

第 14 次 第 4 回 横浜市消費生活審議会 会議録	
日時	令和 6 年 1 月 23 日（火）10 時 00 分～12 時 00 分
開催場所	横浜市役所 21 階共用会議室 S-11・N-02
出席者	天野委員、小野委員、河合委員、櫻井委員、佐藤委員、清水委員、細川委員、宮川委員、村委員 (オブザーバー) 横浜市消費生活総合センター 魚本センター長、米津副センター長
欠席者	今井委員、城田委員、花田委員
開催形態	公開（傍聴者 0 人）
議題	(1) 会議録確認者の選出について (2) デジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓発等の取組事例検討 2 及び 3 議論 (3) 第 13 次審議会「緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止についての意見」に基づく取組報告 (4) その他
決定事項	○会議録確認者は細川委員、宮川委員とする。 ○デジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓発等の取組の内容議題を再検討 ○次回開催は 5 月頃とする。
	1 開会
天野会長	本日は、委員総数 12 名中、リモート参加 4 名、市庁舎に 5 名、計 9 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います。本日の審議会は公開となります。会議録は要約いたしますが、委員名とご発言内容を公表させていただきます。
	2 議題（1）会議録確認者の選出について
天野会長	本日の会議録確認者 2 名ですが細川委員、宮川委員にお願いしたいと思いますが、よろしいでしょうか。 ～細川委員、宮川委員了承～
	3 議題（2）デジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓発等の取組 事例検討 2

事務局	資料2-1に添って、デジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓発等の取組 事例検討2について説明。
天野会長	事例の概要と補足説明をしてもらいました。 相談者20代で副業・投資に関連する事例で遠隔操作アプリというツールを使って借金・振込などをさせている事例になります。 議論の視点案等を踏まえ、前回と同じようにみなさんに議論して頂きたいと思います。ご意見をお願い致します。
小野委員	最近、このような事例を弁護士として取り扱っています。大きく分けると2つあります。電話勧誘販売に当たるパターンと自分の方から電話をしているパターン。電話勧誘販売の適用だけ扱うのは違うのかなと思います。また詐欺まがいで逃げる前提の業者と事業を継続する前提だが費用が高額な業者で処理は違ってきます。逃げる前提の業者にクーリング・オフしてくれといっても実効性の面ではかなり難しい。騙しているのではないかということで消費者契約法4条などの適用を検討すべきケースがある。被害者サイトなども立ち上がっていますが、救済は難しいというケースが多い印象。 ちなみに口座は国内の別の会社です。海外の口座だとオレオレ詐欺のような業者である可能性が高い。
清水委員	電話を自分でかける場合と、登録して業者から電話がくる場合どちらが多いのでしょうか。
小野委員	正直、数字はわかりません。業者の話聞いていくうちに結果として事例のようなことになったということが多そうですね。
宮川委員	自分から電話をかけるか、電話がかかってくるかで変わるものなのでしょうか。
小野委員	電話勧誘販売に当たるかどうかという点では違います。私の考えでは、被害回復をする場合に、電話勧誘販売だからクーリング・オフできるという点を争点にするのではなく、不実告知などをメインとして主張する方がよいと思います。
天野委員	事案の処理方法というか、主張の仕方という観点の話ですね。
宮川委員	だまそうとしている典型例のような気がしています。クーリング・オフを主張しての解決は難しくどうしようもない印象を受けます。では騙されないようにするにはどうしたら良いかという話になってくると思い

