

平成29年度第1回
千葉県消費者行政審議会
議事録

日時：平成30年3月20日（火）
場所：ホテルプラザ菜の花4階「楨」

1. 開 会

【司会（菅谷くらし安全推進課副主幹）】 定刻となりましたので、ただいまから平成29年度第1回千葉県消費者行政審議会を開催いたします。

私は、本日司会を務めさせていただきます環境生活部くらし安全推進課の菅谷と申します。よろしくお願いいたします。

2. あいさつ

【司会】 それでは、初めに玉田生活安全・有害鳥獣担当部長よりご挨拶を申し上げます。

【玉田生活安全・有害鳥獣担当部長】 皆様、おはようございます。環境生活部で生活安全・有害鳥獣担当部長をしております玉田でございます。

本日は審議会にご出席いただきまして、お忙しい中、誠にありがとうございます。また、皆様には、日ごろから県の消費者行政にご支援、ご協力を賜り、厚く御礼を申し上げる次第でございます。

さて、本日は1年ぶりの審議会ということで、昨年度は1月の末に1度開いておりますけれども、今回につきましては、現行の千葉県の消費生活基本計画、こちらは計画期間30年度までということで、あと1年ということになりました。つきましては、次期の計画の策定につきまして、今回知事から審議会に諮問をさせていただきまして、これから1年間かけて次期の計画について私ども作成していきたいと考えております。そういう中で、今回は第1回目ということで、消費者問題を取り巻く現状と課題についての整理ということで本日はご審議をいただきたいというふうをお願いを申し上げる次第でございます。

私どもとしても、現状と課題を把握する上で、直接消費者の方と接している市町村でありますとか相談員の皆様、そういうところの現場の生の声をお聞きすることが非常に重要だと考えておりますことから、今年の1月から2月にかけて、県内を5つのブロックに分けて、市町村、相談員の皆様からご意見を聞くということを行ってまいりまして、そういうものを踏まえて今日の資料については整理させていただいているところでございます。詳細につきましては、この後、担当から説明させていただきますけれども、いろいろ意見をいただいた中では、高齢者被害防止のための見守り体制をきちんとしなければいけないのではないか、あるいは、今回閣議決定もされたと思っておりますけれども、成人年齢の引き下げに伴います、若年層への消費者教育の強化というようなことも行っていかなければいけないといった意見をいただいているところでございます。また、そうした意見交換を通じまして、私どもとしても、被害防止に向けては、これまで以上に市町村等との連携を図っていかなければならないということを改めて感じたところでございます。

また、その一方で、皆様もご承知おきと思っておりますけれども、国の平成30年度の予算の

関係でございますが、国の交付金が大幅に減額されるという見込みでございます。そうした中、限りある財源の中で、県におきましても、リーダーシップを持って、市町村や関係機関団体と一緒に知恵を絞っていかないと、なかなか消費者行政は進んでいかないのかなと考えているところでございます。委員の皆様には、それぞれの専門的なお立場から、忌憚のないご意見、ご提案をいただきますようお願い申し上げまして、冒頭の挨拶とさせていただきます。本日はよろしくお願ひいたします。

【司会】 議事に入ります前に、一言申し上げます。今回の審議会につきましては、千葉県消費者行政審議会会議運営規定というのがございまして、第15条によりまして原則公開という形になっております。議事録につきましても公開ということになっております。ただし、審議会の決定により、非公開の決定をしたときは非公開とすることができることとなっております。本日は特に個人情報を含む議題や資料その他非公開にすべき理由はないと思われまので、本日の会議は公開するというところでよろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

【司会】 特に異議がございませので、本日の会議は全て公開という形にさせていただきます。また、本日、まだ報道はいらっしやっていませんが、報道機関が取材のため、傍聴し、会議風景を撮影することがございますので、その点ご了承いただきたいと思ひます。

では、これより、次第に基づきまして審議に入らせていただきますが、本日の審議会には委員14名中、半数以上の11名のご出席をいただいております。千葉県行政組織条例第32条第2項の規定により会議は成立しておりますので、ご報告申し上げます。

なお、本審議会は、千葉県消費者教育推進地域協議会の役割を兼ねることとなっておりますので、申し添えます。

それでは、議題に入りたいと思ひます。

まず、本日の議題の、次期千葉県消費生活基本計画の策定についてご審議をいただく前に、1点、補足させていただきます。本県では、現在、千葉県消費生活基本計画と千葉県消費者教育推進計画の2つの計画を策定しておりますが、次期計画では、これを一体化した計画とする方向で考えております。これを踏まえましてご審議いただければと思ひます。

では、これからの議事進行につきましては、千葉県行政組織条例第32条第1項の規定によりまして、小賀野会長にお願いしたいと思ひます。よろしくお願ひいたします。

【小賀野会長】 おはようございます。よろしくお願ひいたします。ただいま部長さんからのご挨拶、それから進行の菅谷さんからのご説明にありましたように、皆様のお手元に、一枚物ですけれども、「千葉県消費生活基本計画について（諮問）」というものが配付されているかと思ひますが、本日はこの諮問を踏まえて審議をしていただければと思ひます。

3. 議事録署名人選出

【小賀野会長】 初めに議事録署名人の選出でございますが、議事運営規定により、私から指名させていただきたいと思います。議事録署名人を石田委員、小田川委員のお2人をお願いしたいと思います。石田委員、小田川委員、よろしいでしょうか。

〔「はい」と呼ぶ者あり〕

【小賀野会長】 ありがとうございます。

4. 議 題 等

(1) 次期千葉県消費生活基本計画（第3次：H31～H35）の策定に向けた現状と課題の整理について

(2) 県内市町村との意見交換会における主な意見について

【小賀野会長】 それでは、本日の議事に入りたいと思います。議題の（1）が次期千葉県消費生活基本計画の策定に向けた現状と課題の整理について、議題の（2）が県内市町村との意見交換会における主な意見についてですが、これを一括して事務局からご説明をお願いいたします。

【二川室長】 県の消費者安全推進室の二川と申します。私のほうからご説明させていただきます。まず、皆様のお手元に資料1ということでA3判の一枚紙を配付させていただいております。こちらが次期計画の策定に向けた現状と課題ということで、私どもで整理させていただいているものでございます。まず現状と課題をよく認識することが計画の策定の出発点になろうかと思っておりますので、そこで、県が今どういう考えを持っているのかということをご説明させていただきたいと思っております。

まず、現況ということで、1から5まで区分分けしています。まず1、高齢者の消費者被害の状況ということでございます。表をご覧くださいののですけれども、相談件数につきましては、ここ数年、4万件程度で推移をしまして、これは人口1,000人当たりの相談件数、下に書いていますけれども、大体6から7という数字で、横ばいで推移をしているということでございます。

この内訳を年齢別に見ますと、60歳以上、10年前の平成20年度は、1,000人当たりの相談件数は6.5という数字でございました。その下が60歳未満ですけれども、60歳未満の1,000人当たりの相談件数は6.8ということですので、10年前は高齢者の相談割合が、それ以下の年齢層の方の相談割合を下回っていたという状況です。これが現在、平成25年度、26年度、27年度、28年度と、60歳以上の相談件数のポイントが大体8%から7%台後半ぐらいで推移をしています。他方、60歳未満のほうは6%台で横ばいで推移をしているということでございます。10年前は高齢者の相談の割合が相対的に低かったわけですけれども、これが23年度を境に逆転いたしまして、今は1,000人当たりの相談件数は60歳以上の高齢者の方のほうが高いという状況になっております。

その下の表ですけれども、年代別の相談件数と人口構成との対比ということで、もう少し細かく年齢を分けてデータを整理してはいますが、黄色で色をつけておりますが、一番下ですが、県の人口の割合、60歳代、70歳代、80歳以上ということで、3区分を足しあげますと31%です。60歳以上の方の人口というのは、県の人口に占める割合は31%になってございます。その上の相談割合を見ますと35.3%ですので、人口の割合に比べて、やはり相談件数は、高齢者の方のほうが相対的に高いという状況が見てとれるかなと考えております。

その下ですけれども、認知症等の高齢者に関する相談件数ということで、等という中には障害者の方が入るわけですが、これを見ますと、65歳以上はこういう相談件数で推移をしているのですが、その下の相談される方と契約をしてしまった方、同一の数字が上にありますけれども、契約をしてしまった方以外の方が相談をしてくる、契約書が相談者と異なる、この割合が非常に高くなってございます。当然と言えば当然ですけれども、認知症の方はご自身では被害に気づかなくて、その周りの方が気づいて相談をしてくるという傾向が見てとれると考えております。

次に、その右隣、2番です。今度は若者の相談状況です。これも十分ご案内かと思いますが、20歳、成人を境に相談の件数が非常にね上がるというような傾向でございます。上のグラフですけれども、15歳から19歳につきましては、1,000人当たりの相談件数は2.5ポイントですけれども、これが20歳から24歳になると5.8にはね上がるということです。これはもちろん成人を境に契約の当事者となれるということから、悪質事業者がこの辺をターゲットにしているのではなかろうかと推測できるわけですが、ご案内のように、部長の挨拶にもありましたが、今国会に民法の改正案が提出されておまして、成人年齢が20歳から18歳に引き下げられるということですので、この20歳から24歳というところが、18歳、19歳というところにスライドしてくるだろうと推測できるわけでございます。

