

第 57 回広島県消費生活審議会議事録

1 開催日時

令和 2 年 10 月 27 日（火）10 時 00 分から 12 時 00 分まで

2 開催場所

サテライトキャンパスひろしま 501, 502 大講義室（広島市中区大手町 1－5－3）

3 出席者

豊田（博）会長，馬屋原委員，田中委員，長井委員，石橋委員，岩永委員，竹下委員，原委員，山田委員，石井委員，植野委員，大串委員，大西委員，豊田（哲）委員，明岳委員（代理：浅見氏），橋本委員

4 議 題

- （1）令和元年度 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）の実施結果等について
- （3）令和 2 年度 広島県消費者基本計画（第 3 次）の取組等について

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（ダイヤルイン）

6 会議の内容

（1）開会（事務局）

委員総数 19 名中 16 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）環境県民局総括官あいさつ

（3）議事

① 議事録署名人の指名

会長が，馬屋原委員と山田委員を議事録署名委員に指名した。

② 令和元年度 消費生活相談の状況について

《事務局説明》

議事資料 1 及び別紙 1 により，令和元年度における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》

（委員）

県生活センターの相談体制について，今年度に入って人員等に増減がないか。

（事務局）

相談体制については，相談員 7 名，県東部，北部については今までと変わらない体制を取っている。新型コロナウイルスの感染拡大に伴って，消費生活相談の件数も増えたため，2 名の相談員を増員して対応している。市町の体制についても相談員が減員したという話は聞いていない。

(委員)

消費生活相談窓口の一覧表で、前と違う場所に移ったということはないか。

(事務局)

ない。

(委員)

消費生活相談状況の6ページについて、年齢層別の相談件数が、30歳未満と30～64歳未満で年齢の区分が大きいと、事務局に10歳刻みでの相談件数をお知らせいただいた。年齢層別にパーセントで表すと、定期購入に関する相談について、10代が11.9%、20代が8.4%。SNSがなんらかの形で関連している相談について10代が6.6%、20代が27.4%となっている。このように10歳刻みで算出してみると、より問題が明らかになる。定期購入に関しては、10歳代の中高生でも12%近く相談があり、SNS関連の相談は20歳代が非常に多い。6ページの文中にもあるように、SNSの広告から誘引される定期購入、副業や投資で高額収入を得るためのノウハウと称して販売される情報商材など、このような手口の悪質商法を大学生へ注意しなければならないという具体的な課題も浮き彫りになってくる。

そのため、次回からでよいが、10歳代刻みでの指標を提示すると良い。

(会長)

今の点について、審議会の前に学生部に確認してみたところ、あまり学生は相談に来ていないようだ。むしろ県生活センターに相談しているのではないかと思うがどうか。

(事務局)

若者については、学生課に相談に行くより、インターネットで検索し、そこで相談窓口があることを知り、問い合わせをしたりメールで相談をしたりといったことが多くある。

特に若者に対しては、単に相談窓口を周知し認知度を上げていくための取組を行うというより、今後はインターネットで検索した後に、確実に相談窓口につながるよう誘導を図るための取組を進めていこうと考えている。

(委員)

コロナウイルスに関する相談で別紙1の2ページの対応の一例に「身に覚えのない商品が送り付けられた際に2週間は保管をしておくこと」とあるが、これは何か基準があつて、このように明記されているのか。

(事務局)

これは特定商取引法に、商品を一方的に送り付けられた、いわゆる送り付け商法について、2週間保管をしておけば、その後処分して構わないという規定に基づき記載している。

(委員)

不当請求や定期購入などの相談が寄せられているということだが、こういったアドバイスをを行っているのか。その場合、トラブルの解決後に返金の処理がなされているのか。また、相談の処理方法と再発の防止に向けてどのような啓発を行っているのか、お尋ねする。

(事務局)

不当請求、架空請求があつた場合の対応について、まず、相談者にその請求は不当・架空請求であることの説明を丁寧に行い、決して相手にせず、無視をするように助言している。また、その後も同様のトラブルに巻き込まれる場合があるので、引き続き注意をし、何かあればいつでもセンターに相談をするように伝えている。

定期購入については、販売サイトで商品を購入する際に「定期購入」という表示があつても、小さい字で見えづらいものがある。そのため、契約をする前に販売サイトの内容や契約内容をしっかりと確認して契約をするように助言をしている。このことは、県のHPや

