

平成30年度第1回富山県消費生活審議会 議事要旨

1 日 時 平成30年10月31日（水）午後3時から4時30分まで

2 場 所 富山県民会館509号室

3 出席者

委 員：神田委員、伊豆委員、尾畑委員、小泉委員（県消団連）、
小泉委員（県婦人会）、笹原委員、炭谷委員、高木委員、
中出委員、西井委員、水木委員、山本委員、渡邊委員

事務局：須河生活環境文化部長、今井生活環境文化部次長、
松本県民生活課長 他

4 議事内容

資料に基づき事務局から説明

- (1) 富山県消費者教育推進計画の改定について
- (2) 県民意識調査の結果について
- (3) 富山県消費者教育推進計画の取組みと成果について
- (4) 富山県消費者教育推進計画の改定骨子案等について
- (5) 今後のスケジュールについて

5 主な意見等

議題（1）～（3）について

（委員）

県民意識調査の結果によると、消費者問題への関心が前回調査より低下しているが、その理由をどのように分析しているのか。環境に及ぼす影響が少し増えているのは政策の成果なのか。関心の低下とまで言えない誤差の範囲内なのか。調査対象者の年齢構成（70歳以上が前回に比べて20.8%、8ポイントほど構成割合が増えている）が影響しているのか。

（事務局）

前回調査時は東日本大震災の影響による放射能汚染問題や食品に関する安全・安心の意識がかなり高まった状況であり、消費者の関心が高くなったということがあると考えている。ここ5年間はそのような大きな消費者事件があまりなかったためではないかと考えている。

議題（4）について

（委員）

資料にある「消費生活に関する講座を受講した高校生の割合」を「3年間で概ね1回は受講できることを目指す」とは、高校生一人が高校3年間のうち1回受講することを目標にするということだが、それだけでよいのだろうかという気がする。これだけ日々あらゆる手法でやっている時代の流れに対して、新

成人いわゆる若年層に対して1回でよいのだろうか。この点についてもう少し検討する余地があるのではないか。

（事務局）

基本的には、学校の教育要領において授業の中に消費者教育が組み込まれている。新学習指導要領が徐々に施行されており、消費者教育については一部前倒しで来年から実施され、学校教育も充実していくと思われるため、授業と出前講座の両輪でやっていきたいと考える。

（委員）

高校教育という立場から、この3年間で概ね1回受講というのは、学校での授業以外の特別な講座を年1回実施というふうに解釈した。高校の家庭科教育では消費生活というのは一般に全部含まれていて、卒業までに何単位の中で何時間を学習するというふうに考えていただいてよい。例えば、職業科などでは社会に出る卒業間近に特別な講座が開催されるということがよくある。特別な講座をもう少し増やしてほしいというご意見は納得できる。

（委員）

今のシステムで高校生なり学生に対して十分対応できるかどうかというのがポイントだと思う。普段の学校教育の中でやっている形と、行政として後押しする講座とで十分な効果を得られるという判断でこの計画を実施されるのか。そこがポイントだと思う。

（委員）

P T Aの立場からの意見として、学習指導要領に従った授業で果たして実社会に起きた問題においてどこまで対応しているのか不安がある。P T Aの懇談会において、必ず出てくるネットのトラブルの問題に対して、その事実を知らない先生が結構存在する。先生自身は当然経験もせず、トラブルに巻き込まれることはない。学習指導要領と現実の現場の間には差があり、本当に現実に即しているのかという点に関しては、疑問な部分もあるので、もっと増やした方がよいのではないかということには同感である。

（委員）

高校教育でも契約の問題等の教育を強化していただきたいと思う。二十歳の女の子が3人くらい立て続けに友達からの紹介で某化粧品会社のいわゆるマルチ商法のようなものに引っかかってしまい、借金を抱えたという話をくらしのアドバイザーと行政との定期的な情報交換会で聞いた。

成人年齢の引き下げに伴う消費者トラブル発生防止のためにも、学校教育での取り組みや具体的な事例を示した日常的な情報提供をするなどして、特に強化

して取り組むべきだと思う。

(会長)

