

## 平成 27 年度第 1 回消費生活審議会会議録

開催日時：平成 27 年 5 月 8 日（金）午後 2 時～4 時

開催場所：本庁舎 6 階第 1 会議室

出席委員：渡辺達徳会長、鎌田健司副会長、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、亀井文委員、亀田治委員、向所千夏委員

情報提供者：醍醐辰也氏、高橋誠氏

事務局：寺田市民局長、小林市民協働推進部長、消費生活センター吉田所長、  
高橋主幹兼消費生活係長、熊谷相談啓発係長、笠原主任、田上主事

### 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おります。また、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、その他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、それには該当しませんので、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、市政情報センター及びホームページにおいて閲覧に供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を採用することとになってございます。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るということです。名簿順とすることになっておりましたので、本日は小野寺委員にお願いしたいと思いますが、よろしいでしょうか。

それでは小野寺委員にお願いします。

### 議題（３）「小中学校対象アンケート調査の結果について」

（渡辺会長）それでは、議題（３）「小中学校対象アンケート調査の結果」について、事務局より説明願います。

（事務局）お手元の資料 1 の 1 ページをご覧ください。まず調査の概要から説明させていただきます。この調査は次期消費生活基本計画の策定と新たに策

定することになった消費者教育推進計画の参考資料とするために、昨年の10月から11月に実施したものでございます。調査は市内の全ての小中学校を対象といたしまして、回収率は小学校57%、中学校40.3%、特別支援学校が100%でございました。次に3ページの図をご覧ください。この図は「消費者教育とは何か」ということをイメージしていただくために、「消費者教育の推進に関する基本方針」に記述されている、「関連教育との連携による推進」を基に、わかりやすいように当消費生活センターで図示したものでございます。この図のように学校現場では、消費者教育の内容を持つ教育が、環境教育、食育、国際理解教育等の名称で行われており、少し専門的な領域としては、法教育、金融経済教育等が行われています。また、例えば算数における足し算・引き算などの四則計算のように、消費者を育成する基礎となる教育も行われていますが、そもそも現場の先生方には、それが「消費者教育」だと認識されていないのではないかということから、この調査はスタートしました。何が消費者教育であるのか、回答する先生方と一緒に考えていけるような質問構成を目指して、伊東先生にアドバイスをいただきながら調査票を作成いたしました。調査結果の概要につきましては、1ページに載せてございますが、実際に、さまざまな形で消費者教育に該当する教育が行われていることがわかりました。一例を挙げますと、修学旅行におけるお金の学習、携帯電話や個人情報教室、給食を活用した食育、さらに、生徒によるボランティア団体を結成して、地域の方々にオレオレ詐欺などの注意喚起などを目的とした寸劇を披露するなど、保護者や地域とも連携し、学校ごとに工夫しながら、実に多様な取り組みが行われていることがわかりました。また、実践的能力を育むのは学校だけでは難しいということ、家庭の価値観や経済事情等が影響する分野であるため、実践的な教育に踏み込みづらいといった悩みも聞かれました。回答を拝見し、このアンケートを通じて、こちらが狙いとした消費者教育とは何なのかについて、先生方にも考え、気づいていただけたのではないかと考えています。次に、アンケート結果から考察されるポイントにつきましては、2ページ目に載せてありますが、大きく分けて4つございます。一つ目は、学校教育における消費者教育とは何なのか、まずは認識の統一が必要であるということ、つまり、学校で消費者教育がどのような形で行われているかを理解し、消費者行政としては、その上で何が必要とされ、求められているかを考える必要があるということです。二つ目が、経験から学ぶことが難しい時代環境において、どのように消費者力を身に付けていくかということ、体験学習などの場を社会全体で創出していく必要があるのではないかとということ、三つ目が、実践能力を育む教育は、学校教育だけでは難しく、消費生活の実践の場である家庭にどのようにして情報を届けるかが課題であるということ。四つ目が、消費生活センターと学校現場の情報の共有、学校現場への情報提供の内容や方法の検

討が必要であるということなどでございます。なお、学校からの回答や質問票につきましては、5 ページ以降に載せてございますので、後程ご覧いただければと思います。

(渡辺 会長) ただいま、ご説明をいただきました小中学校を対象としたアンケートの結果について、ご質問、ご提言などありましたらお願いいたします。

(加藤 委員) まずは感想ですが、2 ページのところ、消費者教育とは何なのかというところで、3 ページにあるイメージ図で見るとすごく広い範囲になると思うので、「認識の統一が必要」という一言でくくっているのですが、学校教育だけではなく、消費者教育というものをどのように考えていくかについて、計画に充てる段階でも同じように考えていかないと、広がりすぎると大変かなと思いました。また、ポイント4のところ、学校側では、トラブルに遭った個別情報を提供してほしい、という意見があったということですが、個別情報とは、どの程度まで開示できるものなのか、というのが一つ質問です。また、3 ページ目のイメージ図を見ての感想ですが、幼児期、小学生の問題と、中学生の問題、高校生の問題と、年代による問題が様々にありすぎるため、一つ一つ整理して、今、学校教育で何が行われているのかということ洗い出し、当てはめていかないと、ただ単にイメージ図を作っただけでは、実効性のある計画にならないのかなと思いましたので、学校教育で今何が足りないのかについて、審議会の場なのか、どういう場なのかわからないのですが、考えていかなければならないのではと思いました。また、例えば5 ページの小学校のところで、「法律を知っていますか」という質問について、なぜ消費者教育が法律にまでなったのかということが重要なのでは思います。その辺について、学校の先生方はどのような認識なのかなと疑問に思いました。また、小中学校それぞれで、消費生活センターへの要望が書かれているのですが、この要望についてセンターとしては今後どのような対応を考えているのかについてお尋ねしたいです。また、昨年、市民に向けたアンケートでも同様な結果でしたが、消費者問題を考える際に、家庭というものが大きなポジションにあると思いますので、学校アンケートでは、先生方の「これ以上できません」という大変な状況も伝わってきたので、学校現場にいろいろ言うのではなく、もっと家庭という切り口で何か、捉えていかないと、家庭の中で体験することが多々あると思いますので、家庭における問題をクローズアップして考えていった方がいいのかと思いました。

(渡辺 会長) ありがとうございます。感想として承っておくことと、いくつか質問が含まれていたと思います。たとえば、ポイント4の個別情報をどこまで出せるかということと、なぜ、法律にまでなったのか、ということに対する学校の先生方の認識はどうなっているのかというお尋ねがあったと思います。また、7 ページのセンターへの要望についてどのような対応を取られるおつもりかということですか、最後は感想ということで

しょうか、家庭の役割を切り口としてこれからクローズアップしていくべきだというお話もございました。ご質問いただいた中でお答えいただけるものがあれば、お願いいたします。

