

## 令和元年度富山県消費生活審議会 議事要旨

1 日 時 令和元年12月24日（火）午前10時30分から12時まで

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（消団連）、小泉委員（婦人会）、  
桜井委員（代理：居島民生部長）、笹原委員、炭谷委員、  
高木委員、谷井委員、西岡委員、早川委員、水木委員、  
八島委員

事務局：須河生活環境文化部長、清原生活環境文化部次長、  
村岡県民生活課長 他

4 議事内容

（1）会長の互選・会長代理の指名について

会長に橋爪委員を選出、会長が会長代理に中出委員を指名

（2）消費者行政の取組状況等について

（3）最近の富山県の消費生活相談の概要について

（2）、（3）について、資料に基づき事務局から一括説明後、意見交換

5 主な意見等

（会長）

事務局からの説明を踏まえて、委員の意見を頂戴したい。

（委員）

消費生活相談受付状況について、市町村の窓口での受付が4,000件強あるが、  
県と市町村の傾向の違いなどの分析はされているのか。

（事務局）

資料の相談概要は県消費生活センター分のみの記載だが、市町村において特  
に大きな傾向の違いはないと思っている。

（委員）

県の相談件数は全体の半分以上だが、市町村の相談状況がどうなのか、結果  
によっては対策に違いが出てくるかどうかと質問した。

（事務局）

受けたことがないような相談があると、市町村相談員から県の相談員に経由  
相談という形で相談が入る。

（委員）

40頁の特殊詐欺の現状の資料に認知件数がある。この件数は相談に来られた

方の被害件数だと思うが、少額の被害については消費者が泣き寝入りする可能性もある。相談された内容から小口になってきているが、水面下では増えているといった所見があるか教えていただきたい。

（事務局）

県警では相談を受けた件数はあるかもしれないが、どこで諦めたかなど追跡件数は把握していないのではないかと。機会があれば県警に確認する。

（委員）

以前は架空請求ハガキがよく来ていたが、最近は来なくなり、住所等の自分に関するデータが流出しなくなったと思っている。

（会長）

先ほどの事務局の説明では、ごく最近は数年前よりは少なくなったという報告だった。

（事務局）

少なくともはなっているがゼロにはなっていない。最近は圧着ハガキや封書で来ることも増えている。

（委員）

2点質問がある。1点目は、相談内訳の分類上で減少してきているとも言っても、新たな手口やバージョンアップした手口も出てくるので、紹介いただきたい。

2点目は、資料11頁に、平成18年に「くらしの安心ネットとやま」が設立され、令和元年6月に消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会に位置づけられたとされている。この法律と「くらしの安心ネットとやま」との関係について、組織を明確にしたということなのか、組織の中身が変わったということなのか、詳しく教えていただきたい。

（会長）

まず新たな手口、バージョンアップした手口などについて紹介いただきたいとのことだが、例えば、資料39頁に相談傾向などがあり、具体的なものとしては通信販売の定期購入によるトラブルや、チケット転売サイトからのチケット購入に関するトラブルが紹介されている。また、資料38頁では、個別に高齢者と若者に多い相談の類型があり、例えば、若者の化粧品の連鎖販売取引に関する相談があがっている。もう少し具体的な相談事例なども資料として付けたいという趣旨か。

（委員）

そういう部分もある。これからインターネットなどの通信絡みの消費者被害がどんどん増えるのではないかと考えており、そういった事例が少しでもあがっていないかどうか聞きたい。

（会長）

1つ目の質問の新たな手口やバージョンアップした点、特に通信絡みの最近

の傾向について事務局から回答されたい。

（事務局）

次回からはそのような資料も作成する。

特に通信絡みの消費者被害では、突然「儲け話があります」などのメールが来て、やり取りをするうちにお金を振り込んでしまう事例がさまざまな年代で起きている。また、情報商材の関係では、「必ず儲かる必勝法」のようなノウハウにお金を出してしまう人もいる。そういう場合は、カード会社等と何度もやり取りするが、お金が返ってこない事例が多い。

