

平成 28 年度第 1 回島根県消費生活審議会

平成 28 年 7 月 7 日

島根県市町村振興センター 大会議室 2

1 開会

城市

それでは、ただいまから平成 28 年度第 1 回島根県消費生活審議会を開会いたします。

まず本日は委員 16 名の内、13 名がご出席です。島根県消費生活条例施行規則第 20 条第 3 項で審議会の定足数を委員の半数としていますので、本日の審議会は成立していただきますことをご報告いたします。

なお、本日ご出席の委員の皆様のご紹介につきましては、出席者名簿に代えさせていただきます。それでは開会にあたりまして、犬丸環境生活部長からごあいさつ申し上げます。

犬丸

皆さんこんにちは、この 4 月に島根県環境生活部長を仰せつかりました、犬丸と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

本日は委員の皆様方には大変お忙しい中、お集まりいただきまして誠にありがとうございます。また平素から本県の消費者行政に格別のご理解とご協力を賜わりまして、重ねてお礼を申し上げます。

昨年度は 6 月に知事から第 4 期の消費者基本計画の策定について、この審議会に諮問をさせていただいて、本年 3 月に答申をいただきました。

おかげさまをもちまして、第 4 期の基本計画が策定できたわけですが、その四つの柱として、まず一つは安全・安心な消費生活の確保、二つ目は消費生活相談体制の充実、三つ目は消費者教育の推進、四つ目は高齢者等の消費者被害等の未然防止を柱に新たな計画が策定できたところです。

近年はインターネットの発展ですとか、あるいは高齢化・独居家庭の増加とか、そういった社会環境の変化もありまして、消費者トラブルが非常に複雑化しているというふうに承知しています。そういった中、新たに策定した第 4 期の計画に基づいて本県の消費者行政をより一層推進していきたいと考えていますので、引き続きご協力をお願いしたいと思います。

本日は第 3 期の計画の評価をして、昨年度の消費者センターに寄せられた相談の概要などについてご説明をしていくこととしています。限られた時間ではありますが、委員の皆様から忌憚のないご意見をいただきご指導賜わり

ますようお願いいたします。本日はよろしくようお願い申し上げます。

城市

これから審議に入っていくわけですが、現在の委員の皆様には今月 26 日に 2 年の任期が満了することになるわけですが。現在のメンバーではこの会が最後の審議会になるということを会のはじめにあたりましてお伝えをしておきたいと思っております。

それでは議事については、多々納会長を議長として進めていただきます。多々納会長どうぞよろしくお願いいたします。

2 議事

会長

本日は皆様お暑うございます。会長の多々納です。本審議会のメンバーの皆様方には先ほど部長さんからご説明いただきましたけど、2 年間にわたって第 4 期の島根県消費者基本計画についてご審議いただき、このような計画としてできあがりしました。この 2 年の間、委員の皆様方からは多方面から貴重なご意見を沢山頂戴し、また充分ご審議いただきました。本当に島根発の良い基本計画ができたのではないかなということで大変喜んでおります。ありがとうございます。本当に委員の皆様方には厚くお礼申し上げたいと思っております。今後はこの計画を着実に実行していただきたいということが切なるお願いですので、どうかよろしくお願いいたします。

本日は先ほどごあいさつを頂戴しましたように、犬丸環境生活部長さんに初めてご出席いただきました。仄聞いたしますところニューヨークから松江に赴任して下さって、松江の前はニューヨークだと聞いているところです。委員の皆様方ご承知のように、アメリカは大量生産・大量消費を日本の何十年前に実現した国でして、そういう関係で消費者問題もまだ日本に比較にならないぐらい大きなものであったようでした。消費者問題への取り組みとか消費者運動・消費者教育の先進国の一つです。そういう取り組みが日本にも紹介されて、例えばアメリカの非営利団体が発行をしていますコンシューマーレポート等が日本に紹介されまして私たちの消費者運動に大きな影響を与えてくれたと思っておりますし、同様の雑誌は消費者の目とか、今ちょうどNHKのドラマで話題になっています、「暮らしの手帖」なんかもそういう消費者教育の啓発の雑誌ではなかったかなと思っております。このような事で、犬丸部長さんはアメリカにおいでになりましたので、もし可能であれば、こんにちのアメリカの消費者教育の取り組みについて少しご紹介いただいて、島根県の参考にさせていただければ

など思っていますので、どうかよろしくお願いたします。

それではこれから議事の進行に移らせていただきます。お手元の次第にありますように本日は議題が 2 件あります。まず最初が島根県消費者基本計画第 3 期の評価です。資料 1 ですが、事務局からご説明いただけますでしょうか。

(1) 島根県消費者基本計画（第 3 期）の評価

土屋

消費とくらしの安全室の土屋です。第 3 期の評価につきまして説明させていただきます。基本計画につきましては 26 年度までの評価・課題の整理を行った上で年度末に第 4 期の基本計画を策定したところです。今回 27 年度の実績がまとまりましたので、この機会に説明させていただきます。

資料 1 ですが第 3 期基本計画は県民の消費生活の安定を確保するために 1 つの全体指標と 13 の個別指標、いわゆる数値目標を定めております。14 の数値目標を平成 27 年度までの実績を基にこのたび評価を実施いたしました。主なものを A4 の資料 1 の 1 枚目にまとめております。なお、2 枚目の A3 の横長の資料は 14 個の数値目標の一覧表です。対応関係を申しますと、例えば一番上の 1 の全体指標ですと 1 番左側が成果指標になっていまして、クーリング・オフ制度についての成果指標と右側の橙色で塗っている数字がありまして、上段が実績の数字・下段が右側の水色の目標値に対しての達成率、一番右側に該当評価項目がありますけれども、1 枚目の評価のまとめと対応しています。達成率につきましては 3 色で色分けしています。これは上の欄外の※印にありますように、黄色は目標値を達成したもの、橙色は達成率が 80% から 99% ということでおおむね目標を達成したものです。赤色は 80% に達せず目標を未達成であるというふうにして色分けしています。

それでは 1 枚目の A4 の資料を中心に評価を進めさせていただきます。(1) の全体指標、クーリング・オフ制度認知度に関する評価です。この評価測定の方法は県が平成 27 年 8 月に実施しました、島根県政世論調査の結果によっています。この調査は対象が 2,000 人、郵送方式をとっています。回収率は 68.8% となっています。①の消費者の比率を図る一つの指標であるクーリング・オフ制度認知度についてはテレビ・ラジオの放送や出前講座などによって様々な広報に努めています。一定の水準は満たしていますが目標値の 85% には達しませんでした。回答の選択肢の「良く知っている」と「ある程度知っている」の合計でこの認知度を算出していまして、ちなみに平成 27 年度は「良く知っている」が 21.8%、「ある程度知っている」が 53.7% で合計 75.5% がクーリング・オフを知っているという数値となっています。そのほか「見聞きしたことがあ

るが良く知らない」が 16.6%、「見聞きしたこともない」が 4.8%、無回答が 3.1%というふうになっています。

続いて (2) 個別指標、消費者の自立を支えるための施策に関する評価です。ここでは消費生活相談窓口の充実とか悪質事業者への取締り等の法執行など、いわゆる行政自身の役割の遂行についての評価について述べています。その中で大きく三つ、①の県内の消費生活相談体制の充実、②の特定商取引法や景品表示法等の法執行に対する評価、③が消費生活に関する広報・啓発活動についての評価となっています。

