

令和3年度第1回

千葉県消費者行政審議会

議事録

日時：令和4年1月13日（木）

場所：ホテルプラザ菜の花4階「楨」

1. 開 会

【司会（小林くらし安全推進課主査）】 それでは、定刻となりましたので、ただいまから令和3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、本日の司会を務めさせていただきます千葉県環境生活部くらし安全推進課消費者安全推進室の小林と申します。どうぞよろしく願いいたします。

2. 挨拶

【司会】 それでは、初めに岡田生活安全・有害鳥獣担当部長から御挨拶申し上げます。

【岡田生活安全・有害鳥獣担当部長】 環境生活部生活安全・有害鳥獣担当部長の岡田と申します。どうぞよろしく願いいたします。委員の皆様方には、日頃、県の消費者行政の推進に御支援、御協力を賜り感謝申し上げます。

また、本日は、御多忙の中、御出席をいただきまして重ねて御礼を申し上げます。

本審議会につきましては、昨年度は新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、書面開催とさせていただいたところですが、今年度につきましては対面による開催とさせていただきます。

さて、近年、インターネットの普及による電子商取引の拡大や高齢化の一層の進行、成年年齢の引下げなど、消費生活を取り巻く状況が大きく変化する中、消費者問題はより多様化、複雑化しているところです。

そのため、消費生活相談体制の充実に加え、消費者が正しい情報を見極める力、合理的に判断し考える力などを身に付ける消費者教育を推進するとともに、悪質業者の取り締まりの強化などが求められているところでございます。

本県では、現在、平成31年3月に策定した「第3次消費生活基本計画」に基づき各種取組を実施しているところですが、本日は、その取組状況等を中心に御報告させていただきます。

皆様から、忌憚のない御意見、御提案をいただきまして、今後の消費者被害防止に向けた取組に生かしていきたいと存じますので、どうぞよろしく願いいたします。

3. 委員紹介

【司会】 本日は、委員改選後、対面による開催としては初めての審議会となりますので事務局から、委員の皆様を御紹介させていただきます。

お名前をお呼びいたしますので、恐縮ですが、御起立をお願いします。

会長の小賀野晶一委員でございます。

【小賀野会長】 よろしくお願いいいたします。

【司会】 副会長の拝師徳彦委員でございます。

【拝師副会長】 よろしくお願いいいたします。

【司会】 岩井浩志委員でございます。

【岩井委員】 よろしくお願いいいたします。

【司会】 柿沼由佳委員でございます。

【柿沼委員】 よろしくお願いいいたします。

【司会】 上山精一委員でございます。

【上山委員】 よろしくお願いいいたします。

【司会】 後藤淳子委員でございます。

【後藤委員】 よろしくお願いいいたします。

【司会】 依光道代委員でございます。

【依光委員】 よろしくお願いいいたします。

【司会】 なお、依光委員におかれましては、人事異動により11月18日付で竹内委員から交代されました。

外山洋子委員でございます。

【外山委員】 よろしくお願いいいたします。

【司会】 村木幸江委員でございます。

【村木委員】 よろしくお願いいいたします。

【司会】 なお、高橋委員、石橋委員、大森委員、木村委員につきましては、本日、欠席されております。

続きまして、事務局職員を紹介いたします。

くらし安全推進課、鶴澤課長でございます。

【鶴澤くらし安全推進課長】 よろしくお願いいいたします。

【司会】 千葉県消費者センターの小島所長でございます。

【小島消費者センター所長】 よろしくお願いいいたします。

【司会】 本日は、その他関係職員も同席させていただいております。どうぞ、よろしくお願いいいたします。

議事に入ります前に申し上げます。審議会につきましては、千葉県消費者行政審議会議事運営規程第15条の規定により原則公開となっており、議事録につきましても公開していくこととなっております。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ますので、公開することとしてよろしいでしょうか。

〔「異議なし」との声あり〕

【司会】 異議がないものと認めますので、本日の会議は全て公開することといたします。

また、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ありますことにつきま

しても御了承をお願いいたします。

本日は2名の傍聴希望者がいます。それでは、傍聴人の入場をお願いします。

〔傍聴人入室〕

【司会】 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13名中半数以上、9名の御出席をいただいておりますので、千葉県行政組織条例第32条第2項の規定により、会議が成立しておりますことを御報告申し上げます。

また、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ことを申し添えます。

それでは、議事に入ります。

なお、これからの議事進行は千葉県行政組織条例第32条第1項の規定により、小賀野会長をお願いいたします。小賀野会長、どうぞよろしくをお願いいたします。

【小賀野会長】 小賀野です。先ほど岡田部長から御挨拶がありましたように消費者問題を取り巻く状況は、かなり厳しいものになるかと思えます。委員の先生方におかれましては、本審議会において、よろしく御審議のほどをお願いいたします。

4. 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すけれども、議事運営規程により私から指名させていただきます。議事録署名人として、柿沼委員、上山委員、よろしいでしょうか。ありがとうございます。

5. 議 題 等

(1) 令和2年度消費生活相談について

【小賀野会長】 それでは、議事録署名人が決まりましたので議事に入ります。

まず、議題1 令和2年度消費生活相談について事務局から御説明をお願いします。

なお、質疑等は全ての議題説明後にまとめて行うこととしたいと思います。

【菅谷室長】 暮らし安全推進課の菅谷と申します。令和2年度消費生活相談の概要について説明させていただきます。着座にて説明させていただきます。資料につきましては、資料1、資料2、資料3を使って説明いたします。

まず、資料1を御覧ください。令和2年度の消費生活相談の概要ということで、令和3年9月3日に報道発表したものでございます。

この概要につきましては、毎年度、当課で取りまとめをしており、最近の傾向や相談事例等を広く県民に周知しまして、注意喚起や消費者トラブルの防止につなげていこうとするものでございます。

主な概要につきまして御説明いたします。まず県内の消費生活相談窓口に寄せられまし

た令和2年度の相談件数は5万4,530件で、前年度に比べ約2,700件、率にして4.7%減少しました。年齢層別に見ますと、60歳代以上が全体の4割近くを占めているという状況でございます。相談内容につきましては、40歳代までの年代ではデジタルコンテンツに関する相談が多く、具体的には、利用していない有料コンテンツの料金を請求されたといった不当請求に関するものとなっております。50歳代以上の年代では、商品一般に関する相談が多く、具体的には大手通販業者を騙る身に覚えのない料金未納の通知が送られてきたといったものでございます。

次のページを御覧ください。「1 相談件数の推移」としまして、過去5年間の推移を記載しております。平成30年度をピークに減少傾向となっておりますが、引き続き5万件を超える水準で推移している状況でございます。なお、平成30年度は身に覚えのない料金未納の葉書、いわゆる架空請求に関する相談が急増したことが主な要因となっております。

次に、「2 相談者の年齢層別割合」ですが、これは相談件数54,530件のうち、いわゆる苦情相談と言われる件数49,430件について、年齢層別に記載したものでございます。70歳代が約16パーセントと最も多く、60歳代以上が全体の4割以上を占めているという状況となっております。