(事務局) まず、実際に相談を受けた中の個別情報を学校に開示してほしいというご要望についてですが、個別の事例については情報提供が難しいですが、統計的に、こういった相談が何件寄せられているといった、個人が特定されない形であれば可能かと思っておりますので行っていきたく思います。次に、学校からの要望について様々ありましたが、例えばいろいろな教材をもっと提供してほしいですとか、貸し出してほしいということにつきましては、現に教材も提供させていただいておりますし、教育センターと共催で研修会も開催しておりますが、なかなか学校現場の方にはその情報がうまく伝わっていない、あるいは求められているものがピンポイントで届いていないのではないかとこともありますので、もっとわかりやすい形で伝える方法を工夫していきたく思います。また、消費者教育推進法についての認識については、むしろ、伊東先生に伺えないでしょうか。

(伊東委員) この結果のとおり、名前は聞いたことはあるが、読んでその中身を理解しているという先生は少ないのではないかと思います。アンケートを取っていただいたことにより、改めて見直すということもありましたので、今回は、意識が高まったのではないかと思います。

(加藤委員) 消費者教育を実際に現場で推進されている方が回答したのでしょうか。

(事務局) 回答いただいた方については、こちらで、指定しませんでしたので、学校によっては教頭先生、教務主任の先生、あるいは教科を持たれている先生、など様々でございました。

(小野寺委員) 一つ教えていただきたいのですが、小学校、中学校それぞれ各学年ごとに教科の中で取り上げられていると考えますが、例えば一年間に何時間ぐらい消費者教育というものを取り上げていらっしゃるのでしょうか。

(事務局) アンケートで質問したわけではなく、はっきりとした時間数は持ち合わせておりませんが、学校や学年によって様々なようです。家庭科で2時間程度という学校もあるようですし、総合学習の時間を使って数時間に及ぶ学校もあるように聞いております。

(伊東委員) 小学校では、「消費者教育」という時間はありません。例えば、今日、家庭科の中に2時間、金銭について扱う題材があるという場合、そこにどれだけ消費者教育の内容を盛り込んで授業を行うかということは各担任の授業の組み立てにより変わってくるものですが、アンケート結果の11ページのところで、それぞれ、家庭科担当、社会科担当、理科担当の教科主任が、自分たちの教科の中で、どのような形で消費者教育が行われたかということについて回答したものではないかと思います。例えば社会科ですと、5年生では流通について学習しますが、流通の方向についてだけではなく、そこに「消費者の思い」を入れた先生は、「こ

こでもできるよ」ということで回答しています。また、図画工作でも造形遊びの中にリサイクルを入れたという先生はやはり、頭のどこかに消費者教育があつて、消費者教育ではない、別の、例えば色を主体として教えたい方は、「ここではできない」という回答なのだと思います。私たちの方で、年間何時間と決められた枠の中で、どのような狙いを持って授業を行うかということ、それぞれの担任が学校ごとに工夫していますので、たくさん羅列した中で、自分としては、ここは消費者的な目を持ちながら子どもたちにも指導しているということを全員で出し合ったところですので、これからは、この授業ではこのように消費者の目を持った指導が行える、というように、この一覧表を使って、もっと深く、消費者教育を強化していくことが可能なのではないかと思います。

(渡辺会長) ありがとうございます。「何時間」というように統計を取るのはなかなか難しいと思います。お話にありましたとおり、11 ページ以下で個別具体的な例がずいぶん挙がってきましたので、こういったものを一つのものに織りなしていくことが可能になったということだと思います。他にいかがでしょうか。

(加藤委員) ひとつ確認したいことがあります。10 ページの問7の回答の中で、「アンケートは生の情報を得る手段の一つであるとは思われますが…」というところで、「仙台市教育委員会では子どもと向き合える体制作りということで、各種調査の調査項目の精選を主な施策に掲げています」という部分がちょっと気になったのですが、教育現場では、先生たちの業務が先生によって偏ったり多忙になってはいけないということで、いろいろな出張や会議などを精査するようになっていると思いますが、このことが、消費者教育を学校の中で進めることに差しつかえるものではないという理解でよろしいのか、教えていただければと思います。

(渡辺会長) このご意見の趣旨と、今後消費者教育が学校教育の中で行われていくこととの関係について、汲み取るところがございましたらお願いできればと思います。

(事務局) この回答を寄せてくださった先生は、多分、このアンケートそのものが、教育委員会の方と十分に協議した上でのアンケートなのかということをおっしゃりたいのだと思います。実際は、教育指導課や、伊東先生にも十分にご相談させていただいて実施したアンケートでございます。しかしながら、この回答してくださった先生にはそのように受け止めてはいただけなかったものと思います。

(渡辺会長) 学校教育の場で、多忙な先生が消費者教育を行うということに対する直接のご意見ではなさそうだというふうに私も見ましたが、いかがでしょうか。

(伊東委員) 「正直な方だな」という感想ではありますが、確かに色々な精選をして、先生が子どもと向かい合う時間を作るという学校の方針があるのです

が、消費者教育、消費者市民社会に向けてというところでは、「買う」と、「使う」、さらに「捨てる」という大きなサイクルを含めて全部が消費者教育になるのだということを今回改めて確認したところです。環境教育は学校の中で相当工夫して行われていますので、捨てるという時には環境教育の中で取り上げられています。全てをつなげてみると、たくさんの方が学校の中で行われているということがわかりましたので、家庭科部会で消費者教育ということについて、教科横断的なあり方について考えてみたいという希望を出しまして、6月に各学校の先生方が100名近く集まる機会がありますので、所長さん方にも来ていただきながら、消費生活の学習のあり方について一緒に話し合いをしていこうと相談をしておりました。そういうことが整理されてくれば、学校の中で行われていること全てが消費者教育なのだとして理解していただけるかなと思っているところです。

