

令和2年度富山県消費生活審議会 議事要旨

1 日 時 令和2年12月18日（金）午前10時00分から11時48分まで

2 場 所 富山県民会館701号室

3 出席者

委 員：橋爪委員、中出委員、伊豆委員、稲垣委員、尾畑委員、
絹野委員、木村委員、小泉委員（婦人会）、笹原委員、
炭谷委員、高木委員、西岡委員、早川委員、水木委員、
八島委員

事務局：竹野生活環境文化部長、武隈生活環境文化部次長、
村岡参事・県民生活課長 他

4 議事内容

資料に基づき事務局から説明

- （1）消費者行政の取組状況等について
- （2）消費生活相談の概要について

5 主な意見等

（会長）

事務局から説明があった消費者施策などについて、意見、質問を頂戴したい。

（委員）

高岡市在住だが、本市では消費者教育として、地域の高齢者の方を対象にふれあい・いきいきサロンで食品ロス削減などの出前講座をしている。特殊詐欺に関しては反応がとても良いが、食品ロス削減やエシカル消費に関しては説明してもなかなか…。高齢者の方には、片仮名のエシカル消費というのが理解されにくく、なかなか難しい。

今日の資料にエシカル消費のパンフレットが用意されていたので、これを見せて、分かりやすい説明をして理解を深めたいと思う。この冊子はどこでいただけるのかまた教えていただきたい。

（委員）

コロナのせいもあり、家庭に閉じ籠もっている方が多い。例えば市町村の広報紙などに分かりやすく書いてある簡単なエシカル消費のチラシを入れて、

全家庭に配っていただけないか。予算がかかり大変だと思うが、民間の事業所の協力なども入れて、ぜひやっていただきたい。

(事務局)

エシカル消費の普及啓発については、ぜひ出前講座などでも積極的に普及をお願いしたいと思っている。県民生活課で、エシカル消費の国のパンフレットと今年3月に作成した県のパンフレットを準備しているので、必要部数を言っただけであればお送りする。また、消費生活センターや消費生活センター高岡支所にも備え付けているので、お渡しできる。なお、県のホームページにデータを掲載しており、そちらからダウンロードもできる。

エシカル消費については、認知度がまだまだ低いということもあり、県でも、来年度に向けて積極的に普及啓発したいと思っている。

全世帯にチラシを入れるというのは少しハードルが高いが、新聞やテレビCMなどの県の広報でお知らせするなど、できるだけ家庭にいるときにお知らせできるような形で何かできないか、新年度に向けて検討したいと考えている。

それから、皆様が毎日行かれる買物の中でエシカル消費を知っていただくという取組みを考えており、スーパーマーケットの協力を得て、エシカル商品を集めてエシカルフェアといったことをできないか検討している。

新年度、実際どのような形でできるのかというのはまだ調整中であり、はっきりお知らせできないが、積極的な普及啓発に向けて検討しているところである。皆様のいいアイデアがあれば教えていただきたいと思う。

(会長)

エシカルという言葉だけではわかりにくいという話も出たため、県で検討している取組みにおいて留意していただければと思う。

(委員)

コロナ禍でずっと家に籠もっている高齢者の消費者被害を防ぐために、例えば電話の録音装置をもっと普及していただけないか。そうすれば、高齢者の消費者被害は少なくなるのではないかと思う。

現在でも録音措置を貸出しておられるが、台数が少ない。例えば70歳以上にそれをつけるということにしていいただければ、消費者被害も少なくなるのではないか。

(事務局)

警察本部生活安全企画課で犯罪抑止を担当している。

通話録音装置は、全市町村ではないものの、市町村で予算化し、無料で貸

し出す事業をされていたり、設置補助金を出していたりする。警察本部として、通話録音装置の有効性を啓発しており、市町村にも録音の有効性を示して働きかけを行い、連携して普及に取り組んでまいりたいと思っている。

他県の市町村でのアンケートで、通話録音装置をつけた家庭は、そのことで詐欺電話が非常に減少したという効果の検証もされている。今後も普及できるように、警察本部としてもいろいろな講習等で啓発していきたいと考えている。

先月、県内で今年最高額となる3,450万円の特殊詐欺の被害が発生し、例に漏れず高齢者の方の被害だった。個人の方が資産をどのように持っておられるかは千差万別であり、今年特に多いのは、老人ホームの入居権をめぐる名義貸しトラブル名目での架空料金請求である。誰にも相談できないように困り込み、犯人側から、銀行口座から定期的に下ろすように指示を受けておられた。1日に下ろせる額は金融機関によって決まっており、その額——50万円なら50万円を何日にもわたり下ろさせて、何百万円とため込ませたものを、ATMの振込であれば金額に上限があるため、宅配便で送らせる、この手口が非常に多い。

