

## 令和6年度第2回岩手県消費生活審議会

日 時 令和6年11月18日（月）  
13：30～14：57

場 所 県民生活センター 大ホール



## 【出席者】

### ○委員（五十音順）

浅利宏光委員、一條景子委員、角田信子委員、菊地清晴委員、木下淳委員、高橋昌造委員、武田哲委員、峠館絵里委員、船ヶ澤堅一委員、米田ハツエ委員、松岡勝実委員、望月敦允委員、山田一子委員、吉田敏恵委員

### ○事務局

大畑光宏環境生活部部長  
木村真智県民くらしの安全課総括課長  
今俊晴県民生活センター所長  
藤原隆博県民生活センター次長

## 1 開 会

### ○木村県民くらしの安全課総括課長

ただ今から令和6年度第2回岩手県消費生活審議会を開催します。

まず、本日は14名の委員に出席いただき、委員総数16名の半数以上の出席となっておりますので、条例の規定により当審議会が成立していることを御報告いたします。

なお、県の情報公開制度により、この審議会の録音や会議録は公開となりますのでよろしくお願いたします。

## 2 あいさつ

### ○木村県民くらしの安全課総括課長

それでは開会に当たりまして、大畑環境生活部長から御挨拶を申し上げます。

### ○大畑環境生活部長

消費者施策の推進に御理解、御協力を賜り厚く御礼申し上げます

また本日お忙しい中、こうして審議会に足を運んでいただきまして、これにつきましても重ねて感謝を申し上げます。

5月に開催をいたしました第1回審議会におきまして、次期岩手県消費者施策推進計画の基本的方向についてということで、諮問をさせていただいております。

第1回審議会に諮問させていただいて以来、現行計画に基づきます、取組の評価の課題、それから、これらを踏まえました地域計画の骨子案等について検討を進めてきたところでございます。計画の評価と課題、それからそれらをもとにした次期計画の骨子案につきまして、御審議をいただきます他、令和6年度上半期における県内の消費生活相談の状況、それから今年実施をいたしました、消費生活に関する意識調査の結果につきまして御説明を申し上げたいと考えてございます。

本日も委員の皆様には、様々な観点から忌憚のない御意見をちょうだいできればと思っておりますので、よろしくお願いたします。

簡単ではございますが、冒頭の挨拶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。

### 3 委員紹介

#### ○木村県民くらしの安全課総括課長

次に、会議に入ります前に、新たに任命された委員の方を御紹介申し上げます。  
山田一子委員です。

#### ○山田一子委員

岩手県地域婦人団体協議会の副会長をさせていただいております山田一子と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

#### ○木村県民くらしの安全課総括課長

はい、ありがとうございました。

### 4 議事

- (1) 岩手県消費者施策推進計画（2020～2024）の評価と課題について
- (2) 次期岩手県消費者施策推進計画の骨子（案）について

#### ○木村県民くらしの安全課総括課長

それでは、ただいまから、次第の4の議事に入らせていただきます。

条例の規定により、会長が会議の議長を務めることとなっておりますので、以降の進行につきましては、望月会長にお願い申し上げます。

#### ○望月会長

岩手弁護士会の望月です。よろしくお願いいたします。今日は私の方で議長を務めさせていただきます。

今日は審議事項が多いと聞いておりますので、手短に進めさせていただきたいと思うんですけども、まず本日の会議の予定ですが、概ね15時をめでに終了できるよう進めさせていただきたいと思っておりますので、進行への御協力をよろしくお願いいたします。

初めに、議事録署名人の指名ですが、審議会の運営規程第15条第2項により会長が指名することとなっております。船ヶ澤委員と峠館委員は、議事録署名人に指名しますので、よろしくお願いいたします。

それでは議事に入ります。

まず、岩手県消費者施策推進計画（2020～2024）の評価と課題について、事務局から説明をお願いいたします。

#### ○今県民生活センター所長

県民生活センター所長の今と申します。皆様には大変いつもお世話になっております。

ありがとうございます。

では、私の方から、第1番目の議題について御説明をさせていただきます。

これからは座って説明をさせていただきますので、御容赦をいただきたいと思います。本日お配りしております資料が非常に多くなってございます。できるだけ簡潔には説明をさせていただきますと思っておりますが、若干時間が長くなるかもしれません、予め御了承いただきたいと思います。

それでは、岩手県消費者施策推進計画 2020～2024 の評価と課題について御説明をいたします。

まず初めに、令和5年度の事業評価についてでございます。

資料の1-1、A3の1枚ものですが、令和5年度事業評価総括表をご覧いただきたいと思います。

この資料の表の中央に主な取組ということで、16項目、記載をしております。これらの取組に対しまして、計画、現計画で定めております主要指標の数と、それから令和5年度の評価を記載しております。

主要指標の評価、R5のところはA・B・Cとございますけれども、評価のAからCの基準につきましては、この資料の上の方に評価基準というのがございまして、達成度をそれぞれAは100%以上、Bは80%以上から100%未満、それからCは80%未満ということで設定をさせていただいております。

全体といたしましては、全部で35の主要指標がございまして、A評価となりましたのが27個、それからBが5個、Cが3個ということになっております。その右の主要事業、指標名というふうに記載しておりますが、この欄には、その指標の内容を列記させていただいております。評価がBとCだったものにつきましては、下線を引かせていただいております。

一番右側に参考指標というのがございます。

これは主要指標とは異なりまして、目標値をあえて設定しないで、実績の流れをとらえるための指標ということでございます。

これにつきましては、資料の1-3に、令和2年度から令和5年度までの実績の推移をまとめたものがございますけれども、本日は、ちょっと時間の関係もございまして、この1-3の参考資料の説明については割愛をさせていただきたいと思っております。

続きまして、資料の1-2をご覧ください。

こちらが、令和5年度の事業評価一覧表となっております。

表の左側から6つ目に番号というのがございます。その右側の列に指標の項目を記載しております。この番号に沿って御説明をさせていただきたいと思っております。

番号の1番から5番につきましては、「商品やサービスの安全確保」に関する指標となっております。

番号の1と2は、消費生活用製品安全法に基づく立入検査でございまして、番号1の特定製品と申しますのは、生命身体危害を及ぼす恐れが多い石油ストーブとか乳幼児用ベッド等が対象製品となっております。この製品に技術上の基準をクリアしたことを証するPSCマークが表示されたものを販売しているかどうかを検査するものになっ

ております。

番号2の特定保守製品につきましては、消費者自身による保守が難しいということで、経年劣化により重大な事故が発生する恐れが高いという、石油給湯器でありますとか、石油風呂釜が対象製品となっておりまして、販売する際に、購入者に対して必要事項を説明しているかどうかを検査しているものでございます。

どちらも、年度ごとに対象店舗を定めて実施しているものでございますが、令和5年度につきましては、立入りした事業者が検査対象製品を取り扱っていなかったということから、目標値を達成できなかったということでC評価となっているものでございます。

番号3番から5番までは、計画通りの取組を行いまして、達成度はAということになっております。

その下の番号6番から8番までは、「消費者と事業者の取引の適正化」に関する指標ということで、家庭用品の品質表示の適正化でありますとか、単価価格表示の推進ということで取組をさせていただいております。これにつきましても、いずれも達成度はAとなっております。

おめくりいただきまして、2ページをご覧くださいと思います。

2ページ9番から4ページの番号21までは、消費者教育の推進に関する指標となっております。2ページ目の取組につきましては、ご覧いただきました通りすべて達成度がAとなっているものでございます。

