

審議（会議）結果

次の審議会等を下記のとおり開催した。

審議会等名称	神奈川県消費生活審議会		
開催日時	令和 7 年 11 月 6 日（木曜日） 13 時 30 分から 15 時 40 分まで		
開催場所	西庁舎 6 階災害対策本部室及び Teams によるハイブリッド開催		
【役職名】出席者	【会長代理】芳野直子、大内綾子、大根田純一、小野由美子、三瓶清美、清水徹、白鳥勉、高田かおり、田中知巳、富田祐、野沢重和、矢野裕美、山口由紀子		
次回開催予定	令和 8 年 5 月		
問合せ先	くらし安全防災局くらし安全部消費生活課 企画グループ 小田原 電話番号 045-312-1121（内線 2653） ファクシミリ番号 045-312-3506		
下欄に掲載するもの	議事録全文	議事概要とした理由	—

第 23 期第 5 回神奈川県消費生活審議会
(神奈川県消費者教育推進地域協議会)

[答申]

食品表示基準の改正に係る神奈川県消費生活条例第 10 条に規定する事業者が遵守すべき表示基準の一部改正について

[報告事項]

- (1) 前回諮問事項の答申後の動きについて
- (2) 令和 6 年度消費生活相談概要について
- (3) 前回審議会のフォローアップ
- (4) 「かながわ消費者施策推進指針」に基づく令和 8 年度事業計画について

[議事]

- ・事務局が委員の過半数を超える出席を確認し、成立する旨を発言した。
- ・会議の公開について確認し、以後、会長に議事を引き継いだ。
- ・審議会から同意を得て、会議を公開した。
- ・審議会から事務局へ答申をした。
- ・資料 1-1 に基づき報告事項（1）について、事務局から説明を行った。

(芳野会長代理)

ただいまの報告について、ご質問、ご意見などがありましたらお願いいいたします。

(意見等なし)

(芳野会長代理)

では、次に令和 6 年度消費生活相談概要についての審議に入ります。

[議事]

- ・資料2に基づき報告事項（2）について、事務局から説明を行った。

(芳野会長代理)

ただいまの報告について、ご質問、ご意見などがありましたらお願ひいたします。

(白鳥委員)

数字だけを見ると非常に増加している状況が見受けられますが、地域性や市町村ごとの傾向、それから1件あたりの被害金額が年々増加している点を分析できれば、状況をより明確に把握できるのではないかとも思われます。特に地域性については、該当地域に対して集中的に対策を講じることが必要ではないでしょうか。

(芳野会長代理)

今のご指摘につきまして、もしデータがあればお答えいただくとともに、今後それについての公表など、お考えがあれば事務局よりお願ひいたします。

(岩本相談第二G L)

まず、市町村別の特徴に関しましては、データ集の中に各市町村、各消費相談窓口の相談件数を記載しております。しかしながら、その中で地域の特性、例えばどの地域でどのような相談が多いかといった分析については、現時点では未対応であり、お答えできる状況にありません。

(安部相談第一G L)

補足いたしますと、県の方でデータ集を公表しており、その中に市町村別の受付件数を記載しております。市町村は自管内のものしか受付ができないため、その市町村別の件数と、県全体での受付件数を合わせたデータを公表しております。また、会社の居住地ごとの情報についても記載がございます。そのため、年度ごとの比較は可能です。

ただし、相談体制の変更（例えば窓口の受付時間の延長や短縮など）がある場合には相談受付件数に影響が出ることがあります。そのため、県内全体の状況を把握している限りでは、極端にある地域で相談件数が増加するといった傾向が年間を通じて確認されるわけではありません。

しかし、特定の地域においては、一時的に特定の業者が市内をローラー作戦的に回った結果、相談件数が増加するケースがございます。このような場合、市町村の巡回訪問を通じて情報を得た際には、市町村ごとに迅速な対応を行っている事例が散見されます。例えば、有線放送で注意を呼びかけるといった対応をしている市町村もあることを確認しております。

(芳野会長代理)

先ほどのご質問にあった金額等については、データとして残っているのでしょうか。

(岩本相談第二G L)

金額に関する点につきましては、まず相談を受けた消費者がどの程度の金額で契約を行ったのか、またその契約に基づきどのくらいの金額を支払っているのかといった情報がございます。

