

令和6年度第2回宮城県消費生活審議会 議事録

- 1 日 時 令和7年1月28日（火）午前10時から午後12時15分まで
- 2 場 所 行政庁舎4階 特別会議室
- 3 出席者 委員14名、事務局9名
- 4 議 事 (1) 宮城県消費者施策推進基本計画（第5期）の骨子案について
(2) 宮城県消費者教育推進計画（第3期）の骨子案について
(3) その他

議事（1）宮城県消費者施策推進基本計画（第5期）の骨子案について

【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、どうぞよろしくお願いいたします。

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

先ほど事務局から話がありましたとおり、現在の基本計画と教育推進計画が令和7年度末で終了します。今回の審議会から、令和8年度から始まる次期計画について審議をしていきます。

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

では、事務局から、それぞれの計画の骨子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期の骨子案について御説明申し上げます。資料は、2-1から2-4、それから参考資料1となります。今回は骨子案についてということで、計画に記載する項目や目標など、大まかなところを御確認いただきたいと思います。

資料2-1「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、基本計画に記載する項目を並べております。資料の一番右側の、太線で囲った部分が第5期計画の構成案です。

第5期計画の考え方を、右上の吹き出しに記載しております。「長期的な視点で消費者施策を着実に進めていく」ということをベースの考え方として案を作成しております。

構成及び重点的取組については、現行の第4期から変更はございません。

計画の構成は変わりませんが、実際に行う取組内容についてはブラッシュアップを加えます。新たな問題や課題に対応するよう、取組の強化と拡大を図ってまいります。

また、基本計画の中では目標を設定しておりますが、目標項目についても見直しをしてまいりたいと思います。

参考として、資料の左下に消費生活条例第2条を掲載しております。第2条では基本理念を定めており、消費者施策を推進するにあたって、消費者の権利の尊重と消費者の自立の支援を基本理念として施策を推進しなければならないと定めております。次期計画についても、この基本理念に基づき策定してまいります。

次に資料2-2「基本計画（第5期）策定の方向性について」を御覧ください。

この資料では、現行の第4期基本計画での取組と課題、また、それらを踏まえた第5期基本計画の策定の方向性について整理しています。先ほど第5期の構成は第4期と変更がないと申し上げましたが、そういう方向とした理由も含めて整理した資料でございます。

一番上に、基本計画策定の趣旨、計画の位置付け、計画期間を記載しております。

策定の趣旨と位置付けはこれまでと同様。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。

資料の左側に、現行計画の施策の方向として、基本理念、目指すべき姿、目指すべき社会に応じた政策、重点的取組事項を記載しました。

現行計画における取組と今後の課題は、資料の真ん中の列に記載しております。

まず、目指すべき社会1つ目の「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」に向けた取組としては、事業者への立入検査や指導、関係機関への情報提供や意見交換などを行いました。

課題としては、以前から言われていることですが、消費者問題が複雑化しており、専門機関との連携がますます重要になっている現状がございます。

下の段、目指す社会2つ目、「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」の実現に向けては、様々な媒体による広報や出前講座、弁護士による法律事業、教員向けの研修など、教育機会の提供に取り組みました。

課題としては、前回の審議会でも議題といたしましたが、消費者教育が手薄になっている年代があることや、関心が低い方への啓発が挙げられます。

また、デジタル化や高齢化が一層進展したことなど、社会情勢の変化に伴い、さまざまなトラブルが次々発生している現状もございます。

さらに、県では、自分のできる範囲で啓発活動をしていただくボランティアとして、消費生活サポーター制度を作り、現在、約100の個人・団体に委嘱をしておりますが、サポーターの年齢層に偏りがあることや、サポーターと連携した取組ができないかということについても検討が必要と考えております。

下の段に移ります。目指す社会3つ目の「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」へ向けた取組としては、出前講座などのほか、相談体制相談機能の充実のため、消費生活相談員の研修機会の確保や法律相談会の開催などを実施してまいりました。

課題としては、高齢者や障害者、若年者等、配慮を要する消費者が増加しており、注視が必要であること、また、被害防止のため、福祉関係の団体をはじめとする関係機関との連携を強化することや、地域での見守り体制を構築することなどが挙げられます。

消費生活相談員の担い手の確保も課題となっております。

一番下の段でございます。目指す社会4つ目の「人や社会、環境に配慮した消費行動ができる社会」に向けた取組としては、エシカル消費の普及啓発のためのセミナーを初めて開催するなど力を入れてまいりました。

しかしながら、これも前回の審議会で議題に取り上げましたように、私たちの普段の行動の中にエシカル消費が含まれている場合もあるものの、言葉の認知度はまだまだ低い状況でございます。社会に概念を浸透させ、行動変容をさらに促していくためには、啓発を継続していく必要があります。

以上が第四期の計画で目指した社会と実現に向けて掲げた政策実施した取組、そして課題と考えたところでございます。

これを踏まえまして、第5期の計画策定の方角性を検討いたしますと、理念や目指すべき姿、施策は大きく変えず、課題と認識している部分についての取組を強化していくことが効果的かつ現実的ではないかと考えております。

これまでの審議会でも、消費者問題の解決や普及啓発が急激に進むような簡単な解決策はないため、様々な機会を捉え、地に足をつけて地道な活動を続けていくことが重要だと御意見をいただいたこともございます。

以上から、資料右側に記載しております「次期計画の方角性」の、理念及び目指すべき姿は、第4期計画から変更を加えておりません。

繰返しになりますが、方角性としては変わらないものの、取組には見直しをかけてまいります。赤字で追記している部分、関係機関との連携、企業やサポーターを巻き込んだ消費者教育の実施、社会情勢に応じた時宜に適った普及啓発、見守り体制構築の推進、相談員確保に資する取組など、課題に対応する形で取組を展開していきたいと考えております。

資料の右下に記載の、重点的取組事項も継続としていきたいと考えております。ここに記載の4点を、引続き、取組を実施するに当たっての重要な視点と位置付けてまいります。

なお、資料に記載はございませんが、デジタル化の急速な進展とコロナ禍を経て、消費行動も対面か

らデジタルへと大きくシフトしたこともあり、インターネットやSNSに起因する相談が増加しており、デジタル化に係る消費者トラブルの防止、消費者教育の必要性、重要性が今後一層高まってくるものと考えております。

内容としては、計画中の「自立した消費者の育成」の推進項目に入ってくるもので、現在もそのトラブルに対する周知啓発も行っているところではありますが、社会情勢を踏まえ、社会情勢に応じた啓発ということで、推進施策として項目をひとつ抜き出す形で新たに明記しても良いのではないかと考えているところです。

また、重点的取組事項では、「ライフステージに応じた消費者教育の推進」とあり、世代別での教育を重視しておりますが、デジタル化の急速な進展に特化した教育など、社会情勢の大きな変化の中で、将来的に主流になり得る消費行動の分野に特化した教育なども視野に入れる必要があるのではないかと考えております。

こうした視点、考え方についても、委員の皆様から忌憚のない御意見を頂ければと思います。

資料2-2の説明は以上でございます。

それでは、この方向性を踏まえた、次期基本計画の骨子案について詳細を御説明いたします。

資料2-3「消費者政策推進基本計画（第5期）骨子案」を御覧ください。

資料左側の上段「第1章 策定に当たって」では、策定の趣旨、位置付け、計画期間について、第4期と同様、記載のとおりまとめたいと思っております。

次に「第2章 消費者行政を取り巻く現状と課題」は、第1から第3まで、3つの段落に分けて記述いたします。

第1は「消費者行政を取り巻く現状」で、社会情勢、県センターの相談受付状況、法令等の制定・改正状況をまとめてまいります。

第2では「第4期基本計画の重点的取組の成果と課題」として、重点的取組4点の成果と課題について記述します。

第3は「今後予想される社会情勢の変化」について、情報収集や現状分析を踏まえて記述いたします。

資料中ほど「第3章 基本理念と目指すべき宮城県の姿」についてですが、ここでは、3つの基本理念や第2章の現状・課題などを踏まえ、県の目指すべき姿をこれまでの計画から引続き「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」といたしまして、具体的に、以下の4つの社会の実現を目指すことを記します。

