

平成 30 年度 第 2 回 静岡市消費者教育推進地域協議会 会議録

1 日時 平成 31 年 3 月 18 日（月）午前 10 時 30 分から正午まで

2 場所 静岡市職員会館 大会議室

3 出席者

(1)委員

色川会長、櫻田副会長、小清水委員、萩原委員、岩原委員、竹田委員、  
良知委員、杉山委員、宮下委員、橋本委員、渡辺委員、久保田委員

※欠席 3 名：鈴木委員、堀池委員、川島委員（学校教育課櫻井参事が代理出席）

(2)事務局

中西主査、澁谷主査、森消費者教育推進員、瀧消費者教育推進員、  
堀池消費生活相談員

4 会議内容

(1)静岡市消費者教育推進計画中間改訂版に関する意見聴取結果について

(2)静岡市消費者教育推進計画中間改訂版（見直し結果）について

(3)平成 31 年度生活安心安全課消費生活センター主要事業について

色川会長

それでは、ただ今より静岡市消費者教育推進地域協議会の議事に入ります。

まず、議事 1「静岡市消費者教育推進計画中間改訂版に関する意見聴取結果について」、事務局から説明をお願いします。

事務局

議事 1「静岡市消費者教育推進計画の進捗状況と今後の課題について」説明

色川会長

それでは、今の議事について質問や御意見等ありましたら挙手をお願いいたします。はい、どうぞ。

宮下委員

意見ではありませんが、訂正のお願いをしたいところがあります。資料 1 の 3 ページにある表の 1 番下と資料 4 の 4 ページにある計画書の新旧比較版になります。追加をしてい

ただいた改正消費者契約法について、「過量契約の取消権の新設」のあとに「取消しうる」とあるのですが、動詞の場合は「取り消しうる」と送り仮名の「り」が入りますので、「り」を入れてください。名詞だとこれでいいのですが、動詞の場合には「り」が入ります。

同じ修正が、資料1の次のページ、4ページの1番上の表で「デート商法や靈感商法等を、取消しうる」とありますが、最後の部分を「取り消しうる」として、「り」を入れていただけませんか。あと4ページの下から2つ目の20番のところ、多分私の打ち間違いだと思いますが、「平成28年」は「2016年」ですので、御修正いただければと思います。

いずれも誤字の訂正です。よろしくお願いします。

色川会長

ありがとうございました。ほか、いかがでしょうか。

色川会長

今さらに恐縮ですが、ちょっと気がついたことがあって申し訳ないです。

資料4の5ページです。冒頭のところで、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が変わったのは事実ですが、これは結構重大なことで、国とすると推進法の改正をしてないので、基本的な方針で具体的な中身を示している傾向があるんです。そうすると、法律にはないけれど、教育計画には結構大事かなという感じがするので、もう少し書き方、表に入れるとかなんでもいいのですが、加えた方がいいのかなと、ちょっと見ていて思いました。その辺について御検討はされたでしょうか。

事務局

すみません、そこまで深く検討を重ねてはいない部分でした。今、原稿が最終校正に入っていますので、どこまで変えられるかというところがありますが、ページが動かない範囲で書きぶりを変更できるか、持ち帰って検討させてください。

色川会長

もちろんできなければ仕方がないですけど、法律だけではない問題はやはりあると思います。特に国だと法律に詳しく書いてないこともあって、中でも教育関係はそれがけっこうあるので、もしできれば、です。今まで気づかなかったので、すみません。

宮下委員

例えば「大きく変更された」とするのはいかがでしょうか。

色川会長

大きくはあまり変更されていないですね。ただ少し書き方が前回と違うところはあったと思います。

色川会長

ほか、いかがでしょうか。かなり直していただいているので、おそらくこれでだいぶ OK かなと思っていますが。

宮下委員

今のところで内容をよく理解せずに言っているので申し訳ないのですが、例えば、5 ページの上から 3 行目の「喫緊の具体的な課題が『新たに』示されました」のように、「新たに」とか何かそういうような表現を入れるとよいのではないのでしょうか。あまり新しいものはないのでしょうか。ただ、後ろの方にある余白に入るくらい、すなわち 6 文字くらいが入られる数字かなと思いますので、そういうような感じではないのでしょうか。