次に、その左下です。3番ですけれども、悪質事業者等に対し金銭を支払った相談者数の推移のデータを整理してはありますが、一番下に、既払額の合計という数字を紹介させていただいております。既払額というのは、相談者が、私、契約してしまいました、その契約の額は幾ら幾らですという、既に支払ってしまった額を足しあげた数字でございます。一概にこの数字がイコール被害額というふうには断定できないわけですが、この数字が28年度で約104億円になってございます。その吹き出しのところに参考ということで書いてありますが、いわゆる電話de詐欺の被害額は平成29年で約31億円ということですので、この既払額というのは非常に大きな数字、全てが被害とは言えないまでも、非常に大きな規模の数字というふうに認識をしてございます。

次に、その右隣、4番でございますが、商品やサービスに対する被害等を受けた者のうち苦情の相談をした先のデータです。国民生活センターのデータですけれども、グラフを見ていただければわかるように、被害等を受けたものの、「どこにも相談したり、伝えた

りしなかった」という方の割合が一番多く40%となっています。10人に4人の方は、被害を認識していても、どこにも相談をしない、行動を起こせていないという数字になっています。ちなみに、消費生活センターなど行政の窓口相談したというのが真ん中ぐらいにございますけれども、2.8%です。

次に、その右隣、5番でございます。持続可能な社会の形成に向けた動きということで、まず国際社会の動きです。ご案内かと思えますけれども、国連サミットで、いわゆるSDGsという国際目標が採択されまして、これに我が国も入っているわけですが、幾つかの目標項目があり、その目標12というところで持続可能な生産消費形態を確保するというゴールが定められております。これは国際社会の動きでございます。これを受けまして、国のほうでも、本年度の4月に消費者庁のほうの倫理的消費調査研究会が取りまとめを行っておりまして、いわゆる消費者市民社会、倫理的消費の動きを進めていこうということでございます。価格の安さのみを追い求めるのではなく、環境や人にやさしい消費行動をとることが重要であるという取りまとめをしています。

私ども、現状ということで、いろいろなデータですとか動きを整理させていただく中では、この5つが次期の計画を策定するに当たって踏まえるべき主な現状だろうと考えています。

これを受けまして、課題の整理ということで、右側の四角囲いですが、1番は高齢者の問題でございます。高齢者の被害の防止に向けては、ご本人もそうですけれども、周りの地域のさまざまな主体が見守っていく体制というのをどう強化していくのかということが課題であると認識をしています。

2番目は、今度は若者の問題でございます。非常に大きな民法の大改正がございます。これを踏まえまして、若者に対する消費者教育のアプローチが重要になってこようかと考えています。

次に、3番ですが、悪質事業者等への既払者、既払額は依然高水準で推移ということで、これは引き続きということになりますが、事業者に対する指導の強化に加えまして、消費者関連法の事業者への周知が必要であろうと考えています。私ども、実際に行政指導を事業者に対してやっているわけですが、その中では、事業者のほうから、そもそも特商法の存在自体も知らない、消費者契約法も何のことだかよくわからないというような事業者の方もいらっしゃるのが事実でございます。こういうものに対するアプローチも課題かなと考えています。

次に、4番、先ほどご紹介しましたが、被害を認識していてもどこにも相談しない、相談できていないという方の割合が40%という高い数字ですので、やはりこれも相談窓口が身近にあるという存在を周知していく、また、消費者センターに相談するとこういうことが行えるというような機能についても知っていただくような取り組みが必要ではないかと考えています。

最後、5番ですが、持続可能な社会の形成に向けて、国際社会や国の動きが加速

化している中で、県も、地域レベルで動きをあわせて行うことで重層的に消費者市民社会に向けた動きを加速化していくという取り組みが課題になってこようかと考えております。

以上が資料の1になります。

引き続きまして、資料の2をご説明させていただきます。

部長の挨拶にもありましたけれども、1月から2月にかけて県内の市町村、また相談員の方をブロック別に分けまして意見交換会をしてきました。さまざまな意見をいただいております。また、都市部と郡部とでの地域差というものも実感して帰ってきたわけでございます。主な意見のポイントを3番に書いてありますけれども、多かったのは、以下の3つに集約されるかと思っております。

1つは、消費生活相談窓口の周知ということです。どの市町村も様々な取り組みをいただいているところですが、県と市町村の役割分担という観点では、市町村にはなくて県が持っている権限というのは、先ほど申し上げました行政指導あるいは行政処分を事業者に対して行うことができるという権限、これは市町村にはなくて県が持っている権限ですが、我々、そのよすがになるのは、市町村のほうで相談をきめ細かく受けとめていただいて、その相談情報をもとに事業者を抽出して指導していくということになりますので、やはりこれは市町村のほうで、現場の最前線で相談をよく拾い上げていただきたい、そういう希望もございます。各市町村では消費生活相談窓口の周知のために様々な取り組みをなさっているわけですが、その中で意見が出ましたのは、先ほどの説明の繰り返しになりますが、ただ消費生活センターがあります、何曜日から何曜日まで開設しています、電話番号はこうですと書くだけではなくて、センターに相談すれば事業者のあっせんまでできるんだと、そういうような機能も含めて、市政だより等々で周知していくことが大事なのではなかろうかというもの、あるいは、県と市町村でタイミングをあわせて周知をしていくようなこと、あるいは、市政だより等、年間を通じてシリーズ化をして、毎月発行されるものの一部分を毎月いただいて、12回のシリーズ物にして広報していくこと等々、いろいろな意見が出たところでございます。

次に、その下ですけれども、消費者教育の推進でございます。これまでも国の交付金等を活用して消費者教育を徐々にやり始めてきている市町村が増えつつあるという中ではございますけれども、これも先ほど部長の説明にありましたが、その交付金が来年度、今年度に比べますと3割ぐらい減額をされるという見込みの中で、各市町村においては、その減らされた交付金を優先的に何に使うかという、どうしても相談員の人件費に優先的に振り分けなければいけないという中で、消費者教育を今まで積み上げてきたものが、なかなかそちらまで回らなくなってくるという懸念の声が上がっております。また、これに関して多かったのが、教育委員会との連携ということでございます。学校と連携して消費者教育をしたいけれども、なかなか学校現場が忙しいとか、そういう声も多く上がっているところです。

最後に、消費生活相談員の関係ですけれども、これも特に郡部のほうの自治体では、相

談員さんが何らかの形で辞められて補充をしなければいけないというときに募集をしてもなかなか手が挙がってこないという声が上がっております。あるいは、絶え間なく法改正等がありますので、相談員は、資質向上のための研修などが必要であるけれども、一つの市町村単位だとなかなか難しいので、それは県のほうでまとめてやっていただきたい、あるいは、県で相談員を対象とした研修をやるときに、県のセンターは船橋にあるわけですが、船橋だとなかなか行きづらいので、これを地域で巡回してもらえないだろうかという声も上がっているところです。こうした現場の意見を次期計画の中には十分取り込んでいきたいと考えています。

以上で、私どもからの説明を終わらせていただきます。

【小賀野会長】 ご説明、どうもありがとうございます。委員の皆様からただいまのご説明に対してご意見とかご質問をいただきたいのですが、いかがでしょうか。お願いします。

【岩井委員】 岩井です。私から何点か質問をしたいのですが、資料1の現況の4のところですが、そんなに相談をしていないということなのですが、私は弁護士で、これは弁護士が全く入っていないところなのですが、「その他の所に相談した」が2.6%ですけれども、この内訳はわかりますでしょうか、これがまず1点です。

【二川室長】 申し訳ありません。内訳までは確認してございません。

【岩井委員】 わかりました。次に、資料1で、課題の整理の2です。若者に対する消費者被害防止対策の強化というところですが、これ、現状で、県としてはどのような取り組みをしているのか、ご教示ください。

【二川室長】 若者に対するということで、先ほども申し上げましたけれども、学校教育の現場にどう消費者教育の取り組みをアプローチしていくかということは、一つの肝だと思っております。そういうこともあって、まず、学校の教員を対象に、消費者教育の重要性であるとか、あるいは消費者教育をする場合にはこんなやり方があるというような、まず学校の教員向けに研修をしていくということが一つございます。これは県の総合教育センターという教員の研修機関がありますが、そこを会場にしてやっているわけですが、学習指導要領が変わりまして、消費者教育が指導要領の中に入ってきたこともあって、今私が申し上げました研修の参加者が昨年度は少なくとも2次募集とか追加募集をかけたのですが、今年度に関しては募集したらすぐ定員が埋まってしまっていて、学校現場のほうでも、そういう指導要領のこともありますし、民法改正の動きなどを踏まえて、だんだんそういう機運が高まってきているのかなという気がしております。もう一つは、出前講座という形で、県の消費者センターの相談員が出かけて行って消費者講座をさせていただいておりますけれども、これについても学校に行く機会がございます。

