

平成 27 年度第 2 回島根県消費生活審議会

平成 27 年 10 月 27 日

島根県市町村振興センター大会議室

1 開会

〈石井〉

ただ今から平成 27 年度第 2 回島根県消費生活審議会を開催します。私は環境生活総務課の石井です。よろしくお願ひします。今回出席の委員の皆様は前回第 1 回の審議会にもお出かけていただいているので、都合上委員の紹介は省略します。

本日は委員 16 名のうち 13 名の委員の皆様がご出席です。林田委員は欠席、遅れて大野委員はお出掛けになると思います。そうしますと、島根県消費生活条令施行規則第 20 条第 3 項で審議会の定足数は委員の半数に達しているので本日の審議会は成立していることを報告します。

それでは開会にあたり新田環境生活部長があいさつをします。

〈新田〉

環境生活部長の新田です。

委員の皆様方には本日はお忙しい中ご出席いただき、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の推進について、格別のご理解とご協力をいただいていることに深く感謝申し上げます。

6 月 3 日に開催した第 1 回消費生活審議会において知事から島根県消費者基本計画の策定について諮問をさせていただきました。また、事務局から今年度が最終年度になる第 3 期の消費者基本計画の評価、それから消費者センターに寄せられた相談の概要、そして新しい計画となる第 4 期の消費者基本計画の骨子案などを説明し、委員の皆様から貴重なご指導、ご提案をいただきました。

事務局においては県庁内の関係課による推進会議を開催し、いただいたご指摘をふまえた計画の方向性の修正、加筆並びに計画案の作り込みの作業を行ってきました。本日は基本計画の素案として説明させていただきます。委員の皆様方のそれぞれの専門の立場からのご意見、ご指導を賜りながら第 4 期の基本計画を策定して、さらに消費者が安心して生活できる住みよい島根づくりにしっかりと取り組んでいきたいと考えています。本日は何卒ご指導よろしくお願ひします。

〈石井〉

それでは議事を多々納会長にお願ひして進めます。会長お願ひします。

2 議事

〈会長〉

委員様方こんにちは。会長の多々納です。本日はよろしく申し上げます。

先ほどの部長のあいさつにあったように、前回第 1 回のときには、第 4 期の島根県消費者基本計画の骨子について議論いただきました。皆様方からたくさんの意見をいただいたので、それらをふまえて本日は第 4 期の島根県消費者基本計画の素案についてしっかり検討いただきたいと思います。よろしく申し上げます。

すでに皆様もしっかり見ていただいていると思いますが、まずこれについて説明をいただきます。長いので前半と後半に分けて進行するとよいと思います。どうぞよろしく申し上げます。事務局で説明ください。

(1)第 4 期島根県消費者基本計画案について

〈出宮〉

島根県環境生活総務課消費とくらしの安全室の出宮です。

第 4 期の島根県消費者基本計画の案について説明をします。先ほど会長の紹介にもありましたが、今回説明で使う資料はホッチキス留めしてある 44 ページの島根県消費者基本計画（第 4 期）素案とあるものです。

分量があるので、まずは第 1 章から第 2 章までを説明します。素案の 1 ページをご覧ください。第 1 章は計画の改定の趣旨・計画の位置付け・計画の期間を掲載しています。1 の計画改定の趣旨ですが、高度情報化社会の進展や高齢者を狙う悪質商法の横行、また消費者教育推進計画が制定されたこと、そして、第 3 期の計画期間も満了となったので改定を進めます。

2 の計画の位置付けをご覧ください。次期計画は三つの性格を持つ計画としています。1 段落目が島根県消費生活条例の基本理念です。2 段落目は県の上位計画であり、島根総合発展計画における消費者行政分野計画と位置付けます。最後にこちらが第 4 期で新たに付け加えたものですが、消費者教育推進法の施行に伴い、島根県消費者教育推進計画として位置付けるという三つです。

3 の計画の期間をご覧ください。計画の期間は平成 28 年度 4 月から平成 32 年 3 月までの 4 年間と設定をしています。

続いて 2 ページをご覧ください。ここからが第 2 章です。消費生活を巡る現状と課題です。消費者を取り巻く現代社会環境の変化、これまでの消費者行政の取り組み、そして昨年度実施した県民意識調査の結果を踏まえ、今後の取り組むべき課題をこの 2 章であげています。

1 の消費者を取り巻く経済・社会情勢の変化を 6 つあげています。(1) 高度情報社会の

進展ですが、下線部をご覧ください。インターネットの利用者は年々増加し、特に 50 歳代から 60 歳代の利用率が近年大きく伸びており、それに伴い通信販売や模倣品の購入、アダルトサイト等のワンクリック請求などの情報通信に関する消費者トラブルが増加傾向という状況です。続いて(2)の経済のグローバル化の進展をご覧ください。下線部ですが、貿易の自由化・規制緩和に伴い、インターネットによる通信販売を利用して、消費者自らが海外から直接購入することが容易となります。そうしたことから消費者は数多くの外国産の商品に今まで以上に囲まれて生活するようになります。3 ページです。そのため、詐欺や模倣品の取引とか、国境を越えた消費者トラブルが増加傾向にあることが (2) の経済のグローバル化の進展のところに記載しています。続いて(3)商品・サービスの安全・安心への関心の高まりです。こちらは食品の安全・安心を脅かす事件が近年相次いで発生していることとか、食品だけではなく、家電製品などの製品に関する被害情報とかサービスに関する被害情報も数多く寄せられています。4 ページです。多重債務問題についてです。多重債務問題は一時と比較して落ち着きが見られるものの、相談件数は県内でも相当数存在します。今後も継続的に対策を行う必要があります。続いて 5 ページ目の(5)人口減少と高齢化、独居化の進展をご覧ください。ここでは、日本の人口について述べています。日本は人口減少社会に入りました。それに伴い医療技術の進歩等で平均寿命が伸びていることにより、高齢化率も上昇しています。また、高齢化や核家族化の進展に伴い、一人暮らしの高齢者の割合も増加傾向にあることをこちらの図で示しています。次のページをご覧ください。6 ページは、島根県の人口減少、高齢化、独居化について記載しています。島根県の人口減少・高齢化・独居化の推移も全国と同じ傾向にありますが、増加率は全国平均と比較して高い割合になっています。最後に(6)環境問題の深刻化です。こちらは地球温暖化、また生物多様性の損失など地球環境に深刻な影響を与えています。こちらは消費者教育推進法における消費者市民社会が掲げられました。環境や食育などの教育も含めて消費者教育を総合的一体的に進めていこうということから、今回は環境問題についてあげています。

続いて 8 ページをご覧ください。国における消費者行政を巡る状況です。これまで国が実施してきた主な消費者政策について記載しています。(1)が消費者行政体制の強化ということで、消費者庁、消費者委員会を設置し、国の基本計画を策定しています。また、地方消費者行政の強化に取り組んでいることも記載しています。(2)が消費者行政関連法の整備です。消費者行政に関連する法律が改正、整備されたものをあげています。

