

令和5年度第2回

千葉県消費者行政審議会

議事録

日時：令和5年10月30日（月）

場所：千葉県自治会館9階第1会議室

## 1. 開 会

【司会（小泉くらし安全推進課主査）】 それでは、定刻となりましたので、令和5年度第2回千葉県消費者行政審議会を開催いたします。

私は、本日の司会を務めさせていただきます環境生活部くらし安全推進課消費者安全推進室の小泉です。どうぞよろしくお願いいたします。

## 2. 挨拶

【司会】 それでは、初めに亀井生活安全・有害鳥獣担当部長から御挨拶を申し上げます。

【亀井生活安全・有害鳥獣担当部長】 担当部長をしております環境生活部亀井でございます。

委員の皆様方におかれましては、日頃、消費者行政の推進に御支援、御協力を常々賜っておりますことに、まずは感謝申し上げます。また、本日はお忙しい中、御出席をいただきまして、心から御礼申し上げます。

さて、今年度の審議会でございますが、大きなテーマとしまして、次期消費生活基本計画について御審議をいただくこととしておるところでございます。今回は、今年度第2回の審議会となっております。前回、7月でございますが、こちらの審議会におきましては、計画、こちらの骨子案につきまして、それぞれの専門的なお立場から御助言等を頂戴したところでございます。前回の審議会の後、県のほうでは、本日お手元のほうに参考資料としてお配りしております令和4年度の消費生活相談の概要について、こちらのほうを取りまとめて公表したところでございます。

また、デジタル社会の進展と消費者トラブル、こういったことをテーマとしまして講演会、こちらのほうを開催しております、当日は多くの県民の方に御参加をいただいたところでございます。

今申し上げました相談の概要、あるいは講演会のテーマもそうなのですが、デジタルですとかインターネット、いわゆるDXの進展というのが、ちょっと前はなかなか想定をし得なかった状況というふうに考えております。

こういった昨今の状況を踏まえまして、こういったことを念頭に置きつつ前回の審議会での御意見、御助言等を頂戴したことを踏まえまして、計画の原案を今回、取りまとめたところでございます。本日、皆様には忌憚のない御意見、御提案をいただきたく、よろしくお願いいたします。また、本日も長時間にわたるかと思いますが、よろしくお願いいたします。簡単でございますが私からの挨拶とさせていただきます。

本日はよろしくお願いいたします。

### 3. 委 員 紹 介

【司会】 次に、今年度から委員となられた尼崎委員が前回は御欠席でしたので、御紹介いたします。

今年6月から労働者福祉協議会の尼崎様が委員となりました。よろしくお願いいたします。

【尼崎委員】 お願いします。

【司会】 また、本日、柿沼委員はオンラインでの御出席です。御了承ください。

なお、事務局職員は出席者名簿のとおり出席しております。よろしくお願いいたします。

議事に入ります前に申し上げます。審議会につきましては、千葉県消費者行政審議会議事運営規程第15条により、原則公開となっており、議事録につきましても公開していくこととなります。本日は、皆様の机の上にマイクとICレコーダーを置いておりますが、議事録作成のためですので御了承ください。

審議会につきましては、非公開の決定をしたときは非公開とすることができます。本日は、特に個人情報を含む議題や資料、その他非公開にすべき理由はないと思われまので、本日の会議は公開することとしてよろしいでしょうか。

〔「異議なし」との声あり〕

【司会】 ありがとうございます。異議がないものと認めますので、本日の会議は全て公開することとします。

本日は1名の傍聴希望者がいらっしゃいます。入場していただきます。お待ちください。

<報道機関、傍聴人入室>

【司会】 これより、次第に基づきまして審議に入らせていただきます。本日の審議会には13名中半数以上、12名の委員の皆様にご出席いただいておりますので、千葉県行政組織条例第32条第2項の規定により、会議が成立しておりますことを御報告申し上げます。

なお、本審議会は千葉県消費者教育推進地域協議会の役割を兼ねることとなっておりますことを申し添えます。

それでは、議事に入ります。

議事進行は、千葉県行政組織条例第32条第1項の規定により、小賀野会長にお願いします。

小賀野会長、よろしくお願いいたします。

【小賀野会長】 よろしく申し上げます。

まず最初に、亀井部長さん、御挨拶ありがとうございました。部長さんの御挨拶にもありましたように、本日は基本計画の原案について、委員の皆様から皆様の御審議をいただくこととなっております。

#### 4. 議事録署名人選出

【小賀野会長】 それでは、次第に従って議事を進めます。

初めに、議事録署名人の選出でございますが、議事運営規程により、私から指名させていただきます。

議事録署名人を岩井委員、それから尼崎委員のお二人にお願いします。岩井委員、尼崎委員、よろしいでしょうか。

〔「はい」との声あり〕

【小賀野会長】 ありがとうございます。

#### 5. 議 題 等

##### (1) 第4次千葉県消費生活基本計画原案について

【小賀野会長】 それでは、議題に入ります。

まず議題1、第4次千葉県消費生活基本計画原案について事務局から御説明をお願いいたします。なお、質疑等は議題説明の終了後にまとめて行うことといたします。

では、よろしくをお願いします。

【熊本室長】 くらし安全推進課消費者安全推進室長の熊本でございます。着座にて御説明させていただきます。

本日は、先ほど会長のお話にもありましたとおり、7月20日の第1回審議会にて御審議いただきました、次期消費生活基本計画の骨子案につきまして、委員の皆様からいただきました御意見を基に事務局内で検討を行いまして、必要に応じて変更させていただいたものに、取組事項に対する説明を付け加えました原案として提示させていただいたところでございます。本日は、この当該原案に対して改めて御審議をいただこうとするものでございます。

資料の1から4につきましては、冒頭司会からもお話しましたが、事前に送付させていただき、お目通しいただいていることと思っておりますけれども、改めて資料に沿いまして御説明をさせていただきます。

なお、原案につきましては、骨子案から踏襲している内容も多く、また資料1において、原案の全体説明及び取組事項に対する説明文を記載しているところでございますが、まず、資料2から4によりまして、前回審議いただいた骨子案からの変更点、こちらを先に説明させていただき、その後、資料1において具体的な取組事項に関する説明をさせていただければと考えているところでございます。

御意見につきましては、先ほど会長からもお話がございましたが、説明後にいただければと思っておりますので、どうぞよろしくお願いたします。

それでは、早速でございますが、お手元の資料2を御覧ください。

今回提示させていただいた原案において、前回の骨子案からの変更案を記載した資料となっております。資料の左側が変更があった項目、真ん中が変更の理由、右側が備考として、前回審議会での御意見によるもの、また、事務局内部で検討の結果修正したものの別を記載しているところでございます。

まず1つ目の項目、指標に関する変更案でございます。

前回骨子案におきましては、資料2、備考に記載のとおり、指標項目が適切であるかの検討とか、論理関係がはっきりしない指標について整理してもらいたいとの御意見をいただいたところでございます。

事務局内でも様々な検討、特に前回審議会での御意見のありましたロジックモデル的な指標を作成できるかどうかという点での検討をさせていただいたところなんですけれども、最終目標に至るまでの個別の指標の設定、また、それぞれの指標を関連づけるための分析には、時間をかけての研究が必要であるとの結論に至ったところでございます。

このような状況でございますので、ロジックモデル的な指標の提示につきましては、現状困難な状況でございます。ですので、資料2の真ん中の骨子案からの変更点にもごさいますとおり、どのような指標が望ましいか、次期計画策定後も次の第5次計画に向けまして検討課題として捉えているところでございますので、この点につきまして御理解をいただければと思います。

このため、本日は、次期計画に係る指標案といたしましては、骨子案からの指標を集約して、一定の項目について整理したものを御提示させていただいたところでございます。

その資料につきましては、資料3になりますので、こちらを御覧いただければと思います。

こちらは、ただいま御説明しましたとおり、骨子案からの整理を行った指標案を掲載した資料となっております。図の左側に現行計画である第3次計画、右側に、変更案としての第4次計画の指標を記載したものとなっております。

また、ちょっと見づらいんですが、矢印でございます。この矢印、今回指標を集約した関係で、第3次計画の指標が第4次計画のどの指標となったかを示したものとなっております。

具体的な説明に入る前に、言い回しの問題なんですけれども、資料中の用語について、第3次計画と今回の原案で変えた部分がございますので、こちら御説明させていただきたいと思っております。

左側の第3次計画では、一番上のところ、左側のところなんですけど「最終目標」という表記をさせていただいておきまして、以下5つの「基本目標」として表記しておるところでございます。今回、原案につきましては、右側のとおり、目指すべきものとしての意味合いは変わるものではないんですけれども、目標というよりも施策という意味が強いという意見が事務局内にもございまして、検討させていただいた結果、第3次計画の「最終目標」とし

ている箇所を次期計画案では「計画全体」と表記し、同じく「基本目標」としているところは「基本施策」という表記に、それぞれ変更しているところでございます。

それでは、指標の具体的な変更案の説明に入らせていただきます。

まず、指標の分類として、第3次計画では、先ほど申しましたとおり5つの基本目標に対応した指標として分類しているところでございますが、原案につきましては、こちらも前回の骨子案に提示させていただいたとおり3つの基本施策に集約した関係で、指標につきましても、この3つに対応する形で集約しているところでございます。第3次計画の指標が原案のどの指標に該当するかは、それぞれ色分け及び矢印でお示ししているところです。

例えば、左側の第3次計画案で薄い黄色で色分けしております基本目標1の「消費者トラブルにあったときに「安心して相談できるところがある」と思う県民の割合」、こちらは矢印をたどっていただきますと、右側の原案の同じ薄い黄色の部分、基本施策1の「消費者トラブルにあったときに、市町村の窓口など「安心して相談できるところがある」と思う県民の割合」の指標に該当するというような具合でございます。

資料の色分け及び矢印のとおり、第3次計画の基本目標1の指標のうち2つと、基本目標3の指標のうち2つを右側、原案の基本施策の1の指標に、基本目標2の3つの指標と基本目標3の指標のうち1つの指標を基本施策の2の指標に、また基本目標4の指標のうち1つと基本目標5の指標のうち1つを基本施策の3の指標に、それぞれ分類し直しているところでございます。

