

(別紙)

※ 今回は質問・意見が多岐にわたったため、答札や敬語、繰返しの表現などについては省き、簡潔に記述しています。

○会議成立・・・15人中15人出席

○会議の公開・非公開・・・公開

・傍聴希望者あり(2名)

・Web傍聴希望者なし

○議事録署名委員指名・・・平本くるみ委員、上原満委員を指名

○報告事項

・令和5年度上半期の埼玉県消費生活相談の概況

(消費生活支援センター所長)

資料2に基づき報告

・令和5年度事業処分等

(消費生活課長)

資料3に基づき報告

(大野委員)

資料2の1ページ目の5年度上半期契約金額別構成のグラフに関して、1億円以上の契約4件は具体的にどういう中身なのか。

(消費生活支援センター所長)

手元にないため、確認して報告する。

(細田委員)

相談件数が増加しているが、相談員の数は足りているか聞きたい。人材バンクもあって増やす方向と今日の報告であったが、実際に相談が増えて相談が受けられなかったような事例があるか。

(消費生活支援センター所長)

相談員は現状、少なくとも完全に充足しているとは言えない状況である。

例えば県だけでも現時点で3名ほど欠員があり、県内全体で見ても必ずしも充足してないという状況にあると思っている。

電話を取れなかった相談があるかという点については、1つ1つ詳細に捉えていない。なかなか電話に出られないことはあるかもしれないが、最終的に出られなかったことはほとんどないのではと考えている。

(吉川委員)

5ページに脱毛エステの関係があるが、消費者団体連絡会も加入している埼玉消費者被害をなくす会という適格消費者団体が、今週、脱毛エステで倒産して被害を起こしている業者や関連する業者に対して、被害回復の裁判訴訟を提起した。

圧倒的に若年層が多いので、30万~40万でも結構負担が重いという感じである。若い人たちの中では、LINEやX(旧Twitter)で業者ごとに色々なサイトが立ち上がっているが、やはり社会経験も少ないのでどうしていいかわからない、でも励ましあっている、先が見えないというような状況になっている。

社会人になってない方も被害に遭っているので、親からうちの娘が、というような相談事例があり、特徴的な状況だと思う。5ページの数字はサービスになるということだが、2ページで保健福祉サービス、主にエステティックサービスが減少したとされているので、5ページの数字は医療エステ・医療処置なのか、どんな状況か教えてもらいたい。

その前のページで70歳以上の苦情が最も多いということだが、この70歳以上のところもスマホ、例えばインターネット通販的なもの、或いはSNSを使ったような被害が増加しているのかどうか教えてもらいたい。

(消費生活支援センター所長)

1点目の、2ページで保健福祉サービスが前年同期比で減少したのは、主にエステティックサービスが減少したというところと、5ページの医療サービスの増加とがどういう関係になるのかということかと思うが、5ページの方は医療サービスの方ということで、2ページの方は医療ではない保健福祉サービスという違いがある

かと思う。

もう1つ70歳以上のお話は、相談の件数のことでよいか。

(吉川委員)

全体として、私たちが心配しているのは高齢者のところで、どんな経路で被害が増えているのかということ把握したい。

(消費生活支援センター所長)

一般的に70歳代以上なり65歳以上の高齢者の方からの相談が多く、若干増えているような傾向だが、インターネットやSNSの関係ももちろんあるが、それより先ほどの屋根工事など、1人でお住いとか、高齢者だけでお住まいの方を狙った事案についてのご相談などが多くなっていると考えている。

例えば、医療サービスであれば逆に若い方が中心となるかと思うので、お年寄りを狙ったものについてのご相談が多くなってきていると捉えている。

(吉川委員)

引き続きその辺を注目しながらお願いしたい。

(戸田委員)

消費者保護の観点で、意見ということで1点申し上げたい。

先日、私どものイベントで県警の方から申し出があり、特殊詐欺のチラシを来場者に配りたいということがあった。消費者相談の関係もホームページ等でいろいろ周知しているとは思いますが、最近増加傾向にあり、上半期だけでも相当増えているという中で、1日にすると百数十件と相当なものだと思う。

すでにやっていたら申し訳ないが、あらゆる場面を通じて被害に遭わないように未然防止を、業者の処分の厳格化も必要だと思うが、まずはこんな事例があつてこういうのも気をつけてというようなことを、色々な場面で伝えていくことが大事かと思う。

