

令和6年度第2回茨城県消費生活審議会議事録

- 1 日時 令和6年12月24日(火) 午前10時から午前11時25分まで
- 2 場所 茨城県水戸合同庁舎 2階 大会議室
- 3 出席者 消費生活審議会委員
阿久津 正晴、荒木 雅也、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、鴨川 隆計、松橋 裕子
(欠席：飯村 裕子、岩下 由加里) 以上13名
県側
生活文化課 課長 佐藤 隆史、課長補佐 清水 博子 他4名
県消費生活センター センター長 海老根 功 他3名

4 議事の経過及び結果

(1) 審議会成立の報告

清水課長補佐は、茨城県行政組織条例第26条第3項の規定に基づき、開会時点で委員総数15名中11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、稲葉伸子委員及び鴨川隆計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ことから、1名の傍聴者が入室した。

(4) 令和6年度の施策の進捗状況について 【資料1、資料2、資料3】

<各委員及び事務局等の発言概要>

(委員)

- ・資料1の6番、消費生活相談員養成講座の受講生の年代はどれくらいか。高校生や大学生も受講することができるのであれば、40代以下の消費生活センターの認知度も上がるのではないかと考える。
- ・8番の行政職員への研修と、11番の教職員への研修について、動画の内容は同じものということでよいか。同じものを見せられると効率的だと思う。
- ・13番の多重債務者向け無料法律相談会について、多重債務者の中には繰り返す方がおり、

そういう人にはカウンセリングをしなければいけないのではないかと思うが、状況を教えていただきたい。

- ・資料2について、エシカル消費特設ウェブサイトのサイト名をなぜ英語表記にしているのか。高齢者にも広く知ってもらうには、英語よりもカタカナ、日本語のほうが良いと思う。また、このサイトはいばらき消費生活なびとリンクを張っているのか。
- ・資料3について、ポスターの掲示先に常陽銀行が入っていないのはなぜか。

(事務局)

- ・相談員養成講座の受講生の年代について、今、手元に資料がないため後日改めて正確な年代を報告させていただく。数字まではわからないが、50代、60代が多く、20代、30代は非常に少なかったというような印象を持っている。どちらかという、働いているうちに資格を取って、会社を退職してから次のステップとして相談業務をやりたいということで、50代、60代の方が比較的多いのではないか。

(委員)

- ・推測だが、若い方が受験したほうが資格試験合格率も上がるのではないか。

(事務局)

- ・大学にも案内しているが、受講する方は少ない。そういった年代の方に意識を持っていただくということも今後重要ではないかと感じている。
- ・資料3の高齢者向けキャンペーンでポスターの掲示先に常陽銀行が入っていないことについては、過去に確認した際に、デジタルサイネージで表示するので有料になるということだった。こちらでは有料での依頼が難しく、ポスター掲示をお願いしていないという状況である。
- ・資料1の8番、市町村行政職員の研修については、消費者安全法、消費生活用製品安全法、家庭用品品質表示法、景品表示法という消費者行政に関する4法令についての説明動画であり、11番の教員向け消費者教育講座については、学習指導要領における消費者教育についてや、高等学校・特別支援学校・中学校での実際の授業風景などを動画で配信しており、中身はそれぞれ違っている。
- ・13番の多重債務者向け無料法律相談会は、弁護士と消費生活相談員で相談に対応しており、現在、カウンセリングは行っていない。委員御指摘のとおり何度も多重債務をしてしまう方は精神的なものもあるという話を聞いたこともあるので、今後、検討が必要なことであると思っている。
- ・資料2のウェブサイトの表記について、わかりやすい表記を改めて検討していく。リンクについてはエシカル消費のサイトといばらき消費生活なびのリンクは張っており、相互に行き来できるようになっている。

(委員長)

- ・よろしいか。

(事務局)

- ・多重債務の関係で、消費生活センターも、家族が何回も多重債務をして困るという相談を受ける場合がある。そういう場合には、県の精神保健福祉センターに相談窓口があるので、

そういったところに相談してはどうかと案内している。

(委員長)

- ・以前は相談会に、医師か看護師か、そういう方が一緒にいる時代もあったような記憶があるが。

(事務局)

- ・以前に1か所、医師ではなかったかもしれないが、保健師なのか、いらっしゃったという話は聞いている。やらなくなった経緯を検討しながら、今後につなげていきたい。

(委員)

- ・以前は、多重債務無料法律相談会に弁護士と司法書士と精神保健福祉士がいて、相談者がどの相談を希望するかによって、心のケアが必要だというところがあれば精神保健福祉士に回すということをしてきたが、希望者があまりなく、弁護士相談に行く人が多くなった。具体的に多重債務の解決方法を踏まえて心の問題が出てきてどうするのかということになったときに、その場での対応が難しかったので、精神保健福祉士の枠はなくなったのだと思う。

(委員)