色川会長

何か少し考えます。ありがとうございます。

それではよろしいでしょうか。議事 2 に移ります。「静岡市消費者教育推進計画中間改訂版（見直し結果）について」、お願いいたします。

事務局

議事 2 「静岡市消費者教育推進計画中間改訂版（見直し結果）について」説明

色川会長

ありがとうございました。それでは、質問や御意見等ありましたら挙手をお願いいたします。はい、どうぞ。

宮下委員

資料 4 の 21 ページの基本方針 1 の成果指標についてです。これも形式的なところで恐縮ですが、「ハナミンメール・SNS の登録件数等」と、ここでは中黒（・）を使っています。しかし、その下の補助指標のところでは「メール、SNS」となっていますので、揃えた方がよいのではないのでしょうか。また、「メール」と書くのか「ハナミンメール」と書くのかも統一が必要です。その辺が同じ項目ですので、目立つ感じがします。

もう 1 つ、ちょっと今更なのですが、25 ページの基本方針 4 の成果指標についてです。エシカル消費について少し説明を書き加えていただいて、改めて数値を見ると 56% や 70% という目標値が設定されていますが、「エシカル消費の理念に沿った行動をとる人の割合」というのは何をどう取るかにもよるので、それ次第では確かにその数値は達成できる気がします。

しかし問題は、今はエシカル消費ということが強調されたいですが、果たして数年後にはどうでしょうか。今は消費者庁もエシカル消費について一生懸命やっていますけれども、数年後にはそれほど一生懸命やっているかどうかかわからないというところもあります。

ですから、そのエシカル消費についての目標値が 70% というときに、何をもちて 70%

を達成するのか、現状値の 56%という数字と同じ地産地消の話をもってくるのか、それとももう少し違うことを考えていくのか、その辺だけ少し確認をしていただければと思います。反対しているということではないんですけれども、この指標として 70%達成しましたというときの 70%の内容が、よくよく考えるとその前の 56%の数値と同じ指標を想定しているのか、もう少し違うものを想定しているのか、その点を教えていただければ幸いです。

事務局

こちらの指標は同じもの、「地産地消について積極的に選択するという回答をした人の割合」で測ることとしています。エシカル消費の普及に関してはもちろんそれだけではありませんので、フェアトレードとかそういった別のアプローチもしていきますが、こちらの指標に関しては同じ地産地消を使ってどの程度伸びたかというふうに測る予定でいます。

宮下委員

ありがとうございます。地産地消ということですが、そういう選択をする人が7割までいくかどうかというところでやや心配していました。ほかの要素も入っていると達成できるような気がするんですけれども、それだけで大丈夫かなという点が少し気になったものですから。御回答いただいた内容はわかりました。

色川会長

静岡市さんは今、SDGs 盛んにやっていますね。これも SDGs 絡みで出すということなのでしょう。そういう意図ですか。

事務局

はい。

色川会長

ほか、いかがでしょうか。

では、私から1つよろしいですか。27ページの(4)の「地域社会における消費者教育の推進」のところで、「店舗なども学び・情報発信の場として」というのはわかるんですけど、こう書いた以上は具体的に何かその店舗等で学ぶ教材なり手がかりなりを示すつもりがあるのでしょうか。

事務局

1番初めは多分、チラシを置かせていただくとかそういったことになるかと思います。あとは今年度、静鉄ストアさんに講師としてお越しいただきまして、意見交換会を開催したのですが、そういったところで事業者の取組を知っていただいて、その上で実際の店舗

に足を運ぶと、また見方が変わってくるというようにところに結びついてくるかと思いません。

意見交換会に関しましては、今年は「食の安心・安全」ということをテーマにしてやりましたが、テーマを変えながらいろいろな事業者さんをお願いをして、継続して実施していきたいと考えています。

#### 色川会長

資料はこちらの都合で置くわけだから、店舗で学ぶというと、イメージ的には例えば、陳列の仕方とか店のレイアウトとか、いろいろありますよね、作戦が。そういうことが気づかないけど大事だったりすると思うんです。そういう見方なり考え方を教えるというのも、いきなり最初から教えるとは良くないと思うんですが、そういうのを見せていくことが勉強になる可能性はあるなど。

