

〈別紙〉

○会議成立・・・15名中14名出席

○議事（議事進行：竹内和正会長）

- ・会議公開・非公開の決定・・・公開
- ・傍聴者入室・・・2名
- ・議事録署名委員指名・・・野村剛司委員、日笠裕子委員を指名

○議題・・・埼玉県消費生活基本計画に係る令和3年度実績及び評価について

（消費生活課長）

※資料1-1「第6期埼玉県消費生活基本計画 令和3年度実績及び自己評価  
結果一覧（令和3年度末現在）」に基づき説明

（竹内和正会長）

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。

（柿沼トミ子委員）

消費生活というのは暮らし全般にわたるもので、コロナ禍でこれだけの事業展開をしているというのは大変なことと考えます。自己評価とありますが、「適切に実施した」とするB評価が多いのは一般的に了解できますので、これらの評価結果に満足していることを、意見として申し上げます。

（田邊光委員）

資料が非常に分かりやすいです。具体的には、コロナ禍において色々な方法で事業展開されたことが分かりましたし、事業の課題を意識しながら自己評価されていることもよく分かりました。

（北崎裕紀子委員）

私も、自己評価欄があることなどが分かりやすく、県民にきちんと説明するという姿勢が感じられ、大変すてきなことだと受け止めました。

それから、18歳成年に関連して1点、申し上げたいと思います。数々の教育の支援についてはおおむねB評価でしたが、私自身はまだ足りないのかなと思っています。例えば、リーフレットの配布に対してどのようなことをやったのか、あるいは今後コロナが終えんした後も、Zoom(ズーム)などで授業ができるのかどうかなど、若年層の教育にもっともっと力を入れていただき、それがきちんとした評価につながっていけばと考えています。

#### (大野峻委員)

令和3年度の会議や研修会などがコロナの影響で中止される際の判断基準と、令和4年度ではそれらに変更点があるかについて、お伺いしたいと思います。

#### (消費生活課長)

令和3年度においても1年間の中で色々な新型コロナウイルス感染症対策の段階がありました。

その都度、政府等の発信しているイベント等の開催の目安があり、そういったものも勘案しながら、セミナー等の規模や必要性、代替手段が確保できるかどうかなどを総合的に各課所で判断し対応を決めております。

令和3年度に、この消費生活審議会においても、1回、書面会議としましたが、その際もそうした判断によるものです。

#### (日笠裕子委員)

9ページの「ネットアドバイザーの派遣・親子講座の実施」について、自己評価がCですが、相談現場では、低年齢化のゲーム課金や、TikTok(ティックトック)への投げ銭や、SNSをきっかけとした犯罪などの相談が増えているので、今後、中身の充実と、令和3年度はコロナの影響で開催が減少したとのことでしたが、内容とともに、件数も増やしていただきたいと思います。

それから、新しい生活様式ということで、高齢者も通信販売を利用する機会が増えていきますので、高齢者向けのネットアドバイザーの派遣も検討していただきたいと思います。

#### (消費生活課長)

貴重な御意見をありがとうございます。関係課へ伝えさせていただきます。

(井元りえ委員)

今やデータ社会になってきていますので、消費生活審議会委員だけではなく、啓発資料の郵送を希望する県民に対しても、データをもっとうまく活用する方法があればよいと考えます。

(竹内和正会長)

議長ではありませんが、日々相談を受けている弁護士の立場から申し上げますと、非常に最近、特にリフォームに関する相談、例えば屋根瓦が壊れたとか、水回りがおかしい、トイレが詰まったから業者を呼んだところ非常にひどい金額を要求されたなど、そうした事例が非常に増えています。そんな中、令和3年度実績として13ページの「住まいに関する相談」について、自己評価がCでした。

肌感覚として、リフォームに関する相談や被害が増えている実態があるので、そのことをこの場で確認した上で、今後を活かして行っていただきたいと思います。

(竹内和正会長)

各委員の皆様には、有意義な御意見等をありがとうございました。

それではここで、皆様にお諮りしたいと思います。

今回、提出された「議題(1)埼玉県消費生活基本計画に係る令和3年度実績及び評価について」審議した結果、当審議会としては、県においては、「消費生活基本計画に基づき、おおむね消費生活に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図っている」と承認することとしてよろしいでしょうか。

【異議なしの声あり】

(竹内和正会長)

それでは、承認されたものといたします。

なお、各委員から、個別の事業についての意見等がございましたので、県においては、これらの御意見を十分尊重し、引き続き、消費生活基本計画に基づき、消費生活に関する施策の計画的かつ適切な推進に努めていただきたいと思います。

○報告事項(1)・・・令和4年度上半期の消費生活相談の概況について

(竹内和正会長)

