

第 11 次横浜市消費生活審議会 第 3 回施策検討部会会議録	
日時	平成 29 年 12 月 4 日（月）14 時 00 分～15 時 55 分
開催場所	松村ビル別館 501 会議室
出席者	榎本委員、佐藤委員、清水委員、鈴木委員、多賀谷委員、村委員
欠席者	梅本委員
開催形態	公開（傍聴者 0 人）
議題	議題（1） 会議録確認者の選出について 議題（2） 事業者と連携・協力した他都市の取組事例について 議題（3） 若年者に関する消費者問題について 議題（4） 横浜市における事業者の認定・認証・登録制度について 議題（5） その他
決定事項	○会議録確認者は榎本委員、佐藤委員とする。
	1 開会
鈴木部会長	<p>定刻になりましたので、第 11 次第 3 回 施策検討部会を開会いたします。</p> <p>本日は、梅本委員がご欠席のため委員総数 7 名中、6 名の方が出席されており、横浜市消費生活条例施行規則第 2 条により会議開催の定足数に達しております。</p> <p>傍聴人はいらっしゃいませんが、情報公開条例により、本日の審議会は公開となります。本部会の会議録は、要約いたしますが、原則そのまま委員名とご発言内容を公表させていただきますのでご承知おきください。</p>
	2 議題（1） 会議録確認者の選出について
鈴木部会長	<p>それでは、『議題（1） 会議録確認者の選出について』に入ります。今回は、佐藤委員と榎本委員にお願いしたいと思いますが、よろしいでしょうか。</p> <p>（了承される）</p>
鈴木部会長	<p>では、よろしく申し上げます。</p>

	<p>2 議題（２） 事業者と連携・協力した他都市の取組事例について</p>
<p>鈴木部会長</p>	<p>それでは議題に入ります。</p> <p>まずは、資料２の「施策検討部会の運営について」をご覧ください。今日の議論内容を確認させていただきたいと思います。前回の部会では、資料の右側にあります項目のうち、主に「①の事業者への情報伝達のありかた」と「②の従業員への消費者教育の推進に向けた取組み」を中心に議論を進めてまいりました。</p> <p>本日の部会では、「③の事業者と連携した消費者教育の推進」と「④の市内事業者と連携・協働した消費者被害防止の視点からの見守りの方法」の２つの点を中心にご意見をいただきたいと思います。</p> <p>なお、④の見守りについては、第１回審議会の際に「成年年齢の引下げの議論もあるので、高齢者に限らず、若者等も含めたすべての消費者を対象としたらどうか。」というご意見をいただいておりますので、その点についても議論をしていきたいと思います。</p> <p>また、前回部会で議論をしていた「事業者の表彰制度等について」も後ほど事務局から「横浜市における市内事業者の認定や登録制度について」ご説明をいただきます。それではまず始めに、「事業者と連携・協力した他都市の取組事例について」事務局から説明をお願いします。</p>
<p>事務局</p>	<p>それでは、資料３の１ページをご覧ください。</p> <p>事業者と連携・協力した取組について、他都市の事例を紹介します。それぞれの取組項目は上の方に例示してあるとおりでありますが、(1)～(6)について各市に照会しました。</p> <p>まず、福岡市の取組の特徴として、(3)、(4)にありますように、保険会社と消費者行政に関する協定を締結し、保険会社が作成した教材を使った出前講座による市立中学校への消費者教育や営業職員による見守りなどを行っています。それから(5)になりますが、消費生活サポーター事業として、地域で啓発活動を行う個人や高齢者等の見守り活動を行う事業者をサポーターとして登録し、その活動を支援する事業を実施しています。参考資料として、(別紙１)協定に関する資料や(別紙２)消費生活サポーター事業の要綱をご提供いただいておりますので、後ほどご覧ください。</p> <p>次に静岡市の取組では、事業者に対する情報提供ということで、地域包括支援センターや居宅介護支援事業所に対し、定期的に消費者庁が発行している注意喚起情報等の配信や見守りガイドブックの配付を行っています。</p> <p>２ページをご覧ください。</p> <p>千葉市の取組では、(2)の従業員向けの消費者教育として、市の新採用職員研修で講義を実施しています。また、(3)にありますように、千葉市をホームタウ</p>

ンとして活躍するサッカーチームと連携し、毎年5月に啓発活動を行っています。また、(5)の事業者の登録制度として、「ちばし消費者応援団事業」を実施し、登録した団体や事業者に対し、掲示用ステッカーや情報紙の送付、センター施設の貸出などを行っています。現在、登録が88団体ありますが、そのうち事業者として該当するのは3社となっています。参考資料として、(別紙3)「ちばし消費者応援団事業」の概要や登録団体一覧、活動内容といったものをホームページから抜粋して添付しておりますので、後ほどご覧ください。

川崎市の取組では、(3)にありますように「安心・安全なスマホ・インターネット教室」と題し、保護者や地域の方々を対象にKDDIやLINEの方を講師に迎えた講演会を実施しています。また、(4)にありますように、訪問介護事業者や地域包括支援センターに対し講座を実施しています。

広島市の取組では、訪問介護支援事業者を対象に見守りのための講座を実施し、消費者安全法に基づく消費生活協力団体として、事業所単位で委嘱する取組を進めているということでご報告しています。

名古屋市の取組では、配送業者と締結した包括協定に基づき、従業員に対し「高齢消費者見守り支援講座」を実施しています。高齢者に関する消費者被害や見守りのポイントなどについて理解を深めることにより、見守り活動を支援するという目的があると伺っています。

3ページをご覧ください。

神戸市の取組として携帯電話会社や家電量販店の市内各店舗で、インターネット関連機器を購入した方を対象に「インターネットトラブル対策サイト」にアクセスするためのQRコード付啓発ステッカーの配布を平成28年度に実施しています。

京都市の取組として、ACAPと連携し小学4年～6年生を対象とした「子ども消費生活講座」を実施しています。

最後に本市の取組についてご紹介します。

高齢者の消費者被害防止の取組として、昨年度いただいた審議会のご意見から「お助けカード」を2種類作成しました。心配な高齢者の方がいた際にお渡しいただくということで、平成28年度から配布を開始しました。平成29年度からは市内事業者にもこの取組に参加していただくということで、資料にもありますとおり、携帯事業者3社にご協力いただき市内でスマートフォンを新しく購入される方や機種変更をされる65歳以上の方に対し「お助けカード」を配布いただいています。神奈川県生活協同組合連合会では夕食の宅配などを行っているので、気がかりな高齢者がいた場合に「お助けカード」をお渡しいただいています。損害保険ジャパン日本興亜では、通常の営業活動として契約者の方のご自宅訪問を行っているということで、新規契約者ではなく既存の契約者の方のご自宅に行った際、気がかりな高齢者の方に「お助けカード」をお渡しいただいています。特に家の中に上げられるという営業をされているため、段が

