

令和8年度第1回茨城県消費生活審議会議事録

1 日 時 令和8年7月23日（木） 午後2時から午後3時30分まで

2 場 所 茨城県三の丸庁舎3階共用会議室A

3 出席者 消費生活審議会委員

阿久津 正晴、荒木 雅也、石島 恵美子、稲垣 照美、中本 義信、
八戸 真弓、狩谷 祐一、工藤 孝子、鶴長 義二、鷺田 美加、大和田 晃、
藤澤 利枝、松橋 裕子

（欠席：萩谷 直美、稲葉 伸子） 以上13名

県側

生活文化課 課長 関 健一、課長補佐 杉山 美和子
他3名

消費生活センター センター長 安蔵 与詩子、相談試験課長 鈴木 賞雄

4 議事の経過及び結果

（1）審議会成立の報告

杉山課長補佐は、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13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、稲垣照美委員及び鶴長義二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）審議会の運営について

事務局は、審議会の運営について公開とする旨提案し、全委員から異議なしと認められた。傍聴者はいなかった。

（4）【議事1】茨城県消費者基本計画（第4次）アクションプランに係る消費者関連施策の取組結果について

事務局から資料1、資料2により説明し、その後、以下のとおり質疑応答があった。

（委員）

数値目標「8 国、県等が実施する研修への市町村行政職員の参加率」は、私が知ってい

る限りずっとC評価だった。Dラーニングなども使っているようだが、この指標の評価方法としては、過去に視聴した人は母数から外すのか、それとも単年度ごとに集計しているのか。

(事務局)

単年度ごとに集計している。研修の内容としては毎年同じ内容のものもあるため、何年も在席している職員は視聴の必要を感じなかった可能性はある。

(委員)

毎年単年度ごとに集計すると、一度研修を受けた職員もいることから受講率は上がらないため、一度受講した職員は母数から外すという考え方もある。

(事務局)

同じような研修内容であれば、一度見れば数年間は必要ないということになるので、数値の取り方は工夫したい。また、毎年度新しい研修内容を入れられるようにもしていきたい。

(委員)

数値目標「5 消費生活センターの認知度」について、消費生活センターは全国にあると思うが、茨城県における認知度はどのような設問で調べているのか。

(事務局)

設問としては、国民生活センター、県消費生活センター、市町村消費生活センターのいずれかを知っていれば、知っているという回答してもらっている。調査は1,000人を対象としたネットリサーチで実施しており、調査対象者が毎年ランダムで変わるため、年度によって数値のバラつき、増減もある。年代別で見ると、30代、40代の子育て世代の認知度が比較的低くなっている傾向がある。

(委員)

高校生の段階で必ず1回は教えることが認知度向上につながると思われるため、学校での消費者教育を推進してほしい。

(委員)

質問ではなく感想と今後の方向性について意見を述べる。数値目標「5 消費生活センターの認知度」についてだが、消費者ホットライン188の認知度向上は相談体制の充実のために非常に重要だと感じている。これまでこの審議会の中でも説明があったが、消費生活相談の広報に関しては、ポスター、チラシ、SNS、ラジオ、ステッカー等々、様々な策を講じており、私自身も街の中で、例えば道の駅に行ったときに広報チラシを見つけた時には、一

緒にいる人に配ったりしており、様々な機会に目にする機会がある。そのように広報活動を行っているので、認知度も向上していると期待していたが、C評価ということで意外に思っている。今年のチラシも分かりやすいものが作られているが、おそらく受け取る側が自分事として捉えていないのではないかと感じている。そこで、人を通して伝える仕組みにより、紙媒体でもより認知度向上につながるのではないかと思う。私が茨城県の家庭教育支援事業に携わった際には、完成したブックレットをただ配布するのではなく、例えば小学校の入学式に保護者全員が集まる場で、資料を開いてもらって直接説明するという方法ですごく成果を上げたことがあった。せっかく作ったチラシであるため、直接、人に説明する機会を1つでも2つでも持てるとよい。具体的には地域の講座や、学校の保護者の集まり、公民館や自治会などで、人を介して進める口コミプロジェクトのようなものを検討してもらいたい。

(事務局)

どんなことができるか、教育委員会とも相談して検討していきたい。

(委員)