続きまして、「3 商品・役務ごとに見た相談の状況」ですが、商品一般、デジタルコンテンツ、他の健康食品に関する相談が多く、これは令和元年度と同じ傾向となっております。

商品一般に関する相談は、令和元年度に比べ、マイナス6,300件と大きく減少しております。これは先ほど御説明いたしました、身に覚えのない料金未納の葉書、いわゆる架空請求に関する相談が令和元年度以降減少したことが主な要因でございます。一方、増加したものとしましては、1枚めくっていただきまして、(2)として「令和元年度に比較して、相談件数が増加した主な商品・役務」を記載しております。保健衛生品その他に関する相談が約1,100件増加しております。これは新型コロナウイルス感染症に関連しまして、主にマスクに関する相談、具体的には注文した覚えのないマスクが自宅に届いた、通販で注文したマスクが届かないといった相談が多く寄せられたものでございます。

また、他の健康食品に関する相談も増加しております。具体的には、お試し価格500円の健康食品を購入したところ定期購入になっていた、いつでも解約できるとあったが業者には電話が繋がらない、といった相談が寄せられております。

続きまして、新型コロナウイルス感染症に関連した相談状況につきまして、次のページに記載してございます。令和2年1月以降相談が寄せられていまして、1度目の緊急事態宣言が発令された令和2年4月が最も多く、令和2年度で約5,000件の相談が寄せられました。令和2年5月以降は徐々に減少し、毎月100件程度となっている状況でございます。相談の多かった主なものとしましては、マスクに関する相談で、令和2年度の相談件数約4,800件の4分の1、約1,200件となっております。

続きまして資料2を御覧ください。1ページ目から6ページ目までは先ほど御説明しました資料1の内容と重複する部分でございますので、説明は省略させていただきます。

7ページを御覧ください。(5)としまして「相談の多い販売方法とその特徴(表5)」というところがございます。新型コロナウイルス感染症対策による巣ごもり需要等の影響によりましてインターネット通販に関する相談が約15,800件と非常に多く寄せられました。無料情報アダルトサイト閲覧中に突然有料登録され高額な料金を請求されたといった相談や健康食品の定期購入における解約に関する相談が多く寄せられたものでございます。一方、順位4位の架空請求に関する相談が前年度に比べ約8,400件減少しているところがございます。

続きまして、1枚めくっていただきまして、8ページをご覧ください。

3として「苦情相談の状況(高齢者)」、高齢者の状況をまとめたものでございます。こちらにつきましては、65歳以上の相談者の相談内容等の特徴をまとめたものでございます。令和2年度の特徴としましては、全年齢層に比べ、訪問販売と電話勧誘販売に関する相談が多い状況となっております。日常的にご自宅にいる時間が長いことなどが影響しているのではないかと考えられます。

下の図3・4をご覧ください。図3が全年齢層、図4が高齢者となっております。訪問販売については、全年齢層の10パーセントに対しまして高齢者は16パーセント、電話勧誘販売は同じく5パーセントに対し8パーセントという状況となっております。

また図5をご覧ください。図5では過去5年間の推移を記載しております。特徴としましては、令和2年度の通信販売の割合が30パーセントと過去5年間で一番多くなっております。令和元年度に比べ10パーセント近く増加しております。スマートフォンの普及に伴い高齢の方もインターネットを利用する機会が増えたことが影響しているのではないかと考えられます。

以上が相談概要となりますが、資料3につきましては、令和2年度までに多く見られる相談事例についてまとめたものでございます。令和2年度に新たに追加しました相談事例としましては、2として「フィッシング詐欺に関する相談」、5として「インターネット通販のトラブルに関する相談」、10として「暮らしのレスキューサービスに関する相談」を掲載しております。具体的な相談事例をいくつかご説明いたします。

2ページをご覧ください。こちらフィッシング詐欺に関する事例を掲載しております。大手通販会社を装ったメールが届き、サイトにログインした結果、クレジットカードを不正利用された、などといった相談が寄せられたものでございます。

続いて4ページをご覧ください。こちらはインターネット通販のトラブルに関する相談です。現金を振り込んだのに注文した商品が届かないといった相談などが寄せられている状況となっております。

続いて飛びまして8ページをご覧ください。こちらは暮らしのレスキューサービスに関する相談となっております。トイレや水漏れ、鍵の紛失といった突然発生したトラブルの際、インターネットで見つけた格安の修理代金を表示している業者を呼んで修理してもらったが、現場で十分な説明が無いまま工事等が行われ結果として高額な代金が請求され

たといった相談が寄せられております。

以上が令和2年度の相談の状況でございます。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

御質問があるかと思えますけれどもメモをしておいていただいて、後でお願いできればと思います。

(2) 第3次千葉県消費生活基本計画に基づく主な事業の取組状況について

【小賀野会長】 続きまして議題(2)の第3次千葉県消費生活基本計画に基づく主な事業の取組状況について事務局から御説明をお願いいたします。

【菅谷室長】 引き続き、菅谷から説明をいたします。資料4を御覧ください。

まず、1ページ目、当計画の最終目標である「消費生活に関する満足度」ですけれども、「消費生活に関し、暮らしやすい」と感じている県民の割合は、令和2年度に県政に関する世論調査を行った結果、36.2%となっています。令和元年度に一度落ち込んだものの増加している状況です。令和5年度の目標、50%に向け引き続き、県民に暮らしやすいと感じてもらえるよう事業を推進したいと考えております。

では、基本目標5つごとに主な事業の取組状況について、順に御説明いたします。

まず、2ページを御覧ください。

基本目標1「誰もが、どこでも安心して相談できる体制づくり」につきまして、指標項目の状況については表のとおりでございます。一部調査ができていない項目がございますが、今後、できる範囲対応していきたいと考えております。

主な取組状況でございますが、「消費生活相談窓口の周知」につきましては、県民だよりや新聞、ラジオCM等の様々な媒体を活用し周知広報を行っております。

次に、「消費者センター等による市町村支援」につきましては、市町村における相談員の質の向上を図るための研修を実施するとともに、市町村からの求めに応じ、消費者センターの相談員が訪問し助言や指導、情報提供を行う「巡回訪問」を実施しました。また、相談員の人材の育成確保の面では、消費者庁で実施している「担い手確保事業」につきまして、多くの県民に受講してもらえるようハローワークや図書館等様々な機関へチラシの配架を行うとともに、市町村相談員の募集情報について県ホームページ「暮らしのおまもり便利帳」に掲載するなど、担い手確保の支援に努めたところでございます。

つづきまして、3ページ目、基本目標2「消費者市民を育む教育の推進」についてですが、指標項目の状況については表のとおりでございます。

なお、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、対面での研修が実施できなかったこと等により、令和元年度に比べ令和2年度は受講者数が若干少ない状況となっております。主な取組状況でございますが、消費者被害を未然に防止するためには、消費者が正しい情報を見極める力、合理的に判断し考える力などを身に付けることが重要と考えており、

