

第 12 次第 2 回横浜市消費生活審議会 議事次第

令和元年 10 月 8 日 (火) 午前 9 時～
関内中央ビル 5 階特別会議室

1 開 会

2 議 題

- (1) 会議録確認者の選出について
- (2) 施策検討部会報告
- (3) 消費者教育推進地域協議部会報告
- (4) 消費生活協働促進事業審査評価部会報告
- (5) 公募委員選考部会報告
- (6) 消費者被害救済部会報告
- (7) その他

3 閉 会

【資 料】

- 資 料 1 第 12 次横浜市消費生活審議会 委員名簿
- 資 料 2 第 12 次第 2 回横浜市消費生活審議会 部会報告書
 - 資料 2-1 施策検討部会報告書
 - 資料 2-2 消費者教育推進地域協議部会報告書
 - 資料 2-3 消費生活協働促進事業審査評価部会報告書
 - 資料 2-4 公募委員選考部会報告書
 - 資料 2-5 消費者被害救済部会報告書
- 参 考 1 第 12 次 施策検討部会 配布資料
- 資 料 3 第 11 次審議会報告に基づく事業の進捗状況
- 参 考 2 「かしこい消費者コラム」 3 号、4 号
- 参 考 3 横浜市HP抜粋 (お助けカードについて)

第12次横浜市消費生活審議会委員名簿

令和元年7月10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	いしづか ようこ 石塚 陽子	神奈川県弁護士会
3	うめもと よしのぶ 梅本 佳伸	一般財団法人 家電製品協会 管理部 部長
4	えのもと ひでお 榎本 英雄	一般社団法人 横浜市工業会連合会 会長
5	おおさわ あや 大澤 彩	法政大学 法学部 教授
6	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・事務局長
7	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
8	くりた ゆたか 栗田 裕	横浜商工会議所 小売部会長
9	さとう ゆみこ 佐藤 有美子	横浜市生活協同組合運営協議会 副代表
10	さとう よしつぐ 佐藤 喜次	公益社団法人 消費者関連専門家会議 ACAP研究所長
11	しろた たかこ 城田 孝子	神奈川県弁護士会
12	たがや としこ 多賀谷 登志子	横浜市消費者団体連絡会
13	たなか まこと 田中 誠	神奈川県弁護士会
14	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 総務企画部長
15	ほしの てつはる 星野 哲東	市民委員
16	ほそかわ こういち 細川 幸一	日本女子大学家政学部 教授
17	むら ちずこ 村 千鶴子	東京経済大学 現代法学部 教授・弁護士
18	もちづき ようすけ 望月 陽介	横浜市消費生活推進員 港北区副区代表
19	もり とみこ 森 登美子	市民委員

敬称略：五十音順

第 12 次第 2 回横浜市消費生活審議会 部会報告書

令和元年 10 月 8 日

第12次横浜市消費生活審議会

施策検討部会報告書

目的	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費生活に関する重要な事項の調査審議を行う。 ・消費生活に関する重要な事項について市長に意見を述べる。 <p>【第12次の審議テーマ】（第1回消費生活審議会で決定）</p> <p><u>「若年者の消費者教育の在り方」</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・成年年齢引下げを見据えた消費者教育の推進 ・教育委員会等（小学校・中学校・高校・専修学校・大学）との連携等 		
構成委員 (◎は部会長)	<p>榎本 英雄 委員、佐藤 喜次 委員、城田 孝子 委員 ◎田中 誠 委員、長尾 淳司 委員、星野 哲東 委員 細川 幸一 委員、村 千鶴子 委員、望月 陽介 委員</p>		
開催状況	第1回	開催年月日	平成31年2月28日（木）
		議 題	(1) 部会長の選出について (2) 会議録確認者の選出について (3) 若年者の消費生活相談の状況について (4) 市立高校における消費者教育等の状況について (5) 消費者教育の取組状況について (6) その他
	第2回	開催年月日	令和元年7月19日（金）
		議 題	(1) 会議録確認者の選出について (2) 若年者の相談分析について (3) 市立高校家庭科教員へのアンケート結果について (4) その他

議事概要	<p>第1回 「若年者の消費生活相談の状況」や「市立高校における消費者教育等の状況」、「消費者教育の取組状況」等を踏まえ、必要と思われる対応策等について審議を行った。</p> <p>成年年齢引き下げが施行される2022年4月に向け、喫緊の課題として、高校生世代に対する消費者教育のあり方について優先的に検討することとなった。</p> <p>(主な意見)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・横浜市の消費生活相談のデータからも18、19歳に比して20歳になると相談件数が増えているが、この現象と未成年取消権の関係について、より深く分析しないと、成年年齢引き下げへの対策についてアイデアが出ないのではないか ・従来型の被害防止啓発型消費者教育には限界があるということが言われており、そこにとどまらない新しいことをどのようにやっていくかをこの部会で検討したい。 ・知識を教える教育(被害防止啓発型消費者教育)だと、自分の生活を支えるものにはなっていないと感じる。経験的に自分のことに引き付けて考えてもらえるような教え方や教材の工夫をする必要があるのではないか。 ・若者は「まさか、自分が被害者になるとは思っていない」という気持ちがあると思う。そこで、「自分のために」というよりも「友達や後輩が被害に遭わないようにするにはどうしたら良いか」という投げかけをした方が興味を持ってもらえるのではないか。 ・そういう意見の関係でいえば、若者の中に「身近な歯止めになってくれる存在」を作ることが「被害防止の担い手」を作ることにもなるのではないか。 ・教員が悪質商法等について、知らないこともあると思うので、教える側の教員に対しても情報提供が必要ではないか。 ・LINEで若者に情報提供をしたり、相談を受け付けたり、チャットボットなど話題性のあるものも面白いと思う。 <p><市立高校家庭科教員より></p> <ul style="list-style-type: none"> ・市立高校の家庭科で、消費者教育に充てる時間は6～8時間程度で
------	---

ある。具体的な事例を基に学ぶなど、教材などを使って教えていく必要があると思う。1番欲しい教材はDVD

第2回 「市立高校家庭科教員へのアンケート結果」や、18、19歳に比して20歳で消費生活相談の件数が倍増する現象についての事務局による分析等を踏まえ、成年年齢引き下げにより未成年取消権が使えない年齢が2歳下がることの影響は大きいであろうこと、2022年は成人する者が従前の3倍になるので、ここに向けた対策が重要であるという共通認識のもとに、高校教育における消費者教育の手法等について審議を行った。

(主な意見)

・行政は、ずいぶんいろいろなリーフレットなどの文書資料を配布しており、内容的にも充実している。しかしそれを生徒が読んでくれているのかというのが課題（よい教材でも読んでくれないと効果がない）である。

・現在配布している冊子などの教材は、配布しただけでは消費者教育をしたとは言えないと思う。配布するだけでなく、同時に教材の使い方や内容に関する教員向けの研修をしても良いと思う。

・家庭科教員は、食物や被服などそれぞれ専門があり、家庭科教員全員が消費者問題に詳しいとは限らないため、教員の底上げや授業のバックアップとなるような支援をしていくことが現実的だろう。

・現状、家庭科において消費者教育にあてている時間は多くないとのことだが、調理実習などとの時間配分を工夫する等して、消費者教育の時間配分を多くする等の対策は取れないのか。また社会科教員にも消費者教育に適性のある者は多いのではないか。

・長期的な意味での消費者教育と2022年4月の成年年齢引下げに向けた短期的な消費者教育を考える必要があると思う。とにかく2022年が問題視されるということで目標を定め、教員がすぐに使えるノウハウや生徒が興味を持つような教材を提供するなど、2022年をめがけて取り組むことで盛り上がりにもなり、市が注目されるニュースソースにもなるのではないか。

・すでに、行政以外にも事業者団体など様々な団体が良い教材（映像

	<p>教材など)を作成しているの、そのような既存のものを学校現場で使ってもらう手法を考えていくと良いのではないかと。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これまでも、学校教育では教員の「研修」や「教材」「外部講師の活用」は繰り返し対策として言われてきているが、実効性があることが定着していない。それは、検証する仕組みが整っておらず、検証して改善していくというサイクルが上手くできていないからだと思う。 ・若者「全体」への教育という発想に加えて、関心を持つ生徒も中にはいるのであるから、関心を持っている生徒を上手に誘導して育て、「インフルエンサー」になってもらうという仕組みを設けられないか。 <p>そのため、「かしこい消費者検定」のようなものを作って、アクティブな学びにつなげられないか。そういう子が増えると、いろんなところで防波堤になってくれるはずである。</p>	
<p>今後の予定 (R2.9月まで)</p>	<p>部会開催予定</p>	<p>3回</p>
	<p>開催予定時期</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・令和元年11月～12月に1回 ・令和2年2月～3月に1回 ・令和2年5月～6月に1回
	<p>審議内容等 (予定)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 【第3回：令和元年11月～12月】 ・高校生以上（専修学校生、大学生等）の若年者への対応について 【第4回：令和2年2月～3月】 ・高校生以上（専修学校生、大学生等）の若年者への対応について（継続審議） ・報告書の骨子（案）について 【第5回：令和2年5月～6月】 ・報告書（案）について

※ 報告書については、令和2年9月開催予定の第3回横浜市消費生活審議会において確定する予定です。

第12次横浜市消費生活審議会

消費者教育推進地域協議部会報告書

目的	構成員相互の情報交換を行うとともに、横浜市消費者教育推進計画の策定及び変更に関して、総合的、体系的かつ効果的な推進にかかる意見を行うことを目的とする。		
構成委員 (◎は部会長)	◎大澤 彩 委員 河合 直美 委員 栗田 裕 委員 多賀谷 登志子 委員 森 登美子 委員 〈専門委員〉 大澤 吉輝 専門委員（横浜市消費生活総合センター） 坂本 淳 専門委員（公益財団法人横浜市国際交流協会） 杉澤 宏 専門委員（公益財団法人横浜市老人クラブ連合会） 細川 哲志 専門委員（社会福祉法人横浜市社会福祉協議会）		
開催状況	書面表決	開催年月日	令和元年5月20日(月)
		内 容	令和元年度横浜市消費者教育推進計画について
	第1回	開催年月日	令和元年7月23日(火)
		議 題	(1) 部会長・会議録確認者の選出について (2) 令和2年度横浜市消費者教育推進計画について (3) 情報共有・意見交換 (4) その他

議事概要	<p>第1回</p> <p>平成30年度計画の実施状況の振り返り及び令和元年度計画の進捗状況の確認を行い、「令和2年度横浜市消費者教育推進計画」に向けた意見交換や情報交換を行った。</p> <p>(主な意見)</p> <p>【若年者向けの消費者教育について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成年年齢が引下げられるため、<u>高校生向け、大学・専門学校生向けの消費者教育に力を入れた方が良い</u>と思う。 ・高校生向けの授業などでは生徒達が中々自分から吸収しようとはならず、仕方なく聞いていると言ったことも多い。<u>SNSとか若者に身近なツールを使うか、消費者力が上がるような仕組み、例えば、ゲームで学ぶといったやり方を考えてもよい</u>と思う。 ・<u>2022年以降は「公共」という科目が設置されるので、そのあたりと連携して実践的な事例を含めて分かってもらうのもいい</u>と思う。もともと、2022年を待つまでもなく、出来る範囲から教育の現場でやっていけるように進めていければいいと思う。 ・<u>特別支援学校の消費者教育</u>についてはどうか？<u>通常のお子さんよりも相談の窓口があるということだけでも知ってもらって、助けを求める場所があるということを理解してもらった方がいい</u>と思う。 ・昔は朝礼などの時間で色々な話を聴いた記憶がある。<u>授業時間内で情報提供が出来ない場合は学生が集まる場面はどのような場合であるかを考えた上で、朝礼などを使って出前講座をやらせてもらうのはどうか。</u> ・<u>中学校だと総合学習の時間</u>があったと記憶しているが、<u>若者向けとかネット社会の落とし穴に落ちないようにするようなテーマで講座をやれば、入り口としては入りやすい</u>と思う。早めにそういう教育をしておけば、高校生になってからもそういう危険を回避できるように思う。可能性としては総合学習を考えている。 <p>【高齢者の消費者被害未然防止について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・未然に防ぐというのは大変重要な視点で、<u>高齢者の家族に対するサポートをしてあげられるような支援が必要</u>だと思う。 ・高齢者の場合、研修や講習会を開いたりするが、そこに出てこれ
------	---

