事例としてトラブル情報を随時掲載しているものの、情報を集約し緊急時に備えた内容として整理されている訳ではない。横浜市として緊急時におけるトラブルの状況及びその対応策をまとめ、その防止に向けた教育・啓発の機会を設ける必要がある。

また、前述の消費者庁の消費者教育推進会議において提示されている平時からの消費者教育として必要な項目についても、横浜市のこれまでの取組にはなかった視点であり、緊急時に備えた消費者教育として推進していく必要がある。

2 情報提供・発信

(1) 現状

情報提供としては、主に、センターに寄せられた相談事例や、消費者庁や国民生活センターが発信している情報を、センターのホームページ、ツイッター、メールマガジン、紙媒体等を活用して発信している。特に、緊急事態発生時は情報の鮮度を意識し、情報伝達の即時性が高いものを中心に媒体を選択している。

また、横浜市は政令指定都市として、行政分野が多岐に渡っており、日ごろから市民に多くの情報提供・発信等がなされている。その手段は、旧来からの広報誌等の紙媒体や、現代の主流であるインターネット、SNS、テレビやラジオ、デジタルサイネージや種々の広告媒体、さらには情報網として自治会町内会を通じた回覧板や掲示板など、その形態は多様である。

【参考】横浜市消費生活センターの情報発信 ツイッターの例

横浜市消費生活総合センター · 2022/07/13 ...

心当たりのない荷物が玄関先に
通販サイトの荷物が玄関先におかれ送り主や
商品名も判らない時は
まず家族や知人の贈り物かを確認
送り付け商法で一方的に商品を送りつけられ
た時は支払う義務はなく商品は直ちに処分で
きる
届いた日付や送付先は控える
困ったらセンターに相談
[yokohama-consumer.or.jp/publish/
mailma...](http://yokohama-consumer.or.jp/publish/mailma...)



🗨️ 26 🍷 45 📌

横浜市消費生活総合センタ... · 2022/07/27 ...

【よこはまくらしナビ月次相談リポート 8月号】
電気代が安くなる？電力契約の勧誘に注意
新規参入事業者の訪問販売が活性化
検針票を見せたことでいつの間にか契約先の
電力会社に変更されていた
訪問販売での契約はクーリング・オフができ
る
困ったらセンターに相談
yokohama-consumer.or.jp/publish/lifena...



🗨️ 13 🍷 14 📌

(2) 課題

本章の冒頭でも触れているが、緊急時における消費者トラブルや情報の混乱は、緊急事態発生直後から次々と待たなしに発生するものである。したがって行政は、まず、消費生活に混乱が生じないように、正しい情報をタイムリーに発信することが重要である。

このためには、その手段や手順について、平時からあらかじめ整理し、準備をしておくことが重要である。前項の教育・啓発に関して、災害時に特化した情報の集約が十分ではないとしたが、情報発信においても同様である。緊急時によくある事例や相談窓口の案内などの情報を集約してホームページなどにまとめておき、事態発生時には、効果的な方法で迅速に発信する必要がある。

また、横浜市が保有している、様々な広報媒体には、情報発信手段として有用なものが多くあるが、消費生活の情報発信としては活用されていないも

のもある。各媒体の特性を考えて、効果的な活用を検討する必要がある。

さらに、現状では、インターネットを通じた情報発信が中心であるが、大規模災害時にはインターネットが遮断されて、通信ができなくなる恐れもある。こうした事態に備えて情報提供手段や媒体を数多く想定しておくことも重要である。加えて、緊急時の行政からの情報発信に一定の限界が生じる可能性も考えられることから、民間事業者等の力を借りた情報発信についても検討の余地がある。

なお、情報伝達手段・方法の選択にあたっては、情報を受ける側の多様性に注意したい。インターネットなどデジタル環境に不慣れな高齢者のほか、障害者、日本語が得意でない方など、一般的な情報発信では情報の届かない可能性のある消費者へも配慮し、それぞれに対して適切な情報伝達手段を検討する必要がある。

3 関係機関との連携

(1) 現状

消費者トラブルの防止や解決に向けては、消費者行政の領域以外の行政分野と適宜連携しながら、様々な取組が実施されている。

例えば、センターでは、地域ケアプラザ等と連携して、専用回線による消費生活相談を受け付けている。また、区役所を通じた取組として、自治会町内会をはじめとした地域組織の協力により、相談事例を記載し、被害やトラブルに遭わないための注意ポイント等を掲載した「月次相談レポート」を、掲示板に掲出している。

