

令和6年度第1回消費生活懇談会資料に対する御意見等

【報告事項1：第4次岡山県消費生活基本計画に係る施策の取組状況等】

【意見】

着々と基本計画を進め、実績を積み重ねていることは、大いに評価できる。一方で、今年に入り、特殊詐欺類型84件1億7千万円、SNS型投資・ロマンス詐欺85件11億3千万円（岡山県警統計1月～7月）など、消費者被害が減らない現状がある。現状を踏まえ、未然防止、拡大防止策をどう組み立てるのかの検討が県行政としても必要ではないか。方向性をご教示ください。

【回答】

くらし安全安心課には安全安心まちづくり班に県警察の出向職員や併任職員を配置しており、県警察と密接に連携した取り組みを行っております。SNS型投資・ロマンス詐欺については、今年度から、特設ページを開設し、最新の被害状況や手口のほか、被害に遭わないためのポイントを随時紹介し、広く県民に注意喚起を行っているところです。また、7月には、県警察や金融機関と合同の広報啓発活動を実施しました。今後も、県警察等と連携し、被害防止に向けた各種取組をさらに強化してまいります。

【意見】

ネット社会の進行、社会生活のデジタル化に伴い、消費者を取り巻く状況も大きく変化している。消費者被害の実例に対応し、令和5年度消費者契約法、景品表示法、特定商取引法が改正された。県内で起きている消費者被害への情報提供と、被害の拡大防止、再発防止の観点で、事業者への法律内容の周知徹底と、監視活動を強めるべきだ。

【回答】

県は消費者安全の確保のために必要な情報を収集し、県民に対して提供する必要がありまますので、消費生活相談が寄せられる県消費生活センターと連携を図り、消費者被害拡大防止のために注意喚起が必要な案件について、ホームページ等により情報提供してまいります。

監視活動については、引き続き特定商取引法指導員を配置し、悪質、不適正な事業活動の監視・指導に取り組んでまいります。

【意見】

適格消費者団体と情報共有と役割分担を行い協力して活動を進めてほしい。適格消費者団体は、使用法律の範囲は限定的ではあるが、差止請求活動を行うことで、消費者被害の予防や拡大防止に力を発揮しており、昨年はノートルダム清心女子大と協力して、ネット広告パトロールを行い、差止請求活動につなげる等の成果を出している。

本来国や行政が行うべき活動を、消費者契約法による役割分担で、適格消費者団体による集団的消費者被害予防、被害回復を担っている。

現行では県委託の見守り力アップ講座運営事業を担うことで、活動支援を受けているが、令和7年度で終了する。被害拡大防止と予防のために、財政支援を含んだ、新たな担い手の

育成、活動支援事業を検討し、かつ、県の行政担当と役割分担を行いながら消費者被害防止、被害拡大防止を効率的に進めてほしい。

【回答】

適格消費者団体消費者ネットおかやまとは、年2回の定期協議の他、委託事業の関係で個別に協議を行っておりますので、引き続き協議を重ね、消費者被害防止につながる実効的な施策を図ってまいりたいと存じます。

【意見】

地域における見守りネットワークの構築について、津山市・美作市がまだ設置されていないので、働きかけをお願いしたい。

【回答】

市町村の担当職員向けの研修会や未設置の自治体への個別訪問など、見守りネットワーク設置を促す取り組みを引き続き行って参りたいと存じます。

【意見】

岡山県、岡山県消費生活センターでは、職員数が少ない中、様々な取組をされている。相談員はもちろん、地域を繋ぐ消費者教育コーディネーターの役割は広く、重要な立ち位置である。しかし、平成26年に1名採用されて以降、増員されない。後継者の育成も必ず必要になるときがくる。これに対して、どのような計画があるか。

【回答】

すでに設置されている消費者教育コーディネーターに関し、複数人に増員する予算確保は難しいと考えておりますが、コーディネーターの業務を補助する職員を配置するなど、コーディネーターのもとで地域や学校などに関わりながら経験を積むことにより、後継者の育成を図りたいと考えております。

【意見】

学校教育においては、各校種の教育課程とマッチする情報提供があれば、教材活用が進むと考える。

技術・家庭科、家庭科においての内容との整合が必要と考える。

【回答】

県ではこれまでに、教育庁義務教育課、高校教育課等に参加いただき、発達段階別消費者教育教材を作成し、各学校への配布やホームページへの掲載を行ってまいりました。また、毎年、これらの教材等を活用した教員向け消費者教育講座を開催し、授業をイメージした実践的な研修を実施しておりますが、参加者数は少なくなっており、開催方法の工夫等が必要と考えております。この他、保育所から大学まで、要望により出前講座も実施しており、これらの機会を活用するなどして一層の情報提供に努め、今後も教育庁とも連携しながら、消費者教育教材や出前講座の活用が図られるよう取り組んでまいりたいと存じます。

