

令和 7 年度第 1 回岩手県消費生活審議会

日 時 令和 7 年 12 月 15 日 (月)
10 : 30 ~ 11 : 52
場 所 県民生活センター 大ホール

【出席者】

○委員（五十音順）

相澤美奈委員、浅利宏光委員、一條景子委員、菊地清晴委員、木下淳委員、
工藤貴子委員、高橋昌造委員、武田哲委員、船ヶ澤堅一委員、松岡勝実委員、
望月敦允委員、吉田敏恵委員

○事務局

中里裕美環境生活部部長
木村真智県民くらしの安全課総括課長
今俊晴県民生活センター所長
藤原隆博県民生活センター次長

1 開会

○木村県民くらしの安全課総括課長

ただいまから令和7年度第1回岩手県消費生活審議会を開催させていただきます。私は県民くらしの安全課の木村と申します。どうぞよろしくお願ひいたします。

まず、本日は12名の委員に御出席をいたしております、委員総数16名の半数以上の出席となっておりますので、岩手県消費生活条例の規定により、当審議会が成立していることを御報告いたします。

なお、県の情報公開制度により、この審議会の録音や会議録は公開となりますので、よろしくお願ひいたします。

2 あいさつ

○木村県民くらしの安全課総括課長

それでは、開会に当たり、中里環境生活部長より御挨拶を申し上げます。

○中里環境生活部長

環境生活部長を務めております、中里と申します。

令和7年度第1回岩手県消費生活審議会の開会に当たりまして、御挨拶を申し上げます。

委員の皆様におかれましては、日頃から本県の消費者施策の推進につきまして御協力いただいておりますことに厚く御礼を申し上げます。

また、本日は、師走のお忙しい中、そして足元が悪い中、審議会に御出席いただきまして、誠にありがとうございます。

県ではこれまで、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、県民の消費生活の安定と向上に資するため、5年ごとに策定する消費者施策推進計画に基づいて、様々な取り組みを進めてきております。

本年の7月には、本年度を初年度とする岩手県消費者施策推進計画を策定いたしました。

た。昨年度は、本計画の策定のため、委員の皆様には、熱心に御審議を重ねていただきまして、貴重な御意見・御協力をいただいたところであり、改めて感謝を申し上げる次第であります。

さて、消費者を取り巻く環境は、高齢化ですとか、デジタル化の進展によりまして、大きく変化をしております。県といたしましては、相談割合の大きい高齢者、そして成年年齢引き下げを踏まえた若年者への対応、そして、さらに地域のつながりを生かした見守り体制の構築など、環境の変化に対応した消費者被害の防止と救済の取組を引き続き進めて参りたいと考えております。

本日は、前計画の最終年度であります令和6年度事業の評価について御審議をいただきますほか、今年度実施をいたしました、県内の広域連携による消費生活相談体制における現状と課題の調査結果や令和7年度上半期における県内の消費生活相談の状況について御説明をさせていただくこととしております。委員の皆様には様々な観点から御意見をいただければと考えております。

結びになりますが、委員の皆様には、県民の消費生活の安定と向上のため、今後も、一層の御理解と御支援をいただきますようお願いを申し上げまして、御挨拶とさせていただきます。本日はどうぞよろしくお願ひいたします。

3 委員紹介

○木村県民くらしの安全課総括課長

会議に入ります前に、この度、新たに任命された委員の方を御紹介申し上げます。
JA岩手県女性組織協議会の工藤貴子委員です。

○工藤貴子委員

JA岩手県女性組織協議会の工藤貴子と申します。よろしくお願ひいたします。

○木村県民くらしの安全課総括課長

どうぞよろしくお願ひいたします。

4 議事

○木村県民くらしの安全課総括課長

それでは、ただいまから、次第の4、議事に入らせていただきます。条例の規定により、会長が会議の議長を務めることとなっておりますので、以降の進行につきましては、望月会長にお願ひいたします。よろしくお願ひいたします。

○望月会長

望月です。よろしくお願ひいたします。

それでは、早速ですけれども、本日の会議の予定ですが、概ね12時を目指して終了できるよう進めさせていただきたいと思いますので、進行への御協力をよろしくお願ひい

たします。

初めに、議事録署名人の指名ですが、審議会の運営規程第15条第2項により、会長が指名することとなっています。船ヶ澤委員と菊地委員を議事録署名人に指名しますので、よろしくお願ひいたします。

それでは議事に入ります。

議事の(1)「岩手県消費者施策推進計画(2020~2024)の令和6年度評価について」、事務局から御説明をお願いいたします。

○今県民生活センター所長

県民生活センターの今と申します。委員の皆様方には日頃から大変お世話になっております。どうもありがとうございます。

それでは、私から、岩手県消費者施策推進計画(2020~2024)の令和6年度評価について御説明をさせていただきます。

はじめに、資料1-1を御覧いただきたいと思います。「令和6年度事業評価総括表」という資料になります。この表の中央に「主な取組」がございます。全部で16項目の主な取組がございますが、この取組に対して、計画で定めております主要指標という目標値がございまして、この目標値の数と令和6年度の評価を記載してございます。評価のAからCとありますのは、この表の一番上に評価基準というのがございますけれども、この目標値に対する達成度が100%以上であったものがA、達成度が80%以上100%未満となったものがB、そして、80%未満だったものをCというふうに評価してございます。全体としましては、主要指標35個のうち、A評価が23個、B評価が8個、Cが4個となっております。その右の主要事業の指標名の欄がございますけれども、指標の内容を列記しております、評価がB及びCだったものにつきましては下線をつけてございます。一番右側には、それぞれの取組に対する参考指標の数を記載しているものでございます。

資料1-2で具体的に御説明をさせていただきたいと思います。資料1-2を御覧いただきたいと思います。「令和6年度の事業評価一覧表」というものでございます。表の左側から数えまして、6つ目に整理番号がございます。この番号に沿って説明をさせていただきたいと思います。

番号1から5につきましては、「商品やサービスの安全の確保」に関する指標となっております。

1と2は、「消費生活用製品安全法に基づく立入検査」についての指標として設定をしているものです。番号1の特定製品といいますのは、生命・身体に危害を及ぼす恐れが多い、例えば、石油ストーブでありますとか、乳幼児用ベッド等が対象製品になっておりまして、技術上の基準をクリアしたことを証明するPSCマークが製品に貼られるかどうか、そのようなものを販売しているかどうかを検査するものでございます。番号2の特定保守製品といいますのは、消費者自身では保守が難しく、経年劣化で重大事故が発生する恐れが高い石油給湯器でありますとか、石油風呂釜が対象製品となっておりまして、これは事業者が販売する際に購入者に対しまして、必要な事項を説明しているかどうかということを検査で確認させていただくものでございます。どちらも、県で