	ます。業者から甘い話を持ち掛けられて信じてしまう人が騙されてしまうのだと思います。
小野委員	オレオレ詐欺の場合だと受け子、掛け子を追えるかということにつきまます。資力がある人間にたどりつけるかがまず重要。裁判やって勝てば被告に資力があれば賠償されます。消費者問題は資力がある人間にたどりつけるかを見極めることが重要といえます。
天野会長	前回の事例1はセンターに相談すれば解決できることが多いようでしたが、今回の事例2のようなケースは解決の可能性があるか、どんな印象を持っているかコメントがあればお願いいたします。
センター	電話勧誘販売に当たるケース、通信販売に当たるケース等、さまざまですが、お金を取り返すことは難しい印象です。交渉しようとしても連絡先が分からなかったり、連絡手段が通信アプリしかないようなケースも多いので残念ながら解決が難しいです。中にはクレジットカード決済もあり、カード会社へ連絡して解決につながる場合もあります。
天野会長	<p>そうなると法律等を駆使して解決をするというよりも騙されないようにするにはどうすれば良いか、啓発活動をするにはどうすれば良いかという視点が重要になってくると思います。</p> <p>この案件は副業・投資ということですが、投資に関連することと言えば、最近国は貯蓄より投資を進めようとしているように見受けられたりもします。投資教育などそのあたりとうまくつなげて啓発するにはどうしたら良いかなど、何かご意見があればお願いいたします。</p>
清水委員	<p>狙われているのは20代、働くということに慣れていない人達だと考えられます。働いて経験を積んでいくとそんなに簡単に儲かるようなことはないと感じます。労働などして収入を得ることが当たり前と理解している前段階の人達が狙われているのではないかと思います。消費者金融の画面が出てきた段階で、借金の申込になることの確認をしていないことも問題だと思います。</p> <p>20歳になるもっと前から働くということ、お金を得るということの基本的な考え方や、収益を簡単に得る方法はないということを家庭や教育で伝えていく必要があると思います。</p>
河合委員	被害者の特性みたいなものはありますか。経済的に追い詰められている学生など、リスクはあるかもしれないが、今お金が必要だから申込、

	被害者になってしまうという事例もあるのでしょうか。
センター	副業、投資の事例ですと 20 代、30 代の若い人が多いというのは確かにありますが、ではその年代だけかというとは決してそういうわけではなく、40 代、50 代もいます。家で高収入を得られるなどの副業関連の広告を見て申し込んでしまうようです。若い方だけという印象ではないです。
河合委員	経済的に追い詰められた時に自分がどう判断するか、安易に手を出すのではなく、行政に相談するなど自分の身を守るような手段を身に付けてほしいなと思いました。
センター	相談者の詳細な背景までは分かりませんが、相談を聞いているとすごく追い詰められていて生活が困窮しているというよりも、ちょっとした小遣いが稼げればいいなという感覚で始めてしまうようです。
河合委員	この相談事例の方は救済が難しいということで、結局、借金を背負うことになっています。その後、どうなってしまうのかが気になりますがセンターでは経緯を追っていくというのは難しいですね。例えば、カウンセリング協会みたいなところを紹介されたりはしていますか。
センター	はい、紹介などは行っています。
小野委員	<p>私の事例の場合を紹介しますと 6 大学の学生で両親も平均的な財産があるようなごく普通の学生です。貧困といった事情はない事案です。</p> <p>共有したいのは、今時の若い人に消費者金融の申込は危ないと思わなかったの？と聞くと「なんですかそれは」と消費者金融について理解していないようでした。また、サラ金という言葉は初めて聞いたと驚いていました。消費者金融やサラ金という言葉を知らずに成人しているようです。消費者金融などが提携している銀行の支店の中に普通にある時代なので自分と世代が違うんだなと思いました。もしかすると、消費者金融の申込が借金なのだという認識がなく銀行でお金を引き出している感覚なのかもしれない。啓発するのであればそこも含めて啓発が必要です。</p> <p>センターに確認ですが、これは去年くらいから詐欺業者の間で流行っている遠隔操作ツールでしょうか。</p> <p>遠隔操作にも狭い意味での遠隔操作と広い意味でのものがあるが PC など特定の PASS などから PC 自体乗っ取られて操作されてしまうものと</p>

