

(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（1名）

・Web傍聴希望者なし

○議事録署名委員指名・・・星野由美委員、藤原健委員を指名

○報告事項

・令和5年度の埼玉県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に基づき報告

・令和5年度の事業者処分等について

（消費生活課長）

資料2に基づき報告

・埼玉県消費生活基本計画の推進状況について

（消費生活課長）

資料3に基づき報告

(大野委員)

資料1の8ページ以降に特徴的な相談として挙げられている屋根工事やくらしのレスキューサービスだが、屋根工事の方は1件の金額が高くなる傾向があるので、相談にくるケースが多いと思う。しかし、潜在的にはレスキューサービスについての問題が大きいと感じている。例えばインターネットで100円、1000円からという安い金額の業者に頼んだら、実際には20万円請求された。しかし、弁護士に相談しても費用倒れになるということで、泣き寝入りとなってしまいうケースが多いと感じている。そこで広報等による注意喚起を積極的に行うことが大事だと私は思っている。

(吉川委員)

資料1の5ページ、高齢者に多い販売方法別件数について家庭訪問販売とインターネット通販の数が多くなっているが、高齢者層のインターネット通販等による被害相談が増えていくことはこれからも続くと思っている。サービスのデジタル化や、AIの活用、国際化が大きいと思っているが、その他にも消費者の契約をめぐる環境が大きく変わったということも数字に表れた結果だと思っている。私自身も海外旅行にいった際、ツアーではなく全部自分で申し込むというやり方をやってみたが、航空機からチケットまで何もかもインターネットで申し込む必要があり、トラブルに遭ったときに、どこにどういうふうに相談すればよいかわからなかった。消費者の契約環境が変わってきているということで、この10数年消費者の自立ということが謳われてきているが、この変化の中では、わかっている人でも被害に遭わないとは限らないというような環境が変わってきていると思う。そういう共通認識を消費者も含めて作っていくということが方向性としては大事だろうと思う。

また、資料1の4ページ、処理内容について自主交渉の割合が高いということだが、個別に交渉を行った結果、概ね解決していると見ていいのかどうかをお聞きしたい。

(消費生活支援センター所長)

相談内容を見てみると自主的に解決する糸口を得た方と、自身が不安になっていることを相談員とやりとりしながら整理することで納得される方等、すべて含んで自主交渉という整理を行っている。この解決のための具体的なアドバイスを受けて自身でやってみるという方と、高齢者等でセンターに話をしたことで自分の状況がわかり、安心して家族と情報共有し納得したという方の割合は高いと感じている。

(星野委員)

相談現場の感覚では処理結果をいずれか選ばないといけないという記録入力の仕事があり、消去法で「助言」を選ばざるを得ない場合もある。例えば最近若い方からネット関係の相談が多く、あっせんが必要だと相談員が判断した場合には電話で事業者と交渉しあっせんを行う。ごくまれに事業者に消費生活センターまで来てもらい、来所という形であっせん交渉することもあるがほとんどの場合は電話と

なる。その際、事業者側に電話番号の表示がなく電話で交渉ができないという場合があり、あつせんしたくてもできない現状がある。その場合は助言で終わらせざるをえないが、悪質なトラブルに遭っているとすれば、相談員は念入りな助言を状況に合わせて行っていく。それで解決する場合もあるが、面倒くさいと感じる相談者も中にはいるので、助言を重ねているうちに連絡が取れなくなることもある。その場合の処理結果も助言ということになるので「助言（自主交渉）」とあるが、どちらかという自主交渉というよりも助言をしていることのウェイトが大きいと思っている。

（細田委員）

屋根工事というのは私のところにも被害に遭っている人や経験があるということなので訪ねてくる方が非常に多い。近年増加傾向にあり、高齢者の目に留まるような紙媒体による広報を意識して徹底してもらいたい。

くらしのレスキューサービスについて相談が増えており、注意が必要とのことだが具体的な事例を教えてください。請求額が当初言われた金額と違うということで相談があるのか。

（消費生活支援センター所長）

害虫駆除や水道トラブル、トイレ詰まりなどで困ったときに「今これを何とかしないといけない」ということでインターネットや広告などを見て、少額で済むなら頼んでみようという連絡をすると、当初の金額とはかけ離れた高額を請求されるということが共通になっている。

（上原満委員）

資料2で処分事例の説明があったが、いわゆる押し買いというものについて、こういった事例がもっとたくさんあるのではないかと考えている。相談で押し買い関係と思われるものがどのくらいあるのか教えてください。また、特定商取引法等で調査をする際、相談事例について情報の精査をしていると思うが、処分等に至らなかったが着手したものがあれば教えてください。

実際の事例について広報するのは大事なことだと思う。法律にも条例にも公表と

いう制度があるかと思うが、そういった制度をもっと有効に活用すべきではないか。特定商取引法による処分を行うのが一番いいかもしれないが、特定の業者について事例を公表するだけでも広く消費者に注意喚起できると思うので、そういった制度をもっと活用した方が良くと思うが、それらの取組みについて教えていただきたい。