この手口が増えたことによって高額被害も増加しており、今日は10月末の特殊詐欺の現状の資料をつけたが、11月末現在の被害額総額は県内で3年ぶりに1億円を超え、1億5,000万円超となっている。

このような手口が今年多かったため、警察本部では、この年末にかけて、宅配便を利用した被害を防止するために、緊急対策としてポスターを作った。全宅配事業者、それから県民に身近な県内300の郵便局に、年末警戒にあわせてこのポスターを貼り、「宅配便で絶対送らないで」と啓発を進めているところである。

宅配便に限らず、電子マネーを購入させたり、ATMで振り込ませたりするなどの手口も非常に多い。そのため、警察本部ではこれについての啓発を図っているが、今日ご出席の委員の皆様にも協力いただきながら、被害防止に努めてまいりたい。

(委員)

中小の事業者として発言させていただく。

まず、先ほど委員から発言があったエシカル消費について。コロナ後の新しい生活様式では、消費生活も新しい形になる。新しい生活様式というのは自分の身を守り、家族を守り、周りの人を守り、地域を守るという性格のものである。

求められているエシカルな消費を県で今回新たにスーパーマーケットとタイアップし、県の広報媒体等を活用して行うということであり、それはぜひとも進めていただきたい。地域ごとにそれぞれショッピングセンターがある

ので、実施の際には、市町村ともタイアップして、地域のショッピングセンター、共同店舗運営協議会も活用していただきたい。エシカルな消費が地域を活性化し、雇用を生むと期待している。

それから2つ目、コロナ禍での政府の施策の変更時の対応について。Go Toキャンペーン等のアクセルを踏むタイミングと、それにブレーキをかけるタイミング——今現在、Go Toトラベルキャンペーンはストップをかけられているが、その際のキャンセル料は、12月24日までにキャンセルされた場合には、国が50%補助し、それ以降については標準旅行業約款によって処理するというようになっていた。約款による対応は事業者と消費者である旅行者の間の問題になる。約款によれば、契約上重大な変更があればキャンセル料は取れないという規定もあるが、政府は、どうもキャンセル料を取れるという認識で動いておられる。この点がトラブルの種になりそうなので、私も非常に心配している。最終的には消費者相談に発展してしまう可能性があるが、きちんと県と市町村の消費生活センターに対応していただくことを期待している。

それから最後に、県民向けマスクあっせん事業について。4,000万枚のマスクを調達してあっせんしたという事業で、県民は非常に安心した。ただ、結果的には調達したマスクの半数ほどが残り、それは高校生や社会福祉施設等に配布され、残りは県が買い上げて備蓄した。

非常にありがたい施策を実施されたと思うが、経済活動に県行政が介入した結果、非効率な部分も出てきて、結果的に、高いマスクを県で備蓄してしまった。備蓄というのは、本来、平時に安く買って緊急時に備えるということであり、ちょっと残念だった。

その際に、大手2社の店舗で販売されたという点なのだが、その大手2社のない地域は、共同店舗もご活用していただきたかったと非常に残念な思いだった。

いずれにしても、コロナ禍の中では、消費者行政というのは非常に厳しいかじ取りを迫られると思うので、行政の皆さんにはしっかり対応していただきたいと思う。

(委員)

事業者としての立場で発言させていただく。

消費者の立場で考えてみると、購入するチャンネルが非常に多様化して、様々なトラブルが生じてくるのは蓋然性があると捉えられると思う。

この「消費者トラブル事例集」は、コンテンツが1から17まで記載しており、非常によくできている。もっともっとこれについて広く普及をされたらどうか。

それから、事業者である生産者の立場で考えると、一般的に企業の理念と

いうのはCSを重視している。CS — カスタマーサティスファクションを重視すればするほど一般の消費者の満足のハードルが高くなっていき、販売する側と購入する側のギャップは広がってくる。クレーマー対応に非常に時間がかかるとよく聞く。2時間、3時間かかっているところもある。それでもイメージが悪くなるからと耐えている。

それともう一つは、ブログやらSNSでその企業が叩かれる。

この問題について、自分の思いだけで、消費者は神様だという感覚でしつこく言われると問題があるということを普及していただければありがたい。現在はコールセンターなどの、相手の顔が見えないところにリスクがある。こういう問題はもっともっと考えていかななくてはいけない。

