

令和6年度第1回  
千葉県消費者行政審議会  
議 事 録

日時：令和7年3月5日（水）

場所：ホテルプラザ菜の花3階 菜の花1～2

## 1. 開 会

【司会（名川消費者安全推進室副主幹）】 それでは、定刻前ではございますが、出席予定の委員の方、全員お揃いでございますので、これより令和6年度第1回千葉県消費者行政審議会を開催いたします。

オンライン参加の委員の皆様、音声はきちんと聞こえておりますでしょうか。

全員大丈夫なようでございます。それでは、このまま進めさせていただきます。

私は本日の司会を務めます、環境生活部くらし安全推進課 消費者安全推進室の名川と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

## 2. 挨拶

【司会】 それでは、会議の冒頭に、千葉県生活安全・有害鳥獣担当部長の亀井から御挨拶を申し上げます。

【亀井生活安全・有害鳥獣担当部長】 環境生活部の亀井でございます。委員の皆様方におかれましては、まず再任で御就任いただいた皆様方、本当にありがとうございます。また、新たに委員になられた方、よろしくお願いいたします。

委員の皆様方におかれましては、日頃より県の消費者行政の推進に御支援、御協力を賜っておりますことに、まず御礼を申し上げます。

また、本日はオンライン参加も含めて、多くの皆様方に御多用の中、御参加をいただきましたことに、重ねて御礼を申し上げます。ありがとうございます。

さて、この審議会でございますが、千葉県行政組織条例の第28条に基づく附属機関として例年、千葉県消費生活基本計画に基づく事業の取組状況等につきまして、御審議をいただいているところです。

御案内のとおり、消費生活をめぐる状況でございますが、高齢化、グローバル化、デジタル化の進展といったものが現在、非常に早い速度で進んでいる状況でございます。こうした状況の下、課題も多様化、複雑化しているということは、皆様方は重々、御承知のことと思いますが、一方でなかなか難しい状況にある、というように私どもも認識をしているところでございます。

このような状況の下、消費者一人一人が社会的役割を自覚し主体的に行動することが重要であるとともに、県としては多様な関係者と連携、協力して、積極的に消費者被害の防止、あるいは消費者教育の充実など、安全・安心な消費生活の推進に全力で取り組んでいるところでございます。この点、来年度におきましても、後ほど担当から説明があらうかと思いますが、新たな取組等も予定しているところでございます。

本日は新しい計画を含め、基本的に、計画に基づきました今年度の関係事業の実施状況について御報告をさせていただき、その状況を踏まえ、皆様方からまさに忌憚のない御意見を

頂戴し、それと併せまして御提案等もいただければ非常にありがたいところでございます。  
この審議会の趣旨を踏まえまして、積極的な御発言等をお願いできれば幸いです。  
以上、簡単ではございますが、私からのご挨拶とさせていただきます。  
本日は、どうぞよろしくお願いいたします。

### 3. 出席委員紹介

【司会】 本日は、委員改選後初めての審議会となりますので、事務局からお手元の委員名簿に従いまして、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、大変恐縮ではございますが、御起立をお願いします。その後適宜、御着席ください。

まず、井原真吾委員でございます。

【井原委員】 井原でございます。よろしくお願いします。

【司会】 小賀野晶一委員でございます。

【小賀野委員】 よろしくお願いいたします。

【司会】 高橋宏承委員でございます。

【高橋委員】 よろしくお願いいたします。

【司会】 拝師徳彦委員でございます。

【拝師委員】 よろしくお願いいたします。

【司会】 尼崎英之委員でございます。

【尼崎委員】 よろしくお願いします。

【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】 よろしくお願いいたします。

【司会】 吉田光委員でございます。

【吉田委員】 よろしくお願いします。

【司会】 続きまして、オンライン出席の委員3名を御紹介申し上げます。

まず、柿沼由佳委員でございます。

【柿沼委員】 柿沼でございます。よろしくお願いいたします。

【司会】 続きまして、石橋きみ江委員でございます。

【石橋委員】 石橋です。よろしくお願いします。

【司会】 続いて、大森俊一委員でございます。

【大森委員】 大森でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

【司会】 なお、外山洋子委員は、本日欠席でございます。

続きまして、事務局職員を紹介いたします。

千葉県消費者センター所長の始関でございます。

【始関消費者センター所長】 始関です。どうぞよろしくお願いいたします。

【司会】 くらし安全推進課長の渡辺でございます。

【渡辺くらし安全推進課長】 よろしくよろしくお願いいたします。

【司会】 消費者安全推進室長の熊本でございます。

【熊本消費者安全推進室長】 よろしくよろしくお願いいたします。

【司会】 なお、その他関係職員を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たします。

それでは、議事に入ります前に申し上げます。

当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条によりまして、原則公開となっております。また、議事録につきましても、千葉県庁のホームページで公開していく運びとなります。本日は皆様の机の上にＩＣレコーダーを置かせていただいておりますが、議事録作成のためでございますので、御了承ください。なお、審議会につきましては、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。ただし、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るので、本日の会議は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】 ありがとうございます。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場合があることにつきましても、あらかじめ御了承いただければと思います。

なお、本日は2名の傍聴希望者がおります、傍聴人の方1名と報道機関1名でございます。それでは2名について、これから入場させていただきます。しばらくお待ちください。

<傍聴人入室>

【司会】 当会場におきまして傍聴を希望される方のうち、1名が入室されました。よろしくお願いいたします。

それでは、これより次第に従いまして、審議に入らせていただきます。

本日の審議会には委員13名中半数以上、12名の御出席をいただいております。

<報道機関入室>

【司会】 ただいま報道機関の方も入室されました。傍聴希望者、合計2名が入室されました。

それでは、本日の審議会でございますが、先程ご報告いたしましたとおり、半数以上の委員の皆様が出席されております。従って、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、まず御報告申し上げます。

なお、本審議会は、千葉県消費者教育推進地域協議会、この協議会の役割も兼ねること

となっておりますことを申し添えさせていただきます。

#### 4. 議 題 等

##### (1) 会長等の選出

##### ・ 会長の選出について

【司会】 それでは、議事に入ります。

千葉県行政組織条例第32条第1項の規定により、会長が議長となるとされておりますが、本日は委員の委嘱後初めての審議会のため、会長が選出されておられません。したがって、会長が選出されるまでの間、事務局で進行を行わせていただきます。

それでは、議題(1)の1点目、会長の選出について、でございますが、千葉県行政組織条例第30条第1項の規定により、委員の互選によってこれを定めるとされておりますので、会長の選出をお願いしたいと思います。どなたか御意見はありませんでしょうか。

依光委員お願いいたします。

【依光委員】 引き続き、小賀野委員をお願いしてはどうかと思います。いかがでしょうか。

【司会】 ただいま、依光委員から小賀野委員を会長にとの御推薦がありましたが、皆様いかがでしょうか。

〔「異議なし」との声あり〕

【司会】 御異議ないものと認めます。

小賀野委員、お引き受けいただけますでしょうか。

【小賀野委員】 ありがとうございます。よろしくお願いします。

【司会】 ありがとうございます。

それでは、席の移動をお願いいたします。

＜小賀野会長、会長席へ移動＞

【司会】 それでは規程によりまして、以降の議事進行は小賀野会長をお願いすることといたします。よろしくお願いいたします。

【小賀野会長】 冒頭、一言御挨拶申し上げます。

担当部長さんの御挨拶にありましたように、本審議会は県民生活に直接関連する大変重要な県の審議会の一つです。委員の皆さん、それから事務局の皆さん、御尽力を賜りますようお願いいたします。

##### ・ 議事録署名人選出

【小賀野会長】 それでは、次第に従って議事を進めます。

初めに、議題(1)の2点目、議事録署名人の選出でございますが、議事運営規程により、

私から指名させていただきます。

議事録署名人を尼崎委員、村木委員のお二人にお願いします。尼崎委員、村木委員、よろしいでしょうか。

〔「はい」との声あり〕

【小賀野会長】 ありがとうございます。

#### ・ 副会長の選出について

【小賀野会長】 次に、議題（１）の３点目、副会長の選出についてですが、副会長についても規程により委員の互選で選出することになっておりますがいかがでしょうか。

どうぞお願いします。

【依光委員】 こちらも、引き続き拝師委員にお願いしてはどうかと思いますがいかがでしょうか。

【小賀野会長】 ただいま、依光委員から拝師委員を副会長にとの御推薦がありましたが、いかがでしょうか。

〔「異議なし」との声あり〕

【小賀野会長】 よろしいでしょうか。御異議ないものと認めます。

拝師委員、お引き受けいただけますでしょうか。

【拝師委員】 はい。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

それでは、拝師委員、副会長席に移動をお願いします。

＜拝師副会長、副会長席へ移動＞

【小賀野会長】 それでは、一言挨拶をお願いします。

【拝師副会長】 副会長に選任していただきました弁護士の拝師といいます。前期に引き続いてということになります、よろしくお願いします。

【小賀野会長】 ありがとうございます。よろしくお願いいたします。

#### ・ 部会委員の指名・部会長の選出について

【小賀野会長】 次に、議題（１）の４点目、部会委員の指名・部会長の選出についてですが、議事運営規程では審議会委員の中から会長が指名することとなっております。このことについて、事務局で案があればお願いします。

【熊本室長】 ぐらし安全推進課の熊本と申します。よろしくお願いいたします。

それでは、事務局から提案させていただきたいと思います。

今、事務局の名簿案を配付いたしますので、少々お待ちください。なお、オンライン参加の委員の皆様におかれましては、この後、画面に表示される名簿案を御覧いただければと

思います。

＜資料配付＞

【熊本室長】 お待たせいたしました。

それでは、事務局から説明させていただきます。

本審議会には、議事運営規程により消費者苦情処理部会が設置されておりますが、これまでと同じ構成でお願いしたいと考えており、部会の委員は6名として、学識経験の皆様から2名、消費者代表の皆様から2名、事業者代表の皆様から2名として部会編成名簿案のとおりお願いできれば、と考えております。

