

第 49 回高知県消費生活審議会 議事要旨

日 時：平成 26 年 12 月 2 日（火） 13:30～15:30

場 所：高知共済会館 3 階 桜

出席者：（委員）

西岡委員、廣末（純）委員、川井委員、津野委員、小原委員、土ヶ内委員、
廣末（幸）委員、細居委員、下元委員、青木委員、池田委員、田中委員、濱田委員
（事務局）

岡崎文化生活部長、武田県民生活・男女共同参画課長、竹村同課課長補佐、
宮地県立消費生活センター所長 ほか

概 要：

1 開 会

事務局職員司会のもと、開会。

委員 15 名中 13 名の出席で審議会は成立。

2 部長挨拶

岡崎文化生活部長から挨拶。

3 委員紹介

委員紹介後、「審議会等の会議の公開に関する指針」に基づき、委員名簿、会議の資料、発言内容の公開について委員了承。

4 経過報告

前回の審議会で調査方法や内容について意見をいただいた、「平成 26 年度県民世論調査」及び「消費者教育に関する事業者実態調査」の現在の状況について、武田 県民生活・男女共同参画課長から説明。

説明を受けて、次のような質疑応答があった。

◆これまでの「消費者教育に関する事業者実態調査」を行った事業者からの回答として、消費者や従業員に食の安全安心の内容の研修会を開催し、消費者が 10 数人参加したとの説明があったが、消費者に対してはどのような形で研修会開催の周知を行ったのか。

⇒ レジの周辺や店内の掲示板に、開催のお知らせを掲示することにより周知。

◆前回の審議会で、学校に対する実態調査も行うようになっていたと思うが、それはどうなっているのか。

⇒ 学校現場の調査は、時間をとっていただくのが難しい状況であるので、現在ある調査結

果の中で使えるものや消費者からの相談の状況から、学齢期に何が必要であるかを分析するとともに、教育委員会が把握している学習指導要領による学校現場の実際的な取組をどのように消費者教育につなげていくかといったことを、教育委員会と一緒に話をしながら進めていきたいと考えている。

5 協議事項

武田 県民生活・男女共同参画課長から、資料 3 により、高知県消費者教育推進計画の策定に当たっての考え方や策定のスケジュールについて説明した後、資料 4、5 により、消費者教育推進計画の骨子案について説明。

以上の説明を受けて、次のような意見交換、質疑応答があった。

【全体の章立てについて】

全体の章立てについては、委員了承。

【資料 5 の「1 計画の趣旨」、「2 消費者を取り巻く現状と課題」について】

◆7 ページの「2 消費者を取り巻く現状と課題」の「(1)高知県における消費生活相談の状況等」では、県の消費生活センターの相談状況がまとめられたものと考えられるが、消費者教育推進計画が全市町村に適用されるということであれば、高知市や南国市等の数字も含めないとけないのではないか。

⇒ 今、数字を挙げているのは、県立の消費生活センターの数字である。高知市のセンターや他のセンターの数字を合わせたものが高知県全体の数字になってくると考えている。

◆「教育」と書くと、どうしても上から見ているような捉え方をされがちである。共に育つ視点や事例を共有化していくなどの内容も含めていただきたい。

◆前回の審議会で、25 年度の消費生活センターの相談状況について、説明していただいたが、26 年度上半期の状況について、特徴的なポイントだけでも教えていただきたい。

⇒ 件数としては、25 年度は 9 年ぶりに増加したが、26 年上半期は、若干減っている。これは、健康食品の送りつけが 25 年度に爆発的に増加したものが、落ち着いたことが大きな要因である。健康食品の送りつけが主に 70 歳以上をターゲットにしていたので、それが落ち着いた結果、26 年度上半期では、60 歳以上の割合が 4 割を少し切る状況になっている。

相談の多い商品・サービスは、アダルトサイト関係などの放送・コンテンツ、サラ金の融資サービスは変わらないが、健康食品と入れ替わって、増えてきたのが、インターネット通信サービス関係である。これが今年度増えたのは、プロバイダ契約で、あたかも大手事業者のように装い、安くなりますよということで、パソコンを遠隔操作して既成事実化してしまうというものである。

