

## 令和3年度第2回茨城県消費生活審議会議事録

- 1 日 時 令和3年10月28日（木） 午後2時から午後3時9分まで
- 2 場 所 茨城県市町村会館 201会議室
- 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、等々力 節子、中本 義信、  
鶴長 義二、矢口みどり、鷺田 美加、稲葉 伸子、鴨川 隆計、  
松橋 裕子  
(欠席：扇澤 美千子、藤原 正子、高木 英見、岩下 由加里) 以上11名

### 県側

県民生活環境部	次長 松浦 浩生	
生活文化課	課長 須能 浩信	他4名
消費生活センター	センター長 荒井 英明	他1名

## 4 議事の経過及び結果

### (1) 議事録署名人の指名

生活文化課長 須能 浩信（以下「須能課長」という。）は、仮議長として議事を開始するに当たり、鴨川隆計委員及び矢口みどり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。

### (5) 審議会の運営について

事務局は、審議会の運営を公開で行うことについて提案したところ、全委員から了承され、2名の傍聴者が入室した。

### (6) 次期「茨城県消費者基本計画（第4次）」の策定方針等について【資料1、1-1】

<各委員及び事務局等の発言概要>

#### (委 員)

- ・全体としては、各課が役割をより明確化して、計画の総量をそぎ落としていくことに賛成する。
- ・これまで、県の中で多くの計画が策定されてきたが、県民の立場からすると、全体像や位置づけがとてもわかりにくいと感じていた。そういう意味で、今回、県の総合計画を主軸にして各計画の位置づけや役割をより見える化し、県民に今まで以上に、県の目指すところを示すことができるのではないかと期待している。

(委員)

- ・ 県総合計画のほうに一本化していくことについては賛成。
- ・ 消費者行政は、生活文化課だけでなく、企業等も含めて、縦割りではなく横断的に実行していくところが非常に重要。
- ・ 「簡素化」というと、聞いている立場からすると、消費者行政が疎かになるような気がするので、「わかりやすく整理する」とか、そういう言葉にした方がよい。
- ・ 消費者教育について、エシカル消費に関係するが、消費者の買う責任・使う責任、これをもう少し強化する必要があるのではないか。
- ・ 数値化のところで、SDGs と結びつけてうまく表現できないか。大手企業では取り組んでいる。SDGs と 17 の目標に結びつけて作り上げていくと、さらにわかりやすくなると思う。

(事務局)

- ・ いただいたご意見については、見直しの考え方をはじめ、反映させた形で盛り込み、次回の審議会でも説明できるよう対応していく。

(委員)

- ・ 「1 (4) エ 悪質事業者に対する取締り強化」は、「他課で引き続き推進するので削除」というところについて、警察は事件化しないと動けないところがあるため、行政指導というのが非常に重要な要素になると思うが。

(事務局)

- ・ 計画中、「1 (4) ア 事業者指導の実施」に含む形で整理した。今後も、警察と連携しながら事業者指導を行っていく。

(委員)

- ・ 役割分担を明確にしすぎると、かえって縦割りになりすぎるのではないか。
- ・ 食はもとより、生活物資についても、安全性というのが当然必要であるが、そういう視点が少し抜けているように感じる。
- ・ 事業者の指導のところで、ネット通販などへのトラブルへの対応という視点も組み込んで検討してもらえないか。

(事務局)

- ・ 商品テストは、国民生活センターなどと連携して対応するようにしている。
- ・ ネット通販などの事業者指導関係も、国と連携した指導や様々な普及啓発を行っており、引き続き継続していきたい。

(委員)

- ・ 「簡素化」という文言に関して抵抗があるので、どういう経緯で計画が精査されたのかということが分かるような文言にしてほしい。
- ・ 新規に「エシカル消費の推進」を項目立てて入れたところがよい。

- ・インターネットがらみの問題が大きくなってくると思うので、高度情報通信社会への対応のところも重点的に力を入れて行ってほしい。

(事務局)

- ・他課との連携はしつつ、本課は何ができるか、というものも含め、検討して項目を出すようにしたい。

(委員)