	<p>単純に画面共有しているだけのものがあると思うのでその区別は必要かと思います。</p>
櫻井委員	<p>パソコンなどでトラブルになった際、業者さんと画面を共有して一緒に操作したりすることはありますし、オンライントレードなど操作が分からない場合、金融機関と画面を共有して教えてもらうこともあると思います。遠隔操作といっても完全に相手に操作されてしまうものと、あくまで画面共有で自分の意思で操作するものがあるということだと思えます。事例は後者で、画面共有をして指示を受けて自分で操作していくタイプのものだと認識しました。</p>
宮川委員	<p>私もパソコンなどわからない時、業者に画面共有で指示してもらうことがあります。</p> <p>若い世代の人の中には、闇バイトなどで高額の入金が得られるということで強盗に加担してしまうようなことがあると知りました。</p> <p>人間というのは欲深いから、若い人も、年配の人も儲かるなど甘い言葉にすぐ乗ってしまう時があると思います。</p> <p>ネットでいろんなことが出来る時代、教育の問題ということもあるかもしれないです。投資教育というのも重要だと思いますが、詐欺的な儲け話もあるのだということ啓発していく必要があると思います。</p>
櫻井委員	<p>教育啓発の観点から1つ、神奈川県をつながる・かながわ消費者教育というWEBコンテンツがあります。年代・ケースに合わせた啓発動画があります。若い人でも見やすいので電車広告などで流せば効果的ではと思えました。</p>
天野会長	<p>既存のものの活用ということですよ、視点としては。</p>
事務局	<p>～動画共有～</p>
天野会長	<p>「違和感を感じたら188に」という動画でしたが、「そもそも、こういうのに手を出してはダメ」と言い切る形ができないかなと個人的に思うのですが、行政が作るものだと断言するというのは難しいのでしょうか。</p>
事務局	<p>言い方の強弱という問題はあります。</p>
小野委員	<p>私が効果的だと思っているのは「そんなバイトないから」と繰り返す動画。サブリミナル効果みたいな。その影響か最近、個人の銀行口座を売るような人が少なくなっているように思います。</p>

	<p>同じようにシンプルに「借金するまでやるような投資・儲け話はないよ」といった訴求をする動画はどうでしょうか。</p>
清水委員	<p>特定商取引法の表記があるということを知り初めて知りました。また広告主の確認なども知りませんでした。広告主を先に見るということも出来るわけですね。広告主を確認できませんというところを見たらちょっと違和感があると思います。啓発にこのへんの情報を入れておくのも良いかと思っています。</p>
天野会長	<p>契約してしまうとなかなか救済しにくいという側面があるので、事前に情報を集めるという手段があるという啓発も必要になってくると思います。</p>
小野委員	<p>パソコンとスマホでサイトの表示の仕方が違う場合があります。パソコンでは下の方に業者情報などがある場合があるが、スマホでは表示されないようなケースがあります。また、特商法表記はサイトの奥深いところにあり、なかなか見ない場合が多いと思います。</p> <p>紙ベースならともかく、ネットで特商法の表記でなにかおかしいなど見分けるのは難しい場合もあると思います。</p> <p>インターネットで物を買うのは、知らない人と取引しているのと同じだという認識を持つべきだ、ということを経営から伝えてほしいと思っています。</p>
宮川委員	<p>資料広告主の図で「身元確認が完了していません」と出ていますが、これはどういうことですか。広告は出せるのですか。</p>
小野委員	<p>規制の弱いところで業界の自主規制レベルに留まっている部分です。</p>
事務局	<p>広告媒体のポリシーなどで身元確認のため登記情報や税務情報を求めています。すべての業者が提出しているわけではないです。特に悪質業者の場合にはとにかく広告さえ出せばよいということで応じていないケースもあると思います。広告媒体の提供側はビジネスのため努力義務ということで求めています。出稿してもらうためそこまで厳格にしていないのが現状と思われます。</p>
小野委員	<p>プラットフォームが広告などの規制を強化してほしいなどの意見を横浜市など行政から申し入れをするということを検討してもらいたいですね。</p>
天野会長	<p>さまざまな意見を頂いたので、意見をもとに事務局の方で取りまとめ</p>

