

## 平成 27 年度第 3 回消費生活審議会会議録

開催日時：平成 27 年 8 月 5 日（水）午前 10 時～11 時 30 分

開催場所：本庁舎 2 階第 2 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、亀井文委員、  
亀田治委員、向所千夏委員

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、現在ご出席の方の中から、亀田委員にお願いしたいと思いますが、よろしいでしょうか。

それでは亀田委員にお願いします。

### 議題（３）「次期仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画中間案（案）」について

（渡辺会長）それでは、議題（３）「次期仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画中間案（案）」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 「仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画中間案（案）」に基づきご説明いたします。中間案（案）は、前回の審議会に

において「素案」をお示しした際、皆様からいただいたご意見を基に修正を行った上、第4章「計画推進のための施策」に「主な取組事項」となる施策を追加したものでございます。個々の施策につきましては、調整中のものもありますので担当局名を記載しない形でお示ししておりますが、最終的には担当局名を追加する予定でございます。本日は、前回のご意見に基づき修正を加えた部分を中心に説明いたします。まず、全般的事項といたしましては、見やすくするために、見出しを入れ、特に第3章は、文章を簡素化して、イラストで具体例を示すなど、修正を行っていますが、内容を精査し、今後も改良を加えていきたいと考えております。なお、計画は計画として策定した上で、特に消費者教育の部分については、市民向けの普及版として、さらに噛み砕いた内容のパンフレットを別に作成することを考えております。次に、各表現についてでございます。9ページをご覧ください。「商品一般」という表現が分かりづらいというご指摘がありました。この「商品一般」は、「表示全般について知りたい」といった商品全般に関わる問合せや、商店の接客等に関する苦情など、商品としての分類が難しかったり、分類する必要性がないなど様々なケースが入る分類項目となっておりますが、比較的件数が多かったのが、「架空請求」「劇場型勧誘」でありましたので、「架空請求・劇場型勧誘などの商品一般」と例示する形で検討し、さらに相談件数の内訳を精査いたしました。結果として内容が多岐にわたるため、やはり「商品一般」という表記にせざるを得ないという結論に落ち着きました。次に、第3章「消費者市民社会」の概念の説明部分についてでございます。11ページをご覧ください。「適切に処理することができる能力」という表現が「消費者の自己責任」という意味にとられるのではないかとご指摘につきましては、「誰かに相談したり、相談窓口を知る」というスキルも含めてのことであるということを示すため、アンダーラインの部分の通り修正いたしました。また、24ページ3行目の表現につきましても「適切に対応できる力を身に付けることが大切です」という表現に改めました。また、消費者市民社会について身近な表現でお伝えするために、イラストで具体例を示す形といたしました。次に、「成年年齢引き下げを考慮した記述を」というご指摘がございました。成年年齢がいつの時点でどのようになるのかは現時点でわかりませんが、いずれの場合でも、成人するまでの教育が重要なことには変わりはないので、14ページの通り、より具体的に書く形といたしました。次に「消費生活センターが『牽引役』」という表現について、16ページでご指摘のあった消費生活センターの役割について、「牽引役」を削除し「コーディネーター」のみといたしました。次に、32ページをご覧ください。「被害金額高額化」の件についてでございます。「件数だけではなく一件あたりの被害金額が高額化している」件にも触れてはどうかというご意見につきましては、全体を平均すると高額化しているとは

言えない現状もありますが、実際に被害金額が一千万円前後と高額であった事例もありますので、このような記述といたしました。次に、「機能性食品」「景品表示法」についても記載すべきとのご意見もありましたが、個々の法令や事項について、基本計画の中に盛り込むには限界があります。また中には市に権限が下りておらず、直接執行することができないものもございます。しかしながら、実際には、食品表示に関する啓発事業の中で取り扱ったり、国や県と連携して実施することは想定しておりますので、「各種啓発事業」及び「他機関との連携」といった記述の中に含まれているものをご理解いただければ幸いです。また次に、「担い手の育成」について数値目標の設定をしてはどうかというご指摘をいただきました。計画策定後の、年度ごとの評価指標として、数値目標の設定になじむものは設定して行きたいと考えておりますが、5年後に向けての数値目標設定が可能かどうかについては、なお検討させていただきたいと存じます。次に、仙台らしさとして、「仙台版イメージマップ」を掲載してはどうかというご提言をいただきました。イメージマップの掲載については、計画策定当初から検討していたところですが、このたびのご提言も踏まえさらに検討を行った結果として、基本計画に掲載して今後5年間のものとして固定化するよりは、実際に市内で取り込まれている事例を収集し、マッピングするというのを、事業として実施してはどうかと考えました。「イメージマップ」というよりは、より仙台らしく実際に使える「リアルマップ」になるかと思えます。次に、「消費者教育推進地域協議会」の議論の計画への反映についてでございます。これまで、「地域」「企業」「学校」をテーマとして設定し、3回にわたり消費者教育推進地域協議会を実施して参りましたが、ゲストスピーカーからいただいた情報と皆様方のディスカッションを通し、地域における連携の在り方や見守りの重要性、企業や業界団体による消費者教育の実践状況、学校における各段階に応じた消費者教育の在り方等について検討することができました。その結果を計画や施策の枠組みの再構築に活かすことができたと考えております。次に、今後のスケジュールについて説明させていただきます。消費生活基本計画等につきましては、本日のご意見等も踏まえ、中間案として取りまとめ、市長・副市長及び議会の常任委員会への報告を経て、10月中にパブリックコメントを実施する予定となっております。中間案につきましては、委員の皆様には、パブリックコメント実施前に、郵送によりご報告させていただく予定でございます。以上でございます。