(上原伸委員)

4 ページ目の SNS をきっかけとした相談のところで、ここ数年のロマンス詐欺といわれる特殊詐欺に分類されるものだと思うが、実際に事件を担当する弁護士としては、昨年の下半期から今年の 1 月にかけて爆発的という表現ではちょっと追いつかないぐらい、相談件数が増えているイメージである。

具体的に申し上げますと例えば 1 ヶ月～1 ヶ月半ぐらいで 1 件あったような相談が、すでに今年に入って、年始の休みがあったことを踏まえても 3～4 件来ているような感じで、もう非常に爆発的に増えているなという印象がある。

えせロマンス詐欺という名前が適切なのか先ほどネットで調べたところ、国民生活センターが 1 月 24 日に SNS 上の投資グループで騙される詐欺的なトラブルという注意喚起を出している。県としてもこういった相談事例が増えているということを経験でも実感しているか。

それと、県レベルにとどまらず、国の法規制が必要と個人的には思っているが、その観点から担当する弁護士としては、消費者事件には流行のようなものがあって、少し前だと原野商法の二次商法とか、もっと前だと社債トラブルとか色々あったが、爆発的に被害が急増するというのはここ 2 年ぐらいかなというイメージがある。

私の実感だが、こういった海外から始まっている投資グループに LINE やマッチングアプリで加入させられて、そこから個人名義であったり、仮想通貨であったりでお金を支払っている。アプリなどをダウンロードさせられてそのアプリ上ではお金が増えているような、そういった詐欺の類型がコロナの始まる前ぐらいから始まっていて、一向に収まる傾向がないどころか、去年ぐらいからさらに爆発的に増えているというイメージがあり、そんなに長く流行っている現状はどうなのかと非常に個人的に憂いているところである。

本当に、抜本的に国による法規制のような、例えば LINE などに対して本人確認を導入するべきではないかとか個人的に思っている。その前提として、県としてもこういった被害が年々拡大しているとか、そういったデータをお持ちであれば教えてもらいたい。

(消費生活支援センター所長)

手許にデータがないため、確認、把握して、しかるべく対応したいと思う。

(星野委員)

去年の夏に発表された埼玉県の消費生活年報によると、通信販売のトラブルが増えている中で、70代以上の方の通信販売のトラブル件数が増えたという分析があった。今年度の上半期でも増えているということだが、年代別に増加している年代があるかとか、そういう分析をしているか。

先ほど人材不足のご質問で、県の方では電話が取れなかったということはないだろうというお返事だったが、市とか町の消費生活センターのレベルでは、県に掛けたが繋がらなかったのこちらにかけたという相談が実際に入っているの、残念ながら取りこぼされている方が出ている、3名も少なければ当然そういう状況になるのではないかと実感している。

(消費生活支援センター所長)

1点目の比較・分析をしているかという点は、資料には書いていないが、前年度或いはそれ以前のものと比較してデータを整理している

電話の取りこぼしのお話は、確かに一度お掛けになって、県の相談窓口には繋がらず、他のところに掛けるという方もあるのではないかと承知している。こういう言い方が適切かはわからないが、何度かお掛けいただければ取れないということはないと思うので、大変お手間にはなるかと思うが、繋がらない場合は掛け直していただく形をお願いできればと考えている。

もちろん、極力取れるような形で体制的にも整備して、そのように訓練をして参りたいと考えており、可能な限り改善して参りたい。

(星野委員)

責めているわけではないので誤解しないようお願いしたい。繋がらないとなると相談者の方が感情的になる傾向があり、相談員の方もかなり疲弊した状態でお話を聞く状況だし、やっと繋がった相談者の方はもうすでに怒った状態で、クレーマーのようになることもあり、悪循環に陥るような気がする。

待遇改善がキーワードかなと相談員側は思っているのですが、ぜひそこはご検討いただきたいと思う。

高齢者の方のインターネット通販の定期購入トラブルについて質問したが、現場では肌感覚で、最近は若い方からの相談はあまり入っておらず、定期購入だとすると大体70代、私の経験では一番高齢の方は90代の方も、しわが伸びるというクリームを買ってしまったという相談があった。

