

第53回広島県消費生活審議会議事録

1 開催日時

平成30年10月22日(月)14時00分から15時45分まで

2 開催場所

広島県庁北館2階 第1会議室(広島市中区基町10番52号)

3 出席委員

豊田会長、田中委員、富永委員、長井委員、林委員、石橋委員、衣笠委員、竹下委員、寺岡委員、門田委員(代理・福島)、山田委員、大西委員、木村委員、谷村委員(代理・植野)、水落委員、水永委員(代理・仁城)、明岳委員、小坂委員

4 議 題

- (1) 消費生活相談の状況について
- (2) 広島県消費者基本計画(第2次)の実施状況について

5 担当部署

広島県環境県民局消費生活課消費政策グループ TEL(082)513-2730(ダイヤル)

6 会議の内容

(1) 開会(事務局)

委員総数20名中18名が出席しており、広島県民の生活の安定と向上を促進する条例施行規則第3条第2項により、定足数を満たしていることを確認した。

(2) 環境県民局長あいさつ

(3) 新任委員紹介

(4) 議事録署名者

豊田会長が、長井委員と竹下委員を議事録署名人に指名した。

(5) 議事

ア 消費生活相談の状況について

- ・事務局から、議事資料1により消費生活相談の状況について説明した。

(意見交換・質疑応答なし)

イ 広島県消費者基本計画(第2次)の実施状況等について

- ・事務局から、議事資料2,3により広島県消費者基本計画(第2次)の実施状況等について説明した。

(意見交換・質疑応答)

(委員)

施策目標1は消費生活相談体制の充実ということで、窓口を週5日以上開設している市町の数の目標を23市町としているが、A3の表で実績を見ると29年度16市町、28年度16市町となっている。以前の資料でも27年度は16だったと思う。点検結果をみると、「週5日開設を市町に働きかけていく必要がある

る」というのはそのとおりだと思うが、実際問題、開設できない市町というのは、どういう問題があって開設されていないのか。結局、資金の話なのか。あるいは、人の問題なのか。せつかく目標を掲げて、働きかけが必要としているが、市町に何が必要で、何をつくっていかなければいけないのか。

2番の目標の高齢者への支援で、当然ながらこの目標の実現には、福祉部門との連携が必要だと思う。広島県も健康福祉局に地域包括ケア・高齢者支援課というのがあるが、その課との連携がどうなのかが分からない。もう少し具体的に、こういうものを高齢福祉と連携してやっていきますというふうに説明いただきたい。

(事務局)

相談窓口を週5日以上開設する件であるが、現在、窓口を週5日以上開設していない市町は、府中市、大竹市、安芸高田市、熊野町、坂町、北広島町、大崎上島町の7市町である。このうち大崎上島町は、竹原市と連携協定を結んでおり、大崎上島町の方は、竹原市の生活相談室に月曜日から金曜日までの週5日、相談することが可能となっている。残る6市町に対して、週5日開設に向けてどのような課題があるかアンケート調査を実施したところ、相談員雇用にかかる予算面での支援が必要であるという回答が最も多かった。その他、専門の資格を持った相談員の確保の面でも支援が必要であるとの回答があった。

また、相談員不在時に、行政職員が相談を受け付けることについては、行政職員の負担が増えるということや、十分な専門知識を持たない職員が対応することで、相談者に納得のいく回答ができないという課題もあった。ただ、この週5日開設できていない市町でも、基本的に県としては、地元の相談は地元で解決ということで、50%以上の相談がその市町の相談窓口に行くよう目指している。府中市であれば月、火、木、金の週4日開設であるが、地元の方の84%が相談しており、大竹市の場合は、火、金の週2日開設で、56%の方が地元で相談している。また、安芸高田市では、月、金の週2日の開設であるが、50%の方が地元で相談しており、北広島町では、月、木の週2日開設であるが、56%の方が地元の窓口で相談しているという状況である。住民からのニーズや現在の相談受付件数等も踏まえて、引き続き該当市町に対して消費生活相談体制の充実・強化の働きかけを行う。

(事務局)

各地域で、いろいろ事情はあると思われる。資金の面であったり、今設置している相談員の勤務事情もあるようである。広島県ではICTを活用してweb会議で遠隔サポートをしている。体制が十分ではないという所についても、窓口そのものは毎日でも開設していただき、専門の相談員がいない日は県とのWeb会議システムを活用してもらって、実際の住民の方々の相談にのっていただければと考えている。そういう面で、市町への遠隔のサポートということに力を入れてきている。

