

## 令和6年度第1回茨城県消費生活審議会議事録

1 日 時 令和6年7月26日（金） 午前10時30分から午前12時まで

2 場 所 茨城県三の丸庁舎 共用会議室A

3 出席者 消費生活審議会委員

阿久津 正晴、荒木 雅也、稲垣 照美、中本 義信、狩谷 祐一、鶴長 義二、  
矢口 みどり、鷺田 美加、稲葉 伸子、鴨川 隆計、松橋 裕子

（欠席：飯村 裕子、等々力 節子、藤原 正子、岩下 由加里） 以上11名  
県側

県民生活環境部 部長 木名瀬 貴久

生活文化課 課長 佐藤 隆史、課長補佐 清水 博子 他4名

県消費生活センター センター長 海老根 功 他1名

### 4 議事の経過及び結果

#### (1) 審議会成立の報告

清水課長補佐は、茨城県行政組織条例第26条第3項の規定に基づき、委員総数15名中11名の出席があり、本審議会が成立する旨を報告した。

#### (2) 議事録署名人の指名

阿久津正晴委員長（以下「委員長」という。）は、議長として議事を開始するに当たり、狩谷祐一委員及び鷺田美加委員を議事録署名人として指名し、両委員はこれを了承した。

#### (3) 審議会の運営について

事務局は、審議会の運営について公開とする旨提案し、全委員から異議なしと認められたことから、2名の傍聴者が入室した。

#### (4) 令和5年度の消費生活相談状況について 【資料1】

<各委員及び事務局等の発言概要>

##### (委 員)

- ・消費者団体としての消費者教育の観点から、消費者にしっかり知識を持ってもらうことが重要だと思っているが、苦情件数が2万件少しあるうち、消費者の勉強不足や知識不足による苦情はどのくらいの割合か。

##### (事務局)

- ・相談者側がもっと知っていればトラブルにならなかったというケースも確かにあると思う。割合は、そのような統計の取り方をしていないので答えることはできないが、注意するポイントを啓発することで消費者側のちょっとしたミスでのトラブルが減るのではないかと考えており、啓発をしっかりしていきたい。

(委員長)

- ・消費者側が悪いというケースは、全体的な割合とすれば少ないということによいか。

(事務局)

- ・少ないと感じている。

(委員)

- ・表1の相談件数の内訳で、「合計」と「うち苦情」とあるが、苦情と苦情以外は違うのか。
- ・表によって苦情相談件数としているものと相談件数としているものがある。例えば、資料の7ページの表9では相談件数となっているが、他のところは苦情相談件数でまとめられている。もう少し言葉を整理してまとめるとよいのではないか。

(事務局)

- ・全国共通の統計的な分類で行っており、「苦情」のほかに「問い合わせ」、「要望」がある。「苦情」は、苦情が発生している場合のほか、相談者に不満がなくても既に問題が発生している、もしくは発生するだろうという場合も含めるので、相談のほとんどが「苦情」に該当する。「問い合わせ」は、買い物相談や生活知識、労働問題といった、苦情が発生していない、消費者トラブルまで発生するおそれがないものや、他の行政機関からの問い合わせや個人間で発生した消費者問題といったものを分類している。また、「要望」は「苦情」に分類することができないものである。例えば、マルチの取引の勧誘を受けているがこの業者は信用できるかという相談は、マルチの勧誘を受けておりトラブル発生の恐れがあるので「苦情」になる。マルチ事業者が販売している何々という製品は問題ないかというものは、まだ勧誘を受けていないので「問い合わせ」になる。「要望」と「苦情」の違いは、例えば、報道で悪質商法のいろいろな問題を知った、法的な規制をしてほしいという場合は「要望」になる。キャッチセールスで商品を買わされそうになったので事業者を指導してほしいというのは、何々してほしいというのは一緒だが、商品を買わされそうになったので「苦情」になる。そのように相談を分類しており、消費者トラブルになりそうな案件が多く、「苦情」が大多数を占めるという状況になっている。
- ・相談件数と苦情相談件数の表現について、資料の1ページは相談件数とそのうちの苦情相談件数であり、それ以降のページは、苦情相談件数の中から統計的な分析をしたものなので、御指摘のあった7ページの表9は苦情相談件数が正しい。訂正させていただき、次回以降は注意して整理し、資料を示したい。