【小賀野会長】 ただいま、事務局から部会について御説明がありましたが、いかがですか。

〔「異議なし」との声あり〕

【小賀野会長】 異議なしと認めます。ありがとうございます。

部会の委員となられた皆様、どうぞよろしく願いいたします。

また、部会長の選出についても審議会に準ずることとなっており、部会に属する委員の互選ということになっています。御意見はございますでしょうか。

【尼崎委員】 部会長は、引き続き拝師委員をお願いしてはいかがでしょうか。

【小賀野会長】 ただいま、尼崎委員から拝師委員を苦情処理部会長にとの御推薦がありましたが、いかがでしょうか。

〔「異議なし」との声あり〕

【小賀野会長】 異議なしと認めます。

拝師委員、苦情処理部会長をお引き受けいただけますでしょうか。

【拝師副会長】 はい、お引き受けいたします。よろしくお願いします。

【小賀野会長】 ありがとうございます。よろしくお願いいたします。

（２）令和５年度消費生活相談について

【小賀野会長】 それでは、議題（２）令和５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の終了後、まとめて行うこととしたいと思います。

【熊本室長】 くらし安全推進課の熊本でございます。改めてよろしくお願いいたします。

令和５年度の消費生活相談の概要について御説明させていただきます。失礼になりますが、着座にて御説明させていただきます。

お手元の資料でございますが、資料１、資料２を使って御説明させていただきますので、御用意いただければと思います。

まず、資料１を御覧ください。

１ ページ目、令和５年度の消費生活相談の概要ということで、こちらの資料は昨年、令和

6年8月19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、当課で取りまとめをしております。最近の消費生活相談の傾向や事例等を広く県民に周知し、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主旨でございます。

それでは、内容について御説明いたします。

まず、市町村相談窓口を含む県内の消費生活相談窓口に寄せられた令和5年度の相談件数でございますが、こちらの資料の上段枠内の4行目にございます相談件数のとおりとなります。5万1,871件で、前年度に比べて77件、率にして0.1%と、微増という形ですが増えている状況になっております。

例年の相談件数との比較といたしましては、こちらの資料、次のページになりますけれども、おめくりいただければと思います。

1の相談件数の推移を御覧いただければと思います。

過去5年間の推移をこちらに記載してございますが、ご覧のとおり、令和3年度まで、相談件数は減少傾向にございましたが、令和4年度から増加に転じております。また、各年度とも5万件前後と高い水準で推移している状況となっております。

次に、同じページの2番の相談者の年齢層別割合ですが、これは相談のうち問合せや要望を除いた苦情相談の件数、こちら4万7,053件になりますが、これについて年齢層別にまとめた数値となっております。50歳代が15.5%と最も高くなっているところでございますが、次いで70歳代、60歳代からの相談も多い状況が続いております。60歳以上が全体の4割近くを占めている状況でございます。ここ数年、同様の状況が続いているところでございます。

続いて、3番の商品・役務ごとに見た相談の状況でございます。相談の内容、どのような商品とかサービスが多かったかということになりますけれども、こちら上位3つを紹介させていただきますと、資料のとおり商品一般、工事・建築、不動産貸借が上位3項目となっております。それぞれの具体的な内容でございますが、商品一般につきましては、いわゆる架空請求が該当します。宅配業者の不在通知を装い、ウェブサイトへ誘導する不審な通知が届いたといった相談、あるいは携帯電話会社等をかたり身に覚えのない未納料金を請求する通知が届いたといった相談、このようなものが寄せられているところでございます。

2位の工事・建築につきましては、突然業者が来訪し、「近所で工事をしていたらお宅の屋根の瓦がずれていたのが見えた、無料で点検してあげる」などの勧誘を受け高額な住宅リフォーム工事を契約してしまったといった、いわゆる点検商法でございますが、このようなものについての相談が多く寄せられております。

3位の不動産貸借については、退去時の高額な原状回復費用、あるいは補償金、敷金に関する相談が寄せられているという状況になっております。

続いて、資料の4の令和4年度と比較した、相談件数の増加した商品・役務になりますけ



れども、こちらの上位3項目についても、順位は先ほどの3の説明から変動しておりますが、項目自体は、同じく工事・建築、不動産貸借、商品一般が上位を占めているという状況になっております。なお、相談件数そのものは少ないのですが、前年度からの増加率という点から見て急増しておりますのが、資料7位の給湯システムに関する相談となっております。こちらは「給湯機の無料点検に伺う」と業者から電話があったが、契約中のガス会社に確認したところ、電話はかけていないと言われた、といった相談、あるいは高額な設置工事の契約を締結したが、不要な工事なので解約したいといった内容の相談が寄せられているところでございます。

この商品・役務別の相談状況を年齢層別に傾向をまとめたもの、これについては、資料が変わりますが、資料2に掲載してございますので、資料2を御覧いただければと思います。資料2の、ページ数でいうと4ページ目になります。

ここには、20歳未満から80歳以上の各年齢層別について商品・役務別の相談状況を載せております。まず、20歳未満については、インターネットゲームに関する相談が最も多く、続いてエステティックサービスに関する相談が多く寄せられております。インターネットゲームにつきましては、子どもが親に内緒で勝手に高額な課金をしていたため契約の取消をしたい、などといった相談が多く寄せられております。また、エステティックサービスについては、無料体験を申し込み、施術された後に高額なコースを勧誘され、断り切れずに契約してしまったといった相談が多く寄せられているところでございます。

次に、20歳代では、エステティックサービスに関する相談が多くなっております。また、20歳代ではほかの年代にはあまり見られない他の内職・副業に関する相談、これも多くなっております。他の内職・副業につきましては、副業で簡単に収入が得られるというインターネット上の広告やSNSに誘われ、先に金銭を支払って会員登録や情報商材を購入したものの、事実と違い全く儲からない、解約したいといった相談が多くなっております。

続いて30歳代では、不動産貸借に関する相談が最も多くなっております。さらに40歳代以上の傾向としましては、商品一般に関する相談が最も多く、同時に各年代とも工事・建築に関する相談も多く寄せられている、というような状況がございします。

申し訳ございませんが、また資料1に戻っていただきたいと思います。

資料1の最後のページになりますけれども、大きな5番、18歳・19歳の消費生活相談について御説明させていただきます。

令和4年度の成年年齢引下げに伴いまして、新たに成人の対象となりました18歳・19歳の方からの相談にどのような影響があるかを把握するため、この資料の前年度に発表いたしました、令和4年度消費生活相談の概要から掲載を始めているデータとなっております。

お手元に資料がなくて恐縮でございますが、令和4年度、配付資料の前年度の資料となりますが、その前年である、成年年齢引下げ前の令和3年度と比べて件数としては118件、率で48%の増加がございました。令和5年度につきましては、お手元の資料のとおり、今述べました令和4年度との比較で、件数では25件、率では約7%の減少となっている状況で

す。それでも、成年年齢引下げの前年となる令和3年度から比べますと、相談件数につきましては令和4年度、令和5年度とも多くなっているところがございますが、まだ集計を始めて2年のため、増減の傾向はまだはっきりしていないところがございます。こちらにつきましては、今後もデータを収集して、どのような傾向が見られるか分析を続けていきたいと考えております。

なお、相談があった商品・役務別に見ますと、令和4年度、5年度とも、エステティックサービスや出会い系サイトに関する異性交遊関連サービス、このような相談が多くなっている状況でございます。

資料1につきましては、以上になります。

続いて、また資料が戻りますが、資料2の説明に移らせていただきます。

資料2の1ページから6ページについては、ただいま説明いたしましたところと重なる部分が多くございますので、説明については省略させていただきます。

資料としては7ページから御覧いただければと思います。

資料2の7ページ、(5)相談の多い販売方法とその特徴というところになります。

今まで述べてきました商品ごとの相談件数とはまた異なりまして、こちらは販売手法に関して、どのような相談が寄せられているかという観点からの集計になっております。

記載のとおり、インターネット通販に関する相談が約1万4,500件と、ほかの販売方法に比べて飛び抜けて多い状況となっているところがございます。こちら、表の真ん中のあたりにございますが、契約当事者の傾向のとおり、若年層に限らず40歳から70歳台と比較的高齢の世代からの相談も多くなっており、健康食品などの購入に関するトラブル、あるいは大手通販会社からの身に覚えのない架空請求・購入代金の請求が届いたといった内容の相談が多く、寄せられているところがございます。

次いで多い販売方法といたしましては、こちらもインターネット絡みではありますが、SNSの広告で1回限りのお試しと思って購入した基礎化粧品とか健康食品などの商品が、その後も購入が続く契約となっていたという、定期購入に関する相談、また、屋根の点検商法や安価な水回り修理の広告を見て修理依頼をした業者から、次々と高額な契約をさせられるといった家庭訪問販売に関する相談が該当いたしまして、それぞれ4,000件余りの相談が寄せられているところがございます。

続いて、資料の8ページに移ります。

大きな3番、苦情相談の状況、高齢者というところになります。

こちらにつきましては、契約当事者が65歳以上の方の相談内容等をまとめたものでございます。特徴としては、(1)の文中に記載のとおりでございますが、全年齢層に比べ訪問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ているところがございます。

その下の図3、4ですが、図3が全年齢層、図4が高齢者の相談内容を円グラフにしたものでございます。先ほど申しましたとおり、訪問販売につきましては全年齢層が11%であ

るのに対し高齢者は17%と、やや高めの数字となっているところでございます。また、通信販売の割合、こちらが増えておりまして、相談全体の約3分の1を占める状況となっております。

その下の図5、過去5年間の推移からも分かりますとおり、令和2年度に、通信販売が相談に占める割合が最も多くなりまして、その後も徐々に増加傾向にございます。スマートフォンやパソコンの普及に伴い、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などが影響しているものと考えられるところでございます。

資料2の最後、9ページでございますが、65歳以上における令和4年度に比較して相談件数が増加した商品・役務を増加件数順にまとめたものになっております。増加数としては、点検商法等の工事・建築が最も多くなっているところでございますが、率で見ますと先ほど全体の増加傾向でも述べました給湯システムに関する相談が急増しております。また、頭髮用化粧品の増加率も高くなっておりますが、内容としては定期購入に関する相談が多くなっているという状況でございます。

