

令和4年度第1回島根県消費生活審議会

令和4年8月31日（水）

島根県市町村振興センター

1 開会

荒木

ただいまから令和4年度第1回島根県消費生活審議会を開会いたします。

私は島根県環境生活総務課の荒木でございます。よろしくお願いいたします。

改選後の委員によります最初の会議でございます。本来ですと、委員の皆様からお言葉をいただくところでございますけれども、時間の制約もございますので、私から所属とお名前を紹介させていただきます。

今日御出席の委員でございますけれども、松江市公民館長会の池田太持委員、島根県弁護士会の奥田直樹委員、島根大学嘉村雄司委員、島根県公立高等学校長協会の水津則義委員、島根県立大学の藤居由香委員、島根県立大学の村井重樹委員、島根県生活協同組合連合会の石原淳子委員、社会福祉法人島根県社会福祉協議会の野々内真紀子委員、公募委員の岡利文委員、公募委員の前本裕人委員、島根県スーパーマーケット協会の牛尾篤史委員、島根県商工会連合会の置名アヤ子委員、島根県商工会議所連合会の北川淑美委員。

なお、本日は岡田智子委員、高橋里美委員、野々内さとみ委員、高橋美佐子委員が御欠席でございます。

事務局につきましては、出席者名簿と配席図で紹介に代えさせていただきます。

次に会議の成立について、御報告いたします。本日の審議会ですけれども、委員17人のうち、御出席が13人、御欠席が4人です。島根県消費生活条例施行規則第20条第3号に定める定足数の半数に達しており、本日の審議会は成立しております。それでは開会にあたりまして、環境生活部長の竹内から御挨拶申し上げます。

竹内部長

皆様こんにちは。県の環境生活部長を務めております竹内でございます。

開会にあたりまして一言御挨拶申し上げたいと思います。

委員の皆様には大変お忙しい中、本審議会に御出席いただきまして誠にありがとうございます。

また、平素から本県の消費者行政の推進に格別の御理解と御協力をいただいておりますことを重ねてお礼申し上げたいと思います。

この度、委員の皆様には御就任いただきまして、今回が令和4年度の最初の審議会でございます。

島根県消費生活条例では、消費者の利益の擁護及び増進に係る総合的な施策の推進を図ることとしておりまして、この審議会の主要な施策に関する重要な事項を調査、審議する附属機関として設置しているものであります。今後2年間、皆様のもとで審議会を開催していきますので、それぞれ御専門の立場から、県の消費者行政について忌憚のない御意見を賜りますようお願い申し上げます。

さて、昨今の消費者を取り巻く状況についてでございますが、少子高齢化、また高度情報化社会の進展、経済のグローバル化などによりまして大きく変化し、消費者トラブルについては複雑・多様化しているところであります。これらに対応するため、県では令和2年3月に第5期になります島根県消費者基本計画を策定し、消費者教育の推進、消費生活相談体制の充実・強化、消費生活の安全・安心の確保を重点事項として取り組んでおります。

まず、消費者教育の推進につきましては、本年4月の成年年齢引下げに伴いまして、若年者を対象とした教育の充実が求められているところであります。消費者教育コーディネーターを中心に教育委員会等と連携し、社会の一員として自主的、合理的に行動する自立した消費者育成に向けた取り組みを行ってまいります。

相談体制の充実・強化につきましては、県民の皆様が県内のどこの地域に住んでいても質の高い消費生活相談を受けられる体制整備のため、相談員のスキルアップ、弁護士会等の専門機関との連携取り組むとともに、県の消費者センターに指定消費生活相談員2名を配置しまして、市町村の相談体制をサポートしていきます。

また、消費生活の安全・安心の確保におきましては、消費者被害に遭いやすい高齢者などの方を地域で見守り、被害の防止、早期発見・解決を目指す地域見守りネットワークの構築を推進するとともに、不当取引行為を行う悪質事業者に対しては、警察本部などと連携し、関係法令などに基づきまして、厳正に処分する方針であります。

本日は会長等の選任手続きのほか、第5期の消費者基本計画や消費者行政の概要などにつきまして御説明することとしております。大変限られた時間ではございますが、皆様には忌憚のない御意見をいただきますようお願い申し上げます。御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。

荒木

議事に入る前に、配付資料の確認をさせていただきます。

本日新たに配布している資料ですけれども、A4のクリアファイルに入れさせていただいております。このクリアファイルは、啓発グッズとしてこちらで作ったものでございます。

まず次第、それから出席者名簿と配席図。資料3ということで、島根県消費者行政の概要の訂正版と追加資料を入れております。訂正版につきましては、事前に郵送しておりますものと差し替えていただければと思います。それから資料4消費者意識調査、調査票の差し替えで2ページ部分を差し替えでお願いいたします。それから資料5の特殊詐欺被害状況。それから参考資料1として事前質問の一覧表でございます。あとは県が作成しました啓発資料ということで、くらしの情報を置いておりますが、皆さんございますか。

事前に御郵送した基本計画、あるいは資料について、今日お持ちでない方は、お申しつけいただければと思います。よろしいでしょうか。

それではただいまから議事に入りますけれども、会長がまだ選任されておられませんので、この部分は事務局の消費とくらしの安全室、室長の石田が進めさせていただきます。

2 議事

(1) 会長及び職務代理者の選任について

石田

石田でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

まず会長の選任についてでございます。資料1の2ページにありますように、島根県消費生活条例施行規則第18条により、審議会に会長を置き、会長は委員の互選により定めることとなっております。いかがいたしましょうか。はい、〇〇委員。

委員

会長の推薦をさせていただきます。学識経験者で、消費生活と消費者市民社会構築に関わりの深い社会学の御専門の村井委員を推薦させていただきます。

石田

ありがとうございます。村井委員を会長にということですが、皆様いかがでしょうか。よろし

ければ、拍手をお願いします。ありがとうございます。

そうしますと、村井委員が会長に選任をされました。ここからは、村井会長に議長になっていただき、議事運営をお願いしたいと思います。村井会長、議長席をお願いいたします。

会長

島根県立大学の村井重樹と申します。

今回から加わったんですけれども、初めてであまりよくわからないところもたくさんありますが、皆様の御助力をいただきながら議事を進めていきたいと思いますので、つたないところも多々あると思いますがよろしくをお願いいたします。

では、早速議事を進めていきたいと思います。職務代理者の選任についてです。

施行規則第 18 条第 4 項、会長に事故があるときは、会長があらかじめ指名する委員がその職務を代理するというので、あらかじめ会長が職務代理者を指名することになっております。この点について、藤居委員をお願いしたいと思いますが、藤居委員いかがでしょうか。

藤居委員

はい、受けさせていただきます。

(2) 苦情処理

会長

ありがとうございます。藤居委員よろしくをお願いいたします。

では次の議題に移りたいと思います。苦情処理部会員の選任についてです。

これについては、事務局から苦情処理部会について説明をお願いします。

荒木

苦情処理部会につきまして、簡単に説明させていただきます。

資料 1 の 1 ページに島根県消費生活条例を載せておりますけれども、抜粋ということで、こちらの 1 ページを御覧ください。この条例第 27 条第 1 項において、知事は消費者から商品等に関する苦情の申し出があったときは、速やかにその調査を行い、解決のためあつせん等に努めなければならないと規定しております。これを受けまして、島根県消費者センターでは苦情処理等を行っております。同じく条例の第 28 条第 1 項において、知事は前条第 1 項の規定、つまり先ほどの

規定で、その申し出のあった消費者の苦情のうち解決が困難なものについて、島根県消費生活審議会のあっせん等に付することができる」と規定しております。この審議会において、解決の困難なものについてあっせん等を行う機関が苦情処理部会ということでございます。

苦情処理部会の所掌事務ですけれども、同じく資料1の2ページ。条例施行規則第19条第2項に定められております。一つ目はあっせん等を行うこと。それから二つ目に、消費者が事業者に対して提起する訴訟の援助に関する事項を調査審議することとなっております。

なお、この苦情処理部会は、後ほど会長が指名する5人以内をもって組織され、部会には部会長を置き、部会長は部会委員の互選で決定されることとなっております。以上でございます。

会長

はい、ありがとうございました。今事務局から説明がありましたが、事前に質問をいただいているようですので、追加で事務局からお願いいたします。

荒木

はい、事前に質問をいただいております。質問を参考資料1に一覧にしておりますけれども、苦情処理部会に関わりまして、〇〇委員から2点質問を受けております。こちらの参考資料1の1ページ、NO.1と2でございます。詳細に〇〇委員からは質問を御記入いただいておりますけれども、時間の都合もございまして、要約して御説明させていただければと思います。

まず1点目ですけれども、前任期の期間2年間の苦情処理部会の開催概要、審議した件数及び事案の概要について報告いただきたい。あわせて、規則の解釈についてということで、先ほどの資料1の2ページに規則を載せておりますけれども、この19条第7項の部分ですが、審議会は、その定めるところにより、苦情処理部会の議決をもって審議会の議決とすることができる、となっておりますけれども、その定めるところとは具体的に何を示しているかという御質問です。

