

〈別紙〉

会議成立・・・15名中13名出席

議事（議事進行：木村智博会長）

会議公開・非公開の決定・・・公開

傍聴者入室・・・1名

議事録署名委員指名・・・工藤千草委員、北崎裕紀子委員を指名

（消費生活支援センター所長）

※資料1「令和元年度埼玉県消費生活相談の概況について」に基づき説明

（木村智博会長）

ただ今の事務局からの説明につきまして、委員の皆様から御質問、御意見がありましたら
お願いします。

（大山和俊委員）

資料にはないが、相談方法についてインターネットでの受け付けを行っていないのはなぜ
か。相談方法を増やし、色々な意見を聞くような体制が必要なのではないか。

ネット時代でもあり、若者がもっと相談しやすくなるし、政府の公益通報制度でもインタ
ーネットで受け付けているので検討いただきたい。

もし何か問題があれば、どんな問題があるのかをお聞きしたい。

また、3ページ目の（5）処理状況について、6番目の「あっせん不調」や「処理継続
中」の件数が、全体の相談件数の減少にもかかわらず、増えている原因は何か。さらに相談
した消費者が不満を持って、やむを得ず不調に終わる状況も推測されるので、何らかの形で
相談した人が本当に満足したかどうかを調べる方法やデータはないのか教えて欲しい。

それから、消費生活で今春一番大きな問題となったコロナ対策の相談だが、マスクやトイレットペーパーをはじめ物資の品薄に対してどういう対策を打たれたかお聞きしたい。

(消費生活支援センター所長)

インターネットの相談受付については、現在メール等での受け付けは行っていません。

相談に際しては、消費生活相談の非常に細かい内容を把握し、重要な部分を掘り下げていく必要もあり、アクセスのことも考えると、電話というのが今一番優れた方法と考えます。

メールですと書かれた文字以外の情報がなかなか伝わらず、そこから相談者本人が思っていることと異なる問題が生じる場合もあるので、やはり電話によるお互いのコミュニケーションが非常に重要だと思います。

次に、相談の処理状況ですが、あっせんについて不調が増えている要因を詳しく分析することは難しいのですが、いろいろ困難な案件が増えているのは事実です。例えば、定期購入に関する相談は、消費者庁が定めるガイドラインもあるのですが、事業者側は様々なインターネット上での表示をしていて、消費者にわかりにくいということがあります。その辺のいろいろ問題も調査しながらあっせんなどでお話をしますが、合意に達しないこともあり、相談された方に不満が残るのではないかと推察しています。あっせんで不調に終わった場合にも満足いただけないことのないよう丁寧にお話を伺い、消費者被害の軽減に努めていきたいと思っています。

相談者が満足したかどうかを具体的に示すデータを把握しているかですが、相談件数としては把握していますが、満足したかまでは把握しておりません。その時は納得したけれども、不満を持つということもあるかもしれません。再度、相談される場合でも丁寧に対応していきたいと考えております。

(消費生活課長)

3つ目のコロナ関連ですけれども、コロナウイルス感染拡大に伴い、消費生活課では1月末から消費生活支援センターと協力して、県内の5市においてマスクとアルコール消毒液の陳列状況を把握するなどの価格動向調査を開始しました。

4月の緊急事態宣言後、米や牛乳といった生活必需品とされる5品目を新たに監視対象項

目に加えました。現在は、監視規模を縮小して、さいたま市内だけで継続しているという状況でございます。

トイレットペーパーについては供給に問題がなかったのですが、一部の情報によって消費者の買いだめにより商品不足が生じたので、知事記者会見や県ホームページ、チラシを通じて生活必需品は必要な分だけ購入するよう呼びかけをさせていただきました。

(大久保美紀委員)

相談受付件数の2割が県となっているが、今年度から消費生活支援センターが4か所から2か所になってどのような影響があるか教えていただきたい。また、市町村からみえてきた課題についても伺いたい。

