

福岡県消費生活審議会議事概要

1 日時

令和2年11月20日（金）14：00～16：00

2 場所

福岡県中小企業振興センタービル401会議室

3 出席者

配付資料中出席者名簿のとおり

4 開会

事務局（県生活安全課）が開会宣言をした。

5 開会あいさつ

山田人づくり・県民生活部長が開会あいさつを行った。

6 議事

（1）福岡県消費生活審議会会長の選出について

事務局が資料1に基づいて説明を行い、委員の互選により蓑輪委員が会長に選出され、蓑輪会長により上田委員が副会長に指名された。

（2）消費者苦情処理委員会委員長・委員及び消費者施策検討部会部会長・委員の指名について

事務局が資料2に基づいて説明を行い、事務局原案のとおり蓑輪会長が指名を行った。

（3）令和元年度の消費者行政の取組みについて

事務局及び県消費生活センターが資料3に基づいて説明を行った後、以下のとおり質疑が行われた。

（蓑輪会長）

令和元年度の取組の概要については、基本的に例年どおりということでしょうか。

（事務局）

特段の変更はない。

（春田委員）

資料3-1の5ページのP I O-N E Tの活用について、P I O-N E Tを活用して各自治体の消費生活相談員と情報共有ができていているということであるが、弁護士会などの自治体の外部から活用することはできないか。

また、資料3-2の6ページの行政指導件数について、他の自治体や例年との比較ではどういう状況か。

（県消費生活センター）

資料3-2の行政指導件数からお答えする。

昨年度の行政指導・処分件数が29件であり、大体年間30件位の行政指導・処分を実施するという内部的な目標を定めており、処分にまで至る事案は年間1、2件。

他の都道府県と比べると、福岡県は8、9位の行政指導・処分件数となっており、九州各県と比べても福岡県の指導実績は高いと思っている。

PIONETの活用については、PIONETは国民生活センターが管理するシステムであるため、福岡県独自では、外部利用は困難。

(事務局)

PIONETのデータそのまま外部に提供することは困難であるが、消費生活センターでは相談の多い案件について、「ホットな消費者ニュース」や「消費者トラブル注意報」といった啓発資料に取りまとめて積極的に情報提供するようにしている。

(千綿委員)

業務停止命令などの行政処分については、処分を受ける事業者からすると死活問題になりかねないため、警察の捜査に近い対応が求められるとともに、慎重に違法性を判断していかないといけないと思っているが、行政としてはどのように対応しているのか。

未成年者の相談が増えているということであるが、成年年齢の引下げとの関係で事業者のターゲットが若年者に向いているといった傾向があると思うが、行政としてどのように対応していくのか。

(県消費生活センター)

行政処分については、県警察から現職の警察官の派遣を受けており、警察の捜査と同様に慎重に違法性の判断を行っている。

また、捜査能力に優れた県警察OBを非常勤職員で任用し、行政職員に対する指導を行っている。

なお、実際に行政処分を行う際には、弁護士の意見も聴きながら進めていくこととしている。

未成年者への対応については、令和4年4月1日から成年年齢が18歳になり、悪質事業者のターゲットにされることが懸念されるため、高等学校、特別支援学校の高等部、大学と専門学校に対して、巣立ち応援事業という啓発出前講座を実施しており、県立学校は全校、その他の学校についても希望があるところは啓発出前講座を実施している。

(安河内委員)

資料3-2の5ページにあるインターネット通信販売での定期購入に関する情報提供が消費者支援機構福岡にも多数寄せられているが、実際に消費生活センターで相談を受けた場合には、どのような対応をとっているのか。

業者自体が福岡の業者じゃないことも多いと思うが、インターネット上のわかりにくい表示などに対して、県から指導したりした事例はあるか。

(県消費生活センター)

通信販売の定期購入については、特商法により何回の契約で郵送料も含めていくらになるかということをしちゃんと表示しないと違法になるが、事業者もそれについてはしっかり表示している。

