

## 令和5年度第2回茨城県消費生活審議会議事録

1 日 時 令和5年12月18日（月） 午前10時30分から午前11時35分まで

2 場 所 茨城県薬剤師会館3階大会議室

3 出席者 消費生活審議会委員

阿久津 正晴、荒木 雅也、飯村 裕子、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、松橋 裕子

（欠席：稲垣 照美、狩谷 祐一、藤原 正子、岩下 由加里、鴨川 隆計）

以上10名

県側

生活文化課 課長 佐藤 隆史、課長補佐 青山 勇一 外3名

消費生活センター センター長 海老根 功 外1名

### 4 議事の経過及び結果

#### (1) 審議会成立の報告

青山課長補佐は、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10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（以下「委員長」という。）は、議長として議事を開始するに当たり、飯村裕子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。

#### (3) 茨城県消費者基本計画（第4次）アクションプランの数値目標の見直しについて

【資料1】

<各委員及び事務局等の発言概要>

(委員)

- ・いばらき消費生活ナビというホームページにおいて、やさしい日本語や英語、中国語、ポルトガル語等で電話番号や窓口を案内しているが、外国籍の方からの相談は来ているのか、また、相談にどのように対応しているのか。

(事務局)

- ・件数は少ないが、2ヶ月に1回くらい相談が来ることがある。日本語が話せる方はそのまま相談を進められるが、日本語が理解できない方については、国際交流協会と協力し、国際交流協会で相談を受けていただいたり、相談者と国際交流協会とセンター職員の3者で、電話で相談のやり取りをして助言をしたりという取組をしている。

(委員)

- ・ホームページのアクセス数を増やすことを考えたとき、他のホームページとのリンクをつけることが一つの方法だが、ホームページのリンクのポリシーについて、どのような考えを持っているか。
- ・国・県等が実施する研修への市町村行政職員の参加率について、目標の下方修正の必要

はないのか。

(事務局)

- ・ホームページのリンクのポリシーについて、少なくとも関係都府県や消費者庁、国民生活センターとのリンクはしている状況と思う。
- ・国・県等が実施する研修への市町村行政職員の参加については、現在、オンラインも含めてリアルタイムでの研修となっており、開催時間に必ず時間を取って参加いただいているところ。今後は、オンデマンド配信で受講いただけるような環境を作り、開催時間に業務都合で参加できなかった方にも受講していただけるような、より受講しやすい体制を作っていくことから、目標は高く掲げたままとしたい。

(委員)

- ・情報発信について目標の回数を決めていると思うが、随時情報を発信できるものについては、回数に関係なく必要な情報を素早く流すという姿勢を今後も取ってほしい。
- ・今回の修正案にはなかったが、エシカル消費の認知度について、他の項目と比べると目標値が低いのではないかと思う。小学生でも環境問題などを勉強しているときに、無駄をなくすことや地産地消の推進などをしっかりと考えて自分の考えを持っている。目標値を上方修正して、もっと認知度を増やしていくことができるのではないかと思うので、頑張ってもらいたい。

(事務局)

- ・若者向けの消費者教育はどんどん進んでいる一方で、このエシカル消費の認知度に関しては、広い年代を含めた調査になっている部分もあり、簡単には上がっていかないと思うが、御意見をもとに上方修正も含めてどういう目標がよいのか検討していきたい。

(委員長)

- ・ホームページへのアクセス数が増えているということだが、その要因について何らかの分析はしているのか。

(事務局)

- ・ページごとのアクセス数は把握できているが、要因の分析は十分にできていない。そういった部分も分析しながら、どのようなかたちで広報をするのがよいか、今後、検討していきたい。

(事務局)

- ・ホームページをリニューアルして見やすくしたことや、SNSを発信するときにホームページに紐づくようにリンクをつけて発信していることも、アクセスが増えた要因と思っている。どんどん情報発信をして発信したものを見ていただくきっかけを作るという、相乗効果を高めていければよいと考えている。