数値目標「5 消費生活センターの認知度」はC評価となっているが、一方で数値目標「10 「いばらき消費生活なび」HP のアクセス数」は目標値を大きく上回っている。実際には消費者はHP へアクセスして情報を得ていても、それが消費生活センターのものだと気づかず、認知度向上につながっていないのではないか。また、大事なのは消費生活センターの認知度向上よりも、実際に相談する手段を知ることではないかと思う。

(事務局)

認知度を年代別に見ると、30代が一番低く、60代以上の高齢者層が一番高くなっている。おそらく高齢者はHPにも多くアクセスしており、逆に若年層は消費者トラブルに遭っていないか、もしくはHPまではたどり着いても消費生活センターの認知にはつながっていないのかもしれない。相談件数は高齢者が多くなっているため、困っている年齢層は認知度も高くなっている傾向にあると思う。また、ご意見いただいたように、消費生活センターの認知度を向上させるより、解決に近づく方法を示唆するほうが、実益があると考えられる。新しいアクションプランでは消費者ホットライン188の認知度を数値目標としているため、今後は188の認知度向上に努めていく。

(委員)

数値目標「6 消費生活相談員養成講座受講者の試験合格率」がC評価となっている。消費生活相談員資格試験の2次試験は現職の相談員は免除されるが、茨城の場合、現職の相談員は養成講座にほとんど来ておらず、初めて試験を受ける方が大半である。こんなに頑張っ

でもC評価だったということについてどう考えるか。

(事務局)

資料にはないが、全国の合格率と比較すると茨城の合格率は低くなっている。養成講座を頑張っているのに合格率が低い原因について、事務局の分析としては、他県の受験者が相談員になるという前提で受験しているのに対して、本県では養成講座において裾野を広く様々な受講者を受け入れており、その結果多くの方が受験していることから、合格率は低くなっても、合格人数としては全国上位に入っているのではないかと考えている。指標の設定の仕方が適切だったかという点は検討が必要だと思う。

(委員)

養成講座の受講者は60歳以上の方が大半であり、合格率向上を目指すのは難易度が高い。60歳以上の方が資格試験に合格するには数年間の勉強が必要で、数年にわたって養成講座を受講する方もいる。受講者は頑張っているのにC評価というのは残念であった。

(委員)

唯一D評価の指標「11 教員向け消費者教育講座の受講校の割合」が教育関係ということでもとても気になっている。高校生の消費者教育は家庭科教育で中心にやっているが、定着率が非常に低い状況にある。他の衣食住の家庭科分野の定着率は70～80%程度だが、消費者教育については30%に届かない定着率である。そういった面からしても、教員向け講座の内容は魅力的な授業につながるものにして、受講してもらう先生方は、なるべく実際に授業を行う先生に特化すると思う。本指標のD評価も問題であるが、生徒の定着率向上も図っていく必要がある。

(事務局)

講座の内容を効果的な授業につながるものにすることと、周知の方法についてご意見をいただいた。教員の多忙化解消のための部活動の地域移行をはじめとした現場の変化により、一律に受講を呼びかけることは困難な状況にはあるが、ご意見いただいたように実際に授業を行う先生に受講を呼びかけられる方法を、教育委員会とも相談しながら検討していく。

(委員)

数値目標「4 県、市町村、民間団体が実施する消費者教育講座等の実施回数」について、県、市町村の実施回数は県でも把握できると思うが、民間団体においても、例えば我々生協では消費者サポートいばらきなどの団体に依頼して組合員向けの消費者教育講座を開催しており、その他、大学などでも講座を実施していると思うが、そういった民間団体の講座も

カウントされているのか。

(事務局)

消費者教育講座の実施回数の内訳としては、県が 86 回、市町村が 360 回、民間団体が 163 回となっている。民間団体としては、県生協連、消団連、パルシステム、いばらきコープ、常総生協、生活クラブの実施回数を計上しており、生協関係は把握しているが、その他の民間団体が実施しているものは拾いきれていないという課題もあり、今回、第 5 次アクションプランでは指標を見直している。民間団体の実施状況をどこまで把握していたかという課題はあったものと考えている。

(5)【議事 2】令和 7 年度の消費生活相談状況について

事務局から資料 3 により説明し、その後、以下のとおり質疑応答があった。

(委員)

