

令和7年度第2回消費生活審議会会議録

開催日時： 令和7年1月27日（月）午後2時30分～4時30分
開催場所： 青葉区役所7階特別会議室
出席委員： 佐々木伯朗会長、吉永一行副会長、岩渕文智委員、萱場律子委員
佐々木菊恵委員、高山真里子委員、藤居法子委員、見田佳代委員
山田いずみ委員、渡辺淳子委員
情報提供者： 仙台市立若林小学校 見田佳代校長
仙台市立七北田中学校 大内司朗校長
市民局： 大村生活安全安心部長、柴田消費生活センター所長
伊藤消費生活係長、古谷相談啓発係長、佐藤章枝総括主任
中村総括主任、佐藤尚主事

会議及び会議録の公開の取扱いについて

（佐々木会長）会議及び会議録の公開の取扱いについてです。会議の公開につきましては、「仙台市附属機関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、公開か非公開を審議会で決定することとなっております。また、仙台市情報公開条例第7条各号に掲げる情報を取り扱う場合、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、公開とするということによろしいでしょうか。

（一同異議なし）

異議ありませんでしたので、本日の審議会は公開といたします。

会議録署名委員について

（佐々木会長）それでは次に会議録署名についてですが、会議録の署名につきましては、私以外にもう1名の方からご署名をいただきたいと思います。毎回名簿順としておりまして、前回は見田委員にお願いしましたので、今回は山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。

（了承）

それでは山田委員に議事録のご署名をお願いします。

議題（1）消費生活意識調査の結果報告について

（佐々木会長）それでは議題に入ります。議題（1）「消費生活意識調査の結果報告について」を事務局からご説明いただきます。

（センター）それでは、消費生活意識調査の結果報告につきまして、資料1「消費生活意識調査報告書概要版」により説明をさせていただきます。昨年7月に実施いたしました消費生活意識調査ですが、12月に調査の結果がまとまりました。この調査は、次期仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画に反映させるとともに、今後の消費者行政の取り組みに活用するために実施したものです。報告書本編は100ページ以上になりますので、本日は概要版から抜粋してご説明をさせていただきます。

す。資料 1 の 2 ページをご覧ください。調査の実施方法ですが、市民、事業所、学校を対象としており、市民は 18 歳以上の人口比率に応じて、無作為抽出した 5,000 人、事業所は、仙台市内の民間事業所 1,500 事業所、学校は仙台市内の 245 校を対象に実施いたしました。有効回収率等は下をご覧ください。4 ページをご覧ください。市民調査部分を重点的にご説明させていただきます。まず「1 暮らしや社会に関すること」ですが、特に大きな問題と考えることを選んでいただいたところ、「少子・高齢化の進行」の割合が最も高くなっているところです。「食品を除く商品やサービスに関すること」では、「③安全性」、「①価格」、「②機能や品質」の順で考慮の度合いが高くなっております。前回調査、5 年前の令和元年に同じような調査をしているのですが、こちらと比較いたしますと「⑥評判」の度合いが最も増加しております。5 ページをご覧ください。食品を除く商品やサービスに関してトラブルがあると回答した方ですが、「ある」と回答した方は 14.1%でした。このうち、半数以上が「商品の機能や品質、サービスの質が期待よりかなり劣っていた」という内容でした。また、トラブルについて相談した方は、47.6%と約半数、そのうち、相談先としては、お客様相談窓口等を含む事業者に直接相談した方が約 6 割となっております。一方で、トラブルにあっても相談しなかった方、こちらも約半数ですが、その理由は「相談しても解決しないと思った」が一番多く 4 割、そのあとに同じ 4 割弱ですが、「相談するほどのことではない（自分で解決できる）と思った」が続いているという状況です。6 ページをご覧ください。「食品を購入する際の考慮事項」では、「価格」、「消費期限や賞味期限」、「原産地」の順で考慮の度合いが高くなっております。食品に関する考慮の度合いは前回調査とほぼ同様の結果となっております。食品に関してのトラブルがあると回答した方は 9.2%、その 4 割が「変な味やにおいがした」という内容でした。7 ページに移りまして、トラブルについて「相談した」方、こちらも約半数ですが、そのうち、事業者に直接相談した方が約 9 割となっております。一方、トラブルにあっても相談しなかった方も半数で、その理由は「面倒だった」というのが 5 割となっております。7 ページ下にありますが、「消費者市民社会」と「エシカル消費」の認知度です。こちらはいずれも、半数以上が知らないと回答をしております。8 ページをご覧ください。「普段の生活で心掛けている取り組み」の度合いですが、「①商品やサービスを選ぶときは本当に必要か考える」、「⑨の食品ロスをなくす・減らす」、「⑩ごみを減らし、再利用やリサイクルを行う」の順で考慮の度合いが高くなっております。「消費生活に関する情報の入手先」ですが、「新聞、テレビ等の報道」が最も高くなっております。こちらは前回より 4.2 ポイントほど減少し、「家族・友人・知人」も前回より減少しておりますが、一方で、ここには記載が無いですが、「ウェブサイト（インターネット）」や、この後の第 4 位となっております「SNS」は、割合が増えている状況です。9 ペ

ージをご覧ください。「消費者教育や啓発の機会への参加・経験」では、消費者教育や啓発に「参加または経験したことがない」という方が約6割いらっしゃいました。参加・経験したことがある方では、小学校から高等学校における授業や、施設見学の割合が最も高くなっております。また「消費生活に関する講座などで関心のあるテーマ」ですが、「老後の生活関連」が約6割と高くなっております。「仙台市消費生活センター」や「消費者ホットライン『188』（いやや）」の認知度では、センターの名前を知っている方は約84%、『188』（いやや）の名前を知っている方は53.1%となっております。前回調査よりは、少しずつ増えてきている状況となっております。続きまして10ページをご覧ください。「消費者被害にあわないための取り組み」では、「うまい儲け話には裏があると考え、安易に乗らない」が一番高くなっておりますが、前回調査よりも割合的には低くなっているところです。73%ですので、残りの四分の一は乗ってしまうのかと、少し不安な部分もあるところでした。そして、「消費者トラブルを防ぐために大切だと考える取り組み」では、「家庭内での教育やコミュニケーション」が最も高くなっております。また、三番目の「各世代の環境に合った学校教育や生涯学習」も求められていると思っております。11ページ、市民から見た「事業者に対する期待度」です。こちらは「⑬個人情報保護のためのセキュリティー対策」、「⑤商品・サービスの安全・安心への配慮」、「⑥修理などアフターサービスの充実」が高くなっております。「消費生活センターや消費者行政に対する期待度」では、「不適正・悪質な事業者に対する監視や指導強化」が最も高くなっているところです。消費者行政に関する意見では、情報提供等の提案や、体制の充実強化、相談窓口の周知などについて、207名の方から回答いただきました。市民調査の結果については以上となります。続きまして、12ページ、事業所調査についてです。こちらは市民調査と併せて着目する結果や、特徴的なところを抜粋してご説明をいたします。中段をご覧ください。「事業所から見た消費者が購入（利用）する際の考慮点」ですが、こちらは「③安全性」、「②機能や品質」、「①価格」の順で消費者が考慮する度合いが高いと事業者の方では考えているようです。市民調査では、「安全性」「価格」「機能や品質」の順で、消費者の考慮の度合いが高くなっており、項目間の考慮の度合いに大きな差がないことから、概ね一致しているものと考えております。13ページに移ります。中段の「消費者市民社会」と「エシカル消費」の認知度ですが、市民調査と同様に、いずれも半数以上が「知らない」と回答をしているところです。次に14ページをご覧ください。消費者対応の現状として、事業所に対し消費者から意見・苦情・問い合わせがある場合、「件数」や「内容の傾向」は、いずれも「変わらない」というのが最も多くなっております。内容は「価格・料金」が最も高く、対応方法としては、「その場で説明、あるいは必要に応じて謝罪を行っている」が最も高くなっております。16ページをご覧ください。