(渡辺会長) ほかにございませんでしょうか。よろしいようでしたら、議題(4)「次期基本計画の構成(案)」に参りたいと思います。

#### **議題(4)「次期消費生活基本計画の構成(案)について」**

(渡辺会長) それでは議題(4)「次期基本計画の構成(案)」について、事務局よりご説明をお願いします。

(事務局) では、資料2に基づきご説明します。まず初めに第1章「計画の策定について」として、平成16年度の消費生活条例の施行から、条例に基づいた消費生活基本計画の策定の経緯、さらに、消費者教育の推進に関する法律の施行を受けその趣旨を反映させた次期基本計画を策定すること、計画の構成、計画の根拠、計画の期間は平成28年度から平成32年度までの5年間とすることなどについて記載します。次に、現行計画から変更、追加する形で、「第2章 消費生活を取り巻く社会の現状」として章立てします。内容としては、自らの行動が社会に影響を与えるという自覚のもと、自立した消費者として持続可能な社会の形成に参画する必要があること、高齢化の進展、インターネットの急速な普及、取引のグローバル化・ボーダレス化など、主として社会の構造の変化等に起因する課題などについての記述を強化し、さらに東日本大震災の発生と復興に関する内容を加えて、消費者をめぐる状況、消費者トラブルの複雑化・多様化について記載します。また、「第3章 消費者市民社会の実現に向けて」として、「消費者市民社会」の理念の解説、消費者教育とは何なのか、また、多様な主体が連携しての、消費者市民社会を目指す消費者教育・啓発の進め方について解説します。ここまでのところで計画の策定経緯、現状分析及び理念などを提示し、これらを踏まえたうえで、現行計画にもある重要課題については「第4章 計画推進のための施策」として掲載することになります。重要課題は現行計画と同じように、5項目を掲げておりますが、内容に変更がございます。現行計画

では「Ⅴ 環境に配慮した消費生活の推進」となっていますが、これは、まさに消費者市民社会を目指す消費者教育に該当する内容であることから、「Ⅱ 消費者市民社会を目指す消費者教育・啓発の推進」の中で食育や環境教育などと共に一体のものとして取り扱います。重要課題Ⅴでは、「多様な主体の連携の推進」として、新たな内容を展開することとします。複雑・多様化した消費者問題に対応するためには、あらゆる場面において、様々な主体が情報を共有し、連携して課題に取り組むことがますます重要になることから、消費者行政のコーディネーターとしての役割について述べます。最後に「第5章 計画の推進に向けて」では、計画の進行管理、関係部局との連携、情報の発信と収集などについて述べ、市民の方にもわかりやすくするために、用語解説集を巻末に設けることといたします。今後、皆様方のご意見などを伺いながら、この概要にさらに肉付けを行い、アンケート結果や相談状況などに関する統計データや図表などを加えて、「施策の方向」「主な取組事項」等を精査し追加する作業を行っていくこととなります。全体として、「消費者が安全に安心して暮らせる社会」及び「消費者市民社会」を目指す計画として策定して参りたいと考えております。なお、消費者教育推進計画につきましても、以前にもお話しさせていただきましたが、消費者教育が消費者行政の重要な柱でもあることから、まずは基本計画の中に一体のものとして位置づけて策定した上で、該当する部分を抜き出して、パンフレットのような形で市民の方向けにわかりやすく解説したものを作成することになると想定しております。

(渡辺会長) ありがとうございます。ただ今、次期消費生活基本計画の構成(案)についてご説明いただきました。今のご説明に対し、ご質問また、構成(案)に対するご提言などありましたらお願いいたします。

(加藤委員) 2ページ目で、消費生活相談の最新情報を掲載するとありますが、年代別トラブル状況等、いろいろな情報がここに載るのだと思いますが、最近の特殊詐欺被害の仙台市内における急増ぶりを見ると、件数からだけでは実態が表せないと思うので、できれば、センターではできないのかもしれませんが、被害金額などを具体的に載せることが、これからの計画には必要なのではと思います。3ページの第3章の、「消費者市民社会の実現に向けて」、ここがこれから大きなポイントになるかと思いますが、計画を作られる際に、なぜ消費者市民社会の実現が求められているのかということがよりわかるような記述をしていただくようお願いいたします。消費者教育は持続可能な社会を作る市民を育てるもので、消費者教育が法律にまでなったのだと思いますので、専門的用語になりやすい部分ですが、より多くの人々の理解が進むような記載の仕方を工夫していただければと思います。また、4ページの重要課題Ⅱで、消費者市民社会を目指す具体的な項目になっていくと思いますが、今年の市民対象アンケートでも今回の小中学校のアンケート結果でも、消費者被害に遭わ

ないためには家庭内での消費者教育やコミュニケーションが非常に重要な課題だという回答が顕著に見られたと思いますので、この部分を重要課題Ⅱにどのように入れるか、私たちも一緒に考えていかなければならないですが、ここにアンケート結果を反映させることが重要だと考えます。特に消費生活センターの役割などについて、アンケート結果を十分に反映させる必要があると感じました。

(渡辺会長) ありがとうございます。ご提言の部分が多かったと思いますが、3点ご指摘いただいたと思います。まず2ページ目で、最新情報を掲載する際、特殊詐欺について、件数だけでなく被害金額等のイメージも含めて示すような工夫も必要ではないかということ。また、3ページ目の第3章のところで、なぜ消費者市民社会の実現が求められるかの説明についての工夫をしていけるようにしたいと。3点目は、アンケート結果を見ると、家庭というものの重要性が浮き彫りになっているので、重要課題Ⅱの中ではそれを反映した形での記載が求められるのではないかといいました。今の時点でお答えいただけることがありましたらお願いします。

(事務局) まさに、加藤委員のおっしゃることは重要な要素でございますので、十分に取り入れていきたいと考えます。

(渡辺会長) これから審議会の回数も増やして取り組んでいかなければならないことですので、この時点で何かご質問ですとかありましたらお願いします。

(小野寺委員) これは要望ですが、この審議会の中でもこれまで色々検討されてきたことの繰り返しになりますが、高齢化がますます進んでいく中で、それをしっかりとらえていただきたいということと、それをめぐる特殊詐欺などの問題、独居老人も増えてくると思いますので、尤も、一人暮らしは高齢者だけではないですが、家庭というくくりの中でも、一人住まいの方に対する項目を、どういう形で取り上げていただければと思います。高齢者だけではなく、若い方の一人暮らしや、周りの方となかなか交われないという話も聞きますので、コミュニティという議論もありましたが、そういうことも捉えていただければと思います。

(渡辺会長) 他にいかがでしょうか。

(亀田委員) 教育というどうしても学校現場に偏りがちですが、さきほど小野寺委員からもありましたように、コミュニティ等での教育というものが非常に重要になってくるのではないかと思います。人生のステージの中でいろいろ考えてみると、学生時代は学校教育、社会人になって活動しているうちは、身の回りの会社などに参加している中での教育と言うか、自分で得ていくもの、そして退職してから高齢者になって、そういう時にはまたコミュニティの中での教育というように、学校だけに偏らず、人生の全てのステージの中で、消費者教育ができるような体制を作っていただきたいと思います。特に、孤立しがちな高齢者、また一人で生活をしている学生さんも孤立しがちだったり、あるいは得る情報が偏りがち



なので、多くのフォローをしていっていただきたいと思います。人生のいろいろなステージにおいて、自分で正しい判断を合理的にできるような市民が、仙台で育っていくように、全体的なステージの中で教育ができるような基本計画をよろしくお願いします。

