

# 令和7年度 第2回岡山県消費生活懇談会 議事概要

## 1 開催概要

### (1) 日時

令和7年10月23日（木）14時00分から15時55分

### (2) 場所

ピュアリティまきび2階「ルビー」

### (3) 出席者

#### ア 消費者委員

志賀秀樹委員、中里房子委員、神崎昌子委員

#### イ 生産・流通関係者委員

足立周子委員、室井多鶴委員、右遠皇子委員、森眞吾委員、大野博巳委員

#### ウ 学識経験者委員

河端武史委員（会長）、長田憲司委員、石崎寛憲委員、田村久美委員（副会長）

#### エ 教育関係者委員

大山直恵委員

#### オ 事務局（岡山県）

下野間豊県民生活部長、龍田裕典消費生活センター所長、大村伸枝くらし安全安心課長 外

## 2 開会

### (1) 岡山県県民生活部 下野間部長挨拶

- 第1回懇談会では、次期消費生活基本計画の骨子案について審議いただき、貴重なご意見を多数いただいた。本日は、前回いただいたご意見を踏まえながら、次期計画の素案を示すので、忌憚ないご意見をお願いしたい。

### (2) 事務局報告（懇談会開催要件等）

- 18名中13名の委員が出席しており、懇談会規則第6条第3項に規定する開催要件を満たしている。
- 本会議は「岡山県消費生活懇談会の公開に関する方針」に基づき公開する。本日の傍聴者はいない。
- 議事概要については、委員に確認いただいた後、県ホームページで公開する。

## 3 議題

### (1) 報告事項

#### ① 第5次岡山県消費生活基本計画の素案

会長	報告事項について事務局から報告の後、皆様の声をいただきたい。
事務局	※ 資料により「①第5次岡山県消費生活基本計画の素案」について説明
会長	本日は、第5次消費生活基本計画の素案について皆様からご意見を賜る。1番から順に進めていくても良いところだが、出てきた意見のカテゴリーから隨時進めていく形で考えている。 皆様から、ご意見・ご質問など、何かあるか。

委 員	エシカル消費という概念について、追記した「より良い消費行動のためには、付加価値やコストの価格転嫁に対する適切な理解の促進も必要であり…」の部分の意図を確認したい。物の価格には、生産するときにいろいろな人が努力しており、そういうコスト等も入っているということを消費者が理解し、適正な価格を受け止めるという意図で良いのか確認したい。また、前回からもあったと思うが、金融教育やJ-FLEC等について書かれており、完全にオーバーラップするものではないが、リンクするところも確かにあるような気がした。
会 長	この点について、県から補足や説明などあるか。
事務局	追記した「付加価値やコストの価格転嫁に対する適切な理解の促進」という部分だが、委員が言われたように、それぞれの価格は、必要な経費が適正に盛り込まれ、こうなっている、ということをしっかりと理解した上で、という意味を含んでいる。 国の消費者基本計画では、エシカル消費のことを、地域の活性化や雇用などを含む人や社会、環境に配慮した消費行動と表現している。それを踏まえて、まさに委員が言われたような思いも込めて、今回整理をした。
委 員	国等の他の文書にも書いてあるものを参考にして記載したのか。
事務局	国の第5期消費者基本計画にも同様の文章が追加されたところであり、参考にして追加した。
委 員	消費者教育のことで2点聞きたい。「ライフステージに応じた消費者教育の実施」と、「若年者への消費者教育の推進」という年代別の項目が2つに分かれているのはなぜか。今の流れは高齢化で高齢者の被害が増えているということだったが、若年者を分けている意味を教えてほしい。 もう1つは、目標値の重点施策2「配慮を要する消費者被害の防止」で、「高齢者や障害のある人を対象とした出前講座の実施回数」、重点施策3の「ライフステージに応じた消費者教育の実施」の「消費者啓発セミナー等の受講者数」という目標があるが、消費者啓発セミナー等の説明はわかったが、高齢者・障害者のある人を対象とした出前講座とは別物なのか。
事務局	順番は前後するが、目標項目にある出前講座等とは、具体的には消費者啓発セミナーのことを指している。その下にある目標は消費者啓発セミナー等の受講者数で、どちらも消費者啓発セミナーに関連する数字である。 消費者啓発セミナーは団体等から要望を受けて、講師を派遣するものであり、高齢者や障害のある人を対象とした出前講座等の実施回数は、その回数である。 一方、消費者啓発セミナー自体は、若年者や一般消費者を対象とするもの、高齢者を対象とするもの、地域で広く開かれるものもあり、その全体の受講者数を、3の「ライフステージに応じた消費者教育の実施」の目標値に整理している。 最初のお尋ねについてだが、現行計画の「若年者への消費者教育の推進」の部分は、民法改正による令和4年に成年年齢が引き下げられることを視野に入れたもので、成年年齢前後を幅広く含む若年者に対する消費者教育に力を入れる必要があるという観点で、(現行計画の) 重点課題に挙げたものである。 令和4年の成年年齢引き下げから少し時間が経過しており、令和8年度からの次の計

