

## 第 66 回滋賀県消費生活審議会会議録（概要）

日時：令和 4 年 12 月 20 日（火）10:00～11:30

場所：滋賀県庁東館 7 階大会議室

### 1 出席委員（五十音順、敬称略）

有村委員、鵜飼委員、大崎委員、木村委員、田中委員、寺井委員、濱田委員、  
宮井委員、元岡委員、吉井委員、若林委員、和合委員

### 2 議題

- （1）会長および副会長の選出について
- （2）最近の消費生活相談状況について
- （3）消費者施策の実施状況について

### 3 議事

- ・ 開会
- ・ 総合企画部長あいさつ
- ・ 委員の自己紹介および事務局の紹介

#### 会議の成立について

本審議会の委員総数は 15 名で、12 名の委員が出席し、「滋賀県消費生活条例施行規則」第 3 条第 2 項に定める 2 分の 1 以上の出席となり、会議が有効に成立している。

#### 議題（1）会長および副会長の選出について

滋賀県消費生活条例施行規則第 2 条第 2 項の規定により、委員の互選によって、会長には若林委員、副会長には木村委員が選出された。

#### 議題（2）最近の消費生活相談状況について

※資料 1 に基づき事務局から説明

#### 議題（3）消費者施策の実施状況について

※資料 2-1、2-2、2-3 に基づき事務局から説明

#### ○若林会長

議題 2、議題 3 について御意見や御質問などをお受けしたい。

## ○大崎委員

1点目は、資料1における相談のあった内容の年齢別件数について、それぞれの県内の各年齢層の総人口に占める相談者数の割合を示すことで、例えば絶対数では少なく見える高齢者層において相談内容によってはその比率が上がるなど、重点的に見るべき箇所が明らかになるのではと考えた。

2点目は、事業者が景品表示法の知識が十分ではなく誇大な広告をしてしまうこともありうると思われたので、相談者がどのようなメディアを通じてトラブルとなったのかを知り、同じメディアで注意喚起情報を流すことで、消費者も事業者も気付くという効果が期待でき、その結果周知の効率化が図れるのではと推定した。

## ○若林会長

統計手法のあり方等、いくつか御意見をいただいたが、事務局の方から何かあればお願いしたい。

## ○事務局

1点目の統計手法については、今後の参考にさせていただきたいと思う。

2点目の不当表示については、消費生活相談の内容やインターネットおよびチラシから情報収集を行っている。消費者からのトラブル情報は消費生活相談から入ってくるが、情報の集め方については考えさせていただく。

特に、事業者に対する啓発については、小規模事業者の方は大企業と比べて、研修の機会が少なく表示に関する法の知識が十分ではない事業者が多いと思われるので、今後も引き続き研修会を行い県内事業者に対して、法に関する周知・啓発を図ってまいりたい。

## ○大崎委員

景品表示法に関する知識がなく、意図せず違法となってしまっている事業者の方への情報提供として、例えば、納税のことを相談に行かれる関係の協会などに協力を依頼して、該当するような商品を販売しておられる事業者にチラシを配付していただくこともできるのではと思った。

## ○元岡委員

資料2-1の1ページ特定商取引法等の適正運用について、消費者から相談がある中で、問題だと思われる事案について事前調査、聴取をしてから、事業者への聴取、立入調査という流れになっているが、令和4年度に調査や行政指導に入った件数をお伺いしたい。また、聴取の件数とその結果についてお伺いしたい。

### ○事務局

現時点では、令和4年度において事業者指導を行った案件はないが、事前に消費者の方から聴取している案件はある。

### ○元岡委員

年間どれぐらい聴取されているのか。

### ○事務局

相談内容を精査して特に注目すべき案件について追っており、消費者へ聴取案件としては年間数件である。相談内容をみるだけでは、本当に法に触れるものであるのか判断することが難しいので、消費者から詳しくお話をお伺いしている。