さらに、相談内容によって、例えばクーリングオフの案内を行い救済された金額がいくらであったかといった点についても、「PIO-NET」（全国消費生活情報ネットワークシステム）に入力するための項目が設定されています。

そのため、令和4年度まではこれらの情報を集計しておりましたが、現在ではそれが必須項目ではなくなったと聞いております。その結果、手元には参考資料として数値を算出したデータがあるものの、県のホームページへの掲載は中止している状況です。

(高田委員)

高齢者に関する苦情相談についてお伺いしたいのですが、現在、高齢者は「前期高齢者」と「後期高齢者」という区分に分けられており、制度面も含めて75歳以上と未満で行動や生活の状況に違いがあるのではないかと思います。

そこで、この高齢者に関する相談内容について、前期高齢者と後期高齢者の内訳まで把握されているのでしょうか。その点について教えていただけますでしょうか。

(岩本相談第二G L)

高齢者に関するデータは把握しております。まず、集計を行う際には各年代で絞り込む形で処理を行っております。具体的には、65歳以上の高齢者と申し上げましたが、システムの構成上は60代以上、70代以上、80代以上といった10年単位で分類しています。そのため、こうした年代ごとのデータにつきましては、ホームページ上のデータ集に掲載している状況です。

(田中委員)

点検商法が過去最高となり、一向に減少しない状況であるというのが、近年の傾向であると認識しております。そこで、特に消費生活課における事業者への指導について、どのように実施されているのか具体的な対応策を教えていただけますでしょうか。

(松井指導G L)

現在のご質問は事業者への指導に関する話だと思いますが、まずは苦情件数を把握し、その件数を基に個別に対応を行っております。そのため、具体的な事例についてはお答えが難しい場合もございます。

ただし、随時苦情情報を収集し、業者の悪質度を判断しながら、毎月業者に対する指導を実施している状況です。

(南川消費生活課長)

補足で、松井から申し上げた内容についてですが、指導を行う際には、まず消費者からお話を聞くことや、相談内容を詳しく確認することで、事実であれば法違反となる可能性があると判断される事例を見つけた場合に、その内容を事業者側に伝えながら指導を行っています。

特に、悪質な事業者の場合、消費者が指摘していることについて「消費者が勝手に言っていることであり、自分たちはそのような行為をしていない」といった主張を行うケースがあります。そのため、こうした言い逃れを許さないためにも、「多くの消費者から同様の指摘や苦情が寄せられている」ということを伝えながら指導を進めが必要です。

指導の具体的な方法としては、対象となる事業者を私たちの執務室に呼び、説明を行い、理解を促しています。

また、適格消費者団体に作成していただいた事業者に向けた啓発資料なども活用しながら、特定商取引法において訪問販売のやり方に関する禁止事項が規定されていることを明確に説明し、指導を行っている状況です。以上です。

(芳野会長代理)

他に、相談概要についてご意見等ありますでしょうか。

(意見等なし)

続きまして、先ほど私から答申をさせていただきましたが、答申後の手続きがどのように進められるかにつきましては、事務局よりご説明いただきたいと思います。

[議事]

- ・資料1-2に基づき事務局から説明を行った。

(芳野会長代理)

ただいまのご報告について、ご意見等ありますでしょうか。

(意見等なし)

[議事]

- ・10分間の休憩時間とした。

(芳野会長代理)

次の議題は、「前回審議会のフォローアップ」となっておりますが、最後の議題である「かながわ消費者施策推進指針に基づく令和8年度事業計画」と併せて、事務局からご説明をお願いします。

[議事]

- ・資料3、4-1、4-2に基づき事務局から説明を行った。

(小野委員)

令和8年度の事業の方向性につきまして、内容を整理していただき理解が深まりました。施策の推進の方向性について特に異論はございませんが、参考までに一つ確認させていただきたい点がございます。

資料4-1の3ページに記載されております、見守りネットワークについての項目に関する内容です。この取組みでは、高齢者の見守りネットワーク構築に関わる支援を進める事業が示されています。認証を得るために支援を行うことは非常に重要であると認識しておりますが、一方で、現在「準備中で継続して支援を続ける」とされています認証獲得に向けた解決すべき制約や課題、阻害要因について具体的に教えていただきたいと思います。