消費生活相談について、定数的に件数を報告されたが、トラブルの内容にプライオリティーをつけてやっていただきたい。やはり金額が一番大事な指標になると思う。先ほど冒頭で4,000万円ぐらいの詐欺にあわれたという報告があり、非常に気の毒に思った。金融問題や証券問題にも金額が大きい事例があると思う。

あとはインターネットやテレビでよく広告している養毛剤等で、全然効果がないものの定期購入の辞め時について悩んでいらっしゃる方々への対応をお願いしたい。身近にたくさんいらっしゃるので、十分に深掘りしてもらいたい。このトラブル事例集は非常によくできているので、もっともっとこれを見て勉強していただければいいのではないかと感じた。

(会長)

政府の施策の変更等による不利益についての相談等は寄せられているか。

(事務局)

国の政策であるGo Toキャンペーンのキャンセルについては、先ほどもお話があったように、基本的に約款に基づく。ただし、国で特別に何月何日までの分のキャンセルは補助金がもらえるなど、方針が示されれば、センターにキャンセル料の取扱いなどについて消費者から相談があった際に、こちらで分かる範囲で説明し、こちらで答えられないものについては、担当のところへ案内するという形で、適宜、対応はしていきたいと思う。

また、ご意見をいただいた事例集について。これは、大学での出前講座などに使っている。高校への出前講座などには、また別のテキストを使っているが、高校3年生を対象にした出前講座が実施されなかった高校に対しては、このトラブル事例集を学校にお配りしている。

それから、この事例集と中身は同じで、少し小さいサイズを各市町村で成人を迎えられる方向けに配っていただきたいと、市町村に希望の部数を照会し、希望部数をお配りするなどの取組みを実施している。

(会長)

高校生の冊子以外にも年代に応じて、幾つか事例を紹介する冊子を作られている。

もう1年と3か月ほどにいよいよ迫ってきた2022年4月からの成年年齢の引下げについての取組みについて、意見や質問などを頂戴したい。

(委員)

以前高校教育に携わっていたので、会長からお話のあった、成人年齢の引き下げについては、選挙権に続いて高校現場でも大きな問題となっている。高校生が消費者トラブルに巻き込まれた場合の対応を考えると教員だけでなく保護者への啓発も考えておられることがわかった。保護者への啓発という点では、学校だけでなくPTAなどの組織を通じて研修していただく機会を設けていかないと間に合わないのではないかとも思う。これは子育て世代への消費者教育にもなっていく。次に、冊子については、成人向けの冊子は年齢のターゲットが絞り切れておらず、消費者教育は小さい頃から高齢者まで1つの流れでおこなうべきで、それぞれの年代に合わせたパンフレットが必要だと思う。

昨年も発言させていただいたが、高校生は動画を視るが、パンフレットにはQRコードが見当たらないので、見てみようと思う高校生は少ないかもしれない。政府の動画サイトで188 — いややを視るとゆりやんレトリィバァが出ており大変面白いが、高校生など若い方へのとっかかりとしては良いかもしれないが…。高齢者への広報はテレビなどマスコミを通じて集中的な広報が効果的と考える。

最後に、高校生や小学生はエシカル消費やSDGsは教科書に載っており、その普及も含めて消費者教育を進めてもらえたらと思う。

(委員)

今意見のあった若い人たちへの教育というのは、そのまま高齢者の見守りにつながっていくと思って聞かせていただいた。今コロナの感染拡大防止のための移動制限のために、高齢者の間で遠隔とのやりとりにスマートフォンの使用が広がりつつある。そういった中で高齢者が通信機器を使ったために出てくる問題もあると思っている。SNSを使った被害等も増えてくる可能性もあるので、携帯ショップで販売するときに、危険があるから注意しましょうという注意喚起があってもいいのではないかと思う。そういったことを広めていただけるといいのではないかと思った。

それから、デジタルネイティブなので、いろんなことに対して非常にちゅうちょなくやっていく賢い人が多いのと、うちの学生たちを見ていると

思っているが、一部、その中でおかしなことが起きる可能性も高いと思っ
ている。周囲で見守ったり、友達同士で注意喚起できたりする環境を整え
ばいいと思うので、幅広い知識の普及というのが一番大きいと思った。

データを見ると、知識の普及を一生懸命やっている中で相談件数が減
ってきているのは、効果が出てきたと評価できる部分もあると思った。

(委員)

