

平成 25 年度第 1 回消費生活審議会会議録

開催日時：平成 25 年 7 月 19 日（金）午後 5 時 30 分～午後 7 時 5 分

開催場所：庄建上杉ビル 5 階会議室

出席委員：渡辺達徳会長、佐々木伯朗副会長、磯松多紀子委員、小野寺基純委員、
加藤房子委員、亀田治委員、木元美鈴委員、千葉達朗委員、八島和彦委員

事務局：市民局渡辺局長、市民局白川次長兼市民協働推進部長、消費生活センター吉田所長、関口消費生活係長、笠原主任

議題（１）会議及び会議録の公開の取扱いについて

（渡辺会長）それでは、議題(1)「会議及び会議録の公開について」、事務局からご説明をお願いいたします。

（事務局）会議の公開につきましては、「附属機関等の設置及び運営の基準に関する要綱」の規定によりまして、公開・非公開を審議会で決定することになってございます。なお、仙台市情報公開条例第 7 条各号に掲げる情報を扱う場合及び非公開とすることに相当の理由がある場合のみ非公開となりますが、本日は、それには該当するものがございませんから、原則公開となります。なお、会議終了後に会議録を作成いたしまして、市政情報センターやホームページで公開いたしますことを申し添えます。

（渡辺会長）それでは、本日の審議会は公開とすることよろしいでしょうか。

（「はい」の声）

それでは、本日の審議会は公開といたします。

議題（２）会議録署名委員について

（渡辺会長）続きまして、議題(2)「会議録署名委員について」、事務局よりご説明をお願いいたします。

（事務局）会議録の署名につきましては、会議録署名委員制度等、これは委員全員の署名に代えて署名する委員をあらかじめ指定する制度でございしますが、この制度を採用することとなっておりますことから、会長のほか本日ご出席の委員の皆様の中から会議録署名委員 1 名を決めていただくものでございます。

（渡辺会長）それでは、本日の出席委員の中から署名委員を決めなくてはならないということです。前の審議会におきまして、名簿順ということでご了解をいただいております。本日は、そうしますと会議録署名委員は、亀田委員をお願いするという順番でございしますが、よろしいでしょうか。

では、亀田委員、よろしくをお願いいたします。

議題（３）審議：「消費者市民社会」の実現に向けた本市基本計画のあり方について

（渡辺会長） それでは、議題(3)審議：「『消費者市民社会』の実現に向けた本市基本計画のあり方について」について、事務局よりご説明をお願いいたします。

（事務局） 本日は、「『消費者市民社会』の実現に向けた本市基本計画のあり方について」というテーマについてご審議をいただき、ご提言を頂戴したいと考えております。前回の平成24年度第2回消費生活審議会において、「『消費者市民社会』の実現に向けて」というテーマでご議論いただきましたが、この間、国におきまして、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」について検討が行われ、パブリックコメントを経て6月28日に閣議決定されているところでございます。消費者教育推進法の中では、「地方自治体において、『消費者教育推進計画』の策定に努めるとされております。本市においては既に「消費生活基本計画」を策定し、5つの重要課題のうち二つ目を「消費者教育・啓発の推進」とし、関係部局と連携の上、関係施策を推進しております。しかしながら、今の計画はどちらかというと行政を主体とした実施計画的な視点から構成されております。消費者教育推進法では、「消費者と事業者間の情報及び交渉力の格差に起因する消費者被害の防止」、また「消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援」するために消費者教育は重要、と述べております。また、教育という観点や「消費者市民社会の探求」という点をかんがみれば、こういった行政による各施策の前提として、施策を行う側のみならず、関係する主体、そして、学びに参加する市民等の視点も含んだ、共通の「指針」的なものが求められるのではないかと考えました。今の本市基本計画は、平成27年度までの実施期間となっておりまして、平成28年度に向け、新しい計画について検討に着手しなければならない時期が近づいております。次期基本計画策定にあたっては、消費者教育推進法が登場したことにより、大きな発想の転換が求められるのではないかと考えております。そこで、本日は、おそらく次期計画策定の際考慮が必要になると考えられる、消費者市民社会構築に向けた短期・中期的目標や、行政及びその他の主体に期待される役割などについてご提言をお願いしたいと存じますのでどうぞよろしくお願いいたします。

（渡辺会長） ありがとうございます。ただ今事務局からご説明がありました。事前にご案内しましたとおり、今日は皆様から「消費者市民社会を長期的目標とした場合の、中期的・短期的目標」、また、「近い将来に必要と考えられる施策・活動などについて」、そして「それらの目標に向けて各主体に求められると考えられる役割について」、こういった柱で、自由に、ご提言ご議論いただくつもりでおります。だいたい堅苦しく書いてありますが、前回と同じようにそれぞれの立場から、ご自由にご発言をいただくことが結果的には生産的なご議論になると思いますので、

あまり難しく考えずよろしくお願いいいたします。これも前回と同じような形で、お一人概ね 5 分ぐらいを目処としてご発言をいただき、そのあと議論をさせていただきたいと思います。