る人についてはいいものの、そこに 出てこられない高齢者、家から出られない高齢者が被害に合っていることに対してどうフォローしていくかが重要 だと思う。

【地域や区での取り組みについて】

・振込詐欺は警察の問題であって、消費者の問題とは違くとされているが、高齢者にとっては、その辺の線引きはあまり関係なくて、非常に関心があるテーマであることに変わりはない。高齢者に話をするにあたって、区役所が何かをやるとするなら、警察と何か一緒になって、振込詐欺の問題などについてももしっかり対処していくのがいいのではないかと思う。

・ケアプラザは全部で 120 くらいあると思うが、なるべく多くのケアプラザの方に地域ケアプラザ向けの研修に参加してもらえるように研修周知をしてもらいたいと思う。

【その他】

・ケアマネージャーとか訪問介護事業者の集まりとかそういう場所に（消費者被害等の）情報を提供するといいと思う。

・軽い知的障害の方だと事業者が気がつかない場合もある。相手が障害者だと分からないままに勧誘した結果、あれもこれも買ってもらうこともあるので、事業者の方にもそういう場合があるのだということを知ってもらうために色々教育の場があってもいいと思う。

・何が大切かと言えば、騙される内容を知るより、お互いの連携が取れるように、誰かに相談できる体制をとる、例えばセンターに相談が出来るようにするとかそういうことが大事だと思う。できるかぎり早く相談できるようにしてもらおうようにするといいと思う。

・東京都の消費生活センターがやっていることなのですが、毎年、落語で勉強する悪徳商法といった出前講座が開催されている。落語をしてくれるのは大学生で、消費生活総合センターの周りにある大学の落語研究会が協力していると思う。評判がいいという話をうかがっている。そういう形で被害の状況とかを示すのもいいと思う。

・消費者教育についてはプラスチックゴミとかレジ袋の有料化とかそういうことへの理解を広めることも消費者教育だし、捕鯨みたいな日本が今、世界の潮流と違った方向に行こうとしていることも、そも

	<p>そも鯨を食べることは何なのかといったそういう話をしてもいいと思う。<u>SDGs みたいな話でグローバルな視点からもっと広い話をしてもいいと思う。</u></p>	
<p>今後の予定 (R2.9月まで)</p>	部会開催予定	1回
	開催予定時期	<p>令和2年7月に1回</p> <p>※ 令和2年5月に書面表決を予定 (令和2年度計画の確定)</p>
	審議内容等 (予定)	<ul style="list-style-type: none"> ・令和3年度横浜市消費者教育推進計画について

第12次横浜市消費生活審議会

消費生活協働促進事業審査評価部会報告書

目的	消費生活協働促進事業の募集内容の検討、実施団体の審査・選考、事業の評価などを行う。 <消費生活協働促進事業の概要> 市内活動団体から「消費者被害の未然防止」や「消費者市民社会の実現」に向けた取組を募集し、審査を経て採択された団体と横浜市が協働で事業を実施する。	
構成委員 (◎は部会長)	大森 俊一 委員 ◎河合 直美 委員 楊 直子 委員	
開催状況	開催年月日	令和元年6月4日(火)
	第1回 議 題	(1) 部会長の選出について (2) 会議録確認者の選出について (3) 平成30年度消費生活協働促進事業の評価について
今後の予定 (R2.9月まで)	部会開催予定	未定
	開催予定時期	—
	審議内容等 (予定)	—

【平成 30 年度事業の評価について】

区分	実施団体	事業内容（実施回数、参加者）	評価概要
消費者市民社会の実現に向けた取組	特定非営利活動法人 森ノオト （40万円補助）	横浜の地産地消の魅力を伝える文化祭の企画者を募集した。参加者はセミナーで講師から学び、自ら企画を考えて発表した。（セミナー6回・9名、文化祭1回・140名）	担い手を育てるということにチャレンジして、参加者が実際に企画者となって成長したというところが素晴らしい。文化祭は参加者が多く、子どもの参加もあり年代を広げるなど、色々な面での工夫が感じられて大変良かった。
	横浜市資源リサイクル事業協同組合 （40万円補助）	リユースびんと地産地消をより身近に感じていただくバスツアー、日常の消費行動を見つめ直す為の情報発信としてシンポジウムを開催した。（バスツアー2回・46名、シンポジウム1回・102名）	リサイクルやリユースという面に目を向けて消費者市民社会を構築し、SDGsなども推進していこうという姿勢が見られて、その努力が素晴らしい。夏のバスツアーは夏休み中だったので、子どもがもっと参加すると良かったと思われる。

第12次横浜市消費生活審議会

公募委員選考部会報告書

目的	<p>審議会において、消費者を代表する委員の一部を市民からの公募による委員とすることにより、市民の立場からの意見及び提案等を政策形成過程に活用するとともに、審議会を市民に開かれたものとし、市民との協働による消費者行政の実現を図ることを目的とする。</p> <p>(第6次横浜市消費生活審議会から実施)</p>	
構成委員	<p>※ <u>未開催のため、部会長は選出されていません。</u></p> <p>天野 正男 委員 梅本 佳伸 委員 多賀谷 登志子 委員</p>	
開催状況	開催年月日	
	議 題	<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; background-color: #e0f0ff; padding: 20px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <p>開催なし</p> </div>
今後の予定 (R2.9月まで)	部会開催予定	2回
	開催予定時期	<ul style="list-style-type: none"> ・令和2年5月に1回 ・令和2年8月に1回
	審議内容等 (予定)	<p>【令和2年5月】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スケジュール、募集案内等の確認 <p>【令和2年8月】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・応募者の選考

【参考】横浜市消費生活審議会公募委員要領（抜粋）

7 選考部会

- (1) 選考部会は、消費生活審議会委員のうち学識経験のある者、消費者を代表する者、事業者を代表する者から各1名の委員をもって組織する。

第12次横浜市消費生活審議会

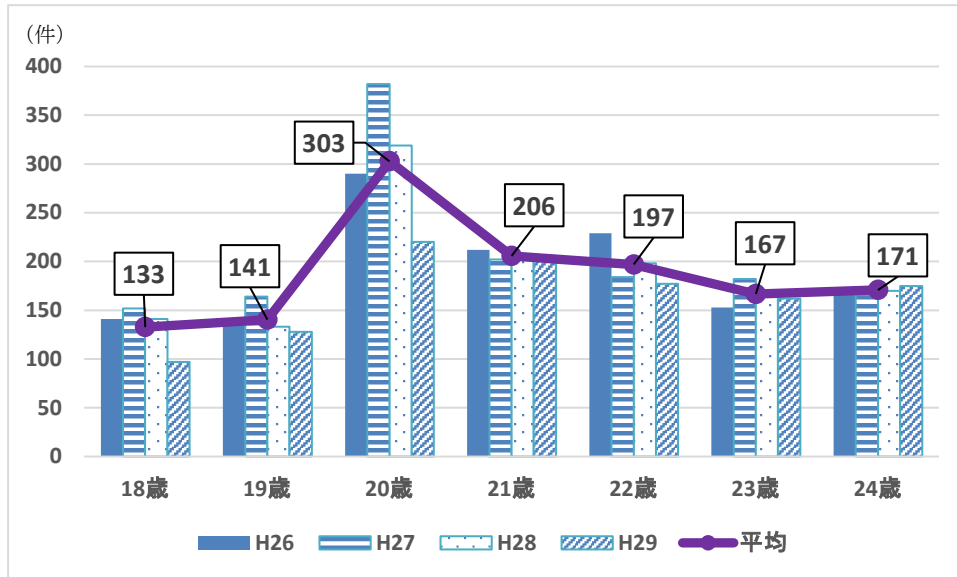
消費者被害救済部会報告書

目的	消費者から申出のあった消費生活上の被害に対し、消費生活総合センターにおいて、被害救済のための必要な助言その他の措置をとったにもかかわらず、解決することが困難であった紛争について、あっせん及び調停等を行うことを目的とする。	
構成委員 (◎は部会長)	<p>※ 未開催のため、部会長は選出されていません。</p> <p>天野 正男 委員 石塚 陽子 委員 梅本 佳伸 委員 大澤 彩 委員 大森 俊一 委員 城田 孝子 委員 佐藤 有美子 委員</p>	
開催状況	開催年月日	
	議 題	
議事概要	<p style="text-align: center;">付託案件の検討・調整中のため、開催なし (令和元年9月末時点)</p>	
今後の予定 (R2.9月まで)	<p>・付託案件がある場合には、その都度、部会を開催し、付託案件がなかった場合には、年に1回（令和元年は10月～12月頃を予定）、状況確認のための部会を開催する。</p>	

若年者の消費生活相談の状況

1. 相談件数

図1 契約当事者年齢が18歳～24歳の年齢別相談件数（H26～H29）



◇18歳、19歳の平均相談件数と20歳の平均相談件数には約2倍の差がある。

その要因の一つとして、民法の未成年者取消権が抑止力となっていることが考えられる。

◇しかし、2022年4月に改正民法が施行されると18歳、19歳は未成年取消権の行使ができなくなることから、消費者被害が低年齢化する恐れがある。

【参考1】表1 民法改正後に成年を迎える時期（学年別）

2018年度(今)	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
現中学1年生	14歳	15歳	16歳	17歳	18歳
現中学2年生	15歳	16歳	17歳	18歳	19歳
現中学3年生	16歳	17歳	18歳	19歳	20歳
現高校1年生	17歳	18歳	19歳	20歳	21歳

◇現在（2018年度）中学2年生、中学3年生の世代が2022年の民法改正時に18歳、19歳で成年を迎える。

2. 商品・役務別相談件数 (上位 15 品目)

表2 18歳～19歳の商品・役務別相談件数 (H29)

順位	商品・役務 (18歳～19歳)	件数
1	他の健康食品、アダルト情報サイト	13件
3	ビジネス教室	11件
4	出会い系サイト	8件
5	貸衣装、デジタルコンテンツ、 教養・娯楽サービスその他	7件
8	テレビ放送サービス	6件
9	賃貸アパート、金融関連サービスそ の他、光ファイバー、他のデジタル コンテンツ	5件
13	商品一般、外食、他の内職・副業	4件

男性：1位：ビジネス教室 (11件)
2位：教養・娯楽サービスその他 (6件)
3位：金融関連サービスその他 (5件)

女性：1位：他の健康食品 (12件)
2位：アダルト情報サイト (9件)
3位：貸衣装 (7件)

表3 20歳～22歳の商品・役務別相談件数 (H29)

順位	商品・役務 (20歳～22歳)	件数
1	脱毛エステ	36件
2	商品一般	29件
3	アダルト情報サイト	26件
4	デジタルコンテンツ	22件
5	他のデジタルコンテンツ	21件
6	賃貸アパート	20件
7	出会い系サイト	18件
8	携帯電話サービス	16件
9	役務その他サービス	14件
10	フリーローン・サラ金、光ファイバ ー、医療サービス	13件
13	他の健康食品、美顔エステ	12件
15	タレント・モデル養成教室、コンサ ート、他の内職・副業	11件

