

令和7年度第1回宮城県消費生活審議会 議事録

- 1 日 時 令和7年6月25日（水）午前10時から正午まで
- 2 場 所 行政庁舎11階 第二会議室
- 3 出席者 委員12名、事務局8名
- 4 議 事 (1) 宮城県消費者施策推進基本計画（第5期）の素案について
(2) 宮城県消費者教育推進計画（第3期）の素案について
(3) その他

議事（1）宮城県消費者施策推進基本計画（第5期）の素案について

【栗原由紀子会長】

議長を務めさせていただきます。委員の皆様、本日はどうぞよろしくお願いいたします。

本日の議事は、「(1) 宮城県消費者施策推進基本計画（第5期）の素案について」と「(2) 宮城県消費者教育推進計画（第3期）の素案について」の2件です。

前回の審議会では、事務局からこの2つの計画の骨子案が示され、計画にどういう項目が盛り込まれるかという点について審議をしました。今回は、素案の審議ということで、前回よりも具体的な形で計画の案が示されています。現在の計画との違いや、前回の審議会で頂いた御意見がどう反映されたのかということも含めて見ていければと思います。

本日の議事の流れは、まず、事務局から2つの計画の素案について説明を受け、その後、委員の皆様にお一人ずつ御意見や御質問を伺う流れといたします。

では、事務局から、それぞれの計画の素案について説明をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

消費生活・文化課長の遠藤と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

私からは、宮城県消費者施策推進基本計画 第5期の素案について御説明申し上げます。資料は、1－1から1－4、参考資料を使って、説明いたします。

資料1－1「基本計画の構成比較表」を御覧ください。この資料は、左から、第2期から第5期までの基本計画の構成を並べたものです。資料の一番右側の、太線で囲った部分が第5期計画の素案の構成です。

前回の審議会では、第5期の構成は、第4期から変更しないと説明しておりましたが、頂いた御意見を踏まえまして、第5期計画には、社会情勢を踏まえた視点・施策を盛り込むほか、構成を見直すこととしました。このほか、左側に記載してある第4期計画から、第2章、第3章、第4章の構成を入れ替えております。

続いて、資料1－2「基本計画（第5期）素案 概要」を御覧ください。こちらで、計画の概要を御説明します。

左上の第1章、「第1章 第5期基本計画の策定に当たって」では、計画の趣旨、位置付け、計画期間について記載します。第5期基本計画は、基本理念や目指すべき姿を第4期基本計画から継承した上で、時代の変化に柔軟に対応しながら、長期的な視点で計画的に消費者施策を推進していくために策定するもので、計画期間は令和8年度から令和12年度までの5年間です。

次の「第2章 消費者行政の基本理念と県の目指すべき姿」は、第4期基本計画から構成を入れ替え、県が目指すべき姿、ゴールを、計画のはじめに記載することにしました。

目指すべき姿は、「県民が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会」としました。細かくは、すぐ下に記載の4つの社会「1. 消費者教育によって自立した消費生活を営むことができる社会」、「2. どこに住んでいても質の高い相談や支援を受けられる社会」、「3. 安全・安心な商品やサービスが適正な取引行為により提供される社会」、「4. 人や社会、環境に配慮した消費行動ができる社会」、これらの達成をとおして、「県民が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会」の実現を目指してまいります。

続いての「第3章 第4期基本計画の実績と課題」では、第4期計画で重点的に取り組んだ4つの項目について振り返ります。

「1. ライフステージに応じた消費者教育の推進」では、出前講座や消費者教育の担い手育成の研修などを実施しました。課題として、現役世代への教育・啓発が手薄であること、コロナ禍により停滞した消費生活サポーターの活動を活性化する必要があることが挙げられます。

「2. 配慮を要する消費者の被害の防止と救済」では、高齢者や障害者、それらの方々の支援者などを対象とした啓発を実施したほか、関係者への情報提供・意見交換、また、見守り体制の構築を推進してまいりました。課題は、被害防止と救済に大きな役割を果たしている消費生活センターの機能維持と充実、市町村に対する見守り体制構築の更なる推進がございます。

「3. 多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進」では、市町村や仙台弁護士会などの専門

知識を持つ機関と連携し、有意義な取組を行うことができました。今後も御協力をいただき、連携を強化していきたいと考えております。

「4. 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進」は、エシカル消費の普及啓発のため、小売店と協力した普及啓発や、セミナーの開催、高校生動画コンテストの開催などを行いました。課題は、啓発をまだまだ継続していく必要があるという点です。

資料の真ん中、「第4章 消費者行政を取り巻く現状と課題」に進みます。この章では、社会情勢の変化や、そこから発生する課題について記載しております。

「第1 消費者行政を取り巻く環境の変化」では、消費者問題に影響を与える社会情勢の変化を5項目挙げています。

「(1) デジタル化の更なる進展」では、デジタル化の進展に伴い、新たな形態の消費者トラブルが発生する恐れがあること、また、行政としても、デジタルを活用して効率的に教育・啓発を推進していく必要があることを述べております。

「(2) 外国人の増加、海外事業者とのトラブル増加」は、外国人や外国との取引が増加している現状から、言語や文化観衆の違いから生じるトラブルの恐れがあることを課題に挙げております。

「(3) 高齢化の進展と一人暮らし高齢者の増加」では、高齢者の被害の深刻化と潜在化を、「(4) 若年者の消費者トラブルの危険性の高まり」では、成年年齢の引下げや副業に関するトラブルなどが発生している状況を踏まえ、動向を注視し、引続き啓発をしていくことを課題としました。

「(5) SDGsの認知度及び関心の高まり」の項目では、社会全体としてSDGsの認知度や関心が高まっているものの、県内のエシカル消費の認知度が低いことを課題に挙げております。

「第2 今後予想される社会情勢の変化」では、デジタル化、高齢化、外国人の増加、SDGsへの関心の高まりは今後も一層進んでいくであろうということと、人口減少により消費生活相談員の担い手不足が懸念されることを記載しております。

資料の右側、「第5章 施策の体系、重要な視点、施策の詳細」に進みます。第3章、第4章で挙げた課題に対応するように、施策と取組を展開してまいります。

第1は、施策の体系です。ここで、冊子になっている「資料1-3 計画素案の本文」の20ページをお開きください。このページに、施策体系のイメージを掲載しております。目指すべき姿に向かって、4つの施策を推進してまいります。施策は、「1. 自立した消費者の育成」、「2. 消費者被害の防止と救済」、「3. 消費生活の安全・安心の確保」、「4. 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進」です。4つの施策は、それぞれ、4つの目指すべき社会に対応しています。

また、施策を実施するに当たり、各施策に共通する留意すべき事項を、「重要な視点」として設定しました。これは、第4期基本計画の「重点的取組」を踏襲するものです。重要な視点は5つあり、「デジタル社会を踏まえた対応」を新たに加え、「ライフステージに応じた消費者教育の推進」、「高齢者、障害者、若年者、外国人等の配慮を必要とする消費者の被害の防止と救済」、「多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進」、「人や社会、環境に配慮した消費行動の推進」は継続とし、これらの視点を持ちながら、施策を実施するように努めることとします。