【岩井委員】 その点に関しまして、もう1点だけ。消費生活センターの方々の出前講座ということですが、実は弁護士会のほうでも、船橋のほうで、年間12校、小学校で出張の授業をやっています、こちら辺、例えば弁護士会と県がタイアップしたり、弁

護士会と消費生活センターがタイアップして県が後援みたいな、そういうことは考えたことありますでしょうか。

【二川室長】 現状、そういうことについて具体的に検討を進めているという状況ではございませんが、これからこの課題整理に基づいて次期計画の中でアプローチの強化が必要だという認識はありますので、ぜひ、それは具体的に一緒に検討させていただいて、何らかの形でできれば、私どもとしても大変いいなと思っております。

【岩井委員】 わかりました。

【小賀野会長】 石田委員、どうぞ。

【石田委員】 次期計画につきましては、千葉県消費生活基本計画と消費者教育推進計画を一緒にと考えているというお話だったかと思うんですが、現状を踏まえた課題の整理の中に、消費者教育に関しては、内容としては薄いのではないかと感じたところです。相談員さんとの意見交換会においても、相談員さんのところで、教育委員会での理解とか協力ということで、その働きかけが必要ではないかという内容が入っていましたのと、実際に現状で先生方にお伺いすると、消費者教育を現場で行っている先生方は8割以上ですか、数字ははっきりしないんですけども、そういうお話も聞いております。そういう一方で、例えば若者の被害という、キャッチセールスなどは現在ではそれはかなり減ってきてまして、SNSを経由したり、若者自体が実際契約ということをきちんと理解していなくて、皆さんお聞きになったことがあるかと思うんですけども、荷受け代行をご存じと思いますが、一旦どこからか送られてくる荷物を受け取って、それを転送するだけで収入になるというようなものなのですが、それは詐欺の片棒を担いでいるようなものなんですね。そういうものを単なるバイトと思ってやってしまうという、そういう相談の現場で起きていること、あと、情報の正体、SNS上だけで相手が見えない相手に対して、投資情報とか、そういうようなものにお金を払ってしまう、それも、お金がないという学生さんなどと、消費者金融で借りれば学生ローンもありますので、そういうところで借りればできると言われてしまって、ああ、そうなんだということで、相手が見えないようなところに消費者金融で借りたお金を払ってしまう、最終的に見えないまま終わってしまうということで、消費生活センターでも救済のしようがないという事案もあります。

こういうことを考えますと、消費者教育ということが、現場の相談員と教育の現場の先生方との連携が本当に必要なんじゃないかと思うんです。単なる啓発講座ではなくて、教育の現場の中で契約というものはどういうものかということ伝えていく必要性があるのかなというのが、相談の現場の相談員さんたちの声ということで、多分この声の中に上がってきているのが教育委員会との連携みたいなものかなと思いますので、是非そういったものを、この現状を踏まえた課題の整理の中に加えていただきたいと思います。

【小賀野会長】 お2人の先生方、連携ということで示唆をいただいておりますけど、このA3判の資料は大変貴重で、いろいろな情報が含まれていて、ずうっと見ているといろいろなことが沸いてくるんですけど、千葉県弁護士会としても、こういう消費者被害の

統計といますか、実態は何かまとめておられますでしょうか。

【岩井委員】 相談件数等は多分データはあるんですけども、具体的にどういう相談かという細かいところまでは、生のデータはあると思うんですが、それを集約等はしてないと思います。

【小賀野会長】 この審議会は各界、各分野からご参画いただいでいて、それぞれの会でも何か情報を、被害の実態とか把握されているかと思います。整理まではっていないところがあるかもしれませんが、そうやって複数から数字を寄せ集めてくると、より全体的な姿が見えるような気が今ご発言で見えましたものですから。では、お願いします。

【梅田委員】 今のことと直接関係ないですけども、間接的には関係あるかもしれませんが、現状の消費者相談件数ですか、現況の1のところですけども、数字の上だけで、この数字をどういうふうに評価するかというのは非常に難しいところがあると思うんです。この消費生活基本計画でも、相談件数を増やすという、相談件数が増えるということが、必ずしもそれは被害が増えるということではなくて、危ないから、わからないけどちょっと相談してみようという、その種の相談というものはあり得ると思うんです。したがって、その辺の質的なものを、今先生のおっしゃったことに関係するんですけども、相談の内容とか質をどこまで読み取るかというのが大事だと思うんです。県としては相談件数を増やしていくというときに、それは必ずしも被害が増えているということではないんだよという、この辺の見極めといますか、それをどういうふうに区別していくかというのは一つ課題としてあるかと思います。

【小賀野会長】 相談の質についても着目することが有益だ。被害額は100億円というので、高止まりでしょうか、非常に高いところが示されています。他にいかがでしょうか。三宅委員、お願いします。

【三宅委員】 質問ですけども、現況の4番のアンケート結果だと思うんですけども、その中で4割の方がどこにも相談したり、伝えたりしなかったとお答えになっているというふうに出ているんですが、多分それを踏まえて、課題の整理の中で、周知徹底、相談窓口となる消費者センター等の存在の周知とあわせというところになっていますし、相談員の方々からの意見の中でも周知徹底の大切さというのは出ているんですが、この4割の方々が何で相談しなかったのかというのは、それは聞かれているのでしょうか。

【二川室長】 その点、非常に重要だと思っておりますが、ただ、国民生活センターのこの統計ではそこを掘り下げた設問がないものですから、なぜなんだというところまで分析統計がないということでございます。

【三宅委員】 何となく、4割もいらっちゃって、これだけ別に新しい仕組みではないですよ。消費者センターの相談員の方々というのは、何年も相談をされており、純粹に知らなかった、どこに相談していいかわからなかったということなのか、何かほかに相談できにくい理由があったのかなと思ったりして、もしかしたら、地方の相談員の方々の懇談会や意見交換会の中で、実際に相談された方が、実はここに来るまでの間に1年間か

かったという人も多分いると思うんですけども、何でそうだったのかみたいところを掘り下げると、もう少し早い段階で対応できる体制をどうやってとっていくのかみたいなものも話せるのかなというふうに感じました。

【小賀野会長】 大変貴重なご意見で、先ほどの相談の質に絡んでくるころだと思えますけれども、この40%という数字は、被害を知っている、認識した方の内の40%という意味ですか。

【二川室長】 そうでございます。

【小賀野会長】 そうすると、もともと認知症等で自分が被害を受けていることそのものを知らなかった方々は、そもそも相談にも行ってないわけです。そういう方も数に入ってくるようになりますか。

【二川室長】 はい。

【小賀野会長】 他はいかがでしょうか。どうぞ、小田川委員。

【小田川委員】 現況の2番の相談状況の表現の仕方ですけども、今後の課題の整理のために必要になるのかなと思いますが、成人年齢引き下げが今後懸念されるわけですので、年齢の件数のまとめ方を少し検討していただければと思います。国センにあわせて15歳から19歳、20歳から24歳、25歳から29歳ということで区切っていると思いますが、15歳から19歳と20歳から24歳のところが、成人年齢引き下げの変化というのが、今でさえ顕著に変化が表れていますので、今後成人年齢引き下げに至ったときに、18歳から20歳、21歳、その幅のところの変化というのも今後見たいと思いますので、今後の表のまとめ方も少し考えていただきたいと思いました。

【小賀野会長】 いろいろ細かいところがだんだん知りたくなっていくということですね。はい、よろしくお願ひします。

【大森委員】 2つ質問させていただきたいと思います。資料1の現況の3のところの悪質事業者等に対し金銭を支払った相談者数の推移というグラフがあるんですけども、これは被害額と実際イコールとはならないようなご説明をいただきましたけれども、この悪質事業者という言葉の置き方というのは、イコール処分業者という考え方でいいのですか。

【二川室長】 いいえ、そこは違います。

【大森委員】 それはイコールではないのですね。

【二川室長】 イコールではないです。

【大森委員】 というと、幅が少しあるということですね。

【二川室長】 あります。

【大森委員】 処分をされた以外の悪質事業者の定義というのは、どんなところを言っているのでしょうか。

【二川室長】 これは、相談者の方の受けとめ方にもよるんですけども、相談者の方が相談されたときは、自分はだまされた、被害に遭っているという前提で相談される方が多

いので、確かにここはそれをもって悪質と定義していいのかどうかというのは議論があるところだと思うんですけども、まず相談者の方にとってみれば被害を受けた、あるいは迷っているというようなことをもって悪質事業者という言い方をここではさせていただいています。

【大森委員】 ということは、申し出がある立場の方からの内容でもって聞き手が判断をし、こういう表で出てくるという理解でよろしいですか。

【二川室長】 はい。

【大森委員】 もう一つ。資料2のほうの主な意見のポイントで、大変整理されている資料だなと思いました。その中で、先ほどご説明の中に、市町村の方たちが、単に相談窓口があるとか電話番号を周知するだけでなく、あっせんをしているんだということを言っていくべきだということですけども、現場では、苦情が上がってきたとき、例えば解約をしたいというとき、そういうあっせんを事業者と相談者の間に入って行うあっせんを指してあっせんをしているということを周知せよ、そういう趣旨ですか。