まず、①県内の消費相談窓口の充実です。中ポツの 1 番目は県の消費者センター体制についてです。県の消費者センターの体制は相談員の研修など資質の向上が図られていまして、消費生活相談の斡旋解決率の達成率は 100%前後を維持しています。斡旋解決率とは相談者と事業者の間に当センターの相談員が入って交渉を行って解決したりです。平成 27 年度の斡旋解決率は 89.1%で目標値を達成しています。中ポツの 2 番目が市町村の相談窓口体制についてです。市町村の相談窓口については有資格相談員の配置とか研修会への派遣等による対応能力の向上が図られるなど充実してきています。しかしながら消費生活センターの数についてはセンター化の要件のひとつである全国消費生活情報ネットワークシステム、パイオネット (PIO-NET) と呼んでいますけど、このシステムは各市に配置されていますけどもセンターの増加には至っていません。パイオネットというのは、国民生活センターと全国の消費生活相談センターとネットワークで結んで、各センターに寄せられる全国の情報を共有できるシステムでして、解決方法とか悪質事業者を見つけ出すのに役立っているシステムです。こちらは島根県では全市に配備されていますけども、センターになっているのは 6 市に留まるという状況です。残るのは大田市と江津市です。ちなみにセンターの要件は消費者安全法で 3 要件が規定されています。一つが 1 週間に 4 日以上相談窓口を開設していること。二つ目が消費生活相談について専門的な知識及び経験を有する消費生活相談員を配置していること。それからパイオネットなど電子情報処理装置が備わっていることの三つです。大田市はこの三つの要件をクリアしているというふうに承知しています。江津市は相談日数が二日間のみというふうに定めています。両市に対しましては引き続きセンター設置につきまして働きかけをしてまいりたいと考えています。

②特定商品取引法や景品表示法等の法執行です。こちらは平成 23 年度から不当取引の監視をおこなう専任の職員・警察官の O B の方を 1 名雇い入れたこともありまして、指導件数は増加しているものの目標値には達していません。今後とも引き続き法律の把握を行い、行政指導・処分について引き続き行ってまいる考えです。

③消費生活に関する広報・啓発活動です。指標は消費者被害注意情報の扱いです。消費者被害注意情報は消費者被害の拡大を防止するため、県で報道発表を行ってマスコミを通じた広報を行う。あるいは市町村や社会福祉協議会・民生児童委員協議会等への注意喚起を呼びかけるといったものです。消費者注意情報の発出回数は平成25年度は大手化粧品会社の白斑事案とか高齢者に対する健康食品の売りつけ商法などが発生しまして、この消費者被害注意情報を15回発出しています。その後平成26年度は9回、昨年度は5回に留まった形になっています。ちなみに昨年度の内容としましては、国勢調査をかたって電話などで家族構成などを聞き出そうとするケース。マイナンバーに関連いたしまして、受託業者をかたってお金を払えば番号を教えるなどともちかけるケース等です。県では消費者被害注意情報という形ではありませんけど、消費者安全法や消費生活用製品安全法に基づく国からの注意喚起情報は年間に約100回程度提供をしています。

続いて(3)個別指標「消費者の自立を促進するための施策」に関する評価です。こちらの項目は消費者教育とか消費者団体の支援とか民間の役割に対する支援についての評価についてまとめています。

①は消費者教育、②が消費者団体等の活動支援についての評価です。

まず、①消費者教育です。中ポツ1番目が消費者教育の実践研究事業で、消費者教育に関する教材の開発・授業方法の研究を学校の先生で組織される県内の研究会に委託するものです。こちらは積極的に働きかけを行っています。受託の件数は、目標値が5団体に対しまして平成26年度の2団体から平成27年度は3団体になっています。島根県高等学校家庭科研究会が新たに加わっています。中ポツ2番目、消費者問題の出前講座の年間参加人数です。出前講座の参加人数については積極的なPR活動を行うことによりまして、目標値が延べ6,700人に対しまして平成27年度は8,652人。平成26年度と比較しますと参加人数が15%増で、回数は109回から70%増の184回となっておりまして、参加人数・回数とも大幅に増加をしています。

②消費者団体等の活動支援です。こちらは地域で活動される消費者団体の支援についての評価です。中ポツ1番目が地域の消費者リーダー等の育成のために消費者リーダー育成講座・レベルアップ講座・消費生活相談員の資格取得のための講座を開講したものです。平成27年度は延べ72人が修了しています。累計といたしまして、延べ474名で、目標値460名を上回っています。講座の実施等によりまして第3期期間中、出前講座の登録講師15人。有資格相談員7人の養成など人材育成が図られたところです。中ポツ2番目が消費者活動推進事業、こちらは消費者団体に対して消費者活動に関する県との協働事業ということで、委託事業をしてもらっています。平成27年度は前年度と同じく13件

で目標値を下回っています。

最後に 2 ページで以上の評価に基づく第 3 期の課題を整理しています。○の一つ目、情報提供・消費者教育についての課題です。消費者被害を未然に防止するため、クーリング・オフ制度の周知を始め、自立した消費者の育成が重要です。新たな第 4 期基本計画では課題の一つに消費者教育の充実を掲げています。先ほど申し上げましたように、昨年度、出前講座の参加人数が大幅に増加したところでして、今後も第 4 期の基本方針Ⅲの消費者教育の推進の中で施策展開を図ってまいりたいと考えます。

○の二つ目、相談窓口の充実についての課題です。消費者被害の救済には住民に身近な市町村の相談体制の充実が重要です。相談窓口の周知・専門相談員の配置・担当職員のレベルアップに取り組む必要があります。第 4 期の基本計画では課題の一つに相談体制の充実を挙げていまして、今後も基本方針の消費生活相談体制の充実の中で施策展開を掲げてまいりたいと考えます。

会長

ありがとうございました。島根県消費者基本計画の第 3 期の評価ということで、昨年度の評価ということで本来ならばこの評価を第 4 期に反映したいと思ったのですが、第 3 期が終わると同時にもう第 4 期をスタートしなければならないということもありまして、今回これは盛り込むことはできませんでしたけれども、こういうことを勘案して第 4 期を作っていただいているのではないかと思います。本日の会の前に委員の皆様方にご質問等をお伺いしていますが、ありましたでしょうか？

城市

ご質問等はいただいていません。

会長

そうしますとこの場で、今の詳細のご説明をいただきましたので、お気付きの点とかこのあたりが課題ではないか等のご意見がありましたら、ぜひお願いしたいと思います。いかがでしょうか？

委員

松江市の公民館長会から出ています。参考までに聞かせていただきますが、個別指標・消費者の自立を支えるための施策の③になるのですが、広報啓発活動で消費者安全法や消費生活用製品安全法に基づく国からの注意喚起情報を市町村へ情報提供したというふうに記述されていますが、市町村が情報を如何に

活用したかというふうなところをもし把握をしていらっしゃったらお聞かせをいただきたいと思います。

会長

いかがでしょうか？市町村の方でいただいた情報等をどう活用したかというところまでありますか？

石井

石井です。回数的には先ほど出しましたように、106回という数字ですのでこれを全て市町村のホームページですとか有線放送を通じて流された訳ではありませんが、一部については市町村のホームページの方でアップしているのは確認していますけども詳細のところまでは確認していません。

会長

という状況ですが、どうでしょうか？

委員

情報というのは最終的に住民に届いて始めて効果がありますので、もう少しそのあたり把握をとるか伝わるように市町村に指導していただいたらなと思います。

会長

はい、ありがとうございます。何かこのように指導しているとか。こういう情報の受け方をしているとかという良い例がありましたら、委員さんの方でご存知でしたらご紹介いただくとありがたいですが。ラインとかネットとか非常に便利になったのですがそれがしょっちゅう来るとまたかということで、なんか感覚的に麻痺してしまうということもありますので、県で作った計画そのものも、皆様方ぜひもっと活用してほしいというような、PRをもっとできると良いのですが。よい事例等がありましたら、ご紹介お願いいたします。

委員

2—⑦と2—⑧のところですが、消費者問題の出前講座の参加人数が増えたこと。それから研修された方が増えたこと。これらが共に増えたことは知る機会が増えたことで良いことだと思います。ですけどそのクーリング・オフ制度を知っている割合となるとなかなかそこが周知にいたらない。そういう状況もあるようでして、どうしたらもっと隅々に皆さんに知れ渡るかなと考えた時に、私の

