

第2回秋田県消費生活審議会(兼)消費者教育推進地域協議会 議事概要

1 開催日時

令和6年11月13日(水) 午後3時00分～午後4時30分

2 開催場所

秋田県議会棟 1階 大会議室

3 出席者

○委員(敬称略)

西野 大輔、塚本 祐文、藤本 剛、楢岡 瑞穂、荒木 和子、石木田 まり子、
市川 彪雅、船木 祐子、山野内 雅志、大庭 喜美子、高橋 美喜子、
佐藤 長之 以上12名

○事務局

生活環境部県民生活課長 米田 裕之、同県民生活課政策監 伽羅谷 美穂
生活センター所長 渡辺 明 ほか5名

4 議事

(1) 会長の選出等

令和6年11月の委員改選に伴い、会長の選出等を行った。

① 会長の選出

「秋田県民の消費生活の安定及び向上に関する条例」第30条第2項の規定により、会長は委員の互選によって定めることとされているところ、山野内委員より弁護士でもあり消費者問題に詳しい弁護士の西野委員が適任との意見があり、委員に諮ったところ、異議はなく、同氏が会長に選出された。

② 会長代理の指名

同条第4項の規定により、会長が会長代理として塚本委員を指名した。

③ 消費者苦情処理部会委員等の指名

同条第2項及び第3項の規定により、会長が、部会委員に塚本委員、藤本委員、齋藤委員及び西野委員の4名を指名し、部会長に塚本委員を指名した

(2) 秋田県消費者施策推進計画の素案について

配付資料に沿って、事務局が説明を行った。

(3) 意見交換

○市川委員

消費生活リテラシーの向上について、私から提案させていただく。

素案の中にもあるように、デジタル化の推進や、成年年齢の引き下げによって、若者は消費者トラブルに巻き込まれやすい状況にあると思う。しかし、消費生活に関する県民意識調査や消費者教育に関する実施状況調査の結果から、教育だけでは十分な対策がとれていないという現状も明らかだと思う。

そこで、県内の学生や若者向けに、消費生活リテラシーに関するアンケート調査を実施し、その結果を踏まえたインターネット広告やY o u t u b e 広告などを配信することを提案する。

具体的には、県内の高校生、大学生、可能であれば中学生を対象とし、若者の消費生活における意識や行動、トラブル経験などについてアンケート調査を実施し、その結果をもとに、インターネット広告やY o u t u b e 広告などを活用した注意喚起や情報提供を行うのが効果的ではないかと考える。

新聞やテレビなどで注意喚起を行ったとしても、若者が見る確率は低いが、インターネット広告は、若年層が目にする確率が高いので、効果的に情報を届けることができるのではないかと考える。

●米田課長

我々も常日頃、効果的な注意喚起の方法について考えている。高齢者はスマートフォンを所有される方も増えたが、やはりテレビや新聞での注意喚起が効果的であり、今年度はテレビCMで注意喚起をする予定である。

また、委員御指摘のように、若年層は新聞やテレビをあまり見ないということがわかっており、今年度はインターネット広告を活用した注意喚起も行うこととしている。引き続き、年齢に応じた効果的な取組をしていきたい。

○佐藤委員

数値目標の項目の一つとして、消費生活相談員の資格保有率を5年間で75%まで押し上げると掲げているが、100%を目指していただきたい。資格保有率を上げるにあたり、何かハードルや障害があるのか。

●米田課長

消費生活相談員には、資格のある者が高いスキルで相談に応じていただくのが理想ではあるが、相談員も出入りがあり、資格のあるベテラン相談員が退いた後、最初から資格を有している方を採用するのは難しい。もちろん、保有率100%を理想としながらも、4分の3程度は確保し、無資格の新しい方が入ってきた際には、オンジョブトレーニングで経験年数を重ねた後で資格を取得していただくという流れで、一定の水準を保っていきたいと考えている。

○西野会長

数値目標で設定している、消費者ホットライン188（いやや）（最寄りの消費生活相談窓口を案内する全国共通の電話番号）の認知度とエシカル消費の認知度については、現状から概ね10%弱上のところで設定している。例えば、188の認知度を見てみると、名前も内容も知っているという方が6.4%と非常に低い状況に対し、5年間かけて目標が16%というのは低いのではないかと感じる。16%を達成することができても6人に1人しか知らないという状況である。どこに相談したらいいかわからなかったというケースもあるかと思う。思いつかなければ、そこに相談しようという発想はなかなか出てこないところであるため、認知度に関しては、もう少し思い切った目標としても良いのではないかと感じた。

