

令和7年度 第1回

# 新宿区消費生活地域協議会

令和7年8月7日（木）

新宿区文化観光産業部消費生活就労支援課

午後2時00分開会

○事務局 それでは、定刻となりましたので、ただいまより令和7年度第1回新宿区消費生活地域協議会を開催いたします。

本日は、お忙しい中ご出席いただき、また委員をお引き受けいただきまして誠にありがとうございます。

私は、本日の司会を務めさせていただきます、新宿区立新宿消費生活センター所長消費生活就労支援課長の瀬沼と申します。よろしくお願いいたします。

委員の皆様におかれましては、この会議は議事録作成のため、録音及びカメラ撮影をさせていただきますので、あらかじめご了承ください。

また、ご発言の際にはお手元のマイクをご利用ください。手前のスイッチを押すと、先端の赤いライトが点灯いたしまして話せるようになります。もう一度ボタンを押すとマイクのスイッチが切れるようになっております。

それでは、開会に当たりまして、文化観光産業部長の村上よりご挨拶を申し上げます。

○村上委員 皆様、こんにちは。新宿区の文化観光産業部長の村上です。

本日はお忙しい中、またお暑い中、消費生活地域協議会にご出席を賜りまして本当にありがとうございます。

また、委員の皆様におかれましては、日頃より新宿区の消費者行政にご理解、ご協力を賜りまして感謝を申し上げます。

今、司会の課長からもありましたが、このたび第6期の委員をお引き受けいただけるということで、本当にありがとうございます。

本協議会ですが、平成27年に発足をいたしまして、10年経過をしております。昨年度、ちょうどこの10年の活動を総括した論点の整理ということで、10年の総括という報告書も作成をしていただきました。こちらを踏まえまして、区もより一層消費者行政の推進に取り組んでまいりたいと思っております。

また、消費者相談でいいますと、近年では高齢者のリースバックに関するトラブルが目立っていると伺っております。件数自体は多くはないのですが、被害の金額が大きいのですとか、それから住むところがなくなってしまうというようなことで、非常に深刻な問題だと区も受け止めております。早期発見、それから解決のための関係者が連携した取組が非常に重要だと思っております。

本日も報告事項の中で、昨年度の新宿区の消費生活センターに寄せられた相談の概要です

とか、それに対応した取組、それから第42回消費生活展直近でさせていただいたご報告、それから最近始めております学校の出前講座、小学校にご協力をいただきまして、消費生活就労支援課から出張で講座を設けさせていただくというような取組についても情報を共有させていただこうと思っております。直近の相談や社会ニーズを踏まえた区の実践についてもお話し、ご意見いただいて反映していきたいと思っておりますので、本日も限られたお時間ではございますけれども、ご意見賜ればと思っておりますので、よろしく願いいたします。

○事務局 ありがとうございます。

それでは、本日配付いたしました資料等について確認いたします。

手元の資料のうち左上が、黒いクリップ、ダブルクリップで挟まれているものが資料の一式になります。そちらの一番上の次第がございますが、その裏面に配付資料の内訳が書いてございます。それを基に確認していきます。

まず、右上に資料番号が振ってあるのですけれども、資料1として新宿区消費生活地域協議会の委員名簿、資料2、新宿区消費生活地域協議会設置要綱、資料3、A4横長のカラーの資料ですが、新宿区消費生活地域協議会の概要、クリップ留めの資料4、第5期新宿区消費生活地域協議会の取組について、て青い表紙の冊子となっておりますが、資料5、「新宿区の消費者行政」です。中には概要版が挟み込んでおります。また、資料6、第42回新宿区くらしを守る消費生活展の実施について、資料7、学校出前講座の実施について、最後に、資料8の新宿区における若者の消費生活相談の事例をクリップ留めでまとめている資料になります。

また、これと併せまして、皆様の机上には新宿区の消費生活センターのパンフレットですね、こちらが今年の4月に新しくリニューアルいたしました。そして「しんじゅく区くらしの情報」の7月号、そして最後にエコバッグです。こちらが今年度の消費生活展の開催に合わせて作ったのですけれども、新宿消費生活センターのマスコットキャラクターのマモるんが印刷されたものです。

以上が配付資料になります。不足のある方はいらっしゃいますでしょうか。

それでは先に進ませていただきます。

また、委嘱状につきましては皆様の机上に置かせていただいております。皆様、どうぞよろしくお願いいたします。

次に、委員の皆様にご自己紹介をお願いしたいと思います。時間の関係上、ご所属とお名前のみで紹介をお願いいたします。資料1の委員名簿の順でご紹介をさせていただきます。

それでは、後藤委員からお願いいたします。

- 後藤委員 早稲田大学名誉教授、弁護士の後藤と申します。よろしくお願いいたします。
- 柿野委員 法政大学大学院准教授で、消費者教育支援センターでも勤めております柿野と申します。よろしくお願いいたします。
- 志水委員 池袋総合法律事務所所属の弁護士の志水芙美代と申します。よろしくお願いいたします。
- 岩澤委員 新宿消費生活センターの相談員、岩澤です。よろしくお願いいたします。
- 宮崎委員 新宿区消費者団体連絡会の宮崎です。よろしくお願いいたします。
- 品川委員 新宿区町会連合会の品川です。西新宿四丁目町会です。よろしくお願いいたします。
- 宮野（松原委員代理） 新宿区危機管理課安全・安心担当副参事の松原清十郎の代理で出席させていただきます宮野と申します。よろしくお願いいたします。
- 渡辺委員 新宿区の福祉部で障害者福祉課長をしております渡辺と申します。よろしくお願いいたします。
- 加治屋委員 福祉部高齢者支援課長の加治屋です。よろしくお願いいたします。
- 坂元委員 教育委員会事務局教育指導課長の坂元と申します。よろしくお願いいたします。
- 井元委員 公募委員で新たに選ばれました井元と申します。よろしくお願いいたします。
- 土屋委員 公認会計士の土屋晴行と申します。よろしくお願いいたします。
- 内藤委員 障害者団体連絡協議会副会長の内藤です。新宿区手をつなぐ親の会の会長もしております。よろしくお願いいたします。
- 亀澤委員 落合第二高齢者総合相談センターの所長をしております亀澤と申します。よろしくお願いいたします。
- 門脇委員 新宿養護学校の校長の門脇でございます。区内の中学校の社会科の顧問をしております。
- 長井委員 新宿区立西新宿小学校校長の長井と申します。小学校長会を代表して参りました。よろしくお願いいたします。
- 大坪（大西委員代理） 牛込警察署生活安全課長の大西の代理で出席しております大坪と申します。本日はよろしくお願いいたします。
- 村上委員 改めて、新宿区の文化観光産業部長の村上です。よろしくお願いいたします。
- 事務局 続きまして、事務局の紹介をさせていただきます。

私、消費生活就労支援課長の瀬沼です。よろしくお願いいたします。

○事務局 消費生活就労支援係長、結城と申します。よろしくお願いいたします。

○事務局 消費生活就労支援係の井上と申します。よろしくお願いいたします。

○事務局 同じく消費生活就労支援係の瀧と申します。よろしくお願いいたします。

○事務局 皆様、ありがとうございます。

なお、牛込警察署の大西委員、また東京都立総合芸術高等学校の山田委員、新宿区社会福祉協議会の関原委員、新宿区商店会連合会の丸山委員、新宿区民生委員・児童委員協議会の田中委員は、所用のため欠席となっております。

また、大西委員の代理といたしまして、牛込警察署の生活安全課の大坪課長代理に、そして松原委員の代理といたしまして、新宿区危機管理担当部危機管理課の宮野主査にご出席いただいております。

本日は、委員22名中18名の出席となっております。新宿区消費生活地域協議会設置要項第6条第2項の規定によりまして、半数以上の委員の出席が会議成立の要件となっておりますので、本日の会議は成立となります。

それでは、次第の5に進みたいと思います。

会長の選出でございます。

協議会設置要綱によりますと、会長は委員の互選ということになっておりますが、どなたか立候補またはご推薦はありますでしょうか。

志水委員。

○志水委員 推薦ですけれども、第5期まで副会長をお務めになられた後藤先生が適任であると思いますので、推薦させていただきます。

○事務局 ありがとうございます。

後藤委員はいかがでしょう。

○後藤委員 謹んでお引き受けいたします。

○事務局 ありがとうございます。

皆様、よろしいでしょうか。

(拍手)

○事務局 どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、ここで後藤会長にご挨拶をいただければと思います。よろしくお願いいたします。

○後藤会長 後藤と申します。一言ご挨拶を申し上げます。

私も、50年以上前なのですけれども、中央線に乗って東京に出てきまして、最初に降り立った駅が新宿ということにして、東京というと新宿という、そういう感じでずっときております。大学も新宿、それから職場も新宿ということにして、東京で一番最初に住んだところも新宿区中井でありまして、そういう意味では新宿に非常に親近感というか、思い出があるということでもあります。

大学で担当していたのは民法と消費者法でして、消費者法についていろいろ考えてきたところがありますけれども、この新宿に消費者問題でお役に立てるとするのは非常に光栄ですし、やりがいがあることだと思っています。どうぞよろしくお願いいたします。

○事務局 先生、ありがとうございます。

続きまして、副会長の選出を行いたいと思います。

副会長は会長の指名ということになってございますが、後藤会長、いかがでしょうか。

○後藤会長 消費者教育について造詣が深い柿野委員にお願いしたいと思います。柿野委員とは、私も審議会等で一緒にする機会がありまして、非常にしっかりしたご意見を持っていらして、この道を極めていらっしゃる方なので、非常にふさわしいと思います。

○事務局 ありがとうございます。

それでは、皆様、いかがでしょうか。

(拍手)