男性：1位：商品一般 (15件)
2位：アダルト情報サイト (15件)
3位：携帯電話サービス (13件)

女性：1位：脱毛エステ (35件)
2位：デジタルコンテンツ (16件)
3位：商品一般 (14件)

◇18歳～19歳では、「他の健康食品 (=健康食品)」に関する相談のほか、「金儲け」を謳って勧誘をする「ビジネス教室」に関する相談が多い。
◇20歳～22歳では、「脱毛エステ」や「美顔エステ」などの「美容」に関する相談や「賃貸アパート」、「光ファイバー」など日常生活に関する契約の相談が増加する。
◇また、20歳～22歳では、マルチ取引に関する相談が含まれる「役務その他サービス」や「他の内職・副業」の相談も増加する。

【参考2】用語解説

「他の健康食品」…ダイエットサプリメント、青汁等 (表2, 3の事例の場合)

「デジタルコンテンツ」…内容が不明確な有料サイト利用料の架空請求等に関する相談

「他のデジタルコンテンツ」…SNS、ダウンロードしたセキュリティソフト等に関する相談

「商品一般」…商品の特定ができない、身に覚えのない架空請求等に関するもの

「教養・娯楽サービスその他」…イベントサークルに関するもの (表2の事例の場合)

「金融関連サービスその他」…クレジットカードの入退会・会費等

「他の内職・副業」…海外のオンラインカジノ、転売ビジネス等 (表2, 3の事例の場合)

「役務・その他サービス」…コンサルティング契約 (経営理念を学ぶ、就活支援、旅行のネットビジネス等)、エステ会員権等 (表3の事例の場合)

3. 相談事例

事例1◇健康食品(契約金額:19,540円 / 18歳高校生・女性)「通信販売」

高校生の娘がスマホで「100円モニター」のスムージーを申し込んだようだ。今回、定期コース7,322円と書かれた商品が届き、4回の定期購入コースの契約になっていることがわかった。解約をしたく、ここ数日業者に連絡しているがつかない。娘に聞くと、定期購入であることはわからなかったとのこと。お試しだけのつもりで契約しただけで、効果も得られていないようなので返金・返品を希望する。

事例2◇ビジネス教室(契約金額:162,000円 / 19歳学生・男性)「マルチ・マルチまがい」

知人から「稼ぐことができるいい話がある」と誘われて喫茶店に行き、組織の上の人から「投資や転売で稼げるノウハウを身につけられる」と言われた。54,000円を請求され、「お金が無い」と言ったら学生ローンで借りるよう言われたので借金して支払った。親の名前を書いてと言われた紙に、言われた通り記入したが説明も無く控えももらっていない。毎月21,600円の受講料を支払って儲かる方法を学ぶという内容で、人を勧誘して会員を増やせば収入になるとも言われた。これまで5か月間受講料を払ったが稼ぐことはできないと思った。

事例3◇光ファイバー(契約金額:不明 / 20歳学生・男性)「訪問販売」

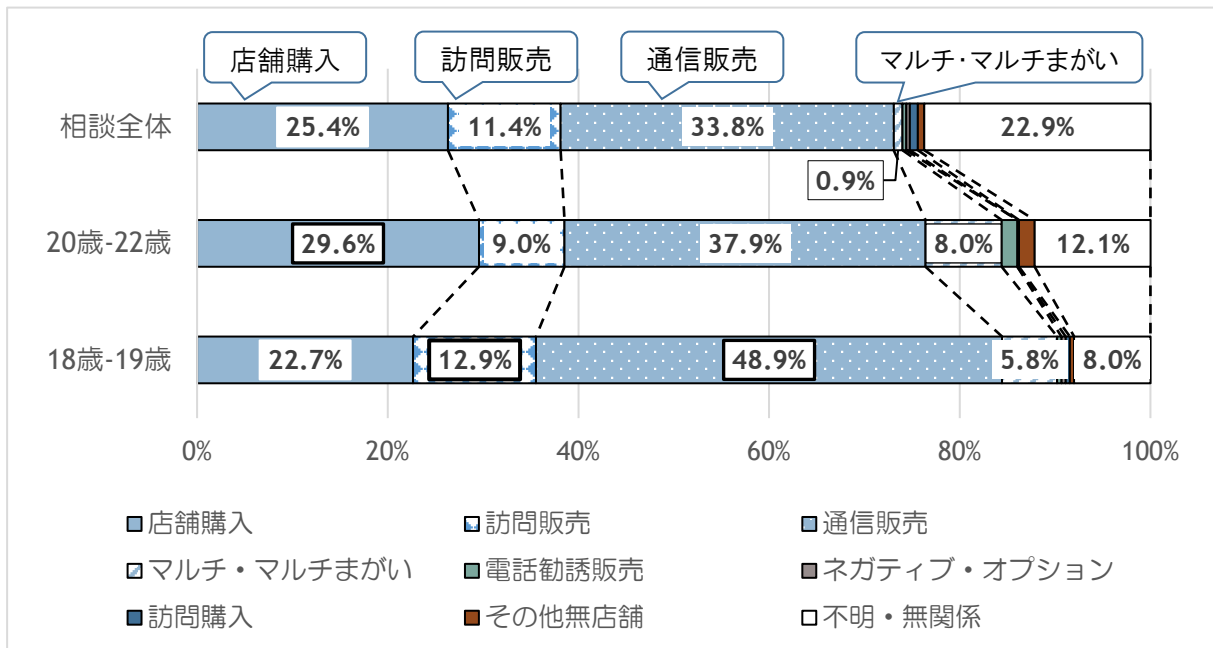
居住する賃貸アパートに業者が来訪し、「光回線の料金が今より安くなる」と契約変更を勧誘された。「現在、月額料金が約5,000円のところ3,800円になる」と言われた。料金が安くなるのなら良いと思い契約に応じた。当日、契約書面を受取り、その後、契約確認の電話も受けたが、後から、業者から新たに届く機器があり、機器代の負担が必要になると分かった。機器代の負担をすれば月額料金が5,000円を超え、お得とは言えないと気付いたので解約したい。

事例4◇脱毛エステ(契約金額:320,608円 / 20歳学生・女性)「店舗購入」

友人に誘われ、脱毛エステの無料体験に行き、体験後6回コースを勧められた。「学生なので支払えない」と伝えたところ、無言の状態が長く続き、その場の雰囲気にならなくなって、契約を承諾した。有効期間は来年6月までで、6回コースと商品で約24万円と言われた。「一括は無理」と伝えたら、分割にできると言われた。契約書にサインしたが、分割払いにすると手数料が加算され、320,608円になっていた。また、学生だったが、分割払いの書類には「パート」にも丸を付け、年収60万円と書くよう言われたので、言われた通り記入した。家に帰って、高額な契約をしたことを後悔した。

4. 販売形態別相談件数

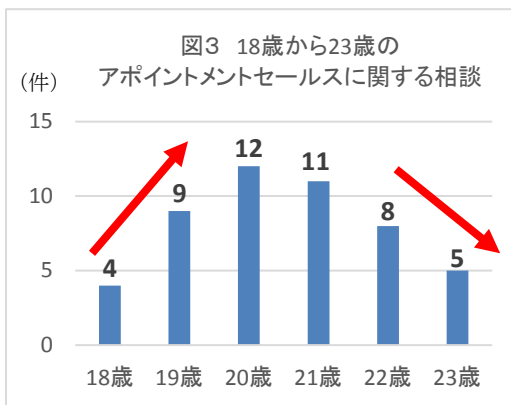
図2 販売形態別割合 (H29)



- ◇18歳～19歳では、「通信販売」の割合が48.9%と、ほぼ半分の割合を占めており、インターネットの利用に関連した相談が多いことがわかる。
- ◇また、20歳～22歳と比べると「訪問販売」の割合がやや高い。
- ◇20歳～22歳では、「店舗購入」の割合が29.6%と相談全体と比べるとやや高い。また、「マルチ・マルチまがい」の割合が8.0%と相談全体と比べると特に高い。

【参考3】18歳～19歳に多い「訪問販売（アポイントメントセールス）」の事例

・業者が自宅に訪問してくるような「訪問販売」は、高齢者に多いイメージがあるが、若年者に多い「訪問販売」はアポイントメントセールスという商法で、販売意図を明らかにしないで電話やメール等で喫茶店や事務所に呼び出す「不意打ち性」の高いものが多い。



◇アポイントメントセールスに関する相談は、全世代の中でも20歳代が一番多く、中でも20歳が相談のピークとなっている。

◇事例（投資のコンサルティング）

SNSで知り合った人から「儲かる投資話がある」と言われ、後日、喫茶店で会った。「今後生きていくノウハウが必要だから、営業力を伝授する」と言われ、かなり強引に契約書面にサインするよう言われた。

【参考4】 マルチ取引に関する相談 (H29)

1. 図4 年代別相談件数の内訳

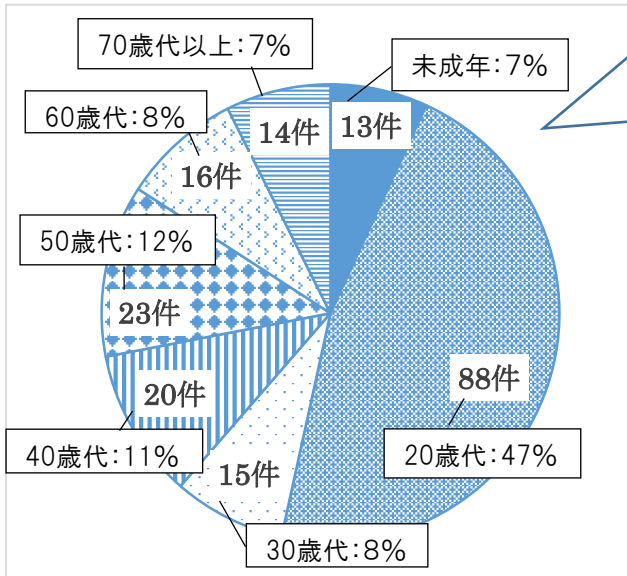
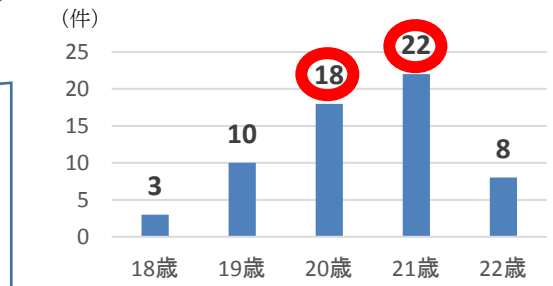


図5 18歳から22歳のマルチ取引に関する相談



- ◇20歳代が全体の約半数を占めている。
- ◇18歳に比べ、19歳の件数が増加
- ◇20歳、21歳の件数が集中して増加
- ◇20歳～22歳の相談が20歳代のマルチ取引に関する相談の約55%を占める。

・近年、若者の間では、「投資について勉強できるタブレット」や「FXで儲けるための情報をダウンロードできる」といった「儲けのノウハウ(情報)」を商材としたマルチ商法が流行っている。

事例◇投資の電子教材(契約金額:560,000円 / 21歳学生・男性)

大学の友人から「投資について勉強できる。すごい人がいる。56万円の投資セミナーの電子教材を買う形で契約すれば勉強できる。」と勧誘された。代金を現金で友人に支払い、その後、1回1,000円の会費でセミナーに参加できるようになったが、参加してみたら、投資の方法ではなく、他の人に教材を販売してマルチ商法に誘い、マージンを得る方法を教えていて、実際にはマルチ商法の教材勧誘だとわかった。

