

令和5年度第3回茨城県消費生活審議会議事録

1 日時 令和6年3月15日(金) 午後1時58分から午後3時5分まで

2 場所 茨城県水戸生涯学習センター大講座室

3 出席者 消費生活審議会委員

阿久津 正晴、荒木 雅也、飯村 裕子、稲垣 照美、等々力 節子、
中本 義信、狩谷 祐一、鶴長 義二、藤原 正子、矢口 みどり、
鷺田 美加、稲葉 伸子、岩下 由加里、松橋 裕子
(欠席：鴨川 隆計) 以上14名

県側

生活文化課 課長補佐 青山 勇一 外4名
消費生活センター センター長 海老根 功 外1名

4 議事の経過及び結果

(1) 審議会成立の報告

青山課長補佐は、茨城県行政組織条例第26条第3項の規定に基づき、委員総数15名中14名の出席があり、本審議会が成立する旨を報告した。

(2) 議事録署名人の指名

阿久津正晴委員長(以下「委員長」という。)は、議長として議事を開始するに当たり、稲垣照美委員及び松橋裕子委員を議事録署名人として指名し、両委員はこれを了承した。

(3) 令和6年度の主な事業について 【資料1】

<各委員及び事務局等の発言概要>

(委員)

- ・エシカル消費の普及啓発について、高齢者や子供には、英語をカタカナにただけではどういふものが伝わらないので、エシカルを日本語に置き換えた表現をカッコ書きで併記したほうがよいのではないか。

(事務局)

- ・エシカル消費という呼びかけは、消費者庁が音頭を取って全国的に進めているところではあるが、エシカル消費だけではどのようなものなのか伝わらない名称になっているので、消費者庁などと協議しながら、エシカル消費の説明が簡単にできるような表記の仕方などを検討してまいりたい。

(委員)

- ・消費生活相談員養成講座について、47名が受講し、うち資格取得が10名とのことだが、資格取得はかなり敷居の高いものなのか。資格取得の条件や難易度を教えていただきたい。

(事務局)

- ・県では平成30年度から消費生活相談員養成講座を実施しており、令和5年度までに267名

が受講し、そのうち資格取得者は48名なので、合格率は2割弱というところ。

なお、講座の受講者全員が資格試験を受験しているわけではないので、受験者で割り出すともう少し合格率は高くなると思うが、かなり資格取得のハードルは高いと思う。

- ・全体の受験者に対する合格率は、国民生活センターで公表している資料によると、2022年度が36.1%、2023年度は47%となっており、昨年度と今年度を比較すると合格率は上がっているという状況にある。

(委員)

- ・高度で専門的な相談への対応について、弁護士や一級建築士と連携した相談対応を実施することだが、この2つの専門家で十分なのか。今後、より違うかたちの相談内容が出てくる可能性はないのか。

(事務局)

- ・県弁護士会に御協力いただいて専門的な弁護士と連携した相談を月に2回、県建築家協会に御協力いただいて建築専門相談を行っている。今年度までは、IT関係の専門家をお願いし、月に1回程度デジタル相談も行い、3つの相談体制を実施してきた。
- ・デジタル相談については、専門的すぎて相談員が相談者とうまく話をして専門家にもっていくことが難しいケースもあったので、相談員が相談内容を理解することが重要だろうということで、来年度はデジタルに関する研修を主に切り替えることを考えている。相談も若干受け付けるが、相談だけでなく、相談員のデジタルに関するスキルを上げる研修に軸足を置いて相談体制を構築したい。

(委員)

- ・相談員がそれぞれスキルアップをすることによって、相談窓口での対応が柔軟になったり、相談に即時に対応しやすくなるような体制を整えていくということか。

(事務局)

- ・デジタルに関する問題はどんどん進歩しているので、相談員が相談内容を十分に理解できないと相談対応も難しくなってくる。相談員が困らないように、また、相談員が相談内容をちゃんと理解できるように、相談員のスキルを上げてもらうようにしていきたい。

(委員長)

- ・弁護士会や弁護士が関わっているところで何かあるか。

(委員)

- ・専門家として弁護士が対応する中で、デジタル系の相談はほとんど関わっているというか、新しい商品が生まれるとほとんどがIT技術を駆使したものが多いため、私たちも相談に行って勉強したりしているが、相談員が非常に苦労しながら研修を受けたりしてやっていると、相談自体が受け止められない事案が非常に多くなってきている。
- ・相談体制も、どこに聞けばわかるのかということがはっきりしないものが多い。例えば建築関係でも、屋根の修理のトラブルに関する相談が多いが、建築士は瓦の直し方など屋根の問題にはあまり詳しくない。なので、どこに聞けば適切なアドバイスが受けられるのかというのは非常に悩ましいところで、私たちが相談を担当する中でも、十分な対応ができたかどうかというのは常に考えながらやっている。研修を充実していく方向性は必要なのだろうと考えている。
- ・予算の動きとして、相談員の勤勉手当支給を増やしており、昨今の情勢からいうと人件費

