

令和３年度消費生活審議会及び消費者教育推進地域協議会（書面開催）質疑・回答一覧

資料１ 第２次長野県消費生活基本計画における数値目標等について

委員	御意見・御質問	事務局回答
中嶋委員	長野県版エシカルの認知度の統計について、環境と暮らしの県民世論調査結果では数％とのことである。これまで環境フェア参加者へのアンケートを基に数値を出していたが、同参加者は元々関心が高い人が多いと思われること、コロナ感染拡大状況で直近は調査自体できなかったことに鑑み、より正確な実態把握のためにも、調査方法を再検討すべきと思う。	ご指摘のとおり、より正確な実態把握のために、調査方法を再検討いたします。
山岸委員	消費者大学や出前講座等について、コロナ禍とはいえ、年間参加者が激減していることについて、開催方法や回数などの説明をお願いしたい。	コロナ禍で集合形式での講座開催が難しいことから、県が主催する消費者大学や消費生活相談員資格取得支援講座等は、web 形式（通信講座）で行いました。その結果、例えば消費者大学は前年の 177 人から 547 人に増加するなど一定の効果が見られたところです。しかしながら、教育・啓発の主力である出前講座は、令和 2 年 4 月から 11 月まで中止されたことにより、大きく減少しました。特に学校関係以外の団体・企業等について、大幅な落ち込みとなっています。今後は、出前講座の開催手法の検討（Web 形式での対応等）や、関係方面への講座開催の働きかけなど、教育・啓発機会の確保に努めてまいります。
倉田委員	消費生活相談員資格取得支援講座、消費者大学、それぞれ通信講座、インターネットに切り替え、昨年より人数が増えたことを踏まえ、今後はこちらに力を更に入れ、コロナ前のやり方（はしばらく無理と思う）には戻れないとの認識でこれからは進めるべきだと思う。現実問題、2 万という数字はかなりハードルが高い。これからは全て、アンダーコロナということをベースに色々取り組んで行かなくてはならないという発信者側の発想の転換も必要になってくるのではと考える。	今後もコロナ禍が続くことが考えられ、従来の集合形式による開催は難しいことが予想されます。そのため、Web 形式での開催を中心としつつ、講義内容や参加者の状況に応じて、例えば一定の広さを有する会場に（密集しない範囲で）集合し、当該会場へ講義映像を配信する等の方式も取り入れるなど、参加しやすくなるような工夫を取り入れてまいります。

資料 2 消費者行政の状況（事業実績等）

委員	御意見・御質問	事務局回答
古川委員	インターネットを活用した消費者大学、消費生活相談員資格取得講座、出前講座の取り組みを今後も継続実施することに賛成。直接、講師や参加者同士のコミュニケーションがとれる会場出席のメリットもあるが、インターネットを利用した講座は、受講者の年齢層や地域的な広がりというメリットが大きいと思う。	今後もコロナ禍が続くことが考えられることや、時間・場所の制約が比較的少なく参加しやすいメリットがあることから、Web を活用した講座の開催を引き続き行ってまいりたいと考えています。講義内容や参加者の状況に応じて、例えば一定の広さを有する会場に（密集しない範囲で）集合し、当該会場へ講義映像を配信する等の方式も取り入れるなど、参加しやすくなるような工夫を取り入れてまいります。
清野委員	消費者大学、消費生活相談員資格取得支援通信講座、エシカル消費講座などについては、コロナ禍で集まらない中、通信講座やWeb を活用し学ぶ機会や情報を得る機会を提供されたことは、大変素晴らしいと思う。私自身も受講者の1人だが、工夫されたとても分かり易い内容だと思った。また自身の都合に合わせて学べる点が有難く、そのことが受講者の増加に繋がったのだと思う。出前講座についても、学校、団体等に向けてはオンラインなどが活用できるのではないかと思う。積極的な導入を期待する。	今後もコロナ禍が続くことが考えられることや、時間・場所の制約が比較的少なく参加しやすいメリットがあることから、Web を活用した講座の開催を引き続き行ってまいりたいと考えています。なお、出前講座についても、オンライン形式での開催に向けて、学校や団体等と連絡調整を図ってまいります。
清野委員	消費生活サポーターの R2 年度の新規認定者の少なさが気になる。消費者大学受講者は、全課程終了でサポーターになれると認識しているが、その点を含め、少なかった理由を分かる範囲で教えてほしい。	昨年度は、消費者大学受講終了後に（対象となりうる）受講者に対してサポーター認定に係る申請手続きの案内を行わなかったことが一因と考えられますので、本年度は、受講終了者に対し、サポーター登録を積極的に働きかけます。
徳嵩委員	消費者大学について、受講者数延 547 人と、とてもオンラインが良かったと感じる。内容も消費者被害だけでなく、SDGs に関してもあり、消費者としての普段のくらしに近いもので良かったと思う。これを使って消費生活サポーター活動による啓発が広がればいいと思う。	消費者大学の講義内容については、最新の情報の提供に努めるとともに、受講者からの意見を今後の運営の参考とするなど、消費生活サポーター活動に有益なものとなるよう務めてまいります。

