

平成 27 年度第 1 回島根県消費生活審議会

平成 27 年 6 月 3 日

島根県市町村振興センター大会議室

〈石井〉

ただいまから平成 27 年度第 1 回島根県消費生活審議会を開会します。私は環境生活総務課の石井です。よろしくお願いします。

それでは最初に新しい委員の紹介をします。張委員と亀井委員が離任され、新しく片山委員と玉樹委員を委嘱しましたので紹介します。最初に片山委員です。

〈片山〉

県の中学校長会の代表できました、本庄中学校の片山です。よろしくお願いします。

〈石井〉

続いて玉樹委員お願いします。

〈玉樹〉

島根大学法務研究科法科大学院の玉樹です。ずいぶん長く朝田先生がこの委員を務められ、張先生に代わりました。張さんが急に転出となって、その後私がすることになりました。よろしくお願いします。

〈石井〉

ありがとうございました。なお、他の委員の皆様の紹介は出席者名簿をもって省略します。

次に本日は委員 16 名のうち 15 名が出席です。島根県消費生活条例施行規則第 20 条 3 項で審議会の定足数を委員の半数としていますので、本日の審議会は成立していることを報告します。

それでは開会にあたり、新田環境生活部長があいさつをします。

〈新田〉

環境生活部長を務めている新田です。どうかよろしくお願いします。

委員の皆様方には大変お忙しい中ご出席いただきありがとうございます。また、平素から本県の消費者行政について格別のご理解とご協力をいただき、厚くお礼申し上げます。

環境生活部が所管している業務の多くは、県民生活に直結するものです。特に消費者行政は県民の消費者生活のあらゆる場面に関係するもので、非常に重要な分野です。委員の皆様方の指導をいただきながら、消費者行政の推進について今後ともしっかりと取り組んで

いく考えですので、どうかよろしく申し上げます。

さて、国内における消費者を取り巻く環境をみると、高齢化の進行とか高度情報化社会の進展、経済のグローバル化などいろいろな変化にともなって、消費生活のトラブルもますます複雑化、多様化してきています。消費者施策はこのような変化の中で生じてくる課題に積極的に対応して、多様な消費者にとって安心・安全で豊かな消費生活が行える基盤を強化していくことが強く求められているものと考えています。そうした中で消費者自身の自立の支援に加え、消費者が公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画していく取り組みも重要になってきているものと考えています。県としては、これまで平成 24 年 3 月に策定した第 3 期の消費者基本計画に基づいて、消費者施策の充実・強化に取り組んできたところですが、本日知事から消費者基本計画の策定について諮問をし、委員の皆様それぞれのご専門の立場からのご意見・ご指導をたまわりながら第 4 期の基本計画を策定し、さらに消費者が安心して生活できる島根づくりを目指していきたいと考えています。

本日は第 3 期の消費者基本計画に関する評価とか、昨年度消費者センターに寄せられた相談の概要、あるいは第 4 期消費者基本計画に関する私どもの考え方の骨子についてご説明させていただきます。委員の皆様方にはご意見、ご指導いただくようお願いして、冒頭のあいさつとさせていただきます。どうぞよろしく申し上げます。

〈石井〉

議事に入る前に、部長からもお話したように知事から消費者基本計画策定について当審議会に諮問させていただきます。本日は知事所用のため、代わって新田部長から諮問書を渡します。多々納会長、新田部長、議長席前に移動をお願いします。

〈新田〉

それでは、諮問します。島根県消費生活審議会会長多々納道子様。島根県知事溝口善兵衛。島根県消費者基本計画の策定について。島根県消費生活条例第 34 条の規定に基づき、県根県消費者基本計画の策定について、貴審議会の意見を求めます。

諮問理由。島根県では、消費生活条例第 8 条に基づき、平成 17 年以降、3 期 11 年間にわたり消費者基本計画を策定し、県の消費者施策を推進してまいりました。

しかしながら、消費者トラブルは、少子高齢化の進行や高度情報化社会の進展により、ますます複雑・多様化してきております。

また、消費者教育推進法などの新たな消費者行政関係法令が施行されたことにより、更なる消費者施策の拡充が求められています。

このような状況から、引き続き、第 4 期の消費者基本計画を策定し、消費者施策を総合的かつ計画的に推進する必要があります。

つきましては、島根県消費者基本計画の策定について貴審議会の意見を求めます。

よろしく申し上げます。

〈石井〉

ありがとうございました。それではこれからの議事は多々納会長を議長として進めます。多々納会長どうぞよろしくをお願いします。

〈会長〉

改めまして、委員の皆様方こんにちは。会長の多々納です。ただ今、溝口知事から当審議会に第4期の島根県消費者基本計画策定についての諮問書を、このように頂戴しました。当審議会のメンバーでは昨年度から新しい計画をつくるということで準備を少しずつ進めてきましたが、本年度でということですので、この委員会の皆様方一丸となってよりよいものをつくっていきたいと思いますので、どうかよろしくをお願いします。

お手元の次第にしたがって議事を進行します。

まず、議事の1番目です。島根県消費者基本計画の改訂についてということで、事務局からご説明をお願いします。

〈河原〉

消費とくらしの安全室長の河原です。引き続きよろしくをお願いします。

本日の議題は先ほど諮問した第4期の消費者基本計画の改訂ということで、ご審議をお願いしたいと考えています。具体的には次第に書いてある項目について資料を使って説明をしますけれども、説明に入る前に私の方から少し総括的なことを説明しますのでよろしくをお願いします。

まず、昨年のところでのこの審議会を3回ほど開いていまして、その状況を簡単に説明します。昨年9月3日に第1回目ということで計画の位置付け。特に次期計画の位置付けとしては、平成24年に国で法律が施行になった消費者教育推進法という法律の中で各地方公共団体において消費者教育を総合的・一体的に推進するということを目的として、消費者教育を進めるうえでの考え方をまとめた基本計画をつくることになっています。この基本計画の位置付けとして、第4期の消費者基本計画を位置付けているということ、それからこの計画の策定にあたってはいろいろな方からの意見を聞くということから、消費者教育の推進地域協議会を設置するということが掲げてあります。本県においては、この審議会をもって協議会の位置付けにするとしたところです。併せてそのときに消費者行政を取り巻く状況、県民意識調査の実施について説明をしたところです。そこで、出前講座は啓発効果が高いということ、一人暮らしの高齢者への情報発信が必要であるということ、それから県民意識調査の結果を施策に反映してほしいといったご意見をいただきました。こういったことも踏まえて、この4月から県消費者センターにおいては相談員を1名増員して出前講座の拡充に取り組んでいるところです。

第2回目は10月16日に開催しました。このときには県民意識調査の内容、具体的には質問項目について説明をし、そのときに皆様からいただいた意見としては、より分かり易

い表現にすること、それから質問項目の数も多かったので重複を避けるという意味で、数、内容を整理するようという意見をいただいたところです。

それから第3回目の審議会を今年の3月19日に行い、先に行った県民意識調査の結果の報告をしました。その結果を踏まえ、消費者教育については若い層には学んだ人が多い。こうした人たちが成人した後に、研修機会を提供することが今後大切だというご意見をいただきました。これは20代の4割以上の方が比較的消費者教育を学んだことがあるということでしたが、30代以降は数字がガクンと落ちるという状況がありました。こういったことからこういう意見が出ました。また、消費者センターなどの窓口の敷居が高いというような意見。また多様な相談に適切・迅速に対応するためには専門機関とのより一層の連携が必要であるというご意見もいただきました。こうしたことを踏まえていくつか課題を整理しましたが、それに加えてこれからお話しする第3期の計画の3年間の実施状況、その評価、それから近年の消費生活相談の状況も参考にしながら、本日ご説明する第4期の次期計画の骨子案を策定しました。