また、経済局でも、消費生活推進員や自治会町内会、民生委員等の開催する消費者講座・研修会等に無料で講師を派遣している。

その他、福祉関係部局と連携し、地域ケアプラザ及びセンター連携会議等の機会を通じて、相談事例等の情報提供を行うとともに、教育委員会事務局とも連携して学校への出前講座や啓発物の配布を行っている。

【参考】地域ケアプラザ ～地域の身近な交流・相談の場～

地域ケアプラザは、高齢者、子ども、障害のある人など誰もが地域で安心して暮らせるよう、身近な福祉・保健の拠点として様々な取組を行っている、横浜市独自の施設です。令和4年9月現在、市内に143か所あります。

福祉・保健に関する行事・催しの開催、相談や支援、高齢者向けデイサービスの提供（施設によって異なる）などを行っています。

【参考】消費生活推進員

横浜市では、「横浜市消費生活条例」に基づき、消費者の主体的活動を促進し、市民の安全で快適な消費生活の推進を図るため、消費生活推進員（以下、推進員）を2年間の任期で委嘱しています。推進員は、原則として居住地の連合町内会を活動地区とし、推進員全員で団体を形成し活動します。地区内の地元自治会・町内会等と協力して、消費生活に関する知識・情報の地域への普及・啓発（消費者被害の未然防止・拡大防止に関する啓発講座の開催等）や地域の高齢者の見守り活動に参加、消費者と事業者の交流促進などを行います。その他、推進員相互の情報交換、区及び市が実施する研修への参加、区及び市との連携による講演会、発表活動等を行います。

(2) 課題

このように、各関連部局と連携した取組が展開されているが、緊急時には、市役所全体の司令塔として取りまとめ役を担う災害対策部署等との連携が重要である。

その理由として、災害対策部署等においては、災害発生時における優れた情報伝達システムや情報発信手段を確立しており、その仕組みの中に位置付けられることで、消費者被害関連情報についてもより迅速・的確な伝達が期待できる。

今後は、緊急時における、災害対策部署等が所管する情報提供ツールを通じた消費者被害の未防止情報の発信など、一層の連携を検討していく必要がある。

【参考】横浜市の防災・災害関係の情報提供手段例⁵

○横浜市防災情報Eメール

地震震度情報、気象警報・注意報等を始めとする防災情報をEメールで配信するサービス。携帯電話等で活用、防災情報をいち早く入手することが可能。

○横浜市総務局危機管理室ツイッター

市内で広域的な災害が予測される場合の避難等に関する情報等を発信。

○横浜市避難ナビ

一人ひとりの避難行動を平時である「いま」から災害時である「いざ」まで一体的にサポートするアプリ

5 横浜市の防災・災害情報

<https://www.city.yokohama.lg.jp/kurashi/bousai-kyukyu-bohan/bousai-saigai/bosai/>

4 相談体制の確保

(1) 現状

平時には、センターでは、電話・ファックス・面接（対面）・メールにより相談を受け付けている。また、トラブルについて消費者が自己解決できるよう、ホームページへの相談事例の掲載、チャットボットやIVR（電話自動音声応答システム）により、対処法等の情報提供を行っている。

横浜市のセンター以外の相談機関については、神奈川県のかながわ中央消費生活センターが同様に、電話・メール相談等を受け付けている。また、国民生活センターが運営する、全国共通の消費者ホットライン（188）⁶に架電すると、身近な消費生活相談窓口につながるようになっている。また、国民生活センター「平日バックアップ相談」などを利用することもできる。