(渡辺会長) ありがとうございます。ご要望ということで承ってよろしいでしょうか。ほかにかがでしょうか。ないようでしたら、基本計画の策定につきましては今後もどうぞよろしくお願いたします。

#### **議題(5)「企業における消費者教育・啓発の推進について」(消費者教育推進地域協議会)**

(渡辺会長) 次に議題の(5)に移ります。「企業における消費者教育・啓発の推進」で  
ございます。本日のゲストスピーカーの方を事務局よりご紹介いたします。

(事務局) 本日は情報提供者として、2名の方においでいただいておりますのでご紹介  
します。まず、一般社団法人日本クレジット協会常務理事の醍醐辰也様でござ  
います。醍醐様にはこの会議のためにわざわざ東京からお越しいただきまし  
た。ありがとうございます。本日は、学校等への教材提供や出前講座の状況等  
についてお話をいただくことになっております。次に、総務省東北総合通  
信局情報通信部電気通信事業課政策担当チーフ高橋誠様です。企業と行政  
が連携して実施している出前講座「e-ネットキャラバン」について情報提供  
をいただきます。よろしくお願いたします。

(渡辺会長) それでは、まずお二方から情報提供をいただき、その後、皆様からご  
質問や、関連した情報提供、ご提言等をいただきたいと思  
います。  
それではまず初めに、醍醐様よりお願いできますでしょうか。

(醍醐氏) クレジット協会の醍醐と申します。本日は、私どもの業界の消費者教育・  
啓発活動につきまして説明する機会をいただきましてありがとうございます。  
お手元に私ども業界におきます消費者教育・啓発につきまして、  
簡単な資料を用意いたしましたので、これに従いましてご説明させてい  
たいただきます。初めに、私どもクレジット業界、及びクレジット協会の概  
要につきまして簡単に説明させていただいた後に、教育・啓発活動につ  
いてご説明させていただきます。後ろから2枚目のところに参考1「一  
般社団法人日本クレジット協会の概要」という資料がございます。私ど  
もの協会はクレジット事業者を中心にクレジット関係の統一団体でござ  
います。平成21年の4月に設立しております。クレジット取引の健全な  
発展と消費者保護を主な目的としております。特徴的なところは、  
大きく3つの機能がございまして、当然のことながら業界団体の機能と  
して、いろいろなセキュリティ対策でありますとか、消費者教育・啓発  
等を行うほかに、割賦販売法という法律に基づきまして認定割賦販売協  
会の認定を21年の12月に受けまして、自主規制の関係の機能を有して  
ございます。もうひとつ、認定個人情報保護団体として、個人情報保護

法という法律がございますが、これに基づきまして同じく自主規制機能を有してございます。下にございますように、正会員 376、準会員 570 と、約 1,000 の会社がございます。参考 3 をご覧ください。クレジットにつきましては皆様もうご存知かと思いますが、簡単にご説明をさせていただきます。クレジット取引は基本的に、物と役務関係です。そういう意味からすると消費者金融と違いまして、金商契約という形ではございません。大きく分けますと 2 つございます。個別方式と包括方式がございまして、個別方式の方は、基本的に利用のたびに契約をしていただく。携帯電話や自動車の購入が代表的なものでございます。それから包括方式でございますが、これは予めカードを作っていただきまして、限度額内であればカードを提示して商品を購入していただけます。最近ではインターネット取引等でもかなり対応されているというのが特徴でございます。それから最後のページをご覧ください。支払い方式はいろいろありますが、大きく分けますと 3 つございます。一括払い、分割払い、リボルビング払いというところです。一括払いは通常「マンスリー・クリア」と呼ばれているもので、基本的には翌月にお支払いいただくということで、手数料はかかりません。クレジット取引全体の約 8 割強を占めるのがこの方式です。分割払いは、購入したときの代金を分割して支払う形になります。12 か月払いであれば 12 回に分けて支払っていただき、その関係で手数料をいただくという形でございます。リボルビング払いは、予め定められた支払い方法で一定額、例えば月 5,000 円ということであれば、それをずっと支払っていただく。分割払いと大きく違うのは、分割払いは新しく商品を購入すると別の契約になります。リボルビング払いは残高に応じた手数料がかかるというのが特徴でございます。分割払いですと例えば 12 回ということではつきりわかるのですが、分割払いと違い支払いの終期がわかりづらいという特徴がございます。次に最初のページにお戻りいただきたいと思えます。先ほど協会の機能の中で消費者教育・啓発関係についてご紹介いたしましたが、私どもで力を入れているものがいくつかございます。一つは学校等に対する教育・啓発支援でございます。教材の提供をさせていただいております。高校、中学校の生徒用、それから先生向けの資料を作成いたしまして、無償で配布をさせていただいております。その他にモバイル端末の機器等についても貸し出しをしております。レジのところではクレジットカードを切る時に操作をするものですが、実際に触っていただけて理解をしていただくというものです。ここにありますように「くれじつと入門」「教育実践の手引き」、また、最近では視聴覚教材ということで DVD 等につきましてもお作りして配布しております。平成 26 年度は、高校で 400 校からご利用をいただいております。全部で 5,000 校ほどありますので、1 割弱の高校となります。ちなみに宮城県でございますが、110 校中 22 校で、宮城県はかなり高い率でご利用いただいております。それからクレ

ジットに関しましては、文科省の学習指導要領で、私どもで把握している限りでは、家庭科で取り扱うことが定められているようですが、時間については特にございません。毎年、私どもでアンケートをさせていただきまして、年間で平均1.5時間と、短い時間でやっています。次に、授業等への講師派遣をさせていただいております。一番上が高校でございますが他に大学、それから最近では小学校というのもございます。宮城県では残念ながら塩釜高校一校というのが実績でございます。高等学校では、特に特別授業ということで、総合的な学習の時間を活用して実施をさせていただいております。先ほどの塩釜高校は3年生全員を対象として特別研修を実施させていただきました。それから26年度から新しい試みを実施しております。広島市をモデル地区といたしまして、講師を派遣するというものです。特に特徴的なものは、広島市の教育委員会と中国経済産業局の協力をいただきまして、連携してモデル校3校で行わせていただいております。広島市には市立の高校が8校ございますが、その中の3校についてモデル的に選ばせていただきました。二つ目の特徴として、要望を踏まえた授業ということで、メールや電話などで、ご要望をいただいておりますが、モデル校を事前に訪問させていただき、担当の先生あるいは校長先生等とお話をして要望をお聞きし、それを踏まえて授業を行います。例えば商業高校ですと実際にクレジット会社や金融機関に就職する予定の生徒が多いということでしたので、実際に産業としてのクレジット、クレジット会社の業務、あるいは収益構造等々についての説明をさせていただきました。もう一つは定時制高校2校でございますが、実際に社会に出ておられる方、これから出られる方がおいでになりますので、クレジット利用の際の留意点について説明をいたしました。それから三つ目の特徴でございます。授業終了後に教頭先生と中国経済産業局を交えまして、意見交換をさせていただいております。広島市の消費生活センターの方も実際の授業をお聞きになりました。それから、教職員向けの勉強会についてですが、学校の教員の方を対象に夏休み期間を利用いたしまして2時間半ぐらいの研修をさせていただきました。当然、指導していただく方になりますので、そのためのもの、そして一消費者としてのクレジット利用の留意点等々についてご説明をしています。27年度は、仙台市からもご要望がありますので、仙台市でも実施をしたいと考えております。それから次のページでございます。消費者関係機関との連携につきまして、自治体が実施をされる相談員研修、それから市民講座、こういうところに講師を派遣しております。相談事例の紹介、対応方法等について説明をさせていただいております。一昨年の12月に、仙台市消費生活センターにも訪問させていただいておりますが、年間30~40ぐらいの消費者関係の機関を訪問し意見交換をさせていただいております。次のページでございますが、一般向けの消費者啓発として、タレントを起用しまして、啓発のキャンペ