本日は骨子として構成と項目についてご説明させていただきます。なお、具体的な内容については計画素案のなかで説明いたします。どうぞご審議のほどよろしく申し上げます。

〈会長〉

ありがとうございました。続いて島根県消費者基本計画第3期の評価ということでご説明ください。

〈出宮〉

島根県消費とくらしの安全室の出宮といいます。よろしく申し上げます。それでは私の方からは第3期の島根県消費者基本計画の評価について説明をします。

それでは資料1をご覧ください。まずこの資料ですが現行の第3期の基本計画は県民の消費生活の安定を確保するために、一つの全体指標と13の個別指標いわゆる数値目標を定めています。この14の数値目標を平成26年度までの実績をもとにこの度評価を行い、主なものをA4の資料1の1枚目にまとめています。2枚目のA3の横長の資料ですが、その14個の数値目標の一覧表となっています。例えば一番上の1の全体指標ですと、一番左側が成果指標名となっていて、クーリングオフ制度の認知度についての成果指標です。右側の黄色で塗っている数字がありますが、上段が実績の数字、下段が右側の水色の目標値に対しての達成数を示しています。一番右側に該当評価項目というのがあります。1枚目の評価のまとめも各項目のかつこの中に番号を打ってあると思いますが、この項目から評価したのとなっています。

それでは、この1枚目のA4の資料の方で評価を説明します。まずは1枚目の1の第3期基本計画の評価です。この計画は27年度までということなので、26年度までの評価について書いています。

(1) の全体指標、クーリングオフ制度認知度に関する評価です。①の消費者の自立を図る一つの指標であるクーリングオフ制度の認知度については、テレビ・ラジオの放送や出前講座等によって様々な広報を努めてきました。一定の水準は維持していますが、目標値の85%はまだ達していない状況です「よく知っている」と、「ある程度知っている」の合計でこの認知度を出しています。ちなみに平成26年度は、よく知っているが21.3%、ある程度知っているが56.2%で、計79.3%の方がクーリングオフを知っているという数字です。そのほか見聞きしたことがあるがよく知らないというのが16.4%、見聞きしたことがないという方が2%、無回答が2.4%です。

続いて(2)の個別指標「消費者の自立を伝えるための施策」に関する評価です。ここでは消費生活相談窓口の充実とか悪質事業者への取り締まり等の法執行など、いわゆる行政自身の役割の遂行についての評価を(2)でまとめています。その中で大きく三つまとめています。①の県内の消費生活相談体制の充実、②の特定商取引法や景品表示法等の法執行に対する評価、③が消費生活に関する広報啓発活動についての評価と、大きく三つにまとめて評価をしました。①の県内の消費生活相談窓口の充実ですが、点の1番目は県の消費者センターの体制について書いてあります。県の消費者センターの体制は相談員の研修等、派遣とか資質の向上が図られていて、消費生活相談の斡旋解決率の達成率は90%を維持しています。この斡旋というのは、相談者と事業者の間に当センターの相談員が入って交渉を行って解決した率を斡旋解決率と言います。斡旋解決率は84%ということで、達成率で見るとおおむね90%を越えている状況です。点の2つ目からが市町村の相談窓口体制について書いています。市町村の相談窓口については有資格相談員の配置とか研修会への派遣等により対応能力の向上が図れるなど充実してきています。ここからが評価の目標となりますが、しかしながら、消費生活センターの数については、センター化の要件の1つである全国消費生活情報ネットワークシステムというシステムは全8市に配備されていますが、センターの増加にはいたっていません。この全国消費生活情報ネットワークシステムというのは、全国の消費生活相談センターとネットワークで結んで、センターに寄せられる全国の情報を共有できるシステムで、解決方法とか悪質事業者を見つけ出すのに役に立っているシステムです。こちらは島根県では全市に配備されていますが、センターになっている市は6市にとどまっている状況です。

続いて②の特定商取引法や景品表示法等の法執行です。こちらは平成23年度から不当取引の監視を行う専任の職員、警察官のOBの方を1名雇い入れたところです。特に行政処分が島根県は増加しています。今後とも引き続き違法事実の探知と事業所の相談会を開いて行政指導・処分についてより適正に行う所存です。

最後の③ですが、消費生活に関する広報啓発活動です。消費者被害注意情報の発出回数は、平成25年度はカネボウの化粧品の白斑事案とか、高齢者に対する健康食品の送り付け商法というのが多発していて、この消費者被害注意情報というのが15回発出されています。こちらの数値目標は15回ですので平成25年度は目標値に達しているということです。平

成 26 年度に関しては 9 回にとどまっています。

続いて (3)、個別指標「消費者の自立を促進するための施策」に関する評価です。こちらの項目は消費者教育とか消費者団体の支援とか民間の役割に対する支援についての評価についてまとめています。①が消費者教育、②が消費者団体等の活動支援についての評価をまとめています。①の消費者教育については一つ目が消費者教育に関する教材の開発、授業方向の研究を、学校の先生で組織される県内の研究会に委託をしている「消費者教育の実践研究」という事業があります。こちらは積極的に働きかけを行っていますが、受託件数の目標値が 5 団体に対し、例年 2 団体にとどまっている状況です。二つ目に消費者問題の出前講座の年間参加人数について書いています。出前講座の参加人数について、平成 25 年度は目標値を上回っています。目標値が延べ 6,700 人ですが平成 25 年度は 6,751 人です。ただ平成 26 年度については 5,455 人となっています。実は出前講座を行った回数は平成 25 年度とほとんど変わりはないのですが、高校などの大人数で実施する大きな出前講座などが減り、今回比較的小規模で地域に根ざした出前講座を多く行った関係で、1 回あたりの参加人数が少なかったため、年間延べ参加人数は減少しています。

続いて②の消費者団体等の活動支援です。こちらは地域で活動される消費者団体の支援についての評価で、一つ目が地域の消費者リーダー等の育成のために消費者リーダー育成講座とか専門相談員の資格取得を養成する講座も開講したところですが。これまでに延べ 402 名の方が修了しています。こちらの目標値が、延べ人数ですが今年度中に 460 名の方が修了するのが目標となっています。出前講座の講師登録とか有資格相談員の養成をするなど人材育成が図られているところですが。二つ目ですが消費者活動推進事業というのがあります。こちらは消費者団体に対して消費者活動に関する県との協働事業ということで、委託事業になっています。こちらが平成 26 年度は 13 件、25 年度が 10 件ということで協働事業に関しては増加傾向です。

最後にこの評価に基づいて第 3 期の課題を 2 の方で上げています。○の一つ目です。こちらが情報提供、消費者教育に関する課題が上げられるのかなと考えており、消費者被害を未然に防止するためにはクーリングオフ制度の周知をはじめ、自立した消費者の育成をすることが重要だと考えます。より効果的な消費者教育や啓発を推進していく必要があると考えています。

もう一つの○ですが、こちらが相談窓口の充実についての課題です。消費者被害を迅速・適切に救済するためには、住民に最も身近な市町村の相談窓口体制を一層充実させることが重要だと考えています。県の消費者センターとか市町村の相談窓口の周知とか、専門相談員の配置、担当職員のレベルアップなどに引き続き取り組む必要があると考えています。以上この 2 点がこの評価から挙げられる課題だと考えます。

以上駆け足で説明しましたが、島根県消費者基本計画の第 3 期の評価について事務局からの説明は終わります。

〈会長〉

ありがとうございました。評価からの課題も示していただきました。この審議会の審議を効率的に進めるために本日使う資料を事前に送ってもらって、質問があるかどうかということも尋ねていますが、いかがですか。

〈河原〉

委員から質問が出ています。先ほど資料 1、A3 の資料の 4 番目に、関係機関間の役割分担と相互支援というのがあります。この 1 番右の方を見てもらうと、H26 の状況ということで記載している生活困窮者自立支援法のことについて、この法律の目的と、具体的にどのような連携が実施されたのかという質問でした。