	<p>ールや布団が積まれているといった様子に気づきやすいというメリットがあります。気がかりな高齢者の方でなくても、やり取りの中で必要があると感じればお渡しいただくなど、営業担当者の方のご判断にお任せしてお渡しいただいています。事業者と連携した取組みとしては平成 29 年度から開始をしておりますが、今のところ 5 社にご協力いただいております。今後も拡充をしていきたいと思っています。また、センターでは従来から相談員を講師として派遣する出前講座を行っていますが、平成 28 年度は、従業員向けの消費者教育として市内企業へ 4 回講師派遣を行っており、118 人の方にご参加いただいております。それから、来年度の新規事業として検討中のため資料には掲載しておりませんが、本審議会の教育部会から出た意見を踏まえ、小学校・中学校向けの出前講座の新規メニューの検討を進めています。内容としては、市内事業者のご協力のもとお茶の入れ方や風味を学ぶといった講座を新しく実施しようというもので、講師の候補としては、教育部会に所属している事業者委員の方があがっています。また、県の計量協会の方も出前講座への参加意思を表明していただいております。出前講座のメニュー拡充を検討しているところです。駆け足ではありますが、資料のご説明は以上です。</p>
鈴木部会長	<p>ありがとうございました。これは、政令市に関する事例ということですね。</p>
事務局	<p>はい。そうです。</p>
鈴木部会長	<p>それでは、他都市でも様々な取組をされているようですが、これらを参考に横浜市で取組めそうな内容があるか等についてご意見がございましたらお願いいたします。</p>
清水委員	<p>金子センター長にお聞きしたいのですが、「お助けカード」にも記載がありますが、消費生活総合センターというのは、ここに記載されている平日と土日以外の時間帯は相談を受け付けていないのでしょうか。実は、地域でアンケートをとった時に「消費者トラブルに遭った時どこに相談するか」という内容について、市役所、弁護士、警察などの回答がありましたがもちろん一番多いのは消費生活総合センターという回答でした。しかし、何人かの方から、「困って電話をしたがセンターに電話が繋がらなかった」、「昼休みも対応しているのか」、「繋がらないのでは意味がないのでは」というご意見をいただきました。どこまで対応できるかということはあると思いますが、「何か困ったことがあった時は消費生活推進員に相談してください。」と伝えました。役所関係は時間の制限もありますので、相談機関が時間外の場合にどうしたら良いかと思っています。</p>
金子センター長	<p>当センターでは土日も含めて開設をしています。ただ、昼休みや夕方は電話が繋</p>

清水委員	<p>がりづらいというのも事実ですので、繋がりやすくしなければいけないという課題があることは認識しております。「お助けカード」に記載があるとおり、平日が9時から18時まで土日が9時から16時45分までお電話いただくことができます。</p> <p>当面は、この時間帯ということですね。</p>
村委員	<p>今の清水委員のご意見には二つのことが含まれていて一つは、受付時間内ではあるが昼休みや夕方だと相談の電話が殺到して非常に繋がりにくいということと、もう一つは何か問題が起きた時に相談窓口が開いてないと住民としては困ってしまうという二つのことが含まれていると思います。</p> <p>実のところ、市レベルの消費生活相談体制としては、横浜市はベストだと思います。朝9時半や10時からという自治体もあるので朝9時から開設しているというのは、一番早いと思います。市や区の場合では東京都内でも15時半までとか16時まで、良くて16時半までというのが普通です。なので、18時までというのは、横浜市はすごいなと思います。しかも土日も朝9時から16時45分まで市で相談を受け付けています。ウィークデーでもこの時間帯でやっているところは多くないので、相談体制としては最強だと思います。必要な時に開いてないということになると365日24時間、開けておけということになります。行政コストがかなりかかります。ともかく、一晩我慢していただいて翌朝の9時から相談いただくなど消費者の方も一定の理解が必要だと思います。</p>
清水委員	<p>地域の高齢者は横浜市のことしか知らないのだから、他の市に比べて横浜市の相談体制が良いということはわからず、どうにかならないのか、誰かに相談したい、時間的になんとかならないのかという気持ちが出てきてしまうということがあります。</p>
村委員	<p>困ったことが起こった時に今すぐ誰かにどうにかしてほしいという方の気持ちも分からなくはありません。このような時に地域で見守りをしてくださる方などがいると良いのかもしれないですね。</p>
清水委員	<p>そうですね。地域でもそのような取組はしていますし、他でも対応しているということを知ったりもしますが、人数も限られているので。</p>
事務局	<p>補足させていただきます。横浜市の場合、数年前は土日の開設をしておらず、受付時間も今より短かったのですが住民サービスを良くするため、受付時間を延長しました。しかし、延長したことによりどうしても体制が薄くなる時間帯というのが発生します。繋がりにくさというのはご利用になった方からもご意見をいただくなど、改善しなければならない重要な政策課題の一つであると考えています。ただ、24時間受け付けられる体制にするには、かなりのコストがかかります。以前、病院</p>

	<p>で業務をしていたことがあるのですが、24 時間人員配置をしようとする、年休などの関係から日中の約 5 倍の人員が必要になるというのが病院業界の初歩的な知識でした。ですので、なかなか実現が難しい状況になります。せめて、相談受付時間として開設している時間帯にご不便をおかけしないよう改善を図っていきたいと思っています。</p>
佐藤委員	<p>相談員さんはシフト制なのでしょうか。</p>
事務局	<p>相談員は全国的に週 4 日勤務となっており、横浜市の場合は週 7 日開設しておりますので、早番と遅番で交代勤務を組んでいます。</p>
佐藤委員	<p>わかりました。それからもう一つ。民間企業ですと、電話がふさがっているときにどの程度の受信率があり、どの程度お待たせしてしまっているか、どの程度対応できているかなどをデータ化しています。その中で、対応率を例えば 98%以上にしようなどの目標を定めている場合もあると思いますが、そのあたりは取り組んでらっしゃるのでしょうか。</p>
事務局	<p>実は、平成 28 年度に電話システムを新しくしまして、佐藤委員からお話のあったようなデータが把握できるような状態となっております。今後、このようなデータによる改善方法の検討が可能となったという状況です。</p>
佐藤委員	<p>事例を見ると、地元に着しているような生命保険会社や損害保険会社、運送業者など、担当の地域を持って営業しているような企業がいち早く連携しているというようなイメージがありますね。</p>
村委員	<p>面白いなと思ったのが、千葉市の(3)にありますジェフ市原との取組が若い人向けの啓発としては良いかなと思いましたが、横浜市で連携できそうなスポーツチームはありますか。</p>
(皆様から)	<p>マリノス、ベイスターズ</p>
村委員	<p>何かできそうでしょうか。</p>
事務局	<p>無理がなければ引き受けてくれるかもしれません。いろいろな部署が様々な案件を持ち込んでいると思いますので。</p>
村委員	<p>若い人向けという意味では、サッカーは良いですね。これは面白いなと思います。</p>