(委員長)

- ・効果的な運用も含めてよろしくお願ひしたい。

#### (4) 高齢者の被害防止に向けた効果的な啓発方法について 【資料2】

<各委員及び事務局等の発言概要>

(委員)

- ・いばらきくらしのセミナーの実施回数が、昨年度よりも少ない理由はあるのか。

(事務局)

- ・詳しい理由までは分析していないが、昨年度ぐらいから、消費者教育に力を入れている市町村もあり、今年度も、複数の市町村から県の消費者教育講師がどのように講演をしているのか教えてほしいといった相談が来ている。市町村での取組がかなり進み、徐々に広がりを見せていると感じており、そういう意味で少し回数が減っている部分があると思う。
- ・また、セミナーの広報活動について、老人クラブ連合会や包括支援センター、生涯学習施設の所管部署といったところにセミナーを案内しているが、高齢者被害防止月間を案内している訪問看護ステーションなどにもセミナーの広報先を拡大すれば受講者も増えるのではないかと思うので、新年度向けの案内を出す際に改めて検討したい。

(委員)

- ・表の見方について、令和5年のところを見ると49回で、高齢者向けに6回とあるが、この6回というのは、どう見たらよいのか。全部で5,005人の受講者のうち、154人が65歳以上の高齢者ということか。

(事務局)

- ・いばらきくらしのセミナーは学校や若者、団体、企業等でも行っており、その全体の回数が令和5年度は49回で、そのうちの6回が高齢者向けのセミナーである。受講者についても、全体で5,005人のうち154人が高齢者ということになる。

(委員)

- ・ポスターやリーフレットの配布先について、高齢者が待ち時間があつて一番行くところは多分病院だと思う。高齢者の事例ではないが、都内の大学病院の先生経由で消費者センターにつながってもらった方がいた。例えば公的病院など、そういうところを経由した相談というものもあるのではないかと思う。
- ・リーフレットの中身について、例えば、インターネット接続回線のトラブルとあるが、私が聞く限りで多いのは、業者から光回線をアナログ回線に戻すとお得だと言われて結構な手数料を取られるというもの。インターネット接続というとピンとこないけれども、電話のことで何か手数料を取られていないかとか、高齢者が見て、自分がトラブルになる、だまされているかもしれないというように気づくところを中心にし、とりあえず相談に行ってもらおうということにつながるようなものがよいのではないか。

(事務局)

- ・リーフレットのデザインは東京都が作成しているので、今年度の相談実績を踏まえたうえで、来年度に意見が言える機会があれば伝えていきたい。また、内容について、「きをつけポイント」として記載されているものが、高齢者御自身が気を付けていただくポイント、「みまもりポイント」として記載されているものが、周りの方が気を付けてほしいポイントになっており、特に、「きをつけポイント」を高齢者にわかりやすく、センターにつなぎやすいような内容にしていければよいと思うので、引き続き検討していきたい。
- ・現在、病院にはポスターやリーフレットを配布していない。関係部署等に協議し、もし協力いただける医療機関があれば、ポスター掲示等をしていただけるとありがたいと考えている。

(委員)

- ・高齢者に対する効果的な啓発方法を考えるにあたって、ターゲットをどのように絞り込

むのかというものがあると思う。どのような人たちが被害に遭っているのかというターゲットを絞り、それに対してどういうふうに宣伝していくのかということの効果的に考えていかなければならない。どういう人が被害に遭っているのかというものがあれば教えてほしい。

- ・個人的に、高齢者は自分の子の話は聞かなくて、孫の話はよく聞くというふうに思っている。高齢者にお知らせするだけではなくて、小中高生に対して啓発すると素直に受け止めて、それが孫から高齢者への啓発につながり、かつ高齢者の見守りにもつながっていくのではないかと思うので、子供たちに対してもこういうことをきちんと知らせていくことが大切だと思う。