資料3 令和3年8月末の特殊詐欺発生傾向

委員	御意見・御質問	事務局回答
清野委員	R3年8月末の認知件数・被害総額の中、減少した項目もあるが、オレオレ詐欺や還付金詐欺の増加が深刻であると思う。啓発活動については、工夫を凝らし取り組まれている中だが、まだまだ自分事として捉えられていないのではないかなと思う。今年10月のキャンペーンに期待すると共に、継続した根気強い取り組みを期待する。消費生活サポーターとしても一翼を担う機会が増えることを希望している。	令和2年中の特殊詐欺被害者へのアンケート結果からも、「自分はだまされないと考えていた」との回答が8割超であり、特殊詐欺被害を撲滅するためには、県民一人ひとりが自分も騙されるかもしれないという意識を持つことが重要です。引き続き、消費生活サポーターや関係団体等と連携して、被害は身近にあるという意識をもってもらう啓発活動に努めてまいります。
徳嵩委員	8月末の特殊詐欺発生傾向では、いかにもあるような名称を使ったり、分かりにくい文面で送りつけてくるメールが多数あり、中には知人を装ったりと手口が様々になっている。知人とのやり取りは普段から、どのツールで連絡を取り合うかという取り決めをしておいたり、自分から情報を取りに行くことを基本として、送付されてきたメールは開かないという事が大切だと思う。このような具体的な提案が必要だと感じる。	本年は、様々な手口の特殊詐欺被害が発生しております。ほとんどの特殊詐欺被害は、自宅の固定電話に架かってきた電話に出て犯人の話術にだまされていることから、相手を確認してから電話に出るという対策が効果的です。自宅の電話を常に留守番電話に設定しておき、登録してある人からの着信にだけ出る、メッセージを残した人に折り返すなど、犯人を寄せ付けないための具体的な電話対策を進めます。
徳嵩委員	特殊詐欺被害防止共同キャンペーン実施要領について、電話対策において、迷惑電話防止機能付き電話の普及促進は効果大きいと思う。企業・団体との取り組みの他に、一人暮らしや高齢者世帯へは貸し出しをしたり、また、そのことを民生委員が知らせるなど、積極的に配置することも必要ではないだろうか。	半数以上の市町村で、電話機器の購入補助や貸出制度を導入していることから、更なる拡充に向け補助制度等について市町村に働きかけを行います。また、民生委員など地域で信頼の厚い方に勧められれば導入する方も増えると考えられますので、民生委員との連携についても検討します。
笹委員	あくまでも感想だが、なんとか減らす事、撲滅はできないのかと感じる。まだ自分事になっていない者が言うのもおかしいが、具体策がどうしても啓発中心になっているような気がする。	詐欺の犯人からの電話を受けないようにすることで、被害を減らすことは可能だと考えます。そのために、相手を確認してから電話に出るなど犯人を寄せ付けない電話対策についての啓発活動のほか、市町村による購入補助事業や貸出制度の拡充を呼びかけていきたいと思います。
五明委員	録音機能付電話（この会話は録音されます、の言葉を入れる）は、効果があると思うので、設置促進や費用補助などを進めてほしい。	特殊詐欺被害防止のための防犯機能付き電話（録音機能や警告機能付き）の購入補助や被害防止対策機器の貸出制度など半数以上の市町村が取り組んでおり、引き続き国の補助金の活用などによる制度導入を働きかけてまいります。また、県警、長野県電機商業組合とも連携して、設置促進の啓発に努めてまいります。

