

## 第 69 回滋賀県消費生活審議会会議録(概要)

日時:令和7年2月 13 日(木)13:30~15:00

場所:滋賀県庁北新館 5 階 5-B 会議室

### 1 出席委員(五十音順、敬称略)

大塚委員、小椋委員、城内委員、木村委員、寺井委員、外村委員、濱田委員、福井委員、丸山委員、元岡委員、吉井委員

### 2 議題

- (1)滋賀県消費者基本計画(第4次)の総括
- (2)その他(意見交換等)

### 3 議事

- ・ 開会
- ・ 総合企画部次長あいさつ
- ・ 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、11 名の委員が出席。「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)滋賀県消費者基本計画(第4次)の総括

※資料1、2、3に基づき事務局から説明

#### ○木村会長

資料3以外で、御質問や御指摘等があればお願いしたい。

#### ○城内委員

軽度の知的障害を抱えて滋賀県で暮らしている方に何人か知り合いがいたので、話を聞いたところ、「メールが来なくなった」と言われた。

資料を見て、しらしがのシステムが変わり、メールが来なくなったということは、おそらく再登録しないと来なくなったということだと思った。

すごく真面目な方で、県から来たメールだから全部見ていたが、来なくなったから、どうしていいかわからないと言っていた。ホームページで、何か手続きできるようだとはお伝えしたが、「登録はしてもらったからずっと来ていたけど、再登録って言われてもわからない、自分にはで

きないから、どうしたらいいの」と言われた。

高齢者や障害のある方に、ホームページに書いてあります、出前講座でやってくださいと案内しても、具体的に何をしたらいいかわからない。「こういうふうにしたらいいですよ」と言われても、苦手意識があるので、もう登録ができないとあきらめてしまう人が非常に多いと思う。目を通して分かってくださっているかどうかは別として、県から来たものだから、全部見るという非常に熱心に読んでくださっていた読者だったようなので、非常にもったいないと思った。

県のホームページと出前講座での広報だけではなく、障害者の方が日常接するようなところで呼びかけたり、代わりに登録をしてあげたり、呼びかけていただければ、一番必要な人たちところに、また情報が届くようになるのではないかと思った。

#### ○木村会長

大変重要なお指摘かと思う。

#### ○事務局

しらがシステムの登録について、紙で周知し言葉でお伝えしても、自身で登録できない方もいらっしゃると思うので、いただいた御意見を関係課に伝え、共有させていただきたいと思う。

#### ○木村会長

現段階では、そういったサポートを必要とされる方に対して、特段広報の仕方を変えていることはないということか。

#### ○事務局

おそらくそこまではしていないという状況かと思う。

#### ○木村会長

現段階では、御検討いただければと思う。その他、御発言、御意見があればお願いしたい。

#### ○吉井委員

消費者教育が専門であるので、その部分で意見を述べさせていただく。

現場の先生に消費者教育の啓発資材をなかなか使用してもらえないとか、情報が届かないという課題があったと思うが、すでに私の方でも消費者教育学会でも研究が進んでおり、例えば、短い時間の動画の方が好まれることや、教材についても、Wordでつくっておいて、先生の方で少し改変できるようなワークシートが付いているといった、先生方が使いやすい教材の特徴があるので、少し調べていただきたい。

また、DVDについて、DVD自体を見せることが難しくなっていますので、説明であったような、YouTubeで公開したり、短い動画をたくさん用意するような方法で教材に対する工夫をしていただけたらと思う。

もう一点は、教員との交流を図り、先生方のニーズをくみ上げていただく機会を定期的に行っていただけたらと思う。せっかく作られる教材が使われないとすごく悲しいので、すでにされているかもしれないが、教育委員会との連携が非常に大切になると思うので、研修の中に入れ込んだり、研修の機会に相談員と交流ができるようなかたちにしたり、資料についてヒアリングができるような機会を持っていただくようなかたちで、現場の先生の声を引き上げ、それを反映させ、効率よく使っていただけるようにしてもらったらと思う。