地域の話なのですが、消防を退職された方がいらっしゃって、その方が防災のことにすごい長けている方で、あの人があるなど、あの人を呼んで、地域というのは月に1回ぐらい集まりを設けているところもありますので、そこに呼んで防災のことにみんなでその人から話を聞いて勉強をしようという、そういうことがありました。ですので、今この状況を消費者問題のことにおいた場合に、多分地域にはこれだけ講座を受けた人も増えているということはどこかにこういう方がいらっしゃると思うのです。それから出前講座は本当に小さい集まりで呼べるということでもいいことをしておられるなど思ったのですが、更にその先に申し込まなくても地域の人たちが「あの人に話を聞いてみよう」とそういうような形になると、更に皆さんに知れ渡っていいことではないかと思えます。ですので、地域というのは多分県からも「ここにこんなことをした人があるよ」とかそういう情報は流れているかとは思いますが、もう少しそのところの人材のバンクというか、そのところをこまめに情報を市町村とか社協なのかそこはわかりませんが、もう少し地域にそういうことを発信されると、また地域の方で自分たちでそういう話を聞こうとか、学習会をしようというような流れができるのではないかと思います。ですので、そういう人材を地域で使うというと申し訳ないのですが、そういう仕組み作りも併せてできるともっとみんながわかってくる状況ができるのではないかと思います。

会長

きめ細かい情報提供ということですね。ネットなんか大きくざっとですが。何が重要か届かないところをやはり口コミで直接フェイス・トゥ・フェイスでやるという、そういう良い方法をご紹介いただきました。

委員

体験談というのも話せる人がいる。地域に何か差し支えなければそういうことを話されると地域って結構話の伝わりが早いので、この地域に特化することも問題としてあると思うので、そういう体験された方も併せて話があると良いかなと思います。

会長

はい、ありがとうございます。そのほか、いかがでしょうか。ありましたらぜひお願いいたします。

委員

質問をさせていただきます。評価項目でいうところの2—⑥です。学校におけ

る消費者教育の実践研究数についてというところで、積極的に働きかけを行ったことで、3団体になったということで、1団体増加したが、目標値を下回ったという評価のところになろうかと思えますけども、こういう件数を増やしていくことは難しいのでしょうか。

というのも、学校における消費者教育というのもとても重要なと、注目されているところでありまして選挙権の年齢引き下げに伴って民法上の年齢の引き下げも議論がなされているところなんです。また若年層がデジタルコンテンツの関係でいろいろ消費者被害に遭っている現状も問題となっているかなと思いますので、なかなか増やすのも難しいかなと思うのですが、ここはやはり重要なことかなと思いますので、その現状についてなかなか難しいという実情についてお聞かせいただければということと、ぜひ今後もやっていただければということをお願いします。

会長

ありがとうございます。教育委員会からお出掛けいただいていますね。

植田

教育指導課の植田です。様々な学校で、今学習指導要領の改定に向けて議論しているところです。ああして主権者教育がクローズアップされていまして、単に選挙制度についての学習ということではなくて、様々な地域と関わったり社会一般と関わったりという様々な分野において主権者意識を備えた子どもたちを育てていくべきであるということで、様々な「〇〇教育」とついたものも、主権者教育のもとに統合していく、学校の教育課程を社会に開いていくという方向で教育課程の改定が進んでいるところです。消費者教育についても18歳で主権者意識も備えた子供たちを育てるという観点で重要であるという認識はあるところですし、今その整理を進めていかないといけないというふうに認識しているところです。

会長

ありがとうございます。事務局としてなにかありますか？

福頼

消費とくらしの安全室の福頼です。学校の実践研究委託事業を担当してまして、少し実状を申し上げますとこの目標値の5というのは小学校・中学校・高等学校の関連教科の研究会の全ての数ということになります。ですのでこの目標値5というのは全ての研究会で、ある単年度に実践研究をしていただく

いう、少し高め目標を掲げていますけども、実態としましてはそれぞれの研究会で、今年はこのテーマをやりたいとかそういうようなお考えもそれぞれありますので、結果として2や3という数字に留まっているというところがあります。少し話が広がるのですけども、先ほども教育委員会の植田先生の方からお話がありましたが、消費者教育が平成24年度に消費者教育推進法という新しい法律ができました。それに基づいて消費者教育の中身というの、単なる被害防止とかそういうところに留まらずに消費者市民社会ということで、この社会の中で消費者として自立して活動する。しかもその活動が社会を持続可能なものにするような消費者を育てるところに目標が大きく広がっています。私どもとしてはこの大きな新たな目標に向かってどういうふうに消費者教育を進めていくかということ、こういった教科の先生方とコミュニケーションを取りながら考えていきたいと考えています。

会長

私、家庭科教育に関わっていますもので少し紹介させていただきます。小・中・高の家庭科は全員必修でして、その中で衣食住だけでなく消費と環境というのが特に前の教育課程あたりから重視されてきていますが、残念なのは家庭科の時間数が少なく、どうも家庭科を学ばば全員必ず消費者教育を学ぶという。そういうことでして、家庭科の立場として消費者教育を充実できる時間を増やしてほしいなということがあります。特定の学校で教育を実践するというのも非常に効果があるのですが、本当に大事であれば全員が学べるそういうシステムが必要かなということ強く感じているところでして、一方ではこういう特例的な提唱化そういう研究実践を進めていくのと同時に広くみんなで学ぶ機会をと。その両方が必要な量のところで、この目標では5校にしています。前は確か3校だったと思うのですが、消費者教育推進法との関係で充実しようということで、5校に増やしていただいたのですが、学校現場では様々な教育でパンクしそうだというようなお話も一方ではありますので、そのあたりで皆様方の理解を得ながら積極的に推進していく方法は何かということも考えないといけないかなということも思った次第です。

委員

私は県の社会科研究会の会長をしていますので、社会科の会で度々来ていただいて紹介をしていただいて、県の社会科教育研究会では毎年一応2校、小・中・高ずつ2校の研究指定をお願いしています。ただ会長さんが言われましたように研究指定をしていなくても教科書には教科項目が位置づけられていますので、実際指定校だけがやっているということはありませんし、通常の指定校

でないところというのは消費者センターに来ていただいて、話していただいたりしていますのでこの数値に挙がっていることは確かに指定校はそうかもしれないですけども、中学校では3年生で必ず全員が学習するようになっています。

別のことですが、クーリング・オフの認知度が下がってきている一つの背景に、この調査そのものの年代別の所が明確に良くわからないというのがありますけども、実はクーリング・オフ、若干最近消費者教育の中では以前ほど重要なファクターとして扱わなくなってきたのが現状です。その理由は次回もクーリング・オフの認知度が85%ですが、言葉としては分かっているが、クーリング・オフの条件としてネット販売であるとかそういうものにはかからないので、実は子供には現代っ子にはほとんど違う世界の話で、訪問販売は高齢者に対しては非常に重要なファクターであると思うのですが、したがって消費者教育の少しマイナスではないですけど、以前より重きをかけている内容が劣化してきていることから若干下がってきていることが、影響しているのかなと思ったりし、85%を目指していることについていうと、消費者主権という立場で学習はしていきますけども、学校の方も適応していかないといけない消費生活の実態があるかなと感じています。

会長

クーリング・オフに関してはそういうこともあって、相談窓口を知っているかというようなことも合わせて、全体指標を三つにさせていただいていますので、今まではクーリング・オフ制度だけだったのですが、総合的に判定するということですかね。

委員

高等学校はいろんな研究発表等を生徒がしています。その中でも特に私は商業ですので、商業高校の生徒の研究発表というのは独立商業4商ありますけれども、その協議会等があります。特に消費者教育ということで発表していることではないのですが、商業ですので全ての発表はこういった視点を持って発表しているということもあります。ですからそれを消費者の団体の中に挙げるかどうかというのは難しいところはあるかもしれませんが、そういったところで実践をしています。普通高校も、今いろいろな形で研究をやっています。そういった面でも何か引き離せないのではないかなと、流通系とか商品開発であるとかそういう研究発表の中では必ずこういった消費者視点というのがあるということと、それから家庭科の方です。家庭クラブ等の研究発表で生徒が発表しています。ただこれが狭いところでの発表というのがあるって、もっと広くP

