

# 令和4年度 第1回 静岡市消費生活審議会会議録

- 1 日 時 令和4年7月21日(木)  
午前9時30分～午前11時30分
- 2 場 所 静岡市役所静岡庁舎 本館3階第2委員会室

令和4年10月25日

会長 色川 卓男

副会長 中田 祥子

令和4年度 第1回静岡市消費生活審議会 会議録

- 1 日 時 令和4年7月21日（木）午前9時30分～午前11時30分
- 2 場 所 静岡市役所静岡庁舎 本館3階第2委員会室
- 3 出席者 (委員：静岡市消費生活審議会)  
色川会長、中田副会長、小清水委員、宮下委員、永井委員、  
溝口委員、竹内委員、杉山委員  
(関係者：静岡市消費者教育推進地域協議会)  
櫻田委員、良知委員、山下委員、柴田委員  
(事務局) 原田生活安心安全課長、  
竹下課長補佐兼消費生活センター所長、  
吉川主査、塩澤主任主事、佐藤主任主事、松原主事、  
森竹消費者教育推進員、福永消費者教育推進員、  
井口消費生活相談員

4 傍聴者 0人

5 議 事

- (1) 第2次静岡市消費生活基本計画・消費者教育推進計画の進捗状況  
(令和3年度事業実績・令和4年度事業計画)について
- (2) 令和3年度静岡市消費生活相談の傾向について
- (3) 令和4年度版静岡市消費者行政の概要について
- (4) 市民意識調査アンケート分析結果について
- (5) 第3次静岡市消費生活基本計画について
- (6) 消費生活センターの事業報告について
  - ・中学校家庭科副教材「エブリデイ消費者！」第3版  
『消費者教育教材資料表彰2022』の受賞

色川会長

それでは、ただいまより令和4年度第1回静岡市消費生活審議会を開催いたします。  
まず議事の1番、第2次静岡市消費生活基本計画・消費者教育推進計画の進捗状況について、資料1を事務局から説明をお願いいたします。

事務局

(説明)

色川会長

ありがとうございました。

それでは、委員の皆様から質問、御意見等あれば挙手をお願いいたします。いかがでしょうか。

宮下委員

いろいろ御報告いただき、ありがとうございます。

最後に御報告いただいた基本方針についてその成果指標と達成度が記載されておりますが、19ページの消費者教育推進地区の設置、それから消費者教育推進校の設置については、4地区きちんと設置できたというのであれば、二重丸でもいいのではないのでしょうか。確かに、目標より数値が上回れば二重丸というのは分かりやすいですが、そうでなくとも、評価としては高い精度で達成できているのではないのでしょうか。

何か一重丸にしなければいけないという理由があったのでしょうか。

事務局

目標数については達成することはできていますので、最低ラインはクリアできたかなと思っています。

ただ、二重丸にするということは、プラスアルファということもあってのことだと思います。そこについてもう少し何かできたのかなという部分、例えば、講座の中身であるとか、実施する種類であるとか、もう少し検討の余地があったと考えておりますので、一重丸という形にしております。

そのような判定を踏まえて、この後の話になるのですが、第3次の計画においては、推進校、推進地区については、名称については、一旦終わらせるような方法では考えていますが、今度、全市的に水平的に展開していくようなときに、その反省を踏まえて展開していくという意味で一重丸にしています。

宮下委員

分かりやすい説明ありがとうございます。

全国的に見ても珍しい取組ですので、目標達成されたのであればそんなに遠慮することもないのかなと思ったのですが、高い志であえて一重丸にしたということで了解いたしました。

ありがとうございました。

色川会長

他はいかがでしょう。どうぞ。

溝口委員

137-1の食品ロスの軽減と、その前の136のごみリサイクル展のことについてお伺いします。

136の方からお伺いしますが、ごみリサイクル展で、ごみの減量意識が向上したという

割合が90%になっていますが、これはどのようにして90%という数字が出たのでしょうか。

意識している人が多い割には、静岡市のごみは増えていますよね。

それと、137-1の食品ロスのことですが、小学校4年生が「しずもーる沼上」へ勉強に行きますが、十何年前でしょうか、「しずもーる沼上」ができたときに、啓発のお手伝いをしたことがあります。そのときに、小学校4年生にごみのことを勉強させて、「家庭からごみを減らすということを目的にしています」という話をお聞きしたのですが、それが実際、子供たちがごみ大使ではありませんが、家に帰って伝えることで、家庭のごみが減っているのかなど。私が今日もごみを出しに行ったのですが、すごく多いですよ。そこが皆さんに周知徹底して、理解できているのかなというのが疑問に思いました。