それからNO.2、消費者センターが行うあっせん等と部会の審議に付すあっせん等の連携について。また、消費者センターが行うあっせんについて、その件数や解決の成否件数、さらに部会に付した件数に関して、相談件数と対比した形で報告していただきたいというものでございます。

前田

失礼します。消費とくらしの安全室の前田と申します。回答いたします。

まず、苦情処理部会の開催についてでございますけれども、令和2年度、令和3年度の苦情処

理部会の開催はございませんでした。県から審議会のあっせんに付した相談はなかったという状況でございます。

それから、ただいま説明のございました施行規則第19条第7項のその定めるところについてでございますけれども、現在、審議会で定めたものはございません。そのため、現状では、苦情処理部会の議決をもって審議会の議決とすることは想定していない状況でございます。県から審議会にあっせんなどをお願いした段階で審議会を開催、おそらくこれは書面開催になるかと思えますけれども、開催をしていただき、必要な議決をいただくことになると想定してございます。

御質問の2点目ですけれども、審議会の苦情処理部会であっせんをお願いする案件につきましては、当消費者センターで受け付けた相談のうち、相談員によるあっせんが不調となりました相談の中から、本部会によるあっせんが有効と考えられるものについて、審議会に御提案をさせていただきますこととなります。

2021年度、昨年度でございますが、県消費者センターで受け付けました苦情相談2,612件のうち、処理結果をあっせん解決とさせていただいた相談は230件、あっせん不調とした相談は10件でございます。審議会に付した案件はございません。あっせん不調につきましては、インターネット販売による県外事業者が相手である相談、要はなかなか県のこちらの審議会でも相手事業者を呼ぶことが困難であると思われる相談、あるいは結果的に解決が困難であると思われる相談、あっせんの途中で相談者側に非が大きいのではないかという想定を例えばされるという状況の中で、これ以上のあっせんは適さないのではないだろうかと思われるようなあっせんをございました。苦情処理部会によるあっせんが有効と考えられる案件は、昨年度のところはなかったという状況でございました。以上です。

会長

はい、ありがとうございました。今御説明がりましたが、御質問者の〇〇委員いかがでしょうか。何かありましたら御発言ください。

委員

再質問になるかと思いますが、不調10件の案件というのは、県外のものとか困難案件であったということなんですけど、それはどこかに引き継がれるのでしょうか。それとも、そこで尻切れトンボになってしまうのでしょうか。

前田

お答えをいたします。ただいまのお言葉を借りると尻切れトンボということになるかもしれませんが、これ以上の処理が難しく、それを相談者様に御報告申し上げてという状況になります。

委員

そうしますと、経過についてはPIO-NETの方に登録されているということで、事実関係とかそういう内容というのは、他の事例との比較とか含めて、相談担当者、相談に対応された消費生活相談員等は情報を知り得る状態になっているということなんでしょうか。

前田

はい。全国の消費生活相談センターで閲覧することが可能な状況になっております。

委員

よろしいです。どうもありがとうございました。

会長

はい、ありがとうございました。では、議事を進めて参りたいと思います。

続きまして、苦情処理部会員の選任に移ります。施行規則第19条第1項で、審議会に苦情処理部会を置く。第3項で苦情処理部会は、審議会委員のうちから会長が指名する委員5人以内をもって組織すると規定されております。

苦情処理部会として、学識経験者から奥田委員、嘉村委員、藤居委員。消費者代表から石原委員、事業者代表から北川委員。以上の5名の方をお願いしたいと思いますが、皆様いかがでしょうか。

特に御異議ないようでしたら、お認めいただいたものとさせていただきます。5名の方々よろしくをお願いいたします。

施行規則により、この部会には部会長及び部会長職務代理者を置くことになっておりますので、この審議会が終わりましたら、苦情処理部会を開催していただいて、部会長等の選任を皆様お願いいたします。

では次の議題に移りたいと思います。第5期島根県消費者基本計画等についてです。これにつ

いて、事務局から御説明をお願いします。

(3) 第5期島根県消費者基本計画等について

土屋

はい、消費とくらしの安全室の土屋と申します。私の方からは、新任の方もいらっしゃいますので、まず消費者基本計画の概要について説明をいたします。

資料2-1、A3横長の資料を御覧ください。よろしいでしょうか。

島根県消費者基本計画は、消費者施策の計画的な推進を図るために、平成17年度に策定をされております。以後改定を重ねまして、現在は第5期ということになっております。

全体で第1章から第6章までの章立てになっておりまして、第1章では計画策定の趣旨、計画の位置付け、計画期間について記載をしております。

趣旨といたしましては、高度情報通信社会の進展や消費生活のグローバル化など、消費者を取り巻く環境が、複雑化・多様化していること、高齢者の関わる消費者トラブルが依然として高い水準であること、また、本年4月に民法の成年年齢が引き下げられるということで、特に18歳、19歳の若者をねらった悪質商法の増加が懸念されること、そのほか、SDGsが注目され、持続可能な社会の実現に向けた取組の必要性が高まってきていること、こうした状況の変化を踏まえて、第5期の基本計画を策定しております。

この計画の位置付けとしましては、島根県消費生活条例に基づく基本計画でございまして、県の最上位の計画でございます島根創生計画における消費者行政分野の個別計画でございます。

また、消費者教育の推進に関する法律に基づく島根県消費者教育推進計画としても位置付けられております。

計画期間は令和2年度から5年間としておりまして、これは島根創生計画の計画期間に合わせる形をとっております。

続いて第2章では、消費生活をめぐる現状と課題について記載しております。

現状としまして、経済・社会の環境変化、あるいは国や県における消費者行政の状況をまとめております。消費者を取り巻く経済・社会環境の変化ということで、特にキャッシュレスの推進など近年特に顕著となってきた内容も加えております。

また、県における消費者行政の状況ですけれども、(3) 県民意識の概要では、県民に対する消費者意識基本調査の結果をまとめております。こうした状況を踏まえて、今後の取り組むべき主な課題を四つに整理しております。

1 番目が消費者教育の充実。先ほど申し上げました、成年年齢の引下げへの対応、あるいは持続可能な社会の実現に向けた取組など、学校教育や社会教育と消費者教育との連携が必要でございます。

2 番目が相談体制の充実。県内のどこの地域に住んでいても質の高い相談・救済が受けられる消費生活相談体制を確保することが必要でございます。

3 番目、消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止。一人暮らしや高齢の御夫婦のみの世帯の割合が増加傾向にございます。こうした高齢者あるいは障がいのある方など、関係機関が連携して見守ることが必要でございます。

4 番目、消費生活の安全確保。消費者事故等の被害防止のため、情報提供を行っていくこと、そして悪質事業者に対する指導等取引の適正化への取組が必要でございます。

これらの課題に対応するため、第3章において目的、基本理念、そして、三つの基本方針。第4章において施策の展開について記載しております。以下、第5章で関係機関との連携、第6章で推進体制について記載しております。

基本方針の1番目、消費者教育の推進でございます。成年年齢引下げを見据え、若年者の消費者教育を推進すること、そのほか、消費者のライフステージに応じた様々な教育の場の活用などの取組でございます。

基本方針の2番目、消費生活相談体制の充実・強化。県消費者センターの充実と、そして市町村相談体制の支援を掲げております。

基本方針の3番目、消費生活の安全・安心の確保。高齢者など消費生活上特に配慮を要する消費者への見守り体制の推進、そして消費者事故等の未然防止・拡大防止、取引の適正化といった内容でございます。

施策の展開の中では、全体指標と個別指標を定めております。これらの指標については、次の令和3年度事業の評価の中で御説明をいたします。

続きまして、資料の2-2それから2-3で昨年度の評価について説明をしたいと思います。

まず、資料2-3のA3横長の資料を御覧いただきたいと思います。この評価シートには各評価指標の年度別の実績値と目標値、令和3年度の実績を記載しております。

この第5期基本計画におきましては、3つの全体指標、それから10の個別指標ということで評価をするということで進めてきているところでございます。

まず全体指標について。いずれも島根県政世論調査によって把握をしております。昨年は8月に実施されまして、今年1月に公表されたところでございます。

全体指標に関する評価でございますけれども、1 番目、クーリング・オフ制度の認知度でございます。これは 80.9%でございます。前年度より 3.5 ポイント増加しました。しかし、目標値の 85%には達しておりません。男女別では大きな差はございません。地域別でも大きな差はない状況でございます。年齢別に見ますと、特に 70 代が 70.4%ということで、昨年度に比べて 5 ポイント伸びておりますけれども、他の年代に比べては低い状況になっております。

2 番目が、消費生活相談窓口の認知度でございます。これは 90%ということで、前年度より 2.5 ポイント増加いたしました。ただし、目標値は 100%ということですのでこれも達成しておりません。年齢別に見ますと、18 歳から 39 歳までの年代が 80%半ばということで、他の年代に比べて低い状況でございます。

さらに、社会や環境等に配慮した消費、いわゆるエシカル消費に配慮している人の割合でございます。この指標は第 5 期の今回の計画で新たに追加した指標でございます。配慮していると回答された方が 62.1%ということで、令和 3 年度の目標値としておりました 43%を大幅に上回りました。男女別で見ますと、前年度と同様に女性が 68.8%ということで、男性を 14 ポイント上回っております。また年代別では 40 歳代が 7 割を超える高い割合となっております。