Rすればすごく良い発表をしていますので、そういった面も家庭クラブの生徒達の研究発表の中でも、こういった消費者目線での発表というものも入れていますので、そういった機会もぜひご覧いただく機会がありましたら、高校生の発表の方に参加いただければと思います。

それから、今本校では楽天IT学校というのをやっています、楽天と商品を、今ホームページを作ってそこで商品を売るということの勉強をしています。これは全国47都道府県大体商業高校1校はやっているところで、東京で楽天IT甲子園というのもあって、優秀な生徒がそこで表彰されるというようなことなのですが、昨日もやっていますけども何か消費者、正に消費者教育そのものが実践しているなという感じを受けています。ですからそういう面からも取り組みを、我々はPRをしていく必要もあるのですが、そういう取り組みをしていくことも大事なかなと思っています。

それから、クーリング・オフについても年代が18歳のところで非常にニーズが低い状況になれば、やはりこれは学校教育の責任の所がありますので、そのところも学校教育の中でしっかりとした消費者教育をしていかなければならないと感じたところです。

会長

ありがとうございました。今日は皆様方のご意見をお伺いしていますと、消費者教育の中身も我々が、プラス消費社会が変化してきているので変わってきているのだなど、また変っていかざるをえない。それに応じた評価の仕方というのを考える必要があるかなと、わりとクーリング・オフというのを伝統的な部分でしたので、今回も入れていますけどももちろんこれも重要だけでも更にもっとこういうこととか、これよりももっとこっちが大事ということを特に次の第5期あたりでは検討いただくといいと皆様のご意見で感じたところです。ありがとうございました。そのほか、ありますか？

委員

クーリング・オフの認知度についてお聞きしたいと思ったので、丁度詳細がありましたので良くわかったつもりです。クーリング・オフの認知度はなんでこんなに下がってきているのかという関心があって、お聞きしたかったのですが、今学校現場で実情をお聞きしまして何となく了解したところです。

私が参加しています米子市の消費生活審議会がたまたま今日午前中ありまして、そこでも学校教育とどうタイアップするかということが大きな課題になっていて、例えば弁護士会、鳥取県なのですが、とか米子市の行政も学校の方から要請があればいつでも行きますよというふうに言うんですけど、なかなかその

あたりがうまく提携ができないという。それをどうしたらいいか毎回審議会では課題になっているのですがそのあたりをどう調整するかということが、大きな課題だと思っています。ただ、今日の午前中で聞いたところによると小学校・中学校の現場ではいろんな課題が入って来て、これについて重要だから取り上げてみた、教えてみた。時間が限られる中で消費者問題・消費者教育というのは相対的に比率が低下してきてしまうのだとそういう実状があるのだとお聞きしました。ただ、今日の議論の中では消費者教育だけを特化すると特別な事に思えるけども、いろんな消費者教育であるとか様々な課題と関連してくるわけですね。それとどうかね併せて消費者教育を進めていくかということなんだろうなというふうに思って今日来たところです。

それからクーリング・オフについて、今日もすでに発言がありましたけども、最近クーリング・オフを重点的に教えなくなっていることは良く理解いたします。たまたま今年私の授業でクーリング・オフのことをやったのですが、私としては10年ぶりに学生を教えまして、10年前までの感覚はあるのですが、今年は10年ぶりに学部学生を相手にして、クーリング・オフと契約の解消の話をしたのですが、その中でクーリング・オフというのは実は特殊なのですよと、契約というのは結んだら守るのは当たり前でして契約は守らさなければいけない。約束した以上は義務を果たす。ところが例外としてクーリング・オフがある。そういう話をしたのだが、授業の感想の中に、それが意外だったという話があつてですね。だからクーリング・オフというのは正確に話して理解しているのかどうかというふうに疑問を持ったのですが、したがってクーリング・オフ制度を知っているかどうかだけがその全体意思表示として重要だということは正しくないので、したがってクーリング・オフをいかに教えるかということも含めて認知の差で、仕方を工夫する必要があるのではないかと思つたのです。

会長

ありがとうございました。何か、事務局からお答えありませんか？

飯塚

先ほどの高校等での教育という話でしたので、一つ情報提供という形でお話をしてよろしいでしょうか。出前講座の受講人数が随分と増えたというお話をしていますが、その中で若年者というのが26年が約3,000だったのに対して、4,200名余りに増えています。この中で昨年、出雲高校ですとか南高ですとか1年生の家庭基礎のコマの中に出かけて行って教える機会を持たせていただいたことが昨年随分増えました。従来そういった進学校ではあまりなかったことで

すので、こういったところから出てきたことで、そういった所が増えていく可能性があるのかなと思ったところです。情報としてご紹介させていただきました。

会長

ありがとうございます。そういういろんな工夫をしていただくことにより、もっと充実していくといいなという事で良いご紹介でした。

クーリング・オフを知っている人の割合で、知っているだけではなくて制度の内容まで理解してはじめて活用できる制度なので、「良く知っている」、「ある程度知っている」という回答を合わせた割合にするということにしました。今までは知っているが、その言葉を知っているかどうかというような非常にあいまいなところだったのですが、来年の評価には単に知っているではなくて、「良く知っている」、「ある程度知っている」というそういう人を合わせて、知っているんだというような一步深めてクーリング・オフについて皆様方がどういう状況かということ把握しようというふうにしていますので御理解いただきたいです。その他にいかがでしょうか？

私の方から気になることを、評価シートで数値目標を決めると、結構説明していないところが気になりまして、先ほどの詳細のご説明をいただいたのですが、まず消費生活センターの数で大田と江津市がまだ、大田は要件を満たしていてもセンターの設置をしていないというのは、どういうことなのかなと業務サービスの一つかなと、それから事前に見ましたら江津市は市長さんがわざわざ相談窓口は設置していると、で、いろいろな情報をいただいたりしているという弁解をしておられたのですが、それを気になりまして、大田とか江津にお住まいの方がいらっしゃれば、ここはそうでないのかということをお聞かせいただいて県からもそうですし、この審議会の名前が強力に設置してほしいという条件が叶っていれば、あとは特に大田とかはいろんな施設がありますのでぜひ協力に言っていただきたいなというそのことが一つです。

委員

指摘のありました江津市です。江津市は相談窓口というのは行政の中の隅っこの方に部屋があるのですが、そこは相談員さんが1名いらっしゃって専門の方が、その方が月に2回程度出いらっしゃるということなのですが、それと行政ですが総務課の職員がそこについて相談を受けるという状態なのですが、それで市民の方から相談窓口を空いているときが少ないとかというような苦情的なものは、まだ私たち消問研の方では伺ったことはないのですが、相談を行政にするというのが江津市はあまり行動していないところがあると思

います。だから相談に行かれるのは駐在所が多いのかなという気がします。警察ですね。警察というとみんな敷居が高いみたいな感じですので、そこここに駐在所がありますので、そこへ行かれるというのが多いかと思います。それと金融機関ですね。金融機関も銀行というのはあまり行かないと思いますが、JAです。JAには相談に行っておられるというのはJAの職員さんに聞いたことがあります。

私は江津市で消問研の、私島根県連合婦人会から出ているのですが、島根県連合婦人会として消問研で同じ方法での活動はしていないのです。個々地域でやっておりますが、私の住んでいるところの江津市はとても消問研の盛んなところですので、以前石井さんにも相談させていただいて、老人会の方たちだけで研修をすることはできますでしょうか？ということもご相談をしたのですが消問研の研修をするところへ婦人会でないと行きにくいと言われるのです。だからそうではなくてということもお願いするのですが、なかなかお見えにならないということで、特殊詐欺とかクーリング・オフ制度のことで被害がでたりするというのを私たちは聞いているので、件数はわかっているのですが消費者被害というのは江津市は得意です。私は劇団も持っていますので、消費者リーダーの育成という。ここがなかなか、この年代の私たちにそのリーダーの育成というところが行き届かないといいますが、結構時間を費やさないとその資格を取得することができないというところでなかなか難しいのかなというところで、相談員は江津市は1名で、市長が言い訳がましいことを言っているかもしれませんが、行政も消問研も頑張っています。