1つ目の「安全・安心な商品やサービスが適正な取引行為によって提供される社会」では、事業者が消費者の視点に立ち、サービスや情報を適切に提供する。消費者は自分の選択に納得した上で取引ができる社会を目指します。

2つ目の「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」では、全ての県民がライフステージに応じた消費者教育や情報提供を受けることができ、その結果、自立した消費者として被害に遭わず、合理的な意思決定ができる社会を、

3つ目の「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」では、トラブルに遭ったとしても、すぐに適切な助言を受けることができ、また、配慮が必要な消費者が、適切な支援や見守りを受

けることができる社会を、

4つ目の「人や社会、環境に配慮した消費行動ができる社会」では、持続可能な社会の実現のために、消費者も事業者も行動していく社会を、目指してまいります。

そして、これらの社会の実現に向けて、資料の右側「第4章 計画の体系と施策展開」で4つの政策を推進してまいります。

目指す社会の1つ目「安全・安心なサービスが適切な取引行為によって提供される社会」の実現のため、施策1「消費生活の安全・安心の確保」に記載してある7つの取組を、

2つ目の社会「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」の実現のため、施策2「自立した消費者の育成」に記載の4つの取組を、

3つ目の社会「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の実現」のため、施策3「消費者被害の防止と救済」に記載の5つの取組を、

4つ目の社会「人や社会、環境に配慮した消費行動ができる社会」の実現のため、施策4「人や社会、環境に配慮した消費行動の推進」に記載の4つの取組を実施、強化してまいります。

取組を実施するに当たっては、第4章第3に記載してある「重点的取組」に記載の、「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」、この4点を重要な視点として取組んでまいります。

資料の骨子案は以上のとおりですが、先ほど申し上げましたデジタル化の進展に伴う消費者トラブルの未然防止、消費者教育との重要性の高まりから、例えば推進施策のひとつとして、推進項目に明記しても良いのではないかと考えておりまして、そうした社会情勢を踏まえた御意見もお願いできればと思います。

ここで、第5期計画で設定する目標項目について御説明いたします。

資料2－4「消費者政策推進基本計画 目標項目の検討」を御覧ください。

基本計画では、施策の実施状況を測る指標として、8つの目標と目標値を設定しております。前回の設定時から状況の変化などが生じておりますので、目標項目についても見直しを行うものです。

「2 現在の目標項目と新たな項目案」を御覧ください。

現在、4つの施策で8つの目標を設定しています。

①から順に見ていきますと、施策1「消費生活の安全・安心の確保」では、「①消費生活の安全・安心確保に向けた立入検査等」を目標項目としており、県が実施する、事業者に対する立入検査の件数を目標の項目としておりました。

しかし、問題点といたしまして、立入検査の実施回数は、年度毎の検査計画や、検査対象施設数の変動に影響されることが挙げられます。検査件数は増やし続けていける性質のものではございません。現行の計画でも、法律の改正により、検査件数の計上方法が変わってしまったという問題が起きました。

そこで、この目標項目につきましては、資料の矢印の右側にある新たな項目案を御覧いただきたいのですが、目標として件数の達成に向けて取り組むものではなく、立入検査の実績を御報告するために、参考指標として項目を残してはどうかと考えております。

表の左側に戻りまして、施策2「自立した消費者の育成」では、現在は「②消費生活サポーター認定

数」と「③小、中、高校、特別支援学校での副教材使用率」を目標としております。これは、次期計画でも継続して目標としたいと考えております。

続いて施策3「消費者被害の防止と救済」では、「④県、市町村等の啓発講座開催数」と「⑤地域包括支援センターへの情報提供」を目標としております。

これらの目標については、まず、「④県、市町村等の啓発講座開催数」については継続といたしまして、回数だけではなく受講者数も追加することとしております。

「⑤地域包括支援センターへの情報提供」は見直しをいたしまして、「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」といたしました。昨年度や前回の審議会で、福祉関係の団体との連携を強化してほしいとの御意見をいただいたことでの見直しとなります。

なお、現在は、地域包括支援センター全て、100%の情報提供を目標としておりますが、第5期からは情報提供先の件数を単位といたします。

政策3では新たに参考指標として「市町村の消費者安全地域確保協議会の設置数」を加えました。現在、宮城県では見守りネットワークを設置しているのが仙台市と大崎市の2市のみで、県では設置を市町村に働きかけているところでございます。その成果を測るものとして、この指標を設定いたしました。設置主体が市町村であるため、目標ではなく参考指標として設定をしております。

資料左側に戻りまして、政策4「人や社会、環境に配慮した消費行動の推進」で設定している目標は、「⑥県民一人一日あたりの一般廃棄物排出量」、「⑦環境配慮マーク商品を選ぶことを意識する人の割合」、「⑧地産地消を意識する人の割合」です。

まず、「⑥一般廃棄物排出量」については時期計画でも継続といたします。

次に、⑦と⑧についてですが、これらは消費者庁の調査からデータを取っておりましたが、調査の項目から外れてしまったため削除といたしました。

そこで新たな目標項目として、「エシカル消費の県民認知度」を加えております。宮城県のデジタル身分証アプリを使いまして、県民へアンケート調査を実施する予定でございます。言葉も行動も浸透させていけたらと考えております。

参考といたしまして、資料の下段に「3 他都道府県で設定している目標項目の例」を記載いたしました。

他の都道府県では、例えば、188・消費者ホットラインや消費生活センターの認知度、消費生活相談員の研修参加率、情報発信回数などを目標項目としております。

消費者行政の推進に当たっては、消費者トラブルの防止、消費者教育はもちろんのこと、万が一被害に遭った場合に相談できる窓口を県民の皆様にご存知いただくことも大変重要であり、そのために積極的な周知啓発に取り組んでいるところでございます。ホットライン188や消費生活センターの認知度は、私達消費者行政の業務の課題や成果をダイレクトに測れる指標として有効と考えられ、資料の「新たな目標項目案」には明記していませんでしたが、他都道府県で設定している目標項目の例を参考に、「188、消費生活センターの認知度」も新たに盛り込んでどうかと考えているところですが、この点につきましても、委員の皆様から御意見をいただければと思います。

他県との比較に関しては、参考資料1に、基本計画の構成の比較をまとめております。

国も含めまして、現在、次期計画の策定作業中の都道府県から抜粋して掲載いたしました。

国の計画は、法改正や国際的な取引に関する事など、都道府県のレベルよりもマクロな視点が多く盛り込まれていたため、方向性のみ参考といたしました。

その他、岩手県、北海道、広島県の次期計画案については、宮城県の次期計画と大きく変わるころは見受けられませんでしたので、参考までに御覧ください。

以上、第5期宮城県消費者施策推進基本計画の骨子案について御説明いたしました。忌憚のない御意見を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

【事務局：消費生活・文化課 入駒担当課長】

消費者相談担当課長の入駒です。私からは宮城県消費者教育推進計画（第3期）の骨子案について御説明申し上げます。資料は、3-1から3-3と、参考資料2でございます。基本計画と同様、今回は骨子案ということで、大まかなところを御確認いただきたいと思います。

計画の見直しに当たりましては、令和5年3月に消費者庁が公表した「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を参考としております。

それではまず、資料3-1「宮城県消費者教育推進計画の構成比較表」を御覧ください。この資料は、第2期と第3期の教育計画に記載する項目を比較した表です。こちらを用いまして、第3期計画の全体像から御説明いたします。

資料の右側が、第3期計画の構成案でございます。考え方は、基本計画と同様、長期的な視点で消費者施策を着実に進めていくという考えをベースとして、今回、案を作成しております。