また、架空請求について上半期に受けた件数が、既に 25 年度 1 年間の件数を上回ってい

る。メールでの架空請求が主流であるが、ハガキによるものも復活してきている。内容としては、法律に疎い方に対して、訴訟になる、裁判になるなどといかにも法的なことを散りばめて脅しをかけてくるものである。

高齢者を狙った投資詐欺については、手口が大変変わってきている。利回りの高い社債や特定の方しか買えない未公開株、訳の分からない権利の事業への投資というものは、どんどん少なくなっていて、今多いのは、個人情報ネタにした詐欺の被害である。

- ◆消費者を取り巻く現状と課題の中で、課題について、ここに書かれているのは全くそのとおりであると思うが、学校教育のところは抜け落ちている。やはり、就職する若者、社会に出る若者に対する最低限の契約知識ということが必要であると思うので、その視点を入れていただきたい。

⇒ ライフステージの段階に応じた切れ目のない対応が重要であると考えているので、現状と課題に若者の状況を入れて、若者への対策について書き込んでいきたい。

- ◆「1 計画の趣旨」の「(3) 計画期間」については、5年間という計画で行くのか。今、現状を聞いていると、どんどん目まぐるしく変わっていったという実感であるし、課題を解決するのに5年もかかっている被害が増えていく一方なのではないか。

⇒ 消費者犯罪のサイクルは速いので、ご意見はごもっともであると思う。他県の状況を調べるなど、検討させていただきたい。

- ◆「2 消費者を取り巻く現状と課題」の「(2) 県民世論調査の結果」のところ、3,000人の調査で被害にあったことがあるのは2割で、その2割の中の3割がどこにも相談しなかったから、潜在化しているという扱い方になっているが、このデータであるとあまり多くはないのではないかと思われかねない。ここは被害がないと認識している人の中に、実は被害があった人がいると考えたほうがよくて、高齢者の被害がどのように潜在的であるのか自体が分からないので、その調査を継続的に続けて実態をはっきりさせていくことを含めた課題にしたほうが良いと考えている。この書き方は少し工夫が必要である。

⇒ 表し方、説明の仕方、エビデンスをどのように使うかということは整理させていただきたい。

- ◆高齢者に対しては、意外と手助けをしてくれているなど感じることもあるが、小学生、中学生、高校生や大学生になったばかりの方などに対しては、どのように対応しているかが、あまり見えないので力を入れていただきたい。

「県が重点的に取り組む課題」については、「若者への対応」という1項目を加えるということで、委員了承。

【資料5の「3 消費者教育推進の基本的な方向」について】

- ◆「(3)各主体の役割と連携・協働」の中に、警察、銀行、郵便局も含めればいいのではないかと。特に、郵便局の配達員さんは、必ず高齢者と顔をあわすので、そういう方を活用すればいいのではないかと。

また、人を集めても、(詐欺等に)引っ掛からない方が来ると思う。引っ掛かりやすい方にどのようにして啓発や情報提供を行うかを考えたら、そうした方が集まる所へ行くことが大切であり、高齢者や地域住民の団体に啓発に行ったり、病院や介護のセンター等に行くこともいいのではないかと。

⇒ 「(3)各主体の役割と連携・協働」の中に、どのように反映できるか検討して、内容を詰めていきたい。

【資料5の「4 消費者教育の推進の内容」について】

- ◆大学生協では一時期、サラ金問題が多くなったとき、新入生に対して、サラ金問題やカードの正しい使い方についての教育をしていた。また、ミールカードというカードを出していて、お金を親御さんが出すことで、学生は1日1,000円を上限にそのカードで食事ができる仕組みになっている。現在800人くらいが登録していて、500人くらいが毎朝食べに来ているとのことである。これは、何を食べたかということが、親御さんに分かるようになっていて、例えば、野菜が足りないなどのデータも親御さんに届くことになっている。そういう意味では、親子で食育を行っていることになっている。