消費者行政に対する期待ですが、市民調査と同様、「不適正・悪質な事業者に対する監視や指導強化」が一番高くなっております。「消費者行政への意見や要望」では、消費生活の安全・安心や消費者教育・啓発などについて、29 の事業所から回答をいただきました。事業所調査の結果については以上となります。最後に、学校調査についてです。こちらの特徴的なところを抜粋してご説明をいたします。17 ページの方をご覧ください。学校で実施している消費者教育に関する授業の内容では、「情報モラル教育」が、小学校、中学校、特別支援学校で最も高くなっており、高等学校・中等教育学校では、消費者被害の防止が最も高くなっております。消費者教育に関する授業の教材としては、「教科書」が小学校、中学校、高等学校・中等教育学校で最も高くなっております。18 ページをご覧ください。消費者教育に関する講座の利用状況ということで、消費生活センター等でも講座などを行っておりますが、小学校、中学校では「利用したことがない」が、最も高くなっており、「利用したことがある」学校でも、「民間企業や各種団体が実施している講座を利用したことがある」が、高等学校・中等教育学校、特別支援学校で高くなっているということです。19 ページに移りまして、「利用したことがある」学校では、すべての学校区分で「テーマとなった題材の仕組みなどがよく理解できる内容だった」という感想が最も高くなっておりますが、「利用したことがない」学校では、その理由として、「講座に関する情報がなく、よくわからなかった」が一番高くなっております。その他、具体的な状況として、「カリキュラムに余裕がない」、「日程調整が難しい」、「講座を取り入れるための授業時数が足りない」などの意見がありました。次の 20 ページをご覧ください。「児童生徒の消費者トラブル」について、見聞きしたことがあるかたずねたところ、小学校と中学校では約 2 割、高等学校・中等教育学校と特別支援学校では約 4 割があると回答しております。割合的には前回調査より増えている状況です。21 ページに移りまして、トラブルの具体的な内容ですが、ゲーム課金に関して多く回答いただいております。22 ページをご覧ください。「消費者教育に関する情報を得やすい媒体」ですが、すべての学校区分で「ウェブサイト」と回答しております。「教職員向けの消費者教育研修会への参加意向」では、ほぼ半分以上の学校で参加意向がある一方、「時間や人員の余裕がない」などの意見も寄せられております。24 ページでは、消費生活センターで提供している教材の認知度を調査いたしました。25 ページでは、これらの教材を活用するための意見や、保護者向けに効果的な啓発媒体などの意見をいただいております。内容としては、最新情報の発信や啓発媒体として電子データによる提供が効果的であるという意見が寄せられました。資料 1 の説明は以上となります。

(佐々木会長) 事務局から資料 1 によりご説明がありましたが、ただいまの説明についてご質問やご意見などがありましたらお願いいたします。これは市政モニターアンケートではなく、一般の市民の方に対するアンケート

で、そういう点では普段の調査と若干違っている可能性があります。結果は、こちらの方がより実態を反映しているかと思いますが、ご意見やご質問などありますでしょうか。

(吉永副会長) 吉永です。拝見していて気になったこと、気づいたこと2つを申し上げて、何か情報があれば教えていただければと思います。まず1つは、この概要版の18ページ「講座等の利用状況」で、報告書本体では166ページですが、ここを見比べると「民間企業や各種団体が実施している講座を利用したことがある」という項目が、高等学校・中等教育学校で、とても増えているという印象を受けました。どのようなものか消費生活センターでご存じかどうかと、こういう情報提供は、行政が積極的にやるものと思いますが、一般論で言うと民間の方が上手かと思うところもあり、上手に使うのも一つの方法だと思います。

(センター) ありがとうございます。民間事業者が実施している講座等ですが、消費生活センターの方で、「せんだい消費者教育支援バンク」を作っており、各種団体による消費者教育に関する取り組みをまとめています。仙台市をはじめ、民間の事業者や生協さんなどの取り組みを年に1回ご紹介させていただき、こういった対象や年代の方に講座等を開催できることをまとめているもので、ホームページに掲載しています。消費者庁では、消費者教育の体系イメージマップを作っており、以前に審議会でこれにぶら下がるような教育について一覧でまとめられないかと、ご質問がありまして作らせていただいたものです。これ以外にも、各企業でいろいろ取り組んでいるものとは思いますが、センターで把握している部分としてこちらをご紹介します。

(センター) 相談啓発係長です。所長からご説明申し上げたほかに、報告書本編の167ページに、具体的にどのような講座をどのような依頼先に依頼したかを自由記載で書いていただいております。ご指摘いただいた高等学校・中等教育学校を具体的に見ていきますと、SMB Cさんや第一生命さんがあり、おそらく学習指導要領でも金融経済教育が入っていると思いますので、こういったところを積極的に学校が利用していることが今回の調査でわかったところです。

(吉永副会長) ありがとうございます。もう1点ですが、報告書の本編の44ページからですが、10歳代のトラブルにあったという回答がお一人だったのでたまたまですが、図表3-8によると、その1名の10歳代の被害者は、思っていたよりかなり高い金額を請求され、どうもそれが詐欺によってであるのご自身は認識しており、どういう対応をとったかという、51ページになりますが、図表の3-16で、面倒くさかったり、時間がかかると思ったところもあるけれども、自分にも責任があると思うところもあって、結局相談しなかったというのが見えてきて、たまたまお一人だったのでどういうストーリーだったか想像がつかのですが、読んでいて感じたのは、特に10歳代はどうしても母数が少ないところもあるのですが、なかなかマス（多数回答）の数字だけを見ていると、傾向がとらえきれないところがあるのがひとつと、それ

から計画を作っていくところに関わると思うのですが、ある意味マスの対策を立てていくのと同時に、もしかしたら少し個別のことも考えながら、とりこぼさないでいくことも少し意識が必要かもしれないという感想を持ちました。私からは以上です。ありがとうございます。

(佐々木会長) 今の2点目のご意見についてはいかがでしょうか。

(センター) ありがとうございます。確かに母数が少なかったというのは、私たちとしてももう少し答えていただきたかったという一方で、仙台市では、ダイバーシティの推進指針を作っている中で、SDGsにもありますように、誰一人取り残さないというところを掲げております。そういったところの対応として、計画策定上はどうしても考えていかなければならない部分だと思いますので、私たちも注力していきたいと思います。審議委員の皆様にはそういった視点からの意見をいただけるのは非常にありがたいことですので、引き続きよろしくお願いいたします。ありがとうございます。

(佐々木会長) ありがとうございます。10歳代の回答が一人というのは、そもそも10歳代が非常に少ないということですね。

(センター) 18歳以上としておりまして、18歳と19歳が対象となりますので、人数的には母数も少なくなっております。

(佐々木会長) そもそも母数が少ないということはわかりました。その場合、その回答に左右される程度が大きくなるので、統計的に全体の傾向を反映しているかどうかは確実ではなくなるように思いますので、統計的な傾向について、しっかり押さえていただければと思います。その他、ご意見やご質問ありますでしょうか。もしないようであれば、次の議題に移りたいと思います。

議題（2）仙台市消費生活基本計画の実施状況について（令和6年度上半期評価指標分）

(佐々木会長) それでは議題の（2）「仙台市消費生活基本計画の実施状況について」を事務局からご説明いただきたいと思います。

(センター) それでは、現在の仙台市消費生活基本計画の実施状況について、資料2により説明させていただきます。こちらは皆様の机上にご準備している水色の冊子で、令和3年3月に策定した、令和3年度から令和7年度までの消費生活基本計画ですが、この計画に基づいて本市では消費生活に関する各種施策に取り組み、令和6年度で4年目となります。本日は、9月までの上半期の実施状況について、具体的施策の主要なものを抜粋してご説明したいと思います。まず、資料2の1ページ『1「仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画」の概要』ですが、こちらは記載のとおりですので、ご覧いただければと思います。2ページ目をご覧ください。「2 令和6年度の実施状況について」です。計画では、5つの施策の柱ごとに評価指標を定めており、この評価指標について、（1）として令和6年度上半期の実績を記載しております。また（2）主な取り組みとして、上半期だけではなく、令和6年度に実施してきた主なものを掲載いたしました。施策の柱Ⅰ「消費生

