

「第 56 回高知県消費生活審議会」

日時：令和 3 年 10 月 19 日（火） 14：00～16：00

場所：高知会館 3 階 平安

出席：手島委員、本間委員、村田委員、北村委員、中川委員、廣末委員、
菊池委員、藤田委員、下元委員、白石委員、笹岡委員、上岡委員

議題：次第参照

議事

(1) 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

市町村の相談受付件数の数字は単年度か。

事務局

そのとおり。

委員

資料 1 - 1 の 2 ページの棒グラフで、県センターの受付件数が 10 年前は 5,000 件を超えているが、受付体制はどのように変化してきているのか。消費者教育を実施し消費者被害の未然防止等の取組をやってきたことで、件数が減ることは大変重要なことではあるが、相談員も人員削減しているのではないか。

また、県センターと市町村の窓口は役割分担があるのか。ややこしい案件は市町村から県センターへ引き継いだり、幡多広域センターは、6 市町村のエリア全体をカバーしているのか。

事業者側からいうと、キャッシュレス化やデジタル化など、産業振興計画上げて取り組んでいる一方で、県内でこのようなトラブルが発生しているということに加えて、近年では、県警にもサイバー犯罪の部署が設置されている。生産性向上ということ、事業者側が事業のデジタル化をしている中で、こういうトラブルが発生するということは残念。これまで以上に消費者は契約条項、規約の内容をよく読み契約をしないと、消費者被害の被害者

になってしまうので、さらなる教育の取り組みをお願いしたい。

事務局

相談員の体制は、近年6人体制の時期もあったが、今は会計年度任用職員の月16日勤務の者が8名体制で相談を受け付けている。

市町村の相談窓口を設けて受けるが、県としても相談受付をやるという責務が法的にも定められており、役割上の区分というものはない。ただ、実際の対応の仕方は、身近にある市町村のほうが、対面で相談を受けたり、より丁寧な対応ができるのではないかと考えている。市町村の窓口の強化を県としても進めていきたいと考えている。

幡多広域の役割は、幡多の6市町村をカバーする形で作られたセンターになっている。ただ、役場へ相談に来られた方は当然役場で相談を受け、場合によっては相談員の在駐しているセンターへ誘導する場合もある。また市町村で対応できない案件は、県も電話で相談手順等アドバイスしながら対応している。

最後に啓発については、デジタル化の推進は、我々も非常に大事なことだと思っている。ネット販売での契約であれば、特商法の表記が必ずホームページ上にはあるので、その部分を必ず確認すること、特に契約と解約、その他条件等を確認してもらいたい旨、啓発の中でPRをしている。

事業者の方には、表記をきちっと分かりやすい方法で示していただきたい。健康食品で、「お試し100円」と記載されている商品があるように、消費者に購入してほしいから、引き付けるキャッチを使うというのは有ると思うが、明らかに誤認してしまう表記は避けてもらいたい。一方で、そういったキャッチに引っかからないように、啓発を継続していきたい。

委員

資料1-1の4ページと資料1-2、高知県内の相談の受付状況を見比べると、パーセンテージは、20歳未満が30%増、50歳代が4%増加しているが、増えた理由は、どういうものがあるのか。

次にセンター等への相談については、本人からと親からどちらが多かったのか。

事務局

20歳未満は、オンラインゲームの相談と健康食品、いわゆるネット通販の定期購入のトラブルが多く寄せられていることが原因。

相談者は、厳密に区分して統計をとってないのではっきり言えないが、半々程度。オンラインゲームは、保護者からの相談が圧倒的に多かったが、定期購入などのトラブルは、

本人からかかってくる場合と、保護者がかけてくる場合とに分かれている。

委員

50代は、どういう要因か。

事務局

50代については、携帯電話の契約トラブルが多く寄せられたのと、昨年度の新型コロナの影響でマスクのトラブル相談が増加につながっていると見ている。

委員

あともう1つ質問だが、県でも県内その他の相談受付状況でも、70歳以上からの相談がすごく多いが、これは、全国でも同じような傾向なのか。

事務局

高齢者の相談が多いのは全国でも同様だと思う。高齢者の方への対応は、地域での見守りや声の掛け合い等が一定重要になってくると、何に注意すべきかを啓発していくことが必要だと思う。

委員

今、ネット通販とかですごくいろいろな問題が増えてきていると思う。でも、70歳代はまだまだネット人口が少ないような気がするが、それにもかかわらず相談件数が多いのは、なぜか。