(渡辺会長) ありがとうございます。それでは、今のご説明に対しまして、ご質問、ご提言などありましたらお願いしたいと思います。

(加藤委員) 口頭よりは文章で見ていただいた方が、皆様それぞれの専門的なお立場からご助言いただけるかなと思い、文章を出させていただきました。まず、11ページの下線部分について、前回も「消費者の自己責任」と受け

取られかねないという話があり、それを修正したということですが、私の考えでは、「消費者自身が」と始まっているため、消費者自身に対応できる力を身に付けることが、様々な見解があるとは思いますが私の意見としてですので、皆様からいろいろアドバイスいただきたいのですが、「消費者自身に求められるようになっていく」という書き方がしっくりきませんので、消費者市民社会を目指すための消費者教育ということを考えて、消費者一人ひとりが消費者トラブルに遭った時に対応できる力を持つことや、様々な商品など読み解く力を持って自ら判断し、選択する力を持つために、「消費者力」を高めるためには、消費者教育が求められているということで、個人に求められるのではなく、そのような力をつけてもらうために、行政なり、官民一体となって取り組む消費者教育により消費者市民社会が作られることになると思っていますので、消費者自身に対して求めているというのはしっくりこないというのが一つの意見です。次に、12ページの大きな2番の(2)について「消費者市民社会を目指す消費者教育とは」というところですが、「これらの教育と並び」となっていますが、そもそもこれが、持続可能な社会を目指す教育だと考えますので、「並び」というのは違うのではないかと、書き方が違うのではないかと印象を持ちました。次に、22ページですが、さきほど食品表示について、管轄する行政が違ってくるというお話しだったので、適正な表示に関する消費者への啓発もあるのですが、機能性表示食品というものについて、既にコマーシャルなどで頻繁に流されているし、売り場にも出ているということで、いわゆる健康食品というものについてのトラブルがたくさん出てきていると思います。景表法の関係でも罰金制度が消費者団体の運動で入ったりしていますので、啓発の他に、相談を受け付けるという取り組みは、①②の中に含まれるのか、含まれていないのであれば、別途項目を作っていた方がいいという意見です。24ページの、6行目の文章でも、「消費者自身が…」とありますが、消費者教育によってそのような消費者が育成されるのであるから、書き方を変えていただきたいと思えます。26ページの具体的な施策についてですが、2-(4)について、地域や一般市民に向けた消費者教育・啓発というところで、①②がありますが、このほかに、項目を一つ作り、どのような表現がふさわしいのかわからないため「民間企業」としたのですが、社会人教育という観点から、一般企業と協働した取り組みを行うといった項目を入れた方がいいのではないかと思いました。最後に、33ページの施策の方向1-(1)-②の部分ですが、高齢者等と、等が入っていますので高齢者だけではないと思いますが、ご高齢になると、パソコンでホームページを検索しながら情報を読み取ったり、回覧で回ってきても小さい字がたくさん書いてあるのを読むという傾向にはないので、高齢者等ではなく、周りの人たちも含めた感じでもとらえられるような言い方にした方が、より分かりやすいのではないかと

思いました。以上です。

(渡辺会長) 今の時点でお答えいただけることはございますでしょうか。

(事務局) 確かに、実際に、消費者自身が力をつけることが求められているのだと思います。それとともに社会的な弱者と言われるような、判断力が衰えているような方に対する配慮も当然必要なことですので、このように再度ご意見をいただくということは私どもの記述の仕方が、「配慮」という点について不足していると受け止められますので、追加する形で検討していきたいと考えております。次に、「持続可能な社会を目指す教育」と「消費者市民社会を目指す教育」がイコールではないかというご意見につきましては、「持続可能な社会」という概念は、「消費者市民社会」より早くからあった概念で、環境であるとか人権であるとか様々なことを含む大きな概念であるところでは考えました。ただ、これにつきましては色々な考え方がございますので、こちらでも検討させていただきます。次に、機能性表示食品等につきまして、窓口の周知については、(3)の①に含まれていると捉えていただければと思います。また、相談につきましては、センターがそもそも相談を受ける機関であるということが前提となりますので、そのことをあえて載せる必要はないと考えております。次に、事業者の方と協働して啓発を進めるべきではないかということについては、2の(4)に含まれていると考えていただければと思います。次に、高齢者本人はなかなか情報を受け取れないケースが多いということですが、見守りの方への情報提供ということで、1の(2)の中に掲載しております。

