

## 令和3年度第1回島根県消費生活審議会

令和3年7月2日（金）

島根県市町村振興センター

### 1 開会

#### 荒木

定刻になりました。

ただいまから令和3年度第1回島根県消費生活審議会を開会いたします。

私は、島根県環境生活総務課消費とくらしの安全室の荒木でございます。

よろしくお願いいたします。

まず、最初に新しい委員の御紹介をいたします。日向委員が3月31日をもって辞任されました。後任として、水津則義出雲商業高等学校長に委員委嘱をいたしましたので、御紹介します。

島根県公立高等学校長協会の水津委員です。

#### 委員

水津です。よろしくお願いいたします。

#### 荒木

本来なら委員の皆様についても、御紹介すべきところですが、時間の制約もありますので、お配りしております出席者名簿と配席図をもって御紹介に代えさせていただきます。

また、事務局につきましても、併せて御覧願います。

次に会議の成立について、報告いたします。本日の審議会は定員18人のうち、御出席が16人、御欠席が2人です。

島根県消費生活条例施行規則第20条第3項に定める定足数の半数に達しており、本日の審議会は成立しております。

それでは開会にあたりまして、竹内環境生活部長が御挨拶を申し上げます。

#### 竹内部長

開会にあたり、一言ごあいさつを申し上げます。

委員の皆様には、お忙しい中、本審議会に御出席いただき、まこと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格別の御理解と御協力をいただき、重ねてお礼申し上げます。

さて、島根県消費者センターの令和2年度の相談状況をみますと、相談件数は3,298件ということで、前年度に比べまして、約1割の増加となりました。新型コロナウイルス感染症対策のためのマスク関連の相談やインターネット通販の利用増加によりトラブルが要因となっております。また、60歳以上の相談が全体の36%を超えておりまして、依然として高い水準で推移し

ております。

一方、未成年者の契約に係る相談件数は、94件で過去5年間で最多の記録となりました。

さて、民法改正による成年年齢の引下げまで、いよいよ1年を切ったところでございます。

このため、県では高齢者、若年者を中心としました消費者被害の未然防止、消費生活相談窓口の充実強化、さらには、教育現場・関係機関と連携した実践的な消費者教育推進に、引き続き取り組むこととしております。

この一年、新型コロナウイルス禍において、出前講座の申し込み数の減少や関係団体等との意見交換も思うようにできない状況でございました。

今年度におきましても、これまでのように関係者が一堂に会する形式と並行いたしまして、テレビ会議やオンラインによる研修など、新しい日常に対応した有効な手法を導入しながら、幅広い世代を対象といたしまして、啓発・交流事業に取り組んでまいります。

本日は、第5期消費者基本計画の評価、消費者教育の推進など、今年度の計画について御説明いたしますとともに、相談や特殊詐欺被害の状況、エシカル消費に係る取組について御報告することとしております。

限られた時間ではございますが、忌憚のない御意見をいただきますようお願い申し上げます、簡単ですがごあいさつとさせていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

## 荒木

ありがとうございました。

議事に入る前に、配付資料の確認をさせていただきます。

委員の皆様には事前に資料をお送りさせていただいておりますが、本日新たに配布しております資料についてでございます。

まず、次第、出席者名簿、配席図、A3の資料1-2でございます。こちらにつきましては、事前にお送りしている資料の差し替えをお願いします。今回訂正しておりますのが、2の個別指標のところでございますけれども、成果指標名「消費者問題出前講座の開催回数」の一番右端に「令和2年度実績の概要」の欄がございますが、こちらの一番下の「法律の専門家を講師とした授業等の実施回数」につきまして、訂正をしておりますので大変お手数ですが、差し替えをお願いいたします。

続きまして、資料1-3地域見守りネットワークの資料でございます。資料2-2県消費者センター相談状況の追加資料、資料4特殊詐欺被害の状況ということでカラーで2枚ございます。資料6-2消費生活条例施行規則新旧対照表です。改正特商法の参考資料でカニの絵のカラーが1枚ございます。それと参考資料1が事前に質問いただいておりますのでこれを一覧にしたものでございます。

なお、事前にお送りした資料、第5期基本計画の資料がお手元がない方は、事務局に申しつけ願います。よろしいでしょうか。

それでは、ただいまから議事に入ります。李会長が議長となり進めていただきますので、どう

ぞよろしく願いいたします。

## 2 議事

### (1) 第5期島根県消費者基本計画の評価について

#### 会長

まず、議題の(1)ですが、第5期島根県基本計画の評価について、事務局から説明をお願いします。

#### 土屋

消費とくらしの安全室の土屋でございます。

第5期の島根県消費者基本計画の評価について御説明します。

私からは資料1-1と資料1-2を使いまして、昨年度の評価について御説明いたします。

3月8日の審議会で、昨年12月末までの状況を御説明したところでございます。第5期基本計画では、3つの全体指標と10の個別指標を設定しておりまして、令和2年度から6年度までの5年間で、計画期間でございます。

まず、資料1-2のA3横長の評価シートを御覧いただきたいと思っております。各評価指標の年度別の実績値と目標値、令和2年度実績を記載しております。

まず、全体指標でございます。いずれも島根県政世論調査により把握することになっております。昨年度は新型コロナウイルスの影響がございまして、調査スケジュールは例年よりも3ヶ月程度遅れまして、11月に実施されまして、この4月に公表されたというところでございます。この調査は標本数が2,000でございまして、回収が1,325、回収率が66.3%ということでございました。

全体指標のまず一つ目、「クーリング・オフ制度の認知度」でございます。これは結果として77.4%ということで、前年度より4.5ポイント低下いたしました。したがって、目標値の85%は未達成ということでございます。内訳を見ますと、男女別では大きな差はございません。また、地域別でも分析しておりますけれども、これも大きな差は見られないという状況でございます。ただ年齢別では、70歳代以上が65.5%で最も低くなっております。30歳代は88.8%ということで、最も高いという状況でございました。

二つ目が、「消費生活相談窓口の認知度」でございます。これは87.5%ということで、前年度より3.5ポイント低下いたしました。目標値は100%ということになっておりますので、未達成でございます。これも男女別では大きな差はございません。地域別に見ますと、松江地区と益田地区が、9割を超えるという状況でございます。隠岐地区が8割には達していないというような状況になっております。年齢別では20歳代以下のみが、8割に達していないというような状況になっております。

それから三つ目が、「社会や環境等に配慮した消費、いわゆるエシカル消費に配慮している人の割合」でございます。この指標は、第5期の計画で新たに追加した指標でございまして、配慮している人は56.9%ということで、2年度の目標値40%を大幅に上回ったところでございます。

これは男女別で大きな差がございまして、女性の方が男性よりも約 12 ポイント高い 63.6%という結果が出ております。年齢別に見ますと、いずれの年代でも 5 割以上ということになっておりまして、特に 40 歳代と 50 歳代は 6 割を超えるという結果となっております。以上が全体指標でございまして。

続きまして、個別指標でございます。

施策①では、「消費者教育の総合的・一体的推進」の指標として、二つの指標を設定しております。一つ目は、「消費者問題出前講座の開催回数」ということとでございます。昨年度最終的に 67 回ということと、新型コロナの影響で特に上期に開催ができなかったということが影響しております。

出前講座とは別ですけれども、類似の事業ということで、成年年齢の引下げへの対応として右の概要欄に「法律の専門家を講師とした授業等の実施回数」というふうに記載しております。いわゆるプロフェッショナル出前授業と言っておりますけれども、これを令和 2 年度から開始したところでございます。高校 5 校で 12 回の開催ということとございまして、実施しました高校からは、プロフェッショナルの講師による授業を受けることで、生徒の意識面においても非常に意義のある講義であったというような感想をいただいたところでございます。

施策①のもう一つの指標でございますけれども、「学校における消費者教育の実践研究数」でございます。これは 6 件ということと目標を達成しております。概要欄に記載しております各団体で実施いただきました。このうち、小学校家庭科教育研究会は、新たに実践研究を行っていただきまして、小学校高学年向けの家庭科資料にクイズですとか、4 コマ漫画を使いまして、「かしこい消費者になろう」というコーナーを作成して、配布いただいたところでございます。