事業者は、契約の相手方が未成年者である場合は未成年者契約の取消しに応じる場合がほとんどである。また、健康被害が出た場合は診断書を出せば取消しに応じる場合が多い。

それ以外の場合は、申込画面にきちんと書いてないという証拠を消費者が持っていない限り、基本的には事業者は解約に応じない。

また、契約時に見ていなかったと主張する消費者もいて、どうしても払いたくないという方も中にはいるが、そうした方には弁護士の相談とかを受けてもらい、払わないと弁護士事務所から支払督促の通知が来るが、今のところ裁判を起こされたことはないといったリスクを説明した上で消費者に選択をしてもらうようにしている。

(4) 令和2年度の消費者行政の取組みについて

事務局が資料4に基づいて説明を行った後、以下のとおり質疑が行われた。

(上田委員)

1点目は、令和2年度は新型コロナウイルスの問題が非常に深刻で社会生活に影響を及ぼしているが、資料やパンフレットの配布、啓発講座の開催は具体的に人を集めてやったということか。

2点目は、10代、20代の相談件数が増えているということであるが、窓口で消費者が赴くということは、今年度においては困難を伴うこともあると思う。

更に、10代、20代の消費者がトラブルに対して相談をしようというときは、電話を選択するのに消極的でできればネット上で、例えばSNSのようなインターフェースの方が相談のハードルが低いと考えている。

消費生活相談窓口へのアクセス方法の1つとして、例えばチャットやWebフォームで相談受付を行う考えはあるか。

(県消費生活センター)

一点目について、今年度は集合することが難しかったため、消費生活相談員や行政職員に対する研修会の開催方式を全てウェブ開催に変更している。

また、消費生活サポーターというボランティアを育成する講座についても、ホームページ上で誰でも閲覧できる方式に変更した。

ただし、動画を閲覧した後にボランティアの登録までつながるケースが少なく、来年度の実施方針を検討しているところである。

また、各市町村においても、ホームページ上で啓発チラシを閲覧できるように工夫をしていると聞いている。

二点目のチャットやWebフォームで相談受付については、現在国でも検討中であり、一部の先行自治体ではそういった取組を始めているところもあるため、将来的に導入する可能性はある。

ただし、実際に定型的に回答できる相談は限られているという問題があり、また、メールなどで回答した内容の一部が切り取られて拡散するといった危険もある。

ただし、委員のご指摘のとおり若い人が電話よりもそういった手段を好むというのはそのとおりだと思うため今後研究していきたい。

(春田委員)

チラシによる情報提供の方法について、若者にどうやったら届くかという問題意識での発言だが、冊子とかチラシとかいろんな教材とかが置いてあっても、なかなかそれが本当に届いてほしい人に貰ってもらっているのかと疑問をもっている。

インスタグラムとかT i c - T o c、Y o u T u b e でもいいが、高校生や若い人たちがよく

観る動画と動画の間に広告が配信されるが、こうした広告動画で啓発するという手法も考えられる。

相談についても、同じ問題があり相談件数が減っているが、相談が必要なケース自体が減っているわけではないと思っている。

実際に事件に遭った人達に聞いてみると、事業者に電話をかけても繋がらないとの声が聞かれる。

LINEなどのSNSで最初から最後まで相談するのは大変だと思うが、一番最初のきっかけのところだけでもSNSで相談に誘導して「以降の対応は消費者生活センターに電話してください。」とかそういった仕組みを工夫するべきと考える。

(事務局)

SNSでの相談受付については、国の方で試行を始めているようであるため、先行事例である徳島県や広島県の動向も見守りながら本県も研究してみたい。

(千綿委員)

資料4-1の23ページの全国の消費者安全確保地域協議会の設置状況だが、福岡県が39か所で設置されており、かなり進んでいると思うが、引き続き各市町村を含めた行政消費者問題の連携が取り組めるように取り組んでいただきたい。

また、各市町村で活用できる補助金の用途についてお尋ねする。

弁護士会では弁護士が間に入ってトラブルを解決するコロナADRという仕組みを設けており、キャンセル料のトラブルなどの解決手段として一つ選択肢に入れていただきたいので、情報提供する。

最後に、12月1日から自然災害債務整理ガイドラインとあって、債務整理の方法で弁護士費用も捻出できないような方に対して、かつ、ブラックリストにも載らない債務整理方法がコロナの被害に遭った人については活用できるようになるので、情報提供する。

