

令和7年度第1回  
千葉県消費者行政審議会  
議事録

日時：令和8年1月19日（月）  
場所：ホテルプラザ菜の花3階 菜の花1～2

## 1. 開 会

【司会（名川 消費者安全推進室 副主幹）】 皆様、お揃いでございます。定刻も若干過ぎましたので、これから令和7年度第1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ます、環境生活部くらし安全推進課の名川と申します。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、生活安全・有害鳥獣担当部長の齋藤から御挨拶を申し上げます。

【齋藤生活安全・有害鳥獣担当部長】 環境生活部で担当部長を務めております齋藤でございます。

本日はお忙しいところ、審議会に出席いただきまして、大変ありがとうございます。

また、委員の皆様方におかれましては、県の消費者行政に、日頃から御支援、御協力を賜っており、改めてお礼を申し上げます。誠に、ありがとうございます。

本日の審議会でございますが、毎年、千葉県の消費生活基本計画に基づく取組状況等について、御審議いただいております。

御案内のとおり、消費生活を取り巻く環境は、超高齢化社会、あるいはグローバル化、デジタル化の進展などにより、急速に変化しております。また、それに伴いまして課題も多様化、複雑化しているところでございます。

このような状況の中で、消費者一人一人が社会的役割を自覚いたしまして、主体的に行動することが重要であります。県といたしましては、多様な関係者と連携、協力していきながら、消費者被害の防止、あるいは消費者教育の充実など、県民の安全・安心な消費生活の推進に全力で取り組んでいるところでございます。特に、被害に遭っても、気がつかずに放置してしまう傾向があります高齢者、あるいは障害を持った方々の消費者被害の未然防止、また被害救済のための取組、こうしたことは大変重要であると考えております。

このような視点からも、人と人との交流機会を増やすことができる消費者安全確保地域協議会については、その重要性が近年大きくクローズアップされているところでございます。

本日は、令和6年度の消費生活相談、及び第4次千葉県消費生活基本計画に基づく主な事業の取組状況について御報告をさせていただくとともに、市町村における消費者安全確保地域協議会の設置促進に向けた県の方向性などについても、御説明させていただく予定でございます。

この審議会の趣旨を踏まえ、委員の皆様方からぜひとも忌憚のない御意見、御提案などを積極的に御発言いただければ、大変ありがたいと思っております。どうぞよろしく、お願い

いたします。

以上で、簡単ではございますが、私のご挨拶とさせていただきます。

本日はどうぞ、よろしくお願いいたします。

### 3. 委員紹介等

【司会】 次に、異動によりまして委員の交代がございましたので、御紹介させていただきます。

事業者代表の村木委員に代わりまして、新たに谷本和彦様が委員となりました。

谷本委員、一言お願い申し上げます。

【谷本委員】 皆様、改めましてこんにちは。イオン株式会社の谷本と申します。本日から皆様と一緒に頑張れるよう尽力してまいります。どうぞよろしくお願いいたします。

【司会】 ありがとうございます。

なお、本日は石橋委員、吉田委員が欠席されておりますことを、御報告申し上げます。

続きまして、先ほど御挨拶申し上げた担当部長の齋藤以外の事務局職員を紹介いたします。

まず、千葉県消費者センター所長の始関でございます。

【始関消費者センター所長】 始関です。どうぞよろしくお願いいたします。

【司会】 暮らし安全推進課長の内田でございます。

【内田暮らし安全推進課長】 どうぞよろしくお願いいたします。

【司会】 消費者安全推進室長の齊藤でございます。

【齊藤暮らし安全推進課消費者安全推進室長】 齊藤でございます。よろしくお願いいたします。

【司会】 また、その他関係職員を同席させていただいております。どうぞよろしくお願いいたします。

ここで、議事に入ります前に申し上げます。

この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条によりまして原則公開となっております。また、議事録につきましても千葉県庁のホームページで公開しております。本日は皆様の机の上に、ICレコーダーを置かせていただいておりますが、議事録作成のためでございます。あらかじめ御了承ください。なお、審議会につきましては、審議会の決定により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が、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ますので、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。ご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いたします。

また、報道機関が取材のため傍聴し、会議風景を撮影することがありますことにつきましても御了承をお願いいたします。

それでは、少しお待ちください。

＜報道機関入室＞

【司会】 本日は報道機関から1名の記者の方が、取材に見えております。よろしくお願いいたします。

それでは、これより次第に基づき、審議に入らせていただきます。

本日の審議会には委員13名中半数以上、具体的には11名の御出席を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項の規定によりまして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、この協議会の役割も兼ねることとなっておりますので、念のため申し添えさせていただきます。

#### 4. 審 議 事 項

##### (1) 部会委員の指名

【司会】 それでは、議事に入りたいと思います。

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、小賀野会長をお願いいたします。

会長、よろしくお願いいたします。

【小賀野会長】 先ほどは担当部長の齋藤様から、御丁寧な御挨拶を賜りまして、ありがとうございます。

御挨拶にもありましたように、本日は大変重要な案件がございます。委員の皆様には、活発な御意見を賜れば幸いです。よろしくお願いいたします。

それでは、次第に従って議事を進めさせていただきます。

初めに、審議事項(1)の消費者苦情処理部会委員の指名です。

これは、村木委員の退任によって生じた委員枠でございまして、議事運営規程では審議会委員の中から会長が指名することとなっております。私は、後任の谷本委員を指名したいと思いますが、谷本委員、よろしいでしょうか。

【谷本委員】 どうぞ、よろしくお願いいたします。

【小賀野会長】 御承諾いただきまして、ありがとうございます。

では、よろしくお願いいたします。

##### (2) 議事録署名人の選出

【小賀野会長】 次に、審議事項（２）の議事録署名人の選出です。議事運営規程により、私から指名させていただきます。

議事録署名人を井原委員、高橋委員のお二人にお願いしたいと思いますが、井原委員、高橋委員、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。御承諾をいただきました。

## ５．報 告 事 項

- （１）令和６年度消費生活相談について
- （２）第４次千葉県消費生活基本計画に基づく主な事業の取組状況について
  - ア 総括説明
  - イ 消費者安全確保地域協議会の設置促進に関すること
- （３）その他

【小賀野会長】 それでは、次に、報告事項（１）令和６年度消費生活相談について、及び、報告事項（２）第４次千葉県消費生活基本計画に基づく主な事業の取組状況等について、一括して事務局から説明をお願いします。なお、（２）については消費者安全確保地域協議会の設置促進に関することの説明も含みます。質疑等は全ての説明が終了した後、まとめてお願いしたいと思います。

それでは、よろしくお願いいたします。

【齊藤室長】 暮らし安全推進課の齊藤と申します。

令和６年度の消費生活相談の概要について説明いたします。着座にて御説明させていただきます。

お手元配付の資料１、資料２を使って説明いたします。

まず、資料１を御覧ください。令和６年度の消費生活相談の概要ということで、令和７年７月２９日に報道発表したものでございます。

この概要につきましては、毎年度、当課で取りまとめをしており、最近の消費生活相談の傾向や事例等を広く県民に周知し、注意喚起や消費者トラブルの防止につなげていこうとするものでございます。

それでは、内容について御説明いたします。

まず、市町村相談窓口を含む県内の消費生活相談窓口に寄せられた令和６年度の相談件数ですが、資料１の上段枠内の４行目、相談件数のとおり、５万４、５６４件で、前年度に比べて２、６９３件、率にして５．２％の増加になっています。

例年の相談件数との比較としては、資料１を１枚おめくりいただき、１の相談件数の推移を御覧いただきたいと思います。過去５年間の推移を記載しており、令和３年度まで

は減少傾向にありましたが、令和4年度から増加に転じており、また、各年度とも5万件前後と高い水準で推移している状況となっています。

次に、2の契約当事者の年齢層別割合ですが、これは相談のうち問合せや要望を除いた苦情相談の件数、4万9,757件について、年齢層別にまとめたものです。70歳代が16.1%と最も多くなっていますが、次いで50歳代、60歳代からの相談が多く、60歳以上が全体の4割以上を占めております。

3、商品・役務ごとに見た相談の状況のうち、相談数の多い商品・役務ですが、記載のとおり、商品一般、役務その他サービス、工事・建築が上位3位を占めております。それぞれの具体的な内容ですが、商品一般については宅配業者の不在通知を装い、ウェブサイトに誘導する不審な通知が届いたといった相談や、携帯電話会社等をかたり、身に覚えのない未納料金を請求する通知が届いたといった相談が寄せられています。

役務その他サービスについて、多いものは給湯器の点検に関する相談です。給湯器の点検をしていると電話があり、契約しているガス会社と思いきや来訪を承諾したが、ガス会社に問い合わせると関係がない業者であると分かり、断りたいが事業者名や連絡先が分からないといった相談が寄せられました。

工事・建築については、突然業者が来訪し「近所で工事をしていたらお宅の屋根の瓦がずれているのが見えた、無料で点検してあげる」などの勧誘を受け、高額な住宅リフォーム工事を契約してしまった、というような、いわゆる「点検商法」についての相談が多く寄せられています。

次に、令和5年度に比較して相談件数が増加した商品・役務ですが、基礎化粧品がトップ、続いて、相談数の多い商品・役務で登場した役務その他サービス、商品一般が上位3位を占めています。基礎化粧品は、主に美容クリーム等のインターネット通販に関する相談です。SNSの広告に「初回お試し」「縛りなし」との表示があった。1回限りと思って申し込み、お得なクーポンを使ったところ、いつの間にか定期購入になっていた。1回でやめたいが、解約料を請求され、納得できないといった相談です。

なお、相談の件数は少ないものの、前年度からの増加率という点から見て急増しているのが、8位の電気設備に関する相談となっており、主に分電盤の訪問販売に関する相談で、「分電盤の無料点検に伺いたい」と電話があり、契約中の大手電力会社からの電話と思いきや承諾した。業者が来訪し、点検を受けると「漏電しているので火事になる恐れがある」と言われたため、高額な契約をしたが、家族に契約書を確認してもらおうと、大手電力会社ではないことが分かったため解約したい、といった相談が寄せられました。

