

消費者委員会本会議（第213回）  
議事録

内閣府消費者委員会事務局

# 消費者委員会本会議（第213回）

## 議事次第

1．日時 平成28年3月3日（木） 10:59～12:06

2．場所 消費者委員会会議室

3．出席者

（委員）

河上委員長、池本委員長代理、阿久澤委員、大森委員、鹿野委員、  
中原委員、長田委員、樋口委員、増田委員

（説明者）

栃木県県民生活部くらし安全安心課 桜井消費者行政推進室長  
日本プロサッカーリーグ 藤村特命担当部長

（事務局）

黒木事務局長、丸山参事官

4．議事

（1）開会

（2）地方消費者行政について

（3）閉会

## 1 . 開会

河上委員長 時間になりましたので、始めさせていただきます。

本日は皆様、お忙しいところお集まりいただきまして、ありがとうございます。

ただいまから「消費者委員会第213回本会議」を開催いたします。

本日は、蟹瀬委員が所用により御欠席であります。

それでは、配付資料の確認につきまして事務局からお願いします。

丸山参事官 配付資料につきましては、お手元の議事次第、下部に記載しております。

資料1～3につきましては、栃木県の消費生活センター関係の資料。

資料4につきましては、Jリーグ関係の資料。

それから、参考資料となっております。

また、委員限りでありますけれども、Jリーグの活動レポートの冊子についてお手元に配付されております。もし過不足等ございましたら、事務局までお申し出いただきますよう、よろしく願いいたします。

---

## 2 . 地方消費者行政について

河上委員長 本日の議題は、地方消費者行政についてということであります。

第4次の消費者委員会では、昨年10月の本会議においてお話ししましたように、消費者教育、地方消費者行政、官民連携という3つを調査審議テーマとして調査を進めているところであります。本日はそのうち地方消費者行政について議論を行いたいと思います。

本テーマにつきましては、消費者相談窓口の強化と支援に焦点を当てて調査を進めているところでありますけれども、本日は栃木県及び公益財団法人日本プロサッカーリーグをお招きし、それぞれの取組についてお話を伺った後、意見交換を行いたいと考えております。

栃木県消費生活センターは相談員の確保や研修あるいは広報活動において、さまざまな特徴的な取組をしておられると伺っております。本日はそれらの取組について具体的なお話を聞かせていただければと思います。

また、日本プロサッカーリーグ、いわゆるJリーグは、地域に密着したクラブ作りを目指しておられまして、幾つかのクラブは地方自治体と連携して情報発信などを行った実績があると聞いております。本日はそういった取組の現状及び課題についてお話を伺いし、意見交換を行います。

それでは、栃木県からまずお話を伺いたいと思います。大変恐縮ですが、15分程度でお願いできますでしょうか。

栃木県県民生活部くらし安全安心課桜井消費者行政推進室長 栃木県消費生活センターの桜井と申します。どうぞよろしく申し上げます。

では、私から地方消費者行政につきまして、栃木県の状況について説明をさせていただきたいと思えます。

お手元の資料1「栃木県消費生活センターの概要」を御覧ください。

まず簡単に、栃木県消費生活センターの沿革についてですが、昭和46年4月に設置をいたしました。その後、平成22年4月から多様化する消費者問題に迅速かつ機動的に対応するために、栃木県県民生活部くらし安全安心課の中に、消費者行政推進室という組織を設けまして、そこに併せて県消費生活センターを設置したという経緯がございます。

相談につきましては、月曜日から土曜日の9時から17時まで。土曜日は電話相談のみという対応にしております。ちなみに、栃木県の相談件数は、全部で約1万7,000件前後になります。そのうち県のセンターで受け付けている分が、大体3,300件前後という状況になってございます。

続いて「4 組織及び職員数」ですが、現在、消費生活相談員9人を含みます26人でございます。室長以下、総務関係が4人、相談啓発チームが14人、事業者指導チームが6人という構成になっております。

お手数ですが、2ページを御覧いただきたいと思えます。2ページから3ページにかけて、平成27年度の事務事業の概要をまとめさせていただいております。栃木県消費生活センターでは、大きく消費者行政の企画調整、消費者教育・啓発、3ページになりますが、消費生活相談、事業者指導の4つの業務を実施しているところです。先ほどの組織で申しますと、消費者行政の企画調整を総務担当。消費者教育・啓発、消費生活相談を相談啓発チーム。事業者指導を事業者指導チームがそれぞれ担当しているという状況でございます。

その中でも、3ページの上から3つ目になりますが、相談窓口機能の強化・支援という項目がございますけれども、県の消費生活センターとして非常に重要な役割の1つと認識しておりますので、この部分について若干詳しく説明をさせていただきます。

お手数ですが、資料の8ページを御覧いただければと思えます。下段の「(3) 相談窓口機能の強化・支援」という項目を御覧ください。栃木県では平成27年4月に県内の全部の市町におきまして、消費者相談ができる体制が整備されたところでございます。そのためにまだ設置後間もないセンターもありますし、例えば小さい町などでございますと、常時相談を受ける相談員が1人又は2人という状況もございます。

