

令和2年度第2回島根県消費生活審議会

令和3年3月8日（月）

島根県市町村振興センター

1 開会

中尾

定刻より少し早いのですが、御予定の皆様がお揃いですので、ただいまから令和2年度第2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の中尾と申します。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。

手石方委員が昨年12月31日をもって辞任されました。後任として、奥田直樹弁護士に委員委嘱をいたしましたので、御紹介します。

島根県弁護士会 奥田直樹弁護士です。

委員

奥田です。よろしくお願いいたします。

中尾

本来ですと委員の皆様についても、御紹介するところですが、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、現在の御出席が10人、後ほど御出席の委員が1名、御欠席が7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、年度末のお忙しい中、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、今年度上期に県消費者センターに寄せられた相談状況をみますと、相談件数1,725件の約36%が60歳以上の方からの相談であり、相談の多くは、不審なSMSや電話、通信販売による健康食品の定期購入トラブルなどとなっております。

特に、新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響もありまして、通信販売やネガティブ・オプション、送りつけ商法とっておりますが、こういった相談も例年に比べますと増加傾向となっております。

県では、特に高齢者の消費者被害防止を目的に、テレビスポットCMとか新聞広告を活用した啓発に取り組んでまいりました。

また、来年4月には成年年齢引き下げがございます。それを見据えまして、より一層若年者への実践的な消費者教育が求められています。

消費者教育コーディネーターが中心となり、学校教育現場に弁護士や司法書士等の実務経験者を派遣いたしまして、教員とのチームティーチングによる消費者教育にも取り組んでまいりました。

本日は、第5期となります島根県消費者基本計画の評価、また令和2年度上期の県消費者センターの相談状況、さらには消費者教育の推進等について御説明いたします。

限られた時間ではございますが、忌憚のない御意見を頂戴したいと存じます。どうぞよろしく願いいたします。

中尾

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。

本日新たに配布している資料ですが、レジメ、出席者名簿と配席図、それから差し替え資料としまして資料2-1、資料3-2の県消費者センター相談状況の追加資料、資料4-2消費者教育の体系イメージマップ、資料5特殊詐欺被害の状況、それから、委員の皆様につきましては、参考資料1として事前にいただきました質問の一覧表、すくすく消費者37号、啓発グッズの紙製マスク入れをお手元にお配りしております。

なお、事前にお送りした資料、第5期島根県消費者基本計画等の資料がお手元のない方は、事務局に申し付けいただければお持ちいたします。

よろしいでしょうか。

2 議事

(1) 苦情処理部会員の選任について

中尾

それではただいまから議事に入ります。

会長が議長となり、進めていただきたいと思いますので、会長よろしく願いいたします。

会長

はい。よろしくお願ひします。

では、式次第により進めてまいりたいと思います。

まず、最初は議事(1)の苦情処理部会員の選任についてです。事務局からお願いします。

中尾

それでは、資料1を御覧願います。

苦情処理部会につきましては、前回審議会で説明させていただきましたので、簡単に御説明いたします。

資料1に消費生活条例を載せておりますが、条例の第27条に、「知事は消費者から商品等に関する苦情の申し出があったときは速やかにその調査を行い、解決のためあっせん等に努めなければならない」と規定しています。

同じく第28条第1項におきましては、解決の困難なものについて、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」と規定しておりまして、審議会におきまして、解決の困難なものについてあっせん等を行う機関が苦情処理部会でございます。

また、2ページ目の施行規則の第19条にございますが、苦情処理部会は審議会の委員のうちから会長が指名する委員5人以内をもって組織すると規定されており、このたび苦情処理部会長を務めていただいた委員が辞任されましたので、その後任の苦情処理部会員を会長から指名していただくものです。

それでは、会長から後任の指名をお願いします。

会長

はい。

では、苦情処理部会員として新しく委員になっていただいた委員にお願いしたいと思いますが、いかがでしょうか。

委員

はい、お受けいたします。よろしく申し上げます。

<拍手>

会長

では、委員よろしく申し上げます。

また施行規則によりますと、この部会には部会長をおくことになっておりますが、現在空席となっておりますので、この審議会が終わりましたら、苦情処理部会を開催して、部会長を選任していただきたいと思っております。よろしく申し上げます。

(2) 第5期島根県消費者基本計画の評価について

会長

では、次の議題に移ります。

議題 2 の第 5 期島根県消費者基本計画の評価についてですが、事務局から説明をお願いします。

神谷

消費とくらしの安全室の神谷でございます。

私の方からは、本日差し替えしました資料 2-1「第 5 期島根県消費者基本計画 評価シート」によりまして、今年度の 4 月から 12 月までについて説明させていただきます。

第 5 期基本計画では、三つの全体指標と、10 の個別指標を設定し、今年度から令和 6 年度までの 5 年間で、その計画期間となっています。

評価シートには、各評価指標の年度別の実績値と目標値、そして、令和 2 年度実績の概要を記載しております。

まず、全体指標についてであります。いずれも島根県政世論調査により把握することとしております。

評価シートには、今年度は調整中としております。これは、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、調査スケジュールが 3 か月程度遅れておりまして、現時点で結果がまだ出ていない、ということでございます。

続きまして、個別指標についてであります。

第 5 期基本計画では、三つの基本方針の中に九つの施策を掲げ、それぞれの施策に対応する形で成果指標を設定しております。

まず施策①では、「消費者教育の総合的・一体的推進」の指標としまして、二つの指標を設定しております。

一つは「消費者問題出前講座の開催回数」であります。12 月の時点で 25 回となっております。表の右の方に実績の概要として内訳を記載していますが、若年者向け、高齢者向け、地域その他については、いずれも昨年度よりもかなり少ない数となっております。

なお、1 月以降の状況につきましては、例年どおり申込みいただいた学校などもあり、年間の開催回数としては、3 月までのところで 70 回程度の実施となる見込みでございます。

実績の概要のところに、消費者教育外部人材活用講師派遣事業を記載しております。これは、指標となっている出前講座とは別の事業ですが、今年度の新規事業として取り組んでいるものでございます。詳細は、のちほど消費者教育の推進のところで御説明しますが、法律の専門家を学校の授業で活用していただくということで、12 月までのところでは 6 件実施をしておりまして、最初は平田高校で実施をいたしました。消費者教育に関係するということで記載しております。