資料 4 令和 2 年度消費生活相談受付状況

委員	御意見・御質問	事務局回答
古川委員	4 センターに係る苦情相談の処理結果について、新型コロナウイルス感染防止も相まってデジタル化が急速に進展する中、斡旋解決案件が減少傾向。この傾向について、どう分析しているか。	あっせんには、相談者の主張を裏付ける資料を事業者に示すことが必要ですが、デジタル化の進展の中、ネット画面や受信メールなどが保存されておらず、あっせん段階に至らないケースがあることが、件数が増えない一因であると考えています。そのため、インターネットによる通信販売では、申込時のネット画面の保存や印刷がトラブル防止に有効であることなど注意喚起してまいります。
清野委員	消費生活センターへの相談については、通信販売に関するものが増加傾向にあり、その中にはインターネットによる商品等購入トラブルも含まれていると思う。また年代別では、いずれの世代もインターネット関連の相談が依然多く、60 歳以上の件数の多さが顕著である。年齢の高い人のインターネット利用が増える中、(全世代に向けて必要ではあるが)高齢者に向けたネットリテラシーを学ぶ機会が重要であり必要性を強く感じる。	インターネットに関連する消費者相談が増えており、オークション、アフィリエイト（自分のホームページ内で広告主の商品を宣伝し、契約に至った場合報酬が支払われるもの）、定期購入など、新しいトラブルが発生しているため、被害防止の周知を図っています。高齢者に対しましては、シニア大学での取組みなども参考にしながら、効果的な周知方法を検討してまいります。

資料 5 長野県版エシカル消費推進事業

委員	御意見・御質問	事務局回答
清野委員	あらゆる世代への働きかけは大切なことだと思う。店頭では、スイング POP を見かけることも多くなってきた。県民の意識付けに重要な取り組みであると思う。なぜエシカル消費が必要なのか、自身のどういった行動がエシカル消費に繋がるのかをより意識しやすく分かり易く伝えることがポイントだと思う。おいしい信州ふードに、新たにサステナブルが仲間入りしたことについては、まだあまり認知されていないように思う。サステナブルについての認知度アップを図りながら、エシカル消費につなげていく工夫も必要ではないかと思う。	あらゆる世代へのコミュニケーションが大切であると考えております。具体的には、ホームページへの掲載、小冊子の配布、消費者大学などを通じて、どのような行動がエシカル消費につながるのかわかりやすく説明し、エシカル消費の必要性を理解してもらうように努めてまいります。また、「おいしい信州ふード」を推進している農政部とは、地産地消などにおいて更なる連携を図り、エシカル消費を推進します。