3ページ目をご覧くださいと思います。

18から20、「ルールを守って、情報機器を利用することが大切だと思う生徒の割合」ということで、小学校、中学校、高校というのが中段の方でございます。

これは令和5年度から、「スマートフォンやインターネットを使うときは危険に巻き込まれる可能性等があることを理解している児童生徒の割合」ということで、その下にさらにまた重なって18、19、それから、4ページまで20というふうが続いておりますが、令和5年度からはこの指標に変更となりました。

小学校、中学校、高等学校におきまして、モラル教育等により啓発を行ったのですが、いずれも目標値には届かなかったということでございます。

4ページ目をお願いいたします。

4ページの中程、番号22から28につきましては、「消費者被害の救済に関する指標」となっております。

番号22の消費生活の相談の解決割合でございますが、これにつきましては、県全体の消費生活センターが相談を受けた件数のうち、トラブルの解決に向けた助言、情報提供、それから消費生活相談員によるあっせん、他の専門機関に照会を行った件数の割合を解決率としているものでございます。

解決できなかったものとしたしましては、相談者、または事業者と連絡がとれなくなって、処理ができなくなったもの、それからあっせんに入りましたがあっせん不調となったものというところでございます。

これにつきましても、今後、研修等を実施して、相談員の資質向上等に取り組みまして、相談対応の充実を図ってまいりたいと考えてございます。

それから次に5ページをご覧くださいと思います。

5 ページの一番上、番号 27、消費者安全確保地域協議会の設置件数でございます。  
令和 5 年度には、この協議会を設置した市町村はございませんでした。

他県における既存の会議を活用いたしました協議会の設置事例なども紹介しながら、引き続きあらゆる機会を通じて、市町村での設置に向けた働きかけや支援をしてまいりたいと思います。

続きまして番号 29 から 35 までは、市町村、関係機関等の連携協働に関する指標でございます。

6 ページをご覧いただきたいと思います。

番号 35 の「いわて地球環境にやさしい事業所認定数」につきましては、令和 5 年度から、事業所数の把握方法の見直しをいたしました。エコスタッフ養成セミナー等の改正により支援を行ったところでございますが、認定事業所数が令和 5 年度の目標数に達しなかったところでございます。

引き続き、事業者の取組への支援等を行ってまいりたいと思います。  
以上が令和 5 年度の事業評価についての御説明でございます。

続きまして、現在の計画期間中の事業評価について御説明をさせていただきたいと思  
います。

資料は、2-1 をご覧いただきたいと思います。

2-1 は事業評価総括表ということで先ほどの 1-1 と構成はほぼ同じでございますが、資料の中ほどに、主要事業の事業評価の欄が先ほどと同じようにございます。ここ先ほどは令和 5 年度でございましたが、この部分が総合評価と記載を変えてござ  
います。

令和 2 年度から、今申し上げました令和 5 年度の各年度の指標の状況を踏まえまして、現計画期間の総合的な評価を行ったものでございます。

資料の上の方に総合評価の方法について記載している欄がございます。

主要指標、先ほど申し上げた 35 の主要指標につきましては、設定しているほとんどの指標につきましては、毎年一定の取組水準を目指しているというところでございますので、そういった指標につきましては、4 年間の実績値の合計、または平均を、これに対応する目標値の合計または平均で割った形で達成度を算出させていただいております。

また、指標の目標値を計画期間における取組の累計で設定しているもの、若しくは、定着率の上昇などが目標となっているものにつきましては、直近の年度であります、令和 5 年度でありますとか、その他の直近の年度をもって、この計画期間の取組の達成度の総合評価とさせていただいているものでございます。

総合評価の結果を、この指標数のところでご覧をいただきますと、先ほど申し上げた 35 の主要指標のうち、A 評価となりましたのが 21 個、それから B が 10 個、そして C が 4 個となっております。

その右の主要事業の欄につきましては、先ほどの 1-1 と同じように、指標の内容を列記いたしまして、B と C だったものについては下線を引かせていただいております。

これが総括表になりますが、次に資料 2-2 をご覧いただきたいと思います。この総括表の内訳になります。計画期間における事業評価一覧表になります。

各年度におきます取組評価の推移と、これらを踏まえた総合評価を記載してございま

す。

番号1から5までは先ほどの令和5年度と同じように、「商品やサービスの安全確保」となっております。

番号1には、これも同じですが、消費生活製品安全法に基づく立入検査でございますが、計画期間中におきましてはご覧いただいた通り、いずれも目標値を達成できないということになっております。

新型コロナの影響によります立入検査の一部中止でありますとか、それから先ほどR5で申し上げました、立入検査先の業者が検査対象製品を取り扱っていなかったということで、総合的にも計画期間中はCというふうになってございます。

その他の3項目につきましては、同様に達成度Aになっております。

番号6から8につきましては、柱の2つ目の「消費者と事業者との取引の適正化」に関する指標でございますが、これらにつきましてはすべてAという評価になっております。

2ページ目をお願いいたします。

ここからは、「消費者教育の推進」に係る指標が、番号9番から21番までということになっております。

この中で、番号14、2ページ目の下から2番目になりますが、教育を対象とした研修会につきましては、小・中・高の教育研修等を、教育委員会との共催または教育センターの主催等により実施することとしていたものでございますが、新型コロナの感染拡大によって、研修が中止になった時期がございまして、そういったところも踏まえて計画期間を通じての達成度はBとなっているところでございます。

3ページ目をご覧いただきたいと思っております。

番号17番の、高等学校教員を対象とした研修会につきましても達成度がCとなった理由は、先ほど申し上げた番号14と同じ理由により、達成度がCとなっているものでございます。

番号18から20番につきましては、先ほども令和5年度の評価の際に申し上げましたが、令和5年度から指標を変更したことによりまして、次の4ページに渡るまで全部で6段にわたっております。

「児童生徒のスマートフォンやインターネットの利用ルールに関する意識向上のための啓発」の取組でございます。

定着率の上昇を目標値としておりますので、それぞれ直近の年度の評価をもって、総合評価ということにさせていただいているものでございます。

4ページ目をご覧いただきたいと思っております。

上から3番目、「消費生活相談の解決割合」でございます。

計画期間における平均的な解決割合は、95.9%となっておりますが、目標に届かずB評価となっております。

それから番号23、24につきましては、「相談員の資質向上に関する研修会、事例検討会」の指標でございますが、これにつきましても新型コロナの影響で、研修会が開催中止となった時期がございまして達成度がBということになってございます。

それから5ページ目をお願いいたします。



番号 27 の「消費者安全確保地域協議会の設置」につきましては、令和 5 年度の事業評価の際に申し上げた通りでございますが、総合評価につきましては C ということになっております。

それから番号 28 の「地域の福祉関係者の研修会」でございますが、これにつきましても新型コロナが達成度に影響したものでございます。

番号 29 から 6 ページの最後までは、「市町村関係機関との連携・協働」に関する指標でございます。

番号の 31、「ネットワーク会議の開催」の達成度につきましても、これまでの他の指標と同様、新型コロナにより中止となった時期がございまして、これに伴う影響が総合評価になってございます。

6 ページにまいります。

番号 35、「いわて岩手地球環境にやさしい事業所認定数」につきましては、指標の変更があり、先ほど申し上げた通り、令和 5 年度の事業結果を総合評価にそのまま記載をさせていただいております。