次に、施策①のもう一つの指標、「学校における消費者教育の実践研究数」であります。

これは、実践的な消費者教育に向けた授業手法の研究や教材開発、そして教員の指導力の向上の取組を支援するものですが、今年度は 6 件ということで、目標値を上回っております。

実績の概要に記載している各団体において、現在取り組んでいただいております。

次に、施策②では、「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」を挙げております。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でして、一部の団体では、感染症対策の関係で実施を見送ったところもございますけれども、16件の実施となっています。

なお、実績の概要のところに「島根大学消費者研究会」を挙げていますが、これは、大学生が主体となって、エンカル消費の普及啓発に取り組むというものでありまして、今年度、新たな事業として実施されております。

次に、施策③では、「消費生活情報の発信」の指標としまして、「消費生活に関する情報の提供回数」を挙げておりますが、12月の時点で763回実施をしておりまして、既に目標値を上回っております。

これは、新型コロナウイルス感染症対策に便乗した詐欺などによる消費者被害防止のため、国の補正予算による財源を活用して、取組を強化したことによるものです。

実績の概要のところですが、特にテレビについては、スポットCMを12月までに294回実施しております。

このほか、YouTubeを活用した情報発信についても、新たにに取り組んでおります。

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」を挙げておりますけれども、これは、年度終了後に集計を行うというものであります。

なお、実績の概要には、12月までの相談件数を参考データとして記載しておりますけれども、前年度同期と比較して1割程度の増加となっております。

次に、施策⑤では、「市町村相談体制の充実に向けた支援」の指標としまして、「巡回訪問を実施した市町村数」を挙げております。

今年度は、2市4町を対象に実施をいたしました。

なお、県による、市町村相談体制への支援の取組としましては、今年度から、指定消費生活相談員を2名配置しております。これは、消費者安全法に基づく専門職となっております。巡回訪問のほか、いわゆるヘルプデスクとして、市町村の相談業務の支援を行っております。

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、「地域見守りネットワークが設置されている市町村数」を挙げております。

「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、消費者安全法に基づく組織でございまして、正式には「消費者安全確保地域協議会」といいます。

県では、市町村における「地域見守りネットワーク」の設置を支援しているところですが、今年度は、4月に安来市で設置され、設置済みの市町村数は7となっています。

また、この指標については、進捗状況を「県内人口カバー率」で併記することとしており

ますけれども、現時点での試算によると、県内人口のうち 55.0%が「市町村の地域見守りネットワーク」によりカバーをされているという状況であります。

次に、施策⑦では、「消費者事故等の未然防止・拡大防止」の指標としまして、「消費生活相談窓口を知っている人の割合」を挙げておりますけれども、これは、全体指標と同じでありまして、調整中となっております。

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」を挙げております。

これは、県と市が実施する件数を合わせたものになりますが、現時点で市から報告のあったものを合わせますと、7件の実施という状況でございます。

最後に、施策⑨では、「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」を挙げておりますが、これは1月に開催したものを含め6回となっております。

実績の概要にありますように、各団体との意見交換や、消費者ネットしまね学習会の開催がありましたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響もありまして、そ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。

以上が、第5期島根県消費者基本計画の評価の概要でございます。

田邊

消費とくらしの安全室の田邊と申します。

引き続きまして資料 2-2 を御覧願います。高齢者向け消費者被害防止の啓発について説明させていただきます。

県消費者センターが受け付けた相談のうち、契約当事者を年代別にみますと、近年ですと60歳以上の契約者の割合が35%~38%となっておりまして、依然高止まりの状況にあります。

今日の社会全体におけますデジタル化、オンラインによる電子商取引の増加や新型コロナウイルス感染症への対応など「新しい日常」がはじまる中であって、県では高齢者を対象とした消費者被害防止の啓発に取り組んでいるところでございます。

では、県民の方が主にどのような媒体からこういった情報を得ておられるかといいますと、(1)平成30年度に県センターが実施した消費者意識基本調査をお示ししております。ここで「どのような手段で情報を発信すると効果的か」という設問に対しましては、「テレビ」が最も多く、以下「新聞・雑誌」、「自治会や町内会の回覧版」と続いております。

これを65歳以上の高齢者の方に絞りますと、テレビでは男性が81.8%、女性が84.4%と圧倒的に高く、次に新聞・雑誌では男性60.9%、女性が64.3%と続いております。

一方「インターネットが効果的」と答えた方は、65歳以上の男性で15%、女性では9.1%となりました。

次に、今年度県内4会場で消費者団体や市町村の職員の方と意見交換をいたしました。その結果をまとめております。高齢者に対しては「読むチラシ」より「みてわかるチラシ」を、

「親しい人からの口コミが効果的」、あるいは「ケーブルテレビを活用しては」、といった貴重な御意見をいただいたところです。

これらを踏まえまして資料の裏面にありますが、今年度、国の交付金を活用して高齢者向けの消費者被害防止活動を展開いたしました。

最初に、テレビスポットCMですが、12月、2月、3月11日～17日まで民放3局を使いまして、それぞれのテーマで約90本放映しております。

一方で、新聞広告ですけれども、12月15日に山陰中央新報社の1面を使いまして広告を掲載いたしました。特に最近スマホデビューをされます60歳代後半から70歳以上の方の多いトラブルを御紹介いたしました。

本日テレビ放映しました15秒間のCMを準備しておりますので、皆様に御覧頂きたいと思っております。

<テレビスポットCMの放映>

あつという間のCMですが、これが12月と2月に放映したもので、3月はまた新たに「高齢者の見守りについて」ということで流す予定です。

どのくらいの委員の方が、御覧になったかについて聞いてみたい気もいたしますが、こういった形でできるだけ多くの高齢者方の目に触れるように、新聞、テレビの外、ケーブルテレビ、チラシ等様々な媒体を通じて、皆様の所にとどく広報啓発に取り組んでまいりたいと思っております。