(木元委員) 消費者市民社会の実現に向けてということですが、果たしてどれくらいの方が、自分が消費者と自覚しているかと考えますと、消費者教育推進法が施行されても、その存在の周知はなかなか難しいと思われまます。全国民は消費者であり、健全な経済社会は健全な消費者あつてのものであり、一人ひとりが消費者であると自覚することが基本ではないかと思いますが、消費者市民社会の形成に参加する重要性を説かれても、あまりピンとこないし、積極的にかかわろうとも思わないと思います。今までも、毎年 5 月は消費者月間として、色々な消費者啓発事業が行われていましたが、それさえもより多くの人への広がりにはつながらなかったと思います。一人ひとりに消費者としての自覚を促し、日々消費者としての意思決定や行動が、経済社会に大きな影響を与えているとの社会的役割を認識させるために大々的な消費者自覚キャンペーンの開催はいかがでしょうか。あなたも私もみんな消費者、マスコミやネットを使い、キャンペーンを企画。ちょっとキャッチコピーを考えたのですが、「なんなの消費者って」、「消費者トラブルって何」、「なんたって消費者」、「あなたも消費者」、「消費者って面白い」、「だまされる消費者」、「ここにも消費者」、「訴える消費者」、「泣かない消費者」、「社会を変える消費者」と、コピーを考えてみました。このようなキャンペーンを通じて、消費者であるという自覚・認識のもと、推進法に則り、各成長段階に沿った教育が求められると思います。つまり消費者庁と文科省との連携も含め、総合的な視野に立ち、幼児からの消費者教育を家庭においても行えるよう環境整備が必要だと思ひます。例えば、保育所、児童館、小児科医院などを訪れる保護者が自由に持ち帰れる消費生活情報誌の設置、そして幼児の段階から消費者教育の体系・イメージマップの周知を徹底することで、消費者としての自覚を早い段階で習得できるのではないかと思ひます。また基本方針には、誰もがどこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で消費者教育を受けることができる機会を提供される、とありますが、その地域で消費者と教育環境、消費者情報、行政をつなぐコーディネーターが重要ではないでしょうか。そのコーディネーターには、以前から消費生活の安全安心を目指し、様々な啓発活動を行ってきた地元の純然たる消費者団体をあてるのはいかがでしょうか。蓄積した実績と活動内容から、また、消費者団体の経済的支援、活動を支えるという趣旨を行政機関から理解していただき、コーディネーターとしての役割を一消費者団体にと提言させていただきたいと思ひます。

(千葉委員) このテーマを見て、イメージがわかかなかったのですが、消費者市民社

会というものの実現のためには、生活の中である程度ゆとりや余裕のようなものがないと、自分の消費者としての地位の確保というのはなかなかできないのかと思います。日々の生活に追われて、そのような知識を身につける余裕がないということになるとなかなか難しいのだと思います。これはまさに長期的な目標になるかもしれませんが、貧困対策、セイフティネット的なもので、生活の中にゆとりを持って、自分の消費者の地位に対する自覚などを促すような環境が整わないと、日々の生活に追われるとなると消費者市民社会の実現も難しいのかと思います。そういったセイフティネット的なものも必要になるのではないかと。これは行政の側の問題になるとと思いますが、漠然と考えました。また議論の中で発言をしたいと思います。

(八島委員) 前回も多分同じような議論をしたような気がしますが、多分この消費者市民社会は、定義をどうするかというのはありますが、かなり理想形なのかなと考えております。木元委員のお話にもありましたが、消費者市民社会の定義を明確にして、広く市民に認識させるというところからスタートするのかなと思います。その際キャンペーンをという話も出てくるかもしれません。当然ですけれども、そういう社会でないからそうしたいということが出てくるのですから、短期的には現状に内在する問題点をきちんと掘り起こして、その問題点を解決するところからまずスタートする。解決には時間的に多少必要かもしれませんが、その中である程度中期的に目指すべき社会の姿が提示できるのかな、そのための方策も多少考えつくのかなと考えております。ただ、消費者市民社会と言ったときに、今私の頭の中にあるのは、マイナスイメージのせいか、消費者が主体となって消費者の視点で全て進展する、あるいは消費者保護を最優先する社会が消費者市民社会なのかなと考えております。そういう形で短期的、中期的、長期的目標がある程度明確になっていくのかな、と。今日の宿題の中にも書いてありましたとおり、行政及び他の役割は何なのかと書いてありましたが、行政の役割としては、このような社会を実現するための環境整備とバックアップ、フォローなのかなと考えておりますので、基本計画に行政が前面に出ているというお話がありましたが、あくまでも主体はいわゆる一般の市民であり、主体たる市民がこういう意識を持って消費者市民社会の誕生を目指す目標を持ちながら、それを阻害するさまざまな問題に対しては、解決策をいろんな形で学びながら、それを乗り越えていくというようなことを考えています。ただ、前回もお話したように、高齢化社会、いろいろ取り上げられている問題を考えると、高齢者が消費者たりえるのかと、失礼な言い方かもしれませんが、まともな方がいろんな施策に対しても理解して、そういった社会を目指すというのでありますから、今の現状というのは、弱者が増え続けてい

