第 61 回高知県消費生活審議会

開催日時：令和 6 年 10 月 30 日（水）

委員氏名：佐竹一夫、金岡美智、宮地幸、宮本光教、村岡望美、中川雅人、廣末幸彦、
菊池直人、難波江明美、白石研二、笹岡貴文、上岡志乃、烏谷綾美（オブザー
バー代理）

議題：次第参照

議事

（１）会長選任

笹岡会長を選任。会長が議事録署名人を 2 名指名。

（２）消費生活相談の状況について

事務局

資料 1 により説明。

委員

今朝のニュースで、最近 QR コードをメールで送りつけるといった詐欺被害が増えていると聞いたが、（県内での）被害状況はどうか。

事務局

QR コードによる被害は、通信販売の中で最近多くなってきている。ネットサイトなどで欲しい商品を見つけて注文したが、商品に欠品があり、返金のために QR コードに個人情報を登録するよう事業者側から連絡が届く。その QR コードから個人情報や振込先などを入力し送信すると、相手方に送金されてしまっていたというものである。個別の統計はとっていないが、最近相談内容の中でも比較的目立ってきている。

委員

9 ページの問題商法別の表の内容について、サイドビジネス商法や利殖商法は、事業者まがいの詐欺といった違法性の高い相談なのか、もしくは消費者側が内容を理解していないことで問題となったものなのか。また、消費者の無理解が含まれている統計であるのか。

警察機関の方にお聞きしたいが、違法性の高い商法についての問題は高知県で増加傾向

なのか。

事務局

サイドビジネス商法などについては、ほとんどは事業者側の悪意が感じられる事案である。情報商材とうたい、申込みがあった消費者に資料を送って、その代金を事業者が受け取り、次にもっと儲けの良いサポートを契約しないかと勧誘し、その勧誘に消費者が応じようとする、何十万もする契約費用が求められる。その費用を払えないと拒むと借金をしてはどうかと促される。詐欺と言いつけるものばかりではないが、入口はサポートサービスと言いながら、実際は消費者側からお金を巻き上げることを狙いとしているものがほとんどだと認識している。

委員

金融商品取引法上の事業者ではなく、詐欺的なグループがいろいろ呼び掛けている被害ということか。

事務局

金融商品取引法上の事業者かどうかは把握できていない。しかし中にはサポートサービス提供事業者として法人登録などを行っている事業者もあり、架空の事業者ばかりではないが、結果詐欺というケースもあるので、どちらかというとなんか詐欺的なものが多いという実感はある。

委員

先ほど事務局から説明があったように、情報商材に関するサポート料や副業をやる中で、「あなたの操作ミスで被害が生じた」として損害補償名目で消費者金融等で契約をさせられて被害が出ているケースなどは、警察では特殊詐欺の架空請求として被害届を受理しているものもある。最近はSNSの広告を見て副業や投資をやろうとして、うまくいかずに金銭をだまし取られており、警察が被害届を受理している内容はその文言等から詐欺としているものが一番多くなっている。事案ごとにはなるが、特定商取引法や金融商品取引法などの特別法も使い、刑法と特別法どちらも立件する捜査を目指している。相談が寄せられている中には法人登記をしているところもあると思うが、実態のないペーパーカンパニーも多数あると考えている。法の抜け穴をかいぐってくる悪質業者に対しては様々な法を適用して、何とか立件できるよう日々考えている。

委員

契約を解除しても、お金が返ってこないことは多いと思うので、消費者に対しては金融商品を取り扱えるのは登録事業者であることを広く周知し、確認できるなど契約の入口のところで詐欺的な商法に引っ掛からないようにするための教育などが必要と思う。また、刑事的に何か解決するというのは相当難しいし、お金が返ってくることも難しいと考えるので、まず契約に立ち入らせないことがいかに大事かと思う。