	をお願いします。このあたりで事例3進みたいと思います。
	3 議題(2) デジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓発等の取組 事例検討3
事務局	資料2-2によりデジタル社会の進展に伴う消費者行政に必要な教育・啓発等の取組、前回までの議論の再確認、事例3を説明。
天野会長	事例3の説明をしていただきました。議論の視点案なども踏まえ、議論・検討していきたいと思います。委員のみなさま、意見を願います。
小野委員	昨年末、自宅で水漏れが発生しました。その時、役所の指定(水道局指定など)があるリストがあることを知りました。役所のリストを見て電話すれば騙されることは少ないのではないかと思います。横浜市がホームページなどでそのリストを公表することが有益なのではないかと考えました。
佐藤委員	建築工事、塗装などもそうですがとにかく一社で決めない、合見積を取る等、そういう周知が必要ではないかと思います。
宮川委員	何十万という費用なら見積も当然だと思いますが、数万円程度だと手間がかかり面倒だという意識もあると思います。 請求された時にすぐ払わない。そこでプロ、他の業者に聞いてみて妥当かどうか判断する、そういったことをすればトラブルに遭うことも少なくなるのではないのでしょうか。 確認ですが、クーリング・オフというのは作業終わった後にも出来るものなのではないのでしょうか。
小野委員	作業終了後もクーリング・オフ可能です。 クーリング・オフはある意味救済として最強な手法です。そうであるからこそ逃げることを前提の悪徳業者は対応せず返金しないということが起こり得ます。
宮川委員	作業終了し、料金支払い後に、クーリング・オフを申し出て業者が分かりましたと受け入れれば費用が返還されるという認識で大丈夫でしょうか。
小野委員	法定書面、一定の記載事項が記載されている書面でクーリング・オフ申し出をすれば、その認識で大丈夫です。みなさん、その認識で問題ないですね。

天野会長	<p>法律的な認識としてはその認識で問題ないです。作業が完了していてもクーリング・オフは契約書を受け取ってから8日間以内であれば適用可能ですし、クーリング・オフが適用された場合には業者の方はすでに提供した役務・サービスの対価を請求できないという規定があります。</p>
天野会長	<p>センターの方でもこういった事例では、クーリング・オフを提案すると思いますが、実際の解決状況はどういった感じでしょうか。全額返金され、きれいに解決となりますでしょうか。</p>
センター	<p>センターでは相談者にクーリング・オフの主張を提案しています。ただ実際にはトイレのつまりが解消されていて、実際に作業員に来てもらっているのも消費者も完全返金まではと心理的にとどまるようで、両者の納得いく程度の返金に収まるケースが多いという印象です。</p> <p>すでにお金を払ってしまっているケースだとお互いの合意でというケースが多くなりますが、支払いをしていないという状況であればクーリング・オフにより支払いをしないという解決も出来ることが多いです。</p>
小野委員	<p>排水詰まり、点検系、リフォーム系など様々な提供サービスがあります。職人は、法令を理解せず、あるいは度外視した対応をしてしまっているのではないかと推察されます。そのような人達を作業員として集めている業者がいて、仕事を取り、現場に行かせてそれぞれの取り分を決めているように思えます。</p> <p>現場に来る人間は強面の人が来ることもあり、実際現場で作業してもらった後にクーリング・オフを適用しますので払いません、などと交渉できるかという、現実問題として心理的に難しいのだと思います。実際に家に入られてしまっているのです。</p>
宮川委員	<p>家にいると屋根の点検業者がきて、「お宅の屋根の一部が壊れていて危ないので修理しませんか」と来ることもありました。実際には壊れていなく要領を得なかったので帰りました。そういう業者も収入に困ってそういうことを始めているのかなと思いました。</p>
小野委員	<p>まったく分かってないわけではなく、屋根修理業であれば、屋根修理の仕事はしたことがあり、素行が悪い業者と手を組み仕事を請け負っているのだと思います。それぞれ水道詰まりのグループ、屋根修理のグループなどとして業種ごとに形成されているのだと考えています。</p>
事務局	<p>2-1参考2つめにある東京都消費者被害救済委員会の事例を掲載さ</p>