るという意味で言うと、この人たちをどうするかという意味で、なかなか消費者市民社会も絵に描いたもちになるのかなという印象を持っております。

(亀田委員) 消費者市民社会は、消費者・市民社会という二つの言葉だと思います。消費者が作る市民社会。では市民社会とは何なのかと考えましたが、一人ひとりの市民が自立的であり、能動的であり、公共性、そして市民、個が社会とつながっている社会が市民社会じゃないかと考えました。それを消費社会において実現する社会ということで、そのためにはどんな施策が必要かといえば、おのおのが消費活動において合理的な判断ができる能力、そして、そのための情報を得ることができる社会が実現してこそ消費者市民社会が実現するのではないかなと。そのためには、一般的に語られるのは、学校教育の場であり、社会教育の場でそういう合理的な判断ができるトレーニングをする。今見ていると、冊子などで色々な情報が渡される、悪く言えば垂れ流されていますが、情報を受けた側がそれを合理的に判断するかがこれから大切になってくるのではないかと思います。そのためには色々な訓練、ロールプレイングゲームのようなものもありますし、判断の訓練をしていくことがこれから必要になっていくのではないのでしょうか。それが学校教育などの場であったり、そういうようなことが必要なのかなと思います。ただ、学校教育や社会教育の場でばかり負うのではなく、本来こういうことは地域のコミュニティの中でなされなければならなかったものではないかと思います。今非常に、地域のコミュニティが危うい状態になっています。昔だったら井戸端会議で「あんな押し売りが来たんだってさ」みたいな話をして情報交換の場がありましたが、最近はコミュニティの場が非常に少なくなっているのではないかと思います。コミュニティ、まちづくり、地域づくりということもからめて考えなければ、消費生活に関してよりよいものを目指していけないのではないかと思います。そして、消費者が存在するだけでは消費者市民社会は実現しないわけで、消費する側があれば、供給する側、サプライヤー（事業者）の問題もあると思います。大体ほとんどの事業者は正常な経済活動を営んで、普通の、善良な経済活動を営んでいるが、ごく一部に悪徳な業者がいて、そういう業者がいるということは事業者にとっても脅威になるものですから、そういう事業者には市場から退場願えるように、事業者間でも情報交換をしたり、消費者市民社会にひとつの主体としてかかわっていかなければ、消費活動は成立しないわけですので、消費者団体、事業者、行政も含めてひとつのものをめざしていかなければ、大きい消費者市民社会は実現しないと思いました。このフローチャートにも、事業者団体等とも書いてありますが、そういった主体とも協力しながらひとつの施策、教育であったり、色々な

ことをしていかなければならないと思います。

(加藤委員) まず、消費者市民社会という言葉が理解しづらいということがあると思います。消費者市民社会の裏には、持続可能な社会を求めるという意味での消費者市民社会というのが出てきているので、生協で色々な取り組みを行っていますので、生協の理念と考え方が近寄っているなという思いがあります。生協でもよりよき生活のために、個人個人の利益というよりも多くの人たちの利益とか生活を求めるためにいろいろな運動をしているという観点から、この宿題を考えてみました。木元委員もおっしゃっていましたが、消費者教育の担い手というのは今現在は、どうしても学校の教育者とか教育現場で行うというのがこの間行われてきましたが、社会に出て、実践的にトラブル回避に至っていない、教育として受けているがために実践に役立っていないということも多いと思います。社会に出てからのトラブル回避を、コーディネーター、消費者団体が担うのか、議論の中で考えていくことになると思いますが、教育現場でない消費者側のコーディネーター、双方向でやり取りできるコーディネーターの育成がこれから重要じゃないかと思います。情報提供のことですが、前回から意見が出ていますが、提供された情報がきちんと届けたい場所に届いているのか、欲しいところに届いているのでしょうか。情報提供も一方通行で終わっている部分があるのではないかということで、情報提供を確実にしていくためにはどういうことが求められるのかということも、計画の中に落とし込んでいかなければいけないのかなと思いました。また前回も、デジタル・ディバイド、情報較差というか、パソコンがないと情報が得られないとか、そういう偏りの中で、高齢者はどうしても情報が得にくいという状況がありますので、高齢者に向けて、これからどんどん少子化していくし、企業の中でも65歳まで働くことになるというので、企業の中でも年齢層が高い人が増えるということに対応が必要になると思うので、高齢者に対する今までと違うような配慮をして消費者力をアップしていくという形に持っていくのがいいかと思います。そこで行政の役割として、さまざまな消費者団体に対しての情報提供だったり、消費者団体同士がお互いに情報交換できるような仕組みを行政側が支援できるような形はないのかなと思いました。また、大学における消費者教育が進まないという話がありましたので大学生協に聞いてみました。どのように大学生が情報交換を行っているか聞いたところ、生協の職員が相談を受けることにはなっていないくて、先輩が後輩に暮らしのアドバイスとか、アパートの情報などを伝えていくという流れが大学にあるということです。話が違いますが、東日本大震災の被災体験があるのはもう4年生だけで、4年生しか被災を語れなくなっているということで、大学側も4年生を語り部として教育していくという流れになっているということなので、先輩が後輩に伝えるという

流れを、消費者教育の中にも取り込めるように毎年継続して取り組めるような施策を大学と連携して考えていかなければならないと思いました。

(小野寺委員) 今回のテーマにあたり改めて考えてみました。消費者市民社会という新しい概念が提起されたわけですが、消費者とは何なのかということ、これから問われる消費者とはどういうものか、消費者と市民はどういう関係なのだろうか、社会、市民社会とは、と考える必要があるのではと考えました。消費者の反対にあるのは供給者だと思いますが、消費者があれば供給する側もいる。それが物であったり、サービスであったり色々な形であったりしますが、供給する側をどこでとらえ、その場とのコミュニケーションをどうとっていくかが気になると思います。消費者となると、教育、情報という話が出ていますが、見方を変えれば教育ということになると思いますが、学校での教育ということもありましたが、家庭ということをもう一度とらえてみる必要があるのではないのでしょうか。親が子に教える、兄弟同士で上から下に教えるということが必要、となると、市民社会と言いつつ、今盛んに共生ということが言われていますが、コミュニティとか共同体という概念が市民社会のもうひとつの表現の仕方になるのではないのでしょうか。その中で、我々商業者の立場で審議会に参加していますが、我々の立場からしますと私の所属する日専連では「日専連信条」というのがありまして、その中で正しい商いをするというのがあります。真商道という言い方をしていますが、戦後の闇市の非常に混乱した中で、一物二価だとか、虚偽を語って悪い商品をあたかもいいもののようにして売るといふようなことの反省から、正しい商いをしようというテーマを持った組織でもありますので、そういうことを啓蒙していくというのが供給者側の立場かなと思っております。それをアピールすることが、消費者に対するアピールとして役に立てるのではないのでしょうか。特に今は核家族ということもあり個が非常に尊重される時代でもあります。さきほどの共同体やコミュニティと対立する概念かもしれないかもしれませんが、それをいかに結びつけていくかというふうなこと。結びつきが求められる時代であると同時に、一方で、どんどん離れていくという時代でもあります。例えばものの売り方にしても、ネット販売のように、我々のような対面販売から、距離が離れていって、いながらにして世界中からものを買うことができます。利便性の落とし穴があり、つけ込む隙が出てきているということもありますので、離れようとするものと近づけようとするものの中をどういうふうに組み合わせしていくかということが、消費者市民社会のひとつの側面ではないかと思えます。