この法律は平成 25 年の 12 月に成立し、施行されたのは今年の 4 月からです。例えば職を無くしたとか病気などによって生活が非常に苦しくなった生活困窮者に対して、生活保護受給にいたる前のところでそういった状況にならないよう自立のための支援を行うということのできた法律です。具体的には各市町村で社協とか福祉事務所の福祉課に相談の窓口がすでに設置されていて、私ども消費者行政の相談にもこういった方から相談が来るケースもあります。ですから、役場の中でこれに該当する方がもしあれば、速やかに福祉の方に話をつなぐという体制が既にできているようです。私ども消費者センターも同様に、例えば多重債務とか借金問題で相談があるので、そういったことがあれば市町村の窓口を紹介するという体制もできています。こういった連携を今後させていくということになると思います。

〈会長〉

ありがとうございます。いかがですか。

〈委員〉

具体的に行政機関同士などが連携を図ることができたという事例を教えてください。

〈河原〉

この法律に基づく連携ですか。

〈委員〉

ここに書いてある新たな連携を図ることができたと。

〈河原〉

ここに書いてある連携というのは、この法律の施行が 4 月 1 日と言いましたが、そういった体制をつくるうえで、福祉部と我が部と、去年の段階でどういったかたちで進めいく

かという話も行ったところです。その中で消費者センターに寄せられた場合、どういった対応をするかというシステム的なことを今年のところでつくっていて、それと同時に県の福祉部から各市町村の方にも同様なことを言っています。その中で市町村の消費者相談窓口と私どもの消費者行政に携わる者が、そういったことでやっていきたいと思いますというような話になっているのでそういった意味で連携がなっているところでは説明しています。

〈会長〉

そのシステムが今作られて、そういった相談の事例というのはありましたか。

〈河原〉

具体的にそういったものはまだ出ていないと思います。

〈委員〉

私が知る限りでは、先ほど室長が言われたように多重債務の問題などで消費者相談室を訪れる方が都市部ではかなり多いと聞いています。地方都市ではそんなに多くないかもしれませんが、弁護士会の先生方といろいろ連携を図られていると思いますけれども、そういう事例が今後増える気がしていますので、いろいろな連携事例を増やしていくことでノウハウが付くのではないかと気がしています。

〈会長〉

ありがとうございます。どうでしょうか。もしほかにご質問があればお尋ねください。この件に関してはよいですか。事前に質問もいただいていたので今答えてもらいましたが、もしもそのほかあったら。なければ次に進めていきます。よろしいですか。

では2番目になりますが平成26年度消費生活相談の概要について事務局からお願いします。

〈飯塚〉

この4月から担当になった飯塚です。よろしく申し上げます。資料2の方で説明します。

まず説明する前に一つお詫びをします。事前に配っている資料3の4ページ目に間違いがあり、本日お手元にあるものと差し替えをお願いします。

消費者相談においては、センターや電話や来訪される相談者と、相談内容に関わる契約当事者、実際に契約トラブル等を受けている方が異なる場合があります。具体的にはご家族の方とか知り合いの方が相談をされる場合だと思いますが、そういう関係で統計項目としては相談者と契約当事者それぞれの居住地、どちらにお住まいかを入力できるようになっています。本来相談者がどちらにお住まいか、居住市町村がどこであるかの相談件数としているので、相談者を基準とした統計項目により集計するべきだったところを、過っ

て契約当事者で集計したものを最初配ってしまいました。大変申し訳ありませんでした。そういうことで差し替えをお願いしたいと思います。

それでは、資料 2 の 1 ページ目に戻って、相談件数の推移です。これには県の相談件数と市町村の相談件数を合わせたものを上げています。県の相談件数については、松江の市町村振興センターにあるセンターと益田の合庁にある石見地区相談室で受け付けて、先ほど説明した全国消費生活情報ネットワークシステム、通称 PIO-NET といいますが、これに登録したものの合計として受け付けた相談件数を上げています。青の数字です。それと市町村については PIO-NET があるところとないところがあるので、毎年 4 月の初めに調査照会をして、それぞれの市町村で受け付けた相談件数の数字を上げています。それが緑のところです。ということで少しデータの基になったものが違うということだけ了解いただきたいと思います。

青の数字を見ると島根県の消費者センターの相談件数が昨年度 3,535 件で、高齢者の健康食品の売り付け商法が大変増加しました。前年度に対して 343 件、比率でいうと 8.8%減少した状況です。次のページに苦情相談の内容として多かったものをあげています。下の表を見ると、健康食品が 26 年度は 5 位に落ちています、その前年度は 2 位という状況でした。このように大幅に健康食品関係が減少しています。と申しましても健康食品についての苦情相談は依然としてこのベスト 5 に入るということで、決して少ないわけではないです。昨年までが大変多かったのですが、今後も注意は必要だという状況です。

一方市町村の相談件数ですが、前年度に比べて 98 件、5.1%の増加という状況です。県市町村合わせたら相談件数における市町村での受付割合は 36%になっていて、市町村で直接受け付けられる割合が増加傾向にある状況が読み取れます。

下のグラフは県の消費者センターで受け付けた相談のみの状況を示しています。まず 2 で、契約当事者年代別の相談件数です。先ほど言ったように健康食品売り付け商法による相談件数は減少しました。したがって 60 代以上では、ここでは橙色と薄い青色を足した数字になりますが、1,359 件、38.4%ということで、前年度に比べて 300 件、4.4 ポイント減少しました。ただ前年度が特別だったということで、それを別にすれば 60 代以上の割合は年々増加傾向にいう状況はまだ残っていて、高齢者が依然として悪質商法のターゲットになっていると考える状況にあると思っています。なおそれ以外には前年度と比較すると全体の相談件数は減少していますが、40 代で 65 件、50 代で 37 件と、この世代でも増加が見られる状況があります。めくっていただいて、苦情相談の内容です。上のグラフは上位 20 位まで、下の表は上位 10 位までで前年度と比較している表です。もっとも多い相談はいわゆるインターネットによるアダルト情報サイトとか有料交換サイトの利用料にかかる不当請求、あるいは架空請求等を中心としたデジタルコンテンツにかかるものです。659 件、割合にすると約 20%、前年度が 647 件、17.9%でしたので、昨年比べてのデジタルコンテンツの数、割合は増加している、平成 20 年度からずっと相談割合としては 1 位という状況が続いているところです。

次の 3 ページは年代別の苦情の多いものをあげていますが、このデジタルコンテンツについては 20 歳未満の相談では大半という状況で、また 20 代から 60 代まで年代差はなくて 4 分の 1 以上を占めている。また 70 代以上のところでもデジタルコンテンツが 6 位まで上がってきている状況です。特に最近パソコンやスマートフォンでインターネットを見ている際、いきなり登録されたという表示になって多額の代金を請求されるいわゆるワンクリック請求詐欺と思われるものが半分以上を占めている状況です。

また 2 ページを見てもらうと、2 位の商品一般が前年度に比べてかなり増加してきています。この中にはいわゆる不審な電話やはがきによる架空請求、特に最近漏洩した個人情報情報を削除するといった勧誘を図るようなものが増えてきている状況です。3 位に入っているインターネット通信サービス、これもかなり数が増加していますが、最近だと大手の通信事業者の名をかたって料金が安くなるということで、光回線とかプロバイダーの変更を勧誘する、あるいは遠隔操作によることに対する不安といったかたちでの相談が増加してきている状況です。健康食品の送り付け商法による相談は大変減少しましたが、悪質商法とか特殊詐欺という手口が最近益々巧妙化複雑化しています。また、インターネットやスマホは大変便利なものですが、年代を問わず身近になってきている中で消費者トラブルを未然に防ぐために消費者への啓発と相談窓口の周知等が一層重要になってきているのではないかと考えています。