- ◆県や市の広報紙では、情報があまりにもたくさん含まれていて読み飛ばす傾向があると思うので、消費者教育について、トップページに持ってきて大きな字で注意を喚起すればいいのではないかと。

学校教育の中で、社会的な役割として、リタイアした人たちが町内会活動に参加するような教育をさりげなく行っていくと、町内会で情報を様々な形で出し合って耳にできるということがあるのではないかと。

消費生活センターで、どんな小さなことでもどうぞというような文言といっしょに電話番号を明記したステッカーを作って各戸に配布すればどうか。

⇒ 本県の課題として、見守りを必要とする高齢者の被害をいかに防ぐかが重要である。現在、消費生活センターが行っている取組としては、様々な悪質商法の手口を分かりやすく説明した、連絡先としてセンターの電話番号を入れたカレンダーを作成し、それを、各市町村の地域包括支援センターのスタッフに高齢者宅への訪問の際に配っていただいている。

ステッカーについては、以前、訪問販売などが問題になった時に、玄関前や電話の受話器に貼るシールを作って、現在その残りを活用しているところである。

- ◆「4 消費者教育の推進の内容」の「ウ 地域」の2つ目の重点の「高齢者・障害者等を地域で支えるためのネットワークの構築」について、実際に、情報提供、注意喚起の徹底を福祉の

分野で行っていこうとすれば、様々なネットワークや高齢者・障害者が集う場というのは多くあるので、それらを活用した適宜丁寧な情報提供、注意喚起の徹底をしていくことが大切であるし、現実的である。

また、「4 消費者教育の推進の内容」の「ウ 地域」の1つ目の重点の「特殊詐欺等の消費者被害防止のための消費生活講座の開催」について、福祉の人材や地域で活躍する中核的な方々の研修の場や、そうした団体の集まる場がたくさんあるので、それらの場で講座等を行い徹底させていくほうが現実的である。

⇒ ご意見はそのとおりであると思う。ネットワーク等を新たに構築するのではなく、現在あるものを活用させていただきたいと考えている。

◆労働委員会では、高校を卒業して都会へ出て行ったときに、アルバイトなどでひどい目にあわないように、3年生のクラスを対象にして、労働基準法の基礎的な知識について講習を行っている。消費生活センターもそうした形で学校に派遣してはどうか。やる気がある職員も多くいるので、そういった職員を人材として活用していければと思う。

⇒ 出前講座をどのようにするかということについて貴重なご意見をいただいたので、検討させていただきたい。

◆高知市では、小学校や中学校で出前講座を行っているが、市の教育委員会のほうが大変忙しいということもあり、消費者教育に対する取組、アプローチに際して、時間がない、カリキュラムにないなど、なかなか入りづらい。消費者教育推進計画の中では、教育委員会とどのような接点を持っていけるかが大切であると考えているので、こういったカリキュラムで、こうして行いましょうということをお県の教育委員会が作らないと進まないのではないかと考えている。

⇒ 学校現場は本当に忙しく、早めに日程を決めないと後から入りにくい現状はあると思うが、大事なことはしっかり行っていくということで、どのようにしたら消費者教育に取り組んでいけるか知恵をお互いに出し合っていく必要があると考えている。

◆小中学校においては、取り出した消費者教育というよりも、大切なことは、教職員の方がどうという視点を持ってその授業を進めていただいているかではないかと感じている。

◆理美容の専門学校においても、消費者教育を行っていただきたい。理容師さんや美容師さんは、高齢者と接する機会が多いと思うので、散髪している間やパーマをかけている間、いろんな話をする中で、高齢者に注意を喚起していけばいいのではないかと考えている。

⇒ 県の消費生活センターでは、今年11月に理美容の専門学校にお声をかけていただき出前講座に行かせていただいた。

◆未成年者の契約関係は取り消すことができるので、小中学生は知識としてあったにこしたことはないが、切羽詰まった状況ではないと思う。ターゲットとしては、高校生から上ぐらいを対