(委員)

- ・表17について、助言をしたものが結構あり、それからあっせんで不調になったものが1%ぐらいあるが、その後どうなったのかはわかるか。相談をしたら最後まで解決してもらえると安心感が必要なのではないかと思うが、助言して相談者が納得してそのとおりに行ったのかどうか、不調に終わった後にどうなったのかということを知りたい。

(事務局)

- ・助言した後の結果については確認していない。例は少ないが、相談者からうまくいったという連絡がある場合もあり、そういう連絡があれば記録に残すようにしている。
- ・あっせんについては、相談員は中立的な立場で対応しており事業者に対する指導権限までではないので、事業者と相談者とで歩み寄りがみられず不調になったものは、そこで相談終了としている。

(委員長)

- ・よろしいか。

(委員)

- ・最後まで見ていただけたほうが安心かと思い発言した。

(事務局)

- ・補足だが、助言で終わった場合も、相談員は最後に、もし何かあればまた相談してください、不安になったときにはいつでも連絡してくださいと案内している。

(委員長)

- ・弁護士会で、最近の相談事例など何かあるか。

(委員)

- ・一番話題になっているのは、国際ロマンス詐欺といって、色恋沙汰などから始まって投資の話になり、多額のお金を取られるというもの。投資の仕方が海外の暗号資産の運用業者を使って本人がパスワードなどを知らず出資金の回収が難しい案件があるが、問題なのは、被害金を回収できると大々的に広告をして大量に案件を集めるが、依頼者から結構な着手金を取っただけでほとんど何もできず、逮捕されたり懲戒になったりした弁護士が立て続けに出たこと。茨城県弁護士会のホームページにも、投資・副業・国際ロマンス詐欺に代表される詐欺案件の依頼にあたってのご注意というものを載せている。
- ・工事に関する相談のうち点検商法や訪問販売によるものについて、点検をした上で工事をするというものや、保険金が出るのでサポートするというものもある。保険会社に言えばすぐに現地確認して保険金が出るものを、サポートをすと言って高額な手数料を請求する案件が数年前から増えて、いったん下火になってきたところだが、そういう類型のもので、訪問販売であれば基本的にクーリング・オフができるのだが、勧誘するときに知人を介して呼んだかたちにして訪問販売ではないようにしている案件の相談を受けており、新手のものが出てきていることも気になっている。
- ・資料 10 ページの表 15 で、対前年比でマルチ・マルチまがいの相談件数が一番減っている。数年前にマルチの件数が非常に多く、弁護士会でも弁護団を作って対応していて、主だったところが営業しなくなったりしたということもあり、減少傾向にあるのはよかった。
- ・件数的に多くはないが、20代、30代で不動産の押し売りに遭う被害が結構ある。一人暮らしのところに深夜まで長時間、連日連夜勧誘をかけて買わされてしまうというものが立て続けにあった。対症療法でできるところもあるが、場合によっては行政指導、行政処分での対応も必要になってくると思う。

(委員長)

- ・私も消費者センターからの多重債務の紹介が増えているという認識があり、原因のひとつとして体を壊したり病気になったりした方が結構多いという印象。
- ・委員から話のあったマンション投資についても、何棟も買わされるが、賃料でローン以上のものが受け取れるという話は大体出まかせで、最終的にローンが払えなくなってしまったという相談が立て続けにあった。また、真偽は分からないが、携帯電話を遠隔操作されて借入れをさせられてしまったという相談があり、実際に裁判にもなっているが、メカニズムを十分に証明できず裁判所を説得することが難しいという印象を持っている事案もある。

(5) 令和5年度の事業者指導の実績について、茨城県消費者基本計画(第4次)アクションプランに係る消費者関連施策の実施状況について 【資料2、3-1、3-2】

<各委員及び事務局等の発言概要>

(委員)

- ・8番の市町村行政職員の研修参加率について、研修動画をオンデマンドで置き、フォーム等でクイズに答えて返信してもらうようにすれば、自分のデスクにしながらにできるし、研修を受けたという実質的な数も回収できて、参加率も上がるのではないかと。

(事務局)