### ○元岡委員

そこが一番基本だと思う。

### ○事務局

基本をまず抑えないとなかなか事業者指導の段階まで進まない。

### ○元岡委員

悪質事業者は行政がしっかりと指導を行っている場合、進出してこないと聞いたことがあるので、滋賀県においても日頃より事業者に対する指導等を強化することが悪質事業者の進出をくい止める抑止力につながると思うので今後もお願いしたい。

### ○宮井委員

例えば、成年年齢引下げにかかる様々な特性に応じたチラシの配付や講演会など様々な啓発は、大事な取組であると思う。ただ、この取組に対してお金を費やしているわけなので、検証には難しい面もあると思うが、どれだけ消費者の意識が高まり、どれだけ効果があげられたのかという検証が必要ではないかと思う。

資料2-1において、成年年齢引下げや未成年者取消権の認識についての県政モニターアンケートの結果について説明があったが、例えばこの結果で認識が上がっているという結果ならば、チラシの効果があつたという検証ができると思う。このような効果の検証について、県政モニターアンケート以外でされているのか。

### ○事務局

数値として把握しているのは、県政モニターアンケートの結果のみである。そのほか、成年年齢引下げ後の状況を話し合う検討会を学校現場の方、弁護士、消費生活相談員と行うの

で、そこで数値的なものだけではないと思うが、情報を共有し、実情をふまえて対策が必要なら考えていきたいと思っている。

#### ○宮井委員

効果の検証はとても難しいというのは承知しているが、なんとかいろいろなルートを通じて、どれくらい効果があったのかというところを、少しずつでも検証していただければと思う。

#### ○若林会長

効果的な啓発のやり方は、対象によっても変わると思うが、色々と配慮いただきながら進めていただければと思う。

#### ○吉井委員

宮井委員と同様に、効果の検証について大切だと思っていて、確かに数値化しにくいというところもある。

滋賀県は、消費者教育コーディネーターを置いているのかお伺いしたい。

啓発チラシなど学校に色々な資料を配付していると思うが、それが本当に効果的に届いているのかというところを知るためにも、消費者教育コーディネーターが間に入って、教員からの質問を受けやすくして、小さな疑問を吸い上げられる担当者がいるというだけで、実感として効果があるかないかということも分かってくると思うので、消費者教育コーディネーターの存在や役割についても併せて教えていただきたい。

#### ○事務局

消費者教育コーディネーターは、行政職員がコーディネート業務を担当するというかたちで令和2年度から設置している。

学校側から、消費生活センターに相談しやすいように、「消費者教育なんでも相談所」という名称を掲げ、何でも相談してくださいというかたちで学校現場の方に周知をしている。その中で、出前講座の依頼やこういった資料はないかというような問い合わせもいただいている。

#### ○吉井委員

消費者教育コーディネーターは、彦根にある県消費生活センターに1名おられるのか。

#### ○事務局

その通り。

## ○木村委員

資料1において、若者の消費生活相談状況について、エステや副業について被害の相談が多いとのことだが、引っかかった入口が何だったかということは結構大事かなという印象を持っている。

例えばウェブの広告を見てクリックしたとか、SNSでリンクが貼ってあって、親しい人のところから踏んでしまったというように、一般的な業者の広告からではなく口コミ的なものなどが入口となっており、手口はかなり多様化している印象を持っている。例えば、広告をクリックして入っていくときに、危険な面についてなかなか実感しにくいのかなという印象がある。年齢層を絞って狙い撃ちしたような、興味をそそるような広告が出ていると、私でも見に行こうかなと少し思ってしまう。

インターネット上で簡単に閲覧できるようなトラブルや被害の実例集があると、より伝わりやすいのかなと思う。トラブルに引っかかった入口や仕組みについても具体例を示すと非常に消費者教育や広報において価値があると思うので、追求していただけるといいのかなと思う。

また、警戒心が薄れて、面白半分で悪質なサイトにアクセスしてしまうこともあると思うので、入口はこんなにハードルが低くても、トラブルに巻き込まれたら大変なことになるという具体例を出すといいのかなと思った。

