資料9

令和8年度 第1回 沖縄県消費生活審議会専門部会 議事概要

1. 開催概要

- 日時:令和8年8月 13 日(木) 14:00～15:30
- 場所:沖縄県庁6階第1特別会議室
- 出席者:

審議会委員(6名):

本田 祥子 (弁護士)
髙良 麻美 (NPO 法人消費者センター沖縄 理事長)
金城 ふじの (琉球大学 講師)
久高 清美 (沖縄県女性連合会 副会長)
比嘉 吉昌 (沖縄県生活協同組合連合会 専務理事)
仲間 毅 (公益社団法人沖縄県工業連合会 事務局長)

事務局:

生活福祉部 生活安全安心課
七條課長、山里班長(司会)、仲村渠主査、玉榮主事
生活福祉部 消費生活センター 中村主幹

- 会議の公開・非公開の別:公開

2. 議事:第5次沖縄県消費者基本計画案について

(1) 事務局からの説明

【数値目標の設定方針の見直し(資料7「数値目標新旧対照表」)】

- **基本方針**
  - 新計画(第 5 次計画)の数値目標は、単なる活動実績ではなく「県民の意識や行動が実際にどう変化したか」という成果(アウトカム)をより重視する方針で整理。
- **新規追加項目**
  - 「消費者ホットライン(188)の認知度」および「最近の消費者トラブル事例に関する認知度」の 2 項目を追加。
- **変更項目**
  - **立入検査指標の改訂**
    消費生活用製品および家庭用品販売事業者への立入検査について、従来の「店舗数」から「実施品目数」へ変更。目標店舗数の達成を優先した結果として生じていた検査対象製品の偏りを防ぎ、多様な製品を幅広くチェックして検査の実効性を高めることが目的。
  - **食品ロス削減・エシカル消費**
    「イベント実施件数」を「家庭系食品ロスの削減量」へ変更。「エシカル消費の認知度」を「食品ロス問題を認知し削減に取り組む県民割合」へ変更。
  - **出前講座・研修**
    「実施回数」から「参加人数」指標へ変更。「食育啓発イベントの実施」は「食に関心を持っている県民の割合」への変更を検討中。衛生教育と食育・学校給食に関する研修等の目標を統合。

- 削除・除外項目
  - 事業の定着による削除

    食品の安全・安心に関する意見交換会、沖縄県多重債務問題対策協議会、ヤミ金融被害防止対策会議など、令和 3 年度以降毎年目標を達成し定着している事業は目標から削除。
  - 実施主体の移行による除外

    金融商品に関する消費者啓発事業等の金融経済教育関係項目は、実施主体が J-FLEC（金融経済教育推進機構）へ移行したため、基本計画の数値目標から除外。

【審議会資料の追加・修正箇所】

- 相談件数の状況（14 ページ）

  現在は県センターの受付件数のみ記載。市町村データ公表後に反映させ、相談件数や分担率のグラフを追加予定。
- 年代別割合（15 ページ）

  契約当事者の年代別割合は 70 歳以上が最も高く、60 代、50 代と続く。令和 5 年度以降、50 代以上が全体の半数以上を占める状況が持続。
- 相談内容の傾向（16 ページ）

  商品・役務別では「化粧品」が最多（令和 7 年度：558 件）。主な相談内容は「定期購入契約」であり、健康食品や商品一般等でも同様の傾向。賃貸アパート、役務その他、自動車等でも件数が増加（全国的傾向）。
- 若年者のトラブル（17～18 ページ）

  従来の契約トラブルに加え、「副業トラブル」や「オンライン課金トラブル」が増加。副業トラブルは 20 代～40 代が全体の約 8 割を占める。オンライン課金トラブルは令和 7 年度に 39 件と減少傾向にあるものの、15 歳以下が契約当事者の 8 割弱を占める。
- 特殊詐欺の情勢（18 ページ）