図6 18歳～19歳のマルチ取引に関する商品・役務別の内訳

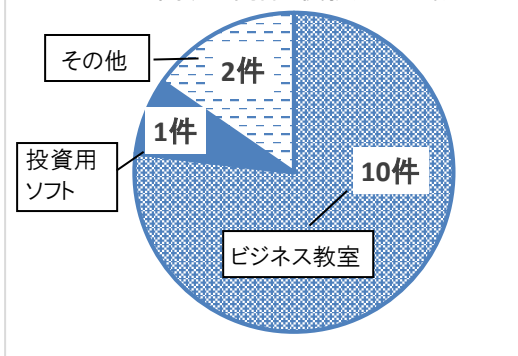
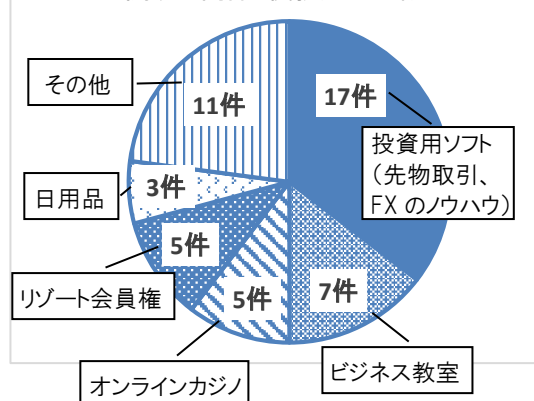


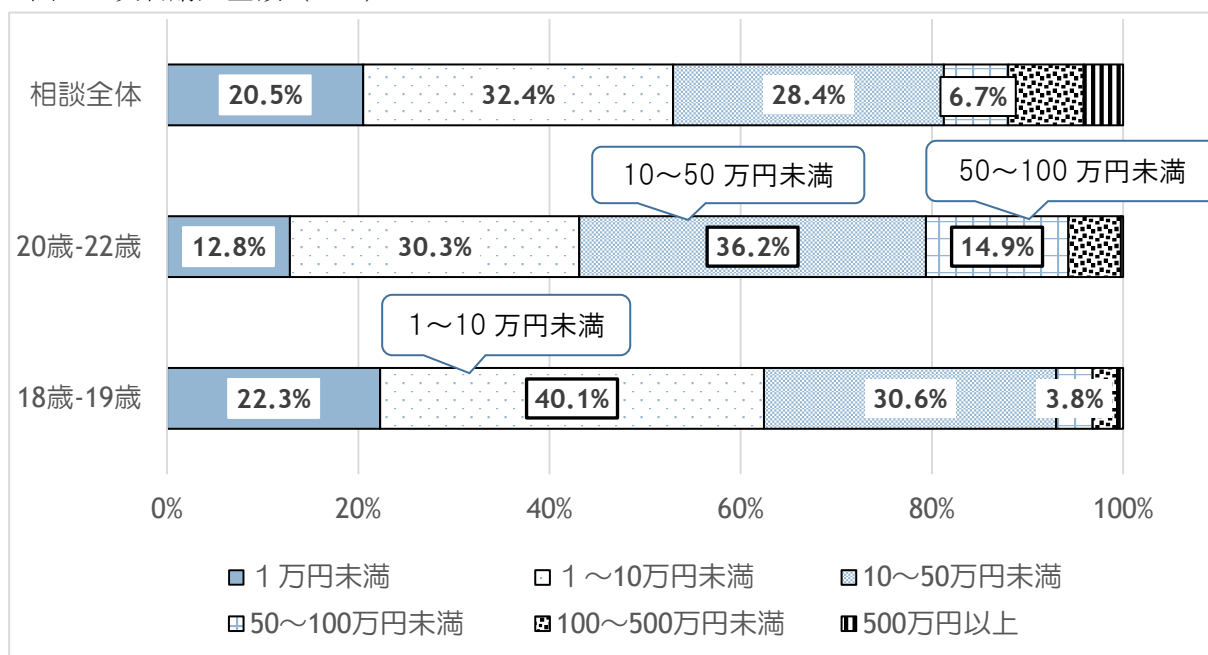
図7 20歳～22歳のマルチ取引に関する商品・役務別の内訳



◇未成年の場合、親の同意書を自分で記載するよう、事業者が促しているケースがある。

5. 契約購入金額

図8 契約購入金額 (H29)



◇18歳~19歳では、「1~10万未満」の割合が40.1%、次いで「10万~50万未満」の割合が30.6%となっている。

◇20歳~22歳では、18歳~19歳と比べると、「10~50万円未満」と「50~100万円未満」の割合が増えており、契約購入金額が高額になる。

【参考5】契約購入金額の平均 (H29)

18歳~19歳

男性	女性
284,170円	117,872円

20歳~22歳

男性	女性
363,531円	270,195円

6. 若年者の消費生活相談における特徴のまとめ

1. 知識や社会経験の不足につけ込まれる

- ・契約内容をよく理解していないにも関わらず、指示されたとおりに契約書を記載するなど、相手の誘いに乗って契約をしてしまう。
- ・また、「無料体験」を受けた後の勧誘等で、断りにくい状況になり、しかたなく契約に応じるケースもある。

2. 「儲かる」などの話につられる

- ・「投資で儲かる話がある」、「簡単にお金を儲ける方法がある」など、「儲かる」という言葉で、簡単に高額な契約をしてしまう。
- ・また、この手の勧誘のきっかけは、大学の友人や先輩など、身近な人から声をかけられることが多く、安易に知人等を勧誘し、被害を拡大させてしまう可能性がある。

3. SNS やインターネットの利用がトラブルのきっかけとなることが多い

- ・SNS の広告をきっかけに興味を持ち、商品を購入する際、購入条件等をよく確認しないなど、インターネットを通じて、安易に商品の購入をしてしまう。
- ・SNS で知り合った人を信用して、契約してしまったり、中には契約書面が存在せず、事業者との連絡手段が SNS しかない場合もあるなど解決が困難な事例もある。

4. 借金やクレジット契約を勧められる

- ・事業者から高額な契約金額を提示され、「学生なので支払えない」と断ると、「分割払いができる」と勧められ、クレジット契約の仕組みをよく理解しないまま契約を結ばされることがある。
- ・また、「学生ローンで借りたらどうか」、「留学資金だと言えば借りられる」等と指南され、消費者金融や学生ローンを勧められることもある。

※参考（国民生活 NO.64 特集 若者の消費者トラブル対策を考える：国民生活センター）

（政府広報オンライン「20歳の皆さん、ご用心！成人になると増える、こんな消費者トラブル」）

市立高校家庭科教員へのアンケート結果について

【概要】

市立高校（9校）の家庭科教員を対象に、家庭科における消費者教育に関するアンケート調査を実施（回答：20名）

【アンケート項目】

1. 現在、行っている消費者教育に関する授業について

- 1-1. 家庭科の授業で消費者教育分野を教える時期 < P. 1 >
- 1-2. 家庭科における、消費生活分野の授業に関する生徒の興味・関心 < P. 1 >
- 1-3. 家庭科で、消費生活分野を扱う授業の時間数 < P. 2 >
- 1-4. 家庭科における、消費生活分野の授業で使用している教材 < P. 2 >
- 1-5. 1-3の授業以外で、消費者教育に関し取り組んでいること < P. 3 >

2. 家庭科の授業における、講師派遣や講座の利用状況について

- 2-1. 市、企業、団体等の講座（講師派遣）等の利用状況 < P. 4 >
- 2-2. 講座の主体や内容を知ったきっかけ < P. 4 >
- 2-3. 2-2の講座内容について < P. 5 >
- 2-4. 講座等を利用しなかった理由 < P. 5 >

3. 学習教材について

- 3-1. 今後、授業で使いたい教材 < P. 6 >
- 3-2. 消費者教育に関する教材で希望するテーマ < P. 7 >

4. 消費者教育の現状認識や課題等について

- 4-1. 生徒の消費者被害の把握方法について < P. 8 >
- 4-2. 消費者教育の必要性和現状について < P. 8 >
- 4-3. 成年年齢の引下げを踏まえた消費者教育推進の課題 < P. 9 >

