

令和7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8月29日（金）午前10時から正午まで
- 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）消費者行政の取組について
 - （2）宮城県消費者施策推進基本計画（第5期）の中間案について
 - （3）宮城県消費者教育推進計画（第3期）の中間案について
 - （4）その他

議事（1）消費者行政の取組について

【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。

今回の議事は3件ございます。まず、「（1）消費者行政の取組について」です。令和6年度の取組実績について、事務局から報告をお願いします。

【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4期）の実施状況について」御説明を申し上げます。

資料1－1「基本計画（第4期）実施状況＜概要＞」を御覧ください。こちらの資料は、第4期基本計画で「重点的取組」と位置付けた取組の、令和6年度の実施状況をまとめたものでございます。

主な取組実績について御報告いたします。資料の右側を御覧ください。

まず、点線で囲まれた部分に、重点的取組1「ライフステージに応じた消費者教育の推進」と、重点的取組2「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」に共通する取組実績について記載しております。

各種媒体を活用した消費者トラブル等の情報提供として、ホームページや情報誌、啓発リーフレットなどで広く周知啓発を行いました。高校生向けには電子ブック化し、多くの生徒に行き渡らせる工夫をいたしました。このほか、限られた人員と予算の中で、啓発の効率性と効果が高まるよう、啓発動画のテレビ放送のほか、SNSでの配信も行いました。また、県が実施した講演会・出前講座の回数は、昨年度の95回から大幅に増え、計137回の実施となりました。

続きまして、重点的取組3「多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進」の実績についてでございます。

消費生活相談員の相談対応機能の向上支援では、研修会や、仙台弁護士会の御協力をいただき、事例を解説していただく事例検討会などを開催いたしました。

令和6年度に県で受付した相談件数は、6,698件でございました。このうち、専門的な対応が必要な

事案については、他の専門機関の紹介や仲介など、的確な対応を行いました。

なお、事前の御質問で、「昨年度から相談件数が増加した要因はなにか。」との御質問を頂きましたが、定期購入に関する相談が前年度から約 200 件増加したことが要因のひとつと考えております。

また、東北経済産業局と情報共有をすることが悪質業者の処分に繋がっていることについて、成果として評価してはどうかとの御意見も頂きました。ありがとうございます。今後も、安全・安心の確保のために、密な連携を継続させていただきたいと考えておりますので、よろしくお願いいたします。

最後は、重点的取組 4「人や社会、環境に配慮した消費行動の推進」についてです。エシカル消費の普及啓発のセミナー開催のほか、昨年度から始めた取組として、若い世代からの広がりを目指し、高校生による動画コンテストを開催しました。

重点的取組 1 から 4 の詳細及び重点以外の取組の実施状況については、資料 1－2 に詳細を記載しておりますので、そちらを御覧ください。

次に、資料 1－3「基本計画（第 4 期）消費者施策別目標値達成状況」を御覧ください。こちらは、施策ごとの、目標の達成状況についてまとめたものです。いずれの項目も、目標は達成していませんが、昨年度と同水準を保つことができました。

「2 消費生活サポーターの認定数」は、コロナ禍以降、初めて、サポーター新規登録のための養成講座を開講できました。養成講座は、栗原先生に講師をお願いいたしました。

また、「副教材の使用率」については、少し上昇し 49.5%となりました。高等学校については、教材を電子ブック化して、家庭科の先生方が集まる研修会でも周知させていただいているところです。

なお、事前の御質問で、電子ブックの配布方法についての御質問がございました。電子ブックは、QR コードを記載したチラシのデータを送付しております。チラシは、本日の追加資料の 2 枚目に添付しております。このチラシにある QR コードをスマートフォンやタブレットで読み込むと、電子ブックが開く仕組みになっております。

「3 県、市町村、その他の団体等の啓発講座の開催」は、開催数は約 500 回で横ばいでしたが、資料に記載はございませんが受講者数は約 2,000 人以上の増加となりました。

事前質問と回答は、取りまとめて、本日の追加資料としてお配りしております。後ほど、御覧くださいますようお願いいたします。

第 4 期基本計画の主な実施状況については以上でございます。続いて、消費者教育の実施状況について、消費者相談担当課長から御説明申し上げます。

【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でございます。私からは、宮城県消費者教育推進計画（第 2 期）の概要と実施状況、及び、消費生活相談の実績と傾向について御説明させていただきます。

初めに、資料 1－4「宮城県消費者教育推進計画（第 2 期）実施状況」を御覧ください。資料左側に記載しております 5 つの基本方針に基づき、右側に記載の 4 つの施策に即した具体的な取組を進めてまいりました。

取組状況について御説明いたします。資料の中央の上部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」については、主なものとして、右側の C に記載しておりますように、出前講座や弁護士による法律事業等を実施いたしました。また、D に記載のとおり、地域包括支援センターへ

の情報提供などを行い、教育・啓発活動を進めました。

次に、施策2「消費者教育推進に係る人材の育成」では、消費生活相談員を対象とした研修を実施するなど、資質向上に向け、環境の整備に努めました。

施策3「関係機関への支援・連携・協働」については、様々な場面で、国、市町村、関係団体や、仙台弁護士会などの専門機関と連携して取組を実施してまいりました。昨年度も、県内行政機関、弁護士会、司法書士会との懇談会につきまして、例年通り2回の開催をいたしました。

施策4「関連施策等との連携」につきましては、宮城県金融広報委員会が主体となりまして、金融リテラシーを身につける出張講座や講師派遣事業を行いました。金融経済教育と連携を深めることにより、効果的な消費者教育に取り組んでまいりました。

取組の詳細につきましては、資料1－5に記載してございますので、後ほど御覧ください。

次に、資料1－6を御覧ください。消費生活相談の実績と傾向について御説明いたします。

令和6年度の県内全体の消費生活相談につきましては、表の1にありますとおり、県及び県内の市町村で受け付けた相談件数は、合計で18,180件でございました。令和5年度と比較しますと130件増加しております。市町村の受付件数は前年度から減少したものの、県の受付件数が増加し、全体として、130件の増加になりました。相談件数全体に占める市町村の割合は63%でございました。県の相談件数の増加につきましては、定期購入トラブルに関する相談が多く寄せられたこと、また、消費者ホットライン188経由の相談は、市町村で受付できる日以外は県に繋がるため、188の普及により県の相談が少し増えたのではないかと考えております。なお、市町村の受付体制につきまして、受付可能な日が減少したということではございません。

次に、県に寄せられた消費生活相談の状況についてです。2ページ目の表の2を御覧ください。商品・サービス別の相談件数を上位10位まで掲載しております。令和5年度と比較しますと、基礎化粧品や他の健康食品に関する相談が大幅に増加いたしました。これらの商品の定期購入に関する相談が増加したことによるものと考えております。

次に表の3、年代別の相談件数についてでございます。こちらを見ますと、60歳代以上の割合が全体の約3割を占めており、20歳代と40歳代を除く各年代で、前年度と比較して相談件数が増加しております。

続いて3ページを御覧ください。表の4です。年代別に商品・サービス別の相談件数を上位10位まで掲載しております。20歳未満から40歳代では、医療サービスに関する相談、40歳から80歳代までは、他の健康食品に関する相談、40歳から70歳代では、基礎化粧品についての相談が多く寄せられております。また、工事・建築に関する相談は、30歳代から90歳以上の幅広い年代で、相談が多く寄せられました。