(磯松委員) 私自身が考えた到達点は、参加をして、行動して、そして最終的には

自立。自立とは、自分で判断できる力を持つというイメージです。先ほど木元委員も消費者市民社会の概念がわかりづらい、大々的なキャンペーンという話もありましたが、私はそれとは逆で、知らないうちに消費者教育していて、血となり肉となるというイメージを持って行きたいなと思っています。参加ということからすると、前回の審議会の中でも、色々な活動が行われているということがわかりましたが、自分は参加したことがないし、自分の周りに聞いてもそういうことに興味を持っている人があまりいませんでした。自分も知りませんでした。色々な活動があるのがわかりましたので、参加をするためのきっかけをどのようにして作るのか。自分が求めれば一番いいのでしょうか、やはり行政の側でももう少し大きくアピールしていただけたらいいかなど。一般的な、被害に遭わないようにとか、悪質商法から身を守るためにとか、あまり受けないというか、どちらかというともニアックな知識に特化したようなことを深めていく講座もこれからは必要かなと思います。環境問題、食生活、金銭教育などそういうようなところで種まきをしていただく。種まきとしていいなと思ったのは、以前、仙台市の消費者モニター制度というのがありまして、一般市民を公募して価格調査をしたり、というのがありましたが、最初全く興味がなくても、やっているうちに、自分が知らなかったことがわかり、次のステップに進み楽しくなってきた。そうすると色々な問題が見えてきた。自分の生活を変えていかないとと思うようになった。あれはイメージとしてはよかったです。今はないので残念ですが。次の「行動」なんです。せつかく被災地で、大学生の現役の方が4年生という話がありましたが、防災教育をしながら消費者教育をできないか。例えば風評被害にどう立ち向かうとか、そういうところに悪質商法が潜んでいるとか、最近よく自転車にぶつかりそうになるのですが、学生を対象にした自転車の安全教育とコラボして消費者教育ができないか、自転車の安全な乗り方、携帯の安全な使い方など、そういうところまで広げていけたらいいかなと思います。こちら側からの提供ということで考えると、消費者側からの提供ということで、ネットでこんなサイトにだまされちゃだめ、と申し立てるサイトを行政側で設けていただいて、そこで情報を共有して、被害の未然防止につながるような施策をとれないでしょうか。ヒヤリハットみたいな機器の安全性とか、こういうところが危なかったよというような情報を申し立てる制度があればいいのかなと思いました。自立を目指すときに、勉強しておしまいはもったいない。その人たちが、どうやって広げていくか考えていかなければならないと思いました。パートナーさんがいらっしゃるわけなんです。もっと間口を広げて養成していただいて、その中から一つでも二つでも消費者問題に取り組むグループができていく。そ

ここに情報提供をしたり活動したりする、というようなことができればいいのかなと思いました。年代的なカテゴリーでこうしようとなっていますが、市民センターで企画をやっているのですが、例えば若い方がネットをシニアに教え、シニアは子供たちに食育をするとか、世代間交流ができればいいなと思いました。

(渡辺会長) 私の方からコメントをさせていただいて、副会長の方から補足があればお願いしたいと思います。大学でのことを中心として、お話させていただければと思います。前半は、本日の話題である中・短期的目標、行政・その他に期待される役割ということとは少し違うこととお話するかもしれません。今回改めて「消費者教育推進法」と「消費者教育の推進に関する基本的な方針」にざっと目を通してみました。この「推進法」は、消費者市民社会の意義として、最終的に、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会であると言っています。このような社会の形成に積極的に参画し、積極的に発言し行動することができる。これが消費者市民社会における消費者像であると言っているように受け取りました。これが重要な部分で、受け身で消費者教育を受け保護されるべき対象として消費者がとらえられているのではなく、個々の消費行動におきましても、自主的、自立的に判断を行って、あるべき社会の形成に向けて日頃から発言し、行動することが求められると受け止めました。これを学校教育とすり合わせるとどうなるかと考えました。この辺は私は素人に近く、本当は首藤委員にご意見を伺いたかったところですが、この法律は、小中高校だけでなく大学教育、家庭教育、幼児教育、社会教育、学校・家庭・地域住民等の相互の連携協力、全てを対象としています。現行の教育基本法における教育目標として、「自主及び自立の精神を養う」「職業及び生活との関連を重視する」「主体的に社会の形成に参画し、その発展に寄与する」こういったことが書かれています。このことは「基本的な方針」にも言及がございます。ということは、「推進法」及び「基本的な方針」は、教育基本法における理念を消費者教育という場において具体化し、深め、発展させていくという色彩を持つものであって、「推進法」と教育基本法との連携というか接続というか、こういったものを前提として消費者教育を含む学校教育が行われていくということが予定されているのだと思われまます。そのように整理していきますと、学校教育の中で消費者市民社会に向けて何をなすべきか、短期的目標ですとか、中期的目標、近い将来求められる施策というものがある程度見えてくるのではないかと思われまます。具体的に二つだけ申し上げますと、一つは学校で行われる教育の内容がございます。幼児から大学まで、発達段階が違いますので、発達段階に応じて、自主的自発的な判断とか、社会形成への積極的な参画については、レベルが違ってくるわけです。