  全国的に認知件数・被害額が増加傾向（特に偽警察官詐欺等）。沖縄県内では「SNS 型投資詐欺・ロマンス詐欺」が認知件数の 37.2%、被害額の 59.2%（19.4 億円）を占めており、注意喚起や関係機関との連携を強化。
- 県民意識調査（19～20 ページ）

  消費生活に関する 4 項目（食の安全、品質表示、苦情相談体制等）の重要度は 80%超であるのに対し、充足度は 25～50%程度にとどまり、重要度と充足度の間に大きなギャップが存在。

【第1回審議会での委員意見に対する対応状況報告】

- LP ガス立入検査

  産業政策課からの報告によると、令和8年4月施行の新基準等に係る立入検査を7月から順次実施しており、今年度の目標は達成見込みである。
- 海外事業者トラブルへの対応

  他県計画を調査した結果、トラブル発生防止の周知啓発および CCJ（越境消費者センター）等の専門機関周知が中心となっている。海外事業者は連絡困難等により通常のあっせん交渉が通用しづらいため、日本語サイトであっても海外事業者であることを見抜くポイント（極端な安値、不自然な

日本語、事業者住所がない、振込先が個人名義、連絡先がフリーメールなど）を明確にし、HP・SNS・啓発講座等で事前注意喚起を強化する。

- **カスタマーハラスメント対策**

商工労働部労働政策課に確認したところ、令和8年 10 月に改正労働施策総合推進法（事業者へのカスハラ対策義務化）が施行予定であり、県独自条例の設定は現時点で想定していない。労働相談事業の一環として、事業者向けのカスハラ対策・メンタルヘルスケアセミナー等を継続開催する。

(2) 審議・質疑応答（各委員の質疑・意見および事務局回答の詳細）

①化粧品トラブルの年齢層と事業者啓発について

- **金城部会長**：

成果重視に変わったという点について、非常に良い方向性だと感じた。苦情件数の第1位となっている「化粧品」について、具体的にどの年齢層からの相談が多いのか。小中高校生など若年層（男女問わず）のメイクやコスメ利用が増加しているため、若い世代のトラブルが発生していないか気になる。

  - **事務局（中村主幹）：**

相談者の主な年齢層は 40 代以上が中心であり、50 代・60 代・70 代でそれぞれ相談件数の第1位となっている。20 代・30 代は上位5位に入っていない。ただし、20 歳未満（ティーンエイジャー）においては相談件数の第2位（昨年度 20 件）に入っており、SNS 広告等に惹かれて申し込んでトラブルになるケースが見られる。

- **仲間委員：**

資料6の 15 ページに掲載されている年代別相談件数において、「50 代以上が半数以上を占めている」という分析結果を踏まえ、高齢層等をターゲットとする事業者に対し、団体等を通じて「より丁寧な契約・商品説明を行うこと」を促す啓発活動を行えないか。15～16 ページに挙げられている「具体的な相談内容・事例」について、事業者が社内研修等で活用できるよう、事例情報を事業者へフィードバック・情報共有する取り組みは可能か。

  - **事務局（中村主幹）：**

年代別のトラブルの件数や上位項目については、毎年度消費生活センターの HP や紙媒体の啓発パンフレットで公表しており、令和7年度分についても最終精査を行った上で近日中に公表予定である。HP 以外にも啓発パンフレット等に年代別のトラブル件数を記載しているので、紙媒体での情報提供も可能である。

  - **七條課長：**

定期購入トラブルにおいては、特に低年齢層や高齢者で「初回の購入価格が極めて安く設定されており、1 回だけのつもりで購入したら高額な定期購入契約だった」というケースが多く見られる。これは事業者側が「定期購入が条件である」という点を分かりにくく表示しているサイトが多いことが要因となっているため、消費者側への啓発はもちろんのこと、事業者に対しても「定期購入条件である旨を明確に提示すること」や「文字のサイズを大きくすること」といった指導や呼びかけを行っている。

