

平成 26 年度第 1 回消費生活審議会会議録

開催日時：平成 26 年 7 月 24 日（木）午後 1 時 30 分～午後 3 時 15 分

開催場所：第 5 委員会室

出席委員：渡辺達徳会長、鎌田健司副会長、飯塚順子委員、石山隆委員、伊東智恵子委員、小野寺基純委員、加藤房子委員、向所千夏委員

事務局：市民局渡辺局長、小林市民協働推進部長、消費生活センター吉田所長、加藤消費生活係長、熊谷相談啓発係長、菊地主任、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、仙台市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、市政情報センター等において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）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が、名簿順とすることになっておりましたので、本日は石山委員にお願いしたいと思いますが、よろしいでしょうか。
それでは今回は石山委員にお願いします。

議題（３）「次期消費生活基本計画・消費者教育推進地域計画（骨子案）」について

（渡辺会長）それでは、議題（３）「次期消費生活基本計画・消費者教育推進地域計画（骨子案）」について、事務局より説明願います。

(事務局) 現行の計画期間が平成 27 年度で終了することから、次期基本計画の策定に着手するものです。なお、この改定に併せ、消費者教育推進地域計画も策定していきます。次期基本計画については、消費者教育推進法で提示された「消費者市民社会」等の理念を取り入れる必要があると考えます。この理念は、消費者教育のみならず、消費者行政全般が目指すべき大きな理念であると考えられるためです。次に、消費者市民社会の理念を取り入れるということはすなわち、「公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者」像を想定した多面的なものを作り上げていかなければならないということの意味すると考えます。つまり、次期基本計画は、行政も市民も含め、市全体として目指すべき方向性・理念を示し、それを踏まえての施策の方向性を提示してくという形になると考えます。消費者教育地域推進計画の策定が努力義務となっておりますが、消費者教育・啓発というものは、現在におきましても、施策の中の重要課題の一つであり、むしろ施策の背骨といってもいいところがあります。言い方を変えれば、消費者教育・啓発抜きの基本計画というものはあり得ないといえます。そのような趣旨から、今回の各計画策定にあたりましては、消費者市民社会等の理念を大きく取り込んだ基本計画を策定し、基本計画の一部を「消費者教育推進地域計画」として位置づけることになると考えております。そして、最終的なアウトプットとして、消費者教育推進計画に該当する部分を別刷り・細分化するかどうかについても、計画全体を策定しながら検討していきたいと考えております。次に、具体的な骨子案についてご説明します。第 1 章は、「計画の策定について」ということで、「消費者市民社会」の実現をめざす基本計画であること、そのためには、行政のコーディネーターとしての役割が重要であり、各主体の連携等により、消費者教育・啓発がさまざまな場で行われることを目指すことなどについて記述することを考えております。第 2 章は「消費生活を取り巻く社会の現状」とし、社会経済情勢、インターネット普及状況、取引のグローバル化・ボーダレス化、価値観とライフスタイルの変化、東日本大震災が消費生活に与えた影響など、これらに伴う消費者トラブルの被害の複雑化・深刻化、法改正の状況(消費者教育推進法の登場も含む)などについて解説する章となります。第 3 章は「消費者市民社会の実現に向けて」とし、仙台市の成り立ち・都市特性などから、「本市が目指す消費者市民社会」について考察する部分といたします。なお、ここで、本日皆様にもご議論いただく、「パートナーシップによる消費者教育の推進」について提案できればと考えております。第 4 章は「消費者行政の責務」といたしまして、第 3 章までに述べた社会像を実現するための消費者行政の役割について記述する部分となります。重要課題Ⅰ 消費生活の安全・安心の確保、重要課題Ⅱ 消費者教育の推進(環境に配慮した消費生活の推進(現在の重要課題Ⅴ)を含む)、重要課題Ⅲ 消費者被害の防止及び救済、重要課題Ⅳ

高齢者等特に支援を要する消費者への対応、重要課題Ⅴ パートナーシップの推進、この重要課題Ⅴの「パートナーシップの推進」は、行政のコーディネーターとしての役割について触れる部分となります。第5章は「計画の推進に向けて」として、計画の進行管理などについて述べる部分ですが、進行管理の方策については、単年度の事業評価だけでなく、中期・長期的スパンの評価が必要と考えられますので、今後十分に検討していく必要があります。