【参考】横浜市消費生活総合センター相談体制（パンフレットより）

<p>消費生活相談</p>	<p>電話相談 ☎845-6666</p> <p>商品・サービスの契約トラブルなど、消費生活に関する相談を受け付けています。困ったとき、まずは、お電話ください!</p> <p>平日： 午前9時～午後6時 土・日曜日： 午前9時～午後4時45分 (祝日・休日、年末年始 12/29～1/3を除く)</p> <p>Fax相談 Fax 845-7720 必ず連絡可能な電話番号、またはFax番号を明記してください。</p> <p>電子メール相談 https://www.yokohama-consumer.or.jp 消費生活相談「相談窓口のご案内はこちら」をクリック、「メール相談へ進む」をクリックしてご利用ください。ご相談の際は「メール相談をご利用される方へ」を必ずご確認ください。</p>	 <p>面接相談 予約制、平日のみ 消費生活総合センターまたはお近くの区役所で行います。事前に予約が必要です。</p>
<p>消費者教育・啓発</p>	<p>消費生活教室 ☎845-5640 消費生活に関するテーマで、各区と共催で開催しています。</p>	<p>出前講座 ☎845-5640 悪質商法などのテーマで講師を無料で派遣しています(企業・事業者団体は有料です)。お気軽にお問い合わせください。</p> <p>商品テスト・実習室 センター5階 商品簡易テスト実習を行っています。</p>
<p>消費生活情報の発信・提供</p>	<p>情報紙の発行</p> <p>消費生活情報 よこはまくらしナビ 月次相談レポート 毎月発行 タイムリーな相談事例等を掲載</p> <p>増刊号(季刊) 4・7・10・1月発行 消費生活関連情報、地域情報、啓発情報などを掲載。 両紙とも、区役所や図書館などで入手できます。</p> <p>情報の展示・閲覧</p> <p>展示・情報資料室 センター4階 ☎845-6604</p>	<p>インターネットによる情報の発信</p> <p>相談事例、消費生活教室等の情報、よこはまくらしナビ、センター案内動画、展示・情報資料室の蔵書検索など暮らしに役立つ情報が満載です。</p> <p>センター公式ホームページ 横浜市消費生活総合センター 検索 https://www.yokohama-consumer.or.jp</p> <p>消費生活情報メールマガジン 「よこはまのタスケ・メール」 最新の相談事例やイベントのお知らせなど、消費生活情報を毎週お届けいたします!</p> <p>登録は簡単!</p> <ol style="list-style-type: none"> yokohama@cm03.asp.cuenote.jp へ空メールを送信 送られてきたリンク先にアクセス 「登録」ボタンを押して完了! <p>Twitter @yokohamasyouhi フォローする </p>

6 消費者ホットライン（188）

https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/hotline/

【参考】消費者ホットライン（188）

消費者ホットラインは、消費生活センター等の消費生活相談窓口の存在や連絡先を御存知でない消費者の方に、お近くの消費生活相談窓口を御案内することにより、消費生活相談の最初の一步をお手伝いするものです。



(2) 課題

このように充実した相談体制であるが、緊急時には、相談を受けているセンター自体の施設被害や、通信回線の断絶、消費生活相談員の出勤不能等、相談体制が整わない可能性がある。センターは 370 万人を超える横浜市民の相談を担っており、緊急時には一時的に相談件数が爆発的に増える場合も考えられ、現在のセンターの施設以外での相談体制の確保や、相談員への電話や来所による相談解決のみに依存しない方法の確立が求められる。また、被災していない遠隔地のセンターや国民生活センターによるバックアップの可能性を国等とも連携して検討する必要がある。

5 国及び神奈川県 の 動 向

(1) 国の動向

「消費者基本計画（2020年～2024年）（令和2年3月31日策定）」⁷において、消費者政策の基本的方針として「災害・感染症拡大など緊急時の対応」が提示された。本計画は、2021（令和3）年6月に、コロナ禍における消費生活様式の実践に伴い、消費者をとりまく環境が変化した事を踏まえ、新しい消費生活様式の実践に関する部分について、一部改定された。

また、「地方消費者行政専門調査会報告書（令和2年8月）」⁸において、20年後の消費者行政が目指すべき姿として、「感染症、自然災害等危機下において消費者の安全安心が確保された社会の実現」が提示され、その実現に向けた対応策を「感染症、自然災害等危機下における消費者の安全安心を確保する対応体制の構築」とし、基本的な考え方として、「行政と消費者との間の双方向の情報発信、消費者間による情報交換等、迅速に情報を入手し、適切な行動を取ることができるよう、互いに支え合える仕組みづくりが必要」としている。

(2) 神奈川県の変向

「かながわ消費者施策推進指針（2020年～2024年）」⁹において、「災害発生に関連する消費者トラブル等」が消費者をめぐる現状と課題としてあげられ、災害その他非常の事態においても、消費者が合理的に判断し行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることが必要としている。また、その基本方向として「消費者教育の推進と持続可能な消費者行動の推進」が提示され、それに基づく取組として、「災害等非常事態における消費生活に関する知識と理解の促進」を行うとして、ホームページやSNSで情報提供を行い、普及啓発に取り組んでいる。