そこで県及び市町の相談員を対象としました、「ア 消費生活相談員等スキルアップ研修」というものを、消費者関係団体や弁護士等の連携のもと実施をしております。そのうちの「(ア) 相談処理研修」ですが、具体的事例の対処法などについて県及び市町の相談員を対象として、県内各地において24回実施するとともに、「(イ) 関係法令研修」として、弁護士等を講師に招いて、年4回の研修を実施しているところです。ただ、このような研修は、例えば日中の相談員が1人しかいないという町では、なかなか出張するのも難しいという状況がございます。そこで「(ウ) 通信講座」として、出張しなくても通信教育とかスクーリングを行っております。

そのほか、「イ 市町相談窓口支援事業」でございますが、まず「(ア)市町消費生活センター支援事業」といたしまして、県の相談員を市町に派遣をしまして、その場で相談への対処方法について悩んでいることとか、相談カードの入力方法など、具体的なアドバイスを行っています。これは開設間もない市町のセンターには非常に好評でございます、今年度は10市町のセンターで延べ128回の派遣を行う予定でございます。

また、9ページになりますが、「(イ)市町消費生活相談員実務研修」は、先ほどとは逆に、市町の相談員に県に来てもらって、県の実際の業務をマンツーマンで学んでいただくというものでございまして、今年度は3市町から7人の受入れを行う予定です。

更に(ウ)～(オ)としまして、市町のセンターで受け付けた相談のうち、特に法律的な専門知識が必要なものとか、複雑困難な案件についてその手助けをするというための事業等を行っております。

以上の取組に加えまして、相談窓口機能の強化を図るためには、消費生活相談に適切に対応できる相談員の確保が必要不可欠と考えています。

そこで次の「ウ 栃木県消費生活相談員人材バンク事業」といたしまして、県内の有資格者を人材バンクに登録いたしまして、市町の求めに応じて人材のあっせんをしているところです。現在、人材バンクには48人が登録をしておりますが、この中には既に市町のセンターで勤務しているという方も含まれております。かつ、希望箇所が県の中央に集中するという傾向もございます。そのために周辺地域における市町では、相談員の確保が難しいということや、そもそも栃木県内の有資格者数の絶対数が少ないということがありますことから、潤沢に人材が確保されているということは言い難い状況になっております。そのために今後とも相談員の確保が重要な課題と認識をしているところです。

そこで、また5ページに戻っていただきたいと思えます。下段の「2 消費者への教育・啓発」 「(ア)消費生活リーダー養成講座」ですが、これは市町からの推薦をいただいて、一般の県民の皆様を対象に消費者活動の裾野を広げていこうという趣旨のもとで実施をしている講座です。このような講座を活用して相談員の資格取得といったものを積極的に促すということで相談員の確保にも努めているところです。

また、県の消費生活センターの役割としまして、これまで説明をしまりました相談窓口の機能の強化・支援とともに、消費者の自立を支援するための消費者教育・啓発ということも非常に重要な役割の1つです。

5ページの下段の「2 消費者教育・啓発」から8ページの上段まで、さまざまな取組を記載しておりますが、近年、栃木県におきましては消費者相談のうち、高齢者の相談割合が非常に増加をしております。具体的に言うと、70歳以上の方の相談が、県全体の相談の約2割を占めているという状況になっております。そのために6ページを御覧いただきたいのですが、中段のウとかエにありますように、高齢者をターゲットとした各種の啓発や高齢者見守りネットワークと連携した取組を実施しております。

また、6ページの下段になりますが、「カ 消費者教育」として教育委員会との連携による小中

学生を対象とした巡回演劇の実施とか、7ページになりますが、学校の先生を対象としたセミナーの開催又は各種資料の作成、配布といったものを実施しております。

さらに、「(エ)とちぎ消費者カレッジ」として、大学生とか専門学生を対象に、特に若者を中心に被害が拡大をしておりますインターネットを利用した架空請求等の消費者被害などについて、基調講演とか講座を消費者団体に委託をして実施をしているところです。

また6ページに戻っていただきたいのですが、下段の「オ 若者の消費者被害防止啓発事業」です。学校を卒業した社会人に対する具体的かつ効果的なアプローチという機会がなかなかないというのが現状でございます。そのような中でもテレビとかラジオのCM又はFacebook等のソーシャルメディアでの啓発を行うほかに、「(イ)プロスポーツチーム試合会場での啓発」を、今年度から実施しているところでございます。

この事業につきましては資料2を御覧いただきたいと思っております。カラーのチラシを御覧ください。栃木県には現在、サッカー、バスケット、アイスホッケー等のプロスポーツのチームがございます。こうした試合には多くの若者が観戦に来ることから、それぞれの本拠地での試合会場において、入場の際にこちらのチラシを全部で13万2,000枚ほど作成をして配布しています。また、資料3を御覧いただきたいと思っております。こちらは写真を掲載しておりますけれども、これはサッカーの試合のインターバル等においてバックスクリーンに流れるもので、平成27年度は52試合で上映をしております、大体16万4,000人の観客が見ているという勘定になっております。

そもそもこの事業を実施しようとした理由というのは、これらのスポーツ観戦者というのが比較的年齢の若い層が多い。又は若い家族層が多いということがあります。そのために若者を対象とした啓発としては適当ではないかと考えて実施をしたものでございまして、その内容もチラシの後ろを見ていただくとわかるのですが、特に若い人に多いスマートフォン等によるワンクリック詐欺とか、そういったことを中心に注意喚起を行っております。