2点目のご質問の福祉部門との連携だが、県には地域包括ケア・高齢者支援課があり、地域包括ケアシステムに取り組んでいる。厚労省の事業であり、地域を包括して様々な支援をする仕組みを作るものである。コアになるのは地域包括支援センターになるが、そのセンターの業務には消費者被害防止という視点が位置づけられていることから、理解が得られるよう福祉部局との連携に取り組んでいる。

特に、見守る方や、担当の行政職員を対象とした福祉部門のいろいろな会議が開催されているが、その会議に消費生活課も呼んでもらうようにしている。その会議で、最近こんな被害が増えています、といった点を説明して、協力の依頼や意識づけを行っている。

ちなみに、今回災害が起きて、福祉部門が各市町に地域支え合いセンターを作った。これは被災者の方、自宅に戻られている方も含めて、いろいろな見守りをかなり濃密にやっていくという仕組みであるが、その地域支え合いセンターに係る研修会議にも、今年度、呼んでほしいと依頼しており、被災者の見守り業務をやっていただく方々にも、消費者被害の防止の視点を組み込んでいただくように取り組んでいるところである

(委員)

最近の相談状況としては、訴訟最終告知通知というはがきが来るらしく、これが非常に多い。それと、インターネットの乗り換えのトラブルも多い。安くなるからということだが、現実に請求書を見るとそうではないというもの。この2つが大きなものらしい。

私の地域では、3人の職員が相談に応じているが、専門的に答えられない部分については、県の生活センターの方に直接つないで、それから県から直接市民の方に連絡をするということで、本当に県にはお世話になっていると思っている。それぞれ市町の考え方があると思うが、私の地域ではそういう実態である。

困っているのは、高齢者の方に対するインターネットの乗り換えのトラブル。現実には契約をしてしまっているため、対抗できないというのが実態である。そこをなんとかしたいなと思っている。

(委員)

今のインターネットの乗り換えの話だが、光コラボの契約のトラブルかなと思う。契約が済んでいても、例えば嘘をつかれて契約をしたという場合には、契約の取り消しや解約することも交渉可能と思うので、是非、諦めずに相談いただければと思う。

これまでの説明で一つ気になったのが、若者へのいろいろな場における消費者教育の推進ということで、取り組み状況として、15,266人、と人数が書いてあるが、事実なのかなと思う。

今の若者の消費者トラブルであるが、安易な形で契約をすることが多い。最近、若者のスマホ、SNS、借金、こういった事に関するトラブルが増えてきている。事例にも載っていたが若者特有の、いつも手元にあるスマホで、簡単に情報収集、例えば「楽に儲ける」といったキーワードで情報収集してしまっている。昔であれば、例えばマルチ商法だったら、知人からの勧誘が多かったと思うが、今は、スマホの中で、SNSによって全く知らない人とのつながりにおいて勧誘されるということもある。そして、手元にあるスマホで、契約の締結と決済まで行ってしまっている。

そういう点で、昔とは違う若者の消費者トラブルが増えてきていると思う。それに加えて、成年年齢引下げという、今、本当に取り組んでいかねばならない課題がある。現場では恐いなというふうに思っている。こうした点から、この15,266人というのはどうなのか。少なくとも今の若者、高校生がこの3年間に1度は消費者啓発について聞いているのだろうか。そういった教育を受けることができているのかどうか、ちょっと尋ねてみたい。

(事務局)

この15,000というのは若者に限った数字ではないので、啓発講座等に参加したいろいろな年齢の方々の数をまとめて集計したものである。

若者に対しての消費者被害防止の視点というのは、学習指導要領で学校教育の中で取り上げるような位置づけられている。学校教育の中で、必ず触れなければならないというものになっている。ただ、それをどの程度までやるかというのが課題である。

消費者庁が文部科学省と一緒に「社会の扉」という補助教材を作っている。そういう補助教材を使って、効率的に意識付けになるような取り組みをしている。広島県でも教育委員会と連携して補助教材を作ったが、そういう教材を作り、学校での学習の方法、ポイントも含めてサイトに載せて、学校の先生に使ってくださいという情報提供をしている。また、先生のガイドブックのようなものも別に用意したり、ワークシートを用意したりしている。我々としては、県で作った補助教材でも、消費者庁が作った補助教材でも、どちらでもいいから、とにかく学校教育の中でしっかりやってほしいということで、取り組んでいる。

(委員)