次に、施策②「消費者団体等の活動への支援」の指標として、「県と民間の消費者行政事業協働件数」でございます。これは 16 件でございまして、目標値の 18 件には達しませんでした。これは、消費者団体などが県と共催、あるいは県からの委託を受けて、消費者啓発などに取り組む事業の件数でございまして、明日への消費者活動支援事業 14 団体の内訳といたしましては、市町村の消費者問題研究会が 9 団体、その他の消費者団体が 5 団体となっております。

ここでも新型コロナの影響で 1 団体は事業を中止ということになりました。他でも対面で予定されておりました講座をオンラインに変更したり、研修会を中止して啓発チラシやグッズのみの配布に切り替えたりということで、それぞれ工夫をしていただいたところでございます。

次に、施策③では、「消費生活情報の発信」の指標として、「消費生活に関する情報提供回数」でございます。最終的に 1,188 回ということと、これは目標を達成しております。

これは新型コロナに便乗した詐欺などによる消費者被害防止のため、国の交付金を活用して取組を強化したなどの結果でございます。概要欄にありますように、特にテレビの 15 秒スポットを 588 回実施いたしまして、詐欺に遭わないよう注意喚起に努めたところでございます。その他 YouTube を活用した情報発信などに新たに取組んだところでございます。

次に、施策④では、「県消費者センターの充実」の指標として、「消費者相談のあっせん時解決率」でございます。これは 88.1%で、目標値の 91.0%には達しませんでした。県消費者セン

ターへの相談件数は 3,298 件で前年度と比べますと約 1 割の増加ということでした。消費者相談の詳細につきましては、議題（2）で説明をさせていただきます。

次に、施策⑤では、「市町村相談体制の充実に向けた支援」の指標として、「巡回訪問を実施した市町村数」でございます。昨年度は 2 市 4 町を対象に実施いたしました。この目標値は令和 6 年度までの 5 年間で 19 市町村を巡回するというようにしております。

なお、県では令和 2 年度から市町村の消費生活相談業務を支援するため、指定消費生活相談員を 2 名配置いたしました。巡回訪問では、指定消費生活相談員などが、市町村へ出かけて相談員や担当職員に対しまして、相談への対応や相談事案の解決などに関する助言をしたところでございます。

次に、施策⑥では、「消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止」の指標として、二つを設定しております。

まず、「地域見守りネットワークが設置されている市町村数」でございます。地域見守りネットワークは行政や警察、医療や福祉など様々な関係者が連携して見守り活動を行う組織でございます。県では市町村における地域見守りネットワークの設置の支援をしております。昨年度末で設置済みの市町村数は、8 ということございまして、目標の 10 市町村には達しませんでした。

もう一つは、「県内人口カバー率」というものを設定しております。これは、消費者庁が定める地方消費者行政強化作戦の政策目標の一つでございます。令和 2 年 1 月 1 日の住基人口によりますと、県内人口のうち 55.6%が市町村の地域見守りネットワークによりカバーされているという状況となっております。国の強化作戦の目標値としては 50%ということになっておりまして、これはクリアをしているという状況となっております。

次に、施策⑦「消費者事故等の未然防止・拡大防止」の指標として、「消費生活相談窓口を知っている人の割合」でございます。これは全体指標の再掲でございまして 87.5%ということになっております。

次に、施策⑧では、「規格・表示、取引行為の適正化」の指標として、「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所への立入検査件数」を掲げております。これは県と市が実施した件数でございます。最終的に 15 件ということございまして、目標の 28 件には達しませんでした。この立入検査に関しましては、新型コロナの影響で、国からも検査の実施を慎重に判断するようというような通知も来ておりまして、そういった影響も出ております。

施策の⑨「県民意見の反映」の指標として、「消費者団体等との意見交換回数」でございます。実績といたしましては 6 回で、目標の 10 回には達しませんでした。これも新型コロナの影響で、これ以上の意見交換の場を確保することが難しいという状況でございました。評価シートは以上でございます。

最後に以上の実績を踏まえまして、資料 1 - 1 の 2 ページに令和 2 年度の評価からの課題を整理しております。

「（1）新型コロナウイルスの感染拡大への対応」でございます。消費者行政の分野でも新型

コロナウイルスの影響は甚大でございまして、コロナに便乗した消費者被害に遭わないよう国の交付金も活用して、広報啓発活動を実施したところでございます。

ワクチン接種も進んではおりますけれども、今後も県民の不安につけ込んだ新手の詐欺事案が発生する可能性も十分考えられますので、適時適切な広報啓発が必要ということでございます。

「（２）消費者教育の推進」です。成年年齢の引下げまで1年を切る中で、消費者教育コーディネーターを中心にプロフェッショナル出前授業などを継続すること、クーリング・オフ制度と消費生活相談窓口の認知度の向上のため、消費者ホットライン188も含めて啓発が必要でございます。

コロナ禍で新たな手法による啓発を行う必要がございます。YouTubeの動画配信など行っておりますけれども、さらにこういった工夫が必要でございます。

全体指標の「社会や環境等に配慮した消費、いわゆるエシカル消費に配慮している人の割合」は、目標を達成しておりますけれども、コロナ禍で日々の暮らしを改めて見直す機運がある中で、エシカル消費を推進する必要がございます。エシカル消費については、今年度の新規事業につきまして、後ほど説明をする予定にしております。

「（３）消費生活相談体制の充実・強化」でございます。最も身近な市町村の相談体制を充実させるため、指定消費生活相談員をはじめとして県の支援を継続する必要がございます。

最後に、「消費生活の安全・安心の確保」でございます。地域で高齢者などが消費者被害に遭わないよう、市町村での地域見守りネットワークの設立をさらに支援する必要があります。55.6%という県内人口カバー率をさらに拡大することを目指していく必要があるというふうに考えております。以上でございます。

## 会長

ありがとうございます。

事務局から説明がありましたが、この議題について、事前に質問をいただいているようですので、事務局お願いします。

## 荒木

それでは今日お配りいたしました参考資料1を御覧願います。第5期基本計画の評価につきましては、委員と委員から御質問いただいております。

委員からは全体指標についてでございます。「クーリング・オフ制度」「消費生活相談窓口」の認知度とも低下した原因について、指標の取り扱い上の課題がないか、数値の分析により検討し広報にも活かしてもらえないか。参考ということで、平成29年度以降の相談窓口の認知度の推移を図にいただいております。「相談窓口を知っている」の範疇に含めている「③の名前は知っている」は、曖昧なもので、マスコミ報道等で耳にしたことがあるものまで含まれ、認識の定着度は報道や広報によって変動し、下がるようなこともある。よって、「知っている」の程度の内訳の推移が重要になるが、内容をある程度知っている①②の合計は、昨年度より8.2ポイ

ントも下がっており、40歳未満の低下が大きくなっていた。新型コロナウイルス感染症報道が多く、県民の意識がそちらに向いていた影響も考えられるが、効果的な広報をお願いしたい、というものでございます。こちらの参考資料1の3ページ、4ページ目に、県政世論調査の報告書の該当部分を添付しております。

続きまして、委員の御意見ですけれども、こちらの資料は2ページを御覧ください。消費生活の安全・安心の確保として、高齢者等を地域で見守る体制づくりについての御質問です。御家族が悪質商法の被害に遭われた際に、県の消費者センターと一緒に相談に行かれ解決したことがあったということから、一人暮らしの高齢者や高齢夫婦のみの世帯では、「消費者センターに相談する」ということが周知されていないのではないかと。弱い立場の人たちが消費者被害に遭わないようにするためには、地域で見守る体制づくりは大切である。見守る方法として、県の消費者センターから各市町村長に自治会組織に働きかけてもらうよう依頼してはどうか。県としてどのような体制づくりを考えているのか、という御質問でございます。