○事務局 ありがとうございます。

そうしましたら、柿野副会長、ご挨拶いただければと思います。

○柿野副会長 ただいま後藤会長から大変名誉なお言葉をいただきまして恐縮しております。後藤先生とは東京都の消費生活対策審議会でも長く一緒にさせていただいておりまして、先生の会議の進め方がすばらしいなと思って遠くで見ていた存在ですので、お隣で副会長という重責ではございますけれども、精いっぱい務めさせていただきたいと思います。

私は、消費者教育支援センターに四半世紀ほど勤める傍ら、現在、法政大学の大学院の教員も同時に勤めております。これまで学校における消費者教育の推進や、高齢者の消費者被害の見守り等、様々な観点から消費者の自立支援に向けた現場で実践を積み重ねてきた立場ですので、ぜひ新宿区でも具体的で効果的な施策につながるような貢献ができたらと思っています。どうぞよろしくお願いいたします。

○事務局 よろしく申し上げます。ありがとうございます。

それでは、これよりの進行を後藤会長にお願いしたいと思います。お願いします。

○後藤会長 それでは、次第第7、(1)第5期新宿区消費生活地域協議会の取組についてということで、事務局からご説明、ご報告をお願いいたします。

○事務局 それでは、私より第5期新宿区消費生活地域協議会の取組についてご説明させていただきます。

資料といたしましては、資料4になります。そちらを基にご説明いたします。

第5期とありますけれども、これは令和5年と6年の2か年にわたるものを第5期と表現しております。

こちらの資料の1、主な協議・報告内容抜粋というところです。(1)消費者教育の推進、①デジタル時代の消費者教育・消費者啓発の在り方とあります。こちらの最初の行にありますように、消費生活相談におきましてSNSやインターネットを介したトラブルが増加しているといった傾向がございました。ですので、4行目にございますように、第5期ではデジタル時代の消費者教育及び消費者啓発の在り方を論点として、消費者教育と安全確保を一体として推進するという方向性で取りまとめるべく協議を進めてまいりました。

その次の行、デジタル社会の危険性を認識していない人に対しては、動画の作成や配信が注意喚起に効果的であるという協議会の意見を受けまして、区は令和6年12月にデジタル作品コンテスト及び消費生活センターマスコットキャラクターの公募を実施いたしまして、入賞作品をインターネットや区内大型ビジョンで放映するなどの啓発を行いました。また、この作品やキャラクターについては、今後のデジタル媒体によつての啓発にも活用してまいる所存です。

その次の行、また学校における消費者教育への意見といたしまして、デジタル教材の充実、また直接子どもに向けて話す機会をつくる。そして、教員に向けたそのデジタル教材をどのように使うか、その説明書を残すことや、その効果についてのフィードバックをしたほうがよいと、そういったご意見が出されております。

下から2行目にありますように、デジタル化が進展していく中で、AI等を活用した技術開発も視野に入れながら進めていく必要があるというご意見も寄せられております。

次に、②消費者トラブルについてです。投資グループや著名人の名前を借りました投資勧誘、この相談が多くなっております。3行目の後ろ、いずれもSNSをきっかけとしたトラブルで、若者から高齢者まで年齢は関係なく被害が発生しているといった中で、デジタル化が進む中で消費者トラブルを回避するためにはインターネットリテラシー向上に向けた取組もセンターからしたほうがよいと、そういった意見も寄せられました。

次に、③消費生活展の開催についてです。こちらは令和5年11月に開催いたしまして、内容につきましては記載のとおりでございます。

2ページに進みまして、2ページの一番上には令和6年度に行いました消費生活イベントの報告が書いてございます。そちらも記載のとおりでございます。

次に、(2)消費者安全の確保でございます。①悪質商法被害防止支援事業というもので、1行目、潜在化しやすい高齢者等の悪質商法被害を早期に発見し、迅速なあっせん交渉を通じて被害の回復を図り、2次被害を防止するために平成17年度からこの事業を実施しております。協議会では、区消費生活センターでの相談事例を報告いたしまして、学識経験者の委員からの解説や自身の経験などを交えたご意見など、活発な意見交換をいただきました。また、②悪質商法被害防止支援事業実施要綱の改正、そして(3)新宿区消費生活地域協議会の10年の総括、5期分の総括をいたしました冊子を作成いたしまして、協議会内でご報告をさせていただいたところです。

また、2、会議の開催及び協議内容につきましては、2年分の会議の開催についてまとめてございます。

そして、1点修正事項がございまして、3ページの令和4年度と書いてございますけれども、こちらが令和6年度の誤りでございます。申し訳ありません。こちら、修正をお願いいたします。

私からの説明は以上になります。

○**後藤会長** それでは、ただいまの事務局の報告を受けまして、皆様よりご質問やご意見をいただきたいと思っております。よろしく願いいたします。いかがでしょうか。特にございませんでしょうか。

それでは、先に進めさせていただきます。

それでは、次第7の(2)令和6年度新宿消費生活センターの相談概要及び取組について、事務局より報告をお願いいたします。

○**事務局** それでは、結城から報告させていただきます。

お手元の空色の冊子、資料5、番号は振っていないのですが、[新宿区の消費者行政]に概要版が挟まれているかと思うのですが、本日はこちらを主に使って説明させていただきます。

まず、(1)消費生活センターにおける相談体制ですが、ア、消費生活相談、イ、弁護士相談、ウ、多重債務特別相談に加え、今年度4月よりエのホストクラブ等での高額請求被害

に関する法律相談も実施しております。それぞれの相談の内容につきましては記載のとおりでございます。

次に、2ページの(2)消費生活相談の現況です。ア、相談件数の推移ですが、令和6年度に消費生活センターに寄せられた相談件数は3,815件で、前年度の3,850件から35件の減となりました。令和2年度に新型コロナウイルス感染症により相談件数が過去10年で最高となり、令和3年度以降も3,800件台で推移しているところです。

次に、3ページの年代別相談件数の推移に移ります。令和6年度の年代別の相談件数を見ますと、70代以上が723件と最も多く、前年度と比べて増加した件数も70代以上が82件と最多でした。70代以上に次いで相談件数が多かったのは、20代で572件、その次が30代で564件でした。

次に、4ページの表2、相談件数の多い商品・役務を見ますと、最も多かったのがレンタル・リース・賃借で、一般商品、役務、その他が続きました。

次に、5ページのエ、特殊販売相談件数の内訳です。表3をご覧ください。店舗購入以外の特殊販売の相談件数は1,704件、全相談件数の44.7%となっています。内訳を見ますと、通信販売の相談が約72.2%となっており、サプリメントや化粧品等をお試しだけのつもりで申し込んだが定期購入してしまい、解約したいができなかったという相談が多くありました。

オのその他ですが、令和6年度から自宅を売却する契約と同時にその不動産の賃貸借契約をするリースバック契約についての相談が特に高齢者の方から寄せられております。長時間の勧誘や生活に困っていることに付け込まれて、相場より安価に契約してしまったり、家賃が値上げされて住み続けられなくなるかもしれないというリスクがあり、今後注意が必要になります。

続いて、2、消費者被害防止相談の取組についてに移ります。

(1) 悪質商法被害防止支援事業につきましては、後ほど別途説明させていただきますので、ここでは省略します。

(2) の消費者情報の提供でございますが、ア、情報誌「しんじゅく区くらしの情報」、イ、「くらしの豆知識」、ウ、高齢者や若者、外国人を対象としたリーフレット等を作成、発行し、消費者への注意喚起や啓発を行いました。

エ、新宿消費生活センター公式Xによる情報発信を40件行ったほか、オ、「ぬくもりだより」、「広報新宿」を活用した啓発、注意喚起、カ、各地区の地域センターまつりへの周知啓発活動等により消費者被害防止の取組を進めました。

(3)の出前講座につきましては、区内の学校、地域団体、高齢者の集まり等に消費生活相談員を講師として派遣し、消費者被害防止のための講座を開催しているものです。令和6年度は14件、886名の参加がありました。こちらに記載されているほかにも、新宿区内の消費者団体で組織されている新宿消費者団体連絡会と情報交換や協働事業を行い、消費者活動事業助成制度事業により7つの消費者団体の8つの事業に活動経費の一部を助成するなど、消費者団体の育成や活動の活性化を図りました。また、消費者教育の一環として委託講座を合計19講座実施いたしまして、326名の参加がありました。令和6年12月14日には、消費生活センターのマスコットキャラクターのお披露目式や、消費生活デジタル作品コンテストの表彰式、菊地幸夫弁護士の講演等の内容で消費生活イベントを実施し、94人の方にご来場いただきました。その他、詳しくは冊子のほうでご確認いただければと思います。

以上、簡単ではございますが、昨年度の消費生活センターの取組状況です。

○後藤会長 それでは、ただいまの事務局のご報告を受けまして、ご意見をいただけたら幸いです。よろしく願いいたします。

よろしく申し上げます。

○内藤委員 内藤です。

リースバックの契約について、いろいろ問題はあると認識しているのですが、いまだに広告、コマーシャルとかで流れていますよね。ここには規制がかからないんでしょうかね。結構有名人の方が出ていますよね。そこら辺がやはり問題なのかなとは思っています。

それから、もう一つですけれども、いいですか。出前講座ですが、やはり障害者の方が結構被害に遭っていますので、そういうところで出前講座していただければと思います。

以上です。

○後藤会長

どうもありがとうございます。リースバックのことなのですが、結構難しい問題がありまして、不動産の押し買いという問題でして、押し売りじゃなくて押し買いという形で買っていつてしまうという状況なのですが、主に都市部の高齢者が狙われているということですので、高齢者の方が、認知症とまではいなくても判断力がだんだん低下してきている。診断を受けていないとしても認知症だと思われる方もいらっしゃる。しかも独り暮らしをしていらっしゃる。そういうところにいわばつけ込む、勧誘に突然訪れるとか、そういう状況で、例えば2,500万円ぐらいのマンションの一室とかですね、それを1,000万円ぐらいで半分、半額よりもっと安いぐらいな形で買ってしまふ。売ってしまった後、その高齢者の