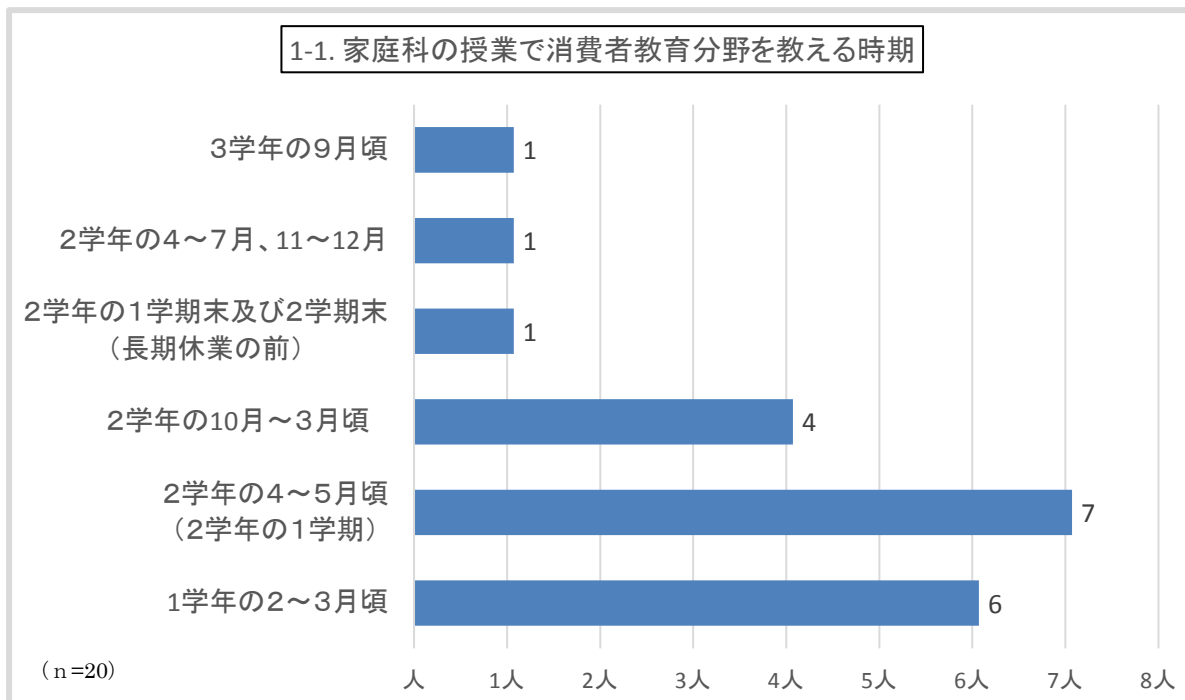
5. 消費者行政への要望・意見について

- 5-1. 消費者行政への要望や御意見について < P. 10 >

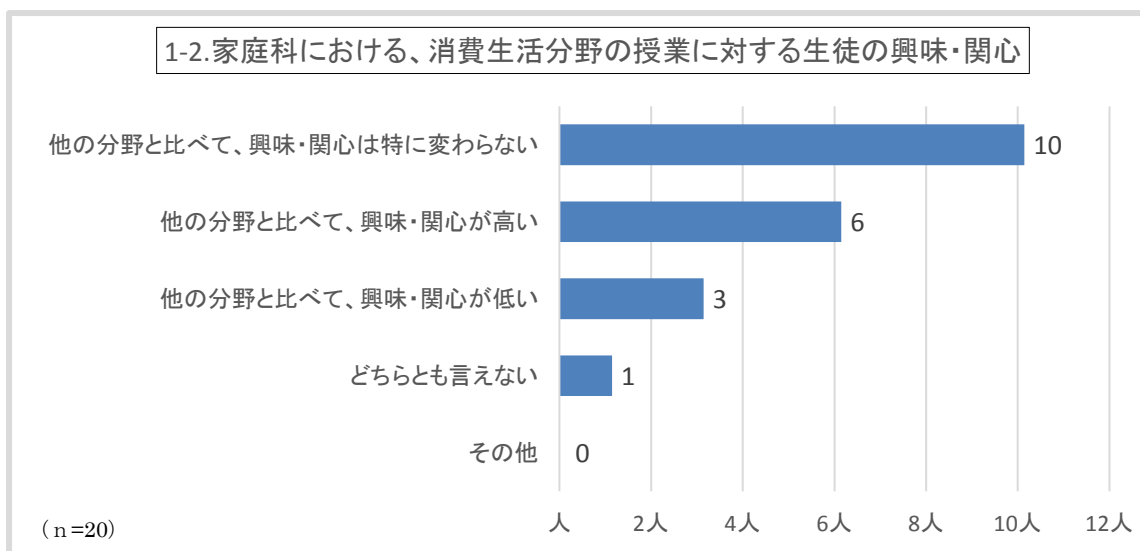
【アンケート集計結果】

次ページ以降

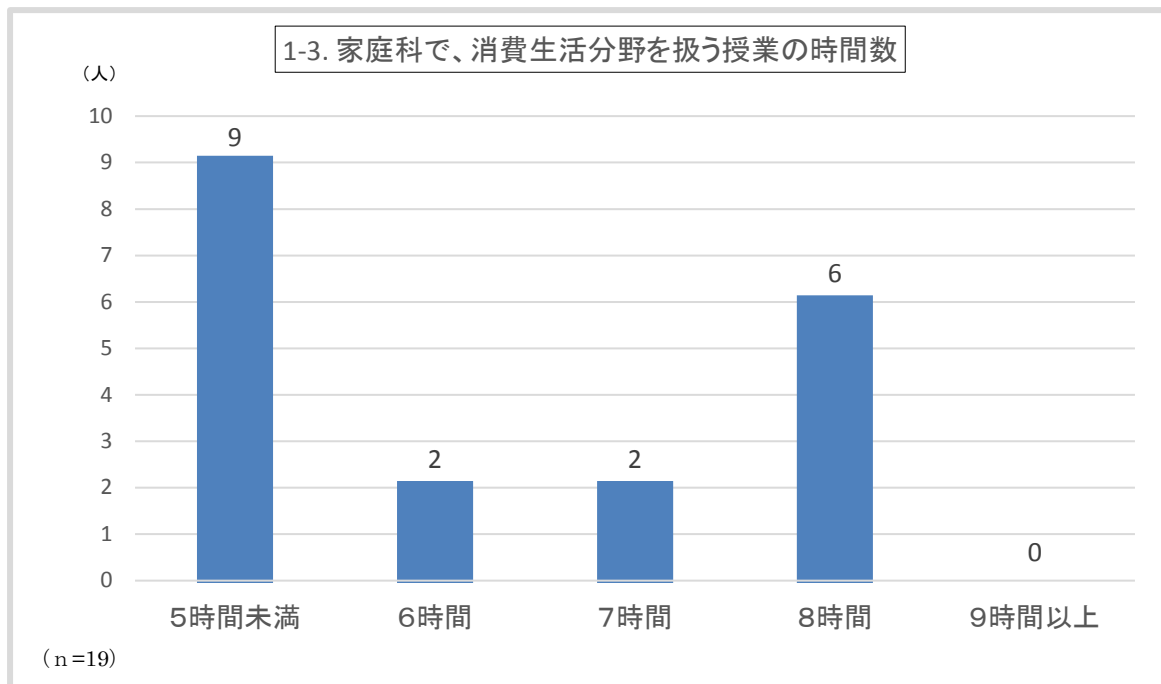
1. 現在、行っている消費者教育に関する授業について



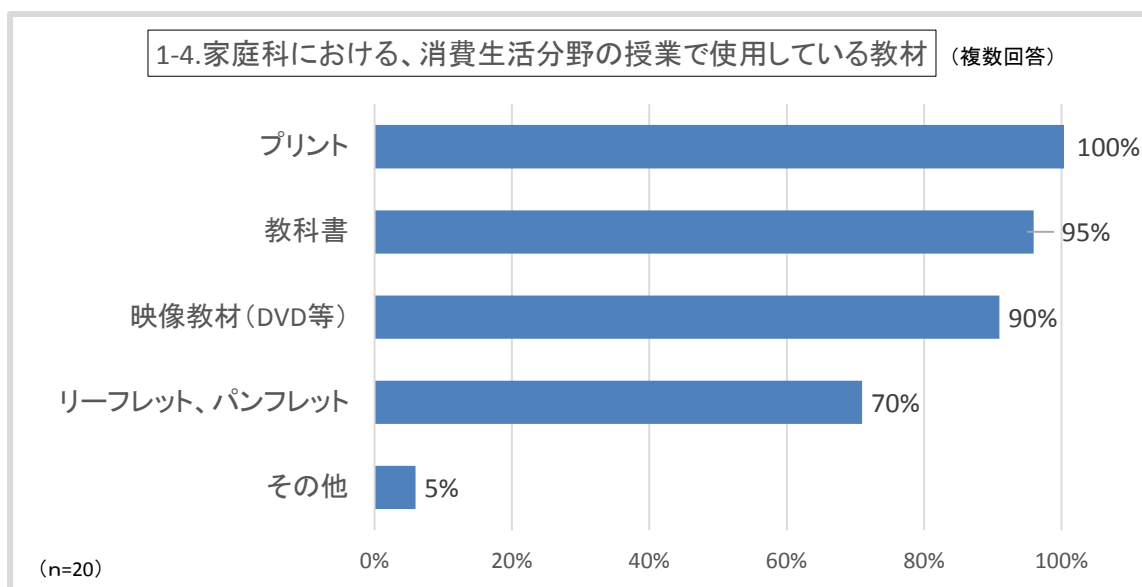
・「2学年の4月～5月（1学期）」、「1学年の2月～3月頃」、「2学年の10月～3月」の回答が多く、ほとんどの高校で、18歳になる前に消費者教育分野に関する授業を実施していることがわかる。



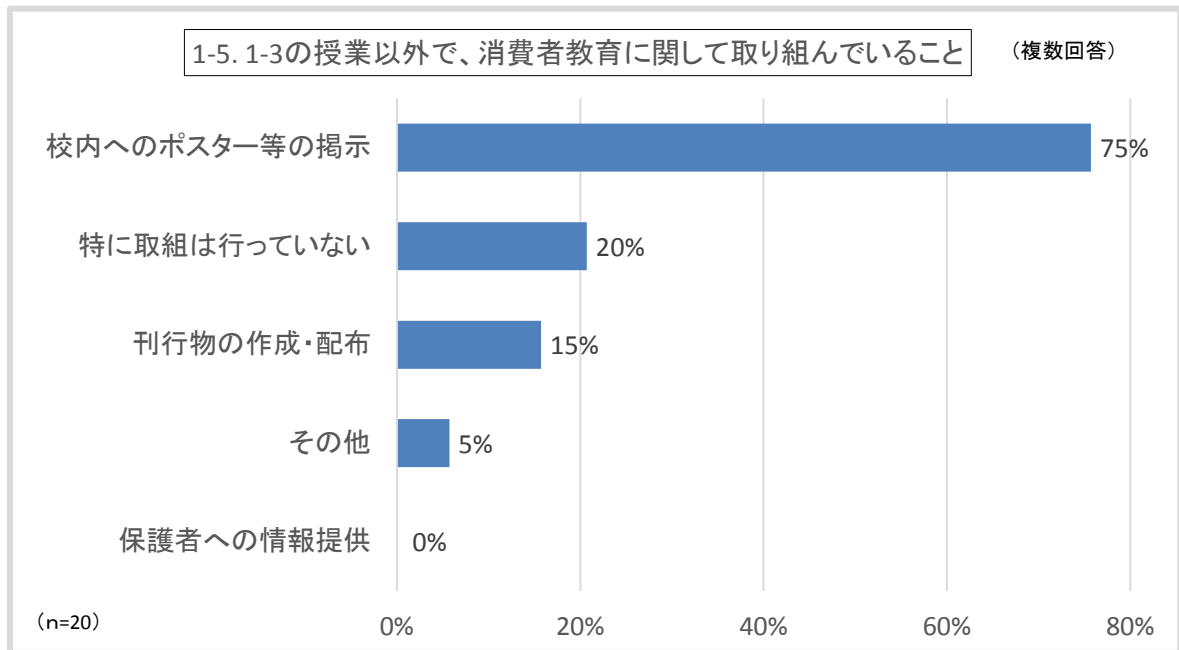
・半数が「他の分野と比べて、興味・関心は特に変わらない」とした一方、6人が「他の分野と比べて、興味・関心が高い」と回答
 ・また、「興味関心に個人差を感じられる。」との意見もあった。



- ・半数が「5時間未満」と回答
- ・一方で、次に多い回答が「8時間」となっており、学校によって状況が異なることがわかる。

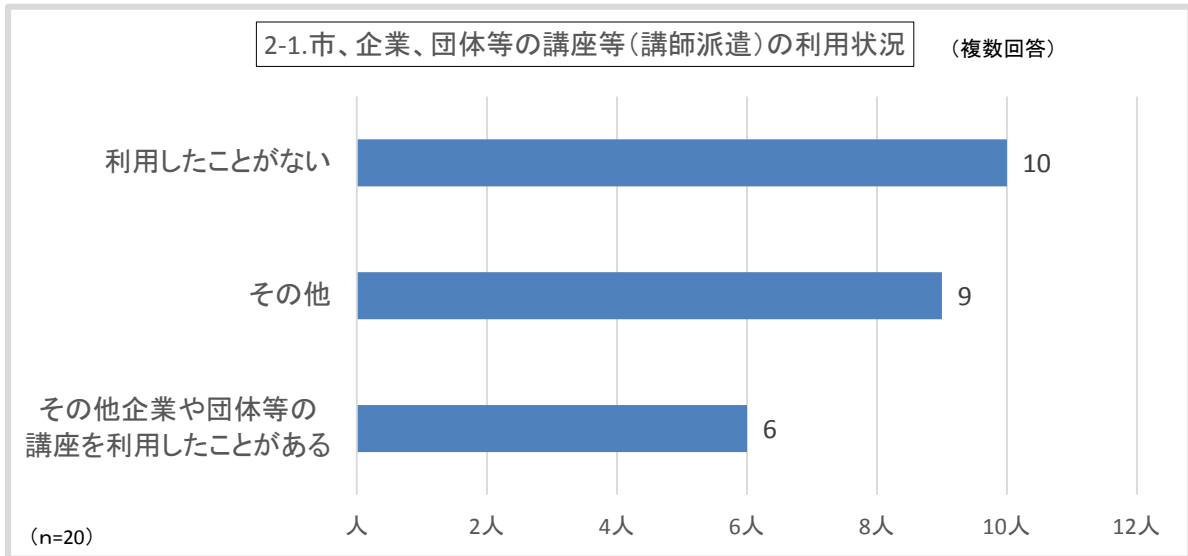


- ・「プリント」、「教科書」、「映像教材 (DVD等)」の使用についてはほとんどの方が使用していると回答
- ・「その他」として『クレジットカードの申込書』を使用している」という回答もあった。