## 会長

はい、ありがとうございます。先ほどの御質問に対して説明をお願いします。

## 田邊

失礼します。消費とくらしの安全室長の田邊でございます。

御質問いただきましてありがとうございます。

私から委員の御質問に対してお答えいたします。

委員からは、大変詳細な分析に基づく御提案をいただきありがとうございます。質問は、参考資料1、資料1-2の基本計画の全体指標に関してでございます。

まず、最初にこの数値の基本となる資料が県政世論調査でございます。県政世論調査につきましては、母集団が毎年異なってくることから、若干の揺らぎを想定しているところでございます。その中で、最初に「クーリング・オフを知っている人の割合」、この「クーリング・オフの認知度」につきましては、委員御指摘のとおり令和2年度の数値が令和元年度に比べて4.5ポイント低下しております。ですが、実は同じ設問について、当室が平成30年度に行いました島根県消費者意識基本調査では、「よく知っている」と「ある程度知っている」、この二つを合わせますと、75.5%でございました。ですので、「クーリング・オフの認知度」については、若干ではございますが、向上しているというふうに私どもは判断いたしております。

また、成果指標の二つ目、「消費生活相談窓口を知っている人の割合、消費生活相談窓口の認知度」ということでございますけれども、実はこの設問の中には、昨年度第1回の審議会で委員から御指摘いただきました消費者ホットライン188につきまして、令和2年度の県政世論調査より設問の下の方に注釈の形で記載しております。

参考資料1の方に具体的数値の分析をしていただいておりますけれども、その中で、委員から図でもお示しいただきましたように、県消費者センターについて「名前や業務の内容を知ってい

る」②になると思いますけれども、この部分につきましては、割合の低下が比較的大きくなってきているのだと思います。この要因の一つには、委員御指摘のとおり、10代から30代までの若い世代で20%台前半と大変数字が低くなっております。

また、消費者センター等について、「全く知らない」と回答した割合も29歳以下で24.4%、実に4人に1人となっております。この世代を中心に効果的な広報の必要があると考えております。では、そういった若い世代に対してどのような広報が効果的かということになりますけれども、これからいくつか啓発動画を委員の皆様にご覧いただきたいと思っております。若年世代にとりましては、実は今新聞は読まない、テレビもあまり見ないと言われている中で、そういった新聞・テレビ等のマスメディアに代わる主要なニュース源であります、スマートフォンを標準とした内容となっております。

では、動画を御覧いただきたいと思っております。お願いいたします。

(動画視聴)

はい、以上でございます。大変長い間御視聴ありがとうございました。

今御覧いただきましたのは、最初が消費者庁です。続いて神奈川県、最後が新潟県のものであります。基本的に神奈川県は18秒、新潟県は6秒で作っています。

このように若年者向けというのは、極めて短い時間で非常に早いスピードで、相談という言葉や188という数字を繰り返すことで、いわゆる刷り込み効果、記憶に残す効果をねらっているものです。

また自治体によっては、利用者の居住地や年齢を判別できるSNSの特性を利用して、対象を明確にターゲットにした、いわゆるターゲット広告の手法を導入しているところもございます。

本県におきましても、従来型、これまで行ってきましたテレビあるいは新聞チラシ等を使った広報は、中高年齢者向けにして、一方で、若い世代向け広報としては、今御覧いただきましたようなYouTube、インスタグラム、こういったSNSでの広報に注力しているところでございます。私からは以上でございます。

## 荒木

続きまして、委員の地域見守り体制づくりに対する御質問について御説明いたします。

地域で見守る体制としまして県で取り組んでおりますのが、地域見守りネットワークでございます。資料は1-3を御覧願います。こちらにつきましては、基本計画の評価で成果指標としているものでございます。

背景ということですが、認知症の方を含めた高齢者等の被害につきましては、後ほど説明いたしますが、高止まりの状況でございます。高齢者等の消費者被害の未然防止、早期発見、救済は喫緊の課題でございます。さらなる取り組みが必要というところでございます。平成28年4月には、改正消費者安全法が施行になりまして、地方公共団体及び地域の関係者が連携した



消費者安全確保地域協議会、地域見守りネットワークと呼んでおりますけれども、こちらの設置が可能となったことを受けまして、県として全市町村に設置することを目標に取り組んでいるところでございます。

地域見守りネットワークの概要でございますけれども、資料1－3の裏面に一般的なモデル例を載せております。ネットワークの構成員間で消費者安全の確保のために必要な情報交換、情報共有それから協議を行ってまいります。構成員ですが、こちらはモデル例ということでございませぬけれども、医療・福祉関係、警察、教育関係、消費者団体あるいは事業者など地域の実情に応じて構成されております。

設置主体は地方公共団体に限られております。見守る構成員は、高齢者等を日常の活動の中で見守り、異変があれば事情を把握し、本人に相談するよう勧めたり、家族や関係機関に連絡を行い、相談窓口につなげていくという仕組みになっております。

「3県内における設置状況」でございますけれども、令和3年5月末現在、島根県とそれから8市町が設置済みでございます。

島根県における取り組みでございますけれども、(1)から(5)にございますが、各市町村への状況の調査を行いまして、それから情報提供でございますとか、説明会等実施いたしまして設置促進の支援を行っているところでございます。

また、(6)のとおり、独居高齢者を対象に毎年啓発グッズを作成してございまして、警察を通じて32,000戸に配布し、相談窓口の周知等に努めているところでございます。私からは以上です。

## 会長

はい、ありがとうございます。まず、最初に委員いかがでしょうか。

## 委員

これに関連するものを過去2回のこの審議会の場でも質問させていただいているんですけども、まず「知っている」という指標がですね、単純に知ってるじゃなくて、あやふやな部分を含めて知っているという状況になっているということと、それから数字が変動するということ、これを認識した対応が必要だと思っております。

「知っている」ということについての定義づけといいますか、この考え方をきちんと持っていて、対応をお願いしたいなというふうに思います。

## 田邊

はい、ありがとうございます。

この指標に関しましては、毎年度広聴広報課が実施しております県政世論調査がベースになるんですけども、なかなか設定設問を細かくすることが難しいので、今このような設定にしているわけでございます。

5年に1度、私どもが消費者基本計画を策定する場合に、消費者意識調査を実施しています。その際、今おっしゃいましたような細かい設定での調査は可能かと考えております。

一般論になるんですけれども、先ほど御覧いただいたように短時間での広報ということになりますと、188あるいは相談というふうな一定の言葉の繰り返しに留まってしまいますので、あの映像の中にも消費生活センターの文字がほとんどなかったことが、御覧いただけたと思います。

私どもが、今ねらっておりますのが、よく知っている、どんな業務をしているのかも知っている上で188を利用いただくのが理想的ではあるんですけれども、何か困ったときに、そう言えば何か相談する機関があった、188という数字があったな、そこが救済に結びつくのではないかと考えております。

今、アンケートの中で全く知らない、聞いたことがないという数字も、若い世代に1割あるんですけれども、この数字をゼロにするのが究極の目的であると考えております。

そういった上で、一つの指標として世論調査を追っていきながら、どの世代に一番広報が届いてないかというところを今後も分析しながら、広報の仕方について工夫をしていきたいと考えております。

## 会長

では、これについていかがでしょうか。

確かに年によって開きがあったり、また年齢層によって認知度が変わってきたり、かなり複雑な問題で、その設問をどう設定するのかという問題もありますし、年代に合わせた工夫、しかも長期的な取組が必要となってくるかと思えます。

引き続き検討していけたらいいかなと思っております。では、次に委員いかがでしょうか。

## 委員

はい、ありがとうございます。

地域見守りネットワークの連携のイメージ、これ大変よくわかりやすいなと思って見ております。

私が思っているのは、私、自治会の仕事をしているんですけども、住民の一人一人隅々までいろんなことが行き渡るのは、やっぱり消費者センターの方から市長さんの方に下ろしていただいて、それで自治会住民、自治会組織に配っていただけると、地域の隅々までこういうことについて気をつけないといけないというのが一人一人に分かって。自分たちの住んでいるところに独居の方とか認知症、認知能力の低下した方、認知症と言っても重い方とか中程度の方とかいろいろあるんですけれども。そういう方々に、物が届くことによって意識づけで一人一人の気をつけないといけないよ、というのをロコミというか自然に、一人でおられるから気をつけて声かけしないといけないなという、住民一人一人の意識が高まるんじゃないかなと思って書かせていただきました。

