

令和7年度 宮崎県消費生活対策審議会 議事録（概要）

1 日時

令和7年7月10日（木）午後1時30分～午後3時

2 場所

県庁防災庁舎 防74号室

3 出席者

(1) 委員（14名）

大山委員、立山委員、谷ヶ久保委員、斉藤委員、伊波委員、石川委員
横山委員、小山田委員、神谷委員、甲斐委員、福川委員、木村委員
宇都宮委員、宮越委員

(2) 事務局

総合政策部次長、生活・協働・男女参画課長、消費生活センター所長ほか

4 報告・議事

議事 宮崎県消費者基本計画（仮称）の策定について（資料1）

・消費生活に関する県民意識調査について（資料2）

報告 宮崎県消費者教育推進計画の進捗状況について（資料3）

・県消費生活センターの啓発事業の取組について（資料4）

5 会議経過及び主な意見等

(1) 総合政策部次長挨拶

(2) 諮問

(3) 議事

事務局から、資料1～2に沿って説明。

以下、質疑応答の内容。

議事 宮崎県消費者基本計画（仮称）の策定について

委員： 資料2の3ページ（2）消費者被害の実態について、「消費者トラブルの経験あり」の割合が平成26年の6.0%から、今回21.7%に激増している。また、トラブルの内容として「個人情報の取扱い」が増加しているが、トラブルの具体例はどのようなものがあるのか。

事務局： メールアドレスや電話番号などを自分の望まない形で利用されたという話が多く寄せられている。また、トラブルが増加した要因として、生活の中でインターネットを利用している割合が平成26年の48.5%から70.5%に増加しており、インターネットを介したトラブルが増えているのではないかと考えている。

委員： 昨年、一昨年の審議会では、消費生活相談についての分析が説明されていたが、今回は資料がない。計画策定について検討する材料になると思うが、今後示されるのか教えていただきたい。

事務局： 現在、相談の概要を作成中で、県の速報値としては令和 5 年度比で 7.2%増の 5,179 件となっている。市町村分を含め、今後情報提供していきたい。

委員： インターネットを介したトラブルに関して、利用者に対する情報提供だけではなく、例えば誤解を招くような投稿内容に対して、プラットフォーム事業者へ削除要請を行うなど、具体的な対応は検討されていないのか。

事務局： 特定商取引法や景品表示法の観点から、悪質な事業者への指導は通常業務の中で行っている。

委員： インターネットに関わらず、行政が事業者への指導などの取り組みを強化することが期待されている。例えば指導勧告や事業所名の公表といった対応は、どの程度行われているのか。

事務局： 県民からの問い合わせ等に基づき、日々、実際現場で事業者を確認をとったり、不適切な対応であれば指導を行っている。法的な行政処分にあたるような大規模で悪質なものはないが、そのような案件が発生した場合は組織として対応してまいりたい。

委員： 資料 2 の 9 ページ 4 ③に「消費者トラブルを経験した割合は増えている一方、相談した割合は減っている」、「何を相談できるか知らない」とある。ネットを見て相談したところ多額のお金を請求される 2 次被害もあるので、もっと消費生活センターの周知に力を入れるべきではないか。

事務局： 学校教育においては、消費者教育を行うようなカリキュラムもできており、その成果もあらわれてきている。消費生活センターにおいても様々な媒体を使い周知を行ってきたところではあるが、今までと同様のやり方でいいのかということも今後の検討課題として、周知、啓発に取り組んでまいりたい。

(4) 報告

事務局から、資料 3～4 に沿って説明。

以下、質疑応答の内容。

報告 宮崎県消費者教育推進計画の進捗状況について

委員： 令和 6 年度の出前講座の実績を見ると、高齢者に対する講座は減少しているが一方、若年者、特に小中学生に対する講座が増えている。小中学生に対してどのような内容を講義しているのか。

事務局： 小中学生については、家庭科の学習指導要領に消費・生活の項目が入っている。小学校では 5・6 年生に対して、お金の使い方や契約について、中学校ではクレジットカードなどの 3 者間契約や消費生活センターの役割、悪質商法などについて講義を行ってい

る。

委員： 若年層は、インターネット関連が多いイメージをもっているが、インターネットに関するトラブルの相談や啓発はどのような状況か。

事務局： デジタルネイティブと言われる子どもたちが育ってきており、オンラインゲームへの課金など、ネットに関連したトラブルが多くなっている。親に向けての話も必要ではあるが、実際ゲームをしている子どもたちにも話を行っている。また、ネットリテラシーの低さが学校生活でのトラブルだけでなく、消費トラブルに繋がることもあるため話を行っている。

委員： 家庭科の教師として教鞭を執っていたが、出前講座を1回行っただけでは理解しない生徒も多いため、複数回講座を行うことでより浸透するのではないか。

事務局： 講座に加え、全高校でパネル展を開催している。講座の回数を含め、機会を作っていきたい。

委員： 県内の小学生が遭ったトラブルなど、身近な自分と同じくらいの年代の子どもたちに起こった事例を話すと、子どもたちが実感を伴って学びを深められるのではないか。

事務局： 消費生活センターだけでは十分に実施できないところもあるため、資料4の1(3)②にあるように、教員を対象とした研修を行い、学校での消費者教育授業の質を向上させる取り組みも行っているところである。

委員： 高齢者に対する出前講座を66回実施しているが、どのような場所・地域で行っているのか。要請すれば来てもらえるのか。

事務局： 小さなサロンのような集まりや市町村が行う高齢者学級など、要請があれば実施している。また、地域の偏りはなく満遍なく行っている状況である。

委員： トラブルの際に県の消費生活センターに相談した割合が、平成26年の20.4%に対して、昨年度は10.9%と減少している。資料4を見ると、若者に効果的なインターネット広告は3か月、映画館広告は7か月の実施であり、もっと継続してやるべきではないか。

事務局： 啓発事業については国の交付金を活用している。事業の実施方法としては業者への委託で実施しており、優れた提案を行った事業者を選定しその提案に基づき啓発を実施している。令和7年度にどのような啓発を行うかは、今後判断していくことになる。

委員： 学校でのパネル展は、せっかく学校で長期間展示するのであれば、できるだけ詳しい内容を展示して欲しいので希望としてお伝えしておく。