は、町村分の事業者に対して検査を行うこととなっておりまして、年度ごとに対象店舗を定め、広域振興局で実施をしております。令和5年度につきましては、立入りした事業者が検査対象製品を取り扱っていないというところがあったことから、目標値を達成できないということでC評価になっております。この指標につきましては、これまでも委員の皆様から、指標の設定に対する御意見をちょうだいしているところでございまして、今年度からの新たな計画につきましては、調査を行ったけれども対象製品を取り扱っていないというようなことがないように対象施設数の過去の実態を踏まえた指標設定に見直しをさせていただいておりますので、今年度はC評価にさせていただいておりますが、来年度、ちょうど今年度から始まる取組みにつきましては、見直しの結果を御説明できるのかなというふうに考えているところでございます。

番号3の「試買テスト」につきましては、市販製品につきまして、誤った使用により事故等が発生しないよう、商品の特徴や使用上の注意事項などを比較整理いたしまして、その結果を公表するものでございます。令和6年度は口腔ケアに有用な「歯間ブラシ」について実施をいたしまして、結果を公表しているところでございます。なお、今年度につきましては、「大人用紙おむつ」についてテストを行いたいというふうに考えているところでございます。

番号4及び5の「ガソリン及び灯油価格の調査回数」につきましては、毎月、各広域振興局で販売店の価格調査を行いまして、調査結果をホームページで公表しているものでございます。3から5につきましては、計画どおりの取組を行いまして、達成度はAとさせていただいております。

番号6の「家庭用品品質表示法に基づく検査」でございますが、消費者に商品選択のよりどころを与え、かつ、品質に即した合理的な使用を可能とする情報を提供するため、政令等で指定された製品につきまして、品質や使用上の注意などを法令で定める事項を表示することとされています。県では、町村分の事業者について立入検査を行うこととしておりまして、令和6年度は合成樹脂加工品の籠につきましての表示、例えば、原料が何でできているかとか、取り扱いの注意事項がちゃんと表示されているかといったような部分を、それから、繊維製品のタオル、手ぬぐいといったものにつきまして、繊維の組成ありますとか、家庭で洗濯する際の取扱事項等がちゃんと表示されているかというようなことにつきまして、立入検査をさせていただいたところでございます。

番号の7、8は「単位価格表示」に関するものでございます。単位価格表示は、商品に100グラム当たり何円といったような計量当たりの価格を併せて表示をいたしまして、価格の比較をわかりやすくすることで、消費者の選択の利便を図ることを目的として、県の条例で努力義務として定めさせていただいているものです。一定以上の売り場面積の店舗を対象といたしまして、37品目指定をいたしております。令和6年度は、回答のあった422店舗のうち、345店舗が単位価格表示に取り組んでいただいているという回答をいただいておりまして、前計画で定めた目標値を上回っているところでございます。

続きまして、2ページ目を御覧いただきたいと思います。

2ページから3ページにつきましては、「消費者教育の推進」に関する指標となってございます。

番号9、「消費者教育関連セミナーの受講者数」でございますが、これは、例えば、本センターで行っています小学生を対象とした親子教室でございますとか、それから、高等学校を対象としました金融経済セミナーの実施、そして、地域からの御要望に応じて実施している出前講座等を開催し、その出席人数等を集計しているものでございます。これにつきましては御覧いただいたとおり目標値を達成しているところでございます。

番号10の「県民又は報道機関向けの情報提供」につきましては、多発している消費者トラブルや製品安全に関する注意喚起のほか、相談ダイヤル188や無料弁護士相談等の広報等について、いろいろな広報手段を使って、広く県民に啓発を行っているものでございまして、これにつきましても、目標値を達成してございます。

番号11、12は消費生活センターに関する指標になっております。消費生活センターは、地域における啓発活動の担い手ということで、お申し出をいただきて登録をいただき、当センターから情報を提供させていただいた啓発資料をもとに、それぞれのセンターさんの身近な方への普及啓発といった取り組みをやっていただいているものでございます。

番号11の「センター登録者数」につきましては、登録いただいた方から、退職や高齢といったような理由でセンターの辞退の申出を結構多くいただいておりまして、残念ながら目標値を下回っているところで、B評価になっております。これにつきましては、今年度、新たにセンターの登録の働きかけをいろいろさせていただきまして、例えば民生委員さんの今年度一斉改選等もございましたので、そういった民生委員さんの一斉改選に併せて、同じように、消費生活センターにもご登録いただけませんかというような、お願いをさせていただいております。その結果、今年度につきましては、登録者数を上回る見込みで、今、登録に御協力をいただいているところでございます。

また、番号12の「センターへの情報提供回数」につきましては、4半期に1度、定期的な情報提供を4回行わせていただくほかに、随時の情報提供として2回、計6回情報提供をさせていただくことにしております。随時の提供につきましては、センターを登録する際の継続確認と例年冬期に当方で実施しています消費生活セミナーの周知を、四半期に1回とは別に周知をさせていただいているところなのですが、令和6年度につきましては、定期的な情報の時期、消費生活セミナーの周知時期が同じになってしまいまして、目標値の実施回数としては1回減という結果になってございます。ただ内容的には、私どもの方で実施したい情報提供については実施をさせていただいているというふうに考えているところでございます。

番号13の「出前講座の開催」につきましては、令和6年度は30回実施をさせていただきました。盛岡圏域で18回、県南で7回、沿岸圏域で1回、それから県北で4回というような形で各圏域で開催をさせていただいております。

それから、番号14の「教員を対象とした研修会」につきましては、県教育委員会との共催によりまして、中学校の社会科の担当の先生を対象といたしました研修を教育事務所単位で3回実施させていただいたほか、総合教育センター主催の研修での消費生活に関する説明を先生方に対して3回実施したところでございます。

番号15の「知的障がい者の金銭管理に関する研修会等での情報提供」につきましては、特別支援学校や障害者福祉サービス事業所で、金銭管理や消費者トラブルに遭わな

いための注意点の啓発をさせていただいているところでございます。

番号 16 の「高齢者を対象とした出前講座」につきましては、社会福祉協議会や民生委員協議会、それから、地域の自治会からの依頼により開催をいたしております。

また、17 の「高等学校教員を対象とした研修」につきましては、先程、番号 14 で説明した内容と同じになってございます。

番号の 18 から 20 でございますが、「スマートフォンやインターネットを使うときは危険に巻き込まれる可能性があることを理解している児童生徒の割合」につきましては、小・中・高等学校で情報モラル教育により啓発を行いましたが、いずれも目標値には届きませんでした。これは、目標値が 100% というところもありまして、なかなか達成するのも、ハードルが高いのかなというふうに考えるところではございますけれども、引き続き、こういった啓蒙については取り組んで参りたいと考えているところでございます。