この商品・役務別の相談状況を年齢層別にまとめたものが、資料2の4ページに記載していますので、御覧ください。20歳未満ではインターネットゲームに関する相談が最も多く、続いて医療サービスに関する相談が多く寄せられています。インターネットゲームについては、子供が親に内緒で、勝手に高額な課金をしていたため、契約の取消しをしたいなどといった相談が寄せられており、医療サービスについては医療脱毛を分割払いで契約

し、完済したが、クリニックが倒産した。未施術分の返還請求方法を知りたいといった相談が寄せられております。

20歳代では医療サービスに関する相談が、また、30歳代では不動産貸借に関する相談が最も多く、20歳代ではほかの年齢にあまり見られない、他の内職・副業に関する相談も多くなっています。他の内職・副業については、副業で簡単に収入が得られるというインターネット上の広告やSNSに誘われ、先に金銭を支払って会員登録や情報商材を購入したものの、事実と違い全く儲からない、解約したいといった相談が多くなっています。

40歳代以上の傾向では、商品一般に関する相談が最も多く寄せられています。

資料1に戻っていただいて、最後のページ、4の18歳・19歳からの消費生活相談について御説明いたします。令和4年度の成年年齢引下げに伴い、新たに成人の対象となった18歳・19歳の方からの相談にどのような影響があるかを探るため、「令和4年度の消費生活相談の概要」から掲載しているデータになります。令和6年度については令和5年度比で、件数では19件、率では5.6%の減少となっています。成年年齢引下げの前年となる令和3年度から比べると多くなっているところですが、集計を始めて3年のため、増減の傾向がはっきりしているとは言えないこともあり、今後もデータを集積していく予定です。

なお、相談のあった商品・役務別に見ますと、令和6年度は、エステティックサービスや医療サービスについての相談が多くなっています。

続いて、資料2を御覧ください。1ページから6ページまでは、多くが今まで説明しました内容と重複しますので省略させていただきます。

7ページを御覧ください。(5)相談の多い販売方法とその特徴として、今まで述べてきました商品ごとの相談件数ではなく、どのような販売方法に関する相談が寄せられているかという観点からの集計になっています。

記載のとおり、インターネット通販に関する相談が約1万4,337件と、ほかの販売方法に比べて飛び抜けて多い状況になっています。契約当事者の傾向のとおり、若年層に限らず40歳から70歳と比較的高齢の世代からの相談も多くなっており、健康食品などの購入に関するトラブルや、大手通販業者から身に覚えのない購入代金の請求が届いたといった内容の相談が寄せられています。

続いて多い販売方法としては、こちらもインターネット絡みではありますが、SNSの広告で1回限りのお試しと思って購入した基礎化粧品や健康食品などの商品が、その後も購入が続く契約となっていたという定期購入に関する相談。また、屋根の点検商法や安価な水回り修理の広告を見て修理依頼をした業者から次々と高額な契約をさせられるといった家庭訪問販売に関する相談が該当し、それぞれ5,000件以上の相談が寄せられているところです。

続いて、8ページの3、苦情相談の状況（高齢者）を御覧ください。こちらにつきましても、契約当事者が65歳以上の方である相談内容等の特徴をまとめたものでございます。特徴としては、(1)に記載のとおり、全年齢層に比べて訪問販売に関する相談割合が大き

い状況となっています。日常的に自宅にいる時間が長いことなどが影響しているのではないかと考えられます。

その下の図3、図4ですが、図3が全年齢層、図4が高齢者の相談内容の割合を円グラフにしたものです。このうち訪問販売については、先ほど説明したとおり、全年齢層の12%に対し、高齢者は18%とやや高めの数字となっています。また、通信販売の割合が増えており、相談全体の約3分の1を占める状況となっています。

その下の図5、過去5年間の推移からも分かりますとおり、通信販売は令和2年度に相談に占める割合が一番多くなり、その後も高いレベルで、横ばい傾向となっております。スマートフォンやパソコンの普及に伴い、高齢の方もインターネットを利用する機会が増えたことなどが影響しているものと考えられます。

資料2の最後、9ページは令和5年度と比較して、65歳以上における相談件数が増加した商品・役務を、増加件数順にまとめたものです。増加数としては、役務その他サービスが最も多くなっているところですが、率で見ますと、先ほど全体の増加傾向でも述べました電気設備に関する相談が急増しております。また、給湯システムの増加率も高くなっていますが、内容としては高齢の両親宅に業者が来訪し、給湯機からガス漏れがある、すぐに工事をしないと爆発すると言われ契約をしたが、高額であるため返金してほしいといった相談が寄せられています。

資料3につきましては、資料1、2の中の商品・役務別の御説明の際にも述べてきた事例を含め、多く見られる相談事例についてまとめたものでございます。時間の関係もあり、後ほど御覧いただきまして、ここでは個々の説明を省略させていただきます。

県では、県の広報X（エックス）やホームページ、またラジオCM、映像媒体などを活用し、県民へ注意喚起を行うとともに、寄せられた相談内容を基に、悪質な事業者に対しては特定商取引法や県の条例などによる行政指導などを行い、被害の未然防止、拡大防止を図っているところです。

以上が令和6年度消費生活相談の概要の御説明となります。

続きまして、第4次千葉県消費生活基本計画に基づく主な事業の取組状況について、引き続き御説明いたします。資料4を御覧ください。

令和7年度は、令和6年3月28日に策定、公表しました第4次千葉県消費生活基本計画の適用2年目となっているところでございます。つきましては、計画に定めた各指標及び関連する各事業の取組を資料により説明させていただきます。

なお、指標項目の状況について、令和5年度と令和6年度の間が太線となっておりますが、本計画は令和6年度からが計画期間であるため、太線にしたものでございます。

まず1ページ目、計画全体の指標である消費生活全般について満足している県民の割合です。令和7年度に実施しました第69回県政世論調査の結果がまだ発表となっていませんが、間もなく発表の見込みであり、おおむね17%弱程度になる見込みとなっています。具体的な要因分析は行っておりませんが、昨今の社会情勢を考慮しますと、身近でいつ起こる

か分からない匿名流動型の悪質商法、また闇バイトといった事案の増加や、インターネット上での悪質商法の手口が複雑化、巧妙化していること、また長引く生活必需品の物価高騰などの要因が重なり、なかなか安全・安心な消費生活のイメージにつながりにくい、ひいては満足度の低下傾向につながっているのではないかと推測しているところです。

また、現計画では1ページ下段にあるとおり3つの基本施策を柱としております。

基本施策1は、主に行政としての体制整備に係るもの、基本施策2は、主に自立した消費者の育成に係るもの、基本施策3は、主に事業者への指導を通じて、安全安心な消費生活の実現を図ろうとするもの、まとめますと、大まかに行政、消費者、事業者、それぞれに係る施策となっているところです。

施策ごとに指標を設定し、それぞれの取組みを実施していますので、以下、施策の1から3に係る指標及び主な取組の状況について、順に御説明いたします。

2ページを御覧ください。数字については、本指標の元となる世論調査が隔年で行われていることから、インターネットアンケートの数字も合わせて使用しています。

基本施策1、消費者被害の防止、救済とネットワーク強化ですが、当該施策についての指標項目である「消費者トラブルにあった時に『安心して相談できるところがある』と思う県民の割合」の最新の結果は、現況欄のとおり48%強となっております。

また、補助目標として4つございますが、1つ目の消費者センターの機能も含めた認知度については、第69回県政世論調査の結果がまだ発表になっておりませんが、おおむね16%弱程度になる見込みであり、2つ目の消費者トラブルにあった際に身近に相談できる者の有無については、インターネットアンケートでは74.4%ということがございます。残りの補助目標のうち、3つ目の見守りネットワークが整備されている市町村は、令和6年度との比較で5市町村の増加となっておりますが、4つ目の消費者安全確保地域協議会の市町村数は増えていない状況です。

これら指標に関する取組を含めた、主な取組状況でございますが、まず、消費生活相談窓口の周知、消費者被害防止に向けた情報提供等については、県民だよりやテレビ、ラジオ、SNS等の様々な媒体を活用した広報や、県消費者センターの相談員が県民向けに消費者被害防止のための講師を務める、自立支援講座において相談窓口の周知を行っているほか、SNSのX等での適格消費者団体への情報提供の呼びかけや、県ホームページで消費者トラブルに関する注意喚起や相談窓口の案内等をしております。

来年度は、県消費者センターで実施している「消費者教育コーディネーター育成講座」の修了生を、地域における消費者講座の講師として活用することも検討しています。引き続き、様々な方法で周知・広報に努めてまいります。

また、メール相談の件数でございますが、昨年12月18日現在において500件を超えており、令和6年度1年間の378件を既に上回っているような状況でございます。

次に、県全体の相談体制の充実につながる取組である消費者センター等による市町村

支援については、市町村における相談員の資質向上を図るための研修をオンライン、対面で実施するとともに、市町村からの求めに応じ、県消費者センターの相談員が訪問し、助言や指導、情報提供を行う巡回訪問を、令和6年度は182回実施しました。

また、相談員の人材の育成確保の面から、令和5年度から消費者庁が実施している消費生活相談員の資格試験の対策講座を開催する消費生活相談員担い手確保事業に手挙げして、令和5年度、6年度と、県消費者センターの研修ホールを会場として提供しました。

次に、4ページの消費者安全確保地域協議会の設置促進についてですが、指標でも説明したとおり、設置市町村がなかなか増えない状況があります。これは後ほど、個別にご意見を伺う機会がございますので、最後に説明いたします。