が、幼児や小学生であるから、ただ教えていけばいいのか、子どもは受身でいいのかということも考えていかなければならないでしょうし、中学高校あたりに参りますともう少し自主的自発的な行動主体として行動するというのを教育していかなければならないということもあるでしょう。ただその場合に、知識重視でテストでそれをチェックするといった内容が続いていくのであれば、なかなか成果が上がらないという気がいたします。ありがちな教育内容に終わらせないような教育内容の制度設計をして、できる部分から実施していくことが求められているのだろうと内容面では思います。二つ目には内容でなく教育方法として、大学教育の場における自分への自戒の念をこめて言うのですが、大学は旧態然としたところがございまして、いまだに黒板とチョークで授業をするのが主力となります。パワーポイントを使っているという先生も多いですが、あれは、黒板が替わっただけの話で、要するに座学に過ぎないことは間違いないのだと思います。むしろ教育の方法として、教員というのはケーススタディやロールプレイング、フィールドスタディ、フィールドワークなどの授業の方法に習熟し、そのような授業の方法を共有できるようにならないといけないと思います。具体的な教育方法として何を開発するべきか。その場合に、どこどこが連携しどこが主体となって取りまとめていくか。これも具体的にやってくために重要だと思えますが、「基本的な方針」にはこういうことについて具体的な提言がありません。「基本的な方針」は、妙に具体的なところと、うすぼんやりとぼかして書いてあるところがあります。また、今日のテーマから離れますが、「基本的な方針」において、消費者教育の場の一つとして掲げられている、小野寺委員からご提言がありました。家庭というものについて考えたことを述べさせていただきたいと思えます。地域社会という項目が地域と家庭に分かれています。確かにひとつの分け方だと思いますが、若干違和感があります。家庭は子どもを育てる最も基本的な環境であって、地域社会はその次のレベルと考えられます。むしろ独立した意義と存在を家庭にもっと意味を与えるべきではないかという気がします。その意味で、25ページに家族の役割が書いてあります。これは、取りまとめにもかなりの時間をかけ、おそらくパブリックコメントも経っていますので、それ相当の検討を経た上でだと思いますが、若干貧弱であるという印象をぬぐえません。1番目は妙に具体的で、「小遣いを与えて金銭感覚をはぐくむ」とか書いてあります。これが家庭でなすべきことの全てでしょうか。2番目も、「国や地方公共団体が家庭教育を支援するための講座を実施する」とあり、家庭教育そのものの問題ではありません。3番目は「子どもが学校等で学んできたことを親に伝える、知識の共有化を図る」とあります。これは家庭教育において重視

する問題なのか。共有化は重要なのですが、「こんなことを学校でやったよ」と家庭で話すことがどこまで重要かという疑問をぬぐえないところがあります。4番目は「家庭を広く家族と捉え、別の世帯を構えているとしても、おじいちゃんおばあちゃんなど高齢者への教育の場として家庭を使っていこう」という提言です。一番物足りないと思うのは、家庭という教育の場において、親が子どもの自主的自立的精神を促すとか、社会形成に参画できる人間を家庭として育てていくという視点が全くないということです。今ここで申し上げることではないかもしれませんが、もしそうだとすれば、どこかがサポートしなければならないということです。行政が何をサポートできるか、学校教育は何をサポートしていくか、実務についている方々、消費者団体、法律の専門家の方々がどういったサポートをできるのかということになってくるのだと思いますが、本来なら家庭に重きを置いた記述がほしかったと思います。確かに、法律や政治は家庭に立ち入らないという考えがあるのかもしれませんが。しかし、教育基本法には家庭教育というものが入っていますので、それならばもう少し、書き込んでいただいてもよかったのかなと思いました。今日のテーマと違うお話になってしまいましたが、学校教育ということを主体として、思うところをご紹介いたしました。

(渡辺会長) 一通り、いろいろなご意見を頂戴しました。ほかの委員の発言に対する感想やご意見ですとか、ご発言を聞いて新たに考えたことや、先ほどご発言いただいた中で、言い足りないこと、付け足したいことでも結構ですし、フリートークの形で、可能な限り残りの時間を割いていきたいと思います。

(加藤委員) 宮城県生協連やあいコープやセミコスネットなど県内の団体で構成する消費者懇談会みやぎという消費者団体で、食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーションを県内三会場で消費者庁と共催でやっていますが、そこで消費者、生産者、JA、各自治体、県と消費者庁の方をお招きして、行政がやるような一方通行のリスコミでなく、参加者全員で今日みたいなディスカッションを交えながら、風評被害をなくすためにどうしたらいいかということでリスコミをやっている中で気づいたのは、それぞれが個別にやっている放射性物質の検査を、県がやり、市もやり、JA、民間で自主的にやりと、それぞれが個別に行い、検査の結果は個別には理解できても、それが宮城県においてどういう意味をなすのか全くわからないというのがリスコミをやってわかりました。消費者にとっては、国とか県とか市がバラバラにやっていると全く理解が進まない。消費者教育も国は国でやればいい、県は県で、市は市でとバラバラでは進まず、たてに流れないことが大きな要因かと思いますので、連携をもっと強めていくということが重要だと

思います。先ほど磯松委員からもあった、いろんな学習会に出ていないというのは、消費者団体は個別に呼びかけられる範囲でしかできないので、行政の支援が入って、行政のホームページ上でも紹介できますよとか、もっと広く、一般市民を広く呼び込めるような学習会の取組に連携がはかられば、もう少し裾野が広がるのかなと思いました。

(磯松委員) 今の加藤委員の意見には賛同しております、コーディネーターという言葉が基本方針に出てきていますが、それを誰が担うかは別として、色々な団体が行っている活動の情報をデータベースとしてコーディネーターに集約して、一元管理ではないですが、そこで聞けば色々な情報が得られるというか、それぞれのホームページを見ればいいのでしょうか、それこそバラバラというところがあるので、コーディネーターにしていればいいかなと思いました。