また、さまざまな場で行われている消費者問題への取り組みについての情報をいかにつなげていくか、またどのようにして市民と情報を共有していくかということも、非常に重要になりますので、こちらの方策も検討する必要があります。この構成のうち、第1章～第3章と第5章及び第4章の重要課題Ⅱの部分が「消費者教育推進地域計画」に該当する内容を持った部分になると考えております。なお、計画を策定していく過程では、多くの、あらゆる立場の方々の意見をお聞きする必要がありますが、その第1歩として、今年度は市民（5,000人）・事業所（1,500社）を対象とした郵送方式のアンケートを実施したいと考えております。また、その後も教育現場などへのアンケートや、状況に応じてさまざまな団体へのヒアリングなどを実施していく必要があると考えております。アンケートの結果につきましては、審議会でご報告し、ご意見を頂戴したいと考えております。なお参考資料として計画策定の大まかなスケジュール案をお示ししていますが、皆様がたにご審議いただく時間を十分に確保して、平成28年3月までに策定する予定となっております。

（渡辺会長） ただいま、事務局から説明をいただきました

資料1及び本日の配布資料にありましたスケジュールでございますが、両方をご覧いただきまして、ご質問などがありましたら伺いたいと思います。

（加藤委員） 宮城県の審議会委員もやっており、今日午前中にあつたのですが、宮城県で、計画を策定するにあたり、小中学校、高校、大学、支援学校等にアンケートを行いましたという報告をいただきました。校長先生からの発言があつて、回答する担当者により消費者教育を行っているか認識がバラバラではないかという話がありました。仙台市でもアンケートを行うということですが、誰が答えるのかによって大きく分かれるのではないかと、今日の話聞いて思いました。どういう人を書いていただくのがいいか、こちらで指定できるのか、できないかも含めて、丁寧にやっていただきたいなと思います。

（渡辺会長） 今の時点で何かお答えいただけることはありますか。

（事務局） 確かに回答いただく方によって違ってくると思いますので、十分に検討させていただいて実施したいと考えております。

（渡辺会長） ご指摘ありがとうございます。ほかにはいかがでしょうか。それではただ今説明いただいた内容に従って今後進行していただくということで、よ

ろしくお願いします。

議題（４）『『消費者教育』にかかわる主体のパートナーシップについて』

（渡辺会長） それでは議題(4)『『消費者教育』にかかわる主体のパートナーシップについて』に参りたいと思います。事務局よりご説明をお願いします。

（事務局） 消費者被害を防止し、「消費者市民社会」を構成する自立した消費者を育成するためには、様々な主体が連携して消費者教育に取り組むことが重要とされておりますが、その取り組みの促進においては「パートナーシップ」が一つのキーワードになると考えられます。そこで、次期消費生活基本計画及び消費者教育推進計画には、「パートナーシップ」の概念を取り込みたいと考えております。つきましては、別図「消費者教育に関わる主体のパートナーシップ図」を参考に、「パートナーシップにかかわる各主体の役割、可能性、責務、課題等」「連携による可能性、連携の課題等」「パートナーシップの考え方について」などの観点から、ご自由にご意見を頂戴できればと思います。なお、ご提言はご自身の属する主体に関連するもの、それ以外の主体に関するもの、総括的なもの、いずれでも構いません。なお、「パートナーシップ」という言葉は、日本語ではよく協力の「協」に「働く」という文字をあてる「協働」などという言葉で表され、主体性を持って活動する団体・個人同士が、連携して活動を行うことで、大きな力を創出するとともに、それぞれの活動も活性化するという意味合いで使われることが多い言葉だと考えます。本日の議論では、単に「各主体の役割」ですとか、「連携によって生まれる効果」といった言葉に置き換えてご提言いただいてもかまいませんのでどうぞよろしくお願ひいたします。

（渡辺会長） ありがとうございます。本日は皆様方にもご発言いただければと願ひしておりました。お一人様3分を目途にと考えておりますが、一巡ご意見をいただいた後で、自由にご議論をいただければと思います。全体で50分ぐらいを割いていきたいと考えております。

（飯塚委員） パートナーシップのイメージ図の三番目、事業者のところ、私が属する団体に関連すると思われまますのでお話をさせていただきます。役割としては、法の順守・モラルを持った供給、CSR、従業員への啓発など、また施策としては、事業所等への情報提供、CSR活動との連携などとなっていますが、個別に各事業所さんができることと、地域活動のように、みやぎ工業会のような業界が集まっている団体でそれぞれできることに分かれると思ひました。事業者の役割としては、CSRの実施というところで、各企業さんがそれぞれ責任を果たし、それを行うことにより地域全体、社会全体にモラルを普及したり、従業員啓発を行ったりできるのかなと思ひました。CSRについても勉強しましたが、例えば製造物責任法（PL法）は昔から耳にしますが、物を作る事業者が自分が作ったものに責任を持つという法律で、例えば消費者が何か食べて具合

