

消費生活審議会委員の意見のフォローアップ

資料2

※ 本文中の意見の通し番号は、「[期]-[回]-[No]」を表します。（例：「22-2-1」は、22期第2回のNo.1を指します。）

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	2	1	矢野 委員	検証評価に関しては、概ね納得する部分もあるが、かなり甘い検証になり評価になっていないのではないか。審議会で、対象者の方たちが発言できるような機会を設けて欲しい。少なくとも若者に関しては、県の施策に関して、どういうふうに評価するのか聞く機会を設けてはどうか。	継続	【第22期第4回修正】 今後の指針の改定にあたっては、事業評価の視点をより強く意識して体系・構成を検討していく。 また、より多くの若者の意見を集めるため、若者に対するアンケートの実施等も含め、機会を増やせるよう努めていく。 昨年度実施事業の評価については、審議会の場で委員の皆様と共に検証できるよう、県としての課題認識についてのみ報告することとした。	企画
22	2	2	庭野 委員	啓発グッズを作った場合それに対する評価を、定量的に行うことが大切だ。	継続	22-2-1に同じ	企画
22	2	3	白鳥 委員	資料を白黒で複製した際に、字が出ない部分がないよう、校正をお願いしたい。	継続	【第22期第4回修正】 現在、資料を作成する際にはユニバーサルデザインを考慮して作成している。 今後資料を作成する際には、委員ご指摘のとおり白黒で複製することにも配慮していく。 また、「かながわ注意・警戒情報」は白黒印刷で配布することを前提として作成しており、引き続き配慮した上で発行していく。	推進 相談 第二
22	2	4	天野 委員	情報を届ける対象者へのヒアリング等によって、啓発方法のニーズを把握し、事業に反映していただきたい。	継続	さまざまな理由で社会との交流が少なくなってきた方など、行政の意図がなかなか本人に届かない場面があることは承知している。 消費者安全確保地域協議会等を通じて対象者まで情報を届けるより良い方法を確認するなど、個々のターゲットごとに、どういう形で発信すれば必要な方に必要な情報が届けられるかについて継続的に検討していく。	推進

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	2	5	高梨 委員	紙媒体等の啓発は本当に有効なのか。インパクトのある動画で広報することにもっと力を入れて欲しい。	継続	紙媒体については、老人会等からの配布希望も多く、啓発資料として一定の効果があると考えている。 デジタル化したほうが良いもの、紙の方が効果的なものなど啓発するターゲットによって費用対効果も考えながら工夫していく。	推進
22	2	6	高梨 委員	県内にはリフォーム協会があるが、かながわ宣言の参加団体には入っていない。ぜひ現行の参加団体以外にもっと輪を広げていただきたい。	継続	【第22期第4回修正】 御意見を踏まえ、住宅リフォーム関係の事業者団体に宣言加入への働き掛けを行い、令和6年3月22日に3団体が宣言団体として加入した。 今後も宣言の趣旨に賛同いただき、ともに適正な勧誘の実現に向け活動できる団体に対し、新規加入への働き掛けを行っていく。	指導
22	2	7	川口 委員	神奈川県は高齢者見守りネットワークの設置は鎌倉市1市のみということだが、先進的な事例をやっている自治体をバックアップする、消費者安全確保地域協議会に入っていただくようにする等を、検討いただきたい。	継続	【第22期第4回修正】 高齢者への見守りの重要性については各自治体とも認識が一致しているが、「消費者安全確保地域協議会」という形では実現していないのが現状である。ただ「協議会」を作ればよいというわけではなく、実効的な「協議会」が実現するよう、県として時間をかけて必要なバックアップをしていく。 令和5年度に実施した市町村へのヒアリングを活かし、今年度は、さらに実効性のある働きかけをしていく。	推進
22	2	8	川口 委員	ツイッターはお金のかからない啓発のツールだと思う。例えば、高校生への消費者トラブル啓発のために各高校に向けて、フォローしてもらうよう働きかけを行ってはどうか。	継続	【第22期第4回修正】 フォロワーの獲得は大きな課題と認識しており、今年度より出前講座の受講者に向け、消費生活課のX（旧Twitter）のフォロー促進PRを講座内で実施するとともに、令和5年度に課内の若手職員で構成するフォロワー獲得プロジェクトチームからの提案を受け、実現に向けた検討を行っている。	企画

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	2	9	高田 委員	インフルエンサーにSNSでつぶやいてもらおうと、その年代のファンに届きやすいと聞いた。このような方法も考えられるとよいのではないか。	継続	22-2-8に同じ	企画
22	2	10	川口 委員	県のサイトを見ると、悪質商法目安箱の他に、申出制度や、景品表示法のフォームもある。意見を述べたい人がどれを選んで入れたらいいかわからないと思う。目安箱を1つにまとめる等、簡素化されれば、いろんな悪質商法情報が入ってくるのではないか。	対応済	【第22期第4回修正】 御意見を受け、基本的には「悪質商法目安箱」に通報してもらうよう、「県への申出、情報提供（通報）について」のページを7月13日に修正した。 なお、令和5年度における「悪質商法目安箱」への通報件数は115件と令和4年度の53件から倍増した。 今後も通報いただいた情報を事業者指導に活かしていくよう取り組む。	指導
22	2	11	添野 委員	今年度の取り組みの中で、特に新しくやるところ、或いはこういうところを変えたということがもう少しわかるようにご説明いただきたい。	対応済	【第22期第4回修正】 指針の改定にあわせて、事業計画・実績資料で、計画期間内に新規・変更した事業がわかりやすくなるよう、説明方法を検討する。 事業計画を報告する際、新規或いは取り組み方法に大きな変更があった事業については、新たな取り組みという項目で報告することとした。	企画