は増える方向性になると思うので、一番にそこを手当されているのは大切なところなのだろうと思う。専門的な知識を駆使していくような、非常に難易度の高い仕事になると思うので、そういった手当でもされるということは非常に大切なところだと思って見ていた。

(委員)

- ・デジタルについて、例えば、大学では情報関連の研究をしている人の中にはセキュリティの研究をしている人がいるし、会社や大学といった大きい組織だと、コンピュータのシステムやネットワーク管理をしている専門家もいるので、そういう専門家を講師やキーパーソンにすることも必要になるのではないかな。

(事務局)

- ・まだ想定ではあるが、来年度は研修の中でデジタル関係の内容を2コマから4コマに増やしたいと考えている。講師については、これも想定段階ではあるが、ひとつはインターネット取引に関する消費者トラブルなどを専門的にお話しいただけるような団体に講師をお願いしようと考えている。また、キャッシュレス決済なども非常に多くなっているので、そういった専門の機関や、情報関係のことを専門に話してくれる団体にも講演を依頼しようと考えており、デジタル関係ではいろいろな切り口で講師を検討しているところ。

(4) 第2回消費生活審議会における御意見への対応について 【資料2】

<各委員及び事務局等の発言概要>

(委員)

- ・少し消費者行政の点から話がずれてしまうが、県内のバス会社で、交通系カードは使えないがクレジットカードが使えるようになるということを知った。バスの乗客にはお年寄りが多いので、お年寄りが毎回クレジットカードで支払いするとすると、カードの紛失であったり、クレジットの明細が長くなるので（身に覚えのない引き落としに気づかない可能性があるなど）トラブルの遠因になったりするのではないかな。

(事務局)

- ・県では、バスや電車に関する政策については別部局の交通政策課が担っている。個別のバス会社の決済方法について、導入するにあたっての設備投資を行政が負担するというのはなかなか難しい状況もあると思うので、意見ということで担当部局には伝えさせていただく。

(事務局)

- ・クレジット関係の相談について、バスに関する相談はこれから出てくるのかなという感じはする。実際に、いつの間にかクレジットで引き落としがされたというような相談は現在も寄せられているので、そういった相談に対応できるような勉強はしているが、先ほど委員がおっしゃったとおり、バスのクレジット決済の関係で何らかのトラブルがあれば、同様にに対応できるようにはしていきたい。

(委員長)

- ・それでは、ここに載ったもの以外にも県では色々と対応を考えていると思うので、今後また、その報告をお願いしたい。

(5) 茨城県消費者基本計画（第4次）アクションプランの一部改定について

【資料3、参考資料】

<各委員及び事務局等の発言概要>

(委員)

- ・市町村職員の研修参加率が低いとのことだが、これは業務命令で上げられないのか。
- ・資料3の3ページにSDGsのマークがあるが、たくさんあるのでわかりにくいのではないかなと思う。県民に分かりやすくするために載せていると思うので、典型的なもの2つ3つに絞ったほうがよいのではないかな。

(事務局)

- ・地方自治法上、県も市町村も対等というところがあり、一方的な命令というのは難しい。市町村になぜ参加できないのかを聞いたところ、消費行政だけでなく、防災や商工関係など他の業務も担当していて、なかなか時間が取れないという意見をいただいたので、今後、県で開催するものについては、対面で行うものもオンラインで視聴できるようにしたり、後日オンデマンドで視聴できるようにしたりといった実施を図り、行政職員の参加率を向上させていきたい。
- ・アクションプランのSDGsの印が、数多くて主なものが分かりづらいという御指摘については、今後の検討材料として持ち帰らせていただきたい。

(委員)

- ・エシカル消費の認知度が低いという話が出ているが、そもそもの測定の仕方を教えてほしい。
- ・最近、スーパーで「てまえどり」というものがどこにもあり、エシカル消費のひとつのフードロス削減と思うが、あれを見たことがある人はたくさんいると思う。先ほども委員から意見があったように、エシカル消費と言われたら何のことだか分からないが、フードロス削減、てまえどりをしましょうというのは誰でもわかると思う。言葉の認知度だけではなく、具体的な行動を進めることが重要だと思うので、そういった観点で何か施策がとれないかな。

(事務局)

- ・エシカル消費の考え方には、フードロスの削減といった環境への配慮や、障害をお持ちの方の作業所で作られたものの優先的な購入、地産地消、伝統工芸品の購入といった幅広いものを含むので、広報はしているがなかなか認知度が上がっていかない状況にある。
- ・今年度、私どももエシカル消費の啓発物をスーパーの棚に差し込んだり貼っていただいたりして啓発をお願いしたが、少し効果が薄かったようである。消費の現場でエシカル消費につながるようなものを選んでいただくという啓発は、一定程度有効であると考えているので、令和6年度はやり方を検討してしっかり改善していきたい。

(委員)