続いて 10 ページをご覧ください。島根県における消費者行政の状況です。ここから県の取り組みや相談状況について書いています。(1) 県内の消費生活相談の状況です。下線部をご覧ください。平成 26 年度は前年度に比べ 343 件減少し、3,535 件で減少傾向です。一方市町村の窓口での相談件数は 2,000 件を推移しています。県全体の相談件数が減少しているため、市町村の相談受付割合が増加傾向にあります。次の図表 10 の下からですが、ここからは県の消費者センターでの受付分しかデータがありませんが、年齢別は相談割合を

表しています。年々60歳以上の相談割合が増加しています。次に11ページです。年齢別の割合の中でどういう相談が多いかを書いています。未成年から60歳代までの各年代で、ワンクリック請求による「デジタルコンテンツ」の相談が1位を占めています。70歳以上については還付金の返還とか名義貸しを内容とする、いわゆる詐欺被害につながるような相談の「商品一般」が最も多く、また「健康食品の送りつけ商法」が依然として60歳代70歳代に多い傾向です。続いて12ページ(2)県の消費者行政事業の状況です。今まで県が行ってきた消費者行政について①から⑥まで書いています。

続いて15ページをご覧ください。ここからが、昨年度実施した県民意識調査の結果の概要です。この計画に関連があるものについて、主に6つあげています。15ページの①、多くの人たちが食品や製品の安全性に関心があると回答を得られました。16ページですが、消費者トラブルの経験がある人は17.9%おり、その内県の消費者センターとか市町村の消費者センターで相談した人2割未満にとどまっていて、まだまだ低いことがわかります。17ページの③では、「消費者被害に遭いやすい一人暮らしの高齢者とか障がい者等の見守りは必要があるか？」と聞いています。「必要と感じる」「どちらかといえば必要と感じている」を合わせると8割以上の人が見守りの必要があると感じているという結果が得られました。④では、「県の消費者センターが発信する情報提供を行っています、どのような広報媒体でやればより有効であるか？」を聞いています。一番有効だったのはテレビ、続いて新聞・雑誌、3位が回覧板。そのような様々な広報媒体を使うことが有効だという結果を得られました。18ページの⑤では、「消費者教育を今まで受けたことがあるか？」と聞いています。「参加したことがある」人が8%に留まっています。まだまだ消費者教育を受けたことがない人が多数います。また、⑥の消費生活相談窓口の詳細を知らない人は多数と書いてあります。「よく知っている」「ある程度知っている」人が3割です。「見聞きしたことがあるがよく知らない」人が56.6%で、まだまだ内容までが周知されていない感想を抱えています。

以上これまでの状況とか県民意識調査の結果をふまえて、今後県民の消費生活の安定及び向上を確保するために、県が取り組まなければならない主な課題について4つあげています。19ページですが、(1)安全で安心な消費生活の確保です。製品・サービスに関する危害情報、悪質商法による消費者被害はいずれも増加傾向にあります。また、県民意識調査、アンケート調査では、多くの人が「食品・製品の安全性」、「悪質商法・詐欺」に関心があると回答しており、安全で安心な消費生活の確保に取り組む必要があると考えています。続いて(2)消費生活相談体制の充実です。消費者センターまたは消費者生活相談窓口に寄せられる相談が複雑・多様化しています。そういったことから、相談員等の資質の向上が求められています。また、市町村には消費生活相談窓口が設置されていますが、窓口の中には相談員を配置していない町村もあります。どこの地域に住んでいても、質の高い消費生活相談を受けられる体制を整備することが求められています。そういうことから、(2)の消費生活相談体制の充実に取り組む必要があると考えています。続いて20ページ(3)消費者教

育の推進です。消費者教育推進法という法律が施行されました。併せて県民意識調査では多くの人が消費者教育を受けたことがないと回答しています。そういうことから、今後も消費者教育の推進に取り組む必要があると考えています。波線部分をご覧ください。特に島根県の高校 3 年生は進学や就職により県外へ転出する人が多いです。そこで初めての一人暮らしを経験する人が相当数いることから、高校 3 年生に対して卒業前に効果的な消費者教育を実施する必要があると考えています。最後 4 番目です。(4)高齢者等の消費者被害の未然防止です。一人暮らしの高齢者、高齢者のみの世帯の割合が増加してきています。島根県においては一人暮らしの高齢者世帯の割合が全国平均より高い状況です。また、県の消費者センターで受け付ける相談割合は 60 際以上の方が年々増加してきています。21 ページをご覧ください。先ほどの県民意識調査では、県民の多くの人が一人暮らしの高齢者や障がい者の地域での見守りが必要であると回答しています。こういったことから高齢者等の消費者被害の未然防止に取り組む必要があると考えています。以上が 4 つの主な課題ということであげています。ここまでの 2 章です。事務局の説明は一旦終わります。

〈会長〉

ありがとうございました。1 章の計画の基本的な考え方、それから第 2 章の消費生活を巡る現状と課題について事務局から説明がありました。本日はご検討いただく時間をしっかり取るということで簡潔に説明していただいています。質問等あればよろしく願います。いかがでしょうか。

〈委員〉

10 ページの相談件数の現状についてです。相談件数は平成 16 年をピークに年々減少しているということがこれに表れています。1 年のあゆみによると 26 年度の減少の理由について、24 年度から 25 年度にかけて急増していた送り付けに関する相談が減少したという理由があげられています。個別にはこのように分析がされていますが、本当にそうなのか。これだけ長い期間に渡り減少傾向が続いている質的なところをもう少し突っ込んで分析しておかなければいけないと思います。確かに平成 16 年から架空請求などが非常に増えている、あるいは多重債務問題も沈静化しているところですが、だんだん減っているけれども、本当に相談することがないのか。そうであれば非常に幸いなことですが、裏をもう少し詳しく一度分析をしておく必要があると思います。この計画とは別の部分でそういう作業が必要ではないのかなと思います。

〈会長〉

相談体制は今充実していて、県だけでなく市町村にも相談窓口から相談員を配置する形で増えていますが、相談件数が増えればよいのかという、そこが難しいところですね。

〈委員〉

例えば相談する場所が市町村振興センターでいいのか悪いのかとか、本当に相談しやすい雰囲気になっているのか、私が言いたいのはそのあたりです。本当に県民の皆さんが安心して相談できる体制になっているのかを、いろいろデータもあると思うので、そういうものも含めて検証する必要があるのかなど。実は私現役のときにそれをやっていなかったもので、今言うのは大変申し訳ないですが。

〈会長〉

振り返りをさせていただいて提案いただくのは大変結構なことです。ほかの委員の皆さんはいかがでしょう。市町村の相談窓口に関して、数や相談件数は増えていますが、果たして相談しやすいのか、そうでないのか、もし誰か情報をおもちでしたらお願いします。

〈委員〉

根本的なことを聞いてもよいですか。今見たら、相談件数は市町村には増えていて、その代わり県全体では減っています。相談した結果それぞれ当事者が抱えておられた問題がどれくらいまい具合に解決につながっているのかは分るのですか。

〈会長〉

相談した数字が出ていましたね。

〈河原〉

先ほど小山委員から言われた数字は毎年出しています。その中に相談員が相談を受けて業者が間に入って斡旋するというのをやっています。ただ、すべてではなくて相談者の意向に沿った上で、その斡旋を受けた解決件数を表に示していて、その数字を拾ってみると、具体的には覚えていませんが、8割ぐらいの結構高い数字でした。相談員が斡旋した結果、例えばお金の返還があったとか、契約を解除してもらったなど、相談者の意向に沿った形になり、お互いのところで反映したという状況で、毎年助かるという声があります。