会長

事務局から報告がありましたが、事前に質問をいただいているようですので、御紹介をお願いいたします。

中尾

はい。そうしますと、参考資料1を御覧いただきたいと思っております。

第5期島根県消費者基本計画の評価について、委員から2点、委員から2点いただいております。

委員からは、全体指標についてです。

一つめは、「消費生活相談窓口を知っている人の割合」について、令和2年度の達成状況はどうなっているか。

二つめは、この指標の内容につきまして、「相談窓口番号188番を知っている人の割合」に変更してはどうか、というものでございます。

それから、委員からは、個別指標の施策①消費者教育の総合的・一体的推進について、「消費者教育」が一番大事だと思っているとのことで、一つめは各地でなるべく多く出前講

座を開いてほしい。

二つめは、学校での消費者教育を増やせないか、というものです。以上です。

会長

ありがとうございます。では、回答について事務局、説明をお願いします。

田邊

最初に、委員の御質問の「消費生活相談窓口を知っている人の割合」についてどうなっているかという質問ですが、先ほどの説明にもありましたように、このデータは「島根県政世論調査」に準拠するものでございまして、令和2年度調査結果につきましては算出が遅れておりまして3月末の公表を予定しております。

また、その結果を踏まえまして、「消費者ホットライン188番を知っている人の割合」に変更してはどうか、という御意見をいただいております。

消費者ホットライン、局番なしの188番で繋がりますのは、県と市の消費生活センターでございます。

土曜日は国民生活センターです。日曜日は県の消費者センターが開設しております。市の消費生活センターは閉所でございますので、県の方に繋がります。

年末年始を除く祝祭日におきましても国民生活センターの方に繋がります。

この設問の主旨としましては、県内8市には消費生活センターがございますけれども、町村にはセンターがございません。ですが、町村にも消費生活相談窓口があることを周知するために、このような設問を設けたところなんです。なお、設問の中に、消費者ホットライン188番で直接最寄りの消費生活センターにつながるという旨は明記しているところです。

次に、委員からいただきました質問でございます。

できるだけ多く出前講座をしてほしい、そして学校での消費者教育をもう少し増やせないでしょうか、ということでございます。

こういったコロナ禍で、私どもも出かけることが難しく、企画される側も大変だったと承知しております。

昨年、消費者団体と意見交換する中では大規模な研修会はできないけれども、「10人程度の少人数であれば是非講座をやってみたい」という御意見をいただいております。このため要望がございましたら感染対策を十分講じた上で講座を開催したいと考えております。

一方で学校における消費者教育ですけれども、春の緊急事態宣言以降、しばらく学校からの講師派遣要請がございませんでした。

今年度から始めた「プロフェッショナル出前授業」も同じ状況が続きまして、漸く11月から講師派遣を開始したところでございます。県相談員等を派遣する出前講座も年を開けて1月、2月、3月に大変増えまして、高校等を対象とします出前講座が今年度50回を超えたところです。

令和4年4月の民法の成年年齢引下げまで後1年となりまして、今後も県の高等学校校長会等の機会をとらえまして出前授業の周知を図りますとともに、環境が整った学校とはオンラインによる講座も検討したいと考えております。以上です。

会長

はい。ありがとうございます。

では、まず委員、先ほどの回答についていかがですか。

委員

はい。もともと質問させていただいたのは、第1回目の審議会の時も同様の質問をしましたがけれども、まず、県政世論調査というのは、3ヶ月遅れて言われたんですけども、いつ実施されたんでしょうか。

また、実施されてから集計については、速報値でもあれば、速報値に基づいてでもこの審議会の中で議論すべきだと思うんですけど、指標自体は単純なので、集計ができていないという状況がよくわかりません。

それから、もともとこの指標の直近値が91%、目標100%にしてあるんですけど、90%という現状に対して100%目指すというのは、数字の設定としてどうなのかっていうことが、あります。

併せて、令和2年3月の基本計画の30ページあたりに書かれてるんですけど、その中には、この消費生活相談窓口を知っている人の割合が81%という結果になっているんですけども、この意識調査の中で、知っている内容というのが中途半端ですよ、あやふやですよっていう結果が出ていて、従って、第1回審議会の時に、この91%の指標について補完するような問いかけなりが必要だと思ったものですから、こういった質問をさせていただきました。

この指標自体を否定するものではありませんけど、実態をより正確に反映していくということは、188番をきちんと認識していただくためのきっかけにもなると思うんですよ。相談窓口があるというのは、知っているけれども、「さて、どこだったかな」というのが今の実情だと思います。

各種広報で一番苦勞しているのは消費室の事務局の皆さんだと思います。良い内容の広報をやっても相手に伝わっているか、いないかという部分のところが弱いんだと思っております。以上です。

田邊

御質問ありがとうございました。

まず令和2年度の県政世論調査ですが、調査の実施主体は広聴広報課で確認しましたが、全体的に例年より3ヶ月遅れておりまして、調査票を発送したのが11月上旬ということで、

調査結果の集計等が3月末になるということでした。

なお、例年はどうかといいますと、12月には集計し、公表を1月に実施していたという状況のようです。

2番目に、現況91%に対する目標値もさることながら、188番がきちんと意識付けられているかの補完的な調査が必要ではないか、という御指摘は、ごもっともだと思います。

基本的には何かあれば、局番なしの188番に連絡するというのが消費者行動として定着するというのが私どもの究極の目的ではございますが、188番にかけて最寄りの消費生活センターに繋がるところは良いですが、それではなければ県、そして国とエリアが広がってしまうということもありまして、まずは身近なところに消費生活相談窓口があると、という認識付けが必要ではないかという判断でこういった設定をした、ということでございます。

188番を単独で聞くという設定も機会があれば、ぜひ調査してみたいと思っておりますけれども、まず消費者問題がどういうことか、という認識を持って頂き、何かあれば相談する先は、一番身近なお住まいの市町村ということを知って頂きたいというところは変更がないところでございます。

御指摘を踏まえまして、今後188番そのものの認知度を高めるためにいろいろな取り組みをしていきたいと思っております。ありがとうございました。

会長

よろしいでしょうか。

委員

はい。

会長

ありがとうございます。御質問された委員は本日御欠席ですので、後ほど事務局から委員への報告をお願いします。

他に、第5期消費者基本計画の評価について、御意見、御質問のある方がおられましたら、挙手にてお願いします。

では、次の議題に移りたいと思っております。

(3) 令和2年度上期島根県消費者センターの相談状況について

会長

議題の3番、令和2年度上期島根県消費者センターの相談状況についてです。

事務局から説明をお願いします。

坪内

島根県消費者センターの相談を担当しております坪内と申します。よろしく申し上げます。

島根県消費者センターに寄せられました相談につきまして、資料 3 により説明させていただきます。

「契約当事者の年次別・年代別相談件数とその割合の推移」のグラフを御覧願います。

年度ごとに消費生活相談における契約当事者の年代別の割合を示したものになっております。実際に契約をされた方の年代で、集計をしています。平成 29 年度は 3,923 件と、架空請求に関する相談が増えたため、相談件数が多くなっています。

