

第 54 回広島県消費生活審議会議事録

1 開催日時

令和元年 11 月 26 日（火）10 時 00 分から 11 時 45 分まで

2 開催場所

サテライトキャンパスひろしま 504 中講義室（広島市中区大手町 1-5-3）

3 出席者委員

田中委員，豊田(博)委員，長井委員，林委員，横田委員，石橋委員，衣笠委員，竹下委員，寺岡委員，門田（代理・岩永）委員，山田委員，石井委員，大西委員，滝村委員，豊田(哲)委員，明岳（代理・加川）委員，小坂（代理・瀬川）委員

4 議 題

- (1) 会長の選出及び会長職務代理者の指名について
- (2) 「広島県消費者基本計画（第 3 次）」の策定について

5 担当部署

広島県環境県民局消費生活課消費政策グループ TEL (082) 513-2730 (ダイヤルイン)

6 会議の内容

(1) 開会（事務局）

委員総数 19 名中 17 名が出席しており，広島県民の生活の安定と向上を促進する条例施行規則第 3 条第 2 項により，定足数を満たしていることを確認した。

(2) 環境県民局長あいさつ

(3) 委員紹介及び事務局紹介

(4) 議事

ア 会長の選出及び会長職務代理者の指名及び諮問書の手交について

- ・広島県民の生活の安定と向上を促進する条例第 10 条第 1 項の規定による会長の選出について，衣笠委員が豊田（博）委員を推薦し，異議がなかったため，豊田（博）委員が会長に選出された。
- ・環境県民局長から豊田（博）会長に諮問書を手渡した。
- ・豊田（博）会長が，田中委員と衣笠委員を議事録署名委員に指名した。
- ・同条例第 10 条第 3 項の規定による会長職務代理者の指名について，豊田（博）会長が長井委員を指名した。

イ 「広島県消費者基本計画（第 3 次）」の策定について

- ・事務局から，議事資料 2 により，広島県消費者基本計画（第 2 次）の検証について，議事資料 3 により，消費生活相談の状況について説明した。

(意見交換・質疑応答)

(委員)

先ほど報告のあった，専門家相談の件数について，市町の相談窓口と県庁の相談センターをつないで行う ICT を利用した件数，県センターの総件数とも減っているように

見える。周知はされていると思うが、増えていかないのは、現状分析からどういうことが考えられるのか。

(事務局)

県として周知が不十分なところはあると思うが、市町の方でも、相談者や相談員の日程が専門家相談日とあわないなどの問題があると聞いており、十分な利用がされていないという状況である。

ただ、利用された相談者からは、その市町では直接弁護士に相談する機会もなかったが、顔を見ながら適切な道筋をつけてもらい、心強かったという意見もあるので、引き続き取り組んでいきたいと考えている。

(会長)

これは、弁護士がスタンバイしておき、事前予約をした相談者がくるというやり方か。

(事務局)

そうである。相談日が決まっているので、事前に予約してもらい、相談員が相談内容を整理し、当日短時間でも適切に助言まで終わられるようにしている。

(会長)

弁護士会は、積極的に対応されているのか。

(委員)

決められた相談日に、弁護士が交代で県のセンターで待機している。

(委員)

2次計画の目標の「5年後の広島県の姿」として、「窓口の役割が県民に理解され、相談しやすい身近な存在として認知度が向上しています」ということが書かれているが、議事資料2の検証のところを見ると、認知度が目標80%に対して70.1%と下回っているし、若者の認知度は、70%の目標に対して40.5%とかなり乖離している。消費者の相談窓口を利用してもらうには、まず認知してもらわないとどうしようもないと思うが、どのような取り組みをしていて、目標に達しない原因をどう認識しているのか。

(事務局)

一般の認知度が横ばいで推移していることについては、マスコミの活用や広報啓発資料を使った講座を通じて、窓口の周知を図るための活動を数多く行ってきたが、取組の効果を測るようなPDCAを回せていなかったということではないかと考えている。