埼玉県では数年前からスクリーンショットのキャンペーンをしているということは承知しているが、なかなか一般人の目から、そのスクリーンショットのキャンペーンにお目にかかれたことがないので、高齢の方がスマートフォンをどれぐらい使いこなしているかもものすごく疑問があるが、スクリーンショットを撮れなければ画面を上からカメラで撮影するという方法もあるかと思う。何とか申し込みの時点の画面を証拠に残すということがいかに有効かを、もう少し県民の方に周知できるよう、何らかの対策を取ってもらえればと思う。

(消費生活支援センター所長)

スクリーンショットなり、その確認画面の保存について、周知が不十分ではないかというご指摘かと思う。確かにその点は課題の一つと考えていて、現在もホームページや、色々なイベントの際にこういったキャンペーンをやっていますと周知しているところだが、それでもなかなか、お知りになれない、お気づきになれないという部分もあるかと思う。どういった周知ができるのかということも含め、検討して参りたい。

(内田委員)

先ほどの説明の中でWeb相談の開始、それから相談員の人材バンクの設置、この2点については本当に良い取り組みだと思うので、今後もこれが機能するようにしっかりやっていただければと思う。私の住む市でも相談員が一人で相談を受けているが、1人では手に負えない大きな相談、困難で解決するのに一人ではその回答が出せないような相談も多いと思う。

そういう時に例えば県の相談員と連携して回答を導くとか、市の職員と担当の職員とのやりとりもあるが、市町村と県の相談員同士の情報交換というか、相談員が

相談するという形がきちんと出来ているかということと、それから、相談員の研修などもしっかりできているかというところを聞きたい。

相談員も一人だと大変なのではないかといつも思っており、かといって市町村に2人・3人というのはとても無理なことでもあると思ひ、その辺の連携はどうなのか教えてもらいたい。

(消費生活支援センター所長)

県と市町村の相談員の連携については、県に主任消費生活相談員を配置し、この主任相談員はまさに相談員の相談員という立場を担っていて、市町村の相談員から個々の相談について相談をいただいて、それに対してアドバイスや助言をしたり、あるいは経験年数の浅い市町村の相談員のところに直接伺って、業務についてのアドバイスをしたりというような巡回訪問・巡回相談を実施している。

また、主任相談員を中心として県で問題解決プロジェクトチームを設置して、そこで困難事例の検討や相談事例の課題についての検討なども行っていて、それを市町村に周知して相談に役立てていただくことも行っている。

その他、各種研修や、意見交換会などを開催して、市町村の相談の情報共有や意見交換を図っている。

(星野委員)

研修という点についてお伝えすると、これは埼玉県独自のやり方だと思うが、毎月第3火曜日の夜間に、仕事という前提で年間20回にわたる研修が行われている。

毎月どういうテーマで（弁護士の）先生方にお話いただくかは、県の主任相談員や協力関係にある埼玉県消費生活コンサルタントの会から代表を出して、毎年研修内容を決めている。コロナもあったので、会場プラスZoomオンラインによるハイブリッド方式で行っている。

事前に事例を提出して、ここに的を絞って説明していただこうと検討会で担当者を決めて、先生方と相談員とで打ち合わせをして行っているが、先生方は4～5名でグループを組んで年2回当番が回り、相談員の方が7～8名でグループを作って年に1回担当している。

その他にも任意の勉強会があり、埼玉県のコンサルタントの会の会員でないと受

講が難しい場合もあるが、地区によって川越地区、熊谷地区、春日部地区、大宮近辺で任意の勉強会を開いている。

県弁護士会の消費者被害対策委員会に属している先生方に、伝統的に協力いただいて勉強会を開いているが、講義形式ではなく事例に対して先生方と相談員が検討するという形で行っている。

1人勤務の相談員は確かに心細いし、いろんな情報が入らないというところもあるが、勉強会に参加すれば鍛えられていると思っている。これは埼玉県の特徴のやり方で、他県ではこういった取り組みはおそらくないと思う。

(宮崎会長)

私も弁護士として関係しており、2月の基礎法令辞令研修会でキャッシュレス決済を担当する。

まず、弁護士との連携が埼玉はすごくされていると思う。消費生活センターから弁護士会の消費者委員会の方に、ちょっと対応できないという案件を回していただくルートがあり、件数が多い方がいいかは問題もあるところだが、昨年も少なくとも数十件以上弁護士会の方に回していただいているところで、本当に難しい案件や、法律的に色々な案件について弁護士のサポート体制ができています。

