

〈別紙〉

○会議成立・・・15名中 14名出席

○会長選出・・・上原伸幸委員を全員一致で会長に選出

○議事（議事進行：上原伸幸会長）

- ・会長代理指定・・・吉川尚彦委員を指名
- ・苦情処理部会委員 指名・・・上原委員、山口委員、中村委員、吉川委員、内田典子委員、秋葉委員、関委員
- ・会議公開・非公開の決定・・・公開
- ・傍聴者入室・・・1人
- ・議事録署名委員指名・・・小林委員、五十嵐委員を指名

○報告事項（1）令和6年度消費生活相談の概要について  
(消費生活支援センター所長)

※資料1 「令和6年度消費生活相談の概要」に基づき報告

（内田洋子委員）

相談員がしているアドバイスを例えれば一般の方向けに啓発活動として、こういうことがあってこういうときは、こういうふうにした方がいいですよというような、そういう具体的なアドバイスが啓発活動の中でされるともっといいと思う。

クローズアップ現代で暮らしのレスキューサービスについて取り上げていましたが、そこでのアドバイスもこの番組を観ていない人には伝わらない。どうしたら一般の人々に伝わるかを考えただけると、少しは被害が減るのかなと思う。

（消費生活支援センター所長）

学校現場で啓発してもらうようなものを作ったり、たくさん的人が集まるイベントや講座、講演会でお話をしているが、今の御発言のように被害は急増しており、啓発は「やり過ぎ」ということはないので、限られた資源、人手のなかではあるが、より効率的に進め多くの方に伝えられるようにしたいと思う。

（関委員）

今回特徴的な相談の形が4件あったと思うが、2番目の点検商法が2.4倍増えていく。

しかも、70代以上が60%という、他の相談よりも、そもそも件数が多い中で、さらにそれが、高齢者という状況に対して、県としてどのように考えているのか。今までの成果がなかっただけなのか。これから高齢化も踏まえて、さらに被害を受けている可能性もある中で、今後どのように考えるのか。

（消費生活支援センター所長）

急増した理由として、屋根工事事業者の相談件数が減少傾向の一方で、給湯器の交換を進めるような事業者がどんどんアプローチしていることがある。

**(消費生活課長)**

行政処分や行政指導を行うのに、どうしても時間がかかってしまうというところがあったので、今年度から、例えば被害が拡大しそうなときに先手を打って、警告的・注意喚起的に事業者に文書を発出して、県がちゃんと見てますよと、このまま続けると違反の疑いがありますよ、と警告する取り組みを始めている。

**(中村委員)**

補足的なことになるが、屋根工事から、点検商法の中心が分電盤とか、給湯器に移行しているとよく言われているのが、屋根工事の場合、200万、300万円というのが多いが、深刻なものとしては600万、700万、800万円という被害が結構報告されている。そうなったときに、500万円を超える工事というのは建設業の許可が必要になってきて、行政処分や刑事罰もあるので、事業者を処分する処罰するということが客観的に500万円を超えている事業者とか、500万円を超える契約をした事業者の場合はしやすいというのがあった。

それに対して、分電盤とか給湯器、主に分電盤は大体20万、30万から50万円、給湯器もやはり20万、30万円が多くて、先ほどの金額という客観的な根拠で摘発しにくいところがあり、事業者の方が少額化したもの多売するということで、様々な家庭に對して訪問してやっているということで、件数が増えていくことが、一般に言われているところだと思う。

先ほどお話をあった通り、小さい金額だから件数が多くていいということでは当然なく、より被害者が多いということなので、そういった事業者に対して、金額以外のところできちんと、本来的に実態が駄目な事業者なので、実態のところを見据えて、警告とか処分とかしていく必要があると思う。

**(星野委員)**

岡田所長と中村委員からのお話は、まさにそのとおりというところですが、相談の現場から見えるところも少しありまして、屋根の点検商法のときは、見てあげるというパターンがほとんどでしたが、給湯器、分電盤は見てあげるというより見ますというコンタクトに変わってきているように思う。

そうすると、分電盤は電力会社が数年に1度、法定点検をしているということがあるので、それかと勘違いして、そのコンタクトを受けた消費者が応じるということになる。選択の自由はないということから、トラブルに直結しやすいということで、相談の件数の増加に繋がっているような気がする。

