

〈別紙〉

会議成立・・・15名中14名出席

議事（議事進行：木下真由美会長）

会議公開・非公開の決定・・・公開

傍聴者入室・・・なし

議事録署名委員指名・・・島田玲子委員、廣田美子委員を指名

（消費生活課長）

※資料1「消費者安全確保地域協議会の設置状況について」に基づき説明

（木下真由美会長）

ただいまの事務局からの説明について、委員の皆様から御質問、御意見のある方いらっしゃいますでしょうか。

（鈴木純子委員）

埼玉県は、設置が進んでいるということですが、理由はありますか。県内でもばらつきがありますが、社会福祉協議会との連携があるのですか。早く設置できている要因を教えてください。

（消費生活課長）

県内の進捗状況でございますが、この取組は消費者安全法の改正がありまして平成28年4月から設置が始まり、現在設置している11のうち1つは平成30年4月1日に設置していますので、平成28年度、平成29年度の2年度で県内63市町村のうち10か所でありますので、全国的に見れば多いのですが、状況的には、はなばなしい進捗状況ではないと認識しております。設置している状況を見ますと、比較的大きな市での設置は難しいのかと思います。設置している市町の状況といたしましては、新規に消費者安全確保地域協議会を立ち上げたのは2か所、既存の福祉部門の見守りネットワークに消費の内容を加えて

協議会を設置したのが9か所でございます。

埼玉県といたしましても、年2回開催している市町村消費者行政主管課長会議において、設置するメリットについて強く主張するなど、今年度、多くの市町村で設置していただけるよう働きかけをしていきたいと思っております。

(木下真由美会長)

他に御意見、御質問のある方いらっしゃいますでしょうか。

(根守晶委員)

資料1の5ページ下段にあります「高齢者を取り巻く家族、近隣住民、介護・福祉関係者、警察等、地域の関係者が、高齢者の消費生活上の安全に気を配り、何かあったら、消費生活支援センター等につなぐ仕組みの構築が必要」とあり、このとおりだと思いますが、具体的な消費生活支援センターにつなぐ仕組みを教えてください。

(消費生活課長)

資料1の6ページに「見守りネットワーク」における地域の連携イメージ図があります。高齢者と接する機会の多い方々に連携していただくというものです。この中には、地域包括支援センターや病院など、高齢者がよく利用する施設や民生委員が入っております。

具体例を申し上げますと、消費者被害相談の窓口が消費生活支援センターであるということを知するため、高齢者の消費者被害防止フォーラムを開催したり、平成30年度からは、消費者被害防止サポーター養成講座で民生委員の方に情報提供する講座を開催したりしています。普段から高齢者の方を見守っていただく方に、消費生活相談窓口について情報提供を行い、何かあれば消費生活支援センター等につなぐといった体制整備を進めております。

(木下真由美会長)

他に御意見、御質問のある方いらっしゃいますでしょうか。

(松林豊委員)

資料1の「I 高齢者の消費生活相談の状況について」の1と3は高齢者の年齢基準が65歳以上となっていて、3ページの「2 本県における高齢者に関する苦情相談の状況」だけ60歳以上とありますが、どちらが基準になるのでしょうか。65歳以上で統一した方がよいと思われませんが、理由を御説明ください。

(消費生活課長)

高齢者の年齢の定義でございますが、一般的には65歳以上となっております。

「2 本県における高齢者に関する苦情相談の状況」は、埼玉県消費生活支援センター等で受けた相談情報をネットワークシステムに入力しているのですが、その際の年齢区分が、平成28年度まで10歳刻みで登録していたため60歳以上という記載になっております。平成29年度からは、65歳以上のデータが取れるようになっております。

参考までに申し上げますと、平成29年度埼玉県消費生活相談年報では、65歳以上の相談件数は、14,846件であり構成比は31.6%となっております。60歳以上の相談件数は、18,808件であり構成比は40.1%という状況になっております。60歳以上の消費者生活相談を比べますと、平成28年度よりも構成比が上がっている状況であります。

(木下真由美会長)

他に御意見、御質問のある方いらっしゃいますでしょうか。

私から、質問というより問題意識の共有なのですが、先ほど消費者安全確保地域協議会が2年間で11市町村の設置であり、大きな市での進みが遅いとのことでした。

設置が進まない理由は、必要性を感じていないためでもあるのでしょうか。

(消費生活課長)

