

## 令和7年度第3回茨城県消費生活審議会議事録

1 日 時 令和8年3月2日(月) 午後1時30分から午後2時50分まで

2 場 所 茨城県三の丸庁舎3階共用会議室A

3 出席者 消費生活審議会委員

阿久津 正晴、荒木 雅也、稲垣 照美、中本 義信、八戸 真弓、狩谷 祐一、  
工藤 孝子、鶴長 義二、萩谷 直美、鷺田 美加、稲葉 伸子、大和田 晃、  
藤澤 利枝

(欠席：飯村 裕子、松橋 裕子) 以上13名

県側

生活文化課 課長 大塚 弘子、課長補佐 清水 博子  
他3名

消費生活センター センター長 井坂 孝雄

## 4 議事の経過及び結果

### (1) 審議会成立の報告

清水課長補佐は、茨城県行政組織条例第26条第3項の規定に基づき、委員総数15名中13名の出席があり、本審議会が成立する旨を報告した。

### (2) 議事録署名人の指名

阿久津正晴委員長は、議長として議事を開始するに当たり、中本義信委員及び工藤孝子委員を議事録署名人として指名し、両委員はこれを了承した。

### (3) 審議会の運営について

事務局は、審議会の運営について公開とする旨提案し、全委員から異議なしと認められたことから、1名の傍聴者が入室した。

### (4) 【議事1】次期茨城県消費者基本計画アクションプラン案について

事務局から資料1、資料2により説明し、その後、以下のとおり質疑応答があった。

(委員)

消費者を取り巻く現状と課題にDXの進展という項目があった。消費生活審議会では議論する範疇がどうかは分からないが、最近は電子マネーやバーコード決済の導入が進んでい

中、小さいお店や開業医等の病院では導入が遅れており、現金払いしかできないことが気になっている。

また、カスハラに関する啓発という話があったが、コロナ禍以降、病院によっては「発熱患者は来ないように」と言っているところがあるが、病院は発熱患者が来ないように言えるのだろうか。病院の窓口で発熱患者と病院側がトラブルになったケースも見聞きしており、病院のそのような対応はカスハラにつながるのではないか。

(事務局)

DXに関して、病院等では現金払いしかできないとの話については、消費者基本計画アクションプランの範疇ではないので、そのような御意見があったことを、保健医療部等へ伝えたい。

カスハラに関しては、消費者基本計画アクションプランにおいては、消費者がカスハラ加害者とならないよう啓発を行っていくこととしており、病院側が発熱患者の来院を断る是非についてはやはり範疇ではないので、保健医療部へ御意見を伝える。

(委員)

資料2のIVの「新プラン」のp.5の「金融教育の推進」に関してだが、この施策の金融教育とはどのような内容を想定しているのか。消費者行政としての金融教育としてまず思いつくのは、サラ金やヤミ金に関する注意喚起等であるが、金融リテラシーの向上ということにはNISAや投資といった資産形成に関する内容も入ってくるのか。

(事務局)

金融教育について、国の方では投資などを進めているところではあるが、県における金融教育としては、たとえば詐欺に遭わないということや、自分のライフプランに合わせたお金の使い方を学んでもらうということを主な内容として、日本銀行水戸事務所、関東財務局水戸財務事務所、県、県内の金融経済団体等で組織する茨城県金融広報委員会で活動しているところである。一般の方向けには講演会を開催するほか、学校に対しては金融経済教育研究校を指定して活動していただいている。学生に対しては、経済的に自立してより良い生活を送れるよう、金融リテラシーとしてお金に関する知識や判断力などを身につけてもらう教育を進めている。

(委員)

子どもたちや若い人たちの資産運用に踏み込んだ教育をするというのは素晴らしいことではあるが、他方、危険性もある。県や市から株の買い方を教わったことで、オーソライズされた形になり、乗り遅れてはいけないと焦るようなこともあり得る。私としては消費者教育ではサラ金やヤミ金に関する注意喚起等に重点を置いてもらい、投資等についてはある

程度の年齢に達した学生等に向けたものにしてもらいたい。

(委員)

前回の審議会でも質問した項目だが、資料1において、カスタマーハラスメントに関して「事業者側へのカスタマーハラスメント対策については事業主の責任で行うものであり、消費者基本計画アクションプランにおいては消費者がカスタマーハラスメント加害者とならないような啓発を行っていく」との回答が県からあった。新プランにも「消費者に適切な意見の伝え方について啓発を行います」とある。