続きまして、報告事項(1)について説明をお願いします。

**(消費生活支援センター所長)**

※資料2「令和4年度上半期の消費生活相談の概況」に基づき説明

**(竹内和正会長)**

ただ今の事務局からの説明について、委員の皆様から御質問、御意見があればお願いいたします。

**(柿沼トミ子委員)**

電車内では、脱毛、矯正やエステなどのポスターがたくさんあります。こうしたポスターを見て利用したという人達がいると聞きます。こうした人たちに対して、例えば一度に全額支払うようなことはせずに数回利用後にその都度支払うように啓発できるような伝達手段はないでしょうか。弁護士のお立場でどうでしょうか。

**(竹内和正会長)**

エステ関係は相談件数が増えていると感じています。相談内容としては、例えば、脱毛の際にやけど、けがをしてしまったのでその後は打ち切りたいとか、お金を返してほしいといったもの、また、そもそも契約内容が複雑で、例えば、お店に行ったその日に契約させられて、広告内容ではお金は全くかからない内容であったのに、契約してみると実際は、半年間ぐらいは全く解約できないようになっていたもの、あるいは契約金額内で受け放題となっていたのに全然予約が取れないといったもの、その他、契約期間中に破産した場合のクレジットの取消書類をどうしたらよいかといったものなど、こうしたものが非常に多いです。

契約内容自体については、こういう契約をしてはいけないとか、こういう契約は危ないといった啓発をしていくことが一番重要と考えますが、エステ業者と消費者個人との関係では、契約時に、業者はその消費者に一応説明はしているので、その内容について消費者がどこまで分かっているかが実は問題になっていることが非常に多いですし、若年化してきていると感じていますので、消費者教育が重要と考えています。

**(宮崎裕悟委員)**

賢い消費者になっていただく、というのが大前提になると思いますが、令和4年度に、弁護士として高等学校へ講師として行く際に、具体的な被害事例を踏まえ、こういった

場合には慎重に考えて行動しましょうねと伝えていて、例えば、よく分からないものには手を出さないようにとか、どちらが自分にとって利益になるかを考えましょうとか、そういうことを伝えていきます。ただ、なんとか1校で実施できただけでした。

高校の先生方も授業などでお伝えしてくださっているとは思いますが、こうした取組を広めていくというか、ゲスト（外部講師）から聞くことにアピール力があり、印象に残るといったことがあると思いますので、そうした講座などを活用していくこと、地道な努力・取組が重要と考えます。

#### （細田久美子委員）

4ページの「偽サイト」に関する相談の増加について、このページに事例があり、要するに、騙されないためにこういうことには注意しましょうということが記載されていると思いますが、そうは言っても実際難しいなと考えます。ロゴマーク等に惑わされずとか、URLなど隅々まで確認しましょうとありますが難しいです。

こうしたことを啓発できるような具体例、こういうところを見れば違いが分かるなど、何かそうした注意喚起ができるものがありますか。

#### （消費生活支援センター所長）

御指摘の点は確かにおっしゃるとおりです。4ページ記載のとおりとは言うものの、具体的にはどうなのかと聞かれたときに、非常に難しい問題があります。

例えば、こういうものは偽だ、こういうものは大丈夫だと、個別具体にお話できれば一番いいのかもしれませんが、それはそれで個別の企業の話になってしまい、難しい面もありますので、御指摘の点を含めて、どのような形で周知啓発していけばよいかを今後もよく考えて、効果的な啓発広報を行ってまいります。

#### （北崎裕紀子委員）

脱毛について、確かに年齢層が下がってきていて、高校生もそうですが、小学生もしています。ある小学生の母親からお聞きしたりもしますので、親世代への啓発がものすごく必要です。

学校で子どもたちに消費者教育がなされていますが、親世代への取組が抜けています。したがって、親子向けへの取組が重要です。例えば、小学生向けの講座を実施したときも、その際に、併せて親世代へも啓発していくことが非常に重要になってきます。少しでも親世代への啓発ができるようになればいいですし、そうした県の取組を期待します。

また、先程お話のあった通信販売についても、相談現場では、若い世代は定期購入の引っかけには引っかけからなくなってきました。一方、高齢者が引っかかっていることが増えていきますので、こうした高齢者への普及啓発が必要です。

#### (消費生活支援センター所長)

大変貴重な御意見と考えます。特に親に対する啓発について、現在、弱い点と認識していますので、そういったことも工夫していけたらと考えます。

また、定期購入についても、高齢者への周知について工夫してまいります。

#### (田邊光委員)

先程もお話がありましたが、エステの広告は、電車内に張りめぐらされています。そこには、1回100円とか、何回通っても何か月間無料といったような引っかけのような言葉だけが大きく出ています。よくみれば小さい文字で色々なことが書いてあるようですが、電車の広告は近くでは見ず、大きな文字しか見えません。こうした広告について、規制できないものでしょうか。できないのであれば、別な方法でのPRが必要と思ったところです。

#### (竹内和正会長)

そうした広告内容には問題はあるだろうという御意見と思われませんが、ではそれが適法か違法か、適切か不適切かといった程度の問題が出てくると思います。

現在のエステの広告についても、あまりにも不適切なものならば色々な法律に関わってくるとは思いますが、今後、そうした問題意識を持った上で、例えばある広告についての問題点を指摘し、問題化していくことが、個人的には重要ではないかと考えます。