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	2	12	望月 委員	高校生は、ボールペン・クリアファイルは予備校等からたくさん配られていて、生徒たちは自分のお気に入り の筆記用具を持っている。そういった現状も踏まえて、御検討いただきたい。 今は高校生にも、一人1台、デバイスが配備されているという時代になっている。グッズよりも、むしろ、家 庭科や公民の授業の中で、デバイスにあらかじめアプリをインストールさせる、SNSのフォロワーになっても らう、といった啓発をすることで、かなり生活に密着した消費者教育ができるのではないか。	継続	【第22期第4回修正】 高校生など若年者への啓発グッズについては、本人 の嗜好もあって日常的に使ってもらうのは難しい部 分も少なからずあるが、限られた予算の中で配布す る数量も考慮しつつよりインパクトのあるものを選 んで配布していく。 e モニターアンケート調査結果を踏まえ、今年度も クリアファイルを配布する予定であるが、消費者教 育ワーキング・グループ等現場の意見を取り入れ て、デザインをシンプルにしたり、A4版にするな どより使いやすいものに変更する。 SNSやアプリの活用などは有効な啓発であると認識 しているが、実現に向けては予算措置や教育委員会 との連携など解決すべき課題もある。 令和7年度の予算化に向けて、消費者教育ワーキン グ・グループ等を活用して現場の意見を伺いなが ら、こうした啓発が展開できるかを含めて検討をし ていく。	推進
22	2	13	濱川 委員	今後は、一人1台端末が進んでいることから、デジタルでの教材も工夫していただけると、より現場は助か る。	継続	教材を、新しくデジタル化していくには時間もかかり 消費者教育ワーキング・グループ等でも紙媒体の 方が使いやすいとの意見もある。 デジタル化したほうが良いもの、紙の方が効果的な ものなど啓発するターゲットによって費用対効果も 考えながら工夫していく。	推進
22	2	14	角田 委員	消費者被害救済検討チームの課題に関して、近年は消費者被害救済委員会への付託案件はないように思う。今 後、より積極的に取り組んでいただきたい。消費者被害救済検討チームの実績を見ると、もう少し回数を増や して取り組む方がいいと思う。	継続	【第22期第4回修正】 消費者被害救済検討チームを、これまで4半期に一 度の開催だったが、タイムリーに対応できるよう、 随時開催に変更した。 ただ、結果的に令和5年度には消費者被害救済委員 会への付託案件はなかったため、付託案件の確保等 に向け、必ずしも検討チームの枠組みにとらわれる ことなく、より積極的に取り組む。	指導

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	2	15	角田 委員	犯罪的なトラブルが増えているというような状況の中で、警察との連携をより密にする取組みを積極的に行う というようなことも必要ではないか。	継続	【第22期第4回修正】 県・政令市・県警の会議体（消費者被害拡大防止連絡会議）の場などでの情報共有・情報交換を引き続き行う。 また、指導等の対象となる事業者の手口は日々、悪質化・巧妙化しており、県警との連携が一層重要になっていると認識している。 そのために、悪質と思われる個別事案については、内容を精査の上、県警への情報提供や対応の相談を不断かつ迅速に行い、適切な事業者指導等につなげていく。（22-3-2と同様）	指導
22	2	16	沼尾 委員	若い世代は、SNSで直接やりとりをする形での相談や、対応を求めているのではないかと思う。また、相談のあり方が、電話とメールに限られている。LINEで相談をする等、多様な相談の仕組みというものが構築できないかと思う。	継続	令和4年度に、消費者庁において、「SNSを活用した消費生活相談（SNS相談）の実証事業」が行われており、また、令和5年7月に消費者庁及び国民生活センターが発表した「消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプラン2023」において、「多様な消費者のニーズにあった窓口、手段」が検討されている。このことから、今後の消費者庁の実証実験結果や、令和8年度から導入予定と一部報道されているデジタル・トランスフォーメーションによる新たな相談システムの検討状況を注視し、またセンターの相談体制を勘案し、実施の可否を判断する。	相談 第二

