

# 令和7年度第1回 神戸市消費生活審議会 会議次第

日時：令和7年8月7日（木）14：00～  
場所：市役所1号館14階AV1会議室

## 1. 開会

## 2. 議事

- (1) 神戸市消費生活あんしんプラン2025に基づく取組み
- (2) 消費者苦情処理部会（旧消費者苦情処理審議会）の運営状況

## 3. その他

## 4. 閉会

### <配布資料>

資料1 神戸市消費生活審議会委員名簿

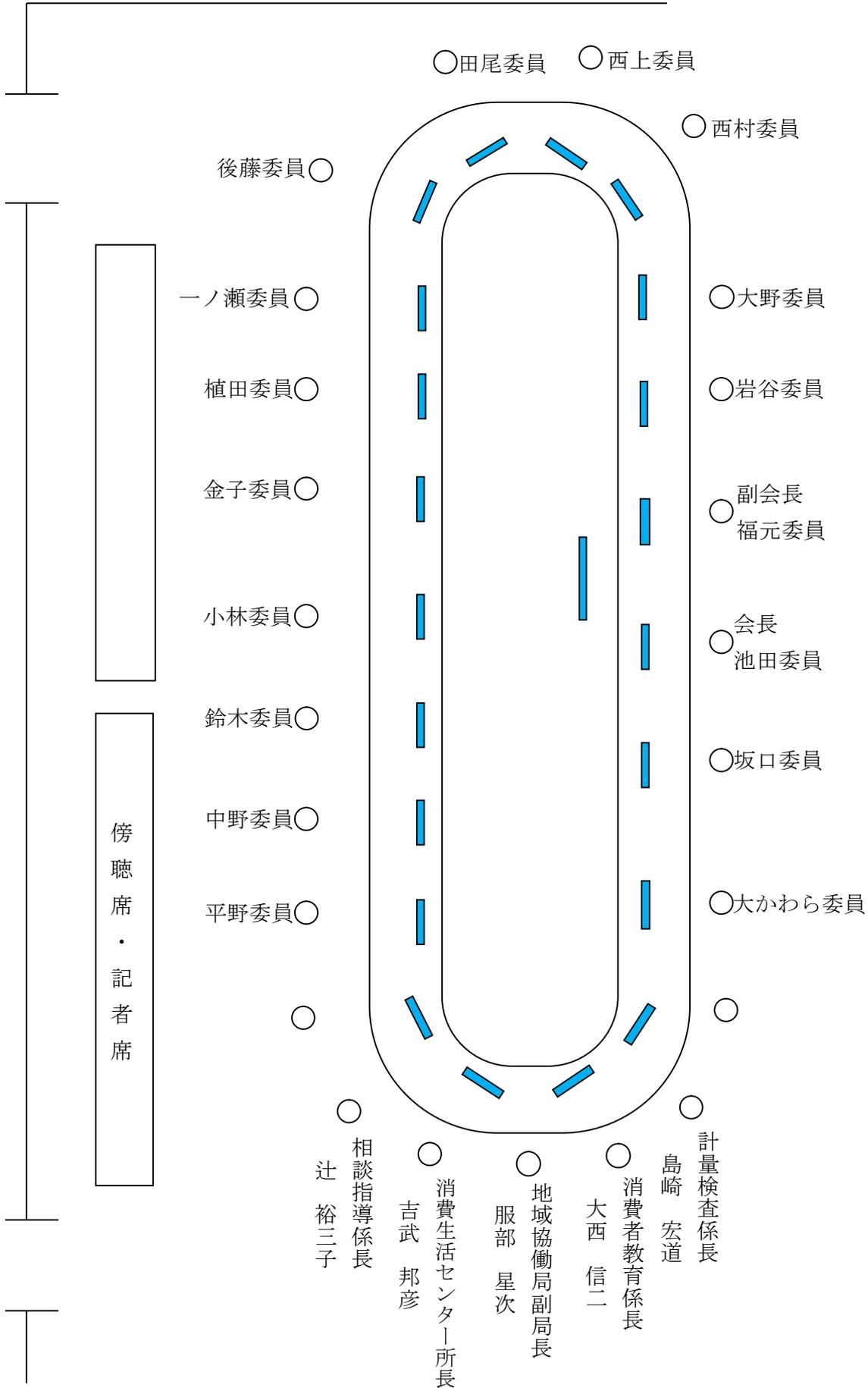
資料2 神戸市消費生活あんしんプラン2025に基づく取組み

資料3 消費者苦情処理部会の運営状況

参考資料1 神戸市消費生活あんしんプラン2025

参考資料2 2024年度消費生活相談の概要

# 神戸市消費生活審議会



## 神戸市消費生活審議会委員名簿

区内五十音順 [但し市議員は会派順]

◎ : 会長、○ : 副会長

有 識 者 代 表 (五十音順)		11名
◎	池 田 千 鶴	神戸大学大学院法学研究科教授
	後 藤 こ ず 恵	流通科学大学商学部准教授
	田 尾 み づ ほ	教育委員会事務局教育次長
	西 上 治	神戸大学大学院法学研究科教授
	西 村 智	関西学院大学経済学部教授
○	福 元 隆 久	弁護士
(新)	大 野 陽 平	神戸市議員 (自由民主党)
(新)	岩 谷 し げ な り	神戸市議員 (日本維新の会)
(新)	坂 口 有 希 子	神戸市議員 (公明党)
(新)	大 か わ ら 鈴 子	神戸市議員 (日本共産党)
(新)	伊 藤 め ぐ み	神戸市議員 (こうべ未来)
消 費 者 ・ 事 業 者 代 表 (五十音順)		8名
	一 ノ 瀬 由 美	神戸市消費生活マスター
	井 上 智 津 子	一般社団法人神戸市婦人団体協議会 (旧神戸市消費者協会) 理事
	植 田 京 子	一般社団法人兵庫県社会福祉士会
	金 子 裕 一	神戸市消費生活マスター
(新)	小 林 鮎 美	連合神戸地域協議会
	鈴 木 尉 久	認定特定非営利活動法人ひょうご消費者ネット理事長
	中 野 朋 子	生活協同組合コープこうべ理事
(新)	平 野 貴 洋	公益社団法人消費者関連専門家会議会員

計 19名

## 神戸市消費生活あんしんプラン 2025 に基づく取組み

神戸市消費者基本計画（【参考資料 1】「神戸市消費生活あんしんプラン 2025」（令和 3 年度～令和 7 年度））に基づく取組み実績及び取組み予定について、ご審議いただき、今後の施策に反映いたします。