消費者安全確保地域協議会を設置していない市町村を中心に、なぜ設置できないのかとこのアンケートを行っており、消費者安全確保地域協議会を設置してなくても、既存の福祉部門の見守り会議に消費者行政担当も参加しており、連絡をとれる体制は整っており実質的な見守りはできているので、設置していないとの回答を得ております。

今回の消費者安全法の改正によりまして、個人情報の共有ができるというメリットもあり、そのメリットで消費者被害を防げた事例もあります。メリットをアピールしながら設置を進めてまいりたいと思います。

(木下真由美会長)

高齢者の見守りネットワークについては福祉部門が中心になって進めてこられたと思います。消費者被害については、生命身体の問題より若干後回しにされてきたと思われま

す。また、まだまだ消費生活支援センターの認知度も低いと思われま

す。生命身体の問題であるということを市町村に働きかけていってほしいと思います。

他に御意見、御質問のある方いらっしゃいますでしょうか。

(廣田美子委員)

私自身、民生委員をやっておりますが、民生委員対象のプログラムができたことは、ありがたいと思います。日常的に高齢者に対しては民生委員が3年に一度の調査だけではなく、地域を回っていますので、民生委員に消費生活支援センター等の取組情報を伝えていくことが大切ではないかと思います。民生委員の定例会では、警察の情報が多いし、自治会などで消費者被害防止の学習会を行う時も地元警察が呼ばれることが多いと思います。警察だけでなく、消費生活支援センターで相談できることを伝えられるといいなと思っています。

(木下真由美会長)

他に御意見、御質問のある方いらっしゃいますでしょうか。

(今野嘉久委員)

消費者被害の防止のためには民生委員の取組は大事だと思っています。民生委員には、課題もたくさんあり、厳しい現状にあります。その上、消費者被害関係のこともとなると大変であります。資料1の6ページにある地域協議会の中の消費生活協力員や事業者団体も含めて、被害防止のための取組に御協力いただくことが大事であると思います。

県の基本計画の中でも、その位置づけがされていますので、ぜひ事業者団体の皆様にも御協力いただきながら取組が進められていくといいと思います。

(廣田美子委員)

事業者関係でいえば介護関係の方は、家に入られて変化などに気づかれる専門職の方が非常に多いと聞いております。地域包括支援センターからの情報が消費生活支援センターにあがってくることも増えていると聞きますので、介護系の方などと一緒に取り組んでいける体制を作ればと思います。

(木下真由美会長)

今の御意見を受けて、事業者の御意見、取組状況を御紹介いただければと思います。

(荻原日出男委員)

商工会でも高齢者のために毛呂山町の商店会等と連携を行っています。

また、商工会とは関係ないのですが、ヤクルトの販売員の方が高齢者の住宅に訪問した

際に、声掛けしていただき、いつもと違った様子がないか確認していただいています。家庭を訪問して販売をしている事業者は、高齢者を見守ることができるのではと思います。

災害時に昼間人口が多いのは事業主でありますので、町の中で役立つのは商工業者だと思っておりますので、連携をとっていきたく思います。

また、不意打ちの訪問で被害を受けることも多いので、インターホンに「消費者安全確保地域協議会」とか「188」などのステッカーを貼ることで、被害を防げるのではないかと思います。

(木下真由美会長)

今までも「訪問販売禁止」のステッカーなど取り組んできたところで、少しでも抑止力になるような取組は必要だと思います。

見守りでは、マンパワーが重要になると思います。それに関連して、次の説明をお願いします。資料2を御用意してください。

(消費生活課長)

※資料2「消費者被害防止サポーター取組状況」に基づき説明

(木下真由美会長)

ただいまの事務局からの説明について、委員の皆様から御質問、御意見のある方いらっしゃいますでしょうか。

(荻原日出男委員)

登録されているサポーターの男女構成比率、年齢構成を教えてください。今後、就職前の大学生にも、サポーターになってもらうのはどうでしょうか。

(消費生活課長)