**○報告事項（2）令和6年度事業者処分等について**

**(消費生活課長)**

※資料2「令和6年度事業者処分等について」に基づき報告

**(星野委員)**

先ほど、先手を打つというか警告という意味合いで今年度から書面を出すことを始めたという話をお聞きして、とても心強いと思う。相談の現場では対応に苦労する事業者が多く、指導を多くするということはとても意味はあることだと思う。

ただ、指導されたことを外部の人間が知ることはないので、同様なことをやっている事業者にとっては抑止力が働くかという面がどうしてもある。

指導を受けた事業者が心を入れ替えて改善されることが一番いいことですが、特に点検商法とかレスキューサービス系の事業者にとっては、こういうふうにやればお金儲けできるぞといった感じで陰でレクチャーをやっているのではないかと思うぐらい、社名は違うけれどもやっていることは同じいう相談が幾つもある。

そのような中で、報告のあった大和コーポレーションは、レスキュー系のサービスの事業者だと思いますけれども、クーリングオフを斡旋しているが応じない訳です。この処分の情報が公表されたので、別の事業者と斡旋をしているときに、埼玉県は処分しますよ、というようなことを言える訳ですね。実際、斡旋を交渉中の事業者に情報提供した時に、うまく解決につながったことが何件もあったので、公表した情報によって抑止力とか、すでに起こっているトラブルの解決に繋がる効果が見込めますので、内容を詰めて処分を下すかどうかを判断するとしても大変な作業であって、そこは分かっているつもりなのですけれど、何とかお願いしたい。

具体的に今年度から変えたという話がありましたけれども、他に、運用とか何かやり方で変えた面があれば教えて欲しい。

#### (消費生活課長)

行政処分を行った場合は公表しているが、行政指導についてはやはり疑いの段階であるので、確実に立証できるところのあくまでも疑いの段階での指導ですので、事業者名は公表しないという取り扱いにしている。先ほど申しましたとおり、先手で、少しでも拡大を抑えるために文書指導をする一方で、悪質なものについてはきっちり、処分につなげたいと思っており、その両面でこれから展開していきたいと思っている。

#### (戸田委員)

資料2で処分、指導があるが、処分とか指導に至るきっかけは消費者相談から結びつく割合が多いのか、それが全てなのか、それとも県の方でいろいろ確認活動をした中で発覚に至るのか、割合でいったら、どのような感じなのか。

#### (消費生活課長)

まず特定商取引法については、消費者相談が PIO-NET というシステムで全国共通で閲覧できるようになっており、その中から埼玉県の事例で、例えば特定の事業者で急速に相談件数が増えているものを見つけ出して、そこから相談の内容を見ていき、実際に消費者からお話を聞いたりして、最終的に違法を確認して指導につなげるケースがほとんどである。

景品表示法については、インターネット広告の監視を委託しており、そこから報告された情報などをもとに、調べるケースが多くなっている。

#### (戸田委員)

今いろいろお聞きしていて、消費者の立場からするとトラブルを防止する観点から、事例の注意喚起が大事だと思う。もう一方は事業者の行動を抑止する指導との両面が必要だと思う。消費者庁とか県のホームページを見て、いろいろな最近の事例とか、啓蒙とか工夫されて行っていると思うが、なるべく目立つようにして消費者教育をしていくのが大事だと思う。

(消費生活課長)

事業者指導ともう一方は消費者ご自身がそういったトラブルに巻き込まれないような知識を持っていただくことが大事だと思っており、今ご指摘いただいたように、より多くの方にそういった啓発物を見ていただけるような努力をしていく。

(吉川委員)

消費者啓発とか、相談員さんのアドバイスだけでは消費者被害が減らないから、どんな事業者であれ、どれだけ処分ができるか、消費者問題だけではなく必須なことと思う。

埼玉県は例えば景品表示法で、2015年から2024年の10年間で東京が15件で、埼玉が13件、大阪が10件ということで処分は一生懸命頑張ってやっている県だと思う。