ただ、これらのスポーツを観戦する観客の方というのは、ある程度客層が固定されてしまうという課題もございます。それ以外の若い方とか、又は社会人を対象とした啓発方法について、どのような方法が効果的かということを探しているという状況でございます。

栃木県消費生活センターとしては、今後ともこれらの取組を通じて、消費生活相談体制の充実・強化、ライフステージに応じた消費者教育・啓発の推進、消費生活における安全安心の確保に努めてまいりたいと考えております。

以上、駆け足になってしまいましたが、栃木県消費生活センターの体制及び取組等について説明をさせていただきました。

河上委員長 どうもありがとうございました。

それでは、続きまして日本プロサッカーリーグのお話を伺いたいと思っております。こちらは大変恐縮ですが、15分程度でお願いしたいと思っております。よろしく申し上げます。

日本プロサッカーリーグ藤村特命担当部長 公益社団法人日本プロサッカーリーグ、いわゆるJリーグの事務局から参りました藤村と申します。今日は貴重なお時間を頂戴しまして、どうもありがとうございます。

皆さんの関心事にどのくらい沿ったお話ができるか、いささか心もとないのですけれども、一生懸命お話ししますので、よろしくお願いいたします。

前方のスクリーンを御覧ください。今、取り壊して改修工事中ですけれども、国立競技場です。4万5,000人とか、満員のお客さんの前で、震災復興のこういったバナーを持って場内1周している絵柄でございます。サッカー界はこのように社会課題に何らかお役に立ちたいという活動をすごく盛んに、自然にやらせていただいているのかなという部分がありまして、たまたまなのですけれども、2011年3月11日に大震災があって、私は3日後、4日後ぐらいにヨーロッパ出張だったので。イングランド、ロンドンのトットナム・ホットスパーズというクラブの試合を視察しました、3万人ぐらいで満員の試合のキックオフ直前に、数日前の日本の大震災を悼んで黙祷しますとアナウンスが入り、3万人のお客さんがびたっと静かになって黙祷をしてくださった。そのことが日本でニュースになって届かわからないのですけれども、そこで皆さんが一心に祈ってくださっている。その気持ちがすごくうれしくて感動したのを覚えています。

初めに、Jリーグの概要を御説明させていただきます。この写真は去年から再開しましたチャンピオンシップというJリーグの最高の大会で優勝した選手たちに渡される、いわゆる金メダルです。

今、J1、J2、J3という3つのディビジョンがございます。ここに18、22、13+3という数字が書いてあるのですけれども、J1が18チーム、J2が22チーム、J3が13+3チームというように御覧ください。この+3というのが地域に根差した独立したクラブではなくて、J1、J2チームの23歳以下の若手で作ったチームがJ3に挑戦して、ここで若手を育てるという特別なケースなので、地域に根差しているクラブという意味だと、今ここ足し込んでいただいた53クラブが全国に展開している。そういうものがJリーグでございます。

ここを見ていただきたいのですけれども、今年のシーズンは先週末に開幕しておりまして、2月27日から始まりまして、J1で申し上げますと11月3日までシーズンがございます。それから、J2、J3は11月20日ぐらいまで、割と長い間、試合を行うものですから、いろいろな広報目的で試合を活用していただくときに、適切な時期を選んでいただけるのが1つ特徴かなと思います。

優勝するとAFCチャンピオンズリーグというアジア各国のチャンピオンが集まるリーグ戦、ちょうど昨日にも試合があったのですけれども、これも年間を通して戦って勝ち抜くと、年末にクラブワールドカップ、世界のクラブナンバーワンを決める大会まで、日本の地域から世界までずっとつながっているというのがサッカーのもう1つの特徴かと思えます。

Jリーグハイライトということで、昨年、Jリーグ本体の売上げが136億円でした。クラブの売上げを足し合わせると約890億円です。Jリーグの売上げの半分ぐらいはクラブに分配されますので、全体で1,000億円弱の産業規模でございます。これと別に、日本サッカー協会に年間200億円ぐらいの売上げがございまして、それを足し合わせると大体1,200億円近い業界でございます。

Jリーグの年間総入場者数が去年初めて1,000万人を超えまして、御覧の数字になっております。J1、J2、J3の1試合当たりの平均入場者がこちらでして、そんなに多くないように見えるかもしれないのですけれども、J2のホームタウンのような地方都市で2週間に1回、必ず4,000人、5,000人集まるような催し物ができているというところでは、その地域における広報媒体としての価値は一

定程度あるのかなと思っています。

その53クラブ、今38の都道府県に分布しております。濃い緑色で着色したところにJクラブがございまして、それと別に次のJクラブの候補、「百年構想クラブ」と我々は呼ばせていただいているのですけれども、青森ですとか奈良にも次を目指す動きが出てきているといった状況でございます。

Jリーグの理念はこの3つだけです。まずサッカーを強くして普及させるということ。2番目に豊かなスポーツ文化の振興及び国民の心身の健全な発達へ寄与するということで、創業者の川淵からここが1番大事なのだと我々教えられております。もう1つは国際交流です。Jリーグは、御存じと思いますが、クラブの名前に企業名を付けず、地域の名前を背負って戦います。それから、Jリーグの規約の中に、クラブは、ホームタウンにおいて地域社会と一体となったクラブ作りを行うよう努めなければならない、と定めています。これをやらない人はJリーグに入っこないくださいというつくりのリーグでございます。

