

令和8年度第1回徳島県消費生活審議会 議事概要

- 1 日 時 令和8年7月29日（水）14：00～15：30
- 2 場 所 徳島県庁10階 大会議室
- 3 参加者 委員25名、生活環境部交通・生活安全担当部長ほか
- 4 議事概要

（1）次期「徳島県消費者基本計画」の策定について

＜事務局より資料1～3に基づき説明＞

資料1の計画構成案に沿って、今後、徳島県消費者基本計画の改定作業を進めていくことについて諮ったところ、異議なく承認された。

（2）その他

【会長】

徳島県消費者基本計画は、急激に変化する社会において消費者の権利を擁護し、より良い消費生活を送るために、行政・事業者・消費者がそれぞれどのような役割を果たすべきかを考えながら消費者行政や消費者教育を推進・評価するための大きな柱です。本日提示した計画の概要や事務局からの説明について、皆様から自由な視点で広くご議論やご質問をいただきたいと考えております。

【委員】

悪質な事業者に対する厳正な法令の執行、特に特定商取引法上の行政処分については、予防も大切ですが、事が起こってしまった後の厳正な処分も同様に重視して進めてほしいと思っています。この点について、近年の執行状況を教えてくださいませんか。

【事務局】

特定商取引法に基づく行政処分につきましては、令和7年度に1件、令和6年度にも1件行っており、ここ数年は1件ないしは無しという状況で推移しております。委員ご指摘のとおり、予防と同様に悪質業者への厳正な処分も重要であり、今後も県警察としっかり連携しながら、必要に応じて行政処分を行ってまいりたいと考えております。

【委員】

ありがとうございます。以前、県警OBの方に調査等に入っていただき、厳正な執行を行えるよう努めてらっしゃるというお話を伺っておりましたので、引き続きよろしく願いいたします。

【委員】

店舗におけるカスタマーハラスメントについては、消費者の意識向上もあり以前に比べて減少したと感じています。しかし、メールでの問い合わせになると、顔を合わせない分、辛辣な言葉が寄せられることがあります。こうしたメール等への対応についてはスーパーマーケット協会でも常に議題に上がりますが、線引きが難しく、防止・予防策の良い案があれば教えていただければと思います。

【事務局】

カスタマーハラスメントは近年特に問題となっております。消費者が正しい知識を身につけ、それに基づき主張すべきことを適切に主張することは「消費者力」という点で重要ですが、そのやり方が度を過ぎると問題となってしまいます。近年は消費者庁も消費者向けの冊子等を作成するなど啓発を進めており、次期計画の策定にあたっては、消費者の保護と併せてカスタマーハラスメント防止を位置付けてまいりたいと考えております。

【委員】

ポスター等の店内掲示も行っておりますので、今後ともよろしくお願いいたします。

【委員】

近年スーパーでセルフレジが増え、夜間は普通のレジを閉鎖してセルフレジのみとなる店舗も増えてきています。しかし高齢者にはセルフレジへの苦手意識が強く、戸惑っている高齢者に対して、若い店員が「セルフレジが普通」という感覚で喋り、慌てさせる場面を見かけ、社員教育が徹底できていないように感じます。

また、狭い通路で店員がカートを通す際に、客に声をかけたり、待たせたりしないことを指摘することが、カスタマーハラスメントと取られる可能性もあると思っています。デジタル化により人と人とのコミュニケーションが取れなくなっているため、事業者と消費者の間でうまくバランスを取るための協議が必要かと思います。

【事務局】

デジタル化の進展に伴い、取り残されてしまう消費者への対応やデジタルリテラシーの向上は、今回の計画でもひとつの位置付けとなってまいります。事業者への対応については、消費生活センターなどでもご意見を伺いながら、事業者と消費者の間を取りもつなど対応していければと考えております。

【会長】

デジタル化の進展に伴って消費生活は大きく変化しています。商品やサービスを提供する側の効率化と、消費側の便利さやある種の不便さといった、効率化とリスクのバランスについていかがお考えでしょうか。計画の大きな柱となるデジタル化について、どのような観点からでも結構ですので皆様のご意見をお聞かせください。

【委員】

セルフレジなど便利さの追求や人手不足という部分についてはトレードオフですが、その一方で人と人との繋がりを希薄にしている側面もあると思います。それぞれ導入している企業や団体が、どういうところに価値観を持っているのかを伺いたいです。

【委員】

飲食店では、タブレットのみならず、個人の携帯電話でバーコードを読み取って注文するシステムが増えていますが、なかなか注文できず画面が消えてしまうこともあり、高齢になるにつれて買い物や外食が面倒になってくるように感じます。

また、「お買い物袋有料化」について、ビニール袋だけでなく、紙袋にもかなりの値段がかかることがあります。これらはどのような機関が小売店等に指導しているのか不思議に思っています。