続きまして、令和6年度の相談啓発の取組について御説明いたします。「みやぎの消費生活情報」の発行や、テレビCM・SNSでの啓発動画の発信に加え、石巻地区介護福祉フェスティバルでブース出展を行い、見守りを受ける方と見守りをする方の両方への普及啓発を実施いたしました。また、市町村への見守りネットワークの設置促進については、各市町村の消費者行政担当者及び福祉部門担当者を参集範囲とした説明会を実施したほか、4市町を個別に訪問し、意見交換を行いました。

4ページを御覧ください。エシカル消費の普及啓発に関しては、社会人向けセミナーを実施したほか、教育庁と連携して高校生動画コンテストを行い、若年層への啓発に努めました。動画コンテストに

については、地元紙の他、全国紙にも取り上げられました。

最後に、18歳・19歳の相談件数についてでございます。令和6年度は、相談件数全体が増加したため、18歳・19歳の相談件数の割合は減っておりますけれども、件数自体は横ばいの状況となっております。相談の主な内容は、ミネラルウォーター、エステ、医療サービス、不動産賃貸に関するものとなっております。

消費者教育推進計画の実施状況と、消費生活相談の実績と傾向については、以上でございます。

【栗原由紀子会長】

今回は、委員の皆様、この議題に関する資料を事前に送付させていただいており、事前に質問を取りまとめております。御質問への回答は、先ほどの事務局からの説明の中で触れたほか、本日の追加資料としてもお配りしておりますので、お目通しをお願いします。

このほかに、今この場で御質問のある方がいらっしゃいましたら、お受けしたいと思います。挙手をお願いします。

【末弘美委員】

宮城県生活学校連絡協議会の末と申します。

資料1－5「教育計画（第2期）実施状況」の4ページ、表の一番上の、学生サポーター認定の実績の部分についてです。ここに、「学生サポーターの認定を行い、啓発活動を通じて自立した消費者としての地域を身に着けられるよう支援する。」と記載がありますが、文章がよく分かりませんでした。補足をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

「地域」ではなく、「知識」の誤字でございます。申し訳ございません。

学生サポーターには、学生に対して普及啓発をし、消費者トラブルに巻き込まれることを防ぐ活動をしていただきたく、県では学生サポーターの拡大を考えているところです。大学に御協力を頂く上では、学生サポーターに具体的にどのような活動をしていただくかというところをきちんと整理して提示する必要がありますので、今後そうしたところも詰めながら進めてまいりたいと考えております。

【事務局：消費生活・文化課 長谷川担当課長】

学生サポーターには、自らの活動を通じて、同世代の方々に対し、自立した消費者になるよう影響を与えるような存在であって欲しいと思っております。

【栗原由紀子会長】

学生サポーターの位置付けについては、次期計画の中でも検討していただきたいと思っております。

【末弘美委員】

もう1点質問です。

資料１－２「基本計画（第４期）実施状況」の１４ページ下段と、資料１－５の６ページ下段に、ホームページやＳＮＳなどでの広報の実績が掲載されています。この中で、ラジオ広報は、令和５年度は９０回の実績でしたが、令和６年度は実施がありませんでした。

若い方に対する啓発という点では、ＳＮＳやテレビでの広報に力を入れることは分かりますが、今年度はラジオ広報を実施しても良いのではないかと思います。私も、ラジオはいつも携帯しておりますし、全国的に、熊の出没が話題になっており、ラジオを携帯すると対策になるということが言われていますので、持ち歩いている人も増えているのではないかと思います。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。御意見として承りたいと思います。事務局からコメントがありましたらお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 長谷川担当課長】

昨年度から、費用対効果などを考慮し、ＳＮＳによる広報に力を入れてまいりました。今年度の予算を使った広報は、ＳＮＳ、テレビなどを予定しており、準備を進めておりました。テレビやインターネット広告は９月から開始となる予定です。

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

限られた予算の中で効率的な周知啓発を図るため、様々な媒体に振り分けて広報を行っております。

また、県では、県政の広報の一環として、ラジオ放送の枠がございます。消費者トラブル啓発専用の枠ではなく、県政全体での枠になりますので、優先順位などがあり、今年度中の放送は難しいかもしれませんが、この枠の活用も検討していきたいと思います。

【栗原由紀子会長】

よろしくお願いします。

ほかに、御質問がある方がいらっしゃいましたら挙手をお願いします。

【佐藤康仁副会長】

東北学院大学の佐藤でございます。

資料１－６「令和６年度 消費生活相談の実績と傾向について」の３ページに、「みやぎの消費生活情報」を毎月発行したことが記載されています。毎月送付いただいておりますが、令和７年度の途中から、隔月発行に変更になりました。費用対効果を考えてのことなのかもしれませんが、差し支えなければ、隔月発行にした理由を教えてください。

【事務局：消費生活・文化課 長谷川担当課長】

毎月発行した方が効果的とは思いますが、佐藤委員が仰るように毎月となると職員の負担もある状況でございましたので、今年度の途中から隔月発行としております。事務局の業務のバランスや、様々な広報媒体がございますので、媒体のバランスも考慮し、このような形にさせていただきます。

た。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

時間の都合上、この議題につきましては、ここまでとさせていただきます。追加で御質問や御意見がありましたら、審議会の終了後に、事務局までメールなどでお知らせいただければと思います。よろしくお願いいたします。

それでは次の議題に進みます。「(2) 宮城県消費者施策推進基本計画(第5期) 中間案について」と、「(3) 宮城県消費者教育推進計画(第3期) 中間案について」の2つです。今回も、事務局から、この2つの計画について説明を受けた後に、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たいと思います。それでは事務局から、それぞれの計画の中間案についての説明をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

それではまず、基本計画第5期の中間案について御説明申し上げます。前回の審議会では、計画の素案をお示しいたしました。中間案は、素案から構成や内容は大きく変わっておりません。主な変更点は、データの更新、目標値の設定、事業一覧を掲載した部分でございます。また、前回の審議会では、委員の皆様から様々な御意見を頂きました。頂いた御意見は全て事務局で検討し、反映が可能なものについては今回の中間案に反映しております。

資料2-1「第5期基本計画中間案 概要」を御覧ください。前回までの概要の資料から、内容は変わっていませんが、フォーマットを変更し、分かりやすく、見やすくなるように修正をいたしました。

左上から「第1章 計画の策定にあたって」、「第2章 消費者行政の基本理念と目指すべき姿」、資料右側に移り、「第3章 第4期基本計画の実績と課題」、「第4章 消費者行政を取り巻く現状と課題」。

「第4章 3 県消費生活センターの相談受付状況」は、データが整ったため、今回の中間案から詳細に記載をした部分でございます。「(1) 相談件数の推移」や、「(2) 契約当事者の年代別」、「(3) 商品及びサービス別に見た相談件数」などについて掲載しております。

件数の推移は、過去5年間で17,000件から19,000件程度で推移しております。また、傾向として、高齢者はお金、健康、孤独の不安によるトラブルが、若年層は、美とお金のトラブルが多く見られます。さらに、全年代で、基礎化粧品や健康食品の通信販売に見られる、定期購入トラブルの相談が多発しております。