	<p>画では改めて大きなスポットライトを当てることはせず、今後の課題から外すこととした。</p> <p>とはいっても、引き続きそういった若い世代への消費者教育は必要であるため、重点目標の中で「ライフステージに応じた消費者教育の実施」とは別の形で「若年者への消費者教育の推進」という項目を立てている。重点施策への位置付けはやめるが、引き続き力を入れて取り組みたいと考えている。</p>
会長	今の意見はこれでよろしいか。
委員	「若年者への消費者教育の推進」を外してほしいのではなく、なぜそれだけ抜き出しているのか疑問に思つただけだ。問題な訳ではないので良い。
委員	<p>目標値の「高齢者や障害のある人を対象とした出前講座等の実施回数」イコール「消費者啓発セミナー等の受講者」ということで、この二つは一緒ということか。</p> <p>今まで見守り力アップ講座を実施していたが、高齢者や障害のある方を対象にした出前講座に置き換え、目標値を人数から回数に変えたという受け止めをした。同じ指標を使うなら同じカテゴリーに入れないとおかしいと思うがどうか。</p>
事務局	全く同じものの実施回数と受講者の数ではない。消費者啓発セミナーはいろいろな人が対象であり、その啓発セミナーの中で、高齢者や障害のある方を対象にしたもの実施回数が、今回新しく追加したものである。
委員	<p>それは分かりづらい。</p> <p>消費者啓発セミナーとして開かれるものはこれだけの回数する、それとは別に、高齢者向けの出前講座はこれだけする、という整理だと受け止めた。要するに、消費者啓発セミナー等の中に出前講座等が入っているという認識で良いか。</p>
事務局	<p>入っている。</p> <p>出前講座は、今の名称では、消費者啓発セミナーであり、その中の高齢者や障害のある人を対象として実施したもの回数である。</p> <p>なお、消費者啓発セミナー等の受講者数は、団体などからの要望により実施する消費者啓発セミナーのほか、県消費生活センターに見学に来た方を対象とした講座「くらしの1日教室」、県の消費生活センターで一般の消費者を募集し、年に4回実施する「消費生活講座」、この3つに参加した方の合計人数である。</p>
事務局	<p>3の「ライフステージに応じた消費者教育の実施」は第4次計画からあるが、消費者啓発セミナーは、高齢者、障害のある人はもちろん、若者や職域を対象としており、その受講者数を第4次計画では目標としていた。第5次計画に関してもライフステージに応じた消費者教育の実施は重要であり、セミナー受講者数をそのまま目標数値として設定している。</p> <p>また、高齢者や障害のある人を対象とした出前講座についてだが、第5次計画で重点施策の2として「配慮を要する消費者の被害防止」を新たに設けた。これは国の計画において、要配慮者の対策強化として認知症の高齢者や障害のある人等の見守り活動の充実を促進するとされたことから、県計画においても高齢者や障害のある人の被害防止に焦点を当て、目標としたものである。</p>