以上が、集約したものになります。

次に、資料の左側、第3次計画の指標のうち、削除したものについて御説明いたします。

白色の項目、欄外右に記載のとおり、こちらが原案において削除したものという形になります。

削除した理由としましては、同じ資料の右側の米印の1から4に記載のとおりでございますが、それぞれ説明いたしますと、まず、基本目標の1の3つ目、「市町村における消費生活相談窓口の開設日数（週平均）」につきましては、今後、また後ほど説明させていただきますが、国でも相談体制についてはDX化を進めていく方向でございまして、また、現行、国でも開始しており、県でも5月から開始したところでございますが、メールでの相談、また、県ではまだ実施していないところなんです、SNSでの相談体制の実施といった、電話・対面以外での相談手段の体制整備について進められているところでございます。また、同じく国で検討している相談体制の広域化、こちらにつきましては、個々の市町村ではなく県全体、さらには消費者庁の説明では、県を越えて相談ができるような遠隔相談の体制づくり、また、テレワークでの相談体制を推進していくというお話でございましたので、個々の市町村の窓口開設日の平均という捉え方では、今後、目指していく相談体制の実態と乖離していくのではないかと考え、削除させていただいたところでございます。

次に、第3次計画の基本目標4の2つ目、「特商法及び条例に基づく行政処分件数」及び基本目標5の2つ目、「食品営業施設の監視指導実施件数」については、処分、指導の件数

を指標とするものですが、特に「食品営業施設の監視指導実施件数」こちらにつきましては、前回審議会でも立入件数の数値が激減した点について触れたとおり、法改正により数値が極端に変動する可能性がございます。この点から指標として適切かどうかという観点、また、この2つの指標について、指導処分件数の増加の持つ意味が最終的な目標から見まして改善には必ずしもつながっているかどうかという判断ができないこと。例えば、指導件数が増えるということは悪質業者が増えている、暮らしやすい状況から遠くなっているとも取れるような意味合いもございますので、件数の増減による良し悪しをはかれないことを理由にいたしまして、今回削除したいと考えているところでございます。

最後の基本目標5の3つ目、「住生活に関する県民の満足度」ですが、こちら、住生活全般について世論調査において、住まいに限らず環境や地域社会などの様々な変動要因をまとめて調査を行っているところでございます。このような性質上、結果の数値に関する分析がちょっと困難だというようなことが考えられましたので、今回、削除させていただいたところでございます。

以上が、次期計画案の指標として整理した結果、削除した項目となりますが、ほかに指標の項目は変わりませんけれども、目標値の取り方を変更したもの、また今回、新たに指標として新設したのもございますので、こちらについて御説明させていただきます。

まず、目標値の取り方を変更したものについてですが、資料の薄緑で色分けされた項目の「消費者教育に関する研修を受講した教職員数」及び「消費者教育、学習の担い手研修、受講者数」につきましては、いずれも現行の第3次計画においては「基準年からの延べ人数」としているところでございます。この基準年は平成20年を指しており、そこから計画期間終了までの累計で延べ3,000人の受講を目指すという指標となっているところでございます。

この「基準年からの延べ人数」について、年々人数が積み重なっていく数値となることから、指標としてそこから読み取れる意味が分かりづらいこともあり、原案においては、次期計画期間における各年度において150人の受講を目指すという数値の取り方に変更しております。この2つの研修につきましては、現状、毎年度おおむね100名前後の受講者数であることから、消費者教育の担い手拡大の観点から、その1.5倍程度の受講者数を目指すということで人数設定をさせていただいたところでございます。

次に新設した指標については、右側、原案の薄黄色に色分けされた5つ目の項目、「消費者安全確保地域協議会が設置されている市町村数」になります。前回の審議会において、消費者被害防止のための地域のネットワークとして、同協議会の設置が目標となるべきとの御意見があったこと、また、国も近年は同協議会の推進に注力していること、県内において設置している市町村数がまだ4市と少なく、県としても今後注力していくべき分野であると認識したことなどから、原案において新たな指標として設定させていただいたところでございます。

なお、この目標値につきましては、先ほども述べましたとおり、同協議会の設置市町村数

がまだまだ少い実情を踏まえまして、同協議会の意義についての理解をまず進める必要があること、その上で市町村への設置の取組を促す必要があることを鑑みまして、具体的な数値ではなく、「増加を目指す」旨の表記とさせていただいたところです。

以上が指標に関する変更案となります。

また資料2に戻っていただきたいと思います。こちらの2つ目以降の変更点についての御説明に移ります。

以降の変更点につきましては、前回審議会の御意見を受けて変更したもの、また、事務局内で前回から今回までの検討を進める中で変更を追加したほうがよいのではないかとの結論に至ったものを、資料4「計画の体系図」に落とし込んだものとなっておりますので、説明に当たりましては、両方の資料を見比べて進めさせていただきたいと思います。

その前に、資料4の構成を説明させていただきます。こちら骨子案、原案を比較した体系図となっております。資料の一番左でございますが、こちら、計画の施策の大項目として3つの基本施策を記載しております。こちらにつきましては、骨子案からの変更はございません。その右、骨子案における施策の中項目としての施策展開の方向性を、さらにその右は小項目としての具体的な取組を記載してございます。

同資料の右側、こちらは今回御審議いただきます原案の施策の中項目である施策展開の方向性及び小項目の具体的な取組を記載しているところでございます。

これから御説明します骨子案からの変更箇所と資料4との関連ですが、まず資料の赤字部分、こちらにつきましては、骨子案から原案において文言の修正や追記を行ったものになります。また、小項目の具体的な取組のうち、薄い黄色、薄緑、水色で色分けしたものは、骨子案の複数の取組を1つの取組に整理したもの、オレンジ色で仕分けしたものは、骨子案にはなく、今回の原案で追加した取組となっております。

また資料2に戻らせていただきます。項目の2つ目についてになります。

こちら、ただいまの資料4でいいますと、骨子案の基本施策の1、消費者被害のネットワーク強化の中項目、施策展開の方向の(1)相談体制の充実における具体的な取組のイ、また、同じく中項目(4)の見守りネットワークづくりの具体的な取組のア及び基本施策の2消費者市民を育む教育の推進の中項目、施策展開の方向(2)消費者教育や地域の活動を担う人材の育成における具体的な取組のカが該当する項目にそれぞれなります。

資料2の右側の備考欄にございますとおり、前回の審議会において、障害者、高齢者という言葉が表記に入っていない項目もあるので、全ての消費者を対象とした記載をお願いしたいという御意見があったところでございます。このため、資料2真ん中の骨子案からの変更点等のおとり、計画の体系図における表記は資料4の右側、原案の基本施策1の施策展開の方向(1)のウの項目の赤字のおとり記載することとし、その他の該当する取組項目については、後ほど説明させていただきますが、資料1の具体的な取組の説明の中にそれぞれ入れて表記するというような形で変更するような案となっております。

資料2に戻りまして、3つ目の項目、資料4で見ていただくと、左側、骨子案の基本施策



1の方向性(2)の具体的取組のエになります。こちら御意見といたしまして、消費者団体への活動支援についていただいたところでございます。支援を行うことの重要性を考慮して、資料2の骨子案からの変更点等及び資料4の右側、原案の基本施策1の(2)の具体的な取組のエの赤字部分のとおり、「消費者団体との連携」という文言を新たに記載した案となっているところでございます。

続いて、資料2に戻りまして4つ目の項目に移らせていただきます。こちらは事務局で修正したものになります。骨子案からの変更点等でも、また、資料4の左側、骨子案の基本施策1の(4)の表記のとおり、「安全・安心ネットワーク」とあるところ、こちらの表記につきましては千葉県独自の表現となっていたことから、同じような取組に関して国や他県でも使用している「見守りネットワーク」という表現に修正したところでございます。4つ目の項目は以上になります。

資料2の5つ目の項目に移らせていただきます。

ただいま説明した4つ目の項目と同じ取組になるんですけれども、ただいまは表記の変更に関する説明について御説明させていただいたところですが、こちらにつきましては分類を変更したものになっております。資料4では左側、骨子案の基本施策1の(4)として2つの具体的な取組を挙げておりますが、前回、消費者安全確保地域協議会の設置を目標にすべきであるとの御意見をいただき、先ほどの原案の指標においても同協議会の設置促進に向けた項目を追加した旨、御説明させていただきました。

また、地域の見守りネットワークを発展的に活用し、同協議会の設置を促進することについて、国も積極的に進めているところでございますので、2つの取組を1つにまとめ、資料4の右側、原案における基本施策1の(4)の赤字表記とおりの取組として変更しているところでございます。

再び資料2になります。1枚おめくりください、項目の6つ目の御説明をさせていただきます。

こちら資料4との比較でいきますと、まず資料4の左側、骨子案の基本施策2の施策展開の方向(1)、具体的な取組のウとして、保護者に対する消費者教育や情報提供の充実として挙げている項目になります。

前回審議会におきましては、資料2の備考でございますとおり、平日に保護者を集めるのは難しく、その消費者教育はどうするのかとの御意見をいただいたところでございます。骨子案からの変更点等に記載のとおり、資料4、体系図内における具体的な取組としての文言には変更ございませんけれども、具体的な取組についての説明、先ほど申しました資料1になります。こちらで時間、場所を選ばないようなウェブサイトの活用によりまして教育機会の確保を図る旨を記載しいたしまして、時間を気にすることのない消費者教育の機会確保を図ろうというような表記にさせていただいたところでございます。

また資料2にお戻りいただきまして、続いて項目の7つ目、こちらの御説明に移りたいと思います。

こちら事務局での修正といたしまして、資料4でいいますと、左側骨子案の基本施策2の施策展開の方向(2)の具体的な取組のウ及びエ、薄緑色の部分になっているところですが、こちらの骨子案からの変更点等に記載のとおり、消費者教育コーディネーターは消費者教育に携わる機関・団体との調整を行う役割があり、項目としては一体となるものから、資料4の右側の原案の薄緑の部分のとおり、消費者教育コーディネーターによる教育の推進という項目として統合した案をお示しさせていただいているところがございます。

次に、資料2の項目の8つ目になります。

資料4でいいますと左側、骨子案では基本施策の2、施策展開の方向の(2)の具体的な取組のウ、オ、カについてでございます。前回審議会で、コーディネーターやサポーターを育成した後のフォローアップについての取組もお願いしたいという御意見がございました。

資料4による文言の修正、こちらも特にございませませんが、こちら後ほど説明いたします資料1の取組の説明において、それぞれ講座受講後のフォローアップの実施に取り組む旨を記載させていただいたところがございます。

次に、資料2の項目の9つ目になります。資料4と見比べていただきますと、資料4でいうと左側、骨子案では基本施策の2、施策展開の方向の(2)の取組のオですが、資料2の備考欄にあるとおり事務局からの修正案になります。修正箇所は、同資料骨子案からの変更点のとおり、具体的な取組の表記に、シニア応援団とともに地域の活動を担う重要な人材である消費生活サポーターの育成も必要であると思われましたことから、資料4の右側、基本施策の2、施策展開の方向(2)のオのとおり赤字で追記したものとなっているところがございます。