(渡辺会長) ありがとうございます。今の時点でのお答えをいただきました。加藤委員からは、他の委員からもご意見をいただきたいというご意向もありましたし、加藤委員から補足のご意見等もあるかと思いますがいかがでしょうか。

(加藤委員) ありがとうございます。機能性表示食品等の相談窓口については、消費生活センターということでよろしいでしょうか。

(事務局) はい。

(加藤委員) そうすると、食の安全を所管する部署ではなく、一括してセンターが相談を受けて、受けた情報は所管する課にも提供して共有するということがよろしいでしょうか。

(事務局) 失礼いたしました。相談を受ける窓口としては、センターの他に保健所もございますので、保健所でもお受けいたします。相談業務については、消費生活条例の第20条の中に規定されておりまして、「市長は」という表現で書かれてございます。

(渡辺会長) ありがとうございます。他にいかがでしょうか。それでは、いただいた意見を基に検討をしていただき、パブコメにかける案を確定していただくという段取りで進めるということでもよろしいでしょうか。それでは、特段ご意見がないようでしたら、次の議題(4)「消費者教育の

推進について」に参りたいと思います。

#### 議題（４）「消費者教育の推進について」（消費者教育推進地域協議会）

（渡辺会長） それでは議題（４）「消費者教育の推進について」、事務局よりご説明お願いいたします。

（事務局） それでは、資料２『消費者教育推進地域協議会』実施状況に基づきご説明します。消費者教育推進地域協議会については、平成26年度第2回審議会より、審議会に関係者をお呼びし情報提供をいただく形で実施して参りました。これまで、3回にわたり、「地域」「企業」「学校」をテーマに、合計で8名のゲストスピーカーをお呼びしております。「地域における消費者教育・啓発の推進について」では、仙台市地域包括センター連絡協議会より、地域包括支援センターの概要や現場の状況、見守りが必要な方への情報提供の状況等について、また、仙台市市民活動サポートセンターからは、シニア活動支援センターにおける、シニアと地域活動のコーディネート活動について、また、宮城県警からは、特殊詐欺の現状、詐欺被害を未然に防止するための、地域と連携した啓発事業などについてお話しいただき、最後に、本市生涯学習支援センターからは、消費生活をテーマとした講座等の実施状況や地域の拠点としての役割について情報提供させていただきました。「企業における消費者教育・啓発の推進について」では、日本クレジット協会よりお越しいいただき、クレジットの仕組みや正しい使い方を啓発する出前講座や教材開発について、また、東北総合通信局からは、少年のインターネット使用を巡る現状、総務省・電気通信事業者等が連携して学校等に出前講座を行う「eネット安心講座」についての情報提供をいただきました。「学校における消費者教育の推進について」では、本市教育局より、主に小中学校における消費者教育の在り方や実践の状況等、また、いずみ高等支援学校からは、卒業予定者に対する消費者教育の実践状況について、お話をいただきました。本日は、3つの場における消費者教育を一巡したところで、一旦振り返りを行った上で、次はどのようなテーマ・切り口で実施していくかということについて、皆様のご提言を頂戴できればと考えましたので、よろしく願いいたします。

（渡辺会長） ただいま、事務局から説明がありました。ご説明いただきましたとおり、これまで3度にわたり、審議会に関係者の参加をいただいて、「地域」「企業」「学校」における消費者教育の推進について議論して参りました。本日は、一度、振り返り、総括するという趣旨でございます。この間ご意見やいただいた情報について、今回の計画にも参考にさせていただいた部分があるかと思っております。本日は、今後取り上げたいテーマですとか、違うアプローチについてのご提案なども含めまして、お一人一言ずつ感想や提言などをいただきたいと思いますということでお願いして参りました。お一人3分～5分程度でご発言いただければと思います。