「第5章 施策の体系、重要な視点、施策の詳細」は、次のページに詳細を記載しておりますので御覧ください。目指すべき姿、重要な視点、施策と施策ごとの目標、推進項目、主な取組例を体系的に整理いたしました。赤字は第4期計画からの変更点です。資料の左側から見てまいります。目指すべき姿は、大きくは「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」。その中に、1から4までの目指す社会があり、これらの社会の実現に向けて、対応する4つの施策を進めてまいります。施策を進めるにあたり、考慮すべき視点・考え方が重要な視点です。各施策には目標もしくは参考指標を設定しております。また、その施策で推進していく項目と、推進項目ごとの取組例を右側に記載いたしました。なお、施策1「自立した消費者の育成」は、消費者教育に関する内容であるため、詳細は教育計画に記載しております。

次に、資料２－２「第５期基本計画中間案」の本文を御覧ください。前回からの修正点を赤字で記載しております。

まず、６ページをお開きください。副読本の配布実績や講座の受講者数、開催数などの実績を更新しました。次のページ、７ページ上部には、特別支援学校への副教材配布の取組を書き加えております。

８ページ、「（１）デジタル化の更なる進展」の部分です。前回の審議会での御意見を踏まえまして、「デジタル化の進展が消費者全体に脆弱性をもたらしており、この認識のもとで施策や取組を進めていくことが重要である」旨を記載しております。

９ページに進みます。下段の「（２）外国人の増加、海外事業者との取引における消費者トラブルの増加」は、前回、分かりにくいと御指摘を頂いた部分でございます。外国人・外国が関係する消費者トラブルは、日本に住む外国人や旅行者が日本で消費者トラブルに遭うケースもあれば、日本人がインターネット通販などで海外事業者とトラブルになるケースもある、との文言を補足いたしました。

次に、１１ページです。「（３）高齢化の進展と一人暮らし高齢者の増加」では、高齢者の現状を記載しておりますが、高齢者は家族状況や認知機能の状態など様々な状況の方がいらっしゃいますので、その方の属するコミュニティを通じた啓発などを行い、幅広く対応していく旨を記載いたしました。

１５ページから２０ページまでは、県消費生活センターの相談受付状況を掲載しております。

２５ページに進みます。各施策の詳細と目標についてでございます。

２５ページは、御指摘を踏まえまして、「カスタマーハラスメントにならない意見の伝え方」という文言を加えました。

２６ページは、施策１における目標を記載しております。令和６年度の実績を基準値として、令和１２年度の目標値を設定いたしました。まず「啓発講座の開催数と受講者数」について、開催数は県や市町村の人員体制などに鑑み、現実的な目標として、現状維持の５００回に設定いたしました。ただし、受講者数の目標は、令和６年度から約１０％増加の１５,０００人といたしました。オンラインを活用した出前講座なども実施しながら、達成に向けて効率的に取り組みたいと考えております。

目標の２は「消費生活サポーターの団体の認定数」です。団体の認定数を増やすことがサポーターの広がりにも効率的でありますことから、団体数を目標とし、目標値は１０％増の３０といたしました。

目標の３は「小・中・高校・特別支援学校向けの副教材の使用率」です。１年で２％から３％ずつの増加を見込んで、目標を６５％といたしました。

次に、２７ページをお開きください。「施策２ 消費者被害の防止と救済」の施策についてです。２８ページの下段に、施策２における目標を記載しております。

「消費生活センター・消費者ホットライン１８８の認知度」は、それぞれ目標を９５％、５０％に設定いたしました。

「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」は、まず、地域包括支援センターは目標を１００％としております。県庁内の高齢者福祉担当部署と調整をして向上を図ってまいります。それから福祉関係団体については、現在は個別の事業者へは情報提供しておりますが、団体への情報提供は行っていない状況でございました。県内には社会福祉施設や職種ごとの団体が約３０ございますので、まずは県庁内の担当部署などを通じて繋がりを作り、情報提供による啓発をしていきたいと考えております。

「県内市町村の消費者安全地域確保協議会の設置数」は、目標を３市町村といたしました。引き続き

き、市町村への情報提供など、設置の推進に向けて取り組んでまいります。

29 ページ、30 ページに進みます。「施策3 消費生活の安全・安心の確保」に関する内容でございます。30 ページにこの施策における参考指標を記載いたしました。参考指標は「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の件数」です。対象となる施設数の変動などの影響があるため、目標ではなく参考指標といたしました。毎年の実績は審議会で御報告させていただきます。なお、前回の審議会で、「参考指標として、この施策の達成度を測る指標も設けてはどうか」との御提案をいただいております。他県の例なども調べ、事務局で検討いたしました。この施策に含まれる取組は、法令に基づく義務的なもので、努力によって件数を伸ばしていくことが難しく、取組に伴って達成度や成果を伸ばしていくことも難しいと考えられますことから、立入検査の件数のみを指標とさせていただくことにいたしました。

続きまして、31 ページをお開きください。「施策4 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進」です。下段に目標を記載しております。

「エシカル消費の県民認知度」は、現在の認知度が29%、目標は50%といたしました。東京都ではエシカル消費の認知度がすでに50%に達しているというデータがございます。県でも概念の普及と行動変容を促進してまいりたいと考えております。

「環境に配慮されたマークのある食品・商品を選ぶことを意識している人の割合」は、1年に4%から5%ずつの向上に努め、目標を60%といたしました。

「県民1人1日あたりの一般廃棄物排出量」は、目標を910グラムといたしました。

なお、資料3に、前回の審議会でいただいた御意見、御質問等をまとめております。ただ今御説明したものの以外にも、計画に反映した御意見もございますので、御確認くださいようお願いいたします。

以上、第5期県消費者政策推進基本計画の中間案について御説明いたしました。

【事務局：消費生活・文化課 長谷川担当課長】

続きまして、第3期教育計画中間案について御説明いたします。

初めに資料2-3「第3期宮城県消費者教育推進計画の概要」と記載された資料を御覧ください。こちらは、計画全体の構成を概要図にしたものでございます。

まず、「第1章 消費者教育計画の策定にあたって」は、「1 計画の背景と趣旨」、「2 計画の位置付け」、「3 計画期間」について、本文から抜粋したものです。内容につきましては、前回御審議いただいたものから変更はございません。

次に、「第2章 消費者教育の現状・課題」につきまして、「1 消費者を取り巻く状況」、「2 第2期計画の取組の成果と課題」、「3 国の動きと社会情勢の変化等」は、こちらも本文から抜粋したもので、前回から変更はございません。特徴的な箇所を下線を引いております。高齢者はお金、健康、孤独の不安によるトラブル、若年層は美、お金に関するトラブル、全年代において定期購入トラブルに関する相談が多くなっております。国の動きと社会情勢の変化につきましては、デジタル化の進展について記載しております。

資料の右側、「第3章 消費者教育推進の新たな視点と重点事項」につきましては、前回からの変更点として、「1 消費者教育における新たな視点」に赤字で書いてありますが、前回の審議会の御意見

を踏まえまして、事務局内で検討した結果、「(5) カスタマーハラスメント防止のための教育」という文言を、「(5) カスタマーハラスメントにならない意見の伝え方等の消費者教育」と修正いたしました。

「2 消費者教育における重点事項」については、前回から変更点はございませんけれども、現計画から追加している項目が、下線を引いている部分「(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」でございます。