以上が、資料2についての御説明になります。

あと、資料3でございますけれども、こちら資料1、資料2の中の商品・役務別ごとの御説明の際にも述べてきた事例を含め、多く見られる相談内容についてまとめたものでございます。本日はお時間の関係もございますので、個々の説明につきましては省略させていただきます。後ほど御覧いただければと思いますので、どうぞよろしくお願いいたします。

県では、広報、ツイッターとかホームページ、またラジオCM、映像媒体などを活用いたしまして、これらの事例等について県民に注意喚起を行うとともに、寄せられた相談内容を基に悪質な事業者に対しては特定商取引法、あるいは県の条例などによる行政指導などを行いまして、被害の未然防止、拡大防止を図っているところでございます。

簡単ではございますが、以上が令和5年度消費生活相談の概要の御説明となります。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

### （３）第４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】 続いて、議題（３）第４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、事務局の御説明をお願いいたします。

【熊本室長】 引き続き、説明させていただきます。資料4を御覧ください。

今年度は、昨年3月28日に策定、公表いたしました第４次千葉県消費生活基本計画の計画初年度となっております。したがって、この計画に定めた各指標及び関連する各事業の取組を、資料に基づき御説明させていただきます。

まず、資料の1ページでございますが、計画全体の指標でございます、消費生活全般について満足している県民の割合でございます。資料の指標項目の状況の現況にありますとお

り、今年度に実施いたしました第67回県政世論調査では28.3%となっているところでございまして、ここ数年30%前後の推移となっておりますが、若干、低下傾向が見られるところでございます。

具体的な業務分析は特に行ってはいないのですが、昨今の社会情勢を考慮いたしますと、いわゆる匿名・流動型と言われている、身近でいつ起こるか分からない、闇バイトと称される事案の増加であるとか、インターネット上での悪質商法の手口が複雑化、巧妙化していること、また、長引く生活必需品の物価高騰などがなかなか安全・安心な消費生活のイメージにつながりにくい、ひいては満足度の低下傾向につながっているのではないかと推測されるところでございます。

このような状況下ではございますが、引き続き県民に対し、様々な媒体を活用した注意喚起の実施ですとか、消費者教育の推進、悪質商法対策の強化などを実施し、令和10年度の目標値である50%に向けて、施策を推進していきたいと考えているところでございます。

また現計画では、この1ページの下段にございますとおり、3つの基本施策を柱としているところでございます。

基本施策の1は、主に行政としての体制整備に係るもの、基本施策の2は、主に自立した消費者の育成に係るもの、基本施策3は、主に事業者への指導等を通じて安定した消費生活の実現を図ろうとするもの、大まかに行政、消費者、事業者、それぞれに係る施策となっているところでございます。施策ごとに指標を設定し、各取組を実施しておりますので、以下、施策の1から3に係る指標、及び主な取組の状況について順に、御説明させていただきます。

資料1ページをおめくりいただいて、2ページを御覧ください。

基本施策1の消費者被害の防止、救済とネットワーク強化でございます。

当該施策についての指標項目である「消費者トラブルにあった時に『安心して相談できるところがある』と思う県民の割合」の最新の結果は、現況欄にあるとおり、48%強となっているところでございます。また、補助項目として4つございますが、1つ目の消費者センターの機能も含めた認知度、及び2つ目の消費者トラブルにあった際に身近に相談できる者の有無については、それぞれ前回の県政世論調査と比較してやや減少している状況となっております。残りの補助項目のうち、3つ目の見守りネットワークが整備されている市町村は令和5年度比で4市町村の増加となっておりますが、4つ目の消費者安全確保地域協議会を設置している市町村数は増えていない状況となっております。

これら指標に関する取組を含めました、今年度の主な取組状況を説明いたします。

まず、消費生活相談窓口の周知、消費者被害防止に向けた情報提供等でございますが、こちらにございますとおり、県民だよりやテレビ、ラジオ、SNS等の様々な媒体を活用した広報、あるいは消費者センターの消費生活相談員が、県民向けに消費者被害防止のための講座を開催する自立支援講座において相談窓口の周知を行っているほか、SNSのX、旧ツイッターを通じた、適格消費者団体に対する情報提供の呼びかけや、県ホームページに

おける、消費者トラブルに関する注意喚起、相談窓口の案内等を行っております。

こちらの資料にはございませんが、来年度の取組として予定しているものとして、水回りや生活用品の故障などトラブルが発生した際に、慌ててインターネットで検索して、いわゆる、ちょっと悪質性が疑われる業者に引っかかってしまい、高額なものを請求されてしまうというような事例等も多々ございますことから、このあたりの注意喚起を促す目的で、パソコンやスマホでこれらの修理業者を検索する際、検索サイトにおいて消費者トラブルの事例ですとか相談先を載せたバナー広告を作成・掲載いたしまして、注意喚起に努めることなどを検討しているところでございます。引き続き、このような様々な方法で、周知・広報に努めてまいりたい、と考えているところでございます。

次に、県全体の相談体制の充実にもつながる取組として、消費者センター等による市町村支援について御説明いたします。

市町村における相談員の資質向上を図るための研修をオンライン、対面で実施するとともに、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、令和5年度は149回実施したところでございます。

また、相談員の人材育成、確保の視点から、令和5年度から消費者庁が実施しております消費生活相談員の資格試験の対策講座を開催する、消費生活相談員担い手確保事業に手挙げをいたしまして、昨年度、今年度とも県消費者センターの研修ホールを会場として提供しているところでございます。実際、本事業を受講された方が、本県消費生活相談員の募集に応じていただけるなど、人材確保に関しては一定の効果があったものと認識しているところでございまして、今後も当該事業への手挙げを行っていきたいと考えているところでございます。

次に、資料4ページの御説明をさせていただきます。

消費者安全確保地域協議会の設置促進についてですが、指標でも説明しましたとおり、設置市町村がなかなか増えない状況がございまして。一方で、見守りネットワークに関しては、令和5年度比で、先ほども述べましたとおり、4市町、指標の比較対象年度として挙げております令和3年度からも年々増加する傾向にございまして。当該ネットワークは、主に高齢者の見守りといった福祉的な意味合いのものとなりますけれども、厚生労働省が令和3年度に重層的支援体制整備事業として福祉的な既存の見守りネットワークに消費者行政担当部門が加わることで、消費者安全確保地域協議会の活動として活用できる旨の通知を発しているところでございます。

見守りネットワーク自体は増加傾向にあることも踏まえまして、当該制度を活用した体制整備を今後どのように市町村に働きかけていくかが重要になる、と考えているところでございます。このため、年度当初に市町村向けに、消費者行政担当部局を対象とした会議を開いておりますが、この中でも、この制度を活用した協議会の体制整備を説明しております。また今年度は、令和6年12月に当審議会の柿沼委員が会長を務められております「千葉県消費生活相談員の会」が、この制度に関する研修会を開催されました。この場に厚生労働

省や県の福祉部門の担当者とともに、当課の担当者も出席させていただきまして、意見交換などを通し、制度の理解を深めたところです。引き続き、国や県福祉部門等との連携を行いつつ、制度の活用について検討を重ねていきたい、と考えているところでございます。

基本施策の1につきましては、以上となります。

続いて、資料の5ページに移ります。

基本施策の2、消費者市民を育む教育の推進について御説明させていただきます。

指標項目につきましては、消費者教育学習の機会が提供されていると思う県民の割合の状況について、ということになっておりますが、現況のとおり15%強の状況になっております。前回の県政世論調査からは微増となっているところでございます。

また、当該指標項目のほか、記載のとおり3つの補助項目を挙げております。資料のとおりでございますが、前年度とは、いずれも人数比となりますけれども、教員向け消費者教育に関する研修の受講者数は増加、消費者教育コーディネーター講座の受講者数は減少、消費者教育担い手リストの登録人数は増加という現状になっております。

資料6ページに移ります。

当該施策に関する、主な取組状況を御説明させていただきます。

まず、学生及び消費者教育を実施する教員向けの取組として、教育委員会と連携し、県で作成している消費者教材「オトナ社会へのパスポート」を県内全ての高校等へ配布するとともに、教職員向けの研修を実施しておりまして、当該研修の受講人数については、先ほど御説明のとおり、前年度より増加している状況となっているところでございます。

次に、消費生活に必要な知識、情報の普及啓発など、地域における効果的な消費者教育をコーディネートできる人材を育成する、消費者教育コーディネーター育成講座を開講したところですが、こちらは前年度に比べて受講者数はやや減少しております。

教員向けの研修、消費者教育コーディネーター育成講座とも、数年前から、オンラインにより開催しているところでございまして、場所や時間の制限を受けないという参加のしやすさ等を考慮いたしますと、今後とも同様にオンラインでの開催を継続・拡充していくことで、より多くの講習機会の確保につなげることができるのではないかと考えているところでございます。

3つ目の取組でございますが、若者の消費者被害防止のためのSNS等を活用した取組になります。

令和5年度に吉本興業の芸人を起用し、若者によくあるトラブル事例をテーマとした映像教材を5本ほど作成いたしまして、You-Tubeの千葉県公式ページで公開しております。公開当初は、いずれも5万件以上の視聴がございまして、それなりの啓発効果があったものと感じているところでございますが、今年度の中盤ごろには視聴がちょっと頭打ちとなっていた状況もございましたので、改めて委託事業等により、当該動画を効果的にPRすることで、視聴の促進を現在、図っているところでございます。この動画につきましては、内容、映像時間とも視聴しやすいものになっておりますので、今後も消費者教育の教材と

しての活用などを図っていききたい、と考えているところでございます。

基本施策2における最後の取組になりますが、高齢者の消費者被害防止のための取組を御説明させていただきます。

先ほど消費生活相談の概要でも御説明したとおりでございますが、相談の約4割を60歳以上が占めていることもございまして、高齢者への啓発は、依然、重要な課題となっております。このため、資料にも記載のとおり、高齢者向けに、消費者被害防止のための事例や対応策を紹介する消費者自立支援講座の開催、また近隣16都県市等と連携した、消費者被害特別相談の実施、さらには地域において高齢者に身近に接する機会の多い、民生委員等を対象として、消費者被害の実例や日常における気づきのポイントを学ぶ高齢者等見守り講座の開催といった取組を行っているところでございます。

