

## 平成29年度第1回茨城県消費生活審議会議事録

1 日 時 平成29年8月31日(木) 午後2時から午後3時50分まで

2 場 所 茨城県庁行政棟11階 1106・1107会議室

3 出席者 消費生活審議会委員(敬称略)

秋山 安夫, 足立 勇人, 井上 拓也, 江口 美佳, 扇澤美千子,  
中川 純一, 小沼八重子, 川上ヒロ子, 佐藤 洋一, 橋本由合子,  
矢口みどり, 岩下由加里, 川津 修, 坂本 敬子, 野村 利夫

以上15名

(欠席: 高木 英見, 加納 昌子)

県側

生活環境部	部長 近藤 慶一
生活文化課	課長 潮田 元男 他5名
消費生活センター	センター長 斉藤 学 他1名
消費者関連施策担当課	女性青少年課, 国際課, 総務課私学振興室, 情報政策課, 環境政策課, 環境対策課, 廃棄物対策課, 消防安全課, 長寿福祉課, 薬務課, 生活衛生課, 産業政策課, 計量検定所, 産地振興課エコ農業推進室, 漁政課, 農村環境課, 建築指導課, 生涯学習課, 義務教育課, 高校教育課, 特別支援教育課, 保健体育課, 警察本部生活環境課, 警察本部サイバー犯罪対策課

### 4 議事の経過及び結果

#### (1) 議事録署名人の指名

秋山安夫委員長は、本審議会の議事を開始するに当たり、佐藤委員及び岩下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。

#### (2) 茨城県消費者基本計画(第3次)に係る消費者関連施策の実施状況について 【資料1】 (各委員及び事務局等の発言概要)

委員:それぞれの数値目標については、達成率が示されているが、達成率はどれとどれの数値で出しているのか。

事務局:資料番号なしの参考という資料をご覧いただきたい。資料では、実際の計画に掲げた数値目標である「市町村消費生活センター等における消費生活相談の割合」を例として説明している。

本計画の数値目標は、計画の最終年度である平成32年度における目標として

設定しているが、毎年の実績を示した際、目標に向けて順調に推移しているのかどうかを明示するため、各年度において想定される目標値を期待値として設定している。

下段の算出例として、「市町村消費生活センター等における消費生活相談の割合」を挙げているが、期待値として、計画策定時における出発点である平成26年度の実績値75.1%から、平成32年度においては85.0%まで市町村での相談受付割合を増加させることを目標として計画を策定しているところ。

この目標値は、関東地区でトップの水準を目指すということで、過年度の伸び率などを加味して設定したものだが、平成28年度においては、年度の目標値として78.4%という期待値を設定している。

実際の計算方法については、資料の下段「達成率の算出例」の(2)で示しているとおり、分子では平成28年度の実績値78.0%から、発射台である基準値75.1%を引いた差分、分母は、平成28年度の期待値と基準値との差分により割り算し、達成率としては87.9%となっている。あくまで、発射台との比較で期待値に対して、どの程度実績値が伸びたかということで、達成率を示したもの。

委員：この数値目標については、実績値が78.0%となっており、これは平成28年度の期待値に対して、実績がどうだったかということなのか。達成率を示したということは、このままの推移でいくと、平成32年度の目標値85.0%に対して、今、達成率は87.9%だから、この目標値を大きく上回るということで推移をしているという理解でよろしいか。

事務局：本来、平成28年度の数値が期待値どおりに進捗しているのであれば、平成28年度の達成率は100%となるが、実際は78.0%であるので、想定していた期待値(78.4%)より下回っている。このように、差引きで達成率を算出することにより、9割近い達成率となっており、平成28年度の実績は、予定どおりではなかったにしろ、概ね順調に進んでいると理解していただきたい。

この達成率の示し方は、県総合計画や地方創生の総合戦略でも同様のやり方としており、スタンダードな方法と考えている。

委員：単年度の実績に対して、この達成率というのは、平成32年度の目標値に向けて、今の段階でどういう状況にあるのかということを理解するための数値であるということか。