Jリーグの活動を通じて、よいスポーツの環境を日本中に広げて、スポーツでもっと幸せな国を実現できたらいいなと、それを百年かかってもやりとげるぞという姿勢でやらせていただいている関係で申しますと、地域の皆さん、地方自治体の皆さんと御一緒に歩いていくというのは、Jリーグにとっても当然のあるべき姿でございます。

最近なにかとお騒がせいたしますが、FIFAという世界のサッカーの統括機構がございまして、それと日本サッカー協会、Jリーグの関係図でございます。御参考まで添付をさせていただきました。

Jリーグ自身は、53のJクラブを正会員とする社団組織になっていまして、53クラブのクラブが1票ずつ持った総会が最高意思決定機関です。Jリーグで使っている、先ほど御覧いただいた百二十数億という年間経費の大体55~60%をクラブに配分させていただいていて、クラブがそれを使って地域で社会貢献活動ですとか、サッカーの興行をやりましょう。こういう組織体でございます。

これは磐田市のジュピロスタジアムなのですが、これは浜松だと思のですが、地域のキャラクターと人権君なんか来て、たくさんお客さんがいる前で、人権啓発をアピールしている写真です。

我々こういったクラブが地域と一緒にやる活動をホームタウン活動と呼ばせていただいているのですけれども、Jリーグ全体で年間4,000件ぐらいリーグに報告が上がってきます。J1、J2の40クラブで4,000回でして、各クラブ年間100回ぐらいはこういった活動をしている勘定です。ですからリーグでも、各クラブの個別の活動の詳細は把握し切れていないところがありまして、これ以降は、各クラブのホームページから、国の機関ですとか自治体の広報のお役に立っているような活動が出ていそうなところを、適宜取り出して張り付けましたという資料です。

例えばコンサドーレ札幌ですと、札幌市の「かんきょうみらいカップ」というエコイベントに長いこと協力していまして、一緒になって啓発ですとか、子供たちに働きかけたりしているということです。

ザスパ草津にしても警察関係ですとか、これはザスパのマスコットキャラクターなのですが、いろいろな形で「ストップ!脳卒中」とか、いろいろな形で協力をさせていただいています。

FC東京は、警視庁が毎年いらして暴力団排除のようなPRをしたり、ゴールの数だけ都の緑の募金

に寄付するとか、国際交流もありますし、いろいろです。

どのクラブも喜んで協力させていただいているというのが本音です。そういうことで行政の方に少しでもお役に立って、地域のクラブとしての貢献を示していきたいという思いでやらせていただいています。

ですから、このようにスタジアムに来て何かやるパターンもありますし、学校や行政の方の催し物のところに選手、これは多分ガンバの遠藤選手だと思うのですが、こういった選手ですとかマスコットキャラクターが出向いて、一緒になって広報活動をさせていただくとか、そういった取組もございます。

ということで以下同文でございます。赤十字さんへの御協力、これは毎年やっているのですが去年の写真ですみたいなキャプションが入っています。

それから、e-Taxを皆さん使ってくださいというPRを選手とマスコットでしていたりですとか、そういうことでございます。

サッカー観戦のお客様は、すごくポジティブな気持ちでスタジアムにいらしているのです、そこにメッセージを出すことで、伝わる効果というのはかなり高いのではないかと考えています。中にはホームタウン自治体、例えば私は2年ぐらい水戸ホーリーホックにいたことがあるのですがけれども、水戸市の中の市長部局の中にホーリーホック担当の方がいてくださって、その方がいろいろな部局ですとか国の委員会の要望を取りまとめてくださるですとか、そういった機能も自治体によってはお持ちになっているので、そういったことも御利用いただけるのかなと思います。

たくさん人が集まっている試合会場にブースを出していただくとか、大型スクリーンとかアドボードにメッセージを流すですとか、着ぐるみとかトップ選手など商業的なバリューがある人を派遣させていただくときに、有料になったりするケースもあります。それも含めて無償で御協力しているケースもあります。そこはケース・バイ・ケースなので、個別に御相談いただくことになろうかと思えます。

以上でございます。

河上委員長 どうもありがとうございました。大変興味深いお話をいただきました。ただいまのお話の内容について御質問、御意見のある方は発言をお願いいたします。いかがでしょうか。

大森委員、どうぞ。

大森委員 Jリーグと行政などの広報活動のリンクというのは本当に素晴らしいことで、若者に啓発をどうしたらいいかというのが今、社会全体の大きな課題になっているので、とてもいいお話を聞かせていただいているのですけれども、宮城の3R推進マイスターの方もJリーグを活用して、その会場で出たペットボトルなどのリサイクルの啓発をしているというように、とても啓発事業として有効な取組だと思うのです。Jリーグが成功しているような事例をほかのスポーツとか、ほかの場面でもどんどんできたらいいと思うのですけれども、コツとかノウハウがあれば教えていただきたいと思えます。