ただ、そこにつなげていただけない方をどうするかという問題はどうしても出てしまうが、こちらも常に広くできるということはやっているところなので、そういう意味ではかなり連携ができています結果なのかなと認識している。ちょっと自慢話みたいな話ですが。

(藤原委員)

先ほどの大野先生のお話に基づくが、我々の業界や、弊社でも10代20代の若い従業員が多く、18歳で新卒の社員として新成人が入ってくる。ホットラインにはやはり、仮想通貨や投資話とか、先ほどのマッチングアプリのトラブルなどが多く、当然お店の方も直接業者の方からいろいろと電話がかかってくるという状況がある。

それも踏まえて、日本チェーンストア協会、弊社も含めて、成人年齢が下がったことを受けて若い方への注意喚起マニュアルを作っており、国の方でもそういった

ものがあると思う。埼玉県の方でもそういったマニュアルのようなものを作っていると思うが、どうも浸透していない、又は浸透しない状況である。マニュアルがあるのかどうかと、どのように浸透させているかについて聞きたい。

(消費生活支援センター所長)

マニュアルという形では明確に整理していないが、成人年齢引き下げに伴い注意が必要な事柄について、様々な機会をとらえ、18歳になる方やこれからなる方に対し周知をしている。

具体的には消費生活支援センターで市町村の公民館や学校と連携し、18歳成人になったことを踏まえた消費生活講座を開催しており、令和4年度で69回、受講者が9,695人、主に学校で、高校生を中心とした方が対象となっている。

その他、一般的な周知啓発になるがホームページやSNSなどでいろいろ注意すべき点などについて周知を図っている。ただ、こちらもなかなか浸透していない、徹底されてないという部分はあるかと思うので、引き続き、どういった啓発をすれば浸透するかということも含めて、幅広く周知をして参りたい。

(藤原委員)

簡易的な冊子とか、PDFみたいなものはあるか。

(消費生活支援センター所長)

例えば消費生活講座の資料という形でまとまっているものはあるが、全体として1つのまとまった形で周知するというものは現状ない。個々にそれぞれのテーマの中で、注意すべき点とかはあるが、それを全部まとめて全体的に押し出すような形には現時点ではなっていないので、そういったものができるかも考えていきたい。

(藤原委員)

1つ1つの具体例を出して、わかりやすく絵とかにすると、もうちょっと見ていただけるのかなと思う。

(上原満委員)

資料の6ページ、私の周囲でも屋根工事と外壁塗装の話があるが、屋根工事など

で現金が出るとか、補助金が出ると聞いたという話もあった。事実かどうかはわからないが、例えば屋根工事の相談が増えたり、被害が増えたりするきっかけのようなもの、原因みたいなものはあるか。

屋根工事の相談を受けるのだったら、例えば補助制度があるような話をよく聞くと、社会の耳目を集める事件があるとそれに乗かって詐欺的に関与する人が増えるという話はよく聞く。こういった案件の背景に何かあるのかどうか。

皆さんに注意をしていただく以外に究極的には対策はないのだろうが、色々な社会の事情なりその相談の内容の変化に応じて、ある程度機動的にそういう情報を消費者の方に届けるような工夫があるのかどうか聞きたい。

(消費生活支援センター担当部長)

高齢者の方のところに行って話をするきっかけが、台風などがあるとテレビでブルーシートなどがかけられた映像がよく流れるかと思うが、日常的に高齢者の方が家でテレビをご覧になっていて、屋根の釘が外れているとか言われると、映像がイメージとしてかなり残っているのではないかと、不安感とかそういうところに付け込むのが大変上手な業者が多い。

そういったいわゆるマニュアルなのだが、手法が横に連携があるようなところもあるので、そういったことで不安を煽って勧誘する。

外壁などは例えば、隣の同じような築年数の家が外壁塗装をやっていると、そろそろうちもやらなくてはというようなところがあって、全く違う業者、その業者ではない業者が勧誘に訪れて、実は近くでやっているのだけだと、近くでと言って決して隣でやっているとは言わない。

何となくイメージ的に、じゃあうちもそろそろ外壁塗装しようかなみたいなところで、あとで、お隣に確認すると実はうちはその業者ではない、というようなところもあって、非常に巧妙にそういった心理に付け込むというのがあるのかなと考えている。

(宮崎会長)