特に、民法改正による成年年齢の引下げを踏まえた若者への消費者教育を充実させる必要があると考えております。そのため、一つ目として、広く県民に対し、「くらしのおまもり便利帳」などのウェブサイトによる注意喚起を行いました。

また、二つ目として、若者に対しては、教育委員会と連携し、県で作成している消費者教育教材「オトナ社会へのパスポート」を県内全ての高校等へ配付するとともに、教職員向けの研修を実施したところでございます。

さらに、三つ目として、消費生活に必要な知識や情報の普及啓発など、地域において効果的な消費者教育をコーディネートする人材を育成する講座を実施したところでございます。なお、昨日の1月12日のNHKの7時45分の朝のニュースにおいて、若者の消費者トラブルの現状等につきまして、消費者センターが取材を受け相談状況等について放送されたところでございます。成人式から卒業、入学、就職の時期にあたるこの時期は、生活環境や交友関係の変化に伴い、若者が消費者トラブルに巻き込まれやすくなること、4月からの成年年齢引き下げに伴い、これまで以上に若者がトラブルに巻き込まれる可能性があることから、注意喚起の意味でNHK側から依頼があったものです。

このようなメディアで取り上げられることは、県民への情報を伝える手段としては効果的と考えられます。県としましても、引き続き、若者の消費者トラブル防止に向け、様々な媒体を活用し注意喚起等を行っていきたいと考えております。

次に、4ページを御覧ください。

基本目標3「気づき、つながり、守る地域の力の向上」についてでございます。指標の状況については表のとおりでございます。安全・安心ネットワークが整備された市町村は、令和3年12月現在31で、5市町でネットワークの整備について検討しているところでございます。主な取組状況でございますが、1つ目、消費者安全確保地域協議会の設置促進については、昨年の令和3年11月に印西市におきまして協議会が設置されたため、現在のところ、富里市、船橋市、白井市と併せ4市が設置済でございます。また、木更津市では、令和4年度中の設置に向け取り組んでいるほか、11市町で協議会の設置について検討しているところでございます。引き続き設置促進に向け、働きかけを行っていきたいと考えております。

次に、2つ目として、地域における消費生活に係る課題の解決に向けて取り組んでいる消費者団体の活性化を図るため、ウェブサイトを活用し活動状況を紹介するとともに、3つ目としまして、県民だよりや新聞、ラジオ等様々な媒体を活用し、消費者被害防止に向けた注意喚起や、「消費者団体訴訟」を行う適格消費者団体「消費者市民サポートちば」への情報提供の呼びかけを行うなど、広報に努めたところでございます。

最後の4つ目としまして、消費者に自らの行動が社会に影響を与えることの自覚や、人や社会、環境に配慮した消費行動である「エシカル消費」につきまして県民の理解促進を図るため、令和元年度に続き、令和3年度のフォーラムにおいて、「エシカル消費」をテーマに講演会を開催しまして、126名の県民が参加したところでございます。

次に、5ページ目でございます。基本目標4「取引の適正化と悪質事業者への指導の推

進」でございます。事業者指導や処分件数を指標としており、その状況は表のとおりでございます。指導や処分にあたっては、県内の消費者からの相談状況を常時注視しておりまして、違反が疑われる相談の状況が見受けられた場合は、その内容等を見ながら適時適切に対応しているところでございます。行政処分、指導を行った事業者数は、令和2年度の32件に対し、今年度は11月末時点で33件という状況です。

6ページと7ページを御覧ください。

本年度、特定商取引法に基づく業務停止命令等の行政処分を行いました2件につきまして概要をまとめたものです。2件共、住宅リフォーム工事等の訪問販売を行っている事業者で、勧誘にあたりまして、無料点検や近所で工事をしているなど、契約の締結について勧誘する目的であることを明らかにしていなかったこと、契約書面の記載不備や不交付、リフォームをしないと家が傾く、メーカーに発注するため解約できないなど不実のことを告げるなどの違反行為を行っていたため、6ヶ月ないし12ヶ月の業務停止命令等の行政処分を行ったものでございます。

引き続き、不当な取引行為を行う事業者への適切な指導、処分を行っていきたいと考えております。

最後でございますが、基本目標5「商品・サービスの安全・安心の推進」ですが、指標項目の状況は表のとおりでございます。

主な取組状況ですが、1つ目として、新聞やラジオ等を通じて、新型コロナワクチン接種や台風等の災害に便乗した悪質商法への注意喚起を行ったところでございます。

また、2つ目として、不当な表示等を行う事業者に対して、景品表示法に基づき、行政指導を行っております。景品表示法は、実際よりも著しく優良又は有利と見せかける表示等を禁止し、一般消費者の利益を守る法律でございます。著しく優良又は有利と見せかける表示は、「優良誤認表示」「有利誤認表示」と言っていますが、具体的では、「〇〇の評価ナンバーワン」という表示を行っていたが、客観的かつ合理的な根拠がないままナンバーワン表示をしていた、実際のものより著しく優良であると誤認させる「優良誤認表示」をしていた事業者に対し指導を行いました。

また、入会キャンペーンにおいて、期間限定で入会金が安くなるかのような表示を行っていたが、実際はキャンペーンをその後も繰り返し行っていたもの、あるいは、通販サイトで「本日何時何分までの特別価格」と表示を行っていたが、実際には翌日以降も同じ価格で販売していたといった、実際のものより著しく有利であると誤認させる「有利誤認表示」をしていた事業者に対し指導を行いました。引き続き、不当な表示等を行う事業者への適切な指導を行ってまいります。

以上が、計画の主な取組状況でございます。

【小賀野会長】 ありがとうございます。議題1と2の、本年度の取組状況につきまして詳細に御説明をいただきました。本日の主要議題ですので、御質問、御意見を頂戴できればと思います。御自由に御質問、御意見をいただければと思います。いかがでしょうか。

【岩井委員】 資料4の事業の取組状況のところでも詳しく聞きたいところがありまして、まず、基本目標2の教育、ここなんです。実は私、弁護士で結構最近ですね、若者、特に20代前半、そういうところの相談が多いんですね。仮想通貨だとか、非常に多いですよ。この消費者教育ですね、ここのところが非常に重要なと考えているんですけども、ここのところを見ますと、教職員に対する消費者教育の研修なんかをやられているということですけども、どのくらいの高校なんですかね、高校でいったら全高校の担当の先生に対して研修をやっているのか、それとも全部じゃないのか、ここらへんはどうなのでしょう。これがまず1点ですね。消費者教育推進のための研修をやった後、例えばこの先生が学校に帰ってカリキュラムに組み込むような、そういうような指導をしているのか、または、研修をやった後アンケートかなんかをとって学校に帰って何かやりましたか、追跡の調査をやっているのか、ここのところをちょっと聞きたいと思っております。これが1点目ですかね。2点目なんですけども、基本目標3、気づき、つなぎ、守る地域の力の向上のところです。消費者安全確保地域協議会、私も船橋市の方で関わってやってたんですけども、これ今のところ4つというところですよ。令和4年度は木更津市、その他11市町村で協議会の設置を検討というところなんです。その他の市町村にはなにか検討の働き掛けをしているのか、その辺を聞いてみたいと思います。3点目といたしましてですね、県民の方々に消費者被害の防止に向けて注意喚起等の情報の提供というところで、県民だよりとか千葉日報とか、こうやっているんじゃないかと分かるんですけども、例えばbayFMとか千葉テレビなんかでどういう形で情報提供しているのか、その辺を御回答いただければなと思います。この3点です。