次に、「第4章 計画の施策と具体的取組」につきましては、こちらも大きな変更はございません。詳細は次ページに記載しております。

「第5章 計画の推進体制」も、前回御審議していただいた内容から変更はございません。

資料の次のページを御覧ください。このページは、計画の全体像と重点事項や施策等をまとめたものです。まず左上の方でございますとおり、目指すべき姿は、基本計画のうちの「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」とし、消費者教育における新たな視点を踏まえ、重点事項を設定しております。資料左下、「消費者教育における新たな視点」の赤字部分、先ほど御説明申し上げたとおり、「カスタマーハラスメントにならない意見の伝え方等の消費者教育」という文言を修正しております。

続きまして、資料の中央、「消費者教育における重点事項」の部分です。消費者教育における重点事項を記載し、さらにそこからの施策について、右側に記載しているという形です。

施策についても変更はございません。施策それぞれに、概要、取組方針について記載しております。

「施策1 ライフステージ・場ごとの消費者教育」につきましては、既存の取組に加えまして、デジタル化の進展を踏まえ、「SNS等を活用した注意喚起」、「カスタマーハラスメントにならない意見の伝え方等の消費者教育」について現計画から追加し記載しております。

「施策2 消費者教育推進にかかる人材等の育成」につきましては、既存の取組に加えまして、現計画からの変更点として、現役世代への消費者教育を拡充するため、「オンラインを活用した出前講座」を記載しております。

「施策3 関係団体への支援・連携・協働」につきましては、「みやぎ消費者被害ゼロキャンペーンと連携した啓発」、「従業員に対する消費者教育」、「既存のネットワークを活用した消費者被害の未然防止や早期発見」について記載しております。

「施策4 関連施策等との連携」につきましては、「エシカル消費の普及啓発」、「食育コーディネーターの情報発信と講師派遣」、「金融経済教育の普及推進」について記載をしております。

次に、消費者教育推進計画中間案の本文につきまして、前回からの変更点について御説明いたします。資料2-4「宮城県消費者教育推進計画（第3期）中間案」を御覧ください。全体として数値の更新や文言の細かい修正を行っております。

資料20 ページをお開きください。前回の審議会で御意見を頂いた、「地域経済の循環を子供たちに教えていくことの重要性」について記載をしております。エシカル消費は、地域の活性化を含む消費行動の概念であることから、エシカル消費を学校教育期から教育していく必要性について記載しております。

次に、21 ページをご覧ください。前回の審議会で御質問を頂きました「障害者の増加について」です。参考としまして、令和7年度の消費者白書から、障害者等の消費生活相談件数の推移を追記してお

ります。障害者手帳の所持数ではなく、障害者等の消費生活相談件数を記載しております。こちらの図を見ますと、令和元年度から令和6年まで右肩上がりです。相談件数が増えているという状況でございます。「障害者等の相談」の定義につきましては、下の注2にありますとおり、「心身障害者関連」または「判断不十分契約に関する相談の件数」となっております。注3に記載しておりますけれども、「判断不十分契約者」とは、トラブルの当事者が65歳以上で、精神障害や知的障害、認知症等の加齢に伴う疾病など、何らかの理由によって十分な判断ができない状態であると消費生活センター等が判断したものとなっております。なお、このページの本文中に、最新の数値に更新できなかった箇所がございますので、改めて修正させていただきますことを御了承ください。

次に、26ページを御覧ください。「カスタマーハラスメントにならない意見の伝え方」についてでございます。前回の審議会での御意見を踏まえまして、「事業者の問題行動等に対する申し入れは、消費者の正当な権利の行使であること」を明記した上で、「消費者が正当な意見を伝える適切な方法を取得することで、消費者の声は事業者を受け止められて、消費者と事業者双方の信頼関係が構築され、持続可能な消費の基礎となり、消費者の意見を事業活動に適切に反映していくため、カスタマーハラスメントにならない意見の伝え方等の消費者教育を行う必要がある」と記載しております。

ここでいう「信頼関係」とは、「消費者と事業者が互いに敬意と思いやりを持ち、安心感を築くこと」、「持続可能な消費」とは、「一度きりではなく、継続的な関係性を重視し、双方にメリットや満足をもたらす消費のあり方」、これを踏まえて、「カスタマーハラスメントにならない意見の伝え方」は、「トラブルの芽を防ぎ、『お互い様』の精神が根底にある関係が長く続く良好な消費環境を支えるもの」になります。これを踏まえまして、他の箇所も同様に修正しております。

次に、44ページを御覧ください。金融リテラシーの向上に向けた金融経済教育について、現状に合わせて記載内容を修正しております。

以上、第3期消費者教育推進計画の中間案を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、2つの中間案について、委員の皆様から御意見等を伺いたいと思います。今回は、私の左手奥、中川委員から、お一人ずつ順番に指名をさせていただきます。時間が限られておりますので、大変申し訳ないのですが、お一人の発言時間は3分から4分ということで、御協力をどうぞよろしくお願いいたします。それでは、中川委員、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。

エンカル消費については、認知度が少しずつ向上している実感があります。私の周りでも、言葉を知っている人がちらほら見受けられるようになりました。

それから、次期計画では、カスタマーハラスメントについての消費者への啓発が盛り込まれていることがとても印象的です。私も私の周りもカスハラに遭ったことはないのですが、消費者への啓発が求められるくらいに、社会的にカスハラが増えていることを実感しました。

カスハラにならないような意見の伝え方も含めて、消費者トラブル防止のため、これからも消費者教

育を受ける必要があると感じました。自分の所属に戻って、審議会で学んだことや気付いたことを会員に広め、勉強していきたいと思います。以上です。

【栗原由紀子会長】

中川委員、ありがとうございました。御意見として承ります。

続きまして山岸委員、よろしくお願いいたします。

【山岸正樹委員】

東北電力の山岸と申します。よろしくお願いいたします。

まず、基本計画の目標に関する提案です。資料２－２「基本計画（第５期）中間案」の２８ページに、「施策２ 消費者被害の防止と救済」の目標項目と目標値が記載されています。消費生活センターの認知度の目標が、令和１２年度で９５％という数値は妥当と思いますが、消費者ホットライン１８８の認知度が現状４３％に対し目標値５０％というのは、目標が少し低いと感じました。令和１２年度まで６年ありますので、様々な媒体や機会を通じて広報することで、もう少し認知度を上げられるのではないのでしょうか。

先ほど令和６年度の消費生活相談の実績と傾向の報告の中で、相談件数は前年度から減っておらず微増になったという説明がありました。こうした中、消費生活センターや消費者ホットラインの存在をしっかりと広報して、認知度を上げていくことが重要であると思います。

もう１点、消費者教育に関する所感です。資料２－４「教育計画（第３期）中間案」の２６ページに、「カスタマーハラスメントにならない意見の伝え方等の消費者教育」という項目があります。我々事業者にとって、こうしたカスハラ防止に関する内容が計画に盛り込まれたということは、大変意義のあることだと思っております。こうした消費者教育・啓発は、年代が若いうちから行った方が効果的だと思っておりますので、計画に、学校での教育や啓発も実施していく旨が記載されている点を評価しています。今後、適切な意見の伝え方を、どのように浸透させていくか、どのように消費者教育をしていくかについて、具体的に検討していただきたいと思います。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

山岸委員から、消費者ホットライン１８８の認知度の目標値が低いのではないかと御質問がありました。目標値を５０％とした理由なども含めて、事務局からお答えいただきたいと思います。