### 1. 令和 6 年度 of 取組み

#### （1）最優先取組み課題

①高齢者への支援	1
②成年年齢引き下げに伴う若年者への支援	3
③インターネットトラブルへの対応	6
④水回りトラブルへの対応	8
⑤持続可能な社会の推進	9

#### （2）消費者被害防止のための環境

①相談体制の充実	10
②情報発信及び関係機関との連携	11
③消費者取引・表示・計量等の適正化	12

#### （3）消費者教育の推進

ライフステージ別の消費者教育の推進	13
-------------------	----

### 2. 令和 7 年度 of 取組み

15

# 1. 令和6年度の取組み

## (1) 最優先取組み課題－①高齢者への支援

### ▶検証項目 高齢者を対象とした講座の実施状況

○消費生活講座（3回 参加者 628人（アーカイブ視聴含む））

テーマ	講師	人数	アーカイブ
自分らしく暮らすためのお金の話 ～人生100年時代、老後のために～	一ノ瀬 由美 氏、小角 裕美 氏 (消費生活マスター / マネープラン研究会)	41人	—
NISA 時代 金融商品のリスクとリターン大研究！～あなたの金融資産、詐欺にもあわずどう守って生きますか？～	須原 光生 氏 (ファイナンシャルプランナー)  【兵庫県、兵庫県金融広報委員会との共催】	89人	174回
高齢期の住み替えについて考える ～住まいの特徴と探し方・選び方～	本澤 巳代子 氏 (筑波大学名誉教授 / 法学博士) 富岡 朝子 氏 (消費生活マスター / 介護問題研究会)	96人	228回



消費生活講座



高齢消費者被害防止講習会

○出前講座(高齢者対象：32回、参加者 836人)

テーマ：高齢者に多い消費者トラブル、悪質商法、ネットトラブル事例等

○高齢消費者被害防止講習会(参加者 97人、共催：KOBE シニアクラブ)

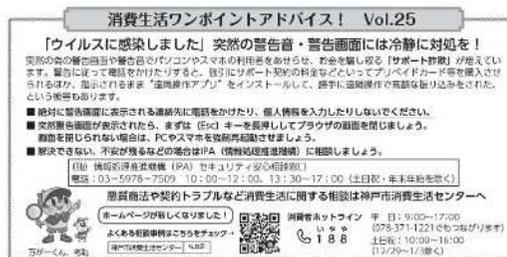
テーマ：特殊詐欺の現状と対策

▶検証項目 高齢者向けの情報発信の実施状況

○チラシ等の配布 (計 35,460 部発行)

配布物	発行部数	配布先
KOBE 暮らしのレポート	1,100 部×12 回	あんしんすこやかセンター (76 か所) 等 市・各区社会福祉協議会へデータ提供
高齢者向けチラシ	410 部×6 回	各区老人クラブ
	3,300 部×6 回	コープこうべタ食宅配・買い物もん行こカー利用者

○神戸市婦人団体協議会機関紙、ハッピーバックニュース (神戸市勤労者福祉共済制度情報誌) ヘトラブル事例や未然防止のためのアドバイスを掲載 (毎月)



ハッピーバックニュース

▶検証項目 関係団体等と連携して行った啓発の実施状況

○あんしんすこやかセンター職員が聞いたトラブル事例等を参考に KOBE 暮らしのレポートを作成  
あんしんすこやかセンターや市・各区社会福祉協議会による高齢者の見守り活動で活用  
【新規】兵庫労働局及びシルバーカレッジとの連携 (配布先) 拡充

○訪問販売お断りステッカーの配布 (令和 6 年度実績: 約 38,000 枚)  
民生委員・児童委員や各区自治会連合会、【新規】連合神戸地域協議会等を通じて配布

○携帯電話事業者と連携したスマホ講座や相談会でのチラシ配架(P6 参照)

○「KOBE シニアクラブ」へ啓発記事を掲載 (30,000 部発行/ 令和 6 年 11 月号)

○詐欺や悪質商法の注意喚起ポスターを全地域福祉センターに配布 (令和 6 年 6 月)



訪問販売お断りステッカー



注意喚起ポスター



KOBE 暮らしのレポート



【新規】中学校家庭科授業で「消費生活相談の体験授業」を実施

テーマ：インターネット通販のトラブル

～購入したはずの商品がいつになっても届かない～

手法：生徒自身が実際の消費生活相談員に模擬で電話相談をする

実施校：山田中学校、布引中学校、太山寺中学校

(3校とも中学2年生/合計10クラス348人)



中学での消費生活相談の体験授業の様子

【新規】外部機関との連携で高校での「金融経済教育授業」を実施

テーマ：消費生活センターってどんなところ？

大人になる前に知っておきたいお金の話

連携：金融経済教育推進機構 (J-FLEC)

講師：消費生活センター職員

J-FLEC 認定アドバイザー 大石 泉 氏

実施校：六甲アイランド高校 (1年生9クラス361人)



高校での金融経済教育授業の様子

▶検証項目 消費者教育教材サイトへのアクセス数

総アクセス数 30,958 件 (令和6年度末) 令和5、6年度は WEB 広告からのアクセスを含む

年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
件数	311※1	890	2,642※2	3,479	8,763※3	14,873

※1：令和元年11月1日～公開

※2：令和3年9月11日～ページ追加公開

※3：令和6年2月29日～新HPへ移行。

▶検証項目 関係団体等と連携して行った啓発の実施状況

- 神戸芸術工科大と協働で制作した若者向け消費者トラブル啓発アニメ「その罠、気づいていますか？」による注意喚起や消費者教育を実施
  - ・YouTube で配信（令和4年1月～令和7年3月末：約12万回再生）
  - ・市内20大学と連携し、大学ポータルサイト、学生への連絡メール等で紹介

- 新入生オリエンテーションで兵庫県警との協働講演を拡充  
 神戸国際大学、神戸芸術工科大学で実施（合計約800名受講）  
 （参考）令和7年度：新たに4校（合計6校）で講演（合計約2,200名受講）

大学名	受講人数	
神戸国際大学	約360名	R6～
神戸芸術工科大学(授業)	約400名	
神戸市看護大学	約400名	R7～
神戸市外国語大学	約430名	
神戸教育短期大学	約150名	
神戸親和大学	約450名	

- 神戸学院大をはじめ4大学で職員が直接登壇し、大学生に講義を実施

- はたちを祝う会の記念冊子へ広告掲載(出席者8,800人)



↑若年者向けのチラシ



↑↓大学入学オリエンテーションでの講演



↑はたちを祝う会  
記念冊子広告



### ③インターネットトラブルへの対応

#### ▶検証項目 インターネットトラブルに関する講座の実施状況

##### ○消費者教育出前講座

「スマホやネットに潜む危険～インターネットトラブルを防ごう～」(8回/参加者 233人)

「インターネットで広がる新しいサービス」(1回/参加者 9人)