多賀谷委員	私は、人権関係の団体でも活動をしているのですが、マリノスの試合の時に啓発をしています。大きな旗などを持ってグラウンドを一周するような啓発を行っています。
村委員	若い人がたくさん観に来ると思うので、目に留まるでしょうね。
清水委員	事前準備が必要だと思うのですが、どのような段取りなのでしょう。
多賀谷委員	そうですね。事前の準備は法務省や市の市民局の職員の方が準備してくれます。
清水委員	準備やマリノスとの交渉などは、市の職員に頼むのでしょうか。
多賀谷委員	<p>どうでしょう。活動自体は、法務省や市の市民局、人権センターと一緒にしています。</p> <p>マリノスの試合は若い人が多いですし、消費者トラブルの啓発には向いているのではと思います。</p> <p>また、人権関係の団体では小学校、中学校向けに出前講座を行っているのですが、消費者トラブルに関してはもう少し年齢層を上げて、高校生や大学生向けに実施できると良いのではと思います。現在は出前講座の実施はされているのでしょうか。</p>
事務局	小学校、中学校に加え高校にも出前講座のお知らせはしております。高校の場合、あまりリクエストがないのですが、一応高校生も対象としています。
多賀谷委員	人権関係の団体で出前講座を実施する時は、全小中学校に出前講座の案内をしていますが、毎年希望が増えている状況です。スマホのトラブルなども増えていると思うのでこのような取組をしていくべきだと思います。子どもたちはいろいろなトラブルを抱えていますし、親もいっぱいいっぱいな状態なので学習の機会を学校で設けていくことが必要だと思います。
事務局	ファイナンシャルプランナーや弁護士などを派遣してスマホの使い方やお金の遣い方の出前講座を実施しており、全学校に対し毎年案内をしています。学校側の負担はもちろんゼロで講師派遣をしております。ただ、先生に興味を持っていただくという面ではPRをより行っていく必要があると思っています。
多賀谷委員	学校側もカリキュラムに入れていくということが難しいみたいですね。
事務局	指導要領の改訂があるそうなので今後はより活用が広まっていくのではないかと教育委員会の方からは伺っています。

鈴木部会長	<p>スマホトラブルについては、川崎市でも実施していますが携帯会社やLINEなどに協力していただくというのが良いかもしれませんね。</p>
村委員	<p>質問ですが、川崎市の(3)のLINEやKDDIと連携し講演会を実施というのは、これも講師料の補助やなんかを川崎市がやっているということでしょうか。</p>
事務局	<p>川崎市の場合は、出前講座ではなく講演会という形で開催しています。LINEに関しては、今年の11月20日に文化会館で13時30分から16時20分までということで、「子どもがインターネットを利用する際の注意事項とLINEについて」という保護者向けの内容が90分、「スマホ・ケータイに関する子どもの消費者トラブル」ということで消費生活相談員が講演をしたということで、基本的には保護者向けの内容となっているようです。</p>
鈴木部会長	<p>こういう内容を出前講座でやったらどうでしょうか。</p>
事務局	<p>おもしろいかもしれませんね。</p>
村委員	<p>質問ですが、資料3の3ページ、京都市の回答でACAP等と連携し子ども消費生活講座を実施とありますが、第一生命保険や江崎グリコ、パナソニックなど個別企業の名前が出てくるのですが、ACAPと京都市はどのように絡んでいるのでしょうか。ACAPの位置づけが良く分からないのですが。</p>
佐藤委員	<p>関西圏の京都市や高槻市など消費者行政や消費者相談に力を入れている市町村から、夏休みや冬休みを使って、子ども向けの講座を実施する際、「ACAPの会員さんで講師をやってもらえないだろうか」というお話をいただくことが多くあると聞いています。ですので、恐らくですがACAPの西日本支部と市町村でパイプができているのだと思います。ACAPに講師派遣の依頼をいただいた場合は、会員である個別企業から派遣していただく形になりますが、ここまではっきりと個別企業の名前を書くということは市町村と各企業が個別にパイプを持ってらっしゃるのではないかとイメージします。</p>
村委員	<p>そうすると、横浜市もACAPとそういったパイプを持つことはできるのでしょうか。</p>
佐藤委員	<p>できると思います。会員企業さんは消費者の皆様に賢くなっていただきトラブルを未然に防ぎたいという気持ちでいるので、いろいろな啓発をしたいと考えていると思います。時間やテーマなど、いただいたご要望に合うように会員企業さんを派遣するという形になると思います。</p>

事務局	資料に添付はしていませんが、講座のチラシを拝見すると企業名としてパナソニックや江崎グリコと表記があります。京都市に直接問合せをしないとわかりませんが、もしかしたら ACAP に依頼をして実際に講師をやったのが個別企業ということかもしれません。
佐藤委員	その可能性は高いですね。恐らく ACAP から各企業に依頼をしたのだと思います。当日の講座に出席するのは、各企業のみかもしれませんが。
事務局	関東圏でも同じようなことはできるのでしょうか。
佐藤委員	はい。できます。
村委員	可能だったら、横浜市が主催という形で実施すると良いと思います。
佐藤委員	一つ注意が必要なのは、講師に来ていただく企業の自社 PR にならないよう、前もってお話しをしておくということです。自社商品の PR をしてしまうと、行政側に迷惑がかかります。それだけは、ACAP としても徹底しているところです。
佐藤委員	<p>自治会・町内会と関連性を持たせることができると良いと思うのですが。</p> <p>以前、自治会の役員をしたことがあるのですが、夏になると地域のイベントがありカラオケや食べ物、飲み物の提供などをしています。このような場で一つでも啓発ができると良いのと思った印象があります。自治会・町内会のイベントというのは、土日開催していることが多いので企業から講師を出していただくのは難しいかもしれませんが、地域の方が集まる場なので何かできたらと思います。</p>
清水委員	<p>人を集めるというのは、そのようなイベントしかないのですよね。地元の小学校で高齢者が集まる給食会を年に1回開催しています。一人暮らしの高齢者が多いのですが、給食が終わった後に1時間から1時間半ほどお時間をいただいて、悪質商法や振り込め詐欺の防止に関する講座を消費生活応援隊という団体にやってもらったりしています。それから、この前初めて地域ケアプラザから出前講座の依頼を受けたことがあり、給食会と同様、講師に来ていただいて紙芝居などをやってもらいました。これまでは、地域ケアプラザというと高齢者の介護などケアを中心にやっているという感覚でしたが出前講座の依頼がありました。消費生活推進員としても啓発講座をやりたいという気持ちはあるのですが、単体の催しとして人を集めるのが大変なので、どうしても地域のイベントとコラボしていくという方法を取るしかないのですよね。ですので、佐藤委員がおっしゃったように地域と連携し、自治会やマンションの管理組合などとコラボしていくのが人を集めるには今のところベストだと思います。</p>