特に、若者については、目標としていた70%に対して40%前後という結果を見ると、SNSなどを活用し、親しみやすいキャラクターを使った啓発サイトを運営し発信しているものの、なかなか若者に届いていないと思われるので、第3次計画に向けて効果の検証を含め、より効果的な打ち手を検討したい。

(委員)

この認知度は、どういう指標なのか。

(事務局)

県の補助で消費者団体連合会が組合員に対して実施したアンケートをもとに集計した県民意識調査である。

(委員)

組合員に対するアンケートでこんなに低いのか。

(事務局)

70%という数字について、7割の人しか知らないと認識するのか、あるいは7割の人が知っているとして認識するのか、今後目標設定をするにあたって、悩みどころだと考えている。第3次計画の中で関係者の意見を聞きながら検討していきたい。

(委員)

広島消費者協会では、協会員及び一般市民を対象に、「消費生活意識調査」を毎年行っており、今年の集計結果を見ると、認知度が85.5%であった。「無料相談できる消費生活センターを知っている」のは85%程度だが、「実際相談しましたか」ということになるとかなり低くなる実態がある。

(委員)

今回、広島県生活衛生同業組合連合会から参加させてもらった。この連合会は、喫茶店から興行、社交家、理美容店、浴場などの13団体で構成されており、議事資料の基本的方向2「消費者の選択の機会と安全・安心の確保」の施策目標4の「商品・サービス・食品の安全性の確保」に関し、我々13団体の組合員には、今回のHACCPの導入など、県のような担当課から届く「安全の確保」に関する情報を提供しているところであるが、一番心配なのは、最近の若い人たちがほとんど組合に入らないということ。入っても、1年ぐらいで意味がないとやめていってしまう人が多く、こういう組合員でない人たちに対して、県はどのような形で対応していくという考えなのか。

(事務局)

衛生同業組合関係以外にも、様々な業界団体を通して私どもの情報を届けたり、研修を行ったりしているが、そこに加入されていない事業者に対してどのように情報を届けなければいいのか良い案がない。指導をしなければならないというほどのことでもない限り、手を出せない状況である。

(委員)

事業者から、消費者のクレームによって変な噂が広まると、お店とかメーカーの商品が売れなくなって困っているという話を聞いている。消費者教育というと、被害に遭うのを防止するというを中心に学校教育を行っているが、消費者の権利を主張しすぎてしまう人がいる。消費者の義務・権利とのバランスをどう図るのが難しいかいつも思っている。それについて何かあれば教えてもらいたい。

(事務局)

市町の消費生活センターも同様であると思うが、県のセンターも、自分の思いを強行に押し付ける、要求が過剰な人からの相談が入ったときの対応に苦慮している。消費者教育の中で契約とはどういうことなのか、また、マルチ商法では、加害者になる場合があるといったことも含めて、被害を受けるだけではなく、そのような側面での教育も今後は必要ではないかと考えている。県としても、賢い消費者になるための教育について、第3次計画の検討の中で、実施する講座の内容を含めて考えていきたい。

(委員)

たまにそういう相談はある。その人は本気でそう思っており、インターネットで検索すると、その人と同じような意見が出てくる。そこには、「消費生活センターに行ったら解決した」、「金が返ってきた」と書いてあったから交渉してくれ、取り返してくれと言われる。その時は、消費生活センターの意義であるとか、何ができるかということの説明しながら、寄り添いながら、こういう考え方もあるよということを少しずつ伝えていくというやり方をしている。そういう相談者に、消費生活センターはよくないところだと書き込みをされても困るので、寄り添いつつもクレーマー的なものに利用されない、というバランスをとりながら対応するというのを常々考えている。その辺りのさじ加減は、県のセンターの相談員に直接電話できるホットラインもあるので、経験が短い相談員も、先輩相談員に意見を聞きながら対応しているところである。

(委員)

相談員の御苦勞をお察しする。

(会長)

高齢者への情報提供は難しさがある。自分自身も、自分の仕事に関連するものは頑張って読むが、例えば、教習所の教本などは捨てることはないが、読まないからだんだん増えて積んでおくだけになる。高齢者への情報提供は、今後ますます増えていく中で、難しい課題かなと思う。その辺りの工夫は何かあるか。