【菅谷室長】 はい、ありがとうございます。まず、若者の消費者教育の関係ですけども、教員向けの研修は教育委員会の方で毎年夏に行っている教員向けの研修の項目の一つに盛り込まさせていただいているので、基本全校に対して募集している中の一つのコマとされているので広く教員の方に研修できていると思っています。カリキュラムの関係につきましては、各学校の方の判断になってしまうんですけど、学習指導要領におきましても新しく消費者教育を盛り込むという形で文科省からのほうからも出ていると思いますので、そういった意味で公共とか家庭科とか社会科とかそういったところの先生を中心に各学校のカリキュラムの中に盛り込んでいただいているのではないかと考えております。追跡調査につきましては、そこまででききれていないと思いますので、そこは教育委員会と連携していきたいと思っております。あと、協議会の関係ですけども、現在4つということで、なかなか幅広く市町村に協議会を設置するというのは難しい状況であります。その前段たるネットワークの取組の中で、まずそこからやっというかと考えておりますが、協議会を設置するメリットとかですね、高齢者の関係の集まりの中で合わせてやっていくことが、まず取組の一つかと思っております。高齢者を監督する部局等と共に高齢者を守るという共通のメリットがあるという意味合いを認識してもらったり、そういった中でお互いに連携しあいながらやっていく必要があるのではないかと市町村には話をしているんで

すが、なかなかコロナの関係もありまして、市町村に赴いて行くのが難しいので、そこは文面の中で文書でやったりというようなことに留まっている状況であります。あと、広報につきましては、基本bayFMとかそういうものにつきましては、内容は例えば若者ですと、今、直接文面は無いんですけども、基本若者の消費者被害、契約について、こういった点には注意してくださいねといったようなことを数十秒、30秒ぐらいの中で呼びかけているというような状況となっているところでございます。以上でございます。

【小賀野会長】 ありがとうございます。消費者安全確保地域協議会に対する地域の期待は大きいですね。船橋市が平成28年で実績がもう出てきていると思いますが、先生方からご覧になられてこの協議会の意義といいますか、注目すべきところはどこにありますか。深く関与されている拝師先生をお願いします。

【拝師副会長】 地域協議会の件なんですけれども、私も船橋市の協議会の委員をやらせていただいて、前々回くらいに伺ったのは、構成メンバーのヘルパーさんのグループからのセンターへの相談の繋ぎというのが増えているという風にお聞きしました。それで何か取り組まれたことがあるんですかと聞いたところ、やはりそのヘルパーさんの団体の方で簡単な研修会をやったということでした。そういうことを他でもやっていただけると被害に早く気づいてセンターに繋いでいただけるとということが実際に行われているということが分かりましたので、協議会の色々な団体、特に福祉関係でもお年寄りと接する現場にいらっしゃる方々側の団体に関わっていただけるとということが大きいかなと思ったところです。それが船橋の話で、それに絡めて国の方もそういった意識を持ってまして、消費者庁と厚労省連名で、自治体の方で協力して協議会をやってほしいという要請を出している聞いています。それでお願いが、市町村の協議会設置でネックになるのが高齢者部門や福祉部門が忙しくて消費者部門と連携しにくいところがあるんですけれども、福祉部門の方も協力してやるとやっぱり色々な相談、悩み、トラブルがあることが把握できて、連携してよかったとなるんですけれども、その意識を持つことが大事です。そのために県の方も消費者担当の部局だけでなく県の方の高齢者担当、福祉担当の部局の方と合わせて働き掛けをしていただきたいということです。そうしないとなかなか市町村の福祉部門も協力的になってくれるとは限りませんので、そこは、ぜひ県の方でも頑張りたいと思っています。長くなって申し訳ないんですけども、もう一つは、国の方でも協議会の取組例、取組の案として出てきていると思うんですけども、災害後の消費者トラブルというのは必ず出るんですね。千葉でも台風がありましたけれど、その後にリフォーム関係の悪質商法というのが一定時期過ぎると必ずやってきます。それで地域協議会の方で活用していただきたいのは、災害が起きるとその後大体ボランティアが入ってきて、ある程度生活の方が落ち着いてきたあたりで悪質業者が入ってくるという傾向がある、大体どのパターンを見ているもある。ボランティアの方はご承知のとおり社会福祉協議会がボランティアセンターを立ち上げて、いろんなボランティアの仕切りをやって、現場に派遣したりしているということです。そこが一番現場に近いということになります。地域協議会の

方には大体社協さんが入っている。どこの市町村も、あらかじめ災害が起きたときにどう
いう段取りで悪質商法の予防のための啓発、特に災害系の予防を、どういうタイミングで
どう流すかということを決めておくと、被害が出た時に悪質業者より先に啓発に回れる可
能性がありますので、一つ、協議会の取組事項として県の方からも働き掛けていただいて、
社協さんの方にも協力していただければ。地域協議会の方も、県の方もやってらっしゃる
かと思いますが、まだまだ、やる意味みたいなものを掘り起こせる可能性もありますので、
そこを頑張っていたきたいと思います。

【後藤委員】 拝師先生、地域協議会に入っている団体等、分かりましたらどういうところ
が入っているか教えてください。

【拝師副会長】 地域によって全然違いますけど、多くは消費生活センターの他に福祉系
の団体、地域包括とか社協とか高齢者クラブ、町内会とかが多いです。あと地域によって熱
心に行っている消費者系のボランティアでやってるところが入ってきたりとか、あと警察
が入っているところも結構ありますんで、地域によって色々ですけど、千葉は4箇所し
かないんで確認していただければ、かなり重なっているところがあるかと思っています。

【小賀野会長】 千葉県環境生活部が扱われる行政の範囲はかなり広いですよ。広く
て注目できると思いますし、先ほどNHKから取材が千葉県になされたということで、
私もその番組を拝見しました。拝師先生が指摘されたように幅広い福祉部局等との連携、
幅広い取組みが求められていると思いますが、このあたりについて何かお考えがあれば
お願いしたいと思います。