2 年連続で目標値を大幅に上回りましたので、今年度から目標値を上方修正いたしまして、最終年度の令和 6 年度の目標を 80%としたところでございます。

続きまして、個別指標についてでございます。

施策の①では消費者教育の総合的・一体的推進の指標として、2 つの指標を設定しております。一つは、消費者問題出前講座の開催回数でございます。最終的に 59 回ということで、ここでも新型コロナの影響で申込みが減少したところです。類似の事業で成年年齢の引下げへの対応として、右の概要欄に法律の専門家を講師とした事業の実施回数を記載しております。いわゆるプロフェッショナル出前授業と言っておりますけれども、この事業を令和 2 年度から開始したところでございます。高校で 28 回の開催ということでございまして、実際に授業を受けた高校生からは、成年になるまでに自分で責任を持った行動ができるよう、自分で調べたりして頑張りたい、といった感想をいただいております。

施策①のもう一つの指標でございます、学校における消費者教育の実践研究数。これは 2 件ということで、目標には達しておりません。概要欄に記載しております二つの団体で実施いただきました。このうち、島根県社会科教育研究会では、「環境や経済の影響を考えた持続可能な農業からより良い消費行動を考えよう」というテーマで、教材開発をしていただきました。

次に、施策の②では、消費者団体等への活動の支援ということで、この指標として、県と民間

の消費者行政事業協働件数を挙げております。昨年度は19件で、目標値の18件を上回りました。これは、消費者団体などが県と共催、あるいは県からの委託を受けて、消費者啓発などに取り組む事業の件数でございます。概要欄に記載しておりますけれども、明日への消費者活動支援事業は17団体でございます。この内訳といたしましては、市町村で活動されている消費者問題研究協議会、いわゆる消問研と言っておりますけれども、これが10団体。その他の消費者団体が7団体というふうになっております。コロナ禍にあつて、エシカル消費に関する啓発誌の配布、あるいはエシカルマルシェの開催など各団体で工夫して事業を実施していただきました。

次に、施策③では、消費生活情報の発信の指標として、消費生活に関する情報の提供回数でございます。これが410回ということで目標には達しておりません。しかし、成年年齢引下げを前に若年者向け15秒もの、保護者向け30秒ものの2本の動画を作成いたしまして、県消費者センターのYouTubeチャンネルに掲載しました。またSNSを利用して、ターゲティング広告での配信、松江駅近くのデジタルサイネージ広告での配信、市町村での活用や県内のケーブルテレビ事業者への放映を依頼したところでございます。

資料の2枚目。施策の④でございますけれども、県消費者センターの充実の指標として、消費者相談のあっせん時解決率でございますが、92.7%で目標値の91%を超過しております。県消費者センターへの相談件数は2,951件で、前年度比約1割の減少ということでございました。

次に施策の⑤では、市町村相談体制の充実に向けた支援の指標として、巡回訪問を実施した市町村数を挙げております。3市5町村を対象に実施いたしました。目標値は令和6年度までの5年間で19市町村を巡回することとしております。

なお、県では令和2年度から指定消費生活相談員2名を配置しております。巡回訪問では、指定消費生活相談員が市町村に出かけまして、相談員あるいは担当職員に対して、相談への対応や相談事案の解決等に関して助言を行ったところです。

続いて施策の⑥。消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止の指標として、地域見守りネットワークが設置されている市町村数を挙げております。地域見守りネットワークは、行政や警察、医療や福祉など様々な関係者が連携して見守り活動を行う組織でございます。県では、市町村における地域見守りネットワークの設置を支援してきております。昨年度末で設置済みの市町村数は8、目標の12市町村には達しておりません。

またこの指標につきましては、進捗状況を県内人口カバー率というもので併記しております。消費者庁が定めます地方消費者行政強化作戦の政策目標の一つとなっております。令和4年1月1日現在の住民基本台帳人口によりますと、県内人口のうち、55.4%が市町村の地域見守りネット

ワークによりカバーされているという状況でございます。国が目標としております50%を達成しているという状況でございます。

次に施策⑦では、消費者事故等の未然防止・拡大防止指標として、消費生活相談窓口を知っている人の割合90%で再掲しております。

次に施策⑧では、規格・表示、取引行為の適正化の指標として、家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法に基づく事業者への立入検査件数を挙げております。これは県と市が実施した件数でございます。3件増加いたしましたけれども、18件で目標値の28件には達しておりません。

それから、施策の⑨県民意見の反映の指標として、消費者団体との意見交換回数でございます。実績は9回で、目標の10回には達しておりません。コロナの影響で対面式ではなくて、テレビ会議の利用などいろいろ工夫をしたところでございますけれども、これ以上の意見交換の場を確保することが難しかったという状況でございます。

最後に、以上の実績を踏まえまして、資料2-2、A4の資料でございますが、この2ページの最後のところで令和3年度の評価からの課題をまとめております。

(1) コロナ禍での事業展開ということでございます。コロナ禍で新しい生活様式を踏まえた行政展開が求められたところがございます。研修会や出前講座については、対面もありながら、感染状況によってはオンラインの希望が寄せられることが多くなりましたので、オンラインの活用を進めたところです。こういった取組を今後も継続していく必要があります。今後も県民の不安につけ込んだ新手の詐欺事案が発生する可能性も十分考えられますので、適時適切な広報啓発が必要と考えます。

(2) 消費者教育の推進です。今年4月から成年年齢が引き下げられましたけれども、消費者教育コーディネーターを中心に弁護士会などの協力をいただき、プロフェッショナル出前授業などを継続しております。今後は中学校ですとか、教員・保護者の研修の場にも対象を拡大していく必要があります。クーリング・オフ制度と消費生活相談窓口の認知度向上のため、消費者ホットライン188も含めた啓発が必要でございます。

それから、全体指標の社会や環境等に配慮した消費、いわゆるエシカル消費に配慮している人の割合は、目標値を上方修正いたしましたけれども、持続可能な社会づくりのために、エシカル消費をさらに推進する必要があります。昨年度、『ご縁の国』エシカルライフ啓発事業を開始しました。エシカルレシピコンテストなど食に関わる事業を行ったところですが、今年度は、衣、ファッションに着目した事業を計画をしているところでございます。

(3) 消費生活相談体制の充実・強化です。詐欺的な定期購入など消費者被害が後を絶たず、一

方でデジタル社会の進展でインターネットを利用した取引が増加することに対応して、最近、特定商取引法や消費者契約法の改正、取引デジタルプラットフォーム新法の制定などがございました。これらの法改正などを受けて、適切な相談対応を行うためには、各種研修の機会をとらえて、相談員の資質向上への取組を継続する必要があります。

最後に（4）消費生活の安全・安心の確保です。地域で高齢者などが消費者被害に遭わないよう、市町村での地域見守りネットワークの設立をさらに支援する必要があります。それに伴って県内人口カバー率がさらに拡大していくことを目指していく必要があります。以上でございます。

会長

御説明ありがとうございました。こちらについても事前に御質問いただいているようですので、事務局の方から説明をお願いいたします。

荒木

第5期消費者基本計画等についての御質問、御意見を〇〇委員から3点いただいております。参考資料1の2ページのNO.3、4、5でございます。

まず、NO.3についてですけれども、先ほど見ていただきました資料2-3を御覧いただければと思います。第5期島根県消費者基本計画の成果指標の全体指標の一つであります、消費生活相談窓口を知っている割合についてでございますけれども、令和3年度実績の概要欄に記載しておりますけれども、この90%の割合といたしますと、ここに記載がありますように、名前や業務の内容、所在地、連絡先等知っている6.1%、名前や業務内容を知っている34.2%。名前は知っている49.7%。これ全て含めて、90%になっているということでございます。ただし、この内訳毎の年度推移を見ますと、低迷しているものもありますので、内訳毎の記載が好ましいのではないかとということでございます。

それから2点目、NO.4ですけれども、中高生の保護者向け消費者教育、大学、専門学校等における消費者教育の現状と今後の予定について。また、若年層への関心を引くために、金融教育も含め、具体的な施策を教えて欲しいということでございます。

それから3点目は、参考資料1の3ページNO.5でございますけれども、広報戦略のYouTubeについて、県独自に動画を作成する必要があるか見直してはどうかということで、視聴回数が少ない状況から費用対効果を検証し、他の広報戦略に移行すべきではないか。成果指標で観測しなが

ら、情報発信方法について検討していくのが良いのではないかと御意見をいただいております。

土屋

御質問ありがとうございます。1点目の消費生活相談窓口の認知度について御回答いたします。昨年度の調査でも、よく理解している人の割合というのが、年齢別にみると10代から30代で低い結果となっております。消費者基本計画におきましては、消費生活相談窓口の認知度は、まず相談窓口の存在を知ってもらうことが消費者被害救済の第一歩であることから、「よく知っている」、「ある程度知っている」、「見聞きしたことがある」と回答した人を合わせた割合と記載をしております。こうしたことから分析も、認知度を目標の100%にいかにつづけるかという視点で行っておりますけれども、御指摘を踏まえまして、次回以降に向けまして、検討していきたいというふうに考えております。以上です。