差し替えた最後のページの市町村別を見ると、やはり市部の方が多いというのを見ていただけたと思います。総数を人口 1,000 人あたりの相談件数で見ると平均 5 件前後、特に松江は平均より多い状況が見て取られると思います。

〈会長〉

ありがとうございました。これに関しては事前の質問はありませんか。

〈河原〉

これについてはありません。

〈会長〉

もしあったら、この場でお願いします。いかがですか。

よろしいですか、少し聞かせてください。資料 2 の 1 ページ目の相談件数の推移で、相談が減っているのはよいことだと思います。相談先がないというのが一番困ると思うのです。県と町村の 2 枚看板で相談窓口ができていますので。市町村の相談件数が増えていると説明いただいたのですが、基本計画の評価でまだ二つ目標に入っていないところがありますよね。それとの関わりで、まだ消費生活センターがない市ではどういう相談状況でしょうか。するところがないから県の方で間に合っているのか、あるいは相談したくても相談できないのか。いつぞやこの審議会で、あまり身近だと恥ずかしくて相談できないとい

う声もあったのですが、やはり今の説明だと身近なところと県と両方相談体制が充実しているといいのかなと思ったのですが。まだ目標に達していないというところがあります。そのあたり事務局としてどのようにお考えですか。

〈河原〉

市町村の状況については前回も言いましたが、全市町村に窓口ができていて、そのうちセンターが6つあります。なおかつ専門の相談員は8市とも配置しています。ただ町村は専門の相談員はいません。その8市のうち、国民生活センターが用意した資格をもっている相談員がいるのが6市です。これまでの各市町村の相談件数でみていくと、専門の資格をもった相談員さんが配置された市においては、前年と比べると相談される件数は割と増加している傾向があります。なぜかという、そういった相談をすると適切に相談が対応されるということから、地元の方からの相談の数が増えてきているということではないかと。数的にそういうことが表れています。まだこの数が少ないので、そこを広げて数を増やしていかなくてはいけないということです。一方まだ専門の資格をもつ相談員を配置しているところは6つしかありませんから、特に町村においては行政職員がやりますから、今現在は県で受けて相談に対応していますし、そういった体制ができるまでは、県の消費者センターにおいても人材の充実を図っていく必要があるということで、当分はこういうかたちでやっていく必要があるのではないかとということです。

〈会長〉

ありがとうございました。今お話を伺うと、資格をもった相談員を配置するというのは非常に大切なことですね。相談しても的確に答えてもらえる、相談に乗ってもらえるということは自ずと相談が多くなるという。また次の基本計画の課題が一つ見えてきたかなと感じました。ありがとうございました。

そのほか何かあったらお願いします。

〈委員〉

意見にあたるものもあるかもしれませんが申し上げます。

今、報告いただいて毎年センターの方は実感しておられると思うのですが、やはりデジタルコンテンツに関する被害が非常に多いと思います。デジタルコンテンツによる消費者被害の特性に特化した方法や周知活動を、審議委員としてその必要性について指摘させていただきたいと思います。私が業務としてこういったことにも関わる中で、デジタルコンテンツには注意しなければいけない点が二つあると思っています。

一つは性質上、外に相談しづらいことを根拠にフェイストゥフェイスなどを仕掛けていくという側面です。ここにもあるようにインターネットによるアダルト情報サイトまたは有料メール交換サイトについてです。周りの人に相談しづらく抱えてしまう、逆に言えば

そこを狙ってくるという面があります。特に最近スマートフォンの普及にともなって、自分だけが見られるメールで、重要なこと、いろいろな連絡が周りからきてしまうということで、ますます自分で抱えてしまうことが出てきていると思います。

もう一つは、これも仕事をしながら実感しているところですが、デジタルコンテンツにまつわる架空請求が多重債務の問題につながっていくということです。先ほど竹内委員からの指摘もありましたけれども、特にデジタルコンテンツはそこが大きいと思います。例えば架空請求の直後に被害者を相手に貸付の案内をすとか、さらにまた別の業者が連絡を取ってきて、これだけのお金を払えば私が代わりにこのお金を回収してあげますよという誘いをやるとか。その過程でどんどん多重債務に陥ってしまうという相談の方がおられます。このように外に相談しづらいということ、また劇場型詐欺にもつながって多重債務の問題にもつながりかねないという二つの面を重視して、広報活動を特化していく必要があるのではないかと改めて感じています。これを見ると毎年デジタルコンテンツが多いなと思いつつ、近年特に割合が増えているということや、おそらくスマートフォンの普及にともなって70歳代以上の方の中でも割合が増えつつあるという面もあると思います。多分ここ5年くらいこれが多いのは実感しておられるとは思いますが、それに特化した内容、広報活動が必要ではないかと考えています。

〈会長〉

早急に必要ですね。次の計画も合わせてということで、是非よい案を検討していただくと思います。ありがとうございます。そのほかよろしいですか。

そうしたら次に行きます。

島根県消費者基本計画第4期の骨子案ということでお願いします。

〈出宮〉

消費とくらしの安全室の出宮です。ここからは次期基本計画の骨子案について私の方から説明をします。使う資料はA3横長の資料3です。

この資料は左側が第3期、今の計画の概要となっています。そして右側が第4期の基本計画の骨子案についての事務局案を示したものです。骨子案の方ですが赤色で色を塗られているところがあると思います。次期基本計画において追加等の大きな変更があったものを朱書きしています。2ページ目、第3期と第4期に青字で塗ってあるところがあります。こちらは第3期のところから別章に移動したものです。

それでは1枚目に戻って第4期の骨子を中心に骨子案を説明します。

第1章の計画の基本的な考え方ですが、こちらは計画策定の趣旨とか計画策定の位置付けとか計画の期間について記載しています。

1の計画策定の趣旨ですが、島根県消費生活条例第8条に基づき、県の消費施策の推進に関する基本計画として平成17年12月に策定しました。島根県消費生活条例第8条では、

県の消費者施策を計画的に推進するために基本計画をつくりなさいという条文です。その条例が平成 17 年度に策定され、同年に併せて第 1 期の基本計画を策定しました。そして第 1 期が 17 年から 19 年度の 3 年間、第 2 期が平成 20 年度から 23 年度の 4 年間、今の第 3 期が平成 24 年度から今の 27 年度までの 4 年間策定してきたところです。

2 の計画の位置付けですが、こちらはこの基本計画については三つの性格をもつ計画にしたいと考えています。(1) については先ほどの趣旨で説明したとおり、島根県消費生活条例に基づく県の消費者施策の推進に関する基本計画としての計画です。(2) は、県の上位計画で島根総合発展計画というものがあります。その上位計画の消費者行政分野の個別基本計画としての計画です。そして (3) の朱書きしてあるところですが、こちらが第 3 期になかったものです。「消費者教育の推進に関する法律」に基づく島根県消費者教育推進計画としての位置付けということです。消費者教育はこれ以前もやっていたのですが、消費者教育を一体的・総合的に進めていきたいと思いますという法律が平成 25 年 12 月に制定されました。その中で都道府県、市町村は消費者教育推進計画について定めることができるとなり、この度、県の消費者基本計画を改定するにあたり、その消費者教育推進計画の基本方針を入れ込みたいと考えております。計画の期間ですが、こちらは平成 28 年 4 月から 32 年 3 月までの 4 年間と考えています。

続いて第 2 章ですが、消費生活をめぐる現状と課題です。ここでは消費者行政を取り巻く状況とか、今までの国の消費者庁の動向とか県の動向などについて述べています。その現状を基に考えられる今後の課題については、一番下の 4 に書いています。