今日発言するか迷いながらきたが、先ほど意見が出たので同様の話を
する。コロナ禍で、現場で増えているクレームの質が非常にきつくなっ
てきている。そのことが原因で辞めていく人が何人もいるという実情な
ので、何らかの対応が必要なところに来たのかなと思っている。

多いのはやっぱりお年寄りである。先ほど委員がおっしゃった、共
同組合の店舗はずっと長いお付き合いなので、皆さん顔なじみで言い
やすい。そこに来る方の話を、ちゃんと聞けば聞くほど、聞いている
ほうが病になって辞めなくなったという話になっている。消費生活相
談の件数が減っている分は、実は地域で吸収している可能性があるとい
うことも踏まえておいてもらいた
い。

県知事も代わられたことであるし、横の連携をしっかりと使って、ど
こか他の部署でそういうデータを取っていただいて、労働する従業員
に優しい消費というものをぜひ考えてもらいたいと思う。

お店で対応してくださいという施策だけだと、お店にお金の問題では
なく、心の限度が来てしまう。そうすると、いずれリアル店舗の従業
員はいなくなってしまう。リアル店舗は立ち行かなくなるか、非常
に冷めたリアル店舗しか残らないということになりかねず、それは
インターネットで物を買えない人たちを取り残すことになってしま
い、最終的に消費者にとってマイナスだ
と思う。常に携帯を持って検索しなければ本当にいいものは買
えないというのは、好ましくない社会ではないかと私は思う。

(委員)

今の意見は、大変参考になり、大賛成である。

私の所属する団体はサービス業を含めた零細企業の集まりだ。当然今
までいい商品をちゃんとした料金で、ここ二、三年、エシカル消費に
対応し、食品ロス削減も考えながら商売をしてきたが、今のコロナの
問題が出てきてから、今大変商売が厳しく、私たちはそれ以前の
ところに今追い込まれつつある。今日はここで発言することはない
だろうと思っていたが、少し現状をい
ろんな人たちに知っていただきたいと思い、あえて言わせて
いただいた。

(会長)

委員から、デジタル化に対する対応ということで、高齢者に対してもきめ細かく注意を喚起する工夫があればよいのではないかという意見が出た。また、昨今のクレームがひどい状況であるために、そういったことが消費者の利益にもつながらないことになっていくのではないかという指摘もあった。

消費者教育基本法などで消費者市民社会という考え方が示されており、ここでは、消費者としては、商品やサービスについて気になることがあれば発言をして、よりよい商品やサービスになるように努力をしていくとされている。ただ、よりよい商品やサービスをもたらさない意見というのも中にはあるのかもしれない。自分の意見がよりよい商品やサービスをつくることにつながるのか、世の中の多くのほかの人を幸せにすることができるのかどうかということを考えていくのは、消費者教育の中でも必要なことだと思う。そういうことを心がけて、我々も高校生に対して、県と一緒にあって弁護士会として出前講座を開催しているが、その際にも、そういう観点での啓発も必要だと思う。

(委員)

まず、1点目は予算について。今デジタル化、デジタルトランスフォーメーション社会が結構進んでいて、消費者と発信側の情報の格差がかなりある。そこで困ったときに受けていただく消費生活相談員の充実ということなのだが、かなり専門的なことまで、しっかりと対応できるように、相談員のブラッシュアップ等に力を入れていただきたいと思っている。

それから、2点目は、エシカル消費も食品ロス削減も、SDGsで課題とされていることに関連している。一つ一つがばらばらではない。先ほど委員の方々がライフステージに応じて消費者教育のやり方、手法を変えていく必要があると発言された。教育委員会や高齢者の関係部局と相談して、一番効果的な方法での実施をぜひお願いしたいと思う。

一方、業界の方が困っておられるのも事実だと思う。12月6日の北日本新聞の社説に、カスタマーハラスメントについての啓蒙、皆さん、気をつけなさいといけませんということが載っていた。私はこれをコピーして学生に配って使おうと思っている。できるだけお金を使わないで何かできると一番いいが、行政の皆さんには消費者、事業者いずれにおいても、効果的な方法で普及をぜひお願いしたいと思っている。

全体としては、最初の予算どおりに執行されているので、この後も充実してやっていただければと思う。

(委員)