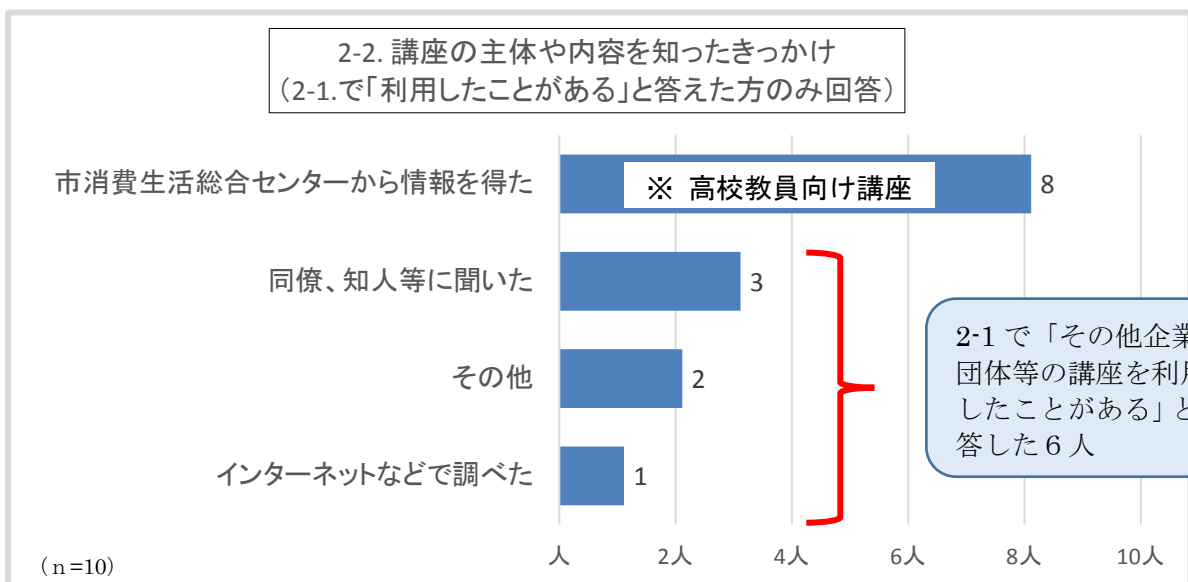


- ・「校内へのポスター等の掲示」という回答が一番多く、それ以外の回答も含めると、8割の方が何らかの取組を行っているという回答している。
- ・「その他」として、「他の教科の方で消費者教育関係を取り入れてもらっている」との回答もあった。

2. 家庭科の授業における、講師派遣や講座の利用状況について



- ・半数が「利用したことがない」と回答
- ・「その他」は、本市消費生活総合センターが講師を務めた、高校教員向け消費者教育講座（※30.8.20：教育課程協議会、H30.12.6：家庭科研究会）への参加（授業での利用ではない）
- ・「その他企業や団体等の講座を利用したことがある」と回答したのは6人



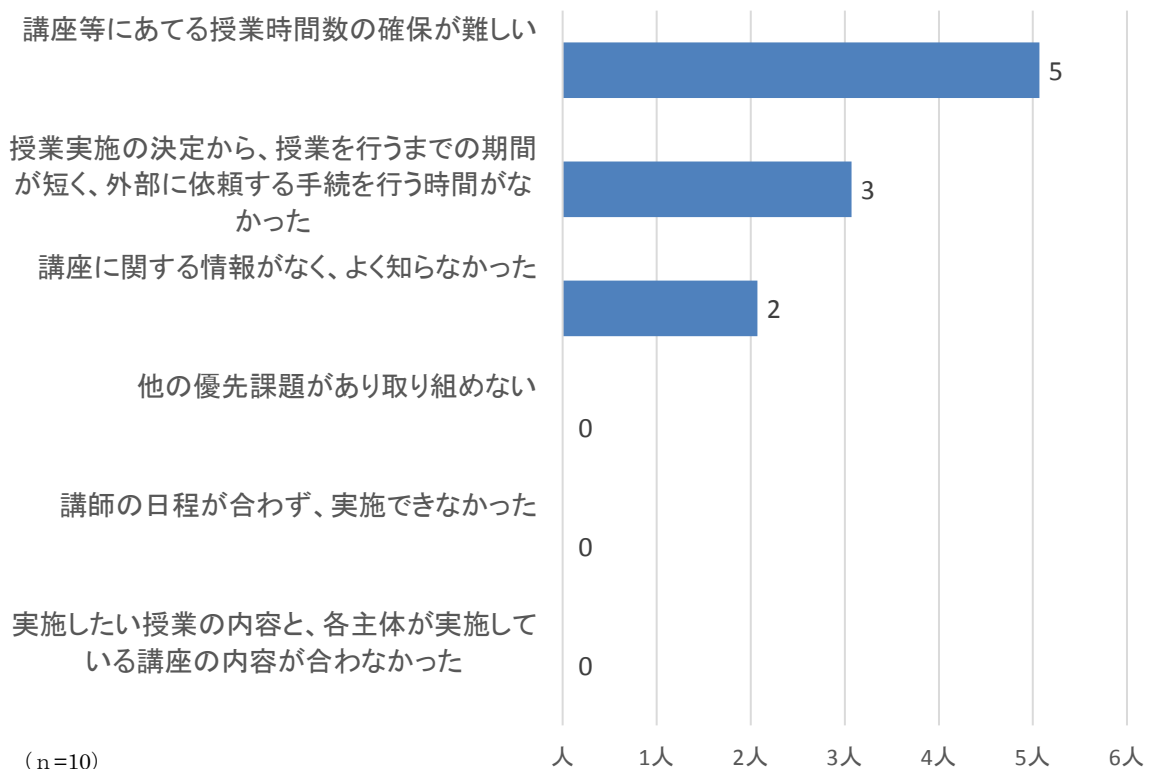
- ・「その他企業や団体等の講座を利用したことがある」と回答した方は、「同僚、知人等に聞いた」や「インターネットなどで調べた」と回答
- ・「その他」として、「学校に講座のお知らせが届いた」、「夏季休業前に団体から送られてきたパンフレットを見た」という回答があった。

2-3. 2-2 の講座内容について
(2-1 で「利用したことがある」と答えた方のみ回答)

【派遣団体や講座の内容】

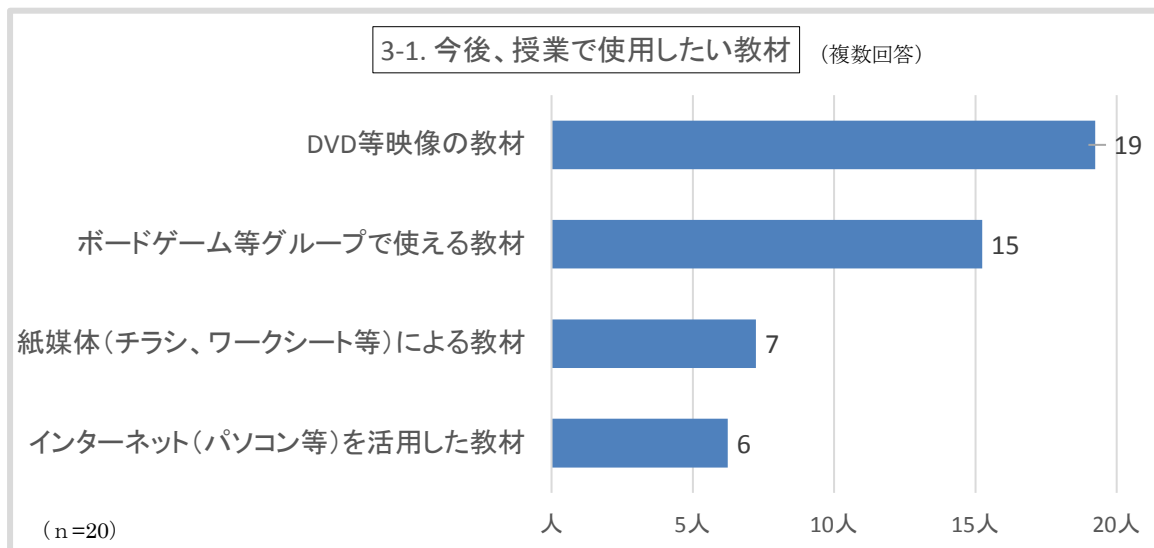
- ・公益財団法人 生命保険文化センター（講座内容不明）
- ・金融広報委員会（ファイナンシャルプランに関すること、赤字家計の再生に関すること）

2-4. 講座等を利用しなかった理由(2-1.で「利用したことがない」と回答した理由)



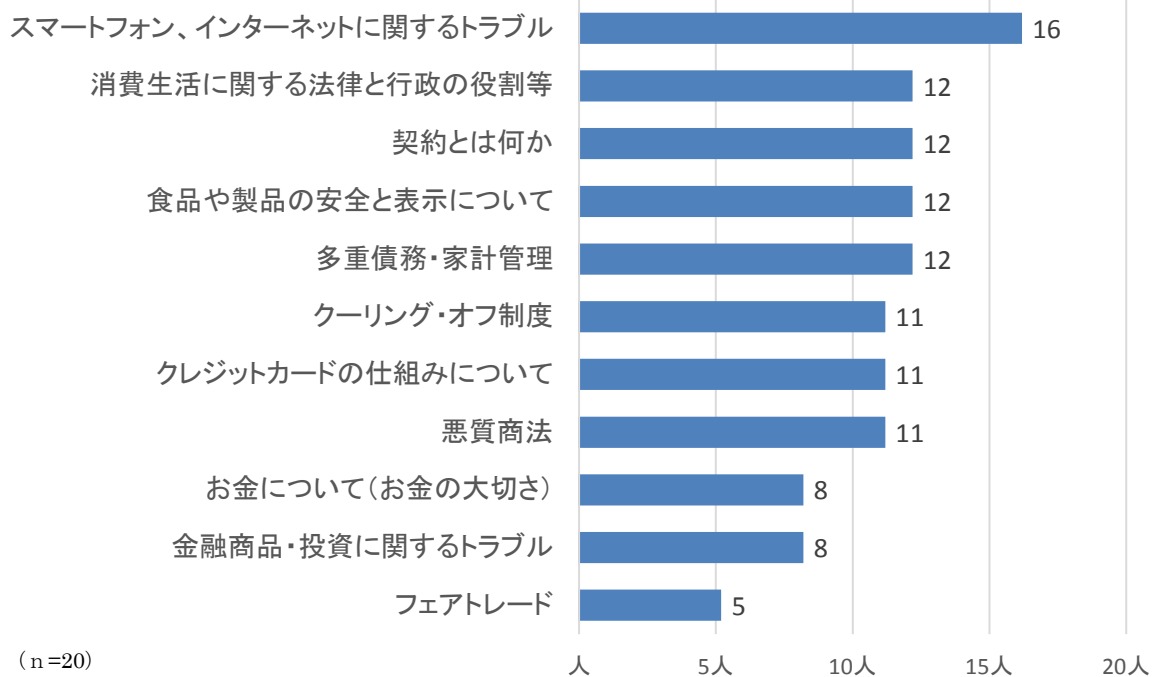
- ・講座を利用したことがないと回答した方のうちの半数が、「講座等にあてる授業時間数の確保が難しい」と回答
- ・「その他」として、「初任のためまだ、利用したことがない」、「3部制のため授業で取り入れるのには難しいと思われる。」との回答があった。

3. 学習教材について



- ・「DVD等映像の教材」については、ほとんどの方が回答
- ・次いで、「ボードゲーム等グループワークで使える教材」と回答した人が多かった。
- ・「その他」として、「リスクな心理傾向を知るためのグループワーク」という回答があった。

3-2. 消費者教育に関する教材で希望するテーマ (複数回答)



- ・「スマートフォン、インターネットに関するトラブル」と回答した人が一番多かった。
- ・次いで、「消費生活に関する法律と行政の役割等」、「契約とは何か」、「食品や製品の安全と表示について」、「多重債務・家計管理」と回答した人が多かった。
- ・「その他」として、「自分の収入に見合った、身の丈に合った暮らしと消費を考えさせる授業」という回答があった。