事務局：そのように理解していただきたい。

委員：難しいね。混乱する。

委員：平成26年度の基準値の設定根拠というのは、どのようになっているのか。

事務局：これは、あくまで平成26年度の実績の値である。

本計画は、平成26年から平成27年度にかけて策定作業を進めているため、その時点の現状となる実績値を記載している。

委員：資料で例示されている消費生活相談の受付割合というのは、どういうことか確認したい。

事務局：消費生活相談の窓口は、県だけでなく、市町村にも設置している。勿論、県のセンターでも相談は受け付けてはいるが、消費者安全法では、まず、住民に身近な市町村で相談を受け付けることを想定して役割分担している。県内では、合計で 21,397 件の消費生活相談が寄せられており、そのうち市町村で受けているのが 16,697 件である。この数値目標は、市町村で相談を受けた件数が、県内全体の相談件数のどの程度を占めているのかという数値である。

委員：平成 28 年度の期待値があると、次は、平成 29 年度の期待値が示されるものと思うが、期待値というのは、基準値をベースにして目標値を達成するための、年度別の計画と読み替えてもいいと思う。

平成 32 年度に向けて施策が順調に進んでいるのかどうかは、情報公開して一般の県民の方に示す場合には、もっと単純に出した方が分かりやすいのではないかと。ただ、県全体でのひとつの指標の捉え方だと思うが、目標に向かってどうなっているかという説明があると、非常に親切かなと思う。

それから、3 ページの「(2) 食品等の安全性の確保」で、「食の不安を感じる県民の割合」が 7 割以上とあるが、全国の数値が別にあるのか。7 割超という数値だけ見ると、大きな数字のようにも思える。モニターへのアンケートの内容がどんな中身になっているのか。74.5%に押し上げている不安の中身を把握して、それに対して事業者も含めて、全体で取組をやっていないと、検査を行うだけでは不安というものは取り除けないのではないかと。

生活衛生課：全国の状況については把握していない。

モニターへのアンケートの質問の仕方として、「あなたは食の安全に対して不安を感じていますか」という質問に対して、「とても不安」「少し不安」「あまり不安でない」「まったく不安でない」「分からない」の 5 段階で聞いており、「とても不安」と「少し不安」と答えた方を合わせた数値を「不安を感じる割合」として記載している。

「検査だけでは」というご意見を頂いたが、リスクコミュニケーションや消費者を交えた意見交換会を開催し、検査への取組も合わせて、食の安全に対する不安をなくすために各種施策を行っているところ。

事務局：ご指摘いただいた達成率だが、単純に（平成 28 年度の実績が）平成 32 年度に対してどのくらいかというやり方と、今回ご説明したように、年度ごとに順調に達成しているのかどうかを見るというやり方の 2 つあると思っている。今回ご説明したのは、年度毎に目標値というものを作って、それに対して 100%を下回っているのか、上回っているのかという達成率の出し方であり、内部でも検討したが、どちらがいいのかは、事務局の方で検討させていただいて、少なくともこれを使うのであれば、こういうやり方でこういう考え方で達成率を出しているということ、県民の皆様を理解していただけるような形で説明していきたいと考えている。

委員：食の安全のところだが、「とても不安」と「少し不安」を合わせると平成 26 年度の基準値が 79.8%になるということだが、「とても不安」及び「少し不安」と感じるのは、例えばどういう内容ですかという項目（質問）はそのアンケートにはあるのか。そこを解決していかないと、この数値は下がっていかないと。それが本当に検査だけで「これだけ検査件数が増えてこれで問題ないですよ」ということだけで解消できるのか。

また、原子力（放射性物質）の問題に対しても、的確な、科学的な理解を醸成したうえで、それから「心の不安」を取り除くということが必要ではないか。地産地消につなげる時には、不安の中身をもう少し分析して、今後の取組を示していただいた方が、円滑に進むのではないか。