以上が資料 2-2 の説明になります。続きまして資料 2-3、A4 の 1 枚ものをご覧いただきたいと思っております。

こちらは、消費者施策推進計画の上位計画であります岩手県民計画アクションプランにおいて、消費者施策の推進に位置付けております具体的推進方策の指標の推移になります。

指標が 2 つございまして、「消費者教育関連セミナーの受講者数」、これを累計で計上しているものは、新型コロナの影響を受けた時期が令和 2 年度、3 年度とございました。それから、「消費生活相談解決割合」につきましては消費者施策推進計画にも使っている指標でございますが先ほど申し上げたとおりの経過になってございます。

最後に、資料 2-4 をご覧いただきたいと思っております。

これまで説明を申し上げました令和 5 年度の事業評価、それから計画期間中の主要指標の総合評価も踏まえまして、現計画期間中における各取組の評価と今後の課題案を取りまとめたものでございます。

計画の 5 つの柱ごとに、表の中央部分に記載しております、事業の実施結果及び今後の方向性、それから一番右端に課題について記載をしております。これについて、柱ごとに御説明をさせていただきたいと思っております。

初めに、「商品やサービスの安全確保」についてでございます。

試買テスト、これは市販製品について、誤った使用による事故後等が発生しないように、商品の特徴や使用上の注意事項などを比較、整理して結果を公表しているものでございますが、こういった試買テストやガソリン等の価格調査につきましては、概ね計画通り実施できたところでございます。

また、安全確保のための事業者に対する立入検査や各種法令に基づく監視指導、それから注意喚起につきましても、必要に応じて実施してきているところでございます。

しかしながら、商品やサービスの提供による事故やリコールは相変わらず発生をしているところでございますので、引き続き、消費生活用製品安全法等を始めといたしました、各種法令に基づく検査でありますとか監視指導、消費者への注意喚起等が必要であ

るということで、課題の方にもまとめさせていただいているところでございます。

次に、「消費者と事業者との取引の適正化」についてでございます。

家庭用品の品質表示適正化に係る立入検査、それから単位価格表示、これは商品に100グラム当たり何円といったような計量単位当たりの価格を併せて表示いたしまして、価格の比較をわかりやすくすることで、消費者の選択の利便を図ることを目的として県の条例で努力義務として定めているものでありますが、これにつきましては計画通り実施できたところでございます。

また、特定商取引に関する法律など各種法令に基づく行政指導や立入検査も必要に応じて実施しているところでございます。

この柱につきましては、不正な表示や不当な勧誘販売による契約トラブル防止のために、引き続き事業者の監視指導や立ち入り調査等を行っていくことが必要であるというところでまとめているところでございます。

3番目の柱であります「消費者教育の推進」についてでございます。

計画期間中は、出前講座や各種セミナーについて、新型コロナウイルスの影響により一部目標を下回った取組は先ほど御説明したとおりでございましたが、その他につきましては概ね計画どおり実施できたというふうに考えてございます。

今後につきましては、高齢者や若者などの被害防止に対応した出前講座の啓発、それからエシカル消費の普及啓発などの取組を継続していく必要があると考えております。また、デジタル化の進展に伴う新たな消費者被害の防止など、社会情勢の変化にも対応しまして、消費者のライフステージに合わせた切れ目のない消費者教育や、関係機関・団体と連携いたしました啓発の取組の推進なども課題として掲げさせていただいているところでございます。

4番目の柱であります「消費者被害の救済」でございますが、消費生活相談員の資質向上のためのセミナーや事例検討会、それから多重債務の解決支援のための弁護士相談等に取り組んだところでございます。

依然として消費者被害の相談はございますので、またデジタル化の進展に伴う悪質商法の被害防止等のため、引き続きこれらの取組について、体制や相談員の資質強化、弁護士による法的サポートでありますとか、関係機関との連携に取り組んでいる必要があると考えておりますことから、これらについて課題に掲げているところでございます。

また、消費者安全確保地域協議会につきましても、地域の見守り体制の確保の観点から、市町村への働きかけが必要と考えているところでございます。

最後の柱でございますが、「市町村関係機関との連携・協働」についてでございます。

市町村訪問等による情報交換や市町村に寄せられた消費生活相談に関する助言等については、概ね計画どおりに実施できているところでございます。また、消費者と事業者の連携についても概ね計画どおりに実施しております。

今後は、多様化、複雑化する消費生活相談、巧妙化する悪質商法などからの被害防止や救済に関する相談に的確に対応するため、引き続き市町村への技術支援や市町村も含めた消費生活相談員の資質向上、それから専門家や関係機関と連携した解決の支援を行っていく必要があると考えております。

また、持続可能な社会の実現に向けた適切な消費行動の推進のために、環境分野とも

連携いたしました取組が必要であるということで課題に掲げさせていただいたところでございます。

大変長くなりましたが、時間の関係で端折ったところもあって大変恐縮でございます。

現計画における評価と課題についての説明は以上で終わります。よろしく御審議のほうお願いいたします。

#### ○望月会長

御説明ありがとうございました。

それでは、ただいまの説明について、御質問や御意見がありましたらお願いいたします。どうぞ。

#### ○角田信子委員

資料の2-2の1番ですが、C評価になっていて、その理由のところが入入検査をしたけれども販売してなかったとか、目標が達成できなかったというのは何か趣旨と違うような気がします。

実際立入検査をした結果、ちゃんとできていたのかそこは、どの程度できていたのか、そこもできていなかったのか、っていうことの方が問題かなと思います。

それで、最後のところで、課題としては、まだリコールとかが発生しているから、強めなくちゃいけないよと書いてありますが、このところには、リコールの件数だとか、事故の件数っていうのは全然この事業一覧表の中には、数値化できるかどうかわかりませんが書かれてないので、そこがちょっと、あれっと思いました。

#### ○今県民生活センター所長

御意見ありがとうございます。

立入検査につきましては、委員おっしゃいますとおり、ちょっとこの目標値の立て方が非常に難しいのかなど。今、現計画で想定している目標値ですと、要するに計画を立てたものに対して何件回れたかっていうようなところが視点になっているものですから、その評価の仕方として、どうしても今「C」になってしまったんですが、おっしゃるとおり、どのくらい、立入検査ができて、その検査が問題なかったかというような視点が非常に大事なんだろうなと思っております。

ですので、私どもの方でも、何とかこの目標値を次期計画の際には、もうちょっと工夫しなければならないかなと考えているところでございます。

それから、リコールの発生状況等の件数につきましてはこのリコールの部分は、県の領域を超えてかなり全国的な影響もございますので、どこまで県の計画の中でそういった目標値が立てられるのか、かなりハードルが高いところも正直ございます。

ですので、これは全国的にリコールが発生していて、そういった部分で事故に遭わないようにというところもございますので、県の計画でどこまで活かせるかも考えながら、検討してまいりたいと思っております。

#### ○望月会長

角田委員よろしいでしょうか。他に何かございますか。

#### ○高橋昌造委員

事業評価一覧表の6の4ページに、持続可能な社会の実現に向けた行動の促進と。ここにエコショップ、いわて認定の店舗数と。店舗数が増えたから、充足したからA評価だと。このところ、資源循環推進にお聞きしたいんですが、お店の認定も大事なんですが、実態がどういうふうになっているのか。エコショップに認定して、この3Rの行動結果がどのようになるっているのか、もしわかれば。

あと資料の5のですね、私ちょっと今日非常に興味持って、ここの5ページの、人や社会環境に配慮した消費行動。エシカル消費が31%であると、消費行動で。これは私、すごいことだなと。やはり消費者おひとりおひとり、1人の一歩変われば、消費行動が変われば、エシカル消費に繋がるんじゃないかと。

だから私は、これからどんどんそういう消費行動ですね、積み上げていくことが非常に大事だと。今後どのようにこの辺のところ、消費行動を盛り上げていくか。いろんな対策があると思うんですが、どういうことを具体的に考えているのか。

