

令和元年度第2回島根県消費生活審議会

令和元年11月1日（金）

島根県市町村振興センター大会議室2

1 開会

中尾

御案内の時間よりも少し早いですが、御予定の皆様にお集まりいただいておりますので、ただいまから令和元年度第2回島根県消費生活審議会を開会いたします。

私は進行を務めます環境生活総務課の中尾といたします。よろしくお願いいたします。

それでは最初に、新しい委員の御紹介をさせていただきます。

田儀委員様の後任として、島根県連合婦人会の野々内会長に委員委嘱をさせていただきました。

県連合婦人会会長の野々内さとみ委員です。

野々内委員

島根県連合婦人会会長の野々内さとみです。

どうぞよろしくお願いいたします。

中尾

また、坂本委員の後任といたしまして、島根県農業協同組合の石川委員を委嘱しておりますが、本日は欠席となっております。

他の委員の皆様におかれましては、出席者名簿、配席図をもちまして、御紹介に代えさせていただきます。

本日は、岡田委員、手石方委員、李委員、急遽石原委員、石川委員、三島委員が御欠席となっております。

本日の審議会成立についてです。本日は委員18名のうち、御出席が12名、御欠席が6名です。島根県消費生活条例施行規則第20条第3項で、審議会の定足数を委員の半数としておりますので、本日の審議会は成立しておりますことを報告いたします。

それでは開会にあたりまして、松本環境生活部長から御挨拶申し上げます。

松本部長

皆様、こんにちは。本日は大変お忙しい中、この審議会に御出席いただきまして、大変ありがとうございます。

また平素は消費者行政につきまして、委員の皆様には、御理解と御協力を賜りまして、重ねて御礼申し上げます。

6月に第1回消費生活審議会を開催し、第4期消費者基本計画についての評価、消

費者センターに寄せられた相談の概要を説明し、そして第5期島根県消費者基本計画の骨子についても説明し、委員の皆様から様々な御意見等をいただいたところです。

その後、県庁内でも関係各課による推進会議を開催し、いろいろな意見をもらったり、また市町村や各市町の消費者問題研究会の皆様からもいろいろな御要望等をいただき、計画の素案を作って参りました。

本日は、計画の素案について御審議いただきたいと思います。

第5期消費者基本計画は、今後5カ年にわたります県の消費者行政を進めていくうえでの指針となるものですので、ぜひ皆様、それぞれ専門の立場からの忌憚のない御意見を頂戴できればと思います。

限られた時間ではございますが、よろしく願いいたします。

中尾

ありがとうございました。

議事に入ります前に、配布資料の確認をさせていただきます。

本日、新たに配布している資料ですが、レジメ、出席者名簿と配席図、それから委員の皆様には、議事進行のために参考資料をお配りしております。

参考資料1として、審議委員様からの事前に出された御質問、御意見についてです。質疑の際に御覧願いたいと思います。

それから参考資料2としましては、先ほど部長も申しましたが、各市町の消費者問題研究会から出された基本計画素案に対する御意見の抜粋です。この資料につきましては、9月から10月に17市町の消費者問題研究会様と基本計画につきまして意見交換をしましたが、その時出されました御意見と、その後書面で意見照会した結果を取りまとめた抜粋資料になっております。

前回の審議会の際に、基本計画策定スケジュールのところで御説明しましたが、消費者問題研究会の皆様と意見交換することにより、寄せられた意見を反映して計画素案を検討しますと申しておりましたので、参考として配らせていただいております。

それから、参考資料3としまして、「島根創生計画」(案)骨子です。これにつきましては、委員からの御質問に関連しておりますので、お配りしております。

また事前に郵送しておりますけれども、本日の審議の資料といたしまして、クリップ留めで配布しています。

島根県消費者基本計画(第5期)素案概要、消費者基本計画策定スケジュール、消費者基本計画の概要(A3版)、ホチキス留めの第5期消費者基本計画素案です。

併せて、くらしの豆知識もお配りしておりますので、お帰りになりましたら、御覧願います。

皆様、資料がお手元にありますでしょうか。よろしいですか。不足の場合は、事

務局へ申しつけ願います。

それでは、これからの議事は会長を議長として進めていただきます。よろしくお願いいたします。

2 議事

(1) 第5期島根県消費者基本計画の素案について

会長

本日はお忙しい中、お集まりいただきありがとうございます。

それでは、ただいまから、第2回島根県消費生活審議会の議事を進めます。

議事次第の(1)第5期島根県消費者基本計画の素案について、事務局から説明してください。

神谷

消費とくらしの安全室の神谷でございます。第5期基本計画の素案につきまして、私の方から説明させていただきます。

会長

長い説明となりますので、第1章計画の基本的な考え方と第2章消費生活をめぐる現状と課題についてまず説明していただき、一旦御質問等を受けます。それから後半説明をしてもらいます。

神谷

第5期基本計画につきましては、お手元でございます資料の中のA3サイズのカラー一刷り資料で概要を御覧いただきたいと思います。

概要ですが、第1章で計画の基本的な考え方を、第2章で消費生活をめぐる現状と課題を説明します。その後、その内容を踏まえ、第3章から第4章で具体的な内容について説明するという流れです。

第5期基本計画の素案については、その次のホチキス留めの資料となります。

まずは第1章と第2章を説明させていただきます。

素案の1ページを御覧ください。まず第1章の1計画策定の趣旨としまして、高度情報通信社会の進展や経済のグローバル化、民法の成年年齢の引き下げなど、消費生活を取り巻く状況が変化する中、課題に的確に対応し、消費生活の安定と向上を確保するといった内容でございます。

続いて、2計画の位置付けとしまして、1つ目は島根県消費生活条例に基づく基本計画であること。

2つ目は、県の上位計画として、現在策定作業が進められております「島根創生計

画」の個別計画であること。

3 つ目は、消費者教育推進法に基づく、県の消費者教育推進計画として位置づけるということとしております。

2 ページに移りまして、計画の目的、そして基本理念について触れておりますけれども、これにつきましては第 3 章で改めて説明をさせていただくことといたします。

続いて、5 計画の期間についてですが、来年度、令和 2 年度からの 5 年間といたします。これは、県の上位計画である「島根創生計画」の期間と歩調を合わせるということでもあります。

3 ページからは第 2 章となります。

まず、経済社会情勢の変化としまして、9 つの項目を挙げております。

(1) 高度情報通信社会の進展としましては、まず、インターネットの利用があらゆる年代で進んでいること、そして、3 ページの中程になりますが SNS というソーシャルネットワークワーキングサービスの利用も大幅に増えていることについて記載をしております。

4 ページに移りまして、ここでは、世界規模の ICT 企業による巨大なデジタルプラットフォーム、あるいは人工知能 (AI)、IoT、ビッグデータなど、技術革新の進展、といったものが、消費生活に与える影響について記載をしております。

続いて、5 ページの (2) 消費生活のグローバル化の進展としまして、まず、海外からの消費財の輸入額が増加傾向であること。また、消費者個人が海外の事業者とインターネットを通じて直接契約するなど、国境を越える越境的な取引が増えていること。そして、それがトラブルに発展することも増えているということについて記載しております。

続いて 7 ページですが、(3) 取引の多様化・複雑化としまして、インターネット取引において、商品などを提供する事業者だけでなく、決済業者をはじめとして、様々な関係者が関わるため、トラブルの処理も複雑なものとなること、また、インターネットオークションやフリマアプリなどの普及によりまして、消費者同士が売り手と買い手となって取引を行うケースも増えている、といったことについて記載しております。

続いて、7 ページの下のところ、(4) 人口減少と高齢化、独居化の進展としまして、まず日本全体ですが、既に人口減少社会に入っておりまして、高齢化率あるいは高齢者のみの世帯の割合が増加傾向であります。

8 ページに移りまして、島根県の人口についてですが、昭和 30 年をピークに減少傾向にあり、高齢化率や高齢者のみの世帯の割合が増えています。そして、高齢者を狙った悪質商法あるいは特殊詐欺の増加が懸念されるほか、様々な問題が出ておりまして、地域での見守り活動の必要性について記載しております。

なお、9 ページの図表 8 は、県内人口を棒グラフで示しております。令和 2 年以降

の推計値については点線で示しておりますけれども、これは、現在「島根創生計画」の素案において、「島根県人口ビジョン」の目標達成時期の前倒しということがありまして、その中では令和 22 年に人口 56 万人が見込まれるということが示されています。今後、人口ビジョンが示された段階で整合を図る予定でございます。

続いて、(5)民法改正による成年年齢の引下げですが、民法の改正により、令和 4 年 4 月には、成年年齢が 18 歳に引き下げられます。積極的な社会参加が促される一方で、悪質な事業者のターゲットとなることが懸念されますので、実践的な消費者教育の実施が重要な課題となっているところでございます。