平成 30 年 7 月の国の架空請求対策以降、架空請求に関する相談が減少に転じました。これによりまして、相談件数が減少してきておりましたが、今年度上期は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあると思われませんが、通信販売等に関する相談が増えておりまして、昨年度の上期に比べまして 186 件、約 12%の増となっております。

年代別の相談件数を見ますと、令和 2 年度上期の 60 歳以上の高齢の契約者に関する相談件数の割合は 36.1%と依然として高い状況にあります。

続いて 2 ページになります。「令和元年度契約当事者年代別相談内容（苦情）」についてですが、30 歳代までは「デジタルコンテンツ」が 1 位となっておりますが、40 歳代以上では「商品一般」が 1 位でした。「商品一般」につきましては、はがきや SMS などによる架空請求に関する苦情相談が主であり、何に対する請求か不明なため「商品一般」として分類しております。

健康食品や化粧品につきましては、幅広い年代で 10 位内にランク入りしており、年齢を問わず相談が多くなっております。通信販売に関する相談につきましては、引き続き増加傾向にあります。

次に 3 ページになります。「契約当事者が 60 歳代と 70 歳以上の苦情相談における上位 10 位」までの商品やサービスを過去 5 年間と昨年度と今年度の 9 月末までの上半期の苦情相談の多い商品・役務の上位を一覧にしたものになります。今年度、令和 2 年度上期につきましては、引き続き、架空請求を含む「商品一般」が最多となっております。新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、マスクに関する相談が増加しまして、「他の保健衛生品」の相談が増えまして、60 歳代、70 歳以上ともに上位に入っております。

次に 4 ページは、全世代についての苦情相談の多い商品・役務上位になりますが、2 を御覧いただきたいと思います。

令和 2 年度上期の 9 月末時点と令和元年度上期を対比したものです。1 位の「商品一般」、2 位の「デジタルコンテンツ」ともに前年度と順位は同じになっておりますが、相談件数が大きく減少しています。これは、はがきや SMS などの架空請求に関する相談が減少していることが要因と考えられます。

3 位の「健康食品」は、コロナ禍におきまして、通信販売に関する相談が増えたことが要因だと思われます。

4位の「他の保健衛生品」は、先ほど申し上げましたように、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、3月頃からマスクの購入や送り付けに関する相談が増え始めまして、件数が大きく増えております。

最後になりますが、5ページは、過去5年間の苦情相談の多い商品やサービスにつきまして、掲載しています。これは後ほど、御覧いただければと思います。説明は以上です。

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、こちらについても委員の皆様から質問があるようですので、事務局、紹介をお願いします。

中尾

再び、参考資料1を御覧いただきたいと思います。

県の消費者センターの相談状況につきまして、委員から1点、それから委員から2点いただいております。

委員からは、今年の4月初旬の土曜日に188番へ電話をかけられ相談をしたかったようですが、終日繋がらない状況で、翌日の日曜日に国民生活センターに繋がり問題は解決できたということございます。そういう事例を踏まえまして、休日における188番の電話転送体制とリスク管理がどのようになっているか、という御質問でございます。

それから、委員からは、令和2年度上期の県消費者センターの相談状況について、まず1点目は各市、郡単位で相談件数を表示してほしい。それから2点目、松江にありますセンターと益田にあります石見地区相談窓口の受付件数を表示していただきたい。というものです。以上です。

会長

はい、ありがとうございます。では、質問に対する回答をよろしく申し上げます。

田邊

御質問、ありがとうございました。

まず、消費者ホットライン188番の接続のルールを御説明します。局番なしの188番にお電話いただきますと、まずは最寄りの登録センターに接続されます。県内には8市に消費生活センターがございますので、この8市の消費生活センターの開設時間内であれば、その市にお住まいの方であれば、その市の消費生活センターに接続をされます。その時間はずれますと、県センターに繋がるということでございます。

土曜日は県の消費者センターは閉所しておりますので、土曜日は県内の方が188番にかけられますと直接国民生活センターに繋がります。

日曜日は、市の消費生活センターは閉所しておりますが、県の消費者センターは開所して

おりますので、日曜日に県内の方がお電話をおかけになると県の消費者センターに繋がるという仕組みでございます。

なお、郡部にお住まいの方は、お住まいの町村に消費生活センターがございませんので、日曜日から金曜日までであれば、県の消費者センター、土曜日には国民生活センターに繋がるというルールになっております。

国民生活センター、これは独立行政法人ですが、ここは原則として年末年始を除きまして土日祝日も含め 10 時～16 時で相談を受け付けております。

ところが、昨年緊急事態宣言が出ました後、国民生活センターにおいても職員体制を縮小いたしておりまして、一部の相談においては受付時間を短縮いたしました。その中であってマスク等のコロナ関連の相談が非常に増加したために繋がりにくい状況が発生していたということを確認しております。

その上でですね、「土曜日に 188 番におかけになったら繋がらなかった」というのは、恐らくコロナの関係で相談が大変込み合っていた状況ではなかったかと思えますけれども、翌日の日曜日に国民生活センターに繋がったというのは、なぜ県の消費者センターに繋がらなかったのかなとは思いますが、そういうふうに時間に応じて国民生活センター、都道府県、市の消費生活センターが役割分担をしている状況にあるということでございます。

また、わかりにくければ、そういったことを表のようなものにしてお示しする機会があれば、お示ししたいと思います。

次に、委員からいただきました「今年度上半期の市、郡単位での相談件数」それから「松江と益田の処理件数」についての御質問をいただきました。ありがとうございました。

本日お配りしております追加資料の資料 3-2 を御覧いただきたいと思いますけれども、今年度上半期の市町村別の相談件数を相談者と契約当事者別でお示ししております。

つまり、50 代の相談者が、80 代の親御さんのことで相談された場合、相談者は 50 歳代、契約当事者が 80 歳代となり、お住まいの市町村が別であれば、それぞれの市町村でカウントしております。