それから11ページの、フェアトレードの商品を選択すると。これも12%。これも今ですね、エシカル消費、倫理的消費の中では、非常に注目されているところなんです、私はどんどん、フェアトレードこの取引を、公正な取引を促進していくことが大事だと思うんですね。だからこういう消費行動でこれから県の消費生活センターがどのようにサポートしていくか。そこをちょっとお聞かせ願えればなと思います。

#### ○資源循環推進課

資源循環推進課の成田と申します。

私からエコショップいわて認定店舗の関係で御説明させていただきます。

こちらのエコショップいわて認定店舗でございますけれども、県において、環境に配慮しており、ごみの減量化等の目標を立てて、3Rの推進に取り組んでおります店舗を、エコ協力店として認定しており、その中で小売店について、「エコショップいわて」ということで認定しております。

こういった協力店では、店舗におけるレジ袋の消費量の削減や、エコバックの活用、あとリサイクルの促進のために店頭回収などに取り組んでおりまして、こうした取組が県民の皆様の、3R意識の醸成及びごみ減量に一定の寄与をしていると考えているところです。

ただ一方で、協力店の方からは事業者にとっての認定メリットが十分ではないのではないかとか、こういった取組の周知が十分ではないのではないかといったご意見もいただいておりますので、こうしたことを課題ととらえまして、今後改善に取り組んでいきたいと考えております。

#### ○今県民生活センター所長

私の方からはエシカル消費の関係について、お答えをさせていただきたいと思っております。委員がおっしゃいましたのは資料5ですので、希望郷いわてモニターアンケートのと

ころの部分というふうに、後程ちょっと報告をさせていただこうかなと思っていたところなんですが、エシカル消費につきましては、やっぱり対象がすごく広がってきております。

意味がかなり広いので、どこを観点にやっていくかというようなところもございまして、あとは、県民の方々のエシカル消費に関する意識がどこまでの意識をお持ちなのかというところをこういった調査の踏まえてですね、私どもも把握させていただきたいというふうに思っているところでございます。

ですので、消費生活部門といたしましては、まずやはりこのエシカル消費を通じて、持続可能な社会につなげていくんだという消費者の意識を高めていくことが非常に大事なかなというふうに考えておまして、例えば今年度の事業でございますけどエシカル消費につきまして、小中高の学校に、ちょっと出前講座的に入らせていただいて、子供のころからそういったエシカル消費の意識をまず考えていただくというようなところの取組を始めたところでございます。

これにつきましては、いわて生協さんとか花王さんとか、こういった企業のご協力もいただきながらですね、進めさせていただいているところでございます。

消費者の部分も大事ですし、あとはエシカル消費の観点から生産活動を続けている事業者の方々の意識というのも非常に重要だと思っておりますし、そういった消費者と事業者をうまくつなげるような啓発っていうのが、何とかできないかなというようなところも模索しながら、啓発活動を続けていきたいなというふうに考えているところでございます。フェアトレードにつきましても、同じような形で進めさせていただければなというふうに考えております。

## ○高橋昌造委員

消費生活センターさんの役割というのは非常に私大事だと思うんですよ。

例えば生産者とか販売者、そして消費する人たちの、いわゆる中間に立って、公平公正な立場での消費行動ですね、消費行動というのはある意味では、この選択、消費者の力というのはものすごく大きいわけです。

資源循環推進で今日は、そういうご回答いただいたんですが私は、この製品がつくったら、ゴミに出てきたときにリサイクルしやすいとか、そういうものを考えて、もう今、今日は滝沢の市長さんもおいでなんですけど、私ども後始末行政やっているんで、もうそういったものが廃棄物として出されれば責任を持って、一般廃棄物の場合は、お金をかけてですね処理処分しなきゃならない。

だからこれからですねそういった、エシカル消費、環境にやさしいとか、もういろんな今言われてるわけですね。だからこれの輪を広げて、いわゆるこれが最終的にゴミみになったらどのようになるのか。そういうことの意識づけ、意識の向上を図ることを私は非常に大事ではないのかな。

だから今後、消費生活センターさんの役割を私非常に期待しておりますし、今後そういったことの視点をですね、消費者の視点をもう少し掘り起こして、そしてどのような形にして見える化をしていくかと、いうことがこれから非常に大事になってくるんじゃないのかなと。

今日は是非ですね、これから私は一番県行政の中でも、県政の中でも、一番大事な分野ではないのかなと、こう思っておりますので、ひとつよろしくお願ひします。お答えはいいですから。

#### ○望月会長

高橋委員ありがとうございました。  
他に何かございますか。

#### ○吉田敏恵委員

5つの柱のうちの1つの消費者教育の推進の中の、高度情報通信社会への対応というところでちょっと1点質問です。

資料2-2で言うと、18、19、20の学校教育の場で、スマホとかインターネットを使うときに、危険に巻き込まれる可能性があるのを認識して理解する生徒とか、児童を、増やすというところですけど、私本当にこれは大事だなあと思っています、ページで言うと6-3の下から2番目と次のページですけども、ここではB評価ってしているんですけど、私はその評価っていうよりは、これは本当に大事な視点だなと思っていますし、今のかえって若い人の方がきちんと教育を受けているので、そういうモラルをちゃんと持って使って、使いこなすようになってきているとも聞いたことがあります、ただ、単に危険に巻き込まれないようにというだけじゃなくて自分が加害者になったりしないようになるためにも、やっぱり学校教育って大事だなと思っているんですけど、私が質問したかったのは、これのR5のところの評価にあるんですけど、児童生徒向け指導資料を県内各公立学校に定期配信し、ということなので、これって実際学校の現場での教育っていうのは、一人一人が何かこう機器を持って、配信される教育の指導の何かを、かつ、指導の配信みたいなのを見ながら、実際にこう動かしてみてもやるとかっていう感じで、今その学校でのインターネットなりの教育の現場がどうなっているか、ちょっと私もわからないので子供がもう大きいのでわからないんですけど。

一人一人がそういうちゃんと実際の実物を持って、インターネット上のものをちゃんとこうやって見てとかそんなふうな教育をやっているのかなって、ちょっとただそれだけの質問なんですけども。

とにかくこれは大事な教育なので、今回はBということですけども、これからもどうか続けてってもらいたいなというふうに思っています。

#### ○学校教育室

学校教育室です。

月に1回情報モラルの情報として、わんこ情報室というものをずっと発行しております。

各学校さんの方に送付はしていて、学校さんによっては全員で一人1台端末を使いながら、そこで取り組んでいただいている学校もありますし、あとは動画を見られるようにもしている、機会を見て学校の方で活用していただいているということで好評をいただいております。

今年度発行分、あと昨年度分も岩手県のホームページの方に載せておりますので、機会があれば、ご覧になっていただければと思います。以上です。

#### ○望月会長

皆様いろいろありがとうございました。時間の都合がありますので、審議を進めさせていただきたいと思います。

それでは、岩手県消費者推進計画の評価と課題については、事務局の説明のとおりとしてよろしいでしょうか。

ありがとうございます。

では、議事の(1)、岩手県消費者施策推進計画の評価と課題については、事務局の説明のとおりといたします。

次に、議事の(2)、次期岩手県消費者施策推進計画の骨子案について事務局から説明をお願いいたします。

#### ○今県民生活センター所長

次期岩手県消費者施策推進計画の骨子案について御説明をさせていただきます。資料3-1をご覧くださいと思います。A3の1枚ものでございます。

岩手県消費者施策推進計画は、県の消費生活条例を踏まえまして、本県の具体的な消費者施策を総合的、計画的に進めるために策定しているものでございます。

現在の計画は、今年度までの5年間を計画期間といたしまして、これに基づいて、県では様々な取組を進めてきたところでございます。まずこの資料の左上でございしますが、岩手県民計画のところをご覧くださいと思います。