7 「消費者基本計画（2020年～2024年）（令和2年3月31日策定・令和3年6月15日改訂）」

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/

8 「地方消費者行政専門調査会報告書（令和2年8月）」

https://www.cao.go.jp/consumer/iinkaikouhyou/2020/houkoku/202008_chihou.html

9 「かながわ消費者施策推進指針（2020年～2024年）」

<http://www.pref.kanagawa.jp/docs/r7b/cnt/f535335/index.html>

第3章 緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の未然・拡大防止の方向性

1 基本的な考え方

大規模災害発災後の自治体は、人命救助や避難所運営等、災害対応業務が最優先となる。

また、横浜市の消費者相談を担うセンターも施設の被害や相談員の被災等で、相談を行うことが困難になる状況も考えられる。

「その時」に慌てないよう行政は平時から緊急時に備えた体制を整えるとともに、市民には平時からどのようにすれば良いか考え、冷静に行動が出来るように備えてもらうことが重要である。これらを踏まえ、横浜市においては、

平時から、緊急時に対する意識を高め、備えを促す

ことを基本的な考え方とし、次のとおり対応の方向性について提言する。

2 対応の方向性について

対応の方向性 1 「平時における消費者教育の推進」

(1) 情報を見極め、適切に行動できる消費者の育成

例えば、新型コロナウイルスの感染拡大初期において、トイレトペーパー等が品薄状態になったことがあったように、緊急時には、誤った情報や不確かな情報・デマや扇動が広がることがある。消費者が正しい情報を入手する方法が分からない、あるいは情報の真偽の判断がつかず混乱が生じ、トラブルが発生することがある。緊急時に限ったことではないが、情報化が進んだ現代においては「正しく情報を読み解くこと、そして正しく情報を発信すること*」の重要性を踏まえた消費者教育を推進することが重要である。

また、トラブルに遭った場合はもちろん、誤った情報や、真偽を判断できない不確かな情報を受け取った場合には、その情報をすぐに拡散させるのではなく、行政や事業者の相談窓口等に相談するといった行動が、自身のトラブル解決だけでなく、周囲への被害拡大防止に役立つという消費者マインドの育成も重要である。

さらに、緊急時には不測の事態が生じ、冷静で、適切に判断する知識を持ち合わせていると自認している人であっても、正しい判断をできなくなる恐れもあるという視点を織り込むことも重要である。

(2) 災害対策とあわせた消費者教育の推進

緊急時は、多くの場合、地震や台風などの災害発生時であるため、災害への備えと合わせて消費者教育を行うことが効果的である。

緊急時に備えた防災訓練や会議の場で、避難用品や備蓄物資と合わせて、緊急時の生活必需品の確保や金銭管理方法等の消費生活上の注意事項について確認できれば、事態が発生した時にも冷静な消費者行動をとることができ、トラブルに遭うといった事態を防ぐことが期待できる。

(3) 消費者相談機関の認知度の向上

令和2年度実施のヨコハマeアンケートによると、センターを「知らない」「名前は聞いたことがあるが場所や役割は知らない」と答えた人が65%以上に上った。消費生活における各種トラブルに直面した際の、トラブル解決のための助言やあっせんを行う身近な消費生活相談窓口としてセンター、かながわ中央消費生活センター、「消費者ホットライン」188番、国民生活センター「平日バックアップ相談」などを平時から周知する取組も必要である。

対応の方向性2 「緊急時における消費者への適切な情報提供」

(1) 正確でタイムリーな情報提供

行政は、緊急時に必要な情報について、迅速かつ的確に発信しなければならない。

例えば、「保険を使って自己負担なしで住宅修理が出来る」などといった、被災者の不安な心理に付け込む悪質商法発生に対する注意喚起はもとより、国や業界団体から発信される消費者にとって必要性の高い生活物資の供給状況、困りごとの相談窓口の情報などの、正しい情報をタイムリーに提供することが、「対応の方向性1」にも記載した適切な消費者行動を促し、消費者トラブルの発生や、買いだめによる品不足等を防ぐことにもつながる。

そのためには、予測される事態に備え、いつ、どのような情報をどのような手段で発信するかをあらかじめ整理しておくことが望ましい。

(2) 活用しやすい情報の適切な提供

過去の災害で起こった消費生活相談事例などを通じ、発生しやすいトラブルと対応策をまとめたホームページを作成しておくなど、緊急時に発信が必要な情報を事前に集約しておき、いざという時は、迅速に効果的な媒体を使って市民へ提供することが必要である。