活の安全安心の確保」ですが、(1)の評価指標は「1. 食品表示調査の調査件数」、「2. 計量検査におけるはかり検査戸数」となっております。いずれも目標値に対して順調に実施しており、年度末には目標値を達成する予定となっております。(2)の主な取り組みですが、当センターが発行している消費生活情報誌「ゆたかなくらし」に製品事故等の注意喚起をシリーズ化して掲載し、情報提供を行いました。次に、施策のⅡ「消費者教育・啓発の推進」です。(1)評価指標の「1. 伊達学園へのアクセス数」ですが、GIGAスクール構想等により、目標値を大幅に上回る実績となっております。小・中学校等での利用が伸びたと思われますが、件数は引き続き伸びておりまして、学校でも活用が定着しているものと考えております。「2. 消費者市民社会の形成に寄与する取り組みの状況」ですが、3つの評価内容について、今回は資料1でご説明した意識調査の結果を掲載しております。計画終了時点での割合を目標値としておりますので途中経過となりますが、いずれも目標値を下回る結果となっております。また、前年度同時期は市政モニターアンケートの結果でしたが、こちらと比較しましても下回っている状況です。先ほど会長の方からも、モニターアンケートと市民意識調査では、市民意識調査の方が、より実際の数値に近いのではというお話がありましたが、こちらもそのように考えており、センターとしては引き続き啓発に努めてまいります。3ページに移りまして、主な取り組みですが、現在、仙台市役所の本庁舎と泉区役所が建て替え工事中で、仮囲いに、消費生活センターの業務や相談窓口を案内するマグネットシートの広告を掲示し、通行する市民への周知を行っているところです。また、今年度、エシカル消費イベント「エシカルデイワン 2024」を開催し、トークセッション等を通じて、エシカル消費への理解を深め、消費行動を考えていく機会を提供したところです。次に、施策の柱Ⅲ「消費者被害の防止及び救済」です。(1)評価指標は、「1. 消費生活センターの認知度」、「2. 消費者被害防止の取り組み状況」としてしております。いずれも意識調査の結果を掲載しておりますが、すべて目標値を下回る結果となりました。こちらも柱Ⅱと同様に計画終了時点の割合を目標値としておりますので、この数値も途中経過となりますが、引き続き啓発に努めてまいりたいと考えております。主な取り組みとしては、エコフェスタや青葉区民まつりなどで、消費生活センターの相談窓口を周知したほか、弁護士による定期的な事例研究会の実施などを通じて、相談員の資質向上を図りました。4ページをご覧ください。施策の柱Ⅳ「高齢者等特に配慮を要する消費者への対応」です。評価指標は、「1. 連携による見守り事業の推進」で、「配食サービス配達時の注意喚起チラシの配布数」については、目標値を達成できる見込みです。そして、「2. 消費者被害防止及び見守り事業の推進」は、出前講座の実施回数ですが、①高齢者・障害者向けのセミナー、②見守りの担い手となる団体向けのセミナーのいずれも目標値に達していない状況です。こちらは依頼をいただい

て実施するものですので、依頼の増加に繋がるよう、各団体と連携しながら、機会をとらえてPRに努めてまいります。主な取り組みとしては、各区敬老行事の会場でセンターの案内や相談事例紹介などの啓発を実施しました。また、医療機関や町内会などには、啓発ポスターの掲示を依頼し、注意喚起と相談窓口の周知を図りました。施策の柱Ⅴ「多様な主体との連携の推進」については、再掲となりますので割愛させていただきます。資料2の説明は以上ですが、消費者市民ネットというほくの佐々木委員より、事前にご質問を頂戴しておりましたので、ここで回答させていただきます。資料2の3ページの施策の柱Ⅲの(2)主な取り組みに関連してのご質問です。まず、ご意見として、「消費生活相談員の知識向上は、相談員の意欲向上と消費者被害防止及び救済に資すると思います。雇用の安定や待遇の改善も、相談員にとって仕事の魅力向上につながると考えます」といただいたうえで、二つご質問をいただきました。一つ目ですが、「令和6年6月に人事院から国家公務員の非常勤職員の公募によらない再採用について、上限撤廃の勧告が出されております。地方公務員ではありますが、相談員の公募によらない再採用の上限の扱いについて、お考えを伺えれば幸いです」とのご質問です。国では期間業務職員という地方公務員の会計年度任用職員について、これまで3年ごとに公募による採用、つまり、公募しないで採用できるのは2回までという上限があったところですが、令和6年6月に、「再度任用回数」の上限を撤廃し、公募をすることなく再度の任用ができるよう見直しを行い、仙台市にも通知をいただいています。それに伴い、仙台市でも人事課で検討を進めており、方針が決まり次第、その方針に従って、相談員の任用を行ってまいりたいと考えているところです。もう一つの質問ですが、「相談員の高齢化、なり手不足が消費生活相談センター等では課題と思います。被害防止や救済に相談員は欠かせない存在です。相談員の確保や不足を補うための工夫、例えばチャットによる相談、養成講座をするなどがあれば伺いたい」とのご質問でした。相談員の人材不足というのは、仙台市をはじめ各自治体とも切実な課題であると認識しております。本市でも欠員も出ているところですが、昨年9月中旬より、電話機にIVR、音声応答転送装置を導入し、消費生活相談ダイヤルを受けた時に、当センターの対象外となる相談者、例えば市外在住者や事業者の相談は、該当窓口の案内を音声で行うことで、相談員に繋がらずに音声案内で終わる取り組みを実施し、相談員の負担軽減を図りました。実績として、毎月1,000件ほどの着信のうち約2割弱が、音声ガイダンスで案内が終了している状況です。相談員からは、市外の方や事業者にご案内をする頻度が減ったという声をもらっています。現在、消費者庁が主導して対策を進めている、消費生活相談のDX化や資格試験対策講座なども、国の動向を注視しながら可能な方策について検討してまいりたいと考えております。事前にいただきましたご質問の回答は以上となります。

- (佐々木会長) ありがとうございました。仙台市消費生活基本計画の実施状況についてのご説明と、事前にいただいたご質問に関する回答でした。基本計画の実施状況だけではなく、その実施体制として相談員の問題についてもご説明をいただきました。音声ガイドについてのご説明がありましたが、スマートフォンだけではなく、アナログ電話もできるのでしょうか。
- (センター) 大丈夫です。電話をかけると、こういう方は何番を押してくださいという案内が流れることが最近多くなってきたかと思いますが、センターの場合ですと、1・2・3の選択式で、「市外にお住まいの方、仙台市内に通勤や通学をしていない方は1番を押してください」として、「188」をご案内します。事業者の方へは、「個人の消費者のご相談窓口です」とし、「下請かけこみ寺」という事業者専門の窓口をご案内します。「相談員とお話しされたい方は3番を押してください」と案内し、1回だけ番号を押していただきます。どうしてもわからずに番号を押せずにいる方は、自動的に相談員に繋がるようにしておりますので、案内が2度繰り返し流れる間はお待ちいただくようにはなりますが、万が一わからなくても、相談員に繋がる仕組みになっております。
- (佐々木会長) わかりました。ありがとうございます。例えば、パソコントラブルやインターネットで、あるサイトにチャットなどを使って連絡しますと、有料のところに飛ばされるようなことがありますので、事業者や公的な機関を騙るインターネットサイトのようなものへの対応なども注意していただきたいと思います。
- (センター) ありがとうございます。そういうサイトですと、URLが少しだけ違う場合があるかもしれないです。インターネットはあまり聞かないですが、仙台市を騙る電話や手紙はよくありますので、注意喚起していきたいと思っております。ホームページにも、仙台市の一機関を騙るような連絡が入ったときは、注意喚起を載せておりますので、そういった対応をしていきたいと思っております。
- (佐々木会長) ありがとうございました。電気料金やガス料金、水道料金が多いように思います。わかっている方ならいいのですが、急に電話がかかってくる、このままですとサービスが停止されると言われ、慌てて連絡してしまう高齢者や事情がわからない方々のリスクもだんだん上がっている感じがします。ぜひ、ご対応お考えいただきたいと思います。それでは他にありますでしょうか。
- (藤居委員) 藤居と申します。センターの取り組みに、いつも大変な作業をされていて素晴らしいと思います。2ページ目の食品表示の調査や計量検査をされていると思いますが、この結果はどこかで開示されていますか。
- (センター) 消費生活センターのホームページに、計量や食品表示のほか、生活三法として家庭用品の表示や電気製品のPSCのマークが表示されているかなど、そういった調査について載せているところです。食品表示の調査件数については、国に調査件数や不適正だった件数の報告をしております。消費生活センターでは公表はしていませんが、健康福