保険の絡みは弁護士なので一応説明します。火災保険とか、災害に遭ったとき

に、本来はそれこそ台風が来たときとかに使えるものだが、そういうものを悪用して、台風の時期を業者さんも知っていたりして、その時から壊れているみたいに書類を出してしまう。

保険会社の方も審査が甘いところもあり、わからないところもあるのですが、審査に通れば保険が出るみたいなどころでその審査の書類を全部書いてくれる、またそこがトラブルになったりするるのであるが。

私が体験した例でも工事をやるとあいさつ回りをすることが多く、挨拶で来たときにまたそこで勧誘していくというところなどもあった。そういうところで機会を捉えて、いろいろ勧誘すると、補足をさせていただく。

(消費生活支援センター所長)

2つ目のご質問で、どのように情報を届けるか、浸透させるかということになるかと思うが、先ほどの10代20代の若い世代の方への周知の話と同じことになるかもしれないが、消費生活講座でお知らせするとか、県のホームページでお知らせするとか、チラシや広報紙でお知らせするとか、一般的なお知らせに留まっている部分はあると正直感じている。

何らかの効果的な取り組みを考えたいので、何かいいアイデアがあれば教えていただければと思う。

(消費生活課長)

私の方からも、先ほどの上原委員の消費者側に届けるということでお話があったが、取り組みを説明させていただく。

「お助けかわらばん」というのをご覧になった方もいるかと思うが、2か月に1回程度、回ごとにトピックを決めてチラシを作っている。

特に、一人暮らしの高齢者に対しては地域の見守り活動が重要だと考えていて、そういったチラシを例えば地域包括センターや民生委員などの高齢者を見守っていただく方々に対して配布し、注意喚起を促すような取り組みをしている。

(江原委員)

私もネットが大好きで、広告に釣られて買ってしまいうのはすごく理解できる。ネ

ットでも本当に毛が薄くなったとか、顔のたるみなどの関連がどんどんとネットに出てくる。

補助金などの話も含め、そんなにうまい話は世の中ないということ、もう少し徹底して周知いただければと思う。

確かに、初めからよからぬことを企んでいる会社はうまい。ネットの作り方から、解約しようにも連絡先がどこを探してもなく、今は電話番号も書いていないから繋がらない。

被害額を見ていて1万円未満とか5万円未満などが多い。私は商工会議所女性会の方で、飲食店を経営していて、色々な申し込みが電話だけではなくネットなどでどんどん入ってくる。

ネットの使い方がわからない高齢の方は多いが、若い人もわからなくて申し込んでくる。大手の予約サイトは証拠が残るからまだいい。お店の方が空いていますとか、お幾らですかとか返事をするが、いつになっても返信がない。仕方ないから最終的にぎりぎりになって電話するが、その電話の声が若い方も多い。

この頃はコロナが終わりキャンセルポリシーの適用がある。まだメールなどは残っているからいいが、電話は駄目で支払って貰えない。電話しても出ないし当日キャンセルになる。

私も相談に行こうかと思うぐらいトラブルがあるということ報告させていただきたい。確かに、絶対お金を取ろうと思っている業者はうまいが、普通の、一般のところは結構泣き寝入りで、いただけないお金もたくさんあると申し上げたい。

(消費生活支援センター所長)

今のお話も先ほど来からの、いかにして色々な情報を伝えるかということになるかと思う。

それについてちょっと答えを持ち合わせてなくて恐縮だが、引き続き、どうすれば効果的に伝わるのかというところを考えて参りたい。

(井元委員)

先ほどご説明の中でWeb相談を開始されて、多くの相談があり返事をされていると聞いたが、メールで返事をされた中には、そのあと事業者との対応をしたりと

か、相談したりとか、いろんな案件があるという理解でよろしいか。すぐに片づくものとそうではないものがあると思うが。

(消費生活支援センター所長)

Web相談は1月末までに受けた件数は79件となる。

こちらの対応結果についてはすべてのデータが今ここにはないが、Web相談は1度ホームページから相談いただいて、メールでお返すもので、基本的に1回の相談で終了という形にさせてもらっている。

まず、ご相談頂いた内容、限られた入力フォームに書かれた内容の範囲でお答えする形になるので、どうしてもそれだけで十分なご対応ができるかという点、必ずしもそうならない部分もあり、一般的な助言や、こうした方がいいのではといった簡単な助言にとどまることが多くなっている。

