

令和4年度 山形県消費生活審議会における消費生活審議会委員の意見及び質問への回答

〔開催概要〕

- 1 開催日時 令和5年2月8日(水) 13:30~15:40
- 2 開催場所 県庁2階講堂
- 3 出席者等
出席委員：伊藤幸枝、小笠原奈菜、鈴木順子、東海林かおり、長岡克典、細江大樹、
伊藤こず恵、後藤暖、今田久美子、井上弓子、大石徹、佐藤善友、原田周子、
渡邊孝子 14名
欠席委員：安部芳晴、佐藤博之 2名

(伊藤幸枝委員)

高校に関しましては県教委の管轄でもありますので、高校3年生の生徒全員に消費者啓発のパンフレット等を直接県から高校に配布していただいた方が効率的にPRができると思うので、そのあたりの考えを確認したい。

<回答>

高等学校、高等専門学校、特別支援学校（高等本科・高等専攻科）につきましては、R5.2月に、当課で「若年者のための消費者被害防止啓発チラシ」を作成し、全生徒に配布いただけるように、高等学校等に配布しているところです。またR5.3月には、「若年者のための消費者被害防止啓発動画」(YouTube)は配信する予定としており、今後とも、効果的な啓発活動を推進してまいります。

(長岡委員)

消費生活相談体制についてですが、市町村だけで連携していて、県の方でも支援しているということですが、酒田と山形では広域で連携していて、その仕組みは違うようですが、どういうふうに連携していて、そういう連携は置賜や最上ではできてないということがちょっとよくわからないのでお聞きしたい。

<回答>

消費生活相談の広域連携については、山形市を中心とする「山形連携中枢都市圏」(7市7町)と酒田市を中心とする「庄内北部定住自立圏」(1市3町)において行われております。

中心となる市と周辺の市町が連携協定を締結し、連携市町の住民も中心となる市の消費生活センターに相談できるようになっています。

県では、県内4地域に消費生活センターを設置しており、幅広く相談に応じるとともに、市町村の相談窓口で受け付けた困難事案に対する助言や、市町村の相談員等を対象とした研修等を実施するなど相談体制の充実のための支援を行っております。

置賜のある市の相談員のレベルが低いとか、問題のある対応をすることはよく聞きます。それに対する研修も一つの事業ということで取組状況の紹介がありましたが、個々の相談を受けた際はしっかり調べて適切な回答ができているかどうか、それを県でチェックなりフォローできているのか、できていないとすればできるようにしてほしい。

調べることでなくて、県の方に相談してもらえると伺いましたが、本当に気軽に相談できる体制、市町村の相談員が県の相談員に気軽に相談できる体制がちゃんとできているかどうか、できていなければ作って欲しいなと思います。それが本当にできているのかどうかということをお聞きしたい。

<回答>

例年実施している消費生活相談新任担当者研修会や、県の相談員が市町村を訪問する巡回訪問、市町村職員が県センターへ来所して行うOJT研修実施の際に、相談対応に悩んだ場合等は、県センターへ相談してもらおうように伝えています。

また、巡回訪問やOJT研修時に、実施市町村の希望により具体的な相談処理等に対する助言や業務における市町村の課題や要望等をお聞きし、課題解決に向けた助言を行っております。

来年度は、巡回訪問・OJT 研修のほか、県内4地域で事例検討会を開催する予定となっており、今後とも市町村に対する適切な支援の提供に努めてまいります。

市町村の相談員の対応状況の報告を県が個別に全部受けているということはないとは思いますが、それもできたらいいと思います。個々の相談の内容、助言の内容の対応状況を全部集約してチェックできたら理想ですが、なかなかそれは簡単ではないと思いますので、そういう形で連携していただけるといいと思います。市町村の現場だと、一つの相談を受けたら、その課内で共有して、あるいは翌年度の職員もちゃんとわかるように、ちゃんと共有していくのはあたり前だと思いますが、消費生活の相談の場では、相談員任せになっていないのか、組織的な対応、県・市町村一体となって連携を強めていただきたい。

<回答>

消費生活センターで受付した相談につきましては、相談員のみならず、行政職員も必ず目を通し、情報共有しながら組織的に対応しております。また、相談内容については、PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）に入力し、独立行政法人国民生活センターや都道府県、政令指定都市及び区市町村の消費生活センターや消費生活相談窓口をオンラインネットワークで結んでおり、国、都道府県及び市区町村すべてが情報を共有しております。もちろん、翌年度の職員も共有できる状況になっております。