一方、消費者安全法上の法定ではない「見守りネットワーク」に関しては、令和6年度比で5団体、指標の比較対象年度として挙げている、前の計画の令和3年度実績からも年々増加する傾向にあります。当該ネットワークは、主に高齢者の見守りといった福祉的な意味合いが強いものとなりますが、令和3年度に厚生労働省と消費者庁の連名で、重層的支援体制整備事業の中で、既存の福祉的な見守りネットワークに、消費者行政担当部門が加わることで、消費者安全確保地域協議会としても活用できる旨の通知が発せられているところでございます。

次に、5ページの基本施策2、消費者市民を育む教育の推進について御説明いたします。指標項目は、消費者教育学習の機会が提供されていると思う県民の割合の状況について、現況欄のとおり20%強の状況となっております。また、当該指標項目のほか、記載のとおり3つの補助目標を挙げています。指標のとおり、前年度との人数比で、教員向け消費者教育に関する研修の受講者数は増加、消費者教育コーディネーター育成講座の受講者数は対面講座を実施する形態にしたこと等により減少。また、消費者教育担い手リストの登録人数はコーディネーター育成講座の受講者数を絞り、かつ今までは任意でございましたリストへの登録を必須としたため、育成講座の受講者数と同じ40人となりました。今回、委員の皆様からの意見などを考慮し、消費者教育コーディネーター育成講座のより一層の充実、活性化を図り、また、実践的に活用可能な「消費者教育担い手人材リスト」をつくるためにも、少し実施方法を変えております。そのため、現計画の目標値は各年度200人で、人材リストの登録人数は各年度80人となっておりますが、後ほどこの記載をどうするかについても御意見をいただければ有難い、と考えております。

6ページに移りまして、当該施策に関する主な取組状況を御説明いたします。まず、学生及び消費者教育を実施する教員向けの取組として、教育委員会と連携し、県で作成している高校生向け消費者教育教材「社会への扉～12のクイズで学ぶ自立した消費者～」を県内高校及び特別支援学校等へ配布するとともに、教職員向けの研修をオンラインと対面を併用して、実施しました。

次に、先ほども申しましたが、消費生活に必要な知識や情報の普及啓発など、地域における消費者教育を効果的にコーディネートできる人材を育成する「消費者教育コーディネ

ネーター育成講座」を実施しております。こちらは、令和7年度事業分をまさに今、実施しております。具体的には、1月はオンデマンド配信中であり、2月7日と28日に対面講座を実施する予定です。

3つ目の取組、若者の消費者被害防止のためのSNSを活用した取組ですが、令和5年度に吉本興業の芸人を起用し、若者によくあるトラブル事例をテーマとした映像教材を5本作成し、ユーチューブの千葉県公式ページで公開しております。それなりの啓発効果があったものと感じておりますが、6年度の中盤頃には視聴数が頭打ちとなっていたこともあり、この映像教材を紹介する広告事業のユーチューブ掲出事業を行ったところでした。令和7年2月から3月にかけて、約138万回の広告配信を行い、そこから42万回の完全視聴が得られました。令和7年度においても、教育委員会に周知を依頼する等により、視聴促進策を進めているところです。内容、映像時間とも視聴しやすい動画でありますので、今後も消費者教育の教材としての使用などで、活用を図っていきたく思っております。

また、今年度は小学生を子に持つ親世代を対象とした、消費生活すぐろくの体験等ができるイベントを、令和8年1月中に行う予定です。

基本施策2における最後になりますが、高齢者の消費者被害防止のための取組を御説明いたします。先ほど消費生活相談の概要でも御説明したとおり、相談の約4割を60歳以上が占めていることもあり、高齢者への啓発は若者への啓発と並び重要です。このため、資料にも記載のとおり、高齢者向けに消費者被害防止のための事例や対応策を紹介する消費者自立支援講座の開催や、近隣の16都区市と連携した高齢者被害特別相談の開催、地域において高齢者に身近に接する機会が多い民生委員等を対象として、消費者被害の実例や日常における気づきのポイントを学べる高齢者等見守り講座の開催といった取組を行ったところでした。消費者被害を未然に防止するためには、若者や高齢者をはじめ、様々な属性の消費者が正しい情報を見極める力、合理的に考える力等を身につけることが重要と考えておりますので、今後とも多くの機会を通じ、消費者教育を実施してまいります。

次に、7ページを御覧ください。基本施策3、安全安心な消費生活の確保について御説明いたします。

指標については、悪質商法が減ってきたと思う県民の割合と、生活必需品の安定供給と安全性の確保について不安を感じる県民の割合の2つになります。

指標の状況については表記載のとおり、なかなか厳しい結果となっております。

1つ目の指標については、報道等により悪質商法の様々な手口が周知される反面、それだけ悪質商法が広がっていることも認識されていること。

2つ目の指標については、今年度も様々な商品の値上げが続いており、米についても値段の高騰が続いていること、などが影響しているのではないかと推測しています。

主な取組としては、まず7ページ下段にありますとおり、悪質事業者に対する特定商取引法、及び千葉県消費生活の安定と向上に関する条例に基づく指導・処分があります。

指導や処分に当たっては、県内の消費者からの相談状況を常時注視しており、違反が

疑われる相談状況が見受けられた場合は、その内容の詳細を確認、検討しながら対応しているところです。今年度、行政処分・指導を行った事業者数は、令和7年10月末時点で、23件となっております。

8ページを御覧ください。令和6年度に、特定商取引法に基づく業務停止命令等の行政処分を行いました案件について概要をまとめたものです。この事例は、前回の審議会でも説明したものでございます。

対象業者は、故障車修理等の訪問販売を行っている事業者で、訪問販売に際して、消費者へ事業者の氏名または名称を明らかにしない氏名等不表示、契約締結時または契約締結の際の役務提供と料金受領の際に交付した書面について、法定記載事項の不備がある契約書面記載不備、訪問販売によって契約を結ぶために勧誘する際に、役務内容や対価について故意に事実を告げない重要事項不告知といった違反行為が確認されたため、事業者に対して9か月の業務停止命令、及び代表者個人に対して9か月の業務禁止命令の行政処分を行ったものでございます。今年度はまだ行政処分の実績はありませんが、現在も情報を得た案件に関して、処分に向けた調査や指導等を随時行っているところであり、引き続き不当な取引行為が疑われる事業者への適切な指導、法令違反が認められた事業者への処分を検討してまいります。

最後でございますが、同ページ下段のとおり、基本施策3に関するその他の取組状況として2点、挙げております。

1つ目は、災害時等における消費者の安全・安心の推進として、今年度はこれまで、大きな被害は認められていませんが、過去、台風が多い時期や大きな水害、地震が起きた際には、新聞やラジオ、県ホームページやSNS等を使用して、災害に便乗した悪質商法、寄附金をかたった事例等への注意喚起を行っております。

また、2つ目としては、不当な表示等を行う事業者に対して、景品表示法に基づき行政指導を行いました。景品表示法は、実際よりも著しく優良または有利と見せかける表示等を禁止し、一般消費者の利益を守る法律ですが、これらの違反事項である優良誤認表示、有利誤認表示が疑われる事業者に対し指導を行ったものです。

9ページには、指導件数を載せており、今年度は令和7年11月19日現在で、18件の指導を行っております。景品表示法については、ステルスマーケティングへの規制が始まったことや、ネット広告等、1つの県内にとどまらず広域に及ぶ案件が増えてきていることもあり、近隣都道府県との連携も重要になることから、適宜、情報交換等に努め、引き続き不当な表示を行う事業者への指導を行ってまいります。

以上が、計画の主な取組状況でございます。

続きまして、消費者安全確保地域協議会に関するものに移ります。会議資料5を御覧ください。消費者安全確保地域協議会の設置促進に関する資料について説明いたします。別添基本資料の参考1から4も、併せて御覧になりながらお聞きください。

まず1点目として、消費者安全確保地域協議会とは何ぞやということでございますが、

これは高齢者、障害者、認知症等により判断力が不十分となった消費者等の消費生活上の被害を防ぐため、多様な見守りの担い手が日々の活動の中で情報を届け、ひいては発見した被害の端緒を確実に消費生活センターへの相談につなげるためのネットワークであり、また消費者安全法上の法定のものでございます。参考1にポンチ絵等がありますので、後ほど御覧ください。

千葉県では、船橋市、印西市、白井市、富里市の4市で設置されておりますが、なかなか増えていかない状況があります。全国では昨年9月時点で、1,741市町村のうち530市町村で設置されているところです。参考2を御覧いただくと分かりますが、西日本で設置実績が多いようです。消費者庁の新未来創造戦略本部が徳島県にあることなども影響しているかもしれません。

続いて、国の動向です。国においては、この協議会の活動促進を目指し、今年度は全国消費者見守りネットワーク連絡協議会、今までは高齢消費者・障がい消費者見守りネットワーク連絡協議会と称しておりましたが、そこに都道府県が初めて参加を要請されました。地域の見守りネットワークの活動を強化するため、新規加入の民間団体、具体的には株式会社日本郵政などに見守り活動の意義を説明し、本部から各支部へと各地域での見守り活動への協力を依頼するなどの内容がございました。併せて、見守りネットワーク内での情報共有が、決して活発とはいえない現状の紹介とともに、受け身ではなく、積極的に消費者にアプローチできる組織にしたい、という消費者庁の姿勢も示されたところでございます。

こういった背景や、令和7年12月定例千葉県議会における質疑でも取り上げられたことなどから、今回は千葉県の市町村における、消費者安全法上の消費者安全確保地域協議会の設置促進策について、特に取り上げさせていただきました。

最下段にある参考ですが、この協議会については県の計画でも指標が設置されており、「増加を目指します」という目標になっております。

次のページに進みます。4番、これまでの県の促進方策です。これまで県は、毎年の市町村消費者行政担当課長会議で協議会設置の意義やメリット、設立手順等について説明を行ってまいりました。また、協議会と連携して活動すると思われる民生委員等をターゲットにした高齢者見守り講座を開催しております。これは参考の3にもある通り、今年度は厚生労働省が進める「重層的支援整備体制整備事業」の実施に前向きな市町村をピックアップして開催する予定です。重層的支援体制整備事業とは、子供、障害、高齢、生活困窮など、分野別の支援体制では十分に対応できない、複雑化、複合化した案件に対して分野を横断し、一体的に取り組むための包括的な支援体制を整備する事業です。