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

消費者ホットライン１８８は、消費者問題に関心のある方などはすぐに覚えていただけると思うのですが、トラブルに遭ったことのない方や関心が低い方はなかなか記憶に残らないのではないかと考え、現実的な目標として、年に１～２％程度上げていくことを想定し、５０％と設定いたしました。

我々としても、工夫や努力でもう少し認知度を高めたいという思いがございますので、この目標値については一旦事務局で検討させていただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

【栗原由紀子会長】

続きまして、白鳥委員から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でございます。よろしくお願いします。

前回の審議会で述べた意見について、中間案に反映されていることを確認しました。ありがとうございました。

今回の中間案を見て印象に残ったのは、カスタマーハラスメントに関する消費者教育の部分です。カスハラは、事業者にとって非常に悩ましい課題です。「こんなにお金を払って商品を買っているのに、これしかサービスしないのか」と苦情を受けている場面も目撃することがあります。適切な内容かつ冷静な意見の伝え方を、若いうちから教育・啓発していくことは大事だと思いますので、このような内容が計画に盛り込まれたのは良いことだと感じます。

それから、消費者トラブルの未然防止として、「危ない企業の見分け方」が分かるといいなと思いました。ある商品やサービスが流行すると、販売している企業がどういう企業なのかを考えずに消費行動を起こし、その結果、トラブルに巻き込まれてしまうケースもあると思いますので、難しいかも知れませんがこうした対策もあればいいなと思います。

加えて、トラブル防止のために、情報発信を強化していくことも重要です。先ほど、昨年度の消費生活相談の実績の報告がありましたが、基礎化粧品や健康食品の定期購入に関するトラブルが多かったということでした。トラブルの具体的な内容や注意すべき点などを繰り返し情報発信することが、被害の未然防止に繋がると思いますので、力を入れていただきたいと思います。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

企業の情報は、風評被害などが生じる可能性も考えると、発信していくことは難しいと思われますが、危ない企業の見分け方があれば私もぜひ知りたいところです。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】

子どもから大人、高齢者まで、スマートフォンを持つことが一般的になりましたので、基礎化粧品や健康食品の定期購入に関するトラブルは、若い方に限らず、70代や80代の方からも多くの相談を受けております。インターネットやSNSを見ていると色々な広告が表示されます。広告を見て、お得だと感じて深く考えずに商品を購入し、トラブルに巻き込まれるケースが非常に多くございます。

出前講座では、具体的な内容や気を付けるポイントについても詳しく解説をし、注意喚起をしております。また、教育計画の中間案、資料2-4の27ページに、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」を挙げておりまして、ネットにおけるトラブルの情報発信も力を入れていきたいと考えているところです。

消費者トラブルに関する情報発信は、被害が発生する前に行うことは難しく、どうしても事後の発信になってしまいますが、タイムリーな注意喚起を継続して行ってまいりたいと考えております。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

次に、木村委員、どうぞよろしくお願いします。

【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。

目指すべき社会のひとつ、「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」というのは理想的だと感じました。

消費者被害の未然防止の方策として出前講座を開催していますが、地域によって開催回数に差はないものなのでしょうか。私の住んでいる地域は郡部で、開催があまり多くない感覚があり、もっと機会があってもいいなと思いました。

私達の団体では、県警の方に講師になっていただき、消費者被害や詐欺などについての勉強会を開催しました。クレジットカードにまつわる話や、被害の傾向や手口が時代の流れに応じて変化している話などを伺いました。私達が賢い消費者になるにはどうしたらよいか、地域ごとに色々な団体があると思いますので、こうした団体に出前講座や啓発を行うことで、広めていければよいのではないかと思います。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

出前講座の開催に関して、地域によって開催回数に差があるかという御質問と、郡部での開催も検討して欲しいという御意見でした。事務局から回答をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 長谷川担当課長】

県の出前講座は、県庁の消費生活センターの相談員も出前講座を行いますし、各圏域の合同庁舎にある県民サービスセンターの相談員も、出前講座を実施しております。県庁よりも合同庁舎の方が相談受付件数が若干少ないので、その分、出前講座を積極的に実施している状況です。

開催回数については、例えば昨年度の高齢者向けの講座は、一番多く開催している圏域は気仙沼圏域で、29回の開催でございました。出前講座は、町内会や色々な団体の方からの依頼に基づいて実施しておりますので、圏域によって回数に多少のばらつきはありますが、都市部に特化してということではなく、郡部でも、講座の要請には積極的に応じております。

【木村佳代子委員】

消費生活相談員は、各圏域に配置されているのでしょうか。

【事務局：消費生活・文化課 長谷川担当課長】

大河原、大崎、栗原、石巻、登米、気仙沼にある県の合同庁舎に、相談員を2人ずつ配置しております。それから、全ての市町村ではないのですが、市町村も、相談員を置いているところがあります。

【栗原由紀子会長】

出前講座は、都市部に特化して実施しているわけではないということでした。しかし、木村委員がそのような所感をお持ちになったということは、出前講座を要請に応じて実施しているという情報があまり伝わっていないということだと思いますので、広報の仕方を考えていく必要があると思います。

それでは、続きまして、末委員、どうぞよろしくお願いいたします。

【末弘美委員】

宮城県生活学校連絡協議会の末です。今回の中間案は、引き続き高齢者の被害防止が重要な視点として盛り込まれており、高齢者のひとりとして歓迎しております。前回の審議会で意見をしたことについても、内容に取り入れていただき、ありがとうございました。

資料２－２「基本計画（第５期）中間案」の、14 ページ２行目に、「SGDs」と誤字がありますので、訂正をお願いします。

続いて、34 ページです。文字が小さい上に薄いため、とても見づらく感じました。できることでしたら、もう少し見やすい形で記載していただくようお願いいたします。

先ほども申し上げましたが、全国的に熊の出没が話題になっています。生命に関わる出来事で、国民の関心も高く、ラジオを携帯する人も増えると思いますので、来年度からでも、ラジオ広報をまた実施していただけたらと思います。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。

まず、基本計画本文の誤字は修正をお願いします。34 ページ以下の表も、可能であればもう少し見やすくなるよう、工夫をお願いします。

広報については、昨年度の実績や今回策定する計画でもSNSにシフトしていますが、ラジオ広報ももう一度考えて欲しいという御意見でした。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】

誤字については大変失礼いたしました。訂正させていただきます。それから 34 ページ以降の表につきましても、文字の大きさと濃さを調節して、見やすく修正いたします。

ラジオ広報は、先ほど申し上げたとおり、県政ラジオ広報を活用することができないか、検討してまいります。御意見ありがとうございます。

【栗原由紀子会長】

では、続きまして西澤委員、よろしくお願いいたします。

【西澤英之委員】

宮城県社会福祉士会の西澤と申します。どうぞよろしくお願いいたします。福祉の観点から、意見と所感をお話しします。

まず、今後の情報発信に関して、地域包括支援センターや、福祉関係団体への情報提供に力を入れ、

目標値を設けて取り組んでいくということでした。介護サービスを使っている方であればデイサービスや通所リハビリテーション施設などで、障害福祉サービスを使っている方であれば就労支援事業所などで、社会との接点が生じ、日常的に情報交換がされていると思います。こうした事業所向けにも消費者トラブルの情報発信をしていただければ、配慮が必要な方々にも情報が行き届きやすくなると思います。