が悪くなったとか、不良品だったのでケガ、火事が起きたなどの場合、当然、作った事業者が責任を持つことで、当然個々の人たちが意識して普段からやっていかなければならないことだと思います。また、ISOの認証を取りますと、国際標準化で品質管理や環境への取り組みなど、勉強する機会にもなりますので、各社取り組みればいいのですが、問題点として費用や人員がかかるため、特に中小企業さんが独自に実施するのはとても負担が大きいため、連携ということを考えた時、行政の、消費者への支援だけではなく、事業者に対する支援も考えていただければと思います。勉強のための助成金ですとか補助金ですとか考えていただき、事業者が取り組みやすい環境を作ることが、最終的には消費者のためになるのではないかと思います。

(石山委員) 公募委員として、団体で教育活動をしているのではありませんが、自分としてのパートナーシップを考えました。一消費者として、社会生活の現場で感じたことは、身近な家庭、地域、職場等でできる役割を果たすことが消費者教育推進につながるということです。平均的な消費者としてやってきたと自覚してはいるのですが、行政を中心に様々な消費者教育が行われているのを目にしていますが、「消費者」とは「国民」という意味に近い広い概念のため、問題も様々で、教育を一気に波及というのは難しいのだと思われまます。したがって、今以上に取り組むためには、行政だけでない各主体の活動の促進ということが必要になるのでしょうか。行政がまずは促し、多様な主体が役割を果たすという積み重ねを着実に実施していくのが大事ではないでしょうか。具体的にパートナーシップによる連携・協働を推進していくためには、特に行政中心に役割とか課題がありそうです。一つはネットワーク化。実効ある取り組みにしていくためには、主体間及び主体の中で情報を共有することです。行政の働きかけや進行管理は必須ですが、日常から互いの連携を深めることができれば、団体同士の学び合いや紹介等の活動の積み重ねができて、同時に行政との協働ができると思います。二つ目は、各主体が教育活動を行うメリットを特に感じないのが現状と思われまますので、各主体の活動に光を当てるような誘導策があるとメリットを感じられるようになるのではないのでしょうか。各団体の取り組みを紹介する等、メリットが感じられるように処遇して意識づけられればいいのではないのでしょうか。その上で各主体の活動目標を設定、できれば数値化しておけば、たとえ責任を問わなくても推進に向かうように誘導できるのではないかと思います。最後は、消費者だけを教育するのではなく、事業者がルールを守ればトラブルは少なくなるので、さらに教育をうける必要がある事業者もあるのではないかと思います。消費者事故の未然防止につながって、消費者保護を進める有効な手段になると思いますので、事業者には苦情処理への対応だけでなく、従業員への教育を行うことがパートナーシップの役割・責務としてあるのではと考えております。

(伊 東 委 員) 小学校では社会科と家庭科で消費者教育が行われていますが、家庭科でも 2 時間に限られており、消費者教育をやっていますかと聞かれると、なかなかやれていないという答えになってしまうのだと思います。家庭科の方では、身近な消費者と環境ということで、環境教育と深いつながりがあり、そこで消費者教育だけを切り取ってアンケートを行っても、先生方のイメージの中で、やっているのにもかかわらず、特化してはやっていないような答えになったのではと思います。家庭科の方では、収入源、働いてお金がもらえるんだよという、労働の報酬としての賃金、その収入の大きさであるとか、どのように支出しているのかというところから勉強しますが、金額的なことは各個人によって違うので、子どもたちもイメージとしてはとらえられていない状況となっています。今学校の方へは、環境教育、消費者教育、人権教育、国際理解教育、防災教育とか、いろいろな方面から授業を見直してほしいという話が来ています。どんな切り口で授業していくかは学校独特のやり方で決めていくものですから、今は仙台の方では防災の方に力が入っているのかなと思います。自分づくり教育も最近よく行われています。来年度から、今までの消費者教育と違う、事業者の立場に立って物を生産する、売る方の立場に立って自分が将来どのような職業につくかという勉強が仙台市で始まります。これは、カタール基金とあって、震災の時に、義捐金をいただいで、仙台の小学生の将来に役立ててほしいということで、仙台市スチューデントパークというものがアエルにオープンします。来年から学習の場所となります。今年の 9 月から試行が開始されますが、地元仙台のたくさんの企業に出店の方を手伝っていただいで、子どもたちが売る体験とか、購入する体験をします。消費者教育と自分づくり教育を一緒に合わせて実施できる特別な教育の目玉になるのではないかと思います。また、中学校では、インターネット、スマートフォン、タブレットなどなど多様な情報源があり、そこで子どもたちがどんな悩みを持っているか学校ではとらえきれていない状況にあります。そこで、私たちが時々携帯に、「お金を払わないと訴える」などというメールが来てだれに相談したらいいかわからず困りますが、子どもでも相談できる窓口があり、親にも言えないけれどドキドキしながら自分で電話すれば納得できる答えがえられれば、子どもたちもありがたいのではないかと思います。減災ということに関して、学校で一番行っている勉強は、エネルギーを少ししか使わなくても生活できた三年前を思い出して、言い続けなければならないということで、節電や、調理実習の時にはガスの炎を制限しようとか、洗い方を工夫しようとか、来年度の防災会議に合わせて授業を組み立てています。そのような中でうまく消費者教育を組み込んでいくような授業案ができれば、また報告したいと思います。