今後とも、県・市町村の消費生活センターにおいて、より一層の連携を進めてまいります。

（細江委員）

最近、やっぱり SNS が普及するのに伴って Facebook、Twitter、Instagram を利用して、知らないアカウントからメッセージが届き、そこから誘導される例が増えてきていると感じております。こういう事案に対し、消費生活相談員の方々が対応するにあたって、普段、日常生活で SNS を使いきれていない人だと、相談を受けてもよく理解できなかつたりすると思います。相談員に対する研修の中身としても、その法的知識以前に、この SNS の仕組みについて、実際に画面を操作しながら見てもらう研修をやるのもいい。

<回答>

今後、県が主催する市町村相談員等を対象とした研修会の中で、SNS に関する研修について、取り入れるように検討してまいります。

Instagram のメッセージからマルチ商法やサクラサイトに誘導される例が多いので、そういった層への啓発としては、せつかく山形県の Instagram 公式アカウントがあるので、Instagram での発信を積極的にやってもいい。Instagram は画像、写真が中心のメディアですので、啓発チラシを画像として Instagram にアップするなど、啓発を積極的にやってほしい。

<回答>

山形県の公式 Instagram アカウントは、広報部門が所管しており、他所属が投稿できない運用になっております。そこで、山形県消費生活センターの Instagram 公式アカウントを令和4年4月に開設し、令和5年2月末までに44回の発信を行っています。発信内容としては、啓発チラシを画像としてアップしたものがメインになっており、Instagram を普段利用する方への啓発を図っています。今後も Instagram での啓発に積極的に取り組んでまいります。

（伊藤こず恵委員）

特に SNS の方では、Twitter、Facebook、Instagram、LINE で情報発信をしたという報告がありました。先ほど拝見してみたら、Twitter のフォロワーが76人、Instagram が83人だったので、情報発信としてはちょっと弱く感じているところです。様々ですが、もちろん県の方の監修というのは必要になると思いますが、学生の消費生活サポーターさんを使って Instagram を運営していく。それで SNS に関しては特にいろいろと工夫する世代だと思うので、学生さんたちに作ってもらう。そうすることによって、学生さんも主体的に自分事としてこの消費生活の問題であるとか、自分から学ぶ機会というのも選べるというふうに思っているところです。SNS も、アウトソーシングを活用するとか、見てもらうことの工夫というのをもう少し考慮していただくといい。

<回答>

山形県消費生活センターの公式 SNS アカウントのフォロワー増に向けては、以下の対策を行ってまいりました。

- ・専用チラシを作成したり、啓発チラシへ SNS 情報を挿入して、当該チラシを様々な場面（会議、出前講座、イベント、各種機関等）で配布
- ・市町村消費者行政担当課へ紹介
- ・山形新聞に記事掲載
- ・山形県公式ホームページに記事掲載
- ・山形県公式アカウントでのリツイート
- ・効果的なハッシュタグ挿入

今後もフォロワー増に向けて、御助言いただきました内容も含め、効果的な対策を検討してまいります。

(今田委員)

小学校や中学校で出前講座を開催したいのですが、一人で教育委員会に話に行くというのはなかなか難しく、ちょっとハードルを感じております。そこで、県の最上消費生活センターのコーディネーターさんと一緒に、教育委員会を訪問し、こんなこといかがですかという話はしていきたいという気持ちがあります。県の消費生活の方々から教育委員会へのパイプを作っていただけると非常にありがたい。

<回答>

消費者教育コーディネーターは、消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐための調整役を担っております。

今年度は、教育委員会及び小・中・高等学校等に消費生活出前講座や消費者教育コーディネーターの活用について文書をお送りしました。また、高等学校等を対象に消費生活出前講座の活用に関するアンケートを実施、学校訪問等を行い現場のニーズを聴き取りし、講座の提案をしてまいりました。

今後も教育機関への働きかけを継続し、ライフステージに応じた体系的・継続的な消費者教育につながるよう、講座開設の提案を行ってまいります。

(井上委員)

高齢者等の見守りネットワークの構築がなかなか進まない、山形市だけというその理由をお聞かせ願いたい。

<回答>

高齢者等の見守りについては、既存のネットワークや会議等で対応できているため必要性を感じない、ネットワーク運営にかかる人員の確保ができないといった意見があり、市町村での見守りネットワークの構築が進んでいない状況です。