次に、資料2の項目の10番目でございますが、こちら事務局からの修正案になります。かつ新たな取組として追加させていただきたいと考える項目になりまして、資料の4で見ますと、こちら左側の骨子案に表記はなくて、右側原案の基本施策2の施策の方向性(3)の具体的な取組のウ、オレンジで色分けした項目が該当いたします。

本件を追記した理由になりますけれども、資料2の真ん中、骨子案からの変更点に記載のとおり、近年の様々なハラスメント対策の中で、顧客側の企業に対するクレームが行き過ぎて迷惑行為に至るカスタマーハラスメント、いわゆるカスハラについて注視されているところがございます。令和4年2月におきましては、国がカスハラ対策についての従業員向けマニュアルを作成いたしまして、従業員へのケアに関して企業への対応を要求するなど、対策の重要性が増している状況がございますので、企業側のみならず、消費者からの自発的な行動として、売手に対して正しい意見を述べられるように啓発や消費者教育の中で触れていく必要があると思われたことから、今回新たな取組として追加させていただければと考えたところがございます。

資料2でございますが、また1枚おめくりいただければと思います。

項目の11番目になりますが、こちら事務局からの修正、具体的な取組の追加案という

形になりますので、先ほどの項目10と同様、資料4におきましては左側の骨子案に記載はなく、右側原案の基本施策3の施策の方向性(4)のイとしてオレンジで色分けした項目としております。こちらにつきましては、資料2の骨子案からの変更点等のおり、現行計画の中では具体的な取組として記載しておりませんが、担当部署にて実施していた事業である「ちばエコスタイル」につきまして、消費生活と切り離せないごみの削減を、身の回りを通じて実践していく内容が基本施策の内容とも大きく関わることを考え、資料4の右側、原案のおり、具体的な取組において明記したいと考えているところでございます。

続きまして、資料2の項目の12番目になりますが、こちら事務局からの修正案として挙げさせていただきました。見比べていただく資料4では水色に色分けした部分、左側の骨子案では基本施策の3、施策展開の方向(1)の具体的な取組のア及びイになります。資料2の骨子案からの変更点等に記載のとおり、適正な業者活動の促進を前提としつつ、違反を行う業者に関係法令による指導、処分を行っていくことは一体的な内容と考えましたことから、資料4の右側、原案において水色で色分けのとおり、1つの項目として統合した案としてお示しし、適正な事業活動の推進につきましては、またこの後も説明させていただきますが、資料1のほうで触れさせていただいているところでございます。

次に、資料2の13番目の項目に移ります。こちら事務局からの修正案になります。具体的な取組の分類の変更及び統合案となっているところでございます。見比べていただく資料4でいいますと左側、骨子案では基本施策の3、施策展開の方向(1)の具体的な取組のウ、灰色で色分けした項目ですが、資料2の真ん中、骨子案からの変更点に記載のとおり、まず、「法令順守に関する意識の醸成」という内容について、施策展開の方向(2)における取組のエの言わば前提となる内容になるため、矢印で示しましたとおり資料右側、原案の取組に含めた案として提示しているところでございます。

次に、資料2の14番目の項目でございます。悪質業者の取締り強化に関して、骨子案からの変更点に記載しましたとおり、具体的な取組の項目に警察の表記を入れてもらいたいとの御意見を受けたところでございますので、こちらについて追記した案となっております。資料4で見ますと、左側骨子案の基本施策3の施策展開の方向の(1)の取組のエについて、右側原案での同取組中に赤字表記のとおり警察の文言を追記しているところでございます。

資料2、変更点の最後になります。15番目の項目になりますけれども、事務局からの修正案で具体的な取組への追記案ということになります。見比べていただく資料の4では、左側骨子案には記載はなく、右側原案の基本施策3、施策展開の方向の(2)の具体的な取組のカ、オレンジ色で色分けした項目となります。

追記の理由としましては、資料2の骨子案からの変更点等の記載のとおり、現行計画においては具体的な取組としての記載はしておりませんが、担当部署にて事業として取り組んでいたものであり、令和4年度に改正公益通報者保護法が施行されまして、通報体制の整備や通報範囲、内容の拡大等が定められたことで、消費者側に立った企業側の自浄作

用を促す意義があることや、直近ではビッグモーターにおいて内部通報制度が機能していないこと、これに対して消費者庁が是正勧告を行うなど、企業側への周知啓発等の働きかけがより必要となっている、こういうこともございますので、次期計画案において、具体的な取組として追加することについて提案させていただきました。

以上、駆け足になりましたけれども、骨子案から原案への変更点の御説明となります。こちらについて、後ほど御審議いただければと思います。

次に、次期計画案全体の概要及び具体的な取組事項として、どのように取り組んでいくかの説明に関して、資料1で流れを御説明させていただければと思います。

まず資料1、1枚おめくりいただきますと、1ページということで、基本的な考え方を記しているところでございます。あと、計画期間も記しているところでございますが、いずれも、こちらは骨子案から特段変更ございませんので、説明につきましては割愛させていただきたいと考えております。

次に、資料1の2ページから4ページになります。

こちらは、現行計画における消費者を取り巻く社会情勢に関する説明となっております。アからオまで5つの項目がございますが、こちら骨子案からは変更はございませんので、改めての項目そのものの説明は割愛させていただきますが、原案として背景となる数値や事象を加えておりますので、何点か補足をさせていただきたいと思っております。

まず2ページのイでございます。成年年齢の引下げにつきましては、御存じのとおり、令和4年4月から引き下げたところでございます。これに伴いまして、18歳、19歳の者が「未成年者取消権」を行使できなくなったこと、こちらを記しているところでございます。

資料1枚おめくりいただきまして、3ページになります。ウの、グローバル化・デジタル化の進展の項目でございますが、こちら、国内の規制が及びにくい海外からの直接取引の増加、あるいは電子商取引、またはデジタルプラットフォームの拡大を、グローバル化・デジタル化の進展における事例として記載しているところでございます。

続いて4ページに移りまして、社会環境の変化のところでございますが、これが5番目ですね。持続可能な社会の実現に向けた機運の高まりというところで、SDGsの国際目標が示されたこと、それに伴う事業者、消費者の意識や行動の変革が肝要となってきていること、また、持続可能社会の機運の高まりの事例として、こちらにつきましては記載させていただいたところでございます。

資料をおめくりいただきまして、次の5ページから11ページは、現行計画で定めた5つの基本目標をアからオとして記載しまして、そのそれぞれの丸につきましては、目標の施策の方向性を記載しているところでございます。こちら前回お示しのものから変更はございませんが、こちら各施策の方向性において、取り組んできたこと、また課題を新たに付け加えておりますので、補足という形これについて御説明させていただければと思います。

まず5ページ目でございますが、相談体制づくりということで、相談員の資質向上の研

修を行った一方で、担い手不足という問題点があること、また、多様な消費者、多様な方法による相談を実施しつつも、さらに拡充を図っていく必要があることをお示ししているところでございます。

また、こちら、5ページの3つ目の丸なんですけれども、本年5月からメールでの相談を始めておりました、前回の御意見の中で、メール相談の状況について教えていただきたいというものがございました。ちょっとこの場を借りまして9月末時点の状況に関しまして、消費者センターの武内所長よりこの点について御回答させていただきたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

**【武内消費者センター所長】** それでは、参考資料の3を御覧ください。

メール相談、5月8日から始めまして、9月末現在で113件の相談がございました、それを少し取りまとめましたので御報告いたします。

まず、図の1を御覧ください。

年代別の相談割合ですけれども、40代が19.5%、最も多く、次いで50代が18.6%、30代が16.8%、20代が15.0%になっております。

曜日別の件数の割合でございますが、図の2を御覧ください。曜日別の相談件数の割合は、水曜日が21件、18.6%、最も高く、次いで火曜日が20件、17.7%、日曜日が17件、15.5%となっております。

図3を御覧ください。時間帯別の件数割合ですが、まず電話相談の受付時間外となっております17時台から朝の8時台が66件、58.4%、受付時間内の9時台から16時台が47件、41.6%となっております。時間帯別では、朝の11時台が15件で11.5%と最も高く、次いで19時台が10件で8.8%、23時台が9件、8.0%となっております。

以上でございます。

**【熊本室長】** それでは、また資料の1に戻りまして、御説明を続けさせていただきたいと思っております。

資料1の6ページになります。

消費者被害の防止に向けた情報の収集・発信とか、見守り活動を担う人材育成に取り組んだ一方で、新卒の被害相談の周知、また、被害防止のネットワークの構築については、まだまだ課題となっているところがございます。

続いて、資料をめくりまして7ページになります。

こちらで、学校での消費者教育の実施や、その担い手となる職員への研修の実施等を行う一方で、成年年齢引下げに対応した若年層への消費者教育の拡充や、地域や職域といったより広範な層への教育の実施を課題として挙げているところがございます。

続いて、資料の8ページになります。

こちらはデジタル化へ対する研修・啓発やSDGsを踏まえた消費者教育といった新たな情勢変化に関する取組について努めている一方でございますが、課題としては、日々進化するデジタル上での消費行動、さらに新たな価値観が生まれてきている環境に配慮した

消費行動、これらへの啓発や教育が必要となることを挙げているところでございます。

資料、おめくりいただきまして、9ページになります。

9ページは、悪質事案への指導体制の強化のために、近隣5都県との会同指導等、協力体制の構築に取り組んでいるところでございますが、こちらも引き続き国や地方自治体、警察との連携強化が必要となる点を課題としているところでございます。

続いて資料の10ページでございますが、食品、商品、サービスにおいて適正化を図るため、関係部署と連携して研修や、必要に応じた指導等に取り組んでいるところですが、こちらも引き続きの研修や指導が必要となることを課題としているところでございます。

資料をおめくりいただきまして、11ページになります。

現行計画の基本目標に係る取組・課題の最後になりますが、取組状況は記載のとおりでございますが、感染症拡大や災害といった非常時において、医療体制の確保、悪質商法への積極的な注意喚起が必要となることを課題として挙げているところでございます。

以上が、現行計画上の取組と課題という形で記載させていただいたところでございます。

次の12ページから最終ページまでが次期計画案の内容に関する記載となります。

まず、資料の12ページでございます。こちら、基本理念ということで、3点挙げてございますが、こちら、前回提示の骨子案からの変更はございません。

次に、13ページに移りたいと思います。

現行計画では、5つのものだった目標ですね。こちら、3点の基本施策という形でまとめさせていただいております。骨子案から項目については変更ございません。改めての御説明となりますが、「消費者を守る」ことを主眼とした1つ目の施策、「消費者の自立」を主眼とした2つ目の施策、「事業者への働きかけ」を主眼とした3つ目の施策と、この3つに集約したものとなっているところでございます。