第2期からの変更点は、朱書きと下線の部分です。国の動きと社会情勢の変化に合わせて重点事項を変更しておりますが、構成自体には変更はございません。理由としては、基本計画と同様に、消費者教育を着実に進めていくには、継続した取組を実施していくことが必要と考えられるためです。しかし、社会情勢は変化しておりますので、情勢を的確に捉えながら、消費者教育を実施してまいります。

次に、資料3-2「宮城県消費者教育推進計画（第3期）において重点的に取り組む事項について」を御覧ください。この資料は、現行の第2期教育計画での取組と課題、また、それらを踏まえた第3期教育計画の重点事項と新たな視点・ポイントについて整理した表でございます。

上部に、計画策定の趣旨、計画の位置付け、計画期間を記載しております。策定の趣旨と位置付けはこれまでと同様、計画期間は基本計画と連動させて、令和8年度から令和12年度までの5年間でございます。

資料の左側に、現行計画の重点事項を記載しております。こちらには、例年、当審議会で御報告している主な取組も記載しました。

現行計画での取組と課題は、資料真ん中の列に記載しております。

まず、重点事項1つ目の「SDGsへの対応を踏まえた消費者市民社会の意義の普及・啓発」については、これを目指すため、エシカル消費のリーフレット作成及び配布、企業・社会人向けセミナーを開催したほか、今年度は高校生を対象とした動画コンテストを実施しました。課題といたしましては、前回の審議会でも議論いただきましたが、認知度が低いという現状がございます。

また、この課題に加え、「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」である、「消費者市民社会」のうち、「自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢に影響を及ぼし得る」に特に関連する「カスタマーハラスメント」の社会問題化がございます。

重点事項の2つ目、「成年年齢引下げを見据えた学校教育期における消費者教育の充実」につきましては、副教材の作成、配付、法律授業への弁護士派遣、中学校・支援学校への出前講座を実施しました。一方で、消費者教育の担い手となる教員向け研修の機会をあまり設けることができず、参加者が少なかったことが課題と感じております。

重点事項3つ目の「消費者教育の推進に向けた地域での連携強化・高齢者等の見守り体制の構築」に関する取組としましては、県内市町村の消費者行政担当・福祉関係部署の担当職員向けに、見守りネットワーク設置促進の説明会を実施しました。加えて市町を個別訪問してフォローアップを実施しております。また、県の消費生活相談員に対し、研修を積極的に受講するよう促し、相談対応の質の向上を図ったほか、地域の老人クラブ等での出前講座を行いました。

しかし、課題として、高齢者等の配慮を要する消費者が増加しており注視が必要であること、また、被害防止のため、福祉関係の団体をはじめとする関係機関と連携を強化すること、見守りネットワークの設置自治体が仙台市と大崎市の2自治体に留まっていることがございます。

重点事項4つ目は、「消費者教育を担う人材等の育成」です。取組では、新任教職員研修で講義を行ったほか、相談員を研修に派遣したり、消費生活サポーター養成講座を開催したりしました。

しかし、コロナ禍により、サポーター養成講座やサポーター参加のイベントが中止になり、サポーター登録者数が減少したことや、サポーターに若年層が少ないことは課題と認識しております。

以上が、第2期計画の重点事項とそれに対応した取組、そして課題と考えているところでございます。次期教育計画では、基本計画と同様、施策は大きく変えずに踏襲し、課題と認識している部分についての取組を強化及び拡充して実施していきたいと考えております。

資料右側に記載している「次期計画の重点事項」の、大項目は、第2期計画から大きく変更を加えておりませんが、SDGsの意欲の高まりや、成年年齢の引下げが施行されたことを踏まえて、文言を修正しております。

重点事項は大きく変わりませんが、取組は社会情勢に合わせて見直しを行ってまいります。

赤字で記載している部分、「エンカル消費を含む消費者市民社会の官民共同での普及推進」、「企業等と連携したカスタマーハラスメント防止に関する消費者教育」、「企業を巻き込んだ現役世代の消費者教育」などの取組について、強化・拡充をしてまいります。

資料右下の「新たな視点」を御覧ください。ここに記載の5点が、取組を実施するに当たっての新たな視点です。

1点目は、高齢者、障害者など、多様な特性に応じた相談方法の検討と啓発の拡充です。2点目は、これまで手薄だった現役世代への消費者教育の推進、3点目は、学校教育でタブレット端末を用いた授業が一般的になっていることなどから、デジタルでの消費行動を前提とした消費者教育の検討が必要ということです。

4点目として、カスタマーハラスメントが社会問題化している中で、消費者の意見を適切に伝えるための消費者教育がございました。カスタマーハラスメント防止に関する消費者教育については、前回の計画策定時にも御意見を頂戴しておりましたが、消費者の権利の抑制にならないよう、留意してまいります。カスハラ防止の消費者教育は、他の消費者教育と合わせて実施するもので、意見の伝え方や相手の受け止め方など、意見を伝える際のポイントを、企業等を講師として学生や現役世代へ展開していきたいと考えております。

5点目は、能登半島地震や南海トラフ巨大地震などの災害や、新型コロナウイルス感染症などの感染症まん延時等の、非常時における適時・適切な情報提供、及び、非常時に消費者トラブルに遭わないための教育を新たな視点として記載しております。

資料3-2の説明は以上でございます。

それでは、この方向性を踏まえた、次期教育計画の骨子案について詳細を御説明いたします。

資料は3-3「宮城県消費者教育推進計画（第3期）骨子案」を御覧ください。

資料左側の上段、「第1章 策定に当たって」では、策定の趣旨、位置付け、計画期間について、第2期と同様に取りまとめたと考えております。

次に「第2章 消費者行政を取り巻く現状と課題」は、第1から第4まで、4つの段落に分けて記述しております。

第1は「消費者を取り巻く現状」で、県センターの相談受付状況、消費者トラブルの状況啓発及び情報提供事業をまとめます。

第2では、「現計画の取組の成果と課題」として、重点的に行ってきた施策4点の成果と課題について記述します。

第3は「今後予想される社会情勢の変化」について、情報収集や現状分析を踏まえて記述をしてまいります。併せて、消費者の自立支援や脆弱性への対応、個人のウェルビーイング向上などの消費者教育推進の意義についても記述します。

第4は「消費者教育における新たな視点」として、資料3-2で説明をいたしました新たな視点について記述します。

第3章「消費者教育推進の重点事項」についてですが、ここでは現状及び取組、そして国の動きと社会情勢の変化を踏まえ、「(1) S G D s の意欲の高まりを踏まえた消費者市民社会の意義の普及・啓発」、「(2) 成年年齢前の学校教育期における消費者教育の充実」、「(3) 消費者教育の推進に向けた地域での連携強化・高齢者等の見守り体制の構築」、「(4) 消費者教育を担う人材等の育成」、「(5) 各種関係団体・機関との連携の強化」の、5つの重点事項を記載してまいります。

そして、これらの5つの重点事項を踏まえた上で、資料の右側、「第4章 計画の策定と具体的取組」で、4つの施策を推進していく旨を記載しております。

1つ目、「1 ライフステージ・場ごとの消費者教育」では、学校・地域・家庭・職域のそれぞれで取組を実施し、企業等を講師としてカスタマーハラスメント防止の消費者教育を学校期だけでなく様々なライフステージや場で実施することを、

2つ目、「消費者教育推進に係る人材の育成」では、行政・教職員、学生、地域人材や職域において、それぞれの場で消費者教育を推進できる体制づくりのための人材を育成することを、

3つ目、「関係団体への支援・連携・協働」では、エシカル消費の普及や現役世代への消費者教育の前提として、事業者への消費者教育の機会を確保していくこと、また、現役世代への消費者教育を実施していくことを、