会長

皆さん協力されていていい感じになっているのだと思うのですが、警察の相談窓口だったところはいいのですが、やはり消費者センターでその専門の方が配置されていますので、そういう形がいいのではないかということで、消費者センターをぜひ設置していただきたいなと思いますので、県のほうからも、この審議会の名前でしていただくといいと思います。

石井

応援をいただきありがとうございます。確かに大田市はもう条件が揃ってしまっていて、なぜセンターの看板をかけないかということに関しては、理由としては相談室がないことと、行政の職員が削減されて相談員さんをフォローする体制ができないということを理由に挙げておられますけれども、3条件は満たしていますので今年度からプッシュ・プッシュでと思っていますので、応援ありがとうございます。

会長

よろしくお願いいたします。もう一つ時間が結構押してきましたが、気になることが。

評価シートの先ほどご説明いただいたのですが、消費者被害注意情報発行回数、平成23年が11件で27年が5件という。この注意情報を発行しなくてもいいようないい状況だというふうに理解できるのですが、目標値があればどう達成したかということが評価になりますので、目標値の数字の示し方というの、今回は検討事項かなということと、それから1番右の表の第3次島根県消費者基本計画最終評価のところで、そこに文章が書いてあるのですが、目標値を下回った但し消費者安全法や消費生活用製品安全法に基づく消費者庁からの注意喚起情報については市町村に情報提供をした。だから国から来るのを横流しした。ごめんなさい、何か表現が悪くて。なんか弁解がましく私たちにも責任があるので、もう少しいい表現方法かあるいは先ほど申しました目標値あるいはこれをあまり受けなくて国から来るのをきちんと流して、先ほどご質問にありましたように、それがどう生かされているのかという。そのあたりをチェックすることによって、そうするといい評価になるのかなというのを個人的に感じましたのでしつこく申し上げてすみません。ありがとうございました。そのほか、もう1度簡単でいいのでご意見等ありましたらお願いいたします。

委員

今の会長のご指摘で、この評価シートというのはどういう位置付けになるのでしょうか。常にどこにどのように報告をされているのか知りませんが、報告をするためにここで中身をチェック、議論させていただくのか、すでにこれ報告は終わっていますということなのか。そのところを教えてくださいませんか？

石井

26年度の数値までは、第4期を作る際に皆様にお示しして、この度27年度の数値を入れた4年間の報告は今日が初めてです。今指摘をいただきましたので、目標については第4期の計画、駄目なものもありますので、いただいた意見は第4期の計画のところで反映する形で活かしていきたいと思えます。よろしいですか。

委員

わかりました。

会長

この数値は県のホームページの中でアップされるのですか？毎年、評価するのではないですか？この数値目標については。

石井

審議会で皆様からいただいた意見とか資料はホームページでアップしていません。

会長

全て県民の皆様にはご存知になることができるのですね。

よろしいですか？そうしますと、議題の 2 番の方にまいりたいと思います。

平成 27 年度消費生活相談の概要ということで資料 2 について、事務局より説明して下さい。

(2) 平成 27 年度消費生活相談の概要

飯塚

消費とくらしの安全室の飯塚です。昨年に引き続き消費者センターの担当をしています。よろしくお願ひしたいと思います。資料につきましては先ほど説明があった資料 1 というのを 3 枚ほどめくっていただくと資料 2 というのが 2 枚 4 ページにわたってついています。わかりますでしょうか？少しカラフルなグラフ等がありますが、右に資料 2 と書いてあるものです。これに基づいてご説明させていただきます。平成 27 年度の消費生活相談の概要ということです。

まずこの 1 ページ目ですが、ここで赤・青・緑の 3 色で表示させていただいています。青が県の消費者センターで昨年度受け付けました消費生活相談の数です。緑の数字につきましては県内の市町村、先ほどあった 8 市だけではなくて 19 市町村もすべてですけれども、それぞれ相談窓口を設けておりまして、ここで昨年度受け付けられた相談件数を 4 月に調査照会をかけたいただいた数字をまとめたものです。県と市町村で受け付けたものを合計したものを赤という形で 3 本で、過去 6 年間の推移という形で示させていただいたものです。見ていただきますと青の数字、県の消費者センターの相談件数がありますが、昨年度が 3,334 件、1 年前が 3,535 件でしたので 201 件減少、5.7%の減という形です。ここでは表してありませんけど、実はピークというのが平成 16 年でして、14,176 件ありました。その後ずっと減少傾向が続いていまして、一旦 25 年のところで少し増加がありますが、これは健康食品の送り付けが一時的に大変急増した時期がありました。この関係で 25 年度若干増加しましたが、それ以外につきまし

てはずっと県につきましては減少傾向が続いているという状況です。このうち県の消費者センターというのは松江の市町村振興センターの 5 階と益田の合同庁舎の中に石見地区相談室という二つがありまして、それぞれ受けているわけですが、松江のセンターの方が 2,800 件あまり、益田の相談室の方が約 450 件、大体松江のセンターが 8 割以上という形です。割合としては特に変わっているわけではありません。このうち電話が約 3,000 件、来訪してご相談にみえるのが 350 件あと文章が数件という形で電話が 9 割、来訪が 1 割ということですが、益田にも相談室があるということで県西部の方は石見の相談室をご利用いただいているのかなと思っているところです。市町村の相談件数につきましてはここ 2 年、26 年度・25 年度までは増加傾向にありましたが、27 年度につきましては少し減少したということにして 1,903 件、前年度に比べて 109 件ほど減少ということで、5.4%の減少ということになります。県と市町村合わせた相談件数の中で市町村が受ける相談件数の割合は 36%ぐらいになります。この割合につきましては前年度と特に大きな変動はありません。

この下のグラフにつきましては市町村につきましては、内訳がわかりませんので県のセンターだけの形になりますけれども、1 ページ目の下のグラフは相談があったものの当事者。県の相談窓口で相談される場合は必ずしも契約ご本人ではなくてご家族の方がご相談になられる場合もあるわけですが、そのご家族があつてご相談される場合も、契約当事者の方が何歳であるかという年齢なども聞かせていただいているわけですが、契約当事者の年代別の数字を表したのが下の表です。高齢者が多いという訳ですが、ここで右から二つ目が 70 歳以上という形です。これは 1 番多くて全体の 651 件で 19.5%という形です。その左のオレンジが 60 歳代という形で 515 件、15.4%です。この 60 歳代・70 歳以上を合わせまして 35%という形です。全体の中で 35%が高齢者ということであり、やはり高齢者が悪質商法のターゲットになっているという状況です。ただ 25 年度につきましては 42.8%、26 年度につきましては 38.4%ですから高齢者の割合は徐々に減少しているという状況が見えるところですが、やはり高齢者がまだまだ多いという状況があります。

めくっていただきまして、3 苦情相談の内容というふうに書かせていただいています。これも上がグラフ、下が表という形になっていますが、上のグラフは昨年度苦情相談のあったものの上位 20 位まで表しています。下の表は上位 10 位までですが前年度と比較をしたものという形で表しています。上のグラフも下の表でも 1 番左側にありますデジタルコンテンツがダントツで多いという状況です。いわゆるインターネットを利用したり、スマホを利用したりアダルト情報サイトにかかる不当請求ですとかあるいはワンクリック請求、そういったようなものが多くありまして 789 件というのは全体の 25.3%にあたります。