(向 所 委 員) 社会学級は大人の方を対象とした学習グループなので、そこに参加している人は少しは意識が高いですが、参加していない一市民を見た場合は

個人差があり、一人一人がいろいろな価値観や考え方を持っていると思います。そのような方に今何が問題なのか意識づけるには、自分や家族、家族が所属している学校などで今話題になっていることや、新聞に書いてある情報で、こんな消費者被害が起こっているといった話題、そういう現実が日々報道され聞こえてきますので、外から聞こえていることと子どもや家族が関心を持っていること両方のところで、それが課題だと示されれば意識が向くような気がします。家には小学校から大学まで各学校に所属する子どもがいるので、いろいろ様子が分かりますが、大人にとってはあまり意識のないインターネットトラブルも中学校では一番の課題となっています。それを、子どもたちにこんな風に教えるとか示してくださることで、こちらも意識を持つようになり、親も解決方法がわからないので、そういう時に消費生活センターに連絡をとるとか、日頃から認識を持っていくことが大事なのだろうと思います。6年生が自分づくり教育のモデル事業に参加するのですが、事業者の立場に立って、ものを作る立場で利益を得るにはどうしたらいいか考えていく、本当にものを作る時は、何を考えて作るだろうか、物を売るときに、たくさんお金が入ったほうがいいよね、となるとその手段を考える。そうやって複数の自分の立場を体験しながら感じっていくということに大人も関心を持ち、あちらからもこちらからも、問題になっていることの情報が入れば、意識を持たせることができるのかもしれませんが、ただ、個人差があるので、関心のあるご家庭、関心のある保護者の方もいれば、全く関心のない方もいる。そういう家庭をどうするかは大きな課題だと思います。また、高齢者を介護している方などに、その高齢者がいろいろなトラブルに巻き込まれるかも知れない、ということの日頃からイメージできるような、意識付けができたらいいいと思います。

(加藤委員) 消費者教育にかかわる主体全てが主体的に動かなければ消費者教育は進まないという前提で資料をつくりました。まず、審議会においても、地域協議会においても、なぜ消費者教育が法律にまでなったかということやその理念を理解して進めない、方向性がずれていくのかと思いました。消費者基本法があるにもかかわらず消費者教育推進法ができたのは、国や地方公共団体が消費者教育を進めているのになかなか進まない、各分野で行いましょうということで理念に掲げたということは、未だかつてなかったことです。消費者教育推進法で、初めて、「消費者『市民』社会」という、日本人にはなじみのない言葉が一つの単語として現れたことは大きいと思います。決して自慢する訳ではありませんが、私が所属する宮城県生協連の中でも膨大な会員数をかかえているみやぎ生協は、すでに、消費者市民社会に30年前から取り組んでいたのではないかと、そのような認識をもって、資料の4番にまとめました。なぜかという、消費者市民社会とは、単に物を買ったり、自分の利益を優先して物を買うのではなく、この価格はどういう意味がある価格なの