日本プロサッカーリーグ藤村特命担当部長 ありがとうございます。

とにかく地域に根差して、地域と一緒にやっていこうというようにして作ったリーグ、ク

ラブなので、自然に行政にもよく伺わせていただきますし、情報交換などお互いにどのようなことをして差し上げるのですとか、どのようなことを御協力いただけるのですとか、それが自然にいろいろやるようになっていきます。そのリーグ自体の成り立ちがそのようになりやすいのかなということが1つと、今、御紹介いただいた仙台での環境活動というのは、クラブを支援してくださっているボランティアの中ですごく意識が高い方がいらして、MELONという環境活動をやっていらっしゃるNPOと一緒にあって、2002年ぐらいからやっているのですけれども、スタジアムに集まったごみ袋を全部1回開けて、どのようなごみがあるのか調べて、ではこうやって分別すれば減るし、リサイクルに回せる部分があるみたいなのところから始めた取組で、クラブだけではできないことを、外部の支援者の方と一緒にやることで実現したい、そのような形で動いています。

私はJリーグの本部にいて、そういうクラブですとか周りの支援者の方の活動を、世に広く伝えるのが仕事なのですが、十分伝え切れていないというのが課題です。

河上委員長 ありがとうございます。

池本委員長代理、どうぞ。

池本委員長代理 今の流れでJリーグにお伺いします。最後のところでホームタウン自治体内にJクラブ担当部局がございますというように紹介されました。これは都道府県レベルではなくて、そのクラブが所在する市の中の部署として担当部局があるという理解でよろしいのでしょうか。それから、例えばその自治体が何か広報啓発でお願いしようというときには、そこに相談して、それから、地元のクラブと調整をするという、その点の流れはどのようになるのかという辺り、いろいろな自治体がこれから活用を発信していくときの参考になればと思いますので。

日本プロサッカーリーグ藤村特命担当部長 Jクラブによってホームタウンというか、お世話になる自治体が都道府県単位のところと、市町村単位のところがございます、それぞれで窓口が異なります。ただ、水戸ホーリーホックは水戸市がホームタウンで、水戸市の中に部局があったのですけれども、県庁は県庁で何とか部がホーリーホックの担当で、お隣がアントラーズの担当みたいになっていて、そちらはそちらで御相談できる環境でした。そういうところで取りまとめていただいております。直接消費者委員会さんからお声掛けいただいても、それは大丈夫なようになっています。

栃木県県民生活部くらし安全安心課桜井消費者行政推進室長 ちなみに栃木県の場合ですと、栃木県には栃木SCというサッカーチームがあるのですが、こちらに栃木県庁の職員を派遣しております、その人がパイプ役となりまして県と栃木SCとの連携を図っているというような状況です。

余談になりますけれども、栃木SCは今回J3に降格をしてしまいましたので、早くJ2に上がってほしいということで、いろいろなところから熱い要望をさせていただいているような状況でございます。

河上委員長 ほかにはいかがでしょうか。樋口委員、どうぞ。

樋口委員 栃木県の桜井室長にお伺いしたいのですけれども、栃木県の消費生活センターの取組は非常に注目される点が幾つかあると思います。たまたま消費生活センターを県庁内に移転をされて、くらし安全安心課と一体として消費者行政推進室を作ったという話がありまして、ちょうど私

も長野県で、栃木県の2、3年前ですけれども、同じような改革を声掛けして、長野県の場合は逆に消費生活センターのほうに県庁の担当室を移すということだったのですが、内容はほぼ同じです。

ただ、規模を見ますと非常に組織及び職員は充実しておられると感じるのですが、私からの御質問は、実はこういうことをする意味がどこにあるかということに関係してくるのですが、私たちが長野の条例を制定する際に、こういう改革をしたのですが、その意味は、1つは従来、消費者相談の業務が県の行う消費者行政の中で十分反映されてきていない。相談は相談で消費生活センターで行って、そこで終わってしまうという事例が結構見られた。そういう点をまず改めるためには、相談の現場と行政というものを一体化していかなければいけないというのが第1の問題意識。

もう1つは、その際にこれは条例制定に非常に関係があったのですが、行政の機能をもっと積極的に活用していかなければいけないのではないかと。例えば行政処分です。特定商取引法等で行政処分の権限を都道府県は持っているわけですから、これを実際にきちんと発動していく。あるいは行政指導ということもあろうかと思えます。あるいは条例に基づくさまざまな指導等を積極的にやっていただく必要がある。

以上の2点が長野県の場合の一元化といいますか、一体化の趣旨だったのですけれども、実際どれだけの実績が上がったかどうかは議論のあるところではありますけれども、栃木県の場合にどのような観点で一体化されたかということはいろいろあろうかと思えますが、具体的に例えばそういう行政処分とか、行政指導等がどのような状況にあるのかとか、あるいはそういう点以外で今、私が申し上げたような理由以外に一体化ということについて、何か一体化する意味というものがあれば、その辺を教えていただければと思うのですが、よろしくをお願いします。

栃木県県民生活部くらし安全安心課桜井消費者行政推進室長 今お話をいただきました、栃木県についても長野県と同じような形で、基本的には一体化したということが趣旨でございます。

それと、栃木県消費生活センターの概要を見ていただきますと、組織及び職員数のところで相談啓発と事業者指導が同じ組織内に入っています。先ほどお話があった行政処分というのは、私ども栃木県では、こちらの事業者指導チームなどが主に担当しております。そこと一体になることで、例えば消費者の方からの事業者に対する苦情といったものがストレートに事業者指導チームに反映できる、又は情報提供ができるというメリットがあるかと思えます。