【意見・要望等】

- ・消費生活用製品安全法の改正についての資料が添付されており、日常生活ではあまり馴染みがないが、大切な改正だと思った。
- ・啓発セミナーの受講者数が目標に遠く及ばず「コロナの影響緩和後も実施依頼の回復が緩やか」なのは残念である。対面での啓発活動は重要な目標であると思うため、今後の増加を期待する。
- ・今後も引き続き市町村の相談窓口等体制の充実や高齢者、若年者の啓発活動を行っていただければよいと思う。
- ・様々な施策の内容が改めてよく分かった。

【回答】

御意見を踏まえて、各種施策にしっかり取り組んでまいりたいと存じます。

【報告事項 2 : 令和 5 年度消費生活センター事業実績の概要】

【意見】

消費者教育に熱心に取り組まれており、教育を受けられた方々の人数や年代層、階層も多岐にわたっており、素晴らしい。県民全体、各年代層、など母数にあたる人数を考えると何割くらいの方に教育が届いているという振り返りか。課題はどう整理しているか。

【回答】

何割の方に教育が届いているかについては、一概に言える数字を持ち合わせていないが、現在の県消費生活基本計画では、啓発セミナー（出前講座）では毎年度平均 7 千人の県民に参加してもらおう目標としています。（R5 約 5 千人参加、コロナ禍の減少から回復中）その他にも、消費生活講座開催、消費生活情報誌発行、マスコミ取材、コープ機関紙等への掲載、県政広報テレビ・ラジオ、ホームページ、X などの様々な手法を重ねて、県民全体へ消費生活の知識やトラブルに合わない注意点等について、教育・啓発している状況であります。

また、課題については、大きなところでは、前回の県民意識調査で「消費者問題への関心」が低下しており、すべての教育・啓発の基礎となるものであることから、今回の調査結果を注視し、対応を検討したいと思います。

【意見】

令和 6 年 2 月 9 日に中国地方電気通信消費者支援連絡会が開催されたとのことですが、岡山市の事業者で、学生マンションインターネット接続サポート業者が月額料金の月内複数回引落としを行っていた消費者被害事案について、意見交換があったか。内容を教えてほしい。

また、3～5 年前ごろに光コラボ等で、通信事業者の変更勧誘を受けて、接続サポート契約をし、いまだに必要なないサブスク契約料金を払い続けている例は話題になったか。

【回答】

ご指摘の 2 点については、会での意見交換等は行われておりません。

【意見】

消費生活相談件数のうち、インターネットやスマホ（SNS、インスタグラム、リール、YouTube）入口の相談はどのくらいあるか。

【回答】

相談内容の中の「SNS」「スマホ」「SMS」などインターネットに関連すると考えられるキーワードで抽出すると、相談件数の約 6 割となる状況です。

【意見】

現在 10 か所の消費生活センターが開設されていますが、今後の開設見通し、計画の進行状況はどうか。

【回答】

市町村の消費生活相談体制は、現状維持の状態です。市町村の消費生活センターの新設や消費生活相談員の設置には法的義務はなく、財政負担も伴うため難しいところですが、今後も市町村の課題に応じた補助金の活用等を周知してまいります。

【意見】

国民生活センターに直結している「全国消費生活情報ネットワークシステム」の改修が計画されていると聞いているが、岡山県での準備状況はどうか。

【回答】

消費者庁及び国民生活センター主導のもと、令和8(2026)年10月からの新システム移行に向け、県内の市町村と情報共有を行いながら、接続方法の確認や、必要な端末等の準備を進めております。

【意見】

消費生活相談の件数が市町村分を含めても減少傾向にあるのはなぜか。トラブルが減っているならよいが、相談せずに泣き寝入りする人が増えているとしたら問題だ。

国の消費者白書ではSNSに関する相談件数が増えていることが紹介されているが、岡山県ではどうか。相談内容の変化を敏感にとらえて、注意を呼びかけるといった啓発活動にも力を入れてほしい。

【回答】

ご指摘の通り、令和3～5年度でみると、市町村を含む全県の相談数は1万7千件台で推移しているものの、毎年度約3百件程度減少しています。県センターでは、令和2年には大きく増加したコロナ関係の相談の減少などがあったものの、県全体での要因の詳細は明らかではありませんが、前回(令和2年度)の県民意識調査結果では「トラブルにあった場合、県や市町村の消費生活センター等へ相談した率」は低下し、身近な人への相談は増加していました。県や市町村では継続的に「困ったら消費生活相談窓口にまず相談を」と機会あるごとに呼びかけている状況です。なお、令和6年度においては、県センターの相談件数は8月末時点で約7%増加してきているところです。

白書にあるような「SNSでFX投資に誘われ高額投資したが、お金を引き出せない。」「SNS広告でブランド製品を注文したが偽サイトだった。」などのような相談が、当センターにも入っており、県センターでもSNSに関する相談件数は、増加傾向と捉えています。このような相談状況等をもとにデジタル社会での問題などについて、様々な手段で注意を呼びかけているところです。