(消費生活支援センター所長)

資料1の3ページに販売方法別の件数が載っており、訪問購入は令和5年度が445件となっている。これは令和4年度の363件から増加している状況である。また、相談件数が多いのは車、アクセサリ、ネックレスである。

(消費生活課長)

押し買いの処分に関しては現時点では、この森商事以外に1件となっている。

公表制度の活用について、処分に関しては個別に記者発表しているが、新聞に掲載されるかどうかは新聞社の意向によるので、一概に全て掲載されるとはいかないがこちらからはリリースという形で当事者の名前を出している。また、国民生活センターでは瓦屋根ではないが、相談の多くなっている事例の公表を行っている。埼玉県では3ヶ月に1回かわら版という紙の両面チラシを発行しており、注意を促すこともしているが、SNSなど県の広報媒体が現在増えていることからそういったものを活用して広報していきたい。

また、森商事については、令和3年から令和4年にかけて、相談件数が27件あった。1事業者の相談が多いことから、最終的に処分を決定した。

(星野委員)

上原満委員からの質問で、公表することが啓発に繋がるという指摘は私も同意見である。上原委員は手口を公表して啓発につなげるということではなく、個別の事業者名を公表して、この業者に対して注意喚起を行ったほうがよいという考えかと思う。

消費者庁には消費者安全法に基づく公表という悪質業者の公表をする制度がある。消費生活課では丁寧に調査を行った上で処分、指導を行っていただいているか

と思うがそれでも足りないと感じている。今年も同じ質問をするが、去年の審議会で過去にさかのぼると処分件数が減っているのはなぜかという質問をした。その際、悪質業者の出没具合によって件数が変わることもあるが、コロナ禍で調査に制限があり対面での調査に限界があった結果、必然的に処分件数が少なくなったという趣旨の回答をいただいたと記憶している。

今年の発表は、処分事業者数は2者ということで、森商事について私は直接消費者から相談を聞いていないが相談件数自体はかなりあったように思うし、この業者とのあっせんに関する記録は悪質だと感じていた。他にも、処分が必要だと感じる悪質な業者は特に訪問販売系では山ほどあると現場では感じている。今年の1月から3月までにかけて屋根工事に関する業者で2件、指導をしていただいた業者があったが、私はその2者と契約した数名から同じような相談を受けておりあっせんをしたかったが、指導されたことがないと交渉ができず不調に終わってしまった。

違法な行為を行っている場合は指導されてしかるべきだが、指導されたと認識しているのはその事業者のみで同様のことを行っている業者にはわからない。結局、処分されなければ同様のことをやっている業者に対する抑止力が働かない。そこは先ほど上原委員の公表することによって抑止力が働き啓発になるのではないかとこのところと結びつくような気がする。屋根工事などは、この集計でもわかるように高齢者が訪問販売によって被害を受けているということが数字で現れている。高齢者が払うお金は当然老後のお金であり、定期購入のトラブル等は別だが、被害額が大きくなりがちである。

合理的な判断をした上で支払ったというのであればまでも、違法な勧誘行為で支払ってしまったということに対して同様のことをやっている業者が処分されないということは大丈夫だと言っているのと同じ効果がでていくような気がする。被害を止めない限りは、同じようなことをやる業者が後を絶たない。

最近では屋根工事をやっていた業者と思われる業者がガス給湯器の点検商法に成り代わっていると思われる事例がたくさん出ている。そこそこお金をかき集めると手口を変えてまた同じようなことやって被害が止まらないので、止めるには処分するしかないと思う。

質問については去年の件数から減っているのはなぜかという点と処分するということに対するお考えについてお聞かせいただきたい

(消費生活課長)

処分の件数については、インターネットの関係であったりや逃げられたりというのもあり、言い方は悪いが向こう側もうまくなってきているという感触がある。

ようやくコロナが落ち着いてきた部分もあり、消費者被害をなくすための肝だと思っているので進めていきたい。あとは、なるべく早い段階で指導をし、複数回指導して、少しずつ包囲網を引いてから処分を行うというやり方もとっている。

先ほど屋根という話があったが、処分に向けている案件があり、次回辺りで公表をできるかもしれないので動向を注意深く見守っていただければと思う。やはり現場にいる相談員のかたの情報が最初の判断として非常に重要になるので、今後とも連携してヒアリングを図っていきたい。

(宇野委員)

森商事の場合は27件の相談があったという説明があったが、どれぐらいの相談があれば指導に至るという目安はあるのか。

(消費生活課長)

件数については、例えば機械的に5件あったら指導するとかそういうのはない。年度ごと、月別で伸び具合を見て、指導を入れた方がいいかを判断している。

(吉川委員)

埼玉県の処分については継続的にやっていると認識しているが、県と消費者庁については処分に関してなんらかの連携をしているか聞きしたい。

(消費生活課長)

国もいろいろ情報が入れば動くが、埼玉県で相談が多くなってくると、特にルールがあるわけではないが非公式な打診というのはある。我々が知らない間に国の方で急に公表等が出てくるということはない。