方が契約書がどこにあるのか、相談員の方とか、あるいは弁護士なんか相談を受けた場合でも、契約書がどこにあるか分からないとか、そういう状況になるということにして、それに法的にどういうふうに対応するかということについては、法律を改正する必要があるというところもありまして、なかなか難しい問題もあるということです。

法律ですと、特定商取引法という法律があるのですがけれども、その法律は不動産を対象としていないという状況でして、物品が対象ということで、物品というのは動産をいいます。物品、権利、役務が対象だということにして、不動産を対象としていない。不動産を対象とするということになると、そこについての法律というのは宅建業法になるわけにして、宅建業法で、買うという場合にはクーリング・オフの規定がないという欠陥があるということにして、そういうところに業者はつけ込んで安く買って行って、そして、さらに転売をしてしまって、そちらに登記が移ってしまうという、非常に問題視されているところだと思います。

マスコミも結構そこについては問題だということで、いろいろテレビ等で放送したり、雑誌等で注意してくださいということがアナウンスされているのですがけれども、リースバックは悪いというふうに一概には言えない。押し買いをしていく業者が悪いということにして、例えば適正な値段で、判断力も問題がないという状況で、そして一応家を手放すけれども、その後一定期間、賃借人という形で住めるというのは全部が悪いというわけではないので、その辺についてなかなか対策も難しいということだと思いますけれども、いずれにしても今特に都市部の大きな問題、高齢者が狙われる大きな問題の1つだというふうに思います。

志水先生、何か補っていただくとありがたいのですが。

○志水委員 ほとんどおっしゃっていただいたとおりですので、特に補うことはないのですがけれども、弁護士会でも宅建業法の改正のような形で対応できないかというところで意見書を出すべきであるという動きもあつたりもするので、まさにこの問題はできれば法改正で対応したいというところがございます。

○事務局 では、私から障害者団体の出前講座に関してです。

昨年度なのでございますけれども、この夏の頃に一度障害者団体の方から出前講座の要請がありまして、一度やっております。今年度も、やはり被害の防止ですとか、そういったことというのはセンターとしても取り組むべきだと考えておりますので、私たちからお声がけしてそういったことができないかどうかもちよつとやってみたいと思います。

○後藤会長 井元委員、お願いいたします。

○井元委員 基本的な質問なのでございますけれども、8ページの弁護士相談のことなのでございますけれども、

区の弁護士相談、水曜日に一般的な相談もたしか行われていたと思うのですけれども、その消費生活に関する相談ってはっきり分かれた、明確に分かれた形で行われているのでしょうか。

私、実は区の法律相談を利用したことがあるのですけれども、ただ消費生活に関することではなくて、いわゆる付近のマンションの建設に関する法律相談に加わったことがあったのですけれども、明確に一般的ないわゆる相続とかそういう法律相談と消費生活に関する法律相談という明確に分かれているのでしょうか。私、この相談には気がつかなかったんですけども。

○事務局 私からお答えいたします。

明確に分かれています。というのも、当センターでやっている法律相談につきましては、消費生活のトラブルに関する法律相談をやってございます。近隣の住民の方との法律に関するトラブルですと、区政情報課でも法律相談をやっておりまして、そちらは区で対応させていただいておりますので、分かれています。

○井元委員 いわゆる会場にそういう消費生活に関する相談会とか、あるいは区の広報や何かにそういうことが記されているのでしょうか。

○事務局 はい。区の広報で、また消費生活に関する法律相談は私たちの課から案内しています。

○井元委員 分かりました。

○後藤会長 一応分かれているとしても、消費生活に関する相談は結構範囲が広い感じもしますので、判断に迷うようなことってないんですか。

○事務局 そうですね。ご相談いただければ、しかるべき所管部署におつなぎさせていただいておりますので、ご安心いただいでご連絡ください。

○後藤会長 ほかにございませんでしょうか。

お願いいたします。

○柿野副会長 6ページの出前講座のところに令和6年度で14件という数字が出ております。一般的に見て少し少ないなという印象を持ったのですが、先ほど障害者のところにも出前講座をという話があったように、どのように周知をしてこの14件という結果になっているのか、という点を教えていただければと思います。

○事務局 私から説明いたします。

○後藤会長 お願いいたします。

○事務局 出前講座、令和6年度が14件となっていて、すぐ資料が出てこないのですけれども、ごめんなさい。令和5年度と比べましてこれが増加しているものになります、おおむね10件程度だったのですけれども。やはり消費生活相談室の相談員が直接出向きまして、時間も申請によって1時間とか2時間とか指定があるんですけれども、土・日も含めまして、それで出張して行うのですけれども、体制的なところもございまして、ふだん来ている消費生活相談のほうも対応をしないといけないといったところで、曜日の調整ですとか時間帯の調整ですとか、そういったこともしているところです。難しい場合にはお断りをさせていただいているケースも出てきてしまうのですけれども、その中でできる限りやったところが14件となってございますので、もっと啓発ができればより消費者トラブルというのは減るのではないかなというふうには考えているところでございます。

○柿野副会長 ありがとうございます。

講師になる方の制約もあってなかなか数を増やしていけないというお話だったと思うのですけれども、やっぱりアウトリーチして、ニーズに応じてお話をしていくという体制整備が非常に重要だと感じましたので、ぜひご検討いただければと思います。

○事務局 かしこまりました。ありがとうございます。

○後藤会長 どうもありがとうございます。

ほかにございませんでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、7の(3)第42回くらしを守る消費生活展についてご報告をお願いいたします。

○事務局 事務局より報告させていただきます。

着座にて失礼いたします。

お手元の資料、資料6をご覧ください。

消費生活展は隔年で実施をしております、今年度は令和7年7月4日、5日にJR新宿駅西口広場イベントコーナーにて実施をいたしました。今回6年ぶりに、新宿駅西口広場イベントコーナーを会場に大規模生活展を開催しました。来場者数は、推計にはなりますが、2日間で延べ9,000人の方にお越しをいただいております。「エシカル消費 地球にやさしい買い物」というタイトルで、エシカル消費をテーマにパネル展示やワークショップ、トークイベントなどを開催しました。来場者記念品といたしまして、昨年度公募にて誕生した消費生活センターマスコットキャラクターのマモるんをデザインしたエコバッグを配布いたしました。本日皆様にお配りした参考資料の中にも、マモるんのエコバッグお配りをさせていただいております。

また、展示ブースには25団体ご参加をいただきました。ブースにてワークショップを行った団体もあり、多くの方にワークショップをお楽しみいただきました。特設ステージでのステージイベントでは消費者団体連絡会によるリメイクファッションショーや折り紙体験などのワークショップを行い、テーマに沿って子どもから大人まで幅広い年代の方々を楽しめる内容といたしました。当日は30度を超える大変な暑さの中での開催となりましたが、大きな事故もなく無事に終えることができました。来場者に実施したアンケートでは、全体の評価として、とてもよかった・よかったとの回答が全体の90%ございました。来場者への消費生活に関する知識啓発、情報提供の場として一定の効果があったものと評価しております。

消費生活展は2年に一度の開催となるため、次年度は開催いたしません、今回いただいたご意見、ご感想を参考に、幅広い世代の方々に興味・関心を持ってご来場いただけるイベントになるよう、再来年度の計画を練ってまいります。

事務局からの報告は以上でございます。

○後藤会長 どうもありがとうございます。

それでは、生活展に参加された宮崎委員から感想やご意見などがありましたらよろしく願いいたします。

○宮崎委員 ご指名ありがとうございます。

さっきおっしゃってくださったように、例年よりはちょっと少ないぐらい、いつも1万3,000人ぐらいこれまで参加があったのですが、土曜日に子どもたちの塾があるのか、授業があるのかよく分からないのですが、年齢的にいえば結構年齢の高い方がたくさん来てくださったのと、印象としては通りがかりの人が呼び込みで入ってくださったのと、もう一つ印象が深かったのは、外国の方のご家族が通りがかって入ってくださったという点です。今年は特に。なので、今後もそういう方を呼び込んでやっていきたいと思っておりますし、消費者団体関係の出展者同士の交流もできましたし、消費者庁からも来てくださっておりましたので、そういう交流ができたというのはよかったと思います。

ただ、新宿駅西口付近で2日間とも工事がありましたので、騒音がひどかったです。それと、暑かったです。これはしょうがないことなので、これまでは毎回ずっと1月開催だったのを今回は7月にやってみたということですがけれども、暑かったです。でも、ほかのメンバーのアンケートの感想文を読んでも有意義だったと書いてありましたし、都民の方や、区民の方との交流ができました。それから、区議さん方がたくさん来てくださいました。こういうイベントを回を重ねていくうちに消費者行政に関心を持っていただいたり、区民の動きや

活動に対しても興味・関心を持っていただいて、それが促進されていけばいいと思います。

以上です。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

それでは、ただいまの事務局及び宮崎委員のご発言を受けてご意見、ご感想がありましたらよろしく願いいたします。いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、次に進めさせていただきます。