資料1-2にお戻りください。「第5章 第3 各施策の詳細と目標」でございます。4つの施策と、

施策ごとの推進項目、目標をまとめております。

「施策１ 自立した消費者の育成」は、消費者教育に関する施策です。ライフステージ・場ごとの消費者教育や、消費者教育に係る人材の育成などを推進してまいります。新たな取組や取組を拡大するものについて、右側の枠に記載しました。カスタマーハラスメントについての消費者教育の実施、消費生活サポーターの活動活性化、様々な機会を捉えた現役世代への消費者教育、デジタル社会を踏まえた消費者教育の実施などを行っていきます。なお、カスタマーハラスメントについての教育は、消費者が意見を言う権利の制限に繋がらないように留意し、あくまでも意見の伝え方についてなどの、モラルに関する内容を啓発していきます。

この施策における目標は、「県、市町村等の啓発講座の開催数と受講者数」、「消費生活サポーターの認定数」、「小・中・高・特別支援学校向け副教材の使用率」の３点としました。

「施策２ 消費者被害の防止と救済」では、消費生活相談体制の充実や、被害の防止、配慮を必要とする消費者への支援について取り組みます。新たな取組として、消費生活相談員の人材確保のため、人材バンク事業を実施するほか、消費生活センターと消費者ホットライン１８８の認知度調査を実施します。このほか、取組の拡大として、デジタル関連のトラブルについて情報発信を強化したり、外国人向けの啓発、福祉関係団体と連携した啓発についても力を入れてまいります。

目標は、消費生活センター・消費者ホットライン１８８の認知度、地域包括支援センターやその他福祉関係団体への情報提供、市町村の消費者安全地域確保協議会・通称見守りネットワークの設置数、以上３点としました。

「施策３ 消費生活の安全・安心の確保」、この施策は、消費者が、安全な環境なもとで安心して消費行動ができるように、事業者への立入検査・指導や、消費者事故、製品についての情報提供を行うものです。指標として、消費生活の安全・安心確保に向けた定期的な立入検査の件数を設定しております。

「施策４ 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進」では、エシカル消費の普及啓発などに取り組みます。認知度の向上と、実践をする人の増加に向けて、消費者と事業者の両方に普及啓発を継続していきます。このほか、障害者の工賃向上支援、地産地消の推進、グリーン購入の推進などに取り組みます。目標は、エシカル消費の県民認知度、環境に配慮されたマークのある食品・商品を選ぶことを、かなり意識している又はある程度意識している人の割合、県民一人一日当たりの一般廃棄物排出量の３項目としました。

ここで、今年２月から３月にかけて実施しました、「エシカル消費と消費トラブルに関するアンケート」の調査結果を御報告いたします。本日配付した、右上に追加資料と記載されている資料を御覧ください。

アンケートは、スマートフォンの身分証アプリであるポケットサインで実施しました。調査期間は２月１７日から３月３日まで、15,240件の回答がございました。なお、１月下旬時点でのポケットサインの登録者数は、約２３万人で、県民の約１０人に１人が登録している状況でした。なお、６月１７日時点での最新の登録者数は、約６６万人となっております。

資料の２ページ目に、エシカル消費の認知度のアンケート結果を掲載しております。全体として、約７割が、言葉も内容も知らないという結果でした。

また、資料の7ページと8ページに、消費生活センターと消費者ホットライン188の認知度のアンケート結果も掲載しました。7ページ、消費生活センターの認知度は、全体として約5割でした。8ページ、消費者ホットライン188の認知度は、全体として約4割という結果でした。

9ページには、消費生活センターと188をどこからの情報で知りましたか、という項目を掲載しております。これを見ますと、全体としては、ニュースや報道からの割合が多いのですが、0～10歳代及び20歳代では、学校の授業・教科書からの情報という回答が多く、学校での教育が重要であることが窺えます。

資料1－3は計画素案の本文、資料1－4は、前回の審議会で骨子案に対して頂いた御意見と回答をまとめたものです。素案は、皆様からの御意見を反映させ作成いたしました。御一読くださいますよう、お願いします。

以上、第5期宮城県消費者施策推進基本計画の素案について御説明いたしました。よろしく御審議賜りますようお願い申し上げます。

【事務局：消費生活・文化課 長谷川担当課長】

消費者相談担当課長の長谷川と申します。続きまして私から、宮城県消費者教育推進計画（第3期）の素案について御説明申し上げます。資料は、資料2－1から資料2－4となります。

それでは、資料2－1「宮城県消費者教育推進計画 第2期・第3期の構成比較表」を御覧ください。左側に第2期・現在の計画、右側に第3期・次期計画の構成を並べております。現行計画の第2章「消費者教育の現状と課題」にあった「新たな視点」につきまして、第3章の基本方針と合わせて再編するような形としております。次期計画では、第2章の「消費者教育の現状と課題」、特に「3 国の動きと社会情勢の変化等」を踏まえ、第3章として「消費者教育における新たな視点と重点事項」を置きました。その上で、第4章で、具体的な施策と取り組みについて述べております。現在の取り組みを時代に合わせてさらに推進していくような内容・構成とし、赤で記載している部分が主な変更点でございます。計画期間につきましては基本計画と同様、令和8年度から12年度までの5年間となっております。

次に、資料2－2「宮城県消費者教育推進計画体系図」を御覧ください。こちらを使いまして、計画の体系と概要について御説明させていただきます。資料左上に基本計画、右上に教育推進計画を載せております。消費者教育推進計画は、基本計画において消費者教育を重要な施策と定め、その具体化を図るために基本計画の個別計画として策定しており、基本計画の目指すべき姿のうち「消費者教育によって自立した消費生活を営むことができる社会」から具体化したものになります。また、この教育推進計画は、消費者教育の推進に関する法律第10条第1項の規定により、本県における消費者教育を体系的に推進するために国の基本方針を踏まえて策定したものです。

資料の下側「計画概要」を御覧ください。次期消費者教育推進計画においては、消費者教育における新たな視点として、「1 デジタル化に対応した消費者教育」、「2 消費者の多様な特性に応じた相談啓発の拡充」、「3 ライフステージに応じた消費者教育のさらなる推進」、「4 災害等の非常時における適切な情報提供および消費者教育」、「5 カスタマーハラスメント防止に関する消費者教育」の5項目を設定し、次の重点事項を定めております。

重点事項においては、新たな視点で触れている「デジタル化に対応した消費者教育」を踏まえ、「デジタル社会における新たな消費者被害の未然防止に向けた取組の強化」を追加いたしました。また、現行計画で「成年年齢の引下げを見据えた」としていたところについて、引下げから4年が経過しますので、その文言を削除しております。