単にお店に行ったから勉強になるわけではないと思うんです。だから、静鉄ストアさんとやったようなのもいいと思うんですけれども、その辺を含めて広がる、例えばどこかの小学校と一緒にやるとか、何かそういう形がとればすごく意味があるかなと思って、伺いました。

#### 宮下委員

ちょっと他の学校まではわかりませんが、私の子どもが通っている小学校とか、あるいは通っていたこども園とかだと、近所のお店などに行っているいろいろなお話を聞いたりする機会というのがあるんですね。そこで例えば、商品の買い方だとか、そこで何を作っているのかとか、そういう話も聞いているので、少なくとも小学生以下の場合には、あまり何か新しいことをしようとするよりは、そういう場でもう少し消費者教育に関連することを付け加えるという方法もあるのではないのでしょうか。そのあたりは学校教育の現場との御相談になると思うんですけれども、そういう可能性もあるかなと、今聞いていて思いました。

もしやるのであれば、もう少し段階的にといいますか、一般市民とやっぱり高校生・中学生・小学生というのとは違うと思いますので、それぞれに合わせた形で消費者教育の方法を考えていただければと思います。小学生だと、結構地域のお店の見学とかに行っていますので、先生方にあまり負担にならない程度に、例えばその際に消費者教育のこともちょっと混ぜてお話をいただくとか、そういう方法もあるのかなと感じました。

#### 櫻井氏

関連していいですか。

#### 色川会長

はい、お願いします。

櫻井氏

学校教育課の櫻井といいます。川島課長（委員）に所用があったものですから代理で参加させていただきました。

この「消費者教育」ということで非常に大きなテーマなんですけども、私も小学校の現場の経験がありますので、その範疇で申し上げますと、今お話がありましたように小学校の3年生の社会科の学習の中に「地域について学習をする」というような単元がありまして、その中で近所のスーパーマーケットに行つてというようなことで一連の学習があります。とっかかりは各家庭でどんなものを買っているだろうか、どんな店で買っているのだろうか、子どもたちの身近なところから、お母さんとかお家の方々がどこでどんなものを買っているかというようなことをどんどん広げていくんですね。

また、そのときに地域のスーパーマーケットにも実際に足を運びまして、その陳列の状況であるとか、店員さんの様子であるとかを見ます。

私が1番大事だなと思っているのは、店長さんから直接お話を聞く機会です。これはどの学校でも今設けているかと思います。店長さんがどんな思いで、消費者つまりお客さんに対応してくださっているのか、ニーズをもとにどんなふうにお店として工夫をされているのか、というふうなことを子どもたちにわかるように説明をしてくださるんですね。その話を聞く中でスーパーマーケットってほんとにいろんな工夫をしながら、お客さんのためにされているんだなというふうなことを感じ取ることができます。ですので、そうしたところがこの消費者教育につながるほんとに第一歩というところになるのかなと、思います。

あとは、中学校でいうと職業体験ということで3日間くらい各職場に体験に行きます。その中でうちの息子も近くのスーパーマーケットに行きまして、店員さんの見習いということで仕事を実際に体験することによって、スーパーマーケットの有り様を学んでくると。近い将来、社会人・職業人となるための第一歩ということで、スーパーマーケットに限らずいろいろな商店や企業にもお邪魔させていただくことによって、中学生もその見識を自分の中に取り入れていくというふうなことを、小学校・中学校の学校教育では進めているという状況です。

色川会長

ありがとうございました。今のような学びが消費者教育としてはあると思うんですけど、でも実際「消費者教育」という言葉で理解はされてなくて、多分、「職業教育」とか、あるいは「町のお店の勉強」という理解だと思うんですね。だから今のももちろんカウントできると思うんですけど、そうするとそういうのも含めて市としてどういう形で消費者教育を作っていくのかという、全体のカリキュラムが必要なのかなという感じは、ちょっと今伺っていて思いました。

渡辺委員

こども園の渡辺です。今小学校の教育を伺ったものですから、こども園というと、もう少し下の部分になりますけれどもお話しします。

こども園の場合は、まずその辺の社会には出て行ったりはあまりせず、園の中でお店屋さんごっこをやったりとか、自分で廃材で商品を作ってやり取りをするというようなことがあったりします。