住民一人一人の意識が、そういう方たちに気をつけて見ていかないといけないという気持ちで、

市長さんから自治組織、各自治会に下りていくことによって、一人一人が自立しないといけないという気持ちになって、全体に意識改革、意識がいくのではないかと思って書かせていただいたんです。

こういう地域見守りネットワークの連携のイメージっていうのは、すごくよく分かるのですが、民生委員さん、警察の方とかあるんですけども、やっぱり民生委員もたくさんの人を見ておられるので、なかなか一人一人にというところが難しいところもあって。一人一人の住民がそういう意識づけをもって、周りに住んでいる人に声をかけられれば、より一層浸透するのではないか、というふうな感じで書かせていただきました。以上です。

## 田邊

御意見ありがとうございました。

高齢者の方、特に認知症の疑いのある方、独居の方とか、あるいは障がいのある方のように、配慮を要する方を消費者被害から守る。この点については、やはり身近な市町村の役割、あるいは自治会の役割は非常に大きいと思っております。

私どもは必ず、緊急事態の場合には警察の方とも連携をいたしまして、市町村により早く情報が届くように、体制をとっているところでございますけれども、もう一つ、隅々まで情報が届くようにということで、例えば自治会単位の回覧板でありますとか、あるいは郡部で視聴されておりますCATVですね、そういったケーブルテレビを活用した情報提供も行っております。

消費者センターへも、御家族だけでなく、例えば今おっしゃいました民生委員さん、あるいはヘルパーさん、ケアマネージャーさん、そういった方からの通報で、被害救済にいたったケースも大変多くございますので、今後もこの地域見守りネットワークが、より多くの市町村で設置されるよう努めて参りたいと思っております。ありがとうございました。

## 会長

事前にお二方から質問をいただいておりますが、他にこの場で質問されたい方がおられましたら、挙手にてお願いします。

### (2) 令和2年度島根県消費者センターの相談状況について

## 会長

では、次の議題に移りたいと思います。議題の(2)の令和2年度島根県消費者センターの相談状況について、事務局から説明をお願いします。

## 前田

消費とくらしの安全室の前田と申します。

私からは、資料2の令和2年度島根県消費者センターの消費生活相談の状況について説明させていただきます。

まず、「相談件数の推移」についてでございます。資料2を1枚めくっていただきまして、「(図1)消費生活相談の年次件数」の棒グラフを御覧いただきたいと思います。

島根県消費者センターで受け付けを行っております消費生活相談件数につきましては、先程来から説明がございしますが、令和2年度に受け付けた件数が合計で3,298件、前年度の3,003件から295件増加し、率にして9.8%、約1割の増加でございました。全体の相談件数につきましては、グラフのとおり平成16年度をピークに減少しておりまして、平成23年からそれ以降は3,000件台で推移をしております。

令和2年度で相談件数が増加した要因でございますが、全国的な新型コロナウイルス感染症拡大によりまして、マスク関連の相談が急増したこと、また、外出自粛による在宅時間の増加やスマートフォンの普及によりまして、インターネット通販を利用したトラブルが増加したことなどがあげられます。

下の(図2)のグラフは、「契約当事者の年代別相談件数」の過去5年の状況をグラフにしたものでございます。右から2番目の薄いブルーが70歳以上、オレンジが60歳代で、左に向かって年齢層が若くなっております。

令和2年度の相談件数は70歳以上が最多で、次いで60歳代、50歳代と年齢の高い順になっております。いずれの相談数も昨年度から増加している状況でございます。

また、60歳以上の割合は全体の相談件数の36.2%を占めており、依然として高齢の契約者に関する相談が多い状況でございます。

一方、未成年の契約にかかる令和2年度の相談件数は94件であり、過去5年で最も多くなりました。

次のページの「苦情相談の内容」のグラフと表を御覧下さい。商品・役務別では、「商品一般」が420件で最も多く、電話・はがき・メールによる特定できない商品・サービスの勧誘、また、架空請求・訴訟通知などに関する相談等でございます。次いで、「デジタルコンテンツ」が257件でございました。これは、インターネットによるアダルト情報サイトや有料メール交換サイトの利用料に係る不当請求や架空請求、ワンクリック請求等の相談が中心でございます。

重ねてになりますが、令和2年度の苦情相談の特徴といたしましては、新型コロナウイルス感染症対策のためのマスク関連の相談が非常に多かったことがあります。皆様も御記憶と思いますが、春先から国内で入手困難となりました状況下で、海外からの送り付けや、購入マスクの品質・機能、発注したマスクが届かないなどの相談が多数ございました。表の中では6番目に多い「保健衛生品」に含まれており、このうち83件がマスクの相談でございました。

感染症の関連では、他に海外渡航フライト、結婚式場、コンサートチケットのキャンセル料など感染症拡大に関連した相談も目立ったところでございます。

また、定期購入、詐欺・模倣品サイト、情報商材やマルチ商法等の儲け話といったネット広告やSNSがきっかけとなる消費者トラブルが多くなっており、インターネットの日本語サイトから本人が意識しないまま海外事業者と契約し、トラブルとなるケースも依然として多い状況です。

インターネット通販につきましては、関連する昨年度の相談件数657件に対し、今年度は836

件と 180 件近くの増加となっております。

次のページの「年代別の苦情相談内容」を御覧ください。苦情相談の多い商品・役務を年代別にみますと、20 歳代以下では「デジタルコンテンツ」、30 歳代以上では、「商品一般」が最多となっております。未成年者の「デジタルコンテンツ」の相談は、27 件で前年度から 10 件増加しており、オンラインゲームで高額の課金をしたという相談がうち 12 件ございました。また、「健康食品」や「化粧品」の中には、インターネット通販で「お試し」のつもりが定期購入契約であったというトラブルが多く含まれています。

一方、高齢者層でも「デジタルコンテンツ」の相談は多く、インターネットの利用が全世代で日常化していることが影響していると思われます。

次のページの「5 相談者の居住市町村別相談件数」の表を御覧ください。令和 2 年度の県の消費者センターが受け付けました、相談者の居住地毎の相談件数を表にしております。

松江市に居住する方からの相談が最も多く、次いで出雲市が多い状況でございます。また、市部に比べて、町村に居住する方からの相談は比較的少ない状況でございました。この傾向はここ数年変わらない状況でございます。

最後に、資料を戻っていただきまして、資料 2 と書いてあるページの裏のページ「電子メール相談の概要」を記載しております。消費生活相談では電話や来所相談の他に、電子メールの相談も受け付けております。方法といたしましては、メールのやりとりは 1 回限りといたしまして、2 回目以降は電話等で御相談をいただいております。

令和 2 年度のメール相談は計 53 件でございました。相談者の年齢も地域も様々であったかと思えます。相談内容はやはりメールでの相談ということで、スマホやパソコンを使用し、インターネットを利用したことによるトラブルの相談が多い状況でございました。以上で説明を終わります。

## 会長

ありがとうございます。

議題（2）についても事前の質問があるようですので、紹介をお願いします。

## 荒木

事前質問につきましては、参考資料 1 の 2 ページを御覧ください。

委員からこの県消費者センターの相談状況について、1 点いただいております。各市町村の人口に対する苦情相談の割合を算出して欲しいというものでございます。

## 会長

では、事務局より御説明をお願いします。

## 前田

はい、続けて御説明させていただきます。資料 2-2 を御覧いただきたいと思います。この表は、御説明がありましたとおり、各市町村の人口に対する苦情相談の割合を示すことにより、該当市町村への支援の必要性を検討したいとの委員からの御要望により、用意をさせていただきました。この表は県消費者センターで受け付けた相談と市町村窓口で受け付けた相談の件数を合わせた表になっています。左から 2 番目の (A) が県センターの受付分、その右隣の (B) が市町村窓口の受付分、その隣の (C) 欄が二つの合計の件数になっております。