(事務局)

消費者庁の地方消費者行政強化交付金を原資として、市町村の消費者行政担当部局に対して、消費者行政の推進に係る費用の補助を行っている。

その主な用途は、消費生活相談員の人件費や啓発経費、相談員が国民生活センターの研修に参加するための旅費などが補助対象となるほか、消費者安全確保地域協議会の構築等に関する経費についても補助対象となるため、市町村にもこうした補助金も活用してもらって、消費者安全確保地域協議会の設置促進を要請している。

(中山委員)

成年年齢引下げへの対応が今年度及び来年度は必要と考えているが、コロナ禍の状況下で実際に学校に出向いて集合型で授業を行うというのは非常に厳しいと考えており、司法書士会では授業を収録した動画も動画を何らかの媒体で提供したり、リモートツールを活用することを検討している。

一点目は、資料4-1の19ページの巣立ち応援事業の今年度の実施状況について、教えて欲しい。

二点目は、集合型以外でリモートなどで授業や講座を行うなどの工夫をしてれば、教えて欲しい。

(県消費生活センター)

今年度の巣立ち応援事業の実施状況についてご説明する。年度当初は年間で186回の実施を予定していたが、11月20日時点の申込み状況は157回となっている。また、今年度はコロナの影響で実施できないという県立高校は9校となっている。

集合型とかリモートとかの方法の工夫については、「校内放送で実施」とか、「一つの学級で実施したものを動画に撮影して学年で共有する」といったケースがあるなど、各学校で工夫してやっけていただいている。

(5) 福岡県消費者教育推進計画（第2次）の実施状況について

事務局が資料5に基づいて説明を行った後、以下のとおり質疑が行われた。

(林委員)

日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会では、「集まらない消費者啓発」ということで、今年はパワーポイントにナレーションを吹き込み、YouTubeチャンネルに掲載するなど、集まらないでも消費者が各自で観てもらおうといった消費者啓発の手法を工夫しているので、情報提供する。

また、4ページにプラスチック資源循環促進に関する事業が記載してあるが、今後はエシカル消費といった概念も普及していただきたいと考えている。

県でもこれからエシカル消費にも力を入れていただきたいが、今後の消費者教育としてどのように考えているのか、教えて欲しい。

(事務局)

エシカル消費については、消費者教育の範囲に入っているものの、通常の消費生活相談・啓発にとどまらず非常に広い概念であり、紹介したプラスチック資源循環の関係も環境部で実施しているので、庁内横断的に情報共有しながら広い意味での消費者教育を進めていきたいと考えている。

なお、消費者庁も非常に広い意味での消費者教育を、徳島県に拠点を設けて進めており、福岡県からも徳島県の消費者庁の拠点に職員を派遣して国の取組みを研究している。

(林委員)

消費者被害防止や消費者心理を育てるという意味でも、エシカル消費の考え方も非常に親和性が高いと考えており、一緒に教育できるので、是非力を入れて総合的に取り組んでいただきたい。

(春田委員)

エシカル消費という概念も含めると、どこまでを消費者教育の範囲にするかという線引きも難しい問題だと思うが、最近学校ではSDGsに関する教育が普及してきており、SDGsの教育と一緒に授業で教えると学校現場では意外に受け入れられると思う。

一方でやはり、小学校や中学生の義務教育の早い段階から、一回契約したら一方的に解約できないであるとか、ネットショッピングなど通信販売にはクーリングオフは使えないといった当たり前の消費者教育を小さいうちから繰り返し教育していくことが重要であると思うので、新しいSDGsの普及とあわせて、義務教育段階からの消費者教育の積上げが大切であると思う。

(蓑輪会長)

消費者教育計画推進計画については、計画自体は本審議会で一括して審議することになっているが、資料5の1ページ目の右上の方に消費者教育推進の具体的な方向を書いているが、審議会

では方向性については色々と議論をしているが、具体的な実施については様々な主体との連携で実施するという部分も多いことから、審議会から意見として各自治体や団体などに対して、アドバイスをしていくというようなことは有効と考えているので、今後の連携の仕方についても課題であると思う。

(6) 県からの情報提供について

事務局が資料6に基づいて説明を行った。

7 閉会