資料 3 p. 12 の【表 20】苦情相談処理結果について、あっせん不調や処理不能という区分があるが、これは裁判になったとか、消費者が泣き寝入りしたとか、どのような結果になっているのか。

(事務局)

あっせん不調の 292 件については、その後どうなったかという結果について統計はとっていない。

(委員)

追跡調査のようなものは行わず、そこで業務は終了となるか。

(事務局)

相談者からその後どうなったという報告をもらわない限りは、結果は把握していない。

(委員)

センターで把握することが可能であれば、フィードバックの仕組みがあったほうが安心だと思う。また、不調と不能の違いは。

(事務局)

処理不能は、相談者の連絡先不明等で、相談業務の継続ができなかったものなどである。

(委員)

事業者の連絡先ではなく、相談者の連絡先が不明ということか。

(事務局)

そのとおり。

(委員)

苦情相談処理件数について、明らかに業者が法律に違反している案件と、消費者の確認不足などがあった案件を区分した集計はしていないか。

(事務局)

そういった区分での集計は行っていない。

(委員)

そういった区分で集計すれば、業者が悪いケース、消費者が悪いケースそれぞれに応じた啓発ができるのではないかと思う。

(事務局)

難しい面もあるが、何ができるか検討したい。

(委員)

高齢化が進んでいるため、高齢者の相談件数が多くなるのは当然だと思うが、そういった中では高齢者の見守り、又は高齢者自身への消費者教育は非常に重要であると感じている。ところで、ただいま説明があった相談件数というのは、ほとんどが電話での相談ということか。前回、前々回の審議会では、若者を中心に電話で相談するハードルが高いという話が出たが、今年度開始された LINE では相談はできないようであり、その他メールでの相談件数などが含まれているのか教えてほしい。

(事務局)

県センターに寄せられる相談はほとんどが電話によるものであり、一部来所の方もいる。市町村消費生活センターだと来所の割合が少し多くなり、約 26%程度が来所で、その他は電話となっている。

メールによる相談については、県センターでは現時点ではまだ行っていないが、9月14日から全国の消費生活センターを結ぶデータベースシステムであるパイオネットシステムが新しいものになり、Web相談システムが追加されるため、それを利用してWeb相談を開始する準備をしているところである。

Web相談の流れとしては、まず相談者にWebフォームで相談内容を入力していただき、そ

れを受付けた県センターが回答を作成し、メールで相談者に送信する。ただし、メールでの相談の場合は、相談者から回答に必要な十分な情報の提供がないことも想定され、十分な情報を得るためには複数回のメールのやり取りが発生することもあるため、メールでの回答は1回限りとし、それ以降は電話相談という対応にする予定である。

Web相談は、相談者から見ると24時間相談できて、ハードルも低くなるが、消費生活センターでは相談チャンネルが一つ増えることになり、どこまで対応できるか懸念もある。

(委員)

あえて言えばだが、資料3【表3】主な商品・サービス別苦情相談件数で、2位が「役務その他サービス」となっている。その他サービスの中には、様々なサービスが含まれると思うが、件数で言えば主たる相談内容となっているので、定点観測しているため難しいかもしれないが、「その他」を細分化してもよいのではないか。

(事務局)

「役務その他サービス」の区分は、国民生活センターのパイオネットの分類を使用している。確かに「その他」には色々なものが合算されてしまい、細かい分析ができない課題はある。統計上の区分とは別に、具体的な中身がどんなものなのかということを確認した上で、啓発活動などを行っていきたい。

(6)【議事3】事業者指導状況について

【議事4】茨城県消費者基本計画（第5次）アクションプランについて

事務局から資料4，5-2により説明し、その後、以下のとおり質疑応答があった。

(委員)

弁護士会との連携の部分で確認したい点がある。第4次アクションプランでは「高度で専門的な相談への対応」の施策の中で、弁護士による月2回の法律的運用、解釈に関する法律相談があったが、第5次アクションプランでは、弁護士との関わりがある施策としては、弁護士が随時、法律的なアドバイスを行う「弁護士による法律アドバイスの実施」と「消費生活相談員向け研修の充実」の中での弁護士をアドバイザーとする事例研究だけに見える。弁護士会が県消費生活センターの間で最も長く実施している事業は、月2回弁護士が消費生活センターを訪問し、相談者からの相談を直接受けるというもの（一般法律相談）だが、その事業はやめるということか。