(事務局)

言われるとおり、本人に、窓口を知ってもらったり、こういうトラブルが多いので気を付けてほしいということを認識してもらうことは難しい。テレビや新聞などに取り上げてもらって周知を図っていくというやり方ももちろんあるが、地道にできることとして、市町の相談窓口の相談員が地元の高齢者サロンなどを回り、顔が見える状況で、「今こういうことが起きているから注意してほしい」、「何かあったら相談を受けるから大丈夫」だと思ってもらえるような取組である。

県の役割としては、マスコミを使う、広報誌を活用するということになるが、そのような市町の取組を合わせて実施していくことで、高齢者本人に対する認知度を上げていく取組をしている。

(委員)

広島県老人クラブ連合会には約10万人弱の会員がいる。会員の中にオレオレ詐欺とかに引っかかる人が結構いるということで、老人クラブとして何とか阻止したいということから、5分ぐらいのDVDを2本制作された。こちらから見ると、なぜ騙されるのかと思うが、高齢者特有の「相談するのが恥ずかしい」とか思い込みとかそういうところがうまく表れているDVDであり、それを使って普及啓発をされている。団体、消費者の側もそのような工夫をしている。

(委員)

介護施設で高齢者と接して、色々な相談を受けている。施設でも寸劇とか介護者教室を設け、詐欺は恐ろしいということを伝えている。しかし、来てくれる高齢者はよいが、家から出ない高齢者もたくさんいる。そういう人をどう支援したらいいかということであるが、高齢者はテレビをよく観るので、テレビでの広報の回数を増やしてもらうのが重要だと思う。通信販売の番組は頻繁にやっていて、30分以内に電話するとお得だと言われると、高齢者はすぐ乗ってしまう。同じ時間帯に消費者トラブルの広報を少し入れてもらえると、認知が高まるのではないかと思う。

(委員)

議事資料2の2ページに高齢者の5割弱がだれにも相談しないという結果が書かれているが、これは相談できる環境がないのか、相談できる人とのつながりがないのかなど、高齢者が置かれている状況が影響していると思うが、これは市町によって差があるのか。例えば、この地域は相談件数が多いとか。

(事務局)

資料に記載している数字は、消費者庁が平成30年度に行った消費者基本調査で、総じて高齢者の約半分が相談しないということを書いているが、細かく県の状況は、例えば市町ごとに千人当たりの相談件数をみると、この市町は相談が多い、あるいは相談が入っていないなどの格差がある。高齢者の中でも独居だから相談されないのか、例えば架空請求ハガキとわかっているから誰にも相談せず無視するなどの自己解決をされているのか、そういう踏み込んだ状況はこれらの調査等では把握できておらず、その辺りは課題だと思う。今後、アンケートや意識調査をやっていくにあたって、その辺りを明らかにできるような項目の設定を考えていきたい。

(会長)

市町での取組状況はどうか。

(委員)

当市では、消費生活相談員が警察OBということで、警察との連携がうまくできている。何かあったときは警察に電話してほしいと防災無線での放送もしている。当市の場合、消費生活相談は防災の部署が担当しているが、防災の出前講座と一緒に行って、最後の10分ぐらい紙芝居などを作って消費トラブルについて気を付けることを伝えている。相談員は16時までなので、その後の相談は、県につなぐようにしている。

(委員)

当町では、高齢化率が50%を超えており、きめ細やかな情報提供のため、独居高齢者や小中学生に対して、リーフレットを毎年送付している。ただ、今までの委員の話を聞いて考えてみると、独居高齢者へリーフレットは送るけど、認知・認識されているかどうかというところは不明である。確かにテレビの方が高齢者にとっては、情報が入手しやすく、認識されやすいのではないかと思う。高齢者を見守る立場の民生委員、地域包括支援センター、社会福祉協議会、飲料配達業者などの人に声掛けをしてもらって、些細なことでも相談してもらおうようにしている。

町への相談件数は少ないが、当町も警察と連携をとって、消費者被害があった場合は、即座に防災無線を通じて発信するなど、消費者被害の防止に向けた情報提供を行っている。

(会長)