(消費生活支援センター所長)

今年度から本所も含めて4か所体制から川越支所、春日部支所が廃止され2か所体制になりました。川越支所や春日部支所管内は以前から市町村の役割が大きく、相談の70%以上を市町村で受け付けていました。また、電話での相談が大勢ですので、2か所になったために著しく相談がしにくくなったことはないと思っております。市町村の消費生活担当者からも、県の支所が廃止されて困っているという話は直接は伺っておりません。

支所のあった川越市、春日部市では電話相談件数も増えていると聞いていますし、市町村に来所して相談される方も増えているかと思えます。

(廣田美子委員)

川越支所や春日部支所が廃止されれば総体的に市町村の相談件数が減ると思うが、そうならないのは定数で市町村の相談員さんが増えているのか。

(消費生活支援センター所長)

支所が改編されることを元年度に市町村の皆様にも説明をさせていただいて、なるべく早い段階から準備に努力をいただいています。春日部市は相談体制が充実されており、今まで1つしかなかった相談ブースが3つになりました。川越市やその他でも相談ニーズに対応す

べく、体制の充実に向けて努力されてる市町村も多々ございました。

(大山和俊委員)

4月1日の組織変更以前のセンターの要員数とその後の要員数を教えていただきたい。

多分減少しているのではないかと思うが、それが原因で先ほど申し上げた処理継続中案件が今後も更に増えることが懸念される。

(消費生活支援センター所長)

相談員の定数は4か所の時に比べると2名の減員となっておりますが、身近な市町村に相談に行くとの想定で、2名減という形になっておりますので、相談について継続中のものを含めきちんと引き継いでやっていくことにしております。

相談案件はすぐ解決するようなものは少ないので、相手の状況を確認しながら切れ目なく、相談業務に影響が出ないようにしたいと思います。

(木村智博会長)

時間も押してまいりましたので、2つ目の報告事項について事務局から説明をお願いします。

(消費生活課長)

※資料2「令和元年度事業者処分等について」に基づき説明

(北崎裕紀子委員)

通信販売についての相談が多く、電話が繋がらないとか、事業者の対応が電話で相談する窓口がないとか、相談を受ける相談員は大変苦戦している。

あっせん解決しない事例については通信販売でも多く、事業者と連絡がつかないなど、由々しき問題だと認識している。

厳格に事業者処分していただきたいというのが現場の声だ。例えば、どこから、何時から、通信販売でどのように契約したのか、などの聞き取りのマニュアルを提示していただ

れば詳しく聞き取れる。私の所感では、夜10時以降スマホで通信販売を使用する場合、自分の気持ちとは違って高額な定期購入になっている10、20代の事例が多いように思う。そのところの聞き取りを私たちができるような体制にしていただければと思う。

(消費生活課長)

解約をするにも受付時間が10時から16時までだと相手とつながらないことやスマホの画面が小さく、クリックする回数が多いなど、分かりづらく解約しにくいということがあります。消費者庁でも定期購入については、インターネット通販のガイドラインを改正する準備を行っています。事業者指導を行うためには状況証拠を揃えなければならないため、市町村との協力体制を改めて充実させる必要があると思っています。

(消費生活課主幹)

補足しますが、消費者庁では詐欺的な定期購入は禁止するとのことです。消費生活相談員と弁護士会の協力を得ながら基礎事例検討会の冒頭に時間をいただき、相談の聞き取り方などのお話をさせていただいています。

今後もこのような機会を捉えて、処分事例と絡めながら繰り返しお話をさせていただきたいと思います。

あっせんのところにポイントを置くだけでなく、どうしてそのような取引に入ってしまったのかというところも聞いてPIO-NETなどを活用し、対応していただければガイドラインの改正の方に繋がっていくと考えています。

(深野マサ子委員)