- ・資料1の3番、いばらきくらしのセミナーについて、若者も含めて大変満足度が高いが、セミナーの内容はどちらかというと難しい、被害防止のような暗い内容も含まれると思うが、おそらく楽しいセミナーで行われているのではないかと想像している。演出や内容について工夫していることがあれば教えてほしい。
- ・12番のエシカル消費の認知度について、さらに認知度を上げるというところで、アンケート調査では、エシカルな商品の販売会や店頭における啓発物の掲出が挙げられているが、今、手前どりなど自主的に取り組んでいる事業者もある。今後、大きなキャンペーンをするタイミングがあれば、エシカル消費実践店認定ステッカーといったものを作り、自主的に取り組んでいるところにも参加してもらって、あちらこちらにエシカル消費実践店のステッカーがあるだけで、県民がエシカル消費という言葉を目にしてさらに認知度が上がるのではないか。

(事務局)

- ・いばらきくらしのセミナーの満足度が高い一つの背景としては、セミナーの対象者に応じたテーマを事前に選んでいただき、オーダーに合わせたセミナーを実施しているということが、一番満足が高い部分なのではないかと感じている。例えば、若者を対象にする場合は若者に特徴的な悪質商法とその対処方法、高齢者の場合は訪問販売や点検商法といった高齢者を狙う悪質商法やその対処方法、高校生を対象にする場合は18歳になったら消費者として何が変わるか、子どもの場合はスマートフォンでのトラブルや架空請求、課金など、年代に応じたテーマで講演をしている。また、25名いる消費者教育講師はそれぞれ得意とする分野があるので、各講師の得意分野の講演をお願いしているというところも、うまくいっている点だと思う。中には、歌を歌って生徒に覚えさせるという取組をしている講師もいると聞いているので、和やかな雰囲気の中で講演ができていないか。
- ・エシカル消費は、手前どりであったり、フードロス、エコ、CO₂削減などものすごく範囲

が広い。一方で、県庁の中ではもうすでに色々な部署で店舗の指定などをしており、連携が足りなかったと思っている。そういったところと併せて、エシカル消費という言葉についても意識啓発や周知をしていくなど、検討させていただきたい。

(委員)

- ・資料1の指標の二つ目、家庭用品品質表示法に基づく販売店等への立入検査について、スーパーやデパートに立入検査をするのか。また、資料右側の欄に、令和2年の立入検査数は高知県が1位で茨城県が2位とあるが、これだけ多いということは、茨城県には不良業者が多いということなのかと心配を持ってしまったのだが、状況はいかがか。それから、立入検査の結果や、業者への指導をした場合の改善状況などについて、一般市民向けに公表は行われているか。

(事務局)

- ・家庭用品品質表示法では、繊維製品や合成樹脂加工品、電気機械器具、雑貨工業品といった規制対象品目を定めており、例えば繊維製品はズボンやスカート、合成樹脂加工品は食器用のコップや洗面器などが対象となる。例えばコップについては、耐熱温度や容量などについて正しい表示がされているかということ、市町村が立入検査で確認している。令和5年度は200件の立入検査を行い、その結果、問題が発見されたものはなかった。高知県の立入検査数が多いことについては、調べた上で後ほど回答させていただきたい。また、茨城県がなぜ2位なのかということについては、推測ではあるが、アクションプランに目標を定めており、市町村にも立入検査を実施するよう周知をしているため、その結果が出ているのではないかと考える。

(委員)

- ・茨城県がとりわけ不良業者が多いというわけではないことがわかったので、高知県のことについて回答は不要である。

(委員)

- ・マグネットやステッカーを実際に作成・配布いただきうれしく思う。ステッカーについては、ぜひ予算取りしていただき、来年度は県南や県西にも広く周知ができるような活動を展開してほしい。
- ・エシカル消費の認知度について、36%の内訳をみると、言葉を知っていたという割合のほうが多いが、マイバッグの持参や手前どりとといった日常的に行動していることが実はエシカル消費だということに、イコールで結びついていないのではないかと感じる。県民の一人ひとりが、普段の何気ない行動が実はエシカル消費だったのだということをしちんと結びつけられると、さらに認知度というか、エシカル消費の実践力として上がってくるのではないと思うので、言葉だけの先走りではなくて、実際に実践してもらおうというところをお願いしたい。

(事務局)

- ・マイバッグやマイボトルの持参といった、普通にやれていることがエシカル消費だと結びついていない方はかなり少ないと思うので、それをどう結びつけて広報していくかにも課題があると思っている。今後検討させていただく。

- ・ステッカーについて、タクシーの台数は県内全部で2,000台強と聞いており、今年度の倍ぐらいになると思うが、来年度どのくらいの予算が確保できるかは未確定だが、できるだけ広い地域にステッカーを配布できるように頑張っていきたい。

(委員)

- ・先ほどの委員の発言の中でマイバッグの持参といった実践の話があったが、チラシの中に事例として入れていただければ消費者はわかるのではないか。

(事務局)

- ・今年度のチラシは、表面にエシカル消費についてのご案内、裏面に一つひとつのエシカルアクションの案内というかたちで作成・配布しており、その中にはエコバッグやマイボトルの活用がエシカル消費であるということを書いていたが、やはりここにたどり着いていない、読まれていないというところに問題が出ていると思う。今後チラシを作っていく中で、さらにわかりやすいものになるように検討を進めていきたい。

(5) 審議会における御意見への対応について 【資料4】

質疑等なし。

(6) その他（SNSを活用した消費生活相談の実証実験について） 【参考資料】

質疑等なし。

(議事終了)