##### ○高齢者向けスマホ教室等で、スマホ初心者に多いトラブルの注意喚起(895回/参加者 9,822人)



←刷新した  
高齢者スマホ  
初心者向けチラシ

#### ▶検証項目 リアルタイムな被害情報の発信状況

##### ○令和6年2月に公開した消費者の自己解決を支援する新ホームページ随時改善

FAQ：具体的な事例と消費生活相談員の知見を盛り込んだ

実践的なアドバイスを充実(公開時9ページ → 58ページ)

チャットボット：質問を入力すると簡単にアドバイスを得られる。

回答内容を充実(公開時111件→148件)



画面イメージ(FAQ検索)

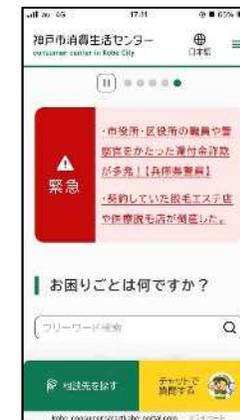
画面イメージ(緊急情報)

##### ○【新規】有名人をかたった投資トラブルや大手脱毛サロンの倒産等、トラブル発生時に、速やかに「緊急」としてHP上で情報発信

##### ○10代～20代の神戸市民を対象に、WEB広告(SNS含む)を実施 若い世代に特に多いトラブルへ注意を呼びかけ

(表示回数：約310万回、動画再生数3.9万回、クリック数：15,237回)

#### WEB広告バナー (エステ編)



▶検証項目 消費生活マスターによる小中学校スマホ講座の実施状況

○市内小学校7校（1,087人参加）で実施。

児童・生徒向け：オンラインゲームの高額課金トラブル、ネットいじめ等をテーマに実施

保護者向け：家庭でのルール作り、フィルタリング、ペアレンタルコントロール等をテーマに、子どもがスマホ等を適切に利用できるようになるためのアドバイス等を紹介

○【新規】教育委員会実施の（小学校向け）「インターネット安全教室」との連携として、学校や教育委員会と保護者との連絡ツールである「すぐーる」で、消費生活センターのホームページ（子どものトラブル防止のページ）へリンク貼付（右記）

ネットとゲームのルールを家族で作ってみよう!【兵庫県】  
 インターネットトラブル事例集(2024年版)【総務省】  
 子どものゲーム課金等の相談事例・保護者の方の注意ポイント  
 【神戸市消費生活センター】  
 神戸市教育委員会事務局学校教育課

▶検証項目 インターネットトラブルに関する相談件数の推移

年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
件数	3,765	3,410	3,875	3,129	2,644
全相談件数	12,605	11,601	11,945	10,203	9,998

●年生が ●月●日(●)の ●時●分に  
**インターネット安全教室**  
 を実施しました!

神戸市立●●小学校

○ 情報モラルを学習しました!

ソーシャルメディア研究会\*の大学生講師2名が「インターネットはとても便利だけれど、使い方を間違えると危ないこと」「ルールを守ってかしく使うこと」等を中心に、授業を行いました。

○ 主体的・対話的な授業を通して、大切なことを3つ学びました!

- 「やりとり」は、「正しく伝わるか考えること」
- トラブルにならないように、「観念的に相手の気持ちを考えること」
- 知らない人とは、「ざっといあわやいー簡単に信じない」



○ 保護者の方へ

近年、小学生のスマホやゲーム、SNS等を通じたトラブル等が増えています。学校では、情報モラルや規範意識を高める指導等を行っていますが、より安全なインターネットの使用につながりますよう、ご家庭におかれましてもお子様とルールづくりを行う等、ご理解とご協力をお願いいたします。【※リンク先参照】

ネットとゲームのルールを家族で作ってみよう!【兵庫県】  
 インターネットトラブル事例集(2024年版)【総務省】  
 子どものゲーム課金等の相談事例・保護者の方の注意ポイント  
 【神戸市消費生活センター】  
 神戸市教育委員会事務局学びの推進課

#### ④水回りトラブルへの対応

##### ▶検証項目 水まわりトラブルに関する講座の実施状況

○消費生活講座等で水まわりトラブルに関する注意喚起を実施 ((1)-①再掲)

(水道修繕受付センター案内リーフレット・シール配布/令和2年～令和5年：約28,000枚)

##### ▶検証項目 リアルタイムな被害情報の発信状況

○市ホームページにて、水まわりトラブルが発生した時の対処方法や契約トラブル事例、相談先の紹介

(水まわりトラブルページの総アクセス数：14,335件(令和6年度))

○水道局・建設局と連携し、水まわりトラブルに関するキーワードを検索した市民を市のホームページへ誘導し、適切な情報の提供(水道修繕受付センターや市指定事業者の連絡先等)に加えて、契約トラブルの未然防止のためのWEB広告も実施

・検索連動型広告(水道局・建設局実施、クリック数6,410回)

(→水道局HPへ誘導)

・契約トラブル未然防止のためのWEB広告

Yahoo!、Googleでの広告(表示数約107万回、クリック数13,219回)

(→消費生活センターHPへ誘導)



Google、Yahoo!の検索連動型広告



検針票での水道修繕受付センター案内



水回りトラブル未然防止のWEB広告バナー

##### ▶検証項目 水道修繕受付センターの受電数の推移

年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
件数	22,218	29,365	28,496	29,046	27,108

▶検証項目 水まわりトラブルに関する相談件数の推移

年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
件数	385	224	165	146	131
全相談件数	12,605	11,601	11,945	10,203	9,998

⑤持続可能な社会の推進

▶検証項目 エシカル消費の認知度向上に向けた啓発の実施状況

- エシカル消費に関する出前講座の実施(4回/151人参加) テーマ:「エシカル消費」って何?
- 夏休み子ども生活講座の実施(1回、42人参加)(兵庫県と共催)  
テーマ:ボルネオ島での環境保全の取り組みや環境に配慮した製品について(サラヤ(株))



夏休み子ども生活講座の様子

▶検証項目 関係部局と連携したエシカル消費に関する啓発の実施状況

- 神戸市食育推進計画(第4次)にエシカル消費の普及啓発について掲載
- 環境局の「エコタウンまちづくり活動取組メニュー」に出前講座「エシカル消費って何?」を掲載するとともに、双方HPで情報掲載を連携させるなどし、周知を徹底
- 消費者庁の実施する食品ロス削減推進サポーター養成講座を推進し、地域団体と連携して養成した食品ロス削減推進サポーター(累計66名)向けにフォローアップ講座を実施(合計50名参加)



食品ロス削減推進サポーター認定証

## (2) 消費者被害防止のための環境－①相談体制の充実

### ▶検証項目 消費生活センター、消費者ホットラインの認知度向上に向けた啓発の実施状況

○各種啓発資料にて消費者ホットライン「188」を周知

○5月と12月に実施の市内スーパーマーケットやショッピングモール、市場商店街、地下鉄等でアナウンス放送等による注意呼びかけを拡充し消費者ホットライン「188」を周知 (P14 参照)