「目標値30%／年、3年間で概ね1回の受講」というのは一般の授業とは別のものか。

(事務局)

各種団体及び県以外でも講座を開催しており、そのような学校以外での出前講座を受けていただくということを期待している。

(委員)

評価指標の消費生活出前講座等受講者数が、現状で平成29年度 4,400人と記載されているが、資料3の実際の推移における平成29年の受講者数が3,334人である。現状1,000人も低い状態でこの目標を掲げ、5年にわたり毎年100人ずつ増やし5,000人を目指すということは、困難ではないか。出前講座の受講者数は1回に多くの人で受講してもらうのか、それとも出前講座の数を増やして多くの方に受けていただくのかという点が不明なので、もう少し具体的に出前講座を年間何回するという指標を持ちつつ、平成34年には5,000人受講してもらうという目標を掲げたほうがよいのではないか。

(委員)

若年層や高齢者向けの教育や活動はかなり充実していると考えますが、自分の子供がどんなことをしているのか、どのようなことをネットでしているのかということをお母さんはどこまで知っているのか疑問である。くらしのアドバイザーとして主に高齢者に周知するための活動をしているが、子供を持っている親御さんたちにも消費者教育をする必要があると思う。

(委員)

様々な出前講座があるが、事業者にも積極的に関わって欲しい。食品偽装のニュースを聞くことは最近あまりないが、事業者が自分で自分の行動を正すために、事業者自身がよい商品についての講座をさせるという動きを作った方がよいのではないかと思う。

事業者が自信を持って良い商品だと売れないようなお店は、本来お客様からバッシングを受けるべきである。事業者が講座に出て来れないような商売をしているのであればやめなさいというくらいの勢いで、事業者にそういう講座をしてもらうように働きかけをされたらいいか。

事業者は数多く存在するので当番でやれば講座の数はたくさん増やせるし、高校生や年配の方も含め、お客さんに直接働きかける機会というのは事業者にとってチャンスではないかと思う。自社商品のアピールであり、かつアピールする以上は責任を持つため変な物は売れないということになるので、そのよう

なことをされてもよいのではないかと思う。世の中の事業者は今儲けに走っているから、ここで少し向きを変えて、事業者も含めてエシカル消費に取り組むなど経済分野の方に本気でこっちに向いてもらう形を作った方がよいのではないかと思う。

(事務局)

事業者の方が講師となって講座を行う形か。

(委員)

別団体で法人会員の青年部にいた頃に、租税教室を行っていた。租税教室とは、小学校相手に税金は納めるものだという教育をする教室だが、教室を行うと社会のために税金を納めなくては行けないと強く認識した。自分自身が関わるということが、自分の襟を正すということにつながるので、事業者の立ち位置を見直しさせるためにも必要だと思う。

(会長)

今のご意見は、事業者相手に講習をすべきとのご意見か。それとも事業者を講師にすべきとのご意見か。

(委員)

事業者を講師にするという話である。講師をするということは事業者自身が講習を受ける必要がある。商売するうえでのモラルが乱れているということにも実は問題があるので、そこを変えないと元々の商品を供給する方が間違っていたら、消費者は間違っただけのしか買えないということになる。その中で良い生活ができないじゃないですか、良い商品を買えないじゃないですかという意味である。

(委員)

今回新しく作成する計画は、県の総合計画とどのような関連があるのか。目標とする評価指標と県の総合計画との関連性はあるのか。

(事務局)

県の総合計画は県全体の計画であり、今回新しく作成する計画は個別計画にあたり、基本的には同じ方向を目指して同じ内容を記載するものである。今回作成する計画は総合計画作成後に改正された民法の内容を反映させ、より具体的により新しい情報で作っていく。

(委員)

新総合計画消費生活の部分は少し取り上げ方が弱いので、この計画ではもっ

と強くうたっていかないといけない。また、講座はもう少し増やしたほうがよいと思う。

（委員）

概ねの事業者は消費者目線で健全な市場の担い手として、社会的責任を自覚した上で事業活動を行っている。一部の事業者が不祥事を起こしていろいろなトラブルを起こし、それが非常にクローズアップされていて、そのために善良な事業者が多大なる迷惑を受けている。事業者を講師にするということを1つの手法として考えていかなければならない。