さらに、頂いた内容だけでは詳細がわからないので、改めて電話で確認させていただきたいというような回答をする場合もあり、なかなか1回のWeb相談で全て完結するかという点、必ずしもそうでないというのが実態である。

その点についてはWeb相談自体の課題でもあると受けとめているので、お話のようなWeb相談で色々な解決手段がとられて、解決に至ったということが多くあるわけではない。

(野村委員)

お願いの部分が1点と、できたらということで1点。

まず1点目は先ほど若い人からも相談が多いということで、今やはりスマホを持つ年齢はだんだん下がっていっている点、学校等と、やはりその辺の教育という部分ではないですが、情報の管理やSMSの部分などの、講習会のようなものが必要と考えている。

もう1点はデータについて、資料2の中でそれぞれ5年度の上半期という形で数字が出ているが、上半期については9月までの部分で、それからもう今日は2月に入っている点、最新のデータは載せられないか。例えば12月末だとか、その辺のデータの把握を多分していると思うので、資料に関しては最新のデータでお願いできればと思う。

(消費生活支援センター所長)

1点目の関係で、学校や児童生徒さんへの教育という点では引き続き、例えば消費生活講座などもやっているが、そういうものも含めて対応して参りたい。

2点目のデータについては、確かにもうすでに2月で下半期もかなり経過している。もちろん、データについては、逐次入力されてデータがあるが、こういった形で集計整理してまとめるという作業を、現時点では年度が終わって翌年度の7月に年報という形で整理して公表をしている。

その次に、今度は年度の上半期の状況ということで、今回のような形で整理して12月に公表をしている。

データを整理してまとめるのが年2回という形でやっているのですが、最新ということで今回はこちらを出しているが、審議会の場でどのように最新のデータでやるかというところについて、直ちに対応はできない状況なので、どのようにするか考えさせていただきたい。

(亀崎委員)

Web相談に関しては、どんなフォームで、どのような項目、例えば年代とかそういうことは入れるようになっているか。社会人なのか学生なのかなどといった感じでデータをフォームに入力しているのか。周知についてはどのように行ったのかも、現時点でわかる範囲で教えてほしい。

(消費生活支援センター所長)

Web相談の関係の周知については、開始したのが令和5年5月15日からなので、それに合わせて、まず記者発表をして、併せてホームページに掲載をした。

公表したことをスタート画面に加えて、Web相談自体をできるような形のホームページを作り、そちらから入って、入力してもらうという形で、消費生活支援センターのホームページに掲載している。また県からエックスで周知をしている。

周知については現時点では以上のとおりだが、こういった内容を書いていただくかについては、基本的には一般的な消費生活相談で何うような年齢・年代とか色々な属性を書いていただくとともに、こういった相談内容かを入力いただき、提出し

ていただくという形で対応している。

(宮崎会長)

今、私が実際やってみたが、たどり着くまでがメールで申し込んで色々やっていると
いうところである

(消費生活支援センター所長)

県全体で使っている電子申請システムというフォームを活用しているため、ツークッションぐらいある、申し訳ないがダイレクトに入力できればいいのだが。

(宮崎会長)

受け取るまでに3ページぐらいかかり、メールアドレスを入力すると、そこからURLが返ってきてそこにチェックするとようやく辿り着けている。

(消費生活支援センター所長)

セキュリティの問題などもあり、そういった形になっており申し訳ない。

(宮崎会長)

相談内容は1,000字ということで、もちろんその他色々あるが商品、契約書のサービス状況とか方法とか、支払方法、支払状況等、チェック項目があり結構つらいのでは、感覚的には。個人の感想であるが。

(消費生活支援センター所長)

あまり簡潔すぎると、本当にお答えできる内容が限られてしまう。それでも内容は限られてしまうが。

(宮崎会長)

別にこのことを批判しているわけではなく、工夫としては色々あるのだろうと。

今のWeb相談については多分、もう入力方法の工夫をしていくしかないと思うが、なかなか難しいところだと思うので、例えばこちらからの連絡を希望するかとか、こちらから電話をかけるとか、相談のニーズを拾い上げるという入力部分があ

ってもいいのではないかと思う。例えば連絡の希望時間を書くとか、そういうことで何とかこちらから積極的、能動的に働きかけるというのもあるのかなと思う。

あと教育関係だが、学校の教育 SNS 関係は相当やっていると思う。ただ、通信事業者の方が入ることが多く、要するにドコモさんとか、ソフトバンクさんとか AU さんとか。