消費者庁の管轄であるため、県が直接すべてのサイトに指導に入ることは難しい現状もあるが、協力できる部分については今後も呼びかけを行っていきたいと考えている。

②副業・課金トラブルと注意喚起の手法について

・本田委員：

消費者被害の防止に向け、本計画の中で具体的にどのような施策が実行できるのかが見えにくいと感じる部分がある。定期購入だけでなく、副業トラブルや各種詐欺など多様な被害が発生しているが、これらに対して事前の周知啓発や相談現場でのあっせんを中心に、具体的にどのようにアプローチしていくのかお伺いしたい。

- **事務局（中村主幹）：**

副業トラブルは被害額が高額になりやすく、一度振り込むと回収が極めて困難であるため事前の周知啓発が最も重要となる。従来の紙媒体（チラシ等）では若年層に届きにくいため、インターネット上での発信へ切り替えている。特に、自ら沖縄県消費生活センターHPを見に来ない受動的な層へ届けるため、昨年度はYouTube広告を活用して情報をプッシュ配信する取り組みを行っており、今後もこれを強化していく。

・金城部会長：

令和7年度のオンライン課金トラブルについて、特に18～19歳で前年度から大きく減少した理由と、15歳以下（小中学生等）の割合が高い現状に対する具体的な対策を伺いたい。自身の家庭でも子どもが親のクレジットカードを利用して高額課金が発生した実体験があり、学校教育や保護者への教育も不可欠だと感じている。

- **事務局（中村主幹）：**

件数減少の明確な因果関係は特定が困難であるが、学校現場へ専門講師を派遣する「消費者教育コーディネート事業」やJ-FLEC等を通じた講座・教育を実施している。15歳以下のトラブル比率が高い現状は重く受け止めており、学校および保護者双方に向けた周知・啓発を継続して行っていく。

③高齢者・要配慮者見守りネットワークおよび市町村相談体制の縮小について

・髙良委員：

（ア）37ページ「3-3 配慮を要する消費者の被害防止（見守りネットワーク）」について

計画内に「連携」という言葉が多用されているが、具体的にどの程度の密度や実効性を想定しているのか。現状、見守りネットワークはほぼ機能していないように感じられるため、センターで解決できない事案や法的判断が必要な相談を弁護士や司法書士等へ繋いで解決まで導くルートは確立されているのか、個人情報の移送を含めた連携を想定しているのか、また対象は高齢者に限られるのかお伺いしたい。

（イ）39ページ「3-4 グローバル化の進展への対応」について

<u>他県でも行われているネット広告の適正化や事前注意喚起について、沖縄県でもぜひ実施していただきたい。</u>

【生活安全安心課回答】

インターネット広告の適正化および消費者トラブルの未然防止は、適正な取引環境を確保し消費者被害を防止する上で、非常に重要な課題であると認識している。インターネット広告については、広域的な流通構造等の理由から、県単独での対応や指導には一部困難な面も存在するが、寄せられた相談事例や実際の指導内容等を県ホームページや SNS 等を通じて分かりやすく紹介し、周知・啓発の更なる強化に努めていく。また、個別の事案についても必要に応じて的確に対応しつつ、県民への普及啓発を推進していく。

(ウ)50 ページ「6-1 市町村における消費者行政体制の充実支援」について

第4次計画と同様の記述となっているが、この間、市町村の相談窓口は縮小・休止傾向にあり、来年度消滅する窓口もある中で同じ記述のままでよいのか疑問である。計画にある巡回訪問(巡回指導)が実際に行われているのであればよいが、行われていないのであれば単に削除するのではなく、窓口縮小が県民の不利益になっている現状を踏まえ、巡回指導等ができるよう県として適切な対策を講じるべきではないか。