御覧いただきますと、契約当事者の県外の数字が大きい、そして不明も大きくなってきますのは、県内の方が、多くは県外にお住まいだと思われる御家族のことにに関して相談される場合が発生しますので、こういった風に相談者と契約当事者間で若干のずれが出てくるということでございます。

次に、松江のセンターと益田の石見地区相談室の相談件数については、表の下のところにお示ししております。以上です。

会長

ありがとうございます。まず、最初に委員からの御質問なんですが、ちょうどタイミング的に昨年 4 月がかなり込み合っていたということで、しかも土曜日は国民生活センターに繋がるという仕組みになっているということなんですが、今も結構込み合っている状況が

続いていますでしょうか。

田邊

現在のところ、県の消費者センターの方は、一時の相談が集中した時期より落ちついている状況です。

会長

はい、ありがとうございます。では、御質いただいた委員、いかがでしょうか。

委員

転送におけるハードの問題はないということによろしいですか。

田邊

ハード関係について、こちらでは検証できませんけれども、定期的に国民生活センターが県を通じて各市の消費生活センターとの確認はやっているところです。

委員

つまり、平日から休日への切り替えという行為があるんですか。

田邊

市町村の開所時間が終わり、県の開所時間内である場合は、自動的に切り替えますが、私どもが何かを操作するわけではなくて、一元的に国民生活センターの方で操作をしております。

委員

はい、わかりました。先ほどの土日のところですが、曜日は定かではありませんので、そういう事例があったということで、切り替え上のハードの問題があるということだと、ちょっとまずいかなと思ったもので、質問をさせていただきました。

ちなみに、土日の問い合わせというのが大変重要だと思っています。この相談はクーリング・オフの案件で、ちょうど相談をされたのが9日目だったのですが、ちょっと自分の手には負えないなと思ったもので、詳しい方に聞いた方が良さだろうと思い電話したところ、こういう事例が発生してしまったということです。ありがとうございました。

田邊

1点訂正をさせていただきます。相談の開設をしておりますのは国民生活センターですが、188番の切り替えを含め全体的な管理、運営につきましては消費者庁の方で行っております。

訂正いたします。

会長

はい。ありがとうございます。次に事前に御質問のあった委員、先ほどの回答につきましていかがでしょうか。

委員

はい。回答いただきましてありがとうございました。

質問の趣旨はですね、実は、私は浜田なんですね、消費者センターの石見地区相談室を石見の中心の浜田の方にもってきてもらいたいな、ということで、件数を参考に出してもらったんですが、ちょっとこれ見るとですね、出雲が291なんですよ。

これを見ると、益田、浜田というより、出雲にセンターをおかないといけないような数字だなというふうに今認識をしております。

人口比からいくと、松江、出雲が中心で、どーんと離れて、浜田、益田になりますので、苦情の件数とか、相談件数もそうなってくると思いますので、石見に一つというふうな考えも私はそれで良いと思うんですけども、やっぱり、松江、出雲を同時並行して行政的にはカバーしていった方がいいんじゃないかな、っていうふうな気持ちでございます。以上です。

田邊

ありがとうございます。当然相談件数は人口に比例する形が想定されますけれども、私どもが一番期待するのは、一番最寄りの自治体の方で相談を受け止めていただき、それがカバーできないものについては、広域的な対応として県の消費者センターで受けるというのが理想的であろうかと思えます。

今後も市の消費生活センターと県センターと連携して、県内の消費者被害の対応に努めてまいりたいと思います。ありがとうございました。

会長

では、よろしいでしょうか。他の委員から御質問、御意見ございましたら、お願いします。

では、特にないようですので、次に移りたいと思います。

(4) 消費者教育の推進について

会長

議題(4)の消費者教育の推進について、事務局から説明をお願いします。

田邊

資料4、消費者教育の推進につきまして、説明をさせていただきます。

最初に国の消費者教育の推進に関する基本的な方針について御説明します。

消費者教育を総合的・一体的に推進することを目的としまして、平成 24 年 12 月に「消費者教育の推進に関する法律」が施行され、翌 25 年に「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が定められております。

その後、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案いたしまして、平成 30 年 3 月に基本方針の変更が閣議決定されまして、平成 30 年度から令和 4 年度までの 5 年間を対象とする基本方針を指針として、国、地方公共団体、教育委員会、消費者団体、事業者、学校、消費生活センター、地域福祉関係者その他の幅広い消費者教育の担い手による取組と相互の連携を図ることとされたところでございます。

基本方針では、重点的に取り組むことが求められる喫緊の具体的な課題として資料では右上に赤い括弧でくくっておりますが、「当面の重点事項」を掲げておりまして、その一つが「若年者への消費者教育」ということでございます。

ページをめくっていただきますと、「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」という資料です。平成 30 年 2 月に消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁の 4 省庁関係局長連絡会議が開催されまして、2018 年度から今年度 2020 年度までの 3 年間を集中強化期間として実践的な消費者教育の実施を推進しますアクションプログラムが決定されたところでございます。

このアクションプログラムに基づきまして、2020 年度までに、全都道府県の全ての高等学校において消費者庁作成の消費者教育教材「社会への扉」、表紙の写真が中ほどにあります。が、「社会への扉」を活用した授業が行われること、そして全都道府県に消費者教育コーディネーターを配置することが目指されることになりました。

本県におきましても、教育委員会等と連携いたしまして、様々な消費者教育の取組を推進してまいりました。以下、県内における消費者教育の状況につきまして、消費者教育コーディネーターの遠藤コーディネーターより説明をいたします。

遠藤

失礼します。消費者教育コーディネーターの遠藤といたします。よろしく申し上げます。説明をさせていただきます。

それでは、資料の令和 2 年度消費者教育関係事業というプリントを御覧ください。

まず 1 番のところにも先ほど室長が申しましたように、コーディネーターの配置を 4 月 1 日にされて、仕事をさせていただいております。

実際にはですね、2 番、「島根県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というのを行ってきました。