また、世代を問わず、何か困ったことが起きたときに抱え込まずに周囲の人に相談できるよう、環境を整えたり、相談力を向上させたりして、相談することのハードルを下げることで、被害の深刻化を防げるのではないかと感じました。

カスタマーハラスメントに関する消費者教育については、今回策定する計画から盛り込む新しい要素ですが、単なる防止ではなく、「適切な意見の伝え方」と肯定的な表現になっていることが大変印象深かったです。一方で、福祉の現場ですと、当事者の苦情を苦情として扱ってくれないという問題があります。これは、カスタマーハラスメントとは逆のサービス提供者側のモラルの問題や、権利擁護の在り方の問題と認識しています。

先ほど、熊の話題がありましたが、社会不安が広がると、そこに付け込む業者が増えると思います。熊対策を謳うものなど、不安を煽っての消費者被害が発生するのではないかと懸念するところです。以上です。

【栗原由紀子会長】

どうもありがとうございました。御意見、御感想ということで、承ります。

続いて、渡辺委員からよろしくお願いします。

【渡辺淳子委員】

宮城県生協連合会の渡辺でございます。基本計画、教育計画ともに、体系的によく整理されていると思います。前回の審議会での意見も反映していただき、ありがとうございます。

3点ほど、意見がございます。まず1点目は全体的なことで、「消費者力」の概念や消費者力を向上させることについて、施策の中の項目としてではなく、もっと大きな方針として打ち出してもよろしいのではないかと思います。消費者力という言葉は、資料2-2の25ページ、資料2-4の27ページに記載があります。計画の基本理念のひとつである「消費者市民社会の実現」と消費者力は密接に関連する概念で、消費者市民社会の形成は消費者力という実践力を高めることにも繋がります。

デジタル化の進展などにより、新たな手口による消費者被害が次々と発生しており、法整備が追い付かない、未然防止や予防がなかなか難しい現状があります。今後もデジタル化は一層進んでいく中で、消費者側としても、消費者力を身に付けることがとても重要です。こうしたことを示すためにも、大きな方針として打ち出すことが良いのではないかと思います。

次に、「デジタル社会を踏まえた対応」、「デジタル社会における新たな消費者被害の防止に向けた取組の強化」についてです。ダークパターンなど、手口が巧妙化して、消費者が気付かないうちに不利益を被ったり、不利な契約を結んだりする事態が後を絶ちません。ライフステージごとに、消費者教育の機会を活かして注意喚起をしていただきたいと思います。SNSを活用して、タイムリーに注意喚起をすることとても有効だと思いますので、この点も取組の強化をお願いします。SNSを見ることができない

方や、SNSに馴染みのない年代の方々に対しては、出前講座などで啓発の強化を図っていただきたいと思います。計画の中には既に記載がありますが、インターネット上での消費者トラブルへの対応は取組を更に強化していく必要があると思われますので、ぜひよろしくお願いします。

3点目です。基本計画では施策が4つあり、資料2-2の29ページに、「施策3 消費生活の安全・安心の確保」の記載があります。全体をとおして見ると、この施策は、他の施策に比べて具体的な記述が少ない印象を受けました。他の施策とのバランスもありますので、事業者への立入検査・指導や、悪質業者への対策を行っていくことをもう少し具体的に記述していただくようにお願いします。

それから、質問を2点させていただきます。1つめは、目標に関することです。資料2-2の26ページと28ページに記載されている目標について、基準値と目標値の考え方、数値を設定した根拠を教えてください。先ほど、188の認知度の目標値が低いのではないかという意見が挙がりましたが、私も同じことを感じました。188の認知度のほかにも、28ページにある「消費者安全地域確保協議会設置数」も、現在の設置数が2で目標値を3としており、5年間の計画であることを考えると少ないのではないかと感じましたので、検討していただきたいと思います。

もう1点は、両計画に関する事で、計画の管理についてです。資料2-2の32ページ、資料2-4の46ページに、「必要に応じて内容を見直し、適切な管理を行う。」と記述があります。内容や、見直しの判断をするのは誰なのでしょう。審議会へ進捗を報告し、評価や意見を受けて見直しを行うのであれば、審議会での意見を踏まえて見直しを行う旨を追記していただきたいと思います。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。質問が2点ございましたので、回答をお願いします。まず、目標に関して、基準値と目標値の考え方、設定の根拠について、御説明をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

消費者行政は、長期的な視点で、しっかり、教育や普及啓発に取り組むことが重要なポイントのひとつであると考えております。これまで、様々な媒体を通じた普及啓発や、出前講座を実施しながら、トラブルの未然防止などに努めてきたところです。

今回の計画では、取組を強化する部分があれば、現状維持の部分もございます。計画の中で目標を立て、その達成に向けて努力していくことはもちろんなのですが、マンパワーなど現実的なことを考え、現状維持を目標としたものもございます。例えば、資料2-2の26ページ、「啓発講座の開催数と受講者数」については、開催数はマンパワーの問題で大きく増やすことが難しいのですが、受講者数については、オンライン講座や、人数をある程度集めての講座実施など、効率的な開催になるように工夫や努力をして受講者数を増やしていきたいと考えましたので、目標値を上げて設定しております。

消費生活サポーターの認定数につきましても、団体を認定することによって団体内の広がり期待でき、それに伴い啓発も広がっていきますので、個人のサポーターも増やしていきたいと考えておりますが、効率の観点で特に団体を増やしていきたい意図から、目標としては、団体の認定数を設定いたしました。

学校での副教材の使用率は、学校の授業スケジュールなどもございますので、一気に大きく増加させることが難しい面がございます。各学校の協力を頂きながら、という形になりますので、年間で1%

から2%程度上げることが現実的ではないかという考えから、65%を目標値として設定しました。

御意見を頂いたとおり、努力をすることで、もう少し目標値を上げられる部分があるのではないかと思いますので、先ほどの188の認知度の目標値も含めて、全体的に、改めて検討させていただきます。よろしくお願いします。

【栗原由紀子会長】

目標値については、令和6年度の実績を基準値として、現実的な数値を目標値を設定しているということです。

もうひとつの質問は、必要に応じて計画を見直すことについて、誰が判断するのか教えて欲しいということでした。審議会で判断することが可能なのかどうか、また、審議会での意見を踏まえて見直しを行う旨が追記できるのかどうか、いかがでしょうか。

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

計画の管理についてですが、各年度の取組実績は、審議会に報告をさせていただきます。計画の見直しは、審議会で御意見を伺いながら、必要に応じて行うことになろうと思いますので、この旨の記述も追記いたします。

計画の見直しや、内容についての最終的な判断は、県で行うものです。委員の皆様から御意見を頂き、その御意見を踏まえて、県で見直しの判断をする、という流れでございます。

【栗原由紀子会長】

審議会は諮問機関の立場ですので、委員の皆様から御意見を出していただき、それを踏まえて県で考え判断する、ということですね。計画への意見は、随時、検討していただきたいと思います。

質問のほか、御意見も頂戴しました。消費者力を身に付けることが大事ということをもう少し強調しても良いのではないかとということが1点目。デジタル社会におけるトラブルの情報発信の強化や、SNSを活用したタイムリーな注意喚起を強化して欲しいということが2点目。3点目は、「消費生活の安全・安心の確保」の施策で、具体的な記載が少ないということでした。これらについて、事務局で検討していただきたいと思います。