なお 10 ページのところに、図表 9 として挙げていますが、これは契約当事者が未成年者である場合と、成年になった若者である場合の相談件数を比較したものです。成年の前後でこれだけの差があるという状況から、今後は成年年齢 18 歳を意識した対応が重要といえます。

続いて、(6)外国人住民等の増加としまして、11 ページの図表 10 と図表 11 にありますように、外国人住民人口と外国人観光客が、特にこの 5 年、いずれも大幅に増加しているというところでございまして、消費生活相談においても、例えばやさしい日本語での情報提供など、そういった取組が必要となってきております。

続いて、(7)環境問題の顕在化と環境に配慮した消費活動ということですが、世界的に異常気象が頻発するなど、気候変動の影響が顕在化しており、これは長期的な地球温暖化の傾向と一致しているといわれております。また、環境負荷を低減するための取組についても記載しています。

続いて、(8)消費者意識とその変化としまして、13 ページの図表 12 と図表 13 にありますが、まず図表 12 の方では、環境に配慮した商品などを選択する人の割合が増加しており、次の図表 13 では日頃の消費生活でも、環境や社会への影響を意識する人も多くなっています。

なお、図表 13 の中程ですが、地元産品を購入して地産地消を実践するとか、その下の倫理的消費（エシカル消費）を行うといった項目については、若干低い、あるいはかなり低い、といった数字も出ております。

続いて、14 ページの(9)消費者志向の経営についてですが、事業者に対して、消費者の視点に立ち、健全な市場の担い手として信頼を獲得し、社会的な責任を自覚して事業活動を行う、といったことが求められている、という内容を記載しております。

次に、15 ページからは、国における消費者行政をめぐる状況として、3つの項目を挙げております。

まず、(1)消費者行政体制の強化のうち、①消費者庁及び消費者委員会の設置についてです。設置されてから今年でちょうど 10 年となりますけれども、消費者庁は消費者行政の司令塔として、消費者委員会は消費者行政全般を監視する組織として、それぞれ役割を果たしています。

続いて②国の消費者基本計画ですが、消費者政策の大綱となるもので、ちょうど今年度、次の計画の策定が進められています。

③地方消費者行政の強化に向けた取組ですが、消費生活相談窓口の設置あるいは消費者教育の推進など、地方の取組を支援するための交付金制度が平成 21 年度に創設されております。また、「地方消費者行政強化作戦」を定めて様々な取組をしているところですが、こうした取組の成果の一つとして、全国全ての市町村に相談窓口が設置され、相談体制の空白地域が解消されています。

続いて(2)消費者行政に関連する法整備ですが、消費者行政に関わりの深い法律について、近年、制定や改正があったものを中心に①から⑩まで記載しております。内容についてはこちらの資料に記載しているとおりでございます。

続いて 18 ページ、(3)消費者教育の推進としまして、まず 1 つ目は、平成 24 年に制定された消費者教育推進法におきまして、消費者市民社会の形成の概念が明記されております。

そして 2 つ目ですが、国の「消費者教育の推進に関する基本方針」が昨年 3 月に変更が加えられておりまして、当面の重点事項の 1 つとしまして、成年年齢引下げを見据え、学校における消費者教育の推進を図ることが示されております。

そして 3 つ目として、昨年 2 月に決定されました「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」におきまして、令和 2 年度までの 3 年間を集中強化期間として、学校の授業で消費者庁作成の高校生向け教材「社会への扉」を活用すること、あるいは消費者教育コーディネーターの育成配置に向けた支援等を進めるといったことが示されております。

続いて 19 ページ、(4)持続可能な社会とエシカル消費ですが、これは「持続可能な開発目標 (SDGs)」に関する内容となります。これは、2030 年までの国際目標として、国連の持続可能な開発サミットで採択されまして、日本でも、「SDGs 実施指針」を策定するなど、取組が推進されています。

また消費者政策の中では「消費者の安全の確保」、「適正な取引の実現」、「消費者の被害救済、利益保護の枠組みの整備」、「消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成」といった施策が推進されているところであります。

次に、20 ページからは、島根県における消費者行政の状況について記載しております。

まず、(1)消費生活相談の状況ですが、図表 14 にありますように、県消費者センターが受け付けた件数、これは平成 16 年度をピークに減少しております。近年は 3,000 件台で推移しているところです。

そして、市町村の窓口で受け付けた相談件数は 2,000 件前後で推移しています。県内全体の相談件数のうち、市町村の窓口で受け付けた割合、これが折れ線グラフになっておりますけれども、これは上昇傾向にあります。

また、県消費者センターの相談に関してですが、60歳代以上の相談者の割合が高くなっておりまして、昨年度は全体の約4割となっております。

21 ページから 22 ページにかけましては、昨年度の県消費者センターの相談概要を記載しております。

続いて 23 ページ、(2)県の消費者行政事業の状況を記載しております。

まず①ですが、これは製品による事故などの消費者事故の情報について、情報収集と情報提供を行っているというものです。

続いて②ですが、事業者に対する指導・取締りとしまして、関係する法令に基づく調査、そして必要に応じて指導や処分を行っているというものです。

続いて③ですが、消費者教育の取組として、特に 23 ページの下から 3 行目のところですが、学校における消費者教育に関する実践研究委託事業としまして各学校における消費者教育の方法研究あるいは教材開発に取り組む教科別の研究会等を支援しています。

また、24ページの2行目のところですが、若年者消費者教育研修支援事業としまして、より効果的な教育のための研修事業を支援しているところであります。

そのほか、社会教育の分野としましては、消費者問題出前講座あるいは消費者リーダー育成講座等を実施しています。

続いて④ですが、広報啓発として、様々な媒体を利用した広報啓発、あるいは毎年5月の消費者月間の啓発イベント、特別講座などで啓発を行っているところでございます。

⑤ですが、消費者団体等への支援及び協働ということで、明日への消費者活動支援事業といった県の委託事業を実施して協働を図るところです。

また、県内の消費者団体や有識者などをつなぐ県域のネットワーク、県域というのは、県の区域という意味ですけれども、県域のネットワークによる取組の支援も行っています。

続いて⑥ですが、消費生活相談体制の充実・強化としまして、国の交付金制度の活用による市町村の相談体制の整備のほか、市町村への巡回訪問などの支援を行っているところです。

26 ページに移りまして⑦ですが、地域見守りネットワークの構築支援ということで、平成 28 年に施行された改正消費者安全法に基づいて、県あるいは市町村に高齢者など消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止のため、「地域見守りネットワーク」が設置できることとなったことを受けまして、市町村における設置の支援に取り組んでいるところです。

27 ページからは、昨年実施した、「島根県消費者意識基本調査」の結果から、主なものを記載しております。

まず、①消費者問題の関心度についてですが、図表 19 にありますように、食品や

製品の安全性への関心が高く、あるいは悪質商法や詐欺への関心が比較的高くなっています。

28 ページから 29 ページにかけては、消費者トラブルの経験の有無、そして、そのトラブルの内容、相談した相手方についての調査結果を記載しています。

消費者トラブルの経験があると答えた割合は、図表 20 にありますように、2 割弱です。その内容は、図表 21 にありますように、製品の品質や安全性が最も多くなっています。

相談した相手方としては、図表 22 にありますように、家族や知人などの身近な人が多く、県の消費者センターや市町村の消費生活センター・相談窓口は限定的という結果になっております。

29 ページの③では、高齢者や障がい者の見守り活動の必要性について、8 割以上が必要という結果になっています。30 ページには図表を載せています。

④では、情報発信の効果的な手段として、上位としてはテレビ、新聞・雑誌、回覧板、インターネットというものが挙げられています。

31 ページの⑤では、学校における消費者教育に関する授業について、18 歳から 39 歳の年代では 3 人に 1 人以上が受けた経験があると答えており、以前と比較して増加しています。

続いて⑥では、消費生活相談窓口の認知度として、詳細を知らないという人が多数という結果が出ております。32 ページの方に図表が載せてあります。

以上までの内容を踏まえ、33 ページからは、今後の取り組むべき課題として、4 つを挙げております。

まず(1)消費者教育の充実としまして、成年年齢引下げを見据え、実践的な消費者教育を行うこと。また、社会教育として、それぞれのライフステージに応じた学びの機会を提供すること、こういった取組が必要というところであります。

続いて 34 ページの(2)相談体制の充実としまして、より適切な相談対応に向けた取組、あるいは市町村相談体制の充実に向けた技術的支援の強化が必要といえます。

続いて(3)消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止としまして、地域の中で関係する人たちが連携して見守っていくことが必要というところであります。