なお、県の受付数は相談者の居住地毎になっており、居住地不明者につきましては各市町村の内訳に加算されておりません。また、市町村の受付分につきましては、受け付けた窓口毎になっており居住地毎にはなっておりませんので、事前に御了承をお願いいたします。

そして、この合計の数値を各市町村の人口 1,000 人当たりの相談件数として計算した値が、一番右の数値になっております。

この数値を見ますと、やはり、松江市の数値が最も高く、海士町、西ノ島町の数値が最も低い状況となっております。全体では、専任の相談員を配置し消費生活センターを運営している各市につきましても全体的に高め、町村は少し低めの数値が出ているかと思えます。

県消費者センターといたしましては、市町村支援といたしまして、昨年 4 月から指定消費生活相談員 2 名を配置し、市町村ヘルプデスクを設置して市町村窓口の相談に対応している状況でございます。また、今年度も、市町村窓口への巡回訪問を行うことを予定しておりまして、今年度は隠岐 4 町村の外、吉賀町、益田市、大田市を訪問して、消費生活相談員、あるいは行政担当者との意見交換を行っていかうと計画しているところでございます。以上です。

## 会長

はい、委員の御要望として対人口の割合をこちらに算出いただいています。それに対してよろしいでしょうか。

## 委員

計算してくださってありがとうございます。

例えば美郷町の方が大田市より割合が高いとか、1,000 人当たりで松江市 9.1 だと、うちの学校の中では 8 名くらいが県か市のセンターにお世話になっているんだとか、いろんなことが分かって、出してくださってありがとうございます。決して一律ではないというところも見えたところです。

また、仲介とか市町村支援の実態も教えてくださいありがとうございます。以上です。

## 会長

では、他の委員の皆さま御質問、御意見等がございましたら、挙手をお願いします。はい、どうぞ。

## 委員

相談センターの件ですけれども、実は私、この4月から縁がありまして相談員に臨時で行っております、お願いしたいことがあります。

まずヘルプデスクですけれども、すごく役立っています。どうしても1日に1件ぐらいの件数ですから、相談が少ないので、私も新人なのでわからないということでよく利用させてもらっています。ありがとうございます。

それとあと、相談員が使っているアプリというか、回覧情報みたいなものがデスクネットネオで作られているんです。そういうふうなもので、消費者庁の回覧とかという文書が下りてくるわけです。それを見ると、消費者庁からの分の通達の文書しか出てないです。これデスクネットネオなので、例えば島根県だけのフォルダを作って、島根県で主にこういった相談が多いですとか、こういったトラブルが発生しています、というようなことを付けることができると思うんです。そういった運用の改善をしていただければ嬉しいなということです。ちょっと私の仕事の関係で気がついたことです。よろしくお願ひしたいと思います。以上です。

## 田邊

はい、ありがとうございました。

ヘルプデスクが役立っているということなので大変、元気づけられました。

御提案のありました県の相談事例について、パイオネットの消費者行政フォーラムのお話ですよ。工夫をしてみたいと思います。ありがとうございました。

## 会長

他の方から御質問等ございましたら、お願いします。

### (3) 消費者教育の推進について

## 会長

では、次の議題に移りたいと思います。議題の(3)消費者教育の推進について説明をお願いします。

## 遠藤

消費とくらしの安全室消費者教育コーディネーターの遠藤と言います。どうぞよろしくお願いします。

資料3に基づいて、令和3年度の消費者教育関連事業について御説明したいと思います。

令和2年度の実績につきましては、3月8日に既に御報告させていただきました。今回は令和3年度の関連事業についてお話ししたいと思います。

(1)の「消費者教育推進連絡会議」を5月26日に職員会館で行いました。消費者教育関係教科研究会、※印の2に掲げている研究会の方へ出席をしていただいて、学校における消費者教

育実践研究委託事業、あるいは今年度の当室の事業予定、あるいは配布資料の変更等をしていただきました。

(2) ですが、先ほどから話が出ていますが、来年4月1日には民法の成年年齢が引下げられるということで、残り1年となりました。当室では、消費者教育外部人材活用講師派遣事業、プロフェッショナル出前授業を昨年度から実施しています。弁護士会あるいは司法書士会と契約を結んで、実務経験者を学校現場で活用していただくという事業でございます。

今年は、今のところ7月12日の安来高校を皮切りに、松江商業に10月、出雲高校に2月のところで申請をいただいているところです。これからも、どんどん利用していただけるように周知をしていきたいと思っております。

「(3) 消費者教育教員研修会」ですが、今年は11月26日サンラポーむらくもで予定しております。これは小・中・高・特別支援教育教員に対して、教科あるいは講師を横断して研修をしていただく、という研修会になっております。

午前中のところは、今ここに書いておりませんが、遠藤郁哉弁護士に講演会をお願いしているところです。題名は今未定ですが、遠藤郁哉弁護士が出筆を中心になってされた「狙われる18歳!？」という題名でお願いをしたいというふうに思っています。午後は去年に引き続いて、東京の消費者教育支援センターの方から、柿野成美先生に講演をしていただいたり、ワークショップをする予定にしております。

(4) の「消費者教育推進事業」、これは教科別研究会の活動支援事業です。①は令和4年の成年年齢引き下げの18歳の研究に特化した事業に補助金を交付するという事業になっています。それから、②は団体実践研究委託事業として、(1)にありました教科研究会に委託をして事業をしていただくということになります。報告は、「すくすく消費者」の方で実践報告をしていただく、というのが②の学校における消費者教育実践研究委託事業になっています。

(5) は当室の「情報冊子の活用」です。先ほどの委託事業の実践報告をこの「すくすく消費者」に活用していただいて、小・中・高・高専・特別支援学校に配布をしているところです。

それから、②は中2向けですが、この間に中3の生徒数に応じて、中学校に配布をさせていただきました。「考えよう! 私たちの消費者生活」というのを各学校に全て配布をしております。

それから、「社会への扉」ですが、消費者庁が作成している教材です。教育指導課の原先生の御支援もあって、公立学校は100%の活用になりました。

それから、④ですが、「SDGs 達成のための未来を変えるエシカル消費」という冊子ですが、希望のある学校には随時配布しているところです。これを通じて授業をしていただいて、エシカル消費を考えてもらう、という冊子でございます。

それから、先ほど申しました「狙われる18歳!？」。これは、日本弁護士連合会消費者問題対策委員会の副委員長である、当県の遠藤郁哉弁護士が出筆を担当している本ですが、これももし希望があれば、配布したいと思っております。

(6) の「消費者問題出前講座」ですが、もちろん職域だったり、高齢者向けだったり出前講座を行っていますが、書いているのは若年者向け消費者講座の実績です。校種別に令和2年度に



行った出前講座の実績を掲げています。今年も、少しコロナが落ち着いたところで、もう少し出前講座が増えたらいいかなというふうに思っています。以上です。

## 会長

ありがとうございます。

では、議題（3）について事前にはとくに御質問等なかったようですが、この場で御質問、御意見等がございましたらお願いします。

## 委員

意見というよりは、楽しい消費者教育の紹介をしたいと思います。

映像を見たときに、契約危険、危険では子供達かわいそうかと思ひまして。先日、第一生命が出しているライフプランゲームというのがありまして、学生達にマスクとフェイスシールドとビニール手袋を渡して、5人ですごろくゲームをしたら大盛り上がりでした。

そのゲームの中にはクイズの時間があって、消費者問題でクーリング・オフは何日ですか、○か×とかあって、人生の中でどのくらいの住宅建てますか、いつ住宅建てますか、保険かけますか、土砂災害に遭いましたリフォームにいくらとかというと、自分の両親達がお金を払ってくれたことには感謝します。

消費者問題のクイズはたくさんあるんですが、ギャーギャー言いながらクイズをやっていました。こうやって楽しく勉強も必要だなと。怖いことももちろんあるんですけども、考える力がつけばいいのかなという思いもあってですね。先輩をリーダーにして、アルバイトの怖さとか、いい話と両方聞きながらということもあったので、消費者教育真面目に勉強して欲しい部分もあるんですけど、少し楽しい要素も欲しいなというので、たまたまちょうど楽しく過ごしたことがありましたので、御紹介させていただきました。