か、低価格だけれど今問題になっている子どもの労働などが裏にあるのではといった想像力を働かせながら購買行動を取ったりとか、一つの契約に関しても、本当に自分に必要な契約か、そういったことを、自己判断できるようなメンバーを育成していくという観点で、掲げました。自給率を高めるという意味で、消費者の安全だけを求めるのではなく、生産者の利益も維持し、両方の安心安全を追及し、メンバーと生産者が交流しながら、あいコープはみやぎ生協より進んでいます。そういった活動が環境保全や持続可能な社会の一翼を担っていると思います。地域社会への貢献という点では、メンバーに共同購入などで、途上国の女性に収入が行くようにフェアトレード商品を販売したり、ユニセフの取り組みを通じて、メーカーや取引先に、商品にユニセフ募金を添加して、メンバーに買ってもらうなどの活動をしています。また環境に配慮したくらしということで、こ〜ぶの森で植樹活動を行ったり、原発だけがエネルギーではないという観点から暮らしの見直しを進め、環境配慮商品の販売なども行ってきました。また、消費者庁ができてから特に力を入れているのは、消費者力の向上、自立した消費者の育成で、メンバー同士で教え合い学び合い、行政からの出前講座などによりいろいろな学習会を開催しています。行動できるメンバーを増やすために、添加物などの学習、社会保障の問題などについて学習して、自己判断できる消費者を増やす取り組みを行って来ました。一連の啓発はすごい力を与えるので、パートナーシップを築く上では、地域協議会が重要なポジションになるのかなと思います。既存の審議会に教育現場を入れるだけではなかなか進まないと考えられるため、消費者市民社会を進める上で、環境問題など幅広い団体を位置づけた方がいいのではないのでしょうか。また、パートナーシップに関しては、学校だけでは大変なので、コーディネーターの役割を行政として担うという話がありましたので、「教育現場では学校の先生」ということを当たり前にしなくて、例えば、物を大事にするという観点でいろんな知識を持った高齢者と子どもをつなげたり、また、理科の学習などではたまに民間企業の方が出向いて講師をやられているようですが、消費者教育でも民間から活用するなど、あらゆる業種、主体をつなげていくといいと思います。また、いま消費者団体は伸び悩んでおりますので、よその県などでは大学サークルや消費者団体が一緒に消費者問題に取り組むという事例もありますので、コラボしてできることを探っていくなど、お互いに、刺激し合いながら、気づきを作り出していくことが、パートナーシップにつながるのかなと思います。6番は行政、仙台市に期待することですが、①は計画に入れ込むということなので、積極的に市民に伝えてほしいと思います。また、公正な取引や事業を行っている事業者を市民に知らせることもあるかと思いました。また、③は、既存の消費者団体の力だけではなく、行政として、何かつなげ、育成してあげる。消費者団体の存在があまり知られていな

いので、計画の中には消費者団体の役割を位置づけ、育成することを入れ込んでいただければと思います。消費者力アップのための取り組みに支援をいただければと思います。

(小野寺委員) 商業者の団体としてお話しさせていただきます。商店主というと、普段地域におり、勤め人の方よりはある程度時間の自由があり、PTA 役員、朝の通学時の交通見守り、夏休みのプールの番、夏祭りの手伝いなど、地域とのかかわりが多い職業ともいえると思います。逆に最近は核家族化に始まり、人とのかかわりをもたず、個が好まれ、社会問題化しています。そういう意味では街角、店先で、挨拶に始まり、まちの人に声をかける役割を担ってきた面があります。まちのお世話係という役割を果たしてきた部分があると思います。その役割が敬遠される世の中になってきました。例えば物売りの場面ですと、対面販売よりはセルフサービスの方が、同じものを買うなら店の人にああだ、こうだと言われず用を足すことができ好まれる傾向があり、ネット通販はもっと先に行ったものとなります。消費者市民社会は、そういう声掛け、地域とのかかわりを今まで以上にもっていくことが期待される役割のひとつではないかと思えます。敬遠され、遠慮してきたものを、もう一度見直して、もっと積極的にということを感じています。我々の中でも接客というものが非常に注目されています。お客様とどういうふうに関わるか、わざわざお店に入ってきて、買い物にお見えになったということ、店に入って品物を手に取られたということは、目的を持っておいでになったはずだ。ということであれば、物のやりとりだけではなく、「ものからことへ」ということで、何かをしたいという目的を達成する手伝いをするのがお店の責任という視点から接客に力を入れるということです。例えば夏休みに海、山へ出かける場合を想定して、どんな海に誰といくのか、友達同士でいくのか、ボーイフレンドと行くのかによって、例えば着るもの、持ち物も違うでしょう。その目的を満たす手伝いをしてあげる、今まで以上に踏み込んであげる。お客様はおせっかいと思うかもしれないが、ああそうなんだと、気づく場合もあるでしょう。アドバイスしてもらってよかった、と。今一度そういう仕組みを作り直そうとしています。人とのかかわりを大事にするということと、決していらぬものを押し付けるのではなく、お客様に商品を知っていただき、そのことによって希望を満たすことから、正しい買い物というところに視点を持っていきたい。それが消費者問題になるような悪質商法から身を守ることになるだろう、啓発にもつながるだろうと思います。日々の仕事の中で、消費者教育を意識している訳ではないが、お客様と話をすることによっていろいろなことに気づいていただく、単純に流されて買い物するのではなく、ちょっと待てという考えを起こさせる。消費者市民社会は、消費者だけでなく、市民という言葉が入っています。我々事業者も街に出れば市民であるわけですから、そういう意味でかかわり合いをもう一度見直

す必要があるのではないのでしょうか。そう感じるだけではなかなか前に進みませんので、共有したもの感じたものを、「見える化」すること、数値化などで共有するものを形としてあらわすことも行政の役割の一つではないのでしょうか。さまざまなパンフレット、リーフレットなどをいただいておりますが、そういうものを、世の中の流れをつかんで作り上げていただければ。また、そのような場づくりに審議会や協議会を活用していただき、声掛けをしていただければ、テーマにふさわしい人選などのお手伝いをしたいと思います。それがパートナーシップになるのかもしれませんが。