この2市町は、比較的うまくいっていると思う。

ここまでは、とりわけ「消費者被害の防止と救済」とそれに関する相談体制、高齢者、地方での状況といったことを取り上げてきたが、ここからは、民法の改正問題などもあるので、消費者教育の話題に移りたい。

(委員)

高校生から大学生ぐらいの若年者の消費者教育について、議事資料3の5ページを見ると、30歳未満の相談件数が減少傾向とあるが、これは学校教育で消費者教育に注力してもらっている成果ではないかと思う。議事資料2の基本理念に、「自ら考え自ら行動できる消費者」そして後半は「消費者被害のない」という文言があり、後ろの方の「消費者被害に遭わない、回避する」ということにかかなり軸足を置かれていると思う。先ほど、今後の課題のところにもあったが、この被害に遭わないということがとても大事だと思う。私が現場で教えていて感じるのは、被害に遭わないために、最近の事例、例えばフィッシング詐欺などがとても多いが、それが本物なのか偽物なのか、具体的な見分け方という話をすると、理解しやすいようだ。つい先日、福岡県の高校家庭クラブ連盟の講演会でも、講演後のアンケートで見分け方の説明が大変良かったという意見があったし、授業していてもそう感じる。これは高齢者でも同様だと思うが、いろいろなことに注意してください、ということは大事ではあるが、具体的にこれとこれは違う、これだったらいけないという例があると、わかりやすいと思う。真偽の見分け方、ポイントを手短かに教えるということが学生たちに理解しやすいというのを実感している。それと、「権利と責任」も本当に大事で、学校教育で教えている。国民年金の話から契約の話まで、全てのところで必ず最後にこれを押さえるようにしている。でないと、自分さえ得すればいいと、そういう発想になるのが一番危険なので、法律ではこうなっているが、決して悪用してはいけないということを教えている。若いうちに法律を知り、それを悪用するのは恥ずかしいという道徳心を育む倫理教育、それを含めた消費者教育が大事ではないかと思う。

次に、後半の被害に遭わないというところで、今後は、自立した消費者ということが大事になってくると思う。成年年齢の引き下げもある。現時点では、高校卒業して大学進学時に賃貸契約を結ぶときに、保護者が一緒に行かないと契約が結べないが、今後は自由に自分で行って契約が結べてしまう。その時に、賃貸契約だけではなく、借家人賠償責任保険とか火災保険とかの契約もあり、これは2年で更新しなければならないが、この重要性がわかっていないと、「お金がかかるのは嫌だ」という気持ちで、よくわからずに通知を捨ててしまったら困ることになる。あとは、大学生の間に国民年金にも加入しないといけないが、これもDMと同じように捨ててしまうと未加入になってしまう。若いうちは、年金という老齢になってからと思いがちであるが、障害者年金は若くても関わってくるので、必ず加入する、今払うのが難しいのであれば、学生納付特例をする、そうしておけば、万が一障害者になったとき、資格期間には加算される、というような基礎的な部分の話は高校卒業前の段階で必要ではないかと思う。

それから、CtoCについても非常に多い。周りの学生もよくオークションで買い物をしている。事業者と消費者との取引とは異なり、法律の保護が少ないので、自己責任になってしまう。先ほどの見分け方、出品している人が信用できるのかどうか、それを見分けるにはどういうところに着眼すればよいのか、最初から答えを言うのではなくて、問いかけによって考えさせるとしっかり入ってくる、だから授業の方法も含めた教員の研修といった場での工夫をすると、より効果的な消費者教育ができるのではないか。

(会長)

委員が実践しておられる授業の様子をお伺いしたようなところだと思う。また、PTAという観点から見ると、小学生からスマホ使っていたりするという現状を今後どう考えたらよいのか。

(委員)

大阪の小6の子供がスマホで誘い出された事件があったが、親は監視していたとは言いながらも、結局は外部とつながっているところは、親も確認ができないし、SNSで外部の見知らぬ人と話をしていてもわからない状態なので、スマホを持たせるときにフィルタリングをかけることを親が知っていないといけない。子供への教育はもちろん必要であるが、それを持たせる若い世代の親も抵抗感がないと思う。消費者教育をするときには幅広い年代、今は70代、80代でも、携帯が壊れたから買いに行くと、スマホに変えることがあるので、幅広い年代に対する消費者教育をぜひ考えてもらいたい。