4つ目、「関係施策等との連携」として、環境・食育・法・金融経済のそれぞれの教育と連携して消費者教育を実施、強化していくことを記載いたします。

取組を実施するに当たりましては、S D G s のゴール17「パートナーシップで目標を達成しよう」を踏まえ、国等の行政機関のみならず、事業者団体、N P O 法人などの関係機関との連携により計画を推進してまいります。また、施策評価の観点から評価を実施し、審議会へ御報告するほか、県民にも積極的に公表してまいりたいと考えております。さらに、現代が、「予測が難しく、変化が激しい社会・経済情勢」という意味の「V U C A の時代」であることを踏まえ、消費者を取り巻く社会環境の変化や、国の動向等を注視しながら、必要に応じて計画の見直しを行っていくことを記載しております。

なお、他県との比較に関しましては、参考資料２「他府県との消費者教育計画及び計画案との重点事項等 比較表」に、構成の比較をまとめております。参考資料２には、コロナ禍以降に計画を策定した山形県、教育計画を単独で策定している鳥取県、それから現在次期計画の策定作業中である京都府及び愛知県の計画を抜粋して記載しております。下線部は、各府県の特徴的な取組です。

他県の計画と比較いたしますと、それぞれ特徴的な取組はあるものの、消費者教育の人材育成、高齢者等への出前講座の実施、見守り体制の構築と見守りネットワークの設置促進、現役世代への消費者教育、カスタマーハラスメント防止に関する消費者教育、エシカル消費の普及と、宮城県と共通する項目が多く見受けられます。

以上、第３期宮城県消費者教育推進計画の骨子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。

【栗原由紀子会長】

それでは、只今事務局から説明のあった2つの骨子案について、委員の皆様からの御意見を伺いたいと思います。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ので、御発言をよろしくお願いします。

まず、佐藤副会長から御意見ををお願いします。

【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ことにつきまして、簡潔に述べさせていただきます。

基本計画、教育計画のいずれも、現在の計画を踏襲したもので、構成としては大きな変更はないとのことでした。ただ、今後の課題や、新たな取組については、消費者行政の現状や、社会情勢の変化、それからこれまでの審議会での議論を踏まえたものになっているということで、骨子案としてまとまっているものと感じております。

その上で、基本計画においては、目標の設定に関して3点、教育計画においては1点、意見がございます。

基本計画の目標については資料2－4に記載があります。気になったことの1点目は、「施策1 消費生活の安全・安心の確保」における目標項目である「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」を、目標ではなく参考指標とする、という説明がありましたが、そうすると施策1における目標項目がなくなりますので、難しいかも知れませんが、この施策における新たな目標項目の設定は必要ないだろうか？ということです。

2点目は、「施策2 自立した消費者の育成」に関する目標項目につきましては、2つあり、「消費生活サポーター認定数」と、「小学校・中学校・高校・特別支援学校向けの副教材の使用率」が挙げられています。そのうち「副教材の使用率」について、県側でコントロールできるものなのかというところが気になりました。使用率をどのように計測しているか、また、副教材をどのように使用しているか、御説明をお願いします。副教材を実際にどのように使用するかは、各学校の意思に委ねられているのでしょうか。

それから、3点目として、「施策4 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進」における目標項目で、新たに「エシカル消費の認知度」が加えられました。これまでの審議会での議論を踏まえており適切なものと感じますが、気になるのは、認知度を測る方法についてです。資料には、宮城県のデジタル身分証アプリ「ポケットサイン」を使用してアンケートを実施する、と記載されていました。このアプリに関しては、現在、登録者にポイントを贈呈するキャンペーンを実施しているところ、ポイント付与の応募者数が定員の20万人に満たなかったということで、二次抽選で応募者全員がポイントをもらえそうだと発表されています。

このことから、ポケットサインそのものの普及に大きな課題があると思いますので、エシカル消費の認知度を測る手段として、ポケットサインを用いることが適切なのか？という点が疑問に思いました。

続いて教育計画についてです。基本計画でも言及がありましたが、教育計画の骨子案では、社会情勢の変化の1つとして「デジタル化の進展」が挙げられており、デジタル化に対応した消費者計画が新たな視点として記載されています。ですが、重点項目には、「デジタル化に対応した消費者教育」という

記載が見られませんでした。これを重点項目として明示しても良いのではないかと感じたところです。私からは以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

佐藤委員からの御質問に対して、この場で答えられるものがあれば、事務局から回答をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 入駒担当課長】

まず、副教材の使用率について御回答いたします。

副教材は、各学校に郵送で発送しております。学校に対して、何学年に配付したか、授業で活用したかなど、アンケートを実施しており、そこから使用率を測定しております。

中には、副教材によらず、先生が独自に資料を作成して生徒に説明しているケースや、授業で説明はせず夏休み前に配付資料として配る、という学校もあり、御指摘のとおり県として使用率をコントロールすることは難しい側面がございます。

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

ポケットサインにつきましては、県といたしましてはポケットサインの普及拡大に力を入れていきたいと考えているところです。県庁内の他課で、ポケットサインを使ってアンケートを実施したところ、回答数が非常に多かったという例がございまして、様々な御意見を集められるのではないかと期待しているところです。今後の普及拡大を見越して、アンケートを実施し、エシカル消費の普及啓発の成果を測っていきたいと考えております。

【佐藤康仁副会長】

ポケットサインの登録者の年代などに偏りはないのでしょうか？

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

大変申し訳ございません。登録者のデータにつきましては、手元に情報がないため、お答えできるかどうかも含めて後日皆様へ御連絡させていただきます。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。佐藤委員からは、「デジタル化の進展に対応した消費者教育」を重点項目に入れてはどうか、という御意見も頂きましたので、事務局で検討をお願いします。

続きまして、今津委員からお願いします。

【今津綾子委員】

今津でございます。説明ありがとうございました。まず、基本計画については、全体的な方向性として、基本的には第4期を引き継いでいくとのことでした。消費者施策を長期的に着実に進めていくという考え方には賛成したいと思います。

まず、基本計画に関して、質問と意見がございます。

資料２－３の左側、第２章の第２に、１から４まで項目が記載してあります。その中の、「３ 多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進」の部分に、課題として、「消費生活サポーターの年齢層の偏り」が挙げられており、対策として若年者のサポーターを増やしていきたいと示されています。この、サポーターの課題に関して、形式的な質問ですが、左の枠では「３ 多様な主体との連携」という項目の中で課題として挙げられている一方で、資料右側の「第４章 計画の体系と施策展開」の枠内では、「２ 自立した消費者の育成」という施策の中の目標項目として挙げられています。サポーターの役割や位置付けが、「質の高い相談や支援を受けられる社会」に資するものなのか、「自立した消費者の育成」に資するものなのか、どちらなのかを教えていただきたいと思います。

それから、基本計画骨子案の説明の中で、社会情勢の変化を踏まえ「デジタル化に対応した施策」を消費者施策に追記すること、あるいは重点項目に加えることの提案がありました。デジタル化に対応した施策は非常に重要なものであることは異論がないところと思いますが、「デジタル化への対応」を言葉として強調し過ぎずとも良いのではないかと感じました。理由は、この計画は令和８年度から将来５年間にわたり続くもので、そうした中ではデジタル化への対応はもはやどの取組でも必ず意識すべきことであり、基本的な位置付けであろうと考えられるためです。

次に、資料２－４の目標項目についてです。目標項目を見直し、現在の目標項目「⑦環境配慮マーク商品を選ぶことを意識する人の割合」と「⑧地産地消を意識する人の割合」を削除して、新たに「エシカル消費の認知度」を加えるとの説明でした。エシカル消費という言葉そのものの認知度も重要ではありますが、前回の審議会でも話題となったように、「エシカル消費を実践しているか」の視点も重要ですので、削除される⑦、⑧の要素、例えば、環境に配慮した消費行動をしているか？というようなことを、エシカル消費の認知度の調査項目の中に含めるなど、目標項目を発展的に統合する形としてはどうかと思います。