遠藤

消費者教育コーディネーターの遠藤です。よろしく申し上げます。若年者の消費者教育について回答をします。

大学、専門学校等若年層を含む消費者教育は出前講座として実施しており、令和3年度には大学、専門学校で5回、高等専門学校で5回、専門学校で4回、企業の新入者研修で1回実施しました。中高生の保護者向けには今年度からプロフェッショナル出前授業も活用できるように対象を広げたので、出前講座も併せて周知に努めていきます。金融教育は重要と考えますが、講座のテーマは主催者との調整で決定しておりますので、主催者のニーズに応えた講座にしていきたいと思っております。

永田

消費とくらしの安全室の永田でございます。よろしく申し上げます。3点目の県独自の動画作成について回答いたします。

当センターYouTubeでは、現在までに22本の動画を全体公開しております。全体で1,900回弱の視聴回数です。作成につきましては、業者が作成したものが4本、当センターで作成したものが18本です。業者が策定したものは全てSNSのターゲティング広告と紐付けておりまして、4本のうち2本の合計が541,785回の表示回数、224,378回の視聴回数であり、他にデジタルサイネー

ジへの掲載、ケーブルテレビでの放映などを行っております。

当センターで独自で作成したものについては、出前講座や SNS の投稿などで活用しております。

また、消費者庁や政府広報の啓発素材は、Twitter のリツイートや県啓発誌での紹介などをして周知を図っております。オンラインの空間における動画での啓発活動については、活字離れの騒がれる若年層への効果が期待される重要なものであると考えており、引き続き注力して参りたい所存です。

また、御指摘のとおり、成果指標を意識しつつ、情報の発信方法のスクラップアンドビルドは行っていかなければならないと思います。リソースを最大限効率的に活用できるよう、今後努めて参ります。以上です。

会長

御回答ありがとうございました。この点について〇〇委員いかがでしょうか。何かあればお願いいたします。

委員

お手元の資料 2-3 の 2 ページ目にあります施策⑦の指標の部分のところというのは、消費者事故等の未然防止・拡大防止ということで、これ何確認しているかということ、情報の周知とか様々な情報提供がどういうふうにできているのかということをもって、成果を見ておられるという形なんですけど、その指標として手頃なものがないので、とにかく窓口を知っていますよという指標である。実績 90%の指標で見ておられますので、もともと指標のマッチングがですね、悪いですね。したがって、先ほどの指標として何かということころは、情報の周知ということなので、情報の周知なのに、その指標が、どこか知らんけど窓口があったということだけは知っていますよというのではマッチングが悪いので、せめて計画は既にでき上がっていますし、指標としても設定していますのでこれで観察していきますというスタイルは崩せないと思いますので、2 枚目の右側の概要のところにはですね。その辺のところの周知度、それが補足できるような表記をしていただきたいなというふうに思います。

室長

はい。室長の石田でございます。委員の御指摘につきましては、ちょっとまた検討させていた

だきたいと思います。

会長

よろしいでしょうか。ほかの委員の皆様でこの第5期島根県消費者基本計画等について、御質問等がございませんでしょうか。よろしいでしょうか。

では、続いて議題を進めていきたいと思います。次はですね、島根県消費者行政の概要についてです。こちら事務局の方で御説明お願いいたします。

(4) 島根県消費者行政の概要について

室長

はい、島根県消費者行政の概要につきまして、室長の石田から説明をさせていただきます。資料3の方を御覧いただきたいと思います。

この概要につきましては、先ほど土屋から説明がありました計画の進捗状況と内容的に被る部分がございますけれども、御承知いただければというふうに思います。

まず、島根県の消費者行政の推進体制でございますけれども、県の環境生活部の環境生活総務課消費とくらしの安全室、この組織が、出先機関となります島根県消費者センターを兼ねているという状況でございます。

全体の職員数は19名ということで、行政の一般職員が6名、警察からの派遣職員が1名です。それから会計年度職員が12名ということで、会計年度任用職員がかなり大きな力となって働いていただいているという状況でございます。この行政職員6名のうち、1名は法執行の担当ということで、警察を退職された方を再任用で登用して当たっているということで、消費者行政を進めていく上で、警察との連携が非常に重要な状況になっておりますけれども、この県内の警察から派遣を受けている1名とOBの方とで円滑な連絡を図りながら、動いているという状況でございます。

会計年度任用職員については、事務担当が1名と、先ほど回答の方で話をしました遠藤を消費者教育コーディネーターとして1名配置しております。あと普及啓発の担当が1名と、消費者センターとしての相談業務の主力となります消費生活相談員9名ということで、うち松江の事務所に7名、益田の石見分室の方に2名ということで、配置しているところでございます。

松江の7名のうち、先ほど説明ありましたけれども、2名が指定消費生活相談員ということで、市町村の相談員の方のサポートをしている状況でございます。

二つ目、第5期島根県消費者基本計画の推進ということで、この内容につきましては先ほど土屋の方から説明があったとおりでございます。令和7年3月までの5年間ということで、目的、理念につきましてはこちらに記載をしておりますけれども、消費生活の安定及び向上の確保、消費者の権利を尊重し、消費者の自立を支援、消費生活上特に配慮を要する消費者高齢者の方、未成年者、障がいのある方の利益を擁護していくということを基本理念として掲げております。

全体の指標としましては、先ほど土屋の方から説明があったとおりでございます、こちら記載の三つを大きな柱の全体指標、そしてこの下に個別の指標として11の指標があるということでございます。

三つ目、消費者行政施策の概要、実績でございます。これも先ほど全体の計画の説明のところでありましたが、三つの柱を据えておりまして、一つが消費者教育の推進、二つ目が消費生活相談体制の充実・強化、三つ目が消費生活の安全・安心の確保ということで、この三つを柱にしております。

まず消費者教育の推進ですが、記載させていただいております(1)の下の①消費者教育コーディネーターの配置ということで、先ほど申しました遠藤にコーディネーターとして学校の教育現場と我々行政をつなぐ役割を果たしていただいております。調整を行ったりとかですね、いろんな普及啓発業務の方を担当しているところがございます。これを令和2年度から配置をしているところです。

また②島根県消費者教育外部人材活用講師派遣事業、これが土屋の方からもありましたが、プロフェッショナル出前授業とっております、成年年齢の引下げがこの4月から行われましたが、これを受けまして、若年者の消費者被害を防止することを主眼に、県内の中学校、高等学校、義務教育学校、小中一貫教育の学校ですね。と特別支援学校とに、弁護士、また司法書士といった法律の専門家など実務経験者を派遣して出前授業を行っているものでございます。

これは先ほど実績について説明がありましたけれども、コロナ禍でなかなか難しい中でも、このプロフェッショナル出前授業については、2年度から3年度につけて、件数としては増えているという状況でございます。

三つ目の③の消費者団体ネットワーク支援事業ということで、これは県域の島根県の唯一の消費者団体となります消費者ネットしまねに、いわゆる普及啓発事業。消費者団体、消問研とございますけれども、これらのネットワーク化や組織の活性化のためにですね、学習会や消費者教育啓発事業の実施をいただいているものでございます。

次④明日への消費者活動支援事業ということで、これはエシカル消費ですとかSDGsといっ

た新たな問題も取り組んでいただく消費者市民社会の形成を図るため、島根県内では消問研が中心となって動いていただいておりますけれども、これらの事業を県からの委託事業、という形をとって支援をしていくというものでございます。

昨年度は17団体、今年度は今のところ18団体の消費者団体に委託をして事業を行っていただいているということでございます。

次に⑤消費者問題出前講座ということで、先ほども説明いたしました、様々な団体、これ学校も含まれますし、一般の地域の団体からの派遣要請に応じまして、講座の講師を派遣するものです。講師は相談員ですとか、あと啓発の担当職員とか、そういったところが出かけて行って、講師を務めさせていただいて、普及啓発活動を行わせていただいております。

先ほどの説明もございましたところですが、コロナ禍の中で令和元年度から令和2年度、3年度の数字の落ち込みが激しいところにして、何とかオンラインでの取組とかいろんな方法を持って、少しでもちょっと回復するように努めていきたいというふうに考えております。何とかですね、ちょっとコロナが治まったところで、治まることを期待しているんですけども、またかつてのように積極的に県内の出前講座で回ることができればというふうに考えているところでございます。

めくっていただきまして、2ページ目を御覧いただきたいと思っております。

⑥の消費者リーダー育成・レベルアップ講座です。これ島根大学の方に委託しまして、地域の消費者のリーダーとなるべく、そういったリーダーになることを目指す方ですね。そういった方に対する講座を開設しているところでございます。令和3年度で受講者46人という実績がございます。