ここで、資料の数値の補足となりますが、資料6 ページ1 番目と3 番目、自立支援講座と高齢者見守り講座につきましては、令和6 年度実績が確定していないため、令和5 年度の実績を載せているところでございますが、令和6 年度につきましては、これらの実績を上回っているような状況となっておりますので、ここで補足させていただきます。

消費者被害を未然に防止するためには、これまで説明してきた若者や高齢者をはじめとして、様々な属性の消費者が新しい情報を見極める力とか、合理的に判断し考える力、こういう知見を身につけることが重要と考えております。今後とも多くの機会を通して、消費者教育を実施してまいります。

次に、資料7 ページに移ります。

基本施策の3、安全安心な消費生活の確保について御説明させていただきます。

指標につきましては、悪質商法が減ってきたと思う県民の割合と、生活必需品の安定供給と安全性の確保について不安を感じる県民の割合の2 つになります。

指標の状況についてですが、表のとおり、なかなか厳しい結果となっているところでございます。

1 つ目の指標につきましては、報道等により悪質商法の様々な手法が周知される一方、それだけ悪質商法が広がっていることが認識されていることも原因ではないかと推測しているところでございます。

2 つ目の指標については、今年度も様々な商品の値上げが続いており、この調査時期がちょうど昨年の11月時点であったこともあってか、米の値段の高騰もございました。そのようなことも原因の一つとして影響しているのではないかと推測しているところでございます。

主な取組としましては、まず7 ページ下段にありますとおり、事業者に対する特定商取引法及び千葉県消費生活の安定と向上に関する条例に基づく指導処分の実施ということになります。指導処分に当たっては、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を確認できた場合は、その内容の詳細を確認検討しながら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今年度1 月末現在

で、合計37件となっているところでございます。

資料8ページに移ります。

ただいま御説明いたしました、指導処分の関係で、直近で処分を行いました案件についての概要をまとめた資料となっております。

対象業者は、故障車両修理等の訪問販売を行っている事業者で、訪問販売を行った際、消費者へ事業者の氏名または名称を明らかにしない「氏名等不明示」、契約締結時または契約締結の際の役務提供と料金受領の際に交付した書面の法定記載事項の不備である「契約書面記載不備」、訪問販売によって契約を結ぶために勧誘する際に、役務内容や対価について故意に事実を告げない「重要事項不告知」といった違反行為が確認されたため、事業者に対する9か月の業務停止命令、及び代表者個人に対する9か月の業務禁止命令の行政処分を行ったものです。現在も情報を得た案件に関しては、処分に向けた調査あるいは指導等を随時行っているところでございまして、引き続き不当な取引行為が疑われる事業者に対する適切な指導、法令違反が認められた事業者への処分に取り組んでまいります。

最後になりますが、同ページ下段のとおり、基本施策3に関するその他の主な取組状況といたしまして2点挙げてございます。

1つ目としては、災害時等における消費者の安全・安心の推進に向けての取組みとして、台風が多い時期や、大きな水害、地震が発生した際、新聞やラジオ、県のホームページやSNS等を活用いたしまして、災害に便乗した悪質商法、あるいは寄附金をかたった事例等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、景品表示法に基づく行政指導を行ったところでございます。景品表示法は、実際よりも著しく優良また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しますが、これらの違反事項でございす優良誤認表示、有利誤認表示が疑われる事業者に対し指導を行ったものです。

資料9ページには、指導件数を載せてございますが、今年度は12月末現在で8件の指導を行っております。景品表示法については、ステルスマーケティングへの規制が始まったこととか、ネット広告等、1つの県内にとどまらず広域に及ぶ案件が増えてきていることとございまして、近隣都道府県との連携も必要となることから、適宜、情報交換等に努め、引き続き不当な表示等を行う事業者への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した。

事務局から、資料3と資料4のそれぞれについて、詳細に丁寧な御説明をいただきました。

それでは、委員の皆様から自由な意見交換をしたいと思います。質疑、意見等がございましたら、資料3、4どちらからでも結構ですので、御発言ください。よろしく願います。

拝師委員、願います。



【拝師副会長】 何点か、意見を申し上げたいと思います。

まず、資料4の第4次消費生活基本計画、これに関して、この計画を策定するときに、その指標、目標値について少し精査を行い、具体的な指標項目とその要因などがきちんと分析できて、それに基づく対策を立てられるようにしていただきたい、という意見を申し上げたと思うのですが、時間の関係もあり、第4次計画策定ときにはあまり詰め切れてない部分もあったのかな、というような認識をしています。それに関して、資料4の一番最初の項目、消費生活全般についての県民の満足度という指標が、いろいろな要因で影響を受けるものなので、指標としての役割を果たしにくいのではないか、と思っています。これについては、第5次の基本計画策定の際に、もう少し精緻な指標を入れ込むという前提での検討を、引き続き、ぜひお願いしたいと思っています。

続いて。消費者安全確保地域協議会の設置促進については、第4次の基本計画に明確に位置づけていただいて大変ありがたいと思っていますが、これについて、県内4自治体で設置されて以降、なかなか増えてこないという状況なので、ぜひ県のほうで音頭を取っていただいて、設置促進に向けて頑張っていただきたいと思っています。具体的な取り組みの案としては、既に4か所で設置されて、一定の協議会を作った成果、実績というものが出てきているところはあると思いますので、そういう視点からの報告も含め、意見交換会なり情報交換会なりを行うことで、既に設置されている自治体については、さらに協議会の活動を活性化させるためのヒントを受けていただく、一方、まだ設置未了の市町村については、協議会を設置すると、こういうふうなメリットがあるのだな、というような実感を持っていただくための場を県主導で設けることで、設置の促進を図ったらどうか、というように思います。

今のところ、今回の記載に8市町で協議会の設置を検討とあり、いきなり全市町村一気につくるというのは難しいと思いますので、やる気のあるところから順次、重点的に声かけをするなどして、県から設置を支援していくということをお願いしたいと思っています。

私のほうからは以上です。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

県から何かお答えございますか。

【熊本室長】 ありがとうございます。

副会長からいろいろ御提案をいただいて、特に地域安全協議会につきましては、当計画の重要目標として掲げているところでございます。先ほど説明しましたとおり、重層的支援事業との関わりとか、活用できるものは活用させていただいた上で、今、御提示いただきました、やる気のある市町村への周知・啓発の充実等に関して、検討させていただきたいと思っています。ありがとうございます。

【小賀野会長】 県政世論調査ですが、指標とか目標値でパーセントが出ていて、低いところが幾つかあります。資料4の2ページを見ていただくと、『安心して』というのがありますね。これは「相談のことはよく知っているけれども、安心はできない」ですと、チェック

しないというようなことがありますね。それから『悪質商法について』というお尋ねも、『悪質商法』が何を言っているのかというの、県民の人々、私なども含めて、ある人は悪質と捉えていたり、別のある人は捉えていなかったりという、言葉の解釈が結構、難しいものがあります。精査されていると思いますが、なお一層、県民の皆さんが分かりやすい、チェックしやすいような質問にしていいただけると、目標値に向けての達成度がもう少し上がるような気がします。よろしくお願いいたします。

関連して何かありますか。どうぞお願いします。

【依光委員】 ありがとうございます。

見守りネットワークが設置されている、整備されている市町村数が40とすごく上がって、とても良かったと思うのですが、市町村の中には、ようやく消費者部局が、福祉部局の見守りネットワークの枠組みに、メンバーとして入れてもらっても、消費者行政の予算不足、人手不足で、その枠組みの中でも、なかなか消費者行政の取り組みが進まないことがある、と聞きました。

例えばこの40市町村、その見守りネットワークがどのような成り立ちでできたのか、ベースが福祉部局のものであるなら、その中で、消費者部局の方がどのような活動、役割を担っているのかなど、具体的にその辺りの調査や聞き取りも、併せて実施していただきたいと思います。その内容をもとに、見守りネットワークの枠組みに、消費者行政の視点からの機能も持たせていただくような、県からの助言等も可能になるのではないかと思います。

各市町村の消費者部局の皆さん、すごく工夫していらっしゃいます。ようやく、福祉のネットワークに参画できて、消費者行政の重要性を発信しようとしている様子が良く分かります。見守りネットワークが40市町村に増加したこの機会に、県からの助言、支援も加速させ、最終的にはその上に冠を乗せて、消費者安全確保地域協議会を設立される流れをぜひつくっていただけたら良いのではないかと、拝師副会長のお話を聞いて、少し思ったところです。

以上です。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

後藤委員、続けてお願いします。

【後藤委員】 今の依光さんのお話に関連してなんですけれども、高齢者の見守り講座という案内は来ます。しかしそこには、参加団体としては消費者団体は入っていないのですよね。ですので、こういう講座がある、そしてあれは比較的近くで、遠くの地域に行かなくても開催されているということで出やすいのかなとは思いますが、消費者団体の会員さんからは、高齢者の見守り講座は、消費者団体は対象外じゃないか、ということ言われるんですね。これは今、40市町村であるということなんですけれども、本当に身近で、その市町村内でも幾つも地域、そんな広い地域じゃなくて、狭い地域で幾つもできていたほうが良いと思うのですね、こういう見守り関連の組織は。だから、小さな消費者団体もそういう部分が担当なのに、何かいつも消費者団体が除かれるという印象が強いので、その辺り、

対象にしていだけないでしょうか、という要望があります。案内は来るのですけれども、主催組織の中に消費者団体というのは入っていませんし、ほかのところの地域、多分この3ページにあります安全確保地域協議会が設置されている4市、これにも多分、消費者団体が入っていないところがほとんどじゃないのかなと思うのですけれども。そのような場合、市の消費生活課から、ほかの課に連絡を取って一緒にやらしてもらわなきゃいけないという部分があるので、お願いしてみるのですが、「うちから、そういうことはできない」と言って一切、こういうのをやろうとする気がない、というところもありますので、ぜひ県のほうから市を動かしてもらって、消費者団体に対しても、あなたたちも参加できるよ、ということが分かる、見守り講座については、そのようにしていただきたいと思います。