お金も偽物のお金ですよ、おもちゃ的な、そういうものを作っています。あまり 10 円、100 円という概念がないものですから、色分けしてあって、「青色のお金では 2 つ買えるよ」とか、「黄色では 1 つしかダメだよ」とか。でも、そこに数字を一応書いてあるので、子どもなりにこれは小さいお金で、これは大きなお金で、と勉強したりとか、あとは「いらっしやいませ」「ください」と言ってそのやりとりをしたうえで自分のものになっていくということを学んだりしています。

イメージマップの大きな表をいつも参考にして見ているんですけども、幼児期の場合は「約束や決まりを守る」とか、「慌てないで身の回りのさまざまな情報にも気を向けていく」とかです。そういう生活全般についてのあり方が最終的には消費者教育につながっていくのかなということで、ずいぶん土台の部分で関わりはあると思います。園長会でもこれをわけさせていただいて、「私たちがその幼児のところの部分を担当ということについて、やっぱり日々の園での生活の中で大事にしなくてはならないことはたくさんあるし、意識しなくてはならないことはたくさんありますよね」という感じで、お知らせをしました。

資料 4 の 27 ページの第 3 章 (1) では、「認定こども園・保育園・幼稚園」とありまして、「幼児が使える教材の紹介や情報などにより、園での取組を支援します」と書かれているものですから、私たちが間違えないように、ここでちょっと確認させてもらって、今までのやってきたことに何か付け加えた方がいいとか、何かそういうことがありましたら教えてもらいたいなと思います。

#### 事務局

こども園で様々な取り組みをしてくださっていて、とてもありがたいなと思います。ありがとうございます。

そういう遊びの中で自然に触れていくというのがこの時期は自然なことなので、それを私たちの方から、もっとこうして欲しいとかそういうことはございません。ただ、絵本の中でも、例えば直接的に消費者教育といっているわけではないけれども、そういったことを学べそうなものがあつたりもするので、もしよろしければまたお声掛けさせていただいて、紹介させていただけたらと思います。特別なものではなくて、多分、保育園にも置いてあるものだと思いますが、そういう視点で読むことができるんだなど、ちょっと見方が変わるのかなと思います。よろしくお願いします。

#### 橋本委員

私は小学校に勤務しているものですが、先ほどの小学校3年生の社会というところで、本校の場合だと「地産地消」という言葉をやっぱり小学3年生でも聞いてきます。スーパーマーケットから、いろんな青物とかいろんなものがある中に静岡産とか清水産とかというものがあるよ、という説明を受けて、そこで子どもたちは、清水のものを買いたいとかそういう感想も生まれてくるので、そこが消費者教育にも繋がっているのかなと思います。それを引き出すような、教員とかスーパーの方のアプローチが、やはり必要かなと思います。今のところそれは上手くいっていると思いますが、やはりこう意図的にやるということは、とても大事かなと思います。

また、給食の時間、食材はけっこう地元の物を使ってきていて、給食の献立表の右側に地産地消という言葉も入っていますので、親御さんもそういう言葉に触れてはいるんですけど、そこを結びつけるっていうのが、ちょっとまだまだ弱いんです。そういうところを強くしていくと、やっぱり子どもや親から消費者教育が生まれていくのかなと思っています。

#### 色川会長

ありがとうございました。今の話を伺っていると、多分ここの書きぶりにちょっと問題あって、27 ページの(4)「地域社会における消費者教育の推進」というと、これは多分、学校だけではなくて地域への推進のイメージですね。だから、情報発信の場とさっきおっしゃったのは、なるほど、と思ったんですけど、もう学校ではそういう場としてやられていることですね。こども園もそうだし、小・中学校もそう。もうやっていることだから、「店舗なども学びの場」とここに書かなくてもいいのかなと思うところです。

「情報発信の場」というのはわかりますが、ここの書きぶりだとそういう感じがしませんか。学校ではやっている、ここでは地域一般の人向けに情報発信の場として使えますよということをお願いしたいのかなと。店舗では学びというよりも、そんなことはないでしょうか。