それでは、第7の4でありますけれども、学校出前講座の実施について、事務局よりご報告をお願いいたします。

○事務局 事務局より学校出前講座の報告をさせていただきます。

着座にて失礼をいたします。

お手元の資料7でございますが、これまで本協議会において協議されてまいりました早期からの消費者教育の充実を図るための学校現場との連携、こちらを踏まえ、今年度から区立小学校における出前講座を実施いたしました。学校と個別に調整を行いまして、西新宿小学校さんより承諾をいただき、7月10日の3時間目と4時間目にそれぞれ1コマずつ講座を開催いたしました。講座のテーマは、小学生のお子様も興味を持ちやすい“お金”といたしました。当日の講師は、消費生活就労支援課長の瀬沼が行い、満足できるお金の使い方と題しまして、クイズ、それからグループワークを中心としたお子様たちに考えていただきまして発言してもらおうというようなところで工夫をさせていただきます。買物の失敗談という発表がその中でありまして、インターネット通販で買った洋服が粗悪品であったというお子様たちからの発表がありまして、お子様の身近なところにも消費者被害が潜んでいるということを感じさせられる場面もございました。

資料の裏面にアンケートがございまして、そちらの結果にもあるとおりでございますが、面白いことがあった、または勉強になったという声がたくさんありました。終始子どもたちも興味を持ってこちらの授業を聞いてもらえたと感じております。

今回のアンケート結果や本日この後ご意見をいただいて、そちらを基にまた今後に活かしていきたいと考えております。

今年度中に戸塚第二小学校でも学校出前講座をやろうと思っております、12月頃になりますが、実施予定でございます。こちらの調整を今行っております。こちらの講座の報告につきましては、第2回の協議会にて報告を申し上げたいと思います。

事務局からの報告は以上でございます。

○後藤会長 どうもありがとうございます。

それでは、学校出前講座を実施された西新宿小学校の長井委員からもお話を伺えますでしょうか。

○長井委員 その資料にあるとおり、7月10日ということで、割と比較的最近に瀬沼課長に来ていただいて講座をやっていただきました。内容的には子どもたちの課題に沿ったことで進めていただいて、おおむね子どもたちも楽しみながらというか、興味を持って取り組んでいたんじゃないかなと思います。

学校の現場での消費者教育の課題というところかというと、やっぱりオンラインのゲームの課金というようなことが一番大きいのかなと思っています。ただ、学校というのは基本的に金銭を持ってこないということにもなっていますし、経済活動から切り離されている部分もあるので、学校でいろいろ消費者教育を出前講座だったり教員が指導したりするのですけれども、どうしても実践にすごくべったり属していないというか、どうしても概念的なものになってしまうというところはあるかなと思っています。世の中ではこういうことがあるし、こういう悪い人たちがいるから気をつけましょねという話で終わってしまうというか、限界があるというところが学校における消費者教育の課題なんだろうなというのは思っています。

子どもたちとはいえ、子どもたち様々な課題というか、いろんな危険にもさらされて生活しているわけですので、そのあたりを的確に把握していただいて今後も続けていただければなと思います。まだまだ小学校のほうでなかなか認知をされていないというか、いまいち広まっていないところがありますので、校長会としてもこういう活動をされているという、こういう活動をしていただいているということを広めながらやっていきたいと思っております。以上です。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

門協委員からも何かございましたらよろしいでしょうか。

○門協委員 今小学校の話がありましたけれども、中学校ですと、中学3年生ぐらいになりますと、卒業して、高校生になったらアルバイトをしたいといった希望が多く出てきます。

アルバイトの中での闇バイトというんでしょうか、アルバイト先と契約書を交わしていないため、残業して働いた賃金が支払われないとか、誠実に働いていたのに理由もなく解雇をされたとか、その賃金の請求や保障についての権利も知らなかったとか、中学3年になってくるとアルバイトのトラブルについて自分のこととして考えていくことも必要になってきま

す。中学生のうちからアルバイトを通じて、トラブルの回避について知ることは必要になってきます。子どもたちは安易な方法で金銭を得ることはないんだということも身につまされてくるでしょう。例えば、労働基準法は一応中学校3年生の社会科の公民分野の時間で扱うのですけれども、実際の生活にどのように役に立つものなのか、やっと「知る」程度のことなのです。ですから、小・中学校ともに継続して、正しい消費生活、勤労と権利について学習を積み上げていくことには、とても大事なのかなと感じています。

ちなみに昨日、全国労務士連合会から、ぜひ中学校で自分たちに「アルバイトのトラブルの回避について」の授業をさせてほしいというお話を受けました。このお話を受けて中学校校長会で話題にいたします。方向性としては都立高校の入試が終わったあたりで、3年生を対象に実施するのが効果が出るんじゃないかと具体的な検討になるでしょう。既に数校では取り組んでいるところもあると聞いています。ただ、話が長くなって申し訳ありませんけれども、このような授業は教員が異動する、または校長先生が変わるというところで中断してしまうこともあります。さらに他に「金融教育の授業」「租税教育」等々の授業をさせて欲しいといった依頼も中学校へはきています。それらは、どの学年でどの時期に何時間を使うのかといった中学校でいうところの教科のコマ数（授業数）の中に埋め込むことができるのかという課題が出てまいります。トラブルの回避について知ることは必要です。そして、継続していくことで、どうやって子どもたちに意識をさせるというのが大事なんじゃないかなというふうに先ほどからお話を伺って感じております。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

それでは、学校出前講座につきまして、皆様のご意見、ご感想等をお願いいたします。よろしく申し上げます。

○柿野副会長 学校での出前講座ということで、子どもたちも非常に楽しみながら授業を受けていたということ、すばらしいなと思ってお聞きしました。

先ほど門脇先生から繰り返し、継続するというすごく重要なキーワードを言ってくださったと思うのですけれども、小学校、中学校と積み上げていくということがすごく重要なことだと感じました。特に小学生の場合は、家庭での親子での会話とか、お小遣いの与え方とか、そういったところからも大きく影響を受ける時期かと思うので、この講座を通じて例えば何か宿題で家に持って帰るようなものがあつたのかどうか、家庭とのつながりを意識して出前講座をされたかどうか、という点についてお聞きできればと思います。

以上です。

○後藤会長 いかがでしょうか。

○事務局 ありがとうございます。

まず、学校出前講座なのですけれども、区としては初めての取り組みでした。今回初めてやりまして、この授業の内容の詳しいところが資料に書かれてはいるのですけれども、本当に大まかにしか書いていないのですけれども、まず広告のうまい話ですね。だまされやすい広告というか、怪しい広告はこうだとか、そんなお話をしまして、どこが怪しいか分かるか聞くとはいはいと言って、簡単なことをすると100万円もらえるととか、そういうような広告で怪しいとか、あと買うのを急がせるような「今だけ」とかいうのはもう怪しいとか、そういったことをお伝えしまして。

あと、先ほど長井委員からお話ありましたゲームの課金の話ですね。これゲームの課金で、区内でも聞くのですけれども、約50万円ほども課金していたという、そのような事例もございまして、それで、ご家庭でルールをつくらうということをお伝えしました。課金をするときには、課金が悪いわけではないんだけど、親と必ず事前に話すということですね。どういうゲームかというのもお父さん、お母さん、保護者の方には知っておいていただかないといけないというところで、どこまでが無料でできるかとか、そういったことを話してから本当にやるようにしよう。もっと立ち戻ると、そもそも課金をする必要があるのかというのを考えたほうがいい。そんな話をして、そうしなくても楽しめるところで十分楽しんでいければと、そういったようなお話をしてお父さん、お母さん、保護者の方とコミュニケーションを取るような機会を取ってくださいというようなことをお話ししました。

もう一つ加えると、門脇委員からありましたけれども、アルバイト、闇バイトの話もさせていただきました。事例は3つ挙げたのですけれども、自分の代わりに荷物を受け取ってくれずとか、あなたのアカウントを貸してくれとか、といった内容です。こうした依頼を受けてしまうと、悪い方が自分に罪をなすりつけるかもしれない。そうすると、お金だけじゃなくて、例えば犯罪歴もついてしまうこともあるよ。お金は時間がたてば解決するかもしれないけど、そういった経歴は解決しないんです。「受け子」になるとか、「受け子」という言葉も知らない子もいましたし、そういうのを伝えていくと、結構怖がっていたのですけれども、非常にいい体験になったかなと感じているところです。

○後藤会長 ほかにございませんでしょうか。

よろしくをお願いします。

○品川委員 町会の立場なんです、今学校の出前講座ということのを伺っていて、町会には表

に出ないいろんな被害の連絡があるんですね。それで、莫大な金額の場合はマスコミに載ったり警察が来たりするんですが、すごく僅か、泣き寝入りをするような、特に高齢者の方の被害が結構あるんですね。例えば、随分前に電電公社というのから民営化されてマイラインとかなったときに、そこで私もあたふたとして、いろんなところのそういうことを調べて、結局分からなくてまた元に戻したとか、そういう状況が今はインフラ、例えば電気だとかガス、水道は一応決まっているので、そういうものの電話で、高齢の方は特にスマホを持っていない方が多いので、電話勧誘で電気代、今年は特に電気代がどんどん上がっているので、安くなりますよとかということをついつい話を聞いてしまって、そこで契約をしてしまう。それで、それがクーリング・オフとかという期間をずっと過ぎてから請求書が来るので、結構高く払って。それやめたいなと思うと、今度は違約金だとか契約の手数料なんかを取られたという話を伺ったんですね。

要するに、高齢者、特に高齢者クラブというのが町会にあるのですけれども、そこに私も参加しています。ですので、皆さん結果的には何も分からないわけです。電気は電電公社、ガスは東京ガス、電話は、そういうインフラは全て今までのそういうものできた年代の人たちは一挙にその足をすくわれたので、じゃどうしようか。結構單身の方、1人で住まわれる方がうちの町会には多いんですね。そうすると相談ができない。結果的に町会へ連絡がある。ですから、救えない。今、小さなお子さんは教育で学習して怖いなとかという意識があるのですけれども、高齢の方はもういいやという。だから、1万円、2万円で済むならもう手打ちにしちゃおうと。じゃどうしたらいいのかというと、結果的には、仲間の連絡も、町会の役目としてはこういう被害がありましたよとか、そういうことを一応お知らせするんですね。ただ、そのレベルなんです。