	<p>出前講座の受講者数は消費者啓発セミナー受講者数の中に含まれるが、高齢者と障害のある人に対する出前講座を特出しし、消費者啓発セミナー等とは異なる指標での目標設定するために実施回数としている。</p>
委 員	<p>具体的にこの中に何が入るか、去年何をやってきたかというのを別紙とした方が良い。</p> <p>課長は、出前講座やセミナーに参加しているか。去年実施した内容、講座の中身や、誰が講師をしたか等まできっちり見た上で、何回、何人という目指す数値も出した方が良いと思う。</p> <p>昨年度実施した何がこの項目に入るのかなど、目標項目を説明すること、また、何の根拠に基づいて数値を出したのか（去年はこうだったから、本年度は重点施策にも入れるから、この回数・この人数を目標値にする）、という二つをもう少し明確にしていただきたい。</p>
委 員	<p>見守り力アップ講座は、高齢者等を守るため、そういう人を見守る方を対象に開かれている講座で、1回20人ぐらいで、年間15～18回ぐらい開かれているものを指していると思う。</p> <p>新しくなるものは高齢者や障害のある方を対象にしており、そこに違いがあると言いたいのだと思うが合っているか。</p>
事務局	その通りである。
委 員	<p>対象が違うので、こういう分け方をしていると思うが、目的は一緒であり、来る人が違うだけでやろうとしていることは一緒だろうと思う。なので、見守り力アップ講座の目的を後継したのがここであると受け止めている。</p> <p>要するに、これまで見守りを担当する方が集まって講座を受けていたが、第5次からは高齢者や障害のある方を集めてやるという違いがあるということで良いか。そして、そういう講座は、消費者啓発セミナーに入っているということか。</p>
事務局	はい。
委 員	<p>2（配慮をする消費者の被害防止）と3（ライフステージに応じた消費者教育の実施）を分けなくて良いのではないか。</p> <p>ライフステージとは少し違うかと思うが、2と3と一緒にし、啓発セミナーの中のこれだけをカウントするという見せ方の方がわかりやすいと感じる。</p>
事務局	現在は素案の段階であり、今日いただいたご意見などを踏まえながら、検討してまいりたい。
委 員	第4次にある見守り力アップ講座が第5次ではなくなっているが、来年度は実施されないのか。
事務局	<p>見守り力アップ講座は、今年度が最終年度の予定である。</p> <p>そのため、見守り力アップ講座を、指標の項目から落とした。</p>

委 員	委員が言われるように、対象者が違うので、見守り力アップ講座も引き続き必要だと思う。直接講座に来られない高齢者の方にどう届けるかという課題はあり、見守り力アップ講座は今年度で終了したとしても、何らかの形で次の計画の中に入れて欲しい。
事務局	今後の県の施策に対してご提案をいただいた。いただいた意見も参考にしながら、今後検討してまいりたい。
委 員	<p>目標値について、第4次も第5次も基本的に目標値は一緒だが、元々この目標をやりなさいということで出てきている目標なのか、第5次計画でここまでやるという意思表示の目標なのか。</p> <p>高い目標を掲げるのは良いと思うが、一番気になっている「188」の認知度の30%はおそらく全国平均かと思うが、岡山県はどう取り組むのか。</p> <p>他の部分は市町村が関係するが、これは主体的に動ける話であるのでいろんな施策に繋がるのではないか。この30%をどういう意図で掲げているのか、施策まで考えているのか。</p>
委 員	以前もらったこの188のバッグは、電車の中で見て何か思ってもらえないかなと思い、持ってきたが、作られた経緯などはよくわからない。
事務局	以前センターで作成して配布したものである。
委 員	どのぐらい作ったのか。
事務局	今は資料を持ち合わせておらず分からない。
委 員	6年以上前から、私達が出前講座に行くときは必ず配布しており、かなり配っている。おそらく今もセンターで配布しているはずである。
委 員	私たちが消費者啓発セミナーを実施するときは、配布資料を県からもらっているが、黄色い188の下敷きのようなものはもうないのか。188の啓発に必要なので、使いたい。
事務局	在庫の関係で提供できることもある。どういった啓発資材を作るかは、来年度に向けて検討し、188の周知に努めてまいりたい。
委 員	話を戻すが、私の質問は、目標値がそのままスライドしているが、どういう意味が込められているのか、というのにお答えいただけたらみんなが共通認識できると思う。
事務局	<p>188については、昨年度実施した県民意識調査の結果は認知度17.9%であり、目標値にはまだ及ばない状況であったため引き続き30%を目指して頑張っていこうということと同じ数字としている。</p> <p>また、それを達成するための事業については、現在検討段階であるが、認知度を17.9%から30%まで5年間で達成するため、既存事業においてもやり方を工夫し、188がどんなものか、そこに電話をしたら消費生活センターでどんな対応をしてくれるのかといったことも含め、周知に力を入れていきたい。いろいろと工夫し、取り組んでいきたいという思いで設定した目標である。</p>

