

令和7年度奈良県消費者基本計画策定部会 議事の概要

○日 時：令和7年9月4日（木）13:50～15:15

○場 所：奈良県消費生活センター 会議室

○出席委員：北條委員、奥西委員、大本委員

○事務局：松原課長補佐、澤田主査、保田主査

佐羽所長、山中副所長、常岡係長、的場中南和所長

1. 議題

（1）奈良県消費者基本計画骨子案について【県民くらし課 松原課長補佐】13:52～

○奈良県消費者基本計画の骨子案【資料1】

【大本委員】「カスタマーハラスメントをしてしまったことがある人の割合」というのはどのように算出したのでしょうか。カスハラをする人の中には自覚せずに行っている人もいないのでしょうか。

【松原課長補佐】県民 web アンケートでは、「カスタマーハラスメントとは」という URL リンクを貼っており、その次に「カスタマーハラスメントをしてしまったことがあるか」という質問をしています。万が一カスハラの意味を知らない場合でも、内容をご理解いただいた上で回答していただいています。アンケートを通じた啓発も必要だと感じたので、こういった設問内容としました。

【大本委員】（令和7年度現状値の）10%とは多いのでしょうか。

【松原課長補佐】全国の調査も確認しましたが値を比較出来るようなデータは見つけれませんでした。全国と比較して奈良県が多いか少ないかは分かりませんが、事実奈良県ではこれだけの割合の方がいるので、ここを減らしていきたいと考えています。

【大本委員】今後増えていくのは確実だと言われているので、この値を 0%にするということで理解しました。

【北條委員】カスタマーハラスメントを受けたという企業からの相談はあるのでしょうか。

【佐羽所長】当センターは消費者を対象とした相談窓口であるため、企業からの相談は受けておりません。

【北條委員】今回の県民 web アンケートでは母数が 280 人程でその内の 9.4%ということですが、令和 12 年度も同じ県民 web アンケートを実施するのでしょうか。少し母数が少ないように思いますが、値を算出するとしたら、今の所県民 web アンケートしか手段がないのでしょうか。

【松原課長補佐】県が実施する県民を対象にしたアンケートの中では県民アンケートが最も規模が大きく、無作為抽出で約 3000 人を対象にしているため信憑性は高いですが、質問数が限られているという難点があります。その次に規模が大きいのが県民 web アンケートになり、担当課である広報広聴課へは指標の作成等があるため引き続き設問の枠を確保していただけるよう依頼しているところです。相対評価をする為には同じ手法でアンケートをとる必要があると認知しています。

【北條委員】母数が少ないので指標とするのはどうかとも思いますが、ただカスタマーハラスメント問題は今後もますます重要になりますので、カスタマーハラスメントの件数を算出するのは大事だと思います。

【大本委員】基本方針 3 にカスタマーハラスメントの防止について入れるということですが、そうすると第 4 章の「4. 連携・協働と政策連携による消費者保護、消費者力向上の推進」の指標が 1 つになりますね。

【松原課長補佐】カスタマーハラスメントの指標の記載場所を誤っていました。失礼いたしました。

【大本委員】あと基本指針となっていますが第 3 章では基本方針となっています。記載の違いに意味はありますか。

【松原課長補佐】誤植です。こちらで次回の審議会までに修正します。

【大本委員】揃えた方が見やすいですね。また、基本方針４で「行政、消費者団体、事業者団体、大学、学校、地域、土業等とのネットワーク充実」と「福祉、まちづくり等関連分野との政策連携による効果的な事業推進」２つ項目があるので、それぞれに指標が入っているとみやすくなります。是非入れていただきたいと思います。

【松原課長補佐】何らかの指標が入れられるよう検討します。

【奥西委員】第１章の計画の基本的な考え方では、県民の消費生活の安定及び向上に関する総合的な施策について策定すると記載され、第２章ではＳＤＧｓの取組についても記載されていますね。生協が発足した背景に、奈良県の産業が弱いということで地産地消を推進していくことがあります、それを重要な課題だと位置づけております。地産地消を進めることは地域の生産力を高めることになり、ひいては消費者のメリットに繋がると考えます。また地域活性化や輸送コストの削減から環境問題の改善にも繋がるので、そういった意味では地産地消が重要な位置づけだと認識しています。基本方針にそういった内容が散りばめられているように見られるので、地産地消を高めるような指標があればいいと思いました。

１．議題

（２）奈良県消費者基本計画素案について

【県民暮らし課 松原課長補佐、消費生活センター 常岡係長】14:17～

○奈良県消費者基本計画（案）【資料２】

【北條委員】P13 であっせん件数が記載されていますが、今まで出していましたか。

【山中副所長】あっせんのデータは出していません。

【北條委員】貴重な資料だと思います。消費者庁では被害金額を出していたりしますが、県でもこれだけ消費生活センターが県民の役に立っているというのが被害回復金額で分かりますし、解決割合も93%と高い。本来なら弁護士や司法書士に自分でお金を払って依頼して自分で解決しないといけませんが、行政がそれを解決してくれるのは県民にとって良いことだと思います。