象にした方が有効ではないか。

◆消費者被害について、市部と過疎地の場合の特性があれば、特性に応じた注意喚起をしたほうがいいのではないか。また、県の消費生活センターの相談でも、放送・コンテンツが多いとのことであったが、こうした被害については、恥ずかしくて周りの身近な方には相談できない状況があると思うので、インターネットを用いた消費生活センターの周知などを行えば、若い方やこれからの高齢者には有効ではないか。

⇒ 市部又は中山間地域としての特性はあまりないと思うが、相談のできやすさについては、極端な市町村格差がある。市町村でセンターがあるのは、高知市、南国市及び幡多6市町村の広域のみで、その3つのセンターで、市町村が受ける相談の93%~94%を受けている。ただ、センター未設置の市町村で、消費者被害がないかと言えばそうではなく、相談したくてもわざわざ県のセンターに相談せざるを得ない状態である。計画づくりを進めている国の考え方も、どこに住んでいても専門的な相談がきちんと受けられる体制をつくることであるので、この点については、本県の大きな課題であると考えている。

また、放送・コンテンツの被害は、相談するのが恥ずかしいと思うが、その恥ずかしさを突いてこられるので、いろんな形の啓発を考えていきたい。

◆この骨子案は全体的に網羅されており、総花的でオリジナリティに乏しい気がする。総花的に書くと計画ができて結局実施しないということになってはいけないので、重点のところは重点らしい内容にすればいいと考えている。

⇒ 総花とのご意見もあったが、消費者教育ということになると、どうしても年齢も、場も広くなる。計画は幅広くしておいて、重点的なものについては、それを具体的に強力に実施していくという形で、この計画を書くとともに進めていきたいと考えている。

◆コーディネータというのは、具体的にどのような者か。

⇒ 地域であれば、例えば、その地域の中でまとめる方など、いろんな場面での接点となる方というイメージを持っている。

◆具体的に、委員を任命するということか。

⇒ 具体の話になるとこれからになるが、今考えているのは、県や市の消費生活センター、市町村の消費者行政窓口といった消費者行政を担っているところが、例えば、地域の学校のほうから防災教育や環境教育を行う中で消費生活の視点を入れたいという相談を受けたときに、こんなやり方があるのではないかとか、こういった講師の方がいるのではないかななどの情報提供を行ったり、地域のほうでもそういった方を育てていくなど、皆が連携し合って消費者教育を進めていく体制を作っていきたいと考えている。

◆消費者問題が深刻化するのには、それぞれが孤立化しているという問題がある。孤立した人間につながりをつけていく、ネットワークというか、お互いを認識する新たな地域のつながりをつ

けていくことが重要である。消費者教育推進法の基本は、個々の人間の主体としての力量をアップすることであるが、最終的には、それで社会形成の担い手にするということであると思うので、そういう意味で、消費者教育の推進というのは、同時に、地域社会のつながりを復活させ、増進させる効果が期待されていると思う。それぞれに置かれた立場の人間が、どういう状況に置かれて、何に困っているかを認識できる主体形成という意味でも、お互いのつながりを地域でつなげ合うことで、いろんな場における出前講座をつくることになると考えている。

⇒ ご意見はまさにそのとおりであると思うが、消費者教育の計画で社会のきずなを形成するところまでは、私どもにそこまでの力はないので、結果として、そういう社会ができたらいというくらいでお許しいただきたい。

【資料5の「5 計画の推進」について】

◆数値目標は設けるのか。

⇒ 現在のところ数値目標を置くことは考えていないが、そうした目標を置くことが必要ということであれば、検討したいと考えている。

◆得てして計画というのは、抽象的に陥りがちなので、具体的に行う事業や数値目標があれば、皆で共通認識が持てることもあると思うし、どこを目指すのかが明らかになるのではないか。現状値自体を把握できていないということもあると思うが、何らかの数値目標を設定できれば、後の評価という点でもいいのではないか。

⇒ どのレベルのものを数値目標にするかという課題があるので、今のご意見も踏まえて検討させていただきたい。

6 閉 会