〈委員〉

今の話ですと8割ぐらいは解決につながっているということですよ。相談件数が少なくなっているのが、そういう問題を抱えている方が少なくなっているのであれば問題ないですが、なかなか相談しにくいとか、してもという方も増えてきて少なくなっているのか僕には分かりません。解決に向かっている8割という大きな数字ですので、そのあたりももう少しアピールすることで、安心して相談窓口の県なり市町村なりに行っていただけるようなPRをすればと。私もここに来て初めてこのようなものを知るわけで、本当に普通の方は相談してどれくらい解決につながっていることが全く分からないのではないかと思います。

ます。私も今分かったので、もう少し PR に努めたいと思います。

〈会長〉

ありがとうございました。こちらのデータは示していただけていますが、国民生活センターでは全部で 94 万件相談件数があり非常に多いです。国民生活センターが 2013 年に国民 6,000 人を対象に、何か困ったことがあるかという調査をしたら、6 割の方が何らかの被害とか苦情を持っているけれども、その内の何割かは相談しないのです。その理由は、どこに相談していいかわからないとか、どうしたらよいか分からないという声が結構高いので、このあと後半で説明いただきますが、第 4 期の消費者基本計画でまず相談窓口を知っていただくという割合を入れてはどうかという提案をいただいています。クーリング・オフも非常に大事なことなので、引き続きクーリング・オフについて知っているかということを入れていただきつつ、相談窓口がどうかということを入れていこうと検討しているので、意見をいただければと思います。相談窓口に関してそのほかにあれば。

〈委員〉

関連したことですが、市町村の窓口が増加傾向にあり、県消費者センターが減少していることは、高齢者の方も増えて、身近に窓口があるのでそこが相談しやすいということで市町村の方が増えていると理解してよいでしょうか。

〈河原〉

県内には市の消費者センターが六つあります。相談窓口はその他の市町村の全てに設置されています。少しずつ専門の相談員が配置されてきていて、消費者センターに専門の相談員が配置されたあとで、結構相談件数が増えています。なぜかという、相談すれば解決につながる。そうしたことから相談件数が少しずつ増えている状況です。年間の 19 市町村のトータルの相談件数は増えています。その理由としては相談員が配置されたことが一つの大きな理由ではないかということと、市町村において相談窓口相談員がいますよという広報が少しずつ強化されていったことにより浸透してきて、近隣の方が相談しやすい環境になってきているのではないかと考えられます。

〈委員〉

ありがとうございました。次の施策に関連すると思いますので、相談するのも身近でよいのでより充実した市町村体制をと思います。

〈会長〉

よろしいですか。そのほかいかがですか。

〈委員〉

民生委員を代表している吉岡です。最後の 20 ページにある高齢者等の消費者被害の未然防止のところですか。先日も全国の民生委員の会長が出雲から出ておられて、その方と警察署長と県知事の 3 者が犯罪のない安全で安心なまちづくりの推進に関する協定を結ばれました。民生委員にも、高齢者で分らない人の相談に乗ってくれということ、民生委員も協力するようにと言われてはいますが、いたって相談がないです。相談されれば消費者センターとかいろいろありますよと言おうと思いがちですが、年寄りさんからの相談がないです。相談がないので分かりませんが、島根県の警察からの研修などで知りましたが、松江市の被害者が断トツで多いです。9 月末で 2 億を越えています。すごく被害者がいますが、いたって相談がないです。被害を受けた方はもう少し耳を傾けて、自分一人で判断せずにと思いますが、なかなかそれが難しい状態です。市町村では民生委員にも助けられるように思います。最近困ったことに誰が民生委員なのか分らない人がたくさんいます。松江市で民生委員が 500 人います。私は松江市の法吉地区にいますが、そこでも何千人の中で民生委員は二人ほどです。その二人がどこにいるのか分らないらしいです。なるべく市町村に相談すれば分かるようにはしていますが、難しい問題だと思っています。

〈会長〉

ありがとうございます。困ったときには相談しようという PR も必要ですね。前回のメンバーの方が言われて非常に印象に残っているのは、地域で相談できることは相談しやすいけれども、かえって恥ずかしくて気後れがする。だから県とか消費生活センターが必要だと言われた委員さんがいて、なるほどそうだなと。近場もちろん必要で、遠方も必要だと意識しました。まず相談しようということから島根の場合は必要なのかもしれません。ありがとうございました。そのほかいかがでしょうか。

〈委員〉

どこへその思いを入れてもらおうかなと思いつつ探していました。現状と課題のところ、今 TPP の関係が大筋合意ということで、今後どういう手続きになるのか、また国内での影響もどのようなことが起きていくのか、これから全容が明らかになってくるのではないかと思います。県民意識調査の中でも食に関する安全性の関心が非常に高い中で、今の TPP の一連の動きの中で、例えば遺伝子の組み換え食品とか残留農薬の問題などが非常に懸念されると、いろいろなところで記事になっています。これからの 4 年間の計画なので、今このタイミングで TPP のことに触れておかないと、来年の 4 月から動くといったときに、全然触れていないかたちで進むとピント外れになってしまうのではないかと。かといって全容が明らかになっていないので、このようなことをやりますということまでは踏み込めない。よって、ここ 9 月 10 月の動きも入れながら、海外からの輸入食品が増える可能性があることに少し触れていただいていた方がいいのではないかと気がしま

す。よろしく申し上げます。

〈会長〉

非常に重要なことですね。19 ページの現状と課題のグローバル化の進展の中の、安全安心な食生活というところにもつながると思います。

〈委員〉

島根県連合婦人会では、例年9月から11月の3ヶ月間、高齢者世帯訪問事業をしています。これは島根県全県下の婦人会が動き、高齢者のお宅を訪問します。困りごとがありませんかということと、高齢者の交通事故が多いということで、反射材たすきを着けましょうという啓発も兼ねて訪問します。訪問した後は必ず報告を県連婦に上げるようにしています。それにより大半の訪問件数が、カードを配った件数と同等の数が上がってくるので、その折に私たちが何かお困りのことはありませんかと声掛けを必ずします。75歳以上くらいの方を対象に廻っていますが、顔見知りではない訪問販売の人が来たということが必ずあります。他県の車でやって来ると大半の方が言われます。それと特殊詐欺の電話が多いということで、私たちの市では警察署と連携して、この声を録音しますという電話機に付ける機械を訪問販売の多いお宅と、特殊詐欺や振り込め詐欺等の電話の多いところにはほとんど付けて廻っています。これで防げるのかは今後の課題です。待っているだけではきっと相談はされないと思います。婦人会は訪問活動をし、きちんとした結果が12月には出せると思うので、情報はこちらにも提供していきます。