別に悪いということはないが、要するに有効活用しましょうというのが基本で、それはそのとおりだと思うが、やはりこういうことに気をつけましょうというのが、消費者被害的なところはなかなか言っていないというのが実感として、教育現場に入るときにはすごく感じる。そこは学校サイドも多分、先生に丸投げである。

メディアリテラシーとかそういう部門が大きい会社があって、それで楽しく、綺麗に授業されて、こんな感じでうまく使えますよという方向が多いので、そういう意味ではまさしく予約のキャンセルとかもそうだが、ああいうところはあまり当たっていないところがある。

業者に働きかけるか、学校に働きかけるかはどうかとして、その辺もちょっと手厚くやってみたほうがいいのではないかと。

また、弁護士会としても教育活動をやっているが、人が集まるところに行くのは結構大変で、学校は集まっているので行けるが、事業者さんたちの集まりみたいところはなかなか難しいところがある。

ただ、ニーズがあれば、きちんと要請いただければ、むしろ集めていただければ、こちらも行きたいと思っているところがあるので、そこら辺はどういうふうに連携をして、一定数集めていただくもしくは Web などで見られるようにその時間を手配していただくようなことがあれば、連携が十分取れるのではないかと思うので、こういう場でぜひ連携ができればと思う。

周知については、向こうの業者の手段を真似るのが多分一番いいのではないかなと、同じようなことがあればこちらも防止しやすい。

私の感覚だと最近では動画ゲームとかで動画を出してそこから行くみたいなものが結構あったりする。どうやってゲームなどが広告の動画を出すのかよくわからないが、ああいう手段をこっちも使えば、こういうものの後に防止ができますよって流れてくれば、何か引っかかりのきっかけになってくれるのではないかなと思う。

ちょっとお金かかるのでしょうけども、それこそ 15 秒ぐらいで作って、ばんばん

配信するみたいなことがアイデアとしてはあるかなと思った。

18歳成人年齢と若年層の被害ということで、3ページの特徴的な相談の中で少しデータをいただいた。

これはインターネット通販で一般定期購入だが、20歳未満は69件、20歳代が59件と明らかにこれデータが逆転している。母数を含めて考えても、ちょっと特徴的なデータかなと思うので、ここを分析したほうがいいのではないかな。

20歳代はあまり騙されていないが、20歳未満は逆にかなりの割合となることかどうということかももう少し分析して、若年層の被害はやはり防止がすごく大事なので、今は多分データがないと思うので次回明らかにしてほしい。

4ページ目で、先ほど高齢者のスマホ等の被害はと他の委員からご指摘があったが、ここの統計を見ると70歳以上、60歳代が結構あると。SNSをきっかけとした相談の増加ということで、同じようにSNSでもあると思うので、ここも委員のご指摘を踏まえてもう少し中身を分析していただきたい。

このページで四角に囲んである、最後の消費生活センターの制度上、個人間取引に介入できません、という部分は、個人間であっても事業者と消費者であれば改善できるはずなので、少し表現方法は工夫したほうがよいのではないかな。

先ほど、特に投資詐欺グループの情報提供までであったので、これが増加している以上は、むしろ行政としてそこは積極的に拾って欲しいというところがあるのでご検討をお願いしたい。

続いて7ページ、この四角の中も同様に、保証ありでも、保証のない会社でも契約に合っていなければ補償が受けられるというのが前提になると思うので、ここは法律家のアドバイスを受けながらご検討いただきたいと思います。

指摘のため回答は不要であり、できるところはやっていただきたい。できないところは別にやらなくても大丈夫である。

資料2の方は以上であるが、資料3の方もあるので、皆さんが大丈夫であれば続けさせていただきたい。ぜひ積極的にご質問されたい方がいれば、資料3の方の処分関係についてもご質問やご指摘があるか。

(星野委員)

前回の審議会のときに、コロナ下ではなかなか被害に遭った方に直接調査が難し

いため、指導の件数がそれ以前よりも少ない傾向にあったという話をいただいて、同時にそのときに、いきなり処分を執行するのはなかなか難しいのでまずは指導というふうなお話だった記憶がある。

今回、現時点ではまだ処分業者はないということだが、進行中の業者が1件ある、水回りの業者ということだが、この業者は指導歴がある業者か。過去に指導されて、今回は改善しなかったため処分に踏み切った、踏み切ろうとしている業者なのか聞きたい。