ここにおいて、私ども安全の分野で掲げておりますとおり、例えば、特に高齢者や若年者に対する啓発でありますとか、消費者教育の推進、または早期解決のための相談機能の充実などを進めているところでございます。

さらに、ここから右の方に、本計画の位置付けを記してございます。

岩手県民計画の中の消費者施策の推進を図る具体的な事業実施計画としての位置付け、さらにその下に消費者教育推進法に基づく本県の消費者教育推進計画であるということの位置付けをしているところでございます。

次に、資料の一番下をご覧くださいと思います。一番下の左側ですね。

国、そして県の状況について順次、左から右にかけて記載をしてございます。

まず、下の左側、国の検討状況でございしますが、国では、本県の推進計画と同じ計画期間でございすけども、来年度から5ヵ年の次期消費者基本計画の策定検討が現在進められておりまして、先月末に計画の素案が公表されたところでございます。

ここで、3-2をご覧くださいと思います。

これは今月初めに、都道府県政令市を対象に会議がございまして、その際に出された国の説明資料でございします。

めくっていただきまして、裏ページ1ページ目をご覧くださいと思います。国の計画であります、消費者基本計画の位置付けを説明したものでございまして、要旨の3番目以降に、現在素案を検討中とございまして、今年度中に閣議決定をして計画を決定

するという予定になってございます。

2 ページ目にまいりまして、計画策定の有識者懇談会の説明の資料でございます。右下に会議スケジュールがあります。前回のときにもこの会議スケジュールについては触れさせていただいたところがございますが、10月29日に第3回目の会議が開催されておりまして、その際に今回の計画素案というのが提示されております。懇談会につきましては、4回目が今月下旬に開催される予定となっております。

3 ページ目をご覧ください。

こちらが計画素案の章立てを説明した資料になります。

真ん中に第2章がございますが、第2章の2に、国の次期計画における目指すべき姿の案が3つ掲げられてございます。

また、第3章第4章において、赤く囲んだ項目がございますが、こちらについては、県の計画においても関係するのではないかと今考えている部分につきまして、私どもの方でマーキングをさせていただいたものでございます。

続いて資料3-3をご覧くださいと思います。

こちらは、その国の会議で同じく提示されました、計画素案の概要になります。3-2で囲んだ項目でございますが、例えば、第3章、消費者施策の推進の中に、地方消費者行政の推進というのが先ほどの資料でございました。

この項目につきましては、資料3-3でいいますと、7ページから8ページ目をご覧くださいと思いますが、県の取組にも関係すると思われる項目を、現在黄色で着色をさせていただいております。7ページの下から着色している部分、8ページにかけてございますがこういったところは、もうちょっと中身を精査したときに、県の計画にも幾らか関係するのかなということで記載させて着色させていただいているところございます。以下、同様の形でこのページ以降、黄色くマーキングさせていただいたところは、何ヶ所か出てまいります。具体の説明は省略させていただきますけれども、今後の計画策定を進めるに当たりまして、この部分につきましては留意をさせていただきたいというふうに考えているところでございます。

お手数ですがもう一度資料3-1にお戻りをいただきたいと思います。

資料の一番下の国の検討状況は今申し上げたとおりでございますが、続きまして、右側の本県の現状でございます。

相談件数の方は、県全体で毎年9,000件台後半で推移してきておりまして、相談者は65歳以上の高齢者の方が3分の1ほどを占めているという状況になっております。

人口千人当たりの相談件数で見た場合に、20歳代ですとか、50歳代及び60歳代の方の相談件数が多い傾向にございます。

また、相談内容につきましては、SNSをきっかけとした消費者トラブルなどが増加するというような傾向にございます。

さらに右の方にまいりますと、今年度当センターで実施をいたしました、後で報告をいたしますが、消費生活に関する県民意識調査の結果を、抜粋で記載をさせていただいております。

例えば、悪質商法の手口と対策、インターネット利用によるトラブルというようなものについて、この調査では、県民の関心が高いというような結果が出てまいりました。



こうした動向や状況などを踏まえまして、資料の中ほどをご覧くださいければと思いますけれども、一番左側が現行の計画の構成を記載してございます。

御案内のとおり、施策の方向として、これまでも御説明したとおり5つの柱を立てておりまして、それぞれのもとで様々な取組を進めているところでございます。

次に、真ん中ですね、現行計画期間中の取組と今後の課題というのを記載させていただいております。

こちらは先ほどの議事の1で御説明申し上げました、計画期間の評価と課題の内容を、取組も記載しておりますが、そちらを反映させていただいているものでございます。説明が重複しますのでこの記載については割愛をさせていただきます。

こうした評価の課題等も踏まえまして、一番右側になります。次期計画の骨子案を記載させていただきました。

計画期間につきましては、2029年度、令和11年度までの5年間ということで、基本的に本計画は消費者安全に関するセーフティーネットとしての役割を持っておりまして、事業の継続した実施が求められるものと考えているところでございます。

体系の基本的な考え方といたしましては、現行計画の枠組みを一部見直ししながら、そこに新たな課題や社会の変化を踏まえた視点、対応を加えていく形を想定しているところでございます。

具体的には、1の商品のサービスの安全確保及び消費者と事業者との取引の適正化についてでございます。現行計画ではこの柱を2つの柱としてございました。双方とも、県民への注意喚起でございますとか、情報提供、それから業者の指導といった法律の運用に関わる部分でもございますので、取組の内容の方向性として共通するところが多いということから、現計画の2つの柱を一体にして、1つの柱として取組を位置付けてはどうかというふうに考えているところでございます。施策の柱としては一体化いたしますが、これまでと同様に引き続き取組はやってまいりたいというふうに考えております。

さらに、2の消費者教育の推進につきましては、国が示しております消費者教育の推進に係る基本的な方針における取組の方向も踏まえまして、見直しを実施しております。

子供から高齢者まで、それぞれのライフステージの段階において、体系的、あるいは継続的な消費者教育を推進していくこと。また、消費者の多様な特性、例えば、年齢でありますとか性別、障がいの有無といったものが当たりますが、こうした特性から、消費者の被害の増加が懸念されるような方々を対象とした取組や、デジタル化の進展に伴う悪質商法または特殊詐欺の被害防止に向けた周知啓発など、社会情勢の変化に対応しました教育啓発の取組も盛り込んでいきたいと考えております。

さらに、SDGsなどを背景といたしました倫理的消費、人や社会環境に配慮した消費行動の推進につきましても引き続き取組を進めていくよう考えているところでございます。

消費者被害の防止と救済、3番でございますが、引き続き、消費者それぞれの年代や特性に合わせたきめ細かな相談対応、それから、相談体制のデジタルトランスフォーメーション化の推進、多重債務問題の対策、各地域における高齢者などを対象とした消費者見守り体制の促進といったことを進めていく必要があると考えております。

最後に、市町村や関係機関等の連携・協働につきましては、これまで同様、住民に最

も身近な相談窓口であります、市町村との連携でありますとか、そこで行われる相談の支援を継続して実施するとともに、多様化、複雑化する消費者被害の防止、救済とそれに関係した消費者教育や取組のより効果的な推進のために、高度な知見を有します専門機関や関係団体との連携・協働が一層必要であると考えております。