ちょっとほかのこともいいですか。

【小賀野会長】 どうぞ。

【後藤委員】 資料2の図4のところですね。8ページですけれども、ここに円グラフの内訳が書いてあるのですけれども、すごく小さくて見えにくい。この1ページ全部を眺め、下のほうにある図を見ながらなら、分かるのかもしれないのですけれども、ここで図4だけ単独、図3、図4だけを取り出した場合には、本当に、どれがどれなのかというのが分かりにくいので、斜線とかクロスになっているとか、そういうことがもう少し分かるように、図を大きくしていただきたいと思います。ちょっと工夫すれば、簡単な話だと思いますので、ぜひお願いします。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

依光委員、後藤委員の、それぞれの御意見、御質問に対して、何か県のほうでご回答はありますか。

【熊本室長】 御意見ありがとうございました。

特に地域安全協議会は、先ほどから申し上げていますとおり、特に福祉部門との連携という部分が、かなり重要な話になってきております。市町村においても、消費者担当部局がなかなか乗ってこないとか、予算面の限界の話なども確かにございます。一方、国の強化交付金では、地域安全協議会の運営費も補助対象にできる、という話もありますので、その辺りも、市町村に今後とも継続して周知を図っていきたい、という方向で考えているところでございます。

また、構成メンバーと消費者団体の参加の問題については、実際にやっている消費者センターさんにも、今後、構成メンバーなどについて再検討していただきたい、ということをアナウンスしていきたいと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

あと、表の体裁については、ご指摘ありがとうございました。見やすくなるように、今後は工夫してまいります。よろしくお願いいたします。

【小賀野会長】 この表は、ホームページでも公開されているのですか。

【熊本室長】 はい、ホームページで公開されておまして、そちらはカラー化されておりますので、これよりはちょっと分かりやすいかと思います。

【小賀野会長】 カラー化されていれば、分かりやすいですね。

【熊本室長】 はい。白黒になってしまうと、見づらくなってしまい申し訳ないです。

【小賀野会長】 確かに訪問販売が一番多いみたいですが、その辺りも分かりづらいというところがありますね。ありがとうございました。

お待たせしました、柿沼委員お願いいたします。

【柿沼委員】 御説明いただきまして、ありがとうございました。

7点ほど質問させていただきたいので、もしも途中で区切ったほうがいいということでしたら言っていただければと思います。

まず、ほとんどは資料4の内容になっていますけれども、まず2ページです。表の2番目、指標項目、消費者センターについて、その機能を含め知っているかどうかというような内容なのですが、そこでちょっと確認したいのですが、県の消費者センターについて知っているということで統計を取っているのか、それとも市町村を含めるということなのか、そのあたりの書きぶりについて少し分からなかったので、教えていただきたいと思います。

また、県だけということでしたら、市町村の消費生活センターについてはどうなのかと、そのような統計も取ってほしいというところがございます。

それに付随してですが、記載はないのですけれども、消費生活相談員の人材の確保、また毎年お伝えしていますが、相談員の処遇改善についてもう少し県がお力添えを、市町村に任せることなく、お力添えいただきたいというところがございます。

また、担い手事業により相談員が増加したという、先ほどお話がありましたけれども、どれくらいの数の相談員が担い手事業を受講した上で、千葉県内のですかね、千葉県の消費者センターか分からないのですけれども、相談員だったのか数が分かれば教えていただきたいと思います。

それから2つ目です。こちらは、3ページの4のところ。今、拝師副会長、それから依光委員からもお話があったと思うのですけれども、消費者安全確保地域協議会は4市と増加していないということなのですが、実際に県ではどのような取組をなさっているのかということ、また、重層的支援体制整備事業を行っている、ということですが、実際にどれくらいの市町村が今、手を挙げているのかというのを教えていただきたいと思います。こちら、先ほどお話ししたように、市町村に任せるのではなく、県がもっと音頭を取ってほしいというところがございます。

それから3点目です。3ページのウェブサイト「暮らしのおまもり便利帳」です。毎年のようにウェブサイト「暮らしのおまもり便利帳」の利用ということで周知をしているということですが、昨年度と今年度とを比較して、どれくらいの数値、閲覧数ですね、あるのかというのを教えていただきたいと思います。

それから4点目です。5ページの消費者教育の担い手人材についてですけれども、実際に担い手になった方、多くいらっしゃると思うのですが、実際にどのようなことをなさっ

ているのか、これは前回もお聞きしたかもしれないのですが、やはり担い手の登録をなさ  
っても、どういうふうに取り組んでいけばいいのかというのを分からない方もいらっしや  
ると思いますし、私も実際、どういう取組がされたのかというのは全然分からないので、教  
えていただきたいと思います。

次は6ページ目です。YouTubeでも吉本興業と連携して動画を配信しているということ  
ですが、こちらは高校などで周知を行ったということでしょうか。また、このページに書いて  
ある高齢者の啓発ですけれども、県全体で高齢者441人に消費者教育を行ったというのは、  
かなり少ないように思います。◎この理由は何か、ということも教えていただきたいと思います。

また、社会人についても、消費者教育の実施を行っているのか、行っていないければ、ぜひ  
行っていただきたいと思います。

そして、消費者教育を行うことは、当然被害の未然防止のために大変意味があるという  
ことなのですが、受講者数が減少しているということなので、減少についての理由と、減少  
しないように、増加するために今後の取組についてもお考えになっているのか教えていた  
だきたいと思います。

それから6点目です。ページ数では8ページ目です。消費者への安全推進をツイッター  
とか「千葉日報」で周知を行っているということですが、ここもどれぐらいの方が見ていら  
っしゃるのか、というのが全く分からないので、何件周知を行って、閲覧数はどれぐらいな  
のか、昨年度と比較してどれだけ閲覧しているのかという数値を教えていただきたいと思  
います。

そして、最後です。今回の資料には記載されていないのですが、県の消費者センターで  
は、昨年はメール相談を行っている、という記載があったと思います。今回、記載がないの  
ですが、メールでの相談はなくなったのでしょうか。もしも行っているということであれ  
ば、その相談件数、昨年度からの増減、それからメールで解決したのか、それとも結局は電  
話相談などに移行したのか、その辺りについて数をお示しいただきたいと思います。

私からは以上です。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

まとめてお話しいただきましたことで、順次お答えできるところのお答えをいただけま  
すか。

【熊本室長】 たくさんご質問いただき、ありがとうございます。

【小賀野会長】 最初にページを示した上で。お答えください。

【熊本室長】 はい。まず2ページ目の消費生活センターについてですが、こちらの意図と  
しては、特に県とか市とかを分けているわけではなく、いわゆる「相談機関」としての消費  
生活センター、消費者センターについて、という形で想定しているところです。回答する側  
が、県だけという形で受け取っているのか、あるいは市町村も含めてと考えているのか、と  
いう部分まではまだ、分析できておりませんので、もしかしたら、その設問の仕方等も、今

後考えていかなければならないかな、ということで思っているところでございます。

続いて、消費生活相談員の処遇改善等についてですが、予算の関係等ともございまして、県がどこまで補助できるか、あるいは支援できるかというのは、すぐにお答えできないところもございます。なかなか難しいということで、御理解いただきたい、と考えているところでございます。県としても、近隣都県とか、都市部の市町村の報酬額などを参考にしながら、報酬額の引上げ等も実施しているところでございまして、処遇面での待遇改善についてはそれなりに検討し、実行しているのかな、と考えているところでございますが、当然、不十分な面等もまだまだございますので、そこら辺りの改善についても、今後、検討はさせていただきたい、と思っているところでございます。

あとは、担い手事業の関係で、どれだけ受講された方が県に応募したか、そこまでの具体的な数値は把握してございません。自分はたまたま、消費生活相談員の採用面接を行う機会がございまして、その中で、「この間、国の講座を受講して…」という志望者からのお話がございましたので、その経験等を踏まえ、応募していただいていることについての成果自体は上がっているのかなと感じているところでございます。数値的な部分については、把握していない部分でございますので、改めて今後、お伝えできれば良いかな、と考えているところでございます。

続いて、3ページの消費者安全確保地域協議会について、県で何をやっているかというところでございますが、こちらは年度当初での説明会とか、基本的には今まで、そこまでくらししかできていなかったところでございます。そのような点も踏まえ、重層的支援事業との関係等も考えまして、まずは福祉部門との連携ということで、今年度、当課の担当者も「相談員の会」の研修に参加させていただき、意見交換等をさせていただいたところです。こちらについては、まだまだ、今後やっていかなければならない部分はございます。特に市町村への周知・啓発や、支援体制などについても、取り組んでいかなければならないところ等がございますので、これについては、今後も検討しながら進めていきたいと考えているところでございます。

あと「くらしのおまもり便利帳」、こちらも3ページですね。こちらもちょうと、数値の関係になってしまいまして、手元に数字等がございませんので、後日確認の上、お答えできれば良いかな、と考えております。

続いて、5ページの担い手人材リスト登録の方のその後の活動等については、センターで何か説明することがあれば、お答えください。

【始関消費者センター所長】 消費者センターでございます。

5ページの消費者教育担い手人材リストの登録人数のことですけれども、こちらについてはコーディネーターの育成講座を受けられた方について、登録をしてもいいよという方について、登録しております。その登録された方々については、市町村にその名簿を、本人の了解を得た上で情報提供しております。特に、県からどうこう、ということではなくて、市町村に情報提供して活用していただく、ということで実施しているものでございます。

【熊本室長】 続いて、資料の6ページになります。

吉本興業と連携して作成した映像教材の関係でございます。こちらは、まず昨年度作成いたしました、県のホームページ、及び県の公式YouTubeで公開しております。学校への展開等については、これから検討したいと考えております。先ほど、取組姿勢の部分でもお答えさせていただきましたが、消費者教育の教材として適切な内容であると考えております。今後、教育庁の担当課などとも一緒に確認しながら、どういう形で活用できるかということを検討していきたいと考えております。

続いて、自立支援講座の人数等については、消費者センターから何かお答えできれば、お答えしたいと思います。

【始関消費者センター所長】 消費者センターでございます。

自立支援講座につきましては、どちらかというところと一般の方を対象にしているというよりは、周りの方というところとおかしいのですが、民生委員であるとか、支援する側の方たちに講座を開いていることが多いということで、やや人数が少ないのではないかと思います。