ですから、今伺った出前講座を高齢者クラブ、うちの町会にもありますので、そういうところに来ると、町会の定例会のときには、役員の方がみんな高齢なので、例えばどこそこでこういうオレオレ詐欺みたいなのがありましたよと言うと、みんなその話に食いつくんですね。「え！」って言うわけです。でも、似たようなことが幾つかやっぱり出てくるんです。

ですので、まずその予防をするためには、絶対防げないと思うんですね、今の状況では。コミュニケーションも昔みたいに隣近所がよく分かるというのはないもので。ですので、出前講座のような形で怖い事例を、高齢者の会員にアピールするというのも今の手段としてはいいような気がするんですね。今これを伺ったときに、ああ、これはすごくいい取組だし、簡単に、高齢者クラブは2か月に一遍は皆さんが集まるとかあるんです。そういうときには

そういうことを同時にやれば、被害がほんの僅かでも減るような気がします。そういうことで、うちの町会というか、町会連合会自体も少しそういうのをアピールしていきたいなと思います。よろしくお願いします。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

○土屋委員 ちょっとよろしいですか。

○後藤会長 はい、よろしくお願いします。

○土屋委員 私税理士で、租税教室というのをやっているんですね。昔は授業だったのですけれども、最近は小道具を使って税金の仕組みを説明したり、あるいは税理士2人で芝居をやったりして分かりやすくやっています。中学校もあって、当然小学校の低学年、高学年、中学校とやり方が違うので、私たち税理士も研修を受けて、その研修で芝居がうまくなってから講義、出前講座に行くよということをやっています。参考にしてくださればと思います。

○後藤会長 どうもありがとうございます。

○事務局 今、お2方のご意見を受けまして、私から。

出前講座については、実際の事例をお話ししまして、それについて臨場感を感じてくださることが多いです。お話ししているうちに、やっぱり私もだまされたことがあるという、そういうお話をしていただけることもあって、そのときには身近に感じるんですね。今までは他人事だと思っていたのですけれども、実際に身近にいます。私も定期購入に引っかかったことがあって、そんな話すると本当に気をつけるようになってくださっているのかなと思います。ですので、おっしゃっていただいた高齢者クラブの方々ですとか、町会ですとか、そういったところについても出前講座の宣伝をさせていただきまして、実施につながるように働きかけていきたいと思います。

○後藤会長 現時点では高齢者クラブとかでの出前講座はやっていないということですか。

○事務局 現時点では幾つかやってございまして、あと高齢者クラブの会長の方々が集まる会がありまして、そこでも宣伝はさせていただいているのですけれども、さらに繰り返し宣伝していきます。

○後藤会長 ほかにいかがでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、次に進めさせていただきたいと思います。

次に、消費者教育の推進として、若者の消費者相談の傾向と未然防止に向けた消費者教育について、委員の皆様の意見交換を進めたいと思います。

まず、第8の(1)消費生活相談員より最近の若者の消費者相談の傾向、それから事務局

より区が行った若者への啓発、周知の実施報告をしていただきたいと思います。

それでは、よろしく申し上げます。

○事務局 まず最初に私から若者、若年層への周知啓発の実施状況を簡単にご説明させていただきます。

まず、これは毎年実施しているのですけれども、中学校1年生に向けて、副読本を配付をいたしております。区内10校ある中学校全てに配付しております。また、先ほど申し上げましたけれども、昨年12月にはデジタル作品コンテスト、またマスコットキャラクターの選定をいたしました。これらは今後活用していきたいと思います。そして、先ほどの学校出前講座の2回、小学校に向けての初めての取組でした。それと、区のSNSのうちXですね。これでは、令和7年度におきましては昨年度より約2倍の79回の投稿をして、若年層の方にはデジタルでの発信のほうが目につくといったところもございますので、そういったところに取り組んでおります。

私から周知啓発の実施の状況についてお話しいたしましたが、当センターの岩澤相談員から若者の消費生活トラブル等に関するご説明をさせていただきます。

○岩澤委員 傾向について、国民生活センターの事例や資料に基づいてご報告したいと思います。

ここ最近の傾向としては、若者の相談では、男女共に引き続き美、金、暮らしに関する相談が多く寄せられております。

まず1、美に関する相談ですが、一昨年は事業者の倒産による影響で脱毛エステの相談が多かったのですけれども、昨年度はやはり同じく事業者の倒産による影響で、医療サービス、こちら医療脱毛に関する相談も増えました。倒産事例のほかにも、事例1の安い広告を見て店舗に行ったところ、高額契約をしてしまった。事例2の施術の有効期間と契約期間が異なっていて、施術は受けられても契約期間が終了してしまっていて、中途解約ができないといった相談も多く入っております。

事例2については次ページなのですけれども、次ページ、下段ですね。イメージ図を挙げていますけれども、5年間通い放題と説明を受けていて、5年の間であれば解約できると思っていたところ、契約期間は1年になっていて、1年の間でしか解約ができない契約になってしまっていたというものです。特商法の脱法的な契約なのですけれども、特にエステ業者などが倒産してしまうと、施術は受けられず、支払いだけが残ってしまいます。ローン業者は、契約期間内では支払い停止や返金などの対応をしてくれますけれども、5年間通い放題

期間はエステ業者のサービスであるとして、契約期間が過ぎてしまうと支払い停止などの話合いに応じてもらえず、解決が難しい案件となっております。

また、セルフエステですね。特に事例3、1ページに戻っていただくと、事例3のようなセルフホワイトニングに関する相談も増加しています。前後して申し訳ないです。3ページになりますけれども、注意喚起のチラシを載せましたけれども、セルフエステ等は長期契約だったとしてもエステティシャンが施術を行わず、自分でやりますので、特定商取引法の対象外となります。そのため、クーリング・オフや中途解約制度の適用がないこととなりますので、注意が必要な契約になります。

4ページになります。タイトル抜けましたけれども、イの2、スポーツジム、パーソナルジムについてになります。コロナ禍以降、従来のスポーツジムのほかにパーソナルジムの人気が高まり、また無人スポーツジムやオンラインレッスン等の新しいサービスに関する相談も寄せられています。事例4では、パーソナルジムでけがをした。事例5で、契約後すぐに解約を申し出たのに高額な違約金を請求された相談事例を挙げています。特にパーソナルジムでは解約違約金が高くなる傾向にあり、センターで平均的損害を超えていると交渉しても応じられないケースもあり、契約時に解約料などの確認が大事になっております。

2、金に関する相談ということで、①学校や勤務の空き時間を使って効率よく稼ぎたいとのニーズが高まっております。SNSや動画広告、インターネット検索等で見つけた副業サイトで副業に応募したり投資話に乗ったところトラブルに巻き込まれたという相談が増えています。事例6でマルチ型の投資について、事例7で暗号資産投資について相談事例を挙げています。後でお読みいただければと思います。

次ページでは、簡単に稼げるという副業の広告を見て登録したら高額請求されたという注意喚起のチラシを載せました。

また、次のページですね。事例8では、高額な就活サポート契約をしてしまった事例と注意喚起チラシを掲載しておりますけれども、就活の不安に付け込まれてしまったという相談も入っております。

次としまして、3、暮らしに関する相談になります。暮らしの相談としては、賃貸アパートの契約の退去時のトラブル相談が一番多くて、特に最近は家賃値上げの相談が非常に多く入っております。ここでは賃貸住宅の退去時トラブルを入居時のチェックで防ぎましょうという注意喚起チラシを載せました。

また、次ページになりますけれども、先ほどちょっとお話が出ました電力の契約や光回線

の契約トラブルですね、こちらも多く、初めての一人暮らしや引っ越しなどで新生活を始める時期には電力やガス、ネット回線の契約トラブルが増える傾向にあり、注意が必要になっております。事例9では電力の事例を、事例10では光回線の事例を挙げています。電力やガスは若者でも訪問販売が多く、光回線は私のところにも非常に多くかかってくるのですけれども、電話での勧誘が多い傾向にあります。

次ページになります。暮らしに関する相談②の生活上のトラブルに対応するサービス、いわゆる暮らしのレスキューサービスに関する相談になりますけれども、昨年度と同様にトイレ修理、水漏れ修理、鍵の修理、害虫の駆除等の相談が寄せられています。特に、ゴキブリなどの害虫を駆除してもらういわゆる害虫・害獣駆除サービスの相談がここ数年増加傾向が続いていて、私も昨日ゴキブリ駆除の相談を受けたばかりなのですけれども、夏になると一段と増える相談になっています。インターネットを利用して事業者を探す10代から20代の契約当事者が多くなることが多く、昨日受けた相談も19歳という若者になっております。注意してほしいトラブルになります。害虫駆除トラブルと鍵解錠サービスのトラブルに関する注意喚起チラシを載せております。

4ですね。SNSをきっかけとした消費者トラブルになりますけれども、特に若者はSNSの広告やDMなどからトラブルに遭うことが多く、SNS上でのきっかけで、そこから遭うトラブルケースをまとめた表を参考に載せました。ケース1は、SNS上の広告からアクセスしたサイトで注文したら、定期購入だったり詐欺サイトで商品が届かないというもの。ケース2では、SNS上の投稿を見て関心を持ち、相手にDM等で連絡を取ったところ、情報商材などの高額契約につながってしまったというもの。ケース3では、SNS上のコンサートチケットなどを買わないかなど、投稿を見て連絡を取ってお金を支払ったけれども、商品が届かない、相手と連絡が取れないといったケースになります。SNSでの取引は、取引相手の個人情報が分からないことが多くて、連絡が取れなくなると解決が難しい、全く無理というようなケースがほとんどになりますので、注意が必要になります。