【二川室長】 はい、そのような趣旨で捉えております。

【大森委員】 そうすると、例えばこの表の3番の主な意見のポイントの一番下にある消費生活相談員の資質向上の中に書いてある、2つ目の丸に相談員を募集しても応募がない状況であるというのは、そのあっせんの業務というのは大変難しいというふうに最近されているんです。あっせんをしないというところも最近出てきているというのを私は聞いているんですけども、そのことと、この応募してこないというのはパラレルになっているのか、ちょっと気になる部分でした。

【小賀野会長】 数字とか、こういうものの評価のあり方とか、客観性とか、そういうご指摘をいただいたかと思います。ご意見がたくさん出ておりますけれども、他にありませんか。

【石田委員】 済みません、1つ。

【小賀野会長】 どうぞ。まだ時間ありますので。先に、石田委員。

【石田委員】 済みません。現況の3番に、悪質事業者等に対して金銭を支払った相談者の推移が載っているんですけども、消費者白書の29年版の中で、高齢者が支払った金額と60歳未満の方が支払った金額が倍になっているという統計資料があるんです。そうすると、高齢者がいかに多額な金銭をそういうところに出しているとか、また、気がつかないままに次々に高額を支払っているという実態が見えますので、もし県で可能であれば、そういうものが出てくると説得力がというか、高齢者の見守りがいかに大切かというのが非常にわかりやすいのではないかなと思いました。

【小賀野会長】 恐らく弁護士の先生方等は日ごろの業務の中で感じておられたり分析されていると思いますけれども、そうやって特に高齢者で多額の被害を受けている方の事例を詳細に分析することも必要ではないかと思います。他に、石橋委員お願いします。

【石橋委員】 千葉県の連合婦人会なんですけど、メンバーは40代から70代ぐらいまで

頑張っていて、メンバーは多いんですけども、消費者センターの方に依頼して、そういう実態とかを総会の後の講演会に際に講習していただいたことがあるんです。そうしますと、私は九十九里ですけども、おひとり暮らしの方の配食のお手伝いですとか、見守り隊ということで、例えば災害のときに皆さん把握できるようにということで、つながりを普段つくっているんです。そのときに、お弁当を持っていったときに、普段変わったことないというときに、実はこういうわけでひっかかりそうになったのよとか、オレオレ詐欺とか、そういうお話を聞いたりするんです。でも、私たち、こういう消費者のいろいろな指導のこととか、そういうかかわり合いが、幅広く知っているんですが、講習をもう少し設けていただいて、みんなもう少し専門的に知識があると、もう一つ深いところに踏み込んで、ふだんのおひとり暮らしの方は、ちょっと認知症のある方もあるし、地域で、身内の方がふだん余り来ない方とかが多いですので、そういう方は被害を受けることが多いので、私たちの団体は、講習とか、もう少しそういう知識があると、もっと被害を少なくできるような、協力とかができるんじゃないかと思ひまして、講習をしていただいたときも、その場で、地域に帰ったら、また地域の部員の方たちに伝えてあげましょうというところで終わってしまうんですが、何かもうちょっとそういう機会があったほうがいいかなと思います。ご協力できるところは、何か拾えるところがあるんじゃないかなと思っていますので、よろしくお願いします。

【小賀野会長】 はい。きめ細かい対応というようなことだったかもしれませんが。拝師先生。

【拝師副会長】 まとめというようなものではないですけども、気づいた点を申し上げさせていただきますと、まず大前提として、1つは、県のほうで地方のほうに回られて、市町村の現場の声を聞かれているという取り組みについては非常にすばらしいと思っています。同じ意見を聞くにしても、県に集まってもらって、皆さん来てくださいとやってやるのと、県が出向いていくのとでは全然受けとめられ方が違いますので、県の熱意というか、一生懸命市町村の実情、意見を聞こうという姿勢が表れるという意味では、すごく大事なことをされていると思っています。

それから、資料1の現状を踏まえた課題の整理、後でまた補足でもう少し加えていただきたい点もあるんですけども、基本的な整理の仕方としては、こういう形で、よく整理されていると思ひまして、特に、消費者被害は多様なものがあるわけですけども、最近の大きな傾向としては、一つは高齢者をターゲットにした悪質商法に対してどうするかという問題と、もう一つは若年層に対してどうするか、傾向としては二極化している部分があるところに対して、また別立てにきちっと分けてやられているところはいいいのかなと思っています。

その上で何点か申し上げさせていただくと、まず、成人年齢引き下げに伴う若年者に対する消費者被害防止対策の点ですけども、若者のふだんの生活というのはかなりスマホ等に依存して、情報をそこからかなり取る、その中でトラブルに遭うということもありま

すし、それから、何かトラブルに遭ったときに、スマホで情報を取ってそれで解決しようとする傾向があるというのは、消費者白書などでも傾向として出ているわけです。ですから、被害予防という観点でも、まずは、そういう若者がふだん接しているスマホ、ネットとかSNS等にきちんと被害予防のための情報を載せる。それから、何かトラブルに遭ったときに、どうやったら対応できるかというのを検索をかけて若者が探しますから、それに対して対応できる情報もまた載せるという形で、SNS等の若者が使っているツールにあわせた情報発信をすることが非常に重要ななと思っています。

それから、3番目の悪質事業者等への指導強化等ということですがけれども、県のほうも警察のOBの方とか採用されて、ここはかなり力を入れて頑張っていると思うんですけども、県だけではどうしても処分件数等に限界があるところだと思っています。それで、一つは、適格消費者団体という制度があって、千葉でもまだ適格認定を受けているところはありませんけれども、恐らく年内あたりに適格認定を受けて活動が始められるのではないかというふうに思っているんですけども、そこの支援もきちんと県としてもやっていくことで、初めて県とそういう適格消費者団体、民間ですけども、そこがタイアップして幅広く事業者に対する対応ができてくると思いますので、そこの視点はぜひ入れていただきたいと思っています。

それから、4のセンターの周知の問題、現状認識としては、おっしゃるようにセンターの名前を知っていても、何をしてくれるのかわからないので行かないとか、あるいは、自分の受けたトラブルみたいな、本人からすると、自分も落ち度があるかもしれないし、こんなことでセンターみたいなところに行ってしまうといいのかなという躊躇もあるやに聞いていますので、その辺の敷居を低くするという取り組み、機能も含めて周知して、敷居を低くするということが大事だというのはそのとおりですけども、1の見守り体制にもかかわるんですけども、広報といってもやり方がいろいろあって、パンフ、チラシをつくって配るとか、ネット配信するというのも大事ですけども、やはり口コミで広げていくということも実は地域の強みとしてはあると思っています、それが地域連携ということだと思ってしまうんですけども、消費者安全確保地域協議会、基本的には高齢者の見守りができるような仕組みとして法律で用意されているわけですけども、実はそれにとどまらず、センターの周知とか、何かあったときセンターにつなぐとか、トラブルに遭った後もそうだし、予防的な情報をセンターに気軽に聞いてみるというような、つなぎ役としてそういう地域の団体に意識を持ってもらって口コミで広げていく、そういう機能もありますので、4番目で効果的な広報というふうに書いてあるんですが、広報の意味合いとして、そういう地域連携体制の構築ということも含めて考えていただくと、より地に足の着いた形でのセンターの周知とか身近感みたいなものが出てくるのかなと思っています。

それから、5番目の消費者市民社会ということですがけれども、消費者市民社会という言葉そのものが割と新しい言葉で、まだまだ一般の消費者の方には馴染みがない言葉かと思ってしまうんですけども、この米印で書いてある消費者市民社会の説明が少し狭いのかなとい

うふうに思っています、私としては、簡単に言ってしまうと、みずから考え行動する消費者が社会を担っていくというような、もう少し広目の発想で捉えています。ですから、ここでは自分がこの商品を買うことがどういう影響を与えるだろうかと意識して行動するという、購買だけに限られているように読めるので、消費というのは、もちろん物を買うというのが端的にはわかりやすい例ですけれども、それ以外に、そもそも悪質商法に遭わないようにするというのも、実は消費をフォローすることになるし、それ以前に、生活の安全を確保して、消費者というか、生活者として安全に生活できるということも大事な消費の前提事項です。その前提事項をどうやったら確保できるかということを考えて、一緒になって消費者被害のいろいろな予防等に参画していく、あるいは制度そのものについても勉強して意見を言っていく、その実現のために行動していく、そこも含めて消費者市民だというふうに理解をしていますので、ここはもう少し広目に捉えていただいたほうがよろしいかなと思います。

それとの関係で、大項目としてぜひ入れていただきたいのは人材育成ということでして、地域を回られた中でも、相談員の担い手がいないという声があるということで、これ自体切実な問題だと思うんですけれども、先ほど石橋さんはすごく重要なお話をされたと思うんですけれども、一般の消費者の方の中にも非常に意識の高い方はたくさんいらっしゃって、その方々が継続的に消費者問題に関心を持って地域とセンターの間でいろいろと活動してくれるようなことができる、先ほども申し上げた地域連携も円滑に進むし、そういう活動そのものが消費者市民としての活動だというふうに理解しているんです。それをどういうふうに育てていくかということは非常に大きな課題でして、そういう人材を育てていくと地域連携もうまくいく、センターの周知もうまくいく、消費者教育という視点でも、地域の現場でセンターのお手伝いをしてやってくれるということができるようになるし、そういう分厚い層ができてくると、相談員の担い手もまたその中から出やすくなってくる、そういう関係にありますので、単年度では決してできないことですが、計画的にそういう人材を県の中で育てていくということ、是非項目として入れていただいて、それに県がどういう役割を果たせるのかということを検討していただければと思っています。私の気づいたところは以上です。