続いて(4)消費生活の安全確保としまして、様々な手段による情報提供や悪質事業者に対する指導・取締りが必要といえます。

第 1 章と第 2 章の説明については、以上でございます。

会長

ありがとうございました。

ただいま事務局から消費者基本計画素案の第 1 章、第 2 章について説明がありましたが、これに関連しまして、事前に質問が届いていますので報告願います。

中尾

はい。

参考資料1、それから参考資料3の4ページを御覧いただきたいと思います。

委員からの質問につきまして御紹介させていただきます。

次期島根県消費者基本計画は、上位の行政計画である「島根創生計画」の個別計画として位置づけられています。創生計画（素案）における次期消費者基本計画の具体的な位置づけは、「Ⅷ安全安心な暮らしを守る」の中の1項目である「2安全な日常生活の確保」の「(2)安全で安心な消費生活の確保」という部分になると思います。もちろんそれ自体はごく自然なことです。しかし、次期消費者基本計画は、消費活動の多様化・複雑化を背景としつつ、本県において、持続可能なかたちで消費生活が営まれ続ける社会づくりを目指すものであり、そのための主な手段として全年齢的な消費者教育を行おうというものです。

消費者教育が「教育」である以上、教える人と教わる人双方の、地球環境や人間の尊厳を重んじる「心」を育てるにはどうすればよいかを真剣に検討されなければ、それは形だけのものにとどまり、望ましい未来を創り出す具体的な力を生み出さないと考えます。したがって、本県の消費者教育推進計画をも兼ねる消費者基本計画は、本来ならば創生計画（素案）の「Ⅵ心豊かな社会をつくる」の項に独立して記述されるべき重要性を持つはずですが、創生計画（素案）においては、消費者基本計画がもつぱら安全・安心という観点のみ関連づけられており、教育を通じて心豊かな、そして持続可能な社会を作り出そうとするものである点が見落とされてしまっているように感じられ、残念でなりません。この点につきまして、県のお考えをお聞かせください、というものです。

田邊

消費とくらしの安全室長の田邊でございます。最初に御意見、大変ありがとうございました。

「島根創生計画」のことに触れていただきましたので、参考資料3の4ページ、大変字が小さくて申しわけございませんが、県庁全体の施策の体系を表しております。

この中で、私どもの消費者行政がどこに位置付けているかという御質問だと捉えております。

消費者行政につきましては、「第3編安全安心な県土づくり」の「Ⅷ安全安心な暮らしを守る」の「2安全な日常生活の確保」の中の、「施策(2)安全で安心な消費生活の確保」の中で、食の安全、交通安全対策、治安対策とともに括られております。こ

れは前計画の総合発展計画の中でも、同様に「安全安心なまちづくり」の中に括られているものです。

ここでは、消費者が社会や環境等に配慮した商品・サービスを正しく選択できること、そして、消費者がトラブルにあった場合の相談体制が整った環境をつくることを目標とし、取組の方向といたしましては、消費生活相談体制の充実強化、消費者被害の未然防止・拡大防止、そして消費者教育の推進などを掲げることといたしております。

一方、委員より御指摘のありました消費者教育について「教える人と教わる人双方の、地球環境や人間の尊厳を重んじる心を育てて、望ましい未来を創り出す具体的な力を生み出す教育」の視点は大事だと思っております。消費者教育というのは当然学校教育との連携は非常に大切ですが、一方で消費者教育は全年齢的な、生涯を通じたライフステージに応じた教育でなければいけないという視点から、今回「島根創生計画」の中ではもう1か所関わっております。

それが、「第1編人口減少に打ち勝つための総合戦略」の「IV島根を創る人をふやす」の「1島根を愛する人づくり」の「施策(2)地域で活躍する人づくり」の中で、消費者活動を担う人たちの教育的な施策を盛り込みたいと考えているところです。ここでは多様な価値観、興味、関心を持つ人々が、その希望や能力を活かし、そのライフスタイルに応じて様々な地域活動へ主体的に参加する、そのような人づくりを推進するという内容になっております。

具体的な取組の方向の1つとしましては、消費生活の多様な領域において、課題の解決に取り組む個人あるいは様々な消費者団体等の横の連携を図るため、消費者活動のネットワーク化を推進していくものでございます。以上でございます。

会長

ありがとうございました。委員いかがでしょうか。

委員

ありがとうございました。今、御説明していただいたことは非常によくわかりました。

そういうふうに、「島根創生計画」の素案の中でも消費者教育ですとか、消費生活のこれからの形を検討し、良いもの作っていくっていう部分、そういったものを取り組み、持ち込んでいく予定だということですのでごく安心しました。

この質問をさせていただいたのは、今ここで「島根創生計画」をもちだすことが適当かどうかということをお悩みましたが、丸山知事が就任されて、おそらくそれからこの「創生計画」が出てきたのかなという気がして、新しい知事のもとで、元号も新しくなりました、国としても島根県としても新しい時代に入っていくというこ

とを県民はやっぱり意識していく、というところでありまして、そこで新しい消費者基本計画を作り、それがこの「創生計画」っていうもののパーツの部分である。その中で、それを教育の力に、学校教育に限りませんけれども、教育っていうものとおして実現していこうっていうのが中心になってくるわけですので、やはりその位置付けとしてその部分ですね、それが前面に出てくる必要があるのではないかなということを感じていました。

また知事が確か御就任の前に、人口の減少ということをすごく心配しておられたので、今日も先ほどの説明の中にも、20年後には56万人、昔は90万の県民がおったという風に歌にも歌われていましたが、今それが、よくても56万ということになると、やっぱり、ただ技術的というか、小手先のものでは、本当にここでいうような消費者市民社会ですか、そういったものを作るというのはなかなか難しいと考えるので、やはり「創生計画」という上位の、最上位の計画の中で、この消費者教育ですとか、消費者問題、そういったものを、人を育てるっていう中に、自然に盛り込んできてもらうっていうことがとても重要だと考えています。今の御回答でよくわかりました。

会長

その他、御質問、御意見はありませんか。

委員

1つは質問で、1つは情報提供です。

1つ目の質問です。先ほど、「創生計画」と消費者基本計画の話がありましたが、環境生活部で所管されている他の法律とかの関係性で、1つ気になったのが環境基本計画あたりだと、環境教育の推進とかがきっと入っているのだと思います。いただいたA3の資料だと第2章消費生活を巡る現状と課題の⑦環境問題の顕在化と環境に配慮した消費活動のところの、環境に配慮するってどういうことなのかは、そちらの方で扱うのではないかと思うと、家庭科とかで、環境教育と消費者教育をセットですとか、せっかく同じ部署だと思うので、そういう連携を図る予定があるのであれば嬉しい、なければ、今後横の連携も御検討いただけないかなと思いますし、あと他にも所管の法律で、消費者教育とかと結びつけるような、横がどうなっているのかというのが質問です。

意見というか情報提供ですが、いただいた事前に渡された素案の33ページ、下から10行目のところで、「学校教育現場における外部講師の活用（実務経験者の有する知識や経験を有効活用）するため、2020年度（令和2年度）までにすべての都道府県で消費者教育コーディネーターを育成・配置すること」というのがあって、こうした目標を達成するために、県・市町村教育委員会や私立学校、大学等関係教育機関等との連携について、ひとつ事例を紹介するとですね、2月にNACS「日本消費生活アドバ

「イザナー・コンサルタント・相談員協会」の学校講師派遣制度というのがありまして、それで授業をしてもらいました。

それは、こちらの費用負担は無料で、県外のお金が投入される、講師の謝金とか、交通費が投入されるというもので、それを聞いた学生が、残念ながら他県出身者だったんですが、その後消費生活アドバイザーになりたいと言いました。

やはりもちろん県だから、県内のものに取り組むっていうところに目が行きがちだと思うんですが、他県のお金のあるところから、お金を出してもらって行く。学校派遣制度は小中高も活用できるそうですし、テーマもこちらで相談して、実は県内在住の方に講師に来ていただくという、非常にこちらとしては、ありがたい仕組みを活用しましたので、本案は消費者教育コーディネーターの腕次第というところもあると思うんですが、県外を活用することも、県内の消費者教育に重要ではないかと思ったので、これは情報提供です。以上です。

会長

ありがとうございました。それでは事務局からお願いします。

田邊

失礼します。委員、御意見ありがとうございました。

エシカル消費、エシカル教育といいますのは幅の広い概念でして、今おっしゃられた環境もそうですけれども、例えば人権でありますとか、金融でありますとか、国際でありますとか、そういった分野も私ども消費生活とは切っても切れない状況であります。そういった中で、横との連携、非常に大事なことだと思います。

今私が申しました内容は、実はすべて環境生活部の中の各課が担当しているところでございますので、今後具体的な事業を展開するうえでは、連携を取っていきたいと考えております。