番号 21 の「エコショップいわて認定店舗数」につきましては、認定店舗拡大に向けた制度周知等に取り組み、取組実績を伸ばしているところでございます。

それから 4 ページ目を御覧いただきたいと思います。

番号 22 から 28 につきましては、「消費者被害の救済」に関する指標となっております。

番号 22 の「消費生活相談の解決割合」でございますが、相談を受けた件数のうち、トラブルの解決に向けた助言、情報提供、相談員によるあっせん。他の専門機関の紹介を行った件数の割合を「解決率」というふうに設定をいたしまして、この指標を定めているものでございます。解決できなかったものといたしましては、例えば、相談者、又は事業者と連絡が取れなくなり処理ができなくなったもの、それから、あっせん不調となったものというものがございます。今後も研修等の実施によって、相談員の資質向上等に取り組み、相談対応の充実を図って参りたいと考えているところでございます。

番号 23、24 の「スキルアップセミナー及び消費生活相談事例研究会」は、県及び市の消費生活相談員等を対象に行っているものでございまして、オンライン参加も取り入れながら、それぞれ 10 回開催をさせていただいているところでございます。

番号 25 は、通称「までふおん」と称しまして、岩手弁護士会に委託して行っている電話相談でございます。令和 6 年度の相談件数は 91 件となっておりまして、「までふおん」に関する広報につきましては、ポスターやチラシを作成し、公的機関の配布、それから、鉄道車両等へのポスター掲示、SNS による相談日の周知などを使って、若者に対する啓発を行っているところでございます。

番号 26 の「多重債務弁護士無料相談」につきましては、これも同じく岩手弁護士会に委託させていただきまして、県内 8 か所で実施しております。多重債務に係る相談件数は 262 件となっておりまして、近年増加傾向にあると考えております。

番号 27 の「消費者安全確保地域協議会」につきましては、令和 6 年度は設置した市町村がございませんでした。他県における既存の会議を活用した協議会の設置事例なども紹介しながら、引き続き、あらゆる機会を通じて、市町村での設置に向けた働きかけをして参りたいと思っております。

それから、番号 28 の「福祉関係者を対象とした研修会」につきましては、広域振興

局ごとに4回実施をしております。令和5年度までは市町村単位で年間10回という実施の仕方をしておりまして、それが目標値に反映させていただいておりますが、令和6年度からは広域振興局のエリアごとにということで事業の実施方法の見直しを行いましたので、結果、回数的にはCとなっていますが、見直した内容どおりの実施はさせていただいているところでございます。現在の計画でも、この研修会につきましては、参考指標の方に変更して設定させていただいておりまして、この研修を年間4回実施するということで新しい計画にも盛り込んでいるところでございます。

それから、5ページ目を御覧いただきたいと思います。番号29から35は、「市町村・関係機関との連携・協働」に関する指標になります。

番号29の「市町村消費生活センター等の訪問」につきましては、市の消費生活センターを中心に14の市町を訪問させていただき、相談対応や普及啓発事業、それから、高齢者の見守りの状況等について情報交換をさせていただいたものでございます。

番号30の「市町村への助言」につきましては、県の相談員を地域担当制と設定しまして、市の相談員からの相談に対して、県の相談員が助言をするというような形で行っているものでございます。

番号31の「岩手県消費者行政ネットワーク推進会議」につきましては、市町村や岩手弁護士会の関係機関等で構成しているネットワーク会議を年2回開催いたしまして、消費生活関係の事業でありますとか、消費生活相談のデジタル化等について情報共有を令和6年度させていただいているものでございます。

番号33から35は「持続可能な社会に向けた取組」についての指標になります。

番号33の「事業者の3Rの取組支援」につきましては、ホームページ等による制度周知、それから、コーディネーターの事業所訪問などにより補助金の活用を促し、事業者の取組を支援しているところでございます。

番号34の「省エネ活動を実施している県民の割合」でございますが、省エネ・節電キャンペーンなどを通じまして、県民への普及啓発を行い、県民意識調査結果では省エネ活動を実施している県民の割合が85.7となりましたが、目標値には届いていないという状況になっております。

番号35の「いわて地球環境にやさしい事業所認定」につきましては、エコスタッフ養成セミナーの開催等により支援を行っているところでございますが、こちらも目標値にはやや届いていないという状況になっております。

以上が資料2の説明となります。

最後に、資料の1-3を御覧いただきたいと思います。こちらが冒頭、御説明申し上げました16の取組に対するそれぞれの目標値として位置づけるものではないんですけど、参考として活動内容を把握するために、指標として計画の中で設定しているものでございます。

例えば、事業者への監視指導件数や立入検査数、相談件数など、取り組むべき事業ではありますが、目標値を立てて進捗管理をするには馴染まないものということで、実績のみの確認をさせていただいているもので、旧計画では35項目の参考指標を設定しております。詳細の説明につきましては省略をさせていただきたいと思います。

以上が令和6年度の評価結果でございます。今年度新たに策定いたしました計画の取

組につきましても、これらの結果を踏まえながら進めて参りたいと考えているところでございます。

以上で説明を終わります。よろしく御審議くださいますようお願いいたします。

○望月会長

御説明ありがとうございました。それでは、ただいまの説明について、御質問や御意見がありましたらお願いいいたします。

○望月会長

特別なれば進めさせていただきますがよろしいですか。それでは、「岩手県消費者施策推進計画（2020～2024）の令和6年度評価について」は、事務局の説明のとおりとしてよろしいでしょうか。

○望月会長

ありがとうございます。

議事の（1）「岩手県消費者施策推進計画（2020～2024）の令和6年度評価について」は、事務局の説明のとおりといたします。

5 報 告

○望月会長

次に、5報告に移ります。（1）の「県内の広域連携による消費生活相談体制における現状と課題調査報告について」、事務局から説明をお願いいたします。

○藤原県民生活センターチーフ

県民生活センターチーフの藤原と申します。皆様には大変お世話になっております。今日もよろしくお願いいいたします。

私の方から、「県内の広域連携による消費生活相談体制における現状と課題調査報告の素案」ということで、資料の2-1から2-3に基づきまして、御説明をさせていただきます。

それでは、まず資料の2-1を御覧いただきたいと思います。こちらは、現在報告書の取りまとめ作業を行っております県内の広域連携による消費生活相談体制における現状と課題につきまして、その素案の経過に関する資料でございます。この調査は総務省からの委託に基づきまして、消費者庁の地方協力課と連携し実施しているものでございます。本県では県民生活センターのほかに県内の11市に消費生活センターがございまして、その周辺市町村との広域連携により消費生活相談を実施しているというものでございますが、その現状と利点、課題を調査するものでして、この結果については、取りまとまった後に、総務省や消費者庁を通じて、各地に共有されるという前提のものでございます。取組経過でございます。調査は6月から着手をいたしております。県及び県内各消費生活センター、それから、センターのない市町村に対しまして、ヒアリングシ