また、移るときに考えたのは、1つの独立した建物から本庁に移るということで、消費者の方が気軽に来やすくなるのかどうかという部分がございます。ただ、栃木県のセンターの相談状況を見ますと、そのうちの95%以上が大体電話相談なのです。来所の方が4%、5%ということ踏まえて本庁に集約して、とにかく相談体制を充実しましょうということがございました。

平成22年から本庁に移したということを感じているのは、例えば消費者教育とか啓発というのは、消費生活センターだけでは処理を仕切れない部分というものがかなりあるということです。例えば高齢者に対する啓発を行う場合には、いわゆる福祉部門との連携が必要になります。また、学校での啓発をするという場合には、教育委員会との連携が必要になりますが、そういった場合に本庁にセンターの機能がありますと、連携がスムーズにいくというようなメリットもあるかと思えます。ですから、先ほど長野県でお示しいただいたメリットのほかに、そういったことも考えられる

かなと考えております。

樋口委員 ありがとうございます。

河上委員長 池本委員、どうぞ。

池本委員長代理 池本でございます。

栃木県にお伺いします。非常に精力的にいろいろな分野で取り組んでおられると受け止めております。その上で、更に今後この辺りの展開はどうかということでお伺いしたいと思うのですが、7ページでくらしの安心サポーターによる啓発というものがあります。これはリーダー養成講座の修了者を対象にして、いろいろな活動を、まさに地域における官民連携で展開をしていくということで、この分野は私は埼玉ですが、埼玉でも重要な柱として位置付けていますし、各地でも地域連携ということで取り組んでいるところだと思います。

お伺いしたいのは、5ページの一番下にリーダー養成講座を市町長から推薦を受けた一般県民とありますから、その養成されたサポーターの人は県の事業としていろいろな活動するだけではなくて、市町のセンターなり地元の行政とも連携して、更に地域のいろいろな団体に広がっていくことが大事だと思うのです。そうなってくると、県の事業としての展開だけではなくて、地元の市のセンターとつながるようなという辺りのところ、何か工夫をなさっているのかどうかということ。

それに関連して言いますと、市町の職員に、これまではどちらかという相談業務の支援、一般的な啓発の取組について職員がどう活動するかということがあったかと思うのですが、今のようなサポーターの人の活躍の場を提供するとか、そういった地域連携を市町の職員の方にやっていただく必要があるのではないかと思うのです。

そこで、もう1つの質問は、9ページに市町の担当職員の研修の開催というものがあります。8ページのアの中の(エ)には、職員と新任相談員研修、これは相談スキルアップという観点、それとは別に(エ)は職員研修というものがあって、この2つの中身の違い、特に後者ではどういう辺りのことを、ではどのくらいの回数というかコマ数でやっておられるのかという辺りをお伺いできればと思います。

栃木県県民生活部くらし安全安心課桜井消費者行政推進室長 まず、くらしの安心サポーターなのですが、栃木県は現在320~330人おります。この人たちは基本的には消費生活リーダー研修を修了した方のうちサポーターを希望された方々です。それを、名簿管理して、関係する市町にも提供いたしまして、市町での消費者の集いとかイベント等があるときに、声掛けをしていただき、どんどん活用していただけるようお願いをしているところです。

おっしゃるとおり、くらしの安心サポーターを養成するという1番の趣旨は、消費者啓発とかを行う際には草の根的に地域に根差した活動というものが非常に重要だということ考えたものでございます。その際には市町との連携又は市町等での活用が必要不可欠でありますので、今後更に市町と連携を深めていきたいと考えております。

2つ目の研修ですけれども、まず8ページにあります消費生活行政担当者及び新任等相談員研修、あとは市町消費生活相談窓口担当者研修です。これらはどちらかという消費生活相談関係の中身がメインになっています。特に実際に相談を扱う際の実務上の話とか、実務処理上の話がメインに

なっています。

もう1つ、9ページにあります市町消費者行政担当者研修会。こちらは消費者行政全般の話で、消費者行政推進交付金制度をはじめとして、消費者行政を推進するためのさまざまな施策の取組とかを担当する行政の方を対象にした研修会でございます。

市町における相談員と行政の関係を理解していただき、潤滑油的な場としても活用してもらえるように、この2つの研修を実施しているところです。

池本委員長代理 ありがとうございます。

最後におっしゃったところですが、これまで各地の自治体では相談業務の支援的な、ここでいうと8ページにある、この分野で職員さんの研修の機会というのは比較的あったのですが、職員固有の内部での運営の調整もあるし、あるいは基金の活用もあるし、地域連携をどう展開するかという職員ならではの活動という部分の研修の機会というのは少なかつたと思うのです。ですから、この部分を大いに広げていただく、あるいはこの裾野を広げていただく。そして、その中にサポーターの活用ということも入れていただくことが必要なのではないかと思います。

参考までに、埼玉でもサポーターは二百数十名、むしろ栃木よりも少ないのですが、育成しておりますけれども、昨年、消費者団体側から要望して、県のほうでサポーターに対してアンケートを実施したのです。何項目がある中で、せっかくサポーターになって活動の場が提供されていますかという、ほとんどなくてもったいない。もっと活動の場がほしいという回答でした。

