

平成 25 年度岩手県消費生活審議会議事録

日 時 平成 25 年 9 月 19 日 (木)

13:30～15:30

場 所 エスポワールいわて 特別ホール

〔出席者〕

○ 委員14人（五十音順 敬称略）

磯田朋子 上村年恵 上野カナエ 小笠原国廣 小笠原裕 川上博基 菊地清晴
菊地正子 葛巻輝 斎藤雅博 中尾美知子 沼田聡 水賀美洋子 渡瀬典子

○ 事務局

環境生活部長 風早正毅

環境生活部県民くらしの安全課総括課長 小向正悟

環境生活部県民くらしの安全課消費生活課長

兼 県民生活センター所長 高橋友三

県民生活センター次長 長崎滋 ほか

1 開 会

○小向県民くらしの安全課総括課長

ただいまから平成25年度岩手県消費生活審議会を開催いたします。

本日の委員の御出席は、委員総数18名中14名でございまして、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第37条第2項の規定によりまして、本会議が成立していますことを御報告申し上げます。

なお、戸羽太委員、豊巻智子委員、平野喜嗣委員、山口研介委員は、いずれも所用により本日御欠席との御連絡をいただいております。

2 あいさつ

○小向県民くらしの安全課総括課長

それでは、開会に当たりまして、風早環境生活部長から御挨拶を申し上げます。

○風早環境生活部長

環境生活部長の風早でございます。本日は大変お忙しい中、委員の皆様方には岩手県消費生活審議会に御出席いただきまして、大変ありがとうございます。また、日ごろより本県の消費者施策につきまして格別の御協力をいただいておりますこと改めて厚く御礼を申し上げます。

さて、一昨年、東日本大震災津波から2年半余りが経過いたしました。県では、本年を復興加速年と位置づけまして、オール岩手による復興と、その先にある希望郷いわての実現に向けて鋭意取り組んでいるところでございます。各方面から多くの協力をいただいておりますが、委員の皆様方にもそれぞれの分野、お立場で復興に関しましてもたくさんのお

力添えをいただいておりますことを改めて御礼を申し上げます。

震災復興に関しまして、私ども環境生活部といたしましては、災害廃棄物の処理、さらには放射性物質による影響対策に取り組んでいるほか、この消費生活の施策の面でも被災地における消費者被害の未然防止を図るため、関係市町村と連携を図りながら、各地の仮設住宅集会所で出前講座を実施するなど啓発活動にも努めているところでございます。引き続き県の取組みに対しまして御理解、御協力をいただければと思っております。

さて、本日の審議会でございますが、岩手県消費者施策推進計画の24年度の評価などにつきまして、事務局から御説明を申し上げ、今後の本県消費者施策の充実に向けて御審議をいただければと思っております。忌憚なく種々御意見をいただければと思っておりますので、何とぞよろしく願いいたします。

3 議 事

- (1) 岩手県消費者施策推進計画の平成24年度評価について
- (2) 岩手県消費者施策推進計画の事業の見直しについて
- (3) 平成24年度消費生活相談の概要について
- (4) 消費者教育の推進に関する基本的な方針への対応について
- (5) 消費者施策に係る県の取組み方向について

○小向県民くらしの安全課総括課長

それでは、議事に入りますが、以後の進行につきましては、条例第36条第2項の規定によりまして、川上会長をお願いいたしたいと存じます。

○川上会長

川上でございます。本日はよろしく願いいたします。

それでは、本日の会議の予定でございますが、おおむね3時半ごろの終了をめどに進めさせていただきたいと思っておりますので、よろしく願いします。

初めに、議事録署名人を指名いたします。岩手県消費生活審議会運営規程第15条第2項の規定により上野委員と菊地清晴委員を指名いたします。どうぞよろしく願いいたします。

それでは、(1)岩手県消費者施策推進計画の平成24年度評価について、なるべくわかりやすくポイントを絞って御説明をお願いいたします。

○高橋県民生活センター所長

県民生活センター所長の高橋でございます。どうぞよろしく願いいたします。私のほうから、岩手県消費者施策推進計画の24年度の評価について、資料1-1、資料1-2及び資料1-3により御説明申し上げます。

事前に資料をお送りしておりましたので、ここではポイントを大きく2つに分けて御説明申し上げます。また、説明の流れの中で昨年度の審議会で御指摘いただいた事項への対応等にも触れさせていただきたいと存じます。

まず1点目、平成24年度の全体的な事業の実施状況でございますが、資料1-1の3ページを御覧ください。ここは指標設定した事業評価の一覧でございます。事業全体を5項目に分類し、さらにそれを15の小項目に分け、小項目ごとに行動指標と成果指標につきましてABC評価の状況を見たものであります。なお、行動指標と成果指標の違いについては、例えば監視活動のような事業でいいますと、行動指標は立ち入り検査の実施事業所数で、成果指標はその検査の適合状況といった形となりますし、また普及啓発事業のような場合は、行動指標は研修講座の開催回数、成果指標は受講者の満足度や態度といった形で設定されているものでございます。目標に対する達成度が80%未満のC評価の割合を見ますと、行動指標全体では、34指標中5指標の14.7%でございます。成果指標につきましては、28指標中5指標の17.8%となっております。23年度は大震災直後の年度で、本計画に実施事業として掲げてはいるものの、震災対応のために手が回らなかった事業も散見され、行動指標については3割近くがC評価でありましたが、24年度はC評価、B評価が減ってA評価が増加するなど本計画の事業、取組みはおおむね順調に達成されたと評価できると考えております。

行動指標の評価Cに着目して、事業の小項目を見ますと、最上段の監視指導及び検査の徹底の部分と、中ごろの教育の機会提供においてC評価が大変目立っております。これらにつきましては、次に個別事業の動向といたしまして、資料1-2を用いて御説明いたします。

ここでは、C評価の事業を中心に見て参ります。まず1ページは、商品やサービスの安全確保に係る関係施設の監視活動や検査に係る事業の状況を見たものでございます。真ん中辺の列の平成24年度評価を見ますと上から3行目と4行目と、下から4行目にC評価がございます。まず、これらについて御説明申し上げます。

上から3行目は電安法、電気用品安全法による立ち入り検査、4行目は液石法、液化石油ガスの保安の確保に関する法律による立ち入り検査の達成率を指標としているものであります。立ち入り検査を計画していた対象事業所が廃業していたり、検査対象のガス器具の在庫がなかったりしたという理由から、検査を実施しなかった事業所がございまして、計画に対する検査の実施割合が80%に届かなかったというものでございます。ここは、以前から理由のいかんを問わず、検査の実績でABC評価をつけておりましたので、24年度も同様にC評価と整理したものであります。なお、この部分で昨年度の審議会において検査対象とならない事業所を外して評価したらどうなるかという御質問をいただきましたが、当該年度に計画した事業所で対象となる場所は全て検査を実施しておりますので、実質的には100%の実施となっております。

次に、下から4行目の生活衛生施設の監視指導の施設監視率のC評価について御説明申

し上げます。ここは、旅館、公衆浴場、美容理容店、クリーニング店などの生活衛生施設に対する監視指導に関するものでございますが、24年度の目標は許可届け出事業所数の14.2%に対して監視指導を実施するという計画でございましたが、実績は10.4%にとどまり、目標の達成度が80%を下回ったものでございます。その理由としては、旅館や公衆浴場といった重点施設を中心に監視指導を行った結果、それ以外の施設については計画まで届かなかつたという状況でございます。また、C評価ではございませんが、真ん中ほどの行に医薬品等販売施設の監視指導の取組みがございます。この事業の検証欄を見ますと、薬局など医薬品等販売施設の立ち入り検査の結果、違反施設が5施設あったという実績となっております。この中身でございますが、薬局の管理者や薬局における覚せい剤原料の廃棄、卸売販売業者の店舗の移転などについては知事の届け出が義務づけられているものでございますが、これについて届け出がなかったという違反内容でございます。消費者の健康被害に関わるというものではございません。