○石木田委員

地元の消費者協会という立場で消費生活相談窓口について説明する際、こういう問題が起きた時、こういうところに相談したら、こんな解決ができたというような実話で説明すると、よく理解していただける。県で広報する際にも、具体例を示しながら、もう少し市民の生活の中に溶け込んだ周知をしなければ、認知度は上がらないのではないかと思う。先ほど、若い人はテレビを見ないという話があったが、LINEを活用した広報という手法もある。認知度を上げるためにも、県や消費者庁からも、ぜひLINEを活用した広報を実施していただきたい。

エシカル消費についても同様で、こういう行動をすると、こういう問題解決につながるという具体例を示した方が良い。最近では、スーパーでもエシカル消費を推進しており、様々な問題がある中で、こういう行動をすることによって問題解決につながるを書いてくださっている店舗もある。こうした記載が、あちこちに見受けられるようになると、認知度も上がるのではないかと考える。

どうしても、消費者問題に関心がない層の認知度を上げていかなければならないと思うので、絶えず広報活動をする必要があると思う。

●米田課長

3桁、4桁の短縮ダイヤルの代表例である110番や119番など、緊急性のある番号については十分認知されているが、188については、消費者トラブルに遭遇した後、考えたり調べたりする時間があるケースが多い。そこで自ら検索して、相談窓口の番号にたどり着くこともあるため、なかなか認知されにくい現状であり、そうしたことから、エシカル消費も含め、認知度を上げていくためには啓発を続けていくしか方法がないと思っている。特に、エシカル消費については、温暖化対策やリサイクル、ごみの減量といった様々な分野も関係してくるが、生活環境部には、そうした問題の所管課が組織されているため、関係各課とも連携しながら様々な場面で啓発を続けていきたい。188についても、幾ら周知しても足りるものではないと思っているため、粘り強い周知に努めていきたい。

○高橋委員

第3章の基本方針Ⅲにおいて、多様化・複雑化する消費生活への対応で、特殊詐欺等による被害防止のための啓発や情報発信をしていくという説明があった。新聞等で毎日のように報道されているが、騙された方も、自分だけは騙されていないと思っていたのではないかと思う。そうした状況で被害を防ぐのはとても難しいと感じるが、令和7年度からの5年間で、どのように対応していくのか。

●米田課長

特殊詐欺に関しては、県警の方もオブザーバーで参加しているため、当課の範疇で回答させていただく。これまでは、コンビニで電子マネーを買わせる手口や、ATMでお金を引き出させる手口であった。この時には、コンビニ店員や銀行員等に、何かおかしいと思ったら話を聞いてほしいとお願いしていたが、最近の、SNSを悪用したロマンス詐欺や投資詐欺は、スマートフォン一つで完結してしまうので、周囲の人も気が付かず、被害額が大きくなって初めて相談に至るという状況にある。

こうした現状に対して、どのようにアプローチしていくのかが課題だと思っているが、SNSにはSNSで対抗していくこととし、今後もウェブ広告を活用して注意喚起を行う予定である。

このように、随時、工夫して周知しているが、次々新しい手口が出てくるため、臨機応変に取り組んでいきたいと思っている。

○齊藤オブザーバー

当課の所管は特定商取引等に関する捜査であり、特殊詐欺は直接所管していないが、わかる範囲でお話する。連日、新聞等で報道されているとおり、特殊詐欺の被害が後を絶たない。県警も、関係機関や団体、自治体とも協力して、様々な広報を実施しているものの、被害が減らない現状にある。今朝の新聞には、他県の例だが、被害額が過去最高の8億円という記事があった。これは、著名な経済アナリストをかたった詐欺であるが、この経済アナリストの名前は、もう1年以上前から同様の詐欺で使われている。何がどうやって騙されたのかというのを発信していかないと伝わらないのではないかとということで、県警では被害について広報する際に、少しでも手口を周知するよう、出せる材料をなるべく出して公表するように心がけているところである。

また県警では、若年層に対するインターネットを活用した広報も有効だと承知しており、まだ認知度は低いものの、県警公式YouTubeやX等で情報を発信しているところである。

昔と比べ、地域でのコミュニケーションが減っていると感じるが、やはり対面で会話をしてこそ人の心に届くのではないかとということもあり、巡回連絡といった直接お会いする活動の中でも、防犯の広報啓発を進めている。