なお、学校教育においては、すべてこういったことは網羅されていると思いますので、ぜひその辺りは委員の方から御意見をいただければと思いますが、私どもが提供できる情報であれば、提供させていただきたいと考えております。

会長

委員何かございますか。もしございましたらお願いします。

委員

失礼します、県の校長会代表で出ております。

先ほどのことでございますけれども、やはり何々教育というのは、たくさん学校に入ってございまして、今後ですね、エシカル教育というような、環境教育も含めて、食

育教育も含めて今後取り組んでいかなければならない。

各授業担当とか単元の中で、それに類するような単元がございますので、ここで各教科の授業、または県の方の依頼ですね、そういった教育の全体組織等を提示せよというようなことも、たくさん入ってきております。

今後具体に進めていかなくちやいけない教育というのはたくさん抱えております。それで、消費者教育等のところはですね、最終的には道德教育につながってですね、トラブルを引き起こすことの方が問題であって、そういったところの教育も含めてですね、やはり道德教育に力を入れていかなくちやいけないということで、高校では道德という授業はないのですが、文部科学省からも道德教育をやるようにということも入ってきております。

ですから先ほどの心の教育というのは、もっともな部分でございまして、今後も、学校教育ではそういうところを重点的にやはりやっていかなくちやいけないというふうに考えております。以上です。

田邊

よろしいですか。あと、委員様から御意見いただきました、県外のいろいろな機会を使ってはという御意見でございますが、NACSは相談員の組織でございますが、それ以外にも各団体様、本日お越しになっていきます金融広報委員会様ともそうなのですが、各事業者の団体の方がいろいろな教育研修で講師を派遣される事業をもっていると思います。

多少宣伝になりますが、今月末に私どもも国民生活センターの講師派遣事業で、横浜国立大学の名誉教授でいらっしゃる西村隆男先生を、県内において、県内の消費者教育、消費者教育関係教科の先生を対象とした研修会を実施します。

一方で消費者庁の新未来創造戦略本部という機関が来年4月、正式に徳島県にできます。徳島県と消費者庁が連携して様々な事業展開していくことになっておりますので、そういったところにも積極的に出かけていくなどして、いろいろな新しい情報を取り入れていきたいと考えております。以上でございます。

会長

その他の委員様、いかがでしょうか。

委員

はい。商工会議所女性会の代表です。よろしく申し上げます。

今、説明を聞いて、大変よくまとめてあるなと思って聞かせていただいておりますが、私前回の審議会の時はそこまで思わなかったのですが、この何ヶ月かの間に、キャッシュレスがすごく進んできていますよね。びっくりするくらい。

その渦に私もちょっと巻き込まれているんですけども、それってやっぱり国が一生懸命キャッシュレス化しようともっているような、一般市民としても思うんですが、もし本当にそういうことを行われているのであれば、やはりこの第2章の消費生活の現状と課題とか、国における消費者行政をめぐる状況というところにも、キャッシュレス化ということ載せていただいて、それに伴っていろいろな消費者の問題もかなりまた出てきているという情報を私も聞いておりますので、せっかく今からの計画にされるんだしたら、追いつかないのではなくて、先を行って欲しいなと思われましたので、意見を述べさせていただきました。

会長

はい。ありがとうございます。その他いかがでしょうか。

委員

はい。先ほどからお話がある、エシカル消費、SDGsの絡みでエシカル消費がクローズアップされていますけども、「創生計画」は骨子しか出ていないわけですし、そこに、それと、今後の取り組むべき課題ということにも、SDGs、エシカル消費等の文言がないということが非常に残念だと思ひまして、SDGsも期限が2030年ということでもありますので、この計画が始まると5年間、2024年で、SDGsも期限ある取り組みですので、そういう面ではSDGsに絡めたエシカル消費の関係もどこかに載せていただき、取り組んでいただきたいという意見でございます。以上です。

会長

ありがとうございました。そのほか、御意見、御質問等ございますでしょうか。それじゃ、お願いします。

委員

消費者基本計画の素案の10ページ、(6)外国人住民等の増加ということがあり、ここで通訳等を含めたリーフレットを充実させたり、情報の提供に取り組みます、取り組むことが必要ですっていう問題意識が出ていまして、これは、もちろんそうだと思うんですけど、例えば出雲市あたりでいいますとブラジルの方が御家族連れでおいでになる、そうすると、将来的には、最後まで定住される方もこれから増えてくるということをお考えますと、単なる情報提供でやっぱりこれはとどまりませんで、やっぱり同じ市民として県民として、一緒に1つの社会を目指すものに、いいものを作っていく仲間になってもらうってことを考えなくちゃいけないと思ひますので、やっぱり情報提供よりもひとつ上のレベルのですね、一緒に、仲間になってもらうためにはどうしたらいいかっていうことまで、少しずつ見ていかないといけないかなという

気はしています。

会長

ありがとうございました。その他いかがでしょうか。

会長

細かいことですが、29 ページ。消費者センターのことですが、被害に遭った人で、県の消費者センターや消費生活相談窓口相談した人が 13.7%にとどまっている、ということで、現状をどう見るかということなんですけども、私自身これが低いのか高いのか、ちょっとよくわからないものですから。

具体的に見てみますと、家族や知人などの身近な人に相談した、それから販売元や代理店等のお客様相談窓口相談した、常識的に考えれば、まずそこに相談すると思います。

ではそこで解決してしまえば、特に消費者センターに相談することはないだろうと思うものですから、この 13.7%という数字をどう見たらいいのか、私自身よくわかりません。

私自身も今でもそうですし、島根大学に移る前の大学でも、前の大学では学生相談員を兼務していたので、学生に話す機会があると、「こういうトラブルに遭った場合にはまず消費生活センターに行きなさい」と言っておりますので、まずそういう気軽に相談に訪れていただくということが大事だということで、この数字をなるべく高くするという事は、わかるんですが、この数字自体をどうみたらよいかかわからないものですから、何かお考えがあったらお聞きしたいと思います。あるいは、全国的な状況の比較とか。

田邊

ありがとうございます。

まず、最初に先ほど委員がおっしゃいました 10 ページの外国人住民等の増加に対する対応への御指摘についてです。御指摘の通り、今、9,000 人に近い外国人の方が、島根県に在住外国人としてお暮らしでございます。

私どももその状況に鑑みまして、昨年 10 月からしまね国際センターと連携をいたしまして、多言語による消費生活相談の事業を展開しております。しまね国際センターが、今ワンストップセンターという機関を設置されていて、多文化共生の事業を展開されています。

その中で消費生活部門っていうのは、相談件数的にはそう多くはないと伺っておりますけれども、ずっと日本で暮らしていく上では、非常に大切な部分だということをお認識しておりますので、そういった分野でどういう形で支援ができるかということ

を、市町村の皆様と意見交換しながら、対策を講じていきたいというふうに考えております。ありがとうございました。

それから相談機関への相談した人の割合の13.7%ですね、今ちょっと手元にその全国の数値というのを持ち合わせておりませんので、調べてまた、次の機会に皆様に、御報告したいと思いますけれども、私どもとしては決して高い数字ではないと思っております。

特に問題なのはトラブルにあった場合に、家族や知人の身近な人に相談するというのが非常に多いという点ですね。これは今、例えばそのクレジットカードであるとか、スマートフォン、あるいはインターネットそして今、委員がおっしゃいましたキャッシュレス、こういった分野においては、ほぼ、私ども一般の消費者の知識よりもはるかに制度の方が先を進んでいるという状況にあつては、家族や知人で抱え込んでしまうことが逆に被害を拡大化させているという状況、これが実は、今私ども消費者センターで受けている相談の中にかかなりの部分を占めているという状況にあります。

ですので、やはり消費者センターあるいは市町村の相談窓口の認知度を少しでも高くしていくことが、私どもの喫緊の課題であるというふうに考えております。以上です。

会長

どうもありがとうございました。

実際に相談に来られている状況などからして、そう判断されているということですよ。窓口自体の認知度も非常に低いということで、そこでは被害が泣き寝入りの状態になっているという内容です。

その他、御意見、御質問がございますでしょうか。

委員

よろしいですか。

31 ページです。学校において消費者教育を受けた経験がある人の割合ですが、若年者は特に学校教育が担う大きな責任があると感じております。

18 歳から 39 歳まではですね、受けたことがある人は 37.4%、ない人が 20.3%、わからないが 41.8%ですが、回答される方の消費者教育の捉え方が、どういったことかな、と思ひまして。多分ですね、授業で必ずやっているんですよ。ただそこで、教員が「今からやる単元は消費者教育だぞ」とか、そういったこと言っていないと思ひます。

ですから、家庭科、今は男女必修です。これは必ずやっています。商業高校はほぼ毎日が消費者教育と関連した授業をやっています。高校の家庭科もそうですし、社会科もそうです。多分、小学校、中学校でもですね、必ずやっているのではないかと。