その下消費者リーダーレベルアップ講座というのがございますが、いわゆるフォローアップの講座でございます。

次⑦エシカル消費の推進でございます。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いて、県民の関心をですね、もっと高めていきたいということで、これまで昨年度は、エシカルのレシピコンテストですとか、あとスーパーのてまえどりキャンペーンの実施をいたしました。今年度におきましては、先ほど土屋からもありましたが、いわゆるファッション、衣食住の衣の方をテーマにした普及啓発活動に取り組む予定としております。

また、パンフレットを作成して、学校への配布等で啓発活動を行っていきたいというふうに考えているところです。

⑧の情報発信、情報提供でございます。先ほどの指標の説明のところ、また委員からの御指

摘等ございました新聞、ラジオ、SNS 等で展開しているわけでございますけれども、実績と効果をよく見ながらですね、先ほどの御指摘の回答でもありましたとおり、効果的な広報活動、啓発活動を行っていききたいというふうに考えているところでございます。

特に今の若い人たちはなかなかテレビや新聞を見てくれなくて、SNS で情報をとっているというような実態がございますので、そういうところで若者への訴えをですね何とか強化していきたいというふうに考えております。

次、柱の二つ目になりますが、消費生活相談体制の充実・強化です。

まず、①消費生活相談の状況ということで、県の消費者センターが受け付けた件数と、あと市町村の消費者センターもしくは市は全て消費者センターが設置されておりまして、町村はいわゆる窓口という形で対応いただいておりますけれども、県、市町村で受けた件数を表に落とし込んだものが、今御覧になっているものでございます。

令和3年度の県が2,951件、市町村で1,646、合わせて4,597件の相談対応を行っております。県の内容を見ますと、前年度に比べ、10.5%減少しているということで、これも恐らく市町村も同じような傾向ですけれども、前年度の数字、令和元年度から若干増加しておりますが、これ新型コロナウイルスの感染症の関連でマスクですとか、消毒液ですね。そういったものがなかなか手に入らないとか、もしくはマスクのいわゆる送りつけ商法というのがありまして、そういったことへの相談等があつて、令和2年度数が増えたということがございます。令和3年度におきましては、落ち着いてきたということ。

それと、はがき等による架空請求の相談が年々減少しつつあるということで、令和3年度また減少したということがございまして、令和2年度に比べまして3年度は減少しているという状況でございます。

相談の内容、中身といいますかですね、やはり60歳、70歳以上の高齢者の方が相談される件数が非常に多いという実態がございます。大体4割ぐらいですね、4割程度が60歳以上の方の相談というのが、本県の状況になっております。

また、相談の内容も、今スマホの普及というものもございまして、かなり高齢者の方もスマートフォンを使われるようになっております。そういったことの影響がございまして、インターネットを介したいろんな契約のトラブルが非常に多く、そういったことをですね、商品購入ですとか、役務の提供といったところの契約トラブル。こういったところの相談が非常に多いという状況がございます。また、健康食品や化粧品の定期購入に関わる相談、いわゆるネット通販ですね、1回のお試しと思って頼んだら、定期購入にされていたというような相談とか、こういったも

のがですね、あらゆる年齢層で、最近相談されているということでございます。

また、ちょっと若い方が被害に遭うことが多いんですが、副業サイトですとか、出会い系サイト、または偽サイト、いわゆるフィッシング詐欺と言われるものです。こういったものの相談も増えてきているということで、インターネットを介在したホームページ、広告サイト、こういったところからの契約のトラブルが最近非常に増えているという状況がございます。

次の②の指定消費生活相談員の配置ということで、先ほどから説明いたしました、県消費者センターの5年以上の実務経験を有する相談員を指定生活相談員としまして、市町村さんのサポートを行っているというところでございます。

また、③外国人住民向けの多言語対応消費生活相談・啓発事業。県から国際センターの方に委託をいたしまして、外国人の啓発や相談に応じているということでございます。外国人の方、島根県ではブラジル人、ベトナム人の方が多いという傾向がございます。昨年度は、23件の相談を受けているということになっております。

三つ目の柱としまして、消費生活の安全・安心の確保ということでございます。これは、先ほど説明がありました地域見守りネットワーク。これがですね福祉のネットワークを活用して消費生活のネットワークを作っていただいているというところが多いです。この地域見守りネットワークを全市町村で構築していただくというのが、県としての目標にしております。

現在のところで設置市町村については、こちら記載のとおり、5市3町については設置して活動いただいております。今現在ですね他に2市4町村で設置が予定をされているところでして、まだ残りの市町さんで、ちょっとまだ設置の検討が進んでないところがございますので、そちらについて県から働きかけをしていこうというふうに考えているところでございます。

次②の法執行でございます。特定商取引法いわゆる消費者の方が非常に被害に遭いやすい契約トラブル、訪問販売ですとか電話勧誘販売、また通信販売ですとか、いわゆるマルチ商法ですね。連鎖販売取引といったところについては、7類型を特定商取引として分類しておりまして、消費者を守らなければいけないということで、特定商取引法というのが改正されております。この中でいわゆる広告についての規制ですとか、勧誘の目的や事業者、名前をちゃんと消費者に告げる義務づけを行ったり、書面の交付、重要事項を記載した書面の交付義務ですとか、あとクーリング・オフとかの告知義務というのを業者の方に課しているところでございます。

またクーリング・オフ期間の運用ですとか、中途解約といったところのルールを中で定めるところでございます。これについて、この法律を我々の方で運用しておりまして、実際に行政処分または行政指導を行った件数をこの表に記載しているところでございます。

昨年度は、行政処分は0件で、行政指導の方は文書指導1件行っているところです。その前の令和2年度に行政処分3件、行政指導4件行っておりまして、この令和2年度の行政処分につきましてはですね、売買契約書を遅滞なくきちんと交付しなさいといった内容ですとか、いわゆる業者名といった氏名を告げる書面をきちんと交付することを行政処分として、指示を行ったということでございます。

次3ページ御覧ください。法執行の業務の中で二つ目、景品表示法の運用についてでございます。いわゆる商品に表示がされておりますけれども、その表示が、適切に行われているかというところを法律上の運用がなされているかというところですね、もし違反があれば、文書指導もしくは口頭指導を行っているという内容でございます。

昨年度は文書指導を1件、口頭指導7件合計8件の指導を行っております。その前の令和2年度は、口頭指導9件行ったところでございます。

その下二つ記載しておりますが、いわゆる生協さんに対する運営状況の調査、書類調査ですとか実地検査を昨年度10件行いました。

また、家庭用品品質表示法、消費生活用品安全法に基づく立入検査。これはホームセンターですとか家電量販店、スーパーに出かけていきまして、そこに置いてある商品について、法律上の表示が適切になされているのかというところをチェックするものでございます。市の方は市がこの検査をされまして、町村について県が担当しているというところでございます。市町村を合わせて昨年度は合計18件の立入検査を行ったところでございます。

それで4の消費者庁の地方消費者行政強化作戦2020につきましては、これは参考として載せておりますので、また御覧いただければというふうに思います。

最後に資料に記載をしておりますけれども、この4月から成年年齢引下げが行われたということで、その引下げられた18歳、19歳。実際相談の状況についてですけれども、特に目立った大きい相談が増えたとか、そういう状況は今のところございません。

ただ今後ですね、これからいわゆる引下げとなったところの18歳、19歳のいわゆる成年年齢に該当する高校生もしくは大学生の方々がですね、消費者被害に遭わないように、積極的な普及啓発事業をちょっと行っていきたいというふうに思っているところでございます。

また、今報道でメディアの方脈わせております、いわゆる靈感商法と言われているものですね。こちらの被害については、県内では過去5年間を見ましても、深刻な状況になっていないです。

ただ、県としましては、いわゆるインターネット上の契約トラブル等と同様に、相談があった

場合は、しっかりと話を聞きまして、被害が実際に生じている場合、被害未然防止への助言は当然ですけれども、被害が生じている場合には、弁護士さんにつなげたりとか、あと警察と連携し、警察につなげていくとかですね、そういった対応を迅速に行っていきたいというふうに考えているところでございます。私の方から、消費者行政の概要については以上でございます。

会長

ありがとうございました。今、事務局から県の消費者行政の概要について御説明がありました。これについても事前の質問がありますので、その点について説明をお願いいたします。

荒木

はい、こちらにつきましては〇〇委員から4点御質問等を受けております。参考資料1の3ページのNO.6から9まででございます。

まず、1点目ですけれども、成年年齢引下げに備えて県が実施した活動を報告願いたい。

それから2点目、医療安全センターと消費者センターとの連携状況について。

3点目、益田に設置の消費者センター石見地区相談室について、人口比、受付件数から勘案すれば、出雲部に移転することが妥当ではないか。

4点目としまして、消費者ネットしまねの活動を支援していただきたいというものでございます。

永田

永田でございます。成年年齢引下げに係る活動について回答いたします。

まず、令和3年度に実施した成年年齢引下げに係る活動は、資料3追加資料のとおりになります。資料3追加資料を御覧ください。

出前講座については、その次にあります別紙①を御覧くださいませ。このとおり、昨年度は41件2,585名の方に成年年齢引下げの内容について、学校を中心に出席講座を行いました。