たとえば、手続きの方法や必要なノウハウに関する課題や、予算、あるいは人員配置の問題があるのかもしれません。また、この課題が神奈川県特有の事情によるものなのか、もしくは制度の仕組みそのものに問題があり、国が進めるべき内容であるのか、といった背景の理解が必要ではないかと思います。事業を効果的に推進していくためには、こうした課題に対する具体的な解決策を検討する必要があると考えています。

以上、認証を得るために解決すべき具体的な課題についてご教示いただけますと幸いです。よろしくお願ひいたします。

(坂本消費者教育推進G L)

見守りネットワーク構築についてですが、多くの市町村が構築に至っていない理由として、主に次の点が挙げられます。

まず、1点目は、地域の総合連絡会の人的体制が手薄であり、見守り活動に十分な人員を裂く余裕がないという状況です。人的リソースが不足していることが大きな課題となっています。

2点目は、現在国が示している見守りネットワークの仕組みです。国が提示しているネットワークは、いわば円卓方式とでも言いましょうか、多くのステークホルダーが一堂に会し、連携を深めながら協議会を構成するといった形を想定しています。つまり、自治体内のさまざまな関係機関や団体、プレイヤーを横断的につなぐ形でのモデルとなっております。

一方、現在、高齢者の見守りを実施している市町村の実情としては、消費生活担当部門が中心となり、警察、民生委員、民間団体など、地域内の各関係機関と連携しながら、個別に高齢者支援を行う「ハブ型」の取組みが主流となっています。こうしたハブ型の活動形態は、現在の国が示している方法に沿わない部分があり、認められないケースがあるという状況です。

このような現状を踏まえて、今後、国に対し自主的な運営やハブ型の取組みを認めてもらえるような働きかけを行いながら、事業の方向性を進めていきたいと考えております。以上です。

(小野委員)

どちらかと言えば、国が指示する方向性に対し、実情に即した対応を進めるため、これを伝えていくことが重要であるということなのかなと感じました。したがって、2つの方向性があるように思います。

1つ目は、現在の仕組みやルールに基づき、県内でサポートを進めていく方向性。2つ目は、地域の事情などを踏まえ、現在の枠組みが実情に必ずしも合っていない可能性があることを国に伝え、必要な修正や適応を求めていく方向性です。

お話しいただいた内容から、この2つの方向性が見えてきました。今後も引き続きこの点について継続的なご報告をいただけすると大変助かります。どうぞよろしくお願ひいたします。

(矢野委員)

令和8年度の事業の方向性について、私見を述べさせていただきたいと思います。資料にも示されている通り、キャラクターやタレントの利用は非常に有効な取組みであると私も考えております。

しかしながら、先ほどお話にあった65歳や70歳といった世代に関連し、高齢者といえば「落語」と結びつける発想を持つ方が多いのも確かです。この点について、落語は高齢者層との相性が良いという側面がある一方で、例えば秦野市役所では何年にもわたりロビーで落語を流していたものの、実際に利用されることは少なく、結果的に壁になって誰も視聴していない事例があります。このように具体的な活用方法が本当に有効であるかどうかについては慎重に精査する必要があると思います。

また、関連する話として、杉村太蔵さんを金融分野で何年も活用されている事例がありますが、この活用方法についても検討が必要かと感じます。杉村氏には一定の集客力があり、会場には彼の親衛隊のようなファンが集まるこどもありますが、実際に講演内容が「消費者力の向上」や「消費者目線」に合致しているかという点には疑問があります。むしろ「お金儲け」にまつわる話が中心であるように見受けられます。そのため、講演や活動の内容について十分に精査し、依頼先を慎重に選定すべきであると考えます。さらに、こうした選定のプロセスでは、一部の関係者のみではなく、一般の方々の意見を取り入れることも重要ではないでしょうか。

そして、最後に消費者団体への支援についてお伺いしたいのですが、具体的にどういった支援を行っていこうと考えておられるのでしょうか。かつては「東の横浜、西の神戸」と言われるほど横浜には多くの消費者団体が存在し、活発な活動を行っていた時期がありました。現在は小規模ではあるものの活動を続けている団体も存在しているかと思います。県として、これらの団体をきちんと把握された上で、どのような支援を考えているのかを率直にお聞かせいただければと思います。どうぞよろしくお願ひいたします。以上です。