令和3年度に、厚生労働省と消費者庁との連名で通知が発せられ、重層的支援体制整備事業の中で、既存の福祉的な見守りネットワークに、消費者行政担当部門が加わることで消費者安全確保地域協議会の活動としても活用できることが明らかにされました。従って、重層的事業に積極的な自治体は、消費者安全確保地域協議会の設置の地盤が整っているの

ではないか、と考えております。

また、昨年度、法定協議会に関して学ぶ県内消費者団体の研修会に、厚生労働省、県の健康福祉指導課の担当者とともに、当室の担当者も参加しております。

最後に、法定協議会の設置に当たっての課題・問題点についてです。参考4も参照してください。

まず、(1) 既存の福祉のネットワークが活動しており、屋上屋を重ねるような消費者安全法上の法定協議会の必要性は感じない、あるいは、関係部署との調整をはじめとする法定協議会の新規設置事務に負担を感じる、としている自治体があること。(2) 特に小規模市町村においては、法定協議会を設置・運用できるだけの人員体制が整っていないこと。(3) 法定協議会のメリットが、市町村に認識されていないこと。などが、設置が進まない理由だと思われまます。

現状は以上のような状況でございます。しかし、件数が増えていかない現状を打破するきっかけとなることを考え、事務局、県としてのアクションを仮に作成してみました。右上にたたき台と書かれている事務局としてのアクション、素案を御覧ください。当面の対応としては、くらし安全推進課のホームページに法定協議会についての記載を充実させること。お手本としては、別添資料にもありますが、埼玉県のコテンツとなります。千葉県では法定協議会に関するページは現時点では存在しないために、まずはこれをつくってみよう、ということです。

また、今年度行った市町村実態調査の結果をこれから市町村に送付しますが、その際、ただ送るだけでなく、法定協議会の設置のお願い、また令和8年度からの消費者庁の消費者行政交付金の一部のメニューが法定協議会設置を必要条件とするものに変更になることも伝えたいと思います。

中期的な対応につきましては、例年6月上旬に開催している市町村消費者行政担当課長会議を2部制として、例えば、午前中に希望市町村に対して、法定協議会に関する研修会を実施する。その際の研修会講師は、消費者庁職員等を想定しております。

また、既に行った市町村実態調査、そして次の6月の研修会後のアンケート結果等の分析から、法定協議会の設置に向けて可能性のありそうな市町村の抽出を行っていきます。抽出された団体について、県が伴走型支援をしたり、先進自治体への視察をセッティングする、県から法定協議会に設立に向けた庁内会議の開催依頼なども検討するというようなことも考えてみました。

以上でございます。

皆さんの議論の助けとして事務局案をたたき台として挙げさせていただきました。

なお、事前にいただいた、委員の皆様からの御意見についてまとめた資料も、お配りさせていただきます。

長くなりましたが、事務局からの説明は、以上でございます。

【小賀野会長】 御丁寧な御説明をいただきまして、ありがとうございました。

最後に御説明があった法定協議会の設置促進、具体的には消費者安全確保地域協議会については、この審議会ですら、拝師副会長から状況の御説明をいただきました。また、柿沼委員をはじめ、他の委員からもこれに対するいろいろな御意見をいただいていたところ

です。事務局から、事前に各委員の御意見を求めましたところ、ここにある最後の資料、両面の1枚の資料にあるように、5名の委員から事前に御意見をいただいております。

今日はこのテーマについて、自由に御意見をいただきたいと思います。まずはこの5名の委員から順次、どんなことを述べてくださっているのかを簡潔に御説明等いただければありがたいと思います。

まず、井原委員からお願いしてよろしいでしょうか。

【井原委員】 井原でございます。よろしくお願ひいたします。

私は、先ほど紹介された10月14日の消費者庁の会議に、別口で参加していたのですが、消費者庁からは、基本的に地域協議会について、今までのように設置の数を追っていくということだけではなく、機能強化の部分を重点的に行っていきたい、という方向性の報告があったかと思ひます。

その機能強化の面については、今回、事務局のほうから御説明いただいた市町村アンケートの結果などから考えても、既存のネットワークで対応するから十分だとか、福祉部局の関連課題と類似する会議の増加に対する否定的な意見、すなわち、福祉系のネットワークの構成員の方々は、その関係だけで、かなりの数の会議などがいろいろあり、多忙で消費生活のネットワークまで手が回らない、というところがあるように思ひます。そこで、消費のネットワークの機能の充実という部分では、福祉の方々に「消費のネットワークも自分たちの仕事に役に立つ」「福祉の分野で自分たちが見守りしている場面で役に立つ」そういった視点から、消費のネットワークもやっていたほうがいいんじゃないか、という意識を持ってもらえるように、消費の関係者が「消費の地域協議会をつくることによって、これだけいいことがありますよ」「福祉の関係者にもこんなメリットがありますよ」というところを訴えかけられるような存在に、消費のネットワークを位置付けていく必要があるのではないか、と個人的には考えております。

その観点からは単純な情報提供、消費者被害に関する手口とかそういった有益な情報を伝える、という報告であっても、消費の関係者は地域協議会の場で説明するだけ、ということでは、実際にあまり消費者関係の情報に触れてない福祉関係の方たちにとっては、結局、自分たちの団体に持ち帰って、そこで自分で説明しなければいけない、ということになってしまいます。そうではなくて、例えば消費の見守りネットワークの現場を知る、消費サイド側で育成した人たちを、福祉の団体に送り込んで説明できますよ。だから、福祉関係の方たちにはそのための場所だけつくっていただければ結構ですよと、そういった形で、福祉の人たちの手間を省いた上で、消費のきちんとした情報が広まっていく、そういった

形がとれないでしょうか。消費の法定協議会の有効活用・利用という観点から、福祉の関係者の方たちにとっては、消費生活上の被害回復という部分を、福祉が専門の自分たちではなく、消費部門をきちんと理解している人たちが来て、伝えてくれる。そういう積み重ねのような形で随時バージョンアップもできるような仕組みをつくって、その辺りから広めていくきっかけにできたらいいんじゃないかな、と考えてこのような意見を書かせていただいております。

以上です。

【小賀野会長】 ありがとうございます。事前意見では、最後のほうに「例えば」、ということ書かれています。この最後の4行では、どこが一番中心になりますか。福祉という御発言がありましたが、事前意見では福祉という言葉はありませんが。

【井原委員】 そうですね、基本的には消費生活被害を理解し、伝えられる人材を育てて、そのような人材を、いろいろな団体に派遣できるだけの体制を整えたい。その際の派遣先の団体の中で、福祉関係の方たちの団体を想定している、というイメージです。そうして、利用しやすい仕組みをつくって、ぜひ使ってみてくださいとアピールする、そして実際に被害防止ができた、というような実例が出てくると、少しずつ広がっていくのではないかと、というような考え方です。

【小賀野会長】 なるほど。そうすると、それぞれの団体は福祉関係の団体ということで、福祉関係団体の責任者等に対して本協議会の意義とかそういうものを説明するということでしょうか。情報提供が中心になりますね。

【井原委員】 消費の地域協議会と、福祉関係のネットワークとかそれとの協働のような形をイメージすると、その際は、福祉の方たちの理解がないとなかなか協働関係という形に乗っていくことということは難しいと思います。そこで、いわば乗ってもらうためのツールとして、乗っていただけたらこういうことがいいことありますよ、というアピール・ポイントをつくってはどうか、というような考え方です。

【小賀野会長】 ありがとうございます。そうすると、この呼びかけ人は県を考えておられますでしょうか。

【井原委員】 そうですね、県が市町村を説得していくときに、こういったような切り口はいかがでしょうか、というようなイメージですね。

【小賀野会長】 委員の皆様、事務局からも必要があれば御意見、御質問等をいただければ、と思います。

続いて高橋委員、お願いしてよろしいでしょうか。

【高橋委員】 いろいろ書かせていただきましたが、基本的にはこの「設置の促進」という問題にのみ、焦点を当てております。協議会自体がどうなったほうがいいのか、という部分には全く言及していないということ、一応、先にお伝えさせていただきます。

ただ、私としてもこれを設置していくことというのは非常に良い試みだと思っているのですが、先ほど、井原委員からも意見がありましたので、まず4番目のセンテンスからお話

させていただきます。私が記載した4番目では、やはり、この協議会を設置することの価値を認知してもらうことがまず前提として必要ではないかと思っています。

その際に「こういう価値があるんですよ」ということを、理論上の話で言及するよりも、実績ベースで示すことが恐らく重要である、すなわち、実際にこれを導入して、どんなメリットがあったのかという部分を伝えることが大事なポイントの一つではないかと考えています。これは実際に導入している市町村であったり、他の都道府県もそういうことに協力可能かどうかという部分は、ちょっと私も分かりかねる部分はありますが、その横展開というか、情報共有だったり、実績を共有するという部分がとても重要になってくるのではないかなど、と思っています。

それを踏まえて、1点目のほうに順次戻っていくと、先ほどの資料にもあったとおり、他の都道府県の市町村では、どれだけ設置しているかという比率が記載されていて、西日本が高いという説明があったと思います。ただ、あの表・グラフを見る限りでは、実際に導入している都道府県の人口分布を考えてみても結構、分散が大きいように理解しています。したがって、大都市が多い、結構人口の多い都道府県から、小規模、中規模の市町村が多い都道府県まで比べてみても、比較的その普及率に分散があるので、必ずしも小規模・中規模・大規模が問題という規模の問題に依存するかどうかはデータだけでは分からない、ということの一つを感じているところであります。

したがって規模別に分類するのであれば、その規模ごとに見合う御苦労であったりとか、メリットだったりというような内容の部分も含めて、情報共有されたほうが良いのではないかと思っています。