続けて、プロフェッショナル出席講座について御説明いたします。その次にあります別紙②を御覧ください。こちらは12校を対象に2,080名に講座を行いました。

では、資料3追加資料にお戻りください。広報活動について御説明いたします。島根県ホームページに成年年齢引下げ特設サイトを作成いたしました。

また、啓発動画を作成しまして、こちらにつきましては、昨年の11月19日に知事会見にて周

知を行いました。こちらの動画素材は、Instagram、YouTube のターゲティング広告にて県内の若年層及び保護者世代を中心に約 30 万回放映し、他にも松江駅近くにありますデジタルサイネージで 1 日 50 回、1 ヶ月程度放映しました。

また、島根県ケーブルテレビ協議会の協力によりまして、県内の各ケーブルテレビ局にて放映をいたしました。新聞では、山陰中央新報「くらしの相談室」、島根日日新聞「消費者センターだより」という当室の情報提供や注意喚起を掲載する枠にて、それぞれ 2 回と 3 回の計 5 回成年年齢引下げについての内容を掲載しました。

また、3 月 31 日には一面広告を掲載いたしました。ラジオについては、令和 3 年度後半に FM、AM で計 6 回放送しました。SNS ではフェイスブック、Twitter、YouTube のアカウントを運用しておりますが、通年適宜更新しております。

刊行物では、情報誌「くらしの情報」で、3 回のうち 2 回成年年齢引下げのことを盛り込み、市町村、消費者団体、警察などに配布をしました。

また、「すくすく消費者」という教員向けに配布する刊行物について、定年年齢引下げについての内容を一面に掲載をしました。

ホームページにも、先ほど申しあげました特設サイトにて随時更新をしております。啓発グッズは、特設サイトへ誘導する QR コードを載せた付箋を作成し、学校の出前講座などを中心に配布をしました。

また、資料に掲載してあるもの以外にも、直接成年年齢引下げについては触れていないものの、SNS を通じた投資詐欺の注意喚起やクレジットカード契約や住宅の賃貸契約の解説など、新成人に身近な問題を切口として啓発を行いました。

本年度は、5 月の消費者月間におきまして、パネル展示を行いました。県立図書館、県民会館、県庁本庁舎、松江合同庁舎にて行ったほか、島根県広報によるテレビ CM を行ったところでありまして、今後の予定としましては、新成人向けスマホサイトの立ち上げ、動画作成、プロフェッショナル出前授業、また国民生活センター共催によります消費者教育担当教員研修会での講演などを行う予定としております。

また、成年年齢引下げに係る実際の相談事例など、注意喚起が必要なことについてはですね、当室の広報チャンネルであります、くらしの情報、ラジオ、新聞広報、ホームページ、SNS などを活用し、積極的かつ臨機応変に対応して参ります。以上になります。

はい、それでは2点目の医療安全支援センターと県消費者センターの連携状況についてお答えいたします。

消費生活相談の中で、専門知識を必要といたします医療に関する相談を受けた場合、県消費者センターでは、県の医療政策課の中にごございます医療安全支援センターの窓口、または必要に応じて、各保健所の窓口を紹介しているところでございます。現状で担当者同士の意見交換を行うような場所は設けていないという状況でございます。以上です。

石田

はい、続きまして室長の石田の方から、石見地区相談室について回答いたします。

県の消費者センターの設置なんですけれども、昭和46年に松江市に設置されまして、その7年後昭和53年に益田市に石見地区相談室が設置されたという状況になっております。

それで益田市に置かれたというのは、石見部の浜田市に県機関が集中していることへの配慮ですとか、あと商工業が盛んであったという地域性。また、益田市の協力等があったということで、益田市の方に設置されたということでございます。

現在は、県内の各市に消費生活センター、または町村さんには相談の窓口が設置されまして、県の消費者センターとともに相談業務を行っているというような状況になっております。

委員の御指摘のとおりですね、県内の状況の変化によりまして、県の消費者センターの組織の見直しというのは、当然必要というふうに考えているところでございます。

ただ、現在の石見地区相談室の移転等につきましては、石見地域はとりわけ本室のあります松江市からかなり離れております石西地域、益田市、津和野町、吉賀町といったところの相談の対応、市町ですね、消費生活センターや相談窓口の今の体制の状況もあるんですけれども、そういったところの相談の対応ですとか、あとまた啓発事業である出前講座といったところを実際に行っていただいておりますけれども、そういった事業を円滑に行っていく必要があるということを見ますと、またかつ、出雲部の市町において相談啓発の状況について、現在、県の石見の方からですね、室を移転しないといけないかと言いますと、現在の体制で問題なく対応できているという状況がございますので、そういったことを見ますと、引き続き、益田市に石見地区相談室を現体制で配置することが適当であるというふうに考えております。

繰り返しますと、委員の御指摘のとおりですね、状況によりまして、組織の見直しというものは時には必要だというふうに考えておりますので、どうか御理解をいただきたいと思っております。以上です。

荒木

続きまして、消費者ネットしまねへの支援の関係で御説明いたします。

委員の方からは、適格消費者団体の認定について御記載いただいておりますけれども、団体認定のためには、活動に参加している者が多く存在しなければなりませんし、専門的知識経験が必要となります。消費者行政の概要のところでも、室長の石田から説明をいたしました。今、消費者ネットしまねには、学習交流会や講師派遣、啓発活動を委託して実施していただいております。

今後も委託事業を継続するとともに、さらに団体の周知に努めて参りたいと思っております。以上です。

会長

はい、ありがとうございました。今の御回答について何かございますでしょうか。

委員

ありがとうございました。何点か確認をしたいところがあります。

まず第1点目ですけれども、教育に関するところで、ありがとうございました。過去1年間のいろんな事業を一覧にさせていただいて、わかりやすい資料としてありがとうございました。

私が確認したかったのは、どういうふうな学校でどういうふうな内容の消費者教育、学生に対して教育をしているのかということが確認したかったというのがあります。この文章にもありますけれども、2ページに消費者教育の推進。云々かんぬんで取り組み、実施、増加した。今後も継続して、研修会の派遣など活用を広げることで若年者の云々かんぬん、今後も継続する必要があるというふうな他人行儀な書き方なんですよね。熱意というか、こっちから出かけて行って、この成年年齢が引き下がって大変なことになるんだから、ちゃんとしなさいよというようなことを周知徹底していかないといけないという危機感があんまり感じられないような書き方なんです。ちょっと私はショックです。

皆さん御存知だと思いますけれども、隣の鳥取県では行政と教育委員会と弁護士会がタッグを組んでコロナ禍の中で鳥取県の公立学校全部、出前講座をして回ったというふうな驚異的な取組をしておられるんです。そういうふうな事例がですね、隣の県にありながら、何で鳥根でできないのかと。内心じくじたる思いが私はしておりますので、もう一度ですね、隣の鳥取県でどういっ

たことをやったのか、まず調査、分析していただいて、島根県で出来ないはずはないですので、ちゃんとしていただきたいというふうに思います。

それから、医療法ですけれども、これもちょっと驚きです。若い方はですね、今、男も女も関係なしに、美容整形に対する関心がすごく高いです。そういうふうな状況の時にですね、何のやりとりもしてないということ自体がですね、考えられません。

だから、その件数は少ないかもしれないけども、人間の体に傷をつけるわけだから、大変な事故に発生するわけですから、そこら辺の体制をですね、きちんと作っていただいて、それこそ、医療相談があったらこちらにというふうな流れをですね、きちんと作るべきじゃないかというふうに思います。本当にかわいそうだなというふうに思います。子どもが。

それから、消費者センターの件はですね、そういうふうに答えられるだろうなと思って書いておりますのでいいですが、そうは言ってもですね、やっぱり人口70万あって、50万が松江、出雲、安来にいるわけでしょ。それはちょっとちゃんと考えた方がいいんじゃないかというふうに私は思います。

消費者ネットに関してはですね、ありがとうございます。消費者ネットが目指しているのが適格団体なので、これが一つできると、不正なことに対して差止請求ができるわけですね。そうすると島根県の消費者行政に多大なるプラスを及ぼすというふうに考えますので、ぜひその目的をですね、支援する形で応援していただきたいというふうに思います。以上です。

会長

どうぞ。

室長

はい、室長の石田でございます。御意見どうもありがとうございます。

特に1点目のですね、鳥取県が全学校回ったという御指摘がございまして、そのやり方につきましてはいろいろとあると思います。確か弁護士会さんの方が主導して回られて、県はどちらかというとサポート役だったというふうに聞いているところでございますけれども、そのやり方はともかく、委員の御意見、それはもっともだということがございますので、それぞれおっしゃったところですね、しっかりとこちらの方、意見として、今後の施策に反映していけるものは、反映させていくというふうに考えますのでどうかよろしくお願いします。

会長

ありがとうございます。よろしいでしょうか。他の委員の方で何か島根県の消費者行政の概要について、確認したいこと、聞きたいことございませんでしょうか。特に、今年度から初めて参加された方、何か聞きたいことがあれば。