ーンを実施しております。目的はカードの正しい利用法の周知ということでございまして、27年度は4月から6月にかけてAKB48の入山杏奈さんをメインキャラクターにしてやっております。ご覧になっているかもしれませんが、4月の8日～18日にかけて仙台市地下鉄の14駅にポスターを貼らせていただきました。勾当台公園駅にも貼らせていただきました。5月は仙台市の中央郵便局に1か月間貼らせていただきます。6月はJRの仙台駅にポスターを貼らせていただきます。ポスターは3種類ございまして、駅貼りはB0という非常に大きなものです。それから様々なパンフレットを作っておりますが、非常に好評なのは、「まーくんとみなちゃんのクレジット青春メモリー」という冊子がございまして。特にこれは漫画形式で学生など若年層に評判が良く、3月頃にお送りして、4月のガイダンスに使っていただいております。既に完売(無料)の状態となっております。そのほか、「クレジットのルール 利用のポイント」というものを作っております。これもほぼ売り切れという状態となっております。約100の大学、約140の消費生活センター等々にお配りさせていただいております。特に漫画バージョンはネットの関係ですとか、リボルビング払いの関係等、最近の傾向を入れてございまして、後でぜひお読みいただければと思います。また、そのほかにも新聞・雑誌を利用した広報・啓発を実施してございまして。特にトラブル事案への注意喚起ということで、パスワードの関係などを取り上げております。また、主婦向け、高齢者向けの雑誌に様々な広告を掲載してございまして。最後に、職域と言われる私ども業界内部における従業員教育についてですが、残念ながら消費者としての教育はほとんど行われていないというのが実態でございまして。むしろクレジット業務に關しまして従業員教育をしっかりと行っております。特にクレカカウンセラーという資格を会員企業に与えてございまして、合格率20%弱とかなり難しいものでございまして、このクレカカウンセラーを通じまして、地域でクレジット教育の担当として、クレカカウンセラーの人が出ていきまして、説明をさせていただいております。あるいは所属企業の中の教育の責任者ということでやっております。消費者に対する啓発活動につきましては様々な機会を通じまして実施をしているというところでございまして。

(渡辺会長) ありがとうございます。続きまして高橋様からお願いいたします。

(高橋氏) 東北総合通信局の高橋でございまして。今回eネットキャラバンのご説明ということでお邪魔しましたが、わたしども電気通信事業課というところは青少年対策の他に消費者教育、消費者相談の方も実施してございまして、その関係で渡辺先生にもご尽力いただいております。ありがとうございます。まず、eネットキャラバンの最近の動向ということでご説明させていただきます。資料の1枚目の方、なぜeネットキャラバン等を行わなければならないかということですが、青少年インターネット環境整

備法という法律がございます。こちらの中で青少年がインターネットをより安全に安心して使うためにはどうしたらいいかということで法律に規定されておりまして、その中で、情報モラルをきちんと理解する、また、保護者等はフィルタリング等で青少年を守ることが必要であるということが基本となっています。その中で、青少年のフィルタリング利用状況と被害についておおまかにまとめました。フィルタリング自体は、大変有効なアプリ、システムと言われていて、行ってはいけないサイト、例えば出会い系のサイト等に行けなくできるというシステムです。そういう点では青少年の被害を減少させるためのツールということができます。宮城県におきましては、青少年健全育成条例が今年の春に改正され、今年 10 月から施行になりますが、この中にフィルタリング利用の徹底と適切なインターネット利用の促進という部分が追加になっております。東北 6 県では初めての条例改正となっております。青少年が利用される携帯電話・スマホを契約されるときにフィルタリングを導入していただけるように推進されればよいと考えております。三つ目としましては、保護者の対応ということで、やはり情報モラルを子どもたちに醸成していくためには、ルールを作ってその中できちんと守って使っていくことによって安全・安心な使い方を覚えていただくことが大事だということをお勧めしております。ただ、ルールを決めているというところもあるのですが、なかなか進んでいないという現状もありまして、モラル向上のためにも e-ネットキャラバン等々を通して、少しでも覚えていただく、感じていただく機会を作り上げていくことが必要であると考えています。私ども総務省の方で、高校一年生をターゲットとして、定点的観測ということで、リテラシーテストというものを実施しております。中身としては大きく 7 項目についての生徒たちの意識を測っております。その中でも、携帯を持っている子、持っていない子、スマホを持っている子、持っていない子のパラメーターを取りまして、その中で分布状況等を含めて調査をしております。大まかなところでは、不適正取引のリスクについての認知度が低かったり、セキュリティの認知度が若干低かったりという傾向が出ておりまして、そういうところに今後気づいてもらうということを進めていく必要があると考えております。今年も 6~7 月に実施する方向で準備を進めています。続きまして、総務省の調査結果の公表になっておりますが、調査を行った時点では、ソーシャルメディアの読み書きだけで一日 90 分、ただ、最近ですと、中高生で 7 時間とかいう報道もありましたが、結構浸っている、依存しているという部分があるのかなと思います。逆にその分減った時間としては睡眠時間、勉強時間が大変減っているという状況です。あとはメディアだけで知り合った人、というのもかなりあります。今日午前中、ある高校で講座を行ってきましたが、そこでも先生方に聞くと、結構メディアだけの友達もいる、そういう中でトラブルもあるという話もあります。