引き続き、様々な媒体を活用しながらも、真に伝わるような広報啓発を実施して被害の抑止に努めていきたい。

○塚本委員

市川委員から、消費者教育が必ずしも十分ではないように見受けられるため、これを充実すべきとの意見が出されたが、全くもって賛同する。

弁護士会では、成年年齢引き下げに伴い、ここ3年間で県内の各高校を対象に情報講座を行った。先生からは良かったという話を聞くので、概ね好評だと思う。授業と違い、外部から講師が来て生の事例を話すという消費者教育は、生徒にとってもインパクトのあるものだと思う。こうした取組を続けていきたいが、学校によって温度差がある。例えば、県内のある進学校からは、3年生の就職する数名に対してだけ授業を行ってほしいと申出されたことがあった。進学クラスについては受験を控えているため、消費者教育どころではないというところがあったと思うが、高校ごとにかなり温度差があると感じている。こちらとすれば、進学や就職を問わず、高校生全員に、また、できれば18歳になる前の高校1年生、2年生のうちに講座を聞いてもらいたいというところで実施しているが、その趣旨がちゃんと伝わっていないなと感じているところである。

そこで、27ページの高校における消費者教育の推進には、外部団体から講師を派遣して授業を行うことなどを教育委員会に働きかけるとあるが、この働きかけについては、高校生全員に対して消費者教育を行う、授業以外で消費者教育の機会を確保させるというような、もっと踏み込んだ働きかけがなされれば良いと思う。

○榎岡委員

14ページに、学校における消費者教育の実施状況の記載がある。高校が100%であるのに対し、小学校が96.1%、中学校が95.6%となっているが、学習指導要領に示されているため、ここは100%でなければおかしいと思った。消費者教育は、社会科、家庭科、道徳等でも行うため、これは、こういった質問であったのか。

参考資料として掲載しているアンケート結果を見ると、教育支援講座について、機会があれば利用したいと回答した小・中学校が6割、7割を超えている。また、消費者教育を推進するために必要なこととして、児童生徒向け教材の作成・配布や講習会の実施が、小・中学校で6割を超えていた。この結果からも、様々な講座、講習会の活用を、先ほど述べた教科等での指導に取り入れるほか、現在デジタル化が進み、昨年、スマートフォンやタブレット端末、通信機能つきゲーム機を持っている小学生は85%、中学生は93.5%という結果が出ているため、電子機器の使い方、トラブルの防止に関する生徒指導関連の講話の中で取り入れることが有効ではないかと考える。

また、前回もお話させていただいたが、子どもたちは毎日タブレットを使っているため、デジタル教材があれば活用できると思う。まずは、指導する先生が興味を持ち、これを使って子どもに指導したいと思うもの、かつ、子どもたちが取り組みやすいものでなければ、なかなか頻繁に活用するのは難しいのではないかとと思う。

教材の提供について素案に盛り込まれているが、小学生では、カードゲームで遊びながら学ぶことができるのではないかと考えている。先日、東北森林管理局で実施した森林教室では、森林保全に関する学習をした後に、そのカードゲームを使って学習を進め、深めていった。子どもたちの反応も良く、そのカードゲームをもらってきたところ、休み時間に一生懸命遊んでいる、つまり、遊びながら学んでいるため、そうしたものも有効であると思う。

さらに、ほとんどの小学校では読書教育を推進していることから、消費者教育に関する子ども向けの本を、県立図書館等と共同で団体貸し出ししていただければ、様々な学習に活用できるのではないかと考えている。

加えて、28ページには、家庭における消費者教育の推進に関する記載もあり、本当に大事なことだと思っている。子育ての中で、いかに消費者教育をするのかも、とても大事なことであるため、先ほどY o u T u b e等を通じて広報を充実させるという話があったが、保護者に対しても、家庭の中で、お金の使い方やS D G sのことなどが話題になるような、何か手だてがあればと感じている。

●事務局

小・中学校における消費者教育の実施状況については、「消費者教育に関する授業を行っている教科を教えてください」という設問に対して、家庭科や社会科などの選択肢の他に、「消費者教育に関する授業は行っていない」という選択肢も入れていたところ、「消費者教育に関する授業は行っていない」と回答した学校が数校あったことから、100%に至らなかったという経緯である。

○市川委員

Y o u T u b e 広告やウェブ広告を実施するという説明があったが、予算はどのくらいか。

●米田課長

ウェブ広告については、業者の方から企画提案をいただいて選定しているため、掲載期間や回数、媒体等で異なるが、今年度は50万円程度である。また、コマーシャルは費用が高くなり、100万円単位である。

