

**令和7年度（2025年度）第2回熊本県消費生活審議会  
及び第2回熊本県消費者教育推進地域協議会**

日 時：令和7年（2025年）11月4日（火）

午後1時30分～午後2時45分

場 所：熊本県庁行政棟本館5階 審議会室

出席者：赤池健志郎委員、浦田隆治委員、川口和博委員、菊川雅子委員、

木原徹委員、神保京子委員、諏佐マリ委員、中野祐子委員、

中山健委員、西村秀美委員、原彰宏委員、原山明博委員、

東原福美委員、福井一基委員、山西佑季委員

（事務局）

中川県民生活局長、浦田消費生活課長、渡辺課長補佐、右山主幹、

山本主幹ほか

**【 会 議 次 第 】**

1 開 会

2 議 題

（1）消費者基本計画等策定部会における審議結果報告について

（2）第5次消費者基本計画案について

3 閉 会

**【 議題等に関する議事の概要 】**

（1）消費者基本計画等策定部会における審議結果報告について

令和7年（2025年）10月10日に開催した第1回消費者基本計画等策定部会における審議結果について、原会長から資料1を用いて説明を行った。

（2）第5次消費者基本計画案について

議題（２）について、事務局より資料２及び資料３を用いて説明を行い、質疑応答及び意見交換を行った。

**【東原委員】**

資料２ ２５ページ 高校生等を対象とした消費生活出前講座実施回数について、「高校生等」は高校生以外に何が含まれているのか。また、今後のスケジュールについて、計画策定に向け、庁内会議及びパブリックコメント等を経て資料を修正し、最終案となると思うが、最終案を審議会委員にお示しいただけるか。

**【事務局】**

「高校生等」には、高等専門学校生、特別支援学校生、通信制高校生も含まれており、県内１１０校の高校等に対し、年１回は出前講座を実施するという目標である。今後のスケジュールについて、パブリックコメントの実施結果を踏まえ、寄せられた意見を計画に反映させた場合は、委員の皆様へフィードバックを行う予定である。

**【東原委員】**

「高校生等」とは、高校生と同等の年齢層に属する者という理解でよいか。

**【事務局】**

その通りである。

**【神保委員】**

消費生活相談員の年齢制限はあるのか。

**【事務局】**

年齢制限はない。

**【中野委員】**

第４次計画のＫＰＩの中で、相談員の研修参加率が未達成となっている。これは、相談員の担い手不足が関係していると考えているが、相談員数は増えているのか。

**【事務局】**

令和６年度のデータにはなるが、人口１０万人当たりの消費生活相談員数は全国５位の水準となっており、相談員数は足りていると考えている。ただ、相談員の高齢化が進んでおり、担い手の確保は対策が必要である。

**【中野委員】**

相談員の研修参加率が未達成の原因は。

**【事務局】**

市町村相談員に対する研修の周知不足、県が相談員のニーズ把握を十分にで

きていないこと、ニーズに即した研修の開催が行われていないことが原因として考えられる。

**【原会長】**

相談員の担い手不足を解消するためには、相談員の待遇改善は必要不可欠である。第5次計画は、国からの交付金の活用期限を迎える状況の中、今後の消費者行政の推進について考慮したうえで作成いただいていると考えている。

**【事務局】**

担い手を育成するには財源が必要である。消費者庁の概算要求時点における情報ではあるが、新たに「担い手確保、人材育成・強化型」という交付金メニューを新設する方向で動いており、国としても担い手の育成を支援していくことが示されている。計画案にも記載がある通り、県としても交付金を有効活用しながら取組を進めていきたいと考えている。

**【原山委員】**

資料2 27ページについて、第5次計画の体系図は先に示した方が良いと考えるが、最後に示した方が良いと考えている理由を教えてください。また、基本的方向性2にはアウトカム指標を設定することは難しいのか。

**【事務局】**

体系図について、専門部会でも意見が出たところではあるが、基本的方向性の内容を先に説明したうえで、体系図を示すのが適切と判断した。また、基本的方向性2のアウトカム指標について、例えば立入検査の件数、指導件数などは、他県の事例にも見られるように、数値目標として設定することは可能であるとする。しかしながら、成果指標として適切なものを設定することは困難であると考えた。そのため、個別管理表で各事業の数字の動きを把握し、目標を設定するという整理を行うこととした。

**【中野委員】**

事業者のリコール情報等、社会全体で共有する仕組みが必要だと考える。

**【事務局】**

仰る通り、重大事故情報等は広く県民に周知することが必要と考えており、個別管理表で件数等を把握していく。

**【福井委員】**

資料2 13ページの表記について、一般的には「ぜい弱な消費者の増加」という言い方はしない、後に出てくる「配慮を要する消費者」とニアリーイコールではないのかと考える。また、千単位で数字を表記されている箇所があるが、一般的には何万何千とう表記になるかと思う。一般の県民がストレスなく読めるような表記をしていただければと思う。

**【原会長】**

「消費者のぜい弱性」という表現は、消費者の保護が必要という意味で、関係者の間ではよく使われる表現である。確かに一般の県民からすると分かりづらい表現なのかもしれない。

**【事務局】**

国の消費者基本計画には「消費者のぜい弱性」という表現が使われているため、その点を踏まえて計画策定を進めていきたいと考えている。

**【原会長】**

「ぜい弱性」という表現については、公式な表現として使用せざるを得ないものであるため、本文中で、当該表現がどのような意味合いで用いられているかに十分配慮して記載することが望ましい。

**【東原委員】**

用語解説に入れるのはいかがか。

**【原会長】**

正式に「ぜい弱性」について定義づけている資料はあるのだろうか。

**【東原委員】**

令和6年版消費者白書で、消費者の「ぜい弱性」について特集が取り上げられており、消費者関係者の間では一般的に用いられている表現なのだと思う。

**【諏佐副会長】**

仰る通り、「ぜい弱性」という表現は、消費者関係者の間では馴染みのある表現である。消費者施策の歴史を振り返ると、以前は消費者保護基本法として、消費者を保護の対象とすることを目的に策定されていた。その後の法改正により、消費者は自立した存在として位置づけられ、消費者基本法へと改められた経緯がある。しかしながら、近年では再び、消費者の「ぜい弱性」について着目する動きが見られるようになってきており、消費者法の研究者には、当該表現は馴染みのあるものになってしまっていたが、ご指摘いただいた通り、表現方法については考える必要があると感じた。

**【原会長】**

他に質問、意見等がなければこれで終了する。本日いただいた意見について、事務局で計画案の修正を進めていく。修正内容については、会長の判断に一任させていただいてよろしいか。

**【委員】**

異議なし。

(以上)