それから、市町村にこれは消費者団体側が独自にアンケートしたのですが、あなたの自治体でサポーターは何人いますか。連携がとれていますかとやると、そもそも何人いるかわかりませんというのが半分近くあったのです。その意味では代替わりしてサポーターの活用が十分伝わっていない、あるいは生かされていないという実情があって、次の年度で埼玉でもそこは意識的にやろうとしているのですが、ぜひ市町村の中での活躍の場を提供するというところで、県と市町も一体となっていていただければと思います。

池本委員長代理 どうもありがとうございます。参考にさせていただきます。

河野委員長 増田委員、お願いします。

増田委員 相談員のスキルアップについて具体的にお伺いしたいのですけれども、8ページ(3)アの中の小さい(ウ)に通信講座というのがありまして、自治体が通信講座を直接やるというのは非常に珍しいのではないかと思います。これを実際に行っているのは、職員の方でしょうか。問題を作ったり、添削をしたりとか、手間のかかることだと思いますが、そのやり方について簡単に御説明をいただきたいということと、次ページの上から3行目、(イ)の市町の消費生活相談員の実務研修ということで、受入れをされているということなのですが、期間としてはどのくらいの期間受入れをされているのかお伺いしたいと思います。

栃木県県民生活部くらし安全安心課桜井消費者行政推進室長 まず通信講座等ですが、その中身としましては、相談員に結構関係法令などを勉強していただくというものです。例えば旅行業法、特商法などさまざまな関連する法律がありますので、その法律に基づいた通信教育を行うものです。

通信教育については弁護士とか、消費者団体の中でも法律に精通している方がいらっしゃいます

ので、そういった方にもお願いをして実施をしております。

具体的なテキストについては、既に出ているものがございますので、それを活用して、かつ、組合せなどをいろいろ工夫しながら、毎年、研修内容を変えて実施をしているところです。

市町の消費生活相談員の実務研修ですが、市町の相談員に県のセンターに来ていただいて、実際の業務を通じた研修をしてもらう内容で、基本的なスケジュールとしては5日間来てもらうという形です。

主に、実際の相談に対してどのように相談員として対処しているのかとか、相談のカードの書き方とか、PIO-NETという全国共通の情報処理のシステムの入力の仕方といった、細かい実務的な部分をひとつひとつ学んでいただくというような内容になっています。

それと市町に戻ってから相談員として業務をしてもらうために、相談員として必要な心構えとか、基礎的な部分についても要望があれば応じることとしております。

増田委員 ありがとうございます。

河上委員長 これはDVDなんかも使っておられるのですか。

栃木県県民生活部くらし安全安心課桜井消費者行政推進室長 DVDも使っています。

河上委員長 ほかにいかがでしょうか。では、鹿野委員、どうぞ。

鹿野委員 私も栃木県の取組について伺いたいと思います。先ほどのお話を聞いて、さまざまな形で消費者の相談対応や教育啓発を行い、あるいはそれを行政の企画等にもつなげていくような仕組みを備えていらっしゃるということで、非常に参考にさせていただきました。

特にお聞きしたいのは6ページから7ページにかけてのところでございます。

私も、消費者教育をどうやっていくのかというのは非常に重要な課題だと思いますし、これについて、草の根的といいましょうか、引っ張っていく人たちを育ててそこから更に発信していくという方法も重要だと考えているところです。そういう意味で、栃木県におけるサポーターによる啓発等もとても貴重だと思いますし、もう一つ、その少し上の(イ)にある消費者教育教員向けセミナーをやっているということも興味深く伺わせていただきました。これについては、教育委員会と連携して教員を対象に役立つ情報の提供をしたりするセミナーを実施しているということでした。

私がほかのところでも聞いたところによると、教育委員会と連携がうまくとれればいいのだけれども、なかなかそのハードルが高いと感じていらっしゃるような地域もあるようでした。そこで、栃木県はこの教育委員会との連携というものを具体的にはどのような形で行っているのか、その連携を図るに際して、例えば県が教育委員会に直接アプローチをするような形でこのような活動が始まったのか、そこら辺の(イ)のやり方等について、より具体的に教えていただければと思います。

栃木県県民生活部くらし安全安心課桜井消費者行政推進室長 7ページの一番上のところの「(イ)消費者教育教員向けセミナー」については教育委員会と連携を図って実施しています。基本的に県の消費生活センターが本庁の組織の一部であるというのも強みの一つだと思うのですが、本庁の中の部局間の調整が比較的しやすいということもあります。私どもから教育委員会に話をし

て、教員のセミナーについて協力をお願いできないかという話をもちかけたところでございます。

もう1つ、教育委員会では学習指導要領の中で消費者教育を指導することが示されております。栃木県の教育委員会でも教育振興基本計画を作っておりまして、その中に消費者教育を盛り込んでいただいております、連携して取組を進めて参りたいと考えております。

そこで、教員向けセミナーは基本的に、家庭科、現代社会、公民などの先生を対象に実際の授業で活用していただける内容としております。

河上委員長 大森委員、お願いします。

大森委員 桜井室長にお聞きします。素晴らしい実績があるので、多分予算面でも過去の実績からかなり付けていただけているのだと思うのですが、私が特に注目したのが、6ページのオの若者の消費者被害防止啓発事業の実施なのですが、今、若い人たちはどんどん文字離れが進んでおりまして、従来型のリーフレットとかチラシをまくという啓発活動というのは変えていかなければいけないのではないかというのが私の考え方で、この辺は国も見習ってほしいと思うわけですが、予算面などでなかなか踏み切れないというケースが多いと思うのですが、実際ペーパーベースのものをこのような形にした場合に、爆発的に予算が拡大するのかなとか、そのための別枠の予算が要るのかなとか、安く上げるための工夫、ノウハウなどおありでしたら教えていただきたいと思っております。