(加藤委員) まず、今まで「地域」「企業」「学校」での取り組みというお話を受けてきました。皆様に、事前に資料を配布していますが、私がおります宮城県生協連の幹事生協であるみやぎ生協の取り組みをご紹介しますながら総括とこれからの取り組みについてお話しさせていただきたいと思えます。2015年度の4月に今年度の具体的な取り組みをまとめたもので、既に終わっているものもありますが、みやぎ生協は、始まって以来、メンバー同士の教え合い学び合いということで、メンバーが学習したことをメンバーが講師となって、同じ目線でメンバーに伝えるという活動をずっと行っております。ここにあるのは消費者教育となっていて、子育て世代、小学生など小さなお子さんをお持ちの保護者に対して、仙台市でもお呼びになった総務省の方を講師にお招きして、インターネットを巡るトラブルやリスク回避についてお話を伺いました。子どもの方が知識があり、保護者の方がついていけないという現状も見え、とてもいい取組だったという感想をいただいております。また、子どもの金銭教育として、「おこづかいゲーム」ということで、低学年対象と高学年対象の活動を行っております。自分の力でお買い物をしたり、お金の使い方を自分で考えるということで、こちらも好評を得ております。また、3番の、子育て・食育・環境教育ということで、絵本の「ぐりとぐら」の読み聞かせを行いながら、絵本にあるケーキなどを作って、想像性を育むとともに、食育にもつながり、また親子で一緒に、考える力や行動力を伸ばしていこうというものです。また、消費者力アップ講座は、9月に、食品表示が、表示部分だけ一元化されるという動きがありますので、どのように変更になったかということ、事業者目線ではなく、消費者目線で、講師をお招きし、お話を聞くという取り組みを今後行うことになっていきます。また、いろいろ問題になっている高齢者の消費者被害の問題についても出前講座を開催、みやぎ生協では専門の消費生活研究会というものがあり、そこで学習しながら、いろいろな所に講師を派遣してありまして、紙芝居があったり仙台市消費生活センターのようにDVDを作ったり、いろいろな取り組みを行っています。それも、メンバーが学習して、呼ばれるとそこへ行ってお話をすると活動です。みやぎ生協は購買生協で事業者でもありますが、いろいろな生協の組合員、メンバーに対して食育や子育て支援の問題や環境など、様々な、消費者市民を育成する教育を、念頭には置いていませんでしたが、生協としては、持続可能な社会を目指すという観点で長いことこのような取り組みを行ってきました。これを消費者市民社会を構築するための教育であると捉えて、2015年度からは推進していこうということになっております。それで、ここ3回ほど、いろいろな方面から専門の方をお呼びしてお話を聞いたのですが、みやぎ生協でもこのように消費者教育的なことを行っておりますが、やはりトラブルに遭う人は遭う。出前講座や、いろいろな所に行ってお話を聞いたりしますが、家に一人でいる時に電話がか

かってくるとパニックになったりとか、冷静でなくなるという話も、学習会を何回も受けている人でもそういうことになっていますので、いろいろな方面で取り組まれています。それが各自の中で対応力としてさらに育成されないと、被害がなくならないと思いますので、現場での取り組みの他に、心理学ではないですが、消費者教育を行う上で、どのようなことをすると消費者力向上につながるのか、トラブルに遭わない、パニックにならないような、冷静な判断をするには、といった観点からのお話が聞いてみたいです。また、高齢者など消費者教育、金銭教育を受けていなかった年代の人たちが特殊詐欺被害などのターゲットになるのかな、少なからず、学校や社会で契約について学び、知識が少しでもあれば、きちんと領収書を取っておきましょうとか、そういった知識が全くない世代がなかなか大変なのではないかと思いますので、漠然としていますが、消費者教育を全く行わないとどうなるのかといった観点からも、審議会の場で情報共有できればと思います。

(亀井委員) 「地域」「企業」「学校」とも、素晴らしい取り組みを行っていると思いますが、学校では児童生徒、学生が興味あるなしにかかわらず、情報提供者が行おうと思えば、情報として提供できますが、企業はトップの考え方次第で変わってきますし、学校にも企業にも属していない一般の方は、自分に意識がないと、その情報を得ようとしなければ、情報が得られないという社会だと思います。興味があり、ちょっと聞いてみようという人はどんどん聞くだろうし、興味がなく、全然考えてもいない人は、情報を聞く機会を設けることもしない。そういう人をどうするかということが問題だと思います。消費者教育を与える方は素晴らしいと思いますが、受け取る側が受け取れるのか、どのようにしたらあまり興味を持たない人も救えるのか、が問題なのかだと思います。一つには、教育の場では興味あるなしに関わらず授業などで伝えていけるので、学校教育の場では消費者教育にもっと力を入れたらいいと思いますが、学校以外の場では強制的にというのも難しいので、自ら消費者問題について話を聞いてみようという動機づけを行うにはどうしたらいいのか、一度被害に遭ったらそう思うのか、一般の関心を持たない人をどうするのかというところだと思います。