色川会長

ありがとうございました。どうぞ。

事務局

委員から御指摘いただいた事業についてですが、大変お恥ずかしい話ではありますが、実施をしている課、所管が異なる課になってしまうので、細かい部分について、説明しきれない部分があります。

最後に委員がおっしゃった、例えば子どもが授業で受けたことを家庭へ大使のように広げていくということについては、市が実施している講座、若者トラブル対策講座であるとか、あとはエシカル消費、人・環境・社会に配慮した消費行動を広めてもらう。学校でやっただけでは終わらせないということは、確かに大切な取り組みだと思います。

具体的に、勉強するだけでなく、それを行動に変えるというような取り組み、プラスアルファの何か仕掛けというのが、このごみのところもそうですし、我々が実施している消費者教育の部分でも該当する点がありますので、他課とも連携を取りながら進めていきたいと思えます。

溝口委員

ありがとうございました。

色川会長

担当課に聞いていただいて、どのように評価したか、またお返しいただければと思います。

事務局

分かりました。

色川会長

よろしく願います。他いかがでしょうか。どうぞ。

竹内委員

先ほど講座の話がありました、市民講座ですね。その中で「消費の賢者」ですが、受講者が少なくなっていると思います。去年、ウェブで実施されましたが、ウェブで実施したときの効果。それから今年もウェブで開催されていますが、今年の参加者数は聞いていませんが、去年は少ないと思います。参加者数の比較であったり、「消費の賢者」に限らず、市民講座を広げていくにあたり、募集方法であったりを教えてください。

色川会長

事務局、お願いします。

事務局

昨年に続いてウェブ講座で実施していますが、今年については、同じウェブ講座でも少し方法を変えています。昨年はいわゆるライブ配信形式で実施しました。

正直なところは、ライブ配信はどっちつかずになってしまうという印象があります。理由としては、録画配信のように自由な時間に見ることはできない。一方で、受講生同士の接触がなく、少しつまらなかったよ、という声もいただきました。

今年は、この感想を踏まえ、また新しい取組みとして、録画配信ということにチャレンジして講座を実施しています。

参加人数自体は、今のところ、出席者9人で開催しておりますが、新しい傾向として、録画配信にしたことで、今までどちらかというところ、働いている層の参加者が少なかったのですが、現役で働いている方に参加していただいています。あと学生も、録画配信にした関係で参加していただきました。

数自体は多くありませんが、新しい取組みとしては一定の効果があり、次につなげていくような貴重なサンプルが取れたのかなと考えています。

講座の広げ方については、地域ではありませんが、学校については、消費者教育推進員の2人が個別に学校訪問というものを実施しています。消費者教育の意義や大切さについて、教頭先生や家庭科の先生に講座を開催させてほしいとお話しさせていただいております。

竹内委員

ありがとうございます。

色川会長

ありがとうございました。私から1点だけ。

資料1-1の令和4年度の計画の消費生活センターの予算額と総事業費の予算額が合っていないので確認をお願いします。

それでは、次の議事に移らせていただきます。

議事2の令和3年度静岡市消費生活相談の傾向について、お願いいたします。

事務局

(説明)

色川会長

ありがとうございました。

それでは、質問や御意見等があれば挙手をお願いいたします。

永井委員

20歳未満の1位になっている他の教養・娯楽ですが、いろいろなものがここに入っていると思います。一番心配しているのはオンラインゲームです。オンラインゲームの低年齢化、今、10代というより、1桁の年代で被害に遭っている御相談が多くなってきているのではないかと心配しております。

件数が少ないので分かりにくいですが、もし小学生が当事者となった御相談が出てくるのであれば、啓発活動はその親向けにやらないといけないと思います。

一度そのあたりも分析していただければと思いますので、意見として申し上げます。

事務局

今、永井委員から御指摘がありました件について、実際にオンラインゲームのトラブルはあります。おっしゃるとおり件数は少ないです。具体的にどの年代が多いかというところまで現状を把握できていないので、今一度そのあたりを確認してみます。ありがとうございました。