初めから説明すると、1 の我が国の消費者行政を取り巻く社会環境の変化ということです。こちらは消費者行政に関係する日本の社会環境について取りまとめたものです。最初が高度情報通信社会の推進ということです。先ほど委員からもあったとおり、パソコンとかスマートフォン等の情報通信機器の普及とか情報通信技術の発達により、高度情報通信社会が急速に進展しました。そういうことで我々の日常生活の中で切っても切り離せないものとなっていて、それにともなって先ほどのワンクリック請求等の被害とか情報通信に関連する新しい消費者トラブルが多く発生しています。

次の経済のグローバル化の進展ですが、こちらは情報通信、高度情報化社会の発達とか流通手段の発達・規制緩和等によって、消費者の方は今まで以上に数多くの外国産の商品に取り囲まれて生活していると考えられます。いわゆる経済のグローバル化の進展で、その中でインターネット等の通信販売での詐欺とか、模倣品の取引とか、国境を越えた消費者トラブルが増加しています。そういうものをここで書こうと考えています。

左下の赤字で書いてある、商品・サービスの安全・安心への関心の高まりということで、こちらは食品の偽装表示問題とか異物混入問題というのは昨年度もありました。食の安全安心を脅かすような事案が相次いで発生しています。また、食品だけではなく化粧品とか暖房器具の製品火災とか、製品・サービスに関する被害状況も多く相談が寄せられているということで、こちらは昨年とったアンケートでも商品・サービスの安全に対する関心

が一番多いので、こちらの現状にも商品・サービスの安全・安心の関心の高まりを書こうと考えています。

続いて多重債務への取り組みです。多重債務問題については平成 19 年度に国によって設置された多重債務対策本部が立ち上がり、その後全国の自治体に多重債務の相談窓口が開設されたところですが、島根県においても消費者センターが多重債務の相談窓口、19 市町村にも相談窓口を設置したところですが、平成 22 年の貸金業法が改正されたことにより、多重債務問題は一時と比べて落ちつきを取り戻したところですが、多額の借入残高を有する方はやはり相当数存在すると考えているので、多重債務問題の取り組みについての現状について書かせていただきました。

続いて人口減少と高齢化、独居化の進展です。未婚化、晩婚化の影響により出生数が減少したこと、また医療技術の進歩に平均寿命が延びた。家族形態の単身世帯が増えたということで、人口減少、高齢化、独居化の進展があるのではないかとということです。

最後、環境問題の深刻化のところですが、こちらは高度経済成長にともなって化石燃料とか天然資源を大量に消費する社会となり、環境への影響が深刻化してきています。そういったことから、重要な消費者行政を取り巻く社会環境の重要な項目の一つではないかとということで入れさせてもらいました。

続いて 2 の国における消費者行政を巡る状況です。こちらは今まで消費者行政に対する消費者庁がどのようなことをしたかをここで記載しようと考えています。消費者庁が設置されたのは平成 21 年 6 月で 5 年が経過しています。国の消費者行政活性化基金等、様々な国の支援を使って地方の消費者窓口が拡充されていますが、まだ完全には拡充されていないということです。

(2) の消費者関連法の整備ですが、こちらは消費者安全法等の一部改正です。消費者安全法が平成 26 年 6 月に改訂され、一人暮らしの高齢者や障がい者の方といった比較的消費者被害に遭いやすい方を見守りネットワーク、見守り体制を考案しなさいということとか、地方公共団体の相談窓口の体制強化について一部改訂されました。消費者教育推進法については先ほど申し上げたように平成 24 年の 12 月に施行されました。

3 の島根県における消費者相談・消費者行政事業の状況についてですが、こちらは県の動向ということで、(1) の消費生活相談の状況については、議題 2 で説明したので割愛します。(2) が県の消費者行政事業の状況です。こちら今まで県が実施をした事業について列記しようと思っています。一番下の赤字の消費生活相談体制の充実・強化が加わりました。こちらについては県の消費者センターに対して消費生活相談員が 1 名増加したこと、市町村窓口の相談体制については相談窓口の担当者の研修会や巡回訪問を実施しています。その下 (3) 消費生活に関する県民意識の概要です。こちらは昨年度から実施したアンケートの主な結果について書いています。こちら状況の中の一つとして記載をしておこうと考えています。

それらをもとに 4 の今後に向けて取り組むべき課題というのが 4 点ぐらい挙げられるの

ではないかと考えています。(1)が安全で安心な消費生活の確保、(2)が消費生活相談窓口体制の充実、(3)が高齢者等の消費者被害の未然防止、最後に(4)が消費者教育の充実について、今後取り組む課題と考えています。

その4の課題に基づいて第3章の方で消費者施策の基本理念と方針について、目的、基本理念、施策体系を挙げています。目的は第3期と変わりありません。2の基本理念は、少し付け加えています。消費者の権利の尊重とともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のために自主的かつ合理的に行動できるよう消費者の自立及び消費者の市民社会の形成を支援する。消費者市民社会の形成を支援追加したいと考えております。こちらは消費者教育推進法の基本理念の中に、消費者市民社会の形成が含まれています。消費者市民社会の形成とはどんなものかという、消費者が消費者被害に遭わない等の、消費者の自立を目指すだけでなく、自分の消費行動が経済とか地球環境に影響を与えるということを考えながら消費活動をする社会の形成ということです。こちらを付け加えました。

3の施策体系については2章で述べた4点の課題がありましたが、それに対応するようなかたちで施策を四つ挙げています。施策Ⅰが消費生活の安全・安心の確保です。こちらは消費者事故の情報収集、拡大防止、2の規格、表示、取引行為の適正化ということで、こちらは悪質業者への取り締まりの法執行関係です。③が県民意見の反映です。様々な県民ホットラインというものがあります。それを例に県民の意見を反映しながら消費生活の安全安心の確保を充実していこうという施策の一つです。(2)の施策Ⅱです。こちらは消費者被害の救済ということで、消費生活相談体制充実について具体的な施策をこれから考えていこうと思います。(3) 施策のⅢ、高齢者等の消費者被害の未然防止ということで、消費者安全法の改正にともない、高齢者等の消費者被害の未然防止のための見守り体制の構築について記載していこうと考えています。最後、(4)の施策のⅣ、自主的かつ合理的に行動できる消費者の育成ということです。いわゆる賢い消費者を育成していきましょうということで、主に4つの項目を書いています。⑥が消費生活情報の発信ということで、様々なデジタルコンテンツに特化した情報をつかむ場とか、対象に合わせた情報の発信。そして⑦が消費者教育の推進についてで、ここの項目を消費者教育推進計画としたいと考えています。続いて⑧消費者団体の支援ということで、こちらは、今地域で活動されている消費者団体に対しての支援も充実していこうと考えています。最後、地域における消費生活の相談役になる人材育成です。これは地域における消費者リーダーの人材育成のため、消費者リーダー育成講座とか相談員養成講座をこれからも基金等を使いながら実施していこうと考えています。以上3章が施策の体制、基本理念について説明を終わります。

続いて4章の施策の展開です。こちらが第3章で示した四つの施策体系に基づき、素案の段階で事務事業とか数値目標を第4章で示そうかと考えています。こちらはあくまで例示ということですので、簡単に言いますと、全体指標については引き続き第3期と同じくクーリングオフの認知度を全体指標と考えています。個別指標については今後素案を策定する段階で示していこうと思います。

第 5 章、関係機関との連携です。こちらはすべての施策にまたがって連携などを行っていかねばならないと考えているので、この度関係団体事業者団体との連携について新たに挙げたところです。

数字目標等定めて第 6 章のところで、こちらも第 3 期と変わっていませんが、計画の推進体制と進行管理を、PDCA サイクルによる進行管理と当審議会による実績評価をし、この実績評価については県のホームページ等で公表し、管理をしていこうと思っています。