〈会長〉

ありがとうございます。高齢者世帯の訪問は全県ですか。

〈委員〉

島根県全県下で婦人会員が5,700人位います。高齢者世帯訪問事業というカードを市町村にお願いします。そのカードを持って伺い、反射材を着けましょうとか交通事故には気をつけてくださいという前に、困りごとはありませんかと必ず問います。すると訪問販売が多いと。訪問販売の方は意外とずかずかと座敷に上がって来るという事例がたくさんあります。どのような状況が出てくるかを捉えるために各家庭を訪問して廻ります。

〈会長〉

婦人会ではいつ頃からその取り組みをしていますか。

〈委員〉

10年以上やっていますが、このような場では報告をしていませんでした。12月以降には

情報をきちんとまとめてお知らせできると思います。どのような訪問販売とか電話が多いのかもきちんと出ると思います。

〈会長〉

警察と消費生活センターと連携して取り組めるとよいなと思います。

〈委員〉

警察署とは連携して、警察と一緒に廻りましょうという指導されているところは必ず警察署と一緒に伺っています。またそのような情報も提供できると思います。

〈会長〉

1週間くらい前、どこの県だったか忘れましたが、高齢者の全部の世帯に警察官が個別訪問するとニュースで言っていました。島根県は婦人会に10年の歴史があることはすごいことだなと思います。被害がなかなか少なくならないのが残念です。もう少し連携とか後の対応ができればよいと思います。

〈委員〉

カードを出しただけでは何もならないので、具体的なものをまた示せると思います。

〈会長〉

すごくよい情報をいただきありがとうございます。そのほかありますか。

〈委員〉

相談体制のことで皆さんと話す中で、次の基本計画にも触れることになると思いますが、今回より消費者教育の推進の充実を図る上で、相談体制で県内に消費者センターが六つあると今初めて知りました。こんなにたくさんあるとは思わなかったです。会長さんが言われたように、田舎の方だと、駐在さんがいたり、公民館があつたり、役場があつたりするけれど、何かがあつたとき近くに相談すると後々要らぬうわさが出てくることもある。私も今回初めて出前講座をしますが、消費者センターの窓口に電話をかけました。どこに相談すればよいか分らないという声が出ます。消費者教育の充実のところに、こういう窓口がありますよというものも一緒に配りますが、本当は消費者が選べる体制、身近なところへ頼りたかったら民生委員さん、公民館でも役場でもいい、恥ずかしいなと思えば消費者センターや国民センターなど、相談する窓口体制も消費者が選べるような、消費者自身も賢い消費者教育につながるように、それぞれの世代でもれなくどこに相談すればよいかをふまえたPRなどを推進していけばよいと思いました。

〈会長〉

ありがとうございました。まだあると思いますが、次にいかないといけないので質問はここまでにします。第3章を説明してください。

〈出宮〉

22 ページです。第3章計画の目的と基本理念です。1の目的をご覧ください。消費者施策の推進を図り、もって県民の消費生活の安定及び向上を確保します。これは第3期と同様です。続いて2の基本理念ですが、消費者の権利を尊重し、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援するとともに、高齢者等の利益を擁護し安全な生活環境を確保します。こちらは第3期の理念と少し変えており、2行目の消費者の自立を支援するとともにまでは前期と同様です。いわゆる賢い消費者を育てましょうという消費者の自立の支援をしますといったことです。それに加えて高齢者等の利益の擁護、安全な生活環境の確保ということで、消費者の信頼を加えました。例えば先ほど言った高齢者・障がい者の方、いわゆる消費者の自立が難しい方の場合には見守り等が必要ではないかと考えています。そこで今回の基本理念として、消費者の自立の支援と、高齢者等の保護について追加しました。3の施策の体系をご覧ください。こちらが先ほどの2の基本理念の実現に向けて、4つの基本方針と11の施策に基づき消費者施策を展開していきます。その4つが下の(1)から(4)です。基本方針Ⅰ、安全で安心な消費生活の確保、基本方針Ⅱが消費生活相談体制の充実、Ⅲが消費者教育の推進、そしてⅣが高齢者等の消費者被害の未然防止。この4つの基本方針とその下にぶら下がる11の施策により、今後の県の消費者施策を展開していこうと考えています。施策⑤と施策⑦、施策⑩については重点取り組み施策にしています。

23ページをご覧ください。第4章施策の展開です。全体指標と個別の11の施策について、個別の指標を23ページ以降からかかっています。23ページについては(1)に全体指標の設定について書いています。全体指標について、最初の波線の「クーリング・オフ制度の認知度」です。こちらは第3期の現行の計画にも消費者の自立を図る全体指標としてクーリング・オフ制度の認知度を設定します。次の下線部ですが、その認知度の目標値が近年は80%前後を推移していることから、第3期の目標値と同じ85%に設定しました。次の段落ですが、ここからが新たに設定した全体指標です。波線のところをご覧ください。先ほどの質疑応答にもありましたが、やはり相談する先を知らない方が多かったところから、ということから消費生活相談窓口の認知度について、新たに全体指標を設定しています。この相談窓口の認知度の目標値については、平成26年度の県民意識調査のアンケートの結果を鑑みて100%に設定しています。クーリング・オフの認知度、消費生活相談窓口の認知度と、両方認知度と書いてありますが、目標値が違っています。目標値の違いについては、クーリング・オフ制度は名前だけ知っていても使えないと意味がないので、内容、手続きの仕方等を知っておかなければいけません。ということで目標値を85%に設定し

ています。消費生活相談窓口の認知度ですが、名前、場合によっては電話番号も知っていただき、まずは相談をしていただき、トラブルの未然防止、もしくはトラブルに遭った場合にも被害の救済ができると考えているので100%の目標値にしています。

(2)、個別指標の設定です。第3章で掲げた4つの基本方針11の施策に基づいて、各施策に個別指標を設定しました。次の24ページから具体的な内容を記載しております。基本方針の1、安全で安心な消費生活の確保ということですが、施策の①消費者事故等の未然防止・拡大防止をにかけています。県民の生命・身体に被害をおよぼすおそれのある食品の異物混入とか製品のリコール情報を迅速かつ的確に消費者へ周知をします。また、3段落目ですが、必要に応じて国民生活センター等に製品等の調査機関がありますので、そういった機関を活用することにより、事故原因の究明をやっていきます。最後の段落ですが、地震・風水害・鳥インフルエンザ等の非常事態が発生したときには、生活関連物資の便乗値上げや買占め、売り惜しみ、こちらは東日本大震災でも起こったこともあるので、安定的な供給が行われるように、必要に応じて調査監視を行います。施策①の消費者事故等の未然防止・拡大防止の個別指標ですが、消費者被害注意情報提供の年間の回数です。こちらは第3期にもありました。第3期の目標値は15回、そして平成26年の現状は9回で目標に達していません。次期基本計画についてはこれを上回る15回以上にはしたいと考えています。31年度の目標値の設定については、前期目標値で達していない項目については、引き続き同じ数値を設定しています。また、前期目標値が現状に達している場合は、前期目標値の1.5倍に設定をしています。その下の事務事業・施策①と書いていますが、これに関係する事務事業を列記しています。第3期については事務事業名と担当課名しか書いていませんでした。次期基本計画にはどのようなことをしていくのか、事業内容についての概要を示しています。そのような作りが施策の11まで続きます。