委員：なぜ今、食の不安を感じているかを把握しないと。それで、((2) 食品等の安全性の確保の項目のところ)「課題・今後の取組方針」に「放射性物質検査をはじめとする」とあるが、ここに不安をもっていない人がいたとすれば、どうしてこういう対策をやることによって不安が解消されるかということが、つながっていかない。「食の不安を感じる県民の割合」を目標値とするのであれば、どういう点で、今不安を感じているのかという点まで、アンケートをとっていただきたい。県の施策として何がどのように変わるのかというのをしっかり押さえて、内容を精査してもらいたい。

委員：8 ページの事業者指導の実績のところだが、「エ 悪質事業者に対する取締強化」の中に、「著作権法違反 49 件」ということで、意外な数値だった。具体的にどういう事案なのか。

警察本部生活環境課

：著作権法違反については、ニセグッズを売っている業者、中には P2P（ファイル共有ソフト等）などに個人であげてしまっているものもあるため、全部が全部業者というわけではない。ここは業者、ここは業者じゃないと分けていくと、統計上出しづらいところもある。また個人としても、常態として売っているところもあるため、検挙件数として計上しているものをすべて載せている。そのため、こちらは業者と個人が混ざった数字と理解していただければと思う。

委員：消費者教育講師派遣事業で、大学への講師の派遣は何件くらいあるのか。

消費生活センター

：大学という分類ではないが、小中高等学校、高齢者に加えて、若者という分類があり、回数では 9 回、参加者としては 495 人、その中に大学生が入っているということで理解していただきたい。

委員：先程の「食の不安を感じる県民の割合」だが、「とても不安」と感じている人の割合を教えて欲しい。通常の不安と、非常に不安とでは、話が大幅違うと思

う。

生活衛生課：昨年のネットモニターアンケートでは、「とても不安」と答えた方が 11.8%、「少し不安」と答えた方が、62.7%となっている。

その中で何が不安かという質問に対しては、「食品添加物」「輸入食品」「偽装表示」が多くなっている。食品添加物に関しては、リスクコミュニケーションの方で食品添加物をテーマとした意見交換会を実施しており、また、輸入食品に関しては、資料の 3 ページにもあるように、465 件の検査を行い、施策を推進しているところ。

委員：5 ページの「コ 地産地消の推進」というところで、「茨城を食べよう運動認知度 26.7%」ということで、だいぶ「茨城を食べよう運動」はやっていると思うが、26.7%は低いと考えるのか、普通と考えるのか。

事務局：担当の販売流通課が本日欠席のため、後日お答えさせていただく。

#### 消費生活センター

：先程の大学への消費者教育講師派遣について、訂正させていただく。分類は若者の分類の中に含まれていると思ったが、昨年度においては、大学生向けの講座の実施はなかった。

委員：資料の 4 ページに「環境保全型農業直接支払交付金」というのがあるが、これは、どういった作物に対してどの程度交付金をつけているのか。

また昨年度、茨城大学の井上先生にご協力いただいて、大学生が騙されないために、「大学生と消費生活」という冊子を県消費生活センターが作った。そういったことは、実績として記載されているのか。

#### 産地振興課エコ農業推進室

：環境保全型直接支払事業の取組については、確認のうえ回答させていただく。

事務局：大学生向けの副教材の作成については、資料の 25 ページに、「③若年者への支援」の「ウ 大学等と連携した相談・救済」の部分に実績として報告している。

### (3) 平成 28 年度の消費生活相談状況について 【資料 2】

(各委員及び事務局等の発言概要)

委員：高齢者への対策だが、私のところにも両親がいて、結構切実に色々と感じることが多い。本人達は、消費者被害に遭っているという意識がないことが多いようで、結局私がそういった情報をテレビや他の媒体で知って、被害に遭っているのかもしれないと気付くことが多い。高齢者は、だんだん理解ができなくなるところが多いと思うので、本人への注意・指導というよりは、周りにいる世代への周知がすごく大事じゃないかなと思う。