次の、14ページから16ページにつきましては、今申し上げました大項目に基づく中項目としての施策展開の方向性、こちらを記載したものになります。先ほど資料4の体系図の中で示したものでございますけれども、14ページの(4)の表記が骨子案から変更された以外の変更はないことから、個々の説明については割愛させていただきたいと思います。

ページ飛びまして、17ページからになります。17、18ページは、原案における指標になります。これも先ほど変更案で説明させていただいたことから、内容につきましては17、18ページに記載のとおりといたしまして、個々の説明については割愛させていただきたいと思います。

資料をおめくりいただきまして、19ページからになります。こちらから最終ページにつきましては、体系図でいうと小項目、具体的な取組について、個別説明していったものになります。ちょっと長くなりますが、順次説明させていただければと思います。

まず、資料19ページには、3つの取組をお示しさせていただいているところでございます。記載のとおり、相談員の資質向上のための研修や、相談窓口の周知広報、多様な消費者の特性に対応した情報提供といったことについて、現行計画から引き続き取り組んでいく

ことを御説明しているところでございます。

次の20ページになります。消費生活のデジタル化の進展でございますが、こちら、指標の変更でも触れましたとおり、今後の国の動きが大きく関わってきているものでございます。また、現行取組における課題である相談員の担い手不足とか、多様な消費者からの相談に対応した相談体制の充実とも関連する項目となることから、前回の骨子案の説明でも重点項目としてこちらを挙げましたとおり、次期計画案において重点的に取り組んでいく項目として考えているところでございます。こちらに表記のとおり、国では今後、相談体制のDX化として4つの項目を推進していこうとしております。冒頭の指標の変更の際にも、国のDX促進について少し触れたところでございますが、こちらに沿って改めて御説明いたしますと、1つ目は、「消費者に使いやすく」、ということで、相談窓口の充実を進めていくこととしているところでございます。

具体的には、相談事例を集約したFAQをウェブ上で公開し、簡単な事例や定型的な事例については、消費者がそこにアクセスすることで自己解決が図れるようにしていこうと試みようとしているものでございます。また、メールやウェブフォームでの相談受付等、電話や対面に限らない相談手法の拡充によりまして、相談体制の充実を図ろうとする試みとなっているところでございます。

2つ目の「相談現場の機能強化」でございますが、こちらは音声入力に対応した新たなシステムを導入いたしまして、相談事例を集約した相談員向けマニュアルの整備等を行うと、このようなことを通じまして、相談員の負担軽減を図りまして、見守りとか啓発とか要支援者への丁寧な対応といった、人が行うべき業務に注力できるようにしていこうとするような試みとなっているところでございます。

3つ目の「データ活用で施策を強化」でございますが、こちらはAIによりビッグデータとして集積された相談事例を解析いたしまして、先ほど述べた内部マニュアルとか自己解決用のFAQの作成・更新への活用とか、新たな消費者トラブル等の端緒状況を早期に発見いたしまして、消費者行動における法執行や政策立案に活用していこうとする試みとなっているところでございます。

最後、4つ目の地域における体制強化、こちらですけれども、新たに導入するシステムを活用いたしまして、自治体間での相談窓口の連携強化を図り、他自治体での相談受付ができるようにしたり、災害時等への対応も考慮したテレワークによる相談体制の整備を進めていこうとするものとなっております。県でも、このような国の動向を受けまして、次期計画におきましては、これらの取組に対応し、相談窓口強化の重点項目としてデジタル化の推進を図っていこうと考えているところでございます。

ページをおめくりいただきたいと思っております。

次の21ページでございます。

1つ目の市町村への支援強化に関しては、骨子案において重点的に取り組む項目として挙げさせていただいた取組にもなっております。取組の内容として3つの項目を挙げてお

りますが、上の2つは現行計画から継続していくものとなっています。

3番目、こちらにつきましては今回新たに付け加えた項目になっておりまして、先ほど20ページの説明とも関わるため、少し御説明させていただきます。

20ページで御説明いたしましたとおり、国が相談体制のデジタル化を進めているところでございます。県もこれに倣い取り組んでいこうとするものでございますけれども、特に相談体制の広域化に関しては、今現在、市町村間において、体制とか広域化の必要性、こちらの理解について格差があるのが実情でございます。このため、広域化を進めていく上で理解の促進、例えば、相談がないという理由を挙げて相談体制の整備に、うちは必要ないよというようなことをおっしゃるような自治体がございます。こういうような自治体については、相談が本当はないのかなということがございまして、ただ窓口がないためにその相談が挙がってきてないんじゃないかと、そういうような可能性もありますので、こういう点は丁寧に説明して行って、消費生活相談に対する理解の促進を図りまして、将来的な連携への動機づけをしていければということを考えているところでございます。

21ページのもう1つの取組、相談支援機関、団体との連携につきましては、現行計画を踏襲し、引き続き連携強化への取組をしていくものとしていただいております。

資料、22ページになります。こちらでは取組として2点挙げてございます。

基本的に現行計画からの引き続きの取組となっておりますが、2つ目の「消費者団体との連携、消費者団体訴訟制度の活用に向けた支援」については、先ほどの変更として「消費者団体との連携」を追記した旨を説明させていただいたところでございます。この表記に関連いたしまして、取組の内容については3つの項目を記載しておりますが、3つ目の適格消費者団体及び特定適格消費者団体への認定活動への支援の項目、こちらを明記させていただいたところでございます。

次の23ページに移ります。資料おめくりいただければと思います。

こちらでは2つの具体的な項目を挙げてございます。いずれも現行計画から取組の内容としては各項目でお示ししていることについて引き続き取り組んでいくこととしているものとなっております。

資料、24ページに移ります。こちらでは3点、取組を挙げさせていただいております。

1点目、2点目の取組については現行計画から記載のとおり引き続き取り組んでいくものとなります。3つ目の「デジタル化の進展、電子商取引拡大に対応するための情報収集、提供」につきましては、前回の骨子案でも重点的に取り組んでいく項目としてお示したのものとなっております。

お手元に、先ほど司会のほうからも本日配付の資料ということで、また、担当部長の挨拶の中でも県発表資料ということで参考資料1及び2としてお配りしております令和4年度の消費生活相談の概要、こちらのほうでも、ちょっとこの観点について触れているところがございますので、参考資料の1を1枚おめくりいただきたいと思っております。

1枚おめくりいただいた3という項目の商品・役務ごとに見た相談の状況、こちらにご



ございますけれども、令和4年度は特に2番目の基礎化粧品に関する相談が急激に増えている状況でございます。

また、隣のページに各役務、商品ごとの事例というものが載っておりまして、この②が基礎化粧品に該当する項目になるんですが、ここがございますとおり、インターネット通販に関しての申込み、解約に関する相談が多く見られたところでございます。

このようにネット上での取引における消費者トラブルが増加している傾向があること、また、本年10月から景表法における規制の対象となったステルスマーケティングとか、近年、法改正にあったデジタルプラットフォーム上の取引など、デジタル化の進展については消費者の利便性を向上させる一方で、新たな消費者トラブルが発生する可能性が高い状況がございますので、重点取組として積極的な情報収集や注意喚起を行っていかうと考えているところでございます。

また資料の1に戻っていただきます。おめくりいただいて25ページになります。

25ページの取組でございますが、前回の重点取組の項目として挙げさせていただき、また、本日冒頭の骨子案からの変更でも現行計画における2つの取組を統合した取組として御説明した項目となります。

取組の内容に関しては、先ほどの変更点での説明のとおり、見守りネットワークの整備を促進しまして、当該ネットワークの活用も含め、最終的には消費者安全確保地域協議会の設置を目指そうとするものとなっているところでございます。

続いて資料の26ページと、その後ろの27ページになりますが、こちらも前回骨子案における重点取組として挙げました成年年齢の引下げに関する取組になっておりまして、この2つのページで4つの具体的な取組を記載しているところでございます。

基本的には、この26ページ、27ページに記載された各取組に関する項目のとおり現行計画の「学校における消費者教育の充実」という施策の方向性で取り組んでいる項目に引き続き取り組んでいくこととなりますが、これに加えて冒頭、骨子案からの変更としても御説明しましたが、27ページ、こちらの「保護者に対する消費者教育や情報提供の充実」、こちらの2つ目の項目になりますけれども、ウェブの活用等により特に時間を気にすることなく教育機会が持てるような状況に取り組んでいければということを考えているところでございます。

また同じ27ページの「教育現場で活用できる消費者教育教材の充実と情報提供」の取組に関しましては、文言等は現行計画から特に変更ございませんけれども、今年度、若者向けの消費者トラブルに係る映像教材を作成する予定でございます。来年度以降、教育教材としてこの活用を図っていくこととか、あと年齢に応じて例えばゲーム感覚で適正な消費者行動を学べるような教材等をデジタルコンテンツで作成していくような取組ができればなということ考えているところでございます。

続いて、資料1の28ページに移ります。こちら、2つの取組を記載しているところでございます。いずれも現行計画からの引き続きの取組でございますが、「だれもが、いつでも、

どこでも学べる環境の整備」、先ほどの27ページの保護者への消費者教育と同様、ウェブ環境とかコンテンツの整備によりまして、時間や場所を選ばない消費者教育の機会確保が可能となるよう目指していくものとなっているところでございます。

資料をおめくりいただきまして、次の29ページ及び30ページ、この2つのページにつきましては、骨子案からの変更点において説明した項目になっております。両ページで3つの取組を掲げてございまして、いずれも消費者教育に関わる担い手の育成に関する取組となっているところでございます。各取組における項目は、基本的に現行計画から引き続き取り組んでいく内容となっておりますが、骨子案からの変更点でも説明しましたとおり、前回、研修後の事後のフォローについて取組に入れてほしいという御意見がございましたので、記載のとおり、それぞれの取組の説明の中に、いずれも「フォローアップを実施し」という文言を入れさせていただいたところでございます。

資料を進めさせていただきます。おめくりいただきまして、31ページになります。

前回骨子案において重点項目とした職域への消費者教育推進となります。現行計画においても、推進のために事業者や事業者団体への働きかけ、教材や講師派遣に関する情報提供を行っていくこととしているところでございますが、次期計画においては、米印にありますとおり、新規採用者などに消費生活の基礎知識や若者に多い消費者トラブル、こちらについての情報提供や公益通報者制度等を周知していくことなど、取組についての拡充を図っていこうとするものでございます。