(委員)

教育というと、子どもたちのことを思いがちであるが、65歳以上の方が結構被害に遭われている。まさに女性会のメンバーもすっかり高齢化して、一番騙されやすい年齢の集団かなと思う。結構、被害に遭ったとか遭いかけたという話はよく出る。女性会でも寸劇とか漫才とか落語とかで消費者被害の話題をなるべく入れるようにしているが、難しい話をしてもなかなか頭に入らないので、笑いを取り入れたりすると、覚えられることが多い。いろんな講座の後に、消費生活センターの方から、10分、15分、こんな被害が多いですよと話をされ、その時に話を聞いてリーフレットをもらうが、あとでもらったリーフレットを見ないので、テレビの方がいいのかなとは思う。被害に遭った時に消費者センターに相談したのかと聞くと、なかなか相談センターまで行きついていない。

被害に遭った、遭いかけたという話は非常によく出るので、何回も繰り返し話を聞いていく中で、相談につながっていけばいいと思うので、繰り返し寸劇とかで紹介はしているが、存在は知っていても、相談に行くまでが敷居が高い感じがしている。通販番組での被害など、「何かあればすかさずここへ」という感じで告知を入れるなどもっと工

夫をして、相談できるというのを認知してもらうことに力を入れてほしい。
(委員)

日頃は現役の相談員をしているが、今日は、全国消費生活相談員協会の会員の立場で発言する。そこでは、「劇団ええじゃん」という劇団の寸劇を見てもらい、皆さんに消費者トラブルについて学んでもらうということをしている。最近要望が多いのが、自分たちが寸劇をしたいという要望を女性会からもたくさんいただき、その時には、自分たちが寸劇をする、そして寸劇をすることによって自分たち自身が学ぶ、ということができていると実感している。市の消費者協議会にも劇団があり、市内のあちこちへ行って寸劇を見せて、市の消費生活センターの紹介をしてもらっている。シナリオを作るにあたっては、間違った情報を伝えてはいけないので、とにかく難しいことは言わないように、細かいところは消費生活センターへ相談するよう宣伝をお願いしている。おかげで、消費者協議会の寸劇を見たが、同じことが自分の身にも起こったから電話した、ということがたくさんあった。寸劇は結構残るという意味では役に立つと思う。これは高齢者への教育。

若者については、消費者庁から平成30年度までにすべての高校へ「社会への扉」という消費者教育の副教材が配られたと聞いているが、福岡県では、全国消費生活相談員協会が委託事業「令和元年度巣立ち応援事業」を受け、この副教材に基づきパワーポイントを作り、協会の会員が現場に赴いて高校生、大学生、保護者へ教育を行っている。副教材とパワーポイントを一体化したものを作って、できるだけクイックラーニングの形で届けるというもの。成年年齢の引き下げもあるので、ぜひ今回の施策の中にこれから社会に出て行く人に総当たりで教育をしていきたい、いただきたいと思う。

私は長いこと相談員をやっている中で、キャッチセールスやアポイントメントセールスで、20歳前の人を呼び出して、無料でエステをやってあげて、あなたまだ成人前なのね、20歳になったらお誕生日にやってあげるからまた来てね、と言われて何の疑いもなく、20歳になって店に行くと多くの契約をしてしまうという相談を数多く受けてきた。その時は母親からの相談だったが、20歳になりたてでクレジット契約を3つしていて、200万円近くの借金を背負っているという人もいた。本当にやせた子なのに、痩身エステやサプリ、下着などの契約をさせられて、総額200万円近く。こんなひどいことをするのかと、その時は相談員魂が燃えた。そんな相談が数多くあった。今回の成年年齢引下げということをむしろ喜んで業者がいるのではないかと、とても心配に思う。総当たりで若い人への教育、周りにいる先生や保護者への教育、消費者トラブルに被害に遭わないような施策を盛り込んでほしいというのが現場からの願いである。
(委員)