現場の先生から聞くと、教材が欲しい、ぜひ使いたいと思っている方が多いので、有効に活用できるようにしていただきたいと思う。

### ○事務局

教えていただいた二点について、御意見のとおり工夫しながらやってまいりたいと思う。

今年度の事業として、若者自身に啓発動画を作成いただくコンテストを開催したが、動画を作成して、表彰して、ホームページで公開して終わり、ではなく、それぞれが1分と、まさに先生に言っていただいた短い動画なので、これを学校やそれ以外の場所でも活用いただけないかということ、先生との意見交換の場で話したり、家庭科部会の機会などもいただけないかというようなことを今お話しているところ。引き続き、提案や相談をしていきながら、少しでも進めていけたらと考えている。

### ○木村会長

資料3も含め、具体的な数字の入っているところについても御意見等をお願いしたい。

### ○小椋委員

私は小売業の会社で総務を担当しており、広報について同じような悩みを抱えていると思った。

当社にも、なかなか消費者に伝えたいことが伝わらないという悩みはある。マーケットであったり、お客さまであったり、消費者であったり、生活者というところが多様化して、刺さるポイントがかなり細分化されている。

そうした中で、十把ひとからげにして、XやInstagramで広報しているが、なかなか刺さらないということもあって、手段とすると、X、新聞、チラシ、ポスターなどの色々な媒体、タッチポイントをまずは増やさないとしようがないということ。

そして、届けたいという層に優先順位をつけて、そこに最も効く媒体を選んで、頻度高く発信するということをやっていくという繰り返ししかないということで、私たちも広報には試行錯誤している。

今までの説明で、すごく悩んでいることや、XやInstagramについても、もしかしたら届けたいところに届かないかもしれないので、色々な試行錯誤をされたいと思う。

資料3の項目3にある、しらしがメール/LINEの「消費生活情報」登録者数について、目標3万人に対して、現状は3085人と説明があったが、当初登録者数が2万6000人いた中で、なかなか戻りきらないということは、手続きが分からない、面倒くさいという方がいる可能性もあるが、必要な情報、有益な情報がなかった証左という可能性もあると思うので、いま一度コンテンツ自体を見直すということも必要と感じた。

#### ○木村会長

数字が減っていることについて、また新たな観点からの御指摘だと思う。

#### ○事務局

御意見のとおり、県でもなかなか情報を伝えたい人に伝わらないところに苦労しており、様々な媒体で幅広く、多くの人に伝わるように広報していくことがまず必要かと思う。

加えて、情報発信の頻度を増やし、県のアカウントで発信している内容を一人でも多くの人に知っていただく必要があると思う。

もう一点、届けたい方の年齢層等の特性に優先順位をつけるということについて、例えばデジタル情報が届きにくい人については、紙媒体で民生委員の方から資料を配ってもらい、若者には、YouTubeやネット広告で見てもらおうといった具合に、どの層に届けるかということ意識して、どういう媒体で広報していくのかということも、県でも試行錯誤を繰り返していく必要があると思う。登録者数が減っているというところもあるが、今後も引き続き広報、周知等を行っていきたいと思う。

#### ○小椋委員

限られたリソースで、何でもできるというわけではないと思うが、ぜひ頑張ってもらいたい。もしよければ、われわれの広報とも情報交換をさせてもらいながら、いい手段があるのであれば、双方で活用していけたらと思う。

#### ○事務局

消費者被害防止や防犯に関する啓発チラシを宅配事業で配布していただくなど、連携し取り組んでいただき感謝申し上げます。貴社とは今後も引き続き、何か連携していけるところがあれば、お互いに協力しながら取り組んでいけたらありがたく思う。

#### ○大塚委員

私は公募委員で、普段は環境学習や地産地消に関する仕事をしており、消費生活について学ばせてもらおうと思いついて参加している。資料1に環境学習や地産地消の内容が多く盛り込まれ

ていることに少し驚いた。

今、おそらく顔が見えない人たちとのつながりによってトラブルが多く起きていると思う。地産地消や地元の商店を使うことで、顔の見える関係を築いたり、滋賀県には琵琶湖があるので、環境に優しい取組をしようと思う姿勢は、最初に言われたグリーン志向にも必然的につながっていくと思う。

もう一点、「消費者トラブルについて学びませんか」といったアプローチの仕方では、少し難しくとっつきにくいという方もいると思うが、食べ物や環境のような自分の生活に身近な内容であれば、「この消費行動が改善につながっている」となって、とっつきやすくなると思う。私はMLGsの案内人もしているのですが、そのような参加者が多く、直接的な消費生活のイベントではないところでも啓発活動をしていくとよいと思う。