それでは、次に、佐藤委員からどうぞよろしくお願いします。

【佐藤康仁副会長】

東北学院大学の佐藤でございます。

まず、全体的なことについてです。基本計画、教育計画いずれも、高齢化、デジタル化の進展、外国人の増加など、社会情勢の変化を捉えた内容になっていると思います。また、前回の審議会に出された様々な意見を踏まえて、中間案を作成したと見受けられますので、大きな異存はございません。

その上で、1点、私も疑問に思っておりますのは、目標値のことです。山岸委員や渡辺委員からも御指摘がありました。これまでの計画でもそうでしたが、施策ごとに目標値を掲げて、その達成に向けて取り組んでいくのは評価できる点です。しかし、目標値が、どういう根拠に基づいて設定されているのか、目標値の水準が適切なものであるかを考えるためにも、設定の根拠を示していただきたく思いま

す。

現計画の目標達成状況を見ると、残念ながら、達成できた項目はありません。達成できない理由は色々あると思いますが、目標値を設定する以上は、目標値が単なる数値上の理想に留まってしまっただけでは意味がない。目標の実現可能性も踏まえ、施策効果を計る検証の指標として目標を位置付けることによって、計画全体の実効性と透明性を高めることができるのではないのでしょうか。

こうした観点も踏まえて、目標項目として選定した理由や、目標値の設定の根拠などを示していただき、より実効性のある計画に仕上げ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。目標の設定に関する御意見です。先ほど、事務局から、目標値については改めて検討すると回答があったところですが、次回に向けて検討し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 遠藤課長】

先ほどから、目標に関する御意見を頂いております。本日の御意見を踏まえて、改めて事務局で検討し、委員の皆様にお示ししたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

【栗原由紀子会長】

続きまして、今津委員、どうぞよろしくお願いいたします。

【今津綾子委員】

東北大学の今津と申します。今回の中間案は、大枠では前回の素案から変わっていないという説明がありましたが、個々の箇所がより明確になっており、改善されていると思います。

何点か、気付いたことを申し上げます。1点目、資料2-2の8ページに、「消費者の脆弱性」という言葉が記載されています。ページの下部に言葉の解説もあり、分かりやすい記載になっていると感じました。一方で、資料2-4の22ページにも「消費者のぜい弱性」と記載があり、漢字とひらがなの表記が混在していますので、表記を合わせてはいいかと思います。

続いて、資料2-2の9ページと11ページです。前回の審議会の議論を踏まえて、外国人の属性や、想定している高齢者がどのような方であるかが補足されています。これも、資料2-4との整合性の観点からの意見ですが、資料2-4の22ページの④に「在留外国人等の増加」という項目があり、留学生も含めて、日本に住んでいる外国人の増加について言及されています。可能であれば、資料2-2の9～10ページに合わせる形で、海外の事業者とのトラブルの増加や、旅行などで一時的に日本に来ている外国人が増加していることに触れても良いのではないのでしょうか。

それから、資料2-4に関して、第3期教育計画では、カスタマーハラスメントに関する消費者教育や、金融リテラシー向上の消費者教育が盛り込まれています。消費者教育と言いますと、伝統的には、「被害を生じさせないためには」という方向での検討がメインでしたが、これに留まらず、「より賢い消費者になるために」という方向での検討や取組が視野に入ってくるという点で、消費者の立場からも意味のある概念だと思いますので、この2点を計画に盛り込むことについては、私は良いことだと思います。

ます。

形式的なことではありますが、資料２－２の 25 ページと 27 ページとで、「取り組む」という言葉の送り仮名の表記が異なっている点が気になりました。32 ページは、句点がない文章があります。教育計画との表記の差がないかどうかも含めて、最終的に、ワードの機能で文章体裁をチェックしていただきたいと思います。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。御意見という形で、受け取らせていただきます。事務局では、表記の揺れについては修正して、表現や内容も両計画で揃えるよう見直し・検討をお願いします。

続いて、畠山委員、どうぞよろしくお願いいたします。

【畠山裕太委員】

弁護士の畠山です。よろしくお願いします。

まず形式的なところですが、資料２－１の右上、「情報提供」の部分に脱字がありますので、修正をお願いします。

次に、資料２－２の 6 ページ、「第 3 章 第 4 期基本計画の実績と課題」の項目です。内容自体には問題はありませんが、今回から赤字で記載された実績の数字は、令和 6 年度の実績値だと思います。この項目は「第 4 期基本計画の実績」の項目ですので、この実績値が第 4 期の 5 年間をとおしての数値ではなく、令和 6 年度の実績値であることが分かるように記載した方が良いと思いました。

資料２－２の 8 ページに、消費者の脆弱性に関する記述が登場します。脆弱性に関する記述で気になったのは、14 ページ、「技術の進展及びデジタル化が全ての消費者に脆弱性をもたらす、消費者トラブルの拡大や新たな形態のトラブルを引き起こしてしまうことも考えられます。」という部分です。消費者がデジタルに対して脆弱性を持つということなのか、デジタルが消費者に脆弱性をもたらしているのか、主語がどちらなのかということが 1 点と、もう 1 点は、新たな形態のトラブルは現実には発生していますので、「考えられます。」ではなく、「引き起こしています。」という表現で問題ないかと思います。

それから、何人かの委員の方から既に御指摘のあった、目標値の設定に関するところで、私が気になったのは資料２－２の 28 ページの「消費者安全地域確保協議会設置数」です。現状で 2、目標値が 3 ということですが、現在、設置を働き掛けている市町村もあるはずで、5 年間で 1 つ増やすだけで良いのかと感じました。

カスタマーハラスメントに関しては、前回の審議会で指摘をさせていただき、中間案での表現は工夫されていると思います。「カスタマーハラスメントにならない意見の伝え方等の消費者教育」ということで、意味としてよく通じるようになりました。しかしながら、注意点として申し上げたいのは、カスタム教育が消費者教育の主になるものではないということです。あくまで、消費者自身の知識を高めて、ちゃんと自分の意見を言える人、トラブルなどがあつた際に対応できる人になって欲しい、というのが消費者教育ですので、企業側に寄り添うように控えめに意見を言いましょう、ということでは絶対にありません。この点だけは意見として申し上げたく思います。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

まず、基本計画の、令和6年度の実績値の記載や、文章表現については、事務局で修正と検討をお願いします。目標値についても、改めて検討するということでしたので、よろしくお願いします。

カスハラについては、前回の審議会で畠山委員から御意見を頂いているところで、検討の結果、このような表現となりました。今、畠山委員から、カスハラに関する教育について御意見がありました、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 遠藤課長】

畠山委員の仰るとおりで、カスハラに関する消費者教育は、あくまでも「意見の伝え方に関する啓発」と捉えております。消費者教育は、消費者トラブルに遭わないために消費者に知識を持ってもらうことがメインで、カスハラに関する内容はそれに付随するものと考えております。冷静に意見を伝えましょう、ということの啓発に取り組んでいきたいと考えております。

【栗原由紀子会長】

では、続きまして、都築委員から御意見を頂きたいと思います。都築委員はWEB参加ですので、モニターを御覧ください。都築委員、よろしくお願いします。

【都築美幸委員】

南郷高校の都築です。よろしくお願いします。

第5期基本計画と第3期教育計画の中間案、概要の資料で体系が分かりやすく記載されていました。前回の審議会での意見も反映されていますし、よろしいと思います。SNSでのトラブルに気を付けることや、行政側としてSNSを活用した情報発信を行っていくこと、適切な意見の伝え方など、高校での授業でも意識して取り入れているところですので、教育に携わる者として、分かりやすい内容になっていると感じました。