また、高齢者はインターネットが使えないので、テレビや新聞などの広告を

見て「あらいいわ」という感じで頼んでしまう。そして、知らないうちに定期便みたいな形で頼んでいて、「なんで来るんだろう」という感じになっている。今回は、私が断りの電話を入れることになったが、本人達は認識がないというのがすごく怖い話だなと思う。

あと、ダイレクトメールがどんどん来る。そのダイレクトメールも高齢者は体が不自由になってくることもあり、片づけられない。それで家の中がどんどん汚れてきてしまうとか、そういったところでも気が付けると思う。結構事態は深刻かなと思うので、本人というよりは、子どもの世代とか、孫の世代とか色々なところに高齢者の被害を周知して欲しい。

#### 消費生活センター

: ご指摘いただいたことは、私どももしみじみと感じているところ。

具体的な例として、訪問販売では、8日間のうちはクーリング・オフできるが、問題なのは、高齢者はクーリング・オフの手続きがとれないという場合がでてきている。その場合は、市町村の消費生活センターなら行けるという話だったため、消費生活センターに書いてもらい、書き方を教えてもらうような、アフターケア的なことをやらないと、制度上はできるが、ご本人ができなくなっているというケースもある。まさしくご指摘いただいたようなことだと思うので、出来るだけ、ご本人は勿論だが、ご家族や民生委員、福祉関係の方にも周知していきたいと考えている。

委員: 私は、高齢者介護事業に携わっており、このようなリーフレットを県内の介護事業所に50部程度送っていただけると、担当する高齢者の自宅へ訪問した際や、デイサービスを利用者された際に、配ったりすることができる。私たちのような介護事業所の職員が、リーフレットの内容を理解して、さらに担当の高齢者の方に「こういうの来てないかしら」というチェックをしてもらうには、何か媒体があるとすごく便利だと思うので、そういう配布の仕方も良いのではないか。介護事業所の職員は、消費者被害に対する知識がないのが現実なので、そこを強化すると、自分の担当のお年寄りに対してすごく良い対応ができるのではないかと思ったので、是非検討していただきたい。

#### 消費生活センター

: 市町村の消費生活センターには配布しているので、ご提案いただいたチラシの使い方も協議していきたい。

委員: 高齢者に対しては、地区社協のサロンなど、色々なところでお話を聞いたり考えたりすることができる。そういう取組をもっとやっていけば、高齢者の被害が少なくなるのかなと思う。それから、二十歳未満の相談件数が少ないということで、学生は部活や勉強などがあるので、相談する時間帯を考えていただければと思う。消費生活相談窓口はずっとやっているわけではないので、その点はどうか。

#### 消費生活センター

: 日曜日は県の相談窓口が開いている。日曜日であれば学生も大丈夫かと思うので、周知していきたい。

委員: 苦情相談の主な商品ということで、6番目に挙がっていた健康食品であるが、前年度に比べて、増加率がとても高くなってきているのではないかと感じた。高齢社会の中で、健康に対する意識は、高齢者の方も皆さんも高くなってきている。健康に関する消費者被害もこれから注視しながら周知していくことが重要ではないかと思う。

#### 消費生活センター

: 健康食品の相談で一番多いのは通信販売による契約トラブルである。定期で購入することが条件で、初回は半額などで健康食品を販売している。その後は定額になるが、それに気付かず、初回の割引価格だけを見て申し込んでしまい、後になって定期購読だったことに気付いて解約したいという相談が多い。消費者も値段だけ見て、よく広告の内容を確認しないというのも原因としてあるが、そういった点に留意するよう今後も継続して啓発していきたい。

先程、高齢者に対する周知についてご意見があったが、消費者教育講師派遣事業では、高齢者の団体から申し込みを受けて、こちらから無料で講師を派遣する出前講座もやっているのので、積極的に申し込んでいただきたい。