サポーターの年齢構成については、データがございません。ただ、サポーターの申し込みについては個人と団体の申し込みがあります。それぞれの所属団体別でどのような方々が養成講座に参加しているかというデータはございます。平成22年度からの養成を行っており、サポーターの登録数は595名ですが、サポーター養成講座に受講された延べ人数は710名になります。その養成人数の内訳を御紹介させていただきますと、各地域の「くらしの会」に所属されている方が119名で、割合が16.8%、生協の組合員が215名で、割合

が 30.3%、市町村の消費生活モニターが 18 名で、割合が 2.5%、民生・児童委員が 69 名で、割合が 9.7%、一般の人を含めた「その他」の方々が 289 名で割合が 40.7%になっております。推測の域でございますが、比較的高齢の方が多い状況でございます。

(木下真由美会長)

現場で講師をされている、島田真子委員いかがでしょうか。

(島田真子委員)

本日審議会の前に、老人保健センターで講座を行ってきました。相談員として、講座を実施するにあたり、講座を開催し聞きに来ていただく講座と、そこに出向いて聞いていただく講座とでは全然違います。今回の講座は、皆様がくつろいでいる所に乗り込んで「188」のPRをしてくる大事さを感じました。今後、サポーターが活躍していただくことが必要だと思います。

埼玉県消費生活コンサルタントの会では、サポーターの養成講座の講師を担当させていただいているのですが、女性が見る場所にチラシを配布するPRの仕方が多いと思います。60歳以上のリタイアした男性がまだ活躍したいということで、その方たちにもPRして加わっていただきたいと思います。また、先ほど荻原委員から意見のありましたとおり、大学生に参加いただければと思います。本日講座をした老人保健センターでも、若いイケメンの話なら、なんでも聞いてしまうという声を聞きました。若い方がPRしていただくと、影響力がありますので、是非、大学生がサポーターになるよう取り組んでいただきたいです。

サポーターの数としては、高齢の女性が多い気がしますが、退職して活躍の場を求めている男性にもPRしていただければと思っています。

(木下真由美会長)

高齢の男性の集まる場所は、どこでしょうか。将棋とか囲碁サロンですか。

(島田真子委員)

退職された男性は、活躍する場が欲しくて、認知症サポーター養成とかいろいろな講座に参加されています。なので、サポーター養成講座のPRを新聞等でするなど考えていただきたいと思います。

(木下真由美会長)

若い方が参加することで活性化もしますし、民法の成年年齢引下げに伴い、大学生に対して認識が周知されることはいいことだと思いますので取組を継続してほしいと思います。

(廣田美子委員)

若い人に学んでいただきたいということで、毎年さいたま市の消費生活展に埼玉大学のアカペラなど参加していただいております。高校生にも参加をお願いしているのですが、毎年、消費生活展の開催時期が、中間テスト時期と重なり参加が難しい状態でした。今年は、思い切って消費生活展の時期を中間テストの後に日程をずらして募集したところ、市立浦和高校が1ブース出してくれたり、寸劇で浦和北高校が手を挙げてくれたりしました。

成年年齢引下げもありますので、高校生にしっかり学んでいただきたいと思い、できるだけ興味を持っていただければとお声掛けしております。

大学生がサポーターに加わっていただければ、力強いことだと思います。

(松林豊委員)

消費者被害防止サポーター養成講座の講師はどのような人が行うのでしょうか。

講師陣は、弁護士や消費生活の専門家、あるいは国家資格のある方だと思っていました。

講師陣は、充実されなければいけないと思います。先ほど、島田委員から埼玉県消費生活コンサルタントの会の方もされているということでした。講師は、誰でも簡単にできるわけではなく、きちんと教育され知識を持った方でなくてはいけないと思います。

消費生活アドバイザーや消費生活相談員の資格制度があると思いますが、埼玉県消費生活コンサルタントの会の方は資格をお持ちなののでしょうか。それとも、資格がなくてもできるのでしょうか。講師陣を充実するという観点から、質問します。

(島田真子委員)

私の所属しております埼玉県消費生活コンサルタントの会は、消費生活センターで相談員として勤務できる資格を有しているものが入れる会です。ですので、消費生活アドバイザーであったり消費生活相談員であったり、国家資格である消費生活相談員の資格を有している者が会員となっております。

消費生活センターで相談員を経験している者がほとんどであり、講師を務める意義は、自分たちで受けた相談の内容を伝えられるということです。

(工藤千草委員)