ートによる事前調査、それから、現地でのヒアリングを行ったもので、この業務に関しては、有限責任監査法人トーマツに委託をして実施しております。調査内容でございます。主な調査内容につきましては、広域連携の体制ができるまでの経緯でございますとか、市町村の費用や役割の分担、消費者安全確保地域協議会の設置意向、消費者教育などについて、主にヒアリングを実施してございます。

4番の調査結果の概要のところですが、広域連携の経緯につきましては、平成21年度の消費者安全法が制定されたことにより、消費生活相談が市町村の業務と位置づけられたということを機にしまして、それまでは県が地方振興局において圏域ごとに実施していた消費生活相談を市町村に働きかけて御理解をいただきまして、平成25年までにほぼ現在のセンターの形ができあがったというところでございます。

次に(2)の部分ですが、費用分担につきましては、県内では均等割、人口割、相談件数割といった指標を、それぞれの圏域で話し合いながら、一定割合で組み合わせて決めた額を周辺市町村がセンター設置市に分担金として支出するということが一般的でございます。その役割分担に関しては、圏域によっても異なってございますが、まず市のセンターでは消費生活相談員を配置し、相談対応や出前講座を実施する。それから、周辺市町村は、センターへの案内などを実施しているといったところでございますが、その周知ですとか、相談状況に関する情報共有が十分ではないという意見もございます。

次に(3)です。消費者安全確保地域協議会につきましては、これまでにもこの審議会の場で状況説明をしてございますけども、県内の場合は既存の他のネットワークがあり、あるいは、個別に連携をしているといったことを理由に、設置を見送るところが依然多くなってございます。

次に資料2-1の2ページでございます。消費者教育についてでございます。(4)です。中心市の消費生活相談員が周辺市町村の依頼などによります出前講座を実施しているといったものでございます。それから、圏域によっては、センターだよりなどを中心市が作ったりして、それを広域的に配布ということを行っているところもございます。ただ消費生活相談員の数の少ない圏域については、相談業務以外の対応に従事する余裕がないというような意見もございます。

そして、5番の今後の予定でございます。現在取りまとめている素案につきましては、今も委託業者や消費者庁などとも打ち合わせを重ねながら、内容の検討を引き続き行っているところでございます。そのため、資料の2-2、2-3につきましては、現時点の内容を今回お示ししておりますけども、本日の委員の皆様の御意見などいただきながら、来年3月の総務省への報告書提出に向けて、引き続き、内容の拡充を図っていきたいと思っております。

次に、資料の2-2でございます。こちらが現在の報告書の素案の概要でございます。こちらを御説明をいたします。

まず、第1章と第2章の前半部分につきましては、先ほどの資料2-1とほぼ重複する内容になりますので、割愛させていただきます。

そして、第2章の後半部分、県の支援の部分でございます。こちらに関しては、特にセンターの相談員間の情報共有、対応力向上などを目的としたしまして、スキルアップセミナーや事例研究会を年10回開催しているといったものでございますとか、弁護士

相談などの実施を行っているところでございます。

次に、次のページ、第3章でございます。第3章については、圏域別に現在の市のセンターの取組状況を以下取りまとめているところでございます。県内広域連携での実施がまずメインとなっておりますが、花巻市及び遠野市に関しては、県域の構成の都合上、単独の設置となっておりますので、ここについては岩手中部②③ということで便宜的に表記し記載してございます。その中で、ヒアリング及び事前の書面の調査におきましては、広域連携の基礎情報のほか、相談窓口の周知、相談への対応、消費者教育・啓発活動、協議会の設置状況などについて、県内各市町村に調査を行ったものでございます。

この2ページの中では、主に基礎情報及び出前講座の実施状況を記載してございます。出前講座については、圏域によっては実施がその中心市のみですとか、あるいは、人手不足でそもそも自分の市すら実施できていないというような圏域も見受けられるところでございます。

次に3ページから4ページについては、圏域ごとに中心市や周辺市町村の取組状況のうち、相談窓口の周知、相談対応、啓発、協議会の検討状況などについて主なものを記載してございます。その中で、特徴的な取組については、星印のゴシックで表示をしているところでございます。

項目別にお話をいたしますと、まず、相談窓口の周知については、主に広報紙での周知でございますとか、あるいは、消費者教育の部分とも重複しますけども、中心市のセンターが窓口案内や消費者トラブル事例などを掲載した資料を作成して、周辺市町村の御協力を得て配布しているといった地域がございます。

次に相談への対応でございます。こちらに関しては、消費生活相談員が電話や来所で相談を受けるということはどこでもやることでございますけども、一部の市においては、支所にオンライン相談の設備を設けまして、センターに行くことが難しい相談者への便宜を図っているといったことを行っているところもございます。それから、中心市が定期的に周辺市町村に情報提供や訪問を行うといったものですとか、あるいは、圏域によっては周辺市町村が相談を受けた際には、その内容を整理して中心市のセンターにつなぐといったことを行っている圏域もございます。

次に消費者教育、啓発活動でございます。こちらは、出前講座、広報紙、チラシの作成が中心でございます。その他にも、コミュニティFMですとか、ケーブルテレビを活用した広報を行っているところもございます。

そして右端ですね、消費者安全確保地域協議会の設置検討に関する意見を取りまとめてございます。この中では、先ほどもお話をいたしました矢巾町以外での設置が依然として進んでいないというところでございます。市町村からは、福祉などの既存のネットワークの中で対応できるのでそこまではいらないといった意見ですとか、あるいは、案件ごとの個別の連携で対応可能だというような事情があつてやっていないといった意見が多くなってございます。

次に5ページでございます。5ページでは、広域連携の利点や課題に関する市町村の主な意見をまとめございます。まず、利点といたしましては、行政コストの効率化といったもの、それから、消費生活相談員による専門的な対応が集約することできちんとできているなどという意見がございます。それから、周辺市町村の負担軽減ですとか、あ

とこれも結構よくある意見ということでございますが、地元の役場で、特に、町村部ですと役場の中に知り合いがいて相談しにくいといったようなことが結構ございまして、それが市の方に行くと、少しあはういった抵抗が薄まるといったことで相談しやすいということを挙げる圏域も多くなってございます。一方で、右側の課題についてでございます。皆さんお口をそろえておっしゃったのは、中心市も周辺市町村も相互のコミュニケーションが不足してゐるのではないかという意見が多くございました。それから、中心市が圏域全体、自分の市以外にも周辺の市町村も含めて相談業務を担っているということに関する周知の不足ですか、消費生活相談業務に関する市町村間の温度差、それから、相談内容をどう情報共有していくかといったことを挙げる圏域が多くなってございます。