資料32ページになります。こちらは2つの取組について記載しております。

1つ目の多重債務に関する情報提供、啓発、こちらは現行の取組を引き続き続けていこうとするものでございます。

2つ目の「デジタル化の進展、電子商取引拡大に対応するための教育」は、前回骨子案で重点項目としたところになります。先ほどの24ページの3つ目の取組と密接に関連するものでございまして、教育機関等への積極的な情報提供によりまして、情報化社会の変化に対応した知識を養うための消費者教育に活用していくことに取り組むものでございます。

資料をおめくりいただきたいと思います。

33ページのカスタマーハラスメントの防止については、骨子案からの変更点で新たに追加した取組として説明したところですが、記載内容についても、先ほど述べた説明と同じものとなりますので、御覧いただきまして、ここでは説明を割愛させていただきたいと思います。

続いて、34ページに移らせていただきます。2つの取組を記載させていただいております。

2つ目の、ちばエコスタイルの推進につきましては、先ほど述べましたとおり、現行計画においては具体的な取組中に記載しておりませんでしたので、変更点で説明したとおり、原案で具体的な取組に明記することとしたものでございます。また、事前に送付させていただきました資料からちょっと変更したところもございまして、この34ページの世界学習

の推進の2つ目ですか、この丸につきましては、内部でちょっと検討した結果、加えたほうがいいんじゃないかということで、CO<sub>2</sub>排出量削減による温暖化対策の促進のため脱酸素ライフスタイルの普及啓発を実施しますということと、あと、同じく、ちばエコスタイルの推進の2つ目の3Rですね。こちらは特に説明を記していなかったんですが、「リデュース・リユース・リサイクル」、こちらの言葉を明記させていただいたところでございます。

資料を進めます。おめくりいただきまして、35ページになります。

こちらにも2つの取組を記載しているところでございます。1つ目のエシカル消費の普及啓発については、前回骨子案において重点項目としたところでございます。取組の説明にございますとおり、フェアトレード商品やサステナブルファッションといった倫理的な消費、エシカル消費についての啓発に努めていこうとする取組になります。

2つ目の食育の推進につきましては、現行計画からの引き続きの取組となります。こちら、前回の御意見の中で食料安全保障というお話も出たところでございますが、食料自給率の関係等もございまして、地産地消の食育を推進することで、そこら辺についても取り組んでいけるのではないかと考えているところでございます。

資料、36ページになります。2つの取組を挙げさせていただいております。

1つ目の取組は、骨子案からの変更で説明したとおり、もともとの骨子案では2つの取組としていたものを1つに統合したものとなります。また、2つ目の取組につきましては、こちらにも骨子案からの変更で御説明したとおり、警察の文言を取組中に明記したところでございます。なお、2つの取組自体については、現行計画から引き続き行っていくものとしているものでございます。

資料をおめくりいただきまして、37ページになります。

いずれも現行計画案から引き続く取組となります。なお、2つ目の取組「商品・サービスの規格・表示・包装・計量等の適正化の推進」につきましては、骨子案の変更でも御説明したとおり、骨子案では具体的な取組としていた「事業者の法令順守意識の醸成」を統合したものとなりまして、当該部分についてはこの丸ポツの2つ目で、こちらの説明において取り組んでいこうとするものとなっております。

また、前回審議会では、景表法との関係で、表示を個別の取組とすべきではという御意見をいただいたところでございますが、それぞれの県庁内部の担当課が規格、表示、計量等に関しまして、関係法令に基づく指導等を行っていること、担当各課との連携により商品・サービス全体の適正化を目指していこうとする観点から、骨子案の表記のままとしておりますので、この点、御理解いただければと思います。

資料、38ページになります。

この2つの取組につきましては、いずれも現行計画からの引き続きで取り組んでいこうとする項目になります。「住まい」に関しては、指標においてはちょっと整理したところでございますが、具体的な住まいという形の取組として、次期計画においても、ここの項目で引き続き取り組んでいこうと考えているところになります。

資料、1枚おめくりいただきまして、39ページになります。取組として2つ挙げさせていただいております。

1つ目の「消費者志向経営の普及・啓発」については、前回骨子案において重点取組としたものになります。現行計画においては「消費者市民応援企業の情報収集と提供」という取組がございますが、具体的な取組が進んでいなかった状況もありましたことから、次期計画においては、説明にあるように、消費者志向経営宣言を行った企業の広報などによる促進、こういうものを図っていければと考えているところでございます。

2つ目の「公益通報者保護制度の周知・啓発」につきましては、骨子案からの変更で説明のとおり、新たに追加した取組となります。説明については、先ほどの変更におけるところと重複するところがございますので、資料を御覧のとおりということで、省略させていただきたいと思っております。

40ページの取組につきましては、現行計画から、説明に記載のとおり引き続き取り組んでいこうとするものになります。

資料をおめくりいただきまして、最後のページになります。

41ページ、2つの取組ですが、1つ目の「災害時等における生活必需品の確保のための体制整備」については、前回骨子案で重点項目としたところです。取組の説明自体、これについては現行計画と同様のものとなりますが、コロナ発生時の生活必需品不足を受け、次期計画では重点的に取り組もうとするものでございます。

2つ目の取組についても、現行計画からの引き続きの取組となります。先だつての大雨被害等に見られますように、近年は自然災害が頻繁に発生する状況であり、次期計画でも積極的に取り組んでいこうとするものでございます。

以上、骨子案からの変更点、また、原案の概要、取組の説明をさせていただきました。相談体制の整備等に関する取組等でも少し御説明したところでございますが、また、担当部長からの冒頭の御挨拶にもございましたとおり、次期計画においては総じてデジタル化、DXの進展に伴う取組が重要になってくるのではないかと考えているところでございます。

以上、長々でございますが説明させていただきました。よろしく御審議いただきますよう、お願いいたします。

【小賀野会長】 御説明、お疲れさまでした。

消費者政策は非常に広範囲に及んでおり、ただいまの御説明も非常に広範囲に及んでいたかと思えます。どこからでも結構ですので、お気づきの点とか御質問をいただければと思います。オンラインでご出席の柿沼委員さんも、よろしくお願いいたします。

どうぞ、岩井委員。

【岩井委員】 岩井です。

御説明聞いていまして、範囲が非常に広い、膨大だと、これは大変だなと思ったんです。ただ、資料3のほう、千葉県消費生活基本計画 指標新旧対照表というところなんですけど、目標値が、これはしようがないと思うんですけども、あまり変わっていない、私はそうい

うふうにちょっと見てしまったんですけれども、例えばその原案の資料4ですか、ものすごい膨大なんです。これ、例えば優先順位とか、これを優先的にやるとか、そういうことはなかなか考えられないんでしょうか。何かどこかからこのところをきちんとやりたいとか、このところは何とか被害のほうが大きいのだからこら辺はちょっとその被害なんかをなくしたいとか、そういうことをちょっと考えてやっていると結構成果が出やすいのかなという感じもするんですけれども、これは県の基本計画なんで、こういう体裁はしようがないのかなと思うんですけれども、そこら辺の優先順位等々ちょっと考えたかどうか、御質問です。

【熊本室長】 ありがとうございます。

おっしゃっていただいたように、確かに優先順位とか非常に大事な項目になってくると思います。骨子案でも説明させていただいたとおり、重点的に取り組んでいこうということで、先ほど述べましたDX化とか広域化とか、そういうものはございますけれども、具体的なこの事業の中でさらにどう取り組んでいくかというのは、実際この基本計画に沿って今後事業を実施していく中で、またちょっと決めていくのかなという感じで考えているところでございます。なかなかちょっと、本当に範囲が膨大だということもございますので、ちょっと絞りづらいところもあるんですけれども、常に最新の情報ですとか、そういうものを気にしながら対応していければなと考えてございます。

また、ちょっと指標につきましても、なかなかその目標値の設定が現行計画とそんなに変わらないというところは確かにございまして、これも全体的にその指標の再構成の中でこの数値の取り直しとか、そういうものを考えていければなということで考えているところでございます。

【小賀野会長】 よろしいですか。

【岩井委員】 はい。

【小賀野会長】 確かに、たくさんあって大変だと思うんですけれども、いずれも基本的な事項で、同時に総合的に進めていくべきもので、いずれも優先事項というようなことかもしれませんね。

【岩井委員】 なるほど。

【小賀野会長】 拝師委員。

【拝師副会長】 今の指標の点については、前回は意見述べさせていただいたんですけれども、すぐは難しいというのは、ロジックモデルは結構複雑な仕組みで分析も必要ですので、すぐできないというのは理解できるんですが、それに向けて具体的に次期計画ということだと、また次期5年後の段階で同じことになってしまいますので、今のうちから議論をして、どのような指標を採用するのかというのをやっぴいかなきゃいけないし、場合によっては新たにデータを取らなきゃいけないこともありますので、そこについては少し早

めに検討を進めていただければと思います。

その指標化については、今の岩井委員の話と関係するんですけれども、全ての項目について指標化というのはもともと難しいと思っていますので、やはり重点項目を絞った上で、その重点項目については少なくとも緻密な指標をつくって施策の振り返りができるようにするということが必要だと思っていますので、ぜひ御検討をお願いします。

それと、あと質問なんですけれども、先ほどメールによる消費者相談生活相談の状況についての御説明をいただきまして、感覚としては、まだ恐らく始めたばかりで周知もそれほど行き届いていない中で、相談件数113件あり、通常のセンター開設の時間帯以外の時間帯にそれなりに相談が来ていると、それから年齢層もそれなりに幅広い年齢のがあるということで、ニーズとしては、やっぱりそれなりにあるんじゃないかなという感想を持っています、消費者側の立場からすると、今、共働きでなかなか日中の時間帯相談できないような方は非常に増えているという、そういう中で、時間外やっている土・日にメールで相談できるということのニーズというのはあるのかなというふうに思っていたんですけれども、1つは、消費者側からすると便利な面がある一方で、相談を受け付ける側、普通の電話あるいは面談での相談と違う御苦勞等があるんじゃないかというふうに思うんですが、その辺どういうふうに把握されているのかというのが1点と、それから、今後このメール相談の実施の見通しをどういうふうに考えていらっしゃるか、継続実施の部分をどのように考えていらっしゃるのかというのをちょっとお聞きしたいと思います。