次に、3ページを御覧いただきたいと思ひます。ここは消費者と事業者との取引の適正化に関し表示の適正化を図る取組み状況を見たものであります。上から4行目、単位価格表示の実施率がC評価となっております。単位価格というのは、例えば精肉を例にとりますと商品の値段のほかに100グラム当たりの価格が表示されておりますが、このグラム単価などを単位価格といいます。消費者の消費生活に役立つよう告示で店舗面積300平米以上の店舗については単位価格表示に努めることとされております。県では、平成17年度に対象品目37品目を設定し、毎年一定規模の事業所を対象に調査をしているものでございます。

店で対象品目を扱っている場合、その1品目でも単位価格表示を実施していれば実施とカウントしているものでございます。24年度の調査におきましては、目標82%に対し、実績が64%となり、達成率では80%を下回ってC評価でございました。これにつきましては、資料1—3を御覧いただきたいと思ひます。^{おもて}表のこの表は、平成23年度と24年度を対比したものでございますが、23年度の欄を見ますと、実施率は83.6%という高い数字が出ていましたが、調査の状況を見ますと対象309店舗中、調査票を送付したのが168で、そのうち回答があつたのが76店舗で、回答数は全体から見れば4分の1程度の数でしかなく、そこからはじき出された数字が83.6%でございまして、これがどれだけ全体状況を現しているのかという疑問がございましたので、24年度は対象事業所を376全事業所に対して調査をいたしました。回答は286店舗、76%の回答率で、その結果、実施率は64%でございました。サンプル数から見て、こちらのほうが信頼度の高い数字であると捉えております。23年度から24年度に数字が変わつたのは、単位価格表示に対する事業所の意識や取組みが後退したというのではなく、調査の精度を上げた結果、実態はこれまでの調査結果より低いところにあつたと捉えております。

なお、23年度と24年度の両方に回答していただいた事業所について見ますと、実施率はやや上昇してございまして、この調査の実施が表示の向上につながっているものと考えてお

ります。今後につきましては、目標は今のままにして毎年全数調査を続けていき、また表示についての啓発にも努めて参りたいと考えているものでございます。

また、単位価格表示につきましては、もう一点補足説明させていただきます。裏面をご覧ください。品目設定から8年が経過し、単位価格に対する消費者のニーズと現行の設定品目に乖離が生じていないか検証したものでございます。消費生活サポーター、市町村職員、県職員を対象に525人の方からアンケートに協力いただき、集計しました。その結果を、品目ごとに単位価格表示を参考にしている人の割合と事業所の単位価格表示実施率とを並べて記載したものがこの表でございます。

参考までに、実施率と消費者の参考にしている割合の上位10品目と下位10品目についてランキングを入れてみました。これを見ますと、消費者ニーズの高いところで実施率も高くなっていること、それから消費者の参考にしている割合が低いところでも10%近い数字は出ているといったことから、現行の品目は消費者ニーズと大きく乖離してないと認められ、当面この品目を継続して参りたいと考えております。

なお、品目10番の粉ミルクにつきましては、参考にしている割合が6%と出ておりますが、これを参考にするのは子育て中の方でございますので、回答者全体から見れば数字は低く出ますけれども、子育て支援の観点から対象品目からは外せないものと考えております。

それから、資料1-2の3ページに戻りまして、先ほどの単位価格表示の下のところはJAS法に基づく食品表示の適正化の取組みがございまして、ここはC評価ではございませんが、関心の高い食品表示に係る事項でございまして、若干補足いたします。適正表示の店舗率は91.3%となっておりますが、逆に言えば10%近くは適正さを欠いていたという結果であります、その内容は食品の名称や原産地等の表示が欠落したといったものが主な内容でございます。

次に4ページに進みます。一番下に賃貸借契約のトラブル未然防止に係る業者の立ち入り検査の項目がございまして、この指標はC評価ではなく、問題ないようですが、事業の検証欄を見ますと50業者に立ち入り検査に入り半数を上回る27業者において50件の違反行為が確認されたという状況が記載されております。何かとトラブルの多いアパート賃貸借ですが、違反行為の中身や指導の状況等について、後で担当課の建築住宅課から説明をいただくこととしております。

次に5ページに進みます。ここは消費者に対する情報提供に係る取組み状況を挙げたものでございます。一番下の住宅関連情報の提供に関するあんしん賃貸住宅登録戸数がC評価となっております。目標1,050戸に対して680戸に止まったものですが、その理由としては、家主に対する制度の周知が不足していたことを挙げており、今後は県の居住支援協議会と連携して家主への制度の一層の普及に努めると整理しております。この指標は、家主に登録に動いてもらわない限り数字は伸びないという性格の指標ですが、家主にとって登録のメリットがそれほど感じられていないということも、この数字がなかなか伸びない

背景にあるようでございます。

6 ページに進みまして、消費者に対する教育機会の提供についての項目でございますが、4カ所にC評価がございます。まず、上から5行目の消費生活全般に関する教育の実施の参加者数がCとなっておりますが、これは私ども県民生活センターにおいて実施しています消費生活セミナーに関わるものでございます。24年度において事業の見直しを行い、高齢者向けの3回を通常の出前講座で対応していくこととし、その分啓発活動が手薄な児童、生徒向けのセミナーに注力することといたしました。その結果、セミナーの開催回数の減少に伴って参加者数が当初の目標に対して68.5%に止まったということでC評価となったものでございます。24年度の事業の見直しにつきましては、昨年度の審議会に諮ることはできませんでしたので、本日、次の議事においてこの事業の見直しについてお諮りしたいと考えております。なお、高齢者向けのセミナーを出前講座に回したと申し上げましたが、その出前講座の実施状況につきましては同じ6ページが一番上に記載しております。23年度は11回しか実施できず、C評価でございましたが、24年度は倍以上の25回実施してA評価となり、受講者の満足度もいい評価をいただいております。

次に、真ん中のあたりにCが2つ続いております。これは住環境に関する消費者教育への取組みで、住宅祭の開催に係る項目でございます。震災後23年度からイベントを休止していることから開催回数、満足度も実績がなく、Cとなっているものでございます。これにつきましても今回事業の見直しについてお諮りすることとしているものでございます。なお、今年盛岡のアイスアリーナにおいて、いわて県民住宅祭が開催されましたが、これは県主催ではなく岩手日報社とIBCが主催したイベントでございます。

次にこのページの下から2番目のC評価でございますが、これは消費生活サポーターに係る研修回数の指標でございます。研修会を開催せず、Cとなったものですが、これも消費生活サポーターの制度を見直したことによるものでございます。23年度まで消費生活サポーターは委嘱制で研修会等を企画し旅費も支給していたものですが、サポーターの数も伸びず研修への参加も低調であったことから、この仕組みを見直しまして、24年度からは無償ボランティアで自主的な登録制とし、活動としては負担のない形で県民生活センターから提供される消費者被害の防止に係る啓発資料をできる範囲で知人や地域の方々に広めてもらうということ、あるいは不適切な表示を見つけた場合は県民生活センターに情報提供してもらうといった形で活動をお願いしているものでございます。その分、サポーターの数も増やしていこうという方向に切りかえたものでございます。