気付いた点をお話しさせていただきます。資料2-4の8ページに、第2期教育計画の取組成果と課題が記載されています。ここに、「デジタル媒体での啓発ツールの作成など、学校教育期に使いやすいツールの検討が必要です。」と記述がありますが、高校への副教材の配布は電子化されましたので、デジタル化した記述に修正してはどうかと思いました。副教材を電子化したことで、活用しやすくなったという声を聞いております。

続いて32ページです。ここから、中学校や特別支援学校での消費者教育に関して記載されています。「学習指導要領」という単語に「新」がついていますが、新しくなってから年数が経過しておりますので、「新」という言葉は削除しても良いと思います。削除に伴って、この文章を少し見直し、「学習指導要領は現在このような内容となっている」という文章にしていきたいと思います。

44ページ、金融リテラシーの向上に向けた教育について、高校の学習指導要領では、金融教育に関する内容が強調されて盛り込まれた部分ですので、計画にも詳しく記載されていることはとても良いと感じました。

最後に、教員の研修についてです。資料1-5「教育計画（第2期）実施状況」9ページの中央に、

「教員向け研修に、消費生活に関する講座を開設したことの実績」が掲載されています。これを見ると、令和5年度に比べて、令和6年度の受講者数が大きく減ったことが分かります。理由は、右側の自己評価欄に記載しており、研修の実施の仕方を変えたため、ということでした。

小学校や中学校での消費者教育を考えると、消費者問題について教えるというより、環境に配慮した消費行動についての教育がメインになるのではないかと思います。子どもの頃からそのような消費行動の知識を身に付け、実践し、習慣化していくためには、まずは教員が知識を得て、それを日頃の学校生活の中で先生方が生徒に伝えていくことが効果的ですので、初任者研修で消費生活の講座を開設してもらえよう、働きかけるのも良いと思います。

前回の審議会で、委員の皆様の意見を伺う中で、学校教育が消費者教育に果たす役割はとても大きいと感じましたし、消費者教育に当たり、年少者ほど、教員の理解が大切であるとも感じました。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。まず、教育計画の「新学習指導要領」の「新」は削除して良いということと、若年者、特に義務教育段階での消費者教育は、先生方の理解を深めることも大切であり、研修などに取り組んでいく必要があるということでした。事務局からコメントを頂ければと思います。

【事務局：消費生活・文化課 長谷川担当課長】

先生方への研修につきましては、教育庁との調整が必要ですので、どういう形で実施できるのか、教育庁と連携しながら検討してまいりたいと思います。

【栗原由紀子会長】

教育庁との調整ということで、都築委員からも御助言を頂ければと思います。よろしくお願いいたします。

では、武藤委員から、どうぞよろしくお願いいたします。

【武藤景委員】

大郷小学校の武藤と申します。よろしくお願いいたします。

中間案を読んで、また、委員の皆様のお話を伺って、学校教育の大切を改めて感じました。小学校にも副読本が配付されていますので、しっかり活用していきたいと思います。副読本の使用率アップの案として、副読本に加えて、簡単な活用例や指導案も添えて配付いただければ、先生方もより活用しやすくなると感じました。

都築先生からも御意見があったとおり、教員の意識向上を図ることがとても重要です。教員の初任者研修でも消費生活に関する講義を扱ったということでしたが、この研修を受けた世代以外に対しても、意識の向上を図る必要があると思います。

消費者トラブルや詐欺は、決してなくなりません。施策のひとつに「自立した消費者の育成」とあるとおり、自立して、自ら学ぶ姿勢を持った消費者が求められています。学校でも、勉強はさせられるものではなく自ら学んでいくものだという姿勢を大事にしておりますので、消費分野に関しても、同じよ

うに指導していくことが大事です。

それから、PTAの講演会について、これまで、子育てやスマホの使い方に関する講演会は多く開催されてきましたが、私の経験では消費者教育の講座はあまり見たことがありませんでした。PTAの講演会でも、出前講座ができれば、親にも子供にもいい影響を与えられるのではないかと思います。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。御意見として承ります。

最後に、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です。

私からは、消費生活の安全・安心の確保に関して、提案をさせていただきたいと思います。資料2-2、5ページに、目指すべき社会のひとつとして「3 安全・安心な商品やサービスが適切な取引行為により提供される社会」とあり、2段落目に「行政は消費者の安全・安心を図るため、消費者被害の状況を注視し、必要に応じて注意喚起の情報提供を行います。」と記載されています。

安全・安心な商品やサービスが提供される社会に向けた施策と具体的な取組は、29 ページに掲載されています。製品安全の取組は、表の(2)「情報提供の充実」の中にあり、具体的には、事故情報を伝えていく、ということになっています。

提案は、起きてしまった事故情報に加えて、事故を未然に防ぐための情報も発信してはどうか、ということですが。

第5期基本計画では、重要な視点のひとつに「デジタル社会を踏まえた対応」があり、また、インターネット通販で海外事業者とのトラブルが増加しているという背景がある中で、製品安全の分野でも、インターネットで販売された製品のトラブルが増加している状況です。例えば、PSマークを付けることが義務付けられている製品について、インターネット上で販売されている製品はマークがないものが散見されます。また、インターネットで販売された製品の重大事故の比率も増加傾向にあります。

更に、製品安全法の改正により、令和7年12月25日から、乳幼児用ベッドが子供用特定製品になり子供PSCマークの表示が義務付けられます。

このような状況を踏まえて、マークがついているかをきちんと確認してから買うことが大切であると、消費者へ周知啓発をしていただけると良いと考えております。

本日、周知啓発用資料の一例として、経済産業省が作成している「うんこドリル おうちの安全」を配布させていただきました。電化製品などの適切な使い方や、リコールとは何か、ということなどが親しみやすく掲載されておりますので、教育や啓発の場面で御活用いただけたらと思います。宮城県さんとも連携し、事故を未然に防ぐための情報発信も進めていければと思っております。こうした視点も加えての周知も御検討いただければありがたいと思っております。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。製品安全の取組として、事故の未然防止の情報発信についても計画に盛

り込んではいかがかという御意見でした。今後、計画の修正に際して、事務局で検討をお願いします。

それでは、委員の皆様から一通り御意見を伺いましたので、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】

委員の皆様、本日も貴重な御意見を頂き、どうもありがとうございました。計画に関する御意見に加えて、取組のヒントになる御意見も多く頂戴いたしました。できることからしっかり対応してまいりたいと思います。

計画につきましては、誤字がございまして、大変申し訳ございませんでした。また、複数の委員の方から、目標値に関する御意見を頂きましたので、事務局で検討し、改めて皆様にお示ししたいと思います。引き続き、どうぞよろしくお願い申し上げます。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。皆様から頂いた御意見を踏まえて、事務局で検討願います。

委員の皆様は、追加で御意見や御質問がありましたら、1週間後を目途に事務局までお知らせください。

議事は以上といたします。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。また、委員の皆様、今回も様々な御意見を頂き、ありがとうございました。

それでは、次第「4 その他」に進みます。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。

挙手はございませんので、以上をもちまして、令和7年度第2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。