サポーターを増やすためのアピールの方法について御意見がありました。サポーターになるための方法は、どこで知ることができるのでしょうか。審議会に出席していれば消費者被害防止サポーターについて知ることができますが、消費者団体を通してサポーターになるのでしょうか、市報に掲載されているのでしょうか。

私は町内会に参加していますが、町内会には包括支援センターの方が講師として来ているが、サポーターが来たことがありません。具体的な活動をお知らせいただきたいと思えます。

(今野嘉久委員)

私は、県から消費者被害防止サポーター活動推進事業の委託を受けている消費者被害をなくす会の事務に関わっているのでお答えします。年間12回の養成講座を開催しています。養成講座につきましては、消費者被害をなくす会のホームページに掲載案内しているのと同時に、市町村から養成講座を開催したいとの要望があれば、市町村の広報誌、ホームページで御案内しています。

また、くらしの会や生協でサポーターになっていただいている場合には、それぞれの団体の会員様向けに広報誌等で御案内していただいています。

(大野浩道委員)

資料2の4ページを見ると、サポーターの登録人数は、市町村の人口に比例していないようです。町でも登録されている人数が多かったり、市でも登録者がいなかったりばらつきがあります。サポーターを増やす取組の中で、自治体での成功事例はありますか。

(消費生活課長)

消費生活展や高齢者の敬老会等での消費者被害防止のPRなどサポーターの活動する場を用意している市町村では、サポーターの活動が活発であり登録人数も多い状況であります。県といたしましては、見守り推進員の活動の一環として、養成したサポーターの活動の場を用意していただきたいと市町村にお願いをしております。

(木下真由美会長)

他に御意見、御質問のある方いらっしゃいますでしょうか。
なければ、次の報告事項の説明をお願いします。

(消費生活課長)

※資料3「インターネット適正広告推進事業」に基づき説明

(木下真由美会長)

ただいまの事務局からの説明について、委員の皆様から御質問、御意見のある方いらっしゃいますでしょうか。

2月で終了ということですが、その後の予定があるのでしょうか。

(消費生活課長)

委託事業のため年度単位で行っています。2月で調査は終了し、その後指導を3月までに終わらせるというスケジュールとなっています。

(木下真由美会長)

次年度は、また考えるということですね。

(木村智博委員)

この事業は、県が埼玉消費者被害をなくす会に委託しているもので、弁護士5人が携わって啓発及び監視をどのようにしていくか検討しております。実際に、ネット広告監視で表示のチェックをしたり、景品表示法講座の講師をしたりしています。去年一年間行ってみた感想ですが、ネット広告監視については、毎月の1,300件を見て、チェックして、不当表示と思われるものを県に提出するというノルマは達成しています。しかし、実際には、なくす会の事務局職員となくす会で採用した嘱託の職員がほぼ全件見ているのが実情です。その中で、不当表示と思われるものを100件くらいに絞り込んで、各弁護士に上がってきて、15件程度に絞り込まれ、事業者に対し指導や啓発メールを送っています。

広告表示は、消費活動の入口であり、不適正な表示に対してはどうかしていかなくてはならないと思います。一般消費者が景品表示法への理解を得て、各自が表示を見て判断できる意識付けが必要であり、その点が課題です。

今年度はその点を踏まえて、景品表示法講座では、景品表示法の難しい法律部分ではなく、具体例を示しながら噛み砕いた易しい内容にして受講者にわかりやすくし、さらに、ボランティアからの報告方法も簡易な方法にすることによって、ボランティアの人数と報告件数を増やしていきたいと考えています。講座は8月から開催しますが、昨年度は85名受講者がいて、今年度は100名を目標にしています。昨年度受講した85名中、ボラン

ティアに登録したのが 21 名であります。登録された方も登録だけで実際に機能していないのが現状です。今年度は、大学生や若手の働いている現役世代の取り込みを図るため、大学等を訪問するなど努力しております。

募集についても、7月16日から生協広報誌に掲載し、8月1日発行の彩の国だよりにも掲載されます。委員の皆様が所属団体等で、興味がある方がいましたら、積極的に講座に参加していただけますよう勧めいただければと思います。講座を受講していただいた方の中から、ボランティア調査員を募集し、一般市民の方の目から見たネット広告監視を、今年度は機能させていきたいと思っておりますので御協力をお願いします。