徳嵩委員	持続可能な脱炭素社会の実現に向け…、環境等に配慮した消費行動…、という目的ですが、推進事業はどちらかというと購入時についてが主な内容になっているように感じる。その後の消費という観点についても啓発が必要ではないか。(もったいない・食品ロスをなくす・ゴミの削減など) また、エシカル消費というワードが、SDGs・サステナブルに埋もれている感じがある。繋げて伝えていく事も大切だと思う。	商品の購入時に限らず、購入後に社会に与える影響を考えた消費行動を促すことは、大切な観点と認識しており、例えば、環境部が行っている「もったいないキャンペーン」と連携し、コンビニエンスストアでのPOP掲示などにも取り組んでおります。また、広報や消費者大学などにおいて、SDGs・サステナブルなどのワードとも関連付けながら、エシカル消費の啓発に取り組んでまいります。
倉田委員	見える化の為のPOPを掲示できる店舗については、どの様にアプローチをするのか。 エシカルという言葉だけの認知でなく、〇〇〇〇なエシカル消費のようなキャッチフレーズなどを作成することにより、その根本的な意味合いも併せて理解、浸透が進んでゆく工夫があればと思う。	コンビニエンスストアについては、3社（セブンイレブン、ローソン、デイリーヤマザキ）で9月から順次POPを置いてもらっています。コンビニエンスストア以外の県内の小売業者数社には、直接連絡をし、エシカル消費の説明をした上でPOPなどの販促ツールを店頭に置いてもらう交渉をしています。キャッチフレーズにつきましては、啓発の場面などに応じて効果的な内容を工夫してまいります。事業者のご意見も踏まえて、POPの言葉遣い、言い回しなどにも柔軟に対応してまいります。
笹委員	サステナブルやSDGsの浸透で、最近では目にする事が多くなったが、なぜ長野県版エシカル消費という概念が必要なのか、そのあたりからよく理解できない。ただ新しい概念なので変わっていくものだとして理解している。	エシカル消費の概念に、長寿県としての長野県の独自性を盛り込み、「健康」を追加したものが長野県版エシカル消費です。健康長寿県である長野県において、「健康」の継続が県民全ての願いであり、どの人にも共有できることであることから、エシカル概念に「健康」を加えております。
五明委員	SDGs等の関連を訴求することや、国などとの連携を強化することにより、露出度を高めていく必要があると思う。	「エシカル消費」を普及させていくには、SDGsに絡めて、国などと連携して露出を高めるとともに、今後は教育現場での更なる普及啓発も大きなポイントであると考えております。本年度は、テレビ番組のSDGs関連の特集の中でエシカル消費を取り上げてもらったり、ラジオでの啓発、地域・自治体の広報紙などでもSDGs関連でエシカル消費を掲載してもらうなど、目に触れてもらう機会を増やしております。

資料6 学校における消費者教育の推進について

委員	御意見・御質問	事務局回答
中嶋委員	令和4年4月からの成年年齢引き下げを踏まえ、若者に対する消費者教育の一層の充実を図るべく取り組みをお願いしたい。例えば弁護士会でも出前講座を実施しており、消費生活センターと協働して授業を行った例もある。多くの団体と連携して、消費者教育の機運を高め、広く効果的な実施に繋げてもらいたい。	県立高等学校の消費者教育の実施率は100%であり、その多くは教科学習で行われております。お示しいただいた弁護士会高校生向け出前講座の案内を高等学校へ周知したところでもあり、教科学習以外でも消費者教育が一層充実していくよう努めてまいります。
古川委員	金融教育の面も併せて大変大切で有効であり、多忙な学習環境の中ではあるが、積極的に協力をお願いしたい。来年4月からの民法の成年年齢の引下げが迫っている中、今一度、契約、通信販売、マルチ、クーリングオフの正しい知識について、学校教育の中で周知をお願いしたいと思う。高齢者にしても若年層にしても、情報が伝わらない、というのが大きな課題であり、学校教育は、それを対象者全員に伝えられる貴重な場である。	2020年度以降の入学生については、18歳になる前に家庭科の消費生活に係る内容を履修することとされております。授業では、消費者庁が作成した専門教材の「社会への扉」を用い、成年年齢の引き下げにより「変化するもの・しないもの」をクイズ形式で学ぶなど、生徒の理解が深まるよう工夫して指導しております。また成年は保護者の許可なくローンが組めることなどを知り、責任の重大さを自覚する機会となっております。引き続き消費者教育が充実していくよう努めてまいります。
徳嵩委員	小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等における教職員の指導向上は、児童・生徒・教職員が、日常生活の中でそれを実践することができる能力を育むという、より身近な行動が消費者としての、持続可能な社会づくりにつながると考える。大いに期待している。	長野県金融広報委員会と連携した研修講座を毎年実施し、多くの教員が参加しております。また「全国消費者フォーラム」について各校へ周知し、教員が消費者団体や学生など様々な立場の人々と学ぶことで、成熟した消費社会をつくる必要性を体得できる機会を確保しております。引き続き教職員の研修内容が充実していくよう努めてまいります。
倉田委員	クレジットカード等のお金に関わる問題も取り上げていったらどうか。物を購入するには、現在色んな方法がある。(店頭やネットで、現金払いの他、様々なキャッシュレス) 学生のうちから、そのメリット、デメリットを教え、社会に出た時に、賢い消費者となる為にも必要と考える。	家庭科では、クレジットカードによる三者間契約を取り上げ、二者間契約と比較しながら利点や問題点について理解できるようにしたり、商品の適切な選択や購入、計画的な金銭管理など消費者としての行動について学んでおります。社会科では自立した消費者を目指して、契約や消費者に保障された権利や果たすべき責任について考える学習に取り組んでおります。引き続き消費者教育が充実していくよう努めてまいります。