(亀田委員) これまで協議会で、色々な属性ごとに、地域だったり、企業だったり、学校だったりするわけですが、お話を聞いてきました。その網がかからない部分が、亀井委員もおっしゃったとおり、大切な部分なのではないかと思います。例えば、大学の新生などは特殊詐欺や勧誘などにひっかかりやすい状況にあったり、そういう層だと学校生協さんだったり、学生向け専門の不動産会社がそのような情報提供のサポートをしている事例があるという話を聞いたことがあります。そういった、いろいろな取り組みがあるのだと思いますが、我々が知らないような情報を掘り起こして、そういうところをお願いしたり、そういう所に入って行って



消費者教育を行わなければならないのではないかと思います。もう一点、現状においては、被害防止が重要だと思いますが、被害防止からもう一歩踏み込んで、豊かな消費生活を送るためにどのような情報があればよりよい選択ができるかという、守りではなく攻めの消費者教育ができればいいのではないかと思います。消費者の選択がよければよりよい消費生活が送れるようになると思いますので、今後の課題ですが、そういうところまでできたら、非常に素晴らしいと思います。先ほど加藤委員がおっしゃったように、いろいろな情報があってもいざ電話がくると訳が分からなくなると被害に遭うということもありますが、それに対応するロールプレイングのような場を設定することも必要でしょう。また、自分でもお店にいると色々な電話がかかってくるのですが、その番号をネットで検索すると、これはどういう勧誘ですというような、様々な情報が入ってきます。自分でも情報を仕入れて、周りの人にもアドバイスできるような、そういったネットワークが広がれば、またそのようなキーマンが地域にいれば、コミュニティの中で、お茶飲み話の時にでも情報交換ができれば、ある程度被害の防止になるのでは、消費者教育は地域でのコミュニティづくりや情報共有というものがキーになるのではと思います。教育というだけでなく情報共有という意味で、コミュニティの活用という視点もあれば消費者被害の回避につながるのではないかと思います。

(向所委員) 様々な立場の人が色々な場で努力されているということがよくわかりましたし、これから先、市民に向けての中間案を作っていくという中で、発信する側は色々考えますが、一般市民の方がどのような状況かと言うと、実際にはあまり意識がない中で暮らしていると思います。消費者市民社会、自分が消費することが他の人に関連を持つということを示しているわけですが、そこまで意識して暮らすということはなかなかないのではないかと思います。私も一消費者として、こういう場に来て初めて知ることも多いですので、接点のない一般の人たちに、どう知らせていくかということが大きな課題にもなってくると思います。先ほど、中間案に対してのパブリックコメントを行うという話がありましたが、それを見る方も意見を言う方も、ごくごく限られた立場の方々ではないかと思います。それと同時に、市民向けには凝縮した大事なことをパンフレットにするという話がありましたが、そこが一番大事なことはないかと思います。大事なことはたくさんあるが、一般の人にもこれだけは理解してほしいということを、どのような形で伝えるか、どのようにすれば目に留まるかについて、専門家に聞く機会があってもいいのではないかと思います。また、いろいろな立場の方からお話を聞いたのですが、実際に被害に遭った方を法律の立場で守る、法律を扱っている方の話を聞く機会もあるといいと思います。法律をあまり知らない人がどのようにして被害に遭ったのか、またどのようにしてそれを食い止めたのかに

ついて伺えるといいのかなと思いました。またこれから先、関心がない方に、情報を受け取るのが苦手な方たちを常に意識して、進める必要があると感じました。

(小野寺委員) それぞれの立場の方からそれぞれ取り組まれていることをお聞きし、皆さん、十分工夫されているのだということを改めて確認させていただきました。ただ問題と思ったのは、受け取る側がそれをトータルな形で受け取っているかどうかということ。知識としてはその都度吸収しても、その場になってみないと、それが活かせるかどうか、ということになってしまう。それに尽きるかと思います。それぞれのお立場の方は、その都度新しい要素を取り入れて取り組まれるのかと思いますが、行政の立場としてはそういったものをコーディネートするといいますか、一覧にするような形で、このようなときはこのような情報がありますよ、ここにアクセスすればこのような情報が得られますよ、といったそういう対応をするのもこれからの大きな役割ではないかと感じました。消費者力や消費者市民社会というものが、これから求められるものとして、言葉では表現されていますが、いつの時代にもこのようなことは後追いにならざるを得ないという、厳しいところ、つらいところがあるかと思いません。世の中の進歩のスピードは非常に速いですから、受けられる恩恵も大きい分、マイナス面も大きく深いものになるというのが世の常だと思いますので、いたちごっこではありますが、常に取り込んでいくということがこの審議会の役割ではないかと思っています。備えのために、消費生活センターや他の相談窓口などをもっともっと周知することの重要性を再確認いたしました。消費生活センターは今141の5階にありますが、もっと近いところに下りて行ったり、以前もご提案したかもしれませんが、本部は5階にあったとしても、お客様との接点を身近な所に設けていくということに取り組むのも一つかと思えます。高齢化社会になりますと、今まではこんなことがなかった、自分は大丈夫だと思っても認知症になるリスクもあります。自覚も失う可能性もありますので、行政始め包括センターなど様々な機関との連携がますます重要になってくるのではないかということを感じました。