資料の右側、施策については現行計画と同様の構成となっておりますが、重点事項を踏まえた上で現行計画の施策・取組をさらに推進していくものとしております。具体的な取組で特徴的なものについては、更に右側の「具体的取組（抜粋）」に記載しております。「施策1 ライフステージ・場ごとの消費者教育」の「（1）学校教育期」につきましては、デジタル化に対応した消費者教育や、デジタル社会における新たな消費者被害の未然防止に資する取組を行います。具体的には、自然災害やコロナ禍等の緊急時における、インターネットやSNSでのデマ・誤情報の拡散や、生成AIの普及に伴いネット取引に必要な知識の普及のみならず、特に情報を見極めてトラブルを回避する力、気付く力、働きかける力が必要となっておりますので、このような力を含む「消費者力」の向上のための教材の検討を行ってまいります。先ほど、基本計画の説明で、ポケットサインでのアンケート結果についてお話しさせていただきましたが、10歳代・20歳代では、消費者ホットライン188の認知度が、親世代である30代から50代と比較して高い状況でした。また、授業や教科書から情報を得たとの回答も多かったため、学

校教育期の取組は重要かつ有効であると考えており、さらに推進していく必要があると考えております。

「(2) 地域での取組み」につきましては、高齢者や障害者のみならず、在留外国人の増加も見据え、消費者安全確保地域協議会 通称見守りネットワークの設置促進についてさらに推し進めてまいります。「(3) 家庭での取組」につきましては、アンケート結果より、消費者ホットライン 188 の認知度が 30 代から 50 代で比較的低いことから、地域イベントでのブース出展による啓発により、親子向けなどに対しての周知啓発を図ってまいります。「(4) 職域での取組」につきましては、カスタマーハラスメントが社会問題化していることを受け、従業員であると同時に消費者でもある現役世代に、カスタマーハラスメント防止のためのモラル教育を実施することを盛り込んでおります。これについては、現役世代だけではなく、学校教育期等においても実施してまいります。

続きまして「施策 2 消費者教育推進にかかる人材等の育成」についての具体的な取組です。「(1) 国民生活センター等への派遣研修」、「(2) 学生団体等の消費生活サポーターの養成」、「(3) 消費生活サポーターの活躍の機会の拡充と活動の活性化」、「(4) オンラインを活用した出前講座」など、既存の取組を更に推進していくことを盛り込んでおります。この中で、学生団体等の消費生活サポーターの養成や、オンラインを活用した出前講座の取組については、これまであまり行っていなかったことから、ここで特徴的なものとして取り上げております。

「施策 3 関係団体への支援・連携・協働」では、既に実施しております「宮城消費者被害ゼロキャンペーン」と連携した啓発、地域包括支援センター等への情報提供などを更に推進してまいります。

「施策 4 関連施策等との連携」につきましては、県庁内の他課で行っております「(1) 食育コーディネーターの情報発信と講師派遣」、「(2) 健康食品等の事業者指導および啓発」、「(3) 弁護士会や教育部門との連携」、「(4) キャッシュレス化の進展を踏まえた金融経済教育」、これらを盛り込んでおります。資料 2-2 についての御説明は以上です。

資料 2-3 につきましては、教育計画素案の「第 1 章 計画の策定に当たって」から「第 5 章 計画の推進体制」までの骨子、重点事項や具体的取組を抜粋したものです。また、資料 2-4 は、教育計画素案の全文となっております。資料 2-1 の構成表でお示ししたとおり、基本的に現行の計画から大きな変更はございませんが、新しい視点や重点事項等につきましては、先ほど資料 2-2 で御説明した内容のとおり記載しているものになります。

ここで、前回の審議会で話がありましたデジタル化に関する部分についてお話をさせていただきます。資料 2-4、素案本文の 27 ページをご覧ください。資料 2-2 のところでも少しお話をさせていただきましたが、「重点事項 1 デジタル社会における新たな消費者被害の未然防止に向けた取組の強化」の 1 段落目 2 行目「また」以降の部分です。こちらに記載しているとおり、現代は、自ら情報を発信する時代であり、コロナ禍でのデマ・誤情報の拡散の反省、また生成 AI の普及を踏まえまして、デジタル化の進展への取組の充実・強化が求められております。そこで、インターネット・SNS 等における消費者トラブルの未然防止のための啓発や、「考えて選ぶ、伝える」消費者教育による気付く力を育成・強化した上で、「発信する責任」と「意見を伝える際の注意」についての消費者教育を行ってまいります。

今回、次期計画の重点事項として「デジタル社会における新たな消費者被害の未然防止に向けた取組の強化」を掲げておりますが、今現在も含め、これからの消費者教育啓発はデジタル化が前提となっ

ておりますことから、全ての取り組みにおいてデジタル化への対応を踏まえて進めてまいりたいと考えております。

以上、宮城県消費者教育推進計画第3期の素案について御説明いたしました。よろしく御審議を賜りますようお願い申し上げます。

【栗原由紀子会長】

それではこの2つの素案について、委員の皆様から御意見を伺いたいと思います。まず私の右手側から、お一人ずつ順番に指名させていただきます。持ち時間は大体4分程度を目安に御発言いただければと思います。それでは、まず佐藤委員から、どうぞよろしくお願いいたします。

【佐藤康仁副会長】

佐藤でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

両計画の骨子案を拝見して感じた点について、簡潔に述べさせていただきます。

両計画とも、率直な印象として、社会情勢の変化を的確に捉えたものとなっていると思いますので、一部誤記載と思われる箇所を除けば、構成等も含め、大きな異論は特にございません。

ただ1点だけ、前回の審議会で、基本計画の施策「消費生活の安全・安心の確保」での目標項目について、「参考指標」のみとすると目標がなくなってしまうので、新たな目標設定の必要はないだろうかということを提案させていただきました。この点について少々お話しさせていただきます。

「消費生活の安全・安心の確保」における目標をどう設定するかについては、大きく2つの視点があると思います。1つは、安全・安心の確保に向けた県の取組、つまり、安全・安心の確保に向けていかに取り組んだかということを目標とする視点。もう1つは、安全の確保がどの程度できたかという、いわゆる達成度を目標とする視点です。どちらの視点を重視するかによって、目標指標は変わってくると思います。

現在、「参考指標」の案として挙げられているのは、資料1-3 基本計画の素案28ページにあります「消費生活の安全・安心の確保に向けた定期的な立入検査等」で、立入検査等の件数を指標とすることが示されています。もちろん、こうした立入検査を実施すること自体は重要ですが、立入検査件数が多ければ良いかというと、必ずしもそうではないと思います。立入検査をする必要がなくなる状況になれば当然検査数は減ってきますので、検査数を目標とすることには違和感があり、このため事務局では「参考指標」とされたということかと思います。