全国的には0件のところもあるし、消費者庁は10年で120件あるが、事業者は先ほどの相談事例にもあるように、急増しているようなトラブルは埼玉だけで起きているわけではなく、同じようにいろんなところで起きていて、それは事業者としても体制があるからやることだと思うが、処分の各県で大きなばらつきは、どうなっているのだろうと思う。

海外発のトラブルもあるわけですから、処分のことについても、消費者庁や各県としっかり連携し、警察組織とかも含めても連携して、とにかく悪質なのは排除していくかないと、相談件数は高止まりという表現が使われていますけど、実際には増えていると思いますし、消費者相談に電話していない方もたくさんいらっしゃると思いますので、もう少しこれから2、3年のところ頑張っていただきたい。

(上原会長)

先ほどの吉川委員の発言にもあったが、警察組織との連携というところで、守秘義務の関係もあるが、点検商法の事案に関して、警察が特商法違反で立件をして、起訴までされている事案があると聞いている。

もちろん県による行政指導・行政処分というのもかなり効果があると思うが、私が弁護士をやっているなかで詐欺事件が結構流行っていたとき、警察が本腰を入れて対応したら、結構下火になったイメージだった。そういう意味で例えば点検商法とかも警察がこう摘発するんだぞ、というようなところも結構抑止力になるのかなという観点で、少し詐欺っぽいのではないかという事案を県の方から警察に情報提供とか、告発みたいなことをするケースはあるのか。

(消費生活課長)

当課には警察から出向している職員が1名おり、その職員を通じて警察との情報提

供、情報交換は随時日常的にやっている

特に、匿名流動型犯罪グループのような組織が点検商法にも関与してきているような事例が散見されつつあり、そうなると行政がなかなか手をつけにくい部分があり、そういったところも含めて、今後警察との連携はますます重要になると思っている。

### ○報告事項（3）埼玉県消費生活基本計画（第7次）の進捗状況について (消費生活課長)

※資料3「埼玉県消費生活基本計画（第7次）の進捗状況について」に基づき報告

#### (吉川委員)

県内の消費者団体のところの消費者啓発や教育学習の中身として、福祉部門との連携は結構テーマにしてきた。重層的支援体制の整備ということが出てきましたけど、それは消費者課題においてどんなことが考えられるのだろうかというような視点で、以前はそういう感覚を持っていなかつたが、高齢者の被害が先ほどの報告のとおりずっと増えてきているので、福祉との連携を大事にしてきている。

Bという評価になっているが頑張っていきたい。ただし、これからさらに進む高齢化社会を考えたとき、消費部門と福祉部門の連携という課題の共有化がとても重要になると思っている。

2点目は、資料3－20ページの金融教育だが、消費者団体はどちらかというと年齢の高い方が多くて、人生の中でいわゆる金融教育的なものを受けたことがないという人が多かったので、消費者力アップという学習会で金融教育なるものをやってみた。

中身としては、高齢期にどんなお金のかかるイベントがあるかというライフプランをベースにしながら、その中で気をつけること、投資も含めて、被害防止的な観点を持ちながらの講習会をやってみた。金融はすごく幅広いので、中高年向けでは、どこに力点を置いているものなのか、教えていただきたい。

実は消費者団体が行った学習会でも、投資の話をもっと細かく聞けるのかと思っていたという参加者も結構いまして、そのニーズや関心が広いので、その辺の打ち出し方だとか、気をつけながらやらないと駄目なのだなというのは我々も学んだところで、もちろん消費者団体ですから基本的には、投資詐欺だとか、そういう被害に遭わない観点を持ちながらやりたいと思っておりますけれども、ここで言っているその金融教育はどういうものなのかというのを教えていただきたい。

#### (消費生活課長)

前段の福祉部門との連携については吉川委員お話しの通り、福祉の方は地域包括ケアシステムということでかなりネットワークができつつあるので、そこに消費者部門も一緒に入れば、比較的福祉部門との連携がさらに進んでいくと思っていますので、そういう形でのアプローチを市町村に促していくみたいと思っている。

#### (消費生活支援センター所長)

金融教育を含めた消費者教育については、県の消費生活センターも、市町村の消費生活センターいずれも、核になって実施するということが国の基本方針に定められている。市町村によっては盛んにやっているところもあると思うが、規模や財政的な事情で