(坂本消費者教育推進G L)

まず、タレントに関する件についてお答えさせていただきます。今回、たまたま晴之助さんにオファーをさせていただきましたが、特段晴之助さんに固執したというわけではありません。他にも、例えばミスター・マリックさんや榎原郁恵さんなど、さまざまな候補が挙げられ、その中で最も広報効果や啓発効果が高いと判断したため、晴之助さんを選出した次第です。決して落語家を優先しているわけではありませんので、その点を補足させていただきます。

次に、杉村太蔵さんについてですが、以前杉村太蔵さんにお願いした際には、国の関連団体（現在のJ-FLEC）の資金が入っており、その団体から選定に関するリストが示され、その中から選ぶ形となっていました。そのため、限定的な選択肢の中で選定されたという経緯がございます。

ただし、ご指摘の点も踏まえ、本年度につきましては杉村太蔵さんを再び起用する予定はなく、別の方を選出してより効果的に金融・経済教育を実施できる形を検討しております。現在、そのための準備を進めている段階でございます。

(小山企画G L)

資料4-1の「Y-0001」に記載されている適格消費者団体との連携に関する部分についてですが、こちらは適格消費者団体に対して交付金を活用した財政面での支援を行うという趣旨となっ

ております。現在も交付金による支援を継続しており、今後もその支援を引き続き実施していく予定でございます。

(矢野委員)

適格消費者団体が消費者団体の一つであることは理解しておりますが、それが決してすべてではないと思います。適格消費者団体への支援が進む一方で、神奈川県では本当に小規模な消費者団体が埋もれてしまっているのが現実ではないでしょうか。

私自身も適格消費者団体のメンバーではありますが、その構成としては弁護士や相談員の方々などが中心となり組織されているのが適格消費者団体と認識しています。一方で、そういった属性に該当しない、これまで長い間地道な活動を続けてきた団体については、県が団体として認めていかないのではないかという印象を受けます。

意見交換会や連携の場においても、常に声がかかるのは適格消費者団体であるように感じています。この点について私の視点が偏ったものでしょうか。率直にお伺いしたいと思います。

(小山企画G L)

適格消費者団体以外の消費者団体への支援についてのご意見として受け止めますが、この件につきましては、基本的に県からの補助金という形ではなく、国の交付金を活用して支援を行っております。

そのため、交付金の要件上、全ての消費者団体を対象とすることは想定しておりませんが、金銭的な支援ではない部分についてのご意見については理解いたしましたので、今後の検討課題として受け止めさせていただきたいと思います。

(南川消費生活課長)

補足ですが、消費者団体への支援について、現在、金銭的な支援、例えば交付金や補助金を提供することは、以前とは異なり、財政的に厳しい状況であるという認識です。そのため、現状においては、小規模な消費者団体も含めて、各団体の活動内容を県民の皆様に広く知っていただく取組を通じて、消費者団体と県民が連携して進められる活動を支援していくという方針でございます。

また、県が作成している消費者教育用の資料や啓発用物品については、必要に応じて消費者団体へお渡しし、活動の中で活用していただきたいと考えています。こういった資料や物品の提供も、引き続き行ってまいりたいと考えております。

次に、タレントやキャラクターに関する件ですが、先ほど説明が不十分だった部分もあるかと思います。資料に掲載されている写真やタレントは、昨年度及び本年度に起用した方々であり、高齢者に向けた広報活動では、高齢者に馴染みの深い認知度の高い方を選定しています。

さらに、高齢者の見守り活動に関連しては、若い世代、例えばお子さんやお孫さん世代の方々にも、「おじいちゃん、おばあちゃんをこういった点に注意して見守りましょう」といった内容を伝える必要もあると考えております。そのため、この世代にも訴求力を持つキャラクターや広報の方法を選択することも重視しております。

広報媒体についても、タウンニュースを活用している事例を挙げましたが、それ以外にも、街中で多くの方々の目に触れる場所や媒体を利用する工夫を行い、広報効果を最大化していきたいと考えております。これにより、見守りが必要な方々を多くの方々に認識していただき、その支援につなげることを目指しております。