【意見・要望等】

- ・近年、ロマンス詐欺被害（特にネットを通じたもの）が増加していること、Temu や SHEIN といった海外通販サイトの利用の増加による商品被害増加の恐れが増していること、米不足などタイムリーな話題に乗じた悪徳業者の発生などには注視していく必要がある。
- ・大学生の「推し活」が想像以上に問題になりつつあるように感じる。アルバイト代の多くを推し活につぎ込んでいる若者、推しにガチ恋してしまい、推しがいる県外のコンカフェまで行く。シャンパンを開けることで気持ちの本気を伝えるなど、単なる「好きな地下アイドルを応援する」のファンではない。のめりこみが激しくなると、消費者金融に借金したり、精神不安定となって学生生活に支障をきたす危険性が高い。こうした話題も高校・大学の講座に取り入れた方がよいかもしい。
- ・学校において、コラボ授業などがあれば、応募する学校があるのではないかと思う。

【回答】

御意見を踏まえて、各種施策にしっかり取り組んでまいりたいと存じます。

【報告事項3：消費生活に関する県民意識調査の実施】

【意見】

インターネット消費トラブルの有無についての質問で、Facebook、SNS、インスタグラム、リール、YouTube、メルカリ他等々、どんなアプリを使って、何をしているのかを聞けば、年代や属性で、どこに働きかけると効果的かがわかるのではないか。

【回答】

回答者自身がよく使うSNSやサービスの種類に関して調査することは、有意義な設問であると思われませんが、全体の設問数を抑制する必要があることから、今回は見送ります。

【意見】

問10-1の選択肢6で、「その他発行する店舗のみで利用できる電子マネー」が具体的に指しているものが分かりにくい。

例示の「Amazonギフトカード」はコンビニの店頭で買うものかと思うが、「小売店独自のプリペイドカード」などは、普段使っている「ゆめか」イズミ（本社：広島県）の「ゆめマート」で買い物するときに店頭でチャージして使っている。これはイズミの店舗でしか使えないが、イオンのWAONと似ており、選択肢6の「その他発行する店舗のみで利用できる電子マネー」に該当するのか判別できないと思う。

【回答】

分かりにくいという御指摘をふまえ、電子マネーに関しての選択肢については、「その他」の表記を削除するなど見直しを行いました。

また、例示の「小売店独自のプリペイドカード」についてですが、「ゆめか」をはじめ、スーパーやドラッグストア、喫茶店チェーンなど、小売店が独自に発行した電子マネーが相当数存在することから、あえて特定のブランド名を記載することは避けたものです。

【意見】

問22-1、問23-1の選択肢5「訪問介護員・介護専門支援員など福祉関係者」について、分かりやすい言葉でいえば、ヘルパー・ケアマネのことだと理解するが、訪問介護員はホームヘルパー、ケアマネの正式名称は「介護支援専門員」であるため、設問は誤りでないか。

高齢介護分野では介護支援専門員か。障害分野では障害者総合支援法での「ケアマネ」に該当（類似）するのは「相談支援専門員」と呼ばれる。

法律上の用語を重視される場合は、それぞれ専門用語を用いられるのが良いかと思うが、わかりやすくホームヘルパー・ケアマネなどという表現でもよいかと思う。

【回答】

ご指摘のとおり、「介護支援専門員」に修正するとともに、ホームヘルパー、ケアマネジャーという表現については、それぞれ括弧書きにて補足することとしました。

なお、「相談支援専門員」については、福祉関係者に含まれるため、ここでは記載を見送ります。

【意見】

問7の「6 評判」はネットでの評価と口コミに、また、報道や有名人の紹介など詳細にした方が近年の傾向は把握できるかと思う。

【回答】

ご指摘を受けて、選択肢「6 評判」を、「6 インターネット上での評価や口コミなど」「7 報道や有名人による紹介など」の2つに分けることとしました。

【意見】

問20に関して、定期購入トラブル（単発購入と思って契約したら定期だった）というのもあっても良いかもしれない。

【回答】

「定期購入トラブル」は、通信販売で多くみられることから、問11-1（インターネット消費でのトラブル）において、選択肢2で調査することとしています。

御提案のあった問20では、インターネット消費も含んだ消費生活一般における消費トラブルを尋ねることとしておりますが、「定期購入トラブル」は、選択肢3「契約条件」で回答されることを想定しています。

【意見・要望等】

- ・問11で、インターネット関連のトラブルの実態と、センターに寄せられる相談のクロス分析を行いたいとのことで、結果に注目している。特に高齢者はネット上でトラブルにあっても他人に説明するのが難しく、泣き寝入りになっているケースがあるのではないかと考えている。
- ・重点的な啓発対象を尋ねる問17で「高齢者や障害のある方の支援者」の項目を加えたのはよいと思う。支援者への啓発を強化する施策につなげてもらいたい。
- ・問15の選択肢の追加は、時宜を得た対応だと思う。

【回答】

御意見を踏まえて、各種施策にしっかり取り組んでまいりたいと存じます。