また、災害に便乗した悪質商法についての注意喚起等を、そのまま印刷して掲示が出来るように工夫したページを作成するといったことも、活用しやすい情報提供の方法の一つである。緊急時にいつでも活用できるよう、効果的な情報提供ツールを平時から準備しておくことが有効である。

(3) 多様な消費者に届く様々な手段による情報提供

多様な消費者に必要な情報が届くように、平時には、市ホームページをはじめとして保有する様々な広報媒体や講座・イベント等の機会を通じて情報提供を行っているが、緊急時には状況の変化に対応して、必要な人に必要な情報が確実に届くよう工夫する必要がある。例えば、ポスターなどの紙媒体、公用車を使った音声情報など、インターネットを利用しない情報提供の併用が考えられる。併せて、一人暮らしの高齢者等のいわゆる災害弱者の中には、情報を入手することが難しい方も多く、区役所や地域ケアプラザ等の福祉関係機関とも協力しながら、地域社会で行われている配慮の必要がある方への見守り等を通じ、工夫して行うことが重要である。

情報発信にあたっては、情報発信側が意図した通りに、受け手に伝わるとは限らない。特に緊急時は、迅速さとともに正確性が重要であるため、わかりやすさのほか、受け手の状況に対する配慮が必要である。時として相手がどのように受け取ったか確認することも考えられる。

(4) 民間事業者等と連携した情報提供

民間の情報提供媒体は、迅速性や波及力に優れるなど、行政とは異なる特性を有している。

行政の所有する広報手段に限らず、平時から、民間企業等に協力関係構築を働きかけておくことも考えられる。金融機関、新聞社、宅配事業者、コンビニエンスストア、ライフラインに関する事業者等、地域の身近な事業者に協力を働きかけて、緊急時に、これら事業者を通じて情報提供することは有効である。

対応の方向性 3 「消費者行政以外の機関等との連携強化」

(1) 災害対策関係機関への働きかけ

緊急時には、災害そのものへの対応が最優先事項となるため、消費者トラブルに関しては、優先度が低いとされ、発生後に発信を依頼しても他の情報に埋もれてしまう恐れがある。緊急時に発生する、災害に便乗した消費者トラブル等の財産に関する被害を防ぐための教育・啓発の重要性について、日頃から防災関係機関にも共有しておき、緊急時には防災関連情報

の発信と併せて、消費生活トラブルについても注意喚起してもらうように働きかける必要がある。

前述の「対応の方向性2」においても、正しい情報のタイムリーな情報提供について記載したが、緊急時の司令塔である市災害対策本部の情報提供と連携して注意喚起を行うことで、消費者被害やトラブルの未然防止につながるものと期待する。

(2) 地域防災拠点での教育・啓発

災害時に被災者の避難場所として、一時的な生活の場や情報・物資供給の拠点となる、地域防災拠点等での教育・啓発や情報発信も有効と考えられる。

上記(1)に関連して、地域防災拠点で行われる防災訓練において、緊急時に発生しやすい消費生活トラブル事例についての情報提供・啓発を行うことで、防災意識と併せて意識を高めてもらう事が効果的である。

例えば、緊急時に発生しやすい消費者トラブル事例等を掲載したチラシを地域防災拠点の備蓄品としておき、地域防災拠点の開設時に、他の災害情報と併せて掲示してもらうことも有効である。

なお、高齢や病気等で特に配慮が必要な方は、地域ケアプラザ等に開設される福祉避難所に避難される方もおり、そういった方々の消費者トラブルを防ぐためにも、当該施設と連携して情報提供・啓発を行うことも必要である。

【参考】福祉避難所

災害が発生したとき、地域防拠点や自宅等での避難生活が困難な方のための二次的避難場所のこと。区役所と協定を締結している高齢者施設や障害者施設、地域ケアプラザなどの社会福祉施設を福祉避難所として開設します。

対応の方向性4 「緊急時に備えた相談体制の整備」

(1) センターでの相談業務困難時の備えの充実

令和3年版消費者白書¹⁰によると、通常、消費生活相談は身近な市町村の相談窓口で受け付けを行っているが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う相談体制の変更を行った市町村や、令和2年7月豪雨により、相談業務の継続が困難となった市町村に対し、消費者ホットライン（188）の接続先を都道府県の消費生活センター等に変更するなどの対応を行うことで、消費生活相談の機能の維持を図った。