ういった関わりのある授業をやっているはずですので、その辺のところ例えば、そういった講習会で消費者講座を受けたとか、全校集会でそういった話を聞いたと、そういった記憶で、自分も消費者教育を受けたんだな、と回答しているかどうかというのは、わからないところがあって、例えばこれがですね、他の方から見たら、学校はどうなっているんだというような形で、それはそれで受けとめられましても仕方ないとは思いますが、そういうきちんと記憶に残ることをやっていないという反省はしていかなきゃいけないと思っております。

そういったデータが出たところでちょっと感想めいたところで、御意見をさせていただきました。

それからですね、消費者トラブルに巻き込まれて、相談を受けられた方ですね、「あなたは消費者教育を受けられましたか」とは聞けないと思いますけれども、やはり、そういった教育っていうのは、大きなところになっているんじゃないかなと思います。

またさらにですね、こういったデータを見ながら、現場できちっとやっていかなくちゃいけないということが改めて感じました。

会長

どうもありがとうございました。ほかに御意見、御質問がございますでしょうか。それじゃ、委員お願いします。

委員

公民館の代表としてきましたけれども、34 ページの(3)消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止の下の4行目のところなんですけど、「地域の中で自治会、それから民生委員、福祉団体、消費者団体、警察等の人が連携して見守っていくことが必要です」ってさりげなく書いてあるわけなんですけど、今、我々が問題にしているのは、自治会の加入率とかですね、近所のおつき合いをどういうふうにしてつなげていくかっていうことが、今、喫緊の課題みたいな形で取り組んでいるところでございます。

で、さりげなく書いてあって、例えば民生委員さんにどのように、見守りをやっていただけるものなのか、そういった具体的な方法ってありますか、これから我々がお話をしていく中で、こういうことに力を入れていくんで、民生委員さんもぜひ、こういう形でやっていただけませんかとか、この度、12月1日に新しい民生委員さんが、誕生します。その人に対する指導といいますか、そういうことについてもどのようにお考えなのか、聞かせていただければと思います。よろしくお願いします。

田邊

御意見ありがとうございました。34 ページのところを書いてございます「地域の中

で自治会、民生委員、福祉団体、消費者団体、警察等が連携して」というくだりなんですけど、これは実は、消費者安全法におきます消費者安全確保地域協議会、地域見守りネットワークという組織を想定した記述でございます。

この消費者安全法に基づく地域見守りネットワークの特徴といいますか、メリットをいいますと、従来の消費者団体に加えて、いろいろな福祉団体、あるいはその介護施設で警察とか事業者も入るんですけども、直接、見守りの必要な方、例えば独り暮らしの高齢者の方であるとか、多少認知機能の疑われる方等について消費者被害が及んだ場合にですね、例えば1例ですけども、どうもおかしい業者が行っているようだ、あるいは大量に商品を買っているようだ、そういった情報が入った場合には横の連携で速やかに最寄りの消費生活相談窓口につなぐという役目を持っております。

この法定の組織になった場合の一番のメリットというのは、法定の組織になりますと、個人情報保護法の例外規定の適用になるということです。つまり、ハイリスクの方の個人情報、当然民生委員さん等はケア度の高い方のリストを持ってらっしゃると思いますけれども、そういったことの情報をこれまでは外に出すことが法律上難しかったということで、消費者被害がなかなか表に出てこなかった、あるいは、そういうことを抱えていても、民生委員さん等が消費者センターへつなげるというところのステップまでいかなかったというのが、これまでの現状でございます。

それを横につなげていくために、消費者安全法で改めて法定の組織化をしたというのがポイントでございます。

現在、地域見守りネットワークは、各市町村単位で組織化をしております、現在県内5市町でできております。これをできるだけ全県につくりたいということで、今私どもも働きかけておまして、各市町村の要望に応じて、地域協議会の効果、あるいは、こういったものを支える人たちの養成研修を実施しておりますので、ぜひ、私どもの消費者行政部門の方にお声がけをいただければ、そういった機会の御支援をさせていただくことは可能だと思っております。以上です。

会長

それでは、その他いかがでしょうか。

委員

実は私は宍道町なんですけども、見守り組織ができて、「自分は〇〇さんに見守ってほしい」というのをそれぞれが、福祉会に提出したんです。

私は実は身障者ですけど、4人の方に見守って欲しいって言われて、「私が見守ってもらいたいと思っているのに」、と言っているんですけど。

日常、我が家の前の交差点を、2回ぐらい車に待ってもらわないと横断できない方

がおられるんですね。八百屋さんがテナントで入っておられ、よく八百屋さんへ来られるので、その方が横断歩道をうまく渡ってもらうのが、私の第1の務めだな、と思ってるんです。

それで私はここに今回は消問研との話し合いが書いてありました。私は消問研を21年もやってしまっ、あと続かなくて今宍道町は消問研がないんです。それで婦人会もなくなっ、私が審議会で「ないない」って言っていること、お話が出たんですけど、本当に情報が入らなくて、その見守り組織というのは、ここでいっている消費問題、悪質商法から高齢者などを見守る組織も兼ねるといいなと思って、福祉会の役員の方に、そのことは言うんですけど、その役員の方にその気がないと、もう通り過ぎていってしまうんですね。だからさっきから伺っていると、横とのつながりいうことができたんで、私はこれを思っていたんだわと思って、またしゃべってしまいました。よろしくお願いします。

会長

どうもありがとうございました。事務局からはありますでしょうか。

委員

これでいいです。

会長

それでは、その他いかがでしょうか。

まだ後半部分が残っておりますので、もしございましたら、全体の議論の時にまた御指摘いただければと思います。

それでは後半第3章以下を事務局から説明をお願いします。

神谷

それでは、続けて説明をさせていただきます。素案は、36ページを御覧ください。

第3章でございます。第3章では計画の目的と基本理念というのを、図表形式で整理しておりますけれども、基本理念として、消費者の権利の尊重、そして消費者の自立の支援、そして消費生活上特に配慮を要する消費者の利益の擁護というのを掲げておまして、これらをもとに、県民の消費生活の安定及び向上を確保するというのを目的としております。

続いて、37ページでは施策体系として、3つの基本方針と9つの施策を挙げております。

基本方針Iとして、消費者教育の推進を挙げております。成年年齢の引き下げを見据えた学校における消費者教育の推進、そして様々な教育の場を活用した消費者教育、

こうしたことを中心に、3つの施策を展開するということでもあります。

続いて、基本方針Ⅱとしまして、消費生活相談体制の充実・強化を掲げておりますが、県の消費者センターの充実、そして市町村相談体制の支援を展開するというものであります。

続いて、基本方針Ⅲとしまして、消費生活の安全・安心の確保を掲げておりますが、消費生活上特に配慮を要する消費者への見守り体制の推進、そして消費者事故等の防止、取引の適正化などに取り組むという内容となっております。

なお、個別の内容につきましては、次の第4章で記載をするということとしております。

次に、38ページから第4章となります。

ここでは、全体指標と個別の施策と指標を設定するということでもあります。まず全体指標ですが、38ページの中程に表がありますけれども、3つの指標を設定したいと考えております。

1つ目はクーリング・オフ制度を知っている人の割合ということですが、クーリング・オフというのは消費者トラブル解決の重要な手段の1つということでありまして、これについては引き続き設定をしたいと考えております。目標値としましては現在と同じ85%としております。

2つ目ですけれども、消費生活相談窓口を知っている人の割合ということで、消費者トラブル解決のためには、相談窓口を知っていただくことは重要だということで、これについても引き続き設定したいと考えております。目標値としましては、現在と同じ100%としております。

3つ目ですけれども、社会や環境等に配慮した商品・サービスを選択することを心がけている人の割合としております。これは自主的かつ合理的に行動する自立した消費者の指標としまして、新たに設けるものであります。

目標値としましては、前半の説明でもいたしましたけれども、エシカル消費を理解して実践をするというところではまだ少ないというようなどころがありますので、そういった状況も踏まえた上で、50%を目標としたいと考えております。

そして、本文にも書いておりますけれども、県政世論調査等において、毎年調査を行うということで予定をしたいと考えております。

次に、施策の内容の説明に移ります。

最初は、消費者教育の推進の関係になります。

39ページ、施策①消費者教育の総合的・一体的推進ですけれども、教育委員会なども連携しながら、実践的な消費者教育を推進するということ、また消費者の特性に配慮しながら、地域や職域など、様々な場において消費者教育の機会を提供するといったことが主な内容となります。