(鎌田副会長) パートナーシップについて、相互の連携、つながりという意味ととらえてお話しさせていただきます。消費者教育で連携、つながりという場合、情報を送る側には消費者教育の担い手と呼ばれる人たちがいると思います。国、自治体、弁護士、司法書士、専門家、消費者団体、事業者といった人たちが担い手なのかと思います。一方で受け手、一言でいうと消費者ということだと思いますが、送り手もある場合は消費者になると思うので、ある時は送り手だったり、ある時は受け手だったりということがあるかもしれません。その中でも最も重要と言われているのは、子ども、高齢者、障害者と言った人たちが中心になるのかと思います。送り手と受け手がダイレクトにつながれば問題ないのですが、そこが難しいのだと思います。学校は、教育の送り手と受け手がダイレクトにつながっているのでもうまくいっているのですが、消費者教育ではダイレクトにつながらないので難しいのだと思います。それならば、受け手とつながっている人たち、子どもとつながっている人たちとして親や学校、子ども会などの地域、高齢者とつながっている人として家族や町内会民生委員などの地域だったり地域包括支援センターであったり、施設だったりヘルパーなどたくさんいると思います。障害者なら、家族、地域、施設や支援者など、つながっている人たちがいるのだと思います。ダイレクトにつながるのがむずかしいと思うので、受け手とつながっている人たちとの連携が重要になるのではないのでしょうか。もう一つ大事なのは送り手相互のつながりになると思います。各主体それぞれが自分なりの消費者教育を実践していると思いますが、今後消費者市民社会をめざしていくとなると、今までになかった消費者教育が必要になってくるでしょう。送り手が相互に連携し合って、どうしたら理念を普及させられるか、相互連携で考えていくのが必要かと思います。そのつながりですら今までも難しく、どうやってつなぐかというときに、やはりコーディネート機能が必要といわれますが、その役割を持つのがやはり行政になるのではないのでしょうか。中心は消費者部局かもしれませんが、教育、福祉などの部局がからまないと、送り手、受け手とつながっている人たちとつながるのは難しい。つながりの意味は、受け手の側からすると、欲しい情報があるのだと思いますが、それがどこにあるかわから

ないので、適切な送り手を派遣してあげるとか、適切な教材を提供してあげるとか、それをコーディネートしてあげればと思います。逆に送り手も伝えたい情報があると思いますので、行政のコーディネート機能でたどり着くようにしていく。受け手とつながっている人までたどり着けば、自然に伝わっていくと思いますので、そういうコーディネートを期待します。

(渡辺会長) 皆様のお話を伺い、私の方から感想も含めお話させていただければと思います。消費者教育におけるパートナーシップは非常に重要で、消費者市民社会を築いていく要になるのではという印象をうけました。「消費者教育」「パートナーシップ」をキーワード検索したところ、たくさん出てくるのですが、ぴったりくるものがほとんどない感じがしました。要するに定義がないのです。パートナーシップの意味をきちんと確定することが、今後生産的な議論のもとになるのだらうなという感じがしております。自治体の取り組みを見ても、協働をパートナーシップという意味で使っているところもありますし、連携、協力という言葉をつかっている場合もあります。地方公共団体では、こういう意味での取り組みが推奨され、表彰制度もあるようで申請用紙のようなものがインターネットに掲載されているものもありました。そういうことで取り組みの活性化が期待され、効果も非常に大きいのではと考えました。ただ、仙台市でどのように取り組むかについては、次の議題にかかわると思いますが、仙台市では地域協議会を拡大審議会の形で行おうとしていると思います。パートナーシップは語感として、2者間、1対1のイメージもあると思いますが、むしろ主体全てのつながりという意味でとらえた方がいいのではないかと思います。加藤委員、鎌田副会長が「つながり」という言葉が使われていたのには共感するものがあります。言葉は最後に整理されればいいのですが、主体となるもの全体が情報を共有し、一致団結して取り組んでいく姿勢がパートナーシップとなるのだと思います。地域協議会がパートナーシップづくりに向けた仙台市モデルになるような、全国に発信できるものになればいいですし、私自身もそうなるように知恵を出しながら行動していきたいと思います。また、各主体がどのような役割を持つかについては、法律には、パートナーシップという言葉は出ておりません。関連するところを見ると地方公共団体の責務というところで、「教育委員会その他の関係機関の相互間の緊密な連携のもとに」とあり、地方公共団体が責務を負うとあります。一方消費者団体、事業者については協力するよう努めるとなっており、責務を有するという表現とはやや一線を画した表現となっております。その意味では、やはり、行政が果たすべき役割は非常に大きく、期待されていることも大きいのでしょう。行政が中核となつての責務として、広い意味でのパートナーシップというものを仙台市で築いていくのが課題だと思います。それから、お話を伺う中で、各団体さんが取り組ん