- **事務局(山里班長):**

  (ア)37 ページ「3-3 配慮を要する消費者の被害防止(見守りネットワーク)」について

  当初は消費者庁の方針に基づき、各市町村が地域協議会を設置する目標に対して県が支援や働きかけを行ってきたが、現状は宜野湾市、粟国村の2市村にとどまっている。市町村において見守りネットワーク設置の施策としての優先順位が上がりづらいことや予算措置の問題があり、自主的な取り組みに委ねられていたほか、国の設置目標方針の変更もあり、県から強く働きかけにくい状況が続いていた。本ネットワークは高齢者だけでなく障害者など配慮を要する消費者全般を対象として被害拡大を防ぐ仕組みであるが、市町村の相談機能自体が弱まる中で従来のやり方を継続することは厳しく、今後は県の協議会の運営や市町村への働きかけのあり方について再検討が必要であると考えている。

  (ウ)50 ページ「6-1 市町村における消費者行政体制の充実支援」について

  ご指摘の通り現在は実施できておらず、現状の記述も市町村の体制維持や支援で精一杯である実情を反映したものとなっているため、巡回指導を実施していない点については記述の修正を含め検討していく。市町村の相談員が減少・不在化している要因としては相談員の高齢化や成り手不足があり、専門資格の必要性や待遇面の課題がハードルとなっている。今後は現職相談員の離職防止に加え、資格取得前の段階から育成に関わり、県の相談体制へ組み込んでいくような人材確保策を検討する必要があると認識している。

- **髙良委員:**

  巡回指導を行っていないため削除してほしいという意味ではなく、むしろ県内の相談窓口が縮小している現状は県民にとって大きな不利益となるため、県として「巡回指導を実施するなどの具体的な支援・対策を講じてほしい」という趣旨の発言である。

【生活安全安心課回答】

市町村の消費生活相談窓口が縮小傾向にある現状は、県民への影響が大きい重要な課題であると認識している。これを踏まえ、計画案に記載している「巡回指導による技術的な支援」については、現状において実施が困難であるため、実態に合わせて当該箇所の記述を見直す。

今後は具体的な支援・対策として、各市町村に対して住民に最も身近な相談窓口であることの重要性を改めて説明する。

・金城部会長：

市町村の消費生活相談窓口の縮小・廃止については、相談員の高齢化や成り手不足といった背景のほか、具体的にどのような要因によって窓口の減少が進んでいるのかお伺いしたい。

- **事務局（山里班長）：**

  市町村における相談員の確保については、「相談員の高齢化」と「新たななり手の不足」が非常に大きな課題となっている。他にも、消費生活相談員は国家資格等の専門知識が求められる一方で、非常勤雇用等における待遇面が他職種と比較して必ずしも恵まれていないケースがあり、受験および就業のハードルを押し上げている。

- **金城部会長：**

  相談窓口の減少は消費者や県民にとって大きな不利益となるため、今後どの市町村でいつ頃相談員が不在化するリスクがあるのかといった実態調査や予測をあらかじめ行い、県として相談員の養成や確保対策に力を入れていくことが非常に重要であると考える。

- **事務局（中村主幹）：**

  消費生活相談員の人材確保ルートとしては、ハローワークを通じた公募のほか、国民生活センターの「有資格者人材バンク」に登録された情報の活用等がある。また、消費者庁においてもオンライン講座や実地研修等を組み合わせた有資格者・相談員の育成プログラムを提供しており、県ホームページ等でもこうした制度の案内を行っている。現場担当者としても相談員の増員や待遇改善、職務の働きがいに対する認知拡大を強く望んでおり、県としても引き続き広報や周知に努めていきたい。

④金融経済教育およびエシカル消費の取組について

・髙良委員：

計画から除外された金融経済教育（金融経済教育推進機構 J-FLEC や県内金融機関によるうちなー金融リテラシー向上コミュニティ U-FLEC 等）と、県の消費者教育講座はなぜ別々に行われているのか。学校現場は多忙なため、金融トラブルと金融教育をセットで実施できないのか。また、実績や効果の公表も行うべきである。