多賀谷委員	<p>自治会・町内会ではなく、もう少し広域の連合町内会のイベントに施設（グループホーム）の高齢者を連れて5年ほど参加しているのですが、消費者被害に関する講座などはこれまで見たことがありません。関係者の挨拶があったり、趣味や特技を披露する場があったり、3時間ほどあると思うのですが、このような場で10分や15分でも消費者被害に関する情報を入れるなどこの場を活用していくと良いのではないかと思います。私の地元では高齢者懇親会と呼んでいるのですが、このような催しは、市内の各地で行われていると思います。この機会を上手く利用すると良いのではないのでしょうか。</p>
村委員	<p>市が直接的に自治組織の催しに関わるのは難しいと思うので、自治会・町内会など自治的な取組をしている方向けに、例えば「講師を派遣します」というご案内をしていくというようなことは考えていても良いのではないのでしょうか。</p>
事務局	<p>実は、今年度からの新規事業として、自治会・町内会向けの講師派遣というものも実施しています。直接、消費経済課にご依頼いただく形をとっています。それなりに申込はいただいているのですが、横浜市は広いのでまだまだ知られておらず、特に自治会・町内会の会長の皆様に消費者被害への対策が必要だと思っていだかないと活用が広がっていかないと考えています。昨年度から、区別の消費生活相談の分析をセンターが行っていますので、このような情報を自治会・町内会長の皆様にお伝えし、あわせて出前講座のPRを強化していく必要があると思っています。</p>
村委員	<p>効果的なPR方法とはどのように広報すると良いのでしょうかね。</p>
清水委員	<p>自治会・町内会長宛てに出前講座の案内を出しているのでしょうか。</p>
事務局	<p>毎月各区の連合町内会長の皆様が集まる会議が開催されているのですが、そこには正式な情報提供ができておらず、俗人的なつながりの中でご利用いただいているところです。全自治会・町内会長様宛に周知ができるよう来年度以降、調整ができると良いなと思っています。</p>
鈴木部会長	<p>やはり、自治会・町内会長さんに知っていただくということが大切ですよね。</p>
清水委員	<p>私も自治会・町内会長をやっているのですが、出前講座の話は知りませんでした。</p>
佐藤委員	<p>今の話の中に企業をどう巻き込んでいくかは、難しいですよ。先ほどお話しした地元でのイベントの際は、地域のドラッグストアなどが協力してくださっていますが、啓発というレベルではなく、粗品の提供をいただいているという状況です。例えば、地元の企業から消費者に気を付けてほしいことなどを情報提供する機会が</p>

	<p>あればいいかなと思います。</p>
事務局	<p>そうですね。自治会・町内会や地元の企業などそれぞれが消費者被害などを意識してくださるようになると変わっていくかもしれませんね。</p>
清水委員	<p>参加者の対象によって、啓発の内容も工夫する必要がありますよね。学校関係ですとスマホなどが良いのだと思いますが、自治会・町内会の場合ですとやはり高齢者が多いので振り込め詐欺などの方がピンときやすいと思います。</p>
佐藤委員	<p>私は相模原市に住んでいるのですが、新聞販売店のサービスかと思うのですが月に1度、地元の事件簿というようなチラシを作成し、新聞折り込みの中に入れていきます。地元に着した内容で、例えば、「〇〇で振り込め詐欺が発生した」ですとか、「〇〇に強盗が入った」などについて記載されています。地元で起こった事件ですので自分の生活に密着しており、一生懸命読みたくなるような内容になっています。同じように何か情報を掲載する際は、ちょっとした見せ方の工夫が必要かなと思います。</p>
清水委員	<p>全紙に入っているのでしょうか。</p>
佐藤委員	<p>どうでしょうか。私がとっている新聞にはスーパーなどのチラシと一緒に折り込まれています。</p>
鈴木部会長	<p>横浜市では回覧版で防犯だよりも回覧されていますよね。</p>
清水委員	<p>そうですね。中区でも毎月1回は「〇〇で被害があった」などの情報が回覧板で回ってきます。</p>
鈴木部会長	<p>地元で起きた消費者被害について発信していくというのも良いかもしれませんね。</p>
鈴木部会長	<p>自治会・町内会や地域ケアプラザの関係で言えば、千葉市でやっている「ちばし消費者応援団事業」では、自治会・町内会なども登録していますよね。回覧だけしかやっていないところもありますが、このような登録をすることによって消費者被害の必要性を感じる動機づけになりますよね。</p>
村委員	<p>質問ですが、「ちばし消費者応援団事業」の登録団体の活動内容を見ると「暮らしの情報いずみ」の回覧と記載があります。恐らく、消費者センター便りのようなものだと思うのですが、千葉市の場合は登録しないとこの「暮らしの情報いずみ」</p>

事務局	<p>はもらえないのかなと思ったりするのですが、横浜市の場合、消費者センター便りはどのように住民に配布されているのでしょうか。</p> <p>毎月発行している「よこはまくらしナビ 月次相談リポート」は最近流行りの被害などについて掲載しており、もともとは地域ケアプラザなどで配布をしておりました。平成 28 年度から少し形態を変えて、自治会・町内会の掲示板にも貼らせていただいています。今年度は 9 区からご了解をいただいています。掲示板はスペースが限られているため、行政情報を掲載できない自治会・町内会もあります。そのような区については、自治会・町内会長様宛に 1 部ずつ配布させていただいています。これは 5 区で実施しているので、今年度はあわせて 14 区で「月次相談リポート」を自治会・町内会に対し配布しているという状況です。また、「月次相談リポート」とは別に季刊で発行している「増刊号」については、より詳細な情報として法改正や講座のお知らせなどを掲載しておりますが、こちらは自治会・町内会には配布しておらず地域ケアプラザなどの施設などに配布しています。</p>
事務局	<p>「月次相談リポート」については、回覧をすることでより多くの方の目に触れるということで、区からご相談をいただくこともあるのですが、市内全自治会・町内会で回覧をすると積算した場合、年間を通じ、今の 10 倍以上の予算が必要となります。ですので、実際にやっておられるかは把握しておりませんが、現在は回覧をご希望されるような場合、印刷で対応していただくことをお願いしております。</p> <p>「ちばし消費者応援団事業」にあります「暮らしの情報いずみ」の回覧については、必要部数を市が提供しているのかもしくは、登録団体がサポーターとして任意で増す刷りしているのか確認はしておりませんが、情報を届けるというやり方として、市としてどこまで対応していけるかというところがあります。</p>
事務局	<p>横浜市でもかつては、多くの行政情報を回覧板で周知していたのですが、その状況に自治会・町内会からご意見をいただいたことがありまして、地域のための回覧板なので行政情報の回覧は控えるようにとされています。ですので、現在は必要性が認められない限りは回覧による周知ができないことになっています。</p>
清水委員	<p>回覧も掲示も両方難しい部分があると思います。掲示板に貼ってあったとしても皆が皆見ているとは限りませんし、回覧板で回すと抜き取られてしまうことがあります。そのような状況もあり、地域でもどちらを活用するのが良いのかは考えているところです。私どもの地域では掲示板の方が良いのではないかとということになり、掲示板を 1 つから 3 つに増やしました。</p>
鈴木部会長	<p>なかなか、普段の通り道にないと掲示板は見ないですね。わざわざ見に行かないですもんね。</p>