2点目に関しても、先ほどの「なぜ普及しないのか」という説明の背景に、労働力の問題とか、価値が認識できないという部分があると思います。そうすると、先ほどのたたき台にも少し記載されていたと思いますが、やはり優先順位を決めるべきなのではないかと思っています。これは3点目と関連するのですが、一般的に「何かを普及させるとき」というのは、周りに「今後普及しそうということ」を自覚してもらうことが重要であると感じています。この世の中の、あらゆるイノベーションの普及のプロセスというのは、基本的にS字型で起こっていくというように言われており、最初はなかなか増えなくて、ある程度採用者が増えてくると急激に増えて、またなだらかになるという傾向が一般的にはあると思っています。

そういう点から考えると、やはりある程度、設置できる団体にまず設置していただいて、そこで県としての実績を積んでいって、その価値を他のまだ設置していない市町村に共有していき、その後、加速度的に増やしていくという優先順位の議論を、少し提案させていただきたいと思っています。

以上です。

**【小賀野会長】** ありがとうございます。立上げの促進というか、そこに重点を置いて、御意見を述べていただきました。設置実績という部分が共有できれば、その後の立上げの

促進につながるように思います。本県では4市が立ち上げておりますので、そのあたりの情報も、後ほど委員の皆様からいただければありがたいと思います。

それでは、御意見、御質問もおありかと思いますが、まとめて後でいただくことにして、続いて、尼崎委員、お願いしてよろしいでしょうか。

【尼崎委員】 尼崎です。よろしくお願いいたします。

事前意見にも書きましたけれども、基本的に押さえておきたいところとして、4市から増えていないという現状を考えますと、少しずつ、1市でも2市でも着実に増やしていくという姿勢が当面大事だと思っております。設置市町村等が多くなってくると、状況も変わってくるかと思えます。これまでの期間にこの4市以外、設置がないということが問題と思っております。

あと、全国の協議会の設置状況を見ましても、これも数字の見方等はいろいろあるかと思いますが、この千葉県の14%という数値に関しては、全国との比較で重く受け止める必要があると感じております。

その観点から、設置の促進について、各自治体の事情等よく分からない部分はありますが、その中で自分なりに考えてみましたので、事前意見として記載させていただきました。

事務局のたたき台にもありました、重層的支援体制整備事業の実施に前向きな市町村のピックアップについては、私も有効だと思っております。法定協議会の設置市は現状、船橋、印西、白井、富里の4市ですが、例えば松戸市などは、この重層的支援体制整備事業に対して非常に積極的な取組をされているというイメージがあります。それでも法定協議会の設置が進んでいない理由は分かりませんが、いずれにしても、重層的事業に積極的な市町村をピックアップして、個別にアプローチしていくというのは、一つの方法論としてはあると思います。

あわせて、ピックアップしたところに県の伴走型支援という言葉も、資料のどこかに載っておりましたが、具体的に設置するところまでしっかりサポートしていくということは必要だ、と考えております。

あとは、市町村からのアンケートの回答で、既存ネットワークで対応するので大丈夫です、という回答が16団体あるということでしたが、これは、法定協議会への理解が不足しているのか、それともほかの理由があった上での回答になっているのか、よく分かりませんが、いずれにしても理解の不足や、具体的に設置した後のイメージがついていないのではないかと感じます。この辺りは、粘り強く説明していく必要があると思います。したがって、引き続き市町村の消費者行政の担当の方がキーマンになると思われませんが、県からの説明の機会を増やしていくことが重要ではないかと感じております。

あと、現在設置済みの船橋、印西、白井、富里、この4市については、設置後の良かった点、改善が必要な点などがあると思います。最初からこの協議会に掲げられた理想どおりに進んでいるというようには思えません。そこで、率直な現状と、今抱えている課題は何か、それについて、これからどのように対応しようとしているのかと、というような部分を

オープンにさせていただいて、その課題について。県全体で一緒に考えると、好事例であればそれを横展開していくとか、というような取組が必要なのか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。最後にまとめていただいたように、市町村の消費者行政担当者、冒頭、井原委員からは福祉関係の団体等への働きかけという御意見がありましたけれども、ここでは市町村の消費者行政担当者への御説明を増やすこととか、既存4市の現状と課題を調査、整理するというような御提言をいただきました。

それでは後藤委員、お願いいたします。

【後藤委員】 私は皆さんのように、あまり難しく、考えてはいなかったと思っています。以前に、淑徳大学で富里市の事例でしょうか、この問題についての発表を聞いたことがあります。ただその際も、消費者団体が何で構成員に入っていないのかな、とちょっと気がかりではありました。

それでもその発表を聞いて、松戸市でもこういう組織ができるといいね、という感想を抱いたのですが、松戸市の消費生活課のほうに声かけしますと、やはり当時としては、福祉部局と消費者部局とは、事情が違うわけです。市の内部だけでは、それはできない、といわれたので、その後、この審議会でも、できたら県からでも声かけをしていただきたいという意見を言っていたのですけれども、令和3年に国から通知が出たということで、これで市町村も動きやすくなるのではないかと思ひ、深刻に考えないで、簡単にこういう組織はできるものと思ひ込んでおりました。

消費部局の職員が、他部局に声かけすること自体にも問題はあったのです。松戸市の消費生活課の職員は、現在2名しかいない状態で、それも、だんだん減らされていたのです。2名しかいない状態で大変だとは思いましたが、国から通知が出ているということで、以前よりもそういう組織をつくりましょうという環境が整い、1つの課ががむしゃらに頑張らなくても、それぞれの部署にそういう話が来ていれば、今までよりも人数が少なくなってもつくる方向に向かっていけるんじゃないか、とも思っております。

もっとも当時から、福祉関係で同じようなことはやっている。学校関係だとPTAの人たちがパトロールをしている、それぞれがやっているからいいんだと、もう十分なんだという感じのことを言われた記憶はあります。

私自身の感想としては、各市町村に、立派なこういう組織が一つだけあります、ということではなく、昔の寄り合いを想像できるような規模感が重要だと思います。要するに、市レベルで一つ、大きい組織があっても良いですが、その中で幾つにも分かれた小さな組織、それは町会・自治会単位だったり、事前意見でも書いたような、包括支援センター単位なり、小学校区が幾つか集まったりとか、あるいは駅を中心とした範囲など、比較的顔が見える規模が良いのです。立派な組織が一つだけありますよ、ではなく、そこの人たちは顔を合わせると、「あ、こんにちは」というような挨拶ができる、そういう組織が望ましいのです。

外部から来た知らない人というのは、やはり古い町には入ってきにくい。この町というのは、みんなのつながりが大変深い、そういうつくり、仕組みによって被害を防止することができるのではないかと思ったりもします。

今回の資料を見ても、皆さん、つくること自体が大変だという意見が強いのですが、私自身は「ああ、今までと違ってこの協議会もつくりやすくなったな」と感じてもらうことが大切だと思います。一つだけ大きな組織を立ち上げて、その構成員が忙しく動かなければ成り立たない組織ではなく、大きな組織は「こういうことをしましょう」と方針だけを決めて、その下に、幾つも実行部隊的なグループがある。そこは本当に、地域の人たちの生活も分かっているし、お互い顔も分かっているという、そういう単位で実務は進めていけばどうでしょうか。

大きい地域の組織で考えると大変だけれども、小さく小さくして行って、そこがそれぞれ動いていき、その代表の人たちが集まって協議する、という形を取っていければ良いのではないかと、思います。

ただ、今問題になっているのは、実際に被害に遭う人たちです。その人たちにどうアプローチするか、ということなのです。何か集まりを持ちましょうとか、消費者講座や研修会を開きますよ、ということをお知らせして、出てこられる人はまだ良いのです。

しかし、出てこない人が問題なのです。協議会をつくることは良いことですが、どのようにすればその被害に遭う対象と言われている人たちを呼び込んで、一緒にそういう被害から逃れるような学習、研修を行っていけるのか、その対応がまさに問題だなど思っております、できれば、どうすればいいのかというアイデアを皆さんからいただければ幸いです。

以上です。

**【小賀野会長】** ありがとうございます。確かに、大きな組織で呼び掛ける方法もありますが、身の丈から立ち上げていくということもいいですね。昔の、いわゆるいい意味での「村社会」では、お互いに支え合って生活をしていましたが、そういうことをちょっと思い出させてくれました。

縦割りの弊害は各所で指摘されていて、最近ではそれを打開しようという動きもあり、この厚労省と消費者庁の連名での通知というのも確かに注目すべきところです。ただ、それぞれが法律を所管し、その法律がネックになっているところもあるようですので、その辺りの御意見もいただければありがたいと思います。

先ほど尼崎委員から、重層的事業の先進事例として松戸市を紹介していただいたこともあり、ちょっと補足させていただきました。

それでは、最後になりましたが依光委員、お願いいたします。

**【依光委員】** ありがとうございます。依光です。よろしくお願いいたします。

事前意見で書いてあることとは少し違うのですが、今尼崎委員、後藤委員のお話を伺っていて思ったのですが、重層的支援体制整備事業、こちらにはきちんと、消費者被害

防止のこともテーマに入っていたと記憶しています。ただ、取り組んでいる自治体に聞くと消費者被害防止が入っていたとは思わなかった、知らなかったという声もあり、通知は行ってるはずなのですが、福祉部門には、なかなかそのイメージが湧かない、というところがあるのだなと、この間の活動の中で感じました。

そういう意味では、重層的事業の枠組みも、今、後藤委員がおっしゃっていたとおり、小学校区単位だったり、中学校区単位だったり、それぞれの自治会の皆さんや福祉関係の皆さん、それから社会協議会の皆さんとか、いろいろな方が入っていらっしゃるのです、そういう地域の脆弱な方をそっと見守る中で、「様子がおかしいな」と感じた際に福祉部局につながというのが主な目的だと思いますが、それは消費者被害も同じです。