5、子どもでも簡単に支払えるコンビニ後払いを利用したネット通販に注意をということですが、事例11では未成年者が洋服や文具を買うのに、事例12では除毛クリームを買うのにコンビニ後払い決済が利用されたケースを紹介しております。買い物時にお金がなくても、先に商品を手に入れ、後からコンビニ等で代金を支払うコンビニ後払い決済は、ネット通販でよく利用されています。大人でもよく利用しています。ただ、クレジットカードなどが持てない子どもが安易に利用してしまい、小遣い以上の金額となってしまっただけ金を支

払えなくなるトラブルも見られ、注意が必要になっております。

次ページに後払い決済サービス利用時のチェックポイントのチラシを載せましたので、参考にしていただければと思います。

以上になります。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

それでは、ただいまご報告いただいた事例につきまして、志水委員からご意見をお願いいたします。

○志水委員 志水でございます。

今かなりたくさん事例をご紹介いただいたのですけれども、もう本当にどれもあるあるだなという感じでした、ここに書かれているものの中で、例えば被害に遭った後にご相談をいただいた場合に何らか折衝の余地があるというものは幾つかあるのですけれども、比較的まともに話ができるなどというのは賃貸住宅のトラブルの事例ぐらいなんですね。この場合は、事業者側が特に悪質だとかという前提があるわけではないので、国土交通省のガイドラインに従ってルールを説明したら対応してくださるという形でうまくいく可能性がそれなりに確度としてあるかなという感じなのですけれども、それ以外のものについては、例えば正面から特定商取引法が使えないから、もうちょっとそれを解釈で少しこねくり回して主張して、向こうが認めるかどうかというところで、かなり交渉、折衝が必要になってくるものですか、あるいは事業者側がそもそも悪徳な発想でやっているのもう連絡が取れないとか、そういう類いの業者が多そうだなという。虫の駆除とかは結構そうだったりもするのですけれども、そういうところで1回被害に遭うと、回収できるかもしれないけれども、かなり道は険しいぞというようなものが多いので、事前にやはり被害類型を知っておいていただいて、被害に遭わないというのが何よりであると。もちろん被害に遭った後というのはできるだけ早くセンターにご相談いただいて、センターで何とか折衝で解決できるのか、さらに金額とかも鑑みて弁護士が対応すべき問題なのかということも仕分けをしていただくというのが重要であろうかなというふうに思いました。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

柿野委員からも何かございますか。

○柿野副会長 ありがとうございます。

今のお話を聞いていて、余談になってしまうのですが、30年ぐらい前に伊勢丹の前でキャッチセールスに遭ってエステの契約を結んだなということを思い出しました。以前はキャッ

チセールス等が多かったと思うんですが、今はSNSを入口としてトラブルにつながっているという特徴があると思います。やはり新宿区内の高等学校や大学、専門学校という若い世代の方々がおられるところに向けての出前講座を積極的にしていくことが、若年層の被害防止という観点では非常に重要ではないかなと感じました。

そういった意味でも、先ほど出前講座の回数が少し少ないのかもしれないというお話もさせていただきましたが、講師となられる相談員さんの確保という点も今後力を入れて考えていただけたらありがたいと思います。

以上です。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

いろいろ事例を紹介していただいて、資料の8というのは、拝見してお話を伺っていて、今問題となっていることを上手にまとめて、今の問題点がよく分かるようにまとめていただいていると思います。

志水委員からもお話があったのですが、これらについて消費生活センターで対応したり、あるいは弁護士が入って交渉、さらには裁判とかするというような段階になると、かなり解決も難しいというものもあり、むしろそれが多いいということでありまして、そういう意味で、先ほどから話が出ていますけれども、例えば押し買いについても法律の改正が必要である。それから、押し買い以外のところでも、例えばSNSを使った消費者トラブルということについても、SNSを使うということになりますと多くは通信販売の問題になってきて、特定商取引法の通信販売の規定の適用ということになるのですが、その規定が古過ぎてSNS対応ということにはなっていないということで、法改正をする必要があるということは各方面から言われているんですが、それが実現していないということでありまして、そういう意味からいうと、いろいろ交渉したり争う余地というのはあるのだけれども、法律があるというのが一番手っ取り早いというんでしょうか、公正な解決に結びつくということになりますので、法律を改正する必要があるというような場面においては、やはり予防ですね、自身で注意することが非常に大事でありまして、自身でというのは個人でということだけではなくて、例えば高齢者で判断能力が低下して、しかも独り暮らしで相談する人もなかなかいないということになると、それは自身で、と言われたって突き放されているという状態になるだけです。高齢者に限らず判断力に問題がある方というのはたくさんいらっしゃるわけですし、若者も若者で、私、先ほど最初の挨拶で50年以上前に東京に出てきたというお話をしましたけれども、そういう形で東京に出てきて新宿で被害に遭う人というのは結構

多いわけです。高齢者の孤立というのはよく言われますけれども、若者も割と孤立してしまっていて、相談する相手もないというのは起こりがちだということで、そういう意味では学校で小・中・高、それから、それ以上の例えば大学とかでも消費生活センターの方とか専門の方々に講座をしていただくというのは非常に大事なことだというふうに思っています。そういう意味で、本日出前講座のお話で小学校は初めてだというお話を伺って、高齢者についても行ってはいるのですが、もっと拡大する必要がある、そういうことが非常に大事で、区としても十分に取り組んでいただきたいと思います。

以上でこの項目について終わるということになりまして、次に、次第の8の(1)になりますけれども、マスコットキャラクターを活用した啓発について、事務局より概要の説明をお願いいたします。

○事務局 マスコットキャラクターを使った啓発について、事務局より説明をさせていただきます。

着座にて失礼いたします。

これまで本協議会にて協議されておりましたデジタル時代に対応した消費者教育の取組といたしまして、また、新宿消費生活センターの効果的な周知啓発を目的といたしまして、昨年度、新宿消費生活センターのマスコットキャラクターを公募いたしました。評価委員会の評価を経て、新宿消費生活センターのマスコットキャラクター、マモるんが新宿消費生活センターのマスコットキャラクターとして採用されました。こちらのマモるんを使用した啓発については、本日参考資料としてお配りしております消費生活センターのリーフレット、また、先ほどもご紹介をさせていただきましたが、消費生活展にてマモるんをデザインしたエコバッグを来場者の方全員に配布をさせていただきました。今年度は、マモるんをデザインしたウエットティッシュ、キーホルダーなどの啓発物品を作成いたしました。こちらを地域センターまつりや地域のイベントなどで配布してまいりたいと考えてございます。マモるんを広く知っていただくことで、新宿消費生活センターの認知度向上につなげていきたいと考えております。今後の周知啓発の方法、また啓発物品のアイデアなどご意見をいただきまして、周知啓発に役立てていきたいと考えてございます。

事務局からの説明は以上でございます。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

ただいまの事務局からの説明に対してご意見とかご感想がありましたらお願いいたします。何かございますか。

志水委員、よろしく申し上げます。

○志水委員 マモるのですけれども、手袋とか、何かいろんなところにいろんなメッセージが込められているキャラクターかなというふうに思うのですけれども、そういう何かキャラの説明みたいなのは何かどこかでちょこっと書いたりみたいなのはしないんでしょうか。

○後藤会長 お願いします。

○事務局 そうですね。詳しい説明はまだ実は発信していないので、発信していこうと思います。

私が把握している限りのコンセプトなのですけれども、これは消費者トラブルについて、マジシャンのようにぱっと解決するというか、消してしまうというものです。区内の小学校の4年生の男の子が考えてくれたものです。そのマジシャンのデザインをこのシルクハットと、あとこの白い手袋、これに込められているというものです。そして、消費生活につきましては、エシカル消費とって倫理的な消費といいますけれども、グリーン購入ですとか、環境を大切にしようですとか、そういった消費、よりよい消費を目指そうという、そういった理念もございますので、この服の真ん中に地球が描かれていて、そして緑を大切するといった思いがこのシルクハットの芽ですね、植物の芽に込められております。こういった思いがございまして、発信しまして今後活用していきたいと思っております。

○後藤会長 ありがとうございます。

ただいまのご説明について、何かご意見とかございますでしょうか。よろしいですか。

今の消費生活センターの説明とかですが、これはどこに置いてあるんでしょうか。区民の方の目に留まる場所に、たくさん置いてあるんでしょうか。

○事務局 そうですね。各種区有施設には置いてあります。地域交流館ですとか、配架をさせていただいております。各特別出張所ですとか。

○後藤会長 どうもありがとうございます。

それでは、ほかにご質問等ございますか。よろしいですか。どうもありがとうございました。

それでは、次の項目にいきたいと思っております。消費者安全の確保についての問題ということになります。

初めに、第8、(2)悪質商法被害防止ネットワークの取組について、事務局からご説明をお願いいたします。

○事務局 それでは、ご説明させていただきます。

先ほどの空色の冊子、「新宿区の消費者行政」22ページをお開きください。

悪質商法被害防止ネットワークは、悪質商法被害防止支援事業の一環になっております。平成17年10月から、潜在化しやすい高齢者等の悪質商法被害を早期に発見し、迅速なあっせん交渉を通じて被害の回復を図るとともに、次々販売による2次被害を防止する点に主眼を置いて、悪質商法被害防止ネットワークの推進、悪質商法に関する研修の実施、訪問相談の実施などを行っております。

23ページにネットワークのイメージ図がございます。高齢者や障害者などの周りの方々に、例えばご自宅に訪問したら何かちょっといつもと違う様子があったとか、何かいつもと違う物があったとか、気になる点を消費生活センターに通報していただき、消費生活センターでお話を伺い、必要に応じてあっせんなどを行います。