2つ質問がある。1つ目は、消費者が被害者になった時には声をあげやすいと思うが、消費者が加害者である場合に、具体的にどのような啓発を行えるのか。

2つ目は、事業者に対するカスタマーハラスメント対策は事業主が対応すべきもので、消費者行政の対象ではないという解釈でよいのか。

(事務局)

1つ目の質問に関して、消費者が加害者にならないような啓発については、SNSやチラシ配布により、消費者がカスタマーハラスメントをしないような対応に力を入れていきたい。

2つ目の質問については、消費者行政は、消費者は事業者に比べて弱い立場だという前提に立って実施していくものであるため、新たなアクションプランにおいても、まずは消費者側を守るという趣旨の内容としている。事業者側へのカスタマーハラスメント対策も重要であるという御意見はその通りだが、新たなアクションプランでは消費者への対応を記載している。

(委員)

資料2のIV、新プランのp.7の「青少年のインターネットの安全・安心な利用の促進」について、「学校現場においては、通信機器等に関する安全な利用に向けた家庭におけるルールづくり、スマホ等の安全な使用の推進に向けた情報モラル教育等を実施」とあるが、実際には家庭でルールを作ったとしても、子どもたちはスマホの制限時間の設定を簡単に解除するなど、色々な抜け道があって難しいと思う。スマホ等の安全な使用の推進ではなく、インターネット、SNS、スマホを通して悪いことをしてしまった場合、どんな犯罪になるのか、どんな問題が起こるのかという内容の講演が今すごく人気が高いと聞いている。県警本部のサイバー企画課が出張講演を行っており、どのようなことをすると犯罪になるということを教えてくれているので、当施策には県警本部のサイバー企画課にも担当課として入ってもらえばよいのではないかと。

(事務局)

御意見いただいた施策の次の施策「茨城県情報通信ネットワークセキュリティ協議会に

における被害防止対策の推進」の担当課は県警本部サイバー企画課となっており、同課では講演会に講師派遣を行うなどしている。「青少年のインターネットの安全・安心な利用の促進」の施策の担当課にサイバー企画課を入れるかについては検討したい。

(委員)

資料2のI、p.5の「5(3)ライフスタイルに応じた消費者力の育成・強化」に関してだが、まず全体として、時代の大きな変化に伴う施策の整理と重点化が丁寧に行われており、分かりやすいと感じた。特に「(3)ライフスタイルに応じた消費者力の育成・強化」で、気づく力、断る力、相談する力、働きかける力といった消費者力の育成・強化が必要となることを明確にしたことが大事であると感じている。「知っている」ではなく、「どう行動につながるか」ということが被害防止にもつながるし、豊かな県民の生活にもつながってくると思う。

新プランでは教育機関との接続連携を非常に重視しており、資料2のIV、新プランのp.5の「金融教育の推進」においても、義務教育課、高校教育課、特別支援教育課との連携を新たに入れていますが、金融教育の中でも消費者ホットライン188の認知度拡大を行えないか。何かあったときに188の数字を知っているか知らないかでも大きな違いがあると思うので、110や119のように生活の中に自然に入り込んで、子どもでも188を知っているという状態を作り出せるととても良いと思う。金融教育は学校現場でも積極的に取り入れようという姿勢が見られるため、学校現場に188の番号も必ず伝えて欲しいという働きかけをすれば非常に効果が高いと思う。消費生活行政というのは被害を防ぐだけでなく、県民の暮らしを豊かにする施策であると思うため、県民の行動の変化が実感できるようなプランになることを期待している。

(事務局)

188の周知については、消費生活センターや生活文化課で、SNS等の広報手段を使いながら周知するほか、消費生活センターの出前講座等で学校を訪問した際にも周知を行っていく。県教育委員会等と連携して周知に取り組んでいく。

(委員)

資料2のIV、「新プラン」のp.5の「金融教育の推進」について、「県内5金融機関」とはどこのことか。

(事務局)

「県内5金融機関」とは、茨城県教育委員会が金融教育に関する包括連携協定を締結している常陽銀行、つくば銀行、水戸信用金庫、結城信用金庫、茨城県信用組合のことである。

(委員)

協定を締結しているのは5金融機関とのことだが、JAバンクやろうきんなど他の金融機関でも消費者教育として講座を開催するなどしているため、「5金融機関」とせず、広く「金融機関」とすればよいのではないか。

(事務局)

教育委員会と記載について調整する。

(委員)