○ゴミ収集車への「188」周知パネル掲出 (右写真)  
(計 27 台)

○【新規】コープこうべの①買い物送迎車及び②移動店舗車での「188」ポスター掲示 (①32 台、②10 台)



買い物送迎車内の様子

サイネージ@プレんティ

### ▶検証項目 消費生活相談に必要な知識・情報等習得のための外部研修への参加状況

主催	主な内容	年間回数
国民生活センター	<ul style="list-style-type: none"> <li>・キャッシュレス決済と消費者トラブル</li> <li>・インターネット取引に関する消費者トラブル</li> </ul>	23 回
兵庫県・その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特定商取引法の基礎知識</li> <li>・暮らしのレスキュートラブルに関する最新の状況について</li> </ul>	40 回
自主開催	<ul style="list-style-type: none"> <li>・不当な契約からの救済手段</li> <li>・SNS 上の広告をきっかけとした消費者トラブルに関する相談への対応</li> </ul>	6 回

消費生活相談員の資質向上を目指し、多様化する決済手段の仕組みと消費者トラブルなど、比較的新しい相談に対応するため研修や、詐欺的な投資トラブルなどに関わる相談に必要な法律知識やインターネット取引に関する消費者トラブルの研修を受講した。また、特定商取引法や割賦販売法などの消費生活相談に関連する法律の知識習得に努めた。

## ②情報発信及び関係機関との連携

### ▶検証項目 消費者被害防止に関する情報発信の状況

- 兵庫県、兵庫県警と連携推進会議を開催し、悪質事業者に対する情報交換や対策の検討を行った
- KOBE 暮らしのレポート (1)-①再掲 P2 参照)
- ホームページを活用した情報発信や WEB 広告による消費者教育や注意喚起を実施 (1)-③・④再掲 P6～9 参照)
- 消費者総合雑誌「消費と生活」の〈消費者センターめぐり〉に寄稿 (右イメージ)



### ▶検証項目 事業者等と連携して行った啓発の実施状況

- コープこうべとの連携による見守り・注意呼びかけ (「夕食宅配事業」「買い物送迎車」「移動店舗車」) ((2)-①再掲 P10 参照)
- 市内スーパーマーケットやショッピングモール、市場商店街、地下鉄等でアナウンス放送等による注意呼びかけを拡充 (P14 参照))

### ③消費者取引・表示・計量等の適正化

#### ▶検証項目 法律・条例等に抵触する恐れがあるとして指導を行った事業者について、指導後の継続監察の状況

法律・条例	指導内容・指導後の監察状況
神戸市消費生活条例	電気通信事業者について、販売目的を告げずに訪問したり、断っているにもかかわらず何度も勧誘をするなどの行為があり、指導を実施した。 自転車等小売事業者について、注文販売や修理等の代金を受け取りながらも、商品の受け渡し等が長期間にわたり行われない等、条例違反と思われる相談が寄せられたため指導を実施した後は、新たな相談は寄せられていない。
食品表示法	・市内の食品関連事業者において、原産地表示の不備等が見受けられ、改善等を指示・公表した。 ・食品表示のルールを周知し、指導した全ての事業者において改善後の表示を確認した。
計量法	市内のスーパーに商品量目の立ち入り検査を行ったが違反事例はなかった。

#### ▶検証項目 食品表示・計量に関する消費者向け啓発の実施状況

- 市ホームページ「食品表示の基礎知識」を常に最新版に更新し、複雑な制度を分かりやすく情報発信
- 市ホームページ「計量検査」の中で、消費者向けの啓発を実施

### (3) 消費者教育の推進－ライフステージ別の消費者教育の推進

#### ▶検証項目 就学前児童に向けた啓発の実施状況【こども家庭局】

○乳幼児の事故防止ハンドブックを市ホームページ（こども家庭局所管）に掲載

○生後5～6か月児の保護者を対象とした「すくすく赤ちゃんセミナー」で事故防止の健康教育を実施

	東灘	灘	中央	兵庫	北	北神	長田	須磨	北須磨	垂水	西	オンライン	合計 (現地開催のみ)	合計 (オンライン含む)
回数	12	6	12	12	9	6	6	6	6	12	12	4	99	103
保護者	137	102	77	87	72	72	43	47	53	107	105	256	902	1,158

○乳幼児の事故防止情報についての記事を子育て応援LINE（こども家庭局所管）で配信。

令和6年度登録者数：8,004件（産前727件、産後7,277件）

配信内容：①0歳1か月時配信「赤ちゃんがおぼれる事故」

②0歳2か月時配信「抱っこひもから赤ちゃんが落ちてしまう事故」「やけどの応急処置」

③1歳5か月時配信「転落事故を防ぎましょう」・・・他



乳幼児の事故防止ハンドブック

#### ▶検証項目 小・中・高等学校における啓発の実施状況（一部再掲(1)–②・③ P3～7 参照）

○小学校：スマホ講座（7校 / 1,087人）

○【新規】中学校家庭科授業で「消費生活相談の体験授業」を実施（3校 合計10クラス 348人）

○【新規】高等学校：金融経済教育に関する授業を実施（1校 / 332人）、悪質商法に関する講座（1校 / 210人）

#### ▶検証項目 関係団体と連携した大学生向けの啓発の実施状況（(1)–②再掲 P5 参照）

#### ▶検証項目 一般向け消費生活講座の実施状況（(1)–①再掲 P1 表参照）

▶検証項目 街頭啓発、関係施設等を活用した啓発の実施状況

【街頭での注意呼びかけキャンペーン】

- 5月と12月に兵庫県、兵庫県警等と連携し、三宮センター街にて悪質商法や特殊詐欺の注意を呼びかけながら、通行人にノベルティー等を配布
- 【新規】特殊詐欺の犯罪被害防止を目的に広報やパトロール活動を行う学生防犯ボランティア「ブルーフェニックス隊」と初連携、注意呼びかけを大学生と共に行った

【関係施設等を活用した啓発】

- 5月と12月に市内スーパーマーケットやショッピングモール、市場商店街、市営地下鉄等で、アナウンス放送やサイネージ等による注意呼びかけを拡充（令和6年：27事業者、153か所）
- 【新規】令和6年度から一部施設では、年間を通じてアナウンス放送等を実施