委員

今の〇〇委員の三つ目のところの益田の分室のことなんですが、審議会とは関係なく、大学の教員の仕事として分室に訪問してお話を伺ったことがあります。その時にわかったのが、田舎の市町村に住んでおられる方は自分の地元の相談員の方に、プライベートの買い物の相談をしづらいというケースがあって、県の方の違う自治体のところに相談をされるっていうことで、消費者の方が、地元の市町村とか県とかを選んで相談できるっていうのは一つ意味があるのかなっていうのと、もう一つ、島根県内の市町村の受ける消費者相談は、自治体によっては生活相談を一緒に受けないといけない自治体っていうのがあって、相談員がすごい大変だと思うんですけども、いろんな生活相談っていうところで、消費者の特化した相談の窓口の選択肢がたくさんある状態、訪問ができたり電話だったりある状態は消費者にとってはいい状態だと思います。

ただコスト面とか、いろいろな選択と集中とか別の面からは見方があると思いますが、私は益田分室に関してはいい印象を持っております。以上です。

会長

はい、ありがとうございます。

委員

お言葉を返すようですが、そういった相談はですね、どこも同じです。であれば、益田にそういった複数の選択があるからいいじゃないかというふうな言い方よりも、それこそですね、松江、出雲の方にもっと相談員さんを増やして、松江、出雲の方々にそういった相談をしてもらうチャンスを与えているということもですね、一つ言っているのではないかとこのように思います。

だから、今の体制を擁護するのではなくて、数を増やすもっと別の方法があるんじゃないかというふうに私は考えます。

会長

今の点について事務局から何か。

室長

御意見いただきまして、ありがとうございます。

〇〇委員からの御意見もごもっともでございますし、〇〇委員からのご意見の方もごもっともだと思います。組織の効率的なあり方については、それぞれ現状維持に甘んじることなく、どういった形が一番いいのかということを検証しながら、今後運営していきたいというふうに考えておりますのでよろしく申し上げます。

会長

はい、ありがとうございます。他の委員の方から何か。はい、お願いいたします。

委員

先ほど〇〇委員からの鳥取県の事例を含めて、全数対応するのか、選択的にするのかという差があるんじゃないかというふうに私は受け取ったんですけど。もし、島根県の方では実態に合わせてということとか、鳥取県との違いはあるというふうにおっしゃるようであれば、全数に対してどの程度網羅できているのかということをお調べいただきたいと思います。

私も前の質問の中で、事前の対応というのが中高を中心に今成年年齢引下げに対するそうした消費者教育やっておられますけれども、これから漏れた人に対してどうするのかということも、教育の機会が与えられなかった人に対して、どうやってフォローしていくのかということは大事な話ですので、私も〇〇委員も同じことを言っていることになると思うんですけど、若い人への教育というのは、先にずっと繋がっていきます。何十年という単位で効果が持続するのであれば、若い人に対してどれだけ網羅できているのかということですね、是非ともどれだけの回数やりました、これこれの内容しましたということではなくて、網羅できているかどうかというところを是非とも視点の中に入れていただきたいと思います。

室長

はい、ありがとうございます。確かに学校によってはですね、こちらから働きかけをしても、なかなか応じてもらえない学校も現実あるんですけど、それでもそこでその子ども達が、漏れて

いいのかといいますと当然のことながらそうは考えません。

どのように、しっかりとですね、県内のすべての子ども達に、こういった消費者教育しっかりと正しい知識を伝えていくことができるのかということは、またやり方をどうすればいいのかということを十分に考えながら進めていきたいと思えます。

会長

はい。ありがとうございます。よろしいでしょうか。

室長

すいません。突然ですが、〇〇委員にちょっと御意見をいただけたらと思えますが、いかがでしょうか。

委員

失礼いたします。私、高等学校ですけれども、この審議会の立場からすると、今〇〇委員の御指摘もあろうかと思えますけれども、そもそも高等学校の学習指導要領の教科の中で消費者教育に触れてる部分もありますので、全部網羅していないかと言えばそうではなくて、いろんな形で各教科を通じて、各学年のカリキュラムの中ではクーリング・オフの制度であったりとか、高等学校の公民の中では18歳で成年という部分に触れて、折に触れて、これに関わるカリキュラム生徒全員でという状況があります。

それが各学校の実態に応じて、こちらから御案内いただいたものに対して講座を設けたりとか、18歳になる学年のところで今年はやったりとか、卒業前にもう一度消費者教育をするというようなことをしております。

一方で今なかなか何々教育というものがものすごく多くて、なかなかカリキュラムの中で、時間を取って年間に入れ混むというのはかなり大変な作業という実態があります。授業時数の確保っていうこともある中で、なかなか。そうした中、授業を通じて学んだりということで、いろんなことを組み合わせながら、ハイブリットっていうのか言い方はわかりませんが、こういう機会を利用させていただいたり、教科指導の中で触れさせていただいたりということで、現状やっているということで、全くやってない生徒というのは、一人もいないというふうに認識しております。

委員

ちょっといいですか。基本的なことですけど、クーリング・オフというのを教えると教えた後は100%皆分かったと言う。でもその同じ人にですね、次の年何もしないで、クーリング・オフって知っているって聞いたら半分に落ちる。次の年やったら10%に落ちるんです。

つまり、1回やったら駄目なんです。わかりますよね、先生だから。だから1回でなくて、しつこく何回もするというのをやらないと、人間として危ない目に遭うということです。ちょっとお願いします。

会長

はい、いろいろ御意見があるようですが、この点については今後の審議会も含めて検討していくということでよろしいかと思しますので、またいろいろ持ち帰って、御検討されてまた会議の方でいろいろと議論を深めていければいいかなというふうに思います。

ちょっと時間も差し迫っていますので、次の議題に移らせていただきます。次が、島根県の消費者意識基本調査の実施についてです。こちらの方について事務局よろしくお願いします。

(5) 消費者意識基本調査の実施について

土屋

はい、土屋の方から御説明いたします。資料4と調査票を御覧ください。

この調査につきましては、実施目的は次の基本計画を策定するに当たりまして、県民からの多様な意見や要望を計画に反映させるということでございます。従来ですと、改定作業の前年、今回ですと令和5年度に実施していたところでございますけれども、コロナ禍が続きまして、県民の消費行動にも様々な影響が現れていることが想定されますので、1年前倒しで計画をしたところでございます。

実施概要でございます。調査対象は県内全市町村在住の満18歳以上の男女2,000人。抽出方法は層化無作為抽出法でございます。2,000人という数字ですけれども、県が行っております県政世論調査と同じでございます。ちなみに前回の回収率は56%ございました。

調査期間は令和4年11月6日から1ヶ月間を予定しております。調査方法は郵便による調査票の配布・回収でございます。

3番の項目概要につきましては、そこに書いてあるとおりでございます。具体的に調査票によって御説明をしたいと思います。

調査票の朱書をしている部分が前回との修正箇所。前回、平成30年度との修正箇所ということになります。大きい修正といたしましては、クーリング・オフと消費生活相談窓口の認知度を問う設問が、県政世論調査と重複しておりましたのでこれを削除します。代わりに問の12で消費生活でのインターネットの利用、それからコロナ前との比較を問う設問を追加したところでございます。

主な修正箇所を御説明いたします。

調査票の2ページ、問6でございます。「消費生活に関する情報で重要と考えるもの」を問う設問でございますけれども、選択肢の5に成年年齢引下げへの対応を追加いたします。

問7「県消費者センターの広報の認知度」を問う設問でございます。設問の「今年度」となっていたのを「1年以内」ということで、年度の区切りというのが一般にちょっとわかりにくいのではないかとということで、こう変えたいと思います。それから、選択肢の5にYouTubeを追加、選択肢6に屋外電子掲示板デジタルサイネージを追加いたします。広報媒体を追加するというところでございます。

それから問8「県消費者センターからの情報発信で効果的な手段」を問う設問でございます。選択肢の4.SNSを追加するというところでございます。

調査票の5ページ、問12が今回追加した設問でございます。商品やサービスの購入でインターネットを利用している方へ利用の目的と、新型コロナ感染拡大前との利用状況の変化を問う設問でございます。

調査票9ページ、問22「消費者教育の講座や研修会で希望するテーマ」を問う設問でございます。選択肢に5エシカル消費、9製品安全を追加するというところでございます。実際に実施している内容を追加するというものでございます。

最後に、調査票の11ページ。問の26で「行政への要望」を問う設問でございます。選択肢の6にエシカル消費の推進という項目を追加したいと考えております。以上でございます。

会長

はい、ありがとうございました。今事務局から御説明がありましたが、これについても事前に質問がございますので、事務局から説明をお願いします。

荒木

こちらにつきましては、〇〇委員から1点、〇〇委員から2点御提案がございました。参考資

料1の4ページNO.10から12でございます。

〇〇委員からは調査票問22、それから26について、エシカル消費の記載があるけれども、SDGsと両方記載してはどうかという御提案です。

〇〇委員からは、1点目。調査票案の問23につきまして、相談窓口の認知の説明として、消費者ホットライン188についての問いがあるけれども、県政世論調査の設問との補完性を良くするため、質問を修正してはどうか。