栃木県県民生活部くらし安全安心課桜井消費者行政推進室長 お金の話は私どもも、ほかの自治体の例に漏れず、結構厳しい状況がございます。ただ、先ほども申し上げましたように、例えばスポーツチーム試合会場での啓発でいくと県から職員が出向しているということもありますので、リーフレット等の配布については円滑に対応していただいております。

あと、チラシについても、最近は文字離れということもあって、なかなか見てもらえないということもあるのですが、実は試合会場に行くとき余りほかに目移りするところがなく、あとはバックスクリーンに映っているCMとかを見ざるを得ないという状況が考えられます。経費は毎年抑えられているという状況がありますので、何とかうまくいろいろなものを活用しながら、消費者活動の啓発などもやっていければと考えているところです。

河上委員長 長田委員、どうぞ。

長田委員 栃木県さんに御質問なのですが、1つはいただいた資料を見ていると消費生活相談のところに商品テストがあって、原因究明テストの実施という欄があるのですが、実際に栃木県の消費生活センターとして現在テストをやっておられるのかどうかということと、もう1つはPIO-NETに相談員の皆さん入力をなさると思うのですが、その入力内容を送信する前にチェックを県職員の皆さんとかどなたかがなさっているかどうか、2点お願いします。

栃木県県民生活部くらし安全安心課桜井消費者行政推進室長 まず商品テストですが、栃木県の場合、事業者指導で商品テストをやっておるのですが、本庁にあるということもあって潤沢なテストをするための設備などがあるわけではございません。ただ、ある程度の機械とかはありますので、例えばクリーニングで苦情が上がってきたものとか、あとは通常の商品のテストとかを行っております。それでもできない場合は、県にいろいろな検査機関がございますので、そちらにお

願いをしてテストをしてもらうということもございます。それでもだめなときは、国センにお願いをして、商品テストをしてもらうという段階を踏んで実施しているところです。

PIO-NETについては、相談員が入力した後に、担当者がまずはチェックして、それを室長まで回覧をして決裁をとった後に入力をするという形をとっております。

河上委員長 話は尽きませんが、予定していた時間を過ぎてしまいました。

藤村部長、1点だけ。言いにくかったらお返事をいただかなくていいのですけれども、例えば先ほどの栃木県さんの資料2で選手の顔が出ている「しっかりディフェンス！」というものがありますね。こういうものを作るというときに、お代金といたしますか、Jリーグさんの資料では「費用のほうは御相談」と書いてあるのですけれども、大体どのくらいかかるものなのですか。

日本プロサッカーリーグ藤村特命担当部長 これはいただいていないですよ。こういった目的であれば喜んでお使いくださいというクラブがほとんどだと思います。

河上委員長 そうですか。それはありがたいことです。

あと同じような形で、後ろに電光掲示板に何かを出すという場合は、これはJリーグにお願いをして流してもらうという形になるのですか。

栃木県県民生活部くらし安全安心課桜井消費者行政推進室長 これは栃木SCのホームゲームで流してございまして、私どもとしてはJリーグにお願いをしているというよりは、栃木SCの事務局に話をして流してもらっています。

河上委員長 それぞれの事務局の御厚意ですか。

栃木県県民生活部くらし安全安心課桜井消費者行政推進室長 そうです。それぞれのスポーツチームの事務局と委託契約を結びまして、流していただいているという状況です。

日本プロサッカーリーグ藤村特命担当部長 そのパターンのもと、国のほうからJリーグに一括してお声掛けいただいて、全クラブで一斉にやりましょうという対応もあります。

河上委員長 そういうことも可能なのですね。

こういう広報媒体があるということがわかったので、今後とも、いろいろな形でお力添えをいただければありがたいなと思います。

本日は栃木県、日本プロサッカーリーグから、それぞれの取組について御説明をいただきまして、また、質疑の中での御回答からも大変多くの御示唆をいただきました。私どもの見るところ、日本のこれからの消費者政策がうまくいくかどうかというのは、地方消費者行政がどのくらいうまく生き生きとやっていけるかということにかかっているのだらうと思います。その意味ではそれぞれの地方に根差したスポーツチームの御協力等は、非常にありがたいと思います。

また栃木県の取組は、ほかの消費生活センターや自治体などにとっても大変参考になるものであろうと思われます。当委員会においても本日御説明いただいた取組、審議の内容については、今後取りまとめる報告書の中で盛り込ませていただいて、いろいろなスポーツ団体とも力を合わせていければいいなと思います。

本日は本当にありがとうございました。

---

### 3 . 閉会

河上委員長 本日の議題は以上でございます。最後に事務局から今後の予定について説明をお願いいたします。

丸山参事官 次回の本会議の日程、議題につきましては、決まり次第、委員会ホームページ等を通じてお知らせさせていただきます。

本日はこれにて閉会とさせていただきます。お忙しいところお集まりいただきまして、ありがとうございました。