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	2	17	菊池 委員	事業者に関わる情報を商工会議所の県連に依頼すれば、県下の14の商工会議所に一斉に周知することも、その14の商工会議所が末端の事業者にも周知することも可能だ。経済団体は他にもあると思うが、様々なアプローチをしながら、県の情報をできるだけ事業者知ってもらおうという努力も、必要ではないか。	継続	【第22期第4回修正】 令和5年10月24日の県商工会議所連合会専務理事会に出席し、事業者指導の状況に係る情報提供や悪質な事業者の排除に向けた協力依頼を行った。今後も県商工会議所連合会を始めとした経済団体との連携を図っていく。 また、今後、神奈川県中小企業団体中央会及び県商工会連合会の理事会において、事業者指導の状況に係る情報提供や悪質な事業者の排除に向けた協力依頼を実施する予定。	指導
22	2	18	菊池 委員	今後の取組みで、「事業者指導の実施」となっているものがあるが、こういう表現を使うと事業者全体に対する指導と受けとめられるので、「悪質事業者の指導の実施」と明記していただきたい。	対応済	今後の資料には「悪質事業者への指導等の実施」若しくは「不当な取引行為を行う事業者に対する指導等の実施」などと記載する。	指導
22	2	19	白鳥 委員	市の障害福祉課の職員と話したが、障がい者の被害防止という観点での資料は全くない。軽度の人と重度の方は比較的問題ないが、中間の方が皆トラブルに遭遇するという話もある。6のカテゴリーに分かれている障がいの区別があるので、併せて考えていただけると、1人でも多くの方に伝わっていくと思う。	継続	【第22期第4回修正】 令和6年度に障がい者向けの研修と啓発事業を新たに実施する。 当講座は、ロールプレイングやグループディスカッション等を取り入れて、消費者トラブルを自分事としてとらえられるよう工夫するなど効果的な啓発を行う。 また、周りの方々の理解が重要であるため、支援者等への啓発も併せて実施する。 障がいの程度によっても伝え方等を工夫していく必要があるとの御意見も踏まえながら、実施する施設とも十分打合せをしながら事業を実施していく。	推進
22	2	20	矢野 委員	子どもたちの障がいの程度には応じると思うが、学校の授業の中で講座を作り、子どもたちや教員が気づきを持つような投げかけをする、といったことも大切だ。	継続	学校教育の場で、消費者教育を効果的に実施していくために、教育委員会等との連携を図っていく。また、出前講座の活用などを推進していく。	推進

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	2	21	高田 委員	東京都では、区の知的障がいの方とボランティアが一緒になって、生活力向上の学習、例えば、消費者トラブルの事例や、気を付けるべきことなどを、直接話し掛ける場がある。神奈川にももしそのような取組みがあれば、それを活用することで、非常に近い距離での啓発ができると思う。	継続	【第22期第4回修正】 福祉部局に確認したところ、県としてそのような場は把握していないようであるが、自治会や民生委員、見守りネットワークなど、障がい者にとってより身近な存在である地域のコミュニティと連携していくことで、より近い距離での啓発ができるよう福祉部局とも連携していく。 また、令和6年度より、「障がい者向け研修」を新たに実施するが、福祉部局の意見等も踏まえつつ、効果的な研修となるよう実施する。	推進
22	2	22	添野 委員	障がい者の方との直接的な接点を持つのは市町村だと思うので、そういった意味で市町村の計画や取組みとも接点を持っていたくことも必要ではないか。	継続	個別課題ごとに市町村との担当者会議等の機会を捉えて接点を確認し、市町村へ働きかけができるよう今後検討していく。	企画
22	3	1	小野 委員	成年年齢の引下げが、18歳、19歳の相談件数の急激な変化は、まだ出ていないと思う。一方でトラブルには発生するまでのタイムラグもあり、また、将来的には対象となる若い世代は人口そのものが減少していくため、件数だけでは、状況はわからない。引き続き注視が必要だ。	継続	「令和4年度神奈川県内における消費生活相談概要」にて成年年齢引下げ後の18歳、19歳の相談状況を分析して公表した。引き続き、18歳、19歳の相談件数について単純な比較ではなく、トラブルの実態が把握できるよう分析して注視していく。	相談 第二
22	3	2	角田 委員	フォローアップの、22-2-15で、「犯罪的なトラブルが増えていて、警察との連携をより密にする取組みを」と意見したが、対応済みとなっている。回答は、従来からやっていることをもう少し積極的にするという内容で、これで対応済みとしていいのか疑問に感じる。より具体的な警察との連携、例えば個別事案の連携をどのようにしている等、より積極的にする、ということもあるのではないか。もう少し具体的に、こういう取組みをしましたというようなことがあるのか、お聞きしつつ、この表現ぶりで対応済みということについては、検討いただきたい。	継続	県・政令市・県警の会議体（消費者被害拡大防止連絡会議）の場などでの情報共有・情報交換を引き続き行う。 また、指導等の対象となる事業者の手口は日々、悪質化・巧妙化しており、県警との連携が一層重要になっていると認識している。 そのために、悪質と思われる個別事案については、内容を精査の上、県警への情報提供や対応の相談を不断かつ迅速に行い、適切な事業者指導等につなげていく。（23-2-15と同様）	指導