やはりあの人、何か被害に遭ってるかもとか、ちょっと様子がおかしいからお話を聞いてみようという方々を増やす、大上段からではなく、身の丈に合った活動から充実させていくのが、見守り組織のメインの目的だと思うので、消費者の法定協議会の目的と十分、被ると思うのです。その辺りを県から市町村に、上手に説明して、軌道に乗せていただくことが重要ではないでしょうか。

地域の方、市町村の方からは、今、後藤委員からもお話があったように、人が減らされていたり、予算が減ってお金がないんだ、という話もちらちら聞きます。そこで今回、国からも補助金が出る、ということであれば、例えば、研修費用が出ますよとか、補助金獲得のための計画に書き込むことで、見守り活動についてもこんな支援ができますよ、というようなことが、消費者行政の担当者から福祉の方々に説明できれば、肩身も広がるのではないかと思います。消費者サイドから、福祉のネットワークの仲間に加えてください、とお願いした場合、福祉サイドから「それでは消費のあなたたちは、何ができるのですか」と質問された時に「こういう研修ができます」とか、「消費の視点からこういう情報提供もできます」というニュアンスの回答ができれば、福祉の方にも話がしやすいのではないかと、という気がします。そんな見方もあっていいのかなと、今までのお話を伺いながら、思いました。

ここに資料で、2024年のサポ・ちばのニュースを添付していただきましたが、実を言うと、私は2025年の講座に参加させていただきました。その時のメンバー、それこそ消費者安全確保地域協議会の構成員の方々ですが、お話を聞いているだけでも、皆さん大変、意識が高いのです。

地域で、様子がちょっとおかしい人、お話しを聞いている過程で、ちょっとこの人困っているようだ、という方を機敏に見つけて、できるだけ早く消費生活センターに繋げたいのですという、本当に前向きにいろいろ考えていらっしゃる方がたくさんおられました。

この協議会の構成員は、やはり福祉関係の方々が多いようで、例えば、老人会の皆さん、防犯委員会の指導員の皆さんなどですが、皆さん「消費者被害も未然に防ぎたい」、そういう視点も持って活動されているということがよく分かりました。やはりこういう組織ができると、そういう視点も持ち合わせた住民が増えるのだな、という感想を持った次第です。

協議会設置のメリットをどう説明していくか、という話がありましたが、住民の意識の変化、向上のきっかけとなる、という部分もメリットの一つだと思いますので、そんな要素もぜひ伝わるような広報等もしていただけたら良いと思います。

別件ですが、「この協議会ではこんなことができますよ」という意味合いで、県レベルの協議会をつくられたらどうかな、と思っております。平成23年から「千葉県消費生活ネットワーク会議」という組織が設置されている、と記憶しています。ただ、名簿は整備されていても、これまで、何年間も動いた形跡はありません。それでも多分、予算はある程度ついているのではないかと思います。そこで、せっかくこういう組織がある以上、そこにちょっと手を加えて県レベルの法定協議会としての体裁を整える。メンバーに自治会の代表や、民生委員の代表、包括支援センターとか社会福祉協議会の方なども参加していただいて、地域でそういう協議会をつくることの意義、重要性とか、こういう消費者被害があるので、地域のそれぞれの方たちにも、ぜひ周知・広報してくださいというような内容で、1年に1回でも2回でも、動かしてみることも一手かなと思います。

その状況を、市町村の方に見ていただいたり、実績報告の形でお伝えいただければ、県でも、今まで形骸化していた組織に手を加え、新たな参加者を付すことで、違う形で動いたという実績を見ていただくことも、1つの事例として良いのではないのでしょうか。もちろん、それがどのぐらい広がるかは未知数ですが、説明・説得も良いけれど、実際に「見てもらう」ということも大変大事かなと思うので、ぜひ、御検討いただきたいと思います。

あわせて、市町村からアンケートをとっているとのことでしたが、先ほど尼崎委員からお話があったように、今実際に地域でやっていらっしゃる4市については、良い点・困った点とか、つくるまでにこんなことを工夫した、というような部分を、もう少し詳しく深掘りして、分析していただくと、千葉県特有のハードルとか、地域的な特色みたいなものが出てくるかもしれません。課題をよりクリアにするという意味でも、ぜひお願いしたいと思います。

以上です。

**【小賀野会長】** ありがとうございます。見守り等の組織がいろいろな形で存在しているわけですね。「被る」という言葉が使われましたけれども、重なっているところがあって、そんなこともあって重層的という言葉が出てきているのだと思います。それぞれお互いに呼びかけ合って、参加していただくこともありますね。後藤委員のご意見とも重なるところがあり、身の丈とかですね、大切な視点です。

以上で、事前にいただいた、5名の委員からの補足説明を賜りました。これから後は委員の皆さんから、私はこう考えるとか、これはどうかとか、御質問、御意見を御自由にいただければありがたいと思います。どういう視点からでも結構です。

それから、この協議会の立上げに実際に関与されたり、いろいろな情報をお持ちの委員の皆様から御意見を賜れば幸いです。

まず拝師副会長、よろしいでしょうか。お願いします。

【拝師副会長】 発言の機会を与えていただきまして、ありがとうございます。

5人の委員の皆様から、積極的な御意見をいただきました。それぞれ非常に、的確な御指摘、御提案ではないかと思っております。ぜひ県の事務局には、頑張っていただきたいと思えます。

それで1点、ちょっと気づいた点を申し上げます。基本計画の基本施策として、消費者被害の防止、救済とネットワーク強化という項目を入れていただいていること自体は非常に良いことだと思っております。地域協議会の設置も、その目標の中に含まれているということですが、それと並んで、見守りネットワークが整備されている市町村数というのが挙げられていて、現状で、相当な数の市町村で見守りネットワークそのものは整備されています、とカウントされています。

この点、確かに福祉系の見守りネットワークと消費者安全確保地域協議会、かなり被る部分はあるのです。もちろん、メンバーも福祉系の方々を中心に被っていますし、そもそも福祉のネットワークでは「高齢者、障害者の権利擁護」という名目で、福祉の活動目標の中に消費者被害への対応というのは、理論上入っているわけです。そういう意味では、もともと完全に被っているのです。しかし、実際の見守り活動的なことを行う現場では、やはり若干ずれがあって、福祉のほうは、形式上は、高齢者の財産被害の予防みたいなものが理屈上は入っていても、やはりメインは「身体的な見守り」でして、例えば「どうも最近、お隣のAさんが呼び鈴鳴らしても出てこない」とか、「今まで会合に出てきていたのに最近出てこない。心配だからおうちをのぞいてみたら、倒れていたの、その後搬送されました」みたいな、そういう事象を防ぐという部分がどうしてもメインになります。

他にも「認知能力が低くなって、ちょっとお一人では住めそうもないので、施設のほうに案内する」というような形の、やはり健康であったり、生命身体系の見守りということが中心なのです。それに対し、消費者被害は「買物をたくさんしすぎてないか？」とか、「不要な契約をさせられてないか？」みたいな視点が必要なもので、やはり若干、視点が違います。しかも消費者系のほうは、悪質業者の手口がころころ変わるので、ある程度、見守る側にも最近のトレンドのようなものを頭に置いていただくと発見しやすい、という特質があるので、一定程度、常に新しい情報を流して、見守る側にキャッチしてもらい、そういう視点からの声かけとかウォッチをしていただくことが好ましい、ということになるかと思えます。

ですから、見守りネットワークが整備されている市町村、45もあるのですが、それではその見守りネットワークが、消費系の特質を踏まえた視点からの見守りもできてますか？という視点からのチェックは、おそらくできていないでしょう。したがって、数だけ見るとすごく一杯、整備されていて、これだけ見ると「もう消費系のネットワークは、作らなくて良いのではないかと」と、逆にミスリードしてしまうようなデータになってしまっているのではないかとこの疑問を、今回、改めて感じているところです。その辺りの消費者被害の予防救済の観点からの見守りのイメージ、というものをもう少しきちんと整理して、

市町村の方々にもお伝えしたほうが良いのではないか、と思いました。

あとは実績、既に地域協議会ができていてる市で、実績を上げられている例というのは、今までの審議会の中でもお話ししています。それは、そんなに難しい話ではなくて、前にもお話ししましたが、例えば船橋市の場合であったら、在宅ケアのグループの方々が、多分10分もかからないような簡単な研修といいたいまいしょうか、本当にその組織内での簡単な声かけぐらいのレベルだと思うのですが、こういうことがあったら消費生活センターにつながりましょう、それから報告として上げてくださいいね、という程度の非常に簡単な声かけを、在宅に伺う人たちにお話しするだけで、そういう視点も持ってもらえる。それで、在宅ケアの方からの発見をきっかけにした、消費生活センターへのつながりという実例が増えていきますよ、それだけの話なのです。

ただ、それはすごく大事なことで、その10分にも満たない声かけがないだけで、多分気づかずに今まではスルーされていたのが、そういうお話をちょっとしていただくだけで状況が好転する。その前提として、法定協議会にその団体の代表の方に来ていただいて意識を持ってもらう、これだけで全然違ってくるのです。

そういう意味で、負担の軽さという特色を持ちつつ、成果は確かにありますよということはいアピール可能なのです。法定協議会を新設するターゲットの市町村を絞りこむ、という部分では、高橋委員からも御指摘がありました。ターゲットを絞って、やる気のありそうなところに、「構成団体の負担は、そんなに大きなものではない。けどこんなメリットは確かにあるし、その実績もある。」そういう具体的な説明をすることで、対象市町村の御理解をいただくと良いのかなと思っています。ぜひ、よろしくお願いします。

あとは、例えば視察であったり、組織ができてるところへのヒアリングとか、発表みたいなことをお願いする場合は、行政担当の方だけではなく、構成メンバーの中で一生懸命やっていたらっしゃる方がおります。そういう方の声、例えば、富里市だったら、町内会連合会の役員さんとか、船橋市であれば、今、申し上げた在宅ケアのグループの方とかがいらっしゃいます。船橋は、ほかの地域団体の方も熱心な方が多いので、会長さん、副会長さんを含めてどなたでもいいかな、という気もしますが、いずれにしても行政職員の方だけではなくて、そのメンバーの方で熱心な方も呼んでいただけると、イメージが湧きやすいかもしれません。