平成20年度からは相談割合としてはこのデジタルコンテンツ関係はずっと1位ですけれども、昨年度は全体を見ますと5%あまり減少していますけれども、デジタルコンテンツだけは前年度に比べて約20%も増加しているという状況です。下の表では前年度と比較していますので、26年度の659件から相当数増えているというのがお分かりいただけるのではないかと思います。2位以下につきましては順位こそ入れ替わっていますが、上位10位までの項目としては変わりが無いという形でインターネット通信サービスとか商品一般ですとかフリーローン・サラ金、健康食品とこういったところが上位を占めているという状況です。インターネット通信サービスというのは昨年2月に光回線の転用サービスというのが始まっていますけれども、それ以前からインターネットの光回線化が随分広がってきていて、とうとうそういった関係のトラブルが2位まで上がってきたという状況です。商品一般につきましては、いわゆる商品名が特定されない。不審な電話がかかってきた。この電話は何だと。あるいは情報が漏洩していますかどうしますかみたいなこういう不審な電話がずいぶん増えてきていて、特に26年度は急増していました。27年度は3位ではありますが少し減少しているという状況です。フリーローン・サラ金等につきましては年々減少傾向にあるという状況です。健康食品は25年度に随分多かったのが一旦26年度どんと下がりました。それがまた微増という状況にあります。健康食品のこれまでの特徴としては、高齢者がもの凄く多かったです。もちろん、今でも高齢者に関しては多いですけども、最近ではインターネット通販、先ほどありましたけどもそういったものを利用して、スマホを利用してサプリを購入する。なかなか字が小さくて見えにくいですけども、1回お試し500円ということで頼んでみたら3回・4回の定期購入だったと、そんなの頼むつもりではなかったというような相談が最近急激に増えてきています。そういった形は高齢者だけでなく若い世代にも広がってきているという状況があります。

次のページを見ていただくと年代別の苦情相談の件数が出ています。先ほど申しましたデジタルコンテンツは20歳未満はダントツですし、20歳代から60歳代までずっと1位です。各世代とも増加しています。70歳以上につきましても、とうとう3位まで上がってきたという状況です。ちなみに26年度の70歳以上のデジタルコンテンツは30件で6位でした。25年度は22件で8位でした。とうとう41件に3位まで上がってきたという状況です。そういった状況で高齢者の方にもインターネットですとかスマホが普及してきたあるいはそういったものが使える世代が高齢化してきているということもあるのかなと考えるところではあります。

最後は県で受けた相談の相談者の居住市町村別を挙げさせていただきます。江津市にお住まいの方も100件くらいはあるという状況です。ここに比較を付

けていませんけども、出雲市さんが前年度に比べて数を減らしてますが、逆に
出雲市が直接受けられた相談が少し増加しているという状況もあるということ
です。全体として市部の方が多い。町村は少ないですけども、こういった所で、
これが直接受けられる相談が町村はもっと少ないですので、そういった体
制の強化が町村においても必要なのかなというところがうかがえると思います。
簡単ですけども以上です。

会長

ありがとうございました。詳細な説明をいただきました。これについて事前
の質問がありますか？

城市

いえ、ありません。

会長

ありませんか。では、この場で何かご質問、ご意見等がありましたらよろし
くお願いいたします。

委員

デジタルコンテンツの定義は何でしょうか？それを教えていただけないでし
ょうか？

飯塚

定義といいますと厳密に言いますとパイオネットという国民生活センターと
全国の消費者生活センターで結んでいるシステムがありまして、そのシステム
に入れるときに分類分けをするものがあり、大体どんな内容が入っているかと
いうことは先ほど資料 2 の 2 ページ目の 1 のところに書いてありますが、イン
ターネットのアダルト情報サイトあるいは有料メール交換サイトの利用料等
にかかる不当請求や架空請求等というような内容だとさせていただいていますが、
インターネットやスマホでいろんなサイトをご覧になって、これに関してご相
談を受けたものです。

委員

いつの間にか日本語化してきているのですが、実際の外来語の意味として
はちゃんとした定義というのは消費者庁からか総務省から発表されているのか
はわかりませんが、私の中では自然にデジタル内容だというふうな理解しか

していないのですが、改めて定義って何だろうなと考えても良くわからない。70代以上の方にデジタルコンテンツって何ですか？とお尋ねしたらどれくらいの人が理解されているかなと、今ふと思ったものですからそれでお尋ねしました。

会長

国のほうからですか、行政用語はできるだけ横文字を使わないでということも一時言われていたのですが、今ここの資料も結構横文字が多いのですが、どうでしょうかね？こうだと言われれば理解するしかないということもあるでしょうけど。

飯塚

特に日本語に直すということをやっていませんが、元々は先ほどのパイオネットというのもカタカナでアルファベットで申し訳ありませんが、国民生活センターと全国の消費生活センターが結んでいて消費者庁等もそれを使っている。そういう相談情報を登録するシステムがありまして、日本語で言うと全国消費生活情報ネットワークシステムこれをいったほうがわかりにくいですが、これを略して通称パイオネットと言っているわけですが、これでは全国の消費生活センターや国民生活センターがどういう分類で入れるかという分類表が大分類・中分類という形で決まっています。それにしたがって入力している。その分類にしたがって分けさせていただいているということで、申し訳ございません。ご理解いただけるでしょうか。

会長

大元はデジタルコンテンツという分類をしているわけですね。それから設定の方を島根県がやっているという。

委員

私の個人的な私見ですが、島根県は非常に高齢化率が高いので、良くインターネットサイトを見ていますと、横文字が非常に多い。島根県が全国に先駆けて、こうしたデジタル用語ですとかそういったものを、行政用語で日本語に置き換えてとか括弧書きにするとかいったような表現を全国の自治体に先駆けてやられたらどうかなと個人的に思っているところです。

会長

重要な事ですので、何のことかわからないことでは前に進みませんので。

委員

わからないで済ませるのが、消費者心理の一つなんです。「まあ、いいか」でそのまあ、いいかというのが重要なんですけども被害に遭う方が後を絶たない理由はそこにあるように思っていますので、啓発にも必ず繋がると思います。ですから全国に先駆けることが重要なので、そういう日本語表記を併記していただくというのはいかがかなと思っています。

会長

ありがとうございます。同感です。

委員

デジタルコンテンツというのをどういうふうに変えるのか、いい案が浮かばないが、啓発にあたって言葉使いを変えていくのは大事な事かなと思います。

会長

このことだけでなく、行政全体で横文字でなくてわかりやすくというのが、今その方向どうなんでしょうか？

石井

おっしゃるとおりですので、括弧書きするとかわかりやすい表現にしたいと思います。

委員

高齢者の方は多分半分くらいはわからないと思います。ですから少し優しい文章で情報にさせていただくと親しみやすい組織になるのではないかと思います。

会長

同感だと思います。ご検討いただいて、できるだけ分かりやすくするのが第一歩だと思いますので、よろしく願いいたします。そのほかいかがでしょうか？

委員

最後のページ、居住市町村別相談件数についてですが、私、今計算機持ち合わせがないので、手計算でやりましたがちなみに市の中で、島根県東部と西部で比較をしてみました。東部の市を拾い上げてみましたら 2,757 件中、2,085 件

が実に東部の相談。ということは石見の方がまだまだ相談の掘り起しができていないのではないのかなというふうに思います。東西格差がでているのかなというふうに思っているのですが、これから更に西部の相談体制を充実させる必要があると思ったのですがいかがでしょうか？

会長

相談がないから問題がないのではないと思うので、逆に。

飯塚

ありがとうございます。確かにやはり人口の問題もあるのではないかと思います。ちなみに先ほど数字をいただきましたけど、昨年国勢調査もありましたが、国勢調査の速報値ベースで人口 1,000 人あたりで何件ぐらいになるかというようなこともやっています。松江が大体 6 件あまり。出雲が 3 件あまり。安来が 4 件弱。雲南が 4 件弱。浜田が 3 件弱。益田が 5.5 件ぐらい。大田が 3 件くらい。江津が 4 件ちょっと。確かにこれから見ていきますと、人口 1,000 人あたりにしても松江が多いのかなという感じがします。ただ益田が多いのは、益田に相談室を置いているからかなと思います。そういった形で、今後考えていきたいなと思うところです。特にご説明はしていませんでしたけども、そういった分析もしているところです。