それに関してお願いしたいことがある。

確かに、高校では家庭基礎は必修なので、どの高校生も学ぶはずだが、現場の教員たちの温度差というのも聞いている。また、家庭科は非常勤の教師も非常に多いと聞いている。そして、補助教材もたくさんあるが、なかなか見る時間がないという意見もよく耳にする。そこで、是非、非常勤の方も含めた高校の家庭科の授業に携わる方全員に、研修をしていただく仕組みができないか。配布して読んでください、使ってくださいでは、なかなか授業に結び付かないと思う。実際に研修を行えば、たった半日でもぜんぜん違うと思う。非常勤の家庭科の先生も含めて全員にお願いしたいと思う。

それと消費者教育の件だが、ちょうど先週、消費者教育学会の全国大会があり、そこでもこの話題が出た。2022年から18歳が成年になる。今の中学2年生にあたるが、学会員は非常に恐れている。現在は大学の2・3年生で広がるマルチ商法が、高校生の教室の中で広がってしまう危険性がある。大学生は授業だけ受けに来てバラバラと帰ったりするが、高校生だと教室という非常に密なつながりをするところで、毎日顔を合わせている中で話が広がってしまう恐れがあり、被害が今の何倍にも広がってしまうかもしれないと怖がっていた。

消費者教育で非常に大事なことは、大きく2つ柱があるのではないかと思う。

1つは新手の情報、それを知らせると「これは、この間聞いた。危ないぞ。」と反射的に拒否できるので、新しい情報提供が大事。それと、これにどう対応するかというスキル。これが1本目の大きな柱だと思う。

もう1つは、法律も含めた知識。例えば名義貸しが法律に触れると知らないと、何となく通帳を作ったり、カードを作り渡しただけでバイト代がもらえる。そういうふうになんか安易に捉えているが、実は法律違反である。だから、そういう知識の習得と、それにとまった主体形成が必要である。楽しく儲かることはない。自分は被害者にも加害者にもなってはいけない。この主体形成である。情報を得ながら日々知識を身に付けることと、知識を身に付けながら主体形成していくことが重要。

この2本が消費者教育で非常に大きなものになっていくのではないかと思う。

それで、先ほども言ったが、やはり指導者の方が鍵を握っているので、本当に迅速に消費者教育ができる指導者の育成が必要である。それから研修、これに尽力していただければと願っている。

(事務局)

まさにその通りで、実際、我々の方でも指導者の研修を、先生を対象にして実施しているが、参加者数が少ないという現実がある。また、委員言われたとおり教育委員会の方ともかなり連携してやっついていかなければいけないが、どういう形のやり方が良いのか、検討が必要である。とにかく学校の先生を呼んで、いくらでも研修したいとは思っている。ただ、昨年度もかなり人数が少なかった。今年度も開催することとしており、今、募集をかけている。研修をやる時期や時間について、調整がいろいろあると思われる。1回で済ますのではなく、複数回という形で開催して、都合の良い時に来てくださというような形の取り組みも必要かもしれない。その辺を教育委員会と検討していきたいと考えている。

(委員)

先ほど話にあったように、成年年齢引き下げは2022年4月に今回の法改正を受けて、施行されるということになる。今の中学校2年生が高校3年生になった時に、その4月の段階から影響を受けるということになる。当然今までも、公民科や家庭科の中で消費者教育は取り組んできたが、この3月に公示された学習指導要領では、時勢に鑑みて消費者教育の大切さを特に強調されて謳われている。

この春に入学をした1年生から先行実施をしていくということで、もうすでに取り組んでいるところもある。ただ、知ってはいるがどこまで理解をしているかという問題は、確かにあると思う。認知度も、そんなに高くはないという話であるが、知っていれば良いのかという問題もある。消費者教育の取り組みを深めていくことは、これから担っていけないといけないと感じている。

たまたま今日、教育研究会という会議があった。高等学校の教育研究会であるが、国語に始まりいろいろな部会があり、その部会長が集まって話をした。私も、家政科を持っている学校の代表として家庭科部会の部会長として出席をした。この家庭科部会の中には、非常勤の先生も会員でいると思う。年間何回か研修会をやっているが、そういう中で、こういうテーマを取り上げるとともに、出席を促していくという取組も、部会長としてやっていきたいなというふうに思う。また、校長協会の家庭部会の部会長もしているが、毎年、年度末の校長協会と合同で研修会もやっているのでも、その中でも取り上げていきたいなと思ったところである。こうした取組を深めていきたいと考えているので、よろしく願いしたい。

(会長)

消費生活相談の全国共通電話番号である 188 に対する学生たちの認知度は、非常に低いのではないだろうか。

また、学生たちは、朝起きたらもう新聞読むよりも先にメール、いわゆるスマホで「おはよう」が始まるみたいである。こういう生活スタイルに 20 歳位でだいたいなっているのかもしれない。消費者という言葉そのものが、どうも若者たちに自らの問題としてストレートに響いていないような気がする。消費者といえば、かつては非常に立派な概念だったが、今の若者たちには、果たしてこの消費者という言葉がどの程度伝わっているのかという感じがする。