	<p>せて頂いてます。村委員ぜひこの箇所でご意見など頂けないかなと思います。</p> <p>WEB 上で 950 円などの安価の表示を見たが、実際請求されたのは何百倍とかけ離れたものだったという点が争点になっている事例です。いかがでしょうか。</p>
<p>村委員</p>	<p>東京都消費者被害救済委員会の見解は、家に来た作業員が怖いから実際にどうなんだという実情よりも、法的にどのように考えることが出来るのかという観点から委員が分析して文章を書いています。</p> <p>困ったことがあると、最近はみんなスマホで検索しています。トラブルにより慌ててパニックになる状態で、スマホで検索して業者に電話をすると、業者の方は「とにかくすぐ行きます」と言っていて消費者の方も「WEB 上の金額だけで済むとは思ってはいないがそこまで高くないだろう」と依頼をしている場合が多いと思います。そういったことが多いということから付託をされたという背景があります。</p> <p>突出した 1 件が付託をされているというわけではなく、背後に同様のケースが多いと想定され、多く起きる可能性があるため付託をしています。</p> <p>本件で一番議論になったのは「業者に電話で依頼する時点でどのようなことを想定して依頼しているか」という点です。</p> <p>消費者庁の訪問販売の事例においてもこのような被害が多いので消費者庁が見解を示しています。WEB 上の料金表示を見た時点の消費者の想定をはるかに超えているようなことがあった場合には不意打ち性が強く、訪問販売とみなして扱うという見解をしています。</p> <p>本件も実際、消費者が WEB 上の表示を見て電話をしています。業者を呼んで作業した料金が当初の想定をはるかに超えているということで訪問販売に該当すると判断しています。</p> <p>契約書面が渡されているか、渡されたものの書面は契約書としての要件を満たしているか、特商法に基づいてチェックしてそれが不十分であれば 8 日を超えてもクーリング・オフができるということになります。</p> <p>以上から考え方を示して、斡旋案を提示したという流れになります。</p> <p>いろんな議論がされていますが、東京都の事例は法的な観点からはそういった見解を示したということになります。</p> <p>東京都の案件は消費者庁の見解とほとんど変わらず、そういった考え</p>

	<p>で処理は可能であるということになります。</p> <p>ただ、現実問題として、こういうトラブルを引き起こす業者は、そもそもきちんと法律を守るつもりがないですね。だからクーリング・オフを主張してもスムーズに全部返しますとはならないと認識しています。</p> <p>さきほどセンターの方がおっしゃったように実際に作業をしてもらって、成果があがったものに対して妥当な金額は払っても良いと消費者側も考えていることが多く、そのような形で収めるのが現実的かもしれません。</p> <p>業者がルールを守らないから8日を過ぎてもクーリング・オフを主張できるということになっており、ルールを守らない業者が悪いわけで、そうなる訴訟になれば勝てる案件になるかなと考えています。</p> <p>特商法の考えとしてはそうなのですが、消費者トラブルが起こらないためにはどうすべきかという啓発の観点となると、どういう風にすれば消費者が受け止めてくれるのか考えていくのが難しい点です。</p> <p>北海道庁が行政処分をした案件があり、処分までの経過を丁寧に行っていてHPに表示している金額で実際に作業をした実績があるのかという調査をしています。業者はHP上の金額で作業したことは一件もないと回答しているようです。</p> <p>景品表示法の第3号規定の「おとり広告」に該当するという事で景品表示法でも北海道庁は措置命令を出しています。</p> <p>資料3Pを見ると、150円～となっていますがそんな料金でやっていることはまずないですね。</p>
天野会長	<p>村委員からは啓発をどのようにやっていけばよいか難しいというご意見もありましたが、その観点から何かご意見ある方はいらっしゃいますでしょうか。</p>
河合委員	<p>緊急性があるといえば、防災の啓発と類似している気がしています。そのような手法で啓発していくことはできないでしょうか。</p>
事務局	<p>具体的な手法としてはどのようなものがありますでしょうか。</p>
河合委員	<p>実際に被災したような場合でもこのような事例があるかと思えます。相談概要で水道局指定と記載されているわけですが、これは嘘でしょうか。水道局自体で指定はしていることは事実でしょうか。</p>