【小賀野会長】 総合的にいろいろな視点から有益なご助言をいただけたかと思います。この審議会は消費生活を、主として被害防止というあたりに中心を置いて計画を立てようというところですが、他方で、高齢者の財産はたくさんあるわけで、それを有効に活用していこうという経済社会のダイナミックな発展という視点もあるわけでして、そういう経済社会の日本は今あらゆる活動が停滞して、企業も内部留保をいっぱいためているわけですが、そういう資産を有効に適正に活用していこうという視点も一方ではありまして、この審議会の範囲には入らないかもしれませんが、そういう経済活動の適正な活性化という視点も視野に入れながら、しかしここをまとめていくという、そういうバランスも必要ではないかという感じがしております。

もう一つは、これは個人的な意見ですけれども、消費者関連法、民法の特別法でつくり上げている関連法というのが、民法を1階とすると、2階、3階という言い方で整理されることもありますけれども、全体としてもかなり複雑になっていますので、高齢者の方がこういう被害対応の細かい事柄を理解するのはかなり難しいところが出てきています。恐らく、この消費者関連法をうまく理解をして適用できるのは弁護士さんぐらいしかおられない状況になっていて、これはますますそういう傾向が見られるわけですが、消費者教育とか、こういう計画を立てるときには、もう少しわかりやすく、消費者被害というのはどういふものか、先ほど悪質事業者についてのご発言がございましたけれども、悪質というのはどういふものなのかというような、本当の入門的なところに立ち返って計画を立てていくということが重要ななと思っております。

この最初の議題についてはいかがでしょうか。後藤委員、お願いします。

【後藤委員】 今さらながらですが、今、消費者被害ということで伺っていると、これはみんな金銭的なことばかりですよ。私たち消費者は、生まれてから死ぬまで、物なりサービスを買ってということを考えて、今、病院とか、老人ホームとか、契約してサービスを買うということでいけば、認知症の人などは、扱い、これは福祉なのか、人権なのかということで、こちらでは取り扱わないということになっているのかもしれないですけども、かなりひどい扱いを受けても、認知症の方というのは、あざをつくっていても、「どうしたの」と聞いても、わからないんですね。周りの看護師さんがいらっしゃったとき、「ご存じありませんか」と言っても、「知りません」という答えが返ってくるんですね。そういうのも物を、あるいはサービスを購入という契約をして入っているところでは消費者被害になるんじゃないかと思うんですけども、こういうのは全部警察のほうに扱いは行くので、行政のこちらのほうでは扱わないというふうになっているのでしょうか。

【二川室長】 今お話しいただいた内容の相談がセンターにあれば、それは当然センターのほうで対応させていただきます。

【小賀野会長】 先ほど来、連携の重要性を指摘していただいていますけれども、こちらで受けとめて、そこで対応できないときは、つなげていくということが必要になってくるのかもしれないですね。

【後藤委員】 実際に今までそういう事例ってありましたか。余りないですか。

【二川室長】 事例、実際にいただいている場合ございまして、そのときには関係機関にご紹介するようなことで、事例としてはございます。

【小賀野会長】 拝師先生のおまとめにもありましたけれども、消費者市民社会という考え方の中に環境問題なども含まれています。それから、消費と社会福祉というのは密接に関係していますので、こういうあたりの実質的な連携といいますか、先ほどご発言もたくさんいただきましたけれども、そういうあたりもできるようなものが出来上がるというふうな気がいたしますけれども。

それでは、時間をここで使ってしまいましたので、次のほうにとりあえず移らせていただいて、またもしありましたらお願いしたいと思います。

(3) 次期「千葉県消費生活基本計画」策定スケジュール（素案）

【小賀野会長】 議題（3）は次期「千葉県消費生活基本計画」策定スケジュール（素案）ということです。これについてご説明いただけますでしょうか。

【二川室長】 資料の3、A4の一枚紙をご覧ください。真ん中に審議会等という欄がございます。これが軸になってこようかと思いますが、こちらをご覧くださいますと、平成30年3月、今日ですけれども、平成29年度の第1回の審議会ということで、新計画の策定に向けたキックオフをさせていただいたということでございます。ここでまず現状と課題を整理させていただきまして、今日、皆様方からいただいたご意見も踏まえて再整理をして、その上で新しい計画の大きな方向性を検討していきたいと考えています。

平成30年7月、30年度の第1回の審議会のほうに新たな計画の方向性と体系図、骨格を提示させていただきたいと思っております。また審議会でいろいろなご意見をいただきまして、それを踏まえまして原案のほうに移っていくということでございます。

平成30年11月ぐらいを目途に計画原案を第2回目の審議会で提示できればと考えています。

原案が整いましたら、これは県の決まり事ですけれども、パブリックコメントということで、県民の皆様のご意見をいただく期間というのが1カ月程度でございます。

それを踏まえまして、平成31年3月に本審議会から答申をいただき、パブリックコメントでいただいた意見も踏まえて、最終形に仕立てていきたいと考えてございます。

平成31年4月に計画ということで公表ができればというふうに考えております。以上です。

【小賀野会長】 本日諮問をいただきましたので、これでこのスケジュールに乗り、来年の3月に答申という流れですが、これについてはいかがでしょうか。特によろしいですか。

(4) 「千葉県消費生活基本計画」（第2次）の主な取組（H29）について

【小賀野会長】 そうしましたら、最後の議題の（4）「千葉県消費生活基本計画」（第2次）の主な取組について、事務局からご説明をお願いいたします。

【二川室長】 資料の4、何枚かつづつてございますけれども、現行進んでいるものうち、主な取り組みをご報告させていただきます。5点ほど挙げてございます。ポイントだけ説明させていただきたいと思います。ページをお開きいただきまして、2ページをご覧ください。

まず、高齢者の消費者被害防止に向けた見守り講座の実施ということで、これは新しい

計画でもさらに力を入れてやっていかなければいけないということですが、今、現状でも取り組んでおりますので、ご紹介させていただきます。これは、簡単に言えば、地域で見守りを行う方を対象にした講座でございます。実施概要に書いていますけれども、10地区、10回程度、これも各地域を回り講座を開きまして、例えばケアマネージャーの方であるとか、町内会の方であるとか、民生委員の方であるとか、こういう方々に働きかけましてご参加を募りました。

講座でどんな内容の話をするのかということですが、大きくは3つございます。

(3)の①から③ですが、まずは、高齢者、障害者の消費者被害の現状をよく認識していただくということと、2点目といたしましては、見守る際のポイントです、気づきのポイントと言っておりますけれども、そのポイントをご紹介させていただきつつ、気づいた場合には消費生活センター等につないでくださいという連携のお願いをしております。最後、3点目ということで、グループワーク、グループに分かれて実際にみんなでどう見守っていけばいいだろうかというようなフリーディスカッションをするという構成になっています。

次の3ページをお開きいただければと思います。先ほど拝師委員からもご案内がありましたけれども、人材をどう育成していくかという観点から、これも講座を設けております。消費者教育コーディネーター育成講座というふうに言っておりますけれども、これは意識の高い方にアプローチをいたしまして、一步踏み込んで相談員をやってみようか、あるいは自治体と連携して何かをやってみようかというような方々を主に念頭に置いているわけですが、講座を開催しております。

実施概要の3番のところをご覧いただきたいんですが、約100名弱の参加を得まして、例えば、これまでセンターのほうで消費生活講座ということでいろいろな学習会等を行っているわけで、これを受講した方、あるいは、先ほどの繰り返しになりますけれども、民生委員の方ですとか、あるいは、中には教員をリタイアして、何かをやりたいというような方も参加していらっしゃいます。

講座の内容ということでは、ここに3点まとめておりますけれども、1点目は消費生活に関する知識あるいは最新情報、2点目といたしましては、消費者教育の重要性、あるいは、どういう役割がコーディネーターに求められるだろうかということ、3点目は、グループ討議、グループワークをして自分たちで実際に考えていくという構成になってございます。

次の4ページをお開きください。消費者団体の活性化に向けたフォーラム等の開催ということで、県内に50弱ぐらい、いわゆる消費者団体が存在しており、さまざまな非常に有益な活動をやっていらっしゃってます。そういう団体の取り組みを県として後押ししていこうという事業でございます。

実施概要をご覧いただきたいんですが、まず1番ということで、フォーラムを、先月2月にイオンモールのほうで開催いたしまして、それぞれの団体の方の取り組みを発

表していただく、あるいはブースを会場に展開いたしまして、参加者の方と交流をしていただくというような活動しております。まず、県民の方に、消費者団体の存在と、その取り組みの内容をよく知っていただく、それをもって私も団体と連携して何かやってみよう、あるいは団体に入ってみよう、そういうような機運が醸成できればと考えて実施したものでございます。