女性の経営者や事業者の奥様などが所属している団体に属している。そこでいろいろな話を聞いていると、私たちの組織に入っている方たちは、本当

に自分のお店や事業所のことで精いっぱいである。研修なども今年は全てウェブ開催としており、お祭りやイベントなどもみんな中止になっており活動もできない状況である。もし出前講座などをウェブ開催していただけるのであれば、それを利用することで意識を高めていく方向に考えていきたいという思いを抱いている。

(委員)

私は、事業者の団体に所属しているが、どちらかという消費者の方と対面して販売をする形の職業ではないので、一母親としての意見として発言させていただく。

トラブル事例集を発行し、中高生に講座を開かれているが、今デジタル化が進んで、小学生の高学年でもゲームついでにいろいろ触って、知識もないままトラブルに至る可能性がある。5・6年生の児童生徒向けに、授業参観で消費生活について考えるということにすると一番手っ取り早いと思う。母親世代の方も、どんなことがトラブルなのかわからずなかなか相談できない、講座にも行けないという意見があり、小学生である子供のことであれば、授業参観に参加して、問題意識を持ってお子さんと一緒に考える機会になるため、一石二鳥で、講座を有効に使えるのではないかと感じた。

また、コロナ禍によって、そんなつもりはなかったのに大学生が詐欺師に加担してしまい、加害者の立場になることもあるということニュースで耳にした。出前講座では、消費者としてこんな事例があるということだけではなく、自分が加害者になる事例もあるのだということをお話しただけであれば、うまい言葉に乗せられて加害者になることを未然に防ぐことができ、問題すらも出てこなくなるのではないかと感じている。

それと、ここ2期ほど委員をさせていただいて、SDGsは、最初の頃はまだ用語自体も何だという感じで捉えられていたものが、だんだん普及してきていると実感している。生活環境文化部長がつけておられるSDGsのバッジをもっと県職員の皆さんがつけて、「そのマークって何？」というところの話からSDGsのことを考えるきっかけになるのではないかと思うので、できればバッジを普及させて、SDGsというのは身近なものなのだという事を感じていくことがいいのではないかと考えている。

(会長)

今、3名の方から続けて意見をいただき、やはりデジタル化に対する対応ということ、相談の充実のための手当てをよりすべきではないかという意見、出前講座をウェブで開催するなどの工夫もあり得るのではないかという意見、啓発等の方法として授業参観を利用するという方法や、あとは大学生が加害者になるようなトラブルもあるということをもっと知ってもらふ工夫が必要

ではないかという話があった。

大学生が加害者となるというのは、まさに最近、先ほども事例の中で紹介があったマルチ商法やネットワークビジネスと言われることのトラブルだと思うが、これについては、弁護士会と県で連携して行っている高校生講座などでは、最近よくある被害事例ということで取り上げて紹介することが多くなっている。特に、具体的な高校名は出せないが、結構今は何々高校の同級生や、何々高校の何々部の人たちが誘い合ったりして、そういう取引に入っていくので、人ごとではないということで説明をしたりすることがある。

デジタル化に対応するための相談対応の充実、それから出前講座をウェブで行うという取組みについて、県で説明いただけることがあればお願いしたい。

(事務局)

先ほど事務局からご説明したが、国の強化交付金などを活用して、4月補正において消費生活センターの相談体制強化事業を予算化した。デジタル化ということで、パソコンを整備して、消費生活相談にZoomを活用できるようにする予定である。また、迅速な情報収集や若年層にも配慮したツールで情報発信を行うようにするなど、工夫することとしている。

(会長)

デジタル化に伴い、例えばスマートフォンなど、どんどん新しい技術がでてきており、相談員の方がそういうところについていくのは大変だと思うが、そういうことについて、相談の現場で何か手当てというか、考えられていることや取り組まれていることがあればご紹介いただきたい。

(事務局)

県と市町村の相談員などを対象にして、毎年研修を行っている。特に、最近ではデジタル化が進んでインターネット上でのトラブルが増えてきているので、先月も東京から専門の講師をお呼びして、ネットトラブルの相談処理などについて、県と市町村の相談員に研修を行った。今後も、特にデジタル化にテーマを絞った研修などを通じて、相談員、相談体制の充実強化を図っていきたい。

(会長)

先ほど市町村で取り組まれている電話の録音装置の活用などの意見も出たが、そのことに限らず、市町村での取組み等をご発言いただければと思う。

(委員)