特定商取引法の処分について市役所に電話をして、被害に遭った方は何名か聞いたところ、細かなことは教えられないと言われた。損害保険に加入していれば屋根の修理は無料とか少額だと言われて騙されしまう人が多いようだ。商工会議所女性会に戻って、会員にもそのようなお話をしたいと思っている。

(木村智博会長)

他に御質問・御意見等がなければ、3つ目の報告事項について事務局から説明をお願いします。

(消費生活課長)

※資料3「埼玉県消費生活基本計画に係る令和元年度実績及び評価について」に基づき説明

(大山和俊委員)

毎日インターネットを見ていると、ネット上の商品のコマーシャルが誇張されて本当に効果があるか疑問がある。すべての安全性や効果をテストすることは難しいかもしれないが、商品テストを是非行って欲しい。そもそも商品テストをするかしないかの基準は何かを教えてください。

(消費生活支援センター所長)

商品テストは、県や市町村の相談窓口で商品の性能や安全性を確認してもらいたいと来られる時に行うものです。よくあるのがクリーニングの汚れの原因や消毒用アルコールの濃度についてです。衣食住の様々な物を調べなければならないので、より高度な技術が求められ、専門機関と連携しながら商品テストを充実させたいと思っています。

(廣田美子委員)

県の消費生活支援センターを2か所に改編する時に市町村の訪問を充実するという話があった。今年度はコロナの影響もあって難しいのかもしれないが、市町村訪問を充実させているのか。また、県政出前講座の実施回数がゼロとはいかにも少ないし、くらしプラザの入場者数も減ってきていることに手立てを打っているのか。

(消費生活支援センター所長)

市町村巡回については、要望を伺いながら、主に経験の浅い相談員の方に対して経験豊富なベテランの相談員が訪問して、消費生活相談の研修を行っているものです。昨年度は要望が少なかったため減っておりますが、令和2年度は現時点では元年度に比べて件数が増えて

いる状況です。

くらしプラザの入場者が減少した理由はやはりコロナの影響が大きいもので、3月はほぼ休館でしたが、2月までは前年度比で若干上回っておりました。

出前講座の実施回数が無かったのは要請が無かったからですが、消費生活相談件数は2月までは昨年度を上回っていた状況でした。コロナについては、開催方法を工夫するなど、対策を講じていくとともに、要望に応えられるよう努力してまいります。

(廣田美子委員)

県政出前講座についても、来てもらいたくなるような内容にする努力をしていただくようお願いする。

(工藤千草委員)

70ページの高齢者等の見守りの中の「消費者被害防止サポーター養成」で登録数が918人となっているが、最終的に自治会に一人とか民生委員のようなものを目指しているのか。

また、評価の中で「消費者被害の防止を図る見守り活動の推進につながっている」とあるが具体的には何か。

(消費生活課長)

サポーターの数値目標は設定していません。登録数は918人ですが、そのうち実際活動している人は約7割となっており、活動している数を増やしていきたいと思っています。

サポーターが単独で活動することは難しいと考えますので、地域協議会を全市町村に設置できるよう県として働きかけています。地域協議会と繋がる形でサポーターが実際に活動していただけるような、見守り活動の両輪となるようにしていかなければと思っています。

まずは、サポーターがゼロの自治体が3町ですので、これを解消してすべての市町村にサポーターを設置してまいりたいと思います。

(廣田美子委員)

私自身サポーターだが、実際はほとんど活動できていないのが現状だ。

さいたま市からは、県の方からコーディネーターだけ来て、市の消費生活センターの職員が連絡するという形になるので手間がかかり大変だという話も聞いている。

地域の中で1人では活動できないので、さいたま市は消費生活センターが啓発活動するときに手伝う程度だということだ。それも実際は手伝いのための通知を出す、通知は不要だというサポーターもいて、センターは大変だと聞いている。県はサポーターが増えたら声掛けも増えると言うが、運営が難しくなっている感じがする。フォローアップ研修も参加者が少なく、県にはサポーターをうまく活用する方法を考えて欲しい。市町村に丸投げするのではなく、県がフォローを行っていただけたらと思う。