○市川委員

コマーシャルとは、Y o u T u b e 広告のことか。

●米田課長

テレビCMであるが、テレビで流した後にY o u t u b e にも広告を上げるというような形である。

○市川委員

テレビCMとY o u T u b e 広告は、見られる年齢層も違うため、別々に作成する案もあるのではないかと考える。

●米田課長

どの年齢層に訴求させるのかという課題もあるが、閲覧傾向によってどうしてい

くかは工夫のしどころだと思うため、参考にさせていただきたい。

○西野会長

第1回会議で、前任の委員から、悪質な事業者に対する指導監視の強化においては、指導監視だけではなく、法執行に関する強化も記載すべきではないかという意見があったかと思う。加えて、県単独での取組がなかなか難しいこともあるため、必要に応じて国や警察等との連携も含めて、盛り込むべきではないかという意見があったかと思うが、そうした趣旨の記載を計画に盛り込むのは難しいという判断だったのか。

●米田課長

悪質事業者に関する被疑情報に対しては、すべからく調査等の対応をしていくということで、そういった趣旨で監視の強化としている。法執行は監視指導の先にあるもので、必要なものに関しては、当然、法執行していくが、いきなり法執行を強化するとなると意味合いが違ってくるのではないかと考えている。まずは、監視、指導をしっかりとやる、そのうえで必要な法執行があれば対応していく、という書きぶりにさせていただきたい。

○荒木委員

私も年齢を重ね、横文字で記載されると、わからないことがある。今年度、エシカル消費のコミックブックを作成したとあるが、イラストで説明するのは、子どもたちにも、高齢者にも、言葉で説明するよりわかりやすいと感じた。高齢者は、どうしても横文字やカタカナで書かれると、何のことかわからないということがあるため、そうした視点も持っていただきたいと思う。

○山野内委員

エシカル消費の認知度が、現状5.1%という結果にショックを受けた。というのも、2018年に、消費者庁主催でエシカルラボ in 秋田を秋田県で開催し、私もパネラーとして発表した。また、日本生協連もエシカル消費を推進しており、私どもの店舗でも、エシカル商品をアピールしている。エシカル消費は、SDGsにも繋がるものであるが、SDGsの方が先行してしまっている感もあることから、私ども生協に限らず、県内のスーパーマーケット等で協力して推進していくしかないのではないかと考える。

また、特殊詐欺についても、秋田県生協連では定期的に学習会を行っており、昨年の12月には、県警の方にも来ていただき、特殊詐欺についての学習会を行ったところ非常に好評だった。その後も、またリクエストがあり各地区で特殊詐欺に関する勉強会を開催している。しかし、参加する方は非常に意識が高く、そうした方は被害に遭わない。逆に、意識が低い方に対して、どうやって浸透させていくかが

今後の課題だと思っており、できる限り協力していきたいと思っている。

あわせて、質問であるが、31ページの数値目標について、例えば、同じような項目で、他県の現状の数字は拾えるものなのか。もし拾うことができれば、例えばエシカル消費の認知度が高い自治体の取組を参考にするのも良いのではないか。

●米田課長

大変貴重な御意見、そして、生協さんでは、県で実施しなければならない様々なことに御協力いただいております、この場を借りて感謝申し上げます。

目標については、独自に項目を設定しているところであるが、例えば、東北の他の5県の状況を把握しておくことも大変重要なことと思う。今すぐにお示しすることは難しいため、次の審議会までに整理し、お示しできるものは提供させていただきたいと思う。そして、現状うまくいっている自治体や、高い目標を設定している自治体があれば、その取組等を参考にしたい。

○石木田委員

テレビ等でも報道されていたが、これから高齢化率が高くなる中、秋田県は日本で一番高齢化率が高いということを危惧しているが、これは秋田県のみならず、日本中の問題である。そして、子どもが生まれない中で、これからますます取り残される高齢者が増えていくと思う。情報がどんどん増える中で、その内容が理解できずに過ごしている多くの人たちにどのように問題を意識づけるかが一番大事なのではないかと思います、地元では、私も微力ながら、そうした人たちに対してわかりやすく説明をしているが、ひとりで引きこもっている方に対しては、それができない状況にある。そうした中で、たまたま詐欺被害に遭ってしまった方もいて、彼らを孤立させないために、どうしたら良いのかというと、自治会や婦人会、私たちがやっている消費者団体などでの活動が非常に大事になってくると思う。今は、友人とのやりとりをはじめ、ほとんどのことがスマートフォンで完結できるため、人と交わることなく過ごしている人が多い。ところが、取り残されている我々昭和の世代は過渡期にあり、今後の不安な部分である。災害や詐欺被害のリスクがあり、理解が追いつかないほど情報にあふれた世の中であるため、孤立した人たちをもう1回引っ張り出して、皆さんがどうしたら安心して生きていけるかを基本に考えて、消費者教育をしていかなければならないのではないかと感じている。実際にあった消費者トラブルの事例を、リーフレットや市の広報紙などで見ても、なかなか理解できず、自分ごととして考えられない人もいることから、そうしたことが話し合える組織が必要なのではないかと感じており、家庭の中でも話題にしてほしいと思っている。