- **事務局（中村主幹）：**

  県では J-FLEC を活用した外部講師による講座を実施している。金融経済教育においては、J-FLEC を中心とした取り組みと、県内金融機関等で構成される U-FLEC の取り組みが並行して存在しており、J-FLEC は全世代を幅広く対象とし、U-FLEC は現状高校生を中心に展開している。

  J-FLEC の講座は「家計管理・将来設計・資産形成」を中心とした国のオーダーに基づいて構成されている。一方、県の「消費者教育コーディネート事業」は、金融知識だけでなく消費者トラブル（悪質商法、課金、副業）への対応やエシカル消費まで含めた幅広いメニューを用意し、学校側の要望に応じて派遣している。現状は役割分担がなされているが、トラブル対策と金融教育は密接に関連しているため、現場のニーズに応じたメニューの充実と実績公表について検討していく。

- **金城部会長：**

  金融経済教育と消費者教育講座のメニューが明確に分けられて運用されていることが確認できた。次期学習指導要領の改定に伴い、小学校段階からの消費者教育や金融経済教育の推進がより強く求められてくるため、教育現場での活用がさらに進むことを期待したい。

・金城部会長：

今回から目標指標が「食品ロス削減」に焦点を当てた設定となっているが、今後の計画期間において食品ロス以外の領域（地産地消や環境配慮等）へ展開していく構想はあるか伺いたい。自身の学生を対象とした意識調査研究においても、食品ロス削減や詰め替え商品の購入、賞味期限の近いものから買う「手前取り」といった「お金をかけずにできる身近な行動」に対して「これもエシカル消費である」と認知・意味付けがなされた際に、学生は自分の生活の中でエシカル消費の実践を継続させていく可能性が見出されており、施策推進の参考としていただきたい。

- **事務局（山里班長）：**

  成果（行動変容）を測定するため、まずは沖縄県食品ロス削減推進計画と連動して家庭系食品ロス指標にフォーカスした。今後は食品ロス以外の形態（地産地消や手前取り等）についても段階的な指標化を見据えていく。金城部会長からいただいた知見も参考にさせていただく。

⑤外部機関・事業者等の活用提案

・仲間委員：

自身が関わる「学校と産業界の交流事業（平成 17 年から継続）」では、企業技術者や経営者が学校へ赴き出前講座を行っている。ものづくり企業も消費者対応やネット通販などを行っていることから、消費生活やネット利用に関する実務的視点からの講話を組み込むような協力が可能である。

- **事務局（山里班長）：**

  ご提案に対して、生活福祉部として検討を行いたい。

⑥食育にかかる数値目標の設定について

・比嘉委員：

資料7の7ページ 5-3-イの食育啓発関連の目標指標変更について、従来の「実施回数」から「参加人数」へと目標指標が変更された点は、実際の成果や効果を捉える上で非常に良い変更であると捉えている。ついては、この参加人数に関する目標値の設定根拠や、参加を促すための今後の見通しおよび具体策について伺いたい。

○ 事務局（仲村渠主査）：

当該指標（保健体育課等担当分）の設定根拠および今後の見通しにつきましては、担当部署に確認の上、後日回答する。

【保健体育課回答】

本指標は、食育・学校給食に関する県主催の6つの研修会等の参加人数を対象としている。参加対象者数等から積算した参加見込みは 861 人となるが、学校行事等との重複により全員の参加は困難である実情を考慮し、その8割程度に当たる 700 人を目標値とした。今後は、早期案内や市町村教育委員会等と連携した開催前の再周知、オンライン・オンデマンド配信の導入等、研修内容の充実を図り、参加者の増加に努める。

3. 閉会

本日の議論および委員意見を踏まえ、第 2 回専門部会（10 月開催予定）に向けて事務局にて計画案の調整・推敲を進めることを確認。