### ○事務局

確かに、消費生活に関する啓発は、堅苦しいイメージもありとっつきにくいと思われる方もいると思うので、わかりやすい地産地消といったことから、消費生活のことを知っていただくことも大事だと思う。

県においても、地産地消や環境に配慮したものを購入するといった「倫理的消費」、いわゆる「エシカル消費」を推進しており、県庁内の様々な部署が関係している。エシカル消費の啓発については、消費生活に関するパネル展示等を商業施設で実施する中で、エシカル消費のパネル展示もさせていただいている。消費者の方にそうした展示を見ていただいて、そこを入り口にして、消費生活のトラブルに関することも色々知っていただければと思っており、今後も引き続き啓発をしていきたいと思う。

### ○寺井委員

私は商工会から代表で参加している。県では、色々取組を考え、資料3で数字的にも出ている。行政としては、しっかりと数字で見える化することが大事だと思うが、数字だけを目で追っていくのではなく、実際に現場の中でどのように動いているのか、参加している委員のみんなが伝えていくべきことと思う。

世の中では、DX化と言われているが、市町で地道にこつこつとやっている個人店、商店としては、先ほど大塚委員が言われたように、顔の見える商売というのはすごく大切なところがあると思う。信頼関係が大事だと思うので、県で色々取組をされているものを、私たちがしっかりと県民に届けるのが役目かと思うので、しっかりと連携を取って、どんどん県庁から各団体等に投げかけてほしい。私たちはしっかりと発信させていただき、共に取り組んでいきたいと思う。私の感想というか、今後、どのように参加させていただくかということをお伝えさせていただいた。

### ○事務局

県としても、関係団体等の方に、県がやっていることを周知していただけるのは大変ありがたい、今後も連携してやっていきたいと思うので、お願いさせていただくこともあるかもしれないが、その際は御協力いただければありがたいと思う。

### ○木村会長

資料3について、この項目は必要ないとか、あるいはこういった指標を入れた方がいいのではないかとといった御意見等があればお願いしたい。

### ○外村委員

必要な方に必要なものを届けるという議論がされているが、私もその必要性を感じている。

資料1の17ページに「高齢者権利擁護センターの運営」とあるが、私も高齢の両親がいるが、これから高齢化が一層進行し、高齢者が被害に遭われる確率は非常に高くなると思う。

高齢者権利擁護支援センターの設置について初めて知ったが、なるべく高齢者の方を守るよう広報活動を系統的にやっていただけたら、高齢者の方が被害に遭われることを防げるのではないかと感想として思った。

その中で、一人で暮らし高齢者がこれから多くなると思うが例えば近隣の住民から「あそこの高齢者のおじいちゃんとおばあちゃんは、もしかしたら消費者トラブルに巻き込まれているのではないかと」行政に通報するような制度もあるのか。

### ○事務局

制度としてすぐに思いつくものはないが、消費生活相談を受けている中で、例えば、お隣の高齢者が被害に遭っているようだという相談を受けることはある。そのような場合は、市町の福祉関係の部署にも相談するよう助言等している。

### ○濱田委員

小椋委員から、刺さるポイントが細分化されてきていて、広報がすごく難しいという御意見があったが、私は生活協同組合に所属しているが、組合員から横文字はあまり使わないでほしいと言われる。

若い人には、略字が当たり前なので、例えば「トクリュウ」と言われても、すぐにピンと来るかもしれないが、私も「トクリュウ」の「トク」って、何だったっけと思うことがある。「トクリュウ」と言われて、「匿名・流動型犯罪グループ」とぱっと思い浮かぶ人がどれだけいるかというのがあるので、何かチラシをつくったり、広報活動をするときに、日本人に分かりやすい言葉で載っている方がとつきやすいというのは、組合員の意見でもあるし、自分の意見でもある。

また、説明にあった、「J-FLEC」についても、J、F、L、は何の略かと考えてしまうが、例えば「賢い消費者になるための勉強」と言われるとわかりやすい。また、子ども向けの内容について