こうした事業の見直しについて昨年度お諮りできませんでしたので、本日、次の議事でお諮りすることとしております。消費生活サポーターは、昨年23年度は62名に止まっており、昨年度のこの審議会ではサポーター拡大への取組みの弱さやこの制度の有効性そのものを御心配する意見を幾つかいただきました。昨年度その後、福祉関係者への働きかけや、出前講座での呼びかけ等が功を奏しまして、24年末では159名、前年対比では2.5倍の登録を見るところまで伸ばすことができました。今年度に入っても堅調に伸びているも

のでございます。

また、取組みの有効性につきましても、サポーターの中には資料を自治会で回覧したり、福祉施設内に掲示したり、さらには病院の待合室に張り出すといった取組みをしてくださる方々もいて、草の根レベルの普及啓発の取組みとして、この制度の一定の手ごたえを感じているところでございます。

続いて、7ページを御覧ください。下から3行目にC評価がございまして。これは環境に配慮した消費生活の推進をねらいとして設定しているリサイクル率でございまして。リサイクル率は18.7%で23年度と同じでございましたが、23年度に比べ24年度は目標値が上がっていることから、達成率はワンランク下がってC評価となったものでございます。実績が伸び悩んでいる要因や対応等について、後で資源循環推進課から説明をいただくこととしております。

9ページ中段あたりの消費者被害の救済(3)の取り締まり強化についてでございます。ここはヤミ金の検挙数と悪質商法の検挙数を参考資料として掲げていますが、23年度はそれぞれ1件ずつでしたが、24年度はヤミ金が2件、悪質商法が3件と増えております。今後の消費者被害の未然防止に役立てていく観点から、これらの事件につきまして後で県警本部生活環境課から手口や被害の状況など事件の概要について説明をいただくこととしております。

指標の説明は以上でございますが、昨年度の審議会において、これまで説明した事項以外に取組みの充実に関してご意見をいただいた2件について対応状況を御説明いたします。

口頭で御説明申し上げます。1つは、ITにかかわる研修を強化するという趣旨の御意見をいただきました。これを受けまして、当センターでは昨年の12月の消費生活セミナーで、親子で学ぶ有害サイトをテーマに体験型の研修をしたところでございます。また、情報モラルの研修は、主に県教委の機関である総合教育センターで実施しておりますが、その開催状況を見ますと24年度は28回でございましたが、本年度は9月末で23回となっております。前年度の2倍のペースで研修が実施されております。私どもといたしましても、この情報モラルについては啓発活動の重点課題と捉えており、今年度9月補正予算におきましても県教委と連携して、地方消費者行政活性化基金を活用して情報モラルに係る事業の予算化をしております。具体的には、これまで体験研修は携帯電話でしかできませんでしたが、スマートフォンやタブレットの普及といった時流に合わせて、スマートフォンとタブレットでも体験研修ができるようにするため、この機材を50台ずつ整備しようというものでございます。

もう一点、被災者支援についても御意見がございました。被災者支援については、消費生活の部分は消費生活センターで対応しておりますが、それ以外の住宅再建、遺産相続、既往債務の整理といった生活再建の相談については、復興局の専門家派遣事業等で対応しております。そうした中でも県民生活センターでも注意を怠らず、必要な状況があればしっかり対応するようといった趣旨の御意見と受けとめておりました。今年1月に大船渡

で仮設住宅に暮らす被災者の方が、儲け話で 450 万円を騙し取られるという被害が発生いたしました。津波で家を流された生活再建途上にある方が 450 万円もの消費者被害に遭うということは生活再建の道を閉ざされるに等しい状況となるものでございますので、被災者の方々から二度とこういう方を出してはならないと考えたところでございます。有効な手だてとしては、被害事例をもとに顔を合わせて徹底的に注意喚起して回るということでございますが、沿岸地域の消費生活センターは設置後まだ日が浅いこともあり、出前講座を十分にできる体制にないという状況ですので、私ども県民生活センターから沿岸市町村を支援する形で、被災地の仮設住宅等に出向いて出前講座を実施しているところでございます。

8 月からこの事業を開始しており、今は週に 2 回程度のペースで沿岸部に相談員を派遣して講座を実施しております。これまでの 1 カ月半で被災者向けには 10 回、被災者を見守ってくださる支援者向けには 8 回の講座を実施しているところでございます。

○岩手県建築住宅課

資料の 4 ページ⑥、賃貸借契約のトラブルの未然防止等に関する啓発事業の実施ということで、主に宅建業法に基づき宅地建物取引業者への立ち入り調査を行っておりますが、こちらの結果について説明させていただきます。

資料のとおり、調査は国土交通省の通知に基づき、年 1 回一斉調査ということで、各広域振興局土木部や土木センターの建築指導課が立ち入り調査をやっております。昨年度の様子は、立ち入り事業者につきましては 50 カ所としております。

内訳は、新規に免許登録した方は、法令をまだ十分周知されていないということもありますので、新規の事業者は 22 社、既存の事業者は 28 社、合わせて 50 事業者に立ち入り調査をしております。このうち 27 事業者におきまして違反が確認されております。

主な違反は、全て宅地建物業法に基づくもので、売買契約等における契約書の書面の不交付、資格を証するために宅地建物取引主任者証を携帯していなければならないのですが、こちらの不携帯、それから事務所には報酬額を表示していなければならないのですが、こちらを表示していなかったもの、それから従業員の名簿を備えつけておかなければならないとなっておりますがこちらの備えつけ義務違反、それからお客様に対して重要事項説明というものを行わなければならないのですが、こちらの説明書に対する記載の不備があったということで、27 業者につきまして違反が確認されております。こちらにつきましては、その場で現地注意を行っており、また改めて報告、命令を行っていきまして、昨年うちに全て是正完了という形になっております。

○岩手県資源循環推進課

7 ページをお開き願います。30 番のリサイクル率が C 判定となっております。先ほど説明がございましたとおり、リサイクル率の実績値が 18.7%ということで、これは 23 年度に

比較してもほぼ同数ということですが、目標値が上昇したことによりまして、B判定からC判定となっております。目標値につきましては27年度に30%を目指すというものでございます。このリサイクル率の考え方でございますが、まず分母は市町村が処理したごみの総数、これは資源ごみ及び集団回収等によって集めたものを含めております。分子は資源化したものということでリサイクル率が出ております。実績が横ばい状態ということで、考えられる要因でございますが、まずスーパーやコンビニが自主回収をしております。こういうところにつきましては、市町村を通らない形で回収業者に渡し、資源化につながっているものがございます。ですので、このリサイクル率の考え方は国で決められたものでございまして、リサイクル率は向上しないですが、実際には、例えばペットボトルの例ですと5年ぐらい前は回収率が60%台というところが今は80%ぐらいまで上がってきています。一方、リサイクル率は、その間1%ぐらいしか上がっておりませんで、リサイクル率が上がってないからといって必ずしもリサイクルが進んでないということではないという傾向がございます。スーパーや事業者が自主的に回収をして、市町村を通らないものが進むことにつきましては、まず市町村のごみ焼却あるいはごみの回収の経費が少なくなります。また、市町村を通らない形でリサイクルが進むと、1人当たりのごみの排出量も少なくなるという状況がございますので、スーパーやコンビニの自主回収が進み、それでリサイクル率が上がらないというのが問題があるかという、必ずしもそういうものではないと考えられます。ただ、一方でまだまだ不燃ごみや可燃ごみの中に本来であればリサイクルに回るようなものが含まれておりますので、そういった点で今後ますます市町村での分別を進めていきたいというふうに考えております。