(渡辺会長) 何人かの方から行政に期待されることとして、情報の集約を期待したいという声があったという印象を受けました。コーディネーター、パートナー、サポーターの養成などもその中に入っているでしょうし、ご発言の中で、色々な情報が増えています、情報集約はやはり行政がやるのがいいのではないかという意見がありました。中期的・短期的に見た場合に、行政に期待することとして、一定程度に様々な局面でのツールを束ねる役を行政が担うのがいいのではないかという文脈ととらえました。

(千葉委員) 今のことに関連して質問ですが、市役所や区役所には任意の団体の勉強会やシンポジウムのチラシを置いていただけののですか。

(白川次長) 場所がある限りということになりますので、市役所・区役所には、そのような場所がない場合が多く、市民センター、市民活動サポートセンターのような市民利用施設になってくると思います。市役所や区役所にはそういう場所がないので。

(千葉委員) 仙台弁護士会で年に何回か、シンポジウムを開いていますが、周知方法が限られています。チラシを作ってまくのですが、まく先は、関連する団体で、それ以外のところにはまけない。市役所をお願いしたことがありますが断られたという記憶があります。市役所は人が往来するところなので、市民センターもいいんでしょうが、市民センターは能動的に活動している人が足を向ける場所だと思いますので、人が集まる場所にチラシが置ければいいんじゃないかなという意見です。

(加藤委員) 置けない理由はどういうことですか。

(白川次長) 置ける場所がないのです。市民の部屋に重ねる状態でおいてありますが、わざわざ行かないと見えないとか。行政がお知らせしたい情報というのはたくさんありますよね。「今はそういう時期ですよ」とか「保険料減免の手続きはこうするんですよ」とか、そういうのから先に置きますので、何かから何までという、とてつもない量になって、あと

は重ねるだけとなってしまうのです。たくさん人のいる場所に置くようにはしていますが、なかなか限界があるということです。

(八島委員) さきほど情報の共有化みたいな話もあったのですが、行政の役割という視点で考えたときに、今の復旧復興状態で、県庁なら県庁でも部門によって縦割りで隣の部署でやっても口を出さない。我々工業会ですからいろんな会員がありますが、会員のところに、いろんな部門からいろんな問い合わせがあり、取られた情報もデータベース化されていないということで、非常にそういう意味では無駄な作業をしている。各団体が同じことをしているんですね。消費者市民社会に関する活動も、ある程度データベース化して、こういう時期は縦割りではだめなんです。我々も強く感じて、会議を開けばプラットフォーム化やデータベース化など、盛んに言われていまして、持ち寄ってそれぞれのデータを出し合ってその中で方法を考えていく。そうしないと、本当に必要なところ、被災者に支援がいていない状況だと思います。ここで言えば困った人にどういうことをするのか。各分野各部門の方々が意見を出してまとめるというのが、難しいですよ、行政の縦割りだと。ただ、やらなければならない時期なのかな、特にこういう法律を作ったときは、一元的に、それがコーディネーターというものだと思うのですが、なかなかコーディネーターといっても難しいですよ、限界がありまして。ある場面で必ずまとめるということをしていかないと、ひとつの方向性は出てこないのかなと最近痛感しております。

(渡辺会長) ある程度具体的なご提言だと思いましたが、いわゆる行政の中での情報共有、コラボレーションのことだと思います。行政セクター、事業者、学校、生協など色々あるわけですが、それらがそれぞれ一生懸命やっても、プラスアルファにならないということを感じることがあります。行政内部の問題と、それから外も含めて、力を結集して、結集した分だけ力を増していくような、それぞれが一生懸命だけで終わらせてしまっただけではもったいないような努力をしている部分もあるのだと思います。そういうことも、その次の問題としては出てくるのかと思って伺っていました。

(亀田委員) ひとつの事例ですが、あるところから電話がありまして、電気保安協会に近いような名前でも、節電とかいろいろ電話が来ました。怪しいなと思いインターネットで検索すると、やはりいろんな事例が出てきました。グーグルでも何でもインターネットで検索すると、玉石混交、無政府状態の情報が色々出ているわけです。情報は自分から取りに行くと、いろんな情報が世の中に流れています。その情報を自分のものにして自分の必要なものを選んで、判断する力を養うのがこれからの消費者教育に重要なことだと思います。行政がペーパー一枚で出す情

報は 1,200 字に限られてイラスト入れればもっと少ないのですが、自分が能動的に取りに行けば、何千倍、何億倍という情報が流れているわけで、その中から自分が必要なものを取捨選択していく力をつけていくことがこれから必要なわけで、座学で教えていくような教育ではなく、総合的にいろんな部分から、ケーススタディであったり、いろんな施策をしないとそういう力が出て行かないと思います。そういう訓練が日本の教育に欠けていると思いました。そういうことから、考えていかなければならないと思いました。

(渡辺会長) 例えばアメリカでは消費者教育の中で、中学生ぐらいから、例えば、「あなたがこれを買いたいとき、現金がない、クレジットで買った場合には、あなたの支払額はいくら、お金を借りて返す場合にはこうなります」と具体的な教育をやります。実際に教材を使い、自分で計算させます。そういう教育をしているのになぜアメリカはあんなに自己破産が多いのか、と言われるとそれまでですが。日本ではそういうことをなかなか授業ではやりづらく、先生もなかなかできないのではないかと思います。むしろやっているのは業界で、クレジット協会などはそういう教材も作り、呼ばれば学校に行ってやっているということも聞いたことがあります。シーズとか種はたくさんあるのですが、どうやって芽を出させ、育てるかということでしょう。