市町村における見守りネットワークの設置や円滑な運営を支援し、相互連携を図るため、令和5年3月に（仮称）山形県消費者安全確保地域見守りネットワーク協議会を設立しますので、未設置市町村を訪問し、現状を把握するとともに、消費者安全法に基づく見守りネットワーク設置のメリット等の説明を行い、見守りネットワーク構築に向けた支援を行ってまいります。

(大石委員)

6ページの高校3年生に対する出前講座を、11校で実施したということですが、県内の高校の数に対して、非常に少ないと思います。これは学校側の問題として、授業形式のコマでなかなか1時間が取れない。生徒さんの関係でも様々ネックがあると思いますが、そういうことをクリアするために、授業のコマに入れるだけでなく、短時間でやることのできるのではないかと。

自分で調べる、上司に聞く、お母さん、お父さんに聞くこともできますので、アプローチの仕方をぜひ考えていただきたい。

<回答>

高校3年生向けの出前講座は、学校のスケジュールの関係もありますが、卒業間近の年度末に集中する傾向にあり、令和5年1月末現在では11校でしたが、2月は7校に実施し、3月には9校の

実施を予定しております。

今後も、高等学校等に働きかけを行い、1校でも多くの高校3年生に消費生活出前講座を実施していきたいと思っております。

(佐藤善友委員)

消費生活相談の状況、資料の3の中で、年間8,000件ほど相談があるわけですが、それに呼応して、消費生活相談体制の状況ですが、消費生活センター人口カバー率88%と資料にあります。それで十分相談に対応できている状況なのか、もっとセンターの拡充が必要なのか、そのあたりを一つお聞きしたい。

<回答>

令和2年4月に消費者庁が策定した「地方消費者行政強化作戦2020」において、「消費生活センター設置市町村の県内人口カバー率90%以上」が政策目標として掲げられており、本県は令和4年4月1日現在88%とわずかに届いていない状況にあります。

ただし、消費生活センターとしての要件は満たしていないものの、消費生活に関する相談に応じる消費生活相談窓口については、県内の全市町村に設置されております。

県としましては、県内4地域に設置している消費生活センターにおいて、幅広く相談に応じるとともに、昨年10月からは、Web(ウェブフォーム)による消費生活相談の受付を開始し、県内のどこにいても相談できる体制を整備いたしました。今後とも、消費生活相談のデジタル化の検討をすすめ、相談者の利便性の向上に努めてまいります。

・エシカル消費の項目ですが、エシカル消費をPRされているということで、手元にあるエコバッグとクリップ、この啓発品の配布先やどのように配布しているのか伺いたい。
・エシカル消費の話ですが、エシカル消費の側面として、地産地消はとても大切な要素だと思います。それで、地産地消を考えると、やっぱり農政企画課や、水産振興課と連携して消費者に喚起していくことで連携強化してはいかがか。

<回答>

作成した啓発物品は、主に県内イベントに出展した際に来場者にエシカル消費を説明しながらお配りしました。今後も、集客が見込まれるイベントへの出展や消費生活出前講座などの機会を捉え、有効に活用したいと考えております。

県農林水産部局との連携については、消費者にとって身近な地産地消からエシカル消費の普及につながる有効な手段と考えております。エシカル消費は、様々な部局が所管する取組に関係しており、農林水産部局を含む関係部局、関係機関と連携し多面的な取組を推進してまいります。

消費生活センターのTwitterのフォロワーが76人ということでしたが、県のアカウントは14万2,000件ですので、そこと連携すると、もっと情報が広まっていくのではないかと。

<回答>

山形県消費生活センターのTwitterのフォロワー増加を狙って、フォロワーが多く影響力の大きい山形県の公式アカウントにリツイートを数件依頼しています。今後も継続的に双方で連携を図ってまいります。

(原田委員)

出前講座を何回もしていますが、私はどこに所属するのでしょうか。私はまだ講座を受けたことがありません。とても大切な計画なので、これから問題が起きてくるであろうことを予測しますと、今ここでお話をされていることを、本当に漏れなく県民全員にお知らせしなければならないと思えました。私は今、県女性連合の役員をしていますので、連合会で出前講座をお願いします。また、食品衛生の方にも所属していますので、食品衛生の集まりがあったときに、出前講座をお願いしますなど、いろんな場面でアタックしていかないと、全員に知らせることはなかなか難しいと思えました。県民のあゆみに載せるなど、色々な広報の仕方がありましたが、それで本当に知らせているかという検証が必要かと思う。