(消費生活課長)

サポーターを活かすのは市町村の取組にかかっていると言っても過言ではありません。防犯の見守りサポーターの取組も県が行っていますが、そのサポーターを活かすのはやはり市町村なんだろうと思います。さいたま市は規模が大きいので、一つの協議会では動きがとれず、その下にも組織を作らないとサポーターと連携して啓発活動ができないかもしれません。

サポーターを活用するために市町村を支援していきたいと思います。

(木村智博会長)

時間も押しておりますので、最後の報告事項について、事務局から説明をお願いします。

(消費生活課長)

※資料4「埼玉県消費生活基本計画（第6期）骨子案について」に基づき説明

(鈴木純子委員)

施策体系に持続可能な消費生活社会の実現を入れたことは良いことだと思うし、推進していただきたいと思っている。

当会で話題になっていることにマイクロプラスチックの問題がある。レジ袋が環境問題に様々な影響を与えていることは周知のことだと思うが、私たちがお店に行って買い物するように具体的に関わっていることでもある。台所のスポンジがマイクロプラスチックを大

量に発生させるようだが、それに代わるものがお店にない状況だ。私は通販で購入しているが、お店には代替品が選べる品揃えをお願いするよう要望していきたい。

県の環境政策課の出前講座で、昨年からマイクロプラスチックがテーマとなってお話を伺い、大変よかった。埼玉県の川にもマイクロプラスチックが結構あることを学んだので、よい消費者教育になったが、生産者やお店の方にもぜひ学んで欲しいと思っている。

一つ質問だが、次期基本計画のポイントの「従来の商取引とは異なる消費者行動への対応」とは現在のコロナウイルス感染が当面続くと考えて重要な政策の一つとして上げているのか。それともコロナ禍が始まる前から出ている施策なのか、教えていただきたい。

(消費生活課長)

SDGsは生産者と消費者、つくる権利とつかう権利があり、消費者としても深く関わっています。また、消費生活基本計画の上位計画である県の新5か年計画でもそういう認識です。消費生活基本計画でも消費者の立場でSDGsが関わっています。

そうしたところコロナ感染の問題が出てきており、基本計画に取り入れたいと考えたものです。

(大山和俊委員)

基本計画の目的は、10ページに書いてあるとおり「豊かな消費生活を営むことができる社会の実現」で、その目的を達成するために12ページの様々な施策がある。施策の順番についてだが、問題解決をする場合その原因を取り除くことが大事であり、問題の原因は何かと考えると、1番目が施策の2「適正取引と事業者指導の強化」だと思う。商品或いはサービスが適切であれば消費者問題が起きないわけで、一部のクレーマーを除いて消費者には全く責任がないと言える。また、消費者教育も大事であるが、まさに必要なのは事業者教育ではないか。広く事業者に対する教育という観点からアプローチする方法はないものかと思う。

2番目に大事なものは「消費者被害の未然防止」だ。そして、3番目に「消費者教育の推進」、4番目が「問題解決体制の充実」で最後に「持続可能な消費生活社会の実現」とするのが適切だと考える。重要性の順番が違うのではないかという素朴な疑問がある。

(消費生活課長)

施策の5柱はいずれも重要なものと考えており、甲乙つけがたいと思っております。

適正な事業者ですとか、適正な活動をしていれば、事件は起こっていなかったと言えば確かにそうだと思います。出発点はやはり、被害に遭わないようにする、あるいは被害に遭っている方にどう対処するかが出発点ではないかと思えます。被害に遭った方々の相談にのり、しっかり手を差し伸べることができるのは、消費者行政の第一義ではないかと思えます。

事業者運営を適正なものにするためには事業者指導や処分が大切です。その上で、被害に遭わないように普及啓発が大事となります。更に、生涯を通じて消費者に自立した消費者となっていくためにも教育を行っていくことが大事なことだと考えます。