また、これに関連して、参考資料２では他府県の教育計画との比較が掲載されておりますが、「エシカル消費」を分かりやすい別の言葉で言い換えている県が見られます。このことから、必ずしも言葉自体の浸透が目的ではない、という点に留意した計画になると良いと思います。

教育計画についても１点、意見を述べさせていただきます。資料３－２や３－３で、次期計画の重点事項として各種団体との連携の強化ということが記載されています。課題として、民間企業との連携不足が挙げられており、これに対応したものという位置付けと思います。その中でも、カスタマーハラスメント防止に関する消費者教育は、民間企業との連携を考えていく上で非常に良いと感じました。企業側にとっても意味のあるものですし、社会問題にもなっておりますので、企業が興味関心を持つテーマを挙げていくという方向として良いものと思います。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

御意見と、消費者サポーターについて御質問がありました。サポーターの趣旨や位置付けなどについて、事務局から簡単に説明をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 入駒担当課長】

消費生活サポーター制度につきまして、経緯も含めて、御説明いたします。

高齢者からの相談増加と、地域における相互扶助機能の低下、コミュニティの衰退が起こっており、地域での見守り体制の構築が求められている現状がございます。こうした状況を背景として、「地域レベルで消費者教育を推進する、自立した消費者の育成を図る」という目的で、消費生活サポーター制度を平成27年11月に策定しました。今御説明した背景もあり、策定当時から、60代以上のサポーター登録数が多く、若年層の登録は少ない状況です。一方で、今、若年層に関して、副業や投資詐欺の消費者トラブルが急増しております。若者に対する周知啓発も非常に重要ですので、今後、若年層、特に学生の方にも消費生活サポーターに登録していただけるよう、取り組んでまいりたいと考えているところでございます。

【栗原由紀子会長】

消費生活サポーターは、「自分のできる範囲で啓発活動をしていただく」というもので、具体的な役割や活動内容をはっきり示すことが難しい面があります。サポーターになってもらうことと同時に、身近なところで啓発活動をしてもらう、というところから、自立した消費者の育成と消費者被害の防止という2つの部分にかかってくるものだろうと思います。サポーターについて、事務局でよく整理をした上で、計画策定を進めていただきたいと思います。

このほか、デジタル化への対応や、エシカル消費の認知度の目標項目、カスタマーハラスメント対策に関する民間企業との連携についての御意見を承りました。今後の計画策定や施策で活かしていくよう事務局をお願いします。

続きまして、畠山委員からお願いします。

【畠山裕太委員】

仙台弁護士会 消費者問題対策特別委員会の、弁護士の畠山です。説明ありがとうございました。

計画の骨子案については、現状を踏まえた上で更に施策を進めていく、というものと理解しました。内容としては概ね妥当なところだろうと思います。端的に意見を申し上げます。

消費者施策推進基本計画については、資料2-3と2-4で「消費者安全地域確保協議会の設置数」を参考指標とする案が示されました。仙台弁護士会では消費者安全地域確保協議会の設置を要請しておりますので、協議会のことが計画の中に出てきているのは、大変良いことであり、我々も協力しようと思います。

しかし、協議会の設置数が目標ではなく「参考指標」になっていることについて、目標でも良いのではないかと感じます。説明では、県ではなく市町村が設置主体であるから、という理由が示されましたが、県が積極的に設置を推進していくという意思があれば、目標として掲げて良いのではと思います。

それから、消費者教育推進計画については、こちらも大きく変更を加えるものではないとのことでしたが、資料3-2や3-3に記載があるカスタマーハラスメント防止に関する消費者教育について意見がございます。カスハラ対策が必要であることはよく分かりますが、資料3-2中の重点事項に2回記載があり、消費者教育の中の位置付けとして、特に強調するほど重要度が高いものなのか、という点が疑問です。意識してそうしたのかは分かりませんが、大きな項目の中でも、このカスハラ対策が上位に記述されています。私からは以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

いわゆる見守りネットワークの設置数について、参考指標ではなく目標とすることを検討いただきたいという御意見がありました。事務局から、もしこの場でお答えできるのであれば、回答をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

見守りネットワークに関して、県ではなく市町村が設置するものということで、設置数を参考指標とする案をお示しいたしました。現在、県では、市町村を個別に訪問するなどして、見守りネットワークの重要性を説明して設置を促しているところです。県として、こうした取組も実施しておりますし、市町村との連携という側面もございますので、目標という形で検討させ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す。

それから消費者教育の中でカスハラ対策を重要視していることに違和感があるという意見がありました。これは御意見として承り、今後詳細を詰めていく際に事務局で考えていただければと思います。

では、次に、佐々木委員からお願いします。

【佐々木範子委員】

小牛田高等学園の佐々木です。よろしくお願いします。

骨子案については、特段意見はございません。

ただ、参考資料1、2について、これは宮城県と他県の計画案の比較が記載されている資料ですが、宮城県と他県を見比べたときに、宮城県は大まかな、大きな捉え方をした記載である一方、他県は具体的な取組が記載しており、他県の方がイメージしやすかったと感じました。事務局からの説明を受けて、宮城県の具体的な取組内容が理解できましたので、計画にはもう少し具体的な内容を記載しても良いのではないかと思います。

目標項目について、私は、どういう取組をすれば数値が上昇するだろうか、目標が達成できるだろうか、という視点で見えておりました。例えば副教材の使用率については、どうすれば学校での活用率を上げることができるか、ということを考えておりました。目標の達成は、計画が策定された後に考えることかもしれませんが、教育庁と連携しながら周知広報していけば良いのかなと思ったところです。

デジタル化に関して、学校では、今は生徒1人に1台の端末があり、毎日授業で端末を扱っている状況です。必要な時に必要な情報を得られることが大切と思っておりまして、消費者トラブルや被害は続々と新しいニュースが出てきますから、例えば、「こういう消費者トラブルや被害がありますので気を付けてください。」という情報を端末に配信してもらえれば、トラブルの防止に有効ではないかと思いました。端末やスマホに、消費者トラブルに関する情報が配信されるアプリがあって、それを見れば、今こういう事案が発生しているのだなと分かるものがあったら良いなと思います。他県の取組を見て、宮城県独自の取組として端末への配信ということも考えられるのではないかと思います。

それから、高校生向けのエシカル動画コンテストを実施したとの紹介がありました。動画作成に取り

組んだ生徒達は、エシカル消費をととても意識したことと思います。ですが、コンテストや作成された動画を、どういう場で、誰に見せていくかというところが大事だと思いますので、全県の生徒を集めるような場などで動画を見せて、外に向けてどんどん発信していくことが必要ではないかと感じました。

また、教員向けの研修の充実に関しては、これは私達が考えていかなければならないところで、先生方が参加しやすい形を検討して、その場で消費者教育に関することをお話しする機会を設けられたら良いと思いますので、教育庁に御相談いただき、より良い内容の研修とし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。

今回は骨子案ということで抽象的な部分がありますが、佐々木委員からは具体的な内容を御提案いただきましたので、事務局で素案を作成する際に参考にしていただきたいと思います。

続きまして青野委員からお願いします。

【青野禎宏委員】

大郷小学校の青野と申します。丁寧な説明ありがとうございました。

長期的な視点で消費者施策を着実に進めていくということは、大事なことだと改めて感じました。県の総合計画「宮城の将来ビジョン」の中では、目指す姿として「2030年には地域独自の魅力が磨かれ、宮城県に住んで良かったと思う人が多数を占めており、それが移住、定住へと繋がり、人口の社会減に歯止めがかかることで、持続可能な地域社会の形成が進んでいます。」と挙げられており、消費者施策の推進による消費生活の向上は、「宮城県に住んで良かった」というところに大きく繋がる部分なのだろうと感じます。

学校教育の現場で、人づくりの観点からも、消費者教育は大事なと感じています。日常生活でのトラブルを防いだり、適切な商品を選んだりすることについての教育はこれまでも行ってきたところですが、一方で、今回、学習指導要領が改訂になり、家庭科教育の中に「金融教育」が加わりました。