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	3	3	矢野 委員	年間を通して事業計画として行うというのでは、余りにも遅い場合があって、まずできることから始めようっという感覚で、被害が出ているということをPRすることは可能だと思う。 消費生活課が定期的に警告のチラシやメール等を出されていることはよく知っているが、その上で、実験的にどこかの地区を限定してでも、紙媒体を云々ではなくて、老人会とか自治会で集っているところに、出かけていって、実際に5分でも10分でも話をする、といったことから、なぜ高齢者が被害に遭うのか肌感覚で得られるものがあるのではないか。まずは今できることを今やるっていうことが大事だ。加えて、もう少しフットワークを軽くできないか。もし、職員が難しいのであれば、例えば、消費者の団体やボランティアを募ってもいいと思う。今できること、今やるというスタンスをどう持たれているかということ質問とさせていただきたい。 神奈川県にはLPガスの販売店が多く、数十年前から、安売りの営業をかける等、なかなか激しい地区であった。契約した場合の給湯器やインターホンのサービス、ということ、LPガスの販売店がやっている。恐らくLPガスの点検商法は神奈川において、多いと思っている。本来LPガスは自由価格だが、それすらわからない消費者はたくさんいる。給湯器の点検を無料でやる、というのは、引っかかってしまう消費者も多いと思う。それだからゆえに、施策を作る前に、現場の肌感覚を知っておいてほしい。	継続	消費生活出前講座等を実施する際に、担当職員等がその会場に行って受講者の状況を確認するようなことで現場の肌感覚を取り込んでいく。 消費者団体やボランティアを募るのは、ニーズのマッチングが難しいところではあるが、具体化するよう時期や取組内容について、相手が受け入れやすい内容を提案していく。 地域を限定して施策を実施し、検証するというのは、できるところから試行していく。	推進 相談 第二
22	3	4	菊池 委員	商工会議所連合会定例の専務理事会議に初めて消費生活課の大塚グループリーダーに来ていただいて、悪質な事業者の状況や被害状況といったものを話いただいた。その時、商工会議所の建設部会で無料のリフォーム相談会を開いたり、そこで一般の方に、適切な価格、方法といったものを展開したところ、非常に好評だったという意見もある。経済団体と連携して、悪質な事業者を排除する動きも必要になってくると思う。 かつ、商工会議所だけが経済団体ではないので、他の経済団体とも同じような連携をしていただくことによって、幅広く悪質な事業者を排除していく動きも底上げできると思う。引き続き、そういった点を強化いただくことを要望する。	継続	今後も悪質な事業者を排除し、消費者を守るという観点から、県商工会議所連合会を始めとした県内経済団体との連携を図っていく。 なお、今後、神奈川県中小企業団体中央会及び県商工会連合会の理事会において、事業者指導の状況に係る情報提供や悪質な事業者の排除に向けた協力依頼を実施する予定。	指導

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	3	5	添野 委員	相談件数は、年度でまとめるとこの件数になるが、実はその年度内でずっと動いているのだろうか、と思う。 防止という観点からすると、いかにタイムリーに警鐘を鳴らしていくことが重要で、今回高齢者と若者というふうに分けて特定の者が増えているという報告をいただいたが、この人たちにタイムリーにどうやって情報を届けるか、情報の媒体、チャネル等、いろんなところと連携して、情報を届ける、そういう仕組みや体制が必要なのではないか。	継続	タイムリーな啓発のため、SNSを活用した情報発信を行っているが、多くの人に伝えるためフォロワーの獲得が課題と認識している。今年度より出前講座の受講者に向け、消費生活課のX（旧Twitter）のフォロー促進PRを講座内で実施するとともに、昨年度に課内の若手職員で構成するフォロワー獲得プロジェクトチームからの提案を受け、実現に向けた検討を行っている。その他の方法についても随時検討していきたい。 紙媒体では、引き続き、消費生活相談窓口に寄せられた相談事例の中から、消費者に特にお知らせの必要があると判断される注意情報等を掲載した「かながわ注意・警戒情報」を毎月発行し、注意喚起することで、消費者被害の未然防止を図る。 なお、今年度は、ユーコープかながわの情報誌、「ぶらすmio」にも毎月掲載していただく。 加えて、今年度を通じてタウンニュースを活用した啓発事業を実施し、最近の相談事例や直近の状況を踏まえた記事を掲載し、タイムリーな情報発信を行っていく。	企画 相談 第二 相談 第一
22	3	6	濱川 委員	添野委員の意見にも重なるが、高校側にタイムリーに情報をいただく、具体例をいただくということが、授業に活かしていけると思うので、重ねて、高校に、具体例や情報を早急に届けるような工夫をお願いしたい。	継続	22-3-5に同じ	推進 相談 第二