#### 事務局

ここの文言を入れたきっかけというのが、関連行政推進会議で商業労政課の課長から、店舗も取り組んでいることとかがあるので、そのような場も学びの場であるということをお願いして欲しいと提案されたことでした。一般の方に向けて店舗をそういう場として捉えて欲しい、店舗も努力をしていることを知って欲しいというところだったものですから、具体的に「店舗など」と入れたんですけども、こちらはそうすると、「店舗など」というのを取った方が適切ということでしょうか。

#### 色川会長

「店舗を情報発信の場として活用」という書き方でいいかなと思いますよ。「店舗を情報発信の場として活用していきます」とかであれば。

#### 事務局

わかりました。その修正であれば、できると思います。

色川会長

教育委員会ではやっていますもんね。別にそこに何か新しく、こども園もそうだし、小・中学校に言葉を付け加えることがないなあと思って聞いていたんですけど。

色川会長

ほかいかがでしょうか。

小清水委員

今の、学校で店舗に行っているいろいろな話を聞いて、というところで少し気になるのが、先ほど宮下委員からもあったかと思うんですけど、25 ページのエシカル消費の例として「地産地消を積極的に選択すると回答した人の割合」についてです。

もともとの質問項目というのが、「地元で生産された食品を積極的に選択すると回答した人」というところで、先ほどの「清水でとれたものだから、清水で消費しましょう」みたいなことはもちろんそれも大事なんですけど、あんまりそういった形だけを子どもたちにも発信していくと、「消費者教育」ではなくて、「消費者運動」になってしまうというところが、やっぱり気になるんですよね。だから、なぜ清水でとれたものを清水で消費すればいいのかという背景、行動をとることが大事なのではなくて、地産地消を大事なことだなあと思っていくために、経済の仕組みであったり、地元の産業を活性化していくことであったり、それをまた担っていくというような、その裏の意味も含めないと、消費者教育では何となしになるのではないかなというのが気になっています。

そうすると、やはりここの、「エシカル消費の理念に沿った行動をとる人の割合」として、「地元で生産された食品を積極的に選択すると回答した人の割合」をあてていいのか、あるいはやはり、「そういう地産地消の意味を考えて行動している人」とするのか。何かもう少し幅広い、目に見える、単にありますがというだけではないところをもっと大事にしていく必要があるのかなと思いました。また、ご検討いただければと思います。

色川会長

今の意見はなかなか、意識調査なので難しいところですよ。おっしゃることはよくわかるんですけどね。確かに地元の物だけで暮らせないから、海外のものとか、外から買っているみたいなことがあるので、バランスがとても大事だと僕は思っています。

ただ、測定となると問題になるのは、今回聞いている話題と同じ質問をしないと意味がない、比較ができなくなってしまう。なので、今日は仕方がないかなと思います。ご意見として承る場合もありますので。

ほか、いかがでしょうか。

宮下委員

先ほど色川会長からお話のあった、27ページの「店舗などを学び・情報発信の場」から「学び・」をとって、「情報発信の場」とするということです。先ほどの説明の中で、そこも一種の学びの場というふうに書いたかどうかは別にして、単に一方的に発信する場ではないというような意味合いも込めたいというお話だったんじゃないかと思います。そこで例えば、その言葉を取るとして、「・共有」というような言葉を追記するというこゝも考えられるのではないかなと思いました。「店舗を情報発信・共有」と言うと、「学び」というよりはニュアンスが弱くなりますし、「共有」ですので、ただ発信するだけではなくてお店の方も一緒に情報共有するということにつながって、さらに場合によってはその周りの方々もその共有の輪の中に入っていくんじゃないかなと思います。これも1つの意見ですので、御検討いただけたらと思います。

#### 岩原委員

前に戻ってしまうのですが、事業者と消費者の意見交換会でこの前静鉄ストアさんがいらしたとき、食品ロスに対して、静鉄さんはロスを出したくないわけですね。消費者としても食品ロスがたくさん出ると困るから、静鉄さんはそれをどうしていくかっていうことを考えるというか。消費者と事業者との意見の交換というか、お互いに学びあって情報を共有していくって、そういう会でしたよね。

#### 色川会長

そういう場が大事だと思うんです。前から多分やっていたと思いますが、そういう場が広がっていくことが、意味があると思います。でも、特定の場所だけでやってもやはり効果がないですね。だから、もし本気でやるつもりがあるならば、もっと広がっていくつもりで設定をしていかないといけないだろうなと。その辺は先の話かもしれませんが、御検討いただければと思います。