【事務局】

レジ袋の有料化は環境省等が進めてきた施策ですが、消費者基本計画におけるサステナブルやエシカル消費の観点も踏まえながら、事業者と消費者にとってどこまでの対応が必要とされるべきか考慮して進めなければならないと考えております。

【委員】

私も最初はスーパーのセルフレジ等で戸惑っていましたが、店員や他の買い物客が教えてくれたことで少しずつ慣れ、今まで買い物ができなかったことはないです。私以外の高齢者もたくさんいますので、周囲の気配りもそうですし、本人たちも少しずつ勉強してくれたらと思います。高齢者に優しい店舗や、自治体においても色々なところで助けていただけるとありがたいと思います。

【委員】

SNS型投資・ロマンス詐欺が増加しているとのことですが、こういった年齢の方に被害が多いのかを伺いたいです。また、相談しづらい悩みを「AIに相談している」と話す若者が教育現場で増えていますので、消費生活相談にもAIを活用すれば少しでも相談が増え、未然防止に繋がるのではないかと考えます。教育現場においてはAIの活用が急速に進んでおり、子どもたちは使いこなしている一方、大人が追いつけていない現状への対応が最近の悩みです。

【事務局】

消費生活相談につきましては、消費生活センターにおいて消費生活相談員を中心に相談対応を行っておりますが、センター閉所時等の対応として、国民生活センターが全国の消費生活相談を類型化したFAQサイトを設けており、県ではこのサイトの周知や、若者向けLINE相談窓口にFAQへのリンクを貼るなどの対応を行っております。時代の変化に応じ、AIの活用等も含め検討してまいりたいと考えております。

【会長】

ありがとうございます。県警が認知している範囲で結構ですので、徳島県におけるSNSの投資詐欺やロマンス詐欺の現状や手口の変化等について教えていただけますでしょうか。

【警察本部】

昨年のSNS型投資・ロマンス詐欺の認知件数は107件ですが、潜在的にはこの数倍の被害があると考えられます。年代別では50代が最も多く約3割の34名、次に40代と60代が19名ずつ、さらに70代が15名となります。ロマンス詐欺に関して、65歳以上の被害者は2名で、10代が1名、20代が6名です。SNS型の詐欺の特徴は、ネット上の偽情報やなりすましメッセージに対し、被害者が儲け話や恋愛感情から「自ら入り込んでいく」点と考えられます。SNSリテラシーや金融リテラシーといった感覚がひとつのカギになるかと思います。犯行に利用

されているSNSのほとんどが海外資本で運営されており、国レベルで対応しても規制することが難しいため、若い頃からの金融教育等も含めて社会全体で取り組まなければ被害が止まらない状況だと感じています。

【委員】

キャッシュレス決済により現金を使わない現状が進んでいますが、大人はカードの通知によりいくら使ったかを把握できる一方、子どもたちが金銭感覚を持たないまま勝手に使ってしまうことが多々あるかと思います。こうした子どもたちが大人になったときにどのような世の中になるのか不安があり、教育方法を伺いたいです。

また、AIによる写真加工等の普及で原本がどのようなものか判断が難しくなっている現状において、AIの普及に対して、そのリスクも同時に発信していただけたらと思います。

【委員】

中高生の多くがキャッシュレス決済を利用しており、最近では小学生も、スーパー等の買い物でも親のキャッシュレス決済を見ているだけで、現金のやり取りを目にしたことがない子どもが増えています。そのため、お金の価値が分からずオンラインゲームで課金しすぎてしまうケースが増えています。次期基本計画には金融リテラシー向上を盛り込んでいただけたらと思います。また、生活困窮から投資詐欺に遭ってしまう高齢者に対しても、金融トラブルの防止方法や認知を広げることについて是非含めていただければと思います。

【委員】

金融教育については、専門家の力を借りた教育現場での導入が進みつつありますが、急速に進むSNS、金融やAIのリテラシー教育は学校現場だけの指導では限界を迎えています。海外のように年齢制限をかけるなど、国や県の行政レベルである程度線を引かなければ、子どもたちを守ることは難しいと考えています。それでも、外部の専門家を招いた授業は生徒の反応が非常に良いため、繰り返し行わなければならない、教育は大事だと感じていますので、できることがあれば行いたいと思います。

【事務局】

県では「消費者教育人材バンク」を通じて学校等に専門家を派遣しており、今年度は金融経済教育に関する派遣要請が多くなっております。また、金融経済教育推進機構（J-FLEC）の講師派遣要請も増加しており、需要の高まりを感じております。こうした動きも次期計画に盛り込んでまいりたいと考えております。