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	3	7	田中 委員	現状と課題の8番の家計の金融資産だが、1番から6番については大体被害の未然防止とそれに向けた啓発活動の内容になっていて、7番はSDGsを意識した消費生活活動、地域社会づくりだと思う。ただ8番は家計の金融資産となっていて、これが消費者教育というふうに出ているけれども、被害防止なのか、資産形成が主な目的なのか、その辺についてどのようなことを想定されているのか。	継続	22-3-9にも御意見をいただいた。御指摘のとおり、例えば、被害がありうるので注意するといったことを伝える等、トラブルや詐欺的被害を回避（リスクを管理）し、上手に資産を形成していく力を養うことが、金融経済教育に求められてきているのではないかと考える。引き続き、御意見を踏まえて、指針	推進
22	3	8	田中 委員	現状と課題2番の成年年齢引下げは、そのとおりだが、若者の被害ということでは、18歳、19歳だけでなく、もう少し広く若者にした方がいいのではないか。	継続	御意見を踏まえて、「消費者をめぐる現状と課題」は、社会状況の変化のまとめとして、配慮が必要な消費者別の特徴と、社会全体の状況の2部構成とした。 改定骨子案では、目的に照らして柱を構成した上で、重点的取組みとして「誰ひとり取り残さない消費者施策の推進」を設定し、配慮が必要な消費者特性に対する事業をわかりやすく示すことを念頭に策定した。	企画
22	3	9	武井 会長	「家計の金融資産」は消費者庁でもやっているし、いいと思うが、金融リテラシーを育てるということは、消費者被害としての投資詐欺被害を防止することに役立つので、そういう視点もぜひ忘れてほしくない。	継続	22-3-7に同じ	推進
22	3	10	武井 会長	グローバル化の進展が現行の指針から落ちるということで、確か現行指針のときは国際的なイベントがあるので入れたけど、今回は入れないということなのかもしれない。ただ、私自身、消費者被害の相談を受けるが、外国人の被害は来ている。あるいは、逆に日本国内の被害者で、海外の業者による被害は非常に拡大している。そうするとこれを落としてしまうのはどうなのかなと、私は疑問に思うので、御検討いただきたい。	継続	22-3-8に同じ	企画

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	3	11	白鳥 委員	現状と課題の1番のところの「超高齢社会の進行」という、この進行という言葉はいかがなものなのか。もう少し言葉としてうまく使える方法がないか。 4番「消費者トラブルの複雑・多様化」と簡単に書かれているが、ここには悪質化という意味があるような気がする。非常に悪質化されているので、ここに入れていただきたい。 6番「当事者目線」という表現がとてもわかりにくいような気がする。よく内容を見てみると福祉のことを少し書かれているような気がするが、たとえ障がい者であっても、それぞれ個性を持っているので、当事者目線という表現ではなくて、何かもう少しやわらかい、誰にでもわかるような表現だといいのかなっていうふうに感じた。	継続	22-3-8に同じ	企画
22	3	12	高梨 委員	スケジュールから考えると、次の5月に、これで1つの素案が出てくるっていうことで、この間何もないということに心配していますけども、今の頭出しについても、様々な議論があると思うが、これを全部県に預けて、5月に出てくるというのは少し心配だ。途中で1度何かあればいい。 【会長の確認による意見の主旨】 必ずしもこうやって審議会を開いて集まるのではなくて、各委員にドラフトを送るなどして、検討して意見を出しやすい環境を作ってはどうか。	対応済	御意見を踏まえ、令和6年2月20日付で各委員に骨子案の草案を事前に送付し、その時点でいただける御意見を照会させていただいた。	企画

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	3	13	高梨 委員	せっかく相談をした人が何百件も相談した結果、処分がやっと決まるというのでは、消費者からすると安心してられない。 件数が少なくても、一層しっかり見てこれは急いで処罰しなければいけないものについてはもう迅速化を急いで、それから何度処罰しても、また同じことを繰り返すというのは、果たしてそれでいいのか。なぜそういうことが起きるのか。悪質な事業者への対応の迅速化、厳格化ということも盛り込んでいただきたい。	継続	行政処分については、被害に遭った消費者に直接聴取を行っているほか、事業者に対する立入調査や一級建築士による消費者宅の現地調査など、違法な行為が行われたという裏付けを収集している。 その際、一つの違法行為を認定するためには、消費者聴取等による裏付けが相当数必要になる。事業者側に不利益処分を課す以上、違反認定には十分な根拠が必要であり、少数の事例で認定することは処分の信頼性にも関わる。（なお、消費者聴取を行っても、記憶が曖昧などの理由で十分な裏付けが集まらない場合などは指導に留まる場合もある） この他に、弁明の機会の付与など法令に基づく所定の手続を踏む必要があることから、処分に至るまでには一定の時間を要すことをご理解いただきたい。 ただ、消費者被害の拡大防止に向けては迅速な対応が必要であることは十分に認識しており、可能な限り努力していきたい。 また、現行の特定商取引法では業務停止期間は二年以内とされているが、法改正で停止期間の上限は延伸され、個人に対する業務禁止命令が新たに規定されるなど厳格化が図られている。	指導
22	3	14	小野 委員	現状と課題の記載項目の中で足りないキーワードがあるとするれば、最後は国際化という言葉が入るといいかなと思う。ただ項目をたくさん設けても仕方ないので、4つ目の消費者トラブルの複雑・多様化のところを整理していただいて入れることが合理的かなと思う。	継続	22-3-8に同じ	企画