（会長）

「くらしの安心ネットとやま」の位置づけについても回答されたい。

（事務局）

消費者安全法が改正され、地域協議会を設置できることになった。

国では、特に市町村において、この法定協議会、いわゆる高齢者等の消費者被害防止のための見守りネットワークを設立するように力を入れている。県からも市町村に働きかけてはいるが、なかなか設立されないこともあり、まず県が従前から先駆的な活動をしている「くらしの安心ネットとやま」を法定協議会として位置づけたものである。市町村にもこのような法定協議会の設立を働きかけてまいりたい。

（委員）

県はこれまでの「くらし安全ネットとやま」を位置づけたが、市町村でも同様に法定協議会を設立するように、全県的な取組みとして変えていくということか。

（事務局）

県はこれまでどおりの取組みを行っていくが、市町村は、各市町村のやり方で法定協議会を設立していただきたい、すでに見守りをされている市町村には、既存の組織を法定協議会として位置づけていただければと思っている。

（会長）

要するに法定協議会というのは、県に1つあればよいというものではなくて、各市町村で作るのが望ましいということか。

（事務局）

個別に見守ることができるよう、市町村単位で法定協議会をつくっていただけたらと思っている。

（委員）

16頁の「多様な主体による連携強化・発展型の消費者教育強化事業」で、南砺市が見守りを行っている。そうした事業がもっと発展的になれば、全県的に広がっていくのではないかと思うので、市町村長や企業がこの事業をPRするなど、バックアップがあると随分力になるのではないか。

もう1つ、「多様な主体事業」の「見守りジュニア育成事業」において、大学

生が小学生を対象に消費者教育を行うことは、教える立場の大学生も勉強しなければならないし、小学生も講師が大学生ということで非常に身近に感じることができ、こうした事業も発展すればよいと思う。予算の関係もあり難しいのかもしれないが、全県的に広めてほしい。

それから悪質商法では、悪質な業者は、悪い方法でも利益があるからするので、悪いことをすれば不利益となることをわかってもらうよう行政指導を強化してほしい。

(委員)

19頁「使い捨てプラスチック等に関する消費者意識調査の結果について」では、調査結果の活用に「プラスチックごみ削減のための効果的な取組みを進めてまいりたい」との記載があるが、どのような取組みをされるのか。

高岡市にある中越パルプ工業では、化学原料の中からトレイに使えるように「マップカ」という新しい素材を開発しており、全国の紙器業者も同様に取り組むこととしている。

(事務局)

20頁に消費者意識調査の結果の特徴的なものを抜き出してまとめている。3の小売店が実施する「使い捨てプラスチック削減の取組みへの意識」では、どの項目でも全国と比べ富山県の協力意向が大変高くなっており、環境意識の高さがうかがえる。

これを受けて19頁の「プラスチックトレイ削減・転換推進事業」に取り組んでいきたいと考えている。今ほど紹介いただいたトレイの素材自体の石油の割合を低くする、プラスチックからの脱却や転換をすることなどが考えられる。技術開発等を待ち、環境に良い素材を使うことは、価格も上がるため、それを県民として受容するのかどうかの意識啓発等が必要になってくると思う。

もう1つは、プラスチックトレイそのものを使わないようにすることができないか検討し始めたところである。お店でプラスチックトレイを使わない売り方ができるかどうか、また消費者がそれを受容できるかどうかといった調査から始めている。なるべく無理のない方法で、しかし、着実にプラスチックトレイを削減することができないか、取り組み始めたところである。

「マップカ」は、素材で先端に行くもので、先日の「世界で最も美しい湾クラブ」でも、その素材を使い、さまざまな容器などを提供して、大変注目を集めたところである。

(委員)

全国的に見ても富山県は、環境に対して大変努力している県なので、全国に先駆けてそういった取組みをしていただければ良いと思う。

(委員)

今ほどの発言に関連し、お手元の紫色の冊子をご覧いただきたい。これは、富山県内の消費者にプラスチックごみの問題について、消費者協会と消費生活研究グループが調査を実施したもの。現在レジ袋削減の意識はかなり進んだが、それ以外のものも含めてプラスチックごみの知識の普及と実態などを詳しく調べた結果が載っているので、ぜひ参照されたい。

