

〈別紙〉

○会議成立・・・15名中15名出席

○議事（議事進行：上原伸幸会長）

- ・会議公開・非公開の決定・・・公開
- ・傍聴者入室・・・会場傍聴者なし、オンライン傍聴者1人
- ・議事録署名委員指名・・・平本くるみ委員、内田洋子委員を指名

○議題（1）埼玉県消費生活基本計画（第8期）のたたき台について
（消費生活課長）

※資料1「埼玉県消費生活基本計画（第8期）のたたき台」及び資料2「埼玉県消費生活基本計画（第8期）のたたき台・新旧対照表」に基づき報告

（吉川委員）

資料5ページの「2 消費生活相談から見える現状」のなかで、「オンライン上での問題が複雑・多様化し、それを適切に対応できない消費者が増えている場合」と記載されているが、適切に対応していれば、トラブルには巻き込まれないかというものではない。例えば資料16ページにはダークパターンが懸念されているなど記載されている。基本計画の最初に出てくる箇所であり、記述を加えていただきたい。

次に、「健康食品」とか「サプリメント」という言葉が複数の箇所に記載されている。サプリメントは健康食品ではないと考えており、とはいえ、生鮮野菜のような一般食品とも違う。「いわゆる健康食品」とか「いわゆるサプリメント」という言葉が相応しいと考える。

次に、資料16ページの「2 事業者指導の強化」のなかで、「一方、県としては特に高齢者をねらった悪質な「点検商法」などを行う事業者に対する指導を強化していく」という文章はこれで良いと思うが、悪質事業を生業としている人たちはあの手この手と変化させながらやっている。実際の指導にあたっては、通販での被害が増えているなどの現状を踏まえながら進めていただきたい。

次に、資料25ページの「4 計画の推進指標」の（3）の指標のうち「これに準ずる見守り機能を有する市町村」も含めて最終的には全市町村という目標設定となっている。基本計画において記述が必要ということではないが、これに準ずる見守り機能を有する市町村の基準設定や、どのように判定していくのかを、今後明確にしていく必要があると考える。

次に、埼玉消費者被害をなくす会では、埼玉県立狭山経済高校で契約をメインにした講座を3年にわたって実施している。設問への正解率が9割を超えるものから5割ほどのものもあり、なかなか難しいテーマであることを認識している。成年年齢になる前や成年年齢になる年である高校での消費者教育は必須のものとして打ち出していただけないかと思う。

（消費生活課長）

まず、適切に対応していてもトラブルに巻き込まれてしまうという状況であることは御指摘のとおりであり、表現を改めたい。

次に、健康食品、サプリメントについても、御指摘のように誤解のないように「いわゆる健康食品」などの表現にしたい。

計画の推進指標の「消費者安全確保地域協議会設置またはこれに準ずる見守り機能を有する市町村数」について、現在、当該協議会の設置状況等について委託し、市町村を回っていただくなど実態を調べている。これに準ずる見守り機能を有する市町村をどう定義づけするかについて、委託先とも相談させていただき検討していきたい。

（高橋委員）

資料17ページからの「（1）こども・若者」というところで、自立した生活者になるために幼児期からの消費者教育が必要とされており、そのとおりだと思う。

埼玉県消費生活支援センターが出している「小学生・中学生・高校生の消費生活相談の概要」に、保護者へのアドバイスが記載されている。それを計画に盛り込むのは踏み込み過ぎと思うが、オンラインゲームへの課金の相談がかなりの割合を占めているという実態を考えると、こども本人の自立に向けた教育も重要だが、同時に保護者への啓発活動も行っていないと対応が難しいと思う。そういう視点が加わると、より踏み込んだ内容になっていくと思う。

（消費生活課長）

本日御議論いただいている「基本計画のたたき台」の後に、個別の施策について追加していく。今ご指摘いただいた保護者へのアプローチは必要なことだと思うので、個別施策として、そういった部分を取り入れていきたいと思う。

（星野委員）

生活科学センターの活用に関し、現場の相談員としては、見守り活動の一環として、小学校、中学校から講座の依頼を受けることがあまり無く、高校生や大学生、それから高齢者に対する講座の依頼件数からすると、小学生、中学生に説明する機会は全然少ない。生活科学センターを見学したときに、社会科見学などで来ている子供を何度か見たことがある。消費者教育の対象となる年齢層をもう少し下げて、視覚に訴えるような展示にリニューアルすれば、良い消費者教育の場になるものと思う。資料25ページの「（4）の生活科学センターの来館者数」の目標が令和13年度に187,500人とある。一方、資料22ページの「（4）生活科学センターのリニューアル」の中で、「平成23年度から24年度にかけて一部施設のリニューアル工事を実施しましたが、幼児期向けの学習素材が不足しているなどの課題があり、時代にあった展示やアトラクションやコンテンツの充実も必要となっている」とある。目標では来館者数を増やすことになっているが、生活科学センターをリニューアルする計画はあるのか。予算の問題もあるだろうが、ターゲットを絞って、遠足などで来館される子供向けに視覚で訴えることができるようにしたら如何か。