そこで、鹿角市での取組を紹介したい。鹿角市では、夏休みの宿題として環境新聞というものを、家族全員で話し合いながら作っている。内容は、こういった視点からでも良く、例えば、どうして曲がったキュウリがはじかれるのか、という内容の環境新聞もあった。ほかには、サンショウウオがここに住むようになったのはな

ぜか、どうしてサンマが高くなったのかなど、様々な視点から環境を考える新聞があった。これは、家庭において色々な問題意識を持った子どもと家族が話し合われた内容が、新聞の中に書かれているのだと感じた。

消費者教育も同じである。どうして、そんなに大きなお金がそういう人に渡ってしまったのだろう、という話もしなければならないが、その機会がなくなっている中、ひとりで過ごしている高齢者がいるという社会の現状を、私たちはしっかり見据えながら、そうした人たちと一緒に生きていくということを考えていかなければならないと考えている。

○市川委員

Y o u T u b e やインスタグラム等には、とても審査を通ったと思えない広告、明らかに詐欺に近いような広告が蔓延しているが、そうしたことに対して、秋田県や消費者庁は、SNS事業者にどのような要請をしたのか。

●米田課長

この件については、国を挙げて、政府の方で取り組んでおり、メタやXなどSNS事業者に対して再三要請しているが、実際かなり苦戦していて、そうした広告を全部見つけ出すところまでは、なかなか難しいと聞いている。

秋田県としてSNS事業者に申し出をするかについては、関係者のほか、自治体である都道府県や市町村など、様々な組織がバラバラに要請するのではなく、まずは国として政府が強力に要請をしているところなので、県の方では特段行っていない状況である。

○船木委員

消費者教育について、学生は様々な機会を設けられると思うが、高齢化している地域にどうやって情報を伝えるのかが、大きな課題であると感じる。山野内委員も発言していたが、関心のない方にどうやって届けるのか。28ページに記載のある自治会や子育てサークル、老人クラブ、こうしたところに、具体的にどのような働きかけをしていくのか。現在、コミュニティ自体が無くなっている状況で、町内会が存続できないという話も聞くため、なかなか関心を集められないのではないと思うが、その辺はどう考えているのか。

●渡辺所長

高齢者向けということで、当センターでは、全県一区で県内各地を対象とした出前講座を実施している。内容については、高齢者向け、若者向け、事業者向けなど、いかようにも対応できる。自治会の集まりや老人クラブの集まり、社協関係の行事等、15分でも30分でも1時間でも時間を設けていただければ、私どもが出向き、センターで受け付けた最新の相談事例や注意点などを交えて講座している。

今年度は、高齢者向け、シルバー世代向けということで、シルバー人材センター

連合会や老人クラブ連合会に出向き、こうした講座があることを宣伝した。テレビCMやY o u T u b e 広告ではなく、出前講座を通じて少しでも多くの県民に注意喚起したいと考え、今年度は販路拡大すべく宣伝に回っていることから、来年度以降、出前講座の申し込みが増えることを期待している。皆様も、それぞれの団体、地域において、一言周知していただければ、センターも積極的に出前講座に出向きたいと考えている。

今年度は、出前講座に相談員も同行し、講座の中で実際に相談員が受けた事例などを紹介するという取組も始めた。今後も、講座の内容に関しては、188の普及などについても考慮していきたい。

●米田課長

先ほど山野内委員からの発言にもあったとおり、意識が高くて、様々な会合に出てこられる方は安心だが、外に出てこられない方、中には、単に関心がなくて出てこないという方以外にも、例えば、体が悪くて外に出られないといったケースもあるだろうと思う。その場合、素案23ページ、高齢者等の見守り体制の構築の部分に記載しているような、単身高齢者や障害のある方など、社会的に孤立している人たちに対して手を差し伸べる、あるいは、情報を届ける消費者安全確保地域協議会という組織を作って対応する必要もあるだろうと思う。昨今、闇バイトによる強盗事件の多発により、勝手に家に訪問しても信用されない世の中になっており、行政職員も疑われるような状況になっていることから、こうした組織の中で手を差し伸べられるような仕組みを、この5年間で作っていかねばならないと考えている。現在、県内には県北の3市に協議会が設置されているが、来年度以降は他県の例も勉強させてもらいながら、次の5年間で、こうした体制づくりも進めていきたいと考えている。

以 上