26ページをご覧ください。こちらが施策②、規格・表示、取引行為の適正化です。悪質な訪問販売とか電話勧誘販売等事業者に対しては、厳正な指導取締りを実施します。また、県域を越えて活動する悪質事業者に対しては、県警本部・国・関係都道府県と連携して指導取締りを実施していきます。3段落目の、商品・サービスの不適切な広告や表示によりということ。このような悪質業者だけでなく、不適切な広告表示等を早期に発見するために、景品表示法などに基づく立入検査とか行政指導を実施していきます。そのような取締りとか指導については、今後県とか市町村、または警察と連携して、きちんと取締りを行います。これについての個別指標ですが、家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法に基づく事業者の立入検査件数を設定してきました。こちらは県が積極的に向いて、各事業所にきちんとした家庭用品もしくは電化製品等の消費生活用製品に適切な表示があるかという立入検査を今回かけています。現状は15件、目標値は20件設定しています。

続いて28ページをご覧ください。施策③、県民意見の反映です。消費者行政を推進するにあたり、様々な意見を聞き、参考にして施策の推進を図っていきたくと考えています。

そういうことから消費者団体等の意見交換会を積極的に行います。これについての個別指標ですが、消費者団体等との意見交換回数を設定しました。こちらが前期も設定していた4回です。現状も4回で、目標を達成しており、1.5倍掛けをして次期基本計画には6回を設定しています。ここまでの基本方針Ⅰ、安全で安心な消費生活確保に関する施策です。

続いて29ページをご覧ください。基本方針Ⅱ、消費生活相談体制の充実です。施策④は、県消費者センターの充実について記載しています。具体的には3段落目からをご覧ください。県消費者センターの充実について、相談員のさらなる資質向上を図るため、国民生活センターが実施する研修会等への積極的な派遣や弁護士会や専門機関との連携強化を含めて相談員の質の向上を図ります。また、センターには個人情報に関する相談や多重債務に関する相談とか、生活困窮者に関する相談とか、様々な相談が寄せられます。そのような相談に的確に対応していくよう庁内関係課と連携を図りたいと思います。県消費者センターの充実についての個別指標については、消費者相談の斡旋時解決率を設定しています。先ほどの意見もありましたが、相談者と事業者の間にセンターの職員が介在して解決に至る割合を掲げています。前期目標値は87%、そして現状値が84.9%です。こちらは目標に達していないので、次期計画には87%の設定を考えています。

続いて31ページをご覧ください。こちらは市町村の相談体制の充実に向けた支援を施策⑤でかかっています。2段目の「具体的には」というところをご覧ください。研修会・巡回訪問の拡充、ヘルプデスクの設置を県で行い、市町村の相談窓口に対する助言とか協力、情報提供など技術的支援を行います。波線のところをご覧ください。国家資格の取得を目指す人たちの支援として、消費生活相談員養成講座を開催します。消費生活相談員については国家資格に移行することになりました。そのような資格試験の支援を県でやっていきたいと考えています。さらに単独での相談員の配置が困難な市町村、概ね町村ということになりますが、そのような町村には広域連携方式、例えば複数の町同士が集まってセンターを作るといった広域連携方式による相談体制の構築の支援もしていきたいと考えています。これについての個別指標ですが、巡回訪問を実施した市町村数は、前期は設定していませんでした。平成26年が12町村です。目標値は全市町村を設定しています。

続いて32ページをご覧ください。ここからが基本方針Ⅲです。消費者教育の推進についてです。施策⑥が消費生活情報の発信です。情報の発信も消費者教育に含まれると考えているので今回こちらに入れていきます。波線のところをご覧ください。県では「ワンクリック請求」や悪質商法の手口など最新の消費者問題の情報について、様々な広報媒体を利用して、分りやすく迅速に発信していきます。個別指標については、消費生活に関する情報の提供回数を設定しました。こちらは前期計画ではありませんでした。テレビ、新聞、ラジオ、ツイッター、Facebookによる消費生活の情報を様々な広報媒体を使い発信したいと考えています。目標値が500回です。

続いて33ページをご覧ください。施策⑦、消費者教育の総合的・一体的推進をかかげました。2段落目をご覧ください。消費者教育推進法では、自ら消費者行動が現在及び将来の

世代にわたり社会経済及び地球環境に与える影響を自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参加する「消費者市民社会」の形成を目指しています。これは、自らが消費者トラブルに遭わないだけでなく、社会経済や地球環境に配慮した消費者行動、活動をしていこうという基本方針です。その下の行ですが、そういった総合的・一体的に消費者教育を推進していこうということで、年齢・性別等の消費者の特性に配慮するとともに、学校、地域、職域等の様々な場において消費者教育を行っていくことが重要と考えています。そのようなことから県消費者センターを県内の消費者教育の推進役として位置付け、庁内関係課をはじめ、大学、公民館（コミュニティーセンター）、弁護士会、金融広報委員会等、様々な団体と連携して消費者教育を推進していこうと考えています。その様々な場における消費者教育とはどのようなものか、下の 1 の「様々な場における消費者教育の推進」をご覧ください。(1)が、学校における消費者教育の推進です。小中高、特別支援学校における消費者教育と大学・専門学校における消費者教育に分けています。①の小中高と特別支援学校における消費者教育については、学校教育では教育基本法、または学校教育法の基本理論をふまえ、新学習指導要領となっていますが、新たな学習指導要領の改訂の作業を始めており、平成 28 年度中にも新学習指導要領が改訂されるので、「新」を消していただければと思います。そのような学習指導要領に基づく消費者教育を現在実施しています。波線をご覧ください。県では、学校において、児童・生徒の興味を引きつけ、関心が高まるような消費者教育を実施できるよう、様々な教材やパンフレット等で啓発資料を配布するとともに、こちらからも出前講座等を積極的に実施していきます。特に高校 3 年生については、進学・就職等により県外へ転出して一人暮らしを始める人が多いので、そういう方に重点的に消費者教育をしていこうと考えています。

34 ページ、②の大学・専門学校等における消費者教育です。波線のところをご覧ください。選挙権の年齢が 18 歳に引き下げられる公職選挙法が改正されました。それに併せて民法でも成人年齢が引き下げられる検討をされています。改正された場合には大学生・専門学校生はすべて成人とみなされるため、大学・専門学校等の消費者教育はより重要なものとなると考えています。県消費者センターは学生・職員等を対象に消費者教育問題出前講座とか、金融広報委員会による金融講座などにより大学・専門学校が実施する消費者教育を支援していきたいと思います。ここまでの学校における消費者教育についてです。

(2)、地域における消費者教育の推進です。社会教育についてです。2 段落目をご覧ください。本県では公民館やコミュニティーセンターでの社会教育活動が盛んです。地域の人々に身近な学習や交流の場として、消費者問題に関する普及・啓発を実施するなど大きな役割を占めています。このためからご覧ください。公民館や消費者団体などが開催する講座への講師派遣や、啓発冊子等の作成・配布を行い、連携して地域での消費者教育を推進していきたいと考えています。

続いて 35 ページの 2 の、他の消費生活に関する教育と消費者教育との連携推進をご覧ください。消費者教育とは一概にどんなものか、広すぎて捉えられないということで、下の(1)