委 員	<p>今の説明には、具体的なことがない。</p> <p>現行計画が終わる前の段階で、次に何をすべきかある程度考えた上で、目標値を決めるという流れで考えていくべきである。第4次のときに何をやって認知度が少し上がったのか、何をやったけど駄目だったのかという検証はしたのか。</p> <p>また、セミナーは参加人数が目標値だが、私は可能なときは参加してきたが、同じような方が参加している。限られた人が毎回参加するのに目標人数を3万人としても広がらないのでないか。</p> <p>いろいろな立場のいろいろな年齢層の方が参加できる時間帯や方法にしたり、やり方に工夫がなければ広がりを持たせられないと思うがどうか。</p> <p>高齢の方が多いのはとても良いことだと思うが、若い人、中年の方、中高年の方も含めて参加していただきなければいけないと思うがどうか。</p> <p>また、出前講座は同じようなところから依頼があり、これも広がらないと思う。188を知らない人はまだたくさんいるが、そういうことを検証した上でのこの数値なのか。</p>
事務局	<p>第4次計画では30%の目標を掲げてやってきが、策定時の15.8%から2.1%しか増えておらず、ご指摘はもっともある。</p> <p>目標値の達成状況については、数値を把握できるものは、この場で毎年報告している。188の認知度は、消費者基本計画の改定のタイミングに合わせて実施する県民意識調査に基づくものであり、5年ごとでしか把握できないが、我々が思ったほど伸びておらず、厳しい状況ということは十分認識しているところだ。</p> <p>また、具体的な取組についてだが、国の交付金制度も大幅な見直しがなされており、来年度は新たな枠組みとなる予定である。</p> <p>国の交付金も活用しながら、今までの検証や懇談会でのご指摘を踏まえ、今後取り組んでまいりたい。</p>
委 員	<p>188よりも警察署に連絡をする方が非常に多い。188の番号を知らない方もたくさんいる。いろんなところで188のことを聞いてみると、ほとんど知らない。</p> <p>警察署に連絡するのと、188に連絡するのとどれだけ差があるのか。</p>
事務局	(連絡する人の数として) どれぐらい差があるかは把握していない。
事務局	<p>(1つ前の質問について) 委員からご指摘のとおり、消費生活講座受講者数は、同じ人が来れば重複することになる。いろいろな方が参加できるように、日曜日や平日、午前や午後に実施するなど工夫している。夜間の開催はきらめきプラザでは難しいが、他の会場での実施なども検討したい。</p> <p>前回、提案いただいたWeb配信は来年度実施に向けて検討しており、1人でも多くの方が受講できるよう工夫していきたい。</p> <p>出前講座も、同じ団体から依頼がくることは多い。他の団体にどうPRするかが一番課題で、どういった工夫が必要なのかセンターで検討しているところである。</p> <p>委員の皆様から提案があればいただきながら今後も啓発を頑張ってまいりたい。</p>
委 員	今まで委員を経由した消費生活講座や出前講座の情報発信はしていないのか。
事務局	関連する団体の委員に個別にお願いしていることもあるかと思うが、委員全員に情報

	発信を依頼したことではないと思うので、ぜひお願ひしたい。
委 員	チラシを配布しても良いし、地道な活動でも構わないと思う。また、所長交代時、課題や次に何をするかという話は引継ぎのときにあるのか。また、県センターに以前から勤めている職員たちの話を聞いた上で取り組んでいるとは思うが、引継ぎや連携等はどうか。
事務局	引継ぎはもちろん行っているが、全て漏れなくということは難しい。 課題解決できないまま引き継がれているものもあるが、解決できるものは、そのときの所長が解決していっているものと思う。
委 員	いつも言っているが、集まって開催するという発想はそろそろ変えた方が良い。みんなで集まらないと学べないという発想もそろそろ切り替えないといけない。そういったことに長けている団体や企業はあると思うので、例えば協議体をつくるなど、別の形で進めていくことが広がる一つのポイントではないか。何か新しいことをしないと広がらない。 大きい話になるが、今、SNSやYouTube、インターネットなどいろいろなものが広がっている中で、お年寄りもどんどん使っている。全世代にわたってオンラインでの被害が広がってくることに対して、ネット上の広告等からの被害を防ぐための対策をしっかりと打った方が良い。 出てきた被害に対して数を減らすのではなく、被害を減らすための防御という視点を入れた方が良い。今はAIで勝手に、キーワードを検索した人にどんどん広告が送られる時代だ。 どこかのセミナーで、そういうのに引っかかりにくく、被害の少ない県があると言っていた。それは、県からいろんな情報発信して、AIがここの県に送っても駄目だと思うようなことをしているようだ。 そういった研究も含め、そういうものが得意な企業と連携することで、被害に遭う可能性を下げるという施策を入れるかどうか。文章化することは勇気のいることだと思うが、施策・方法としてそういうものがあつても良いと思う。 また、県だけでできないことがあるので、いろいろなところと協働してほしい。大学生などとも協働するいろんなことができるのではないかと思うので、記載を検討してみてはいかがか。 最初のエシカル消費の文章のところで、付加価値とかかるコストを価格転嫁とする表現に違和感がある。 もっと単純に「商品の適正価格への理解」という言葉の方が消費者にとっては分かりやすいと思う。下請けと業者が値上げしたいが、元請業者が断るという構図の部分への理解のように聞こえる。 国の計画の記載もあるが、少し検討してみてはどうか。
事務局	様々なご意見ありがとうございます。 今後、委員の皆様と一緒にできることがあればご相談をすることもあるかと思う。また、みなさまの方からもご提案していただけると、非常に有難い。 いただいたご意見を踏まえて、検討を重ねてまいりたい。
会 長	先ほどの意見への追加だが、電話の録音機を、警察が補助金を出して設置の促進をし