続いて質問であるが、資料1の5ページ、年齢別相談件数の割合において30歳から64歳の相談件数の割合が非常に大きいところが気になる。社会経験、判断力とも十分とされる30歳から64歳の相談も4割以上あるというところで、この層は働いている世代なのでなかなか消費者教育や広報が届きにくいと思う。先ほど40代から70代までの女性については、定期購入の被害の相談が多いという説明があったが、その層以外で30歳から64歳において相談件数の多い事例があれば、御教示いただきたい。

## ○事務局

まず、感想としていただいた具体的な事例を発信した方がいいのではという御意見は非常に重要なことだと思う。

現在、出前講座などでは具体的な事例をお話する機会があるが、なかなかホームページやツイッターでは難しい部分もあるので、引き続き取り組んでまいりたい。

御質問いただいた、30歳から64歳のトラブルの状況については、令和3年度においては、世代ごとの特徴があまりなく、全体の商品サービス別の相談状況で示しているとおおり、お試し購入はどの世代でもかなり多くの方がトラブルに遭われている。

また、働き盛りの世代の中でも少し精神的なトラブルを抱えておられたり、社会的弱者と言われるような方がトラブルに遭われていることが多い。そういったところに関しては、例えば障害者施設や見守り対象者向けに講座をさせていただくなどの取組をさせていただいている。

おっしゃるとおり、相談件数の割合が4割以上と、働いている世代のトラブルが多い状況なので、引き続き分析を進めて対応策を検討してまいりたい。

### ○木村委員

冒頭で被害の入口について分析もあった方がいいのではないかと少しお話ししたが、例えば高齢者であると、高齢者のコミュニティーの中で被害があり、若者でも友達関係が被害の入口となり得ると思うが、30歳から64歳はまたちょっと違うのかなと思うので、入口について分析をさらにしていただけると、より効果的な消費者教育や広報の打ち方があるのかなと思う。

### ○若林会長

特に30代から60代で、お子さんをお持ちの方であると、学校等を通じて一緒に学ばれる機会があると思うが、そのような機会がない方も多と思うので、色々と御検討いただければと思う。

### ○鵜飼委員

成年年齢の引下げにかかる取組として、若者向けの啓発チラシは高校などで配付されているのは分かるが、高齢者向けの情報発信のチラシなどはどこで配付しているのか。

### ○事務局

若者向けにはインターネットで情報発信もさせていただいているが、特に高齢者の方には、事業者協力いただき、家に何かを配られるときに、県の方で作成したチラシを事業者から高齢者の方に直接配付いただいている。この取組は、平成28年度から行っており、今後もお願いして、配付機会を増やしていこうと思っている。高齢者向けの情報発信については、直接チラシをお配りするほうがよいと考えており、取り組んでいるところである。

現在協力いただいている事業者は6事業者あり、令和3年度の配布世帯としては1万5800世帯を対象に、何回かチラシを入れさせていただいている。

また、別途センターの方でも、交通安全協会女性団体連合会との連携によって、4500世帯に対して、悪質商法等に関しての啓発チラシを入れさせていただいている。

### ○鵜飼委員

事業者に配っていただくという方法を採用しないと、チラシは配れないのか。県の方からしっかり市町に下ろして、回覧などで回すなどの方法を採用された方がいいのではないかと。

### ○事務局

実情として、特に高齢者の方に対してはそのような取り組みをしているところだが、通常

啓発チラシは市町に配付をお願いしているところである。

**○若林会長**

今事務局の方から説明があったのは、高齢者の方の取組とは別ということか。

**○事務局**

啓発チラシは市町や県のセンターからそれぞれ配付をしているものもある。先ほど説明させていただいた事業者と連携した取組は、特徴的な取組であり、高齢者の方への注意喚起を行っている。

**○田中委員**

高齢者への啓発チラシの配付について、交通安全協会女性団体連合会の方から毎年消費生活センターからいただいたチラシと粗品を私たちの高齢者訪問と一緒に65歳以上の世帯に配らせていただいている。