**【武内消費者センター所長】** 消費者センターからお答えします。

メールでは電話と違って細かい内容が分からない部分もございます。そうすると一般的な回答になりますので、例えば、もう少し内容をお聞きする必要がある場合とか、一般的でないもっと個別な特殊な相談の場合には、「電話でご相談ください」とメールで回答し、電話をいただいて相談員が対応する形にしております。

それから、今後どうするかについては、まず、今年始めたばかりですので、しっかりと相談をやりまして、今後どういうふうにするかも含めて検討してまいりたいと思います。

**【拝師副会長】** ありがとうございます。

すぐ電話につながればいいんですけれども、なかなかそれができない方もいらっしゃる、それでむしろメールでやり取りになっちゃうかなという感じもするので、その受付体制側の充実、相談員サイドの充実もぜひ御検討いただければと思います。

それと、メールについては始めたばかりなので、しばらくしっかりやってということなので、ぜひお願いしたいと思いますし、消費者側のニーズから言うと、さらにメールプラス

SNSみたいな形でのニーズというのは非常に高いと思っていますので、その辺も受付体制をきちんと充実させた上で、さらにまた広げていくことの検討もお願いしたいと思いません。

【小賀野会長】 御意見ありがとうございました。

後藤委員。

【後藤委員】 今の質問の関連ということで、私もメール相談の資料を見たときに、あまり知られてないじゃないかなということで、件数が少ないのかと思ったら、意外と多く113件ありましたという報告なのですけれども、これは時間帯も23時とかにも結構皆さんメールでしたら受けていますよね。これは、それだけその時間で対応していくわけですよね。そうすると、相談員の方たちの就業状態というのはどうなっているのか、AIなどが受けて、それに対応した答えを返すのか、今の時点では相談員さんがどうなっているのか。

【武内消費者センター所長】 メール相談につきましては、その都度すぐ返すというわけではなくて、時期を決めてまとめて返す形で対応しています。

【後藤委員】 そうすると、細かいことが分かりにくい。1回1回電話してくださいというふうにメールで返しても、その方が電話できる時間帯、家族がいて、昼間の時間帯がちょっと無理だからと、夜メールをしている人も結構いると思うので、その人たちの相談趣旨をうまく酌み取っていけるのかというのが1つちょっと気になる場所ですけれども。

【武内消費者センター所長】 基本的にメール相談というのは、何度も受けるのではなくて、メールの回答は1回で、何かありましたら申し訳ないですけれども電話で再度聞いていただくような形を取っております。

【後藤委員】 話題を替えますけれども、1つ、ウェブで消費者教育を受けられるということでもいいんですけれども、教職員も、通常ときは、翌日とかの授業の準備とかで結構みんな夜遅くまで、10時、11時まで働いたりしていらっしゃる方結構いるんですけれども、夏休みといっても先生方はお忙しいでしょうけれども、夏休みはそういうことから少し解放されますので、そういう休みの期間にウェブで受けられるようにすれば、今の150人ですか、年間目標として、それがもう少し多くの方が受けることができ、その日程も合わせなくても自分の都合のいいときに見たり聞いたりできてということで、人数も増えていいんじゃないかと思えますけれども、いかがでしょうか。

【武内消費者センター所長】 今も教職員対象研修は、やはり教員の方ですので、夏休み期間中に実施しております。

【後藤委員】 今、対面で実施している。何月何日にどこの会場で、と。

【武内消費者センター所長】 ウェブと対面です。講師の先生によって対面で実施することが重要な研修もあるので、ウェブと対面の組合せの研修を行っています。

【後藤委員】 もう1つ。

【小賀野会長】 はい、どうぞ。

【後藤委員】 今、障害者ということで「障」と「害」という字を今使っていますよね。これは正式にこの害を使うというふうに決まったということなんですか。前はこの障害を平仮名で「がい」と書かないと駄目だと結構言われていたんですけども、その後、今使っている「害」と「碍」のどちらかとかいう話を聞いたり、今回もずっと障害者というときに、「害」という字を使っているの、もうこれに決定したということなんですか。

【熊本室長】 ちょっと表記の問題については、また御検討させていただきます。たしかこの字で統一したというような記憶はあるんですが、一応そこは確認したほうがいいと思いますので、改めて確認させていただきたいと思います。

【小賀野会長】 ありがとうございました。

法律ではこの「害」を使っているんですが、そのままね。

高橋委員。

【高橋委員】 計画の原案について議論しているということで少し大きな感想というか、コメントをさせていただきたいと思います。

資料3の3次計画、これは私、委員に就任したときに基本目標というのが5つあって、これの体系性がよく分からないなという質問を、たしか最初のころさせていただいて、今回は第4次計画で、3つの施策に非常にうまく絞り込まれているので、この点は以前よりも分かりやすいなというふうに思いました。

その上で、もう少し突っ込んだ質問をさせていただきますと、消費者問題というのは、その被害の把握と救済みたいな側面と、被害の防止あるいは予防ですね、未然に防ぐという、その2つの側面があると思うんですね。あともう1つは、SDGsとか社会が変化してきて、消費者基本法のこともあるので、例えば被害を予防するためには消費者はもっと自治体とか、そういうのが協力して、もっと賢い消費者になってもらおうという側面と、さらに消費者も消費者市民社会として一歩踏み込んで、エシカルな面とか消費者としての社会的責任を全うするという、そういう側面まで消費者が求められている。そういう感覚でこの3つの基本施策を見たときに、基本施策の1はどちらかというと消費者被害の把握とか、あるいは救済に、自治体が救済にどこまで踏み込むかという問題はあるので、どこまで書き込めるか別ですけども、起きてしまったその被害をどうやって消費者を救うことがで



きるかとか、消費者が飛び込んでいける窓口があるかとか、そういう側面だと思うんですね。

逆に基本施策の3は、そこが多分予防とか、あとはその防止とかですね。その予防とか防止には、これは消費者が賢くなるだけじゃ駄目で、企業がもっと消費者志向にかなった企業経営をしなきゃいけない、それが未然防止にもつながるという意味で、施策の3のさっきの御説明の中身を見ると、その中に消費者志向経営がちゃんと入っておりますので、そういうものが多分3だというふうに思うんですね。

そうすると、この順番なんですけれども、基本施策の1も3も、どちらかという企業加害者だったり、あるいは優良な会社が消費者志向経営するとか、そういう意味で1と3というのは結構近いところにあって、基本施策の2と書いてあるところは、むしろ消費者サイドですね。消費者教育とか、あるいは消費者の社会的責任とか、あるいは消費者もいい消費者ばかりではなくてカスタマーハラスメントするような悪い消費者もいらっしゃるの、その消費者であるように社会的責任みたいなものがこの2の中に入っているの、何かそういうまとめ方が実際されているような感じがするので、順番だけちょっと気になったということ、あと基本施策の1のタイトルが、「消費者被害の防止とネットワーク強化」というふうになっているんですけれども、救済するとか、助けてもらえるニュアンスがちょっと足りないんじゃないかなと感じる。実際、県の話なので、県が何でもかんでも助けますよというのは言いづらいところはあるかもしれませんが、例えば紛争の解決のための窓口をちゃんと設置してあるとか、何かその被害の防止だけでなく、被害を受けた人に対して、どういう公的なサービスが得られるかというところを、もうちょっと踏み込んで書かれたらどうかなというふうに感じました。

半分以上感想なんですけれども、よろしく願いいたします。

**【熊本室長】** ありがとうございます。

確かにおっしゃるとおり、その施策1、2、3とあるんですが、基本的に結構関連性もあるようなところもあったりして、仕分けるのがかなり苦労したというところがございます。一応この3つの形として、先ほどもちょっと御説明したところなんです、1つ目はあくまでその防止のためのものですよということがメインになります。行政側としてどうやっていくかというのがメインになるというところ、2点目はもっと消費者自立のための教育をどうしていくかということ、3番目が事業者に対する規制ですとか、あるいは事業者側からこういうことを、消費者志向経営とかそういうことをやってね、ということをお願いする項目という形で、ちょっとそこが色分けしやすかったというところもあって、こう

いう形で分けさせていただいたと。

【高橋委員】 3つが連携しているポンチ絵か何かがあるといいんじゃないかと思います。

【熊本室長】 そうですね、検討したいと思います。

【高橋委員】 よろしくをお願いします。

【熊本室長】 はい。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

ポンチ絵ができるといいですね。難しいかもしれませんが、いろいろ重なっているところがありますからね。貴重な御意見ありがとうございました。

ほかにございますでしょうか。一度御発言いただいた先生も。

どうぞ、依光委員。

【依光委員】 今日はどうもありがとうございます。依光でございます。

私は消費者団体のほうから出ていますので、消費者団体の点でちょっと御意見、質問させていただきます。

今、高橋委員がおっしゃっていたところ、私も3つの基本目標にまとめられ大変分かりやすくなったと思っていましたが、ただ「誰もがどこでも安心して相談できる体制づくり」という、第3次の基本目標1の言葉が基本目標の標題からなくなってしまったので、何となく違和感を感じたことがわかりました。今御説明を聞いて、そこは1つ切り分けて出したほうが何となく座りがいいような気がする私も思いました。

「消費者被害防止とネットワーク強化」というのは大事なことなので、これはこれでいいかと思うんですが、相談の体制づくりのところもやはり重要なことだと思います。特に今、DX化などの話もあり、消費者にとっても関心があるところですので、もしかしたら1つ切り分けたほうがいいのかと思います。

それと、消費者団体なんですけど、原案のほうで、第4章の1の、ページでいうと22ページのところで消費者団体との連携というのが出てくるんですが、消費者問題に取り組む団体等の情報を収集し、広く情報提供するとともに、ということがあります。確かに今、県内でたくさん消費者団体が活動されているかと思うんですが、ただ、やはり高齢化などで活動減っていたり、自粛されていたりと、コロナのせいもありまして大分力が弱まっているというような感覚があります。そういう意味では、支援とか育成というようなことをもう少しここに入れていただくと大変助かります。多分それは先ほどから出ています消費生活サポーターの関係もあるかと思うんですが、ああいう方たちを少しグループ化できるような何か支援があるとよいと思います。やはりそういう団体が地域にたくさんあることは

消費者の視点も変わってくる、そういう消費者市民社会をつくっていこうというムードも醸成されますので、ぜひ消費者団体の支援を、まちの中にある小さな団体の支援についてもぜひ市町村のほうに呼びかけてお願いしていただけたらと思うところです。