## 会長

ありがとうございます。非常に参考になりました。

機会があれば、やってみたいと思った次第です。

## 委員

今のことでいいですか。学校だけじゃなくて、高齢者施設でもそれが使えるんじゃないかなと今聞かせていただいたので。私、高齢者の施設へ手伝いに行っているんですけども、今の話を聞かせていただいて、これを高齢者の方に答えていただくと盛り上がるんじゃないかな。また、知識としても入ってくるんじゃないかなというふうに感じたところです。

## 委員

たまたま消費生活アドバイザーに第一生命の方がいらっしゃって、島根支社を通じて東京本社

から無料で提供を受けました。

本当は、昨年、社員の方も一緒にやっていただくという予定だったんですが、新型コロナで頓挫して、私の監督の下でやったんですが、実際おもちゃのお金をやりとりして、破産した人が6,000万だったか、人生ゲームの教育版と思っていただいたらよくて、第一生命のホームページでは、新入社員研修用とか。

単純なすごろくですが、高齢者の方は自分の生活設計も重なって、しんどくなるかなという危険も。何も分からない子達だから笑ってすむけれども、保険に入ってなかったのも、自転車で事故を起こしてしまいましたなどというのもあって。そういうすごろくになっていますので、現実を忘れましょうという限定でやっていただければ、楽しんでいただけるのでは。

#### (4) その他

##### 会長

時間の都合もありますので、次の議題に移らせていただきたいと思います。

(4) その他についてですが、事務局から説明をお願いします。

##### 荒木

その他の1点目でございますが、島根県警察本部生活安全企画課から資料4によりまして、特殊詐欺被害の状況について御説明いたします。

##### 原

先ほど御紹介いただきました、県警本部生活安全企画課の原と申します。

私からは、報告ということで県内の被害状況につきまして、お話をさせていただきたいと思います。

なお、県警の方では、特殊詐欺というのを重点犯罪ということに指定しております。特殊詐欺というのは、契約という話ではなくて、若い方から高齢者の方まで一瞬の判断の隙を狙って、財産を一瞬にして全て奪い取るという極めて卑劣な犯罪であるということから、県警あげてこの被害の防止に努めているところでございます。

それでは、状況について御説明させていただきます。まず資料の1の「被害件数・額」ということで、これは令和3年1月から5月末までの数値を並べさせていただいております。

この審議会につきましては、本年3月には令和2年度の被害ということで御説明させていただきましたが、今年に入りまして、若干特殊詐欺手口の傾向が変わっております。そのことをまた後で説明させていただきますが、数字的なところを御紹介させていただきます。

まず、被害件数と被害金額ということでございます。そのこの図にありますように、県内では平成27年、ここまでは若干少なく推移していたんですが、平成27年この時がピークでした。被害件数は県内70件、被害金額は2億9,000万と約3億近いお金が、島根県から犯罪者の手の方に渡っているという状況から、いろいろと対策等を重ねてきました。

御覧いただくとおり、件数、被害金額とも減少傾向にありましたが、昨年金額は減りましたけれども、件数が 54 件という形で増加に転じました。本年に入りまして5月末ということで、昨年度同月比で比較いたしまして、件数につきましては昨年より3件増の22件。被害金額につきましては1,354万円ということで、昨年の2,272万円、若干1,000万切れるくらい低くなっているという状況でございます。

続きまして、横の「年齢別」というところでございます。年代ごとに棒グラフで表示しております。ここに赤色と青色に分けておりますけれども、赤色の方が、いわゆる高齢者が被害に遭われたという数字でございます。全体で22件中13人の方が特殊詐欺の被害に遭っておられるというふうなことでございます。

3の「手口別」というところでございます。特殊詐欺にはいろいろ手口というのがございます。なかなかすべてを御紹介いたしますと時間がございませぬので、島根県では、そこに書いてありますように架空料金請求詐欺というのが22件中14件ということで、約64%を占めていることとなります。

架空料金請求って何か、簡単に言いますと名前のとおり、ありもしないことを申し立ててそのお金が必要ですよということで、料金のお金を欺し取る手口でございます。

続きまして、その2番手に還付金というのが23%であります。これは5件発生しております、これが今年の大きな変化というところでございます。

実は、島根県で還付金詐欺というのは、昨年は、警察の認知でございますけれども、ございませぬでした。2年前にですね、1月か2月に1件還付金というのがありました。けれどもそこまでなかったんですけども、今年になってそれも4月から5件立て続けに起こっている。

皆さん還付金詐欺というのは御承知だと思うんですけども、まず電話から始まりますが、県内で非常にたくさんのいわゆる予兆電話と言うんですけども、市役所職員を名乗って還付するお金がありますよ、ついてはATMに言ってくださいねというふうな形なのですが、そういった電話は県内のあらゆる箇所で発生している状況でございます。

分かっておられる方は、その段階で詐欺だと分かっていたらいいんですけども、信じてしまふ、相手は犯罪のプロでございますので、人を騙すということにつきましてですね、非常にあらゆる手を使ってやってくる。そうして、実際に被害に遭ってしまわれる方が県民におられるということでございます。

続いて、その次に預貯金というのがございます。これが2件あります。預貯金というのは、お金ではなくてキャッシュカード、クレジットカードこういったのを自宅の方に行って騙して渡してしまう。例えば、銀行協会名乗ってクレジットカードが必要です、というふうなことを言ってますね。暗証番号があれば、また後でお金を返しますとか、いろんなやり方があるんです。カードと暗証番号と一緒に中のお金全てとる、というふうな手口でございます。これも県で2件発生しております。

あと融資保証金というのが1件発生しております。これが、会社の方が多いのかなとは思いますが、融資をするには手数料がいりますよ、というふうなことを申し向けて、1,000万円融資

しますよと言って、あなたを信用するために 20 万を振り込んでくださいというふうなことで手数料名目でお金を騙しとる。当然融資のお金は振り込まれない。こういう形の手口でございます。

5月のところでは、そういうふうな詐欺が発生しているところでございます。

それと、「4 現金等交付形態」と若干難しいですけども、相手はどのようにしてお金を取るかということでございます。

そこに円グラフで書いてありますように、一番県内で多いのはやはり電子マネーです。電子マネーというのは、皆様方もある程度大分分かっておられると思うんですけども、電子決済制度の一つでございまして、電子データのやりとりを通じて決済を行うということで、コンビニエンスストアまたはドラッグストア等々いろいろ売れているといったものでございまして、プリペイド型のカードが多いというところがございます。こういった電子マネーを利用したもの。

これと2番目にATM振込。これは先ほどの還付金詐欺で今年非常に増えているところ。それと先ほど預貯金で申しましたキャッシュカード手交型。こういったところで財産が犯人側に移動するというふうにお考えいただければいいかなと思っております。

それで、「主な特徴」というところがございます。見ていただければ分かると思えますけれども、昨年、実は高齢者の方が被害に遭われた割合というのは31%でございましたけれども、今年は59%ということで、非常に高齢者の方の被害が多いというところが特徴になっております。

これは先ほど言いましたが、還付金詐欺というのが増えたというところがございます。大きなところでは、介護保険料の還付が入りますよというふうな保険制度をしゃこうしたような言い方で、高齢者の方が反応されて、振込をしてしまうというようなところで、非常に高齢者率が上がったというところがございます。

2番目ですけれども、還付金詐欺が増えましたということでございます。ただ、昨年非常に件数が増えた架空料金請求詐欺は、まだ現段階でもやはり県内では一番多いというふうな形になっております。

3番目がATMの振込が多くなりましたということで、非常に還付金詐欺が増えたという大きな特徴がございます。

「主な手口内容」につきましては、三つほど囲んだところがございます。架空料金請求が二つと最後に、還付金の手口をお示ししておりますので、また御覧いただければと思います。

警察では、皆様方がこういった特殊詐欺に遭わないようにということで、広報活動にも力を入れているところがございます。

いろいろと長い文章を書いても皆様方が難しいし、作っている警察の方も専門用語でいきなりということでございますので、いろいろと表現については、工夫はしているんですけども。例えば還付金であれば、電話で還付金の話とATMに行け、これイコール詐欺ですよとか、こういうふうな形で皆様方に被害の防止、そして少しでも不審、変だなと思った場合については、御相談をいただくようにやっております。