事務局

ほとんどの高齢者がそういう状況であるとは言えないが、当センターの相談者でネットトラブルに遭う方は、詳細な部分を最後まで確認せずに広告だけを見て購入している方や、解約について定期縛り無しという広告の文言だけを見て条件等を確認せず購入している方が多いからだと思う。

委員

デジタル化社会の進展の中で、高齢者のネット被害というのは、これからどんどん増えてくると思う。今後それを未然に防止することが非常に大事だと思うので、構わなければ、こういったネット被害があるのかももう少し深掘りして調べて、次回の審議会で報告いただければ有り難いと思う。

事務局

承知した。

委員

2点ほどお伺いしたい。

今までに相談以外に県民の方へどのような啓発をしてきたか、あるいは今後こうすれば良いんじゃないかというものがあれば教えてもらいたい。

もう1点が、資料1-1の3ページの中段の(2)相談結果別の表に、助言(自主交渉)というのが一番多い。もちろん契約当事者なので、自分で交渉するというのは当たり前かもしれないが、高齢者だと、助言いただいてもなかなか交渉できずにどうしたらいいのか迷う方もいると思う。センターからの助言がどの程度の助言なのか、具体的に教えてもらいたい。

事務局

啓発の方法は、地域見守り情報を各市町村、くらしのサポーター、包括支援センターに配布したり、ホームページ、SNSやラジオ放送で注意喚起を呼び掛けている。ここ最近コロナで開催が厳しいが、出前講座で事例も交えながらどういったことに注意していけばよいのかを消費者に伝えていく、そういう取組が大事だと考えている。

助言については、例えばネット関係のトラブルであれば、いわゆる5W1Hというのを聴取して対応している。一定、原因が事業者にあると判断した場合は、可能な限りの助言をしている。一番簡単なものは、解約したいのに電話がつかないといった苦情が上がってくると、ホームページに「解約の申し出は電話で」という記載を確認したうえで、つながりやすい時間帯をアドバイスするとともに、メール等別の方法で1回解約の申出をしてください、まずはそれで連絡を取ってみてくださいと伝えている。具体的な方法や対応の仕方まで分かる範囲内でお話ししている。高齢者の方には、事業者に何を交渉したら良いか全く分からないというような方もいる。そのような方にはなるべく詳細に経緯を聴取した上で、消費者に代わって斡旋している。

委員

昔は商店街等対面で物を販売していて、売る人と買う人の顔が見えていて、消費者の苦情も、腐っていたといった内容がメインだった気がするが、今はEC取引がすごく多くなって、ネットで物を買うような商環境へ変化している。まして、コロナ禍でEC取引が更に伸びており、消費生活自体が変わってきている。この場に事業者代表は3人いるが、誰

もこういった相談案件のような販売はしていないし、全て大手の県外業者から購入している案件。EC事業者の意見を収集しているのか、またそういう場を設けたりしているのかを聞きたいし今後そうしないと指導ができないのではないかと思う。高知で商売する者であれば、商工会議所や商工会中心に問題に対してどのように対応していくか検討できるが、県外業者であればそれができないので、今のままで本当に消費者問題が解決していくかなというのが疑問。

事務局

県内の事業者はほとんどいない。

消費生活センターは、事業者からの意見を聞く機会は少ないが、中には、県外の事業者で定期的にセンターを訪問し、苦情がないかと問合せ訪問に来てくれる業者がいる。そういった方には、苦情等の内容を説明し、事業者側としてどのような対応をしているか聴取している。他にも相談員が斡旋する時は、直接事業者と交渉するので、どういった状況で販売をしてこのようなトラブルになったかを相互確認し、事業者側の意見も確認している。

委員

資料の中で相談件数が多い放送コンテンツ、健康食品、融資サービスは全部県内の業者が問題を起こしているという判断でよろしいか。

事務局

ネット通販などはほとんどが県外業者。健康食品という部類でくくると、消費期限や食品表示に不備がある等ごく僅かだが県内業者も該当する。

委員

県外の違反の疑いがある事業者からの意見聴取をする方法はあるのか。そうしないと、同じような問題が継続して起こっていくのではないか。顔が見える高知の業者であれば、指導なり直接行けば良いから。