先ほど申し上げた2つの視点、すなわち、取組を目標とするのか、達成度を目標とするのかを考える時に、取組そのものを目標とするのであれば、例えば立入検査件数、指導件数、取り締まり件数、相談対応件数などが考えられます。あるいは、消費生活センター等のホームページのページビュー数や、X（旧 Twitter）のリポスト数なども考えられるでしょう。一方、達成度を目標とするのであれば、定性的な指標として、例えば、県民に対して、安全・安心に関する意識調査を行うことが考えられます。安全・安心ということ、どのくらい県民が感じているか？ または、取り締まり件数や指導件数そのものではなく、件数の減少率、あるいは、製品事故や消費者事故、消費者トラブル等の報告件数の減少率のように、いかに減ったか？を測るのも一つの方法と思います。

ただ、件数そのものを目標とした場合、先ほど申し上げたとおり、件数が多ければ良いというわけではありませなし、減少率を目標とした場合には、（そのようなことはないと思いますが）目標達成のために指導や取り締まりを積極的に行わなくなる要因にもなりかねません。こうしたことを考えると、目標ではなく「参考指標」のままだでも良いかとは思いますが、もし可能であれば、県の安全・安心確保に向けた取組に関する指標と、達成度・成果に関する指標の二つを設定いただくと、取組の手抜きや、成果だけを追って運用が歪むことを防ぐ上で有効になります。加えて、一方の指標が悪い結果となって

も、もう一方の指標から原因を探ることが可能になるのではないかと思います。例えば、取組は十分だがなかなか成果が出ていない、達成できていないというようなことが見えると、PDCAサイクルを回すベース（基盤）にもなるかと思いますので、可能でしたら、事務局でご検討いただきたいと思います。必ずこのようにしていただきたいという趣旨ではなく、あくまで意見として申し上げました。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。基本計画の施策「消費生活の安全・安心の確保」の目標項目についての御提案でした。事務局からコメントがあればお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

貴重な御意見ありがとうございました。達成度を指標とする場合に、こういった項目・数値・方法で測れるかという点については確認が必要でございますので、こうしたことも考慮しながら、引き続き検討してまいりたいと思います。ありがとうございます。

【栗原由紀子会長】

佐藤委員ありがとうございました。続きまして、今津委員からお願いいたします。

【今津綾子委員】

資料の1－4に、前回の審議会で出た意見がまとめられています。前回、私は、「デジタル化への対応は当然意識すべきことであるため、敢えて強調せずとも良いのではないか」との意見を述べました。それは、「デジタル化」という言葉が、これからデジタル化を進めていこうというニュアンスが感じられると思ったからです。今回の資料を見ると、「デジタル社会を踏まえた対応」という表現になっており、既に世の中にこれだけデジタルが浸透していることに鑑みると、この方が言葉として相応しいと思います。お答えいただきありがとうございました。

今回提示された素案について、質問がございます。施策を進める上での重要な視点として「高齢者、障害者、若年者、外国人等の配慮を要する消費者」という項目があり、配慮の対象が明確にされています。ここで想定している高齢者とは、どのような人達でしょうか？素案の本文中には、65歳以上の人口のデータなどが記載されていますが、65歳以上を一律に、認知機能が低下しているから保護の対象であると位置づけているものなのか。また、高齢者への消費者教育・啓発を充実させていくために地域包括支援センターと連携していくと書かれていますが、65歳以上の方々が全て包括センターと繋がりがあるものなのか。高齢者というのはどういう人達をターゲットにしているのか、その人達へのアプローチとして福祉的なところと繋がりを持っている前提で考えて良いのか、ということについて質問です。

それから、同様に、今回、配慮の対象として外国人が明記されました。これも素案の本文中に、日本に住んでいる方が増えているということと、外国人の旅行者が増えているというデータが示されています。配慮すべき対象としては、日本に住んでいる方なのか、一時的に日本に来ている方なのか、あるいは双方なののでしょうか。また、基本計画「第4章 現状と課題」には、「海外事業者とのトラブル」

という項目があり、これは日本の消費者が海外の事業者とトラブルになるという場面を想定していると思いますが、一時的に日本へ来ている方と日本の事業者の間でトラブルが発生することも考えられ、その場合には必ずしも外国人の保護や教育ということとは馴染まず、むしろ日本の事業者に対して教育や啓発をした方が良い場合もありそうだと感じます。メインのターゲットは誰なのか、もう少し補足いただけると分かりやすいと思いました。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。高齢者と外国人は具体的にどういう方々を想定しているのかという御質問でした。事務局から回答をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

まず高齢者については、定義を65歳以上としておりますが、一人暮らしだったり、施設に入っていたり、認知症になってしまい判断機能が低下していたり、様々な状況の方がいらっしゃいますので、幅広く対応していきたいと考えております。判断能力がある方に対しては、町内会や地域の団体と連携して出前講座を実施したり、一人暮らしで判断能力が低下している方に対しては、見守り体制の構築を進めながら被害の防止に努めていきたいと考えているところです。

外国人につきましては、外国人労働者が増加している現状もあり、在留外国人は日常的に日本で消費活動を行うため消費者トラブルに巻き込まれる可能性が高く、どちらかと言えば外国人観光客よりは在留外国人がターゲットになるかと考えております。

海外事業者とのトラブルは、日本の消費者がインターネットを通じて海外事業者から購入する際のトラブルが増加しているというデータがあるため、この形態における消費者トラブル防止、被害の防止を想定しております。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。次に、畠山委員からよろしくお願いします。

【畠山裕太委員】

カスタマーハラスメントについて指摘したいと思います。カスタマーハラスメントについては前回の審議会でも意見をし、色々と配慮いただいた記載になっていることは分かりました。カスタマーハラスメントに関する教育をしなくても良いという観点ではありませんが、計画の中に入ってくるところにやはり違和感があります。

まず、基本計画の資料1-2に関して、赤字で新たな取組が記載されており、「カスタマーハラスメントについての消費者教育の実施」という文言がありますが、資料1-3の素案本文には「カスタマーハラスメント」という文言がありません。概要と本文に整合性がないことが1点。

基本計画の素案には文言が出ていない一方で、教育計画の素案には度々出てくる点にも齟齬があると思います。加えて、資料2-2 具体的取組（抜粋）の（4）に、「カスタマーハラスメント防止のためのモラル教育」と記載がありますが、このほかの具体的取組は、教育の中身ではなく、消費者安全確保地域協議会の設置促進や国民生活センター等への派遣研修など体制整備の内容となっているのに

対し、カスタマーハラスメントについての教育の部分だけは教育の中身が書いてあることに大きな違和感を覚えました。

カスタマーハラスメントという言葉は、資料２－４ 教育計画の素案本文の中では、27 ページの「重点事項１ デジタル社会における新たな消費者被害の未然防止に向けた取組の強化」の項目で、「発信する責任と意見を伝える際の注意（カスハラも含む）の消費者教育」という部分に出てきているほか、29 ページの重点事項５、重点事項６の２か所にも記載されており、強調されているように見えます。