なお、現在、財政当局と詳細を調整している段階であり、確定事項ではございませんが、キャラクターやタレントの選定を今申し上げた方針を基に進めていきたいと考えております。また、消費者団体につきましては、財政面での支援が難しい状況ではありますが、現状の取組みを引き続き継続し、新たな支援の可能性についても検討してまいりたいと考えております。

会議についてのご指摘に関しては、現在、一部の消費者団体のみが参加している状況がございますが、その点については、消費者団体の方々からお話を伺いつつ、必要に応じて検討していきますので、引き続き、消費者団体や支援についてご意見をお寄せいただければ我々もそのご意見を参考に進めていきたいと考えております。

(富田委員)

新たな取組みに関して、キャラクターやタレントの利用による広報啓発について、効果をより高める観点から、若い世代のタレントよりも高齢者層に知名度のある芸能人を起用する方がより効果的ではないでしょうか。

例えば、榎原郁恵さんのような方は既に60歳を超えており、高齢者層の認知度が高いのではないかと感じており、そのようなタレントの活用についてご検討いただければと思います。

(坂本消費者教育推進G L)

ご高齢の方に向けて訴求していくことはもちろんですが、同時にそのご家族や若年層といった方々に向けても訴求していくことが重要であると考えております。そのため、高齢者層だけでなく、幅広い世代に効果的に広報啓発ができるよう、タレントやキャラクター、場合によっては複数の手法を活用していきたいと考えております。

(大内委員)

資料4-1の10ページに記載されている職員及び相談員向け研修についてお伺いしたいのですが、「契約弱者に配慮した相談対応研修」として障がい者等の特性に配慮した相談対応を図るための研修を実施するとあります。障がい者と一口に言っても、障がいの内容は非常に幅広く多様であると思います。

そこで質問ですが、具体的にどのような障がいを想定して研修が計画されているのか、またその内容について詳細を教えていただけますでしょうか。

次に、意見となります。相談者である障がいをお持ちの方々についても、障がいの種類によって相談方法がわからないケースや、適切な対応が難しいケースがあるかと思います。そのため、相談を受ける職員や相談員向けの研修も重要ですが、障がいをお持ちの方々に向けて、ロールプレイと言いますか、「相談の練習」を行う機会を設けることも大切なではないでしょうか。

具体的には、障がい別に相談を受ける際の手順や流れを練習できる場を提供することで、当事者が相談しやすい環境を整える試みが必要だと考えます。また、指針改定の中で「障がいを持つ方に当事者目線で丁寧に対応する」という方針が示されていたことを踏まえ、そうした視点をさらに具体化する取組みを進めていただければと思います。

(安部相談第一G L)

契約弱者に配慮した相談対応研修につきましては、県では年間合計で20回を超える研修を実施しております。その中の1つとして毎年テーマを設定し、研修を行っております。

昨年度は、身体障がいをお持ちの当事者の方を講師としてお迎えし、合理的配慮に関する内容について、相談事例の紹介やご自身の考えについてお話をいただきました。今年度は、「障がい」というテーマではなく主に「高齢者の心理的特徴」というテーマで臨床心理士の先生に講演いただき、その内容をオンラインで配信しています。高齢者の心理的特徴においては、例えば思い込みが強くなるといった傾向が挙げられるため、こうした特性も踏まえ、消費生活相談員が高齢者に限らずさまざまな方に適切に対応できるスキルを向上させることを目的として研修を実施しております。

相談員向け研修につきましては、相談員が毎年変わるわけではありませんので、継続して研修を受けてくださる方も多く、市町村や県の相談員として積極的に参加していただいております。その時に現場の職員が工夫しながら、社会問題の理解を深め、相談対応のスキルアップにつながる内容を提供できるよう研修計画を策定しております。昨年度、今年度はこのような内容で実施しております。

また、障がいをお持ちの方への相談対応については、この年間テーマ研修以外に、県の相談員向けに精神保健福祉士による相談指導も行っております。例えば、精神障がいをお持ちの方からの相談対応が困難だった事例を振り返りながら、精神保健福祉士から「再度ご相談があった際にどのように対応するのが最善か」を伺い、今後の対応スキルを向上させる取組みを行っています。このような振り返りの時間を設けることで、より良い問題解決ができるよう相談員の対応力向上を目指しております。