できない部分があり、県は要請があった場合には講師を派遣している。

それぞれ主体的に行うが、足りない部分は県がフォローアップするスタンスである。

講座内容に関する事だが、依頼団体のオーダー、ニーズに合わせ適切な講師を派遣している。具体的には「消費者被害」や「ライフプラン」などがある。

なお、直接高齢者に対して行うものと、「見守り」がとても重要ということで、消費生活相談員もそうですが、地域で見守りをやっている人たち向けの講座もある。その人たちにいろいろな消費者被害とか高齢者の実情を知っていただくことによって、その地域の高齢者の方には伝わるという波及効果がある。

#### (吉川委員)

広いテーマだが、どこに力点を置いてやっているのかというと、特にオーダー、ニーズに応じてということですね。

#### (消費生活支援センター所長)

求められたものに対してやっている。

金融教育ということになると、国の方でJ-FLECという新しい組織ができて、全国民に金融教育を浸透させるという取り組みがある。各都道府県での金融経済教育は、全都道府県で任意団体を作っていたが、一部J-FLECと連携しながら進めていることがある。

お金についてきちんと考へて、将来困らないようにするために、こういうことに気をつけて、こういうライフプランを立てて、備えていこうというようなことがあります。金融経済教育は、今、どちらかというと国が主導でやっている。

県の方でも一緒に協力してやっているが、国の取り組みは金融庁を中心にやっているので、少し消費者被害などに弱い面があって、そういう被害的なことについては、県がその中身を補完する形でやっている。

#### (吉川委員)

私の問題意識は、例えばNISAについても、いま未成年者ができるようにしてようとか、ここにいる皆さんにご意見あるかと思いますけれども、収入もないのにやるのかとかですね、大丈夫なのかだとか、いろいろなことが頭を巡るわけで、これもとても重要なことです。

高齢者の場合も、投資詐欺とかあって、消費者団体としては、投資を勧めるとか、いろいろ推し進めることに対して、逆効果になるのではと思うところがある。

#### (消費生活支援センター所長)

投資等の金融商品を推し進めることによって、色々な被害が出てくるというのは逆効果になるので、そのあたりをうまくバランスよくできればと思っているので、情報共有していただきたい。

#### (杉浦委員)

資料3-6ページあたりで、立ち入り検査や指導というものが出てくるが、これは両方とも前提として、悪質な事業者で処分が前提となって行われるものなのか、あるいは

は、悪質ではなかったとしても、ある程度一定の周期ごと何年に1回という形で行われるものなのかな。

**(消費生活課長)**

法律により認可権者の権限として、定期的に適正に運営されているかを確認するための立ち入り検査もありますし、我々が行っている立ち入り検査のように、違法の疑いがあるから調査するための立ち入り検査というのもありますので、法律により立ち入り検査の中身は変わってくるものになる。

**(杉浦委員)**

例えば事業者にこういったことをやると法令違反になる、また、類似の事業者で、こういう処分を下したみたいな形で周知する方法は、インターネットとかで、処分の状況を公表するということもあると思うが、それ以外で例えば業界団体の説明会に出るとか、その全般的な形で周知するとかそういうことはしないのか。

**(消費生活課長)**

特定の業界団体に対してのアプローチは今のところ特にしていない。

**(杉浦委員)**

学校部門との連携というところで、教育部門との連携がいろいろ書かれているが、例えば県立学校の教員の連携とかはあるが、私立の学校に通っている児童生徒とかに対しては、県で掲げているような取り組みは、行き渡たる環境にあるのか。

**(消費生活支援センター所長)**

例えば、消費者教育のセミナーなどを実施しているが、私立・公立関係なく受けられるような形になっている。

**(星野委員)**

資料3－1 3ページの消費者被害の未然防止のところに関して、若年者と高齢者という項目を作っていただいているのですけれども、高齢にもならないけれど、若者でもない。障害者手帳を持ってないけれど、かなり危ないという方が結構いるように思う。実際にそういった方が相談にやってくる。こういった方向けの講座は何かやっているのか。