42ページのところに、個別指標を記載しておりますけれども、引き続き、1つ目の

出前講座の実施回数、2 つ目の学校における消費者教育の実践研究数、これを指標として設定したいと考えております。

その他、対象となる事務事業につきましては、資料に記載をしている通りでございます。

続いて、44 ページの施策②消費者団体等の活動への支援ですけれども、消費者団体等への財政的、技術的支援、そして地域の消費者ネットワークへの支援といったところを盛り込んでおります。

個別指標としましては、引き続き、県と民間の消費者行政事業協働件数を掲げるということで考えております。

続いて、45 ページの施策③消費生活情報の発信ですけれども、様々な媒体を利用した情報発信、あるいは啓発活動に取り組んでいくということでございまして、個別指標としましては引き続き、消費生活に関する情報の提供回数というふうにしております。

次に、相談体制の関係ですけれども、46 ページ、施策④県消費者センターの充実ということで、相談に迅速、的確に対応するため、相談体制の更なる充実に努めるという内容となっております。他の機関、あるいは関係課との連携を図って、適切に対応するという内容を、引き続き取り組んでいくというところでございます。

個別指標ですけれども、項目としては引き続き、消費者相談のあっせん時解決率といたしますけれども、目標については現状の数字を踏まえまして、91%を目標としております。

続いて、48 ページ、政策⑤市町村相談体制の充実に向けた支援ですけれども、国の交付金を活用した支援のほか、市町村への助言、協力、情報提供など、技術的支援を強化していくという内容となります。

個別指標につきましては引き続き、巡回訪問の実施対象となる市町村数としております。

次に、消費生活の安全、安心の確保の関係ですけれども、49 ページ、施策⑥です。

消費生活上特に配慮を要する消費者の被害防止ということで、高齢者や障がい者などの消費者被害を防止することを目的とした、地域見守りネットワークの推進を図るということで、また併せて戸別訪問ですとか、あるいは様々な制度を活用した権利の擁護、そういったことが主な内容となっております。

個別指標としましては、引き続き、地域見守りネットワークの設置市町村数としております。なお、今回、市町村数に加えてといいますか、併記という形をとっておりますけれども、県内人口カバー率ということを入れております。これは、もともと国の「地方消費者行政強化作戦」というのがございますけれども、それがまた来年度以降の新たな目標、考え方が示されているところでもありますけれども、その中で、地域見守りネットワークについては県内の人口カバー率 50%以上というのを新たな目標

として取り入れるという方向で検討がされているということでありまして、これを踏まえまして、県の計画としても、進捗状況を把握するということも含めまして、取り入れていきたいというふうに考えております。

続いて、51 ページの施策⑦消費者事故等の未然防止・拡大防止ですけれども、消費者事故、あるいは食品衛生などに関する情報提供を中心としまして、消費者の安全安心に繋がる取組を進めるということでありまして。

個別指標として、消費生活相談窓口の認知度を考えております。これは、消費者事故の状況を知っていただいたり、あるいは消費者事故等の情報を消費者の皆様から提供していただくということもあるんですけども、そういったところで、被害の防止に繋がっていくということがございまして、そういった意味でも、窓口を知っていただくということが、被害の未然防止や拡大防止に繋がるということが考えられますので、この窓口の認知度というのを指標として設定をしたいというふうに考えております。

続いて、53 ページの施策⑧規格・表示、取引行為の適正化でありますけれども、これに基づく調査、あるいは立入検査等の実施、そして悪質な事業者等への指導、そういった取組によりまして、適正化を図るというものでございます。

個別指標としましては、引き続き、家庭用品品質表示法など、法律に基づく立入検査数ということとしております。

続いて、55 ページ、施策⑨県民意見の反映ですけれども、この審議会も含めまして、意見交換の場を設けまして、その意見を参考にして、施策を推進するというところでございます。

個別指標としましては引き続き、消費者団体等との意見交換会回数というふうにしております。

次に、56 ページは第 5 章でございます。

関係機関との連携ということで、この第 5 期の基本計画におきましても、関係機関、関係団体との連携を図って推進をしていくということでございます。

次に、57 ページですが第 6 章としまして、推進体制でございます。

第 5 期の基本計画におきましても、計画の推進、審議会への報告、そして進行管理に取り組む、ということで、進めていきたいと考えております。

以上が、基本計画の素案の説明となります。

会長

どうもありがとうございました。

ただいま事務局から第 3 章から 6 章までの説明を受けました。

これにつきましても、事前に事務局に質問が届いておりますので、よろしく願います。

中尾

はい。参考資料の1を御覧いただきたいと思います。

時間の関係上、省略して説明させていただきます。委員から3点意見をいただいております。

まず、全体指標の3つ目についてです。基本計画の素案については、38ページを御覧ください。

3番目の指標としまして、「社会や環境等に配慮した商品・サービスを選択することを心がけている人の割合」というのが新しく設定されたということで、前回の審議会でご指摘いただいたものの反映というところになっております。

そしてちょっと段落を飛ばして最後の4行目ですけれども、目標達成度の測定は、毎年度の県政世論調査によるとのことで、回答者の主観によるだけではなく、もう少し客観的な評価方法はないかということで、委員も考えられたようですけれども、なかなか思いが付きません。この項目の達成度の測定評価方法について、今後良いアイデアが見つければ採用していただき、より具体的に生きた指標となるように育てていきたいです、という御意見です。

それから、2点目の御意見です。消費者教育の総合的・一体的推進のところの(3)家庭における消費者教育の推進というところでは、素案につきましては40ページを御覧いただきたいと思います。

家庭において子供と大人が一緒になって消費生活のあり方について会話する時間を持つことは、消費者基本計画の目的を実現する上で必要であり、とても良い方法だと思います。というところで、下から2行目ですね、家庭の中で、消費生活について親子で学び、生活上でも無理なく役立てられるようになる仕掛けづくりを県の主導で進めていただければと思います、ということです。

それから3点目、消費生活情報の発信というところでは、素案では45ページになります。

県はこれまでも消費生活情報の発信にも力を入れておられますので、次期消費者基本計画のもとでも引き続き継続していただくようお願いいたします、ということで、以下につきましては、「だまされないゾウくん」ですとか、「しまねっこ」のような著名なキャラクターが県にはありますので、キャラクターのメディア露出に合わせて、あたかも当然であるかのように、毎回、消費生活情報を発信するようなスタイルをとるのは効果的だという御意見でございます。以上です。

会長

委員補足がございますか。

委員

これは意見というよりもお願いのようなものですので、ぜひ御検討いただければと思います。

この全体指標の3つ目のところですが、以前の「消費者被害に遭った人の割合」という成果指標があまりにも後ろ向きすぎて消費者計画とか、消費者教育っていうのがすごくネガティブとか、すごい暗いものに思えるイメージが根付いたらちょっと困るなど思ったわけなんですけれども、やっぱり先ほどの話が出てましたけれども、エシカル消費、倫理的消費ですとか SDGs といったものっていうのは、教育とか、いろいろみんなで考えていくっていう中で、そういうものを推進していくんだと思うんですけれども、やはり強制には馴染むのではないし、いろいろな考え方がある中で、少しでもそういうものをより良いものだと考えて、自立的にそういう選択をする人を増やしていくということだと思いますので、そういったものが何かの具体的な目標、成果というの、ちょっと言い方はどうかと思うんですけどもまた補足できるような基準になるものが見つかるといいなと思ってこれをちょっと書いておりますので、また御検討いただければと思います。ありがとうございます。

会長

その他の委員の方で、御意見、御質問等がございますでしょうか。
委員お願いします。

委員

今の委員の評価方法について、いいアイデアわかりませんが、全体指標の3つ目の聞き方が私も多少気になる場所があって、毎年調査されるということですので、「昨年と比べて社会や環境に配慮した商品やサービスを利用したことがありますか」って聞いたらいんじゃないかと思います。

そんなに消費者意識が高い人かどうか、わからないですし、「心がける、心がけていない」ことよりも実際の行動として取ってくれたかとかってところがあるので、前の年よりもなんかちょっとエコなものを買いましたといった経験があるか、ないかを聞くぐらいが良いのかなと思いました。

もう1つは、事前に配られた資料の中で、ちょっと先走るんですけども、この結果を公表する時の話ですが、パブコメの実施ということが入っていると思うんですが、ある市の消費者教育基本計画かどうか、ちょっと記憶が曖昧なんですけど、パブコメがほとんどなかった、ということがありました。

パブコメを実施しましたっていうのは、今じゃもう当たり前になっているので、ホームページにただ出しただけでは、パブコメが来ないんじゃないかと思いますので、もうすでにこうやってわかっているんで、消費者意識のありそうなところに、「12月中旬にホームページが出るのでぜひアクセスし意見をいただけませんか、」というこ