2022 年 4 月に御存知のように民法が改正されて、成年年齢が引き下げられます。もう来年になってきました。

高校生が 3 年生になったときに成年になるということで、いろいろな問題が起こるとい

うことを踏まえまして、その前に是非とも学校現場で外部講師を活用して、実務経験者、弁護士さんだったり、司法書士さんだったりを活用して、民法引き下げに向けて授業展開をしていきたいなという思いで、このプロフェッショナル出前授業を行ってきました。

ただ、4月、5月の緊急事態宣言に伴って休校もありましたし、なかなか周知の方ができかねました。県の校長会の方も、資料配布で終わらして、説明することもできなくて、周知ができないなという悩みを抱えながら、1回目を11月11日に平田高校の方で、2回目を18日に平田高校でさせていただきました。

あと島前高校、それから掛谷分校、津和野高校と、2月4日のところで7回目を終えています。8回目を3月18日に益田高校の方で実施する予定にしています。

次の松江北高校なんですけど、3月に入ってから、やはり4月5月のコロナ禍で授業のスタートが遅れたということで、この3月に実施することが難しいので、来年度に実施させていただきたいというメールをいただきましたので、松江北高校は残念ながら今年のところでは実施することができませんでした。

3番目の教員向けの消費者教育教員研修会を11月30日、同じこの会場で行いました。公益財団法人消費者教育支援センター専務理事の首席主任研究員の柿野成美氏を招いて、講演をし、午後にはワークショップをしました。参加者は小中高、特別支援教育教員の校種、教科を超えた36名が募って研修をしました。

教育指導課の原邦夫指導主事、松江教育センターの平山一美指導主事を招いて一緒に研修をさせていただきました。

実践報告として、松江南高校の「SDGsの視点を生かした消費者教育」と、それから2本目に平田高校の「弁護士と一緒に契約を学ぶプロフェッショナル出前授業」という実践報告をしていただきました。

4番目に消費者教育推進事業、これは教科別研究会の活動支援です。

今年は、石見養護学校における、「島根県若年者消費者教育研修事業」として研究会を行いました。本来ならば、県内の学校の先生方にご案内をしてきていただきたかったんですが、いかんせん、コロナ禍であって、御案内を出すこともなかなかできませんでした。

講師は東京家政学院大学現代生活学部の准教授小野由美子先生に来ていただきました。学校の方では公開授業を高等部の方で行いました。

推進事業の二つ目として、「学校における消費者教育実践研究委託事業」、これは別の冊子で「すくすく消費者」という冊子をつけていますけれども、この研究会が取り組んだ報告書を「すくすく消費者」の方で報告させていただいております。以上、令和2年度の消費者教育関係事業について説明いたしました。

会長

はい。ありがとうございます。

事務局から報告がありましたが、議題4について事前に質問があるようですので、御紹介

のほどよろしく申し上げます。

中尾

はい。参考資料1を御覧願います。

資料4の「消費者教育の推進に関する基本的な方針概要」について、委員から1点いただいております。

いろいろと御意見もいただいておりますが、途中少しまとめさせていただき紹介をしたいと思っております。

消費者教育は、被害防止や被害救済に重きをおいて考えられていますが、被害を起こすような人間をつくらぬ教育も必要ではないか、ということでございます。

就学前の幼児期は、生涯にわたる人間形成の基礎が培われる極めて重要な時期であり、児童期は大人の言うことを守るなかで善悪と損得の理解と判断ができるようになると言われる。

子どものそれぞれの発達段階におきまして、きちんとした指導を行うことが消費者教育にとっても大事で、指導者の果たすべき役割は非常に大きい、ということで、例えば、消費者教育の専門家が指導案を考えて教育に役立てることもあってもよいと感じていらっしゃるようです。

そこで、消費者教育の推進に関する基本的な方針の概要にあげられています「消費者教育は幼児期から高齢者までの各段階に応じて体系的に行うべき」と書かれておりますが、その中には、「消費者被害をおこすような人間をつくらぬ教育」も含まれているのでしょうか、というものです。

会長

それでは、事務局申し上げます。

田邊

はい、御質問ありがとうございました。

消費者教育は、それぞれのライフステージに応じて行うというのが、消費者教育推進法が目指すところでございます。

本日、追加で配布しました資料4-2でございます。「消費者教育の体系イメージマップ」というのを御覧願います。

これは、消費者庁が平成24年12月に公表したものでございます。先ほど、消費者教育コーディネーターが説明しました、校種、小・中・高校など、そして教科、家庭科とか社会科などを超えた教員研修をやっていますが、そこで常に掲示しているのが、この「消費者教育の体系イメージマップ」でございます。これは、自立した消費者市民社会を形成する消費者になるために、どのような時期に、どのような内容を身につけていくことが求められるかを

一覧できる内容となっています。このマップでは委員が重要な時期とおっしゃいました就学前と6歳から12歳の児童期といいますのは、この表では「幼児期」と「小学生期」にあたるのではないかと思います。

消費者教育の重点領域は、この図の左の縦軸に書いてございます。「消費者市民社会の構築」それから、「商品等の安全」、「生活の管理と契約」「情報とメディア」ということで、横軸に各ライフステージが書いてございます。

そこで、どういうことを目標とするのかというのを御覧いただければと思いますが、特にこの消費者市民社会の構築を目標とします「育むべき力」といいますのが「消費者が個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他者と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力」とされております。

その幼児期と小学期はその素地を形成する大切な時期とされておりまして、委員御指摘の「消費者被害を起こすような人間をつくらぬ教育」に共通するものがあると考えております。

遠藤

はい。続きまして、先ほども室長の方から申しましたように、国の基本方針としては、消費者教育は幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行うべきとなされています。

ライフステージに応じた様々な教育現場、学校、地域、家庭、職域を活用して、効果的に消費者教育を行う。

もう一つは、消費者の特性、年齢のほか、性別、障害の有無、消費生活に関する知識の量に配慮して、対象に応じた消費者教育の方法や内容を工夫するというふうに基本方針がうたわれています。

そのうえで、消費者の自立を支援するというのが消費者教育の推進の意義だと考えています。

御指摘がありましたように、消費者被害を起こすような人間を作らない、加害者とならないような教育に併せて、被害に遭わない消費者、合理的意思決定のできる消費者の育成、さらには社会の一員として、よりよい市場に、よりよい社会の発展のために、積極的に関与する消費者の育成、をすることが消費者の自立の支援を助けるための消費者教育の意義だと考えています。