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	3	15	小野 委員	現状と課題の6番目「当事者目線の施策の重要性」として、障がいのある消費者に関しての対応ということの経緯がわかる話があった。 神奈川県でも消費者安全確保地域協議会を置いている市もあるところですが、ここで確認をしたいのは、配慮を要する消費者には、一般的に、高齢者、障がいのある方も含めるということを確認したいと思います。 厚労省による重層的支援体制整備事業では、消費者相談というメニューが含まれているので、恐らく消費者安全確保地域協議会と、それから厚労省の新しい事業とのコラボレーションということを念頭に置かれて、新しく項目を立てられているのだろう、というふうに思い、ぜひ進めていただきたい。 障がいのある方も、その対象となる方が違っていて、現場に足を向けないと、何か見当違いなことをするのはないか、ということを考えている。 したがって、当事者目線の施策の重要性だが、すでに始まっている協議会、あるいは事業といったものに組み入れる形で、地域の方と接して、そこでコラボレーションをしていくというようなことに県が動き出すと、そういうことに期待をしている。	継続	障害者向けの施策として、今年度新たな事業を立ち上げるので、まずはこれが軌道に乗るよう努力していく。 消費者安全確保地域協議会の目的に照らして、各市町村が実施しているネットワーク等をうまく活用できるかどうかを含めて施策を進めていきたい。	推進
22	3	16	小野 委員	現状と課題の「家計の金融資産」について、消費者教育の重要性が増して、消費者教育学会関東支部の支部長として、こういったものをテーマに私たちも取り組んでいるところだ。各学校も家庭科だけでなく、公民館などで、多分高校3年生ではもう18歳になっていくので高校2年生までにやる。いろんな取組みでベストプラクティスを重ねていって、その中で何ができそうかということ、共有をするといったレベルだが、この消費者教育というか、金融経済教育については、金融経済教育推進機構というのが、議論されているが、ここに地方行政がどのように関わるかというのは、最初が肝心だと思う。業界団体の取組みはいいものもありますが、それが全てではないということは確認をした方がいいと思う。2013年に金融庁がまとめている金融経済教育研究会の報告書の18ページにも、いろいろ調べてみると、業界団体、各金融機関等は重要な担い手であり、積極的な取組みが引き続き期待される。他方で、業界団体、各金融機関等による取組みは販売推奨との境目が不明確であるといった指摘があると10年前にも書かれている。行政が関わるということはそのバランスが求められるだろうし、そのバランスをとるのは行政にしかできないと思うので、ぜひ県の方で指針としてまとめていただくことを後押ししたい。あらかじめ、どのような目的で、どのような内容を、いつまでにどんな方法でやるか、戦略・ロードマップづくりをする、その上で動くことが必要であると思う。	継続	令和6年4月に官民一体となった金融経済教育を戦略的に実施するための中立的な組織として「金融経済教育推進機構」が金融庁の認可団体として設立され、国はこれを中心に金融経済教育の充実を図ろうとしている。 県としては、国の動向も確認し、「金融広報委員会」とも連携しながらこの指針に落とし込んでいく。	推進
22	3	17	天野 委員	金融経済教育を、この消費生活課がやるという視点ではなくて、消費生活課としては、その被害防止というか、もちろんこれに乗じた悪質商法の防止とともに、今後はこの資産形成教育というものが進んでいくと、損失リスクが自己責任化されてくる、という可能性もあるので、優先順位を考えた施策を考えていただきたい。	継続	22-3-7に同じ	推進

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	3	18	川口 委員	現行の指針を改定しようとしているので、どうしてもなぞってしまう、セグメント化されてしまう。高齢者、若者、そして今回新しく出てきた障がい者というふうにセグメントされて、そのターゲットに向けての概要を記載していると思うが、少し別の視点で申し上げると、これら全部含めて、脆弱な消費者に向けた対応ということでもとめて、いろんな方がいらっしゃるという多様性を包摂したような指針という考え方もあるのではないかなと思う。 、そういう意味で多様性を包摂する中では、すべてこの概要の中に消費者教育という言葉が入っている。全てに通底しているものは消費者教育である、とうたってもいいのではないか。 そして、消費者教育と、地域の見守り、いろんな人、脆弱な人を見守るというような社会を作っていこう、という改訂内容にしていいただいてもいいのではないか。	継続	御意見と審議内容を踏まえ、骨子案は、消費生活行政の目的から施策を考え直す視点と、現行の指針を継承してその課題を解決する視点とを交えて、柱の構成を検討した。引き続き、これらの御意見を踏まえて、指針の改定作業を進めていく。	企画
22	3	19	小野 委員	ロジックツリーの枠組みがいいと思うが、その数字とか内容とかプロセスがこれでいいのか、というのは、ワーキンググループを立てて検討すべきぐらい重要なことではないか。 審議会で違和感はないと思う、とは言えるが、具体的に、これについて何か意見を、となると、時間がかかり、委員に何を求めるのか、県で何が課題でどういうふうなことを順に持っていきたいかということ、もう少し議論しないと、1つ1つに意見できない、ということが率直なところだ。	継続	今回の骨子案の策定にあたっては、22-3-12に記載のとおり事前の意見照会をさせていただいた。委員の皆様は何を求めるのか、ということについては、今後の審議会で審議いただく際に改めて留意し、より明確にお伝えできるよう工夫していく。	企画
22	3	20	川口 委員	資料はあくまで一例だと思うが、ロジックツリーの頭に、件数を持ってくるのはKPIツリーであるので、要素分解にはなっていない。こういう問題点があって、こういうことをやっていかないといけないので、何をするという施策が出てくると思う。最初にケースありきではないほうがよい。	継続	22-3-18に同じ	企画
22	3	21	小野 委員	失敗をしては許されないということではもうなくなっている。そういった意味で、やってみる、ということとは、それが良い方向性であればぜひやってもらいたい。 確かにいろいろな手法が成熟化する中で、数値やデータに基づいていろいろやっていくことは重要だと思う。とはいえ、数量的なものと定性的なものを組み合わせていくことは、とても重要だと思う。数字は大切、しかしそれを補う言葉も大切で、これまでのやり方を全部変えるわけではないと思うので、少しずつミックスをしていって、そのうち良いものの配分を増やしていく、そのような長期的な観点を持ちながらやってもらいたい。 完璧なものを出すよりは、今日のように、こんなふうに考えている、この時点でのコメントを求める、という審議会のスタイルもすごくいい。そうしたところから議論が生まれてくることもあると思う。	継続	御意見のとおり、数値で評価することは適さない場合もあると考える。まずは、骨子案をロジックモデルで整理して策定し、可能なものから評価を含めた今後の議論を進めるという方向も検討していく。	企画