SNSなどでも注意喚起を行っている。

(委員)

定期購入の契約をされた方は、被害がなく解約または通常の毎回購入へ手続きを切り替えられるということか。

(事務局)

契約はすでに成立しているため、例えば、見えにくい場所に「定期購入」と表記されていたという材料をもとに、初回は500円だが、4回で総額4万円となる定期購入の契約になっているという場合には、初回分を通常価格として1万円払うので、途中解約を申し出るなど、相談員が途中で斡旋に入り、業者との折り合いをつける手伝いをして解決を図っている。

(委員)

相談員が間に入って斡旋等も行っているのか。

(事務局)

行っている。事業者と消費者の間には、交渉力や情報力の格差があり、その格差を埋めるための補助を行うのがセンターの大きな役割である。

(委員)

先ほどの相談件数の年齢構成の件について、未成年者（子ども）の保護者が、子どものトラブルについて相談をする場合には、該当する年齢の区分はどこに位置付けられるか。

(事務局)

資料1の4ページの契約当事者の年齢区分について、実際に商品を購入したり、サービスを受けたりした者が未成年の場合は、30歳未満でカウントしている。

③ 広島県消費者基本計画（第2次）の実施結果等について

《事務局説明》

議事資料2及び別紙2により、広島県消費者基本計画（第2次）の実施結果等について説明した。

《意見交換・質疑応答》

(委員)

相談窓口の認知度は目標を達成しておらず、しかも5年前より低下している。5年間の間に情勢は変化していると思われるが、この原因はどこにあると考えているか。

(事務局)

財源不足を言い訳にしたくはないが、現況値とした平成25年度辺りは、国から地方の消費生活相談窓口の認知度向上のために、基金事業として、多額の資金が県や市町に交付されていた。そのため、CMやインターネットのリスティング広告、啓発リーフレットやパンフレットの発行、お笑い芸人を呼んだイベントなどを年間1千万円近くかけ、毎年行っていた時期である。

その基金事業が平成29年度で終了した後、それまでと比較して露出の機会が減少したことが一因とは考えられる。

若者の認知度の場合、この調査の母数が50人程度と少ないため、数値のばらつきが調査の時々で大きく出たのではないかと分析している。第3次基本計画では、認知度の向上を数値目標に設定してはいないが、確実に窓口へと相談がつながるよう、ネット検索からの誘導に力を入れていきたいと考えている。

(委員)

母数が少ないのではないかな。もう少し広範囲な調べ方をしないと、実態が分からないと思うが。

(事務局)

今までの県民意識調査は、消費者団体などに協力を依頼し、若者については大学生協の組合員50人程度を対象に調査を行っていたが、今後はネット調査などを用いて、意識の高い消費者団体の方ではなく、一般の人を対象に、各年代の母数を考慮しながらアンケート調査を行いたいと考えている。

(会長)

若者の消費生活相談窓口の認知度について、私も70%という数字についてこだわる必要はないのではないかなと思う。

(委員)

コロナ禍の中、広く消費者に向けての啓発活動をしていくことが非常に難しい状況である。先ほど予算のことを言われたが、活動をする中で、以前より一般消費者と直に触れあって、啓発活動をしていく場が減少しているように思う。それとともに、啓発を行うリーダーの高齢化が進んでおり、啓発活動を若い世代、次の世代で、進めていくことを色々と模索はしているが、難しい状態になっている。

基本計画による啓発を行うには、実際に活動する人を確保する必要がある。インターネット等で啓発を行うのもいいが、被害に遭う高齢者の中には、HPを見ることができなかったり、インターネットの操作が難しいという人もたくさんいる。各消費者団体が実施する啓発講座は、参加者が重なったり、受講者が少人数になるというデメリットもあるが、インターネットを使えない高齢者には、講座の実施が必要であると思う。

自分は被害に遭わないと思い、啓発講座に来ない人ほど被害に遭っている。その辺りを模索しながら活動をしている状況である。

(事務局)