また、国民生活センターは、令和2年7月豪雨に被災した自治体のバックアップのために、特設相談窓口を開設するといった対応を行ったという事例がある。

大規模災害時には、周辺地域の相談機能が全てダウンする可能性があることに鑑み、センターの相談受付業務が実施できない時は、消費者ホットラインの接続先を対応可能な地域へ速やかに変更するといった緊急時の対応について、消費者庁に働きかけていくことが考えられる。

その他、消費生活相談機能の維持のため、国や他の自治体、関係機関の間で、臨時・代替的に相談を受け付け支援する体制を構築するための災害時協力などについて、例えば、都道府県や政令市における消費者行政担当部署における連絡会議などの場で働きかけて検討することなども必要である。

なお、これらは、消費者庁及び国民生活センターが中心となって今後検討を進める、消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプランの状況も踏まえて、市の対応を検討していくことが望ましい。

(2) 相談業務のDX（デジタル・トランスフォーメーション）化に対応した柔軟な相談受付体制の検討

センターでは、平時から、消費者トラブルの自己解決を支援するためチャットボット、IVR（電話自動応答システム）、SNS、FAQ、ホームページ等のツールを活用し、電話相談によらない解決手段の強化を推進している。

こうした取組をさらに進めるとともに、相談員がセンター施設に出勤できない場合に、自宅や他の施設でも相談業務が行えるリモートワークの体制整備や、感染症拡大時に備えたその他の非対面型相談受付体制の検討を行うことが望ましい

¹⁰ 令和3年版消費者白書

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/2021/white_paper_213.html

【参考】消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプラン

「デジタル・トランスフォーメーション」という概念は、2004年にスウェーデンのウメオ大学のエリック・ストルターマン教授によって提唱された。教授の定義によると、「ICT※の浸透が人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させること」とされている。¹¹

アクションプランとは、社会のデジタルシフトが急速に加速する中で、デジタル社会に対応した、現状に捉われない消費生活相談体制を構築するため、目指す将来像とそれに向けた作業の進め方についての2022年時点における計画である。¹²

¹¹Erik Stolterman, Anna Croon Fors (2004) “Information technology and the good life”, Information Systems Research Relevant Theory and Informed Practice

¹²消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプラン

<https://www.kokusen.go.jp/hello/data/digitalconsul.html>

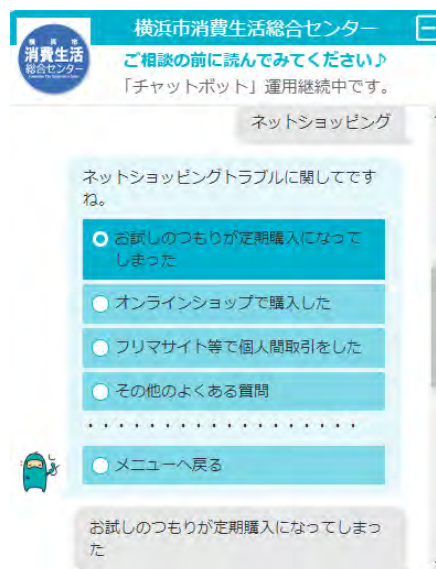
※Information & Communications Technology の略。情報通信技術。

総務省「ICT」用語集より

<https://www.soumu.go.jp/soutsu/tokai/tool/yougo/yougo.html>

【参考】横浜市消費生活総合センターのチャットボット運用

横浜市消費生活総合センターでは、消費者が知りたい項目にスムーズに到達できるよう、ホームページアクセス・アシスト機能として、チャットボットの運用を行っています。チャットボット画面がセンターホームページから自動起動され、関心がある項目を選ぶと該当する事項・アドバイスに誘導します。また、情報が役に立ったか（アンケート）、本当は何を聞きたかったか（自由記述欄）を設け、継続的な改善に活用しています。



(3) 身近な地域社会での相談・解決手法の検討

(既存の組織・制度を活用した地域の見守り力の向上)

緊急事態発生直後には、センターの施設が被害に遭うなど、相談機能が失われる恐れがあり、より身近な地域社会の中で一次的な相談ができる環境づくりを検討する必要がある。例えば、地域ケアプラザ、消費生活推進員、民生委員、自治会町内会等の方々に対して、緊急時に発生しやすい消費生活トラブル事例等の知識を深めてもらい、必要に応じて行政等につないでもらうといった学びの場所の提供や、各団体が日頃から行っている啓発活動等への支援をより進めていく必要がある。最近では、リモートワークやリモート授業が一般化しており、若年・壮年世代も地域活動に参加しやすい環境になっている。例えば、高齢者から若い世代に過去の災害体験を伝えたり、若い世代が高齢者にスマートフォンなどの操作方法を教えたりするような多世代間の連携が生まれることを期待したい。長年、地域社会において緊急時の課題と考えられていたことが、デジタルスキルで解決することも考えられるので、世代間の交流や情報交換が進むような環境づくりが望ましい。