は、「小学生、お小遣いから学ぶお金の話」と言われたら、ピンと来やすいと思う。

誰かに啓発をするときには、分かりやすい言葉で、その対象の方に向けた言葉遣いをする  
ことについて、意識をしてもらおう方がいいと思い、意見させていただく。

#### ○木村会長

確かに「トクリュウ」と聞いてぱっと語感的にイメージできるものが出てこないで、「オレオレ詐欺」みたいな比較的なインパクトのあるような伝わり方ができればいいが、そのあたりは事務局でどう考えているのか。

#### ○事務局

啓発のチラシを作成する際に、どのようにすれば、このチラシを見た人が気をつけてくれるのかということを考えているが、御意見のとおり、分かりやすい言葉できちんと情報を載せるということが大事だと思う。

消費者行政を専門として仕事している者にとっては簡単に理解することができる場合でも、専門ではない一般の方にも分かりやすいように、啓発資材の作成や情報発信の場において、分かりやすい言葉でお伝えするということが心がけていきたいと思う。

#### ○福井委員

高齢者に対する啓発について、カレンダー等の配布物が予算の関係で今後の配布が難しくなったことについて、毎年ではなく、例えば電話番号 188 を書いたマグネットのようなものを数年単位で予算をみてつくることは可能か。

もう一点、資料2の中で高校生向けにクリアファイルを2万部配布されたというのがあったが、もし今後、学生向けの予算があるのであれば、学生向けはSNSの発信に変えて、高齢者向けには形に残る媒体での配布を考えるという、世代に分けた啓発活動ができないのかと思う。

#### ○事務局

県の事務処理上、予算を複数年繰り越して啓発品を作成することは難しい。

もう一点、高校生等の若者には、紙や物よりも、電子で啓発をして、高齢者には物とかで啓発をしていくほうがよいと御意見をいただいたが、高校生等の若者、高齢者、それぞれの特性に合った方法で啓発していくことは大事だと思っており、そこに予算をあてがい、節約することはできるかと思う。

予算との兼ね合いもあり、啓発品を作成する予算確保が難しいが、全額は交付されないが、消費者庁の交付金制度を活用して、工夫してやっていけたらと思う。

#### ○木村会長

カレンダーやマグネットなど、日常生活の中の一部に、連絡先など啓発できるものがあれば、

何かあったときにすぐに連絡ができて大変いいと思うので、予算の都合等があると思うが、今後引き続き、また次期の計画の策定の中でも検討をお願いしたいと思う。

#### ○城内委員

濱田委員から分かりやすい言葉で言う、略語を使わないという御意見があったが、もう一つ加えると、高齢の方や障害のある方は、言葉で書かれているよりもイラストがある方が分かりやすいが、言葉だけが並んでいると、見ずに読んで理解するのを諦めてしまう人が結構いる。

啓発は、誰に一番受け取ってもらわないといけないかという、情報弱者の方に受け取ってもらわないといけないので、そのような方に向けて一枚イラストをつけておくとうい。

より細かい情報が必要な方には、詳細はホームページを読んでほしいと言えば、意識の高い方は読んでくださるので、啓発の最初の部分では、イラストをできるだけ使って届けることがいい方法と思うので、御検討いただければと思う。

#### ○事務局

県で発信した情報を見てほしい人に見てもらうためには、読む気や見る気が起こるものをつくらないといけないと思うので、御意見のとおり、最初のとっかかりで見ただけのように、イラストも添えて、分かりやすい言葉での発信を心がけていきたいと思う。

消費生活センターの X では「キャッフィー」という滋賀県のキャラクターの漫画などを用いて、分かりやすく消費者トラブルについて説明しており、今後もイラストを使った情報発信を続けていきたいと思う。

#### ○城内委員

私の知る限り、高齢者や障害のある方で、Xのユーザーの方にまだ巡り合っておらず、使える人でもメールとLINEの利用までである。Xなどは、「そういうのは怖いから」、「分からないから」と言い、手を出していない方が多いように思う。

メールで多くの画像データが入っている重いものが来ても困るが、電子での啓発は、若い人向けのメッセージならXなどでいいが、高齢の方や障害のある方には、メールや他の媒体を使ってそういうイラストの活用といった工夫をしていただければと思う。

#### ○事務局

X等による情報発信は、若年層向けに行っており、高齢者等については、今後は県で啓発物品を作成していくことは難しいが、市町で民生委員の方から直接チラシを手渡しして配っていただくと分かりやすいと思う。市町に協力を依頼する際に、情報を高齢の方や障害のある方に届けるためにイラストと分かりやすい言葉を添えた啓発チラシを配っていただきたいと、あわせてお願いができればと思う。