第3次基本計画に向けて、消費者教育を行う講師や啓発について、トラブル事例中心のものだけではなく、新たな分野について、各ライフステージに応じた講座を実施できる人を講師として養成し、確保していきたいと考えている。高齢化については、消費生活相談員も経験を重ねるといい面もあれば、若い世代が出てこないという面もある。啓発講座の活動を実施する地域のリーダーについても、様々な役を集中して受けていて、負担になる、高齢になるなども課題としてあるため、この点について、第3次基本計画をもとに、啓発講座講師としてどのような方々に引き継いでもらうかを取組の中で検討していきたいと考えている。

(委員)

若者と高齢者からの消費生活相談を受けていて、若者からは「実際に被害に遭ったがどうしたらよいか」という相談が多いのに対して、高齢者からは「こんなことがあったがどう思うか」など、トラブルに遭いそうだが相談してもいいかという相談がある。高齢者の方が若者よりも消費生活センターに相談をすることについてのハードルが低く、身近な存在であると認識しているように感じる。

もう1つ、センターの役割は、問題が発覚し、相談員が斡旋をして解決するだけではない。先ほど定期購入の事例で、解決できるのかという話があったが、解決するかどうかも大切なことだが、相談が蓄積されることで、それが今後の消費者被害の未然防止につながるという側面も重要である。例えば、定期購入のトラブルでは、解約をしたいが電話がつ

ならないといった相談がとて多い。相談員は業者に電話をし、センター専用電話番号がない場合には、一般の方がかける電話番号と同じ番号にかける。相談員も相談者と同じように長めにコールをし、電話がつながるように努力している。相談員が相談を受け付けた後に相談情報をシステムに入力するが、その際に「連絡不能」という項目があり、特定の業者に「連絡不能」の項目が多く上がると、国民生活センターにその情報が入り、国民生活センターがその業者に対して、消費生活センター専用の番号を作るように働きかけをするということもある。消費生活センター専用番号に架電をしてもつながりにくい場合もあるが、このような相談を受け付けることで国民生活センターや消費者庁が業者へ働きかけを行うなど、消費者トラブルの被害防止やトラブルの解決、また、法律改正などにつながっている。

若者から「この相談は解決できるか。解決できないのであれば、センターへは行かず、相談もしない。」と言われることもあるが、消費生活センターはトラブルを解決することも大切だが、相談の一つ一つが、社会を変える力になり、消費者行政が良くなる方向に動いていく。そのため、この観点からも消費生活センターを利用するよう啓発を行ってほしい。

(委員)

本学の学生が卒業論文を書くために全国の主な自治体のHPを調査する中で、広島県の消費生活センターのHPが非常に良く、また、おもしろいと言っている。このHPを活用してはどうかと思う。生徒が授業の中でパソコン室などを利用して、HPを自分でクリックすれば、自主的かつ主体的に学ぶことができる。もしパソコン室の利用が難しいのであれば、スクリーンに投影をし、ここをクリックしたらこうなると説明するという方法もある。

また、サイトの構成が年代別になっている点が特に良いとのことである。困ったときは、年代に該当する区分をクリックすれば、情報を入手・利用できる。先ほど、メール相談を充実させていくとの話があったが、HPを活用すればメール相談にもつなげていけるのではないか。学校教育で全てを教えることは難しいので、いかに社会に出てから自分で情報収集を行い、解決する力を身に付けていくのかということになる学びにもつながっていくと思う。

議事資料2の3ページ「施策目標7 消費者教育推進のための人づくり」について、小中高、大学において、出前講座を4年間で約2万5千人に実施したとあり、数値だけを見ると、かなりの人数に実施したように見えるが、この数値をこの年代の子どもたちの人口で割ると約7%程度となり、決して多くはないと思う。ただ、出前講座については非常に有効な方法だと考えている。学生に、今までどのような消費者教育を受けてきたか尋ねると、警察の方が講師を務めた悪質商法についての講座などと回答する。学校の先生以外の方が教えてくれたことが印象に残るようだ。啓発講座は効果があるため、積極的に進めていただきたい。それと並行し、先ほどのHPを教材として利用するなど、授業の中で消費者教育を取り入れることも非常に大切ではないかと思う。

これについては、啓発資材がたくさん配布されている。HPでも同様の資料が見られるが、消費者トラブル回避マニュアルを以前にいただいたときは、高校に勤務していたため、生徒のロールプレイングの教材として使用をした。掲載されている悪質商法の中で、どの商法ならロールプレイングのシナリオを作れるかを生徒に考えさせ、実際にやってみるようになると、非常に生き生きとシナリオを作成し、その後寸劇をしてくれた。このような使い方もあると思う。