委員

高齢者に関して化粧品被害が多いとのことだが、被害内容を分析しているのか。またその結果を啓発に生かしていくなどの考えはあるのか。

事務局

高齢者層で化粧品の相談が多い内容は、定期購入がほとんどである。ターゲット広告といわれる広告が一般化しており、興味を持って SNS などサイトでサイトを閲覧している高齢者の方がいれば、その方が見ているサイトの情報を集めて、化粧品を買ってもらえる可能性のある方に広告を表示することが多い。高齢者の方に化粧品の定期購入が多いのは、SNS やネットの広告から誘導されて定期購入のトラブルが生じるということが非常に多いと思う。

啓発については、出前講座で、化粧品の定期購入や SNS でどんなことに気を付けたらいいのかという一般的な情報提供は積極的にしている。

委員

最近、大学生は服などをほとんど通販で買うが、海外の事業者とのトラブルの相談は増えているか。

事務局

EC サイトになるかと思うが、感触として、通信販売の中で EC サイトに絡むトラブルはすごく増えてきていると感じている。中国などからが多いと思っており、粗悪品が届く、全然注文してないものが突然届くといったことがよく見られている。

委員

データとして示せるわけではないが、中国や韓国など、外国の EC サイトで購入しても届かなかったとか、サイズが合わなかった、粗悪品だったということがあっても、安いからもう放っておくという声が多い気がする。

(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、2-2、4 により説明。

委員

資料 2-2 の 3 ページの項目 8 について、評価が△になっている項目の報告があったが、この評価にした理由は何か。

事務局

令和 5 年度の SNS の発信実績が県民生活課と県立消費生活センターで合わせて 170 回であったが、令和 4 年度実績の 268 回を大きく下回る結果となったというところから評価を△としている。

委員

高知県消費者教育推進計画全体に対する進捗状況の県としての感触はどうか。

事務局

各関係課の評価欄は、それぞれの担当課による評価をそのまま尊重した形にしており、進捗については新しい方法などを考えながら計画どおりに、もしくは計画以上に進めていると考えている。

委員

資料 2-2 の項目 7 について、大学との連携は県立大学だけか。高知工科大など、他にも大学はいくつかある。

また、資料 2-2 の項目 8 の SNS の発信は、回数で評価しているが、私的には回数もそうだが、どれだけ実際に届いたかということが重要だと思う。SNS は情報の充実具合やタイミングなども重要であるので、その評価は分かれるかもしれない。

事務局

大学との連携については、現在のところは県立大だけになっている。

委員

まだ進行途中だが、来年度からは高知工科大学と県立大学で合同授業という形で消費生活講座を実施予定である。工科大学の学生が受講しても単位が取得できるよう、今進めて

いる。

事務局

情報発信の評価が回数になっていることに関して、確かに発信するだけでなく、フォローを増やすことや情報を得てもらえる取り組みも必要だと思うので、これからは県のエックス（旧ツイッター）やLINEなどの広報媒体も活用していきたい。他に数値目標のある項目で、数値目標に足りてなくても○や◎にしているところもあるが、項目8については、努力が少し足りなかったと考え、評価を△にした。

委員

相談窓口については、適切に解決できる場所につなげることが一番重要だと思うが、県の相談窓口は数が多くて、相談が行ったり来たりするようなケースがいまだにある。県社会福祉協議会としても適切に相談を窓口伝えられるように普段から情報共有したい。特に子どもは高齢者や障害者が相談のメインターゲットになるが、セルフネグレクト傾向であったりして、相談が途絶えてしまうようなケースもあるので、しっかり連携していきたい。

また、生活困窮者の家計相談の事業もやっているが、生活困窮者は制度の理解が乏しいと感じる。この会に参加し始めてから、本当に子供のときからの消費生活の教育がすごく大事だなと思う。若者には、経験や知識だけでなく、自身で結果を想像できるような教育の仕方でないと、将来的になかなか理解ができないといったケースが多々生じる。いろいろご協力もいただきながら、困窮者支援や障害のある方、高齢者の方に対するツールづくりを行っていかねばならないと感じている。