(伊東委員) 小学校では消費者教育と環境を結び付けて学習することとなっています。購入から活用そして処分まで、流れを考えていくということで、今までお話しいただいたのは、購入の段階の工夫についての話が多かったように思います。例えば今、学校にかかってくる電話で多いのが、暴力的な電話で、黙って話を聞いていると、黙っているということは倒れたのだな、それならこっちで勝手に救急車を呼ぶからな、というものです。今仕事中ですから、と断ると、こっちも仕事をしてるんだ、と電話を切られます。後で聞きましたら、何秒話したかで給料が決まるのではないかという話もありました。もし自宅で一人でいる時にそのような電話が来たら、その勢いで家まで来られるのではないかというのが、一般の人た

ちの心配だと思います。そこで、もっと具体的に、こういうことがあっても電話を切っても大丈夫ですよとか、携帯にこういうメールが来ても返信しなくて大丈夫ですよといった、被害の具体情報のチラシなどが、振り込め詐欺のように、いろいろな所に目につくように貼ってあるといいと思いました。具体的な例と対応策について、もっと啓発されるような仕組みについてのお話を聞きたいと思いました。また、活用のところでは、一般の団体の人がどのような活動をしているのかといったことももう少し具体的に教えていただければ、これからの社会では自分たちが発信していくという力を持つことが大切だと思いますので、そのような話も聞いてみたいと思います。また、環境との関係で、処分するにもお金がかかるということで、仙台市の処分にかかる経費と、そのことでどれだけ経済的に損失があるかといったことについてもお話を聞いてみたいと思っています。ちゃんとした理由がわかり納得できれば、自分たちもこれから変えようとする人が増えてくると思いますので、経済効果の面からのお話も聞ければいいと思っています。地域コミュニティの活用というお話がありましたが、いかに情報を共有化していくか、そのような活動をなさっている方のお話を聞きたいと思いました。

(石山委員) 感想になりますが、地域、企業、学校という枠組みの中で、消費者被害防止につながる課題への取り組みということでお話をいただきましたが、消費生活そのものは多岐にわたりますから、消費者教育としてはそれぞれの立場での取り組みを、とにかく積み重ねていくということだろうと思います。個別には、まず高齢者は疑問を持つこともなく詐欺に遭ってしまう。この被害を減らしていくためには、地域包括支援センターの方が地域での見守りで変化に気づくということをお話していましたが、私も同感です。最近民生委員の方とのお話の中で、その方は地域の高齢者見守りのリストのようなものを作って関係者で共有して活用を図っているという話をされていました。個人情報でもあるので、扱いが難しいところではありますが、それでもそのような対応をすることが必要だと話されていました。それで高齢者全てをカバーできるわけではありませんが、被害は減らせるかと思います。次に企業における推進ということでのお話がありました。それぞれ大事な課題への取り組みであるとは思いましたが、消費者の立場としては企業における消費者教育の取り組みがこれだけではちょっと物足りない感じがしました。消費者が被害に遭わないように啓蒙しているという内容でしたが、しかし企業にはもっとお客様視点に立って取り組んでいただきたいと思います。そもそも消費者が被害に遭うことがないような商品やサービスを提供していただきたいと思いますので、客本位とか消費者志向をうたう事業者は多いが、具体的な行動にはなっていないことが多いのが実際です。商品開発や価格表示の仕方、宣伝等まで消費者のためのものになっていないことが多い。ですから事業者には消費者を志向した体制を整えていただきたいの

で、そのためにも企業自ら社員に消費者教育をしていただきたいと思えます。最後に、学校教育の話もありました。私としては今後これがポイントかもしれないと強く感じました。被害に遭わない大人になってもらう土台づくり、生活力づくりを学校教育の場でしっかりやってもらえたらと思えます。そういう意味でお話しいただいたのは良い情報提供であったと思っております。