とが、この計画がよくなることだと思います。これだけの少ない人数の意見じゃ足りないだろうって、いつも思っているの、そういう工夫をお願いしたいです。以上です。

会長

どうもありがとうございました。

田邊

御意見ありがとうございました。今の委員の御意見は大変参考になりました。

今、私ども計画を作れば、まずほぼパブリック・コメントってするんですけども、確かに「やった、やったで終わり」ということにならないように、その辺りはいろいろな方面への働きかけをしたいと思います。

また委員の御意見の中の2番目ですね、家庭の中で消費生活について親子で学ぶ、あるいは多世代で学ぶ、特に環境問題については、私どもどういうアプローチがいいかなと考えていまして、来年度以降、消費者教育コーディネーターというのを県に配置して、そういった企画をどんどんしていきたいなと思っておりますが、そういった環境への取り組みというのは、県だと連合婦人会様が非常に先駆的な展開をされていると思っておりますので、そういうのも参考にさせていただければと思っております。

あと3番目のキャラクターの活用なんですけれども、実は消費者庁に確認をしましたら、実は消費者庁長官がですね、そういった地方公共団体の公認マスコットキャラクターを消費者教育推進大使に任命するという制度がございました。

これは私も知らなかったんですけども、例えば浜松市の「家康くん」とかですね、それから徳島県の「すだちくん」、こういったところが、そういう消費者教育推進大使に任命されています。

たまたまなんですけど昨日、私、徳島県に行きまして、消費者庁の会議に出たんですけど、そこに「すだちくん」がいました。すだちの頭をしたキャラクターがやってきて、私にチラシを渡したら、チラシには「食べ残しはいやよ」と書いてあったんですよ。食べ物からそういうチラシもらうって、かなりリアリティがあると、非常に感じて、この大使の任命の基準をちょっとこれから調べなければいけないんですけども、「しまねっこ」とか、「だまされないゾウくん」がもし対象になれば、検討していきたいというふうに考えております。以上でございます。

会長

そのほか、御意見、御質問はありませんか。

委員

現状ではもうクリアをしているんだけど、目標でまた前と同じ目標数値っていうのはちょっと理解ができません。

それから、49 ページの地域見守りネットワークの県内人口カバー率のところですけども、委員がおっしゃったように、公民館長さんとか、それから自治連とか、社協の方でもこうやって地域見守りネットワークってことは大切に思っておりまして、福祉の方とこういう消費生活のところとがもう話がいつてるのかな、というところと、それから 19 市町村とここだけは 100%というところを説明していただきたいんです。

さっき言いましたように、現状よりも数値が高いところは、前と同じ 15、17 なんですけど、目標値は前と同じ 15 となっているんですが、ここだけは最初から 100%というのは、何か理由があって大丈夫ということなのでしょう。

それからの最初のところの話ですけども、自分に何かあった時に相談する窓口のところ、確かに消費者センターへの相談数値はまだ小さいですけども、「誰にも相談しなかった」というのがもっと多く 18%おられるというところをみますと、「どこでもいいから、誰かに相談しなさいね」ということが先かなと思います。

田邊

御意見ありがとうございます。まず 1 点は、現状値がすでに目標に達しているところについての逆転現象については理解がなかなかできないという点です。確かにそれはその通りだと思います。

実際現状が目標を達していますけれども、これもかなり私ども、県民の皆様の努力で達したところでありまして、これを現状維持していく努力というものがなかなか難しいところがあるという点もありますので、そこは、標準的にこのぐらいを目標に設定したっていうのが目標の数字を若干下げたところ、現時的にはこのあたりが一番到達可能性、よくいう 80%で合格っていうのがありますけれども、そういった目標の数値の設定ですけども、すでに頑張って 100%あるいは目標到達になっていけばそこを下げる必要はないのではないかと御意見だと承りましたので、それは今後ちょっともう一度計画の検討させていただきたいと思います。

次に、地域見守りネットワーク等ですね、誰にも相談しない人が、数値として高いということですね。

ここの改善については、もう地道にやっていくしかないということでもございまして、例えば高齢者に関しては、全戸に啓発資料を配布というような事業を、警察と連携をさせていただいて実施をしていますが、これは一気に数字が上がるものではないと思いますので、とにかく地道に進めていかなければならないというふうに考えております。

あと、100%の目標数値について、49 ページの市町村の地域見守りネットワーク設置による、県内カバー100%ですね。実は第 4 期の計画で、今年度までに全市町村に

において地域見守りネットワークを設置するという目標を掲げておりましたが、5 市町になったということです。

ただ一方、国の方で人口カバー率というのを挙げておりましたので今回改めて並記をさせていただきましたが、私どもは地域見守りネットワークっていうのは、既に実質的に機能しているネットワークがあるというのも存じ上げておりますが、やはり、ハイリスクの方を重層的に見守るネットワークとして非常に大事であると私ども考えておりますので、目標として 100%と掲げたところでございます。

なお国におきましては、人口 5 万人以上の自治体において 100%を目指すという目標を掲げているところでございます。それを県においてはすべての市町村というふう

会長

ありがとうございました。よろしいでしょうか。

委員

はい、ありがとうございました。

会長

それでは、その他御質問は。

委員

はい。45 ページの消費生活情報の発信についてです。

3 つお願いします。まず、最初はテレビ、新聞、ラジオによる情報提供が効果的という御説明もありましたが、やはり若者たちは、家にテレビを持っていない独り住まいという方がかなり増えてきているということを私も聞いてびっくりしております。そして、それじゃどういう風に情報を得るかということ、結局すべてネットであったり、見たい番組とかアニメとかも後から配信するから大丈夫って言われますし、新聞ぐらい読んだら？っていうとネットでニュースが分かるからいいと。そういう生活がほぼ、普通の世代がおられるので、よほど情報発信は効果的な方法を探ってやっていただかないと、なかなか届かないのかなっていうことを 1 つ思いました。

2 つ目は、松江市では松江市消費・生活相談室から、オレオレ詐欺等の被害があった時にメールが来ます。もちろん、そこに最初に登録して情報がもらえるように設定していないと来ないんですけど、そのことを松江市のホームページで出していて、観光とかいろんな情報も来るんですけど、その中に消費者問題についてのメールも来ます。来るとやはり、また最近こんな詐欺が流行っているの？みたいなことがわかるので、それをまた知人に情報発信して注意喚起しているんですけど。

県の方では、そういうことは市町村にふって、市町村が頑張ってやっていくというスタンスでおられるのか、教えていただきたいということです。

3つ目です。その情報発信する時に、障がいをお持ちの方、特に視覚障がいの方、なかなか情報が行き届いてないと思います。その辺のことは、どういうふうに対応されるお考えなのか、お聞かせ願えないかと思います。以上です。

田邊

御意見ありがとうございました。

1点目の効果的なPRということでございます。委員御指摘の通り、最近の若い方っていいますと、30歳代以下とあえて言いますと、テレビを見ない、新聞は読まないというふうに言われますが、やはりインターネットですね、特にSNSを介した情報提供というのは絶対に不可欠であると思っております。

私ども今は消費者センターとして、消費とくらしの安全室として、フェイスブックとツイッターで情報提供はしておりますけれども、ただ本当に今の方は、フェイスブックも読まない、インスタグラムとかが中心になっているという状況はあると思います。

そういったことに鑑みまして、今後は、若い方たちを対象に参加型のインターネットを使った広報というのをも検討したいというふうに考えているところでございます。

2点目の被害情報等の情報提供について、市町村との役割分担はどうなっていますかということなんですけれども、私どもは、例えば緊急に特殊詐欺が発生したっていう場合には、警察の方もそういう緊急の情報提供の方法を持っておられますけれども、私どももそういったメールを発信し、あるいは県の記者室を通じて投げ込みをし、一般記事として捉えていただくようにしております。あるいは緊急情報として、市町村に今こんな事例があったよということで市町村にメールで流して、各市町村からは、例えば有線放送であるとか、CATVであるとかそういうそれぞれの市町村が独自にお持ちの媒体で、展開していただいているということでございます。

やはり情報提供は様々な媒体で、複層的にやっていくことが大事だと思いますので、今後も、市町村あるいは関係団体と連携をしていきたいというふうに考えております。

3番目の、視覚障がい者への啓発でございますけれども、「デイジー」を御存知でしょうか。パソコンで文字情報化し、音声にするっていいですか、そういったデジタル録音図書なんですけど、デイジー資料はないか、あるいはそのものを点字にできないかということ、以前、視覚障がい者団体の皆様や盲学校の方から要請をいただいたこともありましたけれども、なかなかそこまで追いついていないというのが正直な現状でございます。