金融教育は、学校教育においては、生き方などキャリア教育の基礎となるような、お金の知識について学ぶものです。自分が稼いだお金をどう増やすかということだけではなく、収支のバランスや、投資したお金がどのように社会を循環していくかという観点も含みます。金融教育によって一人一人が自立できるようになっていけば、消費生活もより豊かなものにしていけると感じますので、消費者教育を大きな視点で考え、金融教育も併せた形で捉えていくのはどうかと感じました。

大きい視点を持つということでは、例えば税金について、消費税は消費者が負担する税金ですし、ふるさと納税は納税ではありますが、返礼品があるためある意味では消費行動と言えるでしょう。消費行動によって負担した税金が、街づくり、地域づくりに繋がっている面があります。消費生活、消費者教育を狭い範囲で捉えず、色々なところに関連しているものだと捉えて取組を考えていくのはいかがかと思っています。

それから、配慮が必要な方への対応ということで、高齢者や障害者、若年層への対応が重点項目に挙げられていますが、本校ではパキスタン、スリランカ、南アフリカなど外国籍の子ども達がおり、日常生活の中で外国の方が増えていることを感じております。このため外国の方も対象に含めていただければと

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。

消費者教育の中に、金融教育も取り入れていったら良いのではないかとことや、消費生活という言葉にとらわれずに広く考えていけばいいのではないかと御意見でした。

また、配慮を要する消費者というところに、高齢者など以外にも、外国の方も含めて検討してはどうかという御意見もございました。これは前回の計画策定の際にも、検討すべき事項のひとつとして意見が挙がっていたと思いますので、今回、素案の作成に向けて、事務局で検討をお願いします。

次に、三浦委員からお願いします。

【三浦清実委員】

東北経済産業局の三浦と申します。いつもお世話になっております。

計画に対して、特段意見等はございませんでしたが、所感をお話しさせていただきます。

参考資料2に、鳥取県の取組として「消費者トラブル未然防止のためのスマホ講座」と記載がありました。資料からは、実際にどのような講座なのか分かりませんが、実物を使つての講義ということであれば大変有効だろうと思いました。宮城県では今後の検討になると思いますが、資料3-2に「第3期計画のポイント 新たな視点」ということで「タブレット端末の活用」と記載がありますので、デジタル化に対応した消費者教育をぜひ進めていただきたいと思います。

それから、先ほど青野委員も仰っていた金融教育に関してです。お金を借り入れた際やりボ払いをした際の、利息も含めた総支払額を自分で計算してみるというのも有効な学習だと思います。

エシカル消費については、見える化が重要でありまして、環境に良いもの、倫理的な消費に繋がるものはどの商品なのか分かるような可視化が必要ではないかと考えております。

消費者被害の未然防止のためには、最新の情報の周知、啓発、そして悪質な事業者に対する法執行が重要です。東北経済産業局では特商法、割賦販売法、製品安全法を所管しておりますので、宮城県と合同立入検査などを行いながら消費者行政にしっかり取り組んでまいりたいと思っておりますし、また、宮城県、各自治体、警察、弁護士会、司法書士会などの関係機関との連携、意見交換、情報共有も引続き実施していきたいと考えております。厳しい状況もございますけれど、策定した計画をしっかり実行していくことが大事だと思います。引続きよろしく願いいたします。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

三浦委員からも、具体的な取組についての御提案を頂きました。御意見承りました。

続いて、渡辺委員からお願いします。

【渡辺淳子委員】

宮城県生活協同組合連合会の渡辺です。説明ありがとうございました。

骨子案と関係資料を見て、消費者に関する課題、現在の取組、今後の方向が整理されていると感じまし

た。現計画を踏襲するという考えに賛成いたします。その上で、両計画に係る全体的なところで、意見を2点述べさせていただきます。

まず、年代を問わず、インターネットやSNSの利用が日常的なものになっている現代社会においては、全ての人が消費者トラブルに巻き込まれる危険にさらされている、という認識に立った考えがとても重要だと考えております。この認識のもと、ライフステージに応じた啓発、情報発信を行っていくということが必要です。

それからデジタル化に関するところでは、デジタル化の進展に伴って海外の事業者が絡む消費者トラブルがとても増えており、しかも解決が困難という状況があります。今後も海外とのやり取りは増えていくと見込まれます。参考資料1 他県の基本計画案の中にも、「取引のグローバル化」という記述が見受けられますので、宮城県の計画の中にも、情勢として、デジタル化が国内外で進展していることを記述していただきたいと思います。

全体的な意見は以上です。次に、個別の部分で、意見と質問をいくつかお話しさせていただきます。まず、資料2-3と2-4に、「市町村の消費者安全地域確保協議会の設置数」を参考指標とする案の記載がありました。畠山委員からもお話がありましたが、今回、見守りネットワークに関することを計画の中に積極的に盛り込む案としたことは、評価できる点です。ですが、私も、参考指標ではなく目標値として扱って欲しいと思います。

見守りネットワークについては、県で市町村を個別に訪問して、設置を働き掛けているという説明がありました。市町村からも色々意見があることと思いますが、なぜ設置が進まないのか、原因は人材不足なのか、予算的な制約なのか、県に分析をしていただきたいと思います。また、参考資料2で、他府県の取組で、「見守りネットワーク設置のインセンティブとなる取組」が紹介されています。インセンティブがあれば、設置が進むのではないのでしょうか。予算との兼ね合いがあるので難しい点もあるかと思いますが、設置に本腰を入れるのであれば、宮城県でもこうしたインセンティブが必要ではないかと思います。

配慮が必要な方への対応の観点では、先ほど、青野委員から、外国人を含めてはどうかとの意見が挙がりました。外国からの移住者が増加しており、今後5年間でも益々の増加が見込まれる中で、外国人への相談対応の強化は必要不可欠ではないのでしょうか。参考に、現在、外国人からの消費生活相談がどのくらいあるか、また、外国人に向けてどのような取組をしているか、教えていただきたいと思います。

それから、資料2-4の目標項目の見直しに関して、佐藤委員からも意見が挙がったところですが、私もデジタル身分証アプリでアンケートをすることについては気になりました。ポイントキャンペーンの応募が20万人に満たなかったという状況で、これから宮城県として登録推進に力を入れていくという御説明がありましたけれども、例えば登録者の世代の偏りなどがあるのではないかと思います。もう少し慎重に、こうしたことも勘案して、アンケートを検討していただきたいと思います。私からは以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

渡辺委員からは、外国人からの消費生活相談の対応状況について御質問がございました。事務局で回答が可能であれば、お願いします。

【事務局：消費生活・文化課 入駒担当課長】

外国人からの相談は、現在のところ1件のみです。国内に長く住んでいて、ある程度の日本語が喋れる方からの御相談でした。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございます。

以前の審議会でも、外国人からの相談について話題になったことがありました。その時も、相談はないと説明があったことを記憶しています。

外国人からの相談がないのは、相談場所が認知されていないのか、言語などの問題があるためなのか、理由は様々考えられると思います。外国人が増えていることも考慮して計画を策定していくよう、事務局をお願いします。

この他、海外との取引における消費者問題、見守りネットワーク設置、ポケットサインでのアンケートについても御意見を頂戴しました。これらについても精査して、計画に盛り込むことを検討して欲しいと思います。

では、次に、折腹委員からお願いします。

【折腹実己子委員】

宮城県社会福祉士会の折腹でございます。

まず、資料2-3の基本計画の骨子案について、感想と意見を述べさせていただきます。特に、高齢者や障害者などの、支援を必要とする方々の消費者被害の防止と救済に関するところです。

支援が必要な方であっても、自らの自由な意思決定のもとに消費行動ができるよう支えていくことが非常に大切と思っております。安全であること、権利が保障され自立支援が行われていることも大事です。