以上です。

**【小賀野会長】** ありがとうございます。見守りのほうが45市町村もありながら、消費者安全確保地域協議会は4市しかないという、この違いに注目された上で、しかし、実際に熱心に動いている構成員の方々にお声かけをしたらどうか、という御提案です。何か一気に増えていきそうな勇気も与えていただいたように思います。ありがとうございます。

船橋市が注目されていますが、柿沼委員、どうでしょうか。柿沼委員は国の消費者委員会の委員として活躍されていますが、国のレベル、地域のレベルからご発言ください。お願いいたします。

【柿沼委員】 私は、船橋市の消費生活センターで、相談員として仕事をしております。船橋市の中では協議会が設立されておりまして、私も以前、協議会の委員を務めた経験があります。そのあたりも踏まえて、まず、船橋市の協議会の内容について少し御報告させていただきたいと思います。

協議会のメンバーは、町会・自治会、老人クラブの方であったり、介護支援事業者、弁護士、民生・児童委員、市の庁内の福祉関係など、各担当部署がメンバーとして位置づけられています。

実際の会議自体は、年に1回程度であるのですが、消費者被害の防止に関する取組方針や施策についての協議を行っています。また、今、行っている内容としては、先ほど拝師副会長からもお話がございましたとおり、民生・児童委員、それから介護の関係の方、自治会の方向けに消費者トラブル情報の発信や、消費者トラブルをわかりやすくお伝えするために動画を配信させていただいています。このような形で、見守る側がどのような行動を起こせばいいのかという動画を見ていただくようにしています。

それから、船橋市内で何か大きな被害、例えばこの地域に悪質事業者が訪問しているという情報があれば、相談員からすぐに職員へ伝えて、即座に配信メールを送ります。これは市民向けの配信や、それから協議会の構成員である団体向けにも配信しています。それとともに、国民生活センターから出ている「見守り新鮮情報」という情報があるのですが、そちらも配信しています。

また、訪問販売お断りシールや、あとは「見守るためには、どうすればいいのか」というようなチラシを作って、欲しい方がいれば、いつでも差し上げますというような形にしております。したがって、この地域・この町会で訪問販売お断りシール、これが欲しいということであればすぐに配布できる体制を整えております。お断りシールが、どこまで悪質事業者に対して抑止力があるのか、ちょっと分かりませんが、そのような形の対応をしているというのが、船橋市の現状説明となります。

それからこれは意見ですが、見守りネットワークも消費者安全確保地域協議会も、どちらにしても、本当に必要だと、それぞれの基礎自治体が判断すれば、絶対、行動に移しアクションするはずですが。例えば災害が起きた場合、すぐに災害本部を立ち上げ、取り組むメンバーが迅速に揃います。一方で、この地域協議会については、ずいぶん前から相当時間をかけて、県から基礎自治体に対して働きかけはしてきたと思いますが、依然として二の足を踏んでいるところが多い、ということは、やはり必要性が十分に伝わっていないのではないかと少し感じるところではございます。県においては、今後このような取組をしたら、どういう消費者被害の未然防止につながるかという部分を、もっとアピールしていただきたい、というのが今、私の感じているところでございます。

以上です。

【小賀野会長】 ありがとうございます。拝師副会長、それから柿沼委員の意見に共通していたことは、この45市町村と4市は離れていますが、お二人からそれぞれ参考になる

御提言をいただきました。

委員の皆様、まだまだ御意見があるかと思えます。予定で、あと15分ぐらいが目安のようでございます。この辺りで、事務局から何か意見等がありますか。

【齊藤室長】 委員の皆様からの意見を、ぜひ、お聞きしたいと思えます。

【小賀野会長】 それでは、委員の皆様からのご発言を続けてください。

谷本委員、お願いします。

【谷本委員】 谷本でございます。

私も、このような話を今回初めてお聞きしました。その上で、事業者の立場から、また消費者の立場からお話しさせていただきます。

まず、この消費者安全確保地域協議会、こちらがまだ4市しか、千葉県では設置されていない。資料の上では、少なくとも4年間、船橋、印西、白井、富里、この4市しか設置が進んでいないということだと思います。一方で、今後人口が減ってくる、労働人口が減少していくであろう、例えば房総南部のような、すごく小規模な市町村では、なかなか行政の人員体制が整っていかないということを考えると、単独の市町村で設置、運営、運用していくということは、これからも非常に困難が予測されると思えます。

そこで、私の分からない部分ではあるんですけども、このような地域では、やはりエリア全体での運営、運用ということも、今後に関しては検討が必要ではないか、と感じております。やはり人口が減っていく中で、各企業、各行政組織もこれから労働人口が減り、どんどん業務負担が個人にかかっていく中で、単独市町村では厳しいのかなというのが1点、率直な印象でございます。

2点目なのですが、いろいろ消費者相談の件数が増えている、高齢者の相談件数が増えているという状況で、もっと高齢者の方が相談しやすい環境、場所づくり、そういった配慮が必要ではないかなと感じております。これまでに実績があるような会場における相談も重要でしょうが、相談の場自体を広げていく、もっと高齢者の方、消費者の方が相談しやすい、ハードルを下げていくという意味合いでは、高齢者の方が集まりやすい、例えば図書館であったり、道の駅であったり、あるいは日々の買物に使うスーパーマーケット、我々の店舗もそうですけれども、コンビニでもスーパーでも図書館でも道の駅でも、定期的に相談できる窓口をもっと拡げていけば、高齢者が騙されて被害に遭うという事態の減少にも繋がっていくのではないかと、思っております。

そういう意味では、弊社においても、現状、いろいろな店舗がございます。さらに、最近ではもう店舗だけではなく、最近話題の「買物難民」対策の一つとして、移動販売で直接、過疎のエリアに、弊社の商品販売用トラックを派遣し、高齢者の方がそのエリアで買物できるような仕組みにも力を入れております。その際、担当者が消費者被害の防止啓発リーフレットを配布したり、あるいは消費生活相談に乗れる場所として提供するとか、いろいろな対応が考えられると思えます。

今後は、高齢者が増えていくと同時に、いろいろな相談、苦情、消費者被害の件数という

ものも増えていくことが予想されます。その際、行政だけではなく、民間企業も含めて、本当にエリア全体で、もっと高齢者に寄り添った形で、いろいろな相談窓口の開設など、我々事業者としてもぜひ、協力できる体制を検討する用意はございます。

感想になってしまいますが、行政と民間、お互い協働しながら進めていくべきであろうと、感じたところでございます。

以上です。

【小賀野会長】 ありがとうございます。力強い御発言をいただいたと思います。私からも10年ほど前、前任の委員さんに、スーパーマーケットのような商業施設の中で、消費生活相談の場所の提供はできないか、という趣旨のお願いをしたことがありました。その辺りは、既に実現されているのでしょうか。

【谷本委員】 そうですね、そういった施設も設置しております。行政の皆様とも協力しながら、運営しております。

【小賀野会長】 それはすごいですね。皆さん、買物に行かれますし、大規模な商業施設に出かけることは日々の楽しみでもあります。ぜひ県の方々とも連携をして、あちらこちらで消費生活相談スペースの設置が実現されるといいですね。ここから千葉県発の好事例が出てくるような気がいたしました。ありがとうございます。

それから、確かに千葉県は面積が大きくて、小さな市町村から、千葉、船橋のような大都市まであります。小さい市町村が連携して法定協議会を立ち上げることは難しいのでしょうか。事務局から何か御説明をいただけますか。

【齊藤室長】 今、国では、いわゆる消費生活センターに当たるもの、相談窓口の広域化というのは進めているところなのですけれども、今年度の国の会議を聞いている限り、相談窓口の連携が進んだとしても、見守りのネットワークは各市町村に1個ずつ設置してもらいたいというのが、国の思いであるようでございます。

以上です。

【小賀野会長】 ありがとうございます。その辺りは、社会福祉のネットワークの方が、地域の連携ということを含めて、若干、先行しているような気もいたします。例えば、形式上は市町村単位であっても、小さい市町村がお互いに協力し合うような、実質的な連携という考え方があってもいいですね。

ほかにかがででしょうか。追加して何かございますでしょうか。よろしいですか。会議終了までに、ご発言いただければありがたいと思います。

それでは残された時間の中で、まず一つは、先ほど冒頭に、事務局から令和6年度の消費生活相談について、御説明がありました。その最後に、総括的にまとめていただきましたが、この生活相談の令和6年度の事例をお聞きになられて、あるいは資料を御覧になられて、何かご発言はございますか。

もう一つお尋ねしたいことは、事務局の御説明の中で、委員の皆様のお意見を伺いたい、という部分がありました。資料4の5ページの一番下段、消費者教育コーディネーター

育成講座の実施方法の見直しについてです。

そういうことでよろしいですね。

【齊藤室長】 基本的に40人までしか登録できない内容の講座にしましたが、受講者の目標が200人、リスト登録も80人と計画に書き込んでいます。計画上の目標値を、直すべきかどうかという部分で、委員の皆様のお意見を伺いたしたいと思います。

【小賀野会長】 事務局から改めて御説明がありました。残された時間は10分ほどですが、御意見、御質問がありましたらお願いします。

【柿沼委員】 昨年度も発言させていただいていると思いますが、コーディネーター育成講座につきましては、どんどん実施していただきたいという希望はございます。ただ、このインプットは分かるのですが、その後の活動について、どのような体制が取られているのか、具体的には、コーディネーターの方が実際にどのような活動をしているのか、後追いなさっておられるのか、ということ、毎年お伺いしておりますが、改めてお伺いいたします。

【始関所長】 消費者センターから御回答させていただきます。

昨年度もお答えしていますが、昨年度まではコーディネーターを育成して、その後、それらの方々を名簿に登載いたします。それを市町村に情報提供いたしまして、市町村にご活用くださいという仕切りにしておりましたので、特に、その後の追いかけということはおしておりませんでした。