#### (大久保美紀委員)

暮らしのレスキューでトイレが詰まってしまったとか、マスクの時期にエステを済ませたいなど、消費者の弱みにつけ込むものに気を付けないといけないと思っています。こうしたことは、消費者団体と一緒に消費者教育に取り組んでいかないとはいえないと考えています。

#### (竹内和正会長)

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。

無いようですので、次に進みたいと思います。

## ○報告事項（２）・・・令和４年度事業者処分等について

（竹内和正会長）

続きまして、報告事項（２）について説明をお願いします。

（消費生活課長）

※資料３「令和４年度事業者処分等について」に基づき説明

（竹内和正会長）

ただ今の事務局からの説明について、委員の皆様から御質問、御意見があればお願いします。

（北崎裕紀子委員）

㈱リオテックの処分については、屋根瓦関係の工事の相談・問合せ、被害が増えています。相談員としても、処分については、もっと徹底的にできるだけ早いタイミングで行っていただくよう要望します。事業者への啓発にもなりますので期待しており、これからも積極的にお願いします。

（竹内和正会長）

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。

無いようですので、これで終了させていただきたいと思います。

個人的にも、なかなか、弁護士のところまで届かない被害も非常に多いです。暮らしのレスキューであったり、こういう屋根瓦関係であったりと。ですので、是非、個人的にも積極的に処分をしていただけたらと思います。

## ○その他

（竹内和正会長）

他に、各委員の皆様から何かございますか。

（須賀淳委員）

先程、議題（１）のところで御説明もあった「タマシャモ」に関連して一言申し上げ

ます。

消費者の立場では、安全で新鮮な農畜産物が安く購入できることが望ましいとは思いますが。現在、ニュース等でご案内のとおり、肥料、飼料、あるいは燃油等、さらに為替もあり、輸入原材料の価格が非常に高騰している中で、農家の方々の生産コストが非常に上がっているのが現状です。併せて、生鮮農畜産物の価格は上がらないというのが現状です。このままですと、生産者がいなくなってしまうような危機的な状況もあります。

我々は国際情勢もありますが、安定的な原料の輸入先国を開拓しながら、農家を支援していくので、消費者の皆様も、価格値上げに関連して、適正な価格でご購入いただきますようよろしくお願いいたします。

#### (竹内和正会長)

他に、各委員の皆様から何かございますか。

#### (牧原徳子委員)

日本の消費者マインドとして、値上げについて、他の国に比べ、必要で仕方がない値上げに対しても、非常に厳しく、値上げはしないでほしいというものが増えているように思います。

経済は、作る人がいて、運ぶ人がいて、売る人がいて、買う人がいる。消費者という立場が守られないといけないのも分かりますが、そこには、生産する人、販売する人、それぞれの立場で適切に消費活動が行われなければいけないというところがあります。

今の状況の中で、賢い消費者というのが、ただ単に消費するということだけでなく、生産やその他運輸、小売りそういったところも含めて、SDGsの観点もそうかとも思いますが、経済をしっかりと健全に育成、回していくという観点での消費者教育というものも必要ではないかと思います。

#### (井元りえ委員)

ただ今のお二人の御意見に同感です。

環境教育では「シンク・グローバリー アクト・ローカリー」という言葉があります。「世界規模で考え、足元から行動せよ」という言葉のとおり、消費者教育は、今、そういう生産・輸送の部分が消費者に足りないということで強化し、持続可能な社会をつくるため消費者の在り方も強化されていると思いますので、それを進めていくのが必要と思います。

**(柿沼トミ子委員)**

他の国では、賃上げで所得が増えているから物価が上がっても少し容認しているところがありまして、今、春闘の時期ですから、働く人の賃金について少し沈んでいるところを上げないと、と私は思っています。

私は、今、農家の組合員で、消費者としても勉強していますが、例えば青森のにんにくは1個200円、中国からきたものは1袋100円ですが、国内を育てないといけなから、にんにくを買うときも、国産のものをなるべくと、皆さんが言うております。消費者もただ安ければいいわけではなく、農家を育てる、ちゃんとした農業を確立してもらおうというのは重要なので、それにはやはり私たち消費者が買って支えるということをしております。ただ安ければいいということではないです。

ただ、農協でも、有機農業とか化学肥料に頼りきっている時代ではないので、色々なことを取り入れていかないといけないだろうと思っています。

消費者も最初の段階から関知したいと思っているのは事実ですので、そういった連携を深めながらできたらいいなと思っております、勉強会を重ねております。

ですので、ただ被害をなくすというのではなく、もう少し踏み込んだ一歩という消費者側の色々な活動も地道にやっていることを、是非御確認いただければと思います。

**(竹内和正会長)**

広い意味で、消費者教育のお話になるのかなと思います。

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。

御意見等がなければ、本日の審議会をこれで終了させていただきたいと思っております。