	<p>た。「この電話は録音されています」というアナウンスが流れたら詐欺業者はそこで大体電話を切るので、それが普及した地域では被害がかなり減ったという報道が以前あつたと思う。消費者被害への対応は、講座で注意喚起や詐欺の手法などを伝えることは重要であるが、技術的に対応できるものもある。先ほどの意見のインターネット被害もそういうシステムティックな対応で、被害の防止や減少が可能な部分もあるのではないかということだと思う。</p> <p>今回の基本計画は、基本的に被害の防止、見守っていこうとか、気をつけよう、知識をつけようというところにとどまる部分が多いが、技術的な対応ができる部分については、効果的な予防や被害減少措置の情報収集や研究対策を行うといったことも施策に加えた方が良いのではないか。予算的な措置が必要なものもあると思うが、ぜひ文言を加えることをご検討いただきたい。</p>
事務局	<p>提案ありがとうございます。</p> <p>録音機能付き電話の設置支援の取組があるのは我々も承知している。いただいた意見を勘案しながら最終案を検討してまいりたい。</p>
委 員	<p>支援者育成について、ここ数年、県センターでも支援者をサポートする側の育成について講座をされている。そこに力を入れていくことで、担い手が広がっていき、その担い手が知識を持ってさらに広がっていくということになると思う。</p> <p>素案では、基本目標Ⅱの重点目標3、施策の方向③「地域人材の育成」の部分になると思うが、もう少し具体的な表現に変えてほしい。どこに含まれるのかわかりにくい。</p> <p>「地域人材」という言葉はイメージがしにくい。トラブルに遭いそうな人たちの支援者を育てていく、担い手を育てていくという表現になると良い。</p>
委 員	<p>そこは僕も引っかかっていたが、「地域における人材の育成」なのだろうと思う。例えば消費者教育など、得意なところと繋がって、いろんなことができたら良いと思う。</p> <p>もう一つ、先ほど、188にかけるより警察にかけると言われていたが、それは良いことだと思って聞いていた。今まで泣き寝入りや我慢していた世の中だったのが、188など、そういうことで行動ができる賢い消費者になっているという受け止めができる。</p> <p>188の認知度を30%にするという目標を立ててそこへ広げながらも、何かしら動ければいいのではないか。それはそれで、この計画の目標に対する実現度は上がっており、ぜひそういうのも含めて、ちゃんと動けて伝えられる、というふうに受け止めれば、納得できるという受け止めをした。</p>
会 長	<p>地域人材については、「身近に消費者教育が可能な人材」ということだと思うが、そこをどう言うかだと思う。</p> <p>例えば、公民館で頼めばいつでも消費者教育をしてくれそうな知識のある人材を育てるのか、その人のところに行けば何でもわかるみたいな感じにするのか。</p> <p>その人材の役割をどうするかということも関わってくるので、そのあたりを検討いただきて適当なタイトルとしていただきたい。</p> <p>時間が近づいてきたが、他に何か意見などあるか。 では本日の議題については以上とし、終了としたい。</p>

#### 4 閉会

くらし安全安心課 大村課長

- ・これまで消費生活行政で取り組んできたことについてのご指摘やご提案、それぞれの場で活動する中で感じられたこと等をお話しいただいた。警察に連絡する人も多いというお話をあったが、当課には消費生活班の他、安全安心まちづくり班もあり、特殊詐欺被害対策を広報するときには、警察あるいは188に連絡するよう、二本立てでお知らせしている。
- ・本日いただいたご意見はパブリックコメントとも併せて内容を見直し、必要な部分に手を入れた上で、次回の懇談会でお示しさせていただきたい。追加で気が付いたこと、詳しく知りたい情報等があれば、12月半ば頃までに連絡していただきたい。
- ・第3回目の懇談会は2月頃を開きたいと考えている。後日改めて日程調整したい。