次は6ページでございます。第4章では、第3章で取りまとめました市町村の意見をもとに、利点と課題について整理をしています。

6ページは、まず、利点の部分でございます。住民側の利点と行政側の利点ということで分けて整理をしております。まず、住民側の利点ということにつきましては、人口規模にかかわらず、身近な圏域内で専門的な相談を受けられるということが挙げられてございまして、国の現況調査における市町村の設置率については、全国だと65.8%のところ、本県では100%という形になっておりまして、県と市との相談分担率が78.9%と、全国よりやや高めになっているというところでございます。また、相談に関する心理的な負担の軽減ですか、先ほどお話したようなものも多くの市町村から意見として挙げられたというところでございます。次に行政側の利点でございます。共通して挙げられたのは、単独で相談員を配置するのは難しいが、広域連携により、少ない費用で複数の相談員を確保できるといった点ですか、その集約した相談員が圏域内の相談傾向を熟知して、その上で消費者教育に当たるということで、質が上がるといったお話、そして、周辺市町村の、特に、町村部などでは職員の負担軽減につながっているといったこと、注意喚起によって被害の未然防止や拡大防止などが図られるといった意見が挙げられてございます。これらについては、右上にございますけど、広域連携が本格化する前に、2013年時点で、消費者庁が想定していた効果の一部ということとも概ね整合する意見となっております。

次に7ページでございます。こちらは課題について整理をしているところでございます。課題ももちろん多くございまして、一部の圏域では、その課題の解決につながるような取組ということも行われているところでございます。

まず、上の1つ目、地理的条件についてでございます。消費生活相談は、一般的には電話がほぼ9割を中心とされています。ただ、内容によりましては、契約書などの内容確認が必要ですか、複雑なもので来所相談を要するといった相談が一定数ございます。ただ、この広い県土でございますので、例えば、最寄りの市に相談に行くことも難しいといった場合も地域によってございます。先ほどお話したとおり一部の市では、支所に設備を設けて、オンライン相談に対応しているといったところもありまして、そういう取組ができるのではないかというところでございます。

次に、相談窓口の周知不足についてでございます。こちらも多くの市町村が意見を挙げています。最寄りの市の相談窓口が圏域全体を担当するということがあまり知られて

いないというものでございます。この点については、中心市が啓発資料を作成しまして、周辺市町村の協力を得て、圏域内に定期的に配布するといったことを主に県北の方などで行っておりますが、役割分担で周知を図っているというところがございます。

次に、3点目でございます。消費生活相談の相談員の育成スキルの関係でございます。相談員の配置が、県センとか盛岡みたいに多いところであれば、相談員同士の情報交換というのもかなり円滑に進むわけですが、配置の少ないところでは相談員同士の情報共有やスキル向上といったものが難しいという意見もございます。この点については、前々から県が市のセンター相談員を対象といたしまして、スキルアップセミナーや事例研究会をほぼ毎月開催をしているところでございます。その中で、タイムリーな意見交換や資質向上を図るようなことができるよう支援を行っているところでございます。

次に、4点目、消費者トラブルに関する情報共有の不足を挙げる意見も多くございました。特に、中心市から周辺市町村に対する情報共有の機会が限られまして、具体的な情報収集が、特に周辺市町村ではできていないというものでございます。この点につきましては、やはり矢巾町さんで設置されている消費者安全確保地域協議会のような場があると、そういうのも円滑に進むであろうと思います。特に、福祉などの関係者と消費生活相談が情報共有をして注意喚起につなげるということが特に有効と考えられまして、ただ新しい組織を作るというのはマンパワー的にも厳しいというのはございますので、既存の組織をうまく活用して協議会を設置していただけないかという働きかけですとか情報提供をこれまで行ってございますが、引き続き行っていきたいと考えております。

そして一番下の消費生活相談員の負担過多のリスクについても意見が挙げられてございます。特に人が少ないところであればあるほど勤務時間の多くを相談業務に割くということになりますので、出前講座などへの対応がかなり負担であるという意見もございます。相談員の負担軽減については、現在消費者庁が進めております消費生活相談デジタル化の動きがございます。その中で、例えば、記録を取る際に文字起こしとか自動録音による相談記録作成の効率化ですか、市のセンターで、相談員が不在により対応できない場合、その相談電話を県センですとか国民生活センターに転送するなどといったような取組の検討が今進められてございます。

以上が本調査の概要でございます。

そして、資料2-3につきましては、現在の報告書の素案の現物となってございます。説明は割愛いたしますが、今後も引き続き内容調整作業を行いまして、年度末に総務省に提出を行う予定としております。詳細は、後ほど御覧いただければと思います。説明は以上です。よろしくお願ひいたします。

○望月会長

御説明ありがとうございました。ただいまの説明について、御質問や御意見がありましたらお願いいたします。高橋委員、お願いします。

○高橋昌造委員

私からは御礼と御指導をいただきたい。

まず、矢巾町では消費者安全確保地域協議会を毎年開催させていただいているのですが、消費生活センターからも職員を派遣していただいてありがとうございます。

実は、私、このキャラクターが大好きなんです。までのすけ。うちの職員の影の声を聞いていると、町長が怒った顔にそっくりだと言われておりまして、私もこれのファンなんです。それで、このキャラクターの下に、県民生活センターは、これこれこうだと、平日、土曜日、日曜日と県警察本部は24時間受け付けていると。このホットライン188、これは365日24時間いつでもつながるのですか。もし365日24時間対応できるのであれば、これはすごいことだなと。そのことをどこかに一言書いておけばですね。24時間365日対応できるということを下の方にも書いているので、これはどうなのかということを確認させていただきたい。

それから、私がちょっとびっくりしたのは、県民生活センターが全体の相談件数の24%、各市が76%と、案外、県の消費生活センターの相談割合が少ない。身近なところの相談が当然多いと思うのですが、この辺はどのように評価していらっしゃるのか。市町村、特に市の消費生活センターで対応できないときには、こちらにおそらく電話がくると思うのですが、その対応がどういうふうになっているのか。

あとは見守り活動ですね、今回、民生児童委員が3年の任期で入れ替わったのですが、そういうときは、できれば一緒に情報提供ですね。私、今気づいたんですが、今月の1日に委嘱状の交付をしたのですが、できるのであれば、そういう資料を頂戴して、こういった対応ができればと。なるべく、見守り活動をやってる民生児童委員、市町村社協とか、老人クラブとか、そういうところに各家庭のチラシの配布もそうなんですが、そういうことをお願いできればと。