事務局

窓口連携は、県立消費生活センターでも大事だと現場として実感しており、県社会福祉協議会から声掛けをしていただいて、各支援機関同士の連絡会も行われている。どの窓口がどんなことをしているかが徐々に見えてきていると思うし、引き続き相互の理解と連携を進めさせていただきたい。消費者教育では、成人になってからでは学習に限界があるので、できるだけ子供の時にいろんな形で吸収していただけたらと思う。今県立消費生活センターでは、知的障害のある生徒が学校で使える副教材のようなものの作成を関係の先生方と検討している。そういったものを使っただけのよう周知していくことや、国でもいろんな啓発資料や消費者教育資料を作成し動画の発信もしているので、そのような情報も積極的にセンターからも周知したいと考えている。

委員

子どもの頃からの消費者教育は大事だと思うが、小学校では実際にどのような消費者教育が行われているのか。

委員

資料2-2の項目1にあるように、消費者教育は学習指導要領に基づいて行っている。3年生から社会科が導入されるが、家の人はどのように買物しているのか、自分が買物に行くときはどうするか、お店の人はどんな工夫しているのかという視点を入口にして、消費者の願いや販売の仕方を高学年に向けて学習していく。実生活と結び付けて学習していくことを小学校では大事にしている。そして、自分のこととして考えていくところを大事にしていることと、課題を発見する力というのは社会科や家庭科以外にも日頃の教科の学習で身につけていくことが大事だと考える。情報についても、得た情報の中から取捨選択をする力も付けていけるような情報モラル講座の学習について取り組みをしているところである。

委員

化粧品の通信販売について、スマートフォンで注文をする際、消費者は商品の比較画像を見て注文しているが、嘘の画像であっても安いから試してみようという感じで注文をしている。ネット内での嘘は織り込み済みという認識のもとで、取引環境に入っていくことが社会規範的に今随分崩れていると感じている。相談に来た消費者へどういうところで取引をしているのかということを伝えることに非常に苦慮しているが、何かお考えがあれば伺いたい。

また、ネット通販をやっている高知の事業者のサイトを見ると、特定商取引法のことを全く知らない、全く分かってない。BASE（ネットショップを開けるサービス）に頼めば出店できるから、BASEが言っているとおりやってるから問題ないという認識の事業者が多くいる。相乗効果的に世の中がおかしいほうに進んでいるように感じている。そのことについても、何かご意見、お考えがあるなら、教えていただきたい。

委員

勉強不足で答えられない。別件だが、県が発信しているインスタグラムやフェイスブックなどの情報が私の携帯には一切入ってこない。化粧品の広告はたくさん出てくるが、県の情報が広く頻繁に出てくるようにするために、この地区の人にとか、何歳代の方に見てほしいとか、何か県で狙いはあるのか。

事務局

ターゲットを絞る工夫はできるものの、情報が届いてほしい人に届ける仕組みを考えていかなければならないと感じた。

委員

自分たちも興味を持って情報を見ていかなければならないと感じる。

また、先ほどの質問に対して、私たちの小さい頃は「嘘をついてはいけない」といった、道徳に関する授業があったが、今は「こういうことをしてはいけない」、「自分がされて嫌なことを他人にしてはいけない」といった基本的な教育がすごく薄れていると個人的に感じている。

委員

この審議会が発足して50年近くたっており、当時とは問題が全然違う。私は商店街の中で商店をやっているが、ネットはやっていない。私もBASEはやっているが、店があるので、問題があったら消費者が店に問い合わせてくる。今の話は高知の業者でない方が大半でないか。ネットによる被害が多い業界の事業主に直接被害状況を聞くほうが改善に至るのではないか。

委員

消費生活審議会発足からだいぶ経っているので、審議内容も変えていく必要があるかもしれない。例えば、出席されている委員の方々の選考もそうかもしれないし、参考人招致のように詳しい方に来ていただいて説明していただくなどのやり方もある。