(委員)

13頁「エシカル消費啓発推進事業」の今後開催される「エシカル・ラボ」について、概要等を聞きたい。

(事務局)

「エシカル・ラボ」の内容については、著名人等によるトークショー、エシカル商品の販売、エシカルの関連事業のパネル展示などを検討中であり、消費者庁と調整し決定していく。概要等は、今後、まず消費者庁から発表があり、県はそれによりお知らせする予定である。ぜひ参加をお願いしたい。発表は1月下旬以降になる。

(会長)

消費者庁との共催事業ということで、いろいろ制約があるとは思いますが、3月に実施するイベントを1月下旬に発表して、どのように広報されるのか大変心配。昨日インターネットで検索したが、富山の「エシカル・ラボ」については、何もヒットしないので、消費者庁へ働きかけていただき、早めに様々な方に呼びかけていく必要があると考える。

(委員)

9頁「令和元年度富山県の消費者行政の取組みについて」のところで、高齢者を対象とした消費生活出前講座の受講者が減っている反面、36頁の60歳以上の高齢者の相談が全体の約32%であるということは、出前講座を聞きに行くというよりは、個別で誰にも知られず相談したいという傾向が見られるのではないかと。県としては今後、消費生活出前講座の回数を増やすのか。消費者相談の窓口を情報発信し、浸透したほうがより細かく消費者被害対策としてのケアができるようにも思うが、どのように考えているか。

(事務局)

講座の回数は増やしたいと思っている。その予算を相談窓口の情報発信にシフトする考えは今のところない。

いろいろな団体があり、何年かに1回呼んでいただくところもあるので、出前講座の件数が多い年と少ない年がどうしても出てくるが、今後も行っていく。皆さんの地元でも会合などがあれば呼んでいただきたい。

(会長)

出前講座と相談窓口の充実との関係について、どのように考えているか問われているのではないかと。

(事務局)

出前講座では、「消費者被害に遭われた場合、消費生活センターに相談してください」と必ず言っている。いろいろな相談窓口のご紹介などもしている。

(会長)

出前講座を活発に開くこともそうだが、施策の内容からは、窓口の充実にも並行して力を入れているということだと思う。

講座に来て相談窓口の案内を受けることはあると思うが、講座にも行きにく

い、行きたくないという人に対するフォローをどうされるかということを含め、今後さらに検討していただきたいというご意見でもあると考えるので、検討いただければと思う。

(事務局)

見守りをする方向けの講座もある。

(会長)

見守りをする方に講座を行い、見守りをしていただく人が実際に高齢者の方の所へ行って、いろいろなお話を聞いて相談に繋げるという活動もされている。

(委員)

市町村では今ほどのご意見を踏まえて勉強していかなければならないと思っている。いろいろな情報発信や消費者トラブルの中で、朝日町では、四半世紀前から交番ブロック会議を年に2回行っている。この会議で事業者や警察、行政が消費者トラブル等の意見交換を行い、防犯カメラの設置など、いろいろな形で取り組んでいただいている。

高齢者の消費者トラブルに対して、警察からの勉強会も必要だが、こうした会議での取り組みも消費者トラブルを水際で防ぐ一つ的手段ではないかと思っている。警察の方と連携の指揮があるということや、15市町村が各々警察官の方と連絡し、情報発信していくことも大事なことだと思う。また、行政のみならず、自ら立ち上げた組織を作っていくことも大事なことであり、手塩にかけた朝日町の交番ブロック会議のみならず、さまざまな所で普及していくことも大事なのではないかと思う。

(委員)

最近では難しい事案や新しい事案も増えてきており、相談窓口でも大変苦労している。その中でも県センターと相談しながら解決の方向に向かっており、良い体制になっている。

私自身も消費生活アドバイザーの資格を持っているが、ここ最近の状況は随分変わってきていると思う。最近では、インターネットでは強制的にフィッシングにかかるものがあったり、メールでは送信元のアカウントがアマゾンやドコモなど、開いてみないと分からなかったりしており、手口がすごく巧妙になってきている。インターネットで検索すると、すぐにフィッシング詐欺と分かるものもあるが、高齢者の人には見分けることが少し難しいと思う。