それから、消費者教育での学校教育。さっきB評価になっていたのですが、こここのところは、やはり小さいときの教育について特段の御配慮をいただければなど。

そしてもう1つ、奥州市ではオンラインを使った相談専用ブースを設けていると。これはすごいことだと思ったんですね。だから、こういうものを、各市とか、もちろんこちらさんでもそうなんですが、そういう専用ブース、オンラインでの相談ができる体制をみんなで構築していったら、もっと早く未然にトラブルの防止もできるのではないかということで、私からは以上でございます。

○藤原県民生活センターチーフ

御意見をいただきまして、ありがとうございます。

まず、最初に188の相談時間でございますが、さすがに24時間365日という対応にはなってございません。11の消費生活センターですと、平日の日中ということで、概ね9時から夕方ぐらいの時間帯というところが多くなってございますし、県民生活センターの場合は9時から5時半が受付となっております。それから、土日に関しては、県民生活センターのみ、10時から4時まで相談を受けております。祝日、年末年始については対応していないというところでございます。

それから、相談に関する分担率の部分ということで、県民生活センターが24%、各市が76%というところでございます。消費者庁でも、全国的に見ても、やはり身近なところで相談できることの方が有用であるというような考え方にして、平均より各市の相

談割合が高いということについては、こちらも好意的に見ているところでございます。

そして、見守り活動の情報提供でございます。実際、出前講座など県セン、あるいは、市のセンターでも多数やっておりますけども、特にお得意様というのが民生委員さんの団体ということで、そういった場に呼ばれることも多くてですね、民生委員さんのところには特に情報提供を積極的に行っているところでございます。あと社協とか老人クラブなどです。そういった御紹介もございましたので、そういった団体にも出前講座について周知できればと思います。

そして、児童生徒などへの教育についても御意見いただいております。こちらも、学習指導要領の中に消費者教育ですか、エシカルの関係なども盛り込まれているということもございまして、教育委員会と連携して、いろいろなところに消費者教育を進めておりますので、引き続き、注力していきたいと思います。

そして、奥州市のオンライン相談の事例についてお話をいただきました。特に、広域合併で1つの市だけでも結構広いというところ、奥州市とか一関市など、特にそういうところはそのカバーのために、オンライン相談の設備を設けてると聞いております。

今回の調査結果については、後ほど、市町村にも報告会的に周知をしたいと思っておりますので、聞いていただいて、市町村さんでそういうのが有用だということが伝わればというふうに思います。

○今県民生活センター所長

補足をさせていただきます。学校教育の関係につきましては、今日教育委員会さんが来ていないのですけれども、委員がおっしゃいますとおり、やはり学校教育の中での消費者教育ということで、最近デジタル化の進展とかもございますので、子供たちがだまされないようにというような観点から、そういう啓発をしていくことは非常に大事なことかなと思っておりますので、これにつきましては、やはり県教委さんと一緒にになって取組を進めてまいりたいと思っているところでございます。

それから、奥州市のオンラインの関係につきまして、今回、この調査をして初めて地理的な部分、要するに広域連携をしているのですけれども、中心市まで行くのもちょっと大変だというようなお話で、奥州市さんがこういう取組をされてるということを私どもも把握させていただいた次第であります。例えば、県センで、距離があってなかなか来れないけれども相談したいというときには、相談者の方々のデジタルスキルとかにもよるのですが、例えば、ファックスで必要な契約書の関係を頂戴したりとか、あとは、メールの添付ファイルでいただいたりというようなことで、現在でも、できるだけ来所しなければ相談ができないというようなことがないように御負担をかけない範囲で私どもも電話で相談できるところは電話でという形をとっておりますので、そうした中で、例えば、奥州市さんがやってらっしゃるオンラインの相談がどの程度、上手く使われているのかというようなところも確認をさせていただきながら、各センターさんにも情報提供させていただければいいかなと思っていますのでよろしくお願ひいたします。

○望月会長

ありがとうございました。他に御意見ありますでしょうか。

吉田委員、お願いします。

○吉田敏恵委員

感想と質問です。

まずは、県内の広域連携による現状と課題の調査です。それをやっていただいたことがすごく良かったというふうに思います。実は、岩手県生協連は、県内の弁護士さんや司法書士さんと平成22年、2010年、つまり震災の前の年に、消費者行政がもっと強化できるようにということを願ってネットワークを作って、すべての県民がアクセスできるように県内にたくさんの窓口がつくられるようにということを要請したりしました。結果、今、11の広域な窓口ができて、全てのところで相談ができる状況になって、先ほどの令和6年の行政の到達点などを見て、東日本大震災があったり、コロナがあったり、困難を経ても、こうして微に入り細に入り様々積み上げて、いろいろ相談したり、解決に向けてやろうというふうに進捗してはいたんだなあと思って、まずは先ほど感心はしたんですけど、なおかつ、相談窓口の件で、今回こういう詳細な調査が出たので、とても良いなと思って見ていました。それぞれの課題を見ると、私どもで、7年間、33市町村の消費者行政を担当する職員の人にアンケート調査をしていますけど、大体出される悩みとか課題は、ここにも反映されているような感じで、やはり相談員のスキルを上げられないとか、確保が大変とか、予算がなかなかつかないとか、いろいろなものがあるので、この調査でより明確にわかるし、そうだよなと思ったり、それから、消費者行政担当のいる市町村も、だんだん行政の自治体職員が減らされている中で少なくなっている、消費者行政をやるのは困難というようなところだと、そういう中でも頑張っているというのが、このまとめでよくわかって、でも、まとめでわかつただけではなく、こうしていくべきという方向がある程度、この課題を明らかにしたことでわかったので、それに向けて、この審議会で話し合ったり、県の方にもより進めて、頑張っていただきたいと思います。

1つ質問はですね、7ページの最後の相談業務のDX化のところです。実は、去年と一昨年調査をした時には、33市町村の消費者行政担当の職員は、このDX化がどれだけ市町村の負担になるのかよくわからなくて心配だという答えが多かったんです。でも、今年はあまりそういう答えはなくて、であれば、市町村ではDX化ということで、負担を軽減したり、より少ない労働力で相談に乗れるようにというふうに進んでいくのかなと思って、それは一斉に始まるものなのか、先ほど事例が出されましたけど、実際はどんなふうに進捗しているのか説明してもらいたいのが1点。

あともう2つ目の質問は、今、若い人というのは電話恐怖症とか、電話によって相談したりするのがすごく苦手だということで、メールでなら何でも書けるのに、電話では無理だとしたら、若い人たちからの相談は、これからどんどん増えそうな気はするので、そういうメールだったり、デジタルによる受け答えができるような体制を作らない限り、若い人们は、やはり孤立したりとかするのではないかなどちょっと心配しているんです。なので、このDX化の中には、この辺の若い人への対応っていうものをどう捨てるようにするかとか改善を考えているのか、考えていないのであれば、是非考えてもらいたいと思い、2つ質問です。