しかし、トラブルに繋がることを恐れるあまり、高齢者や障害者が制限・制約を受けている場合もあります。具体的には、自分のお金を家族に管理されてしまい、自由に物を買えないケースがあります。こうした方々の自立の支援と権利の尊重を、計画によって実現していただきたいと思います。

一方で、高齢者や障害者は、消費者被害に遭いやすいとされており、配慮が必要でもあります。多くの被害が報告されていますし、騙されて被害に遭ってしまうこともあります。被害の防止と救済にしっかり取り組んでいくことを、計画に盛り込んでいただくようお願いします。

配慮を必要とする消費者を支援する時には、地域のネットワークが重要な役割を果たします。日常生活の中での相談支援体制が構築され、関係機関同士で情報が共有されていることが大事です。先ほどから見守りネットワークの話題が出ておりますが、ぜひ、これを構築する、増やす働きかけを進めていただきたいと思います。配慮や支援が必要な方々が、制限や制約を受けることなく、安全で安心して行動ができるような体制づくりを、この計画の中で推進して欲しいという思いです。

次に、資料2-4についてです。目標項目の案として「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」が示されました。これを確実に行っていただくようお願いします。福祉関係は多くの団体がありますが、情報が行き渡るように取り組んでいただきたいです。

また、「県、市町村等の啓発講座開催数、受講者数」の目標は、講座の実施を続けていくことで消費者

被害の防止に繋がっていくと思いますが、実施状況を把握して、開催回数や受講者数が少ない地域は強化したり、その地域の見守り機関に情報提供をして実施を働きかけたりするなど、方策を考えることも必要だと思います。目標に関しては、このあたりが非常に重要なところではないかと考えております。私からは以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

消費者被害の防止と救済の部分で、相談、見守り、関係機関の情報共有の体制を構築して、被害が生じる前の対応ができるようになれば良いという御意見、また、高齢者や障害者の方々の行動が制限されないよう、自立した生活が送れるようにという視点を持ちながら計画を立てていって欲しいという御意見でした。事務局で考慮していただきたいと思いますので、よろしくお願いします。

続きまして、末委員からお願いします。

【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。

基本計画と教育計画の骨子案を資料で読みましたが、内容については、方向性としては良いと思います。ただ、資料の量や、1つの資料の記載量が多くて、見にくい点や、分かりにくい点が多々ありました。例えば、資料2－3では、4つの重点的取組は、4つの施策にそれぞれ対応したものであるように見受けられたのですが、よく読むとそうではありませんでした。

また、参考資料1と2では、他県の取組は具体的に記載してありどのような取組なのかイメージしやすい一方、宮城県の案は表現が抽象的と感じます。様々なことを網羅する意図で取って抽象的にしているのかもしれませんが、他県の記載の仕方の方が分かりやすく感じました。

資料3－1にも抽象的で分かりにくい表現があります。この資料は第2期からの変更点が赤字で記載されていて、消費者教育における新たな視点として「SDGsの意欲の高まり」や「消費者市民社会構築に向けた多角的な視点の情報提供」と赤字で記載されています。説明を聞いて内容は理解できましたが、文字を読んだだけではどういうことなのか抽象的で分かりませんでした。

これらの例の他にも、分かりにくいと感じたところが多々ありましたので、全体的に、もう少し具体的に記載しても良いのではないかと感じました。表現の部分については以上です。

次に、内容に関することをお話しします。資料3－3の中ほどに、次期教育計画の項目として「3 国の動きと社会情勢の変化等 （1）消費者の多様化」という記載があります。消費者の多様化ということは、私も強く感じているところです。今日の審議会でも外国人の話題が出ていますが、今後日本では、労働力不足から外国人労働者が益々増えていくことが予想されます。外国人の消費者トラブルも増えてくると思われますので、対策を計画にはっきり、言葉としても盛り込むと良いのではないかと思います。

それから、この「消費者の多様化」の中にある「③ 孤独・孤立の顕在化」という見出しの部分に関することです。先日も出生数が少ないことが報道されていたように、少子高齢化がとて進んでおります。私は長年民生委員をしているのですが、地域の中でも、孤立している方や身寄りのない方が本当に増えています。私が住んでいる地区では、全世帯の4割ほどが高齢者世帯です。身寄りのない方などが知らないうちに亡くなっているケースも珍しくなく、こうした問題は今度どんどん深刻になっていくと思われ

ますので、見守りという観点・役割において、消費生活サポーターも重要であると思います。宮城県では、サポーター登録者が少ない市町村がほとんどで、個人でどこまでの活動をされているのか分かりませんが、活動内容や役割を幅広くしたり、活動回数を増やしたり、サポーター活動を活性化させる取組が必要だと感じました。私からは以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

具体的な言葉を使って、分かりやすい計画として欲しいという御意見です。

また、重点項目と施策との関係など、対応や繋がりが分かりにくいという御意見もありましたので、事務局で考慮していただければと思います。

では、続いて、木村委員からお願いします。

【木村佳代子委員】

宮城県地域婦人団体連絡協議会の木村と申します。よろしくお願いします。

計画の骨子案については、特別、意見はないのですが、気になったのは消費生活相談員のなり手不足というところです。私の友人が消費生活相談員をしており、老人クラブなど色々なところに出向いて、詐欺や悪質商法の手口などを寸劇で分かりやすく教えてくれていました。ある時、彼女は、相談員の国家資格を取るために一生懸命勉強をしておりましたが、関係する法律が多く勉強の内容が幅広、複雑で、資格を取るのは大変なことなのだったと思ったものです。資格取得の難しさや、消費者関係の法律・ルールを把握することの難しさ、相談対応の難しさがあるために、なり手がいないのかなと感じました。

それからポケットサインのことです。私の住んでいる地域で、県職員による防災関係の説明会がありました。そこでポケットサインの説明もありましたが、携帯電話の機種の問題なのか、アプリをダウンロードできない方がいらっしゃいました。私も、知り合いに、災害時に身分証になることや、ポイントがもらえることを伝えることはありますが、このアプリが県民に行き渡るにはどのくらいかかるのだろうと思いました。

出前講座については、私の地域でも高齢者が多くおりますが、参加者が固定されている傾向にあります。ですから、新しい参加者をいかに増やしていくかを考える必要があると思います。地域の中には小さな団体も色々ありますので、そうした小さな団体にも消費生活に関する啓発をしていったら良いのではないかと思います。

先日、私の住んでいる自治体の広報誌に、詐欺電話のことが掲載されていました。海外からかかってくるもので、「+」がついている番号からの電話は危ないという内容でした。そうしたところ、私の携帯電話に、+から始まる番号の着信があったのです。出ないでいると留守電になったので、後で留守電を聞いてみると、総務省からの案内ということでした。私に総務省から電話が来るはずがないと思い、インターネットで調べると、広報誌に掲載されていたとおり、海外からの詐欺電話だろうということでした。今は高齢者もみんな携帯電話を持っている時代です。私は広報誌を読んでいて知識がありましたので被害に遭わずに済みましたが、広報誌などを読んでおらず情報を持っていない高齢者だったらどうだったでしょうか。怖いなど感じると同時に、集まりがある時には、こうした情報を交換することも大切だと思いました。以上、今日この頃に思ったことでございます。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

相談員のなり手不足や、情報伝達について、情報を浸透させていくことが大事だということの御意見を頂きました。事務局で、これらの視点を取り入れていただければと思います。

続きまして、白鳥委員からお願いします。

【白鳥裕之委員】

仙台商工会議所の白鳥と申します。よろしくお願いいたします。

委員の皆様から色々意見が出ておりますので、私からは多くは意見ございませんが、気になったのは、まず、カスタマーハラスメントに関することです。畠山委員からもお話がありました。企業の立場からすると、カスハラに大変悩まされているところが多く、カスハラによって辞める従業員が多いという企業もあります。人手不足が叫ばれる中で、特に、多くのお客さんと対面でやり取りをする業種、例えば交通機関などでは、カスハラのせいで離職したり、採用が難しかったり、大きな問題になっています。消費者に対して、企業への伝え方などマナーに関するところを周知、啓発していくことが大事だと思います。