再び申し上げますが、御指摘をいただきました、消費者被害を起こすような人間が作らない、加害者とならない教育もすべきである、と考えております。以上です。

会長

はい。ありがとうございます。委員、いかがでしょうか。

委員

消費者教育の体系イメージマップを見させていただいて、大変よくわかりました。

で、こういうふうにうたわれているんですけども、こういうのは現場の中で実際にどのように行われているのかな、というイメージが全然わからないんですけども、今までの消費者教育は中学校や高等学校の技術家庭科とか、そういう教科の中で行われているというのが、そういう実践の部分はよく見られるんですけども、この幼児期とか小学生期の子供たちのこういう体系のイメージに沿った教育が、各現場でなされているかどうか、というのが、ちょっとどうかと感じます。

遠藤

はい。失礼します。

小学校では、私も見せに行かせてもらったんですが、小学5年生のところで買い物学習をしていました。契約に関して小学5年生で学ぶような学習を、今の小学校の学習指導要領に則って行われているようです。

委員

それは、私の目指す、私が思っているのは、何ていうかな。

被害者、消費者問題ということが起こらない、元から絶つ、そういう人間を作らない、という道徳的な感じの教科をイメージしたんですけども、そうじゃなくて、やはり被害防止とか、そういう感じのところが、今小学5年生の話を知ったら、そういう感じかなと思ったんですが、小さい時からそういう善悪のつく時期の時には、きちんと重点で、幼稚園や保育園の中で、先生方が教える。小学校低学年、善悪の判断がつく年齢と言われているので、そういった時期にきちんと、学校教育のあらゆる教科の中でこういうことが行われているとは思いますが、そういうことをきちんと重点を置いてするのと、普通の学校生活の中で時々、その場面をとらえ指導するのでは、子供への定着が違うんじゃないかな、と私は思っているんですけども、そこら辺、小学校の先生の代表とか、幼児期の先生の代表という方が、この審議会のメンバーにおられないので、そういうことはちょっと難しいかなと思ったりもするんですけど、私の思っているのが、道徳とか、そういう悪い、とにかく消費者問題というのは腹が立つことを起こす人間がいるということにすごく腹が立つんですけども、そういうことを起こさない人間を作るということがすごく大事のように思います。

ちょっと、どういう風に答えていいかわからないんですけども、私の思っていることは以上です。すいません。

田邊

はい、ありがとうございます。学校教育に関しては、学習指導要領など、文部科学省の関係になりますので、本日の審議会は残念ながら教育関係の委員の方、それから教育委員会

からも欠席ということで、お答えできかねるところがございます。

いただきました御意見としては、そのまま委員さんとか、教育関係課にお伝えをしたいと思えます。ありがとうございます。

会長

はい、ありがとうございます。

そうですね。

これは、私の個人的理解ではありますが、消費者教育というのは、おそらく一義的には被害者を出さない、っていう未然の防止と出た場合の救済が1番の目的となっております。

もちろん、加害者を出さない、っていうのが1番根本的な解決策ではあろうかと思えますが、ただ、あまりにも射程を広げすぎると、なかなかまとめきれないところがありますので、もちろん、先ほど事務局が御紹介くださったように、幼児期と小学生期の消費者教育も加害者を出さないっていう意味でも十分意義があろうかと思えますので、これについては大変貴重な御意見をいただいたので、引き続き、皆さんと一緒に考えていけたら良いかなと思っております。

では、他の委員の皆様、御意見がありましたら、よろしくをお願いします。

大丈夫ですか。

(5) その他について

会長

次の議題に移りたいと思えます。(5)その他について、事務局説明をお願いします。

中尾

その他については、島根県警察本部生活安全企画課から資料5「特殊詐欺被害の状況」についてです。

原

それでは、議題5「その他」ということで、「令和2年特殊詐欺被害の状況」ということで、説明させていただきます。私は、島根県警察本部生活安全企画課の原と申します。防犯の方を担当しております。

それではですね、お手元の資料5の「令和2年特殊詐欺被害の状況」ということで説明します。

この件数、数字等につきましては島根県内の数字であるということで、御理解いただきたいと思えます。

それではまず項目1番目のですね、被害件数と額これについてでございます。

この1番の被害件数から4番の現金等交付形態というのがありますけれども、これにつ

きましては併せて全国も説明させていただきます。

まず被害件数、これにつきましては平成 27 年から令和 2 年、6 年間で件数と被害額を出しております。

件数につきましては、平成 27 年度が一番多かったんですけども、70 件から減少傾向にありましたけれども、令和 2 年、御覧の通りですね、件数は増加に転じました。

また被害につきましても、平成 27 年に島根県内で 3 億近く被害があったんですけども、令和 2 年で 4,000 万。それにしても 4,000 万もの金額、県民の大事な財産がですね、犯人グループに渡っているという状況でございます。

これを全国で見ますと、全国ではですね、令和 2 年、件数につきましては 13,526 件、昨年に比較しましても、3,325 件減っております。

また、被害額につきましては 277.8 億円ということで、これにつきましてはマイナス 38 億円となっております。全国ではこれだけの件数、これだけの被害が出ているということで、少しちょっと計算していましたが、1 日当たりすると、7,590 万円、これが犯人グループに渡っています。今日も 1 日こうやって過ごしますけれども、7,500 万円が犯罪の方、組織の方に流れるというふうなことでございます。

また 1 件あたりの被害額につきましては、214.8 万円という額となっております。

続いて、2 番の年齢別でございます。

そちらの表をみていただければおわかりになると思うんですけども、島根県の場合ですね、10 代から 80 代まで年齢、満遍なくという言葉は何なんですけども、平均的に各世代において被害が発生しているところでございます。ちなみに 65 歳以上ですね、高齢者率これにつきましては 31.5%という数字が出ております。

全国ではですね、逆に全国では結構高齢化率が高こうございまして、先ほど言った、13,000 件のうち高齢者の被害が 11,556 件です。高齢者率は 85.7%ということで、高齢者に関わる被害が非常に多くなっているという現実でございます。

うち性別で見ていきますと、女性被害がこの内 8,902 件ということで、全体の 66%を占めるというところで、犯人側がどういったことを考えているのかはあずかり知らないところがあるんですけども、年齢別に見ますと、高齢者の女性に非常に被害が集中しているという状況でございます。