【菅谷室長】 現在福祉部局と直接何かをやるというところまでは出来ていない状況なん
ですが、当然高齢者との絡みという点で福祉部局との連携が必要との認識でございます。
先ほど協議会の話でありました、例えばヘルパーさんとか、その構成団体の人達に対して
高齢者の消費者被害について、どういうことが起きているのか、そういったことを学んで
もらうような研修を県として国の交付金を使ってやっている事業というのはございます。
なかなか協議会という形に行かないものの、そういう日頃高齢者の方と接する方々、例え
ば自治会の方とか、民生委員の方、ヘルパーさんの方、そういった方々への消費者被害、特
に高齢者の被害防止に向けた研修というものを積極的に行って、そこから高齢者の被害を
防止していこうという取組を、県ではやっていこうということになっております。また災
害後のトラブルの関係、拝師先生がおっしゃったとおり必ず1年後2年後、今も台風の被
害絡みで消費者被害が起きているところがあります。いわゆる火災保険を使って無料で工
事ができる、お金がかからない形でできるとの切り口で、特に高齢者の所に訪問し、実際蓋
を開けてみると、必要の無い工事までさせられてしまう、代わりに申請するからやってお
く、けれども実際は思ったほど下りなかったとか、追加で料金を請求されたとか、そうい
った形の相談も多いので、我々とする先ほど言った県の媒体を使って、災害の起きる時に、
あるいは、起きた後、今でも災害後の被害注意してくださいという形で広報は行ってい
るところでございます。今、特にコロナの関係もあるので、その周知も行っているところでご

ざいます。

【小賀野会長】 ありがとうございます。地域生活安全とかにも関わってきますね。実際、消費者問題に取り組んでいると、ごく自然に高齢者問題やその他の問題につながっていく、実務上はかなり先進的な考え方のもとに進められているということがあります。制度や縦割りの状況を克服しているところがありますね。そのような実態を評価し、審議会として評価することが重要です。ただ今のテーマ、その他のテーマでも御意見御質問をお願いします。

【後藤委員】 基本目標1のところ、消費生活センターの認知数のところで16.3パーセントというのは令和元年度ということですが、以前もう少し高かった数字を見た気がするんですけどもそうじゃなくて、私はどちらかというところ知ってますかというのはアンケートの項目としては好きじゃないですけど、やはり消費生活センター、あるいは、消費者センターというものは、できれば100パーセント近くの人知っているという状況になって欲しいと思っています。今は「188 (いやや)」、今までは市内の人なら電話番号は分かるけれど、市外の人に言う時にあなたの所の番号を調べてねと伝えていました。私は松戸のセンター配布のカレンダー(悪質商法・詐欺撃退虎の巻カレンダー)などセンターの電話番号が入っているものを渡す時に言っていたのですけれど、今はもう「188(いやや)」と言えば、その人の住んでいるところのセンターに繋がりますので、他の人に紹介する時はすごく便利になったと思ってるんですね。だけど、なかなかこの数字が16.3パーセントで、すごく低いなと思って、これを上げていくために県として先ほどから色々教育の面とか出ていますけれど、かなり努力している部分というのをお聞かせいただきたいですね。この色々被害に遭っているという数値が出てくるんじゃなくて、これをいかに下げるかというところをもっと話し合っ、できるだけみんなが被害に遭わないという状況を作っていくことが大切だと思いますので、今一番簡単なセンターの認知度をどういう風に上げようとしているのかをお聞かせいただきたいと思います。

【菅谷室長】 ありがとうございます。委員のおっしゃるとおり、なにか困った時に消費者センターがあるんだ、そういう相談に乗ってくれるところがあるんだということをまず思い浮かんでもらうような形をとってもらうのが当然理想だと思っております。特に年代で見ると若者から社会人、高齢者という形になると思うんですけども、若者に対してはさきほども申しました学校での教育の中で、例えば高校生でしたら学校で消費者教育を学べるような「オトナ社会のパスポート」という冊子を全部の学校に送ってますので、その中でも当然消費者センターの窓口はここですよと周知しております。あとはクリアファイルとかそういったものを成人式とか大学とかそういったところに配って何かあった時には連絡できるように一覧が全部載っているものを配ったりとか、あとは一般向けですと例えば公民館とか色々な消費者団体とか、そういったところから講座の依頼があった時にセンターの相談員さんが講師として話をする、そういった中で何か困った時は相談してね、みたいなことを必ず伝えている場面もあります。そういった色々な場面を通じてなにか困っ

た時があればセンターに相談してねと働き掛けているところでございますが、相談というものはあらゆる相談窓口があるところで消費生活相談の窓口はここですよという認識がどこまであるのかというところは難しいと思いつつも、困った時にはここだという所を先ほど委員がおっしゃられたように「188 (いやや)」という、番号が分からなくても電話がつながるということをきっかけにまず皆さんに知ってもらって、消費者被害が起きそうになった時にそれを未然に自分で注意できるというような消費者が自立できるような形をとれるのが理想なのかなと思っておりますので、引き続き様々な形で広報等していきたいと思っております。

【小賀野会長】 ありがとうございます。私も数字が少し低い印象をもってお聞きしていました。現実に悩みがあり困っていても、これが果たして消費者被害ということになるのか、先ほどの縦割り組織とも少し関連してはありますが、困った時に気軽になんでも聞いてくれる場所があるといいと思います。イオンさんなど、日常頻繁に利用させていただいておりますが、消費者相談の机を店舗内に置かれたりすることはありますか。

【村木委員】 今の御質問は、店頭で直接来店されているお客様に、なにか商品であるとかサービスに対して御意見を聞いてますかということでしょうか、コロナになってから対面でおたずねをすることはやっておりませんが、現部署で働く前は店舗勤務でしたので、店舗ではお客様の質問や要望というのは色々な場面が出てきます。もちろん接客中でもありますし、ご意見承りカードということでカードに記入をしていただいてお返事を公開する場合や、最近ではおっしゃる通りWEBメールで質問、その場合は本社に直接届くようになっております。当社の商品プライベートブランドトップバリュの商品は裏面にフリーダイヤルが書いてありますので、専用で相談やお申し出をお受けするということになっております。10年ぐらい前に店舗入り口で専用カウンターを設置し、直接お客様のお話を聞いた時は、御意見や要望は色々出てきました。靴下のこれがいいという話や、洗濯の表示がよく分からないだとか、今はプライベート商品はフリーダイヤルで受ける、お店の接客やサービスのことはお店で受けるということが多いのですけれども、実際お客様は自分の疑問や要望をどこに相談や伝えたらいいのか分からないという場面は現部署にいると感じます。

【小賀野会長】 対面で気軽にお話を聞いてくれる場所がスーパーマーケットの中にあるとありがたいのですが、色々課題があると思いますけれども、例えば消費生活センターと連携、協力して実現することはできないもののでしょうか。頼りとするところが身近にあるといいように思いました。

【拝師副会長】 身近にセンターがあると感じることと関わる話だと思いますけれども、基本的には市町村の相談窓口をきちんと整えて、そこにアクセスしやすい方法を工夫してやるのが基本だと思ってまして、そういう観点から気になった数値が資料1の相談件数の推移なんです。色々増減があるのはいいんですけれども、内訳で県と市町村の相談件数を毎年あげていただいているんですけれども、ここ数年県の相談比率が上がってるんですね。トータルの相談件数の中の県センターに来る件数が増えてます。昔から消費者センターを