昔であれば当然事業者は店頭や商店街でコミュニケーションをとりながら良いものを提供していたが、最近ネットでは新たなトラブルが発生している。業界としてはコミュニケーションが大事だと考えるので、出前講座という手法として、そのような連携もあると思う。

評価指標で、高校を卒業するまでに何回やればよいのかという議論があったが、消費生活に関する講座をどのように考えるかはその性質をどう考えるかによるかと思う。いわゆる対処療法的にこういう事件が新たに起きたからこれをみんなに知ってもらうというやり方も一つだろうし、もう一つはやはり高校生として社会人として法律的に社会上の問題を教える応用性の利くような講座であれば3年間に1回、なるべく高学年でやった方がよいと思う。

出前講座は評価指標としてはわかりやすい指標だと思う。ただ、出前講座を受けた人が5,000人になったり、指導の担い手を30人ずつ増やして450人にしたりしたときにどのような成果が見えるのかがわからない。

（委員）

講座を増やすことも大事だが、講座を知らない人や忙しくて出れない方々に対してどうしていくかというのが大事である。一生懸命講座を開いてもなかなか知られていない、時間がなくていけないという人に対してどう対処するかというところを考えていく必要がある。インターネットや各種情報媒体を使う中で、周知していくのだろうと思うので、その中で人数目標となると、なかなか厳しい状況もあるのではないかと思う。ただそれが善処すればそれだけ広がり、当然増えていくわけなので、その中で広がりをさらに深めていくということが目標としてあればよいと思う。

資料4の5番目の推進施策の中で消費者教育の人材（担い手）育成・活用の中の「地域における人材」の中で、「学生等の人材育成の充実」とあるが、これは「学生に啓発していろいろと知識として持っていていただき、社会に出るといふことなのか、それとも「学生に特別の何か担い手として育成し、活躍してもらう」ことなのかという点を聞きたい。

（事務局）

現時点ではもちろん学生は受け手側であるので、そこから一歩進んで、学生自身が勉強会を開くなり、主体的に担い手として主体的に消費者教育を自分達で学習会をする等のことが出来ないかと考えている。

(委員)

重点的なテーマとして消費者である高齢者、若年層に重点を置くと。そのためのメニューですが結果としてはこういう従来のものに新しいものを付け加えていくということで、いろいろ知恵を絞っていただきたいと思う。

(委員)

意識調査の結果では、前回よりも消費者問題に対する関心が低くなっており、有効回答率も低い。

消費者被害にあっても相談しておらず、相談先がわからないというのも割合として非常に高い結果となっている。例えば地方自治体の相談窓口の設置などがまだ周知されていないのではないかと。PRには継続して力を入れて欲しい。

調査結果の最終頁の行政の取組みに対する満足度と重要度において、(オ)商品やサービスに関する不正表示の監視・指導や悪質事業者の取締りに対する満足度が一番低く、行政の取組みに対する重要度としては一番高い。これに対する対策は新しい施策の中にどのような形で盛り込まれたのか、教えて欲しい。

くらしのアドバイザーや推進リーダーが一生懸命出前講座を企画しているが、あまり知られておらず、講座の開催そのものがわからないという結果がでていいる。今度の評価指標に消費者教育の担い手を新たに毎年30人ずつ育成することを目指すとするが、この30人というのは今ある推進リーダーとくらしのアドバイザーを指すのか。それとどういう構図関係にあって、そのような方々がどのようなネットを組んで、役目を果たしていくのかがよくわからない。

委員の中にもくらしのアドバイザーの方がいらっしゃるが、その方々が誰を対象にどのような頻度でどのような講座を企画しているのかというのが、一般市民にはわからない。せつかく県の委嘱を受け、役割を持って、活躍したいという意欲を持って活動しておられると思うので、そのような方々が動きやすい体制を作ってあげてほしいと思う。