アナウンス音源は、須磨翔風高校の放送部に作成を依頼

<令和6年度 アナウンステーマ>

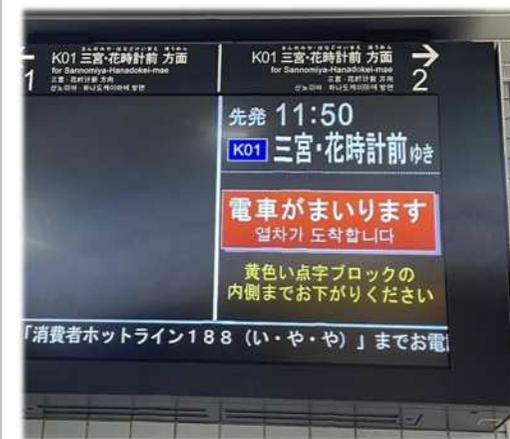
- ①投資詐欺      ②自動音声電話の詐欺      ③定期購入トラブル
- ④点検商法      ⑤新紙幣発行に乗じた詐欺



年末のキャンペーンの様子@三宮



SNS 配信画面



市営地下鉄電光掲示

▶検証項目 消費者教育教材サイトのアクセス数 ((1)–(2)再掲 P4 参照)

## 2. 令和7年度の取組み

令和6年度はホームページの充実など、相談情報を基に様々な媒体を通じていち早く市民に注意を呼び掛けるなど、特に速やかな「情報発信」に努めてきました。

令和7年度は前年度の取組みを引き続き実施するとともに、若年者が自ら考え行動できる主体的な「賢い消費者」となれるよう取組みを拡充します。

### ① 速やかな「情報発信」

日々、寄せられる相談情報を分析し、その傾向を踏まえ、速やかな情報発信に努めます。

<具体的な拡充内容>

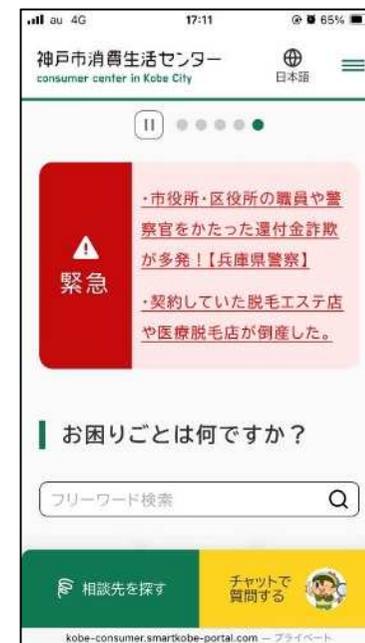
- ・相談概要の公表を年2回→年4回に拡充。

### ② 若年者への「消費者教育」

金融経済に関する授業の実施など、教育現場のニーズを踏まえた出前講座や県警と連携した講演等を実施します。

<具体的な拡充内容>

- ・中学校家庭科授業での「消費生活相談の体験授業」の本格実施。
- ・金融経済教育を高等学校以外でも実施（例：小学校や特別支援学校等）。
- ・若年者向けの県警との協働講演を大学以外でも実施（例：専門学校等）。
- ・子ども向け講座への大学生の参画。



HP（スマホ画面）



中学での消費生活相談の体験授業の様子

## 消費者苦情処理部会の運営状況

## 第 79 回

## ●開催日

令和 6 年 11 月 18 日

## ●事業者への指導

①過去に指導した事業者のその後の相談件数等の推移

対象事業者数	指導事業者の業種
2 件	①自転車等小売事業者（1 事業者） ②電話・通信回線販売代理店（1 事業者）

## 第 80 回

## ●開催日

令和 7 年 3 月 27 日

## ●事業者への指導

①過去に指導した事業者のその後の相談件数等の推移

対象事業者数	指導事業者の業種
1 件	自転車等小売事業者（1 事業者）

②令和 6 年度 事業者への指導

対象事業者数	指導事業者の業種
1 件	電気通信事業者（1 事業者）

# 神戸市消費生活あんしんプラン2025

## ～第4次神戸市消費者基本計画～

### 目標 安全・安心・豊かにくらす社会の実現をめざします！

本市においては、第3次神戸市消費者基本計画(平成28年度～令和2年度)に基づき様々な施策を実施してきました。

しかしながら、さらなる高齢化の進展、また、スマートフォンなどの普及によるインターネット利用の拡大に伴う情報通信社会の発展により、ますます消費者問題は多様化・複雑化しており、依然として消費者トラブルに関する相談が多く寄せられています。

このような社会情勢の変化に対応するとともに、新たな消費者問題や市民の意見を反映しながら、消費者被害の少ない安心・安全な社会を目指して、第4次神戸市消費者基本計画を策定します。

### 消費者を取り巻く現状

我が国において、65歳以上の高齢者人口は3,617万人<sup>\*</sup>(2020年)となり、高齢化率は28.7%<sup>\*</sup>と過去最高となっています。高齢化は今後さらなる進展が見込まれており、地域社会における単身高齢者等の孤立化などの問題も相まって、高齢者の消費者トラブルの更なる増加や深刻化が懸念されています。

若年層に関しては、民法が改正され2022年4月から成年年齢が20歳から18歳になります。これにより、18～19歳の若年層が未成年者取消権を行使することができなくなり、成年年齢引下げを契機として若年者の消費者トラブルが急増していくことが懸念されています。

社会情勢に目を向けると、近年、スマートフォンの普及などにより、オンラインサービスを介した商取引である電子商取引は急速に拡大しています。電子商取引は非対面取引であるために、商品・サービスが消費者の期待したものと異なることや、そもそも商品・サービスが提供されないといった消費者トラブルが増加するおそれがあります。

また、誰一人取り残さない持続可能な社会の実現に向けて、2015年9月に国連サミットにおいてSDGs(持続可能な開発目標: Sustainable Development Goals)が採択されました。SDGsの目標の1つである「つくる責任 つかう責任」に特に関連する取組みとして「エシカル消費(倫理的消費)」への関心が高まっており、消費者自らが意識を持ち、行動することが期待されています。

<sup>\*</sup> 出典：総務省統計局「統計からみた我が国の高齢者」(令和2年9月20日)

### 神戸市の消費生活相談の特徴

本市の消費生活相談において、60歳以上の高齢層からの相談は、訪問販売、電話勧誘販売、訪問購入に関するものが、他の年代と比較して顕著に多くなっています。その要因として、昼間に在宅していることが多く、訪問販売等を受ける機会が多くなることが考えられます。

次に、現在の未成年である19歳と成年になった20歳の相談を比較すると、相談件数は20歳の方が約2.1倍(2019年)になっており、未成年者では相談がない消費者金融に関する相談が成年では寄せられています。

相談の内容をみると、インターネット関連が最も多く、年間1,300件以上(2019年度)寄せられています。さらに内容をみると、定期購入や架空請求など多様な内容となっています。

本市の最も特徴的なものとして、水まわりの修理・工事に関する相談が挙げられます。他都市と比較しても多くの相談が寄せられており、契約金額(被害額)も年々高額になっています。