作る働き掛けを各地でやってきて、どういう傾向があるかということ、市町村でセンターを作る前と作った後の変化としては、明らかに地元のセンターに相談する件数が県センターに相談していたものが地元のセンターにシフトする傾向があります。ですから、それが逆の傾向になっているということは、市町村の方のセンターの相談体制がちょっと弱くなっている可能性があるのではないかと思います。実際に開設日数ですか、トータルでいうと小さな変化なのかもしれませんが、窓口の開設日数が令和元年度3.55日だったものが3.39日というようなことですので、広報のほうも大事なんですが、その前提として市町村の相談体制が弱くなっているのであれば、そこはきちんと落ちないように、消費者庁を作った頃から、県も御努力されて、各市町村も努力されて体制整備が出来てきたと思ってたんですけど、ひょっとしたら落ちてきてるのかもしれないということで、そこはまず落ちないようにするということが県の方の重要な役割になってくると思います。プラス、もちろん南の方とか東の方とか弱いところについては、引き続き広域センターの働き掛けをしていただきたいと思います。まずは落ちないように市町村の中身を分析した上で、テコ入れをしていただきたいと思います。

【小賀野会長】 貴重な御意見ありがとうございます。消費者相談の機能はますます重要になってきていると思います。強靱化を図っていただきたいと思います。関連して、あるいは、その他の御意見をお願いいたします。

【上山委員】 お聞きしたいことが3つあります。資料4の消費生活に関して暮らしやすいと感じている県民の割合ということで、私も千葉市に住んでいるんですが、もうちょっと高いイメージを持っていましたが、36.2ということで、目標と比べ低いのですが、年々上がっており、近県、神奈川、東京、埼玉と比べてこの数字はどうなのか。これは県の調査です。同様の調査をしているか分からないのですが、もし分かりましたら、その上で低い理由が何かという所がアンケートの中で分かりましたら、この件をどのように捉えているか教えてください。もう一つが次の2ページになります。先ほど拝師先生のお話もありましたけれど消費者センターというのは大きな要かなとすごく感じております。私自身も相談した案件で相談員さんの対応がすごく良かったというところがあって、消費者被害をなくす大きな要かなと思っております。その中では、消費生活相談員の担い手確保事業で相談員さんを増やしながらかつて土台を大きくしていく事業をやられているということで、この事業の中で相談員さんの増減がどうなっているのか、もし減っているなら、そこにどう手を打つのかを、教えていただければと思います。もう一つが教職員への教育はしっかりやられていると思います。成年年齢引下げで、消費者被害はこれからもっと多くなると思います。その中で教育をしっかりやることが重要だと思います。学習会は高校生もそうですが、中学生から行っていく事が大切だと以前に講師の方にお聞きしました。すぐには無理かもしれませんが、小学生、中学生と先生も含めて、教育していくことが大切だと思います。

【菅谷室長】 ありがとうございます。御質問がいくつかあったところですが、まず資料

4の消費生活に関し暮らしやすく感じている県民の割合の他県の状況ということなのですが、県の世論調査ということで県独自にやっているもので、他県との比較は無い状況になっております。理由についてもここでは無いという状況でございます。あと担い手の確保の話につきましては、国において令和2年度から始めた事業でございます、国の方でも全国的に消費生活相談員の成り手が不足しているということは認知されている中で各都道府県あるいは市町村において相談員の確保が非常に厳しいという声は我々からも伝え国への要望といった中でもことあるごとに伝えていくことに加えまして、国において新たに令和2年度から立ち上げた事業ということになっております。実際にこの事業につきましては、昨年度は募集が800名、今年は倍の1,600名を募集したということで、ほぼ定員いっぱいの応募があったという話は聞いております。実際にその後試験に合格してセンターに配属されるという形に最終的に続く形がとれるのが最終目標ですけれども、実際に何人かということになると国の方では実際に受けた方からのアンケートにより把握しているだけの話で、実際のところ何人という正確な数字は教えてもらうことはできなかったという状況となっておりますが、いずれにしても千葉県も他の自治体と状況は同じで、相談員の確保に非常に苦労されている市町村が多いということは重々認識しております。我々としても市町村が相談員を募集する際には出来るだけの支援をしてきたいということで、相談員の募集案内を我々県の媒体を使って募集するといった取り組みを市に対して支援できるところでやっています。最後に中学生の取組み、成年年齢引下げ、事前に若い頃から認識しておくということは確かに重要なことだと思います。それぞれのライフステージに応じた消費者教育というのはそれぞれの中で、今後18歳にあなたがなったら後は親の同意無しでも契約できちゃうということを若い頃から教え込むということは非常に重要なことと認識しております。例えば自立支援講座という消費者センターでやっている講座の中でも中学校の方で依頼が来たことがございます。なかなか中学生の段階だと意識をそこまで持つてもらうことは厳しい部分はあるかと思いますが、学校の中ではそういった意識を持っている先生もおられるということなので、そういう先生から広げていければと考えております。

【小賀野会長】 ありがとうございます。重要な御意見ですね。相談員の募集ということで、相談員になるためには試験を受けるわけですね。これは難しいのではないのでしょうか。例えば、成年後見人になりたいという場合には、試験は特になく、市民後見人の研修を受けることによって市民後見人の条件が整うわけです。消費生活相談員についても参考になるところがあるように思います。相談員には消費者問題の知識も必要ですが、試験の方法は必ずしも必要とせず、消費者問題に関与したいという方々を広く募って研修を進めることも検討課題ではないかと思っております。そういうお考えは出てきていますか。