カスハラ対策というのは、事業者が不当な要求から従業員を守るという観点が大きいと考えています。一般の消費者に対して「モラルを強く持ちましょう」と教育を広げていくことまでは求められていないのではないのでしょうか。消費者教育の中で、モラル教育をしていきますと強調していることに違和感を覚えています。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

御質問、御意見として、２点ございました。基本計画の概要には、新たな取組としてカスタマーハラスメントに関する消費者教育を行っていくという文言がある一方で、素案本文にはなく、今後盛り込むことになるのかどうか。盛り込むとすれば、どの項目になるのかという点。それから、教育計画ではカスタマーハラスメント防止の教育について繰り返し記載されており、モラル教育をしていくと強調されていることに違和感があるという御意見でした。事務局からいかがでしょうか。

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

カスハラに関する消費者教育の実施については、新たな取組として基本計画の概要に記載しておりますが、素案本文には記載しておりませんでした。申し訳ありません。本文に記載するかどうかも含めて、事務局で調整してまいります。

また、消費者への教育を実施することにつきましては、確かにカスタマーハラスメント対策は事業者や行政側が従業員を守るために対策をすることが必須であると考えているのですが、消費者側としてもモラルを持って、落ち着いて意見を言っていきたいと言われてきたという認識もございます。消費者側にもこうした認識を改めて周知していきたいというところもあり、計画の素案に盛り込んでいたのですが、様々な御意見があると思いますので、こちらも今後検討してまいりたいと思います。

【畠山裕太委員】

検討よろしく申し上げます。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

基本計画の概要と素案本文については、教育計画との整合性も含めて、今後検討、修正をするところになると思います。また、カスハラに関する消費者教育については、畠山委員のイメージと、事務局のイメージに異なる部分があるのではないかと感じました。消費者庁のホームページにもカスハラ教育について記載があったり、啓発冊子が掲載されていたりするので、そちらも参考にしながら、事務局で改

めてカスハラ防止の消費者教育について検討をお願いします。

続きまして、都築委員から、よろしくお願いいたします。

【都築美幸委員】

今年度から委員となりました。どうぞよろしくお願いいたします。

前回の審議会の資料を拝見し、委員の皆様の御意見も確認させていただきました。計画については、構成の流れが分かりやすく、具体的な取組も挙げられており良いと感じました。また、新しく盛り込まれている取組や、デジタル社会を踏まえた対応等も充実しており、生徒が一人一台 iPad 等の電子機器を持って授業をする時代になった中で、学校現場で働く者として、こうした新たな視点、取組は大切なことであると感じました。

私は高等学校の家庭科教育研究会の会長を務めておりますが、家庭科教員の視点でお話させていただきますと、消費者教育に関しては、これまで高校では家庭科教育で中心に行っておりますが、教科書の中の割合は少なめでした。令和4年からの新しい学習指導要領では、消費生活に関する内容が金融教育も含めてとても増え、新しい教科書では、以前はなかったエシカル消費などの内容が豊富に盛り込まれています。

先ほど事務局から説明があったアンケート結果では、学校の授業や教科書等でエシカル消費や消費生活センターを知ったという回答が若い世代に多かったということでしたので、今後さらに、教育庁と連携をして、この計画を具体化するよう進めていただきたいと思います。

具体的な取組のことになってしまうかもしれませんが、資料2-2「消費者教育における新たな視点」の「2 消費者の多様な特性に応じた」という部分について、私は特別支援学校の高等学園に勤務していたことがあり、高等学園は県立は3校、私学もあって、卒業後の進路としては、皆が社会に出て、生涯同じ職場で働く生徒が多いです。高等学園は、社会的・職業的自立を目指す、軽度の知的障害者を育成する学校です。一人一台 iPad 等の電子機器を持っている環境は同じです。高校に対しては、色々な副教材の提供があると思いますが、高等学園の生徒は消費者トラブルに巻き込まれやすい生徒達だと思いますので、こうしたところにも教材の提供を考えていただければと思います。

それから、資料2-4 8ページ「課題」のところで、学校に対して出前講座などの様々な事業をしているが、利用した学校の割合は1割前後に留まるということが記載されています。傾向として、こうした事業を利用した経験のある先生は、とても良かったということで継続して利用しているようなので、教育庁と連携して、利用経験のある先生から事業活用の紹介をしてもらうなどの工夫をすると良いかと思います。教育庁に色々と相談していただければと感じました。

消費生活サポーターに関しても、予備軍を作る取組として、高校生へのアプローチを検討してはどうかと思いました。去年から始まったエシカル消費の動画コンテストも、継続していただき、動画を紹介する場面を今後作っていただければと思います。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

取組の具体的な案を、御意見として頂きました。特に、高等学園の生徒のような、若年の障害者に向けた教材を作成・提供していくということは、今まで取組として行っていないところだと思います。一

般の高校生向けの教材とは少し違うものになると思うので、消費者被害防止のために、検討すると良いのではないかと感じました。御意見ありがとうございました。事務局からコメントがあればお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 長谷川担当課長】

教育庁との連携については、昨年度、今年度と、教育庁主催の校長会でお時間を少し頂戴し、消費者教育の出前講座やエシカル消費動画コンテストについてPRさせていただきました。家庭科の先生方の集まりにもお邪魔して、PRをさせていただこうかと考えていたところでございます。引き続き連携しながら、活動してまいりたいと思っております。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。続きまして、武藤委員、どうぞよろしくお願いいたします。

【武藤景委員】

武藤と申します。よろしくお願いいたします。

小学校の教員の目線から、この計画を見ました。少し前に、児童が、誕生日プレゼントを買ってもらったという話をしてくれたことがありました。どこで買ってもらったのか尋ねると、インターネットで購入し、親のクレジットカードで支払ったので具体的な金額は分からない、ということで、子供にとってお店でお金を払って買い物をするのが特別なことになりつつあると感じています。6年生の修学旅行の際に、保護者から、「子供は修学旅行で初めて買い物をするので、気を付けて見ていてください」と話をされることも稀にあります。教育計画のP8「課題」にあるように、子供の頃から、お金の使い方についての教育をしていくことは欠かせないと感じています。

基本計画に示されている目指すべき姿を実現するためには、学校として、ライフステージに応じた消費者教育を各段階でしっかり行う必要があると思いました。小学生であっても、ゲームなどネット関連のトラブルに巻き込まれることがあります。トラブル防止のため、消費者教育ということに限らず、正しい情報を入手する、誤った情報に騙されない、つまり、情報リテラシーを高めることも大変重要です。

基本計画の施策に「人や社会、環境に配慮した消費行動の推進」という項目があります。小学校の教科書には「エシカル消費」という言葉は登場しませんが、家庭科の時間に「必要な物だけ買う、買ったものは使い切る、環境によいものを使う」というエシカル消費の考え方が出てきます。ある出版社の教科書には、「お金を使うことは、物の価値について自分の考えを表現するということでもあります。」という文章があり、まさにエシカル消費のことと感じました。これらのことから、「エシカル消費」という言葉として認知されていなくても、考え方は学校教育の中で広がっています。