	<p>鍵開けなども同様にリストを作りそれを活用して啓発につなげるということも考えられるのではないのでしょうか。</p>
事務局	<p>指定給水装置工事事業者リストというものは水道局で作成しています。しかしながらリストをもって消費者に提案するということがどこまでできるかという点は検討が必要かと思います。</p> <p>事例の業者については水道局指定というのは確認できませんでしたので事実ではないということになります。指定されていて記載しているものと事実でない記載のものがあると考えられます。</p>
小野委員	<p>排水施設なので実際には水道局ではなくて別のところだと思うのですがどうでしょうか。</p>
事務局	<p>横浜市の場合、環境創造局が横浜市排水設備指定工事店という制度を取り扱っています。</p>
小野委員	<p>詐欺的業者の特徴をピックアップしていき、例えば固定電話があるのかとか、役所で確認が取れているのかなど。既存の情報・ツールを整理しておくことが必要ではないのでしょうか。</p>
細川委員	<p>指定工事事業者ですが、2つあり給水設備事業者指定と排水設備事業者指定があります。トイレの方は排水ですが下水、上水ともに自治体が管理している水道管がありそれに接続する作業を行う事業者は適切なことをされると困るので当然指定を受けていなければならないということになります。トイレ、便器の交換自体は排水管に関する作業ではないのでこの指定工事の対象にはなっていません。ですので、指定を受けていなくても便器の交換だけであれば行えることになります。また排水工事を伴わない軽微な水漏れも指定業者でなくても行えます。</p> <p>したがって悪質業者などが集客し、現場でトイレ詰まり解消などの作業をするところまでは問題にならず、実施されているという現状があると考えています。</p> <p>ですので、指定業者ではないのに排水管に関連する作業を行ってれば業法違反に該当するのだと考えています。</p> <p>啓発としては、横浜市で指定リストがあり、その業者が簡易な水漏れとかも対応しているのであればそちらに連絡してくださいという案内も考えられるのではないのでしょうか。</p> <p>ただ、便器の交換は業法外のものなので業法に関連しない業者を市民</p>

	に行政が勧めるのがどうかという点は気になります。
佐藤委員	業種にもよると思いますが、指定業者について一定の金額以上の工事については登録が必要になりますが、金額未満の工事については登録が必要ないのでトラブルを起こす業者は金額未満のものを取り扱っていると考えられるのですべての把握は難しいのが実情だと考えます。
清水委員	普段からどこに頼むかを考え、やってくれるかやってくれないかを確認しておき、いざ緊急時になった時、事前に調べておいた業者に頼むということが必要かと思います。我が家では建築をお願いした業者の関連のところに確認をして、土日でも大丈夫なところなどリスト化しています。
宮川委員	行政の方で窓口を設け業者などを案内してくれると助かります。
天野会長	細川委員の意見でもあったように業法的にどうなのかという問題があるというのは分かりますが、行政としてうまく整理していけないかという点について検討して頂きたいと思います。
小野委員	横浜市のHPのアクセスしやすいところにリストなど案内できるようにしておくとは便利なのではないでしょうか。
天野会長	<p>事業者の主張というものが資料に記載されていますが、個人的にはクーリング・オフを認めない理由にはなっていないと感じています。事業者が理屈をこねてクーリング・オフに応じないのであれば、行政から指導などをして最終的に事業者名などを公表できないかを検討してほしいなと思います。</p> <p>東京都のように被害救済部会で取り上げて、クーリング・オフが認められる事案なのだということを事業者側に認識してもらおうということが必要なのではないかと考えます。</p>
	4 議題（3）第13次審議会「緊急時における消費生活トラブルへの対応と消費者被害の防止についての意見」に基づく取組報告
事務局	<p>（1）緊急時によくある消費者トラブルの中から、事前の注意喚起が可能なものについて、その事例と対策方法をまとめたリーフレットの完成版を紹介</p> <p>（2）ごみ収集車の放送を活用した屋根等の点検・修理に関するトラブルに係る啓発放送（音声データ）を紹介</p> <p>（3）能登半島地震を受けた当課での取組をご報告</p>