委員の皆さんは適格消費者団体を御存じか。関東で唯一、茨城県には適格消費者団体がいない状況である。現在、消費者サポートいばらきが、消費者庁に適格消費者団体の認定申請を行っているが、県内に適格消費者団体ができた時には、新施策の「消費者団体等との連携・支援」の中で、県に支援してもらえるのか。

(事務局)

現在、県内には適格消費者団体がいないため、今後、適格消費者団体ができた時、県に何ができるかどうかは考えていかなければならない。どこまで情報を提供できるかといった課題もあると思うが、協力できる部分は協力していきたい。

(委員)

資料2のIV、新プランのp.6の「見守り活動の充実・活性化」について、新規で関係機関と連携して見守り活動の充実・活性化を促進するという施策が設定されたことは素晴らしいと思う。私が相談を受けている中で思うのは特に、地域包括支援センターが高齢者の消費者被害のおそれに気が付き、消費生活センターや行政の担当部署との連携がスムーズにいけば、被害防止につながるのではないかということである。見守り活動の充実・活性化に方向性や具体策があれば教えてほしい。

(事務局)

見守り活動については各市町村において現在、福祉部門等と連携しながら何らかの体制整備は行っているところではあるが、国が設置を進めている消費者安全確保地域協議会は、地域包括支援センター、消費生活センター、学校、警察など色々な主体と連携して見守り活動を行っていくものである。現在、県内では3市のみが協議会を立ち上げている状況であるが、今後、県内の多くの市町村でも協議会が設立されていくように、県としては情報提供などを行っていく。

(委員)

今の質問に関連して、現在3市のみで設置している消費者安全確保地域協議会を今後、い

くつまで増やすという数値目標を決めておく必要はないのか。

前回の審議会でも地域包括支援センターに関する意見を言ったが、高齢者の非常に身近なところにいる地域包括支援センターの相談員やケアマネージャーが、高齢の消費者の様子が何かおかしいと分かるパターンがあると思うので、そこに力を入れていくというのは大事である。私も消費生活審議会委員になるまで、消費者ホットライン188も知らない状態であった。そのような福祉部門の人が多くを考えると、そこを充実させていくと身近なところでの歯止めとなるのではないか。

(事務局)

消費者安全確保地域協議会を設置しているのは3市のみであるが、福祉部局等と連携した何らかの形での見守り活動は県内の全44市町村で実施されており、協議会自体の設置数だけが目的になってしまうと、本来の目的が見えにくくなってしまうので、数値目標は設定していない。協議会を設置し見守り活動を行うことで国の交付金を活用できるため、協議会を設置できる市町村には設置を進めていく。

(委員)

今の質問に関連する意見だが、生協も県内の全44市町村と地域の見守り活動に関する協定を締結している。生協だけでなく、郵便局や宅配事業者が協定を結んでいると思うが、そのような方々に情報提供することが大事である。消費者宅に宅配に行った際に、消費者が消費者被害に遭いそうな場面に出くわすことがあるため、協定を締結している事業者と連携していくことは重要である。

(事務局)

生協には市町村と連携していただいております、ありがたいと感じている。県においても、次期アクションプランにおいて、「出前講座等における見守り者向けセミナーの受講人数」を数値目標としているので、事業者に出前講座等を受講していただき、民間事業者とも連携しながら見守り活動を充実・強化していきたい。

(委員)

伝統的な消費者概念が、金融教育やカスタマーハラスメントの関係などで、概念が大きくなっていくなかで、消費者保護というものは根本に置いてしっかり守りながら、バランスをとりながら進めてもらいたい。

## (5)【議事2】令和8年度の主な事業について

事務局から資料3により説明し、その後、以下のとおり質疑応答があった。

(委員)

SNS で新たに、LINE での情報発信も行うとのことだが、LINE の運用は外部に委託するのか、県で行うのか。

(事務局)

現在も X は県で自ら運用しており、来年度から始める LINE についても同様に県で運用していく予定である。

(委員)

県消費生活センターにおいて、令和 8 年度中に WEB サイトからの消費生活相談の受付及びメールによる回答を開始するとのこと、以前からやったほうがいいのか、という声があったのだと思うが、結構、大変なところもあると思う。私の経験上、メールでの相談は、文章が非常に長かったり、必要な情報が足りなかったりして、結局は何回かやりとりしないと核心に迫る回答が出せないということがある。