(会長)

事務局から何か。

(事務局)

意識調査の結果に対する対策を計画のどこに盛り込むかということについては、計画では、例えば6の消費者の安全・安心の確保であるとか、5の消費者教育の推進施策の中の社会を被害から守る安全なまちづくりで、総括として行政の取組みとしての業者の取締りなどということも書けるかどうか検討する。

担い手のことについては、現行の消費生活推進リーダーやくらしのアドバイザーの方々も大事であるが、それとは別に個々の地域で民生委員の方やケアマネージャーの方が個々の独居老人の方の消費生活相談にのっていただいて、一緒に消費者生活センターに相談に来られることが多々あるので、そのような方々も担い手として位置づけたいと思っている。高齢者の見守り講座を受講された方に後々消費生活の知識を身につけていただき、近所の消費生活トラブルに遭われた老人の方や地域包括支援センターの中で支援している老人の方などの支援をしていただき、担い手になっていただきたいと考えている。

(会長)

民生委員の方もか。

(事務局)

民生委員の方にも担い手になっていただきたいと考える。

(委員)

民生委員の研修に必ず入れるという講座にしてしまえば、一気にたくさんの方が意識のある方にできる可能性が高まるので、研修メニューの中にメインに入れてもらうとよい。

(委員)

評価指標において、プロセス評価が多い。何回やったので、どのような姿になるという結果の部分の評価というような指標があってもよいと思う。プロセス評価は何回やってもそれで良かったという評価にはならないと思う。高校生に対しても何回やったらそれで十分かといったら十分という話はまったく出てこないと思うので、どれだけになることを予測して何回やると。それでその値にならないければ取組みが足りないという話になるし、方向が間違っていたのかもしれないということになると思う。そのような指標を入れておき、その評価をできる評価方法を組んでおく必要があると思う。

例えば家庭科教育の中に知識量の評価が何かで高校の生徒たちが18歳で卒業時点ぐらいにおいてどのくらいの商品についての知識を持って卒業していただくかというような調査が、ほんの数項目でもあればよい。そのようなものが組織的にできるようになれば富山県で18歳を迎えた子供たちの知識量はこの程度でこれで県外一人を出してよいのかという話になるかもしれない。それでも出てくると高校生を持つお母さんたち、お父さんたち、父兄の方たちが、保護者の方たちがもっとしなくてはいけないという気持ちを駆り立てることも可能になってくると思う。そのような話が家庭の中でされることが一番の消費者教育になると思う。何かを何回やるではなく、結果をどう示していくのが重要だと思う。

(委員)

「エシカル消費」は既に早くから取り組まれており、消費生活研究グループでも活動している。一般の方々の認識度はあまり高くないため、事業者の方々のご理解を得てよりわかりやすく周知していければよいと思う。

(委員)

くらしのアドバイザーの活動として、他のアドバイザーと3人で高齢者サロンを主に訪問して、消費者詐欺の寸劇をしてその後に情報提供したりしている。その活動内容を周知させて欲しいと以前ある会議で言ったところ、社会福祉協議会の方から多くのオファーがあった。

様々な場所から声がかかるといのは自分達の活動の一定の成果だと思っているが、担い手を増やすという点では、様々な切り口のところに働きかけるといのが非常に必要だと思う。現在既に活動している人達を評価したり、より内容を充実させることはとても必要だと思うが、いろんな組織、PTAや婦人会はしているかもしれないが、あらゆる地域の組織のリーダーや推進している方達に担い手になってもらい、情報をしっかりと伝達する仕切りをして、それぞれの組織の会合で一言言ってもらいと、その情報が地域でかなりの人に浸透すると思う。自分も自分が関わっている様々な会合で情報を伝達することを心掛けているが、そのような活動を地域の組織のリーダーの方々に協力いただくと、かなり周知できると思う。

中身を充実させるという意味ではあらゆる機会ですういう方々を活用するというのはよい方法だと思う。

(会長)

今日の皆様のご意見を踏まえて、完成版を作っていただきたい。