祉局の保健所で行っているアクションプランには、報告した件数が掲載されています。

(藤 居 委 員) わかりました。ありがとうございました。

(佐々木会長) その他、ご意見やご質問はありますでしょうか。無いようでしたら次の議題に入ります。

議題（３）次期仙台市消費生活基本計画策定について

(佐々木会長) 議題の（３）「次期仙台市消費生活基本計画策定について」を事務局からご説明いただきたいと思います。

(セ ン タ ー) それでは、次期仙台市消費生活基本計画策定について、資料 3-1 から 3-3 により、今後の策定方針と骨子案について説明させていただきます。まず、お手元の資料の 3-1 をご覧ください。策定方針ですが、まず、1 の計画の位置付けですが、この計画は仙台市基本計画を上位計画とし、消費者基本法及び仙台市消費者生活条例に基づき、消費生活に関する施策を計画的に推進するための総合的な計画として策定するものです。また、消費者教育推進法第 10 条により、策定に努めることとされている市町村消費者教育推進計画を包含しているものです。次期計画の期間ですが、令和 8 年度から令和 12 年度までの 5 年間で予定しております。計画策定の考え方ですが、この（１）から（４）の流れで進めていきたいと考えておりまして、今回、骨子案を提示するにあたり、（１）消費生活を取り巻く状況と取り組むべき課題の把握を整理いたしました。また、（２）現計画の重点施策及び評価指標の確認分析では、計画の策定を進めながら最終年度となる令和 7 年度まで継続するものですが、（１）で整理した内容を骨子案として、今後、計画策定の各段階で反映していきたいと考えております。（３）の次期計画の施策の柱と方向の検討と（４）の次期計画における重点施策と評価指標につきましては、今後、素案や中間案を作成していくなかで、具体的な施策などを検討していく段階における考え方とし、事務局でたたき台を作成して、その都度審議会の皆様にお示しして、ご意見をいただきながら進めてまいりたいと考えております。「4. 市民意見の反映」ですが、10 月頃を目途に中間案をまとめる予定としておりまして、その段階で市民の意見を募るためにパブリックコメントを実施します。また、意見に対しては仙台市の考え方を公表していく予定としております。計画の策定方針といたしましては、このような流れで進めてまいりたいと考えております。裏面をご覧ください。こちらは、現計画の構成を左側に記載し、右側に次期計画の骨子案を現計画と比較できるように並べて記載したものです。下線を引いたところが現計画からの変更箇所となっております。先ほど計画策定の考え方でご説明したとおり、計画の土台を作るため、消費者を取り巻く状況を把握した上で、取り組むべき課題を整理しました。まず消費者を取り巻く状況ですが、大きく四つ挙げております。一つ目は、「高齢化の進行・外国人住民の増加」、二つ目として、「デジタル化の進展、消費者取引

環境の多様化複雑化」、三つ目が「持続可能でより良い社会の実現に向けた気運の高まり」、四つ目として、「自然災害の大規模化・激甚化」です。ここで資料 3-2 をご覧ください。こちらの資料は、今の消費者を取り巻く状況の四つについて具体的なデータ等を示したものです。まず一つ目、「高齢化の進行・外国人住民の増加」ですが、1 ページのグラフをご覧ください。上のグラフは、仙台市の将来人口推計と高齢化率を組み合わせたもので、仙台市の人口は令和 10 年、2028 年をピークに減少に転じると推計されております。また、65 歳以上の割合を示す高齢化率は、2070 年、令和 52 年まで上昇を続けると見込まれております。下のグラフは当センターの実績ですが、消費生活相談件数のうち、65 歳以上の件数と全体に占める割合の推移となります。65 歳以上の相談は全体相談件数の約 3 割を占める状態が続いています。2 ページをご覧ください。「仙台市における外国人住民数の推移」のグラフです。本市の外国人住民は、コロナで一時期減少しましたが、昨年からは増加に転じ、令和 6 年 4 月 30 日現在 16,038 人となっています。今後、外国人住民が被害者となる消費者トラブルや相談の増加が考えられるところです。二つ目の「デジタル化の進展、消費者取引環境の多様化・複雑化」については、下のグラフをご覧ください。経済産業省によりますと、国内の消費者向け電子商取引市場規模は年々拡大し、令和 5 年には 24.8 兆円となっています。商取引の電子化が引き続き進展している状況です。3 ページをご覧ください。上のグラフは情報通信機器の世帯保有率の推移です。デジタルを活用する際に必要となる、インターネットなどに接続するための端末について、2023 年の世帯保有率は、モバイル端末全体で 97.4%、その内数であるスマートフォンは 90.6%となっております。グラフを見ますと他の端末に比べスマートフォンの普及が顕著であることがわかります。下のグラフは、今回の消費生活意識調査の報告書 75 ページから抜粋したグラフです。消費生活に関する情報の入手先として、「SNS」では、年代が下がるについて割合が高くなっており、特に 10 歳代 86.4%となっています。関連として、2023 年度に消費者庁が実施した消費者意識調査によりますと、15 歳から 29 歳までの若者は、知識や経験が少ないことから、消費者トラブルに遭う不安を感じており、他の年齢層よりも、インターネットの表示の影響を受けたと感じる人が多いという結果が出ています。4 ページをご覧ください。三つ目、「持続可能でより良い社会の実現に向けた気運の高まり」についてです。SDGs は 2030 年を達成期限としており、2030 年までの 5 年間は次期基本計画の期間と重なります。消費生活意識調査の市民調査で、「くらしの中で問題だと感じること」では、SDGs に関連する「地球温暖化の進行」や「食料自給率の低さ」、「エネルギー問題」の項目で、前回の調査より割合が高くなっております。また、事業所調査の「特に重視して取り組んでいるもの」と「今後重視すべきと考えるもの」では、SDGs との関連が深い消費者志向経営やエシカル消費に繋がる取り組みの項目で、前

回調査よりも、割合が高くなっています。四つ目の「自然災害の大規模化・激甚化」についてです。昨年1月に能登半島地域で発生した地震、9月に発生した豪雨など、各地で度重なる自然災害が発生しています。令和4年3月に、市内で最大震度5強となった福島県沖地震があった際は、地震保険サポートや罹災診断の関係で、いわゆる「災害便乗商法」と言われるような消費者トラブルの相談が増加しました。また、そういった災害時には、買い占めなど冷静さを欠いた消費行動が発生しており、それに伴って市場が混乱するという状況が生じました。以上、消費生活を取り巻く状況の四つについて具体的にご説明いたしましたが、こういった状況を踏まえまして、取り組むべき課題を整理したところです。資料3-1の裏面に戻りまして、骨子案をご覧ください。右側の次期計画の第2章、「取り組むべき課題」を五つ挙げております。課題1は、「消費生活の安全・安心の確保」、課題2として、「ライフステージ等に応じた消費者教育・啓発の充実」、課題3として、「持続可能な社会づくりのためのライフスタイルの推進」、課題4は、「消費者被害の防止及び救済」、課題5は、「見守り等の配慮を要する消費者への対応」です。資料3-3をご覧ください。こちらの資料は、今の「取り組むべき課題」の五つについて整理したものです。まず課題1の「消費生活の安全・安心の確保」ですが、意識調査の結果から市民・事業者ともに、商品の安全性への考慮の度合いが高く、不適正・悪質な事業者に対する監視や指導についての期待度が高い状況です。また、市民や学校からは、消費者問題や最新の消費者トラブルに関する情報提供が求められています。情報提供においては、市民が注意喚起情報を得やすい情報媒体として「SNS」が増加し、「情報誌」が減少しています。自然災害発生後の災害に関連した消費者トラブルについては、今後も自然災害が発生した際には、同様の消費者トラブルの発生が懸念されます。消費生活における安全安心は消費者行政の根幹をなす部分として、第1に掲げる課題と考えております。次に、課題2「ライフステージ等に応じた消費者教育・啓発の充実」です。社会の現状としましてデジタル化の進展に伴い、取引環境は複雑多様化しており、年齢などに関係なく、すべての消費者が消費者トラブルのリスクにさらされています。意識調査の結果から、「消費生活に関する情報の入手先」や「講座で関心のあるテーマ」は年代別で差が出ており、消費者教育や啓発を効果的に行うためには、この点に留意する必要があると考えております。また、市民調査では、消費者トラブルを防ぐためには、家庭内での教育やコミュニケーションだけでなく、各世代の環境に合った学校教育や生涯学習が必要と考える市民が増加しており、ライフステージに応じた消費者教育や啓発が求められています。課題3「持続可能な社会づくりのためのライフスタイルの推進」です。次期計画の5年間はSDGsの目標年である2030年までの計画期間となっており、消費者市民社会の実現に向けた一層の取り組みが求められます。特に、消費者行政に関連の深いSDGsの12