【菅谷室長】 実際に相談員をやられている柿沼委員からお答えいただいた方がいいかと思っております。

【小賀野会長】 柿沼委員さん。

【柿沼委員】 消費生活相談に従事しています柿沼です。まず資格試験なんですけども大

体合格率30パーセントぐらいです。条例によりまして、市によっては資格を保有している者でないと消費生活センターの相談員として勤務できないという状況がございます。私も資料4の基本目標1の下のところですね。消費生活相談員は不足しており、それがずっと継続している状況です。国民生活センターのホームページなども消費生活相談員募集の千葉県のところにずっと募集が載っている状況ですので、やはり不足については、県としてバックアップしていただきたいなという気持ちがあります。相談員不足の一要因として東京都と比べてしまうとなんですけど、社会保障とか賃金面でかなり差がありますので、そのあたりで東京に近い資格保有者方に対しては、やはり千葉県内に勤務するよりも東京へと勤務先を選定しているところもあるかと思うんですね。県内居住の消費生活相談員が県内で消費生活相談員として従事することは、県民にとっても有益です。働きやすい環境となるように県の方で引き続き基礎自治体に対してバックアップしていただければと思います。一つの基礎自治体で相談員募集をしても相談員の確保に繋がらない原因の一つかなと考えております。この部分については以上なんですけれども、その他について意見を申し上げてよろしいでしょうか。基本目標の2です。教職員に対しての講座のことなんですけれども、私も何年前に県の教育委員会で主催しております夏の講座に参加したことがありますけれども、この講座自体は教員がどの講座を受けようかなと選択をします。消費生活講座に興味がある先生が受けることになっておりまして、全部の教員が等しく消費者教育を受講している機会があるかというところではないかなと思っております。今年は特に成年年齢の引き下げが施行される大事な年になっておりまして、国でもキャンペーンをするなど、かなり力を入れているところがございますので、千葉県としてももう少し教員に対しても、こういうことがありますよとトラブル事例などを含めて周知していただければというところが一つございます。それと共に、子供を見守る保護者、PTA等に対しても成年年齢の引き下げになると高校生が消費者トラブルになることについても引き続き周知広報などを行っていただきたいと思っております。それと先ほど消費生活センターに相談するのは大変敷居が高いという方もいらっしゃるということなんですけど、本当はそうではないんですけれども、なかなか若者が消費生活センターに相談するということは時間の関係なども含めて難しいところがあると思います。そちらについては、例えば今国の方でも実証実験を行っておりますけれどもLINEとかSNSを使った周知とか相談、そしてオンライン、メールでの相談とかですね、そういうものについても、広域的に県の消費者センターの方で行っていただくと、相談員の不足についても充足できるのではないかと考えているところであります。それから基本目標3なんですけれども、地域連絡協議会です。私も船橋市の消費生活センターに勤務しておりまして、船橋市では介護支援事業者、それから民生児童委員に対し、年に1回、消費者トラブル講座を行っておりまして、どんなトラブルがあるのかということと、繋ぎなどについてお話をさせていただいているところです。それを行うことによって、ヘルパーさんとか民生委員さんとかから、こんな相談があったんですということで広く相談をいただくことになりまして、また、認知行動に問題のある

方の相談の場合には、今度はこちらから包括支援センター等に連絡をして、少し困ってらっしゃる方がいるので見守り支援をしてもらいたいというお話を持って行ったりしております。地域連絡協議会を設置したことによって、こういう取組を行ってますというようなことを県で取りまとめを行っていただくことによって、検討している市町村などについても、どのように実践すればよいのか分かるのではないかと思います。それから、基本目標5で分からなかったのを教えていただきたいのですけれども、主要項目の状況の表の令和2年度の状況が、元年は54,000件だったんですけれども令和2年がぐっと下がっている理由と、現況はシステム改修中のために未集計とあるんですが、これはシステムが改修されたら集計結果が出るということですのでよろしいのでしょうか。長くなりましたがよろしくをお願いします。

【菅谷室長】 貴重な御意見ありがとうございました。最後の御質問についてですけれども、食品栄養施設の監視件数ということで、他課でやっている事業ということで詳細までは把握していませんが、令和2年度が令和元年度に比べて大幅に減っているということで確認しましたところ、コロナの関係があつて監視指導になかなか行けないという影響が大きいと聞いているところでございます。システム改修ということなので、当然終了後は数字が出る話だと思いますので、次回の時には数字は出てくるかなと考えております。

【小賀野会長】 ありがとうございます。柿沼委員さんの船橋市の協議会の取組みというのは大変興味深くて、関係団体との連携、繋ぎを実際に進められています。このような情報を聞いて、この協議会の意義が、重要性を確認し、更に高めることが重要ですね。他にいかがでしょうか。

【依光委員】 依光でございます。よろしくお願いたします。今の話に関連する所から御質問させていただきたいと思ひます。協議会の件、ぜひ進めていただきたいと思ひますが、31市町村においてネットワークが整備されているとあるんですが、ここから協議会に変えるハードル、どういうところが主にハードルが高いと現場の方がおっしゃっているのか、そのあたりを聞かせていただければと思ひます。今のような良い例がたくさんあるのにそれにどうしてなっていないかというのは、たぶん何か問題点があるんじゃないかと思ひまして、ぜひそのあたりをお分かりになるのでしたら教えていただきたいと思ひました。最初に戻ります。基本目標の1なんです。「暮らしのおまもり便利帳」、私共の団体も載せていただいているんですが、ここに色々広報を上げてくださっていると書いてあるんですが、実際にどれくらいの視聴数があるのか、閲覧回数などのデータがありましたらぜひ教えていただきたいと思ひます。うちの方もなかなか情報が更新できないので大変申し訳なく思ひているんですが、消費者団体の皆様がどのように御活用されていて、どのくらいの一般市民の方が見てらっしゃるのか、また、「暮らしのおまもり便利帳」の広報をどのようにされているのかをお聞かせいただけたらと思ひます。それからですね、その下のところにあります、地域の消費者行政の担い手の育成というところで、消費者教育をコーディネートすることができる人材を育成する講座というのをされているのを伺ってお

ります。実際に地域で消費者教育をどのようにこの方達がコーディネートされているのか、もし事例等ありましたら教えていただきたいのと、市町村にその方達が帰っていかれると思うんですが、そこでどのようにこの方達を御活用されているのか、県と市の連携にあたるかと思うんですが、市町村でこういう活用をされていますという事例がありましたら教えていただければと思います。それから先ほどから成年年齢引下げの件でたくさんお話が出ていましたが、実は私も先日あるところで、成年年齢引下げの学習会を大学生と一緒に開催させていただきました。その際に大学生の皆さんが、今の小中高の学習指導要領が変わっていてその中に消費者教育もどんどん盛り込まれていて新しいことを色々教えてもらっているというのを講師の先生から伺ったところ、「羨ましい、私達はそういうもっと役に立つことを知りたいんだ」というお話が出てきたんです。既に大人になった若者もたぶんそういうことを知らないで過ごしている方がたくさんいらっしゃると思うんですね。大人になって経験を積むと、こういうことって危ないなど、30代4代になってくるとある程度知識も付いてくると思うんですが、社会に出たての若い方達は意外とまだそういうことに気が付いてらっしゃらない方もいて、被害も増えてくる、これから18歳19歳と一緒に増えてくるのではないかという気もしますが、その辺りの対応というのもぜひ御検討いただきたくお願いします。もし今何かお考えのことがありましたら、ぜひ教えていただけたらと思います。