この横のところに、みこびー安全メール登録用QRコードというのがございます。これは警察が運用している犯罪情報です。皆様にお届けするメールサービスでございます。

内容につきましては、特殊詐欺を始め、子供さんの声かけ・つきまとい、こういった不審者への情報その他交通事故の発生状況等々、警察に絡む全般的な防犯情報ということで御紹介しているところでございます。

本日はお手元のところに、こういったシールみたいなのを付けております。登録しないとイケないですけども、QRコードで読み取れば、すぐその登録ができるような制度でございます。なかなか皆様方に登録のすべてを手取足取りはできないですけども、高齢者の方で登録の仕方がわからないということでございましたら、お近くの警察署または交番に出向いてお聞きいただければ、担当の警察官が、登録方法等につきまして教示いたします。

皆様方、御関連の方がいらっしゃいましたらお配りいただいて、これをスマホにかざしてもらえば、いろんな防犯情報が手に入る、提供ができるかなと考えております。

最後に、もう1枚お手元にカラーで「高齢者おうえんニュース」というチラシを配らせていただいております。これは、一つの例でございますが、特にこれは高齢者の方に若干特化した広報紙でございます。交通の情報、防犯情報ということで二本立てで書いておりますけれども、このようないろいろな年代別・世代別に絞ったような広報紙等作成しながら、被害防止に努めていくところでございますので、御紹介させていただきたい。私の方からは以上です。

## 会長

ありがとうございます。

特殊詐欺被害の状況について説明いただきましたが、その内容について御質問等がございましたら、お願いします。

では、時間の都合もありますので、(4) その他の②から④についての御説明をお願いしたいと思います。

## 荒木

その他の②から④につきましては、当室から順番に御説明いたします。

## 空岡

消費とくらしの安全室の空岡と申します。

私の方からは、『ご縁の国』エシカルライフ啓発事業について御説明をさせていただきます。資料は、右上の方に資料5とある1枚物の資料になります。

本県では、持続可能な開発目標、いわゆるSDGsと言われますけれども、こちらの達成に資するエシカル消費について、県民の皆様が我がこととして捉えていただき、行動を起こしていただく機会とするため、『ご縁の国』エシカルライフ啓発事業をこの度実施することといたしました。

そもそもエシカル消費とは、もうすでに御存知の方も多いかとは思いますが、直訳いたしますと、倫理的消費といいまして、消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考え

たり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら、消費活動を行うことです。エシカル消費には様々な要素がありますが、例えば食品ロス削減や地産地消などの取り組みを通じまして、環境問題や貧困等世界が抱える課題とその課題解決につなげることも、エシカル消費に繋がる取り組みの一つとなります。

本県におきましても、第5期島根県消費者基本計画の全体指標の一つとして、「社会や環境等に配慮した商品サービスを選択する人の割合」目標値令和6年度までに50%を掲げまして、県民の皆様積極的にエシカル消費を実践していただくため、普及啓発活動を実施しています。

本事業の目的は、資料に記載のとおりでございますが、県民の皆様エシカル消費について我がこととして捉えていただき、普段の生活の中で、これってエシカルだよねというような気づきを持っていただき、自ら考え行動していただくことを目的として、本事業を実施することといたしました。本県ではこちらは初の事業となります。

「2実施方式」につきましてですが、今回は優れた企画提案内容を事業者の方から募集いたしまして、その中で最も優れた企画提案を行った事業者に事業委託をするプロポーザル方式にて実施を行います。

これにつきましては、先日、委託先候補者を選定する審査委員会を開催いたしまして、具体的には7月からの事業開始を予定し、現在準備を進めております。

「3委託期間」につきましては、先ほど申し上げましたように、事業開始を7月からとし、令和4年3月までを委託期間として実施する予定でございます。

「4事業概要」につきましては、記載のとおりでございますが、主に一つが『ご縁の国』エシカルレシピコンテストの企画実施、(2)エシカル消費ノベルティグッズ及び説明書(しおり)の企画作成、(3)手前取り推奨ツールの企画・作成の3点を主に事業委託することとしております。

それぞれの概要につきましては、記載のとおりとなりますが、今回の委託事業は、あくまでエシカル消費が持つ意義や取り組みの一部とはなりますが、この事業を通じまして、県民の皆様にもまずエシカル消費についてしっかりと認知していただき、これなら私もできるというような、まずは身近なところでエシカル消費に取り組んでいただけるよう、しっかり広報活動の方も行って参りたいと考えております。

今後の事業の進捗状況等につきましては、機会がございましたら、本審議会の方等で改めてお知らせの方をさせていただければと考えております。

委員の皆様におかれましても、ぜひ本事業の趣旨を御理解いただき、積極的に本事業の周知等に御協力を賜りますと幸いです。簡単ではございますが、私からの事業説明は以上となります。

## 高橋

消費とくらしの安全室の高橋と申します。

島根県消費生活条例施行規則の改正について説明いたします。資料につきましては、事前に配

布しました資料6と本日追加で配布しました資料6-2となります。

資料6を御覧ください。改正理由としましては、1のとおり、国の行政手続における押印廃止等の動きを受けまして、島根県においても、県民サービスの向上及び業務の効率化を図るため、本人確認の目的を果たしていない押印書面を見直すこととしたためです。

「2 見直しの対象」は、住民等が申請届出等を行う手続きであって、条例規則等に押印署名の定めのあるものとなっております。

所管する島根県消費生活条例には、見直し対象となる規定はありませんでしたが、島根県消費生活条例施行規則には、2の①から⑧までのとおり全部で八つありました。

次に「3 改正の概要」について説明します。

まず、見直しの基本的な考え方として、押印署名を継続するものは、1法律、政令または省令に押印署名の根拠があるもの、2実印または実印相当の署名により本人確認を行っているもの、3契約書または請書とされており、それらの観点から各手続きを検討したところです。

2の①から⑥までの〈消費者訴訟貸付資金の貸付け関係〉については、裏面の関係法令抜粋の条例第29条を御覧ください。知事は、消費者が事業者に対して訴訟を提起しようとする場合において、第29条各号の要件を備えているときは、訴訟費用に充てる資金の貸付けその他の必要な援助を行うことができるとなっております。

その訴訟費用の貸付け手続きにおいて、消費者に提出していただく書類中、規則で定める様式中に押印を求める箇所があり、それを削除するものです。

ただし、2の③消費者訴訟資金借用書様式第3号については、契約書に準じる書類のため、押印を継続し、改正は行いません。

次に、2の⑦〈島根県消費生活審議会による調定関係〉については、関係法令抜粋の条例第28条を御覧ください。知事は、条例第27条の規定により申し出のあった消費者の苦情のうち、解決の困難なものについては、島根県消費生活審議会のあっせん等に付することができるとなっております。審議会のあっせん等に付され、調定を行う場合は規則第21条第3項の規定により、当事者が調定案に合意し、記名押印したときに成立することとなっております。

この合意書は一種の契約書であり、当事者が合意内容を履行しない場合における紛争を回避するためにも、押印は必要と判断し、改正しないこととしました。

2の⑧〈島根県消費生活条例に基づく公表に係る事業者による意見陳述〉については、関係法令抜粋の条例第38条を御覧ください。知事は、条例に違反する行為を行った事業者が勧告に従わない場合等にその旨を公表することができることとなっておりますが、公表しようとする場合には、事業者に対し意見を述べる機会を与えなければなりません。また、事業者が意見を述べることは基本的に書面によることとされていますが、知事が認める場合には、口頭により行うことができるとなっております。規則第32条の規定では、当事者が口頭で意見を述べた場合には、職員が意見陳述録取書を作成し、これに署名押印を求めることとなっておりますが、この度、この署名押印を不要とする改正を行います。