番目の目標、「つくる責任　つかう責任」の観点から、地域の活性化や雇用等を含む、人や社会・環境に配慮して、消費者が自ら考える賢い消費行動、いわゆるエシカル消費を推進していく必要があります。また、消費者庁の消費者教育の推進に関する基本的な方針では、消費者教育の意義として、消費者個人のウェルビーイングの向上が新たに含まれ、個人のより良い状況が社会全体のより良い状況にも繋がるよう推進していくという必要があります。意識調査の結果では、消費者市民社会とエシカル消費の認知度は、市民・事業者ともに半数以上が「知らない」と回答しております。言葉や内容の認知度が低い現状がありますが、言葉の認知度とともに、賢く持続可能な消費行動の理解と実践を促す啓発を今後も進めていく必要があると考えております。資料 3-3 の裏面の課題 4「消費者被害の防止及び救済」です。デジタル化の進展により、消費者が目にする情報量や取引・決済手段の選択肢が大変多くなっており、取引の環境が複雑多様化する中で、消費者被害のリスクが高まっています。また、外国人住民には、ダイバーシティの観点から、行政情報の多言語化や相談窓口の周知により、国籍にかかわらず相談できる環境を整えることが必要です。意識調査の結果からは、消費者トラブルに遭った方のうち、約半数が相談したと回答しており、その相談先として直接事業者相談する方が増加しておりますが、一方で、家族や友人など周りの方に相談する方が減少しています。消費生活センターの認知度は、「名前も業務内容も知っている」が 39%で、現計画策定時の 35.6%よりもわずかに増加していますが、目標の 50%には届いていない状況となっています。相談先の選択肢として、周囲の人に相談する方が減っているという現状で、消費生活センターの認知度を高めることは今後も重要な課題と考えております。課題 5「見守り等の配慮を要する消費者への対応」です。消費生活センターに寄せられている相談のうち、65 歳以上の相談件数は全体の約 3 割となっており、高齢者からの相談が多い状況にあります。意識調査の「くらしの中で問題と感ずること」では、「少子・高齢化の進行」の割合が最も高くなっています。65 歳以上の相談者の状況では、高齢になるほど本人と接する機会の多い周囲の方からの相談割合が高く、本人だけでは被害に気づかない、または解決できないという状況も見受けられます。仙台市基本計画 2021-2030 では、「孤立しない、つながる仕組みをつくる」という方向を掲げており、消費者行政においても、関係部局・関係機関と連携し、配慮を要する消費者を取り残さない支援が必要となっております。以上の資料 3-1 から 3-3 まで、次期計画策定を進めていくにあたっての骨子案として、現状と課題を説明させていただきました。今後、これらをもとに、第 3 章、第 4 章部分を策定していくこととなりますが、本日皆様からのご意見を頂戴し、参考とさせていただきたいと考えております。資料 3 の説明は以上となります。

- (佐々木会長) ありがとうございました。次期仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画の策定方針や骨子案についてご説明いただきましたが、委員の皆様からご質問やご意見などありましたらお願いいたします。
- (高山委員) 私は農業をしています。米が今年なくなって、今は倍ぐらいの値段になっています。しかし、仙台市の農業者は米を持っていますし、普通に去年と同じ量で出来上がっていますが、なぜかあのような状態になってしまっています。キャベツも高いと言われていますが、仙台市の農地には普通にキャベツがあります。そのくらい情報が正しく行き渡っていないと思っていますので、そういった情報提供がほしいと思います。それから、国の「食料・農業・農村基本法」が25年ぶりに改定され、今までの食品の使い方や取り扱い方が変わっています。そういうところも配慮した政策になってほしいと思いました。また、農業も漁業も、働く方を外国人の方に頼っている状態です。そこでも、お互いにトラブルになったり、一生懸命指導していても、もともとの考え方が違ったりで、トラブルがとても多いです。ぜひ、外国人の方のいろんなトラブルの解決をしてほしいと思いました。
- (佐々木会長) ご意見ありがとうございます。いかがでしょうか。
- (センター) ありがとうございます。非常に貴重なご意見を頂戴したと思っております。米にいたっては、これから収穫できるものがあるはずですが、お店の米の棚が空になるなど、そういったことが実際に起こっていて、キャベツも、最近の値段にとっても驚いているところです。農作物に関しては、地元で収穫されたものが地元には必ず入るとは限らないところがありますが、消費者の声や政策として、地産地消の推進に関する経済部門との連携で情報共有をしていきたいと思っております。ありがとうございます。
- (佐々木会長) ありがとうございます。生産者の方の対応にも関係してくることだと思いますので、ぜひ、連携をよろしくお願いします。他にご意見、ご質問ありますでしょうか。
- (萱場委員) 課題4の2番目「外国人住民の増加に伴う行政情報の多言語化や相談窓口の周知」では、言葉の問題が大きいと思いますが、どのような対応をされる予定でしょうか。
- (センター) ありがとうございます。外国人の住民は増えているのですが、外国人の相談件数自体は、実はそれほど増えておらず、相談せずに終わっているものなのか、相談自体がないものかわからないところではあるのですが、センターとしましては、外国人の方が相談に見えたときにも対応ができるように、翻訳のポケトークや、そもそも窓口を知らない方のために、センター案内のパンフレットを多言語化したものに簡易な日本語やルビをふるなどして、英語、中国語、韓国語のほか、仙台在住の方が多いベトナムやネパールの方向けにも準備し、対応をしているところです。また、実際には日本語が分かるお友達と一緒に来ていただいたりしておりますが、観光国際協会の3者通話で通訳を入れ

て対応ができるようにしており、そのように言葉のハードルを下げられればと考えております。

(萱場委員) ありがとうございます。

(渡辺委員) 私も外国人の方については、増加の一途を辿っており、相談体制の強化は充実しなくてはいいだろうと感じました。それから、課題5で、「見守り等の配慮を要する消費者への対応」で、骨子案の7年度までの課題5は、「高齢者の見守り」と記載されています。次期計画では、「見守り等の配慮を要する消費者への対応」として課題5の四つ目に「孤立しない、つながる仕組みをつくる」と仙台市基本計画にも載っているというご説明でした。「見守り等の配慮を要する消費者」はいろんな方がいらっしゃると思いますが、事務局ではどのような範囲を視野に入れたお考えか聞かせていただきたいと思います。「孤立しない、つながる仕組みをつくる」という文章の背景には、例えば、地域共生社会の推進を視野に入れたことがあるのかということと、それから令和5年に、孤独・孤立対策推進本部が施行されまして、これに向けて仙台市も、全体として誰一人取り残さない、見守る必要がある方、潜在化している方たちをみんなで見守っていこうというような考えがあると思いますので、その点についてお聞きしたいです。また、2点ほど意見としてですが、骨子案で「デジタル化の推進」という記載があります。課題でも記載されていますが、今後、令和30年までまだまだ進んでいくだろうという中で、海外の事業者が介在する消費者問題が非常に多くなっていることで、海外の消費者トラブルも、複雑化している問題も視野に入れて、デジタル化が国内外で進んでいるということを明記したらよいのではと考えております。また、私個人の意見ですのでこれは骨子案の考え方に入れるかどうかですが、消費者が事業者へ問い合わせることが意識調査でも多いという結果がありましたが、確かにそうだと思います。そういう中で、社会的な問題になっているカスタマーハラスメントの問題は、社会の中でどうにかしていかなくてはいいけないという問題で、消費者教育としても、カスタマーハラスメント防止に向けた取り組みを視野に入れた計画について検討されてはと考えております。以上2点意見を申し上げました。