<p>事務局</p> <p>鈴木部会長</p> <p>事務局</p>	<p>自治会・町内会の方から、回覧をしたいと要望があれば増す刷りして対応ということになるのでしょうか。</p> <p>以前、ある区からそのようなご要望をいただいたこともあるのですが、予算の都合などもあり見送りとなったことがあり、調整が難しい状況です。</p> <p>消費者被害について興味関心を持ってもらうという面では、千葉市の登録制度は良いですね。</p> <p>意識が高まるかもしれませんね。</p>
	<p>2 議題（3） 若年者に関する消費者問題について</p>
<p>鈴木部会長</p> <p>事務局</p>	<p>それでは『議題（3）「若年者に関する消費者問題について」』に入ります。事務局からご説明をお願いいたします。</p> <p>資料4をご覧ください。成年年齢の引下げに伴い、若年者への消費者被害が懸念されており、第1回審議会で「若年者の見守りについても検討すべきではないか。」というご意見がありましたので、議論いただくにあたり「成年年齢の引下げに伴う若年者の消費者被害への影響」や「若年者に多い消費生活相談」等についてご説明いたします。</p> <p>ご存じの方も多いとは思いますが、なぜ成年年齢の引下げの議論が行われているかと言うと、平成27年6月に公職選挙法が改正されたことにより、選挙年齢が18歳に引き下げられました。これに伴い、民法等の成年年齢についても検討を加えるよう附則に定められたことから議論が行われています。</p> <p>成年年齢が引き下げとなった場合の影響として、未成年者取消権の適用ができなくなるということがあります。現在の民法では未成年者が保護者など法定代理人の同意を得ずに法律行為を行った場合、つまり契約行為を行った場合は一定の条件を満たしていれば、未成年者取消権により、契約を取り消すことができますとされています。今後、成年年齢の引下げが行われた場合、新たに成年となる18歳、19歳は未成年者取消権による取消しをすることができなくなります。そのため、契約に関する知識や経験、判断力不足につけ込まれ、消費者被害に遭ってしまう恐れがあります。</p> <p>図1のグラフをご覧ください。これは、平成26年度～平成28年度に本市センターに寄せられた18歳～24歳の消費生活相談件数をグラフにしたものです。グラフ中の数字は、3か年の平均値となりますが、18歳、19歳の相談件数の平均が145件なのに対し、20歳の平均は330件と約2.3倍増加しており、成年に達することで契約をする機会が増え、20代の他の年齢に比べても20歳を契約者とする相談が突出して多くなる傾向があります。</p>

次に、若年者の相談の特徴として「マルチ取引」に関する相談が多いことが挙げられます。「マルチ取引」とは、「販売組織の会員となり、他の人を新たに勧誘し、商品等を販売することで、マージンを得る」という商法です。

図2のグラフをご覧ください。これは、平成28年度に本市センターに寄せられた相談のうち、「マルチ取引」に関する相談を年代別に表したグラフです。20歳代からの相談が全体の48%を占めており、19歳と20歳を比べると約2.7倍増加しています。

「マルチ取引」は、大学のサークルや職場、アルバイト先などの人間関係を利用して勧誘が行われることが多く、「友人関係があるから断りにくい」などの理由により、トラブルが発生することが多くあります。

このことから、成年年齢が引き下げとなった場合、高校で「マルチ商法」の被害が拡大することも懸念されています。また、悪質な「マルチ取引」の中には、契約に際し「他の人を勧誘することで、すぐに回収できるから」と、学生ローンの利用を勧めたり、貸金業者から借入をした上で代金を支払うよう指示したりするなど本人の支払能力をはるかに超える債務を負わせる事例も見受けられます。続いて、2ページをご覧ください。

若年者に多くみられる消費生活相談についてご説明します。平成28年度に本市センターで受け付けた相談を分析したのですが、デジタルコンテンツに関する相談が非常に多くを占めているため、デジタルコンテンツについては下位のキーワードで分類をしています。未成年者では「アダルト情報サイト」が第1位となっており、2位の「オンラインゲーム」や4位の「健康食品」など、一般的にインターネットや通信関連、通信販売を利用したことによる相談が多く寄せられています。表2の20歳代を見ていただくと1位の「不動産貸借」や4位の「エステサービス」などに関する相談が多く寄せられています。成人かそうでないかで、相談の内容の違いが見られます。

最後に成年年齢が引き下げられた場合にどのような啓発ができるかについて、参考として、選挙年齢引下げの際、本市が行った啓発事例についてご紹介いたします。

まず、常時行っている啓発ですが、(1)にありますように、中学校3年生向けの社会科副教材としてすでに発行していた選挙啓発冊子「あと5年」の内容を改訂し啓発冊子「あと3年」を発行し、市内の中学校3年生全員に配布しています。

次に(2)として、教育委員会との連携を強化し小・中・高校における主権者教育に取り組むため、市選挙管理委員会と教育委員会が平成28年1月に協定を締結しています。この協定に基づく取組として、市立高校や定時制高校で市選挙管理委員会による講義や模擬投票の実施、文化祭へのブース出展などを行っています。

次に(3)大学での啓発として、大学生向けのリーフレット配布を行っていま

	<p>す。</p> <p>選挙が行われる時期に実施する啓発としては、高校・大学でのポスター掲出や大学構内へ臨時の期日前投票所の開設などを行っています。選挙年齢の引下げに伴う啓発としては、主に学校現場との連携・協力がメインとなっております。資料のご説明は以上です。</p>
鈴木部会長	<p>ありがとうございました。</p> <p>若年者も含むすべての方を対象とした事業者と連携した「見守り」について検討するということですが、何かご意見などはありますでしょうか。</p>
清水委員	<p>3ページの(3)にあります、「住民票を移して選挙にいこう！」というのは、地方から出てきている学生に対し、横浜市に住民票を移して選挙に行きましようということでしょうか。</p>
事務局	<p>そうですね。住民票を移していない場合は不在者投票をすることになりますので、住民票を横浜市に移して選挙に行きましようということだと思います。住民票を移していない学生の方は多いと思いますので。</p>
鈴木部会長	<p>ちなみに大学の期日前投票所は立会人も含めて、すべて学生で運営するようにと選挙管理委員会から依頼がありました。</p>
榎本委員	<p>それは、正式なものですか。</p>
鈴木部会長	<p>はい、そうです。神奈川大学の例ですが。</p>
鈴木部会長	<p>選挙年齢の引下げの際に行われたように、高校・大学での消費者教育ということになりそうですが。</p> <p>出前講座は小学校・中学校からはそれなりに申込があるようですが、高校や大学はあまりないのでしょうか。</p>
事務局	<p>そうですね。大学は啓発リーフレットを配布しています。</p>
鈴木部会長	<p>高校だと時期としては、進路が決まった後から卒業式前などが良いのでしょうか。今の時期ではなかなか難しいですよ。大学生は新入生のオリエンテーションなどの機会もありますが。</p>
村委員	<p>新入生のオリエンテーションは大学の仕組みなどについても一挙に説明しているのですが、結局、学生は情報過剰で何一つ覚えていないという状況だと思います。</p>