事業者指導に関し、今年度の1回目の審議会で、睨みをきかせるためにも指導を行っていくとの説明があったが、そのとおり指導を実施していただき、随分効果が出ているものと思う。指導件数の目標を、令和6年度の76件から令和13年度に150件とさ

れているが、何か具体的に指導をするまで、又は処分をするまでに消費生活課の事業者指導の職員の業務の在り方を変えるなどされるのか。

指導が迅速に行われることでかなり効果があると思うが、その効果は指導された業者にのみ発揮されると思う。同業他社に対して効果を及ぼせるためには公表が必要になるが、公表するには証拠固めにそれなりの時間がかかるもので、迅速ということにならないのは重々承知しているが、150件と目標を掲げているので、考えがあるのか伺いたい。

(消費生活課長)

生活科学センターに関し、年齢層を下げたところをターゲットにして視覚に訴えるようリニューアルというのは、必要だと思っている。そういったリニューアルを検討、計画していきたい。

(消費生活支援センター所長)

委員御指摘の子供に向けて視覚に訴えることは非常に重要なことだと思う。こどもだけでなく、外国人の方や障害者の方にもとてもわかりやすいものになる。よい内容になるように検討していきたい。

(消費生活課長)

事業者指導について、被害が拡大する前に、早く事業者指導をするため、今年度から文書による指導を始めた。今年度の5月くらいから始め、1月末時点で90件ほど指導している。月平均で10件ぐらい行っており、1年間で120件になるので目標として年間150件と設定した。

同業他社への牽制という意味での公表についても、特定商取引法に基づく行政処分をしないと、行政指導の段階では公表できないことになっているので難しいが、県の条例を使つての公表を進めるよう仕組みを作った。例えば、県が受けた相談をもとに事業者を確認を求めたときに、何の反応もなかったときには、その事業者名を公表することが条例のできるもので、これから積極的に行っていきたい。

(内田典子委員)

資料15ページ「(2)市町村の消費生活センターの充実」に関し、被害が増えているなかで、消費生活センターの充実というのは本当に大事なことだと思う。「市町村の消費生活センターの中には相談員が一人体制のため」とあるが、まずはここに相談が持ちかけられることを考えると、本当に大変な仕事だと思う。「更なる充実が求められています。」とあり、相談員を増やしていくのが大事だと思うが、どのように充実することを計画しているのか。

(消費生活課長)

県は、市町村の相談体制を充実するための支援をしていくということで、県の消費生活支援センターに主任相談員がおり、その主任相談員を市町村に積極的に派遣し、困難事例についてのアドバイスをするなど、市町村の相談員の支援をさせていただいている。また、県で相談員向けの研修会を開催し、市町村の相談員のスキルの充実に努めて

いる。

人の確保がなかなか困難になってきており、少ない人数でも相談体制を確保できるよう、例えば近隣の市町村同士が広域連携をして輪番で相談を受け付ける広域化を進めたり、抵抗感がある方もいらっしゃるがメールとかWEBで相談を受けることも、これから進めていかなければいけないと思っている。そういった面で、市町村の相談体制の充実を図っていきたい。

(杉浦委員)

資料4ページの「図1-2 本県の75歳以上人口の推移と推計」について、令和2年、2020年の人口を100として、令和12年などの数値が記載されているが、この図は計画が出される際には更新されるのか。

資料15から16ページの「(2) 市町村の消費生活センターの充実」の消費生活センターの相談体制に関して、デジタル技術を活用した相談というのは、若い世代の人にとっては相談しやすくなると思うので推進していただきたい。一方で、逆にそこだけに注視しすぎると、今度は高齢者の方が相談しにくくなってしまうので、バランスをとりながら、いろんなところに目を向けて、相談体制を充実させていただきたい。

(消費生活課長)

国勢調査の数値に基づく国立社会保障・人口問題研究所の推計をベースに記載している。最新の情報がとれれば更新したい。

次に、ある年代にはメールとかWEBの方が気軽に相談できるという場合もあるので、市町村の消費生活センターにも導入されるように支援をしていきたいと思っている。

デジタル技術の活用について、埼玉県では先進的な取り組みを行っており、消費生活支援センターでボイスボットを使った相談の受け付けを、今、実証検証しているところである。初めての取り組みであり、丁寧に進めている。すぐには難しいと思うが、成果が出次第、将来的に市町村にも波及していくようなことができればという取り組みで、全国に先駆けて本県で進めていることを紹介させていただく。