3-4をご覧ください。今後の計画策定スケジュールでございます。

前回の協議会におきまして、今年度中を目途に県の次期計画を策定するというふうに御説明していたところでございますが、先ほど御説明しました国の計画の策定作業や内容も留意しながら、策定作業を進めることとしておりました。

国の計画の素案が、年度初めの当初の予定では今年の夏頃に示されるという予定となっておりましたが、当初の予定よりも遅れまして、素案が10月末、先般示されたこともありまして、県の計画の素案の作業が当初の想定よりも遅れてございます。

本日の審議会では素案の説明を、当初予定しました骨子案の説明ということでさせていただきます。

こうしたことから、策定スケジュールの見直しをいたしまして、次回の審議会は当初の予定通り2月に開催させていただきたいと思っておりますが、答申案につきまして協議をさせていただきたいというふうに考えております。

その後、パブリックコメント等を経て、来年の7月を目途に計画を策定するように進めてまいりたいというふうに考えているところでございます。

以上簡単ではございますが、次の計画の方向性の案について御説明をさせていただきます。よろしく御審議をお願いいたします。

## ○望月会長

御説明ありがとうございました。

ただいまの説明について、御質問や御意見ありましたらお願いいたします。

## ○吉田敏恵委員

骨子案についての4の消費者被害の救済のところに関して、相談業務のDX化ということについて少し質問させてもらいたいです。

実は私ども生協連、消団連で毎年各自治体の消費相談なり消費者行政の皆さんにアンケートをとったときに、この相談業務のDX化についてということについて、大変不安を持っているという窓口の人たちが多くて、それは何かというと、実際DX化って、各市町村行政の消費者相談の窓口では、何をどうするようになるのか、あまり具体化が見えないので、ちょっと不安だなっていうような意見が多かったんです。

私も、確かにデジタルっていうのは、いろんな高度なことで、被害とかいろんなことが起きているというのは分かるんです。でも相談事業をDX化っていうのは実際どうということなのかなっていうのが、ちょっと具体的によくわからないのでもし今イメージしていることがあれば、私のイメージだと、AI音声で対応するとか、ロボットが相談窓口に立つようにするとか、そういうことなのかなとか何かちょっと、今でもそれなりにはいろんな情報の共有化をしたりとかと思うんですけど。相談をとというのは結局相談員を配置しなくなるようになるのか、それだとますます高齢者の人たちとかは相談しにく

いとか、いろんなことあるんじゃないかな。

何か一言でDX化っていうだけでは、ちょっとイメージが湧かないので、もしそのあたり具体化があれば教えて欲しいです。

### ○今県民生活センター所長

はい。御質問ありがとうございます。消費生活相談のDX化についての御質問でございました。

今、国の方で検討を進めているものでございまして、令和8年の下半期に、新しい相談システムを入れるという予定になってございます。現在、P I O-N E Tと申します、相談を受けると私どもの方でシステムに入力するものがあるのですが、そのシステムを、令和8年の下半期には、全国で新しいシステムを導入して、効率化を図ろうというものになっております。

まだ若干導入までに時間がありますので、国の方からも、なかなか全容の情報がないところはあるんですけども、例えばでございますが、若者は最初、消費生活相談をするにあたって、なかなか電話で相談するのが、気が引けるような方が多いというようなことがある、あとは、今の若者は何か困ったことがあると、すぐスマホとかで解決策を調べる方が多いという傾向がございます。

そういった傾向もとらえて、消費者庁の方では、そのW e b形式で、いろんな相談の回答の例とかを体系的に整理して、検索するとそのW e bのところ、いろんな解決方法とか相談事例が載っていて、それをたぐっていくと自分に該当するような、解決支援方法があるんじゃないか、電話を使わないで、国の方ではW e b形式で答えられるものがあれば、相談しなくても若者は解決できるんじゃないかというようなことを、まず1つの方法として考えているようでございます。

私どもの方でもすでにメールの相談を受け付けておりますけども、そういったメールの部分につきましても、同様にやっていくというようなこともございます。

あとは、新しい相談支援システムを入れますと、相談員さんが今の想定では相談員さんがそういう相談を受けたときに、そのシステムの中で自動的に似たような相談事例をそのシステムが提示してくれるというようなことがあって、その提示することによって、相談員さんが電話で相談をいただいた方に、こういった事例があるようですよっていうのを、答えやすくするというような効率化の部分でも何か検討を進めていると伺っております。

徐々に具体的な話が出てくると思うんですけども、今私どもの方で押さえてるのはそういうシステムを導入していきたいという国の動きがあるということでございます。

### ○望月会長

ありがとうございます。他に何かありますでしょうか。

ちょっと私の方から1つ、今回骨子案ということなので、次回の2月のときに、具体的な素案がまた出てくるっていうことですね。

骨子っていう話になると特に異論というか、皆様も委員の皆さんの意見を出しにくい部分ちょっとあるのかなって正直思いますので、あまりこう深掘りしてもうという部分

をちょっと感じてはいるんですけども、ちょっと気になっている点として、誤解が出ないように、お伝えできるかちょっと自分でも思うところあるんですが、相談員さん方は、人間としてももちろん対応されているわけですね。

その相談員さんたちの非常に経験も重要だと思いますし、教育とかも重要だっていうのは本当にそのとおりだと思いますし、すごくいい言葉選びになって、って余計おかしい話かもしれないけど、新しく育っていく芽といいますか、経験の長い方たちが、大半、それはそれですごく大切なことだとももちろん思うんですけども、ただ、人間いつかは寿命が来ますので、そういう世代交代って言うんですけども、語弊が出ちゃうかもしれないんですけども、ちょっと消費者相談員の方たちの、年齢層、メンバー構成といいますか、見ていてちょっと気になる部分が正直ないわけではなくてですね、そういった観点っていうのも、どこかちょっと念頭に置いていただけるといいのかなと感じておりました。

### ○今県民生活センター所長

はい。ありがとうございます。

おっしゃるとおり、消費生活相談員さんの要するに人材の確保という観点でも、私どもの方のセンターは経験が豊富な相談員さんがそろっていて、非常にありがたいなと私は感じているところなんです。

全国的な傾向で申し上げますと、全国の平均でも大体 60 歳台の方々が相談員さんとして一やってらっしゃるという、平均年齢でみると、そういったデータもございます。

国の方でもいろいろ、そういう試験とか等の際に、いろいろ近くの消費生活相談、消費生活センターの案内をしたりとか、私どもの県の方でも人材バンクというふうな形で、もしセンターで働いてもいいよってというような方の場合は事前に登録をさせていただく、そういう取組もやっているところなんですけれども、やっぱり少しずつ若い方々を育てていくというふうな観点も、これからは必要になってくるのはまさにそのとおりでございまして、そういったところで何ができるのかというのをこれは県のセンターだけじゃなくて、市の相談センターも含めて、今この業界でも、なかなか若い人とか、その次の人材を確保するのはなかなか、うちの消費生活部門にかかわらず、同じような共通の課題を抱えていると思うんですけども、私どもの方もやはりそういう資格を持ったですね、できれば資格を持った方なんですけど、あとは実際、職場に入っていて、いろいろな経験を積んでいただきながら、そういう取組を何かできないかというのは検討していかなきゃならないと考えているところでございます。

### ○望月会長

ありがとうございます。

本当に誤解がないようにと思うんですけども、県の相談員の方たちって弁護士よりも、詳しい方とかすごくいっぱいいて、お話していると僕の方が勉強になるなって感じることも非常に多々ありまして、そういった意味ですごく貴重な人材の方だと思いますからもうずっと本当に残っていただきたいっていうふうに思うのがもう本当に大前提であるんですけども、仮にそういう方が一人でも抜けるとすごくダメージが大きいだろうことも容易に想像がつくところでして、しかもこの仕事って明日からやってくれっ