(消費生活課長)

この件に関しては、指導を守ってなかったからというより、純粹にこういう事案があったということなので、確認はするが、指導など、何か言うことを聞かないからという処分ではない。

(星野委員)

資料2の分析で屋根工事の件数が非常に増えているという話だったが、現場の感覚では、数年前の被害金額よりも今はもう何百万円、大体300万とか500万とかざらにそういう相談が入る。

高齢の方ばかりなので、老後のお金をすべて持っていかれている。消費生活センターがあっせんに入ると、大方クーリングオフできる事案で、あっせんに入らなくとも本当は返金されるべきだが、あっせんしないと返金されないし、最近は相手方に弁護士がつくという傾向にある。

そうすると、数年前よりも事案が悪質化していると思うので、職員はPIO-NETの情報をご覧になっていると思うので、指導ということを経ず、なるべく厳しめに判断いただかないと、高齢の方が本当に悲惨なことになると現場は思うので、よろしくお願ひしたい。

(消費生活課長)

確認したところ、指導歴はある事業者である。今お話があったように、高齢者を守るためには指導はもちろんのこと、案件の内容によっては当然処分の対象となる。

(吉川委員)

埼玉県は指導などをしっかりやっていて、引き続きよろしくお願ひしたい。先ほどの話で、進行中のもので千葉県と一緒にというコメントがあつたが、例えばインターネットではもともと都県は関係なく、そういったものが急増している。

都県を越えた連携とか情報交換だとか、そういう制度や仕組みとか、システムとかそういうものはあるのか。消費者庁も含めて、埼玉は一生懸命処分や指導をしているが、全くないような県もある。そんなことはありえないわけで、やはり悪質なところはもう市場から撤退していただくということがなければ、社会的な規範は作れないので、ぜひそういう方向性を見てもらいたい。

(消費生活課長)

埼玉県の場合は2つの枠組みに入っていて、消費者庁はもちろんのこと、東京、千葉、埼玉、神奈川、静岡という5都県の枠組みで情報交換をしている。もう1つは北関東の4県での枠組みがあり、常に情報交換をしている。

先ほどの千葉の例に関しても5都県で、彼らも県境は関係ないので、県境を跨いで行きやすいところに行くというのはあるので、そういった連携を常に情報交換しながら考えて進めている。

(宮崎会長)

先ほどの話しのところで、弁護士の方でも処分ができるというのは、皆さんご承知かもしれないが、弁護士にもいろいろいて、要するに二次被害を起こしている弁護士もいるという実情がある。

情報提供だが、そういうところで被害に遭った方に、取り返しますよということで着金金と言って始めに費用を持って行ってしまふ弁護士もいて、注意喚起が弁護士会の方から出されている。

大変申し訳ないと思っているが、ただ弁護士と一言で言ってもいろいろな弁護士がいる。弁護士が入っているからということで別に二の足を踏む必要もないので、そういう情報がありますよということを共有していただきたいのと、相談現場では断り方というか、駄目ですよ、返ってきませんよって、ということだと思ふが、伝

え方を誤ったりすると、むしろそういうものにつなげてしまうところもあるかもしれないので、できないということを伝える方法というのは、引き続き工夫していく必要があるのかなと思う。

(上原伸委員)

宮崎会長から話があったが、ちょっと恥ずべき話であるけれども、弁護士の2次被害というのは確かにあって、私どももそういった弁護士に対してその着手金を返せというようなこともやっているところである。

この間東京の弁護士会もホームページで出しているが、基本的には回収は極めて難しい案件である。そういった面に関してはインターネット上で必ず返ってきますとか、私は80%返ってきましたみたいな話を書いてあるが、正直、私も手がけているので申し上げられるがそんなことは基本的には、よほどの奇跡が起きない限りはというところである。

だからこそ申し上げたように、法規制をどうにかしなければいけないというところで、この件を真摯にやっている弁護士に関してはそういった方向で、何かちゃんとやるべきだという方向を考えているところがあるので、そういったところを現場に携わっている者から報告させていただいた。

(宮崎会長)

大変時間オーバーして申し訳ないが、事務局に戻させていただく。

(事務局)

本日は令和5年度第2回の消費生活審議会にお忙しい中お集まりいただき、御礼を申し上げます。これにてお開きとさせていただきます。