**○事務局**

いろいろな団体の方に御協力いただきながら、行政は行政でそれぞれの地元の消費生活相談窓口などで、機会があるごとに周知啓発を行っており、特徴的な取組として事業者と連携した周知啓発に取り組んでいる。

**○若林会長**

例えば広報誌『くらしのかわら版』は、回覧板等で全世帯の方に回しておられるのか。

**○事務局**

広報誌『くらしのかわら版』は戸別配布ではなく、公共施設に設置しているのが主になっている。

**○若林会長**

現在、戸別配付しているものは特になのか。行政が発行している新聞やチラシなどに掲載して情報として提供されているということか。

おそらく鶴飼委員としては、啓発チラシを作成しているので全世帯に回覧や配付するなどして、もう少し広報できないかという確認も含めての御意見であると思う。

**○鶴飼委員**

私の所属している団体は消費者の代表のような団体であるが、何も来ていない。

70歳くらいまではインターネットを使う方はいるかもしれないが、80歳、90歳と高齢に

なるにつれて、インターネットを使う高齢者は少なくなると思うので、高齢者に対しては、紙媒体でたとえ一枚でも手元に届くのが一番いいと思うので、その辺を少しお考えいただけたらありがたく思う。

### ○寺井委員

紙媒体やインターネットなど、色々な媒体で県の方から情報発信していただいているが、情報を受け取る側にきちんと届けることは難しい。いざ自分が被害者になったときには慌てるが、私は大丈夫という安心感があるので、実際に行政や自治会から配付されたチラシやメールを確認しているが、私自身全部読み切ったことがない。

あっと思うときにしか、おそらく消費者の目に届かないので、チラシを配ったから終わりではなく、周知のやり方を今後考えていかないとなかなか消費者は自分ごととして考えてくれないと思う。

啓発活動は一回きり、やって終わりではなく、どのように草の根的に活動していくかということも今後考えていくことによって、県民の意識も変わってくるかと思う。商工会という立場で、地域の方々一人でも多くの方に分かっていただけるように、私たちは発信する側に回っていくということを、今後考えていくべきだと思った。

### ○若林会長

色々な御意見をいただいたが、特に被害に遭ったときの188の番号をしっかりと頭に入れていただくために、できたら「県政だより」や市町から発行されている刊行物など、常時何かがあったときに目につくようなところに掲載していただくようお願いしたい。

そのほか、被害事例の理解を図るようなものなど、引き続き御検討いただければと思う。

### ○元岡委員

いざという時に相談したいのは、消費生活センターや市町の相談窓口だと思う。県議会において、県消費生活センターでは相談員が10名のところで欠員が3名発生していることから、相談体制の充実について質問されていた。相談員の現場はとても一生懸命やっていたと思うが、大変なお仕事で相談員を新たに募集されても応募がなかなかなさそうである。

このような大変なお仕事に見合う報酬が必要ではないかと考えている。相談員が欠員している状態で日々相談対応をしていかなければならないとすると、10名で相談対応するところ、7名で対応している現状では、相談員にとって負担がとても大きいと思う。

現場では、一生懸命頑張っていたいただいているかと思うが、それなりの報酬や体制でやっていただかないと、県民、市民、町民への還元として十分に回らなくなる。結局現場の相談員が疲弊しては何もならない。

啓発もたくさんやっていたいただいているところであるが、ことが何か起これば相談窓口



消費者は相談されるので、相談員の待遇について十分にお考えいただきたい。

**○事務局**

議会でもお答えさせていただいたとおり、相談員には非常に重要な役割を担っていただいていると思っている。答弁したとおり、処遇改善など検討させていただく。

**○若林会長**

本日の議題については終了とさせていただきます、事務局の方にお返すする。

**○事務局**

それぞれのお立場から貴重な御意見や御提案をいただいたが、特に広報、届けるという部分については、私たちの情報発信のあり方をもう一度考えたいと思う。様々な団体の方と連携させていただいて、高齢者の方、若者の方、お手元にただ紙を渡すだけではなく、こういうことに気を付けてくださいという思いも一言かけていただいて届けられるような広報のあり方も考えてまいりたい。

(終了)