【菅谷室長】 ありがとうございます。いくつかお答えできることと出来ないことがあるんですけども、一つ目のネットワークの関係ですけれども、協議会とネットワークで違うとなると個人情報を取り扱って、その情報を本人の同意が無くてもセンターに問いかけるとかそういうことがあったりしますが、実際に個人情報を取り扱わなくても協議会という形を作ることは可能だと思うんですけども、実際にネットワークを作っている所もそうなんです、市町村、特に小さな所ですと色々な業務と併せ持ってやっている、少人数でやっているという所の方が多いと聞いております。関係部署との調整がなかなか進まないとか、人手不足で事業を進める余裕が無いとか、後は既にネットワークがあるのでその連携の中で対応しているので協議会までは作らないでいいという認識でいるとか、そういった形でなかなか協議会までいっていないところがあると聞いております。そういった市町村に対しては、実際に協議会を設置することによるメリット、良さというのは、実際に先ほど柿沼委員におしゃっていただいたように実際にやっている市町村の例をお聞きしてもらおうとかそういったことのを設けることが一番いいのかなと考えております。「くらしのおまもり便利帳」につきましては、閲覧回数までは把握していないので、今後確認しながら周知に努めていきたいと思っています。なかなか見られていなければ載せても意味が無いというのは御承知の通りです。あとコーディネートの関係は具体的な事例までは把握していないので申し上げられないのですが、あと社会人向けの既に社会人になってしまった方の消費者被害防止ということは、確かに今の世代若い方々はそういったものを学ばないままとなってしまうと、実際社会人になって消費者被害を受けてしまうというのは、

確かに経験が浅い社会人がいらっしゃるので、そういった方々向けにはできれば事業者の中の社員研修とかそういった中で消費者教育の場を受け持って貰えるような働き掛けをして貰えるような取組を出来ればと考えております。県でも包括協定とか企業さんもあるんですが、そういった所をきっかけに話をするとか、企業さんも幅広いのでそこは難しいんですけれどもそういった形でやっていくこと、或いは、企業さんから相談員に講座を申し込んでもらうとかそういった中で消費者被害防止に向けた研修をやってもらう、講座を開いてもらうという取組をして貰えるように働き掛けられればと考えております。

【小賀野会長】 ありがとうございます。事務局による冒頭の資料等の御説明にありましたが、私どももものごとを合理的に考えて行動する消費者を目指さないといけないのですが、そうはいつでも被害に遭ってしまう。十分に知識があっても被害に遭ってしまうという厳しい状況があります。高齢化がどんどん進み、成年年齢の18歳への引き下げが4月から実施されますから、悪質な事業者はこうした人々をターゲットとしてきます。契約をどんどん結ばせて、不当な利益を貪ろうとしていますので、私たちはこのことを十分に自覚して危機意識をもって対応しなければなりません。その先頭に立っているのがこの審議会の委員の先生方であり、千葉県の事務局の皆さまですので、引き続き御尽力いただければありがたいと思います。予定された時間がきておりますが、外山先生いかがでしょうか。

【外山委員】 私から御質問させていただきたいんですけど、消費生活センターの方に御相談にお見えになる件数は分かるんですけども、どのような状態、例えば架空請求が来て御自身が不安だからどうしようかというような方が御相談にお見えになるような場合もあるでしょうし、実際に被害に遭ってしまうケースもあるでしょうし、どういった段階でのご相談が多いのか集計を取られているのか、或いは実際に被害に遭われた方に対してのセンターの支援方法と言いますか、どのような対応をされているのか。結果的には警察とか弁護士の先生とか色々あると思うんですけども、どこまでが消費生活センターさんの相談業務の中で解決しているのか、もし分かれば教えていただけると。

【菅谷室長】 実際、被害のどの段階で電話とか相談があるかという集計まではしておりませんので、様々な時点での相談が来ているという状態になっております。実際に相談員さんは、例えばクーリングオフができる状態の方については、クーリングオフができるよという話で事業者との間に入って調整をしたりする場合もあります。色々な場面場面に応じてその方がどのような状況になっているのかということ聞き出した上で、その方に一番適切な相談をされていると認識しておりますが、具体的には柿沼委員いかがでしょうか。

【柿沼委員】 消費生活センターの役割なんですけれども、基本的には事業者と何かトラブルになっている時の窓口でございます。ただ、それ以外の相談でもすぐシャットアウトするわけではなく、消費者の方であれば、どなたでもまず相談していただいて、ただ消費生活センターが相談窓口でない場合については、その場でこういう窓口がありますと、相談先をご案内させていただきます。消費生活の相談の場合には、まず助言があり、こういう形でトラブル解決できますよねとアドバイスし、そこで終了します。例えば、架空請求のハガ

キとか迷惑メールの場合には、とにかく無視をしてください、連絡をせずにそのまま無視していただいで様子を見てくださいという助言をします。あとは、斡旋と言っているのですけれども、その場合には、まず相談者の申し出内容を書いていただいて、それを事業者に送付した後に、消費生活相談員が入って解決に繋げていくという斡旋という業務を行っております。今回の集計結果も何件という件数なんですけれども、相談によっては5分くらいで終わってしまうものも、何日も何時間もかけるものも相談件数は1件なんです。相談件数が下がったからといって、相談業務が楽になったとかいうことは全然無いんです。なかなかそのあたりについては、件数だけだと分からないというところがあるかと思うんですけれども、相談の中には、複雑に巧妙化されていて、消費生活センターでも日々相談員が勉強しながら解決に向けて色々行っているというところがございます。消費生活センターでは困難である事案の場合や、至急法律家の先生に相談した方がいいという時には、弁護士に相談していただくように御案内することもございます。以上です。

【菅谷室長】 あと補足なんですけれども、資料2の一番最後のところに参考情報として入れさせていただいております消費生活相談の救済金額の集計をしております。これは備考欄のところに書いてあるんですけれども、救済金額と書かれているところが、回復額、回復額(クーリングオフ)、未然防止額というところの3つを合計した金額になっております。例えば令和2年度でいいますと、もう既に契約してしまった額が把握できる範囲では、2万件の中で194億円という既に契約してしまった額があって、そのうち残念ながら払ってしまった額が62億、ただ下に書いてありますようにセンターに相談した結果、一部あるいは全部が返ってきた、あるいはクーリングオフにより返金があった、あるいは契約しないで済んだ、そういったものの金額が16億あるというようなことで、全体にすると割合は低いんですが、センターに相談した結果、県民から見るとこのぐらいの額が被害に遭わなくて済んだ状況の数字が出ております。16億という金額だけ見ると非常に膨大ですので、これだけの被害をセンターに相談したことによってできたという意味からすると、センターの意味というのは非常に重要なと考えております。

【小賀野会長】 ありがとうございます。御意見は消費者相談における連携の在り方などについても示唆されていたと思います。柿沼先生のお答えは、相談の件数も重要ですが、その内容をもっと知ってほしいということですね。これは、相談の結果として取り上げるべきことができますね。本日は、貴重な御意見、御質問等をいただきました。運用でできること、運用に期待するところもありますね。このあたりで議題は終了させていただきたいと思います。御協力いただきましてありがとうございます。

(3) その他

【菅谷室長】 ありがとうございます。委員の皆様におかれましては、長時間に亘りまして活発な御審議ありがとうございます。本日、いただきました御意見等参考とさせていただきます。

だきまして、県民の生活の安定と向上の更なる推進に努めてまいりたいと思いますので、
よろしく申し上げます。

6. 閉 会

【菅谷室長】 以上をもちまして、令和3年度第1回千葉県消費者行政審議会を閉会させて
いただきたいと思います。ありがとうございました。

(了)