また、広島県の啓発サイトのHPには、国民生活センターの相談事例へのリンクを掲載しているが、国民生活センターHPの相談事例のページ（PIO-NET）を活用し、学生に自分の興味がある事例を調べる時間をとり、その中で、特に興味があった事例について自分より下の学年の者、大学生であれば高校生に、分かりやすく教えるように指示をした。トラブル回避のために、注意すべき点を教える教材を作るよう、今取り組ませている。学生は積極的に非常に良い資料を作ってくる。以前、中学生の授業でも、小学生に教えてあげる教材作成をさせたことがあるが、非常にやりがいを感じるようで、一生懸命取り組んでいた。同様に、高校生が中学生に教えようと思えばできると思う。このような意欲を喚起するような学習にも生かせるのではないかと思う。

また、別紙2の実施状況一覧の11ページ、「84 消費者のつどいの開催」について、平成30年は、金融商品、損害保険、投資信託に関する講演が実施され、令和元年は「人生100年時代の暮らしとお金」というテーマで実施されている。これは非常に大事だと思う。なぜなら、新しい学習指導要領の高校家庭科、家庭基礎、家庭経営では、生活設計が非常に重視をされている。家庭基礎の科目の学習の「導入」と「まとめ」の両方で扱うようにとされており、この辺りを生徒に教えるためには、教員が理解して、熟知していないと難しい。悪質商法の被害にあわないためには、どこに相談すればよいかというような教育と並行して、生活経営に関わる内容を、自分で主体に考えていけるような、学習があると良いのではないか。

最後にHPに関して、卒業論文で扱っている学生がおり、大学生に「どのようなHPであれば見るか」を尋ねる調査をしたところ、ポイントが4点あった。1点目は「手口」に関する情報があること。2点目は商品選択の参考になる「口コミ」、契約をする際の「注意点」があること。3点目は被害にあった場合の「対応策」について書かれていること。そして4点目は「簡潔で分かりやすく」書かれていること。この4点があれば、若者が見てくれるHPであると分析結果が出ている。HPを作成する際に参考にさせていただけたらと思う。

（事務局）

第2次基本計画において、啓発講座の回数や受講者数の実績が出ているが、その結果、受講者の行動がどのように変化したのかという検証が難しかったり、講座の内容についても、被害が増加している事例の紹介が中心になっていたりした。委員ご指摘のとおり、契約をするときに批判的な目を持ち、注意点をポイントとして押さえ、取引が多様化しても被害に遭わない、自立した消費者になるために基礎的なことを学ぶことができるよう、第3次基本計画においては、そのような内容の教材を作成し、自立した消費者になるための講座が実施できる講師を確保していくよう見直しをしていきたいと考えている。

HPについて、高評価をいただき感謝する。よりブラッシュアップをしていきたいと思う。
（委員）

高齢者の中には、啓発講座に参加しなかったり、率先して冊子やHPの啓発情報を見たりしない人もいる。一番身近な高齢者は自分の両親だが、不審なメールや電話には気をつけるようにといったことは言うが、自分の親に消費者トラブルの具体的なアドバイスをした記憶がない。高齢者の場合、見守る立場の人が積極的に活動をしているということだが、一番身近な人は、基本的には子どもや兄弟、親戚などであり、そのような人が流行している手口に注意をするようにといった一言を掛けることで、被害を未然に防げと思う。そのようなアドバイスをする立場の人への啓発として、現在どのようなことを行っているのか、また、今後どのように強化していくのか。

(事務局)

ご指摘のとおり、第2次基本計画においては、民生委員、警察、ホームヘルパーなど、地域の中で高齢者の身近にいる人が被害に気付いて、本人は被害に遭ったと認識していないことが多いため、周囲の方から相談をつないでもらうという取り組みを行ってきた。具体的には、見守る立場の方への啓発やリーフレットの配布などである。一方で課題としては、家の中のことについてまでは周囲の人が気づきにくいといったことが挙げられる。例えば、被害に遭っているという状況、押し入れの中に大量の布団や未開封の健康食品の箱があるといったことなど。そのため、第3次基本計画では、高齢者の家の中の状況を把握しやすいのは家族であるということで、実家に帰るのは月に1回や年末年始だけといった家族に、離れて暮らしていても、声掛けや情報のやり取りができるよう、被害に気付くチェックポイントなどを含めた情報を提供していくことに力を入れていきたいと考えている。第3次基本計画の取組の時に説明をしようと思ったのだが、今年度、2市町でモデル的に開始をする予定であるので、検証をしながら、全市町に広げていくように取り組んでいきたいと考えている。