て言われても対応できないと思うんですよね。

弁護士もなりたてのときなんて本当に役に立たなくて、たいてい上司っていいですか経験豊富な弁護士のもとで修行を積みたい期間があるんですけども、そういった経過を経ていかないと、やっぱり何もかも使え、円滑には回っていかなくなってくるのかなって感じておりました、ちょっとずつでもいいので、流れができるといいのかなと感じております。

時間の都合もありまして、まず、骨子案については特に修正等ないということによろしいですか。

それでは、議事の(2)イ、次期岩手県消費者推進施策推進計画の骨子案については、事務局の説明のとおりとし、答申に向けた計画の作成を進めてください。

## 5 報告

### ○望月会長

次に5番、報告に移ります。

初めに(1)、令和6年度岩手県における消費生活相談の概況について、事務局から説明をお願いします。

### ○藤原県民生活センター次長

はい。県民生活センター次長の藤原と申します。

それでは資料4について御説明をさせていただきますので、お手元に御準備をお願いいたします。以下座って御説明させていただきます。

資料4は、今年度の相談概況について9月末時点で取りまとめたデータでございます。速報値によりますと、県民生活センターでは1,198件。それから市町村センターでは、3,392件の計4,590件となっております。昨年度より400件強、8.5%ほど減少となっております。

相談件数の多いものにつきましては、商品一般が619件と最も多く、次にフリーローン、サラ金353件などとなっております。

年代別では、60歳以上が全体の4割を占めるという傾向は引き続きということでございまして、あと20歳代以下の若者相談は1割弱となっております。

購入形態別については、通信販売が約4分の1を占めてございます。次に裏面をご覧ください。

主な相談事例を裏面に記載してございます。

商品一般、詐欺とか、身に覚えのない請求注文といったものが主な内容となっております。

次にフリーローンなどにつきましては、主に債務整理の話が中心となっております。次、健康食品については定期購入などの相談が多くなってございます。また、SNSやネット通販に関するトラブルが多く、例えば簡単に儲かると、副業を勧められたが、実際には儲からないと、あるいは、電話料金が安くなると、契約変更やアナログ戻しとい

ったことを進めまして、その過程で高額な設定手数料を要求するといったような様々な手口がございます。

その下です。メール相談ですが、今年度は9月末時点で22件、年間150件ぐらいで推移してございます。

ちなみに当センターの場合は、受付はメールでも可能となっておりますが、以降の相談対応については、事実確認などの関係上、相談員が電話などで対応するということが通常のパターンとなっております。

次に一番下でございます。弁護士会さんの御協力により実施してございます、若者向けの「まてふおん」、それからその下の多重債務相談の件数につきましては、概ね昨年度並みとなっております。資料4についての説明は以上でございます。

### ○望月会長

御説明ありがとうございました。

ただいまの説明について、御質問や御意見がありましたらお願いいたします。

特別なければ進ませてもらいたと思います。(1)についてはよろしいでしょうか。

次に報告の(2)、令和6年度消費生活に関する意識調査の結果について、事務局から説明をお願いします。

### ○藤原県民生活センター次長

それでは資料5について御説明を申し上げます。

資料5の2ページ目をお開きください。

資料5は、今年度の計画策定の参考とするため、希望郷いわてモニター200名を対象に実施し、うち169名から回答を得ました「消費生活に関する意識アンケート」の結果を取りまとめたものでございます。

以下、回答者の属性、性別、職業等を順にお話をいたしますと、年齢層は60代が約35%、それから40代と70代以上がそれぞれ18%となっております。男女別では女性がやや多く、職業別では会社員や主婦が多くなってございます。

次に4ページをお開きください。

4ページでは消費生活センターの認知度についてお尋ねをしております。

認知度については約8割という数字が出ておまして、うち利用経験ありが15%となっております。それから下段、ホットラインの188「いやや」は、6割弱が知っているという回答でございました。

次に5ページでございます。

関心のある消費者問題についてでございますが、悪質商法の手口と対策、それからネット通販などのトラブル、キャッシュレス決済や暗号資産に関するトラブルなどについて、関心が高くなってございます。

次に6ページでございます。

消費者事故やトラブルに関する情報の入手先でございます。これについてはテレビ・ラジオ、それから新聞・雑誌、インターネットの順に多くなってございます。

そして右側の7ページでございますが、トラブルに関しては、何らかの不安を9割以上感じていると言われてございます。

次に8ページでございます。消費者トラブルの相談先でございます。

多い順にセンターなど公的機関の他、それから家族、そして友人知人といった順になってございます。

次に9ページでございます。9ページ以降は消費者教育についてお尋ねをした質問でございます。

その中で消費者教育について重要と感じる項目は、まず契約に関する法律知識、そしてその次悪質商法の手口と対処方法、そして相談窓口の周知という回答が多くなってございます。

続きまして10ページでございます。

10ページは消費者教育の場について特に重要と考えるもの、ということでございまして、特に学校や家庭を重要と考えるという回答が多くなってございます。

続きまして11ページ。

先ほど御質問もありました、エシカル消費についての心がけのところでございます。

その中で特に心がけて実施していることと言いますと、エコバックの使用ですとか、ごみの減量リサイクル、節水や節電といったところは広く取り組まれていて、一方でそれ以外について、まだ周知が必要な取組も多いところでございます。エシカル消費、かなり幅広い概念でございますので様々な取組がございまして。

そして次が12ページでございます。行政の取組で重要と考えるものでございます。

まず1つ、悪質業者に対する指導等の法の施行。それから、電話や面談による消費生活相談、そして情報収集や啓発といったことが挙げられてございます。

そして最後13ページ以降に、具体的な意見要望について、原文をもとに掲載をしております。

様々な多様な御意見がございましたが、例えば実際に経験したトラブルの例ですとか、あと普及啓発とか消費者教育の重要性、それからネット関係の話といったような様々な御意見をいただいております。詳細については、後程ご覧いただければと思います。私からの説明は以上でございます。

## ○望月会長

ただいまの説明について、御質問や御意見がありましたらお願いいたします。

はい、どうぞ。

## ○峠館絵里委員

資料の8ページの(3)、あなた消費者トラブルに関して困っていることは心配事があった場合どこに相談しますかっていうところで、私も1個経験したことがあって、カードが別の人に使われていたということがありまして、そのときにまず浮かんだのは、この消費者相談センターではなくてカード会社に相談するっていうのが浮かんだんですけども、それは1から12に関して、どうどこに含まれるのかなってちょっと思ったんですが、誰か回答いただけると幸いです。

○藤原県民生活センター次長

9の「民間の相談窓口」か、11の「その他」のどちらかになるかと思えます。

○峠館絵里委員

ありがとうございます。

そういうことが具体的なトラブルがあったときに、ここのセンターが何か浮かばないっていうところがちょっとあるなと思いました。すいません感想です。

○望月会長

よろしいですか。他に何かありますか。無ければ進めたいと思えます。

6 その他

○望月会長

次に6、その他に移ります。事務局から何かありますか。

○藤原県民生活センター次長

次回の審議会でございます。来年の1月末から2月初め頃の期間で開催を予定してございます。次期岩手県消費者施策推進計画の答申案について御審議をいただきたいと考えております。時期が近づきましたら改めて御案内の方をさせていただきます。

