

第 55 回高知県消費生活審議会

日時：令和 2 年 10 月 26 日（月） 13:30～15:30

場所：高知共済会館 3 階 藤

出席：西内委員、福永委員、本間委員、村田委員、北村委員、亀井委員、廣末委員、
菊池委員、下元委員、宮上委員、笹岡委員、上岡委員

議題：次第参照

議事

(1) 会長選任

笹岡委員を会長に選任。会長が議事録署名人 2 名を指名。

(2) 消費生活相談の状況について

事務局

資料 1-1 及び資料 1-2 により説明。

委員

資料 1-1 の P. 6 「表-9 相談件数の多い商品・サービス」の放送・コンテンツ等の数値と、P. 7 「表-10 年齢層別で相談の多い商品・サービス」の年齢別の内訳の合計値が違うが、これは年齢不詳の人が含まれているのか。

事務局

そのとおり。

委員

健康食品等も同じなのか。

事務局

他の項目も同様。年齢別にしたときに、該当する年齢に含められない件数が一定存在するというところをご理解いただきたい。

委員

資料 1-1 の P. 5 「表-8 商品・サービス分類別」に商品とサービスが細かく書かれているが、P. 6 「表-9 相談件数の多い商品・サービス」の商品とサービスで分類されているのとは、どんな関連があるのか。

事務局

基本的に P. 5 「表-8 商品・サービス分類別」に書いてあるその中に、P. 6 「表-9 相談件数の多い商品・サービス」のものがあると見ていただきたい。

例えば、項目の「運輸・通信サービス」の中に「放送・コンテンツ等」が含まれたり、そのまた下に「デジタルコンテンツ」、もう一つ分類別にその下に「アダルト情報サイト」「出会いサイト」「オンラインゲーム」といったように分類が細分化されていくと見ていただきたい。

委員

P. 5「表－8 商品・サービス分類別」の通信・運輸サービスの相談が400件あるが、P. 6「表－9 相談件数の多い商品・サービス」ではいろいろな項目に含まれる。

事務局

「通信・運輸サービス」を大・中・小と分けて分類しており、より細かく分かりやすい単位で見たものが「表－9 相談件数の多い商品・サービス」と見ていただきたい。

委員

どのような方、どのような年齢の方がどういう相談をして、具体的にどのような内容が多いのか教えていただきたい。いろいろと表を出していただいているが、切り口が幾つもあったりわかりづらい。

事務局

細分化したときにどういった相談が多いかというと、P. 6「表－9 相談件数の多い商品・サービス」を見ていただくと、放送・コンテンツの中にあるアダルトサイトというのがある。いわゆる、ワンクリック請求と呼ばれる相談が多い。例えば、パソコンの画面を見ていると、「アダルトサイトに登録されました」「ウイルスに感染しました」といった表示が出て、「こちらにご連絡を下さい」との表示が出たりする。そこへかけてしまったときにお金を請求されたり、個人情報を取られてしまうといった相談が多い。

委員

その相談については、女性からの相談がないのでは。

事務局

アダルトサイトの関係については年代層も幅広く、動画を閲覧している途中で、いきなり請求の表示が出てくることもあり、女性の方でもトラブルに遭われることがある。

委員

60代以上の高齢者の方が、引っ掛かる割合が多いイメージがある。

事務局

確かに60・70代でトップになっているという状況には、そういったところもある。ただ、ワンクリック請求は不特定多数に送られることが多く、高齢者だけが引っかかりやすいというものではない。考え方によっては、それを心配して相談してくる方が一番多いのが60代以上の高齢者だったという捉え方もできる。

委員

資料1－1のP. 4「表－6 契約当事者年齢層」と資料1－2の「高知県における消費生活相談受付状況」を見ると、20・30代の若い年代の相談が、前年よりも多くなっているのが気になった。どのような相談が多いのか。

事務局

インターネットでの定期購入関連の相談が多い。例えば、サプリメントや化粧品の購入が、1回ではなく、5回分の購入が必要だったなど。他にも、ローンやサラ金、出会い系サイトの相談も県全体で見ると若干伸びているため、注意が必要と考える。

委員

質問ではなく要望になるが、今年のコロナ禍の影響により、人々の消費行動が変化している。ネット通販、電子パネル決済などのデジタル化、国からの要望による Go To 事業対応など、新たな生活様式に対応するための知識が必要になっている。社会情勢の変化に対応した正しい消費行動の啓発活動に取り組んでほしい。

委員

先程の話と同じになるが、コロナ禍の影響により、商店街で対面形式での販売は難しくなっている。大手流通も同じ。今後も行政には啓発活動に取り組んでいただきたいが、例えば、無店舗販売を考える人をまとめるような会があればと思う。

委員

高知市では、啓発として11月にネット通販のトラブルに関するチラシを町内会で回覧する予定であるが、個々の消費者に届くのは難しい。また、ネットでの定期購入のトラブルの相談を多く受けるが、ホームページ自体は法律に違反してない場合もあったり、相談者の勘違いということもある。その他、中国の業者が日本の法律を理解せず、法律に則った運営をしないこともある。こうした状況の中でも、消費者一人ひとりの目が育って欲しい。

委員

啓発活動については、消費者行政全体の取組が重要になってくる。来年度に向けて、予算編成中だと思うが、令和2年度の取組と令和3年度の計画で違いはあるのか。

事務局

まず、以前の消費者教育のやり方として、集まっていた方に情報提供するということが大変難しくなっている。マスメディアや県の広報誌等も活用しているが、それをどのように届けるかがなかなか難しい。学生も今、集まって校舎にいるわけではないので、そこにどう届けるのかが大変悩ましい。

今後、消費生活センターからの情報発信の中に、オンラインでの情報発信を加えることも考えている。ただ、オンラインのやり方が高齢者の方に有効かというところもあり、いろいろと苦慮しているのが現状である。

(3) 高知県消費者教育推進計画の進捗状況について

事務局

資料2-1及び資料2-2により説明。

委員

フェイスブックをメインにSNSを通じた情報提供をされているとのことだが、フェイスブックの登録者数を教えてほしい。

事務局

登録者数については、本日持ち合わせがないため、確認をして皆様にお知らせする。

委員

まず、SNSを見てもらわないと情報が伝わらない。我々もSNSの情報提供に苦慮しているため、その辺りをお聞きしたかった。

委員

可能であれば、次回の審議会に説明していただきたい。

事務局

説明させていただく。

(4) その他

事務局

「消費者教育講座」「消費者行政推進事業費補助金活用団体の募集」「消費生活オンライン講座」のご案内

委員

先程も出ていたが、我々を含めて、フェイスブック等の SNS を見ている高齢の方がどのくらいいるのかということもある。若者にはネット環境、そして高齢者にはまた別の方法を考えてもらえると有り難い。