	<p>①消費生活総合センターのHPに、災害に便乗した悪質商法について特設ページを作成</p> <p>②リーフレットについて、Xや横浜市内部の情報共有イントラにおいても職員に向けた周知を実施</p>
天野会長	<p>ただいまの説明についてご質問、ご意見あればお願いいたします。</p> <p>～意見なし～</p>
	5 議題（４）その他
天野会長	事務局から説明をお願いします。
事務局	<p>（１）公募委員の廃止について</p> <p>（２）消費生活推進員制度について</p> <p>（３）第５回消費生活審議会について</p> <p>事務局より説明。</p>
天野会長	３点事務局から説明がありましたが、何かご意見ございましたらお願いいたします。
細川委員	５回目は総論まとめという予定になっていますが、この時点で報告案が出てくるというスケジュールでしょうか。
事務局	事例２，３の議論の展開によりどうするか検討したいと考えていましたので今後の進め方も含めて一度事務局で検討して連絡していきたいと思っております。
細川委員	<p>テーマとして事例検討を３つやってきたわけですが、タイトルとしてSNS・電子広告・インターネット通販における事例検討になっていると思います。</p> <p>デジタル社会における消費者問題がSNS・電子広告・インターネット通販だけではないのではないかと考えています。</p> <p>消費者庁でも同じようなテーマで議論していますが、その中ではデジタルプラットフォーム、SNSなどを取り上げてそれらは審議会でも議論してきたと思います。扱っていないものが２つあって、オンラインゲームとキャッシュレス決済の問題です。</p> <p>さらに大きい枠組みでいうとAIの問題もあると思います。自動運転が進んだ際の責任の所在など。審議会になじむかは別として。</p> <p>今までやってきた事例でテーマの問題をカバーできているか疑問に思ったので考えを示しました。</p>

事務局	<p>いろいろ扱うべき問題があることは認識していますが、一方で時間の制限というものがあるということで、導入の際、今回はテーマを絞って議論したいということをお示ししました。キャッシュレス決済などはもともと意見が上がっていたということもありますのでご意見を踏まえて、事務局で検討したいと思います。</p>
小野委員	<p>キャッシュレスについては、いれるとするとかなり大事になりそうな気もしてますが、副業の事案などクレジット決済となると処理が全く変わってくるので、少くくは決済方法について触れても良いのかなと思います。電子マネー、コンビニ決済、クレジットについて扱っても良いのではないかと思います。</p>
佐藤委員	<p>今回で公募委員廃止ということで残念ですが、20年の年月を経て役割を果たしてきたのかなという思いもあります。</p> <p>ただ予算的な面ということは理解できるのですが、当審議会は消費生活に関連するということで市民生活に密接なものですから予算を伴わないオブザーバーとしての参加などで参加できる方法を考えて頂けないかなと思います。</p>
事務局	<p>15次審議会についてのメンバー構成、議論の進め方などまた事務局の方で検討していきたいと思います。</p> <p>消費者代表としては公募委員以外にも複数名ご参加頂いていますが、佐藤委員から頂いた意見も含めて事務局で検討していきたいと考えております。</p>
閉会	
天野会長	<p>以上で本日の議題はすべて終了しました。</p> <p>これで第14次第4回横浜市消費生活審議会を閉会します。</p>
資料	<p>議事次第</p> <p>資料1 第14次横浜市消費生活審議会委員名簿</p> <p>資料2-1 事例検討資料</p> <p>資料2-2 事例検討資料2</p> <p>資料2参考 審議の進め方について</p>