以上駆け足でしたが島根県の消費者基本計画第 4 期の骨子案について説明を終わります。以上です。

〈会長〉

ありがとうございます。第 4 期の骨子案を説明していただきました。前もっての質問、それから委員の皆さんからご意見をいただく時間を少し取りたいと思います。まず事前のご質問いかがですか。

〈河原〉

会長からいただいています。一つ目が指標のクーリングオフの認知度については一定の数字が出てきていますが、次回の計画では達成状況を分りやすく示す別の指標にするのはどうでしょうか。二つ目が他県ではどのような指標が使用されているかというご質問でした。

他県の状況は現時点で把握しているもので、まだすべての状況を把握しているわけではないですが、中国管内の状況です。全体指標について、クーリングオフという目標値を立てている県はありません。具体的な指標を使っているのは広島県で、消費生活相談窓口の認知度ということで、アンケート調査の結果をもとに 80%という数字を目標値としている例があります。ほかに千葉県で制定されている全体指標は、これもアンケート調査からもってこられる数値ですけれど、消費生活に関する満足度、消費生活に関し、暮らしやすいと感じているかどうかという質問をされて、目標としては 50%という数字が掲げてあります。併せて個別の目標というのが別に定めてあって、消費者トラブルに遭ったときに安心して相談できる場所がありますか。これは窓口があるかどうかではなくて、安心して相談ができるかどうかの意識の問題で、60%という数字を目標として掲げています。まだ少ない情報ですが、一つの参考になる例です。

それからもう一ついただいでいて、次期基本計画について島根らしさを出せることはありますかという質問、例えば高齢者への対応とか消費者教育の充実といったことから考えられることがないかという質問でした。骨子では具体的にそういったことを説明していませんが、具体的な素案を作る中でそういったことも考えていく必要があると思います。今日の時点で事務局の案として決めたものがないのははっきり言えませんが、例えば本県の場合は高齢化率が非常に高いということで、去年の総務省の調査をみると全国の上から 3

番目で 30%を超えている状況です。それから高齢者の世帯状況をみると、例えば高齢者の夫婦だけの割合が全体の 11.8%という数字が出ています。全国の平均が 10.1%ですから 1.7ポイント高いです。もう一つ、高齢者の単身世帯も、本県では 10.5%という数字です。これも全国平均が 9.2%と高齢者県の特徴的なことが挙げられるので、消費者トラブルを未然に防ぐということの一つの考え方として、らしさというか特徴的なことを掲げて、例えば地域見守りネットワークを全県的に推進していくというようなことに結びつけていくことはどうかと考えています。それからもう一つ、消費者教育の充実ということですが、これもイメージですが、一つは隠岐の島という離島があるわけです。相談体制は整っていますが、広報啓発する上で、直接お話しとか個別に出かけていただくことはなかなか難しい。そういった地理的な特徴もあるので、そういったことを解消するためにインターネットを活用した広報や教育を取り上げていくこと。もう一つは、高校を卒業された方の多くは、就職にしても進学にしても県外に出られるということが一つの特徴的なことかと思えます。社会に出られてそういったトラブルに遭う機会も多くなるわけです。現在も出前講座をやっていますが、普通高校の取り組みがなされていないところも多いので、そういった意味から普通高校での教育をもっとやっていかなければいけないのではといったことを考えているところです。

〈会長〉

ありがとうございました。クーリングオフも非常に大事ですけど、皆さん周知度は高いですね。ですから、何か別の指標で皆さん方の気持ちがどうかとか、実態がどうかということで、別の指標があるのかなと思いました。クーリングオフを使っているのが島根県だけというのは逆にびっくりしました。その県の特徴を出しているので少し見直してもいいかと今の回答で改めて思いました。

それから昨年度島根県民の皆さんにアンケートをお願いしたので、その成果を生かして島根らしさを出すことができると、アンケートに答えていただいた方々にも島根県の消費者行政にとっても非常によいことではないかと思えます。また委員の皆さんからよい知恵をいただければと思います。

そのほかの質問はいかがですか。それではこの場で質問等があったらまず質問していただいて、なければ骨子案に関して意見等をいただけたらと思います。

〈委員〉

意見です。第 3 期の評価で消費者の自立を促進するための施策に関する評価で、消費者団体の活動支援ということでたくさん講座をしていただいて、これまでの 402 名のほかにも資格を取られた方がおられて人材育成を図られました。それをもとに、第 4 期には育成ではなくてその方たちの活用ということで、広報活動・消費者教育・消費者団体支援及び協働、それから消費生活相談体制の充実強化といったことにも幅広く効果が発揮できるの

ではないかと思えます。先ほど島根県らしさということで、私も同じくそれはいいなと思えます。ただ先ほど隠岐の島が出たのですが、インターネットは若い人にはいいのですが、どうしても独居とか単身はネットではなくて、地域との関わり、対人、直接人と人でないと難しいこともあります。私たちもNPO法人として、今いろいろと地域における高齢化率等問題を抱えているので、何か支援できることを考えながら、私もこのことを踏まえて隠岐もどのような対応をできるかを考えてみたいと思いました。

〈委員〉

貴重なご意見ありがとうございました。そのほかいかがですか。質問等伺えればと思いますが。

〈委員〉

私たまたま社会科の教員、昨年度消費者教育実践をまとめた者です。来年度のテキストに載るのではないかと思います。これに出ることになったのはたまたまなのですが、私も初めて出るので、先ほど議長さんが言われたクーリングオフの指標について質問をしませんでした。ここ何年か私の勤務している学校では出前講座に来てもらっていますが、クーリングオフが効かないコンテンツが非常に増えてきていて、実際に教科書記載も方向性が少し変わってきています。以前は商法のことを中心に書かれていた教科書から、現在はネット関係の方に変わってきていて、その中でクーリングオフ制度は効かない場合が多いのです。教育の立場からすると、自立した消費者を育成するための教育ということを考えたときには、昨年度実践を頼まれたのですが、守りとか被害に遭わないというマイナスの視点に立った消費者教育ばかりしています。子どもたち、高校生も大学生もですが、自立した自己を育成する、主体的に消費できる、消費とは何か、契約とは何かという根本的なところが豊かな社会であるがゆえにより分からなくなってきているから、守りの指導の方が重視されているところがあります。消費者教育の充実という点から考えると、少し視点を変えていく講座、先ほど指導員さんと言われましたけれども、教師と事業者とが組むとか、一方的な説明をするのではなく、子どもの内発というか自立を促すようなところも入れてもらうといいかなと思いました。

そういう視点に立ったとき、基本計画の第2章の記載の仕方が、第3期の方は消費者という視点で書かれているように思うのです。例えば第2章の第1節のタイトルの我が国の消費者行政を取り巻く社会環境の変化は、消費者行政のことを書くのが消費者基本計画なのかと思いました。社会環境の変化にともなう消費者行政の対応の必要性という意味と思うのですが、消費者はどこへ行ったのかなと。結局消費者が主体であるのが消費者基本計画ではないかと思うのですが、少し視点が3期と4期では変わっている。意図的に変えられたのかもしれないですし、どちらがよいとも何とも言えないですけども、このあたりは基本的なところなので重要ではないかなと感じています。

それからネットのことですが、ネット被害というのは深刻です。学校現場の話をしていただくと、実はこのネットに関する教育、食育に関する教育、環境に関する教育、それぞれの部署でそれぞれが要求されます。県の社会科教育研究会の方に、消費者教育の方からも来られますし、法教育の方からも来られますし、食育からも来られます。すべてを99しかない中学校では受けきれない現状です。そのあたりで、この消費者基本計画ではあるけれども、学ぶ子どもにとってはすべてネット教育と消費者教育でかなりダブったところがあります。食育教育と消費者教育もダブったところがあります。縦割りの行政ではなく、行政内での横の連携というのもどこかで考えていただきたい。消費者教育は、どうも五つ要望されていたというのを初めて知りました。社会科教育研究会では二つと言われていました。だからあと、家庭科教育研究会とかが受けられていないのではないかと思います。学校としてはたくさん受けるものがあって、アップアップの状態なので少し横の相談もしていただくと、この基本計画の中にもそういう思いも多少入れていただくと嬉しいかなと思います。よろしくお願いします。