○岩手県警察本部生活環境課

9ページの項目4の(3)、消費者被害の救済の部分になります。うちのほうも所管しております事件の部分で資料にあるものがヤミ金の検挙数、悪質商法の検挙についてです。

最初にヤミ金についてお話しします。ヤミ金については、一昨年は1件。去年は2件です。検挙の2件は数字的に見ればすごく少ないと感じるかと思いますが、実際ヤミ金は巧妙にやってきて、県内業者ではなく全て県外業者、首都圏の業者の事件になっております。この2件のうち1件については東京都内、もう1件については神奈川県内の事件です。業者についても、債務者の方から事件概要、被害状況を聞いて、それから被疑者を捜しますが、犯行ツールを代行する業者がいっぱいいて、携帯電話は当然業者名義の電話で、そして電話についてはどこの誰だかわからないという状況です。

それとあわせて被害防止のために全国警察挙げて取組んでいる、犯罪インフラ対策の部分で、口座振り込みの通帳の金融機関に対する凍結依頼、これも被害を受理した時点で被害拡大防止のためにすぐに凍結依頼をかけているもので、なかなか被疑者にぶつかるのは時間がかかるというのが現状です。ただ、実際に検挙するためには、口座の払い戻し場所の確認捜査をしながら、実際誰がおろしているのか、それは出し子なのか、被疑者なのか、

そこまで詰めながらずっとやって、ようやく検挙に至っている。こんな関係で件数的には検挙は2件と少ない状態になっています。

そして、特徴としましては、ヤミ金と一緒にヤミ金に協力している業者ですね、代行業者をインフラサービス助長業者と言っているのですけれども、この関係で携帯電話の不正利用防止法とあわせて検挙をしています。これについては、年度を越して今年の検挙になりますが、それもあわせて検挙したということになります。

次に、悪質商法の関係は3件出ています。中身については全て単純な違反なのですが、1件目が金物販売業者の特商法違反、いわゆる書面不交付になりますが、これは青森県内の業者です。もう1件は顕彰額販売業者による特商法違反で、両親や祖父母、家族の生前の功績等を業者が立派な額に作ったものを販売して歩いている業者、三沢市内の業者なのですが、これを1件検挙しています。あともう1件が布団のリフォーム業者を1件2名検挙しています。これは、被災地に関係しているもので、宮古のほうに行って被災者の方を対象に回っている業者を検挙しています。被疑者たちが持っている名簿によって回って歩いているので、そうするとこの人はまた被害に遭う、また買ってくれるのではないか、契約してくれるのではないかなど。これも高齢者、全て65歳以上が被害者になっています。これらについては、うちのほうも県民生活センターや各市消費生活センターとか、いろいろな行政機関とも連携しながら被害に遭わないように地元の警察官も巡回しながら広報等をしている状態です。

それから今年に入って、これは先般新聞で御存じだと思いますが、9月に悪質なリフォーム業者の検挙をしています。詳しい内容については、まだ捜査中なのでお話しできませんが、リフォームをすると行って持ちかけて、実際は何も工事しないという事件で3名ほど検挙しています。

○川上会長

ありがとうございました。

それでは、ただいまの事務局の説明について、委員の皆様から御質問、御意見がありましたらお願いいたします。

○磯田委員

6ページ⑤の食の安全安心に関する学習機会の提供のところではA評価にはなっているのですが、リスコミの開催に関して、回数はやられているのは知っていますし、何回か参加しているのですが、BSEに関してはやられたのですが、時期的にどうかという問題がありまして、ちょうど本当に実施される何日か前に、リスコミということで、ただ行われますよというだけのお知らせになっていたのではないのかなという感想を、出席した人からも聞いていたので、やったということだけの評価でもなく、時期についても考えていただきたいなと思いました。

○川上会長

時期というのは、告知が遅かったということなのですか。それとも開催日が遅いと。どうでしょうか。

○小向県民くらしの安全課総括課長

BSEのリスクミについては、まず1月の終わりでしたか、2月の初めに1回やっております。その時点でBSE、いわゆる狂牛病の検査ということで、これまで全頭検査していたものについても各県の並びというものもありまして、本県だけでやめるということにはならないですし、そういった意味で全県統一した中で考えていかなければならないといった部分も含めて、その時点では当然全面検査は続けるけれども、次回の見直しの際にはそういった考え方、ほかの県の状況などを見ながら考えていかなければならないというような部分でかなり御意見をいただきましたし、1回やっているということで、これは全国的にもその時期にやったというのはうちの県と北海道で、そのほかの県はやってないということで、そういったある程度早目の取組みといったことはしております。ただ、2回目の部分については、国からのお知らせ自体がなかなか急だったものですから、そういった部分で各県も同じような時期にリスクミ等をやっておりますし、あるいは国のパブリックコメントもその時期にやっているということで、我々としてもできるだけ御意見を伺いながらということで、若干後ろに次の開催といたしますか、それに近い部分の開催になってしまいましたけれども、決して皆様の意見を阻害するということではなくて、きめ細かくやって参りますし、出前説明会の呼びかけといったこともかなり前からやっておりましたし、あとは先ほど申し上げましたとおり、うちの県では2回、冬にも開催していたというあたりを若干補足説明させていただきたいと思います。

○川上会長

ほかにはどなたかありますか。
では、沼田委員をお願いします。

○沼田委員

もう少しちょっと理解が深まらないので補足説明してほしいのですが、3ページの実施率のC評価の説明のところで書いていなかったのは、表示実施率の高い品目を扱っていない店舗の割合がふえたので、実施率が下がったということは、その表示実施率をチェックする品目製品を扱っていなければ実施率が下がるという理解なのでしょうか。そうすると、先ほど実施率、その表示しているかどうかチェックする品目を扱っていなければ下がるというような指標というのは、指標として大丈夫なのかなと、商品を取り扱ったところの事業者の自由ですから、実施率を上げるには表示実施はさることながら、取り扱ってもらわ

ないと実施率が上がらないということにもなりかねないですよ。これはその文言どおりで本当にいいのですか。いいのであるのであれば、これは事業者には全然関係ない話というか、扱っているものについてはちゃんとしていきましょうということでもいいのだと思うのですが、そういうふうなことで対象となる品目を扱っているものに対して実施されている、されていないというような形が数字として反映された、そういう指標であるのですけれども、ここはどういうことなのでしょう。

○川上会長

はい。

○高橋県民生活センター所長

資料1―3の裏面で御説明いたします。ここに書いているのは、数字上、こういった形で数値が落ちたと。例えば精肉の場合は一番高くて87%の店舗で表示されておりますが、例えば合成洗剤やシャンプー、練り歯みがきは表示実施率が低くなっております。シャンプーや合成洗剤でグラム当たりの単価を表示しているのは4分の1程度で、今回の調査において、全体から見れば合成洗剤の表示の率の低い店舗が対象として多かったので、数字上はこうなったという説明でございますが、ここについては数字上このようにはなりませんが、趣旨はどの品目であれ消費者が商品選択に有益な情報を与えるために表示を拡大していきたいと思いますというものでございますので、これについては今回の消費者アンケートの結果なども事業者の方に還元しながら、今年度調査はこれからでございますが、表示の向上について働きかけて参りたいと考えているものでございます。

○沼田委員

そういうことを聞いているのではなくて、表示実施率の高い品目を扱っていない店舗の割合が増えたと、それで表示実施率が下がったということなのですよ。商品を扱っていない、実施率が高い品目を扱っていない店舗の割合が増えたから実施率が下がったというのは、例えば精肉のように実施率の高い品目を扱っていない店舗があったから下がったということなのですか、そこを聞きたいのです。ここの表現のところ。これはこの文言どおりだと、その店で商品を扱っていないと実施率が下がるというふうに受けとめるのですけれども、そういうことですか、違うのですか。