事務局

この審議会は条例の下で設置をしており、昭和50年、この条例を作ったときに、審議会の委員は次に掲げる者のうちから任命するということで、消費者代表、事業者代表、学識経験者代表、関係行政機関の職員ということでスタートしている。今ご意見があったとおり、その後商習慣等が大きく変わり、被害の内容も変わってきているので、今後どういった方にご意見を頂戴するかについては、次の委員委嘱までに他県の例等も参考にしながら

検討していきたい。

(2) 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

資料2-1の令和3年度6月末現在の下段は目標数値か。

事務局

目標数値。

委員

資料2-1のNO.2、SNSでの情報発信回数は6月末時点で61回。1年間で4倍の240回は、できると思うが、65回というのは何なのか、もう少し上を上を目指してもらいたい。

また、資料2-2や資料4に記載があるように、いろいろ取組はしたのだけれど、もう少し工夫が必要だと思う。新型コロナウイルスの影響で何もできなかったのは去年の話。今年はそれを見越してWebでやるとか、去年の意見も参考にしてもっとどんどんやっていったらどうか。出前講座も20人集まらなくても5人、10人でできる。チラシ配布、市町村支援の掲載についても経費かけてでもやったらどうか。各地域にいろいろな方がいるので、そういう方々を利用すると何でもできそうな気がする。例えば、各エリアの市町村の役場の職員さんにチラシを渡して、訪問の際には絶対持って行ってもらうようにする等地道な活動かもしれないが、ぜひともそういう考えを持ってPR、取組をしていただきたいと思う。

事務局

既に、第1四半期の実績61回なので、目標65回だからもう65回でいいということではない。当初の見込数ということで記載したが、もっと上を目指して周知をしていく。また、もう少し工夫ができるのではないかとのご指摘のとおりで、今までのやり方が難しいということばかり申し上げたが、お知恵をいただきながら広報・啓発に取り組んでいきたい。

委員

現状フォロワー数が少なすぎるので何とか増やさなければいけない。インフルエンサーを使うか、高校生とか大学生を巻き込んでやれたらいいんじゃないかと思っている。

事務局

またご相談させていただきたい。

委員

高知県消費者教育推進計画の概要パンフレットの一番最後、6計画の推進体制のところだが、市町村を始め、協力機関、消費者団体で、関係機関と情報交換や連携をしながら計画に掲げた取組を実施するとあるが、県は少なくとも市町村とは連携が取れてないように日々感じている。この場に来て県が今こういうところに力を入れて、こういうふうに進んでいるということが分かるが、市町村の立場から見ると県の消費生活センターは、相談内容で困ったときにちょっとアドバイスをもらえるところで、啓発については独自に自分たちで考えないといけない。県の本課は補助金を配ってくれるところ、法執行をお願いしたい案件があったときに相談するところレベルでしかない。去年補助金を活用してSDGsの本を全小学校や中学校に配布したり、DVD3種類を構えて小学校の先生方にどれが使いやすいか選んでもらった。これは県が補助金を国につないでくれるので、非常にありがたいが活用しているが配りっぱなしになっている。県と市町村が同じことをやっているのではないかと思い、余り踏み込んだことはできない。なにかやろうとした時に、県からの情報は無いが、重複しているかもしれないので、再び本を配布していることが現状。消費者からすると教育をする機関はどこでも良いので、もう少しそういう目で消費者教育を捉えてもらいたい。

事務局

市町村の皆さんとは連絡会、研修会等の機会はあるが、啓発をどのように進めていくかという視点で情報共有したり、現場にどういったものを届けるかということについての事前の相談、連携は不十分なところがあった。どういった形がいいのか、相談をして次年度の消費者教育の啓発をしていきたい。

委員

コロナ禍において出前講座開催が難しい状況となり Instagram を開設した取組は評価できるが、フォロワー数が少ない。フォロワー数を上げるための取組が必要。心配される若

者たちへの発信を進めて欲しい。私も高齢者であるが、家にいる時間が増えるとテレビやインターネットでの買い物が増える。トラブルに巻き込まれたケースの時も、恥ずかしくて言えないではなくまず相談を！と、しっかり発信していただきたい。

事務局

おっしゃるとおり、いろんな方が気兼ねなく相談をできるような形になるように我々も努めていく。

(3) その他

「高知県食品ロス削減推進計画の策定について」と「策定に向けた取組について」

事務局

資料3により説明。

高知県消費生活審議会運営要領第6条第2項による署名人

会 長

徳岡 貴文

署 名 人

北村 和代

署 名 人

菊池 直人