(亀田委員) 最近、サラ金業が今大手の銀行系になり、お客様相談室みたいな部署の人と話す機会がありました。「消費者教育に非常に力を入れていて、ノウハウも蓄積しているので、ぜひ我々を使ってください」と言われました。「我々も、返してもらわないと困るので、いろいろなところで使っていただきたい」とは言っていたのですが。「社会貢献ということで考えてはいるようですが、昔のイメージが悪いので」という話をしていました。ひとつの話題として。

(加藤委員) 今の人たちは人ごととして受け取るから、自分に降りかかってきたときになかなか対応できないということがあると思うので、体験型というか、教育の現場でも、よその県ですが、実際に子どもたちにパソコン、携帯で、画面を見せながら、もしここをクリックしたらこうなるとか、それを回避するためにはこうするといった実体験させる例がありました。子供だけでなく、高齢者でも社会人でも、人ごとのように聞いていて自分はそうならないと思っていても、いざ電話などがかかってくると、まさかあの人という人も引つかかっているということは、人ごととしてしか聞いていないから、ということもあるので、少人数で、体験型の学習を強めていく必要があると思います。人手もお金もかかるとはありますが、被害に遭うお金を、被害に遭わないで普通に使っていれば、経済も潤うと思うので、被害をなくすことで経済も潤沢に回るということを理解していただき、体験型教育を強めていた

できればと思います。

(渡辺会長) 念頭においているのは学校ですか。

(加藤委員) 学校教育だとやりやすいのですが、学習会でも、体験できるような教材もあれば。民間だと高いので、行政でやればなと思いました。

議題(4) 平成24年度仙台市消費生活基本計画の実施状況および消費生活相談の実績報告について

(渡辺会長) 議題(4)について、事務局よりご説明をお願いします。

(事務局) それでは仙台市消費生活基本計画の平成24年度の実施状況についてご報告させていただきます。まず、基本計画の構成ですが、5項目の重要課題を掲げておりまして、一つ目が「消費生活の安全・安心の確保」、二つ目が「消費者教育・啓発の推進」、三つ目が「消費者被害の防止及び救済」、四つ目が「高齢者等特に支援を要する消費者への対応」、五つ目が「環境に配慮した消費生活の推進」となっております。そしてこの重要課題ごとに施策の方向がありそれを実施するための主な取り組み事項があり、さらに具体的施策と細分化されたものになっています。次に、基本計画の実施状況及び評価についてでございます。具体的施策の実施状況をアルファベットのA～Dの4段階で記載しておりまして、Aが「実施した」、Bが「検討は行ったが実施には至らなかった」、Cが「検討も実施もしなかった」、Dが「事業終了」となっております。次に、施策内容に応じ、年度ごとに参考指標及び計画を設定しておりまして、指標の実施結果及び、指標以外の取組実績を記載し、実施した施策については総合的評価をアルファベットの小文字のa～cの三段階で行っています。aが「計画以上に達成できた」、bが「ほぼ計画通り達成できた」、cが「計画には及ばなかった」となっております。そこで、平成24年度の取組みの実施概要につきまして、ご説明させていただきますと、東日本大震災の影響で平常どおりの事業を行うことができなかった平成23年度に比べ、実施状況が改善しておりまして、該当案件がなかったり終了した事業を除いては、96%が実施され、そのうち、92%が計画以上またはほぼ計画どおりとなっております。なお、個別の評価については別表のとおりとなっておりますので、後ほどご高覧いただければと存じます。そこで、今日は消費者教育ということがテーマですので、平成24年度に作った消費者教育教材などについて少し紹介させていただきます。まず小学校低学年用の教材のボードゲームです。このボードゲームの作成にあたっては、消費者問題に関心のある市民の方、学生さん、学校現場の先生方にいろいろ検討していただいて作成したものです。各学校、児童館、支援学校などにも配布しております。貸し出しも行っていますので、ぜひ地域、あるいはサークルなどで、活用していただければと思います。子供向けに作ったものですが、大人の方にも十分楽しめる内容となっております。中学校向けには消費者市民社会の概念を盛り込んだDVDとそ

の解説の副読本です。それから高齢者向けには「だまされてるかも」という悪質商法の三つの事例を紹介したものです。こちらは地域包括支援センターなどにも配布させていただきました。保育所の保護者用に食の安全についてのリーフレット「ゆたかなくらしミニ」を作って配布しました。新社会人に向けて、悪質商法の被害に遭わないようにということで、「ゆたかなくらし4月号」として、通常は9,000部作成していますが、29,000部作り、八島さんのところにもご協力いただきましたが、いろいろな事業者さんに配布させていただいたところがございます。