ここでは波及効果とか、そういうところを狙って行っている部分が多いということで、このぐらいの数になっております。また、今年度については5年度よりは実際増えているところがございます。今年度につきましては、より今後も引き続きやっていけたらいいなと考えているところでございます。今年度につきましては、これまであまり声をかけていなかったところ、社会福祉協議会であるとか、そういったところにも声をおかけして、講座を開いているようなことも行っておりますので、このようなどころから裾野を広げていけたらいいな、と思っております。以上です。

【熊本室長】 続いて資料の8ページになりますけれども、災害時の県の発信の関係でございまして。こちらにも数値の関係、閲覧件数とか前年度比との関係という形となり、いま手元に数値を持っておりませんので、これもまた後ほど、お答えさせていただきたいと思っております。この点、御了解いただければ幸いです。

あと、メール相談については、再び、消費者センターからお答えさせていただきます。

【始関消費者センター所長】 消費者センターでございます。

資料にはないのですが、当然、今年度もメール相談は実施しております。正確な件数につきましては、今日は数字の持ち合わせがございませんので、後ほど御報告させていただきますと思いますが、このところの傾向を見ますと、徐々に増えてきているということで、昨年度との比較でも、かなり増加していると思っておりますが、正確な数字は後ほど御報告させていただきますと思います。

メール相談いただいた方で、それだけで済むということはやはり無い場合もありまして、メールのお返事で「電話相談してください」という方が大体3割ぐらい、その中から実際に電話をいただく方がそのうちの約3分の1、全体の中の割合では1割ぐらい、というような割合に、今のところなっています。

【小賀野会長】 大体そんな感じでいらっしゃるのですね。

はい、どうぞ。

【柿沼委員】 すみません、御説明いただきましてありがとうございます。

数値については、やはり審議会場で、私としても把握したいところがございますので、前年度と今年度の数値を、比較できるように記載していただきたい。また、これだけ件数が多くなったということだけではなく、どのような分析を行って、次年度につなげていくのか、という部分についても、きちんと明記していただきたいと思います。

それから、少し、数値が出ているところもあったのですが「暮らしのおまもり便利帳」など、ほかの部分についても、今お約束いただいたかと思うのですが、数値的なものについては、再度メールで構いませんので送っていただければと思います。その内容に基づいて、また適宜、もしもございましたら質問をさせていただきます。

ありがとうございます。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

第4次計画の実践について有益で、今後の政策の実行について有益な御助言をいただきました。分析し、課題を見つけて、次のテーマを設定するという事は難しいですが、御説明をいただきました「相談の概要」のところに、統計上の課題とか今後やるべき課題が含まれているかと思います。また、資料として提示できるものは提示していただければというふうに思います。

ほかにいかがですか。

はい、拝師副会長。

【拝師副会長】 度々すみません。今、御回答いただいた中に少し関連するので、意見を申し上げます。消費者教育担い手人材リストの登録について、人数が挙がっていて、それについてどのような活動をされているのか、ということに対しては、県から市町村に情報提供されているという説明だったと思います。ただ登録して、登録しつ放しというよりは、市町村に情報提供し、活用していただくということ自体は、以前に比べると少し前進しているのかな、とは思うのですが、やはり受け取った市町村側で、その方たちにどういう活躍、活動をしていただいているのか、ということはぜひフォローをしていただきたいのです。市町村も、自治体にもよるのかもしれませんが、リストだけをもらっても、その方々をどのように活用すればいいかわからない、というところも結構あると思いますので、県から情報提供、リストに登録されている方の情報提供だけではなく、具体的にこういうふうに活動してもらったらどうでしょう、というような提案であるとか、ほかで一生懸命やっている、人材活用している自治体があるのであれば、こういう市町村ではこういうことをやっていますよ、というようなリストの活用についての情報提供も併せてやっていただけると良いのではないかと、思います。

ちなみに、先ほど話題に出ていた消費者安全確保地域協議会、活発にやっているところは、センターの出前講座などを利用して、例えば民生委員協議会の総会で、消費生活相談員の方に出てきてもらって、最近の悪質商法の事例の紹介プラス、センターの紹介などをや



っているのです。それ自体すごく大事な取組なのですが、それをさらにその協議会に所属している町内会連合会とか社協さんとか、いろいろな団体に周知できれば理想的ですが、それを実行しようとする、どうしても人手が足りなくなってくると思います。民生委員全体の総会だけではなくて、各支部のような組織がその市町村ごとにあって、それが自治体によって10とか20とかあるわけです。その支部に全部同じことをやってもらうのは、とても今の相談員の人手では足りない。そういうところに、こういう消費者教育の担い手の方にお手伝いいただいて、簡単なチラシの説明とセンターの案内だけでもいいので、そういうことを各地域に張りついてやっていただけると、協議会そのものの活性化にもつながりますし、消費者教育の推進にもつながるというように思っています。そういうことも含めて、市町村にも案内をし、そのフィードバックをまた県のほうで集約して、再び返していく、そういうことをやっていただけるといいのかな、というように思います。

【小賀野会長】 ありがとうございます、有益なご意見をいただきました。

依光委員。

【依光委員】 今、拝師副会長からお話がありましたけれども、私も消費者教育担い手人材リストを活用していただいて、そこの地域の方たちに顔つなぎをしていただけると、そこに新しい消費者団体ができるのではないかと思います。今、地域の消費者団体はどんどん高齢化していたり、次の代につなげる人がいなくて弱小化しています。しかし地域に消費者団体が無いと、消費者教育の担い手や啓発、学習などの場がどんどん減っていくことにもつながりますので、人材リストを活用し、そういう人たちを活用して、地域とつなぐことを通して、新たな消費者団体、枠組みをつくっていくことも消費者行政の強化につながるのではないかと思います。どうしても、消費者団体でも適格消費者団体のような、大きな組織に目がいきがちですし、そこも大事なのですが、併せてぜひ、地域の草の根で活動する人たちの支援もお願いしたいと思います。よろしく願いいたします。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

消費者団体は幾つか設立され、有益な活動を進められていますが、消費者団体同士の横の連携は進められているのでしょうか。

【依光委員】 御質問ありがとうございます。

私どもは県内の12の団体が集う消費者団体の連絡会です。私は今、生協の推薦でこの場に出席しているのですが、「暮らし」という切り口で、いろいろな団体が集まって活動しています。多分、後藤委員のところも、消費者団体の集まりなので、そこはまた違う切り口の消費者団体さんが集まっていると思うのですが、「暮らし」という切り口ではいろいろなグループがあると思います。消費者団体と一口に言いますが、いろいろな環境、いろいろな労働団体だったり、地域の経済的なところから、食だったり農業だったり、各団体が様々なことに取り組んでいるし、いろいろな特性を持っていますが、「消費者被害」という場面では、一本線でつながります。したがって、せっかく県で育成された皆さんがいらっしゃるのだから、一口にこれは違う、ということではなく、消費者市民社会をつくるという意味から

も、ぜひ、そういう方たちをつないでいただきたい。そして、そういうところに古い団体も入っていければ、新しい人たちとの新たな繋がりも生まれます。どうしても、私達が自分達だけで活動していると、外とのつながりが希薄になりがちですが、新しい動きがあるところに古い団体も参画させていただくと、新たな仲間ができたり、その方たちと一緒に新しい取組みも生まれるのではないのでしょうか。そういう団体を育成するという視点からも、ぜひ、県の講座を受けられた方たちを大事にしていきたい、と思います。

以上になります。

【小賀野会長】 草の根的な、重要な活動であり、それらの連携の必要性ですね。ありがとうございます。

関連して何かありますか。井原委員、どうぞ。

【井原委員】 関連して、私もこの計画、基本計画の関係を拝見させていただいて、本当にいろいろなことをしていただいているな、ということはすごく感謝したいと思います。ただ、その種をまいたものを、今度は使い倒す時期、フェーズに入っているのではないかなと。使い倒して初めて、いろいろな認知度とかが上がってきているとか、そういうことにつながると思うので、せっかくやっているツールというのを、どうやって使い倒すかということを集散的に考えていただきたい、ということ意見を意見として申し上げたいと思います。

具体的には、先ほどの拝師副会長と柿沼委員のお話で出ていた消費者教育コーディネーターの育成講座の受講者と、そこが消費者教育担い手人材リストの登録人数というところにつながってきているということなのですが、それではこの登録人数をどうやって使うのかということだと、例えば、そのリストを整備するだけ、ということだけでは、市町村からどのようなことを振られるか分からない、といったときに、市町村が実際に何かをやるうとして、リストに基づいてこの方にこれをやってくださいと言った場合、登録された方が「そこまでやるの、そんなことまでやるの」という、思ってもいないギャップが生じた場合など、多分そこからつながらなくなって、使われなくなっていく、ということもあると思います。だから、やはりリストを提供する際には、先ほど拝師副会長が言ったように、こういったところでその消費生活センターとか、国センとかいろいろなところが発行しているチラシを基に、いろいろなところに説明会に行って、その手法の説明をして、いろいろ啓発をしてもらうとか、そういったところを、お互いの共通認識として、その登録者とも、こういったことをやる、こういったことをやれるということを、登録者との間でもそのコンセンサスを取った上で、こういったことができますと、こういったことに活用してくださいということでリストを提供するという、そこまでのコーディネートを県のほうでしていただきたい、と考えています。それと、若者向けの吉本興業と製作したという短い動画ですが、この手の動画は結構いろいろあって、よくできていて面白いし、本当に短い時間で分かるという利点があるので、これをどう使うのかということも、無料だからと言ったら失礼ですが、現に5万件も再生があるし、吉本興業のホームページでというのもすごい工夫の一つだと思うのですが、例えばこれが実現できる、簡単にできる話かどうか分からない

のですが、例えば資料の4、6ページの一番上に「教職員向けの実践的な研修会」ということが書いてあるので、こういったところで実際流した上で、これをどんどん使ってくださいという形で出す。逆に、出した上で、流した後でフィードバックをもらうとか、そういったところで何か連携して使えるような形の仕組み、高校に対する周知だけでなく、実際にこういう場で使えるから使ってください、5分だからホームルームで流せます、というところまでやっていただくことで、「使い倒す取組み」という視点からの施策を検討していただきたい、というように思います。