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	4B	1	菊池 委員	【骨子案策定の考え方】 基本方向3について、悪質な事業者を排除するためには、地域で健全に活動している事業者や業界団体と連携して消費者利益の保護にあたることが、必要と思う。その点からすると「事業者への指導等による消費者の利益の保護」という表現は、事業者全体を指導しながら、消費者を保護するように誤解を招く恐れがある。そこで、主旨に合致しているかわからないが、以下に参考として例示させていただく。 ●基本方向3事業者への指導等による消費者の利益の保護 ⇒悪質事業者の排除と消費者利益の保護 ●基本方向3ア 事業者指導による取引の適正化 ⇒悪質事業者への指導強化と被害の未然防止 ●基本方向3ア② 事業者指導にあたっての連携推進 ⇒被害の未然防止に向けた連携推進 ●基本方向3イ 消費者から信頼される事業者活動の促進 ⇒消費者保護に向けた事業者・業界団体との連携促進 ●基本方向3イ①品質や顧客満足を高める事業活動の支援	継続	御意見を踏まえて、一部の柱や位置づけを想定する事業には「悪質な」を追記した。一方、取引の適正化のための行政指導には、悪質な事業者に対するものだけでなく、間違いや書類の不備等の修正をお願いすることも含まれるため、基本方向や一部の柱には。「不当な行為を行う」と表記した。	企画
22	4B	2	川口 委員	【骨子案策定の考え方】 現行指針の課題を踏まえ、大胆に見直していただきとても良いと思った。 基本方向1では、消費者教育施策を「消費者力」の育成・強化として各事業の土台に据えられたことは県の指針としての強い意志と受け取った。県民の立場で骨子案を読むと、一人ひとり「消費者力」を身に付け、自らの被害の予防にとどまらず見守りによる周囲の人の被害防止にも貢献する（基本方向1）、それでも被害にあった時は、救済が受けられる（基本方向2）、悪質な事業者には厳正な法執行を行うが、事業活動上での不知による法違反等を行政指導により防ぎ、顧客満足を高める事業活動に導く（基本方向3）、という流れを示す大柱で、わかりやすい施策になると思う。	継続	大変ありがたく思う。他の委員の御意見も踏まえて、内容を精査していきたい。	企画

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	4B	3	高梨 委員	【骨子案策定の考え方】 「事業の目的ごとに整理」したとあるが、高齢者・若年者・障がい者・外国人等消費者も多様性がある中で、すべてを「消費者」として一本で括ってしまうのには反対だ。消費者に自立や主体性を持たせるためには、個々の性格に合わせた事業・アプローチが必要であり、例えば高齢者・若年者等それぞれに合った事業が求められる。また、草案には若年者や障がい者への教育や支援が明記されていない。 基本方向1の消費力の育成・強化には、1) 教育の側面と2) トラブルの未然防止の側面の両面があり、それぞれ分けて記載すべきだ。例えば高齢者への教育やトラブルの未然防止策は若年者への教育とトラブルの未然防止策は自ずと異なる。やはり消費者の種別に応じた教育方法、トラブルの解決策が講じられるべきだ。表現方法は引き続き検討かと思うが、基本方向1は「消費者力の育成・強化」で教育の推進、基本方向2は「消費者トラブルの未然防止」に修正し、提案の基本方向2と3の文言はそのまま、番号が3と4にズレる、基本方向4「関係団体や市町村との連携と支援」は大柱で上げるのではなく、各基本方向の中で小柱として求められる事業で、それぞれで取り上げるべきだ。	継続	現行の指針が委員の御意見に近い構成となっている。課題として、例えば1つの事業が複数の柱に位置付けられる等、柱と事業の関係性がわかりにくくなっている実態もあることから、改定骨子案では目的に照らして柱を構成した。 一方、御意見を踏まえて、高齢者等の配慮が必要な消費者に対する施策を重点的取組み「だれひとり取り残さない消費者施策の展開」とした上で、事業の対象となる消費者特性をわかりやすく示すことを念頭に骨子案を策定した。	企画
22	4B	4	川口 委員	【重点的取組み】 基本方向1イ②見守り活動を通じたトラブル未然防止の普及・啓発 基本方向1イ③消費者教育の担い手の育成・活動の支援 基本方向2ア③専門的な知見の収集・相談の実施 基本方向4ア①相談員の人材の確保、資質の向上 基本方向3イ②事業者団体との連携による普及啓発	継続	さまざまな御意見を踏まえ、改めて検討した結果、重点的取組みを小柱から選択する方針を見直し、柱とは別の視点で2つの重点的取組みを設定することとした。	企画
22	4B	5	高梨 委員	【重点的取組み】 骨子案での小柱は適切に表現されていない。また、若年者や障がい者等の消費者への対応が盛り込まれていないため、重点的に取り組むべき小柱を選べない。敢えて現草案の中で指摘すると次の通りだ。 ・見守り活動を通じたトラブル未然防止の普及・啓蒙 ・高度な相談にも対応できる人材育成 ・法令に基づく事業者指導の実施	継続	22-4B-4に同じ	企画