加えて、対応の方向性2(4)でも触れたが、行政機関だけで情報発信や相談・解決のすべてを担うのではなく、銀行が振り込め詐欺の防波堤になっているように、民間事業者の力を生かす連携も検討する必要がある。地域の身近な事業者が悪質商法に関する相談を受けていただくといった協力を働きかける事も方法の一つとして考えられる。

平時において正常に働いている機能が、緊急時にも同様に機能する保証はない。いざという時には、様々な機関や住民同士が支えあい、頼れるところに頼り、身近な生活圏での問題解決ができる状態ができることが望ましい。このためには、日ごろから多方面に向けて教育・啓発、情報発信を行うことが必要である。

おわりに

本意見書では、自然災害や感染症拡大等の緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の未然防止・拡大防止について、相談データ等で状況確認を行い、現状と課題を整理し、対応の方向性を示した。

地震、風水害、感染症拡大の3つの事態別に消費生活相談事例を見ると、災害等の種類により内容に違いはあるものの、時間の経過と相談件数・内容には一定の傾向があり、中には事前に対策がとれるものもあることが確認できた。

こうした点から、横浜市の緊急時の消費生活トラブルや被害防止への取組状況を見ると、消費者教育・啓発、情報提供・発信とも、経常事業の中では行われているものの、緊急時に備えて特化した取組は少なかった。そこで、課題として取組の特化・明確化や災害対策機関等との連携をあげ、また、相談体制については、全国レベルでの相互協力の必要性にも言及した。

これらを踏まえ、当審議会では、緊急時における消費者の安全・安心を確保する上で、横浜市として実施することが必要な取組について、「平時における消費者教育の推進」、「緊急時における消費者への適切な情報提供」「消費者行政以外の機関等との連携強化」「緊急時に備えた相談体制の整備」の4つに分けて対応の方向性について議論し意見を取りまとめた。

横浜市には、緊急時にどのような被害・トラブルが発生し、どのような問題が生じたのかを、過去の事例を分析、確認し、何が不足していたのか課題をしっかりと認識すること。その上で前述の4つの対応の方向性をより具体化した施策を検討し、実施すること。また、その状況を本審議会に適宜報告することを求めるものである。

なお、今回は緊急時に多く寄せられる消費生活相談を切り口に議論をしてきたが、平時から生じている消費者トラブルは、緊急時においても変わらず発生するものであることを忘れてはならない。悪質な事業者による高齢者への訪問勧誘といった、平時から深刻な被害が発生している問題が、緊急時には見えにくくなる恐れがある。緊急時特有の被害やトラブルへの対応を適切に進めつつ、あわせて平時からの課題への継続的な取組の重要性にも触れ、本書の結びとする。

付 属 資 料

1. 第 13 次横浜市消費生活審議会委員名簿
2. 審議経過

第13次横浜市消費生活審議会委員名簿

任期：R2.10.1～R4.9.30

区分	委員名簿	所属	備考
会長 (学識経験者)	たなか まこと 田中 誠	神奈川県弁護士会	
副会長 (学識経験者)	むら ちづこ 村 千鶴子	東京経済大学 現代法学部 教授・弁護士	
学識経験者	あまの まさお 天野 正男	神奈川県弁護士会	
消費者代表	いまい りか 今井 里香	横浜市生活協同組合運営協議会	R4.6.17から
事業者代表	おおもり しゅんいち 大森 俊一	公益社団法人 日本訪問販売協会 専務理事	
学識経験者	かわい なおみ 河合 直美	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・ コンサルタント・相談員協会	
事業者代表	くりた ゆたか 栗田 裕	横浜商工会議所	
学識経験者	しろた たかこ 城田 孝子	神奈川県弁護士会	
消費者代表	しんじょう しげる 新庄 茂	市民委員	
消費者代表	たがや 多賀谷 としこ 登志子	横浜市消費者団体連絡会 代表幹事	
事業者代表	ながお じゅんじ 長尾 淳司	一般社団法人 日本クレジット協会 総務部長	
事業者代表	はなだ まさし 花田 昌士	公益社団法人 消費者関連専門家会議 理事	
学識経験者	ほそかわ こういち 細川 幸一	日本女子大学家政学部 教授	
消費者代表	まつい ゆうこ 松井 祐子	市民委員	
消費者代表	もちづき ようすけ 望月 陽介	横浜市消費生活推進員 港北区副代表	