消費者トラブルの事例集は、先ほど他の委員からもご意見が出たように、非常にいい出来だと思う。

コロナ禍で外出が控えられ、巣ごもり時の買い物として、通販での購入トラブルが非常に増えているということが起きている。

事例集を見て、実は私の周りに同じトラブルにあった方がいると思った。

先ほど成人式等でも配るというお話があったが、これは幅広い世代——地区ごとに60歳か65歳からの老人クラブ等にこういった事例集を周知することは、非常に有効ではないかと思っている。他の委員からも意見があったように、インターネット上などデジタル化のために様々なトラブルが急増していると思っている。県を挙げて市町村と連携、共有しながら、こういった事例集の幅広い周知、喚起に努めていただければと思う。

(委員)

消費者トラブルやエシカル消費など、最近はニュースでもよく取り上げられているので、皆さん聞き慣れた言葉になったのではないかと思う。けれども、自分には関係ない、自分はそんなことに関わることはないという気持ちが出てきて、少し遠いところにある感覚になってしまう。パンフレット等を見ると、結構身近なことなのだと分かるが、パンフレットを配られても、見る人と見ない人がいると思う。

今はコロナ禍で難しいが、出前講座で、本当に身近で誰にでも起こることだと、少しお話ししてもらえると、身近に感じて、一層理解を深めることができるのではないかと思うので、難しいのだが、それに代わるような何かがあればいいと思った。

(会長)

弁護士会のことばかり申し上げるのは大変恐縮なのだが、先ほど来お話をしている高校生向けの講座でも、以前はこういうトラブルがあるから、被害にあわないように気をつけましょうということを主に高校でお話をしてきたところだが、ここ最近、数年は、エシカル消費やSDGs、消費者市民社会についても、短い時間にはなるが、できるだけ取り上げて説明をしていこうということで進めている。

教育委員会で現在実施されていることがあれば、何かご説明いただきたい。

(事務局)

成人年齢引下げに加え、学習指導要領の改訂に伴い、消費者教育の充実が設けられた。昨年度から、家庭科教員で消費者教育に関してどのように授業を進めていけばいいのか、授業の教材を研究している。さらに、先ほどから

も出ている弁護士の方を招いた消費生活講座の充実ということで、昨年度から数回、家庭科教員と弁護士会の方で研修会を実施している。どのような事例が生きた教材になるのかを弁護士の方と意見交換しながら、消費者講座の充実と学校現場での授業がよりよくなるように研修会を重ねてきている。今年度、その成果を発表する機会もある予定だ。

高校の先生方は、消費者教育に関して非常に苦手意識を持っている。というのは、社会が目まぐるしく変化し、しかもキャッシュレス化など、法律に関わる少し難しい内容であるためである。生徒に教える前に先生方への研修の充実をうまく進めていきたいと思っている。

(委員)

消費者被害防止のためには、消費者教育や啓発といったことが重要だと思う。加えて、消費者被害の事後救済について、相談体制をしっかりとしていくということだと思う。

消費者行政については非常に予算が限られており、担当される職員の方も非常に少ないという中で、いろいろ工夫をされ、ターゲットを若年者や高齢者に絞ったり、民間にアイデアを募集したりしていろいろな取組みをされている。

現在のいろいろな取組みを続けていただくとともに、さらにいろんな知恵を絞って、効果的な理解、予防又は救済等に努めていただきたいと考えている。

(事務局)

私からまとめの発言をさせていただきたい。

今、委員の皆様方から大変貴重な意見をいただいた。相談体制の充実などもしっかりと実施したいと思うとともに、また消費者教育についても、それぞれの年代、又は保護者向けに行うなど、どういった方法が効果的かということを考えながら計画していきたいと思う。

また、いたちごっこにはなるが、特殊詐欺の話にもあった最新の手口、やり方などの周知として、できるだけ幅広く情報を県民の方に提供して、少しでも被害にあわない人を増やしていければいいのではないかと思うので、引き続き取り組んでいく。また、今日はこのほかにもたくさんいろいろな意見をいただいたので、来年度の予算に反映できるように、これからもう少し頑張っていきたいと思う。

(会長)

たくさんの方の貴重な意見を皆さんからいただき感謝申し上げます。

今、事務局から言われたように、県でもこの意見を参考にして、取組みを

進めていっていただければと思う。

コロナ禍で、いろいろ予算が必要な部署もあると思うが、依然として、コロナに便乗した消費者被害というものもあるので、やはり取組みを緩めるわけにはいかないということ。それから、先ほど言ったように、成年年齢の引下げが本当に間近に迫っているということで、今きちっと取り組んでいかなければならないところがあると思うので、予算については十分努力していただければと思う。

以 上