から(4)についても消費者教育の一環であると考えています。(1)が環境教育、(2)食育、(3)が法教育、そして(4)が金融経済教育です。このような教育については様々な他の部局が担っています。このようなことはばらばらにやってもあまり効果が生じないと考えているので、関係部局や関係団体が連携して消費者教育を進めていきます。

施策⑦の個別指標については36ページの上段をご覧ください。消費生活に関する出前講座の実施回数です。現状は109回です。目標値を170回に設定しています。もう一つは、学校の消費者教育の実践研究数です。前期は5団体を目標としていましたが、26年度は3団体で、目標に達していないので、そのまま5団体に設定しています。

38ページをご覧ください。施策の⑧、消費者団体への支援です。消費者団体は、地域での消費者教育の啓発を担っていく非常に重要な団体です。そのような消費者団体等への財政的・技術的支援を行うとともに、情報提供とか意見交換会を実施したいと考えています。また、消費者団体のネットワーク化も併せて進めていきます。これに関わる個別指標について、県と民間の消費者団体との消費者教育の協働件数を設定しています。3期で15件、現状では13件、目標値は3期と同様に15件を設定しています。

続いて39ページをご覧ください。施策の⑨で地域における消費者リーダーの育成です。地域における消費者リーダーの育成を行うために、それぞれの意欲・能力に応じた研修を実施したいと考えています。そうしたリーダーについては、消費者教育や啓発活動などの取り組みに活用を図っていきたいと考えます。この個別指標については県主催の専門研修・講座修了者数の数です。前期は45人、現状は59人で、目標を達成しているので前期の1.5倍の70人を目標に設定しています。ここまでの基本方針Ⅲの消費者教育の推進についてです。

最後に40ページ、基本方針のⅣ、高齢者等の消費者被害の未然防止についてです。施策の⑩、地域見守りネットワークづくりの推進です。一人暮らしの高齢者や障がい者の消費者被害を未然に防止するためには、市民が早い段階で気付き、相談機関等に適切につなぐことが大切です。島根県内に今なお残る、人と人とのつながりとか人を思いやる優しさなど、地域コミュニティの強さを生かして、行政、警察、医療・福祉などの各団体関係者を構成員とする地域見守りネットワークの構築を進めていきたいと考えています。その個別指標ですが、地域見守りネットワークが整備されている市町村数を設定しています。現状ではゼロ市町村、31年度までに全19市町村を整備したいと考えています。

続いて42ページです。施策⑪、トラブルに遭わないための未然防止と救済です。高齢者・障がい者などは比較的被害に遭いやすいので、警察、関係団体と連携して個別訪問等を行い、分りやすい情報提供に努めたいです。必要に応じて県弁護士会とかと連携して成年後見制度を活用して高齢者・障がい者の権利擁護に努めます。個別指標は、高齢者等の個別訪問戸数を設定しています。目標値は3万2,000戸。65歳以上の高齢者世帯数指針が3万1,600戸なので目標を3万2,000戸にしました。ここまでの施策の展開です。

第5章、第6章については骨子と変わらないのでご覧のとおりとさせていただきます。

以上で 3 章から 6 章の説明を終わります。

〈会長〉

ありがとうございました。第 3 章、第 4 章の説明をいただきました。ご質問等ありませんか。

〈委員〉

前回の審議の中で資料の第 3 章 2 番の基本理念のところ、赤字で消費者市民社会の形成を支援することと書いてありましたが、今回の基本理念を見ると、後段に「新たに高齢者等の利益を擁護し」と言うのが付け加えられていますが、私は消費者市民社会の形成という言葉ここにきちんと載せることが大切ではないかと思いました。消費生活の主体者は消費者ですし、自立した消費者になるという、社会の形成に積極的に参画していく消費者市民社会の形成を目指す考え方は、これからの消費者行政の取り組みの方法とか目標を定める基本計画の大元であって、とてもここが大事だと思います。この基本理念、または第 4 期基本計画の考え方とか方向性のところに、この言葉をきちんと盛り込んだ方がいいのではないかと思います。施策⑦にはこの言葉が入れてありますが、考え方として基本理念に足した方がよいのではないかと思います。それと、この基本理念の言葉を読んでも、何か行政的な言葉というか、私たちが読んでもう少しイメージできるような言葉や表現での書き方を望みます。私たち県民が見たときに、これは私たちのものだという気持ちにつながるためにも、中身はよいですが、もう少し書き方を、こういう目的・基本理念・考え方は平たい言葉で書いた方が伝わりやすいのではないかと思います。

〈会長〉

ありがとうございます。消費者市民社会について説明をお願いします。

〈出宮〉

第 1 回の議論で消費者市民社会をどこに入れるかという委員さんの指摘がありました。事務局としては消費者教育推進法の中に消費者市民社会の形成が含まれているということで、では消費者教育はどこでやるのかというのが基本方針案の中にあります。この基本方針の中に消費者教育の総合的・一体的推進の中に含まれるのがいいだろうということで、案として入れていますが、まだ検討中です。

〈会長〉

よろしいですか。先ほどの意見で行政用語的ということで、例えばこんなのだったら非常に分かりやすいという例がありますか。

〈委員〉

例示までは考えていませんが、身近に自分たちの問題として大事だと思えるような文章ですね。

〈会長〉

検討しましょう。そのほかいかがですか。

〈委員〉

県の公立高校からの代表で来ています。よろしくお願いします。前の方にも関連しますが、20 ページに、県民調査では多くの人が消費者教育を受けたことがないと回答しています。高校 3 年生の卒業の前にはきちんとした取り組みをさせて出してほしいと書いてあります。中学校から高校ほぼ 100%に近い生徒が上がってきて高校の果たす役割は大きいと感じています。26 年度、高校で消費者教育を授業ではやっていますが、やはり授業と外部から来られての講座とは印象が違います。高校は私立も含めれば 40 数校あります。県立・公立は 40 ぐらいですが、何校講座をされたか分れば教えていただきたいです。教育委員会から大櫃先生も来ておられますし、大変お世話になっています。もしも分れば、分らなければ構いません。

〈出宮〉

ただ今手元に資料がありませんが、おおよそ高校の方から特に卒業する前に出前講座の依頼は年明けくらいから増えていきます。何校か今は分かりません。

〈委員〉

私たちも校長会があるのでその場で是非やりたいと言おうと思います。100%継続してほしいと思っています。私は 100%を目指したいと思っています。このような形で委員として関わらせていただいているので、例えば高校でもっとこのようにしてほしいという要望があれば、是非我々も使っていただければ、より円滑な形でいくのではないかと思います。遠慮なせずに。私なら協力したいと思います。連携してやればもっとよい形でいくこともあるのではないかと思います。