エシカル消費の認知度向上に向けては、例えばスーパーでの展示や、キャラクターを活用した広報、楽しいキャッチコピー、広告などをとおして、エシカル消費のWEBサイトにアクセスしてもらい、言葉や概念を理解してもらう仕組みがあれば良いと感じました。

小学校でも、1人1台、端末を使って授業をしています。家庭科の教材として、WEB上で10分程度でできる、消費者教育分野のクイズなどがあれば、授業のまとめで活用できると思います。以上で

す。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。小学校での具体的な取組について御意見を頂きました。武藤委員からの御提案について、事務局からコメントをお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 長谷川担当課長】

大変貴重な御意見としてお受けしました。具体的な御提案で、我々では思いつかない内容もありました。クイズ形式というのは、出前講座でも実施できるかもしれませんので検討してまいりたいと思います。どうもありがとうございました。

【栗原由紀子会長】

続きまして、安田委員からお願いいたします。

【安田郁子委員】

東北経済産業局の安田と申します。両計画の素案に特に意見はございませんが、計画実行の御参考までに、所感を述べさせていただきます。

東北経済産業局では特定商取引法を所管しており、消費者からの相談を受ける機会があります。若者からの相談では、知人・友人・先輩からの誘いを、気が進まない、支払う能力がないのに断ることができず、消費者トラブルに巻き込まれるケースが少なくありません。本人にもトラブルに巻き込まれている認識があるにも関わらず、支払いを続け、どうにもならなくなってから相談室や消費生活センターに駆け込んでいます。

こうした状況を目にすると、「断る技術」も教育していく必要があると感じます。先ほどお話のあったカスタマーハラスメントにも言えることですが、自分の意見の伝え方を知らない方に向けては、適切な伝え方を周知啓発していく必要があるという点で同様の問題ではないかと思います。トラブルに巻き込まれる方の中には、「断ったら悪いのではないか」という気持ちを持つ方もいるのではないかと思いますので、最近のビジネス研修でよく聞く「アサーティブコミュニケーション」のように、相手の気持ちを尊重しつつ自分の意見も上手に伝える技術を消費者教育に取り入れられたら良いのではと感じました。

東北経済産業局は、特定商取引法のほか、消費者関連では割賦販売法、製品安全法も所管しており、宮城県と合同で事業者への立入検査も実施しているほか、各自治体、警察、弁護士会、司法書士会などの関係機関とも連携し、情報交換・意見交換を実施しております。これからも各関係機関との協力体制の下、消費者行政に取り組んでいきたいと考えております。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。「断る技術」を消費者教育と関連付けるという具体的な御提案を頂きました。東北経済産業局と県の行政同士で、協力して消費者施策を進めていただきたいと思います。事務局からコメントがあればお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 長谷川担当課長】

県の消費生活センターにも、若い方から、友人から投資を紹介されてトラブルになった相談が寄せられています。そういう儲け話を紹介された時点で、おかしいと気付くことができない、断ることができないまま、トラブルに巻き込まれていくケースも多いと感じます。気付く力、断る力をつけていくことを含めての消費者教育は、今後ますます重要になるだろうと考えております。御意見ありがとうございます。

【栗原由紀子会長】

次に、渡辺委員、よろしくお願いいたします。

【渡辺淳子委員】

宮城県生協連の渡辺と申します。資料を拝見し、社会情勢や課題、方向性が整理されていると感じました。私からは、計画の考え方、盛り込んで欲しい内容、施策への意見、質問について、数点、お話しさせていただきます。

まず、両計画の期間は5年間ですが、国の動きや社会情勢の変化は目まぐるしく、5年後の社会・消費生活を視野に入れた計画策定は難しいと思います。こうした中にあるのは、グローバル化した国際社会における日本の消費生活を今後どのようにしていくか、どのような社会にしていくかについて、明確なビジョンを持って進めていくことが重要だと考えます。

今回、基本計画の素案では、章の構成が変更され、第2章に「基本理念と目指すべき姿」が記載されました。県として、目指す姿を計画の初めに打ち出すということには賛成です。

次に、資料1-3 基本計画素案本文のP8、第4章第1 消費者を取り巻く環境の現状と課題のところに、「(1) デジタル化の更なる進展」という項目があります。計画には、デジタル化の進展という文言が随所に登場しますが、デジタル化の進展によって消費者の脆弱性が高まる、誰もが脆弱性を持つということも考慮していただきたいと思います。消費者の脆弱性は、個人の認知能力、情報の格差、交渉力の弱さなど様々な要因が複合的に絡み合って生じる問題であり、消費者だけでなく社会全体で取り組むべき課題です。基本計画素案本文のP8とP21に、デジタル化の進展に伴って生じる課題が記載されていますが、情報の格差が深刻になってきていることや、デジタル技術の悪用などにより、特定の層だけでなく誰もが脆弱性を持つことを前提として施策を考える必要があると思います。

続いて、消費生活相談員に関することです。基本計画素案本文のP13とP25に、相談員の担い手不足の懸念と、対策が記載されています。P25には、相談員確保のための新たな取組として、消費生活相談員人材バンク事業を実施するとの記載があります。この事業について詳細を教えてください。また、相談員の高齢化や人材不足は全国的な問題ですが、宮城県内の相談員の配置状況と、宮城県内では、複数の自治体が共同で消費生活センターを運営する広域連携は行われているかについても教えてください。

消費生活相談員の確保は、センターの維持、ひいては、目指すべき社会の1つ「どこに住んでいても質の高い相談や支援が受けられる社会」を目指す上で重要です。相談員の育成や処遇改善においても地域差が生じないように、国・県の支援を望みます。

最後に、教育計画に関する質問です。資料 2－4 教育計画素案本文の P 2 1 に、「①高齢化の進行・障害者の増加」という項目があり、障害者が増加していると書かれています。なぜ障害者が増加しているのかが分かりづらいと感じました。増加した障害者の中には、認知症の方も含まれるのでしょうか。認知症の方は、精神障害者保健福祉手帳の交付対象になる場合があります、このことが障害者全体の増加に影響しているのか、あるいは認知症以外の障害者が増加したということなのか、この点について教えてください。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

まず、消費者の脆弱性について御意見がありましたので、計画に反映させることを事務局で検討するようにお願いします。

御質問は 2 点ありました。1 点目は、消費生活相談員の確保に関してです。人材バンク事業の詳細、県内の相談員の配置状況、広域連携の実施状況について教えて欲しいということでした。

2 点目は、教育計画素案本文 P 2 1 に記載している「障害者の増加」の意味についてで、増加した障害者にはどのような方々が含まれるのか、ということです。

今この場で事務局から回答が可能であれば、お答え願います。

【事務局：消費生活・文化課 長谷川担当課長】

消費生活相談員の人材バンク事業は、今年度から始めました。仕組みとしては、まず、消費生活相談員になるための資格を持っていて、相談員として活動する意思のある方に、県が運営する人材バンクに登録をしていただきます。登録された情報は、県から市町村に提供し、市町村での相談員の採用活動に活用してもらうという流れです。資格を持っている方からすれば、どの自治体で相談員の募集があるか分からない、自治体側からすれば資格を持っている方がどこにいるか分からないという状況があり、両者のマッチングのために立ち上げたものです。