(佐々木会長) ありがとうございます。まず、取り組むべき課題5に関する質問とそれからご意見として、デジタル化に関する内容や、カスタマーハラスメントに関するご意見だったと思いますが、ご回答の方よろしく願います。

(センター) ありがとうございます。まず課題5の「見守り等の配慮を要する消費者」がどういった範囲の方たちかというところですが、今までは高齢者の見守りを主としているところですが、障害のある方も増えてきて、高齢者の単身もしくは高齢者のみで暮らしている世帯も増えてきています。そういった方々への見守りというのも必要だと認識をしており、今回、見守る対象を広げたというところですか。渡辺委員がおっしゃったように地域共生社会ですとか、「孤立しない、つながる仕組み

みをつくる」ところに関しまして、私たちがどこまでできるかというところではありますが、関係部署と連携をしながらやっていける部分があるか、探っていきたいと思っています。デジタル化の進展は、渡辺委員がおっしゃるとおり、取引をした相手が海外の事業者で、返金をしようにも言葉がわからないなど、そういった相談も増えてきているところです。実際に海外の事業者と一センターがやりとりをするのは現状困難で、国民生活センターにお繋ぎする状況になっていますが、ご意見については、計画に取り入れられるかどうか考えていきたいと思います。同じく、カスハラについても、昨今さまざまなところで問題視されており、今後どのような形で取り入れられるか、参考とさせていただきたいと思います。ありがとうございます。

(佐々木会長) ご回答ありがとうございました。現状のいろいろな状況があり、それに対応して、基本計画の大きな部分から細かい部分を今後改善していければと感じております。次に、議題4「学校における消費者教育について」事務局から本日のテーマとゲストスピーカーのご紹介をお願いいたします。

議題（４）学校における消費者教育について（消費者教育推進地域協議会）

(センター) それでは議題4のテーマとゲストスピーカーのお二人について、ご紹介をさせていただきます。はじめに、消費者教育推進地域協議会ですが、消費者教育を推進するための情報交換及び調整を目的としており、審議会がその役割を併せ持っております。今回は、次期基本計画策定にあたり、現計画でも重要な柱の一つ、消費者教育啓発の推進に関連するテーマとして、「学校における消費者教育」について情報提供をいただきます。ゲストスピーカーとしてお話しいただくのは、審議委員でもあります仙台市立若林小学校校長の見田佳代様、それから仙台市立七北田中学校校長の大内司朗様です。見田様は当審議会委員のほか、小学校教育研究会家庭科部会の部会長、大内様は中学校教育研究会技術・家庭科部会の部会長をされております。また、お二人とも当センターが教育機関と連携して、効果的に消費者教育を推進するために開催している消費者教育連絡会議にもご参加いただいております。学校における消費者教育を充実するための意見交換等を行っております。本日は小学校と中学校の学校現場における消費者教育の取り組み状況や課題などについてお話しいただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

(佐々木会長) ご紹介ありがとうございました。それでは、これからお二方から情報提供いただきまして、そのあと委員の皆様からご意見や、関連した情報提供などをいただきたいと思います。では、はじめに仙台市立若林小学校校長の見田様から情報提供をお願いいたします。

(見田委員) 皆様こんにちは。仙台市立若林小学校校長の見田と申します。ご紹介ありがとうございます。私からは小学校現場、大内司朗校長先生から中学校現場での実態についてお話をさせていただきます。まず、仙台

市の消費者教育についてご説明いたします。資料4の1ページ目をご覧ください。「学校における消費者教育について」というものです。こちらは、市内の全教員に配布されております「杜の都の学校教育」という冊子に示されている消費者教育の指針と指導の重点です。すべての小・中学校はこの「杜の都の学校教育」というものに基づいて、それぞれの学校で教育課程を編成し、教育にあたっております。目標につきましては、平成30年度から消費者教育の対象4領域が掲げられ、令和元年度から4領域の指導の充実を図り、社会的自立の力を育むとともに、公正で持続可能なより良い消費社会の発展に積極的に寄与することができる児童生徒を目指すとしております。以下、資料のとおりですのでご覧ください。では、消費者教育はいつ、どの教科で、どのように行われているのかについてご説明いたします。資料4最後の大きい4ページ目の資料をご覧ください。こちらは、学習指導要領解説の総則編の付録です。小学校では3年生、4年生、5年生の社会科で消費者教育の基礎を学びます。そして、5年生、6年生の家庭科で消費生活・環境について学びます。これらは、1年生から6年生までの全学年を通して、特別の教科である道徳とも関連するということで、3つの教科が一覧となっております。まず、社会科についてご説明いたします。左上の方ですが、3年生の社会科では、消費者の願い、販売の仕方、他地域や外国との関わりなどに着目して、販売に携わっている人の仕事の様子をとらえ、それらの仕事に見られる工夫を考え、表現すること、があります。例えば、地域のスーパーマーケットに見学に行って、バックヤードや売り場を見せていただき、外国から来た品物が多いなどの気づきがあります。そして、働く人たちにインタビューをすることをおして、お客様の願いを踏まえて、売り上げを高める努力をしていることを学び、わかったことを絵や文章でまとめて発表するという学習を行っております。4年生の社会科では、人々の健康や生活環境を支える事業について、処理の仕組みや再利用、県内外の人々の協力などに着目して、廃棄物の処理のための事業の様子をとらえ、その事業の果たす役割を考え表現すること、があります。例えば、飲料水を提供する事業や、ごみの処理と利用について、浄水場やごみ処理場を見学し、調べたことをまとめ、水を汚さないためやごみを減らすために、自分たちができることはどんなことかを考える学習を行っております。5年生の社会科では、農業や水産業における食料生産、工業における工業生産について、人々の工夫や努力を理解し、消費者や生産者の立場から科学的に考えて、これからの農業、そして工業の発展について、自分の考えをまとめて表現するという学習を行っています。その上で、我が国の産業と情報の関わりについて、大量の情報や情報通信技術の活用は、様々な産業を発展させ、国民生活を向上させているということを理解し、販売・運輸・観光・医療福祉などに関わる産業の中から選択して、産業と国民の立場から多角的に考えて、情報化の進展に伴う産業の発展や国民生活の向上について、自