〈会長〉

ありがとうございます。出前講座を体験したのはほぼ全校ではなかったですか。また調べていただいて。

〈大櫃〉

今手元では 23 年度までの資料がありますが、そこでは消費者セミナーが県立の高等学校

と特別支援学校では 72.7%実施されています。その後の資料がありません。それまでは一つの指標ということで調査をかけていくということです。

〈委員〉

中学校長会からです。この間言われて最後のところに関連で書いていただき、是非このように連携を深めてやっていただきたいと思います。よろしくお願いします。

消費者教育の出前講座については、多分中学校はあまり入っていないと思います。私は3年連続でやりましたが、今年は止めさせていただきました。中学校の社会科の授業内容の変更により、公的分野の時間が減ってはないですが、実施時期が中学校3年生の2学期ぐらいからのスタートになりました。前は3年生からスタートだったのですが、早くて7月ぐらいからのスタートになり、経済的分野をどこでやるかについては学校に任されています。結構2学期、10月11月の今の時期にやる学校が多いと思います。松江市は結構税務署が強くて、租税教室は必ずやらなくてはいけないことになっています。租税教室、独禁法、消費者センター三つ続けてやることはよくありますが、授業時数の兼ね合いとか行事の兼ね合いなどで、結局現在消費者センターで行っていただいている内容はインターネットの講座とかなり被っています。消費者センターに来てもらわないと消費者教育をやっていないかという、別の関連したところでの消費者教育の視点があるので、やっていないということではないと思います。中学校に関して言うと、高校3年生でパソコン・スマホ等がありますが、子どもが未熟なので高校生よりは中学生の方が騙されることがとても多く、スマホも以前は高校に入ってからでしたが、かなり中学生は持っています。本人ののではなくても保護者のものを使っていたりして、ネットトラブルは非常に消費者教育に関連性があるので、そのあたりのことも加味されるとよいと思います。したがってこれは高校3年生に限らないのではないかと。最近訳の分らないSNSなのか、勝手に言ってきて不安なので聞いてしまう例が結構あります。そのときに相談窓口でどこに行くかという、消費者センターにはまず行かないです。メーカーに行く場合が多いです。例えば私たちも高齢者も子どもたちもそうかもしれませんが、私が一番感じたのは、消費者教育の連携も大事だし、相談窓口の連携を企業とされたらどうかと思います。買ったところに一番行きやすいし、お客様相談窓口とかメーカーに問い合わせるのは割りとよくやると思います。その方たちと連携していれば、もう少し様々な情報が消費生活センターに入ってくるのではないかと。そちらの意味での連携というか、相談窓口での連携システムも交流したらどうかと。先ほど言いませんでしたが、16ページに書いてある相談トラブルで相談したい相手は誰ですかというところにもそれは出ている気がします。必ずしも生活センターに相談しなくても企業等に相談しようという気持ちがある人は、そこからネットワークを組めばまた違うのではないかと学校も指導していかないといけないのかなと思います。どういった場合にどこにどう相談するのだよということを教科の指導の中でやっていくことではないかなと思います。

もう一つネットワークで感じるのですが、うちも高齢の家族がいて、高齢者たちは変なものがあると、すぐに電話をかけたがる傾向があるように思います。いろいろな手立てをされていると思いますが、それらを防ぐにはそれをどこで啓発するか。セミナーに参加するような人は意識が高いですし、そういうことに引っかかりにくいですが、そうでない人は、例えば公民館の祭りとか、場の設定という意味でのネットワークみたいなものが必要ではないかという感じを受けました。

〈会長〉

ありがとうございます。物によりますね。元の部分が何かあればここにとか。振り込め詐欺とかそんなのはないので、消費者センターしかありませんが。多様な窓口が大事ということではないかと思います。そのほかいかがでしょうか。

〈委員〉

法律の専門をしている者です。細かいことで申し訳ありません。全体としては非常によくできていて、大賛成で、是非進めていただきたいです。基本方針Ⅳで、高齢者等の消費者被害の未然防止となっています。等の中身です。21 ページの下に高齢者・障がい者などと書かれていますが、詳しく書いてある 40 ページを見ると、高齢者・障など者などとなっています。そして 42 ページに具体的に指標が、高齢者等の個別訪問戸数となっていますが、高齢者等の中身が分からないと戸数は評価できないと思うので、等の中身、障がい者が含まれることは何となく分りますが、障がい者などと書いてありますし、42 ページにも高齢者や障がい者等と書いてあり、一体訪問対象となる家庭はどういう家庭なのかイメージができないので説明をお願いします。

〈出宮〉

高齢者等というのは一人暮らしの高齢者、または高齢者のみの世帯ということで、あとは障がい者の方、認知症の方など判断能力が低下している方を対象としたいと考えています。

〈委員〉

身体障がい者は含まないですか。判断能力が衰えた方と、はっきり表現された方が分かりやすい気がします。

〈会長〉

よろしいですか。それと関連して、先ほど婦人会が 10 年ぐらいされているということで、あまりいろいろな人に戸別訪問されると、どちらを信用してよいのか、そういうことも高齢者だと起こるので、そのあたり婦人会とも連携が必要になると感じました。ご検討いた

だけると。

そのほかいかがでしょうか。

〈委員〉

一般公募から参加させていただいています。先ほど述べられた方針の施策の④です。マイナンバーがもうすぐ皆さんの家にも届きますが、すでに国民生活センターにマイナンバーを利用した詐欺が発生しており、県内でも発生しています。それについての施策を付け加えられた方がいいのではないかと思います。いかがでしょうか。

〈河原〉

この基本計画をお届けした後で、先ほどの TPP のことや、マイナンバー、ほかにも今後考えねばならないことがたくさんあると思うので、当然文言として盛り込みたいと考えています。

〈委員〉

分りました。

〈会長〉

よろしいですか。ありがとうございました。

〈委員〉

43 ページです。関係機関との連携の中の、警察というのは団体の中ですか。いかがでしょうか。

〈出宮〉

落ちていますので、追加したいと考えています。

〈会長〉

警察ともしっかり連携してということですね。

〈委員〉

相談を受け付けたときに当然犯罪性があるがありますし、犯罪そのものもあるのです。したがって相談当初から警察との連携は非常に重要なことなので、書き込む必要があるということです。

〈会長〉

この審議会にも警察から出ていただいて。今日も見えています。連携してやっています。そのほかいかがでしょうか。発言していない委員さんおられたら是非お願いします。

〈委員〉

基本政策 4 つの順序性はありますか。

〈出宮〉

基本方針 I については全般ということで安全、安心な消費生活の確保を目指すということです。II・III・IVについては事務局としては順序で骨子に対応したということです。全部重要と考えています。

〈委員〉

なぜ聞きたかったかだけを説明します。消費者教育については危機管理的な問題だと思います。I・III・IVについてはどちらかというリスクマネジメントの方かなと思って、それを総括して相談体制なのかなと思ったので、全体図を I といわれているからかなと今思いました。セーフティマネジメントとリスクマネジメントを分けたときに I・III・IVと II は少し違うのではないかと。そういう意味でただ順序性があるのでしょうかと伺っただけです。

〈委員〉

24 ページですが、指標は非常に大切なものです。ここへ挙げられる 24 ページの指標だと消費者被害注意情報提供回数ということで指標を定めておられますが、発出の基準は何かあるのでしょうか。結局これはトラブルが起きたらこういう情報を出しますよということであれば、目標は回数より多くなっているのだから、トラブルが多く発生すると目標達成みたいな感じで違和感があります。対案が出せないのですが、数値を決めるのは非常に難しいかも知れません。発出基準などを決めた方がいいという気がします。