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	4B	6	川口 委員	【設定すべき柱】 基本方向4のアは県が担う支援と理解できるが、イの①関係団体や市町村との情報共有は、基本方向1のイに④として置いた方がよいと考える。加えて事業欄に記載の「適格消費者団体との連携」を基本方向1イ①の情報収集のための連携先とするか、または基本方向2イ②の相談機関等との連携に入れた方が（両方に入れても）よいと考える。 また、柱とするほどではないが、基本方向2ア③専門的な知見の収集には、デジタル技術を含めていただきたい。	継続	県が基本方向1～3で施策を実施しているように、市町村や団体も県の基本方向1～3の一部の施策を幅広く実施している。基本方向4は、この市町村や団体と連携することで、県と市町村・団体相互の施策の質を向上させ、県だけでは担うことの難しい施策も幅広く展開していくことを狙うものとして設定した。柱の構成に関しては、今審議会での議論も踏まえて、精査していく。	企画
22	4B	7	高梨 委員	【設定すべき柱】 小柱として以下提案する。 ・「悪質事業者に対する綿密な調査と厳正な処分」：200件以上の苦情がないと処分に繋がらない、また業務停止や業務禁止命令等の処分を行っても、悪質業者が2回3回と繰り返す現状に対する改善だ。 ・「外国人県民への対応・相談体制の強化」：県下でも外国人の居住者が増えており、今後も増加するため対策が必要だ。	継続	悪質な事業者への対応については、特に重要な課題であるが、その現状については22-3-13で記載したとおりの事情もある。指針の中でどのように整理するかは、基本方向3の表記（22-4B-1）や今審議会での議論の内容も踏まえ、検討していく。 多言語支援が必要な方については、22-4B-3にも記載したように消費者の特性を柱とすることには課題もあるため、御意見を踏まえて、重点的取組みの1つに含めた上で、事業の対象となる消費者特性をわかりやすく示すことを念頭に骨子案を策定した。	企画
22	4B	8	川口 委員	【その他消費者の問題として認識すべきこと等】 85歳以上の高齢者が2036年には1000万人を超える社会では、民間の生活支援サービスが現在以上に増えると思われる。85歳以上の高齢者が契約者になることを想定し、契約をサポートする任意後見人や身元保証人などを仲介するサービスまたは利用の仕組みは欠かせないと思う。同時に多死社会における葬儀や墓に関する高齢者との生前契約でのトラブルも認識しておく必要があると思う。 いずれにしても75歳以上の後期高齢者が契約主体となる場合のセーフティーネットがなければ、深刻な高齢消費者トラブルが発生すると思われる。	継続	終活ビジネスへのニーズの高まりとともに、信頼できる相談者のいない「おひとりさま」の増加は、消費者問題の新たな課題となると認識している。 御意見を踏まえて、「消費者をめぐる現状と課題」を、配慮が必要な消費者別の特徴と、社会全体の状況の2部構成とした。引き続き、今審議会の審議内容を踏まえ検討を続けていく。	企画

期	回	No	発言 委員	意見の概要	対応 状況	対応方針	担当 G
22	4B	9	高梨 委員	【その他消費者の問題として認識すべきこと等】 ・ デジタル社会における安全で安心な消費生活の実現 ・ 高度情報化・国際化の進展に伴う消費者被害の複雑化・多様化への対応 ・ 被害件数が急増する高齢者の消費者被害から守る仕組みづくりの拡充 ・ 成年年齢引下げ後の消費者教育のさらなる充実 ・ 今後も増加する外国人県民の消費者被害への対応 ・ 被害防止に向けた事業者指導の強化と関係機関とのさらなる連携拡充 ・ 広域的で高度な専門的な被害に対応できる消費生活相談体制の拡充・強化 また、消費者施策推進指針策定後、年度毎の進捗管理を徹底すべく、事業評価は審議会と連携して実施し、評価結果が次年度以降の消費者施策に反映するよう改善を図っていただきたい。	継続	22-4B-8に同じ	企画