(事務局)

- ・高齢者の消費者トラブルに関しては、家族からの相談が比較的多く、しかも家族と別居している、あるいは独居されている方が比較的多いと感じている。そういったこともあり、高齢者向けキャンペーンでは、社会福祉協議会や民生委員児童委員協議会の構成員に案内しているほか、今年度の新たな取組として、茨城わくわくセンターに案内したり、県のバス協会に協力いただき県内3社のバスに中吊り広告を出したりするなど、見守る方への情報発信を合わせて進めている。
- ・消費者教育啓発講座についても、独居の高齢者宅を訪問した福祉関係の方々に気づいていただけるとありがたいと考え、民生委員や社会福祉協議会、訪問看護ステーション、包括支援センターなどに講座の案内を送付している。
- ・今、センターで行っている小中学生等に対する啓発講座は、自分たちが気を付けるようにという講座が中心だと思う。いただいた御意見を踏まえて、高齢者を見守るという内容も付け加えたい。

(委員)

- ・高齢者だけを対象に高齢者の被害防止の啓発を行うのではなく、周りの人からの防止というものをもっと強化していくことに力を入れることも一つの手段だと思う。高齢者だけでは防げない問題があると思うので、消費者全体、社会全体として考えていくことも重要だと思う。
- ・タクシーを利用される高齢者も多いので、リーフレット等の配布先としてタクシーに協力してもらうことも手立てとしてあるのではないかと。
- ・リーフレットを配布しても、本棚などに挟まってしまうと思い出して手に取ることが難しいと思うので、スマートフォンの後ろであるとか、玄関や電話の近くなど、常に目につくところに貼れるようなステッカーを配布するのはどうか。

(事務局)

- ・高齢者を見守るということをつくづく大事であると常日頃感じている。
- ・9月の高齢者被害防止月間にタクシー業界にどのような御協力をいただけるかについては、調整させていただき、検討していきたい。
- ・ポスターやリーフレットのほかに、街頭キャンペーンの際に消費者ホットライン188の案内を載せたウェットティッシュも配布している。そういったものを、ただのウェットティッシュではなくて、はがすと貼れるようなものにするなど、ステッカーとしてうまく工夫できるかどうかといったことも検討したい。

(委員長)

- ・ステッカーでいえば、磁石になっていると冷蔵庫に付けることができるので、いろいろと工夫していただければありがたい。

(5) 第1回消費生活審議会における御意見への対応について 【資料3】

<各委員及び事務局等の発言概要>

(委員)

- ・毎月、新聞やラジオで啓発をしているとのことだが、どのような媒体でどのような啓発をしているのか。

(事務局)

- ・新聞は、茨城新聞社に御協力いただき、毎月第一金曜日に消費者ダイヤルを掲載している。内容としては、6月に不用品回収トラブル、7月には定期購入、9月には高齢者被害防止月間ということもあり高齢者の消費者トラブルを防ぐといったタイトルで掲載したほか、自動車関係やSNS関係など、近年相談が多いケースについて掲載している。
- ・ラジオはIBSに御協力いただき、ラジオ県だよりを月3回放送している。内容は、8月に帰省の時に確認してほしい高齢者トラブル、12月には屋根工事の点検商法などで実施している。

ラジオはもう一つ、奇数月に、JAさわやかモーニングの中で県センターの相談員とアナウンサーで質問形式のやり取りするコーナーもあり、内容としては、7月には定期購入、9月には高齢者に多いトラブルというもので実施している。

(事務局)

- ・補足で説明をさせていただきたい。先ほどエシカル消費の認知度についてお話があったが、県内の小売店等に御協力いただいて、店内に啓発ポップを置かせていただく取組を11月から始めており、今後も拡大したいと考えている。

(委員長)

- ・その他意見等あるか。それでは、本日の意見も踏まえてまたフィードバックいただければと思う。

(議事終了)