

令和5年度第1回消費生活会議会議録（要点記録）

- I 開催日時：令和5年7月27日（木） 午後6時～午後6時55分  
II 開催場所：旭川市1条通8丁目 フィール旭川7階旭川市シニア大学講座室  
III 出席者：委員 栗原委員，近藤委員，澁谷委員，瀬浦委員，中村委員，西田委員，  
馬場委員，山本委員，吉澤委員（50音順）

計9名

事務局 林市民生活部長，今市民生活課長，津村消費生活センター所長，羽坂同センター主査（計量検査所長），林同センター主査，山本同センター主任

計6名

IV 会議の公開・非公開の別：公開

V 傍聴者の数：なし

VI 会議概要

1 開 会

事務局より定足数に達しており会議は成立している旨の報告，事務局職員異動者の紹介，基本的なウィルス感染防止対策に配慮し会議の運営に努める旨の確認及び本日の会議は個人情報扱わないため公開とする旨の確認がなされた。

2 市民生活部長挨拶

市民生活部長から挨拶があった。

3 議事

(1) 報告事項

(会長)

次第の3（1）の報告事項ですが，アからウまでについて，時間短縮のため，事務局から一括して報告いただき，その後，御質問，御意見をいただきたいと思いません。

説明をお願いします。

(事務局)

ア令和4年度消費者行政の実績について（資料1），イ令和5年度消費者施策と関係予算について（資料2）及びウ消費生活相談の現状について（資料3）をそれぞれ資料に基づき説明

(会長)

ただいま，事務局の方から報告事項のアからウまで報告していただきましたが，委員の皆さんから何か御発言はございませんか。

(A委員)

資料3の9相談件数の推移(1)販売・購入形態別相談件数の推移の表で多重債務の相談件数が年々減少傾向にあります。要因を把握していますか。

(事務局)

消費生活センターに寄せられる多重債務の相談件数は減少傾向にあります。多重債務に関わる法令改正強化等が影響しているのかなどについては不明です。

(B委員)

消費生活センターに寄せられる多重債務の相談では、クレジットカードでのキャッシングや消費者金融からの重複借入れなどの、従来からの一般的な多重債務相談は減ってきていますが、最近ではSNSを介した副業やもうけ話、闇バイトなどに加担してしまい消費者金融から借入れをさせられたなどの、新たな形での多重債務の相談が増えています。

消費生活センターでは一般的な多重債務相談に対しては、主な債務整理の方法を助言するとともに専門の相談機関である法テラスや弁護士会を紹介するなどの対応を執っております。

(会長)

他に、御発言はございませんか。

(委員)

発言等なし。

(2) その他

(会長)

次に、その他であります。消費生活全般についての御意見でもかまいませんので、御発言があればお願いいたします。

(委員)

発言等なし。

(会長)

では、消費者協会の委員から、最近の相談状況等について、お話していただけますでしょうか。

(B委員)

消費生活相談件数については、先程事務局から説明があったとおりこの2年間はほぼ横ばいですが、高齢者からの相談件数割合は全体の5割を切っております。

また、昨年4月1日から成人年齢が引き下げられましたが、18歳、19歳の方からの相談件数が劇的に増えたということはなく、中古車購入トラブルや定期購入解約トラブルなどこれまでの傾向が継続しています。

全体の相談内容で多いのが定期購入解約トラブルで、最近では広告画面の表示で縛りがなくいつでも解約可能となっているが中身をよく見ると定期購入となっているケースです。

定期購入広告表示に関わる法令改正強化等もあり業者側は必要な広告表示を行っているとの認識を強調する場合がありますが、消費生活センターがトラブルのあっせんに入ると業者側が折れるケースもあります。

他に、函館で被害者が出たのですが、電話で高齢者施設の入居権が当たったのでそれを譲ってほしいなどと、登場人物が次々と変わる中でお金を振り込ませようとする劇場型勧誘に係る相談が相次いだ時期もありました。

また、本州の業者が電話勧誘で山林等の不動産売買の仲介をするとの名目で管理費や広告費を請求する契約を持ち掛ける事案の相談も相次ぎました。

(会長)

息子や孫を名乗るオレオレ詐欺事案以外にも高齢者施設入居権を出汁にして登場人物が変化する劇場型勧誘という新たな詐欺形態があるとのことで勉強になりました。

(会長)

何か、皆様から御発言はありませんか。

(A委員)

消費生活相談の性別受付件数で女性の割合が高いが理由は分かりますか。

(B委員)

女性からの消費生活相談が多いのは、特に通信販売で女性対象の化粧品等の定期購入解約トラブルに係る相談が多いためです。

(A委員)

通信販売や定期購入トラブルの具体的内容は何ですか。

(B委員)

一回きりと思って購入したものが定期購入だったという相談が多いです。定期購入の化粧品として多いのはしわ伸ばしクリームや白髪染めのトリートメントなどで、他にペットの餌などもあって、あらゆるものが定期購入商品となっています。

(会長)

定期購入の入口としてはネットやテレビのコマーシャル、新聞のチラシですか。

(B委員)

一番多いのはスマホのバナー広告です。SNSのLINEやインスタグラムの広告を見て購入の申込みをしたケースが多いです。

(A委員)

30、40代の方だとバナー広告にはなかなか手を出さないとと思いますが、高齢者は抵抗感なく申込みボタンを押してしまう傾向にあるのでしょうか。

(B委員)

定期購入トラブルに巻き込まれる方は、インターネットに不慣れな方が多く、高齢者が見よう見まねでボタンをタップし内容を確認せずに進んでしまうケースが多いようです。

また、定期購入トラブルは未成年者から高齢者まで幅広い方からの相談が多い状況となっております。

(会長)

ほかに御発言はございますでしょうか。

(委員)

発言等なし。

(会長)

ほかになければ、以上をもちまして、本日の議事を終了させていただきます。

委員の皆様、基本的な感染防止対策で一定の制限はありましたが、熱心に御協議いただきまして、ありがとうございました。では、進行を事務局にお返しします、

#### 4 閉 会

市民生活課長から閉会の挨拶があった。