(消費生活課長)

木村委員御指摘のとおり、景品表示法講座につきましては、多くの方に参加していただきたいと考えております。講座募集については、8月1日発行の彩の国だよりにも掲載されますので、効果が望まれると思っております。参考までに、募集チラシを配布いたしますので、委員の皆様が各団体でもPRしていただきますよう、よろしくをお願いします。

(島田真子委員)

資料3の3(2)監視事業の県による指導件数が21件ということですが、指導して改善されたということでしょうか。それとも、「不当表示です」という指導だけで、そのままになっているのでしょうか。具体的な事例はどんなものがあるのでしょうか。

(消費生活課事業者指導担当主幹)

違反事例の主なものは、たとえば二重価格表示があります。一万円が通常価格と表示されているものを、追跡して確認しても根拠がなく、いかにも安く販売しているかのように見せるダミー的に表示しているものが多いです。

また、優良誤認といって「必ずやせる」というようなダイエットの表示について、その表示の根拠を求めて、効果の根拠がなければ不当表示となるものがあります。

指導としては、違反のおそれのある表示部分を示した指導文書を送付して対応を求めています。表示が直っているものもありますし、直っていないものについては、追跡調査を行っています。事業者の対応状況の数字は持ち合わせていないので、申し訳ございませんが、この場では御回答できません。

(木下真由美会長)

今後、一般市民の方にネット広告監視をしていただくということですが、ボランティアなので、空いた時間にできるのでしょうか。

(木村智博委員)

一般の方については、不当表示の判断をしていただくというよりは、見ていただいたものを、消費者被害をなくす会に簡単な手法であげられるように、今年度からは改善しています。

(木下真由美会長)

他に御意見、御質問のある方いらっしゃいますでしょうか。
では、次の報告事項の説明をお願いします。

(消費生活支援センター所長)

※資料4「平成29年度埼玉県消費生活相談の概要【速報版】」に基づき説明

(木下真由美会長)

ただいまの事務局からの説明について、委員の皆様から御質問、御意見のある方いらっしゃいますでしょうか。

(根守晶委員)

2つ教えてください。1つは通信販売に関する相談が全体の2/3との説明でしたが、通信販売に関する相談の高齢者の比率を教えてください。

もう1つは、「はがきによる架空請求」が増加しているとの説明ですが、実際に支払ってしまったケースはどのくらいでしょうか。

(消費生活支援センター所長)

通信販売に関する相談について年代別で見ますと、40歳代で18.3%、50歳代で18.1%、60歳代で18.9%と散見されています。

「はがきによる架空請求」で被害を受けた御相談は、平成29年度は32件の相談がありました。被害額については、10万円～50万円の被害が多かった状況でございます。

(木下真由美会長)

他に御意見、御質問のある方いらっしゃいますでしょうか。
続いて、次の報告事項の説明をお願いします。

(消費生活課事業者指導担当主幹)

※資料5「平成29年度事業者処分等について」に基づき説明

(木下真由美会長)

ただいまの事務局からの説明について、委員の皆様から御質問、御意見のある方いらっしゃいますでしょうか。

(日向美津江委員)

販売形態がネット販売に移ってきているのが現状だと思います。商工会議所として困った事例として、業者の問題があります。資料5の1(2)指導でも、通信販売(誇大広告)の件数が39件と多くなっています。インターネット通信販売では、いい加減な表示や消費者を騙すようなものが多すぎます。ネット販売を行う事業者を許可制にするなど規制が必要ではないかと強く感じています。

(木下真由美会長)

現在の通信販売に関する法規制といたしましては、ネットにあげる際に特定商取引法の表記や事業者の所在地などを義務的な記載事項が決められているだけで事前規制はないと思います。県としての取組はありますでしょうか。

(消費生活課事業者指導担当主幹)

特定商取引法では、事後的に誇大広告等の違反を取り締まっている状況です。景品表示法においても表示を確認して指導を行っています。

今後、インターネット適正広告推進事業等により、数多くの件数を調査監視し、不当表示をなくすことに努めていきます。

(木下真由美会長)