(飯塚委員) 長期的に消費生活について市民に伝えるとき、子どもには長期的に伝えることができると思えますが、大人に対しては教育というのは難しいと思えます。大人に対してはPRとか情報提供ということになるでしょうか。仙台市で行っているごみの分別関係のPRに「ワケルくん」というものがありました。それが強烈に印象に残っております。分別は大切だとわかっているのですが、具体的にどのようにしたらいいのか、仙台市からいただいたワケルくんパンフレットを見て、興味を持って行えばできるということを市民としては感じたところでした。消費生活の被害に遭わないための情報をワケルくんのように小冊子によりキャラクターを通じて行うことで一般の方にもお知らせするとか、予算の問題もあると思えますがテレビやラジオのスポットCMのようなものでドラマ仕立てにしてお知らせするとか、大人や高齢者に対しては有効かなと考えました。それを繰り返し行うことで、興味を持つ方も出てくるのではないかと思います。日本人なら110番や119番など知らない人はいないと思えます。それは子どもの頃から何度も、被害に遭ったら、困ったことがあったら、と繰り返し繰り返し教えられたこともあるので、消費生活に関しても繰り返し繰り返し伝えるのが有効かと思えます。

(鎌田副会長) これまで様々な分野の活動を聞けて、非常に参考になりました。各分野でそれぞれ消費者教育に取り組まれていると思えました。計画の方も非常に充実した内容になっているとは思っております。その上で、「消費者市民社会を目指して」というのが、一つ大きな目玉として挙がっていると思えますが、消費者市民社会について、加藤委員からも質問が出、議論も少しはされていますが、このことについて、皆さんで認識を共有しているかというところでもないように思いますので、一度議論する場があってもいいか、あるいはどなたか講師をお呼びして、話を聞く機会があってもいいかと思えます。これが一つの目玉なので、皆さんが理解していないとうまい計画にならないかと思いました。二つ目が、非常に網羅的に充実した計画にはなっていますが、他と違った特徴的なものがあるのかと言われた時に、抽象的な言い回しに留まっているのでわからないだけかもしれませんが、もしかしたらそうではないかもしれませんが、他で計画が相当できてきていると思えますので、事務局にご負担かけるかもしれませんが、他の計画も見ていただいて、特徴的なものをピックアップしていただく、そういうものの中で、仙台市の計画に活かせるものを検討していきたいと思えます。最後に、亀井委員の方からも

ありましたが、教育する側は頑張っって取り組むが、関心がない方もいらっしや、インセンティブの問題もあります。私も常々消費者教育を行っって、行っう方は一生懸命やっっても、なかなか伝わらないな、仕方ないと思っつつも歯がゆい思っを感じていまっましたが、逆に言えぱやっっている側の自己満足も多かっったのかと自戒を込めていうのですが、教えている側だけではなく、ユーザー側、受けた側の意見も聞ってみたいと思っました。例えぱ小中学生は難しっいので、義務教育を終えた大学生に話を聞くとか、実際どこかで消費者教育を受っけているとは思っますが、どうだっったかというこを聞ってみたいと思っます。自分たちの時代とは違っい学習指導要領も改定され、たくさんのこを学習しているはずですが、そのよっうな世代がどのよっうな感想なりをもっっているのかというこを聞ってみたいと思っます。

(渡辺会長) 私の方からはごく簡単に、皆様方のご意見を伺っった感想というこで少っしだけお話しさせていっただきます。加藤委員から始まっって亀井委員、亀田委員、向所委員に共通して出ってきたこが、消費者教育の穴になっってしまっっている部分があるのではないかと、そのよっうな世代が被害を受っけているのではないかとこのお話しが印象に残りました。これをまとめてくっださっったのが小野寺委員で、行政によるコーディネートが重要だというこをご指摘くっださっったのではないかと受け取りました。今回基本計画の中でも、牽引役という文言をはずし、行政によるコーディネートという言葉に変更したと思っます。何が問題かがわからなっいとコーディネートしよっうがないと思っますので、そのよっうな意味では地域協議会での様々な形でのプレゼンテーションというものが役に立っただらうと思っますし、これを具体的に実践していく上でも非常に重要なこではないかという感想を持ちました。また、伊東委員を始め鎌田副会長、石山委員からはもっつこういっう意見を聞っきたいという具体的なお提言をいっただきました。伊東委員からは小学校の例をとっつて、具体的なお例と対応策ですとか、あるいは一般の人たちがどう発信しているのかという発信力の問題などについてゲストスピーカーを招ってお話しを聞ければというご提言がありました。鎌田副会長がおっしやっった、むしろ受け手がどう捉えているかというこは、確かにこれまで考へていなっかったこで、教育を受っけてどうでしたかというこを聞ってみれば行政のコーディネートとして活かしていける部分があるのではないかと感じておっります。その他にも石山委員がおっしやっった中で、私も実は感じていたこですが、企業がどのよっうに消費者教育に関わっっていくかというこで、一般の市民等を相手にしてPRですとか、研修活動を行っっているという話しがでってくるのですが、民間企業で大事なのは従業員教育で、従業員教育をきちんとしてやっていれば、悪い勧誘方法ですとか、よっくない商品を生りつけるといっったこがないはずですが、従業員教育というのがこれまでなっかった視点なのかなと思っます。個人的には今お話しを伺っった中で総合