## ○木村会長

広報のあり方について、世代的な違いだけではなく、様々な特性等をお持ちの方もいらっしゃるので、多様な広報のあり方があるという御指摘を多くいただけたかと思う。小椋委員のお言葉を借りると、それぞれのところに「刺さる」やり方を、おそらく追求していく必要があると思う。

2回目の審議会からは、事務局から次期基本計画の骨子案を示していただくことになる。現在の第4次計画は令和7年度までとなり、令和8年度以降の第5次の計画を立てていくことになる。

現行計画には、カスタマーハラスメントといった新しい課題については記載がないので、その点も含めて、意見が多く出た広報面の課題についても、次期計画の中で具体的に落とし込んでいくことも可能かと思う。現行計画に含まれていないものも含めて、こういった課題があるのではないかとか、あるいは、計画にこういったものを含めるべきではないかということについても御意見いただきたいと思う。何かこういったことを計画の中で考えてほしいといった御希望等があれば承りたい。（発言する委員なし）

では、現段階では特にないということで、議題1は終了とさせていただきます。

## 議題(2)その他(意見交換等)

### ○木村会長

消費者行政全般について御意見、御指摘等があればお願いしたい。

### ○外村委員

私は少年時代に、詐欺まがいの被害に遭って、消費生活センターに相談し解決してもらった過去がある。意見となるが、例えばトクリュウに応募してはいけないが、もし応募してしまい、どうしようと悩んでいる人がいれば、必ず相談してほしいと思う。相談すれば解決に繋がる。もし、相談せずに悩んでいて、犯罪に加担してしまうとその後の人生がとんでもないことになるので、私も相談して本当によかったと思っており、一人で悩まずぜひとも警察、滋賀県の行政に相談してほしい。

### ○事務局

闇バイトについては、消費生活トラブルではないので消費生活センター等が直接関わるわけではないが、相談者から、そういうところに連絡を取ってしまったと聞いた場合には、すぐに警察に相談するよう相談員から促しており、闇バイトに関しても警察と連携しながらやっていきたいと考えている。

## ○丸山委員

私は、昨年の10月までは金融広報アドバイザーとして活動し、金融経済教育や消費生活に関するセミナー等を小学校、中学校、高校、老人会等で行っていた。

その中で、必要な人に必要な情報を届けるのが難しいということについて、小学校、中学校、高校に関しては、参加する生徒は嫌々であろうが、授業の中に織り込みができるので、いかに先生にアプローチして授業の中に入れてもらえるかがポイントだと思う。

一方、難しいのが高齢者で、高齢者の方に何か危機感をあおった情報を届けようとしても、自分には関係ないというところがあるので、自分ごとと思い、その情報に関わってもらえるアクションが非常に重要なので、この点をこれから考えていくべきかと思う。

消費者団体の組織にも加盟しているが、そこでICTリーダー育成講座のようなかたちで、年配の方等がスマートフォンを使うための研修を開催している。その中で、年配の方が誤ってクリックをしてトラブルに遭うことがないように、といった最低限のリテラシーを伝えている。

そのような機会に、「しらが」の話になるが、メールの登録を一緒にしたり、操作の仕方を踏まえて一緒にしたりすることで、会員登録にもつなげられるのではないかと思う。

それとともに、スマートフォンというところのつながりで、先ほどの外村委員が言われたようなトクリュウに関することについて、スマートフォン等を使って、私たちが個人情報を外部に出しているという恐ろしさも付随して教育で伝えていく必要があり、この点も次期計画に盛り込めたらと思う。

## ○事務局

DX化が更に進み、ほぼ全世代がスマートフォンを持っている時代となり、ますますスマートフォンの使い方について注意していく必要があると思う。

個人情報を外部に伝えてしまうおそれがあるということを伝えつつ、消費者施策のところで絡めると、例えばスマートフォンの決済について、キャッシュレス決済はまだ浸透していない年齢層もあるかもしれないが、利用されている方は一昔前よりも多く、DX化の更なる進行で決済手法が多様化し、ますます啓発が必要になると思われるので、例えば、消費者教育において計画に盛り込むことを検討したいと思う。

## ○木村会長

これで本日の議題を終了させていただく。

(終了)