ので、情報モラルについてはいわゆる道徳の世界と同じものがありますので、そこを子どもたちにもっと認知してほしいと思います。次に e-ネットキャラバンの概要ということで、文科省との共管で、一般財団法人マルチメディア振興センターが事務局となりまして、全国一律で行っております。講師につきましては私ども総務省の職員と各電気通信事業者、インターネット関連の会社、インターネットサービスプロバイダー、ゲーム会社関連の方々の CSR 活動として講師を登録いただいて、統一したテキストで全国一律の講座を開催しております。件数の方は、平成 24 年度頃から毎年 1.5 倍になっている状況で、全国的に増えておりまして、東北地区においてもこの 4 年間毎年 1.5 倍の増加率で、講座の申し込みも増えていきます。次に、e-ネット講座の受講者の声として、全般的に、「なかなか聞く機会がないので、聞いてためになりました。」という声が多いです。ただ、実はこれも、1 回聞いただけではなかなか身に付きません。できれば、防災訓練、消防訓練と同じように、毎年のように思い起こしていただいて、注意を喚起していただくのが一番いいのかなと思います。また、日頃学校の先生方にも、一緒に教えていただければいいのかなと思っております。そのためにはまず一度聴いていただければと思います。次に、全般の状況としましては、スマホの普及によりまして、先ほども申し上げた通り、講座申込みが 1.5 倍の増加でございます。ただ、講座数が増えてもそれに対応する講師が充足されておらずなかなか大変ということで、講師養成についても鋭意努力させていただいております。私は講師養成講座の講師の方もさせていただいております。何とか増やしてはおりますが、申込みの増加の方が多いというのが現状でございます。申込みについてはチラシにもありますが、e-mail または FAX でお申込みいただくようになっております。仙台市につきましては、毎年教育委員会さんにこのチラシをお渡ししてお配りいただいております。申込みも大変増えていきます。今年度につきましては教員向けの研修も、e-ネット安心講座であっても、そうでない独自の講座であっても、ご案内いただければ開催させていただくという形で進めております。仙台市内においては平成 26 年度では 37 講座開催され、のべ 5,200 人程度が受講しております。そのうち 5 講座が仙台市消費生活センターからの斡旋によりコラボレーションで開催させていただいたものです。平成 25 年度も同じように開催させていただいており、大変好評を得ていると感じているところです。次に、東北 6 県の状況につきまして、グラフにしてみました。時期としては、入・進学時期の 4 月、夏休み前の 6,7 月、冬休み前の 11,12 月の申し込みが多くなっています。今年度も 7 月はかなり多い状況になっています。県別に見ると、宮城県が、講師の数も多いこともあり、申し込みが多くなっています。e-ネット安心講座単独の事業としてはこのような形になっております。他方、他の団体でもいろいろと無料の出前講座を実施しています。無料講座について一

覧をつけました。私どもと青少年対策を一緒にやっただけでいる安心ネットづくり促進協議会でも無料の出前講座をホームページ等でご紹介させていただいております。今回資料にお付けした一覧は、ホームページに書いてある内容をまとめさせていただいたものになります。詳細についてはホームページの方をご覧いただきたいと思っております。各社ともモラル教育は大事だということで、CSR 活動ということで実施していただいております。一覧にある通り、e-ネット安心講座と、通信事業者の分だけになりますが、管内の実施状況について第3四半期(12月)末までの状況を記載しています。学校数は東北6県で3,556校、e-ネット安心講座と、通信事業者の独自講座を合せると1,048講座、3割弱の学校に対しこのような講座を実施しております。それ以外にもゲーム会社、インターネット接続事業者の独自講座もございまして、各県警のサイバー犯罪対策室など、こちらは高校が多いようですが、また、小学校ですと所轄の地域課の方々の独自講座が行われているとお聞きしています。また、各県、市町村の教育委員会の生涯学習課や学校教育課などが主体となって独自講座を実施いただいている例もございまして、その他には各県の青少年対策の部局や消費生活センターでも実施していただいているところがあると聞いております。かなりの数の方が受講されていると思っておりますが、やはり、毎年受けていただかないと、なかなか浸透していかないのではと考えます。なお、今回の消費者教育推進法の関連で言いますと、通信事業者の方々に、CSR、社会貢献活動ということで実施していただいておりますが、見方を変えると通信事業の将来の消費者ではないかと、そういう意味では各事業者にも、消費者教育ということで、もっと率先して行っていただければと感じているところです。

(渡辺会長) ありがとうございます。それでは、お二人の方から、企業おける消費者教育・啓発の推進ということで、情報提供をいただきました。限られた時間の中で貴重なお話を頂戴できたかと思っております。ありがとうございます。これからは自由な形で議論を進めたいと思っております。今後、次期の消費生活基本計画を策定していく上でも、消費者教育との関連で非常に貴重なお話を頂戴したと思っておりますので、ぜひこの場で皆様方からの情報提供ですとか、あるいは、消費者教育を進めるにあたっての企業の役割、連携の在り方、行政の役割等どのような観点からでも結構ですので、ご意見、ご質問等をお寄せいただければと思っております。

(向所委員) 貴重なお話しありがとうございます。e-ネットの学校での講座を昨年度、子どもと一緒に受講したところでした。子どもが6年生でしたので、子どもと親と、両方を対象とした講座でした。小学生にはまだスマホの使い方は早いのではないかなと思ながら受けたのですが、実際に子どもたちはとても身近なこととして真剣に受けていましたし、親と一緒に受けることで、実は大人の方があまり理解していないスマホの怖さなどをとても身近なこととして学ぶことができました。それが実感です。6年生が

対象だったので、今のお話にもあったように、その子たちが卒業してしまえば次の6年生がいるわけなので、繰り返し学んでいく機会は大事だなと感じました。また、先ほど来からの、学校教育の場での先生方による消費者教育は本当に多岐にわたるといことで、ただ今のような、専門の方からの情報提供、子どもたちへの教育はとても有効なのだろうと感じました。普段とは違うゲストの先生が来てくださることで、意識も高まるし、中身についても詳しいことを聞くことができる。大人の方も、子どもが学習することで、一緒に学ぶか、子どもだけの授業になるかはその場にもよると思いますが、子どもたちが学ぶ場に親も関心を持つといことで、家庭への教育にもつながってくる大切な機会であると感じました。あまりにも社会が進み、大人がついていけないのに、子どもたちがパソコンを使い、スマホを使い、覚えられないことをしてくれるということがいろいろなところでもありますので、先回りして大人が勉強することは大切だと思います。「この子、こんなことができたの」というくらい、パソコンを扱っていて、自分の動画を投稿してしまうということも、意図的でなく、お楽しみでしてしまったのです。それは、支援学級に通うようなお子さんなのですが、そのような技術的なことにとっても長けていて、大人ができないような操作をお家の中でしてしまうということがありました。そこまでしなくても、我が家でも、私のページに子どもが自由に入れた時代には、作っていた文書がバラバラになっていたりとか、そのようなことがあって、きちんと分けるということもしたのですが、子どもは思いがけないことをできたり、したり、意図的でなくとも危険につながっていくような場面も出てくるので、周りの大人が学ぶということがとても大事だと思いました。