架空請求は、自分のところに届いたら相談に来られる体制ができており、現在も特殊詐欺の相談件数がそれなりに多く、インターネット関連も何か広報することはできないか。予防が大事である。出前講座でそういう事例も紹介するなど、うまく情報発信ができればいいと考えている。今後、自治体も十分考えていかなければならない問題だと認識しており、県と連携を取りながら今後の方策について検討していきたい。

(会長)

ここ10年ほどで市町村でも相談を受けられる体制がかなり充実しているように思う。難しい相談については、先ほど説明があったように、県の消費生活センターと連携して解決することもされており、10年前と比べると大変充実して

きていると言える。

広報関係でも県と市町村が連携できるとよいのではないかという意見だと考えるので、検討いただければと思う。

(委員)

18頁「食品ロス削減に向けた取組みの概要」では、「食品ロス削減施策」として、事業系の食品ロスや、家庭系の食品ロスの取組みについて記載されている。事業者系では商慣習の見直しを図るというB to Bの施策である。家庭系はCだが、実はB to Cの問題があり、非常に悩ましく思っている。

スーパーでは、売れ残った商品の廃棄残を無くすためにはどうすればよいか大変苦労している。生鮮食料品に関しては、消費期限の近づいたものは割引という形で見切りをすることになっている。コンビニ系の事業者はさまざまな問題が存在する。これに関してはこの場の議論ではないので差し控える。

消費者側へお願いしたいことがある。スーパーで商品を買う際に、手を奥のほうへ伸ばし、消費期限がより長い、新しい商品を買っていないか。それが人間の心情だが、事業者からしてみればこの行動はやめていただきたい。先入れ先出しを、エコや食品ロスを減らす観点からやっていたいただきたい。8頁の資料では、60万円ほどで、優先的に期限の早いものから買いましょうというキャンペーンの記載があるが、もう少し積極的にその取組みを進めていただきたい。事業者系の食品ロスでは、事業者、消費者、行政それぞれが役割を果たし、共同宣言として取組みをされるということなので、同じような形を作っていたいただきたい。例えば、事業者にしてみれば、奥に手を伸ばす人に対して「お客様、やめてください」と言えないので、三者の連携において、事業者を募集・登録して、この店は食品ロスを削減する努力をしているというマークやロゴを宣言文でお客様に訴えるなど、B to Cに関しても、事業者系と同じように行政が先導してリーダーシップを発揮してやっていただきたいと思う。

(会長)

いろいろな啓発の場面や、消費者教育の講座の場面で、そういった問題意識を取り入れることもあると考えるので、ご検討いただければと思う。

(委員)

「消費生活の見守りハンドブック」は、どれくらいの部数を作っているのか。私たちの業界では、日々の生活の中で、一般の人たちに大変身近な商売をやっている者ばかりの集まりなので、せっかくだったら、このハンドブックがお店にあって、何気ない会話の中に消費生活に関わる話が出てきた時に、「こんなのが参考になりますよ」というように使えないかなと思う。相談やシステム、キットを充実させているのは良くわかるが、普段からこういうものがお店などにあってもいいかなと思う。こんな立派なものがあるのに、ここに来ないと目にしないわけで、一般の人達にも目に付くような形で、私たちの業界を利用していただいたらどうか。

(会長)

県から提供できるか。

(事務局)

消費生活センターにご連絡いただければ、提供させていただきたい。

（委員）

話題になった時に、ハンドブック等があればと考える。お蕎麦屋さん、うどん屋さん、ラーメン屋さんなど、私たちの業界では大きな集客をしているので、そういう所にこういうものが1つ、2つあってもいいのではないか。

（事務局）

身近な場面で活用いただけるということで、具体的な部数をお聞きして配りたいと思うので、各関連の事業者の方に広報をお願いしたい。他の団体からもぜひ遠慮なく、これをもっと欲しいということ、具体的にお聞かせいただければ大変ありがたい。