令和6年度の実績といたしまして、ネットワーク参加事業者は98事業者となっております。令和6年度から新宿区悪質商法被害防止支援事業実施要綱で身体障害者及び知的障害者相談員と障害者指定相談支援事業者を悪質商法被害防止ネットワーク構成員として位置づけ、障害者団体連絡会協議会会長や身体障害者及び知的障害者相談員の方に通知を出ささせていただいて参加の勧奨を行いました。

なお、参加事業者につきましては、現在のところは高齢者施設や介護施設が主なところではございますが、障害者支援施設へも勧奨を行い、ネットワーク参加者数の増加に努めてまいります。

悪質商法に関する研修につきましては、研修に先立ってネットワーク参加事業者へのアンケートで高齢者や障害者の被害事例等を調査しています。研修では、アンケートから得られた事例等を基に、消費生活相談員が悪質商法による被害を早期に発見するためのポイント等をご紹介します。令和6年度は10月21日に開催し、17名の参加をいただきました。

訪問相談につきましては、相談内容によって、必要に応じて高齢者や障害者の方のお宅へ相談員が直接訪問し、相談に当たる制度となります。令和6年度は、1件訪問相談の相談事例がございました。また、ネットワークを通じて国民生活センターで発行している見守り新鮮情報という注意喚起の情報や、その他ネットワークを通じて寄せられた情報などをメール等により事業者の方に配信しております。

今後も協議会でのご意見を参考にしながら、適切に事業展開を進めてまいります。

簡単ですが、説明は以上になります。

○後藤会長 どうもありがとうございます。

ただいまのご説明につきまして、委員の方々からコメントをいただきたいと思います。

それでは、内藤委員、よろしくお願いいたします。

○内藤委員 障害者の団体なので。最近障害者が、何かぼったくりにあったというニュースが流れていました。障害のある方は、判断能力が低いということもあり——知的障害者に限ってではないかもしれませんが——ありますので、やはり周りの方に日頃から注意を払ってもらって、困っている人に寄り添ってしっかり対応していただきたいと思います。そのためにはやはりネットワークは必要だと思いますので、これからもよろしくお願いいたします。

○後藤会長 どうもありがとうございます。

それでは、亀澤委員、よろしくお願いいたします。

○亀澤委員 亀澤です。

私は高齢者の方を担当しております、直近タイムリーにリースバックのトラブルであったり、退去時に40万円請求されるという事例も出てきていまして、これから消費生活センターにもご相談をしていきたいなというところで、ネットワークであったり、情報が吸い上げられるような仕組みは地域にはとても大事なところかなと感じております。

以上です。

○後藤会長 どうもありがとうございます。

それでは、加治屋委員、よろしくお願いいたします。

○加治屋委員 高齢者支援課長の加治屋です。

私からは高齢者の方々からの相談というところで、現状どういった感じかというのはお伝えしたいのですが、統計を取っていまして、消費生活相談というのは年間で全体的には6万件以上の相談件数の中で決して多くなくて、昨年度は172件ということで統計を取ってございます。ただ、この相談自体は年々増えていまして、3年前ですと令和3年のときには70件、その後134件といったような形でどんどん増えているものです。この相談の中には、今日警察の方もいらっしゃっていますけれども、特殊詐欺といったご相談、被害の未遂も含めてそういったご相談が多くあります。実際に令和6年度では、その被害の相談という形で把握しているものが昨年では年間で42件ございました。この中、ほとんどが特殊詐欺とかオレオレ詐欺といったような相談なんですが、一部やはり今日お話にも出てまいりました不動産にまつわる契約の問題ですとか、押し買いとか、そういったご相談もあります。今年度7

月現在ではもう既に14件の相談がありまして、実際に被害に遭われている方もその半分ぐら  
いおります。

最近の特徴的な事例を1つご紹介したいのですが、これは数年前から少し認知症の  
傾向がある方だったのですけれども、もともと不動産業を営んでいた方で、かなり不動産に  
ついては知識がある高齢の80歳の方なんです、こちらの方ご自身がマンションを持ってい  
まして、そのマンションから得られる収入というのが20万近くありますので、それで生活を  
していたという方なんです、ご友人の方がこの方が知らない間に不動産の売買契約を結ん  
でいたということが分かりまして、ただ、ご本人としては相場の金額で売ったつもりだっ  
たんですが、特約を確認しますと、そのマンションの賃貸契約が一定数いかないと、もう売買  
契約はこの表題にある金額に対して3分の1まで下げられるという特約が小さく書かれてい  
たんですね。実際、そういったことをご本人に説明すると、そんなのは絶対しちゃいけない  
というふうに言うんですが、数分たつとそれを忘れてしまう。表を見ると、いや、別に悪い  
契約じゃないというふうな感じで、かなり判断ができない方のそういうところに付け込んで  
この契約をしている業者がいたということが先月分かりました。まだ登記が、手続を取らな  
いと完全にはこちら相手方に渡るものではないので、実印を預かりたいということで本人を  
説得して区役所で何とか預かる形を取ったんですが、相手の不動産屋のほう一枚上手でし  
て、実印をなくしましたと本人を区役所の窓口連れて行って、印鑑登録をし直してしま  
した。そのことがたまたまその日のうちに分かったので、座に法務局に行きまして、いわゆる  
不正登記を防止するためにそういった相談をさせていただいて、何とか今のところは被害に  
は遭っていないのですが、もう既に手付金を受けてしまったりとか、いろいろちょっ  
と問題があるお方です。警察にも相談したんですが、民民の契約ということなのでなかなか  
そこまでは介入できないんですけども、何か相手業者が居座ったり、何か不法な危ない危険  
を感じるような場面があったら連絡してほしいといったようなところで警察との連携してい  
るところです。

そういった被害については、こういった情報があった場合は、10か所ある高齢者総合相談  
センターにはメールで情報を共有させていただいて被害の防止に努めているという状況です。  
消費生活センターにも相談させていただいて、同じ方でやっぱり別の業者がこの方に対して  
この契約をしようとしたところ、消費生活センターでちょっとこの方、こういう場合の契約  
は危険じゃないかというようなことを聞いて業者から自ら契約を取り下げたというような方  
でもあったので、消費生活センターというのが一定の抑止力といますか、すごく役立って

いるというふうを感じているところです。そういう意味では、この情報発信を積極的にやっていきたいというふうに考えているところです。

雑駁ですけれども、以上です。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

それでは、大坪委員、よろしく願いいたします。

○大坪（大西委員代理） 警察と各団体のネットワークは私も非常に大事だと思います。牛込警察署管内でも高齢者虐待で高齢者の方が被害に遭っています。あと未遂に遭った事案もあり、区役所の高齢者支援課に連絡をさせていただいております。高齢者の方、特商法に関して皆さんもそんなに詳しくはないと思うのですけれども、だまされている人が非常に多いです。それに関しては、ケアマネジャーさんやホームヘルパーさん、そういう人たちにも情報提供を行って実際に高齢者の方を守っている事案があります。

私は、牛込警察署に来て5か月目ですが、その前の警察では東京都の本当に緑豊かな警察署にいました。そこで2年間いたのですけれども、そこは高齢者ばかりで、高齢者の方が正直言って本当にカモになっているような、だまされている状況がありまして、今ここで話がある押し買いのこともありました。押し買いで宝石を全部取られた事案もあり、実際その方は私が全部取り返して、事件も立件させていただいた事案です。

また、これはもうニュースにも報道されているので話してもいいのですけれども、蜂の巣の事案です。ここに、資料8にもありましたように害虫駆除です。自宅にスズメバチの巣ができて、高齢者の方はスマホを扱えるのでスマホで業者を選定して、180万ほど払って工事しました。もうお金は払っているのですけれども、その方が警察に相談に来ました。警察で話を聞いたところ、特商法に伴う書面の不備を見つけ、事件化しました。ネットにも載っていますので、警視庁、蜂の巣って検索したらまだ残っているとは思いますが。

それと、去年の事案なのですけれども、屋根修理事案です。こちらも、牛込警察署に来る前のその緑豊かな警察署です。警視庁一田舎の警察署なので多分分かると思うのですけれども、広報はしております。私は当時も生活安全課でしたので、例えばリフォーム詐欺の業者が来た場合は警察に通報してくださいよということを、役場の方と民間の方で協力し合って、広報をやっておりました、その方は契約をした挙げ句、でもおかしいと思って110番をして、業者はもう多分いないから捕まらないだろうなって思っていたのですけれども、運よくその方が言うその業者に職質をかけて確保しました。書面の不備はなく、特商法でいけるかなって思っていたのですが、最終的には刑事事案に発展しまして、詐欺行為で立件をしております。

そちらもネットには載っております。

高齢者が本当に食い物になっている状況ですので、本当に警察も皆様と力を合わせて、警察からも相談することもあると思いますので、皆さんも警察に相談をしていただいた上で、目標は同じですので、消費者を守るという目標のうえ、一緒にやっていきたいと思っておりますので、どうかよろしく願いいたします。

○後藤会長 どうもありがとうございました。

それでは、皆様から何かご意見とかご感想ございますでしょうか。

お願いいたします。

○井元委員 また基本的な質問なのですが、先ほどの23ページのネットワークイメージ図なんですが、そここの下のほう、真ん中から下、新宿消費生活センターから悪質業者に新宿消費生活センター直接あっせん③を行う場合と、新宿の消費生活センターから東京都を介して④に行く場合、④から⑤、⑥で悪質業者に行く場合のこの違いというか、何か分けられているのでしょうか。何か項目というか、被害によって分けているのでしょうか。そこをちょっと知りたいものですから。