(渡辺会長) ありがとうございます。ご感想ということで承りました。

(加藤委員) 私が所属しています宮城県生協連が事務局を担っている消費者団体で、今年2月に東京から、企業向けにインターネットのトラブルなどを専門にしているECネットワークから講師をお呼びして、主催者である私たちは30代~40代の小さいお子さんをお持ちの保護者向けに開いたのですが、実際いらした方は、100名近くのうちほとんどが60代以上の方々で、主催者としては驚きました。孫からせがまれてスマホを買ってはみたものの、使い方もわからないまま使っていますという方がけっこう集まり、いろいろな質問が出ました。よく理解しないまま使っているので、自分が何を質問しているのかもよくわからないような印象も受けました。学校現場ではクレジットやインターネットをめぐるお話もされており、学校を取り囲む場所には情報が行きますが、そうでない、高齢の方などは、非常にわからない状況で使っているということがわかりました。インターネットをめぐる問題は、消費生活センターの相談状況を見ても、60代70代の利用も毎年増えているようですし、高齢者も取り込んでわかりやすくやっていかないと、Facebookをやってみたものの個人情報



どうなっているのだろうかとか、いろいろな心配を持ちながらインターネット通販などを利用しているということが学習会を行ってわかりました。私たち消費者団体としては、インターネットをめぐるトラブルの学習会を継続的に開催していこうと思いますが、高齢者向けも必要だと感じました。

(渡辺会長) 高齢者の、インターネットの契約をめぐるトラブルなどについて、追加で高橋様からお話をいただくことはございますか。

(高橋氏) やはり高齢者の方の契約トラブルが多いということで、私どもで開催している消費者支援連絡会の中でもたびたび高齢者の契約についてのご質問がございまして、事例研究も行なわせていただいています。高齢者の方は、わからないまま、安くなるからいいだろうということについて「はい」と言ってしまい、その方が回線の契約者のためそのまま契約になってしまい、子ども等が気づいて、「変だ、使いもしないのにどうするの」という話になって契約トラブルになり、解約まで進んでいくという例もたびたびございます。高齢者に対してはできる限り見守りが必要なのではと思います。電気通信事業法の改正を進めていますが、できるだけ消費者にやさしい法律になるべく、少しずつ変えてきていますし、関係団体の自主ルールでクーリングオフによく似た制度を逐次導入し、皆様に安心して使っていただける環境を目指しています。ただ、トラブルもなかなかなくなるというのが現状です。

(渡辺会長) ありがとうございます。他にいかがでしょうか。

(鎌田副会長) 大変貴重なお話、ありがとうございます。お二方に質問ですが、学校への講座で出張されている方は、どういう方かなのですが、クレジット協会の方については、クレカウンセラーの資格を持った方なのかもしれませんが、基本的には各クレジット会社の従業員の方が行っているということでいいのかどうか確認させてください。また、通信局の方については、通信局の方も行かれているようですが、携帯の会社、あるいは他の会社が無料出前講座一覧にいろいろ挙がっていますが、そこから派遣される方は基本的に従業員の方であるということでいいのか、何か資格を持った方なのか、教えていただければと思っております。

(渡辺会長) ありがとうございます。それでは醍醐様からでよろしいでしょうか。

(醍醐氏) 基本的には協会の職員が参ります。消費者広報部という専門の部署がございまして、その職員が中心です。そのほかに先ほど申しました、会員企業の中のクレカウンセラーの資格を持った方にお手伝いをいただくというのが基本となっています。従いまして、企業から直接というのはなかなかございません。

(渡辺会長) 引き続き高橋様からお願いします。

(高橋氏) 私どものe-ネット安心講座につきましては、各通信事業者等の社員の方になっております。基本的には社内で資格のある方をご推薦いただくという形になっております。そもそも力量がある方や、講師養成講座を受

けていただいて、講師としてデビューしていただくというスキームになっております。大体はCSR関係の部署の方が多くなっています。一部は、新入社員の方が勉強されて講師としてデビューされているという例もございます。

(渡辺会長) ありがとうございます。よろしいでしょうか。

(鎌田副会長) 企業の消費者教育については、非常にいい面もあるかと思っております。特にクレジットやネットの問題は、企業の方々が最先端の正確な情報を持っておりまして、そのような情報を提供いただくということは非常に有益なことだとは思っております。ただ、弁護士会の中で常々案じていることとして、企業が学校現場等に消費者教育ということで赴くことが、ともすれば顧客開拓になっているのではないかということとはよく聞かれることです。先ほど、生徒の方々が将来の消費者だというお話がありまして、確かにそのとおりですが、言い方を変えれば将来の顧客になりうる人たちですので、そのような人たちに対して、勧誘と言ってしまうと語弊があるかもしれませんが、このような形で利用すればクレジットやスマホは便利だと、お勧めすることにつながっていないかという話がよく聞かれます。もちろん、今お話しにあったように、資格を持った方や選ばれた方々が行かれるということなので、そのようなことはほとんどないのかとは思いますが、そういった懸念を持っている方もいますし、そういったことにつながらないように、協会であつたり通信局として配慮いただくことも必要なのかなど、感情を害されるかもしれませんが、率直な感想としてお話しさせていただきます。

(醍醐氏) 今のご意見でございますが、私も協会は認定の協会でございますので、かなり中立的で公益的な性格を持っております。従いまして、クレジットの業務そのものにかかわるものについては、当然のことながら研修の中に入れてございません。あくまでもクレジットを正しく使う、使うことにより消費者の皆様が損をすとか、被害を被るということにならないように、クレジットの正しいルールをお知らせするものです。従いまして、企業の宣伝は全くしませんし、講師としては基本的に協会の職員が参りますので、企業色は全くないと考えていただいて良いと思います。

(高橋氏) 私どもの方も、企業から講師を派遣するということで、講師の企業名は出ます。しかし、テキストにつきましては全国一律のものを基本に使っておりますので、そこに企業名が出てくることがないように配慮させていただいていますし、特定の企業についての説明はしません。出すにしてもあくまでも中立な立場で、否定をした場合には肯定もするというようなルールを決めて運営をしております。各通信業者さんの独自講座については、以前は企業色が強いと言われた時期もありましたが、最近はそのちらの方も企業色が今は中立的な、純然としてインターネットをどうやって安全に使うかという道徳的な内容の講座になっております。

(加藤委員) 一消費者の立場から「クレジットのルール 利用のポイント」を見させ

ていただきましたが、クレジットはイコール借金であるということがあまり伝わらないというか、初めてカードを作る人にとっては、物が先に来て、後払いなので借金を作るようなものだというを前提に、特に若い方々にはお話をさせていただければと。昨今リボルビング払いがとてもいいことのように宣伝が行われている感じがするので、借金だということを若い方には伝えていただけると、子を持つ母としては助かります。