<回答>

消費生活出前講座は、消費者の方から概ね10名以上の団体、集まりから御依頼を頂戴しております。

すが、団体に属していない方への啓発が難しいという側面がございます。そのため、県では市町村と共催し、住民により近い市町村が講座のテーマを決定・集客し、講師を県が派遣する形の講座を実施しております。令和4年度は、共催講座の実施を希望する5市町村と開催しました。その際の集客方法としては、市町村広報紙への掲載のほか、公民館などの公共施設や小売店舗へのチラシの設置、地域回覧板での周知等を図ったところです。

急速なデジタル化が進む中、各種 SNS 等による広報も活用しながら、地域に根差した周知も継続してまいります。また、講座に参加いただいた方にアンケートを実施し、広報手段について検証し、より消費者に有効な広報の方法を検討してまいります。

LINE を作って終わりではなく、どうやってみんなに LINE を登録してもらうかが重要だと思います。消費生活センターの LINE を入れてもらうために、どういうところでアピールしたらいいのかということになります。例えば、飲食業であれば、許可証をもらうために、食品衛生の講習をやりませう。また、運転免許を取るときも必ず集まります。外部的な要因で集まるような場所でもいいので、アピールの仕方は、とても必要なのではないかと思います。

<回答>

山形県消費生活センターの公式 LINE アカウントの周知広報については、これまで専用チラシを作成したり、啓発チラシへ情報を挿入して、当該チラシを様々な場面（会議、出前講座、イベント、各種機関等）で配布することで周知広報を図ってきました。引き続き、様々な場面で周知広報を図ってまいります。

（渡邊委員）

月に何回かチラシを送ってもらっていますが、高齢者の方は、あまり目にする機会がないと思うので、もし回覧版など身近なところで目にする事ができれば、消費者トラブルに引っかからないで済むのかなと思う。先日、山形県内でもありましたが、70 歳代の方が、2000 万円ぐらいの詐欺にあったというニュースを見ました。私自身のスマホにも、「あなたは何千万当たりました」というメールが来ますが、そうするとどうしても押しまがちな高齢者が多いのかなと思います。そこで踏ん張れるような、そういう施策、知らせる力というのがすごく必要になってくると思う。

<回答>

消費生活センターニュースや注意喚起チラシ等は、各市町村に対し住民の皆様への周知に御活用いただくように送付しているところですが、なかなか情報が届きにくい状況です。

高齢者の方にも情報が届くよう、例えば出前講座に来てくださった受講者に対し、その場で公式 SNS をフォローしてもらい、近所の高齢者に対しても情報提供をお願いしたり、家族や地域の見守りの方等、高齢者以外にも様々な機会や媒体を活用し、効果的な情報を提供し見守り活動での情報発信をお願いするなど、それぞれの特性に配慮した情報発信を行ってまいります。

（小笠原会長）

出前講座に関して、令和3年度・令和4年度ですが、勤労者向けと幼児向けと中学生向けが0件になっていますが、それがどういう要因なのか、また、何か対策を練っているのか。

<回答>

新型コロナウイルス感染症拡大以前は、勤労者、幼児及び中学校から消費生活出前講座の御依頼を頂戴しておりましたが、依頼者の感染予防対策のため依頼が途絶えておりました。感染の落ち着きを受け、勤労者、幼児及び小・中学校に消費生活出前講座の活用に関する案内文を發出しております。

また、過去に御依頼を頂戴した機関に対しては、消費者教育コーディネーターが講座の実施について個別に御連絡しております。以上のような取組から、複数の学童や中学校から問合せと講座の依頼を頂戴しているところです。今後も機会を捉え講座の活用を促してまいります。

相談の状況に関してですが、3の(2)に基礎化粧品が入っていますが、例年あまり聞かないのと、具体的なもので、定期購入のところで乳液やシャンプーが入っていますが、この乳液やシャンプーの定期購入が基礎化粧品ということになっているのかということ。また、この具体的に決まった業者がトラブルを起こしているのか、乳液とかシャンプーに関して、様々な業者が定期購入で問題を起こしているのかということが分れば教えていただきたい。

<回答>

基礎化粧品については、2019年度(令和元年度)以降、相談件数が増加しております。基礎化粧品に分類されるものは、乳液、化粧クリーム、化粧水、オールインワン化粧水などです。シャンプーについては、頭髪用化粧品に分類されます。

定期購入のトラブルについては、様々な業者がトラブルを起こしており、令和2年10月、令和3年10月、令和4年12月に県独自の注意喚起情報を発出しておりますが、引き続き相談が寄せられておりますので、出前講座や公式SNS、県ホームページ等機会を捉え、注意喚起を行ってまいります。