このような状況を踏まえ、神戸市においては最優先取組み課題を設定し、その課題への対応のほか、相談体制の充実、消費者教育の推進などに取り組みます。

# 1 | 最優先取組み課題

## 1 高齢者への支援

今後ますます高齢化率が上昇することが見込まれていることなどから、引き続き高齢者対策に取り組めます。

### 具体的取組み

- 高齢者がターゲットになりやすい消費者トラブルに着目した情報を、高齢者が情報を得やすい効果的な手段により発信します。
- 自ら消費者被害を予防することが困難な高齢者に対しては、地域団体や福祉関係者等と連携した高齢者の見守りを推進します。

### 検証項目

- 高齢者を対象とした講座の実施状況
- 高齢者向けの情報発信の実施状況
- 関係団体等と連携して行った啓発の実施状況

## 2 成年年齢引下げに伴う若年者への支援

成年年齢引下げ後、18、19歳への消費者被害の拡大が懸念されることから、教育委員会等と連携を図り、未成年者対策に取り組めます。

### 具体的取組み

- 教育機関と連携し、学校における消費者教育の推進を図ります。
- 教員向け研修の実施や教材の貸出し等により消費者教育に携わる教員への支援を行います。
- 関係団体等と連携し、若年者が参加するイベントなど様々な機会での情報発信を行います。

### 検証項目

- 学校現場における消費者教育の実施状況
- 消費者教育教材サイトへのアクセス数
- 関係団体等と連携して行った啓発の実施状況

## 3 インターネットトラブルへの対応

インターネット利用率の上昇やインターネット通販の利用拡大が今後も予想され、本市でも通信販売でトラブルに遭った人の割合が高くなっていることから、引き続きインターネットトラブル対策に取り組めます。

### 具体的取組み

- インターネットの持つ利便性と危険性を周知するため、地域や学校、事業者と連携した啓発を実施します。
- フリマアプリの普及などに伴い増加している個人間取引に関するトラブルへの注意喚起を行います。

### 検証項目

- インターネットトラブルに関する講座の実施状況
- リアルタイムな被害情報の発信状況
- 消費生活マスターによる小中学校スマホ講座の実施状況
- インターネットトラブルに関する相談件数の推移

## 4 水まわりトラブルへの対応

水まわりトラブルに関しては、他都市に比べ相談件数が多く、契約金額(被害額)も高額化しています。関係部局と連携を図りながら、トラブルの未然防止に関する啓発と相談窓口の周知に取り組めます。

### 具体的取組み

- 水道局・建設局と連携し、水道修繕受付センターの周知やトラブル防止の啓発に取り組めます。
- 本市だけでは対応が困難な悪質な事案に対しては、兵庫県、兵庫県警察、ひょうご消費者ネット等と適切な連携を図ります。

### 検証項目

- 水まわりトラブルに関する講座の実施状況
- リアルタイムな被害情報の発信状況
- 水道修繕受付センターの受電数の推移
- 水まわりトラブルに関する相談件数の推移

## 5 持続可能な社会の推進

消費者がSDGsの達成に貢献しうる行動として、人や社会・環境に配慮した消費行動である「エシカル消費（倫理的消費）」が注目されています。関係部局と連携を図り、普及啓発に取り組みます。

### 具体的取組み

- イベントでの普及啓発や講座の実施、ホームページやSNSでの発信を通じ、自立した消費者の社会、エシカル消費の理解促進を図ります。
- 関係部局と連携し、エシカル消費推進に向けた取組みを実施します。

### 検証項目

- エシカル消費の認知度向上に向けた啓発の実施状況
- 関係部局と連携したエシカル消費に関する啓発の実施状況

## 2 消費者被害防止のための環境

### 1 相談体制の充実

#### 具体的取組み

- 消費生活センターや消費者ホットラインを周知するとともに、高齢者・障がい者・若年者等を含めたより多くの消費者が利用しやすい相談体制を目指します。
- 複雑化、多様化する消費者問題に対応できるよう、消費生活相談員へ対応力の維持向上に資する研修に関する情報を提供します。

#### 検証項目

- 消費生活センター、消費者ホットラインの認知度向上に向けた啓発の実施状況
- 消費生活相談に必要な知識・情報等習得のための外部研修への参加状況

### 2 情報発信及び関係機関との連携

#### 具体的取組み

- 消費生活センターに寄せられた相談情報や地域で発生した消費者トラブル等の最新情報を発信し、消費者の意識向上を図ります。
- 兵庫県、兵庫県警察、地域、医療福祉関係者、事業者、消費者団体等との連携を図り、消費者被害情報の把握や効果的な啓発を行います。
- 災害発生時や感染症の感染拡大による緊急事態時に、冷静な消費者行動をとることや便乗した悪質商法等の被害に遭わないよう情報を発信します。

#### 検証項目

- 消費者被害防止に関する情報発信の状況
- 事業者等と連携して行った啓発の実施状況

### 3 消費者取引・表示・計量等の適正化

#### 具体的取組み

- 不当な取引行為、不適正な表示等があった場合には、関係機関と連携し、神戸市民のくらしをまもる条例、食品表示法、計量法等に基づき必要な調査や指導等を行います。
- 食品表示や計量に関して、消費者が必要な知識を身につけられるように取組みを進めます。

#### 検証項目

- 法律・条例等に抵触する恐れがあるとして指導を行った事業者について、指導後の継続監察の状況
- 食品表示・計量に関する消費者向け啓発の実施状況

### ライフステージ別の消費者教育の推進

#### 具体的取組み

##### 就学前児童への啓発

- 乳幼児の事故防止に向けて、保護者等への啓発を実施します。
- 体験や遊びを通じて実践できるような消費者教育教材を紹介します。

##### 小・中・高等学校への啓発

- 職員や消費生活マスター、消費生活相談員による学校園での出前講座や、事業者等と連携したこども生活講座を実施します。

##### 大学生への啓発

- 産・学・消費者・行政の連携による体系的な消費者教育としての授業を大学と連携して実施します。
- 大学生協と連携し、大学キャンパスにおける啓発を実施します。

##### 成人への啓発

- 消費生活マスター等を活用し、消費生活講座の開催や啓発資料の作成により情報を発信します。

##### 「考える消費者」の育成

- 消費者が権利と責任を持って社会の一員として行動できるよう啓発に取り組みます。
- 消費者のための制度（クーリング・オフ等）の周知に努めます。
- 商品等の安全性や暮らしの中の危険について情報を発信します。
- 神戸消費者教育センターから消費生活に関するさまざまな学習資料を提供し、学習活動を支援します。