(醍 醐 氏) 確かにおっしゃるとおり、クレジットは広い意味では借金ということですが、クレジットは正しく使えば便利なものですので、借金という言葉は使っていませんが、当然返さなければならぬものだという事は言っております。リボルビング払いの関係は、現在、消費者庁にあります消費者委員会からも、良いことばかり言って悪いことを伝えていないのではないかというご指摘もございまして、経済産業大臣と消費者庁長官に対しても昨年夏に建議が出てございます。それを踏まえまして今、協会としても委員会を立ち上げまして、リボルビング払いについて良い点と注意すべき点と両方をしっかり伝え、無計画にならないように正しく使っていただくようにということでパンフレットも作ってございます。9月頃には完成する予定です。できる限り「ポイントが付くからリボルビングに」など良いことを強調するということはないように、気をつけてパンフレットを作って皆さんにお配りしたいと考えております。

(渡 辺 会 長) 先ほど鎌田副会長からも、クレジットも電気通信でも先端的というか、専門化してくるため、業界の最先端にいる方だから知っているし、教えることもできるというお話もございました。逆に言うと、学校の先生にこういった消費者教育をお願いするというのは限界のようなものも見えてくるかもしれないと思いますが、伊東委員のほうからその辺のお悩みですとか、正直なところのご感想などありましたらお願いいたします。

(伊 東 委 員) 台原小学校でも昨年度来ていただいてお話をいただきました。普通の親子行事ですとたくさん参加しますが、残念ながらこの日参加した保護者はいつもの半分ぐらいでしたが、来た方は非常に驚いて帰られました。とても上手な進行をしていただきまして、子どもたちの反応がよく、どんどん意見を出しましたし、保護者の方からも、「そんなことができるの」という声が上がっていました。専門家の方に、「一度インターネットで情報が出てしまうと取り返しがつかない」という話をされた時の子どもの驚きとか、具体的に専門的なお話をさせていただくと、それが広がっていきますし、その話を聞いた後の先生方も、「ここは押えなければいけない」というポイントがわかりますので、講師の方に来ていただくと、子どもも保護者も勉強になりますし、それを見た先生もポイントを押えた指導ができるようになるということで、これからの長い目で見るととてもいい授業ができるのではないかと思います。ありがとうございました。

(渡辺会長) ありがとうございます。ほかにいかがでしょうか。

(醍醐氏) 2020年のオリンピックまでに、外国人観光客2,000万人と、クレジットカードの比率を20%ぐらいまで持っていくという政府の方針がありまして、当然のことながら安全・安心に使っていただくということで、私どももセキュリティ対策も含め努力しているところでございます。特に一つだけお願いしたいことがありまして、元々消費者教育推進法の関係は、自立した消費者というものが基本的に求められるということになると思います。そうしますと、今の全体の風潮からすると、例えば出会い系で自分の理想の人に会えなかった、だから悪いとご自身で自分勝手に言う方も結構多いという状況があります。その意味からしますとまさに消費者の方の自覚や認識についても併せて検討していただければと思います。当然のことながら、業者サイドで悪いというところもありますが、消費者サイドが全面的に正しいかどうかというと、なかなか難しいところでございますので、ぜひ、消費者に対する自覚を促していただくという観点もぜひお願いしたいと思います。また、私は横浜市消費生活審議会の委員も務めさせていただいておりますが、横浜市でも基本計画等を作っておりますが、横浜市ですと国際都市でありますから、「横浜市らしさ」というものも題材の中に入れておりますので、これは全く個人的な感想ですが、「仙台らしさ」のようなものが消費者教育・啓発の関係で盛り込めるようであれば検討されたいかがかなと思います。

(渡辺会長) 先ほど高橋様の方からもお話がありましたが、電気通信事業法が、4月3日でしたか、国会に改正法案が上程されたところですし、割賦販売法も改正論議をしているところですので、そういったところも踏まえて次期基本計画を作り上げていくということも必要だと思います。

(高橋氏) 出前講座の関係は今回お話しさせていただきましたが、学校の現場でもすぐ活用できるような資料も出ておりまして、文科省でもテキストを提供されています。ただ教育現場の方にもなかなか普及されていないということもありまして、私どもも今年度から各教育委員会、教育センターの研修会にお邪魔して、現場の先生方に少しでもお話しできる機会を増やしていこうということでやっておりますが、先生方にも情報を探していただいて、日頃の授業の中でもご活用いただければと思います。また、ゲーム会社などでもテキストを無償配布しているところがございます。かわいいキャラクターなどもついていますので、ご活用いただけると、子どもたちの安全・安心が保てるかと思っておりますので、よろしくお願いたします。

(渡辺会長) ありがとうございます。ほかにご質問やご提言はありますでしょうか。ないようでしたら議題(5)のほうはこれで終了したいと思います。情報提供をいただきました醍醐様、高橋様、どうもありがとうございました。

## 議題(6) その他

(渡辺会長) 議題(6) その他ですが、皆様から何かございませんでしょうか。

- (加藤委員) 平成26年度の行政の概要の4ページの平成26年度予算の概要の、(4)消費者教育・啓発の推進の③消費者団体等への活動の支援というところが予算項目にあるのですが、具体的にはどのようなことなのでしょう。
- (事務局) まさに今、消費者団体に補助金を交付するというところで募集をしているところでございます。消費者問題にかかる事業について1事業あたり30万円を上限として交付するという内容で募集しています。全てが消費者団体への補助金としての予算でございます。
- (渡辺会長) 26年度の実績ということですね。
- (事務局) 26年度の実績については決算額としては今手元に数字がございませんが、半分ぐらいが適格消費者団体の認定を目指して活動しているネットとうほくさんへの補助金です。残り半分が他の消費者団体さん等への補助金として交付しているものでございます。
- (加藤委員) 仙台市で行っている消費者団体活動補助事業に使われているということが一つで、適格消費者団体を目指しているネットとうほくさんにもここから出しているということですか。活性化基金からは使っていないのでしょうか。消費者活動を常々行っている方が募集要項に基づいて申請して、認められたものに30万円を上限にということでしょうか、適格消費者団体を目指す団体には活性化基金からなのかと思いましたが。
- (事務局) 適格消費者団体を目指す団体には、一般財源の中で224万円のうちの半額程度を交付しております。年度によっては基金を使った補助金も交付しております。
- (渡辺会長) 他にございませんでしょうか。ないようでしたら本日の会議を終了し、事務局にお返しします。

平成 27年 6月 23日

仙台市消費生活審議会会長

会議録署名委員

渡辺達徳  
小野寺基純