消費者行政とは何かを説明する時に一番御理解いただける順番としたところです。

(北崎裕紀子委員)

昨年度の相談概要をお聞きして、20代、30代の相談が増え、マルチ商法などで被害者だけでなく関わる者になっている事例が多くなったというお話があった。さらに、通信販売が若者中心に被害が多く出ているとの話で、次のステップとして、第6期の計画が施行されるようになるタイミングでおそらく18歳成年が生まれる時だと思う。社会的な経験もなく、コロナの影響で学校に行くことができず、消費者教育を受ける権利が全くない状況の中で18歳になる人達を、申し上げにくいですが、悪質業者と言われる人達が手ぐすねを引いて待っていると思う。

こうした中で、順番は問わないが、消費者教育の推進はより一層力を注いでいただきたい。事業者指導も大事だが、私たちはあまりにも若い消費者が知らないことが多すぎて歯がゆい思いをすることが大変多い。そこについてはもう、やり過ぎくらいやっていただきたいというのが現場の気持ちだ。

もはや被害者だけでなく加害者になる人がたくさんいる中で、なんとかこれを止めていきたいというのが率直な気持ちだ。

それから、SDGsについても、環境教育や食育といったようにカテゴライズするのは古いかと思う。消費者庁が推進しているエシカル教育や食品ロスがあり、そこに注力をすべ

きだ。環境、食育、福祉をひっくるめて消費者教育というキーワードで啓発し、考え実行に移す段階ではないかと思う。埼玉県は人口が多く、埼玉県が動けばおそらく他県も動いていくのでないか。

(廣田美子委員)

体系表のうち消費者教育は重要と考える。確かに被害に遭われた方を救済することは最も大事なことだが、まず被害を生まないためには消費者教育が重要だ。学校教育の中でも、成年年齢が引き下げられるのに、消費者教育が時間的に少ない状況となっている。知らないのが被害者にも加害者にもなってしまうので、消費者教育に力を入れて充実させる施策として欲しい。

(竹内和正委員)

計画の全体のところでは代わり映えしない。

指標に上げるのであれば、消費者教育を押し出していかなければと思う。未成年者のインターネットと通信販売による問題が増加してくるとしか考えられない状況だ。埼玉県としてネットトラブルを減少させるといった指標の大きな枠組みを押し出していきたいという気持ちがある。

(木村智博会長)

指標については、次回の来年1月に、たたき台となる計画に今の意見を反映して、できるところは入れていくところになろうかと思います。

他に質問はございますか。

(大野浩道委員)

消費者教育という中で、コロナ禍で社会情勢、環境が変わり、学生の学びの場や機会が少なくなっているが、昨年度までは「社会の扉」という教材を配布した実績があったが、学生もオンラインで学ぶ機会が多くなり、こうした環境がチャンスにも変えられると思う。こうしたITを活用するため、例えば県がコンテンツ提供して自宅で学ぶ機会をつくるなど、ピ

ンチをチャンスに変える可能性が開けるのではないかと感じた。

(内海善治委員)

埼玉県商工会連合会では3か月に1回、広報紙などを発行しており、県が行政処分した事業者の記事を掲載するなど協力できることがあれば協力する。

(大久保美紀委員)

この施策体系では福祉部門との連携があまり見られないのではないかと。県と市町村との横断的な連携を強化すれば、若年層から高齢層までカバーできるのではないかと思う。消費者には権利があるということは、責任を持つということだ。消費者はこれを大切に丁寧な暮らしをしていかなければならない。よりいっそう消費者団体を通して消費者への情報共有という意味で連携しながら進めていける施策にしていきたい。

(須賀淳委員)

コロナ禍にあって、県民の食糧自給に支障がないように生産、供給に力を傾注したいと思っている。

(木村智博会長)

それでは、時間の関係もございますので、本日の審議会をこれで閉会させていただきたいと思えます。