○高橋県民生活センター所長

いずれこの37品目、1品目でも扱っていればこの調査の対象になるということでございます。例えばその店で扱っているものが合成洗剤とか、シャンプーとか、そういったものでたまたまその店で表示実施していなかったところが、今回調査した結果、従来

より比率が多かったと。その結果、全体の表示の実施率を下げたというような状況と捉えております。

○菊地正子委員

私もこの調査をしたのですが、例えばトイレットペーパーの場合は、何でもいいから 10メートル当たりの価格を表示しているかしていないかという調査なのです。だから、その銘柄が置いているか置いてないかではなくて、トイレットペーパー10メートル当たりの単位表示をしているかということの調査だったのです。それで、それに関して、話はずれるかもしれないですけども、例えばトイレットペーパー10メートル当たり何円とかと書いてあったとしても、いっぱいトイレットペーパーがあるうちの1種類だけ表示していても表示していると評価していいという調査だったのです。そうすると、事業者も大変忙しい中で、品物がしょっちゅう入れかわるから書いてないのがあって、1種類ぐらいしかやってないと何にも消費者にメリットはなくて、本当に比べてみる価格表示になってないという感想を私は受けました。トイレットペーパーだけではなくて合成洗剤にしても、この上位のほうは確かに必要なものなのですけれども、下位のほうはもっと別なものを単位価格表示のアンケート調査の品目にしたほうが、しかももし単位表示がされたとしても、ものすごく小さな字で表示がされていますので、あれは業者の方にも負担をかけるし、私たちがそれを参考にするには、全部やっていたらいいけれども、1種目だけやっているみたいなものだとか何にも役に立たないと感じられましたので、私たちが品物を選ぶときに役に立つかという、そこまでやってもらえればとてもいいものだと思うのですけれども。

○川上会長

さっき御説明を聞いたときには調査の店舗を増やし、精度を上げたので実施率が全体としては下がったようだという説明だったと思うのです。品目が割合が高いかどうかという話があって、単純に件数、全店舗を調査の対象にしたのでトータルとしては実施率が下がってしまった。ただ、前回も今回も調査したところは実施率が上がっているもので、調査したことによって、業者に対して徹底させる効果が上がったみたいな説明だったと思うのですが、その口頭での説明と事業評価結果という書き方違っているのではおかしくなっているのか。

○風早環境生活部長

今御指摘のところですけども、結局こういうことでございまして、資料1―3ですね、先ほど沼田さんから御質問があった件でございしますが、基本的に表示実施率は上に行けば行くほどいいです。全てのもの品目別に100%になるべきなのです。ただ、結果として対象店舗を増やしたときに現状でもやはりお肉とか、当然100グラム当たり幾らとか書いてない店がむしろ少ないような、実施率がもともと高い品目を多く扱っている店が多かったの

で、たまたま結果としてこのペーパーの最初のほうに書かせていただいているような事象になったということでありまして、だからいいとか悪いとかということではなくて、とにかく実施率を上げていかななくてはいけない。ただ、対象店舗を広げたときに扱っている内容のグラデーションが去年と違ってたと。ですから、そこはどうも書き方で誤解がありますけれども、これで何かどうかということで、いいの悪いのということではないということをお理解いただければと思っています。

○高橋県民生活センター所長

川上先生からのコメントについても1点加えます。こういったアンケートものは実施していれば回答をよこしますけれども、実施してないとなかなか回答をよこさないという性格がございます。今回は実施していない店舗にも何回か督促して回収率を上げました。その結果、実施していないところもきちっと出してもらった結果という状況もありまして、川上先生にはそのように説明させていただいたところがございます。

○渡瀬委員

先ほどの沼田委員の御質問で、何となく今どういうことかなということではっきりしないところは、やっぱりこの1-3の裏の表の見方というところかなと思うのです。こちらのほうに示されている各品目についての実施率の計算式の分母がどうなっているかということだと思っております。こちらの1-1の資料ですと目標値の設定の考え方のところの一番下に表示実施率とは分母が調査対象店舗で、それでその分子が価格表示実施店舗ですという説明になっているので、恐らくこの数値というのが1-3の表にある286という数字が分母になっていると読めてしまうのですが、この一番最初に見ていただいた1-3の裏のこの部分も一律286になっているのですかということかなと思うのですが、それについてはどういうことでしょうか。

○高橋県民生活センター所長

店によって、例えば合成洗剤ですと扱っている店、扱っていない店がありますので、合成洗剤を扱っている店について表示を実施していたかどうか、ですから分母は各品目とも違います。

○渡瀬委員

なので、恐らくそういったような疑義も多分出てくるかな。それで、御説明の検証のところでもそういったところもあったので、ひょっとしてと思われたところもあるかもしれないので、表のところには注釈か何かあるとすごく親切かなというふうに個人的に思いました。

○川上会長

ありがとうございます。

ほかにどなたかありませんか。

中尾委員。

○中尾委員

存じ上げないので教えていただきたいのですが、5ページの21のあんしん賃貸住宅ですけれども、これはなかなか登録メリットがないようなことで登録が進まないというお話がありました。誰を対象とした安心ということで作られている賃貸住宅なのかということを知りたいと思います。

○岩手県建築住宅課

あんしん賃貸住宅につきまして簡単に説明させていただきますと、このあんしん賃貸住宅というのは、高齢者の方や障がいを持たれた方、外国人の方、それから子育て世代の方、こういった方を住宅確保要配慮者と位置づけまして、そういった方は入居の際に拒否されることのないよう、子育て世代だから、うるさいから入居を拒否される、障がいをお持ちの方だから入居を拒否されるということのないようにということで、そういった方でも入居を拒みませんよという民間賃貸住宅をお持ちのオーナーを基本的に対象としておりますが、こちらを登録していくことがあんしん賃貸住宅登録というものでございます。

それから、同じ事業の中で、賃貸協力店ということで、そういった賃貸住宅を紹介される不動産屋さんの紹介、それから支援団体の登録ということでNPOですとか、社会福祉法人を登録して岩手県の支援協議会で、ホームページでその辺の登録業者や登録されている住宅等を紹介しているというような事業になっております。

やはり先ほどお話しがありましたとおり、こちらはうちのアパートはこういった方々を拒みませんよといったことで登録していただくという必要がありますので、こういった事業がありますよといったところをまずもって周知しないと、登録数が伸びてこないという形ですので、岩手県では岩手県居住支援協議会を立ち上げて、こちらの協議会の中で、不動産協会等もメンバーになっていますので、こちらと協力しながら、ホームページ等で周知を図っているというものでございます。

○中尾委員

ありがとうございました。外国人など何だかあまり借りられないとかという話をたくさん聞きますので、ぜひ周知をしていただいて、借りる側が安心して借りられるということで評価が上がっていくという、そういう形ができるといいと思います。

○川上会長

小笠原委員。

○小笠原裕委員

7ページの3R、リデュース、リユース、リサイクルの部分ですが、検証の中にリサイクル率が伸び悩んでいるとある原因、理由についてはどういう認識をお持ちなのでしょう。

○岩手県資源循環推進課

リサイクル率の伸び悩みでございますが、リサイクル自体は、例えばペットボトルであれば5年ぐらい前は60%のリサイクル率だったのですが、それが最近では80%まで上がってきているという状況がございます。その要因の一つとして考えられるのが、リサイクル率が上がってないのですが、リサイクルは進んでいるという現状なのですが、これは市町村を通るもの、分母が市町村が取り扱うごみの総量で、分子がそのうち資源化されたものと、それがリサイクル率となりますので、市町村を通るものがリサイクルにつながる。それ以外、例えばスーパーとかで回収したものにつきましてはリサイクル率の向上には直接はつながらないものですが、ただそういう店がどんどん増えていけば、結果的にリサイクル率は向上しないのですが、リサイクルは進むという現状がございます。これにつきましては、リサイクル率の考え方なのですが、環境省でこういう数式でリサイクル率を出すということになっておりますので、ちょっと矛盾はあるのですけれども、必ずしも環境配慮が進んでいないというものではないと考えます。