ただそういった障がいのある方々にも、どのようにしたら情報提供が適切にできるかということは、福祉部局に情報や指導を仰ぎながら、これから鋭意検討して参りたい

いと考えております。以上でございます。

会長

そのほか、いかがでしょうか。

委員

委員さんがおっしゃったお話の一番最初のところで、情報をどのように伝えていくのかっていうことなんですけど、結局、今ネットメディアが中心であるということは間違いのないとして、その媒体もフェイスブックなのか、インスタグラムなのか、ツイッターなのかみたいなこともあると思うんですけど、1つはやっぱりテレビや新聞で広報するっていうのは、受け身でその情報を受け取る人に発信する形が多い。

割と年配の方以上の方っていうのは、テレビを見たり、新聞を読んで、「なるほどなるほど」みたいな感じで吸収されるのが多いんですけど、やっぱり今の若い方は、自分の関心のあることを選択的に自分から取りに行くっていう形が多いので、その人が見たいものが、それでなければ、幾らそれにお金をかけて、時間をかけて提供しても、全く選考されないっていうことが起きてくると思うんですね。

そうすると例えば、1つ考えられることとしたら、よく見られる動画サイトなどで、例えば民間の企業さんがPR広告をちょっと挟まれますけど、ああいうふうに自分の意図しない形で、そういった情報に触れることができる、というようなことが1つの案かもしれません。これはコストとかいろいろな問題がありますのでちょっとわかりませんが。

それともう1つはやっぱり今の人達が、「それが自分たちに関係のあることだ」と思えるものに、作っていかなくちゃいけないで、それは発信して、あくまで受け取り手として受け取るだけではなくて、自分たちがそれを、まさに、主役として、例えば、悪徳商法ですとか、例えば特殊詐欺っていうものに、自分たちが食われる側、追いかける側ではなくして、それを撲滅するまでは言いませんけれども、みんなを守る側、として活動する側としてのポジションに立たせることだと思います。

例えばその中学生とか高校生、高校生ぐらいにならないと難しいかもしれませんが、そういう活動をする方を募って、そういう方たちに焦点を当てて、例えば動画番組みたいのを作成して、そういったものを若い方が楽しんでっていうのはちょっと言いつらいんですけど、目的意識を持って仲間を集めてきて、みんなで例えばそういったものに引っかけられないようにっていうことを積極的に情報発信する仕組みですとか、あるいはそういうコンテンツですね企画ですね。

それから、例えばその高齢の方々の見守りをするところを実際にやってもらって、そういったものを発信していくとかですね、何か発信する側に回ってもらおうということが必要なんじゃないかなっていうことを感じます。そうですね、今とりあえずそう

思いました。

会長

ありがとうございます。若い世代でないと、まったくわかりませんね。

委員

消費生活センター等の相談窓口のことですが。

例えば、簡単にテレビの調子がおかしいとか、買った物がおかしいとかはすぐ業者にいえばなんとかなるかなと思います、まず窓口がある。

ただどこに相談してよいかなくなっていうところになったときに、大変心強い味方であるということを知っておくことは大変ありがたいことだと思います。

今、消費生活センター等の窓口は現場による相談でしょうか。そのあたりはどうでしょうか。

田邊

御意見ありがとうございました。

現在の島根県の消費者センターにおいては電話が一番主な相談方法でございます。来所もございます。数は少ないんですけども、文章・郵便やファックスで来ることもあります。平成 29 年の 1 月からはメール相談も行っております。ただメール相談の場合は、1 回だけの返信になりますので、それ以降については来所または電話での相談ということにいたしております。以上です。

委員

ありがとうございます。今年、2 学期の初めのところで、県の教育委員会と連携して高校生を対象に、SNS での相談を受け付けたところ、2 週間でかなりの件数が来たということを知っています。その間電話による相談はとても少なかった。

先ほどから若い方のインターネットによるもの、SNS による広報の話も出ていますが、電話もハードルが高いという世代もやや出てきているかなと思います。

もう 29 年度からメールでの相談受け付けているということで、相談を受ける窓口としては顔が見えない中での相談で非常に神経を使うと思いますが、そういう窓口があるということがわかっていると、若い方の相談も積極的になってくると思ひまして、お伝えしました。

会長

ありがとうございます。その他、いかがでしょうか。

委員

はい。最後に1つだけ、これもアイデアですけど、例えば消費生活相談窓口を知っていただくことができ、必ずしもそれが使われなかったとしても、いざという時に相談できる場所があって、具体的にどういうふうに、そこへ相談していいかっていうことを知っておくっていうことは、ものすごく大事だと思うんですね。

実際それを使うといいんですけど、そこまで行かなくて済むということもあるわけですから。だけど、その例えば知人や家庭に相談してそのまま握って大きなトラブルになるっていうことは、今増えているということであれば、いざとなったらすぐそこに行けるっていう状況を作るために、例えば地震とか自然災害の時は避難訓練みたいなことをしますけど、こういったものの時は相談訓練みたいなことは、そうそうしてないの、例えばその実際にこういうトラブルが起こったっていうことを前提にして、ちょっと相談してみるっていう模擬ですよ、シミュレートしてみるっていうようなことで、実際に電話してみるものまでやるといいと思うんですけども、なんかそういう機会を定期的に作って、実際に体験してもらおうっていうことは、いいんじゃないかなって思います。

あるいは、それと一緒にしてですね、例えばそういう相談窓口に出かけてみる、ツアーを組んでみるとかですね、相談の現場を特に若い方から優先的に連れて歩いてあげて知ってもらう、こういうことをやってる人たちがいるんだ、こんなところに相談したらいいんだっていうことを知ってもらう、っていうことは、もしかしたら結構効果があるのではないかなと思ったりします。以上です。

会長

よろしいですか。その他いかがでしょうか。

委員

すいません、今聞いていて、町の中でちょっと何かあやしいものに引っかかりそうだとか、電話がかかってきて怖いというお年寄りが、よく来られるんですね。

私も特別よく知っているわけじゃないんですけど、私も消費者センターにつながりで。

婦人会なんかは否応なしに講習会を受けさせられましたよね、講演会聞かなきゃいけないとか言って、だからある程度の基本というか、興味というか、そういうものを持った人が何人かおられたと思うんですよ。

それがだんだん私たちみたいに高齢化して、ちょっと聞きたいっていう人がだんだんいなくなっているっていうことをものすごく感じます。

それで公民館に言っても、そのことがわからない。あのチームの方たちに言ってもね、そういうこともあるんですよ。

私は地球温暖化防止推進員で、幼稚園へ毎年、お水を大事にしましょうとか、食べ物を大事にしましょうとか、分別の話をエコサポで行くんです。そうすると、子どもたちは、顔洗う時に水を無駄使いしちゃいけないとか、分別することを大変よく知っています。ああいう小さな取組がだんだん育っていくのではないかなと思います。

会長

ありがとうございました。その他いかがでしょうか。

全体を通してでも構いませんので、何か御意見がございましたら、よろしくお願ひします。よろしいでしょうか。

それでは、今日は非常に活発に御意見を出していただきまして、大変有意義な審議会になったと思います。

前は、ぎりぎり半数の御出席でぎりぎり成立するという、だいたい会議は過半数で成立するのですが、この審議会は半数で成立ということで、今回は多くの委員の皆様に出席いただきまして、有意義な審議会ができたと思います。どうもありがとうございました。

それでは進行を事務局にお返しします

中尾

はい、ありがとうございました。

今後の策定スケジュールにつきまして、御説明をしたいと思います。

田邊

はい。今日本当に御審議ありがとうございました。

資料の素案概要としておりますこの資料のですね、第5期消費者基本計画策定スケジュールでございます。

本日11月1日、基本計画について活発な御意見を頂戴いたしました。この意見を反映させた計画素案につきまして、12月から1月にかけてパブリック・コメントを実施したいと思っております。

そのあと、2月に再度委員の皆様にお集まりいただき第3回の審議会を開催し、そこで最終的な計画案といたしまして、知事に答申いただくということになっております。

なお、パブリック・コメントの結果、非常に多くの意見をいただきました場合には、一応会長様にその修正の案をまとめてお諮りをして、審議会の資料にさせていただきたいと思っておりますけれども、よろしゅうございますでしょうか。

委員

はい。

田邊

それでは、そのようにさせていただきますのでよろしくお願いいたします。

中尾

最後ですが、委員から PR チラシをお預かりしております。「奨学金の返済で悩んでいませんか」ということで相談会があります。11月10日の開催です、面談は事前に予約が必要ですので、チラシの電話番号に連絡してください。相談されたい方がおられましたら、PR をお願いいたします。

それでは、閉会にあたりまして、松本部長が御挨拶いたします。

松本部長

今日はたくさんの貴重な御意見、御提案をいただきまして大変ありがとうございました。皆様からいただいた御意見等を参考に計画を見直していきたいと思っております。今後とも引き続き、よろしくお願いいたします。今日はありがとうございました。

中尾

以上をもちまして、令和元年度第2回消費生活審議会を閉会いたします。
ありがとうございました。