事務局	<p>す。やらないよりは良いのだとは思いますが、オリエンテーションで話をすればどうにかなると期待し過ぎだという気もします。いろいろな人が期待をして情報が集中してしまうので。</p> <p>お手元に資料はないのですが、経済局やセンターが行っている啓発について平成 28 年度の実績をご紹介します。パートナーシップ協議会大学というものをつくっているのですが、そこに参画している 28 大学に啓発パンフレットの要望調査を行い、13 大学から配布の希望がありましたので「契約のきりふだ」をお渡ししています。市立高校への出前講座については、ご案内はしていますが希望がないという状況です。また、先ほどご紹介した「よこはまくらしナビ」については、平成 28 年度市内の高校 89 か所と大学、短期大学、専門学校 20 か所に配布をしています。それから、横浜市立大学、明治学院大学、桐蔭横浜大学、横浜美術大学の 4 大学について、出前講座を新入生オリエンテーションで実施しました。そのほか、横浜市立大学との協働で「金沢 HAKKEN」という地域情報紙に啓発情報を掲載しました。また、横浜市が成人式の招待状とともに送付している「はたちブック」という冊子がありますが、そちらにも啓発情報を掲載しています。次に高校生向けの啓発となりますが、神奈川新聞社が発行している「H!P」という高校生新聞には平成 23 年度から啓発記事を掲載しています。さらに、「お助けカード」のデザインにもなっています「かもかも」がデザインされたポスターやリーフレットの配布を高校や大学に行っています。</p>
村委員	<p>大学に配布していただいたポスターが学生課などによって、ちゃんと掲示されていると良いのですが。そのまま平積みになってなる可能性もありますよね。</p> <p>私が勤めている大学では、学生課の掲示板にポスターなどを掲示し学生相談室には、都センターの案内がされています。送ったものを大学が上手く使ってくれているかということですよね。できれば、学生課や学生相談室の職員とパイプを持ち、掲示を呼びかけるなどができると良いのですが。送りっぱなしだと、良い資料をもらっても活用されないということが発生すると思うのです。送るプラス顔繋ぎをして少しでも活用してもらおう、顔の見える関係を作らないとダメだと思います。</p>
鈴木部会長	<p>消費者被害というくくりではなく、例えば「スマホとの付き合い方」などピンポイントで取組むと良いかもしれませんね。もちろん、事業者の協力を仰いでということですが。</p>
事務局	<p>「LINE の使い方」として LINE の方に来ていただくなどですかね。</p>
鈴木部会長	<p>消費者被害一般としてしまうとあまり学生はピンと来ないかもしれません。</p>

事務局	<p>スマホであれば皆使っているので身近で良いと思います。</p> <p>大学生になってスマホを使い始めるという方も多いかもかもしれませんね。</p>
鈴木部会長	<p>このあたりに絞って啓発するのが良いかなと思います。</p> <p>大学の公式ルートとしては生協がありますので。</p>
事務局	<p>そうですね。県の生活協同組合連合会と協定を締結した際も大学生協からご要望があり、「お助けカード」を配布いただいているので、大学生協を窓口にする顔の繋がりという面では広がりがあるかもしれません。</p>
村委員	<p>学生も生協の方が身近かもしれません。正式な大学の組織を学生はあまり好まないのです。何か困ったことがあった時に大学の相談窓口に行く学生はあまり多くないと思います。</p>
金子センター長	<p>現在検討中の内容ではありますが、大学ではコピー代が無料だったり、安価でコピーができたりするようですので、そのような場所に啓発情報を掲示できないか等検討しているところです。それから、たしか横浜市立大学だったと思うのですが、大学の卒業式の配布資料として「契約のきりふだ」を入れていたことがあります。大学でも様々なご協力をいただいておりますが、村委員のおっしゃるように顔の見える関係や配布するだけでなく直接依頼をするなどが大切だと思います。</p>
佐藤委員	<p>成年年齢の引下げについては、個人的にすごく恐ろしいことだなと思っています。大学の先生のお話を聞いていると今の学生は幼い印象があるということだそうです。成年年齢の引下げの議論とは別としても若年者の消費者被害については、なんとかテコ入れをできないものかと思います。</p>
村委員	<p>そうですね。私もこの問題は深刻だと思っています、資料4の1ページの図1にあるように、20歳の相談が突出していますが、これが19歳、18歳にまで及ぶ恐れがあるということなのですよ。これは、20歳になると契約する機会が増えるということだけではなく、未成年を相手にしてもしょうがないと思っている人たちが20歳になるとともに狙い始めるということもあるからだと思います。佐藤委員のおっしゃるように本当に学生は幼いので、ご指摘のとおりなのですが、大学で教えていると多数の学生が大学生になるとスマホも賃貸マンションも自分で契約したいと考えていると思います。一々、「親が親が」と事業者に言われ「うっとうしいので早く成年年齢を引き下げてほしい」と言うのです。主観的な学生の意識とすると、大学生になると一人前でなんでも一人でできる</p>

	<p>のが当たり前だと。しかし客観的に見れば、彼らは何も知らない。でも主観的には「先生よりも僕の方がよっぽど世の中をわかっているから」というような意識でいます。そういう意味では上から目線で教育するのは拒否反応があると思うので、若年者への消費者教育の必要性は高いのですが、やり方が難しいですよ。</p>
佐藤委員	<p>特に啓発資料などでも教訓めいた真面目な資料を学生は見ないと思うのです。</p>
村委員	<p>そうですね、拒否されると思います。「くだらない」などと言って終わってしまうと思います。</p>
佐藤委員	<p>もともと興味がわからないので見ないのだろうと思います。</p>
村委員	<p>どちらかと言うと「大きなお世話だ」くらいに思っているでしょうね。</p>
事務局	<p>教育部会の部会長である松葉口先生と大学連携事業として、松葉口先生のもとで消費者被害をテーマに学んでいる学生のアイデアを用いて何か啓発ができないかと検討していたのですが、そこでは「漫画が良いのではないか」というアイデアをいただきました。それを基に検討を進めた結果、最終的には今年度は小学生向けの啓発グッズを作成することとなりました。今後は大学生向けの漫画も検討していこうとは思っているのですが、やはり先ほどお話しがあったように作成して、HPに掲載し、配布をしたとしても読んでもらえるかどうかは別問題なので、難しいなと思っています。</p>
村委員	<p>今年のゼミ生がメルカリに興味があるということで、出品したり購入したり皆利用をしているのですが、会則を読んでいるか尋ねたところ、誰一人読まずに利用をしていました。なぜ会則を読まないのか聞くと、「常識でやっていれば大丈夫だよ。」というような回答なのですよね。彼らが思う常識と会則が一致しているかは別なので、会則を読ませてみたのですが皆その内容に驚いていました。しかし、60ページ以上ある会則なので全部読んでから利用する人なんていませんよね。それでも高校生くらいから大事なポイントだけでもわかってもらわないとまずいと思うのです。そこで、学生にどうしたら良いと思うか尋ねてみると、「絵じゃないと見ない」と言うのですよね。</p>
鈴木部会長	<p>そういうことなのですね。漫画の事業者と連携などということもあるのでしょうか。</p>