○事務局 簡単に説明しますと、新宿区の消費生活センターにあっせんが来た場合という、あっせんというのは直接センターの職員と、その業者ですね。それが直接やり取りして解決に結ぶための交渉をするかどうかですね。それをやっているのですけれども、東京都と新宿区の……

○岩澤委員 あっせんでは解決しなくて、センターのほうですね。東京都で被害救済をやっているんで、東京都に相談、通報して、その被害救済を通じたものと、あと行政指導を行えるのが東京都になりますので、そういった指導といったところで通報を行うというような仕組みになっていると……。

○井元委員 ということは、新宿の消費生活センターよりも東京都のほうが強権を持っていくということなんでしょうか。

○岩澤委員 役割が違うというようなところだと思うのですが、新宿の消費生活センターには指導権限というのはないのですけれども、東京都では指導権限を持っているというようなものと、あと被害救済委員会というような、そういった組織を持っているというような、そういった組織の違いというようなものにはなります。

○後藤会長 よろしいでしょうか。

どうもありがとうございます。

はい。

○**土屋委員** さっき相談の件が出たのですけれども、区民相談で、私は税理士の相談員もやっているのですけれども、それ以外でしたら、税理士会ですとさっき出たイベントコーナーで税を知る週間とか、そういうときに何か無料相談をやっているんですね。そうすると、区民相談はやっぱり敷居が高いのか、もう少し一般的というか、ちょっと質問が寄せられるんですね。ですから、何かイベントコーナーでエシカル消費ですか、こういうときやるとき、そういう無料相談コーナーとかというのをやったほうがいいのかなという気はしているのですけれども、どうでしょうか。やったことはありますか。

○**事務局** 私が知っている限りではやったことがあるというのは把握していませんけれども、やってみたいとお答えはしたいところなのですけれども、なかなかセンターの相談員が今6名しか配置しておらず難しいかなと思うのですけれども、努力はさせていただこうと思います。

○**土屋委員** 特に土曜日とか日曜日ですと、通りすがりの人とか、あるいは通常来るような相談は敷居が高いと見えて、若い人は来ないのですけれども、税金なんかの若いアルバイトの相談とか結構あるので、ちょっと何かまた違う形で情報を得られるし、相談すくい上げるかなと思っています。

○**村上委員** 今、先ほどから課長、出前講座の検討の話も出ていますし、消費生活センターの周知積極的にやろうというような話も出ていますので、年間計画の中でそういったことも組み入れられないのかどうかというようなことを全体で考えていきたいと思いますので、よろしく願いいたします。

○**土屋委員** お願いします。

○**後藤会長** どうもありがとうございました。

それでは、もう時間があまりありませんけれども、本日の議論を通じて、全体を通じてご意見やご感想をいただけたらというふうに思います。

それでは、よろしく申し上げます。

○**宮崎委員** 出前講座の話でいろいろ出てきましたけれども、大学に勤めていたときに、学生たちが結構困ってました、引っかけまして。それをどこに持ち込んでいくかというので、例えば新宿区内の高校とか大学、また18歳から大人扱いになったということもございまして、高校、大学の情報というのは区ではつかんでいないということでしょうかね。まだ出前講座なんかのチャンスもないということでしょうかね。

- 事務局 モード学園さんでやらせていただいております、あと大学さんのほうで、やはりそういった学生さんも、情報を得るところがないというご意見もございましたので、そちらでも講座ができればと考えております。
- 後藤会長 私の知っている範囲だと、大学の新生に対して講座を——入学ガイダンスの一環というような形になると思いますけれども——しているところもあると思いますけれども、例えば東京理科大とかでやっているというのは、二、三年前の情報ですけれども、伺いましたけれども、全くやっていないということはないと思います。
- 事務局 すみません。やっているようですので、そういったところで、新生が入学したタイミングで、大学生が引っかけやすいというか、新生活に顕著に現れるトラブルもあると思いますので、そういったところでもできればと思います。
- 宮崎委員 入学のときは、ガイダンスは全校学生1,000人ぐらい集めて必ず私もやっていたんですが、それを区内の高校、大学にもこっから働きかけていくもしチャンスがあれば、ある程度区内在学学生なんかも網羅できるかなと思います。結構、大学側も講座はしてほしいのですよね。専門の方にちょっとでも話をしてもらえると助かる。キャリア教育関係で私はやっていましたが、高校、大学ではガイダンスの一環として位置づけて実施したほうが私はいいと思うんです。
- 後藤会長 おっしゃるとおりだと思いますね。
- 事務局 できる限りで。
- 後藤会長 それでは、本日の議論全体を通じて、ご感想とか。
- 後藤会長 土屋委員、よろしくお願いします。
- 土屋委員 土屋です。
- 今日初めて参加して、結構いろんな意見をお聞きしてよかったかなと思っています。せっかくの機会ですから、私たち出た意見少しでも参考にして行政に生かしていただければと思います。
- 後藤会長 どうもありがとうございます。
- それでは、井元委員、よろしくお願いいたします。
- 井元委員 私も初めてだったのですけれども、いわゆる出前講義とか、あるいはいろいろな消費者教育なんかを行われているわけですが、そのいわゆる先ほどいろいろ幾つかのところに行かれて具体的に行われているわけですが、その人に知らせる広報活動というか、どのように広報が行われているのかなというのをちょっと知りたいなと思ったので

すけれども。せっかくやる以上は多くの人に来てもらいたいわけですから、具体的にどういった形で行われているのでしょうか。実は、私は見たことがないんです。

○事務局 出前講座。

○井元委員 出前講座というか、いろいろ。学校への対応は、何か1つの小学校しかやられていないみたいでしたけれども、ほかの一般的な、高齢者とかそういう一般的な出前講座のようなものは結構やられているようなんですが、私は実は見たことがないんです。その広報活動ってどのように行われているのでしょうか。

○後藤会長 宮崎委員。

○宮崎委員 区民向けでは、区委託講座として私たちが受託して、今日配らせていただいております消費者団体連絡会が年6回、それから消費者講座プラス親子講座で、区民向けの啓発講座を必ず毎年もう2008年からやってきております。それから……

○井元委員 そういうことをやられているということを一一般区民にどのように知らせているのでしょうか。

○宮崎委員 区報で。

○事務局 私から。

そうですね。区の広報ですとか、区のSNSとか旧ツイッター、Xですとか、あと、この青い冊子の20ページをご覧いただくと、そこには20ページの(5)の消費者情報の提供といったところがありますけれども、これが情報誌「くらしの情報」の発行ですとか、あと21ページに進みますと、「新宿区の消費者行政」ですとか、ウの「くらしの豆知識」ですとか、あと啓発用リーフレットですとか、そういったもので消費者に注意喚起を行うとともに、こういった出前講座については区有施設の配架になってしまうのですけれども、そこに紙が置いてあるんですね。それで見えていただくのほかに、我々が昨年度は、新宿区の10地区に分かれていますけれども、半分の5つの地区の町会さんの集まりにちょっとご参加させていただいて周知をしたりして、それで町会さんを介して町会の方々に見ていただくですとか、あと町会掲示板ですね。通りすがりにある掲示板に貼りつけるですとか、そういったところで情報発信はしております。

○井元委員 分かりました。私が何かあまり注意して見ていなかったのかなという気がしますがけれども、ただ学校の先ほどの出前講座みたいなものは学校の授業の一環として行われているわけですね。そうすると、小学校の生徒さんたちが何となくそういうものを理解していくというのは分かるのですけれども、ただ、いろいろな宣伝媒体というか、その媒体がいろいろ

ろ確かに書かれていますけれども、関心を持っている人にしかそういうせっかくの講座という出張講座みたいなものが参加できないという感じになるわけなんです。そういう被害とか、消費者のそういったいろいろなものをなかなか理解しにくいんじゃないかなと思うんです。何かもっと広く伝わる宣伝媒体があるんじゃないかなと思います。

○事務局 確かに今このご意見をお伺いいたしまして、私はだまされないとか、あんまり興味がないですとか、そういった方にこそこういう情報って届けるべきだと思いますので、やはりほかの広告媒体でこういった啓発ができないかというのを検討いたします。

○井元委員 よろしくお伺いいたします。

○後藤会長 もう時間が来ていますが、よろしいでしょうか。

○宮崎委員 区から委託を受けている団体は一生懸命やっています。全部無料ですし、消費者大学は6回連続講座のうちの5回出られますと区長名の修了証書が出ます。それから、新宿ユネスコのほうでもSDGsに関連した消費者講座があります。それも5回のうち4回出られますと区長名の修了証書が出て、一般区民に鼓舞していただいております。ぜひ、区報をまず見てください。よろしくお伺いします。

○後藤会長 どうもありがとうございます。

○井元委員 確かにいいことをやられているのですが、先ほどから何回も言っていますが、関心のある人、何か目にした人しかそういったこと、せっかくのことをやられていることが分からないんです。そのようなことを先ほどからちょっと言っているわけなのですけれども。

○後藤会長 よろしいでしょうか。

本日、全体を通じて非常に有益なお話があったというふうに思います。区への注文というようなこともありまして、しかと受け止めていただけたらというふうに思います。

皆様とこういう形で、お話を伺って議論できるというのは大変有益なことであって、次回も非常に楽しみだなというふうに思いました。また次回も活発にご協議いただいて、いろいろ問題意識を持ってここで発言していただきたいと思います。

それでは、事務局にお返ししますので、よろしくお伺いします。

○事務局 最後に私から。

今日は初めてお集まりいただきまして、非常に第6期の始まりとして活発な意見をいただきまして本当にありがとうございます。今日いただいた意見については区でしっかりと受け止めまして、今後の消費者啓発に生かせればと考えておりますので、引き続きよろしくお

願いたします。本日はありがとうございました。