- ・行政職員の研修参加率については、これまで研修のオンデマンド配信等をしていなかったもので、今年度から配信を始めて、研修を受けていただきたいと思っている。内容についても、業務に身近であれば研修に参加しようという気になるのではないかと考えており、例えば国の補助金の活用事例の紹介など、自身の業務に関わりがあるような内容を考えていきたい。また、委員御提案のクイズを取り入れることについても今後検討していきたい。

(委員)

- ・ただ動画を置いておくだけでは、実際に見たかどうか確認しないとわからないが、クイズもすることによって、双方向で実際に研修を受けた人数を把握することもできると思う。

(委員)

- ・市町村によっては、相談に行政職員が全く関わらないところも結構あるのではないかとと思うので、補助金の活用方法など行政職員がやらなければならない業務に関する研修内容は意味があると思うが、消費者センターの相談内容についての研修を受けさせるのは過大な要求になってしまっているのではないかと。

(事務局)

- ・行政職員が相談業務に直接関わることはかなり少ないと思うが、相談員に過剰な要望をする方については相談員の対応を打ち切って行政職員が対応するというところもあると思うので、相談についても少しは触れていきたい。行政職員として必要な補助金等の知識などを含めれば、少しは研修の受講率も上がると考えているので、今後検討していく。

(委員)

- ・消費生活センターの認知度について、特に30代以下の認知度が低い状態なので、SNSによる広報強化や研修などでの講座の活用を働きかけて周知をしていくという説明があったが、大変重要なことだと思うので、是非そのように取り組んでほしい。
- ・一方で、電話相談や対面での相談自体が若い世代とマッチしなくなっているのではないかと。10代、20代のカスタマーサービスなどの対応を見ていると、チャットやLINEに登録してもらい、メッセージで対応するところが年々増えていると感じている。本当に便利なサービスであれば、大々的な広報を打たなくても口コミであつという間に広まっていくので、今後、消費生活センターの対応も、段階的に電話に加えてSNSあるいはチャットでの対応ができるようにしていくと、より若い世代が困ったときに本当に頼りにできるのではないかと。
- ・以前の審議会で、消費者庁でSNSを活用した消費生活相談の実証実験をしているという説明があったが、その結果はどうなっているか。時代の流れとして、広報だけでなく相談対応自体もSNS等を活用したかたちに移行していただけるとよい。
- ・エシカル消費のキャンペーンについて、ホームページなど、非常にやわらかいビジュアルと

表現によって、エシカル消費の難しい、硬いというイメージを払拭し、親しみやすく表現しているのは素晴らしいと思う。キャンペーンのクイズにも毎回チャレンジしているが、クイズに答えるという一過性のものでなくて、普段の生活の中でもこれはエシカル消費かなとふと考えたり、意識を高める機会があることを自覚している。頻度が少し開いてしまってもよいので、こういう日常の中で考える機会を増やせるキャンペーンを継続してもらえれば、意識の底上げになっていくのではないか。

(事務局)

- ・消費者庁の実証事業の結果について、資料を確認し、次回の審議会で報告させていただく。
- ・相談は基本的に電話で受け付けているが、まれに相談のメールが届くことがある。しかしメールでは、契約の時期や契約書の有無、契約内容、契約当事者、契約額などの詳しい情報が聞き出せず、また、契約の背景や状況によってアドバイスが変わってくるので、メールで相談があった場合には、申し訳ないが改めて電話で相談いただけないかと返信している。ただ、委員のおっしゃるとおり、今後SNSが更に普及していくと、そういったかたちでの相談を求める方も来ると思うので、これから検討していきたい。
- ・また、国民生活センターでは、FAQで特定のトラブルに遭った方がキーワードや選択肢を選んでいくとアドバイスにたどり着くウェブページを作っているのも活用いただけるよう啓発していきたい。

#### (6) 消費生活審議会における御意見への対応について 【資料4】

<各委員及び事務局等の発言概要>

(委員)

- ・年代別に、高齢者や若者、高校生と、それぞれの消費者に対して的確なアプローチや必要な情報を流していくことがとても重要である。あわせて、今回、県央地域や県北地域のタクシー会社にステッカーを配布するという話があったが、茨城県を見たときに、暮らし方は県北地域と県南地域では大きな違いがあるように思う。やはり消費生活の仕方は県内一律ではないと思うので、地域別でのアプローチの仕方も、今後の消費生活を豊かにする上で、ポイントポイントでとらえたらよいと感じたので、対応をお願いします。

(議事終了)