資料７ 県・市町村の役割分担を踏まえた消費生活相談体制の充実について

委員	御意見・御質問	事務局回答
古川委員	県センターと市町村センターの役割分担は、地方自治の原則でもあり、消費者安全法の中でも明らかなので、その方向性に沿って再編することはやむを得ないと思う。実質的に、相談者が、適時的確な助言、場合によっては斡旋を受け、意向に沿った解決が図られる、という体制を県センターと市町村センターの機能分担の中で構築することが大切だと思う。そのための課題はいくつかあると思う。(例えば、相談員の資質向上、相談員の複数配置等)その中でも、相談員の待遇を向上させることが大切だと思う。	県が開催する市町村消費生活相談担当者研修や消費者教育中核的人材育成研修などは、受講者のレベルに合わせた研修体系の構築とニーズに合ったカリキュラムとなるよう努め、市町村相談員や担当者の資質の向上を図ってまいります。また、消費生活相談員の待遇の向上は、相談員の仕事のやりがいや士気を高めることにつながるものと承知しています。他県の状況等を踏まえ、待遇向上の要望について検討してまいります。
高木委員	高度な案件、新手の事案などの専門性の高いものに、県センターが積極的に関わる体制は大切だと思う。市町村の現場との連携を強くすることを望む。	相談者への助言等に当たり、専門性や高度な知識が必要な事案については、県が積極的に関わるなど市町村との連携や支援を強化してまいります。

資料８ 市町村消費生活センターの広域化について

委員	御意見・御質問	事務局回答
徳嵩委員	ヒアリングにおいて、広域化に慎重だったり否定的な市町村の理由はどんなことか。	広域化に慎重、反対の理由としては、町村に寄せられる相談件数が少ないことから、広域化の必要性を感じていないこと、広域化による財政負担が生じ、費用対効果の面から検討するとメリットがないとの理由が挙げられています。また、広域化の中心となる市からは、相談員を増員すると今以上に市職員が相談員をサポートする必要性が生じるため、現行の職員体制では困難であるとの意見がありました。今後も、広域化の意義や必要性を説明しながら、市町村間の協議について、働き掛けや調整を行ってまいります。
高木委員	未設置市町村が広域化に慎重、若しくは反対というのは、県の相談体制を強めてほしいということか。相談内容のレベル分けにまで踏み込むのが難しいのか。中核都市の負担は大きくなるのか。その意向はどうかも知りたい。	未設置町村が広域化に慎重、反対の理由は、上記のとおりです。広域化することにより、中心となる市が受付ける相談件数が増加しますので、市の事務量が 증가すると考えられますが、連携する町村からの財政負担を有効に活用し相談員を増員するなどの対策により負担軽減と相談体制を充実することが可能になる場合もあると考えております。