中高年向けの核となる人を対象として民生委員に対する講座をやっているところで、私自身も民生委員の協議会でやった経験もあるが、民生委員の講座というのは、基本的なやり方としては、民生委員の協議会の方から県の支援センターに講座をやって欲しいという要請をして、講師として相談員が来るという形なので、圧倒的に講座をしていない協議会の数の方が多いと思う。

私の経験上では、講座を依頼した民生委員の教育協議会が協議会全体として講座を依頼しているのではなく、協議会の中でも部会や地区協議会のレベルで講座を依頼しているに過ぎないので、依頼のあった市町村の全員の民生委員が対象となる講座という形での依頼は出していないと思う。

そうすると、実施をしているということではあるが、開拓の余地がたくさんある気がする。それと難しいのは、民生委員の立場からするとつなぐのが仕事だというふうにされているので、深入りはしないという前提で講座を聞く方が圧倒的に多い。なので、こういった心構えで対応すると良い、という形で講座をされるといいと思う。

講座についてもう1つ、それほど多くはありませんが、外国人の相談がそこそこある。

そこで、語学の問題であれば、通訳を頼んだり、機器を使ったり、そこは何とかクリアできますが、日本の習慣や法律が全くわからないという方がほとんどで、そういう方がトラブルに遭ったと相談してきたときに理解してもらうのがとても大変である。特に賃貸借契約の、退去時のトラブルは本当に大変ですので、外国人の方に対する啓発はより具体的な内容でしていただけないかなと思う。

#### (消費生活課長)

今委員のお話の障害者に対する受け方と、外国人対応についてこの後の議題になりますが、次の基本計画の中で、障害者ですとか外国人対応という項目を新たに立てて、きっちと今後の対応として計画に載せていくかたいと思っている。

#### (消費生活支援センター所長)

県内でそうした啓発をしているかどうか、実態は把握していない。現在のやりかたはオーダーを受けて、適切な講師を派遣しているという状況なので、そのこともしっかりと考えていかなければならないと思う。

#### (杉浦委員)

次の計画の方でも書いてあるところで、子供とか若者と高齢者、障害者、そういう社会的に弱い立場にある方に対して、特に力を入れて対応していくことがあると思うが、そうなると私のような子供ではないし、高齢者でもないし、いわゆる30代40代の働き世代の方達へのアプローチが非常に難しいと思う。

チラシを作ってもあんまり読んでくれないと思うし、でもそういう方々も被害に遭っていると思うし、特にそういう社会的に少し弱い立場にあるわけではない方に対しても問題意識を持って、県の方からも働きかけをしていくということは忘れないでいただきたい。

あと、私ぐらいの世代で、友人からも聞くが、比較的額が1万円、2万円とか少な目の被害があったとしても、面倒くさいからいいやみたいな形で終わらせているような事案がある。出ている数字以上の被害が結構あると思っているので、特に子供でもないし高齢者でもないような世代も、問題意識を持って取り組む対象であるということを改めて認識していただきたい。

#### (上原会長)

SNSというのはX以外は余り使っていないものなのかな。例えば、YouTubeとかTikTokとか、そういうようなところは使っていないものなのかな。

#### (消費生活支援センター所長)

例えばYouTubeですとスクリーンショットキャンペーンをやっている。

機種によってスクリーンショットの仕方が違うこともあり、こういったものは動画で紹介したいと思っているので、効果的に使えるところについては、対応していきたいと思っている。

**(消費生活課長)**

当課が作成している高齢者向けの啓発資料などについては、県のX、Facebook、LINEで配信している。

**(上原会長)**

特に若年者を念頭に置くと、結構ショート動画とか影響が大きいと思う。次々に見ることができるような、そういうもののとかも活用するといいかと思う。最終的にはその予算の話とかも当然出てくるとは思うが、引き続き、SNSとかの活用も拡大していく欲しい。

**○報告事項（4）新たな埼玉県消費生活基本計画（第8次）の策定について**

**(消費生活課長)**

※資料4「新たな埼玉県消費生活基本計画（第8次）の策定について」に基づき報告

**(中村委員)**

第5の施策の体系、総合的な取り組みの中の施策の柱3の、多様な消費者の脆弱性を踏まえた対応の充実はあるが、（2）にエスカレーターの安全な利用の促進ということで、埼玉県だからこれが入っているのだろうと思うが、若干違和感があるなと感じた。別に入れないのでいいと言うつもりはないが、その他の項目に比べて、これが入れられているのは非常に唐突というイメージがあって疑問に思った。