（委員）

小学生の子供がおり、小学校でスマホの使い方講座があった。保護者も参加できるということで、参加してきたが、受講した子供の感想として、「ゲーム課金を何ではいけないのかよくわかった」、「課金をしたかったけど、その講座を聞いて課金が危ないことだとわかった」など、学校のアンケート結果に記載があった。

高校生向けの消費生活ハンドブックが県から配られており、いろいろな消費者トラブルの事例が記載されている。協会の情報アドバイザーとして携わっているが、本当にここに出てくるような相談がよくある。子供にスマホやインターネットのトラブルの相談が多いが、このハンドブックは、大人が見てもいいのではないかといいくらいに、勉強させられることがあった。こういった冊子をもっと小さい子や家庭にも配られたらいいと思う。

（会長）

机上に高校生向けハンドブックが配られているが、中学生向けもある。また、今取り組んでいるのが小学生や大学生とのことだった。報告いただいた内容もあるかもしれないが、もう一度現在の取り組みについて簡単に事務局から説明されたい。

（事務局）

現在、中学生、高校生と成人向けのハンドブックがあるが、これに加えて大学生向けのものを県で作成中である。小学生向けは、市販のものを利用したいと思っている。

県作成ハンドブックは、部数にもよるが現物もお渡しできる。県のホームページにも掲載しているので、活用いただければと思う。

（委員）

今回の会議に参加して、たくさんハンドブックがあることがわかったが、やはり講座が必要だと思った。商工会の女性部は、県内に12団体あるが、家庭では消費者であり、経営者の立場でもあるので、県連が主導してもっと協力を集め、取組の概要全体の説明等をすると少し意識が高まるかもしれないと感じた。こちらに向けても取り組みたいと思う。



(委員)

高校教育に携わった者からすると、若い世代への消費者教育に重点を置いて予算が立てられており、良かったと思う。「高校生のための消費者ハンドブック」はテキストとして内容は充実しており、まとまっているという印象を受けた。弁護士会の出前講座も、昨年度より6講座増え、卒業する3年生に受講させている高校も多く、大変タイムリーである。

他に、中学生や小学生には家庭科・社会科・情報などの授業で学んでいるが、それだけだと消費者としての意識を持ちにくい。しかし、テキストと消費者講座で学ぶことで少しずつ基礎知識がついてきていると思う。そうした取組みが、行動できる消費者を育てていくことになると思う。

もう一つ感じたことは、今の子供たちはスマホを持っており、高校生で持っていないのはクラスで1人くらい。できれば、事例のようなものをQRコードで読み取り、1分間程度で学習できるようなサイトがあると、子供たちも見られる。1時間は見られなくても短時間でも見て学ぶことができればよい。お年寄りとは違う世代への広報手段としてそうした方策も考えていただければと思う。

(委員)

2点ある。1点目は、いろいろ行政の方が分析・集計して発表しているが、具体的に解決した好事例などを出すといいのではないか。人口も10年前の65歳と40歳以下を比較してもまったく意味がなく、現状はどちらかということと人口減少で世帯数が増えており、ジニ係数が主流になってきている。そういうものをサブにして、もう少し数字を集計し、それをどうやって分析するか。大事なことは、分析結果を具体的にどのように施策に反映していくのかという具体的なものが大事じゃないかと思う。

もう1点はメーカー、商店主も本当に大変な思いをして消費者のクレームに対応している。消費者をすべて守るという考え方も大事だが、真剣に商品やいろいろなものを製造している企業、経営者の目線も少し合わせて出していれば、もっといい結果になってくるのではないかと思う。

(委員)

若者からの相談件数が少ないということだが、これは本当に若者が被害に遭っている事例が少ないからなのだろうか。何かしら被害にあったけれど、消費生活センターの所在を知らないので相談が少ないのかもしれない。最近の若者に自分たちの身を守るための相談事例や相談窓口を教える高校生向けの講座は非常に有用ではないか。

(会長)

相談窓口は、高校生向けのハンドブックの裏に書いてあるほか、「188(いやや)」へ電話していただくと、相談窓口 nationwide どこからでも繋がるようになっている。しかし、それが十分に広報されていないところがあるのではないかと思う。相談窓口の広報もご検討いただきたい。