相談員の配置状況については、市町村は、令和 6 年 4 月現在で、県内 29 の市町村で 52 人の相談員が配置されています。未配置の自治体も 6 つございます。県の組織としては、県庁のセンターに 16 人、各圏域の県民サービスセンターに 2 人ずつ配置がありますので 12 人、合計 28 人配置されております。

相談員が配置されている市町村はその相談員が対応し、いないところは県のセンター、県民サービスセンターで相談を受け付ける仕組みとなっております。市町村間での連携は行われていないと認識しております。

障害者が増加しているという文言につきましては、「手帳所持者が増えている」という意味合いで記載しておりました。認知症の方が手帳を持っていれば手帳所持者に含まれますが、障害者の増加が認知症の方の増加によるものなのかどうかとは、意味合いは異なります。

【栗原由紀子会長】

手帳所持者が増え、障害者が増えているという表現になっているということですね。渡辺委員、いかがでしょうか。

【渡辺淳子委員】

なぜ障害者が増加したのか、増加した障害者はどのような方々なのかが明確になっていないため、この部分に違和感が残ります。

【栗原由紀子会長】

障害者が増加したことの根拠や背景が分かりづらいという点で、この表現に疑問があるということです。 「障害者が増加した」と述べるだけではなく、具体的な理由などを補足して、丁寧に記述することを事務局で検討いただきたいと思います。

では、続いて末委員から、よろしくお願いします。

【末弘美委員】

宮城県生活学校連絡協議会の末と申します。よろしくお願いいたします。消費者代表として、所感を述べさせていただきます。

今回示された素案は、前回の審議会での意見を踏まえたものになっていると思いました。前回、骨子案にはなかった「デジタル社会を踏まえた対応」という考えが盛り込まれており、デジタル環境が当たり前のものになったことを改めて実感したほか、気付く力、断る力などを指す「消費者力」という言葉が特に良いと感じました。消費者トラブルの問題が社会で大きく取り上げられる中で、不要なものははっきり断るといった判断する力や断る力が不足していると常々感じておりましたので、消費者力を高めるための取組をぜひ進めていただきたいと思います。

資料1－3 基本計画素案本文のP6に、令和5年度の実績ということで、小・中・高等学校向けに副読本を55,000部配付、1,500名に対して法律授業を実施したと記載してあります。1,500名というのは、小・中・高校の子供達全体の中で何パーセントに相当するのか疑問に思いました。

副教材の活用については、基本計画素案本文のP24に記載があるように、次期基本計画でも引き続き目標として設定されるということですが、具体的な目標値は空欄になっていました。現段階で目標値が決まっていれば教えていただきたいと思います。また、先ほど話が合った消費生活相談員の人材バンク事業についても、登録人数やバンクをとおした採用人数の目標値がありましたら教えてください。

初めにもお話ししましたが、今回の素案には「デジタル社会」という言葉が何箇所にも出てきていて、デジタルに慣れていない人にとっては大変な時代になったなと感じています。特に高齢者は、デジタルや横文字に不慣れな方が多いと思いますので、配慮した施策としていただきたいと思います。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。副教材の使用率の目標値などについて御質問がございました。今回回答が可能なものがあれば、事務局から回答をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

学校における副教材の使用率は、令和5年度時点で45.9パーセントです。今後、具体的な目標値を計画に盛り込みますが、現時点では目標値を算定する基準となる令和6年度の実績値が算定できておりません。基準値と目標値は、次回の審議会でお示しする予定でございます。

【栗原由紀子会長】

次に白鳥委員、どうぞよろしくお願いします。

【白鳥裕之委員】

仙台商工会議所の白鳥と申します。まず、前回の審議会で「消費すること、買い物をすることは、本来は楽しみがあり心を豊かにする行動である。こうした明るい視点も計画に取り入れて欲しい」とお話ししたことが、基本計画素案の趣旨に盛り込まれていました。ありがとうございました。私は事業者の立場としてこの審議会に出席しております。事業者としては、消費者に配慮しながらニーズのあるところにアプローチをかけ、消費者が消費生活を楽しめるような取組をしていく必要があると考えています。

デジタル化が進み、消費や契約の形態も様々になりました。悪質なトラブルに巻き込まれないためには、消費者への啓発や、学校での教育、消費者自らも学習することが大切です。

また、「地域」というキーワードも重要と考えております。資料2-4 教育計画素案本文のP44に金融経済教育の項目があります。今、資産形成などについての教育が関心を集めているところではありますが、資産形成のほかにも、地域でお金を使うこと、つまり地域でお金を循環させることの重要性を、これからの地域経済を担う子供たちに伝えられるように、教育に取り入れて欲しいと思いました。地域でお金を使うことは、自分達の地域で活動する企業を育てる・維持することでもあります。企業は利益が出なければ撤退します。地元の企業やお店がなくなれば、インターネット上でしか買い物ができない世界がくるかもしれません。どのようにお金が循環し、地域経済が成り立っているかという点も、教えていくことが大切だと考えております。

それから、高齢者への対応も、企業として配慮すべき大事なことです。経済団体として、会員企業と共にしっかり対応していきたいと考えております。以上です。

【栗原由紀子会長】

御意見ありがとうございました。消費者教育や金融経済教育の中に、地域経済の循環という内容を取り入れることについて、事務局で検討をお願いします。

では、続いて、山岸委員からよろしくお願いいたします。

【山岸正樹委員】

東北電力宮城支店の山岸と申します。事業者の目線で両計画の素案を読み、現状の課題がよく反映された内容だと感じました。特にデジタル化の進展に伴う各種対策、施策はしっかり盛り込む必要がありますが、ひととおり網羅されているのではないかと思います。

前回の審議会では、「教育計画の骨子案に、企業との連携という文言が散見される。どのような連携イメージか確認したい」と質問をしました。今回、資料2-4 教育計画素案本文を見ると、重点事項4、5、6に関する連携に集約されたと認識しております。

確認したい点は、2点ございます。1点目は、資料2-3 教育計画の概要に、第3章第2(5)に「カスタマーハラスメント防止の消費者教育」という項目があります。先ほど、畠山委員からも意見が

あったとおり、カスハラ対策は事業者が従業員の労働環境を整え、安心して仕事ができるようにすることが前提です。東北電力グループでも、今年2月にカスハラに対する基本方針を打ち出しました。

この前提を踏まえて、カスハラ防止のために、消費者に対して具体的に何を求めていくのか、教育で何をどのように伝えていくのかということに非常に関心があります。具体的な取組はこれから検討するのだと思いますが、現時点で考えがあれば教えてください。