もしエスカレーターの安全云々の話をするのであれば、どちらかというと、道路交通法の改正によって自転車の乗り方等々のルールが大きく変わったことの方が、本来的には、一般の消費者に対する影響が大きいので、安全という視点からエスカレーターを入れるのは無理やり感があるかなという気がする。

他方で、自転車の関係、道路交通法の改正の関係を踏まえた盛り込み方をすると、多分、本来的なこの基本計画がぶれてきてしまうので、考え方直した方がいいと思う。

**(消費生活課長)**

埼玉県の条例として、エスカレーターの安全な利用の促進に関する条例が策定されており、それを意識していることはおっしゃる通りである。この条例ができてから当課の方にも、様々なご意見を頂戴しており、例えば右側に立っていたら後ろから押されたとか、消費者が消費者の安全を脅かすような状況が生まれてきているという部分で、1つ象徴的な部分があるのかと思い掲げたが、これは委員の皆様のご意見も踏まえて、またこの審議会でご意見いただきたいと思っている。

**(吉川委員)**

県の5か年計画との整合など、内容がわかればこの審議会で共有して欲しい。

カスハラについては、消費者団体としては消費者教育ですね、2月ぐらいに、この講座を計画していますけれども消費者教育としてやるべきことと、事業者が雇用者の責任としてやるべきことなので、必ずしもその多様な消費者の脆弱性という項目になるのか、置き場がないから迷っているのか、ということを含めて提案していただきたい。

(消費生活課長)

県の5か年計画との整合性ですが、5か年もこの計画と同じ令和9年度からで、今、別の部門で策定作業中で、その情報がどこまで入ってくるか、あるいはオープンにできるかという問題もありますけれども、オープンにできる部分をご説明していく。

(星野委員)

施策の柱2（5）食品等の安全性の確保の中にある「香害対策」は新設か。

(消費生活課長)

そのとおり。

(星野委員)

対策として、どういう方向性を考えているのか。

また、先ほど言いついたことになるが、計画のところで、スクリーンショットの啓発をもっと頑張って欲しいという要望に関して、被害を未然に防ぐのとは違う視点になるが、定期購入、通信販売のトラブルの件数が多いことについて分析した結果があったが、定期購入トラブルの相談がとても大変である。

証拠がそろっていればいいのに悔しい思いをいつもしており、スクリーンショットがしっかりと撮れていれば、それを決定的な証拠にできる。証拠がないし後からそれを探し出せない、インターネット上には存在しなくなっている、全年齢に定期購入のトラブルが広がっていますから、良い広告を出している場合であってもスクリーンショットで記録に残すことが必要と思うので、スクリーンショットの啓発を進めていただきたい。

(消費生活課長)

香害対策についてはかなり当課の方にお問い合わせや意見が寄せられており、ただこれはエビデンスがまだなく、実際に香りの成分ですか、抗菌消臭剤が原因と疑われている段階であるため、いま対応できることとしては、そういう成分によって、頭が痛くなったり、体調不良を起こしている方がいること、人が集まるような場所ではそういう人にも配慮しましょうといった啓発が、今の段階でできることと考えている。

(消費生活支援センター所長)

もう1つスクリーンショットについてのPRは作ったキャラクターも好評なので、我々も粘り強く、積極的に展開していきたい。

(上原会長)

進め方についてだが、次回2月に素案を上げていただくことになっているが、それは事前にメールで皆さんにいただくことでよいか。

**(消費生活課長)**

審議会当日に見ていただくということではなく、ある程度事前にご覧いただける時期に送付する。

**(上原会長)**

2月の審議会はこの計画素案を議論するのがメインになるのか。

**(消費生活課長)**

そのとおり。

**(上原会長)**

計画素案の段階から委員の皆様の意見を頂くことになると思うが、よろしくお願ひしたい。

以上で令和7年度第1回審議会を閉会する。