一方で、やっぱりごみの中にどうしてもまだ本来リサイクルできるものがありますので、そういったものは今後どんどんリサイクルが進むような形で取組んでいきたいというふうに考えます。

○小笠原裕委員

ということは、市町村によって分別の仕方が違うとか、その取組み具合が違うとかというあたりになるのだらうと思うのですが、そうすれば消費者というよりも市町村の取組みについて、もう少し記していく方法もあるのではないかと思うのですが、消費者は消費生活の場なので、消費者に対するいろいろな働きかけと同時に、やはり市町村においても少しそういうものに積極的に取組んでいくような働きかけというのが必要になっているのではないかなという気がしましたので、ちょっと話させていただきました。

○川上会長

ありがとうございます。

ほかにはどなたかありますか。

はい。

○渡瀬委員

今のお話と関連して、そうなると問題というのは回収ルートの問題なのか、それともリサイクルする出口のところでは何か問題があるのか、どこら辺に課題があるのか、それ以外のこともあると思うのですけれども、27年度には30%というような目標を立てられているので、それに向けてどういうふうに課題を克服されていくか、もし何かありましたら教えていただきたいと思います。

○岩手県資源循環推進課

目標設定の時点で、これほど、例えばスーパーといったところでの回収が進むという考えは、正直それほどなかったというのが多分一つあると思います。

繰り返しますが、リサイクルは進んでおります。ただ、市町村のごみの回収を通らない形でのリサイクルが進んでいるというふうに考えますと、必ずしも何が何でも30%を目指すのだと、今までスーパーで回収したものを改めて市町村が回収するとか、そういうものでは多分ないのだろうなと思います。結果的にスーパーとかで回収が進みますと、その分の市町村が負担する回収のための費用が少なくて済みますので、結果的にリサイクル率を上げるというよりはリサイクルを進めるという施策が重要なのかなと思って、確かにそうなると今度は30%というのは難しいのではないかとということがございますが、リサイクル率を上げるというのも重要ですし、あと一方で市町村の1人当たりのごみの排出量を下げるというのも重要なこととございまして、スーパーとかでの回収がどんどん進みますと1人当たりのごみの排出量という形でカウントされる分も減りますので、一方ではリサイクル率が何が何でも30%を達成しなければならないのだという形にならなくてもリサイクルが進んだということで、その分では評価できるものもあるのかなと思っております。

○川上会長

はい。

○上野委員

今の話ですが、私たちはこの審議会にいてこういう説明を聞いて、リサイクル率は上がっていないが、リサイクルは進むということはとても理解できました。でも、理解できてもこの数字が例えばどこかに、消費者とかの目に触れたときに今のような説明は通ってないのでわからないと思います。

それで、これから25年度からまたいろいろやっていくに関してのその業者というか、例えば生協とかいっぱいリサイクルを力を入れてやっているのですけれども、その部分の調査というか、資料を市町村単位での調査だけにとどめないで、そちらの資料もどこかで一緒に統括してこれを進めていかないと、何か最後はもやとした形の評価だったり、報告になってしまうのではないかなと思って、今聞いていて、そんなふうな方向に行けるも

のだったら行ってほしいと思います。

○風早環境生活部長

御指摘ありがとうございます。当然のことながら、この数字についてはやはり一つこれが上がっていくということはもちろん望ましいことですので、リサイクル率の向上には当然努めていきつつ、ただ、今申し上げたような実情もございますので、そのほかの数字も含めて今後情報提供とか、こういう場でもさせていただけるように努力させていただきます。

○川上会長

ありがとうございます。大分時間が予定より 30 分ぐらい押してしまいましたので、先に進めたいと思います。よろしいでしょうか。

それでは、次の議題に移ります。議題の（２）岩手県消費者施策推進計画の事業の見直しについて、事務局から説明をお願いします。

○小向県民くらしの安全課総括課長

それでは、資料 2 をもとに担当課ごとに直接御説明申し上げたいと存じます。

資料 2 の 1 ページ目でございます。ここで事業目標値を見直したいと考えておりますのは生活衛生施設の監視指導の実施の部分でございます。これにつきまして、現行では基準年から毎年 0.5% ずつ増やしていった、平成 26 年度に 15.2% の監視率という形にしておりましたが、実は県民くらしの安全課では、生活衛生施設のほかに食品関係営業施設というものを取り扱っておりまして、これは先ほどの資料にもあったとおり食品関係営業施設は監視率 100% を目標としているということがございます。それに比べて、生活衛生施設が目標値 15.2% というのはどうなのかなということで課内で議論いたしまして、そしていろいろ調査し全国平均を調べたところ 24% ということでございましたので、できるだけ全国平均に近づけて県民の日常生活に密接な営業であるということも踏まえ、またこの理由にはございませんけれども、平成 28 年にはいわて国体が開かれるというようなこともございまして、旅館業や公衆浴場といった部分も担当いたしますので、そういった部分で衛生的な施設で、来た皆さんに楽しんでいただけるようにというような意味も込めまして、平成 26 年度目標値を全国平均の 24% に上げまして、その中間として平成 25 年度は 20% といたしまして、各保健所には 20% で今年に行くということで目標値を設定し、また秋には強化月間なども作りまして、今回の評価の中でも C ということで、実は 10.4% となっておりますけれども、ここは何とか保健所にも要請いたしまして、高めていくという形で事業変更、見直ししたいものでございます。

○高橋県民生活センター所長

次に、県民生活センターから調書②と調書④について説明いたします。

調書②は、消費生活セミナーの回数とその参加数でございます。これは先ほどの事業評価のところでも説明しましたが、高齢者の部分、3回については出前講座に回したということで回数は3回減、それに加えて、参加者数もこのとおり下方修正したものでございます。

それから、調書④の消費生活サポーターにつきましては、行動指標を研修の回数ではなく、私どもから資料を送る回数年6回を指標といたしました。それから、サポーターの数も大幅に増やしまして200人を目標にしていきたいと考えております。

○岩手県建築住宅課

見直し調書③のところになりますが、従前の取組みの内容につきましては住宅エネルギーについて各団体で各種体験ができるイベント「住ま・エネフェスタ」というものを「いわて県民住宅祭」ということで開催しておりましたが、大震災の発災以降、こちらの人的予算を全て被災地に振り向けるということで、今現在は民間主導でやっていただいているということでございます。その分、引き続き住宅相談ということで岩手県の建築住宅センターに委託をしつつ、住宅相談コーナーの開設とともにホームページとメールマガジンも同じく住情報提供ということでやっておるものでございます。

住宅祭の開催はなくなりましたが、継続して行っている住情報提供といたしまして、ホームページの閲覧、メールマガジンの配信ということで、こちらのホームページのアクセス回数を目標ということで振りかえたものでございます。