そこで実情を把握するため、昨年度末でしょうか、市町村にアンケートを取ったところ、やはり市町村であまり活用されていないという実態が分かりました。その結果を受け、今年度、令和7年度の事業については、もう少し実践的に活躍できる方を養成したいと考え、養成の仕方を変えて、講座内容を充実させた分、今回の受講定員は40名ということにしております。したがって、まだ実績は分かっておりません。説明は以上です。

【柿沼委員】 ありがとうございます。、来年度はその実績の御報告をいただける、ということで理解いたしました。期待しております。よろしくお伺いいたします。

【小賀野会長】 ありがとうございます。ぜひお願いします。ほかにございますか。

【大森委員】 資料4の8ページです、質問でも良い、ということなので、参考までに私からも伺いたしたいと思います。8ページは直近の行政処分の概要で、令和6年12月18日、これ多分、ロードサービスのトラブルだと思うんですね。具体的には、お客様の車のバッテリーが上がってしまった、ということでしょうか。

【齊藤室長】 そうです、バッテリー上がりで業者を呼んだ事例です。

【大森委員】 そうすると、何かスマホか何かの情報から、広告表示を見て、金額が安いと思って慌てて呼んだというような背景があると思います。そういう背景があつて、会議資料4の8ページの(3)の真ん中あたりに書かれている「重要事項の不告知」これは特商法の中の訪問販売、これはお客様が呼んできたとしても、営業所等以外の場所だから訪問販売ということになるのですが、事業者が訪問販売によって、故障車両の修理工事契約を結ぶために勧誘をするとき、役務の内容と役務の対価について、わざと事実を

告げていなかったということだと思いますが、これは具体的には、どのような事例だったのかお伺いしたい。例えば、先ほど言ったスマホの表示で、金額をはっきり書いてなかったというような部分を指しているのか、あるいは、全く違った次元のこと、例えば、勧誘のときに価格について、本当はこれだけの金額がかかるのに、それを黙っていたという種類の問題なのか、そのあたり、今お分かりになればお教えいただきたいと思います。

【齊藤室長】 契約書面には、作業の料金などが書かれていたのですが、実際に請求を受けた時点で、説明された金額をはるかに超える大きな金額を請求されてしまった。それは契約を結ぶときに、当然、お客様に重要事項として教えなければいけないことなのに、教えていなかった、という内容でございます。

【大森委員】 例えば、表示の中には例えば5,000円からと書いてあるが、この会社のほかの事例を見ると、大概は10万とか20万円を最終的に請求しているようだ。本来だったら、その10万、20万という金額を最初から言っておかなければいけない、あるいは書いておかなければいけないのに、とどのつまり、最後の最後に請求書を見てみたら、それだけの金額がかかるという請求をしている。そこを黙っていたという、そういうことでしょうか。

【齊藤室長】 はい、さようでございます。

【大森委員】 分かりました。ありがとうございました。

多分このレスキュートラブルについては、これから非常に問題になっていくと思います。法律の中でどうやって強化されていくか、という部分で、私は少し興味を持っています。

以上です。

【小賀野会長】 この分野がだんだん増えてきそうだというのは、車を長く乗り続ける人が増えて、この分野の需要が高まりそうだから、ということでしょうか。

【大森委員】 2023年、2024年というのは、それまでパイオネットの相談件数としても、ずっと減り続ける傾向にあった「訪問販売」が、5,000件弱ずつくらいですけれど、増えているのです。その増加要因をよく見ますと、2つあるのです。1点目は今日、やはり説明があった点検商法、これはほぼ、全国の相談件数と平行になっていますが、住設備、住宅の設備関係などの点検商法です。それともう一つが、このレスキュートラブルです。この2つが、大きな要因になっているのです。逆にいえば、この2つを解消できれば、問題は確実に少なくなっていく、ということが言えるわけです。

【小賀野会長】 貴重な御意見をありがとうございました。

外山委員、お願いいたします。

【外山委員】 私からは質問を1つだけ、いたします。消費生活センターに相談に行かれて、その結果、被害を免れたとか、実際に相談に行かれて、その結果どうだったのかというような調査結果などがあれば、教えていただきたいと思います。

【小賀野会長】 そうですね、確かに未然防止、消費生活センターに行かなければ、被害を防げなかった、という部分ですね。相談したために被害が起きなかった、逆にいえば、相談

しなかったから被害が起きたかどうか、というのはなかなか分からないので、統計として明らかにすることは難しいところもありますね。

しかし、感想や印象だけでも、どうでしょうか、相談を受けて、被害を回避できた、未然に防止できた、というような事例があるかどうか、そういう御質問だと理解しました。

【外山委員】 質問した目的は、「とにかく何かあったら、消費生活センターに相談に行ってください」というPRを、消費者にぜひアピールしていきたいという思いからなのです。

相談した結果、こういう被害を事前に免れたとか、被害に遭ってしまったが、こういうフォローアップがあったとか、そういった事例があればぜひお聞かせいただきたいし、消費者へのアピール材料にもなるのではないかと思って、お聞きしました。

【齊藤室長】 件数としてお出しすることは、なかなか難しいのですが、例えば、相談があった時点でまだクーリングオフが可能な期間内だったので、クーリングオフの方法を教えてあげたところ、クーリングオフに成功して被害を免れたとか、そもそも、ちょっと怪しくてまだ契約をしていない、それで相談していただいて、改めて契約をしないで済みましたとか、そういうような事例がございます。

そのような事例集は、県のホームページにも載せてございます。

【小賀野会長】 相談件数がたくさん上がっているのですが、相談者から「相談したことによってどういう効果がありましたか？」とか、「何か良かったことはありましたか？」とか、そういうアンケートを取ったら、何か結果が出てくるかもしれません。「相談してよかった」というような結果が出てくると思います。もしかしたら、数として出てくるかもしれません。消費者センターから挙手がありました。どうぞ、お願いします。

【始関所長】 消費者センターから補足させていただきます。

まず、消費者センターでは「あっせん」ができます。消費者被害が生じた場合、あっせん権限に基づき、業者と交渉できるわけです。警察に申告しても、経済的な被害回復は難しいのですが、消費者センターであれば交渉ができるので、幾ばくかの返金をしてもらえとか、契約解除ができるとか、そういったことができるのです。

数字については、はっきり出るかどうか分からないので、分かるようであれば、後ほど御回答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す。

依光委員、お願いします。

【依光委員】 最近、全国的に消費生活センターでは「あっせんはなかなか難しい」と言われていると聞いたことがあります。もちろん、消費者相談の中でも、あっせんに持ち込めるものと、持ち込めないものは多分あるのだと思います。さらに、今すぐく、事案自体が難しくなっている、また、事業者の所在不明、連絡方法不明というような事案も増えていると思います。そのような事情もあり、もしかしたら、少し消費者センターのあっせん割合が下がっているようなことはありますでしょうか。そこで公表可能かどうか不明

ですが、「あっせん率」的なものを含めた、あっせんの現状を教えてくださいませんか。

【始関所長】 今、数字は持ちあわせておりませんので、回答は控えさせていただきます。

【依光委員】 結構です。また後日。

【小賀野会長】 確かに、あっせん数などがわかれば、消費生活相談の効果の広報につながるかもしれません。

柿沼委員、お願いします。

【柿沼委員】 現役の消費生活相談員の立場から、少し回答させていただきます。

相談を受理した後の対応等としては、あっせん、助言、他機関の紹介という、大体3つに分かれます。そのほか、「消費生活の相談ではない」という内容の場合は「処理不能」というカテゴリで処理いたします。

全国レベルのあっせん率は、公表されてはいます。しかし、あっせん率はなかなか定義が難しく、例えば迷惑メールのようなものについては、当然あっせんができません。その上であっせん率は、後に詐欺事件化したような案件、そういうものも含めた相談件数ベースで大体10%ぐらいです。あとは、被害回復金というのも、昨年までは出ていたんですけども、それはなくなっておりまして、消費者白書を見ていただくと、全国的な予測数値の計算式で載っております。

したがって、あっせん率というのは計算をするのが非常に難しいというのが現状です。あっせん可能な場合には、当然事業者と交渉をして、その過程で根拠となるポイントを見いだしながら、解決に向けて結果を導き出しますし、被害金額が大きくて、とにかく早急に対応した方が良く、消費生活センターで判断した場合には、法律家への相談を相談者に促すという場合もあります。あとは、あっせんはできたが、契約条項、利用規約等にこれは何か問題がある、というような場合には、相談者御本人の判断になりますが、適格消費者団体に情報提供、それから消費者庁の例えば景品表示法でしたら景品表示法被疑情報提供フォームに情報提供したらいかがでしょうか、というような助言も、併せて行っております。

以上です。

【小賀野会長】 御発言ありがとうございました。確かに相談をすることによって安心を得ることができると思います。加えて、消費生活センターとか、弁護士会とか、あるいは福祉部門とか、各所で相談の重要性が認識されてきている、と感じています。その点、相談の重要性とか相談の機能を目に見える形で、例えば、アンケートなどで明示することができれば、人々の積極的な参加が促されるような気がいたしました。ありがとうございます。

今日は限られた時間ではありましたが、多くの貴重な御意見、御提言をいただきまして、本県の今後の消費者政策において、大変参考になりました。以降の進行は事務局にお返しいたします。ありがとうございました。

## 6. そ の 他

【司会】 ここまで非常に熱心な御討議をいただきまして、本当にありがとうございます。  
最後に、事務局から何か事務連絡等がありますでしょうか。

【齊藤室長】 事務連絡はございません。

【司会】 了解いたしました。

## 7. 閉 会

【司会】 本日は長時間にわたりまして熱心な御審議をいただき、誠にありがとうございました。

これをもちまして、令和7年度第1回千葉県消費者行政審議会を閉会させていただきます。重ね重ねありがとうございます。

(了)