2番、「暮らしのおまもり便利帳」というのは、フォーラムは一過性で終わってしまうような、そんなことにならないようにということで、このフォーラムに参加した団体も含めまして、県内の消費者団体の活動を紹介する冊子を作成いたしました。これを配付していくということでございます。

最後、3番はWebサイトですけれども、消費者団体によっては、独自のホームページが持てないとか、そういういろいろな制限がある中で、なかなか自分たちの情報発信ができないという団体もございますので、県がまとめてWebサイトをつくりまして、各団体の情報を発信していくというものです。

次に、4番でございます。戦略的な広報の展開ということで、消費者への注意喚起情報と広報の関係でございます。実施概要の(1)をごらんいただきたいんですけども、私ども、プレス発表、新聞に記事を取り上げていただくということは非常に効果的なのではなかろうかと考えています。①から④まで今年度実施してきたプレス発表を書いてございますけれども、これまでは、③行政処分をした場合、あと④、これは年に1回定期的にやっているんですけども、消費生活相談の概要、③と④については例年やってきたんですが、それに加えまして①、例えば総合消費料金が問題になっています、②仮想通貨も世界的に取り上げられている。こういうものを、タイミングをあわせまして、我々のほうからの注意喚起情報ということでプレスリリースをさせていただいて、いずれも各紙に取り上げられたということです。

(2)ですけれども、事業者団体と連携して広報ができないかということでございます。例えば若者に対する消費者教育とか、高齢者に対する消費者教育ということではいろいろな講座や場があるんですけども、例えば30代、40代の現役の、特に男性といいますか、そういう方々にどうアプローチしていくかということも一つ視野に入れまして、事業者団体が発行する広報誌や会報を活用してアプローチができないかということで、各団体を回りまして、①から④にあるような団体あるいは企業さんから連携のご承諾を得まして、広報していくということです。次に、最後の7ページをご覧いただきたいと思います。悪質事業者に対する行政処分等の実施状況について説明をさせていただきます。

表をご覧いただきたいんですけども、まず、一番下の、事業者数、処分・勧告ということで、本年度は1者に対しまして行政処分を行いました。これは昨年度ゼロだったんですけども、2年ぶりの処分を行いまして、これは業務停止6カ月というものでございます。

事案の概要を下に書いてありますけれども、これはリフォーム工事の訪問販売の業者で

ございました。いわゆる点検商法ということで、ちょっと排水管を見せてくださいとか、点検に来ましたという形で入って行って、これ直さないと大変なことになるよということで営業活動を展開していたという事業者です。

(2) の認定した違反行為のイの不実告知と書いてありますけれども、これは端的に言えば、うそを言っているということですが、相談者に聴取等をする中で、排水管にひびが入っているので取りかえたほうがいいというような、そういう相談でしたけれども、これは実際私ども建築士会とともに現場確認いたしまして、そのような事実は確認できないというようなことでした。これは不実告知という非常に重い違反行為になるわけですがけれども、実際にそういう事業者がいたということで、業務停止まで持っていったという案件でございます。

行政指導の件数に関しましては、平成28年度は24件でしたけれども、本年度3月末の予定で26件ということで、ほぼ昨年度並みということになってございます。以上です。

【小賀野会長】 ただいまの説明に対して、ご意見、ご質問をちょうだいしたいと思います。いかがでしょうか。どうぞ、委員さん、お願いします。

【梅田委員】 最後の悪質事業者に対する行政処分等の件ですけれども、質問したいのは2件ありまして、1つは、これは送っていただいた資料、今回配付された資料にはないんですけれども、この事業者の規模は結構小さなところで、6カ月の業務停止というので、一部ですか、あったとしても、これは廃業しなければいけないという形になるのか、あるいは6カ月経てばまた戻ることができるのかということです。そのときに、何かチェックといいますか、ちゃんとコンプライアンスとか、体制を立て直して市場に復活してくるということがあるのかということを確認したいことと、もう一点は、これも今回の資料にはないんですけれども、お送りいただいたものの中にあっただと思うんですが、この当該事業者に対する相談件数が、3年ぐらい2桁ぐらいの数で推移していて、それで29年度に業務停止という形だったと思うんです。なので、これをもう少し早い段階で業務停止という形を判断することはできなかったのかということをお尋ねしたいと思います。

【二川室長】 まず1点目に関してですけれども、6カ月を終了した段階で復活という形が可能になってございます。

あと、業務停止まで時間がかかり過ぎたんじゃないかというご指摘、私どもも真摯に受けとめていきたいと思えます。時間がかかるのは、1番は、相談者の方の相談の裏を取らなければいけないということがございます。先ほどの繰り返しになりますけれども、ひびが入っているというのは、これはきちんと確認をしなければいけないということだとか、あと、相談者が高齢者の方の場合、事情聴取は1回ではなかなか済まなくて、何度も足を運んで、周囲の方にも聞いてというところで多少時間がかかるんですが、ただ、かかり過ぎではないかというご指摘は真摯に受けとめさせていただきたいと思えます。

【小賀野会長】 ほかにいかがでしょうか。石田委員。

【石田委員】 消費者コーディネーターの育成講座はたくさんの方が参加していただいて

いるようで、また、消費生活相談員を目指す方の中には出てこられるかなというところで、ありがたいことだなと思っているんですけども、コーディネーターを卒業してというか、受けられて、その後、活動する場がないという声も聞くところですが、現在何かされているのかということが1点と、それと、今回のくらしのフォーラムで、各地域の団体さんがさまざまな活動をされているということと、あと、石橋委員からも有意義な活動をされているお話をいただいたということもありますので、例えばコーディネーターの方に、この地域ではこういうような活動があるというお知らせが行くと、ご自身でもそういう勉強をされて活動できるのではないかとことも考えましたので、実態と今後について伺いたいんですが。

【二川室長】 まず1点目ですけども、ご指摘のところ、我々も非常に課題だと考えております。実際の活動の受け皿をどうつくるかということで、これは市町村との意見交換のときにも、いろいろな市町村からの声が出て、県のほうからも問題提起をさせていただいたんですけども、現状は、例えば講座の修了者のリストをつくって、それを各市町村に提供しているというところで終わっていて、なかなかそのリストは有効に活用できていないという実情はございます。

2点目と絡んでくるんですけども、そういう方々に、消費者団体の活動内容をよく知っていただく、存在をよく知っていただいて、そこの団体に入って何かをやってみようか、なかなか一人で動き切れないというのは当然のこととして、一人でゼロから何か考えてやってみようかということよりも、既存のそういう団体の中に入ることが入りやすいというのは当然あると思います。「くらしのおまもり便利帳」は冊子としてつくりましたので、こういうものを講座の卒業生の方にお配りするという形で取り組めることができるのかなと考えてございます。

【小賀野会長】 ほかはいかがでしょうか。どうぞ、丸山委員、お願いいたします。

【丸山委員】 今の資料の5ページですけども、戦略的な広報の展開ということで、さまざまな団体と協力してこういう広報を展開されているということは、非常に前進といたしますか、評価できる中身ではないかと思えます。先ほどの議論と関係するんですけども、新しい計画の中でさまざまな団体との協力というのは当然出てくると思うんですが、できるだけ具体的に、例えば福祉団体というふうにくくりにするのではなくて、ヘルパーの団体だったらケアマネジャーの団体ですとか、老人クラブとか、労働組合、協同組合、個別の名前まで入れるということはできないんですけども、できるだけ具体的に列挙するような工夫をしていただければと思います。といいますのは、長年いろいろな組織にかかわってきた経験から言いますと、県の計画に自分たちの組織の身近な名前が出ていますと、その中で提起する場合に、県が我々の団体をこういう協力団体として位置づけてくれたということで、非常に提案がしやすい、いろいろな会議でも協力しようではないかという機運が作りやすいということがありますので、細かいことですけども、そんな工夫も是非していただければと思います。以上です。

【小賀野会長】 大変有益なご指摘をいただいたかと思えます。行政の計画の文章というのは昔からなかなか難しいという、そういう定番になっていますけれども、最近では徐々に行政の方々もわかりやすくまとめられているかと思えますが、この分野は特に住民、県民のそれぞれにかかわってきますので、計画の文章の書き方、具体性というあたりにも、より一層の配慮をしていただけるとありがたいなという感想を持ちました。ほかにいかがでしょうか。拝師先生。

【拝師副会長】 ご報告いただいた内容は、いずれも県としていろいろ精力的にやられていて素晴らしいと思うんですけども、先ほど石田委員がおっしゃったことは、私も全く同じように思っています。先ほども人材育成の話をしたんですけども、講座をやって終わりだと、その後全然つながってこないというものをどうするかというのは前々からの課題だと思っています。せっかくいろいろな講座をここまでやられて、参加者もそれなりに出てきているということですから、そうであれば、先ほどリスト作成まではやられているということなので、できれば事前に市町村なりと相談をして、具体的にこういう講座をやって、その方を後でどういう形で地域で活動してもらおうかというあたりまで相談した上でやってみるとか、もう一工夫あるとつながっていくのかなと。市町村のほうも遠慮がちにやられているところもあって、いきなりいろいろなことをお願いしていいのかなというのがあるので、その辺はいろいろ工夫の仕方はあると思うんですけども、例えば旭市さんは、できることをやってくださいということでサポーターを募集して、年に1回交流会みたいなものを作って、徐々に人が広がっていったというふうに聞いています。本当にできることを提案して、手を挙げてくれた人にやってもらうぐらいで初めはいいと思うんですけども、そうすると、いろいろと自分で地域の中で活動しているという実感も出てくるし、お願いされるとセンターとのつながりも出てくるので、少しその辺の工夫を是非していただけるといいかなと思っています。