エステ被害は、大学生でも非常に多い。お試しを安価で軽く受けたら、すごいローンを組まされる。その時に、彼女たちはリボ払いの利息の多さを意識できていないから、具体的に金額を提示する。卒業旅行のため50万円借りたのを3年半ぐらいで返すと、利息を10数万円払うことになる、数字を具体的に見せる。それで利息というのは、わかりやすく言うと捨てるお金だと、旅行にもう一回行けると言う、リボ払いがどういものかが理解できる。だから、そういう頭と心に残るような授業や教材を持つてくのがよいと思う。寸劇というか、現場ではロールプレイングというが、あれは先ほど言われた通り効果的な教材で、以前はセリフ集があったのでそれを読ませていたが、自分たちで作らせるととても生き生きと作る。先ほどの高齢者に関する話を合わせて考えると、作ってもらった寸劇をテレビで流すとか、そういうことをすると、作る方もものすごくいいものを作ろうと頑張ってくれるのではないかと、見ている方も、短い時間でもこういうことが危ないんだなと気をつけなきゃと思ってもらえるのではないかと

た。

あと一点、自転車事故での賠償責任が非常に増えているということ、生協からは、本人が請求するだけでなく、賠償する側になるケースも増えているという話を聞いている。あとは車の免許を取り始めるが、自賠責保険というのは責任なんだと、それだけでは足りなくて自動車保険に入らなければならない。なので、自分に必要なのは何かということ自分でわかって選択をするためのベースになる知識を持っていないと、「難しい」、「わからない」、「人に任せよう」となるが、ちょっと知っていると、新聞とかニュースとかが頭に入ってくる。自分で学ぶ基礎になるので、ぜひそこを高校までの授業の中でベースのところを教える、そうするとニュース聞いて、新聞を見てわかるようになる、それが家庭にも波及していくと、親子の中で循環するので、ぜひ学校教育でそのようなことを取り入れてもらえればと思う。

(委員)

最近自営だと若い人がインターネットを使った販売とかやっていて、今消費者教育の話聞いていた時に、消費者教育の中に犯罪者にならないということも入れてほしいと、ふと思った。多分犯罪者になる若い人は、良い消費者じゃなかったのではないかと、消費者教育がちゃんと行き届いていたら、加害者にはならないのではないかと思った。被害を受けないためには、まず被害を与える人を減らさないといけないと思う。

(委員)

また高齢者のことになるが、最近認知症の方が増えている。ある事例では、宅配の牛乳販売店が来て、高齢者は言われるままに毎日3本の牛乳を契約した。あとで気づいて、その人に聞くと、そんなの知らない、契約してないと言われる。販売業者に聞くと契約書はちゃんとあったが、本人が納得していないので取り消してくれとお願いして止めてもらった。今後、認知症の人に向けて、業者がいろんな手段で近づいて来ると思うので、業者に対しても適正な指導が必要ではないかと思う。本人が理解しないまま、何十万円もする布団を買わされたという事例も結構聞く。

(委員)

J Aグループの組合員も、高齢者が非常に増えている。以前はJ Aと組合員は仲がよく、なんでも話ができるという状況だったが、組合員の高齢化や若い人の加入で、少しずつ関係が薄くなってきているように感じる。今多くのJ Aで月1回全戸訪問しているが、その取り組みの中で、何でも相談できる関係を作らないといけない。いろんな話をする中で、組合員とか地域の方と連携しながら横展開が図っていけないのではないかと思っている。現在は、ネット利用が多いが、高齢者はそんなに簡単に利用できるわけではないので、移動購入車や移動金融を走らせたり、小さい店舗やGSも頑張っているところだが、利用者が減ってくると維持も難しくなるので、地元でも大切にしていきたいと思っている。先ほど出ていた過剰な要望も確かにある。そこらも組合員の教育というか中に入って調整するようにしている。

(委員)