ほか、いかがでしょうか。

#### 竹田委員

静鉄ストアです。先ほどからいろいろ話が出ていたので、お話したいと思います。

中学生の場合は職場体験とか、職業体験、小学生は店舗見学などで何度か来店しています。これまでは消費者教育ということは全く意識しておりません。店での仕事の内容や商品選びの方法や基準など、場合によっては農家まで行って生産者の話を聞いています。あくまでも職業体験や店舗建学の範囲にとどまります。学校からの依頼書もそのような内容ですが、今後は我々も消費者教育という観点から考えたいと思います。学校からの依頼書にも消費者教育という文言があればもう少し深くお話しできるのではと、皆さんのお話を聞いています。

もう1つ、今、SDGsについて盛んに言われていて、特に食品ロスについて職場見学の際にお話しますが、フェアトレード商品やエシカル消費の話がSDGsや食品ロス削減に結び

つきます。まず「消費」とか「消費者」の定義をしっかりと伝えることが必要で、またそれを前提に消費者としての中学生、小学生を意識した説明をすることや、我々も常に消費者へ情報を発信する意識を持って仕事をすることが大切だと思います。

色川会長

ぜひ、依頼するときにはお願いします。「消費者教育」ということも1つ入れていただくと、そのつもりで事業者の皆さんも考えてくださればなあと。そういうのも結構大事だと思います。確かにおっしゃるとおり。実際に伝えているのは、消費者教育ネタも結構やられていると思うんですけど。

竹田委員

そうですね。

久保田委員

いろいろと御意見いただいてありがとうございます。

教育委員会サイドとは事務打合わせをしたところなんですけど、学校における消費者教育って非常に大事だということは、学校の先生方もわかっているんですね。もちろん我々としても、いろいろ若い頃からの教育っていうのが大事だということでアプローチしていきたいところがあるんですが、学校の先生方がおっしゃるには、「消費者」っていうところが入ってしまうと、やっぱりどうしても子どもにわかりにくいと、まだそういうふうな状況なんです。なので、消費生活センターとしても、その辺を何とかここを啓発していけるように、もっともっとPRしていかなくちゃいけないなというふうに思っています。

なので、とっかかりとして、今、お話がありましたとおり、消費者教育というより消費者というところを教育の現場から使っていただくと非常にありがたいなあとというふうに思ったところですので、ぜひ、お願いをしたいと思います。

それから、エシカル消費に関する目標設定につきましては、委員の皆さんいろいろ御意見をお持ちだと思います。我々としてもその意見については、真摯に受けとめていますけれども、本市がSDGsへの取組みを表面化していることだとか、それから消費者庁において急にここに来てエシカル消費を表に出してきたこと、そういった中、今回、エシカル消費についての目標を設定いたしました。その目標達成のために非常にこれから大変だなというところがありますけれども、一度これでスタートさせていって、また今後、必要な修正等は状況をみながら考えていきたいと思っています。ぜひ、こんな感じでスタートさせていただければと思います。以上です。

色川会長

ありがとうございました。ほかいかがでしょうか。

それでは次の議事に進みます。議事3「平成31年度生活安心安全課消費生活センター主要事業」について、事務局から説明をお願いします。

事務局

議事3「平成31年度生活安心安全課消費生活センター主要事業」について（説明）

色川会長

ありがとうございました。何か、御質問、御意見等ありましたらお願いいたします。

宮下委員

今、報告いただいた中の③「消費者被害からの迅速な救済」の2つ目「静岡版高齢者見守りネットワーク事業」に「継続」と書いてあるんですが、先ほどの計画では、消費者安全確保地域協議会への移行を目指すということが書かれていました。それは、来年度はまだちょっとやらないということなのか、一応始めていくということなのか、そのあたりどういう計画なのかなという点が気になります。直接予算要求には関係ないということもあるのかもしれませんが、もし、開くとなると恐らく連絡会議でやることになり、そうするともう少し回数が増えるのかと思ったものですから、そのあたりの見通しをお聞かせいただけないでしょうか。最終的には平成34年度までの間で考えるということなのかもしれませんけれども、見通しを教えていただければと思います。よろしく申し上げます。