また、9月に高齢者向けキャンペーンを行っている中で、リーフレットを作成し、各市町村の消費生活センターや、銀行やJAの窓口にも置いていただいている。また、カスミやいばらきコープ、最寄りの市町村のスーパーにも協力していただいている。また、街頭活動などもしている。来年も要望があればリーフレットを増刷したいと思うので、配布要望があればお話ししていただきたい。

委員: 高齢者の団体にも消費者教育講師を派遣するというご意見があったが、結局騙されてしまうお年寄りというのは、つながりがいい人である。そういう講座や高齢者の集まりに出てくる人はあまり騙されないため、つながりのない人や、世間との交流を自ら断ってしまうような人が問題になってくる。自ら交流を断ってしまう人は騙されたり、孤立したりしても仕方がないという考え方もできるが、それはだめだとしたら、やはり見守りを重視していくことになる。そのため、このようなリーフレットを作っていると思うが、誰が見守りをするか、往々にして近隣の住民では全人格の付き合いになってしまうので、かえってブロックされてしまうこともある。どういう人が適切な見守りができるのか、難しい問題だと思うが、是非工夫していただきたい。

自治体によっては、「誰も来ないでください」というようなステッカーを配っているところもある。見守りの人も拒絶してしまうのだが、あらゆる悪質商法も拒絶してしまう場合もあるかと思うので、拒否してきてしまう人向けには、逆にそういうステッカーを配ることもひとつの方法なのかもしれないし、色々

なパターンがあるかと思うので、是非工夫していただければと思う。

委員：このような大きいサイズのリーフレットは、自分から読もうと思わないと読まないし、配られたたくさんチラシと一緒に放置することが多いと思うので、最近、水回りのトラブルの連絡先のPR資材があるが、マグネットになっていて、電話番号が大きく書いてあり、困ったらここに電話すると一目で分かって冷蔵庫にずっと貼っておけるような、毎日嫌でも目に入るものが有効ではないかと思う。

また、若い人の被害も問題であり、闇金ローンなどに関する多重債務問題では、勤めている会社の情報が分かると、会社にも脅しの電話が入ってくる。Google map を見て、「あなたの会社の前の、この床屋にいるんだけど」と、まるでここまでその人が来ているかのように、知能犯は、インターネットを駆使したり、色々なものを武器にして攻撃してくる。

困ったと思った時に、会社だったら弁護士を頼るとか、色んな方に相談してみるとかできるが、個人の若い人にしても、お年寄りの人にしても、どうしようと思った瞬間にまず目につくものが大事だと思う。SNSや Facebook、インターネットのトップページで自動的にポップアップされる広告と同じように、「困っていませんか。困っていたらこの番号に電話してください」というものがあると、ここに相談しようと脳にインプットされるのではないか。

昔からある紙の媒体も大事だとは思いますが、敵はどんどんITなども駆使して進化しているので、それに対抗して進化した一手を打っていかないといけない。

委員：若年者の支援の中で、資料1「消費者教育講師派遣事業の受講者数（教員）」の平成28年度の数値がゼロとのことで、期待値から見ても大変低い数値。目標値は基準値の倍以上となっている。

私のところも多くの方がおり、出前講座の活用も考えたが、講座の時間や内容がマッチングしなかった記憶がある。そのため、講座の時間や内容をその時代にあった最新ものにしていく必要があるのではないか。ただ、学校の種類によって、授業時間が小学校と大学とでは当然違うと思うので、その辺を配慮したプログラムを考えていただきたい。

委員：私も、大学生と毎日会っているが、資料2の表4のデジタルコンテンツが20代から60代までで1番多くなっているのが衝撃的であった。学生を見ていると、暇さえあればすぐスマホを触って、ずっとゲームをおり、デジタルコンテンツの消費者被害が多いというのは想像がつく。大学への消費者教育講師の派遣実績がないということなので、入学ガイダンスなどで出前講座などをやってはどうか。リーフレットを配布したところで、活字が多いと相当気合をいれないと読まないし、人の話を聞くということも集中力が続かないという問題もあるが、それでも注意喚起という意味で、何かしらガイダンスなどの機会をとらえて啓発していただきたい。大学生になって、色々縛られていたものから解放さ