これまで基本的には、市町村での相談受付を増やす方向であったと思うが、もしかすると県への相談が増えることにもなるのではないかと思う。現在、県センターにおいて WEB サイトからの相談受付とメールによる回答を行う体制について検討していることがあれば教えてほしい。

(事務局)

メール相談については御指摘のとおり、簡単な話ではないと考えており、先行してメール相談を実施している都道府県に、相談員と一緒に勉強しに行くなど、情報収集をしているところである。メール相談という新たな相談チャンネルが増えることは間違いないので、センターの能力の中でバランスよく対応していかなければならないと考えている。どのくらいのボリュームのメール相談が来るのかも分からないので、まずは始めてみてというところ。

(委員)

資料 3 の p. 4 の「情報発信・広報活動」について、ホームページや SNS を活用した情報発信を行うとのことだが、高齢者はなかなか SNS などを見られない方もいる。県では今日の審議会配布されたリーフレットなどを作っていると思うが、このようなチラシを回覧版などで全世帯に配布するような予算はないのか。市町村から配られるチラシ等は私も全て目を通しているが、周り的高齢者を見ると 188 の認知度はなかなか広まっていない状況であり、188 の認知度向上のためにも県予算の中で全世帯用のチラシ印刷を行えないか。

(事務局)

広報・啓発活動の実施における県予算 2,809 千円には、全世帯分のチラシ印刷代は含まれておらず、チラシはキャンペーンにおいて店頭配布や出前講座で配布するものである。その他、ラジオや新聞で取り上げてもらうこと等で周知を行っていききたい。

(委員)

消費者安全確保地域協議会は現在 3 市しか設置していないが、市町村において消費者安全確保地域協議会を設置するにあたり、こうやったら協議会が設置できるといったモデルケースなどの情報提供をしてもらうことはできるか。

(事務局)

消費者安全確保地域協議会については、国においても設置を推進していたものの、これまでも設置方法について周知していなかったことから、今後設置方法の情報提供を考えていると聞いているため、国から情報があれば市町村に随時情報提供していく。県としても、協議会を設置した場合に活用できる国の交付金のメニューができたため、協議会設置により市町村の財政にもメリットがあることも踏まえて推進していきたい。

(委員)

感想を 2 点申し上げる。

資料 3 の p.4 の「エシカル消費の普及・啓発」について、エシカル消費のクイズキャンペーンやエシカルいばらきのウェブサイトはとても分かりやすく内容がまとめられており、クイズのキャンペーンがあるため、サイトに定期的にアクセスしている人がいる状況を私も聞いている。主体的にエシカル消費に県民が取り組むということも一つの行動変容の仕掛けだと感じている。ぜひ継続してもらいたい。

また、p.5 の「県警の「ひばりくん防犯メール」による発信」については、審議会委員の意見を反映し、今後は消費者に注意喚起が必要な情報を、ひばりくん防犯メールで発信するということを大変嬉しく聞いていた。こちらも継続していただきたい。

(委員)

食品等の安全性の確保や食育の推進についてはかなり前向きな内容になっていると思う。特に食育については、野菜摂取量増加や適塩意識などの知識の普及啓発を児童生徒に推進するとのこと。当プランにおいて食品等の安全確保や食育の推進のターゲットとなる若者というのは、小中高校や特別支援学校だけでなく、大学生なども含まれるのか。

(事務局)

若者には大学生も含まれているため、出前講座等も実施していくほか、エシカルのキャンペーンなども誰でも参加できるため、参加してもらいたい。

(委員)

資料3のp.3の「消費生活相談員養成講座の開催」について、今後、消費生活相談員の国家資格取得者を増やしていくとのことだが、今後、高齢化の中で、5年後、10年後に相談員をどれくらい増やしていくかという長期的な目標はもっているか。

(事務局)

相談員の人数の数値目標はないが、高齢化が進めば対面で消費生活相談を受けたいという人も増えていくと考えられるため、県内すべての市町村で今後も相談窓口の設置が継続されるように相談員を養成していきたい。また、市町村では交付金も活用しながら相談員を確保してもらいたい。

(委員)

まずは字面として次期アクションプランを作成したのだと思う。今後、具体的な取組については、悩みながら取り組んでいくと思うので、令和8年度の審議会においては、このプランに基づいて何をしたかというところをご報告いただき、照らし合わせていきたい。

(事務局)

アクションプランの数値目標等については、毎年、審議会でも報告していくとともに、環境の変化等に応じてプラン内容の見直しを行っていきたい。

(議事終了)