あと、福祉との連携ということでいろいろここに御提案いただいておりますが、25ページに「消費者安全確保地域協議会設置の促進」というところと、あと、その前の21ページのところにも「様々な相談支援機関や団体との連携・協働体制の強化」ということで、福祉部門と一緒にというのが入っているかと思うんですが、先日福祉の関係でお話を伺ったんですけども、今、社会福祉法のほうで包括的な支援体制の整備というところで、消費者行政とほかのところと一緒に連携して何か相談事業みたいなのをしたらどうかというような提案が出て、法律の中に位置づけられているようです。改正社会福祉法、令和2年6月にできたんですが、その重層的支援体制整備事業というところに、全ての人が対象になって、どんな相談でも断らずに受け取るというところで進んでいると、また、どんなことでも市町村が上手にアレンジメントすれば、使える助成金が出ているということでお話を伺いました。その厚労省の実施イメージのポンチ絵の中にも、ちゃんと事例として消費者相談というのが描かれている。それは、あくまでも市町村が組み立てなければそういうふうにならないんですけども、そのところは多分、県の福祉の方もよく御存じだと思います。ぜひそこと、もう少し具体的に法律に基づいて進めていこうということで、市町村のほうに働きかけをしていただけたらと思います。

たまたま、ちょっとそういうことを先行的にやっつけらっしゃる市町村に「消費者行政相談があったときにはどうされていますか」と聞いたら、そういう視点はなかったというふうにお話しされてしまったので、多分、厚労省での説明がなかなか下のほうまで伝わっていないというところがあるかと思います。ですので、ぜひそのところをもう少し具体的にここに書き込んでくださっても大丈夫かというような気もします。福祉の部局のところとも御相談いただいて、もう少し明確に福祉と連携するということを打ち出していただいて、消費者被害等の情報や相談を福祉の相談事業でもちゃんと受け止めて相談センターにつなげることをぜひやっていただけたらと思います。先ほどの消費者安全確保地域協議会のほうも、福祉関係でそういう枠組みはもうできていますので、そこにもう1つ乗せるという形では特にやることは変わらず相談、何かあったらセンターにつなぐというだけのことだよということで、うまく進めていただけるように御説明いただいたら、多分もう少し数も上がってくるのではないかなというふうに強く思うところです。ぜひそのあたり、よろしくお願いたします。

それと、もう1点、消費者としてのカスタマーハラスメントの問題って確かにそうだなと思っています。ここに1項目立ててくださったんですが、ただ、ここにこう書かれるとちょっと何か違和感があります。もう少し何か、これは大事なことで入れていいと思うんですが、1項目立てるといって、例えば消費者志向経営のところに抱き合わせで入れるとか、そういう書きぶりのほうが落ち着くのではないかと思います。ちょっと私のほうでも条例に、市町村さん、行政さんがこのカスハラを入れているのかというのを少し確認したのですが、たまたま秋田のほうでハラスメント防止条例のほうにこれを入れたというのは出てきたんですが、消費者条例、基本計画とかの条例のほうにこれを入れたというのが、ちょっと見つからなかったもので、もしあれば、ほかのところはどういう扱いで、どういうところに入れていらっしゃるのか、教えていただきたいのですが。でも、これは本当にそうだと思いますし、消費者も考えていかなきゃいけない問題なので、やっていただくことはすごい大事なことでと思います。落とすのではなく、何かもう少し入れるところを考えていただけたら、これだとちょっと消費者は萎縮してしまう気がしますので、もう少し柔らかく入れていただけたらいいかなと思いました。すみません、以上です。

【小賀野会長】 何か。

【熊本室長】 ありがとうございます。

まず、消費者団体との連携とかの関係で、今おっしゃっていただいたように、コーディネーターとの関連というのは、かなり確かに重要になってくるのかなと考えております。今回その取組についても、今までは受講させてしまっただけでそのままだということもあったんですが、ほかの都道府県等の例も参考にしながら、その後のフォローアップ等で、そういう面をちょっと側面支援できればなという形で考えておりますので、これは取り組んでいく中でどういうふうになっていくかという形で検討していければなと考えているところでございます。

あと、今、社会福祉との関連についてということなんですけれども、こちら後でまたスケジュールの中でもちょっと説明させていただくところだったんですが、これから県庁内の各課にどういう事業をやっているか、取組をやっているかということで照会をかけたいと思います。その中で出てくればそういう形で拾えるし、もし出てこなければこないで、ちょっとこちらから問いかけ等もしてみても確認できればなというところで考えているところでございます。

あと、カスハラの関係なんです。確かに表現的にちょっと強いかなというところもあるんですけれども、国のほうでも実際にそういう、先ほども申しましたとおりガイドライン

等、そういうものも出ているところもございますので、新しい、ある意味、消費者行動の中の1つになってくるのかなということもございましたので、今回載せさせていただいたところでは、ほかの都道府県の例もちょっと調べてみたら、確かに基本計画に載せているところはないというのが今のところ実状なんです、新しい流れという形で今回ちょっとここで提案させていただいたところでは、その内容とか表記について、こちらからも考えていければと考えておりますので、その点、御理解いただければと思います。

以上でございます。

**【小賀野会長】** 大変貴重な御意見をたくさんいただきました。ありがとうございます。ぜひ吸収できるところを吸収していただけるといいですね。

あと15分くらい時間があります。

**【司会】** 柿沼委員からチャットで御意見いただいておりますので読ませていただきます。

メール相談のみで解決した件数についてお示しいただければと思います。また、メールでのみ解決することが難しい案件は多いと思われます。相談しようとするきっかけ、また、解決に結びつくところの働きかけの位置づけとなるのではないかと思います。

2点目です。消費者団体については、新しい消費者団体の育成も必要と感じています。コロナ禍によりリモート勤務などが定着し、働き世代の考え方も変化があると言われております。その世代を消費者団体として巻き込んでいくことは大切と感じます。

3点目が、悪質事業者について指導だけではなく、悪質事業者の早期排除についても組み入れていただければと思います。

以上3点です。

**【小賀野会長】** 柿沼委員から、大変貴重な御意見いただいております。

どうぞ。

**【武内消費者センター所長】** まず、消費者センターからメール相談についてお答えします。

メール相談は先ほど言いましたように、一般的な回答をメールで1回お答えしますが、メール相談のみでどれくらい解決したかは、今手元にはございません。基本的には1回回答して解決するような形になっています。先ほど言いましたように事例によっては内容を細かくお聞きしたいもの、メールだけではなかなか難しいものについては、「電話で連絡ください」と回答し、電話をいただいてアドバイスするような形もございますが、その件数というのは手元にはございません。

【熊本室長】 2点目と3点目に関して、ちょっと御回答というか、させていただければと思います。

2点目が消費者団体の関係ですね。新しい世代の新しい消費者団体についての育成みたいなお話がございました。ちょっとすぐに御回答できるところはないんですけども、先ほど依光委員の御回答の中でもさせていただいたコーディネーターとか、そういう者の活用が鍵になってくるのかなという形で考えているところでございます。

3点目の悪質事業者に対する早期排除ですね。こちらも、特色とか様々な法令との関係もございますので、そこを研究していければなという形で考えているところでございます。

明確なお答えではないんですが、このような観点で進めていければと考えているところでございます。

以上でございます。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

弁護士会では、こういう相談、メールの相談というのはなされているんですか。

【岩井委員】 今は、弁護士会としての公式の相談としてはなされていないと思います。

【小賀野会長】 電話相談はされていますか。

【岩井委員】 電話相談は消費者関係だとやっていますね。消費者何でも相談とか。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

ほかはいかがでしょうか。

村木委員。

【村木委員】 事業者側から、カスタマーハラスメントについてです。企業の方は様々な御意見をやはり持っていて、個々人によってもエリアによっても違うと思います。私自身はカスタマーハラスメントで線を引くことはあまり賛成ではなく、お客様の話をきちんと聞いて、聞いた上で、お客様の態度がどちらかに大きく変わったときに、例えばマイナス、暴言を吐かれるとかというようなことであれば、従業員側がきちんとそのような言葉使いでお話をされますとこれ以上お話はできません、ということをきちんと伝えることの教育を従業員側にしないといけないですし、最初から乱暴な言葉遣いでシャットアウトしてしまうと、そういう話し方しかできないお客様もいらっしゃるんで、そこはきちんと聞くということが必要だと、個人的にはそう思っていますが、どうしても現在国の、消費者庁とかのホームページにも載っているように、カスタマーハラスメントについての啓発活動が始まっているので、この言葉だけが一人歩きをしてしまうことだけはよくないなと。

ですので、相手の気持ちに立って、言動であったりとか、言葉遣いであったりとか、場所

を選ぶというようなことをみんながするということが大切だと思いますので、消費者、従業員でもありますけれども、事業者でもありますけれども、ある意味では消費者にもなりますので、その両方の立場できちんとうまく理解をするためのことの啓発活動が必要じゃないかと思います。先ほどいろんな表現が難しいということでしたが、確かに難しいと思うんですけども、ただ、全くなしではよくはないと思いますので、こういうことが必要なんですよという部分をきちんと伝わるということ。裏腹なのが内部通報のところだと思いますので、そのあたりも含めて何かきちんと伝わるという、表現は非常に難しいんですけども、お願いできたらなと思っております。

以上です。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

言葉の一人歩き、ハラスメントという概念を立てちゃうと、それが一人歩きして過剰な働きをするという、大変説得力のある御意見で、依光委員の御意見と重なっていますね。千葉県の対応として、今のようなことを文章の中に入れていただけるといいですね。最近の動向ともいえますが、外国の言葉とか、新しい概念を立てて説明するという、演繹的思考といってもいいかもしれませんけれども、よくみかけますね。ただ今の御意見は多分、帰納的に中身を考慮して考えていく、振り分けていくというのは大変貴重な御意見だったと思います。

ほかにいかがでしょうか。

どうぞ、尼崎委員。

【尼崎委員】 ありがとうございます。

先ほど基本計画を御説明いただきまして、前回の議論からたくさん意見が反映されていることがわかりました。この基本計画を議論することと同時に、さらにその目標達成のために必要な取り組みを具体的に考えていくことも重要だと思っています。その上で、依光委員と重なるんですけども、25ページのところの見守りネットワークづくりについてなんですけれども、こちらは消費者被害防止のためのネットワーク強化ということで、市町村や消費者団体みたいなところと連携するという趣旨のことが書いてあるんですけども、福祉の観点でいうと、既存の見守りネットワークというのがもう機能しているところがございます、例えば生活協同組合などでも配達のとに見守りをするというのを各市町村と協定を結んで実施しているというところがございますので、私としてはその連携できる部分は、一緒にしていいんじゃないかなと思っていますので、その辺もぜひ御検討いただければと思います。