して、一番難しいのは高齢者だなということを感じました。高齢者に対して適切な教育や情報提供あるいは見守りができるのはやはり家庭と地域社会ということだと思います。これがどれだけ現代においてうまく機能するのか、また行政がコーディネート役としてどこまでできるのかということが問題となってまいります。皆様の有益なご意見を聞いての感想のみということで私の方からも付け加えさせていただきました。それでは、皆様方の意見を伺った上で、追加のご発言や、あるいは改めてのご感想などがあればお願いいたします。

(加藤委員) 皆さんのお話を聞いて同感だと思ったのは、鎌田副会長がおっしゃった、新たに目的と課せられた「消費者市民社会」について、この審議会の中でもそれぞれ考え方が違っていると思いますので、きちんと審議会の中で認識を共有した上で、中間案に意見を出せる形にしていかないと、共通認識を持つことがこれを多くの市民に広げていく上で大前提かと思いました。また、伊東委員がおっしゃったように、広げる上で、理由があると説明しやすく理解が求められやすいということに同感だと思います。何年か前にレジ袋削減の取り組みを行った時に、生協が大きな声を挙げて行ったのですが、多くの方々からすごい反感を買いました。なぜ、たかがレジ袋にお金を払うのかとお叱りを受けましたが、きちんとした理由があって、森を守る、環境を守る、ごみ削減につながるなど、理由がわかれば、官民が一体となって、審議会とは別の場で議論されて、市民運動でレジ袋削減が行われたと思います。消費者教育がなぜ必要なのか、理由が明確になっていないと広げられないので、その部分を市民に広く伝えられるようパンフレット等活用していかなければと思います。受け手側の声を吸い上げるという点では、生協では学習会で、必ず一言感想を書いています。しかし、行政のセミナーなどに行くとそのようなアンケートを取っていることを見たことがない。行政がどういう風に参加者の理解度を認識しているのかずっと気になっていました。やりました、何人集まりましただけでいいのかと疑問に思っていましたので、これから進める上では、受け手側がどのぐらい理解してどのように受け止めたかということを知ることが重要だと思いました。

## 議題（５） その他

(渡辺会長) 議題（５）その他に参りたいと思います、皆様から何かございすでしょうか。

(加藤委員) 皆様のお手元にチラシを配布させていただきましたが、私が所属している宮城県生協連やみやぎ生協が事務局を担っている消費者行政の充実強化を進める懇談会みやぎ、宮城県内の消費者団体 7 団体で構成しておりますが、その主催と、NPO 法人消費者市民ネットとうほくという適格消費者団体を目指している団体の後援をいただき、審議会の鎌田副会長や亀田委員のご協力を得て 8 月 25 日にシンポジウムを行います。消費者の行動が今求められて、なぜ消費者の行動が求められて社会を変え

るのかということを知りやすく、消費者目線での理解を進めたいという思いと、宮城県と仙台市が、消費生活基本計画の第3期中間案のパブコム募集の時期にこれからはなるということで、各消費者団体のリーダー層向けにディスカッションを企画しております。本日参加の委員の方々でもしお時間の都合がつかうようでしたら、ご参加いただきたいと考えご紹介いたしました。

- (渡辺会長) ありがとうございます。ほかにございませんでしょうか。
- (事務局) さきほど「消費者市民社会」の共通認識が審議会の中でできていないのではないかというご意見があり、もう一度皆様にお集まりいただき共有の場を設けていただきたいというご意見がありました。ただ、スケジュール的に皆様にもう一度お集まりいただき審議することが時間的に非常に難しいです。そこで、もしよろしければメールなどでご意見を頂戴したいと考えております。こちらから文書等で送らせていただき、それにご回答いただくという形をお願いしたいと思います。
- (渡辺会長) 日程的なものもありますので、ご意見はメール等で反映させていただきたいということです。そのようにご協力をお願いできますでしょうか。
- (加藤委員) この消費生活審議会の方々には日弁連が作成した、消費者市民社会のQ&Aのパンフレットを配布したことがありましたでしょうか。私としては、それを見て理解が進みました。
- (渡辺会長) お配りいただくことは可能でしょうか。
- (事務局) それでは、皆様に郵送させていただきますので、それもご覧いただいた上でご意見をいただきたいと思っております。
- (渡辺会長) ほかに、いかがでしょうか。他にございませんようでしたら、本日の会議を終了し、事務局にお返しします。

平成 27年 9月 10日

仙台市消費生活審議会会長

渡辺 達徳  
梶 田 三治

会議録署名委員