(消費生活支援センター所長)

ボイスボットで対応しているのは、今は相談の「受付」の部分のみである。氏名やお住まいの市町村名といった基本情報の把握をボイスボットで行い、相談自体は相談員につないでいる。今は、この相談の「受付」をいかに効率的に行い、相談者をお待たせしないでつなぐという改善に取り組んでいる。当然、相談対応は、様々なことの「聞き取り」が重要であり、丁寧な対応が必要である。

一方で、若者をはじめ色々な方の相談にどう対応するか検討も必要、そして相談員の確保に関してはいろんな分野で人の取り合いという実情があり、確保が難しいなかで、県民が困らないようにするためには、一定程度、最新技術を使って解決していかなければならないとも考えてもいる。消費者庁や国民生活センターなど関係機関と相談しながら、慎重にはあるが、将来に向けて先進技術を効果的に活用できるよう進めているところである。

（上原会長）

資料の6ページ目に記載されている相談内容の分析について、私が事件対応をしていると、相談内容というより、勧誘手法に着目した相談というものに流行り廃りがあると感じている。最近では定期購入というものが非常に問題になっており、商品より勧誘手法で相談状況を啓発した方が、自分が消費者被害に遭っているのか分かりやすいと思うが、勧誘形態に着目しての分析はなかなか難しいのかを確認したい。

次に、資料17ページの「（3）勧誘手口の巧妙化等への対応」のところで「こうしたことに対処するため、警察や国との情報交換や人的交流を進め調査手法のノウハウを高めていく必要があります。」はそのとおりだが、県として、犯罪に該当する違法な特商法違反を見つけたときに、警察への通報まではしないのか。情報交換にとどまらず通報などそういった対応もしていただけるのであればそういったものも含めていただきたいというのは、個人的な意見としてある。

次に、資料18から19ページの「（4）在留外国人・訪日外国人消費者」のところで、記載されている指摘は、その通りである。「こうした外国人は、自国の文化や言語、習慣との違いや、日本の法律や契約慣行などを十分に理解していないことなどにより、消費者トラブルに遭いやすい」と書いてあるが、具体的にこれらの方々に対してどういう対応をとっていくのかという視点を検討いただきたい。

例えば、「（1）子ども・若者」のところで消費者教育が必要と書いてあり、「（2）高齢者」のところで、きめ細やかな支援、「（3）障害者」のところで、障害者向けに音声案内を導入と、具体的なことが書いてあるが、外国人の方に対しての具体的な対応が書かれていない。インバウンドが増えた結果として、日本の法律とかが分かっていないがゆえに、日本の事業者側の方にクレームなどが入ってしまって、トラブルになっているケースが多い。日本の事業者側の方でどう対応していくのかという視点は如何か。外国人の方によるトラブルを防止するための視点が重要と思っており、検討いただきたい。

次に、資料19ページの「4 消費者教育の推進」の「（1）消費者力の育成を目指した消費者教育」の最後の「カスタマーハラスメントが生じないための取組を実施していく必要があります。」とあり、そのとおりである。追加して検討いただきたいことが、消費者が意図せず加害者になってしまうケース、例えばマルチ商法とか、今流行りの闇バイトとか、消費者力の充実が重要になってくると思う。「気づく力」、「断る力」、「相談する力」に、「消費者が加害者にならないような教育の視点」も盛り込んだ方がいいと考える。

（消費生活支援センター所長）

相談内容の分析については、全国共通の消費生活情報ネットワークであるP I O-N E Tシステムを使うことになる。現システムでは「勧誘手法」で数字を出すということがかなり困難で、いろんなキーワードを組み合わせでなんとか出している状況である。

このシステムは、来年度新しく切り替わることになっており、我々も新P I O-N E Tシステムへの意見を聞かれた際には、わかりやすい広報ができるよう考慮してほしいと要望はしており、結果待ちの状況である。数字を扱うものなのでシステム次第という部分が大いだが、次期システムでも「勧誘手法」を引き出す試みはやってみたいと思っている。

(消費生活課長)

犯罪に該当するような案件がわかった場合に警察に通報しないのかということについては、正式なルートで警察に言うということはしていない。県警で特商法を扱う生活経済課から、職員が1名消費生活課に派遣で配置されている。その職員を通じて生活経済課と日常的に、個別の事案などについても、情報交換をしており、正式な話をしなくても日常的に情報のやりとりができています。

続いて、外国人に関して、御指摘のとおりで、事業者側からの視点も必要だと思う。一方、この計画自体が、消費者目線での計画になってくるので、どういうふうな書き方ができるか検討させていただきたいと思う。