○岩手県資源循環推進課

見直し調書の⑤でございます。5ページ目になります。

目標値の見直しでございますが、再生資源利用認定製品の目標値を見直しております。これにつきましては、目標設定の考え方、5のところでございますが、毎年度20製品増加するということを目指しております。目標値の見直し理由でございますが、23年度にアクションプランを見直しまして、このときの基準年が22年度158製品ということでございましたので、アクションプランのほうは158を基本として20ずつ増やしていくということで設定しております。今回そのアクションプランに合わせてこの計画を見直したものでございます。

○川上会長

それでは、ただいまの事務局の説明について、皆さんから御質問、御意見を願います。

沼田委員お願いします。

○沼田委員

1つは質問です。3ページの調書の③のほうですね、現在のアクセス数を教えていただきたいということ、それからあとは全体的な部分の見直しというのはいいと思うのですが、むしろ見直しになっていない部分のところで、例えば現行の法制で、明らかにほとんど100%近く必ずやるものだというようなものをその指標として本当にそれでいいのかという部分を再度見直ししていただきたいと思っています。例えば先ほど立ち入り指導を、例えば国土交通省の通知に基づいて毎年50カ所やっていますよという話をしていたけれども、目標も50カ所なわけだから、よっぽどのことがない限りほぼ100%毎年やるのだろうというの見込めるわけです。ですから、こういうものというのは本来は、違反が27業者で50件程度ということで、むしろそういったところに指標を持って行かないと、やることに意義があるのではない、と思いますので、どういうふうに県民の消費生活のところで向上させていくかという部分ですから、点検することが目標ではないというふうに思いますし、県職員の方々はそれをやるのが仕事なわけだから、やるというものを目標数値にするというのはどうなのかなと思います。実はそういう指標というのはたくさんありますので、そういう部分を見直すべきだと思います。

また、先ほど来リサイクル率の問題が出ていますが、私はその部分の数値はどうも納得できないですね。というのは、分子の部分民間のほうでいろいろ行われているとすれば、分母と分子の関係でいえばむしろリサイクル率というのは下がってくるはずなのですが、ほぼ横ばいで来ているということは、当然その分分母も減っているのだろうというふうに思うのです。ですので、例えばごみとして処理する量を指標にするということとか、そういうふうに率ということでパーセントばかりを追っていくと何かちょっと違うのではないかなというふうにも思うので、そういう意味でやはり平成22年からずっと続けているわけですから、その以前もあるわけで、その流れから追って、指標というのは大胆に変わっていくべきものではないかなと思います。ですので、ここの調書に載ってないところもぜひ必ずこれはやるというものを指標として残すのではなくて、もっと県民の消費生活に改善に向かうような、有用な、そういう指標に直していただけないかなという、これは要望です。

○岩手県建築住宅課

先ほどのホームページのアクセス件数は7月末時点で1万9千ちょっと、2万件弱ということで聞いております。

○沼田委員

1月からですね。

○岩手県建築住宅課

今年度なので4月からです。

○高橋県民生活センター所長

指標全体についての見直しの御意見をいただきました。現在の計画は、平成26年度を終期としておりますので、来年度改定の作業に入ります。年度初めに骨子を示して御議論いただくというスケジュールを想定しておりますが、この中で今貴重な御意見をいただきましたので、まさに県民の消費生活の向上につながるような指標設定を研究して参りたいと考えております。

○川上会長

ほかにはどなたかありませんか。

それでは、次の議題に移ります。(3)平成24年度消費生活相談の概要について、事務局から御説明をお願いします。

○高橋県民生活センター所長

24年度の消費生活相談の概要、いわゆる相談統計についてでございます。資料3により特徴的な点をかいつまんで御説明いたします。

まず、24年度の大きな特徴でございますが、統計の範囲も従来は県の機関で受けた相談を対象としておりましたが、今年度は県、市町村両方で受けた県全体の相談を対象としている点でございます。市町村の消費生活センターの整備が進み、県に寄せられる相談の件数は全体の3割程度に低下しておりますので、従来のように県のみでの相談の分析では県全体の姿を捉えることができないという状況になって参りましたし、このことを昨年度の審議会でも強く御意見をいただいていたものでございます。今年度以降、県全体の集計で分析を進めるということで対応して参りたいと思っております。

では、順次データを見て参ります。1ページを御覧ください。県全体で24年度は1万45件、前年度に比べて230件、率にして2.2%の減少となっております。県と市町村の別で見ますと、県のほうは振興局で大幅な減少をしております、これを主因に21.3%の減となっております。一方、市町村のほうは、市町村のセンターの整備が進みましたので、11.5%の増となっております。

3ページに進みます。ここは男女別、年代別の相談件数を見たものですが、以前は男性のほうが多かったのですが、このところ男女の割合がかなり近くなってきており、24年度はほぼ同じ比率となっております。年代別には70歳代以上が約2割を占めて最も多く、以下40歳代と60歳代で14%と続いております。

4ページから5ページに進みます。ここは商品、サービス別に国の相談統計登録システムに沿った大分類でまとめたものでございます。大体従来と同じような傾向となっておりますが、金融・保険サービス、運輸・通信サービスが上位を占めております。分類の具体

的内容は、右の欄に記載のとおりでございます。

次に、6 ページの下の段から7 ページ、8 ページにかけてのところでございますが、ここは年代別に相談の多い商品、サービスを中分類で見たものでございます。年代間の特徴を見ることができます。20 歳代から40 歳代までのところはアダルトサイトや携帯電話のコンテンツ料等の放送・コンテンツ等に関する相談が最も多くなっております。

他方、50 歳代、60 歳代の年代層ではローンなどの融資サービスが最上位に来ておりまして、70 歳代以上では健康食品がトップに来ております。

10 ページを御覧ください。ここからは参考資料として、県が受け付けた分について、特に注意して動向を見ている相談として4 項目に着目してその中身を詳しく見たものでございます。

1 つ目の多重債務でございますが、これは前年度に比べ 26.1%の減で引き続き減少しております。4 年前に比べますと10 分の1 以下と顕著に減少しているものでございます。

2 つ目の不当請求、11 ページでございますが、これは30 歳代から40 歳代にかけて多く見られる相談でございます。減少傾向にはありますが、年間 458 件と数的には多い相談でございます。内容としましては、アダルト情報サイトに多く見られますワンクリック請求等が半数を占めているものでございます。

12 ページにいきまして、次は利殖商法でございます。相談件数全体としては減少している中で、この利殖商法は増加傾向で推移しているのが大きな特徴でございます。年代的には70 歳代以上の層及び60 歳代のところで多く、男女別には女性のほうからの相談が多くなっているものでございます。

最後、4 つ目は13 ページの健康食品でございます。23 年度は注目するような件数ではございませんでしたが、24 年度に入り急激に増加したのが大きな特徴でございます。今年度に入りまして高水準で件数が推移しております。男女別には女性が83.5%と圧倒的に多く、また年齢別には70 歳代以上で6 割を占めるという状況でございます。

14 ページ以降につきましては、これら4 項目に係る具体的な相談事例でございます。時間の都合上、説明は省略いたします。

○川上会長

ありがとうございます。ただいまの説明に対して御質問ありましたらお願いします。
葛巻委員。

○葛巻委員

例えば12 ページの利殖商法ということで、件数につきましては増加傾向だということの説明いただきましたが、金額はどのように握っているのでしょうか。というのは、件数が減っても、例えば健康食品もそうですが、金額が増えているということは、いろんな意味で消費者の方々はどういう個人個人人気をつけないといけないということを強く伝えな