分の考えをまとめて表現するという学習を行っております。次に、家庭科についてご説明します。家庭科は学習指導要領で、5年生と6年生の2学年にわたって学習する内容を示しております。評価の目標を達成するために、指導の順序を工夫して題材を構成し、2年間を見通して、効果的な学習指導ができるよう、学校ごとに年間指導計画を作成するようにしています。また、指導要領では、小学校と中学校の内容の系統性を図っております。この資料4の2枚目の2ページをご覧ください。こちらは、小学校の家庭科、中学校の技術家庭分野で育成を目指す資質・能力の系統表です。「C消費生活・環境」が小学校にも中学校も示されております。3ページをご覧ください。小学校においては、左下「C消費生活・環境」で、「物や金銭の使い方と買い物」、「環境に配慮した生活」という大きく二つの内容について学習しております。「物や金銭の使い方と買い物」の中の、買い物の仕組みや消費者の役割についての学習、つまり、売買契約の基礎が、平成29年度告示の学習指導要領から新たに加わった内容です。買い物の仕組みについては、主に現金による店頭での買い物を扱って、日常行っている買い物が売買契約であるということを理解できるようにします。例えば、コンビニでの買い物の場面を想定し、売買契約はどの場面で成立するのかということを考えます。「これをください。」「はい、かしこまりました。」と口で言った時点で成立することは、児童にはなかなかわからないものです。消費者の役割については、買う前に本当に必要かどうかよく考えること、買った後に十分に活用して、最後まで使い切ることを理解できるようにします。自分や家族の消費生活が、環境などに与える影響についても考えること、買い物で困ったことが起きた場合には、家族や先生など、大人に相談することです。ここで、保護者とともに、消費生活センターなどの相談機関を利用することにも触れるようにしております。高学年になれば、ゲーム課金についてもう知っている、あるいはやったことがあるという児童が出てくるものなので、例えば、授業の中で、児童の失敗談を聞くということもあります。残念ですが、とても盛り上がります。物や金銭の大切さ、計画的な使い方、身近な物の選び方、買い方、情報の収集整理などは、例えば、児童にとって身近な学用品であるノート、冷蔵庫にあるような牛乳やハムなどについて、目的に合った商品を選ぶためのポイントはどんなことなのかを考え、それぞれの意見を交流するという学習を行っております。必要な情報を収集整理して、適切に商品を選ぶ技能をここで身に付けていきます。仙台市の学校では仙台市消費生活センターのWEB教材「伊達学園」を開くと、学ぶべき内容がコンパクトにまとまっており、かつ児童が楽しく取り組むことができるので、家庭科について勉強している仙台市小学校教育研究会家庭科部会では、授業での活用の仕方についてみんなで学び合っております。環境に配慮した生活の学習は、これまでの衣食住の家庭科の学習と関連させて、学びやすいよう指導内容に幅を持たせてあります。例えば、資源やエネルギー

などを視点として、調理実習における材料や水、電気ガスなどの使い方振り返り、グループで話し合う学習もしております。エシカル消費という言葉も小学校の家庭科で学びます。さらに、このほかに、特別の教科の道徳があります。これら三つの社会科、家庭科、道徳、この教科等のそれぞれの目標がありながら、さらに全体として消費者教育の目標に迫っていくという視点は、とっても大切なことです。しかし、毎日学級で授業の指導にあたっている一人一人の教員全員が、意識できているかというと、まだ十分ではないと考えております。また小学校では5年生あるいは6年生が総合的な学習の時間の一部として、約15時間の時数で、仙台市子ども体験プラザでスチューデントシティという学習を行っております。各企業の皆様の協力をいただき、子どもが一日企業で働き、納税して買い物をするという体験を行います。働いてお金を得ること、得たお金を使うことをとおして、経済の仕組みを学びます。非常に貴重な体験で、児童の生き生きとした姿を見ることができ、活動後には、家族が働いていることはとても大変なことだと初めてわかったという感想が聞かれます。このように、各教科と総合的な学習の時間などの関連を図りながら、デジタル化の進展、消費者被害の低年齢化など、様々な課題に対応するため、消費者教育のなご一層の充実を図っていくことが各学校で求められていると考えております。私からは以上です。

(佐々木会長) 見田様、どうもありがとうございました。それでは続きまして、仙台市立七北田中学校校長、大内様お願いいたします。

(大内校長) 七北田中学校、大内と申します。日頃より、学校における消費者教育の推進に多大なるご協力をいただきまして、誠にありがとうございます。ただいまの見田校長先生のお話から、子どもたちの発達段階を考慮しながら、小・中連携が図られているということはお分かりいただけるかと思いますが、特に中学校における消費者教育の現状と課題について、大きく5点お話をさせていただきたいと思います。まず、1点目です。中学校における教科横断的な取り組みの内容です。消費者教育は、社会科や技術家庭科、そして道徳など、複数の教科等と連携しながら指導を行っております。例えば、社会科の公民の中では、3年生で学習する内容になりますが、法律や制度、人権を含めた権利に関する学習の中で、消費者教育を取り扱っているところです。また、技術家庭科の家庭分野におきましては、授業時数がかなり限られております。1年生と2年生が35時間、3年生は17.5時間という中で、学習指導要領に基づいて、消費者教育、消費生活・環境に関する内容を3分の1程度の時間を使って学習する計画になっております。家庭科では、知識を学ぶだけではなく、生活との繋がりの中で現状を理解し、自分の責任と権利を意識しながら、社会を生き抜く力を育むということを重視しております。また、道徳については、例えば、「本当に必要な買い物は何か」というテーマを設けながら、広告あるいは流行に流されずに、本当に必要なものを見極める力を養い、買い物の背景にあ

る環境、あるいは社会への影響を考え、賢い消費者としての判断力を育む活動をとおして、道徳的価値である節度節制、あるいは公德心などを学んでおります。2 点目としまして、中学校における消費者教育の課題について触れたいと思います。現代の消費者教育における大きな課題の一つが、スマートフォンやインターネットを介した通信販売、支払いなどのトラブルが挙げられるかと思っています。中学生なので自分で支払いをするということはなかなかないですが、親のクレジットカードを使用した取引に関する問題では、中学生ぐらいになると、ネットショッピングなど、通販サイトでスマホをタップすれば、自宅に届く仕組みを理解しておりますので、そういった生徒指導上の観点からも注目されているところです。また、成年年齢が 18 歳に引き下げられたことも、大きな影響を与えていると思っておりまして、18 歳になると、親の同意なしに契約を結ぶことができるようになりました。そのために、高校進学後や就職後に、消費者トラブルに巻き込まれるリスクが高まっていると言えるかと思っています。これまでの消費者教育は、消費者を保護するという視点が強くあったかと思いますが、現在では自己責任の意識を持ち、判断力を身につけることが強く求められていると感じております。そのため、技術科と連携しながら、情報モラルの視点を取り入れた指導をあわせて行っているところです。続いて 3 点目です。消費者教育のあり方と実践的な学習についてです。中学校では、実生活と結びつけた学びとして、ファイナンスパークを活用した学習を取り入れております。主に、3 年生を中心に実施されるプログラムですが、お金の大切さの理解や、家族の労働や教育費の負担の実感、そして社会制度の理解、将来の進路選択の意識づけ、このような学習活動を行っております。また、消費生活の消費者教育のあり方としては、実生活の関連を確実に身につけさせたり、あるいは意思決定力の育成を図る場面を取り入れたり、消費者の権利と責任の理解を促すような学習活動を設けたりしております。その中には、話題になっているエシカル消費の推進も、各学校で教員が工夫しながら、学習活動を展開しております。こういった体験活動をとおして、子どもたちが自ら生活における消費行動を考えて、適切な判断ができる力を養うことを目的としております。4 点目は、消費生活センターとの連携についてです。消費生活センターの皆様には、教材あるいはパンフレットの提供など、多方面でご支援をいただいております。中学校 1 年生から 3 年生まで活用できるわかりやすい内容で、多くの資料をいただいております。短い授業時間の中でも効果的な指導が可能というふうに考えております。しかしながら、学校現場では「〇〇教育」と呼ばれるような、多くの取り組みが非常に多く求められている中で、すべての教員が消費生活センターとの連携を十分に認識しているとは、なかなか言えない現状もあるようにも感じております。そのため、当研究会の方では、研修会や総会、話し合い活動を通じて、消費生活センターの活用が有効であるという情報を発信していきたいと思ひますし、

さらなる連携を図っていけるように取り組んでいきたいと考えております。最後、5点目ですが、今後の課題と展望についてです。まず成果という部分につきましては、消費者教育を、社会科や家庭科、道徳など、教科横断的な形で進めることで、知識だけではなく、生活に結びついた学びが促進されているということです。また、ファイナンスパークなどの体験活動などによって、生徒が実感を持って、お金や契約というものについて学べる機会が増えているということ、消費生活センターとの連携により、具体的な教材を活用した指導が可能となっていることが挙げられると思います。課題としましては、成年年齢の引き下げに伴って、契約に関する知識がより重要になっていますが、まだ十分浸透していないのではないかと思います。スマートフォンやインターネットを利用した契約トラブルに関する指導が、より求められており、そのための教員側の知識も、これまで以上に求められていることが感じられるということです。また、教員の消費者教育に対する意識の向上を、さらに図っていかなければと思いますし、多方面での関連機関との連携の強化が、これまで以上に必要ということが考えられております。これまでお話をいただいたように、消費者教育は、単なる知識の習得ではなく、子どもたちが社会に出て、自立した消費者として適切な判断を下せる力を養うために不可欠な学習であるというふうに感じております。私も学校の管理職として、消費者教育の推進を意識して、教育活動に生かしていくということが重要であると感じております。今後も皆様方のご指導、ご協力を賜りながら、消費者教育の充実に努めてまいりたいと思います。どうぞご指導よろしくお願いいたします。以上です。