事務局

地域協議会の具体的な段取りについては未定なんですけれども、関係各課とも連絡会議などを定期的に行っています。そういった中で準備を進めて、最終的にこちらの連絡会議の方に繋げていく予定であります。その過程ではまた御意見をいろいろいただきたいと思っておりますので、よろしく申し上げます。

岩原委員

グリーンコンシューマー講座なんですけど、今回うちへの委託が1回減りましたよね。今後委託は1回だけになるということですか。

事務局

消費生活・計量モニターが終了したので、協会さんをお願いする回数が減っています。必要な回数を減らすということではありません。

岩原委員

そういうふうにお聞きしたので、回数は減るのかと思ったんですけど。

事務局

特に減らすということはありません。また御連絡いたします。

色川会長

杉山委員、どうぞ。

杉山委員

エシカルという言葉と SDGs って、ここ数年の新しい言葉なんですね。それで今回のこの中間改訂版では、こういうことですがというふうに解説がしっかりされていて、とてもいいなと思いました。

資料6の主要事業にも、メールマガジンとかを使っていろいろな発信をする場面がたくさんありますが、そういった中でもやはり最近のこういう言葉を使って、説明もしっかり入れていただきたいと思います。前に説明したからわかっているだろうという前提ではなくて、きちんと読んでいる人は本当に少ないので、しつこいようでも繰り返し繰り返し説明文を入れていただけるといいなと思いました。

色川会長

ありがとうございました。ほか、いかがでしょうか。

櫻田副会長

③の「消費者被害からの迅速な救済」の3つ目「通話録音装置の購入費補助金」の件です。この装置の購入は、個人的には結構被害防止のために有用なんじゃないかなと思ってはいるんですけど、具体的にこういう補助金の制度があるということ、どういう形で対象の方々に宣伝されているのかということと、2018年度の補助台数の見込みに対して、実際どれくらい実績があったのかというところを教えてくださいたいと思います。

事務局

広報につきましては、組回覧やホームページ、広報紙に載せて広報いたしました。

補助台数ですが、平成29年度は上限が1万円で100台分を用意したところ、実績が103台でした。平成30年度につきましては、予算要求のときには100台で要求したところ、追加でもう100台、県からの補助金がおありまして、年間200台の実施ができるようになったんですけども、6月からの第1回目の募集では102台、追加で12月に募集したところでは103台、合計で205台の実績がございます。

募集をすると1ヵ月も経たないうちに100台埋まっているような状況でありまして、募集が終了してからも問い合わせの電話がかなりきておりました。特に最近アポ電で殺人につながるような事件があり、かなりメディアや新聞でも取り上げられた関係で、とても問い合わせが多いです。通話録音装置の貸出しについても希望するお電話をいただいております。

問合せをいただいた際は、今年度については募集がもう終了してしまったけれども、来年度も実施に向けて予算要求しており、予算がつけばまた実施するということを説明し、御名前、御住所などの連絡先をお知らせいただいた方に対してはこちらの準備が整い次第、御案内を差し上げて受付につなげていく準備をしております。受付は6月ぐらいから始める予定です。現在のところ、25、6名ほどから案内と申込書類を送るための連絡先を伺っ

ております。そのような状況です。

#### 櫻田委員

ありがとうございます。すごくいい感じでこれからもっと広がっていけばよいなと思っています。

#### 杉山委員

資料6でその次にある「通話録音装置の貸出事業」についてなんですけれども、今までちょっと知らなかったことなので、どういうふうなことを理由にどういうふうな使い方をしているのかについて、ざっとでいいので教えていただきたいです。

#### 事務局

貸出事業については10台ほどしか用意できていないものですから、それほど積極的には広報しておりません。度々電話勧誘等を受けていて緊急に機器を必要とされる方に対して御案内しているような状況です。

貸出条件は、静岡市内にお住まいになっていること、電話勧誘等を受けて困っているということを消費生活センターに御相談いただいていること、実際に固定電話に対して何回も勧誘などの電話を受けている状態であること、それが現在も続いていて緊急に機器を必要としていること、です。1ヵ月以内で貸出しをしております。