(委員)

ぜひそのような広報は積極的にするべきだと思う。

(委員)

我々は仕事柄、高齢者に接することが多く、家に訪問するため、家の中の様子がよくわかる。詐欺被害に遭い、布団の中に健康食品がたくさんあったり、冷凍のカニがたくさんあったりといったこともある。そのような場合には、相談窓口にこちらから電話をしたり、ケアマネジャーに連絡を取るなどしている。また、あとで家族に報告もしている。

私はいつも高齢者に、特殊詐欺の被害防止のために、固定電話は常時留守番電話に設定し、電話は取らないようにと伝えている。必ず留守番電話に設定し、家族に電話をするときは、こちらから電話をするように言っている。高齢者はあまり自身が被害に遭っても家族にそのことを言わない。そのため、我々が代わりになって離れて暮らす家族にその状況を伝えている。高齢者は特殊詐欺に関して、自分は被害に遭わないと思っているが、実際に不意打ちに訪問をされると、気が動転してしまい、とても不安に感じた人もいた。そのような場合は、落ち着いてすぐに承諾はせず、とにかく、私は分かりませんという言葉を発するようにと伝えている。警察からも、特殊詐欺の特徴として、高齢者の被害が多く、具体的な事例では、固定電話でコンタクトを取り、自宅までキャッシュカードを取りに来て、暗証番号を聞き出すといった被害があると情報提供をいただいた。また、JR沿線上の駅周辺の被害が多いという情報提供もいただいている。

この他、少し驚いたのが、資料の消費者意識の調査で、消費者トラブル発生時に高齢者の5割は誰にも相談しないという実態があるということ。我々は訪問すれば、高齢者が被害に遭っているかどうかはわかるが、介護等のサービスを何も利用されていない独居の方が被害に遭っても誰にも相談をしていない。そういう方の支援についてのこれからの課題が必要ではないか。

(事務局)

家の中に入るホームヘルパーは、離れて暮らす家族の方からすれば、家の中の様子がよくわかり、その状況を知らせてもらえるため、頼りになる存在だと思う。

ご指摘のとおり、ヘルパー等を利用しておらず、一人で暮らしていると被害に遭っても恥ずかしいと感じてしまい、騙されたと人に相談することができない。家族に言えば、息子に怒られたり、逆に心配をされたりするので、被害額が生活に支障のない場合、あきら

める人もいる。また、自分が被害に遭っていることに気づいていなかったり、自分が良いと思って買ったのだからと自分を納得させたりということもあるのかもしれない。

この点については、引き続き周囲の方への見守りの支援を行いつつ、第3次基本計画で新たに離れて暮らす家族への情報提供を追加し、取り組むこととしている。

(委員)

先ほど県から説明のあった、離れて暮らす家族向けの取組として、今回県と協力し、チラシを作成して配布することとしている。町は、人口に占める65歳以上の割合が50パーセント以上と県内で一番高齢化が進んでいる地域であり、消費者行政の観点から、どのように支えるかが大きな課題になっている。そのため、委員からの指摘のとおり、高齢者にとって一番身近な若い家族の方にも関心を持ってもらい、対応してもらえるよう、情報提供も含めてチラシを配布する。特に、今回は、正月に家族が帰省するタイミングを狙って配布をする。

あらためて、このような取り組みを行い、消費者トラブルに関心を持ってもらうということなのだが、委員から指摘があったように、高齢者の約5割弱が被害に遭っても相談をしないということに改めて驚いている。特に高齢者の被害を抑えるという観点では、啓発をして情報提供をするだけではなく、こちら側からさらに一步踏み込んで、どのような状況になっているのかを、話しをする中で聞くような取り組みが重要だと思う。