(佐々木会長) ありがとうございます。それでは、ただいまの情報提供を受けて、意見交換を行いたいと思います。ご質問やご感想、情報提供など、どのような観点からでも結構ですので、委員の皆様からご意見等をお願いしたいと思います。本日ご発言の無い方でご意見等ありましたら、ぜひお願いいたします。意見をいただいた後に、質疑をさせていただきたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

(岩 渕 委 員) 学校での消費に関する教育について聞かせていただきまして、かなりきめ細やかに教育をなされていると実感しました。私も小学生、中学生の子どもがおりますが、学校でこういった教育を受けていくカリキュラムも知ることができて勉強になりました。私の地域に関して言えば、かなり住宅街が過疎化していて商店が無い、でも買い物をする場所が無いといったところで、私の子どもの頃と比べて、自分でお金を使う経験が無いというところがあります。親と一緒に買い物に行く機会の方が圧倒的に多く、インターネットでのトラブル等も聞かれていますし、親として自分たちも消費に関する教育をしていかななくてはならないということを感じました。ありがとうございます。

(佐々木会長) ありがとうございます。他にありますか。

(山田委員) 弁護士の山田と申します。ご説明ありがとうございました。岩渕委員からもありましたとおり、きめ細やかにいろいろな教科で教育がなされていることを知ることができ、大変勉強になりました。私自身、特に若者の消費者被害の事件などを担当すると、消費者教育の重要性というのをとても感じる事が多く、「なぜ」という思いを日々しているものですから、一方的に授業で聞くよりも、学校での実践的な教育、実社会で生きていく中での学びが、とても重要ではないかと思っております。子どもたちと話していると、いろんな授業の話をするのですが、先生がこういう被害に遭ったよ、というような話が一番印象に残るようで、実体験でこういう被害があるというのは印象に残るのかなと思っています。難しいと思うことは、親と一緒に買い物に行っても、お財布からお金を出すことがなく、携帯でピッとやって物が来るところで、売買契約を理解するのがとても難しい時代になってしまったことです。自分で稼いだお金を払うという実感が無い中で、自分のお給料もネットバンキングで入ってきて、それを携帯で使うというような中で、どういった消費者教育をしていくのかということについては、より難しいと思っています。気になったのは、自己責任をあまり強調しすぎると、消費者被害が見過ごされてしまうので、「自分も悪かった」となるのではなく、社会全体として問題がある部分をなくしていく方向も重要だと思います。自己責任な部分や、きちんと理解して契約しなければならないという部分はもちろんありますが、被害が発生している状況を踏まえて教育をしていく必要があると、個人的には思いました。

(佐々木会長) ありがとうございました。その他、ご意見やご質問などありますでしょうか。

(佐々木(菊)委員) 私も子どもが中学生ですが、小学校から学校教育を見ながら消費生活センターの相談員をしていると、インターネットのトラブルとゲーム課金の相談がとても多いのですが、学校で一生懸命やっていただき、幸い子どもがそういったトラブルにはならず済んでおります。私が何か言うに「知っているよ」という感じです。ただ、消費者教育の中に「金銭教育」は入っていると思いますが、「金銭教育」の先にある「家計管理」を置いて、「投資」に向かっていくのが、潮流としてあるのはとても心配で、「資産形成」や「投資」は、しっかり家計を管理して、収入の中でお金を支出していくことができ初めて出てくるものだと考えています。お金の使い方や買い物などがありますが、高校になってくると「資産形成」なども出てきて、小学校でも出てくるのかとても気になっているところです。「家計管理」があって、物や金銭の使い方や買い物があってからの「資産形成」や「投資」となるかと思っています。どのように消費者教育に反映するか、先生方も習っていないことなので、難しいところはありますが気になっているところです。新しい取り組みで難しいと思いますが、子どもたちの教育と併せて、

教員の知識や教員側の意識向上のために、教員の教育についてもどのようにやっていくかという部分が合った方がいいと思います。

(佐々木会長) 今、三名の委員の方から、ご感想やご意見、ご質問等いただきましたが、見田委員と大内先生のどちらからでも構いませんので、今のご意見を受けて、ご回答いただければと思います。

(見田委員) 小学校の教科書で生活を支える物やお金についてどのように教えているかという、生活で使うお金は、主に家族が働くことで得られる収入がもとになっていて、「限りあるもの」です、ということが最初にあります。消費生活センターのWEB教材では、それがうまく視覚的になっていて、子ども遊びのシーソーで収入と支出を表しています。支出が多いと、ドーンとなってグジャグジャっとなってしまいう様子が出てきます。限りある収入と支出のバランスを考えて、家族全員が安心して快適に生活できるよう、計画を立てて支出をしていくということを最初に学ぶところが、買い物や買い方、物の使い方について学んでいく入口となっています。

(大内校長) ご意見ありがとうございました。中学校も小学校と大きく変わるころはないのですが、消費行動についての責任は、小学校よりも中学校の方が重く、指導内容としては力を入れているところと考えております。子どもたちが将来困らないように、自立した消費者になるようにというところに念頭を置いておりますので、実践的、体験的な学習活動を通じて、子どもたち一人一人が学んでほしいと願っております。仙台市でやっているファイナンスパークという取り組みの中では、一人一人が年齢も職業も収入も家族構成もバラバラな架空の大人として割り当てられた状態でスタートするのですが、その中に必ず、おじいちゃんおばあちゃんから株をもらい何年後かに増えた、という設定が入っており、自分の資産として収入の計算をするという項目があります。そこで、すごく増えたパターンもあれば、あまり増えなかったパターンもある中で、子どもたちのつぶやきとしては、「俺は少ないのになんでお前がこんなに増えているの。株よこせ。」というような会話がでておりました。ただ、子どもたちが株や投資について、知識があるのかどうか測れているものではないのですが、将来的にはそういった視点も当然大事になってくる時代もくるだろうと考えております。そのためにも、委員の皆様からお話いただいたように、これまでよりも教員側、指導者側の知識がもっと高いレベルで求められるということ、まだまだ勉強しなければいけないことを、お話を伺いながら感じた次第です。

(佐々木会長) ご回答ありがとうございました。ぜひこれは聞きたい、言っておきたいなどありますでしょうか。

(萱場委員) 消費者教育は、守るほうのものが多いたと思いますが、中学校の高学年であれば、中卒で働く子もいらっしゃるの、闇バイトのような道に進んではいけないというのをに入れていただけるといいかなと思いました。

(大内校長) 学校では、スマホ安全教室のような、子どもたちにスマートフォンの使い方についてお話をする機会を設けております。ほとんどの場合、外部の講師の方を呼んでいますが、本校では泉警察署の生活安全課の方に来ていただき、お話をさせていただいています。その中で、スマートフォンの使い方の一部として、画面上には出さなかったのですが、警察署の方の話の中で、いろんな誘いがあることや闇バイトとか聞いたことあるよね、という話題は出しております。子どもたちも、ニュースなどを見ていて耳にする言葉ですし、知識が無いわけではないので、自分たちがその加害者にならないようにということは、若いうちから啓発していきたいと考えております。これからもそういった取り組みは続けてまいりたいと思います。ありがとうございます。

(佐々木会長) ありがとうございました。消費者というだけではなくて、むしろ働く側としての考え方というのもとても大事だと、あらためてこれまでのご質問やご意見をうかがって思った次第です。今回、皆様からの意見を小・中学校でまた活用していただければと思います。あらためて見田様と大内様には情報提供ありがとうございました。ただいまの情報交換の中で、市として取り組んでいただけるものについては、検討いただいて、今後の消費者行政に繋げていただければと思います。ありがとうございました。その他、無いようでしたら以上で議事を終了いたします。それでは、進行を事務局にお返しいたします。