昨年度は年間で4件ほどの貸出ししかありませんでしたが、今年度はやはり事件などがあつた関係で、今のところ通算で7件ほど貸出しがあります。消費生活相談で御相談いただいた内容で緊急な場合に、相談員を通じてこのような機器の紹介や貸出し制度があるということを御案内して、使っていただいた結果購入して、補助金の交付に繋がるというケースもございます。

#### 色川会長

そろそろ時間ですが、2点あります。1つは定義の問題なんです、「継続」と言いながら増えている場合がありますよね。例えば推進地区や推進校は増やす、これは「拡充」ではないんですか。

2点目は、「エブリディ消費者！」は来年度あたりから改訂に入るのでは？それが載っていないのはありえないのではないかと思います。市として重要な仕事だと思うので、その辺は検討してください。

ほか、いかがでしょうか。

#### 良知委員

私は農協ですので、農家組合員の代表という形で来ています。資料に「食育」ということで書いてありますが、私どもは「食農教育」に力を入れてやっております。各学校にも、食農教育として取り組んでいただけませんか？と言うような話をさせていただいてお

りますが、実際に、学校の先生または担当者の方、その学年によっても違いますけれど、熱心にやってくれる方と、前向きではない方、非常に差があります。食農教育の活動は、ほとんど農家の若い担い手である青壮年部が行います。彼ら農家も食育活動はすごく大変なんです。だから食農教育としてこちらの方で取り入れていただければ大変ありがたいと思います。

グリーンコンシューマーとかスマートクッキングも良いのですが、農産物がどのように出来るのか、どうやって皆さんのところにいくのか。また本当は、旬がいつで、どういう食べ方をするかというのことも知っていただきたい。野菜とか果物によっても違いますが、本当においしい食べ方を知るためには、農家の直接圃場に行かなきゃ分からないことも多いんですね。通常の流通には乗らない部分もたくさんあるものですから、そのところは非常に難しいところです。例えば、枝豆とかトウモロコシは収穫後すぐに茹でると非常に甘く、時間が経つとショ糖がどんどん減って甘みが少なくなってきました。果物では追熟させて販売することが多く、例えば苺とかは赤くないうちに出荷しなければならいんですね、本当は赤く完熟してからとって食べれば一番美味しいのです。ただ流通の関係からそれはできません。また、お茶は5月になると新茶が出てきます。新茶の飲み方も熱いお湯を入れて飲むのと、70度ぐらいに冷ましたお湯で、ものによっても違いますが1分から1分半で入れる、そうするとまったくお茶の味が違うんですね。そのような違いなども食農教育として、またこれからちょっと入れていただきたいなと思います。

#### 瀧委員

私は清水の高部の連合会長です。前回も少しお話ししましたが、「消費者教育」というより、年寄りもいるので買い物に困っている状況です。18自治会のうち県営団地が7カ所あるんです。今はそのうち空き家が3分の1、3分の1は老人ばかり、子どもとかがいるのは残りの3分の1ということで、近くにいろいろ買い物、スーパーなんかがあるんですけど、そこすら行けないというような。以前いろいろ回って指導を受けているんですけども、まだそういうこと以前の問題でいろいろ困っている。今回社協の方で困りごと相談ということでアンケート調査を独自にやったんですけど、草刈りだとか買い物だとか、いろいろどちらかと言えば老人に困る、買いに行くこと自体が困るということは、その辺我々自治会としても今、大きな問題になっています。消費者の教育というのはあるんですけど、現実はその前の段階で、買うことすらなかなか大変だということが問題になっていますので、一言言わせていただきました。

#### 色川会長

今の問題は市全体で考えていただきたいと思いますが、大変いい発言だと思います。参考になります。ありがとうございました。

そろそろよろしいでしょうか。ではここまでで議事は閉めさせていただきますが、私から最後に1つだけ提案です。

協議会というのは、本来はこうやって審議会的にやるだけではありません。もっと活動とかでもいいので、例えば静鉄ストアさんもそうだし、食農教育もそうですけど、何か我々がそこに参加させていただいて講座を受けるとか、研修を受けるといような機会があるといいかなあと、話を伺っていて思いました。そういうことは、大変勉強になるし、また、新しい消費者教育の在り方のヒントにもなるかもしれませんので、そういうのもまた来年度考えていただければと思います。

ではここまでさせていただきます。御協力ありがとうございました。