でいる連携や協働のほかに、各団体の悩みのようなものも出てきたように思います。その悩みが出てきたときに、ほかのすべての主体が協力するかたちで、全体の情報共有と協力体制ができればいいのではないのでしょうか。そういう意味でのパートナーシップ、つながり作りが重要ではないかと思えます。

(渡辺会長) それでは、これから感想でも、ご意見でも質問でも結構ですので、自由な形でご議論いただければと思います。

(加藤委員) 伊東委員への質問ですが、さきほど中学校で、子どもがトラブルを気軽に相談できる窓口があればというお話がありましたが、教育委員会の方にはないのでしょうか。

(伊東委員) 「いじめ」の相談窓口はあります。子どもの人権相談はありますが、消費者相談の、子どもがすぐに電話できるような窓口はありません。

(渡辺会長) 「こういうところがあつたらいい」というのはございますか。

(伊東委員) 消費者センターはわかっているけど、自分でそこに電話をするのは難しいです。小学生は名刺のような人権相談窓口のカードを配布されて全員持っています。結構電話をしている子どももいます。

(事務局) 中学生から相談をいただくこともあります。

(渡辺会長) やはり現実問題としては親御さんを通じてということになるのでしょうかね。

(事務局) 本人からの場合もございますし、保護者の方からの場合もあります。小学生からというのはこれまでのところありません。

(伊東委員) 小学生の場合は消費者トラブルよりは、メールでのいじめなどのトラブルで電話をすることが多いです。消費生活センターの主催で小中高向けの教室をやっているのかなと思ったのですが、学校では、「楽学プロジェクト」という職業体験があり、夏休みにはたくさんの応募がありますので、もし夏休みにそのような教室があれば結構広がるのかなと思っております。何か計画はありますか。

(事務局) 学校へ出向く出前講座もございます。インターネットの被害に遭わないようにとか、お金の使い方とかパソコンの被害に遭わないためといったものがあります。センター主催の講座としては、夏休み親子講座というのがあり、一番近いものでは8月7日に、「インターネットの正しい使い方」というテーマで実施します。小学校の4~6年生とその保護者が対象です。

(加藤委員) 「正しい使い方」ではなく、よその自治体で実施したもので、回避する方法や対処法を学ぶ必要があるのではないのでしょうか。変な所をクリックしてしまって、画面が変になった時、あわてずに、こうすると回避できるとか、そのような講座はないのでしょうか。

(事務局) 今のところそのような内容の予定はありませんが、一般的な知識となりますが、ご自分で親御さんと一緒に調べていただくということで、インターネット上で「伊達学園」を掲載していますので、アクセスしていた

だくと、いろいろな知識を学ぶことができます。

- (渡辺会長) これまでは「消費者教育」の一言で済んできたことだと思いますがこれからはどこどこが連携して実施すれば効果的に効率的にできるか、また、どういう悩みを持っているかという情報を全体で共有されていくようになるのではないかと思います。
- (加藤委員) 高齢者のデジタルコンテンツに関するトラブルが多いですから、「正しい使い方」だけでない切り口の講座が必要になると思います。民間に頼むとお金がかかるので、何とかならないかなと思いました。
- (鎌田副会長) 伊東委員へ伺いたいののですが、県の消費生活審議会を午前中傍聴させていただいたのですが、アンケートについて、県では無作為に抽出して、消費者教育のアンケートを行ったのですが、学校側がでどうい方がどうい視点で回答したのかよくわからない、家庭科の教員の立場から見るとちょっと違うかなというご意見がありました。仙台市で行う場合は、単に学校に送るだけでなく、例えば家庭科教員の方へとか、社会科教員の方へとか、回答していただく方を指定するとか、単に消費者教育を行っていますかと聞くだけではなく、家庭科の中ではどうなのか、社会科の中ではどうなのか、その他の部分でどうなのかとか、すこし具体化する必要があるのではないかという気がしたのですが、そのあたりはどうでしょうか。
- (伊東委員) 例えば、家庭科の2時間の中でどのような消費者教育をしたかと聞かれれば具体的に答えられると思いますが。教育課程の中でどう取り組んだかということであれば、家庭科の中でもおとし消費者教育の研修会を先生方全員集めて行ったりしていますので、アンケートの意図などが分かっていたら具体的に答えることはできると思います。
- (鎌田副会長) 学校によって、校長の判断で家庭科の人に回す可能性もあるし、学年主任だったり、指導担当だったり。
- (伊東委員) 「学校で消費者教育していますか」と聞かれると、消費者教育という言葉のひびきが、教員によって受け取り方が違い、特別なことのようにとらえられると、特別なことはしていない、という答えになってしまいます。環境教育というものは意外とすんなりと受け入れられますが。
- (鎌田副会長) まだ一般化していないということですね。
- (渡辺会長) そのあたりの工夫をお願いしたいと思います。
- (事務局) 学校現場や教育委員会と相談し、アドバイスをおねがいしたいと思います。
- (伊東委員) カリキュラムのどこが消費者教育なのかをもう一度確実に確認していきたいと思います。
- (向所委員) 仙台市がアンケートを行う場合、誰宛であっても、現場だったら具体的に、消費者のトラブル、子どもがかかわったトラブルの事例などを持っているかもしれないので、小さなトラブルでもいいので、こういう場面がだめだという悪い事例、問題をかかえてしまった事例などを具体的に