〈会長〉

ありがとうございました。最後に言われたことは県の教育指導課からもお願いしてもらっています。また、教育という面で一元的にお考えいただくということで、消費者教育の中身も方法も検討事項ではないかと思えます。

それから先ほど説明された第3章の消費市民社会の形成というあたりは、今までのような消費者を保護だけではなく、自立ということが強調されてくる面ではないかと思えます。保護が必要ではないかということで、高齢者とか子どもとかは引き続き保護をしつつ自立を目指すということも必要かと思ったところです。ありがとうございました。

そのほか、いかがですか。

〈委員〉

私、米子市の消費生活委員会の委員をしていました。今日初めてですから、市のレベルでやるのと県のレベルでやるのと違いを感じながら参加しています。それから私自身8年前にこちらに来たのですが、元々は岐阜県の東野地方というところの者で、そこと比べると島根県もそうですが鳥取県も含めて山陰地方は消費者行政がものすごく充実していると思えます。感服している次第です。先ほど市町村のレベルと県のレベルと二重になっているということですが、うちの方は市でも相談窓口がなかったのです。単身赴任でこちらに来ているものですから、たまに電話で家内にかけて、2・3年前だったかようやく近隣の3市で合同の相談窓口ができるということで、相談員の募集が広報に出ていたということだったと思いますが、そういうレベルです。ちなみに私がそれ以前の取り組みをインターネットで市のホームページから消費者相談についてアクセスしてみたら、県の方に行けという案内がありました。うちの方から岐阜市に大変です。そういう状況に比べると、島根・

鳥取はものすごく進んでいると思っているところです。どこかの市長だと二重行政だと言うかもしれないけれども、とんでもないことで、大変充実していると思っています。

それから、クーリングオフについての認知度はどうか、あるいは相談窓口について認知度はどうか、全体指標で紹介ありましたけれども、クーリングオフについてある程度認知があるということは、法の仕組みについてある程度理解があるということです。それは全体指標として有効ではないかと思いましたが。相談窓口があるという点について知っているかどうかということについては、私は米子の審議会をやっていますが、そこでは米子の消費者相談窓口を市民に知らせようと非常に力を入れてやっています、とにかく何かあったらそこに行けばよいので、そういうことからすればマイナスではないですが、消費者の自立とかあるいは力量がどの程度高まっているのかを見る上では、窓口が知られているかということがその指標になるかなど。先ほどの事務局の説明を聞いて感じたところです。

〈会長〉

ありがとうございます。検討していきましょう。よろしくお願いします。そのほかいかがでしょう。ご意見等も併せてお願いしたいと思います。

〈委員〉

まず一つは先ほどご意見があったところに関連してですが、〇〇教育というものの横のつながりは本当に大事ではないかと思えます。今回の消費者基本計画では島根県消費者教育推進計画というのが挙がっていて、消費者教育というのは前面に出てくる場所だと思えます。弁護士会とか日弁連とかでも消費者教育は進めていこうと動いているところで、法教育という分野も推し進めていこうという面もあります。推し進めている弁護士も法教育と消費者教育は重なる部分もあるように思うし、どこが違うのだろうかとかいろいろ思っています。私なりに整理をしているつもりですが、多分横のつながりが必ずしも十分ではない部分もあるだろうなと伺われるところです。特に法教育については、これは何かという話はさておき、選挙権が18歳に引き下げられる関係で、おそらく教育現場や法教育の必要性はその場面からもいろいろ出てくるだろうと思えます。他方でこの消費者教育推進基本法という法律との関係で、消費者教育も進んでいくということからすると、〇〇教育がいろいろ現場で混乱というか混同が起きかねないのかなという心配はあるので、今ご指摘のあった〇〇教育に携わる方々の横の連携は非常に大事ではないかと改めて思っています。

それから、私の方から少し意地悪な質問になるかもしれないと申し訳ないですが、今回第4期の基本計画の骨子第3章の2、基本理念のところには赤字で消費者市民社会の形成が加わっていて、これは消費者の自立と同じくらい大きな柱になっていると思えます。それがこの基本計画にどう反映されているのだろうかを見た時に、私が事前に見た限りではこの消費者教育の推進についてという紙の中には消費者市民社会は出てくるのですが、そ

れ以外のところではどう反映されているのかが分りづらいという思いがありました。そこで一つの質問としては、ざっくりとしたところで消費市民社会の形成というのはどういう社会の形成を目指すことで、そのために県としてどういう施策をとっていか少し分りやすくご説明いただけないでしょうか。

〈出宮〉

消費者市民社会の形成については、施策Ⅳの自主的かつ合理的行動ができる消費者の育成の中の⑦の中に一緒に入れてしまえばいいという安易な考えでやってしまったところで、消費者市民社会の形成については、消費者行政部門だけではなかなかできないということで、例えば環境教育とか国際関係であればフェアトレードの問題など、様々な部局とやっているいわゆる〇〇教育になると思うのですが、こちらと連携をして、今後も教育部門からこの市民社会の形成を出していこうと考えています。

〈会長〉

ありがとうございます。よろしいですか。

〈委員〉

ということであれば意見になります。言われるとおり、まずは教育という枠の中で進めていこうというのは正しいのかなと思う一方で、やはり基本理念として消費者の自立と並んで消費者市民社会の形成を打ち立てる以上は、この実現に向けて施策Ⅳの⑦の一つに入れ込むというかたちでよいだろうかと率直に思います。ではどうしようというのはなかなか難しいところですが。問題意識としては、消費者の自立は今までも言われてきていて、第3期にも入っています。自立を支援するというでこれまでの消費者に対する施策がいろいろあると思いますが、それと消費者市民社会の形成を目指すというのはどう違うのかということ、改めて考えてもらう必要もあると思っています。例えば今までの消費者の自立を目指した施策は消費者被害を念頭において、それをいかに防いでいくかという面が大きかったように思います。そしてその文脈で消費者の自立という言葉が使われていたと思います。他方で消費者市民社会の形成というのは私のざっくりとした言葉使いかもしれませんが、より広い目で見ると、持続可能な社会を築いていくために賢い選択をする消費者をつくっていくということだと思います。以前に研究しましたが、典型例としては例えばチョコレートを買ったらアフリカの児童労働が背景にあるという問題とか、ファストファッションを購入すると途上国への結構厳しい児童労働の問題になるということに思いをはせることは必要ではないかということ。消費者庁のホームページでもそういうことが典型例として指定されています。つまり消費者被害を念頭に置いて、それを守っていく、それに騙されない市民をつくるということから一歩進んだものを目指すのが消費市民社会の形成になると思いますから、教育だけでよいのかなと思いますし、その施策については他

のいろいろな部署も手探りで消費者市民社会について考えているでしょうが、この消費者基本計画の上でも教育という位置付けだけでよいかというところは一度検討いただいてもよいのではないかと思います。

〈会長〉

ありがとうございました。国の方向性ですよね。消費が非常に大事なので、社会全体をそういう社会にしていこうという一つの方向性を打ち出して、それに向かって私たちも行こうという意味表示ではないかと思います。具体的にどうするかは今後検討ということになりますよね。また委員の皆さんからよい知恵をもらいたいと思います。ありがとうございました。