会長

今、ご説明いただきましたように、益田の 5.5 件というのはセンターがありますのでね。どこも同じように少なければ、相談そのものがすくないのかなと思いますけど、決してそうではないように思います。ご指摘のように同感いたしました。

今後検討いただきたいと思います。そのほかいかがでしょうか？

委員

質問ですが、1 番目の相談件数の推移というところなのですが、今後は減少傾向が推移しているのか、増加傾向が推移しているのかという裏づけの仕方というのがすごい難しいと思うのですが、どういう意味合いでされているのかなというのがひとつと、もう一つが 2 番目のグラフなんですけども相談件数を高齢者が占めているということで、高齢者がターゲットにされているということをしていわれていたのですが、もしかしたら若い人たちってネットで調べることができるので相談しなくても解決するということがあるので、潜在的な数となると違ってくると思うのです。戦略としてどうするかということなのだが、

その人たちはネットで調べて解決するならそれでOKということになって、高齢者の方たちがたくさん消費者センターをお使いになるというのであれば、やはり高齢者の方が使いやすいというふうなサービスにするのも一つの手かなと思いつつながら、デジタルコンテンツってどういう意味ですかという質問があったのですが、そういう所も高齢者向けにしていくともっと使いやすくなっていくところがあるのかなと思いつついました。でも高齢者がターゲットになっているのではなくて、全体的にみんながターゲットになっているのであって、潜在的にここに出ていないものもあると思うので、高齢者がターゲットというのは読み誤りではないかなと思いつつしました。

相談が多かった内容ということも興味深くて、年代別にされていて20代未満にはなかったものが20代には出てきて、不動産の賃貸関係だったら出てくるのかなと思いつつながら、見させてもらっていたのですが結構ネット関係の苦情相談が多いと健康食品のところで説明があったのだが、ネットで500円で買ったのだけれど、継続して買わないといけなくて。これも多分ネットの関係することだと思うのです。だから分れているのですが、実はネット関係が多くなっているのだなということが見えるようにしたら面白いと思うのですが、こういうのをみると、今時代によって苦情というのは変わってきていると思うのです。

これをみると今はこういうものが、もの凄く増えているのだなということ、そういうものを情報発信してその例などを言っただけだと、今こういうことをされていて同じようなものが来たんだなみたいな形で勉強できるというのか。そういうのがあると情報発信のときにこういう情報を使えばいいのではないかなというのが感想でした。それとさっきのに付け加えて、高齢者の方がターゲットになっているというふうになっているのであれば、その高齢者の方たちの教育ということも必要ではないかなと思いつつしました。以上です。

会長

ありがとうございました。事務局としては相談件数が多くなったり少なくなったりするのはどういうふうに理解されているのか。毎回このことが話題に挙がってくるのですが。少なかつたらいいとも言えず、相談が多くなつたらいいとも言えずですね、大変難しいところですが、掘り起こしもしないといけないし、解決して相談がないようにしないといけませんし、どうでしょうか？

飯塚

確かに潜在的なトラブルをお持ちの方がいらっしゃるだろうと思います。したがって相談件数が単に減っていけばいい話ではもちろんないわけで、ただいろんなところで警察ですとか、具体的に被害があった報道等もある中でそういったもの

を気かけながら、これは危ないことかもしれないということを思っている方も増えて、そういった方が相談せずに解決されれば、それはそれでいいことなのかなと思います。もっと潜在的な、センターをご利用したことがない方もご利用していただけるような取り組みも必要なのかなと思ひまして、減るのがいいとか、多いのがいいのか一概に言いにくいと会長さんも言っていたところですが、すみません。あまりこのことには回答になっていないところです。

会長

高齢者へのいろいろなサービスや啓発はいかがですか。

石井

まず、高齢者の方で、出掛けて来られる方には、出前講座を高齢者向けに実施しています。出掛けられない方には、市町村ごとに、地域見守りネットワーク、福祉団体の組織を利用していただいて、婦人会とか警察の方にご協力いただいて、チラシを配布したり、そのようなことを考えています。

3万2,000戸の独居高齢者の方がいらっしゃるという数字があり、個別に配布していくことで連携していきます。

飯塚

補足です。高校生の話が出たときに、出前講座の数を少し話しましたが、出前講座に参加された方の数が昨年随分増えました。高校生も増やしましたが、高齢者も、26年が1,200名弱だったところが、2,500名弱と倍増していて、こちらの出前講座も随分働きかけるようなかたちは取らせていただいています。

会長

そのほか、いかがですか。

委員

独居の高齢者に対する働きかけはやはり重要なのだということは、最近相談を受ける中でとても実感しています。こんな詐欺なのにどうして今まで気づかなかったのということで、非常に詐欺被害が深刻化してから相談に来られます。弁護士の相談につながるのは、相当被害が深刻化した状態で、本人がのめり込んでしまっていて、どうにもこうにも周りで動かないから、とりあえず弁護士の所に連れて来て、先生のほうからお話いただけませんかという相談を受けることがあります。その場合は結構深刻だということと、具体的なことは差し支

えますが、独居の方独特ののめり込み方をしておられることは、非常に実感します。例えばその人にはやることを見つけて、サービスを利用されたらどうですかということ、社協の人とも相談しながら、その人の生活リズムそのものを変えていくとか、そのような努力も必要だったりします。地域とあまり密接につながっていない方が、消費者被害の自覚なくのめり込んでいってしまって、重篤化してから明らかになることは、弁護士の業務をする中でも実感します。是非高齢者に対するアプローチは今後も特に重視していただくと、重篤な被害を防げると思います。

会長

ありがとうございました。そのほか、いかがですか。

委員

条件はそろっているのに、設置されない大田市から来ました。ほかの所内でよく市役所のいろんな部局に参加するので、伝えたいと思っています。今日の第3期の評価シートということだったので、数字が羅列してある資料でした。数字で表すととても分かりやすく、簡単ではあるのですが、見過ごしやすいこともたくさんあり、私も質問しようと思って四つ五つ書いてきたのですが、皆さんが質問されてそうだなと納得しました。今後も表面上の数字だけではなく、より深く検討していただきたいと思います。

最後に、関係機関間の役割分担と相互支援は行政間の連絡などですか。個別指標の4番目、関係機関間の役割分担と相互支援という所で、連絡調整ケースと書いています。市町の一般人からすれば、行政間が関係を取り合うことは当然と言えば当然であって、これが100%目標達成をしたからと言って、周りへのアピールですかと思いました。

会長

貴重なご意見ありがとうございました。そのほか、いかがですか。事務局のほうで何かありますか。

良いですか。県警本部お願いします。

(3) その他

①特殊詐欺被害の現状

城市

それでは、その他の報告の関係に移ります。

県警本部生活安全企画課から、特殊詐欺の関係について報告をいただければと思います。

福代

県警本部生活安全企画課の福代です。よろしく申し上げます。

私からは、特殊詐欺の被害の現状を説明させていただきます。手元に配布している資料に基づいて、説明します。

まず一つ目は、刑法犯罪の認知状況です。グラフを見ていただくと分かりますが、平成15年がピーク時と呼ばれる年です。刑法犯の認知件数は、9,217件でした。平成27年に、約3分の1減り、3,342件に減少しています。書いてありますが、減少率は全国1位です。減少した主な犯罪は、窃盗・器物損害です。窃盗の中では、万引きと自転車盗が大幅に減少しています。今年はと言いますと右端の方に書いてありますが、今年6月末現在で、1,488件。昨年度と比べても同期比で減少している状況です。今年もやはり減っているのは、窃盗と器物損害です。窃盗の中で減っているのは、主に乗り物盗と万引きです。