(宮崎会長)

処分されない間は被害が生まれるというところがあるので、いかに迅速に処分に

つなげるかというところと正確な手続きでというところがバランスなのだと思うが、例えば1ヶ月当たり5例ぐらいの一定の期間で一定の相談があったらそれを公表するみたいな仕組みが今はないが、あるとすごくやりやすいし指導の1つの基準になる。だから客観的指標で公表等をする仕組みを条例改正等で検討できると、うまく被害を減らす方向になるのではないかと思う。いかに早く相談現場の被害情報をキャッチしてそれを還元、消費者の方に伝えていくかというところがポイントだと思うので、被害の拡大防止について制度設計ができると良いのではないかなと思う。客観的指標にすることで苦情が来にくいということもある。その事業者の今までの実績から、ラインを引いてそういう制度につなげていただければと思う。

(上原委員)

資料3の5ページ(5)「食品等の安全性の確保」のうち(ウ)の項目「食品営業施設に対する監視指導・検査の実施」の令和5年指導実績について107%とあり、100%を超えているのはなぜか。

(消費生活課長)

令和5年度の食品衛生監視指導計画にて令和5年度に食品検査を1,375検体行うという目標を立てていたところ、検査数が1,469件であったためである。

(宮崎会長)

資料3の1ページ目ア「相談・苦情処理体制の充実」のうち(エ)の一番上の項目、「弁護士・司法書士による法律相談」のところだが、令和6年度から法律相談が全面廃止となっている。県全体としてはやめて各機関にお願いをするという趣旨であることはわかるが、県全体で相談をやった方がいいかと思うのだが事情がわかれば教えていただきたい。

(消費生活課主幹)

県民広聴課の方から聞いている話では、県内全市町村で無料法律相談をやっているので、県の県民相談から法律相談につなぐという事業を令和2年度にかけて縮小して、県の方ではやらないという形になった。

ご意見については、県民広聴課にお伝えする。

(宮崎会長)

充足率がわからないのだが満足度でいうとかなり高かったようなので、もったいなさを感じる。色々な窓口に繋がるというのが、消費者被害をなくすという意味では大切だと思っているので、県の方でも市町村で対応しきれないものとかをうまく上げていただければというふうにしていただきたい。

(井元委員)

資料3の11ページについて、環境アドバイザーの紹介、環境学習応援隊の派遣というところだが、環境アドバイザーについては課題に、「環境アドバイザーについては、令和4年度から謝金が廃止となったため、登録者の確保が課題となっている。」と書かれており、それに対して対応策が「環境アドバイザー向け研修会の開催や県HPでの紹介方法の改善などにより、登録者の維持拡大に努める」とありますが、謝金の廃止であればこれが対応策でいいのか疑問に思う。

この環境教育の推進のところで、環境学習応援隊というのは企業から応援を派遣してもらおうということで、こちらの方を推進したほうがいいのではと思う。

(消費生活課主幹)

環境政策課に聞いてみないとわからないので、議事録の内容を確認していただく際に一緒にお返ししたい。

(吉川委員)

消費者被害を防いだり、リテラシーを高めたりといったことについては、ライフステージに応じた消費者教育の推進というのがとても大事であり、県内の消費者団体も高齢者の教育について消費被害防止サポーターによる啓発を行政と協力して行っている。また、若年者向けとして狭山経済高校と協力しながら、講座を実施するなどの教育をしており、長い目で見て重要だと思う。

特に私が心配なのは大学であり、県の守備範囲ではないかと思うが、大学へのア

アプローチは難しいと思っている。新入生の最近のガイダンスなどの特徴を見ていると、保護者もついてきていることが多い。そこで契約であったり、投資や情報商材等の特徴的な被害であったりを大学内の学生グループへ啓発の着手をしていただければいいかなと思っている。

(野村委員)

資料3の7ページ、若年者、高齢者への普及啓発にて講座をそれぞれ60回くらい行っているが、これは消費生活支援センターがどのような形態で行っているのか。

(消費生活支援センター所長)

県で計画して開催しているものと、要望を受けて様々な場所で開催しているものがあり、公民館や市町村に講師を派遣している。

(野村委員)

若年層に関しては、学校等で行っているのか。

(消費生活支援センター所長)

そのとおり。県の教育部門の機関を通じ、教育委員会に若年者向けの講座があるということを広報してもらっている。興味を持った学校から申込みを受けて、講師の派遣を無料で行っている。

(宮崎会長)

詐欺等の二次被害について弁護士が関わっているというようなお話を前回申し上げたところだが、埼玉弁護士会で逮捕者が出ており起訴されているという報告がある。その中身については申し上げられないが、各団体にいろんな相談が入っているかと思う。

情報提供として、弁護士会としては専用の窓口を設けており、そこにつなげていただければ基本的に毎日対応をさせていただいている。もし近くでそういう相談に接した場合には、弁護士会の相談窓口につないでいただければと思う。