次に、資料の3をご覧ください。平成24年度の消費生活の相談実績について報告させていただきます。平成24年度に消費生活センターに寄せられた相談件数は、1ページの表1に記載してありますが、6,885件件となっております。前年度に比べ231件増加しております。そのうち、契約トラブルなどに関する苦情相談が6,000件、問い合わせなどの一般相談が885件となっております。相談件数はここ数年減少傾向にありましたが、昨年度は増加に転じ、今年度は昨年度を上回るペースで、相談が寄せられている状況です。苦情相談の中には出会い系サイトや多重債務相談のように、相談時間が長時間に及ぶものや、相談が1回で終了しない複雑で困難なものも多く寄せられておまして、最近では消費者相談ではない労働問題や、近隣関係のトラブル、事業者の方からの相談も多くなっております。次に資料の4ページと5ページをご覧ください。4ページの表2には、相談者の方から申告があった契約または購入金額別の件数を年度推移で記載していますが、年々1万円未満、10万円未満の小さな金額の相談の割合が増えている傾向にございます。表3には商品またはサービス別に苦情相談が多かったものを掲載していますが、一番多かったのは、携帯やパソコンを利用したサイトからの不当請求などのデジタルコンテンツ、2番目が不動産貸借、3番目がフリーローン・サラ金となっております。上位につきましては前年度と同じですが、商品が特定できない、架空請求が増えたことから、商品一般の件数が増加しております。次に5ページの表4には年代別の相談状況を記載してありますが、これまでと同様にデジタルコンテンツに関するトラブルが多く、70歳以上でも昨年度は4位と初めて上位に登場するなど、全ての年代層から相談が寄せられています。余談になりますが、出会い系サイトといっても、サイトに入るきっかけは、いわゆる男女の出会いだけではなく、悩みを聞いて欲しいとか、お金をあげるなどといったものもありますし、最近では、突然、注文された健康食品と家電製品を送ります、とメールが来て、自分は注文していないし、いらぬということ、問い合わせのメールを返信したら、突然出会い系サイトにつながり登録料を請求されたなどといった新たな手口での相談もございます。また健康食品などの送りつけ商法が増えており、手口を頻繁に変えながら行われております。高齢者の方からの相談が多く寄せられており、仙台市としても新

聞やテレビなどでも報道されていますが、様々な方法で注意喚起をしています。今でも毎日相談が数件、寄せられている状況でございます。その他相談状況については後ほど資料をご高覧いただきたいと思います。

(渡辺会長) ありがとうございます。議題4につきましてたゞだま事務局からご説明をいただきました。この件について何かご質問・ご意見がありますでしょうか。

(加藤委員) A3資料の1ページのところなのですが、1(1)②のところ、食品の安全性についてのリスクコミュニケーションの回数について、消費者からすると、リスコミ、講演会の開催など、食の安全性については、これから放射性物質が主体になるとは思いますが、実際にリスコミをやつて、この回数で足りるのか疑問に思つております。

③ですが、これは、健康被害だけなのでしょう。常に危機管理が問われる食品衛生部門だと思つるので、生命に危害が及ぶようなときとか、何か起こつたときだけ召集がかかつて、にわかには体制をとるのか、常時何か定例的に管理を横断的に行つてゐるのかわからないので教えていただきたいと思います。3ページのところで、食品表示産地偽装のところ、計画に対して少ないですが、仙台市は市独自で食品表示モニターや食品ウォッチャーのようなものがないのでしょうか。どうしてこんなに少ないのか理由を教えてくださいました。最後ですが、9ページの2の(3)①で、適格消費者団体に対する支援のところ、具体化したら必要な支援すると書いてあるが、きちんと内閣府から認定を受けて認定適格消費者団体になってから支援をするという理解でいいのかと、支援とは具体的にどのようなことを想定しているのかということです。

(渡辺会長) 1ページの②の回数の問題は、ご意見ということでいいのでしょうか。③と、3ページと9ページについてはご質問ですので、お答えいただければと思います。

(事務局) (1)の③については、センター所管でないのので後ほど回答させていただきます。3ページ目の食品表示や産地偽装等のところについてですが、モニター制度は消費生活センターとして設けておりません。件数が少なかったということにつきましては、消費者安全法の検査等を受任することで検討を進めておまして、実地の検査には手がまわらなかつたという状況で件数が少なくなつております。次に9ページの適格消費者団体についてですが、支援につきましては、認定を受ける前でも、調査研究をしている段階から支援を考えております。補助金の申請をしていただけて、要件に合えば財政的支援ができることになっております。そのほかにも、こちらで情報提供できるような案件については情報提供するなど、さまざまな連携の方法があると考えております。

(渡辺会長) よろしいでしょうか。他に、ございますか。

(木元委員) 消費者団体に属していますので、消費者団体という言葉に反応しました。6ページ1の(2)の①はAで、総合評価はbですが、どこに消費者団体がかかわっていたのかなと疑問に思いました。②も消費者団体が入っておりまして、計画は20回で結果は8回で総合評価c、次の7ページ、2(3)の①消費者団体等と協働して…というところで、計画がなく指標の実施結果が2で総合評価がb、消費者団体等が行う消費者教育に対して、というところで24年度の計画は25件で実施結果は1件で、総合評価はc、こういったところどうかなと思いました。11ページの(2)高齢者に対する支援というところで、12回計画して6回実施、10回計画して2回、総合評価cというところが、どうなのかなと思いました。教材は、私も手にとって試してみましたが、人生ゲームみたいなのは、面白くてためになる、食品に対する問題もありますし、仙台市を知ることいいと思いますが、その後どのように使われたかという後追いをぜひしていただきたいと思いました。

(渡辺会長) 最後のご質問はご意見と承りました。事務局からご説明願います。

(事務局) (2)の①についてですが、中央市民センターなので、この場ですぐにお答えすることができません。②についてですが、目標回数を20回にしていたのですが、8回だったのでcにしました。次に、(3)①の補助金については制度を変え、団体に対する補助を、平成25年度より事業活動に対する補助金に変えたため、何件上がってくるかわからないためハイフンにしたものです。②につきましては、25件で計画していたところ、実際に申し込みがあったのが1件だったためcにしたものです。次に11ページの高齢者のトラブルのところ(2)①で、メール配信および協力依頼件数については、目標とする回数の半分とか、5分の1とかで、緊急に注意喚起の情報提供する案件がなかったということですので、この回数に留まったのかなということですので、評価としてはcとさせていただきます。

(渡辺会長) これで議題(4)を終了させていただきます。

(5) その他

(渡辺会長) それでは議題の(5)ですが、皆様からなにかございませんか。ないようでしたら事務局にお返ししたいと思います。

平成 25 年 8 月 31 日

仙台市消費生活審議会会長

渡辺達徳

亀田 治

会議録署名委員