○藤原県民生活センタ一次長

ありがとうございます。調査に関して非常に前向きに御感想をいただきまして、大変こちらとしてもありがとうございます。

その中で2点御質問いただきました。まず、DX化の流れについてですが、だんだん消費者庁の方でも構築の事業者が決まりとか、あと説明会などの情報も出てまいりまして、だんだんこうなるんだなというところが見えてきてるところがありますが、まず、消費生活相談のデジタル化の中で大きなものが2つございます。まず1つが全国で一斉に行われる今のPIO-NETの刷新でございまして、こちらのシステムが来年9月14日に全国一斉に切り替わるということでお話が出ております。の中では、やはり相談のシステムがこれまでですと国民生活センターの専用回線でやっているものが、ネット上ですか、あるいは、行政のLGWANの中で接続ができるということによって、例えば、ネット上で見られるものとリンクができるとか、あとは、相談の記録の仕方なども、大分AIが進みましたので、そういう技術を取り入れながら効率的に入力できるようにするといったような情報が出ております。

そして、先ほどのお話の中で、特に若い人についてはどうするのかというお話をございますけども、デジタル化の中で消費者庁の考えとしては、まず自分である程度調べられるような力のある方については、FAQなどを充実させた上で、答えを用意していくということで、まず自分でなるべく調べるということを1つとしてあげておりますし、まず若い人に対してはFAQの充実などをしていくということがまず1点ですね。そして、それ以外の方は、特に高齢の方については、人による相談というものが必要になってきます。特に今ですと、コールセンターなども人が足りないのか、なかなか電話がつながらなかったり、あるいは、何回もボタン押してというような形で、なかなか高齢者の方も苦労しているというお話をございます。消費生活相談の中では、なるべく対面相談とか電話相談が必要な方には、そういう相談を受けられるようにということ、特に、高齢者の方には、そういう方向で電話相談に極力注力をして、自主解決できる人には自主解決をできるツールをというような考え方で進めるというふうに聞いております。

メールの相談についても今お話をいただいたところです。県センでもメール相談については数年前から実施しております。件数は増えているということもございますし、メール相談が相談の端緒としては非常に有効であると実感しながら見ているところでございますが、ただ、実際、相談員にとっては難点が1つございまして、相談に必要な情報が全てメールに書かれているかというと必ずしもそうでないということで、メールの情報だけをもとに判断することは非常に難しいというような実感もあるようでございます。そのため、全国でもいろいろな方式があって、メールで完結するということもありますし、そもそもメールを受けないといったところもあり、センターの判断によって分かれますが、県センの場合だと、まず相談の受付はメールでも行いますと、その上でこちらから相談員が電話をして必要な事項を聴き取って、あとは電話相談と同じように相談を受け、アドバイスをするというような対応を行っているという状況です。新しいシステムでも方法が選べるとされておりますので、今後もしばらくその状態で続けていこうかというふうに考えてるところです。

○今県民生活センター所長

消費生活相談のデジタル化については、今、システムを国の方で、先ほど次長が申し上げましたが、来年の9月に切り替わって、10月から全国で本格運用されるということで今準備を進めています。システムの要件がまだはっきりと各自治体に示されておりませんで、それが明らかになるのが、年度末から年度明けてからかなとなっているのですが、ベータ版とかいろいろ準備するシステムを国の方でつくりながら、来年早々から少しづつ相談員さんや行政職員も含めて操作研修をさせていただく予定になっています。この操作研修を丁寧に国の方にやっていただきて、携わる方が新しいシステムを円滑に操作できるようにということで、1月から3月にシステム概要の説明から始まって、具体的な操作は来年度前半で何回か研修を受けさせていただきながら、その新システムの対応に挑んでいくというのが今の状況でございます。

それから、先ほどFAQというお話がありましたが、これは国民生活センターの方でいろいろなデータベースを作ってるところです。要するに、こういう場合にはどういう被害があるのかということを質問に答えていくいろんなパターンが出てきて、例えば電話をかけるのが嫌な方たちは、そのケースに合わせて、どんどん自分で知識を得ていく这样一个形で今準備をしていただいているようでございます。そのデータベースでもわからなければ、例えば、私どものメール相談を使っていただくとか、あとはやはり電話を使っていただいて相談をしていただく这样一个形になろうかと思っているところでございます。私どもも若い人たちがメール相談をするのかなと思っているのですが、データを見ると、逆に、30代、40代の働き盛りの方が日中に時間がなくて、夜にメールで相談する这样一个ことなのかなと私は感じてゐるのですけども、日中になかなか相談の時間が取れないような方から御相談をいただくケースが本県の場合は多いのかなと見ているところでございます。

○望月会長

他によろしいですか。一条委員。

○一條景子委員

消費生活相談員の負担過多というところで1つお聞きしたいのですけれども、相談員の方が、逆にカスタマーハラスメントではないですけれども、対応に苦慮するような事例というのは特に問題にはなっていないでしょうか。

○藤原県民生活センタ一次長

相談に対するカスハラの関係は日常的にございます。消費生活相談の業界ではそれを対応困難者ということで言い表しております、事業者の対応が悪いといったような苦情について、こちらに来ても思うような回答が得られないと、激高したり、相談員に対して暴言を吐くとか、無茶な要求をするということは、結構、日常的に起こっている状況です。

○一條景子委員

私の個人的な話を申し上げますと、今、県民生活センターの多重債務相談を昨年度と今年度担当させていただいてまして、2か月に1回、こちらでお世話になっていますけれども、必ず相談には相談員が同席してくださって、相談員が事前にある程度聞き取りをして相談内容もまとめて整理してくださっているので、すごくありがたく思っておりますし、相談者も高齢の方だったり、だまされてしまったとか、もうお金を返せなくて困っていますと気持ちの沈んでいらっしゃる方だったり、あと混乱していらっしゃる方、いろんな方がいらっしゃる中で、そういった様々な相談者に対応されている相談員のお一人お一人が本当に丁寧に適切に対応してくださっているなというふうにいつも感じております。相談者にとっても心強い存在と思いますし、私ども弁護士にとってもそういう相談員が間に入ってくださることで、すごくスムーズに相談を受けることができていると思ってます。相談員は本当に大事な人材だと思いますので、そういった対応困難者に対する対応をお一人で抱え込んだり、まいってしまったりしないように、そういったところも何かしらケアをしていけたらいいのかなということが私の感想というか意見でございます。

○藤原県民生活センターワーク次長

ありがとうございます。消費生活相談員は、今、委員がおっしゃられたように、貴重なノウハウを持った人材でございますので、処遇の改善に努めていくということもそうですし、先ほどのカスタマーハラスメントに関するものでも、国も含めて様々な研修のメニューなども用意しております。