以上です。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

具体的に教材の利用の仕方とかなど御提言をいただきました。

参考になるところがありますので、ぜひ吸収していただけるとありがたいと思います。

ほかにいかがですか。

お願いします、村木委員。

【村木委員】 相談の入り口が「188」とか電話になる、どうしてもその話になっていて、先ほど柿沼委員からウェブの話がありましたが、今後どうしても、人が減っていきますし、その相談の前に、先ほどのYouTubeもそうですが、相談したい人が自分で情報をいかに取れるか、正しい情報が取れるかという対策をしていかないと、相談員の育成に重きを置いても、相談員の方が今の体制のままでは、昨年も話があったかと思うのですが、疲弊してしまう、というようなことになると思います。ここ5年で、いろいろな状況が大きく変わっています。昨年ですと、小林製薬のような問題があったときにフェイクのニュースが出て、正しい情報が一体どれなのか？と消費者が惑わされてしまう、というようなこともあるので、いろいろなところと調整をしていく必要がありますが、電話だけとか、電話以外の対面で必ず伝えていかないといけない人は必ず残る以上、その人たちのために相談員の方などが活躍できるような構図にしていくためには、もう少し事前に情報が、的確に得られるような仕組みをどこかが、今もされてはいるのですが、もっと加速して整備していくべきだと思います。今後、間違いなく人口は減っていく、一方で昨今は、60代、70代の方でも、スマホの扱いにかなり慣れてきているようにもお見受けします。そういった視点も併せ持ちながら、少し考えていくスピードを上げていかないといけないのかなと、今日の話を聞いていて強く思いました。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

相談員さんの疲弊という新たな視点も御指摘いただきました。相談員は、一般的にボランティア精神にあふれていますが、一定の報酬、それは十分なものなのでしょうか。

【始関消費者センター所長】 消費者センターでございますが、県の相談員につきましては、県の会計年度任用職員ということで雇用しておりまして、県ですと週4日勤務の方や週3日勤務の方がいらっしゃいますが、県の規定に基づいてきちんと給料は支払われております。

【小賀野会長】 失礼しました。

どうぞ、井原委員。

【井原委員】 相談員さんの関係で、ちょっと一つ発言をさせていただきたいのですが、千葉県内、結構北から南から広くて、弁護士会の方でも、コロナ前になるのですが、ある程度、消費生活センターの数を増やそうということで市町村への働きかけ、という取組を結構重ねてきました。ここで、やはり都市部から遠い遠隔地になってくると、相談員さんの成り手がいないとか、そういった形の問題というのが常にありました。あと、この辺の問題というのは解消しているかどうか分からないのですが、市川、浦安、あの辺りの近辺とかでも、都内との間で、報酬の問題が原因で、取り合いで負けていて、なかなか埋まらないという話を、やはりコロナ前は聞いておりました。そのような形で、やはり相談員さんの不足の問題は、原因が異なると思うのです。そこで、その原因をまずしっかり分析された上で、その距離、遠隔地とかそういった距離の問題になるのか、報酬の問題になるのかとか、それともその他の問題になるのかということをしちゃんと分析された上で、その原因ごとに対策を打っていくということが必要となってくるでしょうし、この報告書でも、そのような形で、どういった原因に対してどのような施策を打ちましたという形でまとめていただければありがたいです。

例えば報酬の問題でしたら、先ほど柿沼委員からお話があった報酬の補助など、そういう対応が可能かどうかということが課題になるのでしょうし、また距離とか遠隔地の問題という話になったら、それこそ出勤しないで相談できる仕組みができないだろうかとか、逆に言うと、南のエリアに特化して相談員さんの講座を開いて、そこで担い手をやっていくとか、あとは、どこかその担い手を最初はサポーターみたいなところから、どんどんステップアップする試みとか、そういう地域で育てていく、ということを考えなければいけないとか、そうした原因に応じて打つ対策というのが必要になってくると思います。そのあたりの意識はされているとは思いますが、きちんと意識された上で、まとめ方とかにも反映していただけるとありがたい、と思っております。

【小賀野会長】 有益な御指摘をありがとうございました。

相談員さんの意識というのは、非常に高いものがあると思いますね。相談員が活動しやすい環境をつくっていただけると、報酬もそうなのですけども、環境をつくっていただけるといいと思います。例えば相談で、被害を受けているということについての相談だと、対相手方、事業者側との関係がありますし、法律的な知識も要求されますから、弁護士などとの連携とか、具体的な問題もたくさん抱えておられると思います。相談員のバックアップを県として継続していただけると心強いと思います。

これまで有益な御指摘、御提言をいただいておりますが、何か残されているようなテーマはないでしょうか。

どうぞ、高橋委員。

【高橋委員】 幾つか発言させていただきます。

まず1点目が、最初のほうに小賀野会長からも御指摘があったところだと思うのですが、資料4の2ページ目にあります指標項目の一番上の項目です。「消費者トラブルにあった時に市町村の窓口など『安心して相談できるところがある』」というところだと思うのですが、これは、2つぐらい意味を内包しているのではないかと感じていて、「相談できるところがあるということを認知しているかどうか」という問題と、安心してというのは、いわゆるその窓口に対する満足度みたいなものをもう一つは表していると思っていて、消費者トラブルがあったときに、窓口で相談したときの満足度というのも確認したほうが、私としてはより消費者に対してサポートするという意味では重要なかなと思っています。「認知しているかどうか」と「相談できる場所として満足できているかどうか」とは、独立して聞いたほうがより適切かなというふうに思っております。

次に、6ページになるのですが、何点か今の担い手の話とかにも出てきていたと思うのですが、もうちょっと上のほうの教職員に関するところで、少し気になるところがありまして、先ほどから何名かの委員の方から御指摘があったように、この研修をした結果、どのようにその研修が教職員の方々によって生かされているのかということ、教育の現場でどうなっているかということは確実に追ったほうがいいことの一つかな、と思っております。これについては、ちょっと質問も含んでしまうのですが、これに参加されている教職員の方々はどういう方なのかなというの、もう一つ重要な、と思っております。ある意味で立候補というか、挙手制で参加されている場合だと、こういう消費者トラブルに対してそもそもリテラシーの高い方が参加されているケースが多いのかなと思っていまして、むしろそういうリテラシーの高い現場ではなく、低い現場でどうアプローチしていくか、ということが消費者トラブルを解決する上では多分重要になるのかなと思っておりますので、その辺りのアプローチの仕方というの、少しお聞かせ願いたいというふうに思っております。

あと、少し蛇足になるかもしれませんが、何回かこの議論が出てきていると思うのですが、若者の消費者被害防止のためのSNS等を活用した取組ということで、5分ぐらいの動画ということで、短い動画というように先ほどおっしゃっていただいたと思います。大変よい取組だと思うのですが、実際は5分となると、それなりの覚悟を持って見ないといけないので、この動画を見るぞという勢いを持って見ない限り5分って意外と見ないものかなというふうに思っています。今はもっと短い動画というのが主流になっていて、15秒間だけ要点がまとめられているような、冒頭部分だけとか、もっと短いものを幾つか切り抜いてアクセスさせるという方法が、今では結構主流なのかなと思っていますので、ちょっと配信の仕方という部分も工夫の余地があるのかな、ということを感じております。

すみません、ちょっと長くなるのですが、最後の1点に関しては、これもSNS関連のことなのですが、Xが使われている理由というのがどういう理由なのか、ということが1点お伺いしたいことです。SNSは近年、かなり素早くトレンドが変わる傾向

があり、10年前だとフェイスブックなどが主流でしたが、今の大学生で使っている人はほとんどいないですし、Xというののもかなり使用率が低下してきている、ということが言われていて、実際にはもうインスタグラムに移行していたりとか、さらにインスタグラムでも若干やめる方が増えてきたりという現象もあるので、SNSのトレンドというのは常に追っていないといけない部分なのかな、ということを最後のコメントとして挙げさせていただきます。

以上です。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

よろしくお願いいたします。

【熊本室長】 御意見ありがとうございます。

それでは、まず質問項目ですか、アンケートというか、県民世論調査につきまして先ほど柿沼委員のほうからもいろいろと御提言とかありましたので、そこら辺も含めて、少し文言の使い方とか、設問の仕方については検討させていただければと思います。

あと、私からお答えするのは、動画の関係でございます。若者向け動画ということで、ちょっと長い時間じゃないかと、もっと短いものでぱっと見せたほうがいいのかというような御意見でございます。今回、今年度の取組ということで、取りあえず、視聴回数が少し頭打ちになっていたこともございまして、視聴促進ということで業務委託を行いました。その中で、委託業者の中からもそういうスポット的な形のものを流して引きつける、とい提案もございましたので、基本的にはその方向で対応していきたい、と考えているところでございます。

あと、Xを使っている理由なのですが、千葉県公式の広報の手段がXになっておりますので、それを使用しております。ただ、インスタグラムとか、そのほかのSNSの手段についても、おっしゃるとおりいろいろなものがございまして、今後の周知・啓発については、その辺りも意識しながら、多彩に展開できていければ良いかな、と考えているところでございます。

【小賀野会長】 よろしいですか。ありがとうございます。

はい、お願いします。

【始関消費者センター所長】 消費者センターでございます。

教職員に対する研修の件なのですが、こちらにつきましては、夏休みの期間、公開講座ということで開催しておりますので、委員がおっしゃるように、ちょっと意識の高い系の方が受講されているのかな、というところはございます。受講していただいた方々については、ほかの自立支援講座もそうなのですが、全てアンケートを取っております。直近の「こうしていきたい」というような質問はあるのですが、その先の追っかけまでは今のところ行っていない状況なので、今後その辺りについては検討させていただきたい、と思っております。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