【山中副所長】過去からもあっせんを行っています。今回、新たに掲載しようということになりました。P13 表中の、被害回復金額で令和 5 年度が 1 億 1,600 万円以上と非常に高くなっていますが、詐欺被害だと金額が一気に増加します。一方で通販等によるトラブルは少額になります。平均被害回復金額を見てみると、令和 5 年度は約 23 万円、令和 6 年度は約 13 万円と金額に大きな差が生じています。こうした数字だけ一人歩きすると、金額が低い年は、消費生活センターは頑張っていないんじゃないかという印象を持たれる懸念もあり、これまで出していませんでした。あっせんを行うのは、とても大変な作業でもあり、成果をしっかりと出していこうということで、今年度は掲載することにしました。

【北條委員】回復の他にも被害を予防したという事例もあると思います。消費生活センターがあっせんしていることを知っている県民の割合は、(消費生活センターの認知度である) 60%よりももっと低いと思うので、これを公表するのは良いことだと思います。

【奥西委員】基本方針 4－1 で消費者力向上の推進とありますが、企業による人権を守る取組も活発化しているので、もう少し強調してもいいのではないかと思います。リカレント教育（学び直し）も消費者ニーズが高く、特にネットワーク作りに関しては色々な場面で重視されているので、そういった視点も重要だと思います。

【松原課長補佐】行政だけではマンパワーや予算に制約がありますので、関係機関との連携が今後ますます重要になると思いますし、そちらの方がより効果的に展開出来ると考えています。

【大本委員】P3 の 9 行目あたりで少し飛び出している文章は、次回の審議会までに修正をお願いします。2 点教えていただきたいのですが、1 点目は P12 の暮らしのレスキューサービスについて、高額な料金を請求されたという相談があった際に、それはどのように解決するのでしょうかということです。既に修理して支払っている訳ですが、これだけ高額だったので何とかしてほしいといった内容なのか、2 点目は、具体的な相談内容を教えてください。

【山中副所長】暮らしのレスキュー関係は、夜間や緊急的な状況が多いので、作業が終わり業者

が帰って、翌日か数日後に電話をかけてくるケースがほとんどです。消費生活センターがあっせんに入ることもありますし、交渉の仕方をお伝えすることもあります。それによって返金されることもありますが、一度払ってしまうと返金してもらうことは非常に難しいです。相談者もこれ以上業者とやりとりするのがストレスで、交渉を諦めるといったパターンもあります。

【佐羽所長】水道修理や鍵の修理だと自宅を知られているので、交渉が決裂等してトラブルになると怖いので、これ以上引っ張りたくないという方が多数いらっしゃるようです。

【大本委員】後から報告のような形で来られる方が多いのでしょうか。

【山中副所長】2,000 円とサイトで見たので来てもらったのに 20 万円請求され、払ってしまっただ。一旦払ってしまったが、高額で納得がいけないといった内容が多く寄せられています。交渉をしても 20 万円のうち数万円だけ返金されたというケースもありますが、返金されなかったケースなど様々です。

【大本委員】余談ですが、最近自宅のベランダに蜂の巣が作られたので 1 ヶ月悩んで社会勉強のつもりで業者に依頼してみたのですが、チラシの金額と請求金額が違うことを言おうとしたが言えず、こうやって皆さん支払ってしまうのだと実感しました。業者は圧をかける訳でもなく淡々と見積金額を提示し、これだけサービスしたから、等と恩に着せるように巧みに言ってきますね。

【山中副所長】例えば、大阪から夜中に来てもらっていたりすると、断りにくい心理が働きます。本来クーリングオフの場合は、契約を解除するので全額を返金してもらうことになりますが、実際遠方から来てもらい鍵を開けてもらったし、全額返金とするには申し訳ないという気持ちになり、諦める方もいらっしゃいます。

【大本委員】そのような消費者の心理を利用して悪質な業者はこのような高額報酬を得ているのだと学びました。こういった事例はこれからもますます増加していくと思います。

【山中副所長】最近は、近所付き合いも希薄になっているため、困った時に周囲に相談しづらい人も多いと思います。

【大本委員】皆さんトラブルとしては報告しないが、実際にこのような業者が儲けているのだと思います。

【山中副所長】氷山の一角だと思います。

【大本委員】私が依頼したのは芸能人を広告に使っていた業者だったので、芸能人を起用して安心させる手法があるというのも勉強になりました。

その状況に置かれると冷静な判断がしづらくなるので、知識があっても簡単に契約に誘導されてしまうのだと思います。

【山中副所長】そういう時に近所の人に相談出来るだけでも、随分違うと思います。

【大本委員】今後ますますこのような事例が増えていくのだと思います。

P9 表 4 で、オンライン決済が 153%と一番高くなっていますが、具体的にどのような相談が多いのでしょうか。

【佐羽所長】定期購入するつもりがなかったのに定期購入になっていたという方から消費生活センターに相談があり、あっせんし定期購入の解約をすることになったが、その後も後払い業者からの請求が止まらないといったケースがあります。解約したのに請求が止まらず、これ以上支払いがなければ弁護士から連絡がいくと言われる等といったトラブルがあります。