なお、こうした精神保健福祉士の相談指導の機会は特に県の相談員が利用することが多い状況

ですが、形式的には市町村の相談員も希望すれば受けることができる仕組みとしております。そのため、市町村にはご案内を定期的に行い、ぜひご利用いただきたい旨をお伝えしております。

(坂本消費者教育推進G L)

練習というお話がございましたが、障がい者向けの消費者研修について、昨年度から実施しており、今年度も引き続き取り組んでいます。現在、年間で7回程度実施している状況です。

この研修では、講師やアシスタントが実際にオファーを受けた障がい者団体や関係機関に赴き、マンツーマン形式やロールプレイを交えた研修を行っています。この形式は、障がい者の特性に配慮した内容を実現する形となっており、より個別具体的な対応を研修の中で学ぶ機会となっています。

なお、研修の講師は基本的に消費生活相談員が務めています。この取組みを継続していくことで、相談員側にもさまざまな障がいの種類やレベルに応じた知識が習得され、対応力が向上していくものと考えております。

(富田委員)

「契約弱者」という表現について、私自身が知的障がいを抱える当事者であることから、この言葉に対して違和感を覚えています。「弱者」という言葉にはあまり良い印象を持てず、胸に刺さるような感覚を覚えましたので、この表現に代わる、より適切で当事者として受け入れやすい言葉選びについてご検討いただければと思います。

(南川消費生活課長)

「契約弱者」という言葉につきましては、消費者庁をはじめ一般的に使用されている表現でございますが、当事者の方からの貴重なご意見として受け止めさせていただきます。

なお、「契約弱者」という表現は障がい者に限定したものではなく、高齢者、若年層、社会経験が乏しい方など、契約に関する知識や経験が不足している方々全体を対象として使用している用語でございます。特に、契約時において知識や経験の不足から不利益を被るおそれがある方々を包括的に指しています。

そのため、この言葉が特定の個人やグループを「弱者」として位置づけようとしているものではないことをご理解いただければ幸いです。ご指摘につきましては、今後の表現のあり方について検討する際の参考とさせていただきます。

(野沢委員)

資料4-1の8ページに記載されている「消費者力の育成・強化の取組みの方向性」についてですが、一番上に挙げられている「消費者教育教員研修」に関して、現場においては家庭科と結びつきやすい現状があるように思います。しかしながら、多くの学校では家庭科教員が非常に少ない状況であり、1~2名程度しか配置されていないため、その教員が研修等に参加することで家庭科の授業が成立しなくなる可能性があるという懸念がございます。この状況を踏まえ、家庭科教員だけでなく、他教科の教員が参加できるような仕組みや柔軟な運用の指針を設けていただくことで、研修の効果を最大化できるのではないかと考えます。この点についてぜひご検討いただければと思います。

次に、11ページに記載されている「事業者への指導等による消費者の利益の保護」について、この取組みの中で、悪徳業者の公表、具体的には、「相談が何件寄せられている」といった情報を公表することは可能かどうかについてお伺いしたいと思いますが、消費者が事業者を選ぶ際の参考になるよう事業者名を公表することは難しいのでしょうか。

(坂本消費者教育推進G L)

教員研修については、確かに家庭科の先生方が多く参加される傾向はございますが、その他にも公民の先生など、特定の教科に限定せず、幅広く参加を呼びかけている状況でございます。そのため、特定の教科に偏った研修というわけではないと認識しております。

ただし、ご指摘の通り、学校の先生方は皆さん非常に多忙であるため、研修に参加する時間を確保するのが難しい場合もございます。そのような事情を踏まえ、例えばオンデマンド形式の研

修など、時間の制約がある先生方でも参加しやすい形を今後検討していきたいと考えております。

なお、家庭科と生活科の研修について明確な区分が難しい部分もございますが、現在は社会科や商業科を含め、さまざまな教科の先生方にもご参加いただいており、幅広い研修となっている状況でございます。

(松井指導G L)

処分や指導についてお尋ねの件ですが、まず処分に関しましては、現状においてその内容を公表している状況でございます。一方、指導におきましては、相手方の理解を得ながら進める必要があるため、現時点では事業者名まで公表することはできていない状況です。

なお、統計的な情報につきましては、ホームページ上で公開しておりますので、そちらをご活用いただければと思います。現状ではこのような対応を進めている旨、ご了承いただければ幸いです。

(高田委員)