アンケートの取り方、広告も何か工夫が要るかもしれませんね。

「15秒」について高橋委員にはぜひ御助言をいただけるとありがたい。若者の5分は長過ぎるのですね。高齢者はどうですか。短いほうがいいのでしょうか。

【後藤委員】 5分は長くないですよ、高齢者にとって。

【小賀野会長】 高齢者はね、若者の視点から見ると長過ぎるというのは分かるような気がしますね。

どうぞ、補足してください。

【高橋委員】 15秒というのは一つの例ではあるのですが、これは単純に視聴する人に暴露する回数を増やすということが目的で、スクロールしていったら、興味がなければ飛ばしていくのですけれども、15秒ぐらいだったらあまり興味がなくても見られるのです。それを見て、興味がある場合に、その元の動画に飛んだりするわけです。それで5分の動画を見るということなので、エントリーポイントとして考えて15秒とかという短い動画を例として挙げただけで、実際に見ていただく動画というのは、もともとある5分の動画ということが想定されるので、必ずしもその15秒で完結して動画を見ていただくことが目的ではない、ということだけ補足させていただきます。

【小賀野会長】 奥の深い内容でした。ありがとうございました。

オンラインの委員の皆さんで何か補足したりすることがありましたらお願いしたいと思います。会場の皆さんもいかがでしょうか。

大森委員、お願いします。

【大森委員】 お声をかけていただきましたので、事業者側の立場から少し指摘というか、考えたことを話したいと思います。

資料4の8ページですね。処分の概要の中に故障車両の修理の訪問販売と書いてございますね。これは多分、暮らしのレスキューサービスの類いなのではないかな、というように思っているのですが、この資料以外にも、いわゆる暮らしのレスキュートラブルというのが、相談のその辺りの増加の要因になっているようですけれども、特にこの8ページのところの事業者は個人事業主と書いてあります。多分、暮らしのレスキューの方たちというのは、割と小さい業者さんが多いと思うのですが、恐らくは法律用語はあまり分かっていないのではないかな、というように思うのですね。やっぱり特商法についての啓発については、事業者に対する啓発というのは非常に重要なかなというように思います。例えば、この書面に、(2)の契約書面記載不備でございますけれども、何が書いてなかったのか分かりませんけれども、そもそも書面が必要だと思わなかったという業者もいるのではないかな、と思うのですね。そういった書面を出すのであれば、ちゃんとした中身を記載したものを出品しなければいけない、ということですが、知らないという方たちがいたりすれば、やはりその特商法の中でこの書面というのは、大変重要な規定でございますから、そういったことをきちんと知った上で、ビジネスをしていただくということ、こういったことの周知・啓発を小さい業者さんに、特にやっていただくということが重要なのではないかなという

ように思いました。

感想を少し述べさせていただきます。以上でございます。

【小賀野会長】 貴重な御意見ありがとうございました。

事業者と一口に言っても、大きな事業者から個人事業主とか小さいところもありますので、一口に教育研修と言っても難しい面がありますね。よろしくお願ひしたいと思います。

どうぞ、拝師委員。

【拝師副会長】 今の訪問販売関係なのですが、冒頭、県からも紹介があったように、最近、匿流と言われる匿名・流動型犯罪グループ、そこが入り口は訪問販売でやってきて、その後、訪問販売系でぼったくりみたいなことをすることもあれば、場合によっては強盗のようなもの、凶悪犯につながるようなケースまで出てきているということなので、非常に深刻な状況にあるのではないかなというように思っています。

そういうこともあるので、やはり特商法の立てつけは、先ほどの具体的な処分事例にもあるように、氏名等不明示で入り口の段階から行政処分的にはかけられる。この段階では当然、警察は動けないのです。しかしこの段階で行政が動き、立ち入り調査等をする、実は詐欺の材料が出てきて警察が動ける、という場合もありますので、ぜひ警察と上手に連携を取っていただきたい。いろいろな業者が訪問販売の名前で動いているという状況なので、より悪質なものについては、行政と警察との間でうまく連携をとって、早めに摘発できるような体制をぜひ整えていただきたい、と思います

【小賀野会長】 ありがとうございます。

今の件、行政上の責任と、刑事上の刑罰の問題ですね。民事上の損害賠償は、もし損害が発生していたらどういうふうに対応されているのですか。

【拝師副会長】 恐らく匿流の場合は、初めから逃げるつもりで組織的にやっていますので、被害回復は相当難しいと思います。今まで正業として、訪問販売をやっていてクーリングオフをして、仕方がないから返金する、という図式は、継続的に事業をやる方々を前提とした立てつけなのですが、この匿流の関係は、とにかく初めから取れるだけ取って、後は行方をくらます、という前提で仕組んでいる業者が基本だと思ったほうがいいと思います。その場合、ちょっと民事では対応し切れない可能性が高いかなと思っています。

【小賀野会長】 そうですね。従来型だと、クーリングオフと言われたように、契約が一応成立しているという前提です。行為が悪質な場合、そもそも契約は成立していると見るのでしょうか、不法行為にはなりますが、契約はどうですか。

【拝師副会長】 やはり対応が難しいのは、形式上、契約の形は取っていることです。だから、単純に有無を言わず脅してお金を取ってくれば、単純な恐喝強盗になるわけですが、形式上は契約の形を取っている。もっとも実際に中身を見ると、例えば屋根のリフォームだと全く必要がないものについて、必要があると嘘をついてはいますが、契約だけはしているわけです。だから普通の強盗との区別がつきにくいということなのですが、それがさらにひどくなっているのではないかな、というように思っています。



【小賀野会長】 なるほど。ご助言ありがとうございました。

そうすると、非常に悪質な場合には、そもそも契約の成立など前提にしないで、直ちに民事上は不法行為として簡易に損害賠償ができることが必要ですね。消費者法のこの部分は民法がベースになっていて、民法では契約が成立してしまうと、取り消さないと無効にならないという課題を抱えています。民法の課題として改善の余地がありそうですね。

【拝師副会長】 多分、相当法律を変えて、その事業者の持っている財産を丸ごと差し押さえることでもできないと、そのまま逃げられてしまって、取ったお金もどこかに隠されてしまい、どうしようもできない、という現実があります。ネット系のトラブルでもそうですが、少し法律面の立てつけも含めて、検討していかないと簡単な話ではないな、というように思っております。

【小賀野会長】 そうですね。法律だけではなく、根本的な課題、政策上の課題など、いくつか問題を抱えているように思います。貴重な御教示ありがとうございました。

本日は活発に御意見をいただきました。今後の政策の推進について有益な御指摘をいただけたものと思います。

#### (4) その他

【小賀野会長】 続いて、議題の(4)その他についてですけれども、何かございますか。

【熊本室長】 特にございません。

【小賀野会長】 ありがとうございました。

それでは、吉田委員、どうぞお願いします。

【吉田委員】 私、全農千葉県本部の吉田と申します。

今日のこの会議は、消費者行政審議会ということで、消費者の視点から、ということでございますが、その他ということでございますので、ちょっと一言だけ。一言といっても、ちょっと長くなるかもしれませんが。

【小賀野会長】 どうぞ。

【吉田委員】 私どもＪＡグループは、農協関係の生産者団体でございます。今の農業の現状を踏まえながら、国産の農畜産物を消費者の御理解をいただきながら食べていただきたい、ということが、我々の組織なり、生産者の希望でございます。

そういった中で、現状をちょっと報告させていただきたいと思います。農業を巡る状況として、千葉県の中でも農業者の減少、それから高齢化が進んでおります。そうした中でまた、ウクライナ問題以降、生産資材の高騰、肥料だとか、あるいは餌だとか、こういったものが高騰し、高止まりしている状況にあります。また、自然災害が大変多発していることもあります。そして夏場の高温というのが非常に異常になっていまして、また今年もそういったことが考えられるということです。そのような中で、千葉県ではトマトなり、キャベツ、あるいは人参、こういったものが非常に生産量が減っているという状況があり

ます。その一方で、米のほうはある程度の金額になって、価格が30年前の水準にやっと戻れたというようなこと、それから生産費を何とかクリアできるようなところまで来たというような状況になっております。こちらは本当にありがたいところであります。

ただ、やはり高ければいいという話ではありません。私どもは、やはり持続可能な農業ということで、農業なり食をつくっていくということが大変重要です、ここにつきましては再生産可能な販売価格、これを継続していかなければならないので、それには消費者の皆様のご理解があつてこそkg、というように私どもも考えております。今後とも消費者の皆様には、再生産可能な価格についての御理解を賜りたいというように思っておりまして、私ども全農なりJAグループ、そういったことで再生産可能な適正価格と私どもも言うておりますけれども、その理解醸成に取り組んでまいりたいというように思っております。本日、御出席の皆様にも、消費者の団体の皆様方が多数、いらっしゃいます。そういった方々への御理解もこちらから情報発信させていただきながら、取り組んでまいりたいと思いますので、引き続きの御理解、あるいは御協力を賜りたいということで、その他の部分で申し上げさせていただきました。

今後ともどうぞ、よろしく願いいたします。ありがとうございます。

【小賀野会長】 貴重な御意見、ありがとうございました。今後とも、ぜひ御発言をいただければありがたいと思います。

尼崎委員、労働者福祉という観点から、コメントをいただけないでしょうか。

【尼崎委員】 そうですね、ありがとうございます。

御説明いただきまして、どうもありがとうございました。指標の項目の問題や目標数値の妥当性の問題については、社会状況なども見ながら引き続き検討の余地があることは理解できるのですが、現在の指標や目標値についても審議会で議論し、確認したものですので、ぜひ現状から要因を分析して、今日ご意見のあった様々なアイデアも含め、それが本当に消費者から見て有効な対策となるのか、その検証が必要かなというように思います。

まず現在の項目、指標に対し、現に出ている実績について、分析をしっかりしていくことが必要かなと思います。

以上です。

【小賀野会長】 貴重な御意見、ありがとうございました。

おかげさまで本日の議事は無事に終了することができました。御協力いただきありがとうございました。

それではマイクをお返しします。

## 5. 閉 会

【司会】 委員の皆様には、長時間にわたりまして、誠に活発に御審議いただきありがとうございました。本日いただいた御意見等を参考にさせていただき、県民の消費生活の安定

と向上のさらなる推進に向けまして、取り組んでまいる所存でございます。

以上をもちまして、令和6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ます。本当にありがとうございました。

(了)