2番目は、特殊詐欺の被害状況です。グラフを見ていただければ分かりますが、昨年は70件発生して、被害金額が、2億9,318万円で、4年連続2億円越えの被害でした。昨年数字は、島根県警では過去最悪でした。昨年は、1件あたり、過去最高額の7,520万円という被害も発生しています。被害者の中でも、65歳以上の高齢者が、全体の77.1%です。手口については、還付金詐欺とか架空請求詐欺の中でも、名義貸しトラブルの解決名目の詐欺が多数発生している状況です。6月末に認知している件数が、23件です。被害額は、約9,040万円ということで、昨年に比べて1,000万円ぐらい減っています。先日新聞にも出ていましたが、アダルトサイト退会名目で2,200万円の被害も出ているので、油断は禁物です。被害者は高齢者が多く、6月末の状況では、73.9%が高齢者です。手口も昨年と変わらず、架空請求と還付金等の詐欺が大半を占めています。

一番下に、被害状況を掲げていますが、八つ項目があります。上四つが、振り込み詐欺という項目です。下が、振り込み類似詐欺と呼ばれる項目です。右側を見てください。現金の交付形態別では、振込型が一番多いです。これはどのようなものかと言うと、ATMなどで振り込む形態です。送付型は、宅配便とかレターパック・ゆうパックなどで現金を送る形態です。手交型は、手渡しです。電子マネーと書いていますが、これは犯人の要求によって、コンビニ等で売っているアマゾンカードとかウェブマネーの裏に個別の数字があり、それを携帯電話のカメラ撮り、送ってしまう。受け取った犯人は、それを活用して買い物をしたりするというものです。6月末でも、振込型が多数を占めています。県警の対策としては、高齢者対策ということで、これまでやっていた公安教室

などに加えて、民生委員の方とか地元のボランティアの方と一緒に個別訪問をして回って、注意喚起をしていますが、被害はなくなる状況です。いつもいろいろな会合で言いますが、被害防止のキーワードは、送らない・振り込まない・手渡さないです。この三つを守っていれば、引っ掛かることはないという話もしています。以上、簡単ですが、特殊詐欺被害の現状についてでした。

会長

ありがとうございました。資料を見せていただき、びっくりしました。二日前と今日の新聞にも載っています。毎日のように見るのですが、こうした経年変化でどうなのかということが気になったので、本当にありがとうございました。何とかこれを防止しないといけないということを改めて強く思いました。委員の皆様方いかがですか。質問等あれば、お願いします。この犯罪の被害は日本だけですか。ほかの国はどのようなのでしょうか。新聞には毎日のように、1週間に1件は載っているような状況です。しかも、高額の金額を振り込んだとか、レターパックでとか。

福代

アメリカなどは分からないですが、韓国では同じようなものがあると聞いています。

会長

韓国は近いから、文化的にも似ているので、そうかもしれません。貴重な情報ありがとうございました。送らない・振り込まないと、何でしたか。

福代

手渡さないです。

会長

手渡さないですか。

ありがとうございました。特殊詐欺被害について、良いですか。

②啓発活動の状況

城市

それでは、啓発活動について少し紹介をさせていただきます。

塩野

消費とくらしの安全室の塩野です。よろしくお願ひします。今日は時間が押していますが、本来ならば DVD を見ていただこうと思ひました。内容は、25 年度に作製した紙芝居があります。島根県安来市出身の、プロの柏屋ココさんという方が書き下して下さった紙芝居があります。これに本年度、石見ケーブルビジョンさんのご協力の元、プロのアナウンサーさんが声をあててくださいまして、大変クオリティの高い技術スタッフの方により DVD を作製しまして、かなりクオリティの高いものになっています。今日は残念ながら、お見せすることはできないですが、皆様に見ていただく方法があります。県の公式チャンネルの、しまねっこチャンネルユーチューブでも見ていただけます。インターネットをされる方は、だまされないぞう君と検索すると、今の話が出てきます。お手元にカラー刷りの資料がありますが、6 話ほど作りました。各 8 枚あるのですが、非常にいろいろな技術を駆使して作っていただいています。DVD の単体もあるので、皆様のお住まいの所で上映しても良いという方がおられたら、是非声を掛けてください。簡単ですが、DVD の紹介をさせていただきました。

会長

ありがとうございます。せっかく準備いただいたのに、すみません。それは、婦人会活動などでお借りすることはできますか。

塩野

はい、できます。

立花

DVD レンタルをしているので、連絡いただければ貸出もします。

会長

必要に応じてですね。ありがとうございました。

立花

続けて、その他の啓発活動について、二点ほど説明をさせていただきます。

まず一点目は、JR 電車内、そして一畑電車内に、中吊り広告を掲載しようと思ひています。そのポスターがあちらに貼ってありますが、3 種類あります。一畑電車は 7 月 27 日から、JR は 7 月 26 日から、それぞれ 4 週間掲載しようと思ひています。電車の車内広告は、広報でははじめての試みです。電車の乗車率

の統計を見ると、一畑電車は一日約 9,000 人、JR は 2 万 7,000 人と、多くの方が毎日乗車されているということで、乗車された方の目を引くように、しまねっこと吉田君という人気のキャラクターを起用して、ポスターを作製しました。

次に、広報の二点目です。お手元に配っている県の広報誌、フォトしまねで、消費者センターに関する記事を取り上げてもらっています。フォトしまねは、年 4 回発行されており、県内の各世帯に配布されています。記事は、11 ページと 12 ページにあります。内容としては、消費者基本計画の全体指標にもある、クーリング・オフ制度、そして消費生活相談窓口の認知度アップを意識して、記事を作っています。

会長

ありがとうございました。広報に関して説明をいただきましたが、皆様から質問等ありますか。

委員

ケーブルテレビの放送は、県内のケーブルテレビですか。

塩野

島根県ケーブル協議会様の協力で、県内のケーブルテレビさんでの裁量で、放映をしていただくことになっています。直近では、松江で、明日 22 時 50 分から 22 時 59 分、9 分間、一話を流すことになっています。詳細については、個別に尋ねていただければと思います。

会長

ありがとうございました。そのほか、ありますか。よろしいですか。

では時間になったので、審議会はここまでにします。長時間にわたり、ありがとうございました。今日の審議会で退任されるメンバーの方は何人いますか。

城市

現在改正の手続き中で、まだはっきりした状況は分かっていません。

多々納

私は今期で 10 年選手になったので、終わらせていただきます。長年にわたり、お世話になりました。ありがとうございました。事務局にお返しします。

3 閉会

城市

大変熱心に審議いただき、本当にありがとうございます。また、多々納会長様には、議長として大変お世話になりました。まことにありがとうございます。

閉会にあたり、犬丸部長からあいさつを申し上げます。

犬丸

本日は、大変熱心なご議論をいただき、ありがとうございました。

会長から質問がありましたが、特殊詐欺は、アメリカでは日本ほど大きな問題にはなっていないです。全くないということはないと思いますが、日本ほど騒がれていないという認識です。

今回多々納会長が退任されることになりました。県のルールとして1つの審議会は、10年という取り決めがありますが、実は、多々納会長は12年やっていただきました。前回、4期目の計画策定を控えて、余人をもって代えがたいと、お願いをして、2年間延長してお務めいただきました。無事に4期の計画ができたので、今年度からしっかり4期の計画を、県の方で実行していきたいです。多々納会長から後でお叱りを受けたくないよう、しっかりとやっていきたいと思っています。多々納会長をはじめ、本当に今季の委員の皆様には、大変お世話になりました。来期も引き続きお世話になる委員の方も半分以上いらっしゃると思いますが、退任される委員におかれても、今回審議会の委員を務めていただいたことをご縁にして、島根県の消費者行政の伝道師のような役割を、各地域で果たしていただきたいと思っています。本日は貴重なご意見をいただき、ありがとうございました。

城市

以上で、平成28年度第1回消費生活審議会を閉会します。ありがとうございました。