カスハラに関して、消費者側が加害者になるという視点は確かに今までなかったものであり、入れていく方向で検討したい。

○報告事項（1）令和7年度上半期の消費生活相談の概況について

(消費生活支援センター所長)

※資料3「令和7年度上半期の消費生活相談の概況」に基づき報告

(上原会長)

本資料は、商品一般などではなく、いろいろ絞り込んで勧誘手法など、この類型に分けて分析し、作成されたものなのか確認したい。

(消費生活支援センター所長)

県内の相談に関して、専任で相談状況を日々確認している職員がおり、そこから相談内容のトレンドは検討をつけることができる。それを数にまとめあげていくのだが、相談員がどういうキーワードでシステムに入力しているかにもよるので、様々なキーワードでの検索を積み上げて、数字を出している。

(吉川委員)

先ほどの議題のところで「適切に対応できない消費者が増えている」というところで意見した関連になるが、資料3の3ページ以降の囲みの書き方に関し、消費者が適切に行動できるように書くことが重要だと考える。

例えば、不審なメールが届いたときに、「返信しない、無視をする。間違っても返信をしてはいけない」というのが行動になると思う。また、知らない電話番号からの電話があったときに、資料には「慎重に対応しましょう」と書かれているが、相手が悪質だったら電話に出たり、かけ直したりしたらアウトだと思う。「慎重に」という中身が問題で、この文章に記載するかは別として、例えば「相手を特定しましょう。特定できなかったら無視しましょう」というレベル感で、行動提起をしていただくことが重要だと考える。

(消費生活支援センター所長)

御指摘のあった「知らない電話番号から電話があった際は、慎重に対応しましょう。」については、電話に一切出るなどになると、緊急連絡など受けられないことになり

兼ねないこともあり、また、誤解が生じないように、いろいろなケースについて書きこむととても長い文章になってしまう。そうしたことを併せ検討した結果、今回の表現にした。我々は他にも啓発に使えるツールを持っているので、委員の御指摘を踏まえ、より詳しく具体的に伝えていくべきことについては、それにあった手法を用いるなど、効果的に進めていきたい。

○報告事項（２）令和７年度事業者処分等について

（消費生活課長）

※資料４「令和６年度消費生活相談の概要令和７年度事業者処分等（令和８年１月末現在）」に基づき報告

（質疑応答 なし）

○その他

（内田洋子委員）

年々消費生活相談の内容が難しくなってきた、いろんな新たな言葉が飛び交っている中で、相談員の日々の努力や勉強がとても大事だと思っている。相談員になろうという人があまりいないのもそういうことが一因かもしれないし、相談員の待遇面もあると思う。相談員さんの待遇を上げ、相談員さんが一生懸命やるという意気込みを持って相談に当たれる体制を作っていただきたい。

（消費生活課長）

相談員の待遇改善は、予算が関わりなかなか難しい面があるが、問題意識として持っており、引き続き、何らかの形にできればと思っている。

（星野委員）

消費者教育という観点のことになるが、私は県に講師の登録をしている関係で、消費生活支援センターから、年に何回か講座の講師を引き受けている。

講座をする対象者は、高齢者だったり、中学生、高校生だったり、一般消費者の方向けである。県を通して案内される講座は、私の経験では事業者から依頼されたものが今まで無い。

本審議会の２期目として委員を務めているが、前期の事業者団体の区分の委員の方の中で、若い従業員向けに県で作ってる啓発チラシはないかという質問があり、審議会終了後に、国民生活センターが啓発チラシを各種作成していることを情報提供した。

事業者の方々も仕事を離れば一消費者であり、消費者トラブルにひっかかりにくい年代の方々も、特にSNSの投資詐欺など何千万円もだまし取られたという被害が報告されている。事業者の皆様にも、県に消費者トラブルの啓発の講座の依頼をしていただき、私ども消費生活相談員が、御要望の内容に沿った講座をさせていただき仕組みが整っており、営業活動の参考となることもあればと思うし、講座を受けた従業員の方から他の従業員の方に広めていただくことも期待できると思うので、是非講座の依頼をいただきたいと思う。

(消費生活支援センター所長)

国の消費者教育の推進委員を務めており、本県だけではなく全国的に事業者従業員向けの講座は難しいという話になっている。幼児から高齢者までライフステージに応じた消費者教育が必要とされているなかで、今働いている若い世代にはなかなか行き届かないところだと思う。講座の開催については、県で定めた条件もあるので確認する必要があるが、情報が不足しているところに届けるという意味では事業者団体などから講座の依頼があれば対応していくべきと思っている。団体と協力しながら進めていければと考えている。

(上原会長)

以上で令和7年度第2回審議会を閉会する。