取組みの全体的な内容については非常によく理解できました。これを実施するにあたり、1点確認させていただきたい事項がございます。

先般、東京都の消費生活相談員の方々と意見交換をした際に伺った話ですが、現在非常に苦情件数が増加しており、特に契約に関する相談が多く寄せられているとのことです。そのような状況に対応するため、相談員の人数が不足していることが大きな課題となっているそうです。東京都では頻繁に募集を行っているものの、なかなか人手が集まらず、相談業務で手一杯となり、そのほかの業務、例えば消費者教育の分野まで手が回らないという現状があるとのことでした。

神奈川県の令和8年度の取組みは素晴らしい内容だと思いますが、相談業務の担い手となる相談員について、現状十分に対応可能な体制が確保されているのか、あるいは不足している状況なのかについて、教えていただければと思います。

(安部相談第一G L)

相談員の人員につきましては、神奈川県では定員が20名となっており、現状その枠内で対応しております。昨年度および今年度の途中まで1名の欠員がありました。現在は補充が完了し、20名全員が揃っている状況でございます。幸い神奈川県は交通の便にも恵まれており、最も遠い地域からは開成町や他県から通われている相談員もいるため、なんとか人員を確保できている状況です。

しかしながら、ご指摘の通り人材不足の懸念はございます。県でも消費者庁との意見交換の際に、資格取得者数について伺う機会がありました。資格自体を取得される方は増加しており、特に定年後の方や退職後の方、また企業在籍時にお客様相談室などで経験を積まれた方が取得されるケースが多いとのことでした。

しかし、相談員として具体的に困りごとの相談に寄り添い、対応できる能力を持つ方が十分に確保されているかという点では、依然として課題がございます。また、主に市町村で採用される相談員は会計年度任用職員が多く、フルタイムではない職員が約90%以上を占めています。そのため、新卒の大学卒業者を相談員として直接採用するのが難しい現状もございます。

こうした人材不足の課題に対応するため、国も「担い手確保事業」などの取組みを進めている状況です。我々も消費者庁と連携しながら、この課題に対処していく必要があると考えております。

一方、神奈川県では市町村支援を行う消費生活相談員にリーダーを含む10名を指定し、給与面での手厚い支援を行うとともに、自覚を持って活動いただける体制を構築しております。この指定相談員の方々が消費者教育の講師役を担い、より充実した講座の運営を行っています。

例えば、障がい者向けの出前講座では、説明をわかりやすくするため寸劇を取り入れたり、カードを活用した選択肢の簡単なクイズを実施したりするなどの工夫を行っています。この際、講師経験のある相談員と、経験の浅い相談員がアシスタントとしてペアを組み、講座内容の充実と相談員の講師経験の向上を同時に図っています。

神奈川県においては、現在のところこうした取組みを実現できるだけの人材と体力を維持して

いる状況です。今後も継続して課題解決に努めてまいります。

(高田委員)

まさしく、A C A Pの会員の中には、定年退職後に消費生活相談員として応募し、活動されている方も多くいらっしゃいます。しかしながら、企業のお客様相談室での対応と、消費生活相談センターでの相談業務では非常に性質が異なり、そのため一から勉強し直す必要があるという話をよく伺っております。ご説明ありがとうございました。

(芳野会長代理)

以上で、全てのご質問とご意見をいただき尽くしたようですので、意見交換につきましては、これをもって終了とさせていただきます。

本日も長時間にわたり、活発なご意見を賜り誠にありがとうございました。これにて、第23期第5回消費生活審議会を閉会いたします。長時間のご協力、大変お疲れ様でした。次回は令和8年5月にお会いできることを楽しみにしております。

(以上)

資料	<ul style="list-style-type: none">・答申書 神奈川県消費生活条例第10条に規定する事業者が遵守すべき表示基準について・資料1－1 神奈川県消費生活条例の改正について・資料1－2 神奈川県消費生活条例第10条に規定する事業者が遵守すべき表示基準の改正について・資料2 令和6年度消費生活相談概要について・資料3 審議会委員意見のフォローアップ・資料4－1 「かながわ消費者施策推進指針」に基づく令和8年度計画の概要・資料4－2 「かながわ消費者施策推進指針」に基づく令和8年度計画及び令和7年度事業実績（9月末時点）
----	--