なお、審議会資料につきましては、毎回事前に委員の皆様あてに送付させていただいているところでございます。今回は答申案の審議でもございますので、いつもより若干早目に資料を送付させていただければと考えておりますのでよろしく願いいたします。

○望月会長

まだ若干時間に余裕がありそうですので、これまでの部分も含めて、他に委員の皆様から何か御意見、御質問等ありますでしょうか。

○武田哲委員

どうも様々御説明ありがとうございました。

まずは、実際今、最も気をつけている、市にとって今一番気をつけていることは、やはり吉田委員からもありましたけれども、子供たちの教育です。

どうしてもインターネットであったり、それからあと、お金の価値がわからない子供たちが増えてきているかなっていうふうに思っています。

やはり、自分で支払うことそれからあと両親がスマホでキャッシュレス決済しているのを見て、お金の価値の教育ってもう一度見直していかないと、どこにどうお金が回って、誰に回って、どこで消費、どんなふうに回ってるかっていうところを実際イメージするような教育も必要なのかなと、実は感じているところです。

やはり両親が携帯でピッとやっている姿って、あれってお金じゃなく見えてしまうの



で、それがどこに、どんなふうに戻ってるかっていうところをですねこれからの子供たちの教育にとってはすごく必要なのかなと思ってます。

あわせて、闇バイトは先日も中学生がバーンを持っていて捕まった事案もありました。

まずは、本当にインターネット、様々な形態であったり、消費者というかこれからの子供たちの生活ということと、それからあとお金の価値とか、そういったところもう一度やっていかないと、ちょっと大変かなというふうに感じているところがあります。

是非とも、そういった観点からも、これからの消費者教育の部分で、スタートの部分で、お金って何かっていうところをですね、是非いろんな形で一緒になって考えていければと思っておりますので、よろしく願いいたします。

### ○角田信子委員

この前いろいろ資料をいただいたものを、私が開催しているサロンの中で、お見せしたり、ちょっとお話をしたりしたらば、やっぱり関心を持っていただいて、そういうことあるのねっていう、気をつけなきゃねっていうのがありましたのでこれからもちょっと折を見て必要なのがあったら、提供したいなと思ってます。

その集まりの中で、この頃「終活」ということが話題になっているので、お一人様になったとき、その自分が亡くなった後、財産を処分とか片付けてくれるというものについての説明みたいな、そういう集まりがあったんです。それって安全なのかな。

その切り口が歌とかなんから始まって、人を集めて、そしてそういう話題になってくってということらしいんですよ。参加者は少なかったっていうことでしたけど、そういうのが増えてくるのかなと思うので、ちょっと様子を見ていただければなと思います。

問題が起きてからでは心配なので、よろしく願いいたします。

### ○今県民生活センター所長

委員おっしゃるとおりそういったのも、最近ですね、直接うちの方に御相談はまだないんですけども、これから増えていく可能性もありますし、あとは、何か消費者トラブルに関わりそうな不安なこととかっていうのは、例えばセンターの方に情報提供という形でもお話をいただければ、それが自動的にうちの県だけじゃなくて、各県でこういう、何かトラブルになりそうなケースがありますというのを、県民の方から情報提供いただくこともできるんです。

それをシステムに入れて、国の方ではこういうのが全国的に広がってくれば、これはやっぱり何とかしなきゃいけないとかですね、そういった情報を集約して例えば消費者庁の方で、見守り新鮮情報みたいな感じで出す場合もございますので、そういった情報提供についてもセンターの方にお寄せいただくと、非常にありがたいかなと思ってます。よろしくどうぞお願いします。

### ○望月会長

ありがとうございます。他に何かありますでしょうか。

### ○松岡勝実委員

私の方から要望といいますか、前回も似たような主張をさせていただいたんですけども、私も最近若い方々といろいろお仕事もさせていただいているのですが、若い方々ってというのは話にも多少触れてきましたけども、非常にSNSとかいう中で活動をし、SNSの中で情報を得、また非常にSNSの広告で仕事をしているんですね、実際には。

ちょっと、私の思考として、やっぱり1つの職場に入ったり、あるいは一生勤め上げると。でも、今の若い人の発想ってというのはもう、いわゆるネット上の中で、いろんな仕事を展開し、いろんなセミナーをやったり、とにかくいろんなことをやっている。それはそれで悪いことではないと思うんですが、同時にいわゆる詐欺的な、さっきお話ありましたけど、そういうような仕事も、もう非常に混在をしていると。

要するに、私ですら非常に引っかけりそうなることもよくあるんですけど、情報SNSの情報リテラシーっていうのも上げていかないといけない。結局、特殊詐欺のお話も、先ほどの委員からも出ておりましたけども、ちょっと私も学生に、例えばですね、私AIを使って特殊詐欺の問題とか出してるんですけども、高大連携で高校生もいるんです。ちょっと高校生なんか回答弱いんですね。

大学生ぐらいになると、多少情報リテラシーが上がって気をつけるんですけども、ですから、成年年齢が下がっているということもあって、高校生が多重債務になったり、あるいは重要な自宅の情報とかいろんなものを取られたりですね、もう本当にこんなことを皆さんに脅すというわけでもないんですけど、私も多少長い間、多少でも専門的な勉強していますが、実際のSNSの中で行われているそういう悪質商法詐欺的な手法ってというのは、ものすごい高度です。高度だし巧みです。

ですからそういうところを、今日、情報を共有して是非、県庁の新しい骨子案の中でもそういったデジタル化の推進に対する対応も考えていくということなので、是非若い方々の職員、特に20代から30代の職員の人たちにそういう高度なデジタルの技術を勉強していただいて、その中からは、若い人たちに対する発信なんかも工夫していただければと思います。

これ私の要望でございます。

## ○望月会長

ありがとうございます。他に何かありますでしょうか。

## ○望月会長

僕もちょっと少しだけ、始め時間が足りなかったのと思ってお話しなかったんですけど、高橋委員が少しおっしゃられたところでもあるんですけども、エシカルシヨップとかそういったもの、いろいろあると思うんですけども、今回、消費生活審議会ってということでテーマ消費者になっているので、なかなか難しいところあるのかなと思いつつなんですが、やはり企業を巻き込んでいくってことはすごく大事なところかなと。

消費者だけがピックアップされると、何となく消費者と企業の対立構造みたいな部分とかも進みがちな部分あるのかなって感じておまして、他方でエシカルってというのは1つの付加価値をつける商品にもなりうるものだと思うんですね。

エシカルに対する理解を深めるってということと同時にその企業にとっても利益に繋がると、口で言うのは簡単なことなんでしょうけど、そういうような仕組みといいますか取り組み方がきっと大事になってくる時代なのかなと思っておりまして、そう考えると、県庁として考えた場合にも部署として消費者のところだけでクリアするのも難しくなっているのかなと思ってまして。

横断的な協議といいますか、連携できるような計画な部分みたいなのがちょっと出てきた方が、時代にもう合ってくるのかなと。縦割り気味に消費者契約だけで動かすところではちょっと限界を迎えている部分もあるような印象を持っておりまして。

意見なので特に回答ということではありません。

以上で本日の議題としては終了しました。

進行を事務局にお返しします。御協力ありがとうございました。

## 7 閉 会

### ○木村県民くらしの安全課総括課長

望月会長、そして委員の皆様、本日は貴重な御意見等いただきましてありがとうございます。

本日いただいた御意見等につきましては、次期計画の検討や、日々の消費行政の推進のために使わせていただいて、消費生活行政の充実を図ってまいりたいと思いますので、引き続き御指導御鞭撻をいただければと思います。

それでは、これをもちまして令和6年度第2回岩手県消費生活審議会を終了させていただきます。