(事務局)

今、国の方でも新しくキャラクターを作って、一生懸命 188 (イヤヤ) の認知度向上に取り組んでいるが、今一步の状況である。ただ、感覚的なものであるが、若者から我々の方にかかってくる相談電話も、かなり多い気がする。

市町の相談窓口が開いてない時は、県の方にかかるように 188 (イヤヤ) は設定されており、地元のセンターにかけたつもりでも、県に繋がるというような形になっている。必ずどこか開いている所に繋がるということで、市町が開いてない日については県の方に回ってくる。

複雑な相談については、当然、県の方にエスカレーションしていただいて結構なので、そういった形で市町と県とで両輪になって回していくようにしている。188 (イヤヤ) の周知についても、メルマガやいろいろな場面を捉えて、広報するには努めてはいるが、実際の認知度と言われると確かにおっしゃる通りだと思う。

(委員)

先ほどから 188 (イヤヤ) とか生活センターを知っているかというふうな話が出ているが、ちょうど消費者協会が実施している「第 48 回消費生活意識調査」の結果ができた。年に 1 度、市民を対象に意識調査をしているものである。その中で、今の 188 (イヤヤ) を知っているかという問いがあったが、やはり知らないが 63.5%。これも 3・4 年位同じ結果になっていると思うが、やはり認知度が低い。また、若い人で知っている方は少ない。トラブルが起きたら誰に相談するかは、家族が一番多い。だから、こんな結果が出ている。「無料相談ができる消費生活センターを知っていますか」という質問には、これは市の消費生活センターを想定しているのだと思うが、83%とかなり高い。これは毎年、認知度は高いが、そういったことが結果に出ている。

もう 1 つ違う質問で、広島県消費者基本計画第 2 次実施状況があるが、11 ページの 50 番に景品表示法に基づく事業者指導の強化という欄で、相談対応が 104 件、表示に関わる注意が口頭で 7 件となっているが、どういった不備があったのか教えてもらいたい。

(事務局)

景品表示法に基づく事業者からの相談対応が最も多いが、いわゆる事業者が、商品名やラベル、広告・チラシとかホームページを作成する場合に、「こういった表示をしたいが良いだろうか」と問い合わせる。実際に表示される前に、了解を取りたいと言う趣旨での相談が最も多い。これが104件である。

景品表示法では、優良誤認、有利誤認、その他というような3つの区分がある。これには、「著しい」という言葉が頭に付いており、著しく優良誤認させるような表示であるとか、著しく有利誤認させるような表示の場合には対象になってくる。どこからが著しいのか、その判断が難しく、事前に了解を取りたいということで照会がある。あくまでも一般消費者がそれを見てどう思うか、どう感じるかということが判断基準なので、相談を受けても県の方で、それであれば良いとはっきり申しあげることができない。この表現はこういうところで誤解を受ける可能性があるといった指導・助言というか、相談対応がほとんどである。

表示に係る注意の例として、実際には和牛ではないものを和牛であるような表示をメニューにして、お店で出しているというような情報提供があった場合に、事業者から「実は和牛ではありません。」というようなことを言われた場合は、「それは、いけません。」ということで実際に注意をするというような案件が、7件の方である。

合わせて特商法の指導もやっているが、特商法の場合は、景表法よりははっきりしており「これはいけません。」という判断を出しやすい。

(事務局)

今年度の例でも、和牛でないものを和牛ステーキと言って出したり、今ならこの値段ですと言っているが、実は今だけではなくて、ずっと続いているというようなものは注意したこともある。あるいは、卵で「これは、栄養素がたくさん入っている卵ですよ。」と言っているが、実はそうでなかったというようなこともあった。

(委員)

それは、商品として出た後の注意ではないということか。

(事務局)

店頭にもう並んでいて、それは違いますというものである。だから、申し訳ありません、間違っていましたというお詫びの広告とかを出したりする。実際そういう物を売ったということに基づいて、それは違うんじゃないですかというふうに指導している。

(委員)

結構多いのか。

(事務局)