退任された委員（所属は在任中のもの）

区分	委員名簿	所属	備考
消費者代表	つつい しのみ 筒井 志乃	横浜市生活協同組合運営協議会	R3.7.7まで
消費者代表	みうら のりこ 三浦 紀子	横浜市生活協同組合運営協議会	R4.6.16まで

審 議 経 過

開催日	主な審議事項
令和3年 3月29日	【第1回消費生活審議会】 (1) 会長・副会長の選出について (2) 会議録確認者の選出について (3) 第13次横浜市消費生活審議会の運営について (4) 第12次審議会意見書に基づく取組報告について
5月28日	【第2回消費生活審議会】 (1) 会議録確認者の選出について (2) 令和3年度横浜市消費者教育推進計画について (3) 緊急時における消費生活相談の状況について (4) 第12次審議会意見書に基づく取組報告について
10月29日	【第3回消費生活審議会】 (1) 会議録確認者の選出について (2) 審議テーマ「緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止～自然災害や感染症拡大時における消費者の安全安心を確保する体制の構築～」について (3) 令和4年度横浜市消費者教育推進計画について
令和4年 3月17日	【第4回消費生活審議会】 (1) 会議録確認者の選出について (2) 第13次審議会意見書骨子案「緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止～自然災害や感染症拡大時における消費者の安全安心を確保する体制の構築～」について (3) 第12次審議会意見書に基づく取組報告について (4) 部会報告
6月17日	【第5回消費生活審議会】 (1) 会議録確認者の選出について (2) 第13次 審議会意見書（素案）について (3) 令和4年度横浜市消費者教育推進計画について
8月19日	【第6回消費生活審議会】 (1) 会議録確認者の選出について (2) 第13次 審議会意見書（案）について (3) 横浜市消費者教育推進計画について (4) 部会報告
9月16日	【第7回消費生活審議会】 (1) 会議録確認者の選出について (2) 第13次 審議会意見書について

緊急時における消費生活トラブルへの対応
と消費者被害の防止についての意見

～自然災害や感染症拡大時における消費者
の安全安心を確保する体制の構築～

令和4（2022）年9月

第13次横浜市消費生活審議会 報告

① 【全般】 字句や表現の修正（各委員）

→ 「事態」⇒「緊急事態」、「平常時」⇒「平時」など細かな字句やその他表現を修正。

② 【P20～21】 第2章 1 消費者教育・啓発（1）現状、（2）課題の書きぶりを整理して欲しい（長尾委員）

→ （2）課題の記載の一部を（1）現状へ移す、言葉を補うなど修正。

③ 【P31～32】 第3章 対応の方向性4（1）（2）で「国を中心に検討する」等の表現は横浜市が主体的に実施する内容がなく消極的である（天野委員、細川委員）

→ 緊急時に相談機能がダウンした場合の体制維持の検討は、都道府県や政令市における消費者行政担当部署における連絡会議などの場で働きかけることを明記するなどし、市が主体的に実施するような表現に修正。

④ 【P31～32】 第3章 対応の方向性4（1）（2）で「DX（デジタル・トランスフォーメーション）」には言葉の説明が必要（細川委員）

→ 脚注を挿入。デジタル・トランスフォーメーション及び同アクションプランについて説明。

⑤ 【P32】 第3章 対応の方向性4（2）「非対面型の来所相談」とは具体的に何か（細川委員）

→ ここでは具体的な手段は明記しないが、来所したうえでの非対面型相談は想定しないため「来所」の表現は削除。

⑥ 【P35】 おわりにで「事態に見舞われた場合に対策を検討実施する」としているが、事態に備えてあらかじめ対応することが趣旨ではないか（細川委員）

→ 表現を修正。

⑦ 【P35】 おわりに「適宜報告する」とはどこに報告するのか（新庄委員）

→ 審議会に対して報告することを明記

⑧ 【P35】 おわりにの最終段落の表現がわかりにくい（細川委員）

→ 表現を修正。緊急時であっても、平時に発生するトラブルは変わらず並行して発生するため、緊急時にあっても見失わないように注意が必要である趣旨を表現。

※ページは第7回資料2-1に対応