れて自由になった、そういう時に、気が緩んで消費者トラブルに遭うかもしれない。よくスマホで遊んでいるのは見るが、騙されたなんていう話は恥ずかしいから絶対口にはしないとと思うので、そういった機会も検討していただきたい。

委員：このリーフレットについて意見が出ているが、社会福祉協議会の活動の中でも高齢者とのつながりがあり、こういうリーフレットを頂いて説明をしたが、そういう場に出てこない方への救済ということで、資料1の22ページにも、民生委員を対象にセミナーを開催したということで、5回ほど開催されているが、こういうところで、高齢者、特にひとり暮らしのところに力を入れて欲しい。高齢者クラブや行事に参加してくれる方は、意外と理解できるが、出てこられない方への対応として、市町村でも取り組んでいるだろうが、そういう家庭を訪問する民生委員、児童委員などへの指導を、県でも一層取り組んでいただければ被害が減少すると思う。

#### (4) 事業者指導について 【資料3】

(質疑等なし)

#### (5) 消費者行政を巡る国の動向について 【資料4】

(各委員及び事務局等の発言)

委員：資料4-1では、国が先駆的な自治体などのテーマを対象に、事業の支援を行うというものがあるが、茨城県はこれまで手を挙げていたのか。あと、今後の財政的支援策はどうなるか分からないだろうが、1ページの下のところ「単年度事業である先駆的プログラムは継続的展開が困難」とされているので、平成29年度あるいは30年度以降に、このような支援策があるとしたら、茨城県でも積極的に手を挙げて上手く使って欲しい。

資料4-2以降の話で、「消費者市民社会」というのは、平成24年の9月に国民生活白書に初めて登場したが、未だに審議会委員の方たちもよく分からず、浸透していない。その一端で、資料4-3で紹介いただいたように、「倫理的消費」あるいは「エシカル消費」ということが提唱されているが、認識は深まっておらず、それを県民に届けるのは難しいのではないかと。国が提唱しているので、ある程度対応していくにしても、国に振り回されないように、こうした現状を押さえておいていただきたい。

どうすれば環境のことなどを一般の消費者に考えてもらえるのかということ、「安いことが環境にやさしい」ということにしないと、広がらないのではないかと。つまり、消費者の経済的合理性やインセンティブにうったえるような仕組みを作らないと、意識の高い消費者は消費者市民になれるが、一般の消費者はなれない。だからこそヨーロッパで「シェアリングエコノミー」が流行っているのであって、そういった話などがここに出てこないことが、消費者目線に立っていないという気がする。先程の話に戻るが、先駆的な取り組みに国が補助

金をつけてくれるとしたら、茨城県としては、もっと一般の消費者の目線に立った、環境を考えた消費者教育を考えていただきたい。あまり国に振り回されない方がいいかなと考えている。

事務局：本県での先駆的プログラムの活用事例は残念ながらないが、ちょうど来年度向けの国の概算要求も今後発表される。その中で（先駆的プログラムの）後継事業などが盛り込まれるかということも含めて、よく情報収集しながら、県が取り組む施策において活用できるものがあれば検討していきたい。

委員：大学への講師派遣や消費者教育の推進ということで質問だが、県のホームページに、例えば「何月何日にこの学校に来てください」というような、申し込む場所が設定されているのか。

申し込みがしたいという時に、すぐそのページにとべるような、そういう利便性はあるのか。

消費生活センター

：ホームページには案内ページがあつて、申込書をダウンロードできるようになっており、申込書は、郵送していただいている。

委員：ホームページ上での申し込みができるとか、何月何日は講師の対応が可能ということで、派遣の予約ができる形など、デジタル上で出来るようになっていくという可能性はないのか。

消費生活センター

：メールでの予約ができるように考えていきたい。

(議事終了)