2点目は、エシカル消費についてです。両計画に、エシカル消費の普及啓発を進めていくと記載があり、先ほど事務局から認知度アンケート調査の結果報告がありました。アンケート調査の結果は、回答者の7割が認識していないということでしたが、寧ろ私は3割が認識していることに驚きました。

私自身としては、エシカル消費という言葉を目にする機会はまだまだ多くないと思っております。都築委員、武藤委員からは、学校教育では概念や言葉の教育が行われているとのお話があり、児童生徒や若年者はある程度の認識がある一方で、おそらく我々現役世代の認識・理解は足りないと思われます。企業としても、持続可能な社会形成のため、エシカル消費を啓蒙できる場面での協力をしたいと考えております。現在は認知度が3割ですが、これをどの程度引き上げるか、具体的な目標値があれば教えていただきたいです。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。御質問が2点ございました。カスハラ防止の取組として、消費者に何を伝えていくか、どういう取組をしていくのかという点と、エシカル消費の認知度の目標値について、回答が可能であれば事務局からお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 長谷川担当課長】

カスハラ防止に関する消費者教育につきましては、消費者として適切な伝え方で意見を伝えていく、という意識を持っていただくことが重要だと考えております。消費者教育は、理解を一気に促す・広める特効薬のようなものはないと思いますので、出前講座やイベントなどでの啓発活動を少しずつ積み重ね、幅広い層に改めて認識していただけるよう取り組んでまいりたいと思います。

エシカル消費の認知度の目標値については、これから検討してまいります。

【栗原由紀子会長】

それでは、最後に、中川委員からどうぞよろしくお願いいたします。

【中川孝子委員】

J Aみやぎ女性組織協議会の中川です。よろしくお願いいたします。

前回の審議会で、エシカル消費の認知度調査をアプリで実施すると説明があり、認知度がどのくらいになるだろうと思っておりました。回答者の3割が認識していたということで、思いの外高かったことに驚きました。ポケットサインでアンケートを実施したことは、多くの方が「エシカル消費」という言葉を目にする機会になり、認知度の向上や、興味関心を持つ方の増加にも繋がったのではないのでしょうか。アンケートを実施したこと自体に、啓発の面で良い効果があったと思います。

私は生産者の立場を代表して審議会の委員を務めております。生産者やJAグループが推進している「地産地消、国産国消」は、身近なものを輸送コストをかけずに消費することであり、環境や社会に配慮した消費行動、つまりエシカル消費の1つであると言えます。

昨年度、JAみやぎ女性組織協議会では、地産地消推進の一環として、高校の家庭科の先生方と協力をして、地元産品を使った料理の使い切り講座を実施しました。地産地消、エシカル消費を広めるために、このような活動も実施していることを御紹介させていただきます。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。中川委員からは、アンケート実施についての所感と、取組の御紹介をいただきました。

ここで、本日欠席の西澤委員からの御意見を御紹介します。西澤委員からは、事前に、素案への御意見をメールで頂戴していました。事務局から紹介をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 消費者行政班 菊地主任主査】

追加資料2に、西澤委員からの御意見を掲載いたしましたので御覧ください。

高齢者、障害者の自立支援と権利保障についての実現に向けての取組を盛り込んだことは、良かったと思います。悪質商法、特殊詐欺などは、不安を狙われて被害に遭うということがありますので、最新の情報発信を継続的に行っていくため、見守り新鮮情報や警察の配信サービスの周知などを行っていくことを支援できればよいと考えております。

今後も、デジタル社会と向き合う上で、耳慣れない専門用語もあり十分な理解がないまま契約を進めることでトラブルは増え続けることが予想されます。また、消費者の自立として、就業者の労働環境を悪化させているカスタマーハラスメントは従業員の権利侵害としても見過ごせない社会問題であると認識していますので、適切な意見の伝え方について教育計画に記載し実施されることは重要と考えています。

とのことでした。西澤委員からは、福祉の現場からの御意見を頂いたと思っております。こうした御意見も踏まえて、素案をブラッシュアップしてまいります。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。委員の皆様から御意見をいただきましたので、総括してのコメントを事務局からお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

本日は、素案への様々な御意見、具体的な取組についての御提案をいただき、誠にありがとうございました。頂戴した御意見を踏まえ、素案を修正してまいります。特に、消費生活の安全・安心の確保に関する施策の目標、カスタマーハラスメントに関する消費者教育、全ての消費者が脆弱性を持っているという視点、地域経済循環の視点を消費者教育に盛り込むことなどについて、事務局で検討し、中間案に反映させてまいりたいと思います。次回もどうぞよろしくお願いいたします。本日はありがとうございました。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございます。本日も皆様から様々な御意見を頂戴いたしました。どうもありがとうございます。本日の意見を踏まえて、事務局で中間案の検討をお願いします。また、委員の皆様から、追加での御意見や御質問などがありましたら、1週間後を目安に事務局までお知らせください。

以上で議事を終了します。議事進行への御協力ありがとうございました。

【事務局：消費生活・文化課 小野部副参事兼総括課長補佐】

栗原会長、議事進行ありがとうございました。委員の皆様、素案に対し、貴重な御意見を誠にありがとうございました。

それでは、事務局から今後のスケジュールについて御連絡します。

【事務局：消費生活・文化課 消費者行政班 横谷主幹（班長）】

資料3を御覧ください。こちらの資料には、消費者施策推進基本計画（第5期）及び消費者教育推進計画（第3期）の策定スケジュールについて記載しております。時系列に沿って説明してまいります。

7月中旬の行、備考欄を御覧ください。

都築委員と武藤委員以外の委員の皆様は、任期が令和7年9月末までです。7月中旬から、次期委員の就任手続きが始まり、各団体に推薦依頼などをさせていただきますので御承知ください。

8月下旬には、第2回審議会を開催します。開催日時は8月29日金曜日、午前10時から、県庁にて開催いたします。後日、出欠を確認させていただきますので、よろしくお願いいたします。

9月には、県議会の常任委員会へ、計画の中間案を報告します。

10月はパブリックコメントを実施し、計画に関する御意見を広く募集します。また、同時に、関係機関や市町村にも意見を伺います。頂いた御意見は、最終案の検討に活かしてまいります。

その後、最終案を調製し、12月下旬の第3回審議会で、最終案について審議いただきます。

翌年の1月には、前回の審議会を受けた諮問に対する答申を行います。

そして、2月の県議会の議決を経て、3月に基本計画と教育計画を公表します。

以上、策定スケジュールについて御説明いたしました。何卒御協力を賜りますよう、どうぞよろしくお願いいたします。

【事務局：消費生活・文化課 小野部副参事兼総括課長補佐】

本日の次第は以上でございますが、全体をとおして、委員の皆様から何かございましたら挙手をお願いします。

挙手がございませんので、以上をもちまして、令和7年度第1回消費生活審議会を閉会いたします。長時間にわたり御審議を賜り、誠にありがとうございました。