あと、実際に直面したときは、相談員一人で抱えるということではなくて、状況に応じて、私に変わるとか、あるいは、警察OBの不当取引専門指導員と一緒に聞いたりとか、そういったことを案件に応じて柔軟に組み合わせながら相談員のケアに当たっているというところでございます。

○望月会長

ありがとうございました。

時間限られてる中で申し訳ありませんが、カスハラの件はちょっと気になっておりまして、弁護士の方もそういう案件に出会うことが多いのですけれども、我々は結構自由に行動できる部分があるので、どの弁護士でもいいと思いますけれども、弁護士の方で対応していくこともできるのかなと思うので、無理に抱え込まない方向でストレスフルにならないようにしていただければと思います。

議題がまだありますので、次に進ませていただきます。次に、報告の(2)「岩手県における消費生活相談の概況（令和7年度上半期）について」事務局から説明をお願いいたします。

○藤原県民生活センターワーク次長

それでは資料3に基づきまして、今年度上半期の県における消費生活相談の概況について御説明をさせていただきます。

まず、資料3は今年度の相談概況について9月末時点を取りまとめたものでございます。速報値では、県センで1,221件、市町村で4,045件の計5,266件となってございまして、昨年度よりも5.2%の増加となっております。

特に相談件数の多いものにつきましては、商品一般が627件と最も多く、次にフリーローン・サラ金などの多重債務の相談となっております。

年代別の相談につきましては、次の2ページにございます。こちらも、ここ数年、傾向は大きくは変わっておりませんで、60歳以上が全体の4割を占めております。20歳代以下の若者相談については今のところ1割弱といったところです。

それから、(3)の購入形態別のところでは、やはり今のご時世ということで、通信販売が約4分の1を占めてございます。

主な相談事例については、2の(1)に示してございます。その前に先ほど吉田委員からお話をあったメール相談の件数などもここに書いてございまして、やはりメール相談も増えているというところです。そして、主な相談で、1ページに戻っていただきたいのですが、どんな相談がされているのかということを示してございます。商品一般というのは、特に物を買ったとかそういう特定のものというよりは、あやしい電話がきたとか、身に覚えのないものがきたとか、そういうものがこのカテゴリーになっておりまして、最近だと総務省など国の機関を名乗るところから電話がつながらなくなるとか、不当な請求を受けるといったようなもの、それから、買った覚えのない商品が届いたというものが多くなっています。フリーローン・サラ金に関しては、多重債務相談がメインです。あとは一番下の他の健康食品に関しては、定期購入に関する相談が依然として多くなっています。SNSなどで広告を見て、1回目の値段がすごく安いからということで、2回目、3回目が続くと知らないで買ってしまうというような相談が依然多くなっています。相談その他や相続については、消費生活相談の範疇ではないものに関しては、その都度、適切な相談先を案内しているところでございます。

3ページ目に戻りまして、またふおんの相談の状況でございます。こちらについては、弁護士会さんの御協力を得て実施をしてございます。多重債務についても同様でございます。こちらについては、件数は概ね昨年度並みとなってございます。

私の方から説明は以上でございます。

○望月会長

御説明ありがとうございました。

ただいまの説明について、御質問や御意見がありましたらお願ひいたします。

ちょっと1点だけいいですか。いつもお話をさせていただいているような気もしつつ、相変わらずなところもちょっと感じております、ロマンス詐欺、投資詐欺の被害の関係です。最近でも相変わらず増え続けているというのはニュースでもよく流れているところなのですけれども、弁護士目線で気になっていることとして、被害を受けた方が慌てて弁護士に相談することは多くあると思うのですけれども、その際、ネットでまず検索をするというのが一般的な調べ方かなと思うのです。そうすると、自分たちは実績があって回収できますといったような弁護士の広告が出てくるのですけれども、僕の経験上、十中八九回収なんて無理ですし、今まで回収できたという事例を聞いたこともない

です。それで弁護士会としても、あの手の広告を取り締まろうと今動いているようなのですけれども、もう投資詐欺やロマンス詐欺系の被害に遭うと、回収は困難、不可能だと思ってもらつた方がよくて、もう諦めるしかないので、そこで新たに弁護士に依頼すると、2次被害に遭うような感じになっていきますから、こういったところを周知できるといいのかなと思っております。

他に何かありますか。松岡先生。

○松岡勝実委員

それについて、ちょっと情報共有ですが、私のL I N Eにも投資の勧誘とかよく入ってきてまして、実際にはどこがやっているのかわからず、お金を振り込んでしまったらその対策は非常に難しいかなと思っております。これもまた個人的な経験なんですが、私もインターネットが自宅に入っているのですが、ある時電話がかかって参りまして、いつもお世話になつてますとインターネットの会社を名乗るんですね。私は大手のインターネットですから、大体1つ2つ言うと当たるらしいんですけど、今高くなるのでこういうシステムに入るとさらに安くなりますと言って、知らない間に他のインターネット会社に乗り換えるように誘導するような勧誘電話もよくかかる参ります。電話番号を見て気をつけないといけないかなと思っているのです。最後に、私も契約する時に、もう1回元のインターネット会社の値段を確認したら、特別にもともと安くなっていたので、かけ直し、契約には至らなかつたんです。その時にちょっと私が思ったのは、やはり非常に業者は巧みだなあと思いまして、トークが非常に巧みなので、普通の人は本当に気をつけないとついつい電話に出てしまつたら、どんどん誘導されて、相手も次々と変わるんです。クーリング・オフのようなことも聞かないと言わないので、業者の方からクーリング・オフができますなんて言ってこない。それは本当に違法ってわけではありませんが、いざ書面が届いたときに今度はそれをまたやめるというのは面倒くさいと思うんです。ですから、そういった意味でちょっと注意喚起として私も一言加えさせていただきました。以上です。

○望月会長

ありがとうございました。他に無ければ進めたいと思いますが、よろしいでしょうか。いろいろ御意見等ありがとうございました。

6 その他

○望月会長

次に、「6その他」に移ります。

委員の皆様及び事務局から何かありますでしょうか。

特段なければ、以上をもちまして本日の議題は終了しました。進行を事務局にお返します。皆様御協力ありがとうございました。

7 閉会

○木村県民くらしの安全課総括課長

望月会長並びに各委員の皆様、本日は多大なる御意見等いただきまして、誠にありがとうございました。

なお、本審議会でございますが、委員の任期が今年度末となっておりまして、今回が最後の審議会の予定でございます。委員の皆様におかれましては、これまで、様々な観点から御意見等いただきましたことにつきまして、改めまして御礼を申し上げます。ありがとうございました。

それでは、以上で、令和7年度第1回岩手県消費生活審議会を終了させていただきました。本日はどうもありがとうございました。