あと、見守りの関係です。これもいろいろな地域でやられているというところは視点としてはいいなと思っています。それなりに参加者数も、ケアマネさんとか、見守りの担い手の方々に参加されているということで、一定の成果が上がっているのではないかなと思うんですけども、可能であれば、その後、この方たちが、実際の現場の中で、例えばこんな消費者被害を発見しましたよとか、こういうふうに予防につながったよという、その後の成果が具体的にどういうふうになったのかという後追いができると、よりいいかなと思いますので、せっかくここまでの取り組みをされているので、その後追いもまたできるといいかなと思いました。

【小賀野会長】 大変貴重なご意見ありがとうございました。最初のほうの議題は、先生方のご意見は関連していますね。ほかにいかがでしょうか。これについて、最初のほうの議題とかかわっていますので、この際、あとしばらくの間は、議事としてはこれで一応区切りがついていますので、少しだけ時間がありますので、全体を通して、最初のほうに戻っていただいてもいいですし、途中ご発言ができなかった部分なども含めて、あと10分

なり15分ぐらいお時間をいただければと思いますが、いかがでしょうか。何かございますか。梅田先生。

【梅田委員】 このことは混乱を招いてしまうのでむしろ言わないほうがいいのかなと思ったりもしたんですけれども、実は、皆様ご存じのように、従来とは違った経済の形としてシェアリングエコノミーというものが大きく発展しつつあります。大学生などを見ても、具体的な名前を出したほうがわかりやすいと思うので、メルカリとか、フリマとか、そういうプラットフォームを使って、自分たちが物とかサービスを提供する側にも回るわけです。それは逆に言うと、自分は消費者でもあるけれども、財の提供者側、供給者側になるという側面があって、それが消費者教育にもある意味では役立つところがあると思うんです。つまり相手の消費者のことを考えて提供するという側面です。なので、そういうところを消費者教育にどういうふうに持っていくかというのは一つの課題ではあると思うんですけれども、それから、もう一つ、これは私も学生と話すまで知らなかった、自分でやったわけではないので気がつかなかったんですけれども、彼らのやりとりというのは、一見危うく見えるんですけれども、お互いに評価するんです。つまり自分が物を買った人のプレゼンテーションの仕方、配送の仕方、いろいろなところを項目を評価するところがあって、それは今までの消費者の考え方を超えている。つまり一方的に物を買ってお金を出すところを超えて、事業者、サービスの提供者を評価するという、ここの部分に市民性というところが表れているんじゃないかと思うんです。つまり消費者市民という言葉、先ほど副会長が狭過ぎるんじゃないかということでおっしゃいましたけれども、それに関係すると思うんですけれども、単に自分がだまされない消費者になるということも大事ですけれども、今度は事業者を評価するという、まだ始まったばかりなので、どんな動きになっていくのか私もよくわからないんですけれども、将来的にはこういうところで消費者市民というのを考えていかなければいけない時代が来るんじゃないかなという、そんな気がします。済みません、まとまりがないんですけれども。

【小賀野会長】 ありがとうございます。先ほど消費者立法の特別法の中身が非常に難しく、複雑で、条文もむちゃくちゃ長くて、その中に括弧があって、またその中に括弧があって、どこに飛んでいいのか迷ったりするぐらい複雑になっていますけれども、物事の本質は単純で、そのあたりは一般法の民法が規律しているわけです。従来は比較的単純な社会でしたから民法だけで十分に対応できたんですけれども、複雑になっていろいろな被害が発生するに伴って特別法の消費者立法がいっぱいできて複雑化してきているわけですが、この消費者市民社会、市民という言葉は、まさに民法のことです。民法は市民法ということですので、もう一度、何かルールのあり方としても、より一般的に、よりシンプルにという、そういう発想が必要かな。消費者は決して固定的ではなくて、事業者側にもなるというようなご指摘をいただきましたので、従来の固定概念、消費者と事業者を対峙させて、お互いに対立的に捉えてきた、規制をする、そのために特別法をつくる、そういう図式は引き続きあるんでしょうけれども、なお今のような新しい社会の動きというのがあ

りますので、概念を固定化させずに、もう少し変化するものとして、再定義といいますか、位置づけていくということも重要なと、ご発言を聞いていて思いました。ほかにいかがでしょうか。拝師先生。

【拝師副会長】 今日の中からは話がずれるかもしれないですけども、訪問販売お断りステッカー等の、消費者側が予め勧誘しないでくれと言ったものに対して、そこにまた事業者が行ったときにどう対応するかという問題ですけども、聞いたところだと、奈良県とか、野洲市とか、一部の自治体で、そういう訪問販売お断りステッカーのようなものに一応条例上の効力を与えて、違反した場合には事業者名を公表する等の動きがあるというふうに聞いているんですけども、千葉県ではどのように捉えられているのか。特に、先ほど認知症等の高齢者のお話が出ていましたけれども、データ上は認知症等の高齢者の方の消費者トラブルの内訳を見ると、圧倒的に訪問販売が多い。一回狙われると次々やってくる。それをまた行政処分等かけてやるという手法もあるんでしょうけれども、先ほど話に出たように、認知症になられた方に、被害状況を再現する、勧誘状況を再現するということが難しい中で、行政処分もかけにくい。そうすると手段としては、見守りの活動の一環にもなるのかもしれませんが、場合によっては周りの人がステッカーを張っておいて、そこに行かないように予め予防するということが有効な手段かなと思うんですけども、その辺の取り組みについてはどう考えられているのかをお聞きしたいです。

【二川室長】 今お話しいただいた件について、ちょうど神奈川県が今度条例を改正するんですかね、条例の検討過程の中でそのようなお話の論点も検討されたというふうに聞いております。結果としては、他方、営業の自由みたいな、営業活動の阻害みたいな側面がなきにしもあらずということで、また、おっしゃっているようなことも聞いておりますので、我々も研究を深めていかなければいけないと思っております。今お答えできる段階ではありません。

【拝師副会長】 なかなか事業者サイドとの意見の食い違いは大きいところがあって、一朝一夕でそういう制度が千葉でも入れられるとは私も思っていないですけど、少なくとも、実態の把握、具体的にトラブルがあった中で、では、訪問販売お断りステッカーが張ってあったお宅なのか、そうではないのかぐらいのデータは取っていただいて、実態として、かなり事業者のほうをそれを無視してやっているということがあれば、消費者の意向としては、消費者庁の解釈のように、何をどこまで拒否しているのかわからないという意見もある中で、他方で、消費者のほうからすると、来てほしくないのに来られて被害に遭ったということであれば、やはりそこは見ていかなければいけない部分かなと思いますので、少なくとも、そういう実態把握を丁寧に行っていただいて、そのデータをもとにまた議論するというところをご検討いただければと思います。

【小賀野会長】 石田委員、お願いします。

【石田委員】 今のお話は消費生活センターでも、認知症高齢者とか、そうでない高齢者の方でも、なかなか断りにくい状況があるということで、そういうものを貼っておくこと

で来ることがないということであればぜひお願いしたいという意見なども伺っておりますので、拝師先生のお話ありがとうございましたので、そのようにお願いしたいと思います。

もう一点、先ほど梅田先生からシェアリングエコノミーの話がございました。あと、大学生が事業者評価みたいなどころでいろいろな書き込みを行うことによって、これも消費者市民社会の一つの考え方ではないかというお話がございました。その中で私も思うんですけれども、例えば、昔でしたらば、何とか被害110番ということで電話相談などしますと、かなりな相談が寄せられましたが、現在は、皆さんネットで調べて、ネットで回答してというようなことで、なかなか電話までかけて相談というのが少なくなっているという現状があります。これは、いかにそれだけ皆さんがインターネットでいろいろなものを調べられて、それでまた被害に遭っているかということになるのかなと思うので、是非、先ほど拝師先生からもお話がございましたように、行政のほうでもどういう形で情報発信をしていくかということは、悪質被害の情報などをただ載せているということではなくて、SNSのような形で、見る人たちが多いところに情報発信をしていくことが必要なのではないかと感じたところです。また、今回、Webサイトくらしのおまもりの中で、Webサイトを持っていない団体に対して、こういうところに載せてくださいということで情報発信ができるというのはとてもいい取り組みかなと思いました。以上です。