(事務局)

当該事業をやめるということはない。

(委員)

随時法律相談は、弁護士が随時電話で法律的なアドバイスをするものであるが、それとは別に、月2回弁護士が県消費生活センターに行き、相談員では答えにくい法律上の解釈を弁護士が助言する一般法律相談がある。この一般法律相談の実施により、茨城県弁護士会と県消費生活センターとの情報交換がスムーズになっていたところもあった。月2回の一般法律相談を続けるというのであれば、アクションプラン上の書き方の問題なので構わないが、制度としては一般法律相談を最も長く実施しており、随時法律相談は後からできたものなので、一般法律相談の継続の有無について確認したかった次第である。

(事務局)

当該一般法律相談は今年度も4月から月2回実施しており、継続で実施していく。ご意見いただいたように、弁護士であるから相談できることや言ってもらえることがあり、大変重要な事業であることから、引き続きお願いしたい。

(委員)

硬直的に実施すべきということではなく、予算の面で別のことに振り分けるという考えがある可能性もあるので、もし変更がある時は弁護士会に言ってほしい。

(事務局)

当面は弁護士会にお願いしていきたい。

(委員)

特定商取引法の事業者指導について、県に指導された分電盤工事の事業者と話したことがあるが、事業者によっては県に指導されたことを県からお墨付きをもらったと話しているのを聞いたことがある。我々が事業者に対して、書類不備を指摘したときに、東京都、栃木県、神奈川県などから指導され、お墨付きをもらったと主張していた。そういった事業者には行政処分ができないのか。

(事務局)

他県と情報交換する中で、行政指導によってお墨付きをもらったと話している事業者がいることは聞いているが、当然、各県ではお墨付きを与えているわけではなく、事業者が自身に都合良く解釈していると思われる。

(委員)

書類不備を指摘しても言うことを聞かないような事業者については、行政指導をしても、指導によってお墨付きをもらったというように反論されてしまう。

(事務局)

県では行政指導より重い行政処分を行うこともできるため、悪質な事業者に対しては行政処分の実施も検討していく。

(委員)

第5次アクションプランの数値目標「4 出前講座等における見守り者向けセミナーの受講人数」について、生協も県と見守りに関する協定を結んでいるため、見守り者になるが、生協職員は出前講座でセミナーを聞くのはなかなか難しいため、DVDやeラーニングなどを活用して、現場でセミナーを受講できるような形をお願いしたい。

(事務局)

教員向け講座などもオンデマンド形式で配信しており、同様の手法でやっていきたい。

(委員)

多重債務問題への対応について、第5次アクションプランでは数値目標からは項目がなくなっただが、施策としては、弁護士会と連携した無料法律相談会など実施を予定しているものはあるか。

(事務局)

無料法律相談会については、現在実施について弁護士会や市町村と調整を開始したところで、昨年度並みに実施する予定。昨年度は、日立市、水戸市、つくば市、神栖市の4会場において、各会場定員5名で実施した。実施時期は国のキャンペーンに合わせて9月から12月の間で実施する。

(委員)

今年度以降も、前年度並みに実施するのか。

(事務局)

前年度並みに実施する。無料法律相談会は、弁護士会等にご協力いただいております、予算がかからない事業であることから、ご協力が得られる限り、来年度以降も継続していく見込み。

(委員)

多重債務問題対策は、自殺対策という一面もあり人命に関わる重要なものであるため、数値目標からは外れても、規模や内容を維持して実施して欲しい。費用もかからないと

いうことで、コスパもいいと思う。

(委員)

多重債務者向け無料法律相談会は、事前予約制となっていると思うが、多重債務者には時間に余裕がない人も多くいるため、事前予約なしでも相談を受けることはできないか。

(事務局)

無料法律相談会はスケジュールを決めて事前予約制で行っているが、すぐに相談したい人には国の財務事務所が設けている相談窓口や、直接法テラスに行ってもらおうという方法もあるため、相談者の状況に応じてその時々適切な相談窓口を紹介していく。

(議事終了)