- ・若者への消費者教育に関連するが、今の学生は、ホームページは見ないということで、インスタやツイッターで情報発信している。ホームページだけでなく、若者向けに、何か他の媒体に拡散していくと、参加しやすいのでは。
- ・行政のスリム化を図るのであれば、会議や相談などでの双方向通信、コミュニケーションのあり方についても計画の中で触れてもらいたい。

(事務局)

- ・ツイッターは始めており、フォロワーも着実に増えてきているところ。この計画上においても、情報発信手段の多様化というところも盛り込むとともに、双方向通信という話も今後広がりを見せると思うので、そういった文言を、どういう形で位置づけられるか検討し、次回ご説明をさせていただきたい。
- ・計画は、必要に応じて随時改正、見直しを図りながら、行政機関として取り組んで行く柱となるようなものにしていけるように努めていきたい。

(委員)

- ・簡素化の結果、犯罪とか違法行為を助長することにならないか、消費者被害の増加を招くことにならないか、という不安を持ってしまうのだが、そのあたりの見通しは。

(事務局)

- ・数値目標の達成に直接関連するものについては進行管理表にきちんと位置づけ、その他の施策については引き続き関連施策として、他課で実施していることを把握し、説明していく、という形をとっていければと考えている。

(委員)

- ・メリハリをつけた施策というのも重要だが、縦割り行政に戻ることなく、横断的連携を保った施策を進めていただきたい。

(7) 次期「茨城県消費者基本計画（第4次）」の数値目標について 【資料2】

<各委員及び事務局等の発言概要>

(委員)

- ・数値目標をどう立てるのがいいのかわからないところはあるが、消費者教育講師の派遣について、回数をふやすということよりも、目標達成したらうれしいとか、そういったものにすべきではないか。

(委員)

- ・例えば立入検査数が重要ではなくて、立入検査によってこう改善が見られたとか、実質がわかるような、そういう指標もあればいいと感じた。

(事務局)

- ・派遣回数や立入検査数等の先にある、目的の達成にどれだけ寄与したか、というところの測定は難しいところではあるので、どう検証することができるのかなど、いろいろ調べて、検討していきたい。

(委員)

- ・3 (2) ア「各種媒体を通じた情報発信」について、「県消費生活センターホームページのアクセス数」という指標から「県センターからの情報発信回数」に変更する、となっているが、どれだけ多くの方に受け取ってもらえたか、ということ指標にする姿勢というのは非常に大事なのではないかなと思うので、再考の余地があるのであればご検討いただきたい。
- ・SNSでの情報受発信が大変増えているので、例えばアクセス数であればホームページ「等」へのアクセスという形にして、SNS等も含めた形での総合的な数字にさせていただくなど、より、受け取った、認知度が上がってきた様子というのが図れるような数字を目標にしてもらいたい。

(事務局)

- ・情報発信の効果測定の方法は非常に重要なところ。広報のセクションなどとも知恵を絞りながら、受け取ってもらえた件数を進行管理できるようにするにはどうしたらいいか、というのは引き続き検討していきたい。

(委員)

- ・民間団体でも、消費者教育をしようという動きなどがある。そういう人たちを通じてどういうふうに発信をするのか、ということも入れながら、公表していく、というような形があってもよいのではないか。
- ・広報について、例えば生協では県と連携協定を結び、組合員への発行物にいろいろ載せて発信している。消費者教育に関しては、売る立場だけではなくてその消費者が賢くなることによって、事業者もプラスになっている、と考えれば、例えば小売業者のチラシの一部を活用させてもらうなどして、あらゆる面から、消費者に対して消費者教育アピールをしていく、ということがあってもよいのではないか。
- ・4 (1) ①、②のところ、見守り活動を実施している市町村の割合が86.4%となっているが、生協では44市町村と見守り協定を結び、取組んでいる。そういうところを含めて、点検をいただきたい。

(事務局)

- ・38市町村という数字は、統計上、見守りネットワークという形で形を持ってい

るところということで、載せている。

(委員)

- ・消費生活センターで相談にのってもらったことによって、不安がなくなったとか、解決できた、などというところで、消費者の満足度は数値として測れてくるのではないか。
- ・4 (1) のところの市町村における高齢者、障害者見守り活動の推進のところで、若者や外国人への見守り活動をどのように推進していくのか、というような数値目標も取り上げるといいのではないか。

(議事終了)