【大本委員】若い人でお金がないから後払いにしたものの結局決済を忘れてどんどん利息が増えてしまい支払えなくなるということもよく聞きます。

【山中副所長】リボ払いとかもありますね。

【大本委員】このような事例も今後増加しそうですね。

【佐羽所長】クレジットカードを使わなくて済むので便利で安心だと思っている人も多いですが、代金引換と後払いはトラブルが多いです。

【奥西委員】P14 の特殊詐欺被害の発生状況について、オレオレ詐欺の発生件数が令和6年に急増していますが何故でしょうか。預貯金詐欺の件数も乱高下しているようですが。

【松原課長補佐】県警に確認させていただきます。

【大本委員】オレオレの件数が増加しているので被害金額も多くなっているのだろーと思います。その他というのは具体的にどういった内容でしょうか。

【松原課長補佐】こちらも確認させていただきます。

【北條委員】P17 の(3)事業者支援の強化というのは、事業者指導の強化の誤字でしょうか。

【松原課長補佐】誤字ですので、修正します。

【北條委員】要望になりますが、適格消費者団体は消費者契約法で定められた団体で、消費者契約法、特定商取引法、景品表示法、食品表示法において法律上の役割を与えられています。差し止め請求権を有しており、消費者被害の予防や表示の適正化といった面で役割を与えられていますので、P28 の連携の部分で記載していただけると有り難いです。

【松原課長補佐】連携をより深めるような記載をしたいと思います。

【奥西委員】消費生活センターの認知度を向上させるということですが、相談員の人材確保といった課題はいかがでしょうか。

【松原課長補佐】相談員のスキルアップや人材確保は課題と認識しており、計画上どのような表現が出来るかは検討中です。

【奥西委員】昨今被害内容が複雑多様化していますので、常時情報を把握していく必要がありますし、相談員という仕事は大変だと思います。中には感情的になる相談者もいらっしゃいますしね。

【北條委員】奈良県はカスタマーハラスメントに関する条例はありませんが、奈良県でカスハラを担当する部署はありますか。

【松原課長補佐】県庁来庁者に対する対応ルール等を定める部署はありますが、構成課としては現時点では把握しておりません。他府県ではカスハラ条例を制定していることも踏まえ、条例化とまではいかなくても消費者基本計画では何らかの形で盛り込んだ方がいいのではないかと前副知事からの指示が背景にあります。

【北條委員】東京都で条例制定されていますね。

最近では企業も毅然とした態度でカスハラには対応しているので、カスハラをする人が消費生活センターにも来て、相談員が困っているケースがあるのではないかと思います。消費生活センターで実際にカスハラをする人の対応をすることがあったとしても、そういう人の教育をすることは難しいですね。県で一番カスハラに接しているのが消費生活センターではないかと思います。

【佐羽所長】他の相談窓口等で揉めて、どこも拾ってくれないような相談が来ることはあります。

【山中副所長】モラルの話になるので難しい問題ですね。

【北條委員】相談員の方も「過度な要求ですよ」と暗に教育されているかと思います。

【山中副所長】中には「税金を使って運営しているセンターなのに、何故県民の言うことが聞けないんだ」と、無理な要求をしてくる人がいますが、そういう人に「そういうのは駄目ですよ」と諭すのは中々難しいですね。

【北條委員】直接相談者を教育するのは困難ですね。

【山中副所長】やはりそういう意味からも、小中高の子供への教育が重要と考えます。カスタマーハラスメントの意味や、道徳的な観点からも消費者教育を行っていくべきだと思います。

【北條委員】被害を受けた年代や男女比は統計がとりやすいと思いますが、カスハラに適切に対応していくためには実態調査が必要で、どういう人がカスハラをしやすい等といった統計がとれたらいいですね。

【山中副所長】厚生労働省が統計調査はしていますが、行政に対するカスハラや企業、飲食業に対するもの等対象が広範囲になるので、分析が難しい面があります。

【北條委員】東京都は企業向けの相談窓口を設置していますが、そういう所で実態調査をするのが望ましいですね。奈良では労働局が設置しているのだと思いますが。

【山中副所長】医療、福祉は特に多いと聞きます。全業種にわたり発生する問題なので、消費生活センターで調査しても、それが実態を捉えているか疑問が生じます。

○松原課長補佐より今後のスケジュールの説明

閉会（15:15）