【小賀野会長】 はい、大森委員、お願いします。

【大森委員】 今ステッカーの話が出たので、訪問販売という言葉も出たところで、私、神奈川県動きも、若干ですけれども、話は聞いておまして、特に関西方面でも、ステッカーについては、随分前から、平成20年改正の前からも既にやっている自治体もございます。私ども協会の立場からしますと、訪問販売という業自体は、もちろん二面性があって、健全にやっているところもあれば、先ほどみたいに処分されているところも当然あるわけですが、一律にその営業行為を排除するというか、善良なものも含めて全員がそこに行ってはいけないというような規制の仕方というのは、事業者にとってそれを飲み込むのは難しいなというのは、業界の立場に身を置いていますと、そういうところに、どうしても触れるんですね。是非そこは慎重にご議論をいただくということにならざるを得ないかなと思っております。

【小賀野会長】 亡くなられましたけれども、民法の大御所の星野英一先生がおられますけれども、星野先生が晩年に「民法のすすめ」というのを岩波新書でまとめて、あの中にも星野先生のこれまでの活動のいろいろなことが凝縮されているすばらしい本ですけれども、その中に、自分も愚かだということを書きながら、愚かという言葉を使っていいのだろうと、愚かな消費者に教育をして賢明な消費者に変えていく、そういうくだりの文章があるんです。それについて私はもう少し違った、消費者は愚かということに決めて、それで賢明なものに教育していくんだという、そういうふうに読めてしまうんですけれども、今、大森委員、石田委員、拝師委員のそれぞれのご意見を伺って、行政の規制のあり方、行政はどこまで住民の生活に対して踏み込んでいくかという問題、それから、住民は住民

同士でお互いに磨き合って地域生活を進めていくという、そういう大きなテーマを、今ご発言を伺って、投げかけていただいているのかなと思います。ステッカーの議論も、一方ではステッカー張るべきだ、他方では営業の自由とか、その辺もう少し何か、調整というか、大きな考え方で考えていけないのかなと考えたり、まとめ切っていませんけど、そんなことを思ったりしているこのごろです。ご発言を伺って、そんな刺激をいただきました。事務局から何か、今の、意見がやや食い違っている部分がありますので、どういう方向でという、先ほど今後状況を見守るというあたりで、私たちのこの計画策定づくりの基本的なところで、どこら辺でまとめていくのがいいのか、そのあたりをぜひ引き続きご発言をいただけたらいいのかなと思います。ほかにどうでしょうか。後藤委員、お願いします。

【後藤委員】　すごく細かいことですが、ステッカーは訪問ですよ。あと、電話でかかってくるのを、要りませんとはっきり断ろうというふうに言われているんですけども、断ったところから向こうは、よく言えば営業といいますか、始まりますので、まず私は電話に出ないこととみんなに言っているんです。留守電にしておけば、本当に用事のある方は要件とお名前とか必要なことを残してくれますし、そうでない人はもうそういうことも残さない、留守だったら、要するにカモにならないので、すぐ切っちゃうんですね。ですから、電話に出てはっきり断ろうではなくて、そういうところとは初めから接触しないということで、留守電にしようとか、ただ、留守電にばかりしておくと空き巣に入られないかって片方で心配はあるんですけど、でも、まず接触しないということが大切なのではないかと思っています。向こうはすごいですからね、断ったところから始まりますので。

【小賀野会長】　その道のプロですからね、なかなか素人は対応できないところがありますね。その部分をきちんと受けとめることは必要だと思います。どうぞ、お願いします。

【山下くらし安全推進課長】　今電話のお話が出ましたので、千葉県では電話de詐欺と言っているんですけども、いわゆる振り込め詐欺みたいな被害をなくしていくというのは大きな課題で、従来、こういう手口がありますよということをいろいろとお伝えして注意喚起をしてきたんですけども、それでもどんどん増えてしまって、今年も2月現在で昨年以上に増えているということで、やはり何か手を打たないといけないということで、電話機の機能を活用して被害を防ぎましょうということで、今、そういうチームをつくってやっているんです。今お話しがあった留守番電話、あと、登録されていない電話に出ると、これは振り込め詐欺の予防のために録音しますという警告をメッセージで録音したり、あとは、中には悪質な商法とか、詐欺に使われた電話番号からかかってきたものは全部ブロックしてしまうとか、そのようなものもあります。こういうものを自宅の固定電話に設置していきましょうという話ですが、高齢者の方に直接呼びかけても、恐らく自分は引かからないかと思っていたり、大丈夫だと思っていたりするんで、自らやらないし、責任もまた難しかったりするんです。そのため、その高齢者の娘とか息子の世代の方々に対して、

ぜひ、お父さん、お母さん、おじいさん、おばあさんの財産を守ってあげてくださいという事で、そういう啓発を強く進めていこうかなと思っているところです。

要するに、先ほどステッカーの話もありましたけれども、本人の判断、自覚に頼っていて防ぎ切れない。電話もそうですし、訪問販売もそうなんでしょうけれども、言葉巧みに言われるままに出てしまうような、認知症でなくてもそういう部分はあるのかなと。そういう対策を今少なくとも電話de詐欺でとり始めているんですけども、訪問販売についても、そういう考え方はある意味取り入れていく必要もあると思いますが、例えば私の実家ですと、父親は高齢なんですけれども、週に1回ヤクルトの方が来てくれるんです。よく父親とも話をしてくれて、具合が悪かったり、様子が悪かったら教えてくれたり、そういう部分もあったりして、ダスキンさんもそうですけれども、そういう部分もあると考えると、一律にというのもなかなか難しいのかなということを感じた次第です。

【小賀野会長】 拝師先生。

【拝師副会長】 一つは確認ですけども、訪問販売お断りステッカーの問題は、一律に、いわゆる不招請勧誘と言っていますけれども、訪問販売そのものを全部禁止するというものではなくて、あくまで、貼るか貼らないかは消費者が選択するという事です。その意思を尊重してほしいというのがまず基本的なスタンスだということです。そういう前提で考えたときに、訪問販売業者サイドでも検討していただきたいのは、当然、高齢化社会の中で、ご自身が買い物に行けない、来てもらってサービス提供をしてもらう、先ほどヤクルトさんとかダスキンさんの話も出ましたけれども、そういうものを消費者のほうで希望して来てもらう、これそのものを禁止する趣旨は全くないわけです。ですので、勧誘の入口の方法として、いやだと言っているのを押しかけていって勧誘するというやり方を考え直してほしいということであって、訪問型のサービス提供とか商品の提供そのものを否定しているということではないということは是非ご理解いただきたい。そういう中で消費者がどういうふうに必要なサービスを自分で選べるのか、そういう消費者のニーズに合ったサービス商品の提供のあり方を訪問販売業者のほうでどういうふうで宣伝をして利用してもらうのかという、やり方の改革を考えていただかないとトラブルはなくなるだろうと思っています。

先ほどネットの話や見守りの話が出ていますが、直接そのお宅に行き、本人がもともと嫌がっているはずのところを押し入るのではなくて、例えば、本当に必要なサービスであれば、いろいろな周りの人がネットを見たりしますので、ご本人がネットで見れなくても、周りの人が必要だと思えば、周りの人がネットの中でそういうサービスを探して、必要なものをお願いする、そして来ていただくということは十分ありますので、そういう営業のあり方そのものをひとつ切りかえていかないと、この問題はなくなるのではないかと思います。

あとは、訪問販売お断りステッカーの、ステッカーの貼り方もあると思うんですけども、一律全部お断りなのか、それとも、こういう業者についてはいいですよという除外的

なものを記載するスタイルのステッカーに、要するに、より消費者側の意思を正確に反映するようなスタイルのステッカーを普及させるのか、やり方はいろいろあると思うんですけども、いずれにしても、基本的には、来てほしくないというところに行くまでの営業の自由というのは普通はないんじゃないか。それは過剰な規制にならないように、最低限、本当の消費者の意思として正しく表示をする。その表示の仕方が過剰にならないようにする工夫はあろうかと思えますけれども、一律規制と、ステッカーを貼ったところに行っただけとはいけないというのは全く別物だというふうに、そこは整理をしておいていただかなければいけないと思えます。

【小賀野会長】 ありがとうございます。たびたびご発言の中で出てきますのは、消費者が選択をする、消費者の意思でステッカーを貼る、貼らないとか、ベースは消費者自身が自分で決めて、貼ったり、貼らなかったり、中身はどうするかというは、市民同士、市民のレベルでの対応だと思うんですけども、しかし、被害がある程度重なってきたり、集中してくると、行政が関与せざるを得なくなってくる、行政の関与を期待するということになりますので、そのあたりのバランスといいますか、消費者のあり方、他方で事業者の営業のあり方、そのあたりもこのテーマは問題を突きつけてくれていると思えます。

そんなことで大変大きな問題から具体的な個々の問題までいろいろ含まれておりまして、今日は、おかげさまで、委員全員のご発言を何回もいただくことができて、大変ありがたかったと思えます。是非それぞれのご意見を計画づくりのたたき台として、吸収していただけるとありがたいと思えます。

それでは、本日予定していました事項は全て終了いたしましたので、今日の会議はこのあたりで終了させていただきたいと思えます。ありがとうございます。

5. 閉 会

【司会】 委員の皆様には、長時間にわたりまして活発なご意見をいただき、誠にありがとうございます。以上をもちまして千葉県消費者行政審議会を閉会させていただきます。お疲れさまでした。

(了)