佐藤委員	<p>毎年、ACAPでも消費者志向経営に関する講演会などを開催しているのですが以前、国民生活センターの松本理事長に講演をしていただいた時、良い事例を紹介しても「良いね～、さすがだね」という感想で終わってしまうけれども逆に、過去に失敗したことがあり、こんなひどい目にあっただけでもそれをきっかけに盛り返したというような失敗事例の方が人は身を乗り出して聞きたくなるというお話があり、なるほどな、と思いました。そうであれば、若年者への啓発についても「ああしよう、こうしよう、正しい道を歩もうね」というよりかは「こんなひどい目にあっただ」という話を盛り込んだ方が良いのではないかと個人的には思います。</p>
清水委員	<p>お金にしても私たちと若い人とは価値観が違いますよね。例えば携帯電話などでも私たちは何万円もかけることはしませんが、若い人は便利なものにはお金をかけるという印象があります。そのくせ、村先生のお話しにあったメルカリのように500円や1000円など安い金額で物を手に入れようとすることもありますよね。また、この間聞いた話では、若い人が携帯の通信料金で5万円も6万円も使用していても親がお金を払っているのでお金の価値を感じにくいということもあるようですね。</p>
鈴木部会長	<p>スマホなどは分割払いだからよりわかりづらいですね。</p>
事務局	<p>特に引き落としで子どもの目には触れませんか。</p>
村委員	<p>高齢者以上に若い人は難しいですね。</p>
多賀谷委員	<p>自分は一人前だと思い込んでいますよね。村委員がおっしゃったように考え方が幼いですよね。何か言うと「余計なこと言わなくていいんだよ。俺の勝手だよ」という感じですね。</p>
清水委員	<p>何かというと全部スマホで調べて、その結果で納得していますよね。</p>
村委員	<p>スマホに聞けば全部教えてくれるといった感じですね。</p>
多賀谷委員	<p>聞く耳を持たない子にいくら何を言っても聞きませんからね。</p>
鈴木部会長	<p>漫画を使って悲惨な事例による情報を発信していくということですかね。</p>
村委員	<p>我がことと思って受け止めてもらって、一つでも二つでも学んでもらい、何かあったときはセンターに行き、自分でできることはするということですね。</p>

<p>村委員</p> <p>鈴木部会長</p> <p>清水委員</p> <p>村委員</p> <p>事務局</p>	<p>学生マルチが流行っていますが、相談員さんたちが困っているのは学生がセンターに相談に来てクーリング・オフの通知を出すことを勧めても、「部活や授業で忙しいから出せない」と言ったり、次回の来所を忙しいことを理由にドタキャンしたり、自分で動こうとしないみたいですね。自分のことは自分で解決するしかないのですが、部活や授業などを理由に二度目にセンターに来てもらうのが大変だと言う話を聞きます。自分にも同じことが起こるかもしれないから気を付けようと思ってもらうことが難しいですよ。学生の心に残るような形にするにはどうすればいいかということですよ。</p> <p>漫画教材ですか。</p> <p>今はいろいろな物であふれているので興味を引くことが難しいですよ。若い人でも本が好き人はひと月に何冊も読みますが、そうでない人はまったく読みませんからね。訴える手段が難しいですよ。孫を見ていても本は読まないけど漫画は読んでいますね。小説は読まなくても漫画は読むという方もいるので、やはり漫画が良いのでしょうか。</p> <p>紙の漫画を読んでいる子はまだ良いですよ。今は漫画もスマホで読めますから。</p> <p>最近はほとんどスマホで漫画を読んでいる人が多いですよ。無料で読めるものもありますし。</p>
	<p>2 議題（４） 横浜市における事業者の認定・認証・登録制度について</p>
<p>鈴木部会長</p> <p>事務局</p>	<p>それでは『議題（４）横浜市における事業者の認定・認証・登録制度について』に入ります。事務局からご説明お願いいたします。</p> <p>それでは、資料5の1ページをご覧ください。</p> <p>前回部会からご意見をいただいております、事業者の表彰制度等について、参考に本市の事業としてすでに実施している事例を紹介させていただきます。</p> <p>まずは、認定・認証制度についてです。認定・認証をする場合は、外部委員で構成される委員会により審査を行っており、認定証等の授与に加え、認定・認証をPRするマークの付与や認定・認証を受けた事業者の交流会、資金調達支援を受けられるなどのメリットがあります。</p> <p>「横浜型地域貢献企業」は、すでに評価項目の一つとして「消費者顧客対応」というものがあります。他の評価項目もクリアする必要がありますが、すでにこのような評価制度もあるということです。市民の積極的雇用や市内企業との</p>

	<p>取引重視など地域を意識した経営の他、地域ボランティア活動等の社会的事業に取り組んでいる企業を認定しています。</p> <p>「横浜知財みらい企業」は製造業や情報・通信業など独自の技術やサービス等を展開する中小企業を認定しています。</p> <p>「よこはまグッドバランス賞」は、女性の活躍や子育て・介護支援など男女がともに働きやすい職場環境づくりを積極的に進める事業所を認定しています。</p> <p>「横浜健康経営認証」は、従業員等の健康づくりに積極的に取り組む事業所を認定しています。</p> <p>2ページをご覧ください。</p> <p>続いて、登録制度についてご紹介します。</p> <p>登録制度の場合、要綱等に基づき登録条件を満たしている事業者等の登録を行い、取組をPRするための店内掲示用ステッカーの配布などを行っています。また、制度によっては、登録事業者に区や関係団体からの情報の発信を行ったり、啓発にご協力いただいたりしています。</p> <p>「横浜市消防団協力事業所表示制度」は、従業員の入団状況や災害時の資機材の提供への協力をしているなどに該当する場合に登録ができます。</p> <p>「見守り協力店」は、神奈川区で行っている事業ですが、認知症サポーター養成講座を受講した従業員がいる場合に登録ができます。</p> <p>「旭区健康づくり協力店」は、健康メニューの提供を行うお店などが登録できます。</p> <p>「横浜地産地消サポート店」は、市内農畜産物をメニューに取り入れている飲食店等が登録することができます。</p> <p>「食べきり協力店」は、小盛メニューの導入や持ち帰り希望者への対応を行っている店舗が登録できます。資料のご説明は以上です。</p>
鈴木部会長	<p>ありがとうございました。</p> <p>前回の部会で、「消費者保護に取り組む事業者を評価する制度があったらどうか」というご意見がありましたが、認定や登録など様々な手法があるようですが、こういった形で事業者を評価する制度があったら良いか、ご意見がある方お願いいたします。</p>
多賀谷委員	<p>私どもの施設（グループホーム）では、毎年地域の中学生を5～6人受け入れて福祉体験学習を行っています。そうすると、体験に来た中学生は「今度、困っている高齢者がいたら声をかけるね」ということを言ってくれて、経験することは大切なことですし、施設としても助かります。このような体験はとても重要で、福祉施設の他、美容院や食堂などでも受け入れています。ですから、旭区や神奈川区のような取組が全市的に広がると良いなと思います。</p>