【委員】

「ウェルビーイング」といっても高齢者には言葉が分かりません。分かりやすい言葉で伝えてもらわなければ我々高齢者には通じないと一番に感じました。

また、先日開催した特殊詐欺防止イベントには約470人が参加し、警察のなりすまし詐欺が最多であることや、20代の被害が最も多いという事実を知りました。県内でも9億円近く上る特殊詐欺被害をどう止めるかが問題ではないかと思います。

【会長】

基本計画は、誰が聞いても分かる言葉で作らなければならないという非常に大切な観点をいただきました。

【委員】

なりすましやSNSのアカウントの乗っ取り等の詐欺について、若者は感覚的に「これはおかしい」と分かると言われていますが、高齢者や私たちの親世代では見分けるのが難しいという問題があることを先日知りました。その点について対策などありますでしょうか。

【委員】

薬の無処方販売のようなグレーゾーンの商売が増加しており、消費者教育のみならず、生産・販売を行う上でのリテラシーというのは教育として必要になるかと思います。

また、確実に犯罪といえる詐欺等は、見分けがつきにくいこともあります。リアルな犯罪をテーマにした漫画やドラマでは、どう騙していくのか、さらにその被害者がどういうカテゴリーの人たちなのかということが非常によく描かれていますので、そういった実際の事件に基づく事例を用いて教育・啓発を行うべきではないかと思いました。

【委員】

乳幼児の母親や祖母たちが集まる施設を運営していますが、市民が消費生活センターでは何を相談できるのかを知っているのかと疑問に思うところがあります。以前に、詐欺広告への対処やお漬物の漬け方のようなことなど、具体的にこういう相談でも大丈夫と直接説明していただいたお陰で、私もパソコンのトラブル時に慌てず消費生活センターに連絡できました。家族に相談できないトラブルも消費生活センターであればこっそり相談できると思います。SNS発信やYouTube等で、消費生活センターを広報していただき、もし何かあったら相談できるというのが頭の片隅にでもあると心強いと思いました。

【警察本部】

SNS等の詐欺を見分ける一番明確で単純な基準は「電話やSNSでお金の話は詐欺」ということです。非対面のやり取りでお金の話があるかどうかというのが、若い方や高齢者に限らず見極めるひとつのポイントです。AIで作られた偽情報を見極めるのは基準的なところも含めて見極めが非常に困難であり、発信されている情報を基にして見極める必要はないかと思います。

また、グレーなところの判断基準についても、少しでも怪しい・疑わしいと感じるなら一切手を出さないことが、警察としてアドバイスできるひとつのポイントと考えております。グレーと感じる時点で詐欺を疑うことが必要です。

【事務局】

明らかな犯罪被害は警察へご連絡いただき、グレーなところや消費生活に関するトラブルについては消費生活センター又は消費者ホットライン「188（いやや）」へご相談いただければと考えております。自動音声に従い郵便番号を入力すると最寄りのセンターに繋がります。

県では、各種SNSや検索サイト等でのバナー広告による周知のほか、県内市町村の見守りネットワークを通じてチラシを配布するなど、今後とも「188」の周知を進めてまいりたいと考えております。

【委員】

行政においても、詳しいことはホームページやLINEでということがよくありますが、SNS詐欺では、犯人からの連絡によってLINEに引き込まれること自体が危険です。それで個人情報知られてしまう。

また、昨日の熊本地震の被災地で今困っているのが電力であり、電気がなければAIも携帯も話になりません。行政にはアナログな形も作っておいていただきたいです。

警察や消費生活センターは敷居が高く、頼りづらいところがあると思いますので、より親しみやすい存在になっていただくことを望みます。

【事務局】

多様な手法により周知に努めたいと考えております。若い世代にはSNS等を活用したアプローチを行い、高齢者の方に対しては対面や電話などで気軽に相談していただけるよう努めてまいります。

【委員】

特殊詐欺で一番問題なのは、「自分は引っかからない」と思っている人がほとんどであることです。「自分はお金がないから引っかからない」と思っているも、実際にはお金を借りて引っかかっています。こうした「引っかからない」と思っている人に対する教育が必要ではないかと思います。

【委員】

この4年間で、デジタル化の進展に伴い、消費者トラブルに遭う層が全年代へと変化してきました。現在の消費者トラブルは一度被害に遭うとほとんど取り返すことができないため、支払う前に相談・調べるというようなマインドを育てる消費者教育が非常に必要だと思います。成果を示すアウトカムとして、市町村の支払前、支払後の相談数データや被害回復についても数値で示していくことで全国モデルになればと考えています。また、キャッシュレスへの対応や数字で管理していくことの教育を進めつつ、デジタル化の一方で「生身のコミュニケーションの価値」や「事業者と消費者の協働」を次期計画の大きな柱とすることが大事だと思いました。

【会長】

ありがとうございました。まだまだご意見を頂戴したいところではございますが、時間もまいりましたので、本日の議事につきましては協議を終わりたいと思います。進行を事務局にお返しいたします。