それから、資料2－3に「目指すべき宮城県の姿」として「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」とあります。安全・安心な消費生活を送るために、悪質な事業者への対応が必要ということは理解するのですが、世の中がそういう事業者ばかりではありません。消費というのは、心を豊かにすることや、楽しい気持ちを持つことにも繋がる行動です。一般の企業にとっても、消費者にとっても、こうした明るい視点を取り入れることも大切ではないでしょうか。

デジタル化に関しては、現在、多種多様なサービスや取引の形態があり、今後もっと多様化していくことが考えられます。自分で理解をした上で必要なものを選択していくことが大事だろうと思います。

あとはやはり高齢化の問題です。今も様々な問題がある中、高齢化は更に進みますので、どう対応していくかというのが計画での喫緊の課題だろうと感じました。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

カスタマーハラスメント対策については、前回の計画策定時に、記述を入れることを取りやめたという経緯があります。カスハラ対策と、消費者の意見を言う権利との線引きは明確でないため、難しいところではありますが、前回の策定時に記述を取りやめた理由も踏まえて、事務局で検討していただきたいと思います。

それから、消費生活は心を豊かにするものであるという、大変貴重なキーワードを頂きました。怖がることなく、楽しい気持ちを持って消費ができる、そういう宮城県でありたいという視点も持って、計画を策定していければと思います。

続きまして、山岸委員からお願いします。

【山岸正樹委員】

東北電力の山岸と申します。いつもお世話になっております。

今回の審議会を通じて、消費者への分かりやすい情報発信、誤解を生じさせないような情報発信の重要

性を改めて認識したところです。我々電気事業者で言えば、やはり顧客の関心が高い電気料金について、また、宮城県においては、原子力発電所の状況について正確に、丁寧に、素早く発信することが何よりも重要だと感じました。

1点質問させていただきます。資料3-3、次期教育推進計画の骨子案 第3章のところに、「企業等と連携した・企業を巻き込んだ消費者教育」という記載があり、繰り返し表記されています。宮城県では、企業との連携や企業の取組に何か課題があると考えているから、このような記載になっているのだと思うのですが、現状と課題についてどのように考えているか、お伺いします。

また、企業に対して望むことや、具体的なイメージがあればお伺いしたいです。よろしくお願いします。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

企業との連携に関する御質問がございました。県の認識と、具体的な連携のイメージなど、事務局から説明いただきたいと思います。

【事務局：消費生活・文化課 入駒担当課長】

企業との連携を強調した理由の一つは、前回の審議会でも議題に取り上げた、「現役世代に対する消費者教育・啓発」が手薄になっているということです。現役世代に対しては幅広く情報を届ける必要があると考えておりますが、行政と民間企業の繋がりが弱く、情報を伝える機会が非常に少ないという点が課題と認識しております。

それから、連携のイメージについてです。例えばエシカル消費の啓発に関しては、小売店などと連携することを考えております。行政のPRやセミナーだけでは周知を広げていくことがなかなか難しいだろうと思いますので、実際に物を買う場である店頭でPRすることで、周知を広げていければと考えております。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。よろしいでしょうか。

では、中川委員からお願いします。

【中川孝子委員】

J Aみやぎ女性組織協議会の中川と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

私はこの審議会で「エシカル消費」という言葉を知りました。そこで、昨年7月、女性組織協議会で300人程のセミナーを開催した際に、どのくらいの人々がエシカル消費を認識しているのだろうと思い参加者に聞いてみたところ、知っているのは若干1名だけという状況でした。

資料3-2には、宮城県のエシカル消費の啓発の取組として、リーフレットを作成したことや、高校生対象の動画コンテストを開催したことなどが記載されています。県では啓発のためにこういう取組をしているんだ、ということが分かりましたが、先ほど申し上げたとおり、また、県民意識調査の結果からも、認知度はまだまだ低い状況です。ポケットサインでのアンケートがどのような結果となるか、興味深い

ところでは。

それから詐欺や悪質商法に関しては、毎日、被害のニュースが報道されています。皆さん、自分だけは詐欺に遭わないと思っているようで、私もそう思っているところがあるのですが、手口がとても巧妙になっています。先ほど木村委員からもお話が出ましたが、海外からかかってくる詐欺の電話もあるようです。ですので、注意喚起のために、被害が多い事例や、新しい手口などを行政からたくさん発信して欲しいと思います。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。エシカル消費の認知度と、情報発信について御意見を頂きました。

それでは、委員の皆様から御意見を頂きましたので、総括し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 遠藤課長】

本日は様々な御意見を頂戴いたしまして、誠にありがとうございました。

両計画の骨子案について、基本的な構成はそのままに、現状を踏まえて着実に進めていくという方向性については、皆様に御賛同いただけたものと認識しております。

本日頂いた御意見としては、地域の中での相談体制を構築することが重要であり、見守りネットワーク設置を更に積極的に推進していくべきだということや、デジタル化について、カスハラ対策、消費者の多様化・外国人への対応、ポケットサインの活用と分析についての御意見、金融教育の視点など、本当に様々なものがございました。文章については、分かりやすく具体的な記述を、という御意見も頂きました。

今後、事務局で素案の作成に入りますが、本日の御意見を踏まえて、作成を進めて参りたいと考えております。委員の皆様には、引き続き、忌憚のない御意見をお願いできればと思います。本日はどうも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した。委員の皆様の御意見を踏まえて、事務局には素案の作成をお願いします。

今日は様々な御意見を頂きましたが、もし追加で御意見や御質問がありましたら、1週間後くらいまでに、事務局へメールやFAXでお知らせいただきたいと思います。

それでは議事は以上といたします。皆様、議事進行への御協力ありがとうございました。進行を事務局へお返しします。

【事務局：消費生活・文化課 但木部副参事兼課長補佐（総括）】

栗原会長、議事進行ありがとうございました。また、委員の皆様、骨子案に対して貴重な御意見を頂きましてありがとうございました。

次第の「5 その他」に進みます。事務局から今後のスケジュールについて御連絡いたします。

【事務局：消費生活・文化課 消費者行政班 伊藤課長補佐（班長）】

それでは、来年度の審議会のスケジュール等について事務局より御説明いたします。

資料4を御覧下さい。来年度は、引続き基本計画教育推進計画の策定についてということを議題として、審議会を3回開催する予定としております。開催時期につきましては、第1回が、5月下旬から6月上旬に計画の素案。2回目は8月下旬から9月上旬頃に計画の中間案。その後、県議会への中間案の報告、各計画についてのパブリックコメントを経て、12月中旬から12月下旬頃に第3回の審議会で計画の最終案を御審議いただき、翌年の2月の県議会の議決を経て、3月に基本計画等の公表を行う予定となります。

また、資料の備考欄の方に記載しておりますが、佐々木委員と青野委員以外の委員の皆様につきましては、任期が令和7年9月末までとなります。7月の中旬頃から、次期委員の就任手続きの方を進めさせていただきます。各団体に推薦依頼などをさせていただくこととなりますので御了承願います。

なお、4月の人事異動により役員交代などがあり、委員を交代する場合につきましては、速やかに事務局までお知らせいただきますようお願いいたします。

来年度は審議会を3回開催する予定であることや、委員の就任手続きなど、委員の皆様には御負担をおかけすることとなります。審議会の開催時期等は改めてその都度調整させていただきますので、御協力いただきますよう、どうぞよろしくお願い申し上げます。

事務局からの説明は以上となります。

【事務局：消費生活・文化課 但木部副参事兼課長補佐（総括）】

この件に関して、御意見や御質問はございますでしょうか？

それでは時間でもございますので、以上をもちまして、令和6年度第6回消費生活審議会を閉会させていただきます。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。