村委員	今ここで議論している仕組みのイメージは、認定制度や認証制度ではなく協力店、サポート店のイメージで消防団協力事業所表示制度や見守り協力店などのイメージの方が近いのかなと思いました。認定や認証となると第三者機関による審査があるなど仕組みがハードな印象があります。市の公共事業の受注や資金援助が受けられるといった実務的なメリットとハードな手続きがセットになっているように思います。ですので、どちらかと言えば協力店やサポート店といった登録制度の方が良いのかなと思います。あとは、基準をどうするかですよね。
事務局	融資の要件緩和など企業側のメリットを用意しないと手が挙がらないかもしれないという懸念も少しあります。
村委員	企業としてイメージアップになるとか、地域貢献の評価が得られるとかそういったイメージが近いかなと思います。
事務局	企業イメージのアップといったメリットだけでも手を挙げていただけるでしょうか。
村委員	どうでしょうね。ただ、基準が緩すぎるのはあまり良くないと思います。
事務局	申請すれば通る仕組みでは価値がないですよ。
村委員	そうですね。それなりに評価を得られるような根拠がないといけませんね。
鈴木部会長	消費者教育と見守りなどで何がしかの基準を作らないといけませんね。
村委員	消防団の登録制度は基準が非常にわかりやすく良いのですが、消費者被害の取組となるとわかりづらいですよ。
佐藤委員	事業者に登録事業者であると名乗ってもらうことはもちろん必要なのですが、評価の基準としては客観的に見た評価がほしいなと思います。 相模原市では「お店大賞」というのをやっていたと思います。
村委員	それは、市がやっているのでしょうか。
鈴木部会長	商工会議所でしょうか。

佐藤委員	そうですね、商工会議所だと思います。消費者に対しアンケートなどを行い「あそこが美味しかった、ここの店が良い」などの声を集めているのだと思います。
清水委員	料金的なことから味から全部を含めた評価なのですね。
佐藤委員	そうだと思います。評判の良いお店を表彰しているというところでしょうか。それが客観的な評価に繋がるかどうかはわかりませんが、ステッカーを配布するなど登録の証として何かを交付することは必要でしょうね。評価基準としては、例えば消費生活総合センターへの苦情が少ないなど、「この事業者は周りから評価されて当然」とわかるような仕組みになると良いですね。
事務局	横浜市では「ガチシリーズ」というものがありまして、例えばコロケの場合「ガチコロ」、チョコレートの場合「ガチチョコ」などと称してテーマを決めて、エントリーしていただいた商店街のお店の商品をパンフレットに付いているハガキなどから投票してもらい金賞、銀賞、銅賞を決めるという企画を7年ほどやっています。主催は、商店街総連合会で横浜市は後援をしておりますが、この企画により消費者の方が商店街に買い物に行くきっかけになるので、商店街振興にも繋がっています。
鈴木部会長	消費者被害の場合は基準が難しいですね。講座を1回受講するなどですかね。
村委員	あとは有効期限が消防団協力事業所の場合、2年となっていますよね。1回登録すれば良いというだけではなく、有効期限は設けた方がいいと思います。更新型にするのが良いですね。従業員に講座を受講してもらって情報を得てもらうというのが最小限の基準であり、それだけで良いとはいかないですね。
事務局	「従業員に教育をする」プラス「見守りに協力してもらう」とかですかね。あとは、消費生活総合センターへの苦情が10件未満など？
村委員	そうですね。登録した事業者に苦情がたくさん入っていたらあまり良くないですね。
鈴木部会長	見守りというと、何をやってもらうことになるのでしょうか。
事務局	横浜市の場合は、「お助けカード」の配布にご協力いただくことが見守りであると定義しています。そういう意味では、お店などに「お助けカード」を置い

	<p>てもらおうなど、気になる方がいた時にお渡しいただく体制が整っていると良いですね。</p>
鈴木部会長	<p>そうですね。「お助けカード」を置いてくれるだけでもそれだけの意欲はあるということですからね。</p>
村委員	<p>あとは、「行政処分を受けたことがない」ということですかね。</p>
清水委員	<p>それは、絶対大事ですよ。</p>
鈴木部会長	<p>最低限、従業員が何らかの講座を受講し、行政処分を受けていないというところで、それ以外に何かプラスαをやる必要があるかというところでしょうか。あまりハードルを高くし過ぎると手を挙げてくれるところが無くなってしまいかもかもしれませんよね。「講座受講とこれくらいならやってみようかな」と思える範囲が良いですよ。</p>
村委員	<p>そうですね。登録を入口にして、将来的に協力してもらえらる可能性を広げておくという感じでしょうか。</p>
多賀谷委員	<p>はじめの一步が登録すること、としておく方が良いでしょうね。あまりハードルを上げ過ぎると登録する時点で拒否反応が出てしまうかもしれません。</p>
清水委員	<p>しんどいなと思われると進まないと思いますね。</p>
事務局	<p>そうですね。登録いただいた事業者の声を聞きながらできることを少しずつ増やしていくということでしょうかね。</p>
清水委員	<p>お店に行った時に「優良店」などと貼っていると消費者としては良い印象を持ちますよね。</p>
村委員	<p>登録店から始めて、積極的に良いことをやってくれるところが増えてくれば表彰をするなどを考えても良いかもしれません。</p>
清水委員	<p>表彰は事業者の励みになると思います。</p>
佐藤委員	<p>登録店にステッカー等を配布する場合は「横浜市」という文言が入っている方が消費者からのイメージは良いと思います。</p>

清水委員	ステッカーなどが貼ってあるとお店を選ぶ1つの基準になりますよね。「横浜市」の冠が付いていると安心して入れるという感覚を持ちますよね。
鈴木部会長	リフォーム店などは効果がありそうですね。中には「悪質な業者と一緒にしないでほしい」という真面目な事業者も多数いらっしゃると思うので。
鈴木部会長	他に何かご意見はありますか。ないようでしたらこれで終了としたいと思います。ACAPとの連携など様々な案がでましたね。
佐藤委員	はい。お声がけいただければと思います。
村委員	あと、マリノスやベイスターズとの連携なども。若年者への教育などと言って難しいことを考えるよりもスポーツチームと連携する方が効果はあるかもしれません。
鈴木部会長	それでは、最後に事務局からお願いします。
	2 議題(5) その他
事務局	皆様、本日は長時間に渡りありがとうございました。 さて、今後の進め方についてご説明させていただきます。第4回部会を2月～3月に開催予定です。第4回部会では、報告書の骨子(案)について審議をしたいと思っております。年内に日程調整を依頼させていただきますので、ご協力よろしくお願いたします。事務局からは以上でございます。
	3 閉会
鈴木部会長	ありがとうございました。以上で本日の議題はすべて終了しました。 それではこれで、第3回施策検討部会を閉会いたします。お疲れ様でした。
資 料	議事次第 資 料1 第11次横浜市消費生活審議会 施策検討部会委員名簿 資 料2 第11次横浜市消費生活審議会 施策検討部会の運営について 資 料3 事業者と連携・協力した他都市の取組事例について 別 紙1 福岡市事例参考資料(協定関連) 別 紙2 福岡市事例参考資料(消費生活サポーター事業) 別 紙3 千葉市事例参考資料(ちばし消費者応援団事業) 別 紙4 横浜市記者発表資料(お助けカードの取組) 資 料4 若年者に関する消費者問題について 資 料5 横浜市における事業者の認定・認証・登録制度について