怪しいグレーゾーンの物は多い。特にスーパーのPOPを見ると、本日特売と表示してあるが、「いつも本日特売でこの値段だ。」と思われることもある。

グレーゾーンにある商品の表示をどこまでしらみつぶしに調査するかということ、なかなか難しく、著しく誤認を生じさせるものということでなければ、なかなか指導には持っていくことができない。ただし、グレーのものでも、苦情があり、誤認を与える恐れがあるので注意するように、というふうに口頭注意をすれば、一定の抑制効果はある。このため、厳しい指導をしていくよりは、そういう口頭指導を数多くやっていくというのも1つの手段かなというふうに考えている。

(会長)

平成29年度の実施状況について評価を行う。議事資料の2の3ページ以下のところに各施策目標の点検結果がある。この点検結果についてご意見ご質問、点検結果を踏まえた今後の施策について意見等があれば発言をお願いする。

(委員)

消費者教育を高校1年生の時に実施する学校が多いと思う。これを2年生にすると全く違うものになる。もう1つは、卒業を間近に控えた生徒に、高校を卒業するにあたって、もう社会に出るわけだから、社会保険、国民年金のことなども含めてやっぱり消費者被害に遭わないために、また、加害者にはならないためにというような、何か講習のようなものを開いて、その時に188について話しておく、大学2年生での認知度が80%位になるのではないかと思う。

それともう1つ、クーリングオフというのは、本当に無条件で解除ができて有効な手段であるが、もう1つ消費者契約法に取り消しという制度がある。啓発冊子に消費者契約法でも取り消しができるということをごどこかに入れていただくと、いいかなと思う。

(会長)

平成29年度の取組に対する評価について、ご意見・ご要望をいただいたが、議事資料のとおり広島県のホームページに公表するという事によろしいか。

(各委員)

異議なし

(会長)

異議なしということで議事資料2のとおり公表することとする。

ウ 平成30年度消費者行政関係事業について

- ・ 事務局から、参考資料2によって、平成30年度消費者行政関係事業について説明した。

(質疑応答)

(委員)

予算の話で伺いたい。まず1点目は、県の消費者行政予算というものは、限りある県財政の中で、十分確保されているのかどうか。

もう1点は、説明の中で交付金の制度変更や補助金の減少とかという話があったが、以前、私も補助金が新規事業に使えなくなると聞いていたが、それは問題だということで、各地で消費者団体から声が上がって、広島でも6月の県議会定例会で「地方消費者行政に対する財政支援の継続・拡充を求める意見書」が採択されて、平成30年度本予算で確保できなかった交付金を補正予算で手当することとか、平成31年度の交付金は平成29年度の水準まで確保すること、という意見書を県議会にあげている。これは、何か効果があって、来年度への見通しはありそうなのか。

(事務局)

地方からの意見書で国が変わるのは、なかなか期待できないのが現実。実際、消費者行政関係の予算が、国の概算要求で出ているが、これまで国の当初予算と前年度の補正予算をあわせた形で、当該年度の交付金が流れてきたという形になっていた。今回も、概算要求が出ているが、それに今年度の補正予算が乗るのか乗らないのか、どの程度乗るのか、そこを見極めないと、増えるのかどうか分からない。

国の説明によると、そもそも消費者行政というのは、自治事務であるから国からのお金ではなく、地方の一般財源で実施しなさいと言っている。これまで国が実質10分の10の交付金という形で配分してくれていたので、我々の方も幅広く様々な事業ができた。その頃はそのお金を使って、市や町においても潤沢な予算で様々な事業が幅広くできていた。

今年度から交付金が変わって、従前のものは終了期間が決まってしまう、そこまでは面倒見るが、新規事業については2分の1の交付金ということで、2分の1部分は一般財源を充てなければならないという仕組みの交付金が変わっている。その影響で、交付金の金額が大きく落ちてしまっている。県の方で一般財源があればそこにつき込めるが、これまで10分の10ということで、全く一般財源無しでやってきていたので、そこに当てる裏財源を持っていない。頭を抱えているというのが実態である。

これは、市や町においても全く同じ状況で、国の交付金が無い中で、じゃあどうやって消費者行政を続けていくかというところが、本当に大きな課題になっている。いわゆるソフト事業なので、予算を使わなくても汗をかけばいいと言う部分もあるが、そういった知恵を出しながら、また、皆様方関係団体の協力を得ながら、なんとか続けていきたいと思っている。

(審議終了)

(6) 閉会

7 会議資料一覧

- (1) 議事資料1 消費生活相談の状況について
- (2) 議事資料2 平成29年度広島県消費者基本計画(第2次)の実施状況について
- (3) 議事資料3 広島県消費者基本計画(第2次)実施状況等一覧
- (4) 参考資料1 広島県消費者基本計画(第2次)の概要について
- (5) 参考資料2 平成30年度消費者行政関係事業について