なお、関係法令抜粋の最後に、規則第32条の改正案を示しておりますが、法令審査を担当す

る総務部総務課による事前審査の結果、本日配付しました資料6－2新旧対照表のとおり改正する予定です。

また、押印等の見直しとは関係ありませんが、規則第20条について誤りが見つかりましたので、新旧対照表のとおり改正する予定です。

最後に施行期日についてですが、7月中には公布・施行する予定です。島根県消費生活条例施行規則の改正についての説明は以上となります。

## 田邊

それでは、本日最後の議題になります。改正特商法・預託法及びデジタルプラットフォーム新法についてということで、法律の話でちょっと堅くなって恐縮なんですけど、消費生活審議会の委員の皆様には、是非知っていただきたいということで、本日お話をさせていただきます。

資料は7ですので御覧ください。今年4月以降に消費者関連で新たに改正された三つの法律でございます。

まず、最初に改正特定商取引法。これは、例えば訪問販売とか通信販売とか、店舗を介さない七つの種類の取引について定める法律でございます。この中で、今国会で審議された内容について御説明するものです。

まず、通販の「詐欺的な定期購入商法」対策。詐欺的な定期購入商法と言いますのは、例えば、テレビあるいは新聞広告等でお試し500円とか初回極端な話10円とか、これは欲しいと思って申し込んだ健康食品やあるいは化粧品等が、実は5回の定期購入で総額が数万円になった。こういうものを総称して、詐欺的な定期購入商法と言っております。

これについては、全国の消費生活相談センターの方にも苦情が殺到したことを踏まえまして、今回大幅な法律改正がされました。

まず1点目、定期購入でない消費者に誤認させるなど必要な事項の表示をせず、または不実の表示、偽りの表示をした場合には、3年以下の懲役または3百万円以下の罰金に処し、またはこれを併科すること。

それから違法な表示によって申込みをした場合には、申込みの取消しが可能となること。

そして、通信販売に係る売買契約または役務提供契約の申込みの撤回、または解除に関する事項について、不実のことを告げるなど妨害行為を禁止すること。こういったことが盛り込まれております。

次に「2送り付け商法」でございます。これは、契約を申し込んでいないのに一方的にマスクを送ってきた。これが昨年非常に多かった相談ですけれども、あとは、カニなどの海産物が送ってきたとかですね、外国から申し込んでないスマートフォンケースが送られてきた、そういうことです。これが送り付け商法というものでございます。

これにつきましては、販売業者がその返還を請求することができなくなる期間、これが今までには14日間あったんですけれども、これを撤廃するということになりました。わかりやすく言いますと、これまでは申し込んでない商品がお手元に届いたときに、14日間手元に保管をしていれ



ば、14日間を経過すれば自由に処分してよいという規定があったんですけれども、今回の法律改正で申込んでないことが確実であれば、受け取ったその場で処分していい、ということに変わったということでございます。

「3 消費者利益の擁護増進のための規定の整備」ということですが、クーリング・オフの通知は御存知だと思いますけれども、申込みの撤回あるいは、契約の解除ということなんですが、クーリング・オフについては、電磁的方法で行うことが可能となり、その効力発生時期は、電磁的記録による通知を発送した時とする。それから事業者に交付を義務づけられている契約書面等について、消費者の同意を得て電磁的交付を行うことが可能となることでございます。

実は、今までのクーリング・オフが当事者だけではなく第三者からも分かるように、必ず書面で交付することになっていたんですけれども、これが本人の了解を得れば、電磁的方法つまり電子メールで送付しても可能になったということです。

ここが一番今回疑義が生じたというか、議論が白熱したところでございまして、この部分だけは、実は他の部分が公布から1年後施行ということですが、この契約書の電子化の部分だけは公布後施行まで2年以内と少し延長されています。今後、おそらく国の方でさらに審議が進められるところであろうと思っております。

次に右側の預託法でございます。これは預託等取引に関する法律ということで、皆さま方御記憶があれば、古いところでは、金のペーパー商法ですね、豊田商事がありました。最近ではジャパンライフとか安愚楽牧場、そういった商品を買って預託して実態は何も物がない。それで消費者がお金を預けたまま、事業者が倒産してしまって被害を受ける、そういった被害がでたことによる法律の改正でございます。

まず、販売を伴う預託等取引を原則禁止とし、違反した場合には、5年以下の懲役もしくは500万円以下の罰金に処し、またはこれを併科することとなったこと。

それから、原則禁止の対象となる契約についてはその効力を生じないとする制度を創設することとなりました。また、すべての物品が預託法の規制対象となるとともに、規制の対象となる権利の範囲を改め、その名称を特定権利とすることが加わりました。これをわかりやすく言うと、これまでの預託法では、この預託販売してはいけないというものを特定商品ということで限定列挙されてきました。例えば、貴石のようなものであるとか、金であるとか、電磁機器とかそういう特定の商品については預託販売してはいけないことになっていたんですけれども、今回はすべての商品において、販売を伴う預託を禁止するということでございます。

法律の施行でございますけれども、この法律案は今年の7月6日に一部施行になっております。契約書面の電子化については公布の日から起算して2年を超えない範囲での政令で定める日ということでございます。ですので、特商法・預託法については、基本的には施行日は公布の日から起算して1年を超えない日、この送り付け商法、つまり商品が届いたら処分してもいいよという条文の施行が今年7月6日からということでございます。

次に、裏面を見ていただきたいですけれども、取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律でございます。

通信販売等、オンラインショップ等で商品を買われたことがおありの方は分かると思うんですけども、例えば楽天市場、あるいはYahoo!ショッピング、ZOZOTOWN、そういったショッピングモール等をデジタルプラットフォームと呼びます。

近年そういったデジタルプラットフォームでの取引におけるトラブルが非常に増えたことから、今回事業者に対して、ある程度規制がかかったということでございます。

内容としましては、まず1点は、販売事業者と消費者との間に紛争等がある場合には、その解決に向けた一定の措置等について、取引デジタルプラットフォーム提供者の努力義務とされたこと。つまり、販売事業者と消費者に紛争があるわけですね。思った商品ではないとか、商品に問題があったと。そういう場合には、その市場を提供しているデジタルプラットフォームの会社が、ある程度情報提供等あるいは、あっせん等に協力するということが、努力義務として明確にされたということですよ。

それから、危険商品、例えば発火するヘアドライヤーとか、そういった危険商品が出品されてその販売業者が特定できない場合等に、取引デジタルプラットフォーム提供者に出品削除等の要請が可能とされたこと。

それから、消費者が販売業者等の情報開示をデジタルプラットフォーム提供者に請求できる権利が、新たに創設されたこと。

最後に私ども地方公共団体も含め、そういった行政、それから関係事業者団体、消費者団体等を構成員とする官民協議会が組織されることが新たに定められたところでございます。

この法律は、交付の日から起算して1年を超えない範囲で政令で定める日ということで、このデジタルプラットフォーム法は、今年4月28日に成立しまして、5月の10日に交付されたところでございます。耳で聞いても分かりにくいところではございますけれども、いずれも消費者の利益を保護するための法律でございますので、わかりやすい資料等を作成の上、委員の皆様にも、情報提供させていただければと思っております。以上です。

## 会長

ありがとうございます。

(4)の②から④について説明いただいたんですが、このことについて御質問等があれば、お願いします。

では、ないようですので最後に、ここまでのすべての議題に対して、全体を通して御質問等があれば、挙手の方をお願いします。

## 委員

感想ですけども、エシカルレシピコンテストを企画されるということで、すごく楽しみにしております。さっきも先生がおっしゃったんですけど、こういった消費者教育だったりエシカル消費についても、体験的に楽しく知るとか学ぶというのがすごく大事なと私も思います。ですので、エシカルというのはいろんな視点がありますので、こうやって募集したときに、どんなレ

シピがでてくるのか、みんなが気づかないようなものが出てくるかもしれない。すごく楽しみにしていますのでよろしくお願いします。

#### 会長

はい、感想ありがとうございます。

時間を少しオーバーしてしまったんですが、最後に通して何かありましたら。

では、ないようですので、以上で審議会を閉会としたいと思います。進行を事務局にお返しします。

#### 荒木

ありがとうございました。以上で本日の審議会は終了でございます。本日は誠にありがとうございました。