- ・エシカル消費は、なんとなく、地球にやさしいであるとか、人にやさしい、思いやりの消費というふうな行動になっているが、実質、消費者にとってみても経済的にプラスになる行動である。新しいものをどんどん買物されると古いものはどうしても廃棄しなければならないし、(棚の)後ろのほうから取ったりしてバラバラにされると整理しなければいけないというコストがかかる。心に訴えるだけでなくお財布にも訴えかけるような、何か良い

アイデアがあればいいと思いながらやっているが、あまりにも前面に出しすぎると事業者側としてはちょっとという感じもある。

- ・それから、消費者の問題ではないが、賞味期限や消費期限の2分の1ルールというものがあり、消費期限が残り半分ぐらいになったら業者は出荷しなくなる。それを3分の2や4分の1にできないものか。

そういったものが、エシカル消費の考え方が進んでいけば、もっともっと消費者にとってもプラスの構造になると思うので、何かよいアイデアがあるといい。

(事務局)

- ・エシカル消費をどのように伝えてどのように啓発していくか、例えば、エシカル消費のなかでもてまえどりといった一部分だけでもPRを進めて取っ掛かりを作っていくのかなど、いろいろと検討は進めてまいりたい。
- ・先ほど御質問いただいたエシカル消費の認知度の測定方法について併せて回答させていただく。県で認知度を測る際は、ネットモニターという無作為で抽出した方にアンケートを実施している。設問の中で、エシカル消費という言葉を知っているかだけではなく、どういう内容を知っているか、その内容について行動しているか、行動していないとしたらなぜ行動できないかというように、5項目くらい聞いている。認知度に関しては、エシカル消費という言葉とどういう内容かを知っている方が20何パーセントという状況。引き続き、毎年同じかたちで聞いていかないと経年の変化が取れないため、令和6年度もアンケートは実施し、認知度の状況を把握していく。

(委員)

- ・重点課題の一つに消費者教育の推進を掲げており、高等学校や専門学校などへの授業実施、出前講座などが書かれているが、それらがアクションプランの数値目標のどこに対応するのか。
- ・数値目標をいろいろな項目で定められているが、高校生向けはいくつ増やす、専門学校はいくつ増やすといった細かい数値目標はあるか。

(事務局)

- ・消費者教育の推進については、アクションプランの数値目標の3番、いばらきくらしのセミナーの受講者満足度というものが、出前講座を受講した方々の理解度、受け止めを評価いただくもので、5段階評価のうち4以上を目標としている。
- ・学校ごとの目標件数については、資料1の4ページに、高等学校のうち就職する生徒が多い高等学校30校、専門学校59校への出前講座実施という目標を掲げており、優先的に進めていきたい。その他、中学校や進学する生徒が多い高等学校に関しては、目標として数字は立てていないが、基本的にはどの学校でも行っていただきたいと考えている。

今現在、消費者教育講師の登録が20名以上で、出前講座自体は年間100回を超えるくらいの回数になっている。200回くらい、倍増するくらいまでは現在の体制でもできる余力があるので、どんどん働きかけを進めて、実施いただける学校を増やしていきたい。

(委員)

- ・資料1の4ページに、小中高校生にも（高齢者の）被害防止を知らせることという一節があり、こういったものを見ると、高校生のみならず小中学生も働きかけを強化したいという考えを持っていると感じた。素晴らしいことではあるが、どんどん活動範囲を広げる

と手が足りないということもあるだろうし、私自身が高校生向けに講演をした経験から、たった1回きり、1時間程度の授業でどれほどの効果があったのかという疑問を持ったこともある。小中高校生に向けて本格的に消費者教育をしていくということであれば、もう少し本腰を据えて、例えば教材のところからきちんと開発をして、講師の能力や話し方などに過度に依存しないような取組が必要ではないか。

- ・先ほど、オンラインやオンデマンドの話があったが、子供向けにもオンラインのビデオ教材といったものを開発した上で、それを見ながら講師が話をすれば、現場の講師の負担も少しは解消されるし、より効果のある、またより安上がりで様々な取組を展開することができるのではないかと思う。

(事務局)

- ・小中高生向けの講演の教材等については、講師だけに頼っているわけではない。国民生活センターや消費者庁、関係する団体等が教材やDVDなどを作成しており、県の相談員や講師が研修に行った際に参考に頂いてきたり、県で購入したりして、そういったものをベースに、講話をするだけでなく動画の一部を見せたりという場合もある。様々な新しい情報を入手して、なるべく新しい情報をわかりやすく伝えるような努力をしている。
- ・教育の現場でもっと本腰を入れてというお話があったが、小中学校だと、家庭科の時間で消費者教育をやっていただくことが多いが、授業全体の年間スケジュールが決まっているということで、なかなかお願いをしてもすぐには取り入れてくれる学校ばかりではないのが現状。市町村や教育関係部門と相談しながら、なるべく消費者教育にも力を入れていただけるように働きかけていきたい。

(議事終了)