(参考) インターネットに関するトラブル ～個人間売買により加害者となるリスク～

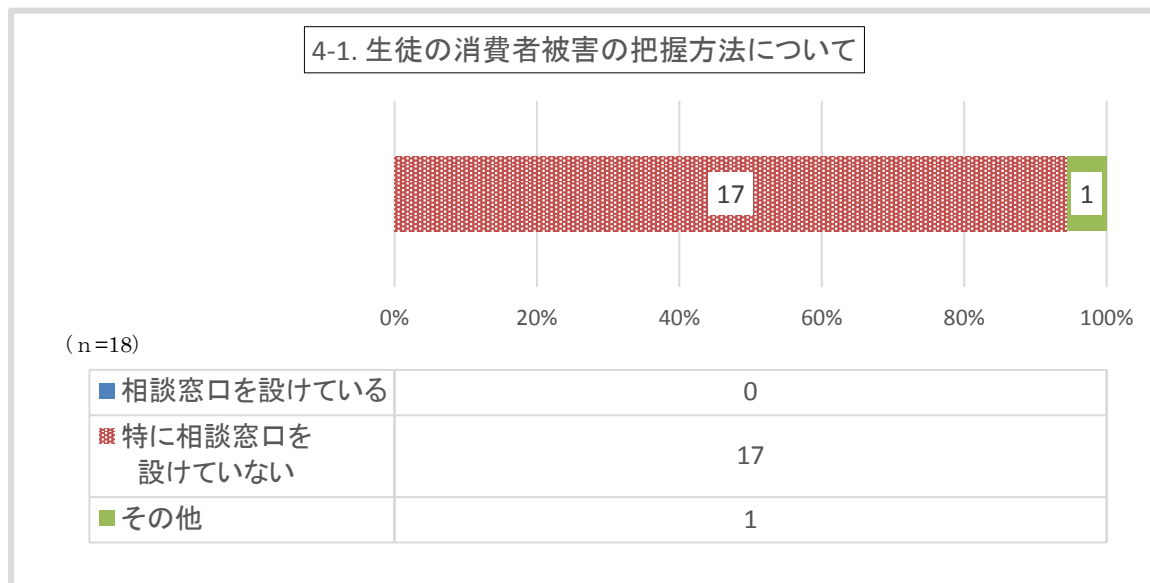
・インターネット上で個人同士が商品や役務を取引できるフリマアプリやフリマサイト等、フリーマーケットサービス（以下、フリマサービス）の利用が消費者の間で広がっている。相談内容をみると、商品を購入した消費者から「商品が届かない」「壊れた商品・偽物等が届いた」等の相談などが寄せられている。

<出典：独立行政法人 国民生活センター 平成 30 年 2 月 22 日 報道資料>

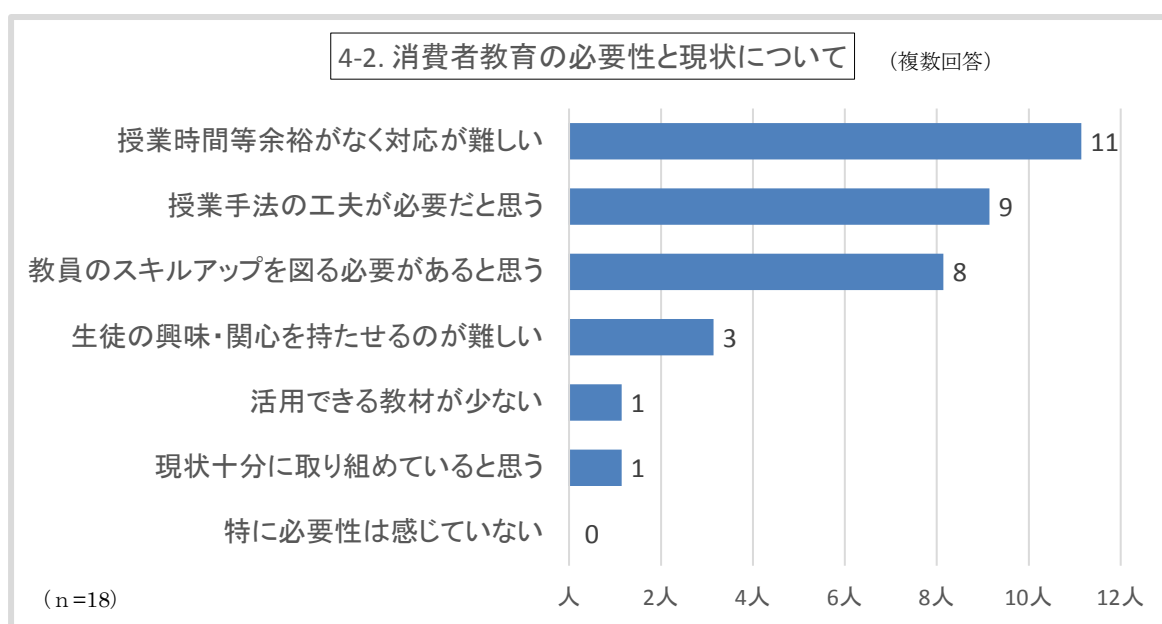
・一方、奈良県警は 2017 年 9 月にフリマサービスで、コンピューターウイルスの入手方法に関する情報を出品していたとして、中学 2 年生の男子生徒を児童相談所に通告し、この中学生から情報を購入していた 14 歳～19 歳の少年 4 人も、あわせて書類送検をした。

このように、出品する内容（化粧品や医薬品など）によっては、知らぬ間に加害者になってしまうというリスクも潜んでいる。

4. 消費者教育の現状認識や課題等について



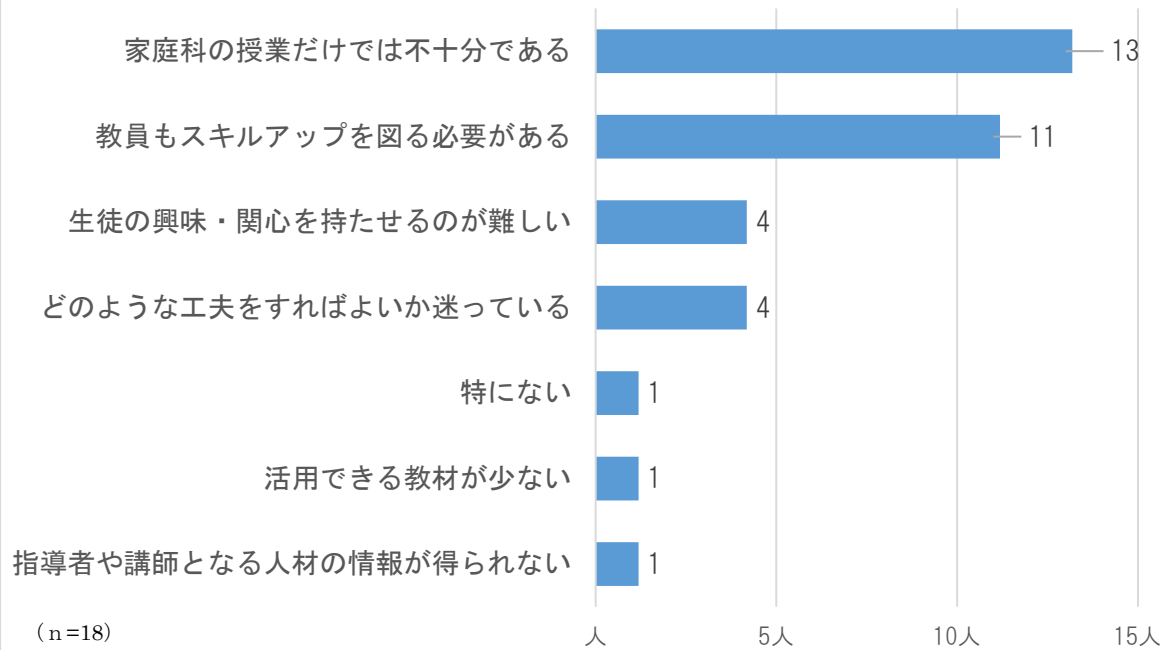
- ・「特に相談窓口を設けていない」と回答した人がほとんどだった。
- ・「その他」として、「授業で知ることが多い」という回答があった。



- ・「授業時間等余裕がなく対応が難しい」という回答が半数以上あった。
- ・次いで、「授業手法の工夫が必要だと思う」、「教員のスキルアップを図る必要があると思う」という回答が多かった。
- ・「その他」として、「今よりも時間が欲しいが、なかなか取れない」、「家庭科の内容は豊富でなかなか消費者教育の確保が厳しい現状がある」という回答があった。

4-3. 成年年齢の引下げを踏まえた消費者教育推進の課題

(複数回答)



- ・「家庭科の授業だけでは不十分である」と回答した人が多かった。
- ・次いで、「教員もスキルアップを図る必要がある」と回答した人が多かった。
- ・「その他」として、「特にクレジットカードの多重債務は実感がわからない」、「これまでも成人後の生活を意識させ、授業を行ってきているが、高校在校中に成人となり、責任が生まれることを十分意識させていきたいと考える」との回答があった。

5. 消費者行政への要望・意見について

5-1. 消費者行政への要望・御意見について

【教材や情報に関するご意見】

- ・キャッシュレス化への対応に関する資料・情報（スマホ決済の仕組みなど）が欲しい。
- ・クレジットカードの仕組みや利用上の注意、落とし穴などがまとまったDVDがあると嬉しい。
- ・若者向けのクレジットカード利用について、現状に合ったDVDが欲しい。

第 11 次審議会報告に基づく事業の進捗状況

方向性 1：事業者との情報共有の推進

○業界団体等と連携した情報共有の推進

取組1 「かしこい消費者コラム」による市内事業者への情報発信

・事業者団体等と連携した情報共有の推進を図る手法の一つとして、一般社団法人横浜市工業会連合会にご協力いただき、同会が会員向けに配信するメールマガジン「市工連ニュース」内で、最新の被害事例や消費者保護に関する法律等を簡単にまとめた「かしこい消費者コラム」を紹介いただいています（参考 2 を参照）。

方向性 2：従業員への消費者教育の推進

○インターネット環境を利用した学習教材の整備

取組2 働く世代等を対象とした「高齢者の被害防止」に関する啓発動画の制作

・高齢者の消費者被害防止を目的とし、高齢者を取り巻く周囲の方に向けた啓発動画の制作を進めています（令和 2 年度 1 月完成予定）。動画の内容の一つとして、働く世代を対象としたものを制作することで、周囲の高齢者の「見守り」や自分自身も被害に遭わないようにという意識づけになることを目指しています。制作した動画は年度内に、WEB にアップする他、市内の交通機関や映画館等で放映をする予定です。

方向性 4：事業者と連携した消費者被害防止の視点からの見守りの推進

○協働ネットワークにおける見守りの拡充

取組3 東京ガス(株)の協力による「お助けカード」の配布

・高齢者の消費者被害防止のために作成した「お助けカード」の配布については、平成 29 年度から市内事業者にも配布にご協力いただいております。第 11 次審議会報告では、配布協力事業者の拡充についてご意見をいただきました。これを受け、新たに東京ガス(株)横浜支店にご協力いただけることとなり、従業員をはじめ OB の皆様から、「お助けカード」を地域の方に配布いただいております（参考 3 を参照）。

はじめに

- ・事業者が消費者を重視した事業活動を行うことで、消費者が安心して商品やサービスを購入できるような環境の構築などが期待される。
- ・消費者教育の推進や消費者被害防止の視点からの見守りの担い手として、事業者と連携した取組が求められていることから、市内事業者との連携・協力の在り方について議論をした。
- ・本報告で対象とする事業者は、消費者と直接、接して事業を行う市内事業者（BtoC）と定義した。
- ・横浜市が事業者と手を携えながら課題解決を図るための、連携・協力の在り方と対応の方向性を示した。