我々の新聞では、振り込め詐欺であるとか、オレオレ詐欺であるとか、そういうものの防止で特集コーナーを作り、いろんなことをやっているが、取材してみて驚くのが、被害に遭われた人、高齢者やその手前の方もいるが、事例とか、どういう手口とか、よく知っているはずなのに、実際そういうことに遭遇すると気が動転してしまって、判断が正常にできなくなるという話が出てきた。だから接触を断つ、あるいは、暗証番号を聞き出してお金を引き出されるので、暗証番号ではなく、例えば指紋とか顔認証にするなど、そういった被害に遭わないための方法を考えていく必要があると思っている。手口も話術もかなり巧妙なので、これに対抗していくのは大変だと思うが、そこをもう少

し頭の片隅に入れておいた方がいいと思う。

(委員)

高齢者が被害に遭うと金額が大きくなりがちで、若い人たちの相談件数は少ないということであるが、若者も被害に遭っていないというわけではない。5年ぐらい前に卒論関係で調査した結果では、ネットショッピングなどで、6割以上の学生が被害に遭っている。ただ、ネットでの取引はそういうものだと思って受け入れてしまっているのだから、相談にはいかない。例えば、広島バスセンターにも消費生活センターがあるが、あの辺りで買い物はしてもセンターの存在には気が付かない。何かあったら相談しようという意識がないので、目につかずにさっと通り過ぎてしまう。

また、リボルビング払いで払いきれない借金を抱えている学生も結構いる。相談に行くのは本人ではなく親。そういうことが問題だというのは、高校までの家庭科で教えているはずなのに、ぴんと来ていない。身近な家族とか、親しい友達とかに相談してアドバイスをもらえたら解決できると思うが、被害に遭ったら遭いっぱなし、泣き寝入りが多い。データで出てくるのは相談した人だけなので。そういう人をどうするか、何かあったら相談に行きなさいと教えてはいるが。

(委員)

先ほどの「社会への扉」の最後のページにそれに関することが載っており、他人に言うのが恥ずかしいと思いきり泣き寝入りをする、余計に悪質事業者がはびこってしまうことになる。自分が被害に遭ったことを何とかしたいとか、公表するとか、センターに相談するという行動をとると、自分自身が解決できるだけでなく、さらに他の被害者を防ぐことができ、悪質事業者を取り締まることができる。だから他への影響も配慮できる消費者になっていこうというのが最終的な目標となっている。これまでの家庭科教育に加え、消費者庁はその辺りに注力してこのリーフレットを作られたようなので、その思いを現場でぜひ教えていただけたらと思う。

ウ その他の意見について

(意見)

(委員)

先ほどから広報というか、消費者トラブルの注意喚起の徹底のことが出ていたが、年々消費者行政の予算が減っている。消費者庁発足時は、私どもも大変期待していたが、毎年5月の消費者月間に開催していた「消費者のつどい」の規模が小さくなってきて、とうとう今年度は広島市の予算措置ができず、開催できなくなった。このため、当協会が、これまでこのイベントの中で実施していた寸劇もできなくなってしまった。素人にはあるが好評だったので残念だった。しかし、毎年、行政、事業者、消費者の三者が一体となって消費者問題を考える「消費生活広島コンファレンス」を開催しており、今年度は「消費者被害に遭わないために」をテーマに開催したが、その事前勉強会をしたときに、県警の方が大学生の「サイバー犯罪ボランティア」を連れてこられて、そういう活動をしている若者が存在することを初めて知った。そこで、コンファレンスのパネラーにもなってもらい事例発表をしてもらった。今日来て思ったのは、若い人への消費者教育もあるが、審議会のような場に、委員には無理かもしれないけれども、オブザーバーのような席を設けて、若い人たちの意見も聞くといいのではないかなと思う。

(審議終了)

(6) 閉会

7 会議資料一覧

議事資料 1 諮問書 (写)

議事資料 2 広島県消費者基本計画 (第 2 次) の検証について

議事資料 3 消費生活相談の状況について

参考資料 1 広島県消費生活審議会について

参考 広島県消費者基本計画 (第 2 次) 施策の実施状況一覧 (H27~30)

広島県消費者基本計画 (第 2 次) 平成 27 年 3 月