委員から指摘のあったように、本町においても、介護関係者や民生委員、さらには保健師などが高齢者の自宅に伺う際に、話し相手をしながら問題がないかを聞き、また、一人暮らしの高齢者も多くなっているため、消費者被害の有無に関係なく訪問をし、相談相手や話し相手になることも重要だと考え、そういった取り組みを行っている。あらためて、その重要性を伝えるため、相談相手になる方々への研修に力を入れていかなければならないと考えている。

すでに第3次の基本計画は策定を行ったということだが、例えば、相談窓口を全市町で週5日開かなければならないというより、相談員がいる市町は、窓口を確保してもらいつつ、むしろ高齢者のところに出向いて、足を運んで話をする体制の方をより強化する方が、高齢者への被害を抑えるという点では効果があるのではないかと。我々からすると、高齢者の生活そのものをどのように良くしていくかという観点から力を入れる分野ではあるが、消費者行政の観点からも、見守りなどに力添えをいただけるのであればより効果が上がるのではないと思う。

(事務局)

ご指摘のとおり、相談窓口にも電話も掛けづらく、来所をしようにも車がなくて来られないといった高齢者もいる。身近な地域で、話し相手となる存在があり、地域福祉計画ではないが、地域ごとにコミュニティがあり、話し相手が見つかり、そこから必要に応じていろんな窓口につながっていく。その一つとして、消費生活相談窓口が機能し、存在を認知されていけば良いのではないと思う。

また、各市町の相談窓口について、現在の体制を維持するには相談員も高齢化し、地方の財源も厳しくなっていくため、第3次基本計画においては、全ての市町で週5日開けるというのではなく、現在の窓口の開設日数を維持するという目標にしている。さらに、地域ごとに近隣の市町同士で互いの相談窓口のあり方や連携について、話し合う場を設けるという取り組みを第3次基本計画の間に進めていきたいと考えている。

(会長)

それでは、ここで採決に入らせていただく。広島県消費者基本計画（第2次）の実施結果等について、議事資料のとおりとして、この内容を広島県のHPで公表するということがよろしいか。

～ 異議なし ～

④ 令和2年度広島県消費者基本計画（第3次）の取組等について

《事務局説明》

議事資料3により、令和2年度広島県消費者基本計画（第3次）の取組等について説明した。

《意見交換・質疑応答》

(委員)

消費者教育について、第2次基本計画の別紙2の13ページ、98番、教員を対象にした研修の参加者数について、平成27年20名、28年32名、29年14名、30年17名、最後に令和元年度は94名となっている。会場に出向いてもらうとなると参加が難しいのではと感じる。コロナの影響で大学の方で遠隔授業の実施や、学会が遠隔で行われたりしたが、遠隔での講座は非常に気軽で便利であると実感した。研修をオンライン形式にすれば良いのではないか。Zoomでの参加が多かったため、これを例に挙げると、Zoomは会議の主催者はアカウント登録等が必要だが、参加者には必要がなく、アプリをインストールするだけで参加ができる。学生はアプリをインストールするだけでよく、Lineと併用すれば、さらに便利で、会議の連絡のURLをLineで通知できた。また、パソコンからLineを使用すれば、ワード、エクセル、パワーポイントといった資料が全てドラッグするだけで送れ、非常に便利である。そのため、LineとZoomを併用しての研修等を企画すれば、参加者が多くなるのではないか。さらに、グループセッション、グループワークなども気軽にできるため、生き生きとした研修になるのではないかと思う。

2つ目は、先ほど生活経営の視点も消費者教育において、とても重要であると申し上げたが、法教育についても重要である。法教育は高校家庭科の学習指導要領では、家族・家庭の領域で、「婚姻、夫婦、親子、相続等に関する法律の基礎的知識を理解できるようにする。」と記載されている。こう聞くと、教える先生もハードルが高いのだが、生活の中でも身近な事だけに絞り、伝えるといいかと思う。例えばエンディングノートなど、生徒も耳にすることもあると思われる身近な題材について取り上げ、エンディングノートを作っておくことは非常に大切だが、これには法的な効力はないということなど。相続の際の遺産に関しても、近年、法改正がされている。身近に必要な知識であると思う。あとは成年後見人制度や商法のことに関する法教育も非常に大事ではないかと思う。議事資料3の21ページ、107番に法教育の推進があるが、この分野について、家庭科の授業で教えることができる視点でも資料を作成してもらえると、さらによいのではないか。それに関連して、最初にコロナについての説明があった、別紙1の3ページ、この資料の県民に対する注意喚起のところに「申請内容が虚偽であれば、あなた自身も不正申請に加担したとして取り返しのつかないことになりかねません」とあるが、「取り返しがつかない」という表現よりストレートに「法に触れています」と書いた方が抑止につながるのではないか。こういったことを含めた法教育が、法律を遵守するという意識や人間形成につながると思うので、今後検討をしていただけたらと思う。