第 1 章 市内事業者及び消費生活相談の状況

【市内事業者の状況】 ※ 平成 26 年度：データで見る横浜経済 2017

- ・中小企業者が 76,784 者と市内全体の 99.6% を占めていることから、市内事業者との連携・協力の在り方を議論する上では、中小企業の性質や状況を踏まえて検討する必要がある。

【本市消費生活相談件数の推移】

- ・近年、22,000 件から 25,000 件の間を推移しており、高止まりの状況がある。

【若者の消費生活相談】

- ① 未成年者は「アダルト情報サイト」や「SNS」関連など、インターネットに起因する相談が多い。
- ② 20 歳代は「不動産賃借」や「エステサービス」など、実際の契約行為を伴う相談が増える。
- ③ H26～H28 の3か年の平均相談件数が 18 歳・19 歳は 145 件だったのに対し、20 歳は 330 件と約 2.3 倍増加しており、成年に達することで相談が急増していることがわかる。このことから、成年年齢が引き下げられた場合、18 歳・19 歳が悪質業者から狙われ、相談が急増する恐れがある。

【高齢者の消費生活相談】 ※ ①、②は、H21 の消費生活相談及び人口を 100 とした場合の指数

- ① H28 における高齢者の相談は増加傾向にある。(60 歳代：135.3%増 / 70 歳以上：157.4%増)
- ② 特に、60 歳代は人口減少（H21→H28 は 3.6%減）しているにも関わらず、相談は急増している。
- ③ H28 における相談のうち、1 円以上支払った事例の全年代の平均支払額は、『123.3 万円』であるが、80 歳以上では、『301 万円』と突出して高額になる。

第 2 章 消費者関連法の現状と横浜市の対応

【消費者関連法の整備】

- ・消費者契約法の改正により、事業者としては約款等の修正が生じる場合も考えられるため、リスクマネジメントの要素として法改正等は重要な情報であるが、これらを見逃してしまっている可能性が高い。また、本市の現状としては、事業者に対する消費者行政情報等の提供に取り組めていない。

【消費者教育の推進】

- ・消費者教育推進法の施行（H24.12）により、「従業員に対する研修の実施」、「地方公共団体が実施する消費者教育施策への協力」等が事業者・事業者団体に対し、努力義務とされたが、事業者においては、人的・時間的な余裕がないこともあり、消費者教育や従業員教育の優先順位は高くない状況があることが考えられる。また、本市では、就労世代への消費者教育が十分ではない状況がある。

【事業者と連携した消費者被害防止の視点からの見守り】

- ・消費者安全法の改正（H26.6）により、国や地方公共団体に対し、高齢者の消費者被害を防止するための見守りの仕組みを構築することが求められ、本市では、H29 から「事業者との連携による見守り」に取り組んでいるが、事業者が見守りの取組にどの範囲まで参画していくべきかという課題がある。

第 3 章 事業者と横浜市が連携・協力するにあたっての課題と方向性

1 市内事業者と連携・協力するにあたっての課題

【事業者との情報共有における課題】

- ・事業者との情報共有が十分ではなく、事業者において消費者関連法の改正状況等を把握できていない。
- ・人手不足といった事業者の状況も踏まえ、事業者がわかりやすく簡単に情報を把握し、事業活動に活かせるような連携や、情報共有を図っていく必要がある。

【従業員への消費者教育の推進における課題】

- ・就労している世代を対象とした啓発・教育に十分に取り組めていない。
- ・常に存続していくための売り上げが求められ、特に中小企業では人的ゆとりも少ないといった事業者の性質を十分に理解して、事業者と連携した従業員教育の推進に取り組むことが重要である。

【事業者と連携した一般人向けの消費者教育の推進における課題】

- ・消費者教育の推進における事業者との連携が十分に取り組めていない。
- ・「消費者教育の担い手である」という意識がない事業者が多く、意識づけや動機づけが必要である。

【事業者と連携した消費者被害防止の視点からの見守りの推進における課題】

- ・高止まりの高齢者の被害を防止するため、事業者に協働の担い手として活躍してもらう必要がある。
- ・事業者の業務の支障とならない範囲で、継続的に実施できる見守りの方法を検討する必要がある。

2 市内事業者と連携・協力するにあたっての対応の方向性

【基本的な考え方】

営利活動が基本の事業者の考え方を十分に理解し、共に歩むため、効果的な情報共有と協働の推進を目指す

対応の方向性 1 【事業者との情報共有の推進】

- ・業界団体等と連携した情報共有の推進（各団体の広報媒体を活用し、継続的な情報共有を行う）
- ・消費者対応における事業者の体制整備の促進（対応窓口の設置及び公表、先進事例の表彰等）

対応の方向性 2 【従業員への消費者教育の推進】

- ・インターネット環境を利用した学習教材の整備（誰もが手軽に利用できる学習環境を整える）
- ・事業者における取組を評価する仕組みの検討（従業員教育の取組に対する評価・表彰、市 HP における好事例の紹介）

対応の方向性 3 【事業者と連携した一般人向けの消費者教育の推進】

- ・スポーツチーム等との連携（試合会場等での啓発など、特に若年者を対象とした情報発信を行う）
- ・ACAP と連携した消費者教育の実施（ワークショップや出前講座の開催）
- ・若者が興味、関心のある分野における事業者との連携（通信事業者等との連携、漫画を活用した啓発）
- ・事業者、学生、行政の協働による消費者教育の実施（学生が参加し、問題解決を図る仕組みを検討）

対応の方向性 4 【事業者と連携した消費者被害防止の視点からの見守りの推進】

- ・協働ネットワークにおける見守りの拡充（配食サービス・病院・寺院・コンビニ・タクシー会社等との連携、見守りの取組で地域社会に貢献している事業者や地域人材の表彰等の検討）
- ・商店街との連携強化（買い物を通じたゆるやかな見守りと、協力商店街の活性化を図る仕組みを検討）

架空請求の被害続出…

あれ？と思ったら
ちょっと待って！

料金の請求に関するメールやハガキは危険！

2019年5月15日（3号）横浜市経済局消費経済課

「コンテンツ料金が未納」、「連絡なき場合、法的手段をとる」など、身に覚えのない内容が書かれたハガキや封書、メール…。それ、架空請求かもしれません！

こんな相談がありました！

こんなはずでは…



© YUKI ISHII

- 大手事業者名で「以前利用した有料コンテンツ料が未納」とスマホにメールが届いた。至急連絡するようにと電話番号の記載があり、驚いて電話をした。指示に従い、コンビニで電子マネーを購入し、その番号を相手に伝えてしまった。
- 「総合消費料金の未納あり」という内容のハガキが届き、心配になって記載の番号に連絡をした。そこで、紹介された弁護士に電話をしたところ、「訴訟取下げ費用10万円」を請求され、支払う必要があると思い、振り込んでしまった。

正式な裁判手続では、訴状は「特別送達」と記載された、裁判所の名前入りの封書で郵便職員が直接手渡すことが原則となっており、訴状が郵便受けに投げ込まれることはありません。

手口や特徴



一旦料金を払ってもらえれば、後で返金するよ。

コンビニで電子マネーを買って、支払って。

国選弁護人を紹介する。

- 大手通販事業者等の実存の事業者をかたるケースも！ → <実際の架空請求メール>
- 「連絡がない場合、給料や不動産の差し押さえを強制的に執行する」等不安をあおり、連絡を取らせようとする。
- 連絡をしてしまうと金銭を請求されてしまう。

2018年11月1日 木曜日
 会員登録の未納料金が発生しております。本日中にご連絡が無い場合、法的手続きに移行します。Amazonカスタマーセンター
 03-██████████
 10:39

ここに気をつけて！「かしこポイント」



- 法的措置をとる等と言われて不安になっても、身に覚えのない場合は絶対に連絡しないでください（個人情報聞き出され、さらに金銭を請求される可能性があります）。
- 架空請求か判断がつかず不安に思ったり、執拗な請求等のトラブルにあった場合には、すぐに消費生活総合センターや警察へ相談しましょう。

横浜市消費生活総合センター

相談専用電話

045-845-6666

受付時間

【平日】9:00～18:00 【土・日】9:00～16:45

※祝日・休日、年末年始(12/29～1/3)を除く

チケット転売にひそむ罠… インターネットでの取引には気を付けて！

令和元年8月1日（4号）横浜市経済局消費経済課

「転売サイトで購入したチケットでは入場できない!?!」、「フリマサイトで購入したチケットの代金を支払ったのに、チケットが送られてこない」などせっかくの楽しみが台無しに…

こんな相談がありました！

- ラグビーのチケットを購入するためネット検索し、上位に表示されたサイトから購入した。その後、購入先がスイスの転売サイトであると判明。公式サイトを確認すると「公式サイト以外で購入したチケットは無効で使用できない」と記載されていた。
- 娘がコンサートのチケットを SNS で知り合った個人から購入し、口座に代金を入金したが、チケットが届かなかった。また、相手とメールの連絡が取れなくなってしまう、電話番号もわからない。

事例の特徴



© YUKI ISHII

ネットで調べたサイトが公式サイトだと思い込み、「あと〇秒以内」の表示に焦って購入したけど、通常価格より高額で、購入後に海外の転売サイトだとわかった。

観戦に行けないチケットをオークションに出品したら、利用停止にされてしまった。

- ネット検索で上部に”広告“として表示されたチケット転売仲介サイトを公式サイトと勘違いする人が続出！しかも規約により、キャンセルできない場合も多いとか！
- SNS等で知り合った人との取引は大きなリスクを伴います！
- 転売目的とみなされたチケットの販売や出品を禁止しているサイトもあるので、オークションなどでチケットを売りたい人も要注意！

チケットの高値転売などを禁じるチケット不正転売禁止法が6月に施行されました。興行主の同意を得ずに販売価格を超える金額でチケットを売ったりすることなどが禁止されています。

ここに気を付けて！「かしこポイント」



- オリンピックなども控えていますが、ネットでチケットを購入する際は、そのサイトが公式サイトかどうかやキャンセルに関するルールを十分に確認しましょう。
- 転売チケットを利用する際は、購入する前に規約等で第三者への譲渡や転売が禁止されていないか、入場時の本人確認が必要かなどを確認するようにしましょう。

横浜市消費生活総合センター

相談専用電話

045-845-6666

受付時間

【平日】9:00～18:00 【土・日】9:00～16:45

※祝日・休日、年末年始(12/29～1/3)を除く

横浜市HP

市民の皆様へ

横浜市における高齢者の消費者被害防止

「お助けカード」の配布について

高齢化の進展で増加が心配される高齢者の消費者被害防止のため、横浜市消費生活総合センター（以下、「センター」という。）の連絡先を記載した「お助けカード（クーリング・オフ版）」を平成28年度に作成しました。このカードは、地域活動の担い手である横浜市消費生活推進員、横浜市老人クラブ連合会友愛活動員、自治会・町内会、民生委員・児童委員等から高齢者に配布いただくことで、消費者被害で困っている高齢者とセンターをつなぎ、気軽に相談できるよう、地域での見守り活動に活用いただいています。

平成29年度からは新たな見守りの担い手として、通信事業者（NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク）や神奈川県生活協同組合連合会、損害保険ジャパン日本興亜(株)、日本郵便(株)南関東支社などの市内事業者にも「お助けカード（クーリング・オフ版、スマホ版）」を配布いただき、見守り活動にご協力いただいています。また、平成30年度からは東京ガス株式会社 横浜支店様のご協力により、従業員および、OB（＝星光会）の皆さまから、市内在住の地域の方へ配布いただいています。

「お助けカード（クーリング・オフ版）」

【カード表面】



【カード裏面】



「お助けカード（スマホ版）」

【カード表面】



【カード裏面】