ればならないかなと思いますので、済みませんが、よろしく願いいたします。

○高橋県民生活センター所長

今年度につきましては金額の分析の部分までは拾えなくて、件数のみのデータの紹介をさせていただいております。

○小向県民くらしの安全課総括課長

県民くらしの安全課で防犯も担当しております、昨日防犯関係の研修会がございまして、その際に県警から、特殊詐欺全体ということで、架空請求とか、融資保証金詐欺、還付金詐欺、オレオレ詐欺といったような被害状況について、公開の資料ということでいただいておりますが、昨年1月から12月まで振り込め詐欺の発生件数が19件、被害額4,231万円、その他の特殊詐欺の発生件数が20件、被害額が6億4,687万円という状況になっているという資料を頂戴しておりますので、御報告させていただきます。

○川上会長

ありがとうございます。

数字上は資料はないみたいなのですが、感覚的にはどんな感じかわかったらば教えていただくということで。

そのほか何か御質問等は。

小笠原委員。

○小笠原裕委員

最近の消費生活問題というのは、カネボウの化粧品の問題等ございましたよね。全国で数千件という数字になっているのですが、本県においてはああいう相談はなかったのでしょうか。もしあったとすればどういうふうな処理対応をなさったのか、あるいはなかったとすれば、万一そういう相談があった場合、どういう対応をなさることになるのかについて教えていただきたいと思います。

○県民生活センター

カネボウについての御相談についてですが、件数的には1件ございました。ただ、その方は既にもうカネボウに御相談されている方で、こちらからも同じような形でカネボウへの相談対応への助言と、あとは消費者庁に対して重大事故の報告ということで上げております。

○高橋県民生活センター所長

先ほど利殖商法の被害額について御質問がありました。23年度の数字を拾ったものがご

ざいまして、実際に払った方について金額を平均したところ 700 万円となっております。

○川上会長

そのほかございませんでしょうか。

沼田委員お願いします。

○沼田委員

まずもって、昨年もこの場で消費生活相談について県だけではなくて市町村も全部含めたものできちっと作ってほしいという要望を出したのですが、今年このような形で県下のものを全部まとめていただいたということで大変よかったと思います。ありがとうございました。

それで、実は後ろに出ている多重債務とか相談事例とかという例をくらしのひろばのモバイルメールで配信されていますよね。私は登録して、常にもらうようにしているのですが、このくらしのひろばのモバイルは情報提供としては非常にいいと思っているのですが、実際に登録されている人は何人ぐらいいるのか。ここの部分、実は指標にはないのですけれども、情報提供としてはこういう部分をできるだけ広く配信するのが一番いいのではないかなと個人的には思っているのですが、ここをもっと拡大していこうとか、そういう目標とかというのはあるのかないのかお聞きしたいと思います。

○高橋県民生活センター所長

現在登録いただいている方々は 1,000 件強でございます。あとホームページと、私どもの広報紙等で呼びかけを行っております。委員にも注目していただいているので、大変ありがとうございます。今後とも普及に努めて参りたいと思っております。

○川上会長

ほかにありますでしょうか。

上野委員。

○上野委員

先ほどのカネボウの件ですが、消費者から県に 1 人連絡が来たという話で、カネボウに連絡したということですが、実際にカネボウが直接被害者把握というか、そういうのはカネボウから県の消費者センターに来ないのですかということと、それからもし県内でそうした被害がないならいいのですけれども、まだ情報をキャッチできなくて被害に遭われたままの人がいるとすれば、もう少し県内で注意してこういう被害も出ていますよというのを発信する必要があると思うので、カネボウからの情報提供とかということが必要ではないかなと思いますけれども、いかがでしょうか。

○高橋県民生活センター所長

カネボウからの被害の調査の状況について、特に都道府県には還元されるというものはございません。私どもは消費者庁を通じて情報をいただいているところでございます。

それから、被害者につきましてはカネボウの会社のほうで営業員の方が顧客を回って歩いて調査しているようでございます。被害に遭った方が放置されているという感じではなくて、会社としても被害者のところへ出向いているようでございます。

あと消費者庁からの注意喚起等を受けて、私どももホームページ等に出させてもらっているところでございます。

○川上会長

よろしいでしょうか。

それでは、次の（４）消費者教育の推進に関する基本的な方針への対応について、それから（５）消費者施策に係る県の取組み方向について、これは関連しておりますので、一括して事務局から御説明をお願いいたします。

○高橋県民生活センター所長

資料４―１に移りまして、消費者教育推進法に伴う本県の計画策定等への対応でございます。昨年１２月に消費者教育推進法ができて、これを受けて今年６月に国の基本方針が示されました。この法律では、県や市町村に対して消費者推進計画の策定と消費者教育推進地域協議会を組織することが義務として記載されております。２つ目の本県における対応でございますが、この消費者教育推進計画につきましては、今ご議論いただいている消費者施策推進計画の情報提供等の分野を充実させて、それをもって本県の消費者教育の計画としようと考えているものでございます。

それから、地域協議会の設置でございますが、これは当審議会ですらそういう役割を担う形としたいと考えております。

資料４―２と資料４―３は消費者教育推進法と国の基本方針について参考までに概要をつけたものでございますが、時間の関係上、説明は省略いたします。

それから、資料５につきましては、次年度の消費者施策に係る県の取組みとして、消費者行政の推進の主体となる私ども県民生活センターにおける次年度の取組み方向について御説明いたします。

まず、本県の消費者行政を取り巻く状況でございますが、１つは消費者行政活性化基金が当初２５年度をもって終了とされておりましたが、１年延長されることとなっております。ただ、その積み増し額が、昨年場合は補正予算も含めて全国枠で６５億円ございましたが、現在は国の概算要求で１０億円に止まっております。この後、消費者庁は補正予算も考えたいとも言っておりますが、昨年度の６５億まで行くかどうかは非常に不透明な状況でございます。事業の選択と集中、あるいは中身の再編、こういったものが迫られているところで

ございます。

それから、消費者教育の推進法への対応もでございます。来年度計画を策定しつつ取組みを始動して参りたいと考えているものでございます。

それから、被災者につきましても、動向を注視して取組みの必要の状況が生じたらすぐに対応がとれるように準備をしておく必要があると捉えております。

こうした情勢の中で、次年度の方角性として4点ございます。1つは、消費者が被害に遭わないための環境づくりにつきまして、予算の動向を見ながらこれまで実施してきた出前講座、各種広報媒体を活用した啓発事業について、成果を検証しつつ、続けて参りたいと考えております。

2つ目は消費者トラブルの解決力の向上でございます。被害救済に直結している弁護士相談につきましては特に優先して予算確保に努めたいと考えております。

それから、県内の消費生活相談員の資質向上に係る研修事業も市町村の消費生活センター支援の重要施策でございますので、これも予算確保を優先して参りたいと考えております。

それから、3つ目は消費者教育推進法への推進でございますが、今までは(1)と(2)が施策の柱でございましたが、次年度は(3)の消費者教育についても施策課題の3つ目の柱と位置づけて学校教育ですとか、福祉と連携した取組みを進めて参りたいと考えております。

それから、被災者への相談対応につきましては、動向を注視して必要があればすぐに行動してまいりたいと考えているものでございます。

○川上会長

ありがとうございます。ただいまの御説明について御質問、御意見を願います。ありませんか。

それでは、以上で本日の予定の議事を終了いたします。

以後の進行は事務局にお返しいたします。

○小向県民くらしの安全課総括課長

ありがとうございました。

4 その他

○小向県民くらしの安全課総括課長

それでは、議事はその他ということになりますが、事務局側から何かありますか。ございませんか、委員の皆様方から何かございませんか。よろしいでしょうか。

5 閉 会

○小向県民くらしの安全課総括課長

それでは、以上をもちまして平成 25 年度の審議会を終了させていただきます。まことにありがとうございました。