先ほど委員が情報の周知に関して県に要請したのは、少なくとも審議会の委員に情報が流れてくるように周知する必要があるということによるのか。

委員

そのとおり。情報の受信に登録は必要か。

委員

個人情報なので、例えばメールアドレスなど委員の了解を得ることができれば、事務局から送れると思う。

委員

情報を流していただければ、自分からも情報を発信をすることは可能である。よろしく

お願いしたい。

委員

警察で行っている犯罪の先制予防は、エックスのハッシュタグを利用し、犯罪実行者の募集や「高収入」、「ホワイト案件」などのキーワード検索でヒットした投稿があったら、警察を名乗って違法性を説く返信をしている。口座売買など明らかに法律に違反しているのが文面上で明らかな場合は、そのアカウントの凍結措置依頼を行っている。警察が発信する情報もいかに見てくれているかが肝と考えている。他府県警察が発信する情報でも関心を持っていただければ、そこから啓発が広がっていくので、全国の警察を挙げて啓発に力を入れている。

年少期からの教育では、非行防止教室などと併せて、情報リテラシー教育や適切な SNS 利用方法など学校の要望に応じて行っている。学校の実情などに応じてやることも可能である。また、老人会にもお伺いさせてもらい、特殊詐欺に関する講話も行っている。基本的には、その団体がある最寄りの警察署が講話に伺うことにはなるが、何かあれば、県警察本部生活安全企画課にご相談等いただければと思う。

委員

今日のご意見を聞いていたら、ネット関係に特化した内容の会が必要と感じた。委員も言われていたが、ネットが発達するにしたがって、対面販売とネット販売の両方を活用した商いの形態も出てくると思う。また、委員の皆さんがこの会に出席されること自体、十分大切であるし、情報を商売仲間に共有することも必要と感じた。

委員

今の SNS の情報発信はターゲティングなので、見ようと思う人にしか情報は伝わらず、限界がある。したがって、ホームページなどに正しい情報を載せることはしっかりやるべきだと思う。ここを見ればいろんな情報が載っているとか、ここを見ればこういう伝達につながるなど、ホームページ等でしっかり発信すべきだと思う。情報をどう伝えるか、伝えたい人にどうやって伝えるかということについて、何かアイデアが必要な時代になったと感じる。

(4) 高知県食品ロス削減推進計画の進捗状況について

事務局

資料 3 により説明。

委員

「てまえどり」の啓発キャンペーンのポップをスーパーで見かけることも多くなり、商品の前で立ち止まって奥のほう（賞味期限が長いもの）から取る人を見ることも大分減ってきたと感じる。賞味期限が近い商品に割引や、スーパーによっては何か別のシールを貼って、そのシールを集めたら何か特典があるという取り組みも増えてきた。すごく良い取り組みだと思うので、キャンペーン期間が過ぎてもぜひ続けていただきたい。

また、食品ロス削減ということで、子ども食堂やフードドライブの取り組みも女性組織協議会で行っている。フードドライブも昨年度から年2回、大きな県単位の会をするときに寄付への協力の声掛けをしている。特に南国市や女性組織協議会で大きく子ども食堂を取り扱い、活動の柱にしている。

フードバンク団体の方とお話をしたときに、高知県内にもこんなに食べることに困っている方がいるということを知らず、身近な所で本当に困っている方がいるんだという思いをしている。県等の大きな組織もあるが、市町村や身近にフードドライブの取り組みをしているところがあれば、食料を集める機会も増えると思った。

委員

「てまえどり」のキャンペーンについては今後もぜひという話があったが、事務局としてはどうか。

事務局

資料3の9ページから10ページに掲載している啓発物に関しては、10月の食品ロス削減月間だけではなく、構わない範囲で通年の啓発を量販店等にはお願いしている。

委員

県内34の市町村社会福祉協議会が全てフードバンクを行っている。市町村単位で活動しており、いただいたものを腐らすことなく有効に活用するので、またご協力をお願いしたい。

委員

生鮮食品は回収できないなどの規制が、協力するにあたり障害となっている。

委員

子ども食堂の開催時期や、なかなか生活困窮者に生鮮食品を届けにくいとの声もあるが、基本的には34市町村で受け付けているので、よろしくをお願いしたい。

委員

本日出された意見などを反映して、取り組みを進めていただくよう事務局をお願いしたい。

これにて全ての議事を終了する。

事務局

本日いただいた意見などについては、今年度後半の取り組みや来年度の事業実施の参考とさせていただきます。

以上をもって、審議会を閉会する。