それから2点目に、問6の回答の選択肢の記述について、「消費者問題への行政への取組」とあるけれども、他の選択肢も含まれることから、削除するか「取組」を「広報」に変更してはどうかという御提案でございます。

土屋

調査票についての御質問ありがとうございます。

一つ目の〇〇委員からの質問でございますけれども、エシカル消費は、SDGsのゴール12「つくる責任つかう責任」に関連いたしますので、これにつきましては、問22、26いずれにつきましても、記載する方向で検討したらどうかというふうに考えております。

二つ目の〇〇委員からの御質問でございますけれども、問23でございます。「消費者ホットライン188いやや」につきまして、認知度が向上しつつございますので、国とか他県との比較も可能なような設問に修正することを検討してみたいというふうに考えております。

それから問6でございます。これにつきましては、前回調査の結果を見ますと、「消費者問題への行政の取組」を選択した方が23.0%ということでございまして、選択肢としては必要であるというふうに考えております。表現でございますけれども、行政というのは広報だけではなくて、幅広く消費者問題に関わっているということでございますので、「取組」が適当ではないかというふうに考えているところでございます。以上です。

会長

ありがとうございました。〇〇委員は御欠席ですので、もうお一つの質問の回答として、〇〇委員これについて何かございますか。

委員

今問23の質問の件なんですけど、私仕事柄こういう調査は、業務を受託する業者側の業務に

携わっておりまして、その中で顧問という立場でアドバイスしています。

設問ははっきり言って不適切だというふうに思っています。なぜかという、先程来、毎回報告されますけれども、毎年の成果指標の中に、取り上げられているものとですね、指標とのミスマッチとかよろしくないとかいう状況になっているのに、この問いはですね、意識調査の問いに補完性が良くない状況になっていますので、ぜひこれ、再考していただきたいと思います。

でなければ、毎回毎回私は質問をします。納得できません。このままで通るといふような状況じゃよろしくないかなと。

それから、ちょっともう一度調査票の最初の方を見たんですけれども、こちらもちょうど重要なことがあります。問2の中に年齢の問いがあります。若い世代は10歳刻みになっていますけれども、60歳以上が5歳刻み。この部分のサンプル数が2,000と限られていますけれども、これに対して各年齢層の回答数をどの程度予想しておられるのかというところですね。60歳以上のところ、これがどの程度の回答数になるのかについて、是非とも確認をお願いしたい。

もう1点あります。80歳以上というところなんですけど、これ大変気になるところです。といいますのは、ある市が消費者教育推進計画の策定をしておられるようでして、その中で、80歳以上の方からの意見という中に、80歳以上の人間にこれだけの質問を答えさせるのかという、批判的な回答がいっぱい出ているという状況を耳に聞こえてきました。そういうことも含めてですね、この回答年齢のところが適切なかどうか極めて技術的な部分なんですけど、もう一度業者さんの方に確認をしていただきたいなというふうに思います。以上です。

会長

事務局の方から何か。

土屋

ありがとうございます。これにつきましては、ちょっと委託業者の方とも詳細に相談しましてですね、今おっしゃっていただきましたところも踏まえて、まだ時間がありますので見直して見るところは見直していきたいと考えます。

会長

はい、他の皆様いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

ではですね、委員の皆様で調査項目等に御意見が、さらに見直していただいてございましたら、9月9日の金曜までに事務局に御連絡をお願いいたします。

最終的には私と事務局で決めさせていただく形になるかと思いますが、その点御了承いただければ幸いです。次の議題に移ります。最後の議題になりますがその他です。これについて事務局から御説明をお願いします。

(6) その他：特殊詐欺被害の状況

荒木

その他につきましては、警察本部から特殊詐欺被害の状況について説明いたします。

岡本

島根県警察本部生活安全企画課安全まちづくり推進室の室長補佐をしております岡本といいます。私の方からですね、特殊詐欺被害の現状ということで説明をさせていただきたいと思えます。

資料はですね、資料5のカラーA4の資料です。上からですね、特殊詐欺被害状況・未然防止状況と書いてございます。いわゆる犯罪全般については、平成15年をピークにどんどん減少傾向にあってですね、令和3年中につきましては、平成15年ピーク時の約5分の1まで減少しております。

ただ一方ですね、特殊詐欺というものについてでありますけども、例えば左上のグラフを見ていただければと思います。これは、特殊詐欺の被害件数と被害金額のグラフになっております。青の縦棒と数字が並んでおりますが、これは被害件数の方、折れ線グラフの方が被害金額というふうになっております。グラフを見ていただければわかるようにですね、令和3年、被害件数が73件となっております。これは1月から12月までの数値となりますけども、過去最悪最多の数字というふうになっております。また被害金額についても、令和2年中が被害金額4,096万円。令和3年中は7,902万円と約2倍というふうに被害が増えているところでもあります。本年に入りましてですね、今年の7月末を昨年の7月末と比較いたしまして、件数としては同じで、被害金額については増加傾向にあるというところでもあります。

一方、この右のグラフについてですけれども、これは未然防止に関するグラフとなっております。縦の棒グラフの方がですね、未然防止の件数、それから折れ線グラフの方が未然防止率というふうになっております。被害件数と未然防止した件数、これを計算で未然防止率というものを算出してありますけども、先ほど被害が増えているというところを申し上げました。

未然防止件数についてもですね、グラフのとおり、昨年1年間令和3年中は89件というふうに

増えていっております。今年に入ってから7月末の数字ではありますけども、未然防止件数が昨年7月末で42件、今年7月末については50件ということで、これについても増加をしているというところでもあります。

ですので、被害も増えておりますけども、この未然防止、一般の方の防止、例えばATMで行員の方に止めていただくとか、お客さんで止められた場合ということもあります。あとは、コンビニエンスストアで、電子マネーというカード上のものをお金を払って買って、犯人がそのお金を騙し取るんですけども、コンビニの店員さんの方で止めてもらうようなことも、最近の件数としては増えているところでもあります。

ちなみに被害者の年齢ですけども、ここに現在の傾向のところへ少し書いております。高齢層が多く、62.9%の割合を占めているというふうに書いてございます。ただですね、全国的にはほとんど9割の方が65歳以上の方の被害というふうなことになっております。

島根県については、この率が62.9%ということなのです。ちなみに、10代の被害はありませんが、20歳代からの被害というのも発生しております。幅広い年齢の方が被害に遭うというところでもあります。

続いて、左下のところに手口別と書いてございます。特殊詐欺というのがですね、いろいろ出口があるんですけども、見ていただいてわかるとおり、およそ8割近くが架空料金請求という手口になります。

この架空料金請求というのはどういう手口かというところなんですけども、◎の二つ目のところにですね、主な手口内容と書いてございます。四つほど例を挙げておりますけれども、この四つのうち三つがこの架空料金請求というものになります。

一つ目が、パソコンでインターネットを見ているときに、突然パソコンの画面に警告音が流れてウイルス感染しておりますよということで、そのサポート電話番号というものが書いてありまして、そこに電話するとウイルスに汚染されておりますので、除去費用で5万円かかりますとかということをおかれて、コンビニで電子マネーを買ってください、というような手口ですとか、二つ目中は携帯電話のメールに、これ昔からある手口なんですけども、利用料金が未納ですとか、サイトの登録料が払われていませんというようなことおかれてですね、同じように電子マネーで支払いを求めるといったような手口が今島根県では多く発生しているというところでもあります。

グラフの右下のところの四つ目のグラフについても、やはりこれは、被害者の方々が欺かれて、犯人がどういうふうにお金を欺しとっているかというグラフなんですけども、およそ半分が

先ほど言いました電子マネーによるもの、もう半分がATMでお金を振り込むというものになります。全国的には犯人が実際にお金を取りに来たりとか、キャッシュカードを持って帰って対面してやるという手口が全国的には多いんですけども、島根県では、電子マネーや振込という対面せずにお金を取られるというようなことが多く発生しているという状況であります。

県警としましては、いわゆるこの特殊詐欺の被害に遭わないために、一番下のところへ書いてございますけども、電話とかメールとかですね、身に覚えのないメールなんかで一目見て内容がわからないものについては、これは詐欺ですよ、というふうに言っております。

あと、市役所の電話で還付金をあげるからATMへ行ってくださいというような電話も詐欺です。あとは、自宅の電話にかかってくるところから詐欺が多く始まったりしますので、自宅の電話を留守番電話にさせていただいて、犯人は留守番電話を嫌がりますので、それで撃退しましょうというようなことで、警察としては広報しているような状況でございます。以上であります。

会長

ありがとうございます。今の特種詐欺被害の状況について、何か委員の皆様から御質問や御意見はございますでしょうか。よろしいでしょうか。

では、ここまで会議全体を通して何か御質問や御意見があれば、お伺いしたいと思いますがいかがでしょうか。よろしいでしょうか。

では、ないようですので、以上で審議会を閉会とし、進行を事務局にお返しいたします。

荒木

ありがとうございました。以上で審議会は終了でございます。

引き続き、苦情処理部会を開催いたします。苦情処理部会員の奥田委員、嘉村委員、藤居委員、石原委員、北川委員はもうしばらくお残りください。

それでは本日は誠にありがとうございました。