聞くことができるといいのではないのでしょうか。

- (石山委員) 事業者、生産者、トラブルの被害者、加害者のことを子どものうちから教えておくことは私も大切だと思います。また食品であれば、絶対安心というものはあるわけではありません。放射性物質はゼロでないダメという消費者もいるが、どんなものにもリスクがある。そういう中でできるだけリスクをへらす取り組みをしていく必要があると思います。事業者がどう考えているのかも知り、もっと生産者と話し合える環境が必要だと思います。小野寺委員の接客の話には同感で、私も会社員時代、製造販売の仕事にかかわりましたが、接客を通し消費者に良さをわかってもらうようお願いしたいと思います。「絶対大丈夫」はありませんので、常にやるべきことは行って最善を尽くしていくことだと思います。
- (渡辺会長) 今のご指摘も今後の議論の参考にさせていただきたいと思います。これからのパートナーシップづくりについてのキックオフ的な話だったと思います。

議題（５）「消費者教育推進地域協議会について」

- (渡辺会長) それでは、議題（５）「消費者教育推進地域協議会について」に参ります。事務局よりご説明願います。
- (事務局) 「消費者教育推進地域協議会」について、前回の審議会では、この審議会をベースに、関係する方々に参加していただく形、いわば拡大審議会を地域協議会として位置づけたい旨のご説明をしました。その後、さらに検討を行い、当面は、テーマを決めた上で、審議会の委員の皆様と、そのテーマに沿った方に参加していただき議論をしてはどうかと考えました。例えば、地域での見守り、コミュニティなどをテーマとする「地域」「生涯学習」「学校教育」「企業」などといったテーマが考えられると思います。まず第１回目としては、高齢者の消費者被害の状況を踏まえ、「地域」をテーマに、秋頃開催したいと考えています。
- (渡辺会長) ただいま、事務局から説明がありました。この件について何かご質問・ご意見はありませんか。
- (加藤委員) 警察の参加は考えられないのでしょうか。高齢者の特殊詐欺が減らず、いろいろ努力しているのに増加していることから、何が問題なのか中だけではわからないので、今までかかわっていない人にも入っていただいてはどうでしょうか。
- (石山委員) 消費者被害に遭う人には、支援の網にかかっておらず、見守られていない人も多いと思います。「自分は被害に遭わない」と言っている高齢者が多いし、認知症の人でも見守られたがらない人があることもあるように感じます。
- (渡辺会長) これまでかかわっていない人に参加していただきたいという意見ですね。オブザーバー参加などご検討いただくということで、方針確認ということでよろしいでしょうか。

議題（6）「平成 25 年消費生活基本計画の実施状況及び相談受付状況について」

- (渡辺会長) 次に、議題(6)「平成 25 年消費生活基本計画の実施状況及び相談受付状況について」事務局より説明願います。
- (事務局) 消費生活基本計画の実施状況については資料をご高覧ください。また、相談受付状況について特徴を申し上げますと、70 歳以上の方からの相談が多くなっていることです。健康食品などの送り付け商法が多かったです。
- (加藤委員) 70 歳以上にトラブルが多発ということですが、市としてそういう方たちに何かお知らせをしているのでしょうか。
- (事務局) 7 月号の市政だよりに特集を掲載しました。また、情報誌「ゆたかなくらし」でもお知らせしているほか、ホームページでも随時お知らせしています。また、今年度の新規事業として、みやぎ生協さんなど配食サービスを実施している団体さんのご協力をいただき、月に一度、被害発生について注意喚起のためのチラシをお届けしています。
- (渡辺会長) ほかにいかがでしょうか。それでは、これでよろしいでしょうか。

議題（7）その他

- (渡辺会長) それでは議題の(7)その他ですが、皆様から何かございませんか。それでは予定した議題は終了しましたので、事務局にお返ししたいと思います。

平成 26 年 8 月 27 日

仙台市消費生活審議会会長

渡辺 達 徳

会議録署名委員

石 山 隆