(事務局)

大変貴重なご意見であると思う。今後このコロナ禍の中で、進め方、あるいはテーマ等について、ご意見を参考にさせていただき、関係の教育委員会等とも連携をしながら進めていきたいと思う。また、進める段階で色々のご助言等いただきたい。

(会長)

お手元に回覧した（高齢者の見守り）チラシについて、これは確定版ということでしょうか。

(事務局)

これは、調整段階のものであり、未定稿ということでその前提でご覧いただいた。確定後、提供させていただきたい。

(委員)

高齢者については詳しくはないが、生活の中で聞いた話で、高齢者は優しくしてもらってと買ってしまうこともあるので、語弊がない程度で「優しい人には要注意！」という注意喚起があってもよいのではないかと思います。

(会長)

このチラシの終わりに書いてある「留守番電話にしよう」「留守番電話は防犯によい」というのは、泥棒に対して我が家は留守にしているよと言うようなものではないのか。

(委員)

そこは難しいところだが、電話で話してしまうと、そこに乗ってしまう、先ほどの優しい人には注意というところであるが、私は留守番電話にしましょうというのは、一つの方向性としてあるのではないかと思います。

(4) その他

《意見交換等》

(委員)

これからの取組で、消費生活相談員の質の向上が必要ということは分かるが、先ほど相談員の高齢化や地方自治体の財政の問題について説明があった。予算等が大変ではあると思うが、相談員の待遇は維持されているという理解でよいのか。

(事務局)

県やそれぞれの市町で相談員の雇用を行っており、私の方からは県の状況についての説明にはなるが、この4月から、今まで相談員の身分が非常勤職員、嘱託員であったが、区分が変更されて会計年度任用職員になり、待遇面においてもボーナスが支給をされるようになった。県で言えば、待遇が悪化したということはない。雇い止めについても、県では、事情によって延長をしているところである。

新型コロナウイルスの対応では、4月、5月は件数的に県に相談が集中し、例月の1.5倍の件数の相談が寄せられるなど、相談員が大変苦勞していると認識しているので、そのフォローを含め、働き方については考慮していきたいと思っている。

(委員)

議事資料3の1ページの3番に「消費生活相談窓口としての質の向上」の取組の欄に、「これまでと同様に研修の参加を促す」の下に「特性に応じた効率的な研修、市町ごとの相談内容や特性の分析を行う」と書かれている。県の研修は、同じ内容の講座を3日間連続して実施していただくことで、市の窓口には相談員が不在にならずに交代で研修に参加で

きるなど配慮をいただき助かっているが、このようなことが書いてあると、以前のように相談員全員が参加できる研修はなくなるのではないかと不安になる。

(事務局)

そのようなことは一切考えていない。ただ、複雑かつ困難な案件を処理できるスキルを全市町の相談員が身に付けるべきかどうかについては、その必要性の有無や、それぞれの窓口がどのような相談を受け、どう処理をし、ここは集約をしてもいいのではないか、ここは違うところで解決をしてもらわないといけないのではないか、そういう分析を行っているところである。

(5) まとめ

(会長)

事務局で、本日出された意見等を参考に、今後の施策を推進していただきたい。

(審議終了)

(6) 閉会

7 会議資料一覧

議事資料 1	令和元年度 消費生活相談の状況について
別紙 1	新型コロナウイルス感染症に関する県民からの生活相談等について
議事資料 2	広島県消費者基本計画（第2次）の実施結果等について （平成27～令和元年度）
別紙 2	広島県消費者基本計画（第2次）施策の実施状況一覧 （平成27～令和元年度）
議事資料 3	令和2年度 広島県消費者基本計画（第3次）の取組等一覧
参考資料 1	広島県消費者基本計画（第3次）の施策体系
参考資料 2	令和2年度 消費者行政関係事業について