以上です。

【小賀野会長】 ほかに、ございますか。

【熊本室長】 ありがとうございます。確かにただいまの御議論のとおり、活用できるものについてはうまく活用して、既存の中でさらに発展的にこういう広域的な見守りをしていければという形で考えておりますので、そのような取組をしていきたいと考えておりますので御理解いただければと思います。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

生協の見守りサービスは重要ですね。郵便局とか、コンビニエンスストア、スーパーマーケットとか、いろんなところで多分関わりが持てると思いますので、それぞれの連携をぜひ進めていただけるといいですね。

ほかにいかがでしょうか。

どうぞ、外山委員。

【外山委員】 とても、分かりやすい計画の概要だと思っております。ただ1つだけお願いができたと思うことがあります。この中に記載してある、例えば情報の提供ですとか、充実とか、あとは広報の普及啓発とか、そういう言葉がたくさん出てくるんですね。ただ、具体的にどういう充実を図っていくのか、検討していくのかというのが、一消費者にどういう活動をしていけばこの計画が実行できるのかという記載が、ちょっと弱いのではないかなと思うので、今後施策展開をされていくときにもう少し分かりやすい具体例とか入れていただくと、よりイメージがつくのかなと思います。

以上です。

【熊本室長】 ありがとうございます。

基本計画という性格上、なかなかどこまで具体化できるかというのは検討する必要があると思います。先ほど申しましたとおり、県のほうで行っている各課が行っている取組、これについては今後またちょっと照会等をかけて、これもまたまとめさせていただいて、この計画の参考資料みたいな形でつけさせていただきたいと考えております。そちらのほうで表記できるものは表記していくというような形とか、実際取り組んでいって、当然社会の変化とか行政上の変化とかもございます。それに沿った形で新しい事業とかもどんどん取り組んでいければと考えておりますので、そういうような形で基本計画というのを活用できればと考えているところでございます。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

基本計画で、県民の皆さんが見ています。たいへんですが明快に書き進めていただける



とありがたいですね。

ほかにはいかがでしょうか。まだ時間あります。

拝師委員。

【**拝師副会長**】 相談窓口の関係で、原案の21ページのところに、「市町村等相談機関への支援機能の強化」というところがあって、いろいろ書かれている。特に「消費生活相談DXを契機とした広域的な連携等、地域の実情を踏まえた効率的な相談体制について、市町村とともに検討し、地域における相談体制の充実を図る」というふうに書いてあります。これも具体的にどうするかということが非常に重要だと思っていまして、なかなか独自で例えば消費生活センターを立ち上げられない地域に、県のほうからつくってくださいとか、あるいは近隣の市町村と連携してやってくださいといってもなかなか進まないというのが現状だと思いますので、それについてさらに県としてどこまで踏み込んでやるかということをご検討していただきたいというふうに思っています。例えばということですが、一定、県のセンターのほうで相談員をまとめて雇っておいて、県のほうから独自でセンターができない地域のほうに行っていただくとか、どうしても窓口が脆弱なところは相談件数も少ないですので、そこに一人で相談員の方が配置されてもなかなか相談に来ない、それからスキルも上がらないで必要性も感じてもらえない、そういう関係にどうしてもなってしまいますので、どこまで県が踏み込んでやるかということをご検討していただきたい。

それから、支援の方法として、特に市町村のほうで相談員さんを新しく雇ったときに、なかなか相談件数が少ないと研修の場がなくて、スキルが上がらないという実情があるというふうに聞いていますので、例えば1か月なら1か月、県の消費者センターや政令市にお願いして、大きいところで少し実務経験を積んでいただいて、ある程度できるようになったらまた地元の市町村のほうで頑張っていただくというような、少し踏み込んだ支援についてもぜひ御検討いただければと思います。

【**熊本室長**】 大変貴重な御意見、ありがとうございました。

そうですね、どこまでできるかというのはなかなかここでは申し上げにくいところもあるんですけれども、今後検討していければと考えておりますので御理解いただければと思います。

【**小賀野会長**】 御意見ありがとうございました。

相談とか支援とかというのは、求める人が行ったり、メールを書いたり、電話をしたりするわけですが、1つの在り方として自ら伺っていく、顧客を訪問する、そういうやり

方も可能ですね。ドイツの成年後見の実務では、裁判官が出かけて行って耳を傾けることが行われているようです。そんなような御助言も何かいただいたように思いました。

ほかにいかがでしょうか。

大森委員、お願いします。

【大森委員】 私、訪問販売協会の大森でございます。おまとめいただきまして本当にありがとうございます。

最初は37ページ。「安全・安心な消費生活の確保（2）」で、「商品・サービスの安全・安心の推進」というタイトルになっていて、そのページの一番下に事業者自身が適正取引を行うことができるように書いてあるんですね。商品・サービスのということにくくられていて、取引のことがここに移動されてきていますね。多分、今回新しく入れられたと思うんですけども、取引を入れるということになると、商品・サービスという概念だけでなく、取引という概念が入るということになれば、ここは何か工夫が必要なのかなという感じがします。「等」と入れるか、何かあればいいかなと。ちょっと細かい点なんですけれども。

もう1点、以前私、少しお話ししたかもしれません。39ページの「消費者志向経営の普及・啓発」でございます。これは中段にある「消費者志向経営自主宣言」、これは消費者庁のものでですね。原文のほうには消費者庁とかという言葉が入るのでしょうか。多分、読み手がどこものかというのをちょっと認識、理解ができないのであれば、事業者が何か、特に消費者庁と入れていただいたほうが分かりやすいのかもしれないかもしれません。割合と小さい事業者はまだ参加していませんので、大手はたくさん何社か出ていますけれども、そういう意味でも方向がはっきりしているといいかなという感じがしました。

それから、最後なんですけれども、25ページのところなんですけど、「地域の特性を生かした見守りネットワーク構築」で、黒ポチの一番最初に、「市町村や消費者団体、福祉団体、事業者団体等と連携し、地域の特性を生かし、高齢者や障害のある人、外国人等、配慮を必要とする消費者の」とあるんですが、消費者庁が2023年6月に、「認知症の人にやさしい対応のためのガイド 安心・安全な契約に向けて」という冊子を出されたんですね。その冒頭文に、こういう1行があるんですよ。認知症があっても安全に、自分の希望に沿った生活が送れるような社会（認知症フレンドリー社会）をつくっていくためには、日常的にやり取りのある企業の皆様の協力が欠かせないというふうに書いてあって、うちも今、行動基準の見直しをしているところでございます。つまり事業者の皆さんたちが日常的に触れるところが多いわけですし、そこに物の言い方、言葉の聞き方、あるいは注意の仕方などについて

もうちょっと深掘りした対応をしていこうかなということを今、検討しています。したがって、団体だけじゃなくて、事業者という主体を1つ入れていただいた方がいいのかなという意味でございます。

私からは以上でございます。

【熊本室長】 ありがとうございます。

ただいただいた表記等については、御意見という形で参考とさせていただきたいと思えます。ちょっとまた検討はしたいと思えますので、御理解いただければなと思えます。

【小賀野会長】 ありがとうございます。ぜひ、できるところは吸収していただけたらありがたいと思えました。御丁寧な御指摘、ありがとうございます。

荒井委員さん、エシカルのことなどが出てきました。

【荒井委員】 前回ちょっと発言させていただいて、意を酌んでいただいた中で、その教育というところで書き込みいただいてありがとうございます。つくる側の立場の、ぜひ消費者の皆さんに御理解をいただけてというふうに思っております。

県の基本計画、5年間の基本計画ですので、非常に難しいなと思いつつ考えていたんですけども、やっぱりこういうことを積み重ねてやっていると結果こうなりますと、620万人が対象ですので非常に難しいんですけども、そういう工程表があると、例えば市町村のほうもこの基本計画に沿って、それぞれの市町村での計画が作りやすくなるのかな、と思いつつ、非常にそこは難しいところでもあるのかなというふうに思っております。

【小賀野会長】 本日は大変貴重な御意見をいただきました。

皆様から活発な御意見をいただけたと思えます。ありがとうございます。

## (2) その他

【小賀野会長】 それでは、次の議題のほうに進みたいと思えます。

議題2、その他ということで事務局から御説明をお願いいたします。

【熊本室長】 それでは、資料5のほうを御覧いただきたいと思えます。

表題、第4次千葉県消費生活基本計画 策定スケジュール（予定）というものでございます。

本日、ちょうど10月の第2回目の審議会というところでございます。

この後、先ほど質疑応答の中でもちょっと述べましたとおり、今後県庁の各課に計画原案に対する意見の照会等を行っていきたいと考えております。現行計画では、関係課だけだったんですが、今回、県庁内全ての課にかけようと考えているところでございまして、そ

の取りまとめ集計等に恐らく2か月程度を要するのではないかということで、11月、12月はこの照会のほうを進めたいと考えているところでございます。集計したものを、また原案等にその集計の結果を反映したものについては、おまとめして皆様のもとに送らせていただきたいと考えているところでございます。

その後、内部での意思統一を図りながら、明けて1月に計画原案に関する県民の意見の募集ということでパブリックコメントを実施させていただきたいと考えております。これも1か月ほどの期間を置きまして、最終的に3月に第3回の審議会を開催いたしまして、パブリックコメント実施後の計画案を出させていただきまして、また御審議をいただく。ここで答申をいただければ、年度内で策定という流れで考えているところでございます。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

それでは、最後に、御発言がございましたらお願いします。

どうぞ、依光委員。お願いします。

【依光委員】 質問なんですけど、先ほどのパブリックコメントなんですけれども、1月の大体いつ頃を目途にされているのか、中旬とか下旬で答えいただけたらと思います。

【熊本室長】 内部のレクとか、あと県議会の関係もございまして、いろいろと中でこの案を出していきながらという形になりますので、恐らく1月の下旬になってしまうのかなというところで考えているところでございます。

【依光委員】 やはり期間は一月ぐらいですか。

【熊本室長】 はい、おおむね1か月という形で想定しております。

【依光委員】 ありがとうございます。

【小賀野会長】 ほかにはございますでしょうか。

よろしいでしょうか。

それでは、これで議事を終了いたします。委員の皆様には活発な御意見と御協力をいただきまして、ありがとうございました。

それでは、事務局にマイクをお返しします。

## 6. 閉 会

【熊本室長】 それでは、改めまして、委員の皆様には長時間にわたりまして御審議いただき誠にありがとうございました。本日いただきました御意見等につきましては、また参考とさせていただきまして、消費生活の安定と向上のさらなる推進に取り組んでいきたいと考えているところでございます。

以上をもちまして、令和5年度第2回千葉県消費者行政審議会を閉会させていただきます。ありがとうございました。

(了)