##### 知らず知らずに消費者教育

- 街頭啓発やパネル展示、電車広告等消費者が無意識に消費者啓発に関する情報を目にするような取組みを実施します。

##### 消費者教育教材の発信

- 消費生活センターホームページ内の消費者教育教材に関する情報を充実させ、全世代に発信します。

#### 検証項目

- 就学前児童に向けた啓発の実施状況
- 小・中・高等学校における啓発の実施状況
- 関係団体と連携した大学生向けの啓発の実施状況
- 一般向け消費生活講座の実施状況
- 街頭啓発、関係施設等を活用した啓発の実施状況
- 消費者教育教材サイトのアクセス数（再掲）

#### 計画の位置づけ

神戸市民の暮らしをまもる条例第9条第1項に基づく基本計画と消費者教育の推進に関する法律第10条第2項に基づく消費者教育推進計画を合わせた、市民の消費生活の安定及び向上を確保するための施策を総合的及び計画的に推進するための基本的な計画。

#### 計画期間

令和3(2021)年度～令和7(2025)年度までの5年間

#### 進捗管理

この計画で定めた具体的取組みについては、PDCAサイクルに基づいて検証し、神戸市消費生活会議に報告します。本計画は、それぞれの取組みの成果や消費者のニーズ及び取り巻く社会環境の変化等に適切に対応できるよう、必要に応じて見直しを行います。

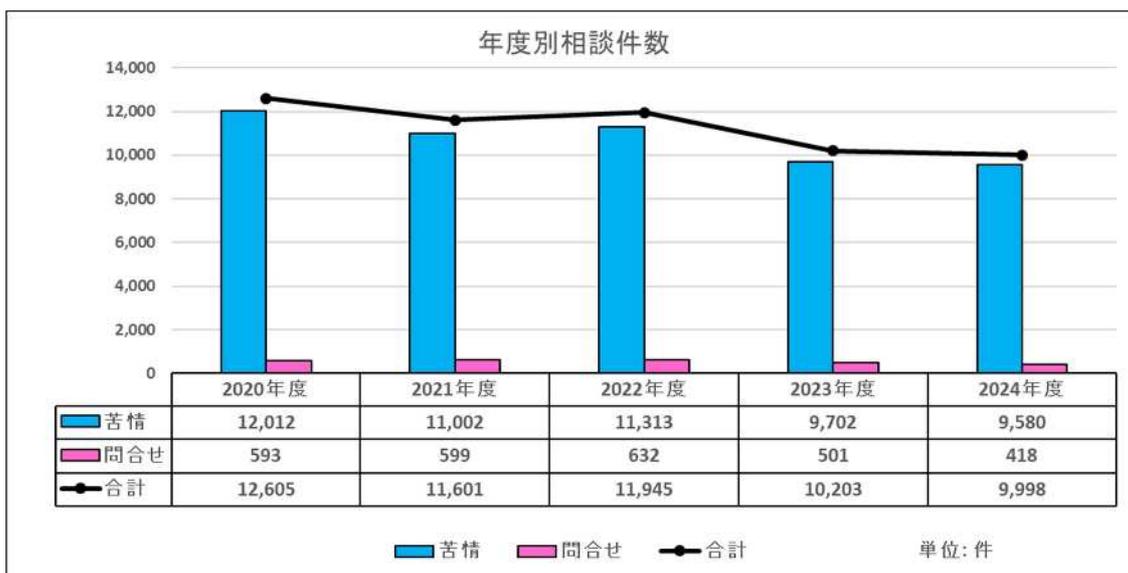
## 2024 年度消費生活相談の概要

### 相談の概要

#### (1) 相談件数

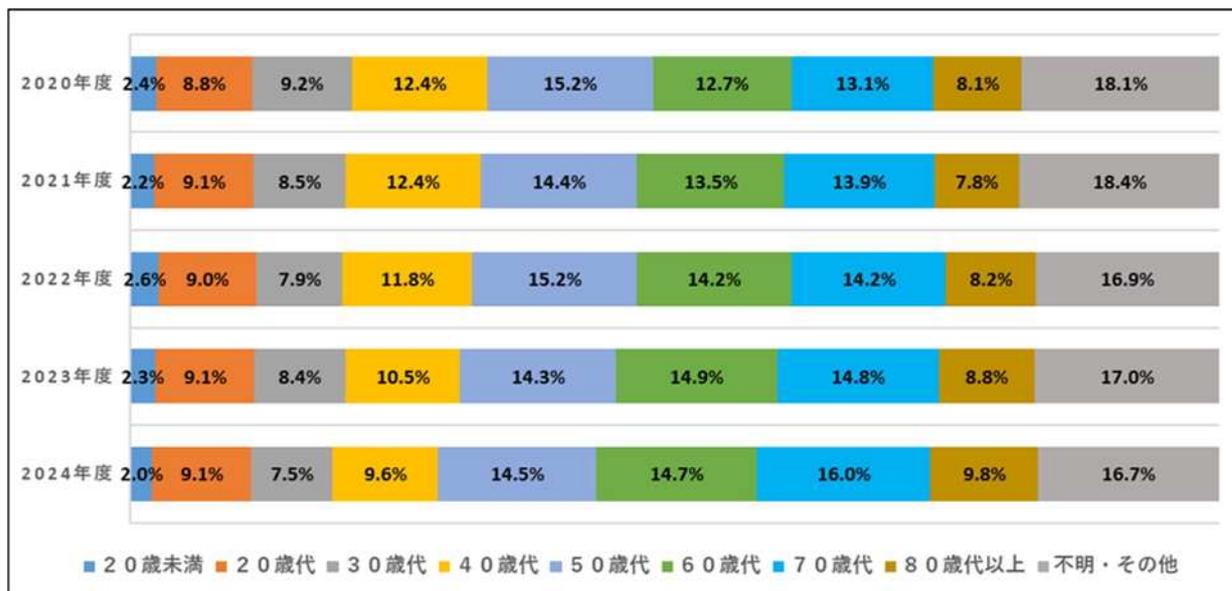
2024 年度に神戸市消費生活センターに寄せられた消費生活相談の件数は 9,998 件で、前年度の 10,203 件から 205 件(2%)減少しました。相談種別の内訳は、苦情相談が 9,580 件(前年度比 122 件、1.3%減少)、問合せ等が 418 件(前年度比 83 件、16.6%減少)寄せられました。

相談件数の動向については、2024 年2月に立ち上げた神戸市消費生活センターのホームページにおいて、FAQとチャットボットによる自己解決支援ツールを充実させたことから減少傾向が続いていると考えられます。



#### (2) 契約当事者の年代別件数

契約者の年代別では、50 歳以上が相談件数の上位を占めており、①70 歳代(1,530 件)、②60 歳代(1,411 件)、③50 歳代(1,393 件)の順となっています。



### (3) 商品・役務(サービス)別の苦情相談件数

(単位：件)