そのほかいかがですか。

〈委員〉

なかなか出席できないもので申し訳ありません。私も 2 回目でこんなことを言ったら申し訳ないですが、聞いてよく分からないというのが現実のところですね。ここにいる方はある程度理解はしておられるのでしょうかけれども、委員の私が分からないので、ここから外へ出たら本当に県民の皆さんや松江の市民の方がこういうことを聞いた時に、本当に理解してもらえる内容なのかと思います。非常に難しい部分があると思うので、消費者の被害を未然に防ぐ防止、それから消費者の被害を迅速適切に救済するための方策、この防止と救済をもう少し分りやすいものにすべきではないかと思います。皆さんが言われることがほとんど理解できないというのが正直なところですが、もう少し救済・防止というものを本当に市民の皆さんもすわり受け入れられる内容にした方がよいという気がします。すみません、失礼なことを言いました。

〈会長〉

ありがとうございました。未然に防ぐことと救済を消費生活センターとか相談員を配置して、できるだけそこを少なくということに取り組んでいるので、言われるとおりです。ありがとうございます。

そのほかいかがですか。第 4 期の案として、これはどうなのかというところがあつたら。

〈委員〉

こうやって 3 期と 4 期が並べて書いてあると非常に分りやすいのですが、消費生活の安全・安心の確保のところでは第 3 期では未然防止という言葉がありました。今回未然防止はなく、事故等の情報収集、拡大防止という表現になっています。消費者事故というのはゼロにできるはずではないのかもしれませんが、基本計画のところでは未然の防止に向けた取り組みというというのは外してはいけないのではないかと思います。

〈会長〉

ありがとうございました。第 4 期の方で少し表現を変えられたのはどんな意図がありますか。

〈出宮〉

特に意図はなく未然防止を考えていないというわけではありません。ご指摘のとおり素案を示す段階では、このあたり、委員の意見も踏まえて未然防止について記載をさせてもらおうと思っています。

〈会長〉

おそらく拡大防止の所に未然防止が含まれている。消費者市民社会ということで少し表現を変えられてきていると思うのですが、より明確に分るように残していただくとなおよいですね。

そのほかいかがでしょうか。

〈委員〉

未然防止、それから救済、もちろん我々も未然防止の一環として学校では消費者教育に力を入れてやっているところですが、第 5 章の関係機関との連携の 2 番、関係団体との連携で、弁護士会や利用者団体との連携というところですが、未然防止も大切なことですが、悪質な相談等があれば、この次のところに担当してもらうことになるかもしれませんが、やはり摘発や撲滅がなければ繰り返されると思います。意見としてですが、やはり撲滅・摘発というところも制度的に、連携のところに表現として。いろいろな対応はやっておられると思いますが、日頃事件が多いですし、詐欺にしても後を絶ちませんのでそういったところの対応、これも大事なのではないかと考えています。

それから先ほど普通高校の消費者教育の取り組みが少ないという意見もありましたが、これは県の校長会の方にも話をして、学校全体、県全体の取り組みとして高等学校での取り組みをお願いしたいということでやっていきたいと思っています。

〈会長〉

ありがとうございました。関係機関との連携の中にはおっしゃるような趣旨が含まれているのではないかとと思うので、言葉としては単に連携ではなく、解決に向かって取り組むということです。より明確になるような表現を検討いただくとよいですね。

もっともご意見をいただきたいところですが、予定の時間が迫っていますので先に進ませてください。議事の最後になりますが今後の消費者生活策定の進め方ということで事務局から説明ください。

〈河原〉

それでは資料の 4 をご覧ください。計画策定の進め方ということで今後のスケジュールをお示ししています。

この審議会を受けて、事務局・庁内推進会議のところでは 8 月に庁内推進会議、これは県庁の中の関係課が集まって構成する会議ですが、基本計画の素案をつくる上での意見調整を行い、事務局の参考にしていきたいと考えています。これを踏まえて 10 月までに素案を作って第 2 回目の審議会、まだ日にちは決めていませんがご審議を 10 月にいただく。その後 12 月にパブリックコメントを実施し、その後 1 月にもう一度庁内の推進会議を開催して最終案の確認をします。これを踏まえて 2 月に第 3 回目の審議会を開催して基本計画の最終案、いわゆる知事の答申案ですけど、ここの審議をいただいて、併せて 3 月に知事の答申をいただいて、その後、基本計画の知事の決裁を仰いで決定をします。この後ホームページとか新聞発表を行って公表するという予定にしています。現時点の事務局で考えている進め方の案ですが、どうぞご審議のほどよろしく申し上げます。

〈会長〉

ありがとうございます。基本計画策定の進め方ということでスケジュールを示していただいているのですが、いかがですか。

〈委員〉

庁内の推進会議というのは教育委員会も含まれているのでしょうか。今私聞いていて、先生方の、子どもに対するいろいろな説明がいろいろなところから来るのが不足なようにも聞こえたものですから、それで教育委員会が入っているのかなと思って尋ねてみました。

〈河原〉

入っています。位置付けとして消費者教育基本計画にもなるので、こちらの方の調整もお願いしたいと思っています。併せて先ほど話が出た食育とか環境教育、こういったことを所管している関係課も当然この庁内会議の構成メンバーになっています。ここで調整をさせていただこうと考えています。

〈会長〉

ありがとうございました。そのほかいかがでしょう。では、私の方から質問したいと思います。消費者教育の推進計画はどこでつくられるのですか。ここの中に入れていたという話でしたよね。教育委員会で作られますか。

〈出宮〉

策定の主体は消費生活審議会です。先ほども言った推進会議、特に教育委員会とはその会議とは個別にやっていかなければ消費者教育の方は進まないと思うので、その点は連携をして策定を進めたいと思っています。

〈会長〉

連携ということをお願いします。

〈委員〉

別々になるのがいけないということではなく、同じ事をやっても消費者教育でもあり、環境教育でもあり、法教育でもありという立場があるので、それをやるなど言っているわけではないです。そういうふうにとらないでください。学ぶ子どもにとっては同じ資料を与えても指導の仕方一つとか、指摘の仕方一つで非常に大きな収穫になるので、これは消費者教育だけです、これは法教育だけですというようなステレオタイプのことはもったいないなという意味で言っているので誤解がないように。

〈河原〉

法教育とか環境教育の小さな円があるとすると、消費者教育というのはそれを含む大きな円だと思うのです。そうするとそこで重なっている部分があって、そういう分け方というのは行政ではしますが、実際に教育現場とか子どもさんは、そんな言葉でよりもいわゆる事例ですね。ことがらで教えていったほうがいいのではないかと思います。

〈会長〉

そのほか発言していない皆さん、ありましたら。よろしいですか。

そうしたら特別意見がないようなので一応本日の意見をいただく会はこれで終わりにしたいと思います。ご協力いただきありがとうございました。

〈石井〉

本当に活発なご意見、熱心ご審議いただき、大変ありがとうございます。なお皆さんのお手元に消費者問題出前講座のお知らせという 1 枚ものを置いてあります。先ほどのお話に出ましたが、対象の年齢とか目的により、お話の内容を変えて、一方的ではなく、やり取りする中で講座をしていますので、是非ご活用いただきたいと思います。もし、こういう講座を PR していただく機会がありましたら、是非ご紹介していただきたいと思いますのでよろしくをお願いします。

それでは、閉会にあたり、新田部長からごあいさつ申し上げます。

〈新田〉

委員の皆様には本日は大変ありがとうございました。皆様方から非常に貴重なご意見をいただき、篤く感謝申し上げます。先ほどスケジュール的なお話も申し上げましたが、来年の3月を目途に答申をいただきたいと思っていますので、今後とも引き続きお願い申し上げます。本日は時間に限りがあったところで、発言し足りなかった委員もおられると思います。この後でも後日でも結構ですので、私ども事務局にご意見なりアドバイスなりいただければ幸いです。今後ともよろしく申し上げます。本日はどうもありがとうございました。