繰り返し申しますけども、島根県につきましてはその表の通り、高齢者率は 31.5%ということで、全国とは傾向が違うというところでございます。

続いて、3 番目の手口別、どういったやり方か、というところでございます。若干ここから専門用語的なことが出てきますので、解説しながらお話させていただきますけども、島根県は架空料金請求詐欺というのが 85%、昨年 54 件中 45 件がこの手口でございます。

架空料金請求というのは、「未払いの料金がある」などと架空の事実を申し向けてお金を取るというふうなやり方でございます。

続きまして 2 番目、交際あっせん詐欺は 3 件あります。

交際あっせん詐欺とはですね、不特定多数がですね購入する雑誌とかに女性紹介等を掲載したり、メールを送るなどして、「女性と交際をしたい」と考える人に対して、紹介を求めてきた男性の方が多いと思いますけれども、そういった方に対して、委員登録料、保証金、こういうのを要求してお金を取るという詐欺の内容でございます。これが先ほど言いました3件ぐらい。

続きまして、融資保証金詐欺というのがございます。名前を見ていただければイメージはつくと思いますが融資保証金詐欺とは、実際はですね、いろんな融資をしないにも関わらず、融資申し込んできた人に対して「保証金がこれくらいかかりますよ」、「融資するには手数料がいますよ」、というふうなことを言ってお金を取る、いうふうなことで、警察といたしましても、コロナの関係がございまして、結構これが増えるんじゃないかなと危惧をしておりましてけれども数的には大きなところまではいけないのかなと考えております。

続いてギャンブル詐欺が2件ございます。

これについてもだいたいイメージはつくと思いますが、有名なところでは「ロト6の当たる番号を教えますよ、情報料としてお金をくださいね」というふうな形です。

こういったギャンブルに関して儲かるということで、手数料を要求してくるような詐欺でございます。これも2件発生しております。

それと最後に預貯金詐欺というのがあります。これちょっとわかりにくいかなと思えますけれども、預貯金詐欺というのは、例えば親族とか、我々警察官、または銀行協会を装って、「あなたの口座が犯罪に利用されていますよ」というふうなことを言って、キャッシュカードをだまし取る。

例えば「キャッシュカードを家へ取りに行きますので、暗証番号を教えてください」というように、皆様方が貯めておられる預貯金に着目して、そういったキャッシュカードをだまし取っていくといった被害のことで。

こういったあらゆる手口を使って、人をだましていくということでございます。

島根県の場合は、架空料金請求詐欺が大半を占めて、ちなみに全国ではオレオレ型特殊詐欺というのが多くて、これは皆様御承知だと思いますけれども、オレオレ詐欺と預貯金詐欺、こういったキャッシュカードに関する詐欺が9,215件、被害額が161.4億円です。これが全国的には一番多く占めております。

ちなみに島根県で一番多い架空料金請求詐欺は全国的には1,997件、被害額は79.6億円ということで、全国的にはそれほど多くはなくて、昨年から6,536件減っているということで、全国と島根県では、少し違うというところでございます。

続いて、4番の現金等交付形態、被害者がどのようにして犯人にお金を渡したか、というところでございます。

これにつきましては、一番多いのが、皆さん御承知のとおり電子マネーです。

いろいろとコンビニで売られているかと思いますが、こういった電子決済を活用して、被害に遭われる方が非常に多いということで、54件中35件の方がこういった形で犯人にお金

を渡しています。

2番目に多いのが、そこに書いてあるATM、窓口振り込みです。これは銀行とか金融機関の方で現金を振り込む、還付金詐欺とかが有名ですが、それが15件発生しております。

また、直接的に現金を送付したり、さっき私が言いましたキャッシュカードを直接犯人に渡したりというのが1件です。

この電子マネーというのは、全国的には多くありません。

一番多いのは、やはりキャッシュカードですね、これが非常に一番多くて、4,299件、被害額は59.4億円ぐらいありまして、これについても島根県と全国で違います。

都市圏の東京、神奈川、千葉、また大阪、福岡、愛知といった都市圏の被害というのは、直接犯人が家に出向いて、被害を与える。

若干島根の場合は場所が遠いので、犯人が直接来られないのかな、と分析はしておりますけれども、依然こういった被害が全国で発生しています。

それで、その下にありますけれども、島根県の特殊詐欺被害の特徴ということで三つあげさせていただきます。被害者若い世代など幅広く広がっています。被害の手口は架空料金請求詐欺で、これが全体のほぼ85%、大半を占めています。3番目として、被害金の交付形態については電子マネーが約67%という特徴がございます。

また主な手口内容につきましては、こういった中身があるかは、御覧いただければと思っております。

一番下の、特殊詐欺被害に遭わないためにということで、警察では、各警察署で被害防止教室、またはコロナの関係もありまして、YouTube、動画を連携して広報をしていただき、県民の皆様の被害に遭わないように、取り組んでいるところでございます。

一番下の横に、みこびー安全メール、登録QRコードがありますけれども、県警ではこういった安全メールで防犯状況の情報提供を行っております。前回も少し御紹介させていただいたと思うんですけれども、最近の特殊詐欺被害状況をメールでお知らせする機能でございまして、ぜひ身近に防犯情報を感じていただきまして被害に遭わないような対策をとっていただきたいと思っております。

最後に検挙件数を御案内しておきます。全国ですと、令和2年特殊詐欺の検挙件数は7,373件、昨年から556件増えております。検挙人員、何人つかまえたかということになりますと2,658人で、203人減です。

島根県におきましては検挙件数が51件、昨年、令和元年に比べ21件プラスです。検挙人員は9人で、これにつきましては8人の減という数値となっております。

以上、令和2年特殊詐欺被害の状況について、御説明させていただきました。

会長

はい。ありがとうございます。

特殊詐欺被害の状況について御説明いただいたんですが、これについて御質問、御意見等

がありましたらお願いします。

大丈夫ですか。

これで、本日の議題が全部終わりましたが、ここまで全体を通しまして、御質問、御意見等がありましたら、よろしくお願いします。

はい。ではないようですので、以上で審議会を閉会したいと思います。

では、進行を事務局にお返しします。

中尾

大変ありがとうございました。

以上をもちましてと、令和2年度第2回消費生活審議会を終了いたします。

ありがとうございました。