〈出宮〉

この表については事務局も同じ議論をしました。多い方がいいのか悪いのかということです。では先ほど言った対案もないので、第 3 期にもあったので今回も設定しました。この指標については再度検討します。それと発出基準については明確な基準はないです。今流行の被害の、県内で多く発生しているものについて、これを発出というおおまかな基準です。

〈委員〉

一つ聞きたいことがあります。問題解決が 80 から 85%くらいできているということは理解できるにしても、仕事柄表から見たあと必ず裏から見るようにしているのですが、残りの 15%が解決に至っていないということだと思いますが、相談内容は何ですか。参考にしたいので、もし分ればどういう問題が解決できないかというのがあれば。

〈会長〉

関連して、85%というのは年度ごとにそういう数字は考えているのですか。15%という数字は相談があつて最終的に解決できなかったという数字ですか。ほぼ解決しているということですか。

〈河原〉

未解決ということではなく、途中で本人が何らかの事情により取り下げるものも 100 件ばかりあるということです。例えば昨年とところで 3,535 件という相談件数がありますが、斡旋した件数が 300 件くらいあります。そのうち斡旋不調は 22 件で、消費者の望みどおりにならなかったということです。

〈会長〉

何が 22 件ですか。

〈河原〉

斡旋不調です。

〈委員〉

その内容が分れば。食品関係などはいろいろな問題があつてできないのか。ただ、やはりこのように議論していく上で、問題解決を 100%目指して皆さんもここで話をされているのだらうと思いますし、先ほど片山委員さんから専門的なものは相談所ではなくメーカーに行った方がという話も聞きました。不調に終わった内容をもう少し吟味して、時間軸で遅かったから解決できないのかどうか、そういうところまで分かれば次の段階に入っていけるのではないかと思います。不調に終わってしまったで終わったら、いつまで経っても前へ進まないと思います。解決はした方がいいですが、していない分については、できればもう一歩二歩踏み込んで分析された方がいいのではないのでしょうかね。

〈河原〉

おっしゃるとおりです。そこのところを分析していないこともあると思うので、もう少しそこに目を止めて、解決に向かうような手法があれば検討する。解決斡旋率を高めていく努力をしていきたいと思います。

〈会長〉

ありがとうございました。検討いただきたいと思います。

〈飯塚〉

よろしいでしょうか。先ほどの斡旋解決率を出すときに、斡旋解決に至らなかったものが斡旋不調と斡旋不能と二種類あります。斡旋不調は解決に至らなかったもので、昨年度で 22 件。もう一つは斡旋不能といって連絡が取れなくなったような方が 15 件ばかりあります。斡旋不調にどのようなものがあるか具体的な話は覚えていませんが、相談員が間に入って事業者と交渉してみるわけですが、どうしても相手の事業者に交渉に応じてもらえない悪質なものが出てくることもあります。かなり頑張っても難しい交渉をしますが、そうしたものが 20 数件どうしても出てくるということで理解いただけないでしょうか。

〈委員〉

それは商品を買った、買わないという感じですか。

〈飯塚〉

もっと複雑です。買った買わないくらいの話ではなく、具体的に言いにくいですが、何かあって解約したいという話があります。相談者は全額返金を求めたいと言われても、事業者は封を切ったものは全額返金に応じられないとか、事業者の言い分もあります。センターとしては相談者の意向に沿った交渉をしていきますが、相談者もそこで折り合いがつかない、事業者も折り合いがつかない。そうするとあとは不調というかたちで収めるしかないというのが何件かは必ず出てきます。お互い折り合いがうまくつけば、つまり事業者の主張に対して、そこまでなら相談者も了解した、そこまでだったら払ってもよい、ここまで返金してもらえたら仕方がないかなと、考えられるかどうか、その辺を事業者との交渉の中でやり取りするのです。なかなか 100%相談者の意向が全部通るというわけにはいかないですが。

〈委員〉

そうになったら和解という。

〈飯塚〉

いってみれば斡旋解決は和解という状況になります。

〈会長〉

それも含めて解決ですか。

〈飯塚〉

そうですね。和解という状況になれば相談者も了解を得たということで解決になりますが、そうならない状況で終わらざるを得ない状況も生じてしまうということです。

〈委員〉

分かりました。ありがとうございます。

〈会長〉

ありがとうございました。素案に関してはいかがですか。今意見をいろいろいただいているので、再度検討いただいとということですね。本日発言できなかつた方がもしおられたら、事務局に直接伝えていただくことも考えますので、そのときにいつまで意見をどこへどういうかたちでということ、この後教えていただければと思います。今後のスケジュールを話していただきます。

〈河原〉

資料にスケジュールを付けています。本日以降、今日いただいた意見をふまえて、もう一度素案の見直しをします。本日意見をいただけなかつたことは、明日以降で新たな意見があれば11月4日必着で追加意見をいただければと思っています。それを受けて修正案を見直して、12月の中旬から1ヶ月間パブリックコメントをします。その意見もふまえて最終案を策定して、2月中に第3回目の審議会を開催します。ここで最終案ということで、そのときの意見もふまえて最終案を策定して、知事の答申案を決めたいと考えています。その後3月に知事に答申を出す予定にしています。その後最終的には3月末には決裁を受け、公表ということにしています。

〈会長〉

ありがとうございました。これから意見があれば11月4日までに事務局に提案いただくということをお願いします。本日の意見や今後いただけるかもしれない意見をふまえて素案をまとめて、パブリックコメントという形で県民の皆さんにお知らせするというです。それまでのところは事務局と私で相談させていただくことを了解いただけたらと思います。県民の方から意見をいただき、それをふまえたのが第3回の審議会に提案されるので、また委員の皆さんから意見をいただくことにしたいと思います。いかがでしょうか。よろしいですか。ではそういうスケジュールで今後進めていきます。よろしくお願ひします。ありがとうございました。

3 閉会

〈石井〉

委員の皆様には大変熱心にご審議いただきありがとうございました。

机の上の 4 点ほど消費者センターで作ったものを紹介させていただければと思います。まず暮らしと豆知識です。いろいろな専門的な知識がコンパクトになった最新号で、10 月にできたばかりです。ご活用いただければと思います。先ほど吉岡委員さんからも話がありましたが、先般見守りネットワークの研修会をして、本日山陰中央新報にも掲載されています。その際に見守る側のガイドブックということで作りました。裏には県の消費者センターの電話番号とか市町村の消費生活相談窓口の電話番号がすべて書いてあるので活用いただければと思います。それから、島根県は特殊詐欺が大変多くて過去最高の 2 億 5,000 万円に被害額がなっています。組み立てるとペン立になります。是非電話口の側に置いていただいて、啓発用として使っていただければと思います。少し改良してミニライトを作っているので活用ください。

閉会にあたり新田部長からあいさつをします。

〈新田〉

本日は熱心に審議いただき、誠にありがとうございました。私どもが至らなかった部分について、貴重なアドバイスをいただいたと感じています。今後、先ほども言われたスケジュールにより、来年の 3 月を目安に答申という形で取りまとめをしていただければと思っています。今日いただいたご意見等については私どもの関係の部局、警察等とも含め協議して、できるだけ反映して取りまとめの作業を進めていきます。本日は誠にありがとうございました。今後とも是非よろしく申し上げます。