事後の監視を厳しくことで、事前の抑止に繋げることが現実的であり、法的に事前に登録制や許可制にすることは難しい分野だと思います。

(木村智博委員)

消費者庁表示対策課には、事業者が表記する前に表記内容が景品表示法に抵触するかどうかの相談できる窓口があります。表記した後では、調査対象となり相談できません。

事業者が、法的知識を得て自己判断していただくしかないのではないのでしょうか。

(島田真子委員)

相談現場では、海外のサイトの通信販売が問題となっています。画面を見ると日本語で書いてあり、商品も日本語で、一見すると日本のサイトのようにだが、実は海外のサイトのものがあり、商品が届かない等トラブルが相次いでいます。日本のサイトであれば特定商取引法で規定されていますが、一般の消費者は、サイトの特定商取引法の事業者情報とかを見ていません。消費者に対して、事業者情報くらいはチェックするとか、海外の怪しいサイトに注意するとかの啓発活動が必要であると思います。

(木下真由美会長)

他に御意見、御質問のある方いらっしゃいますでしょうか。

続いて、次第4「その他」に移りたいと思います。

前回の審議会で、「埼玉県生活科学センター（彩の国くらしプラザ）」を視察していただき、実際に消費者が消費生活に関わる場面、例えば訪問販売を受けた時の対応や表記の確認について展示されていました。文字で見るより、体験しておいた方が実際に訪問販売を受けた時にはいいのかと思います。

委員の皆様の御意見、御感想をお願いします。

(根守晶委員)

非常にリアルに訪問販売等の体験ができていいと思います。特に子供達に体験させることはいいことだと思います。小学生や中学生を学校で連れて行き体験させれば、家に帰って、お父さん、お母さんに話すし消費者教育にもつながると思います。

(鈴木純子委員)

今月はじめに、西部地域の行政と団体の消費者懇談会があり、タブレットで体験できるとの話がありました。川口の会員は、夏休みに親子でお金をかけずに遊べていいとの反応がありました。今後、学べる場所として、埼玉県生活科学センターについて、広報していきたいと思います。また、学べる教材としてDVDの貸出しリストもいただいたので活用

していきたいと思います。

また、廃プラの問題が話題となっております。使ったプラスチックが海を汚染している問題について、日本が遅れているのではないかとされています。このことについて、事業者はどのように考えているのでしょうか。一時、買い物袋を持参して、レジ袋をなくそうということが広がりましたが、現在はどうかのでしょうか。

(大野浩道委員)

チェーンストア協会として、環境問題としては、環境汚染を懸念して積極的に取り組んでいこうという方向性であります。進捗度合につきましても、それぞれに自治体によって対応が違う状況であります。

環境問題については、企業としてPRできるメリットもありますが、消費者のニーズとマッチしない部分もありまして、必ずしも事業活動と一致していない現状です。

(松林豊委員)

今回、初めて生活科学センターに行きましたが、交通が不便な場所にあると思いました。繰り返して行きたくなる工夫が必要であると思います。リピーター客を増やすためには、来場者ポイントカードを配布し、来場者証のスタンプを押し、例えば3回とかで何か景品をプレゼントのような作戦が必要だと思います。

今月13日から22日まで、SKIP CITYで国際映画祭が行われており、その案内のリーフレットが川越の行政施設のウエスタ川越に置いてあったのですが、こういうツールを利用して、余白を利用して消費生活被害防止のフレーズや188メッセージの広報ができれば良いと思います。

(木下真由美会長)

駅前にあるのではなく通りがかりに寄れる立地ではないので、広報は必要であると思います。

(鈴木純子委員)

楽しんで勉強できる要素を広報し、学校での利用を広めていければいいと思います。

また、親子でも勉強しなくてはいけないと思っていますので、親子で勉強する企画もお願いします。

(廣田美子委員)

何年かぶりにお伺いしましたが、情勢に対応して内容が変更されていると思いました。定期的に展示内容を変更したり、テーマを設けて工夫したりするなど周知していただければ、繰り返し利用していただけるのではないかと思います。

ただ、やはり少し交通が不便であり気軽に立ち寄ることができないことがネックであると思います。行ってみたいと思わせる企画展をやっていただければと思います。

(木下真由美会長)

他に御意見、御質問ありますでしょうか。

それでは、本日の審議会は終了とさせていただきます。