順位	商品・役務	2023年度		2024年度		対前年度 増減率
		件数	構成比	件数	構成比	
1	商品一般	920	9.5%	1,168	12.2%	27.0%
2	役務その他	529	5.5%	586	6.1%	10.8%
3	レンタル・リース・貸借	507	5.2%	528	5.5%	4.1%
4	健康食品	327	3.4%	440	4.6%	34.6%
5	化粧品	683	7.0%	438	4.6%	-35.9%
6	医療	222	2.3%	316	3.3%	42.3%
7	他の教養・娯楽	325	3.3%	270	2.8%	-16.9%
8	修理・補修	230	2.4%	261	2.7%	13.5%
9	工事・建築・加工	244	2.5%	257	2.7%	5.3%
10	移動通信サービス	252	2.6%	257	2.7%	2.0%

#### 【1位】商品一般

商品の相談のうち分類を明確に特定できない不審なメールや電話、身に覚えのない請求などの相談が該当します。相談件数は1,168件あり、商品・役務別で見ると最も多く、前年度比では27.0%増加しています。

#### 【2位】役務その他

パソコンの偽警告画面によるサポート詐欺や鍵の開錠サービス、占いサイトなどの役務サービスが該当します。相談件数は586件あり、前年度比で10.8%増加しました。

#### 【3位】レンタル・リース・貸借

レンタルサービス商品の貸借や不動産の賃貸住宅に関する相談が該当します。相談件数は、528件あり前年度比で4.1%増加しました。特に賃貸住宅に関する相談は450件と多く、レンタル・リース・貸借の全体の85.2%を占めています。

#### 【4位】健康食品

サプリメントなどの健康食品に関する相談が該当します。定期購入の解約や返品などの相談が多く寄せられました。相談件数は440件あり前年度比で34.6%増加しています。

#### 【5位】化粧品

4位の「健康食品」と同様に定期購入の解約や返品に関する相談が寄せられました。相談件数は438件あり、前年度比で35.9%減少しました。

### (4) 世代別商品・役務上位

(単位：件)

順位	若年層(30歳未満)			成年層(30歳~50歳代)			高齢層(60歳代以上)		
	商品名	件数	構成比	商品名	件数	構成比	商品名	件数	構成比
1	レンタル・リース・貸借	97	9.1%	レンタル・リース・貸借	258	8.5%	商品一般	523	13.5%
2	他の教養・娯楽	90	8.5%	商品一般	227	7.5%	健康食品	253	6.5%
3	役務その他	88	8.3%	役務その他	165	5.4%	化粧品	249	6.4%
4	医療	83	7.8%	医療	139	4.6%	役務その他	210	5.4%
5	理美容	72	6.8%	健康食品	133	4.4%	移動通信サービス	138	3.6%
6	商品一般	67	6.3%	化粧品	120	4.0%	工事・建築・加工	112	2.9%
7	教室・講座	46	4.3%	教室・講座	101	3.3%	修理・補修	112	2.9%
8	内職・副業	45	4.2%	他の教養・娯楽	88	2.9%	インターネット通信サービス	97	2.5%
9	化粧品	35	3.3%	移動通信サービス	80	2.6%	他の金融関連サービス	88	2.3%
10	修理・補修	34	3.2%	工事・建築・加工	79	2.6%	紳士・婦人洋服	75	1.9%
				修理・補修	79	2.6%			
				インターネット通信サービス	79	2.6%	書籍・印刷物	75	1.9%

#### ① 若年層(30歳未満)

1位の「レンタル・リース・貸借」は97件あり、入居後のトラブルや賃貸住宅退去時の原状回復費用についての相談が多く寄せられました。

## ② 成年層(30歳～50歳代)

2位の商品一般は分類を明確に特定できない不審なメールや電話、身に覚えのない請求などの相談などで、電話に対応すると不審音声案内が流れるケースが多く寄せられました。

## ③ 高齢層(60歳以上)

4位の「役務その他」のうち、パソコンのウイルス警告画面によるサポート詐欺に関する相談では、クレジットカードや電子マネーで高額な料金を請求されるケースが多く、実際に料金を支払った事例もありました。

## (5) 販売購入形態別の苦情相談件数

販売購入形態別の苦情相談件数は、インターネット通販などの「通信販売」に関する相談が最も多く寄せられており、契約者の世代別相談件数を見ても、若年層、成年層、高齢層共に「通信販売」が全体の35%以上を占めています。

(単位:件)

	2020年度		2021年度		2022年度		2023年度		2024年度	
	件数	構成比								
店舗購入	2,172	18.1%	1,892	17.2%	2,011	17.8%	1,846	19.0%	1,807	18.9%
無店舗販売	6,334	52.7%	5,652	51.4%	5,922	52.3%	5,044	52.0%	4,605	48.1%
内訳										
訪問販売	913	7.6%	772	7.0%	683	6.0%	565	5.8%	703	7.3%
通信販売	4,749	39.5%	4,297	39.1%	4,723	41.7%	3,958	40.8%	3,405	35.5%
マルチ・マルチまがい	94	0.8%	62	0.6%	52	0.5%	34	0.4%	26	0.3%
電話勧誘販売	411	3.4%	377	3.4%	317	2.8%	349	3.6%	369	3.9%
ネガティブ・オプション	33	0.3%	14	0.1%	11	0.1%	8	0.1%	2	0.0%
訪問購入	72	0.6%	88	0.8%	78	0.7%	79	0.8%	53	0.6%
その他無店舗	62	0.5%	42	0.4%	58	0.5%	51	0.5%	47	0.5%
不明・無関係	3,506	29.2%	3,458	31.4%	3,383	29.9%	2,812	29.0%	3,168	33.1%
合計	12,012		11,002		11,316		9,702		9,580	

## (6) 定期購入関連の苦情相談件数

定期購入に関する苦情相談件数を世代別で見ると、2023年度より相談件数は減少傾向が続いていますが、高齢層からの相談の割合は多くなっています。2024年度は高齢層からの相談は全体の812件のうち482件で59.4%を占めていて、その中で最も多い年代は60歳代でした。

特に多い商品は「健康食品」と「化粧品」で、いずれの商品も、「お試しで商品を購入したつもりが定期購入になっていた」という相談や、解約、返金方法に関する相談でした。



### 定期購入に関する主な品目

(単位:件)

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	対前年度増減率
健康食品	346	221	214	235	352	49.8%
化粧品	262	446	970	555	343	-38.2%

## (7) 水まわり関連の苦情相談件数

水まわりの相談件数は、2020年度まで増加傾向でしたが、悪質な契約トラブルに遭わないための注意喚起や啓発を継続的行ったことにより2021年度より減少し、2024年度は前年度比で10.3%減少しました。