色川会長

ありがとうございます。それでは、他はいかがでしょうか。

宮下委員

1つお願いがあります。18歳に成年年齢が引下げになりましたので、今後、18歳、19歳の年齢層の相談を受けることが増えると思いますが、相談件数の統計を作成するとき、恐らくそういう表になるだろうという前提ではありますが、単に20歳未満を18歳未満にするのではなく、20歳未満と18歳未満というような形で、18歳、19歳の年齢層が、どれぐらい相談が増えるのか、あるいは増えないのか、そのあたりの内容を知りたいということがあります。表の作り方も、今後工夫していただいて、あと18歳、19歳の年齢層の消費者相談がどれぐらいの数なのか、あるいはどれぐらい増えるのかとか、そのあたりが分かるような形にいただければありがたいと思います。これは要望ですので、よろしく願いいたします。

事務局

御意見ありがとうございます。

別出しでできるような形を考えていきたいと思っています。

色川会長

ありがとうございました。

私から意見を1つ。これは答えなくて結構です。件数が多いというのは、一見いいように見えますが、相談員の人数を維持するためには一定の数が必要だと思います。やはりそういう戦略がないと。実際は延べ件数というのはあると思います。何度も同じ人の対応をすとか。そういう数字もあるかと思うので、取り方も考えてみたらいかがかなと思いました。これは意見です。また検討していただければと思います。

それでは、次にいかせていただきます。

次は、議事3、令和4年度静岡市消費者行政の概要について事務局から説明をお願いいたします。

事務局

(説明)

色川会長

ありがとうございました。

それでは、今の件について質問や御意見等あれば挙手をお願いいたします。

溝口委員

今、説明がありました15ページの通話録音装置のことですが、私、実感として、数年前にファックスが故障したので、新しい電話を電器屋さんで購入したら、たまたまこの装置がついていました。そうしたら、今まで勧誘とかいろいろどうでもいい電話がすごく多かったのが、その装置を使うことによって、勧誘の電話がなくなって、すごいほっとしています。ですから、多くの皆さんに勧めていただけるような方法を考えていただくとありがたいです。

色川会長

ありがとうございました。

事務局

ありがとうございます。御意見を参考にこれからも周知してまいります。

色川会長

他いかがでしょうか。よろしいですか。

では、先に進ませていただいて、議事4、市民意識調査アンケート分析結果について、事務局から説明をお願いいたします。

事務局

(説明)

色川会長

私から補足しますが、実は事前にデータをいただいておりますので分析等をさせていただきました。先ほど出てきた消費生活センター自体の認知は高いものの、主たる業務まで把握している消費生活センターの認知に関しては、低いことは低いのですが、似たような調査をしている仙台市とあまり変わっておらず、どこもそうなのかなという状態であるということです。つまりこのような結果は、全国的傾向のように思います。

消費者ホットライン「188」の認知度がもっと低いのはどこも同じで、本当に知らないです。この辺はやはり考えなければいけない。国がいろいろ言っていますが、なかなか浸透していないので、これに対しての対策も当然必要だと思います。

あと、知識得点というのは大変珍しいデータで、どの程度分かっているのかなということ、基本的なことを聞いているわけですが、結構まずい状態だなと考えています。

最近、金融関係でよく金融リテラシー調査というのは結構知られていると思いますが、そのような調査は、意外と消費者教育全体ではなくて、そういう意味では、金融リテラシー調査を参考に、この辺のリテラシーレベル把握については、今後議論すべきではないかなと思います。

「エシカル消費」は本当にびっくりするぐらい知らないですね。本当に知っているのは、1割弱ですね。これは別に全体合わせてそのぐらいなので、そんなものなのかなと。

つまり、私たちからみると当たり前ですが、実はそうではないことが、この点から見て分かると思います。

これについて何か御質問、御意見等あれば伺いますけれども、いかがでしょう。

溝口委員

「エシカル消費」という言葉の認知度は、令和4年7月16日の静岡新聞にSDGsの理解度年代差という記事が載っていました。その中で、この1年間の学習機会について書いたところがありまして、学ぶ機会がなかったという人が10代で13.1%、20代が28.9%に対し、30代以上は50%前後と、年齢が上がるほど学ぶ機会がなかったという統計が出ていました。そういうことを踏まえて、何か講座とか開催していったらいいのかなと思いました。

色川会長

講座を開催しても、なかなか来てくれない層ですね。一番そこがネックで、これはどこも同じです。だから、当然取り組む可能性はあるかもしれません。

何かどうですか、事務局どうぞ。

事務局

今、色川会長がおっしゃったとおり、なかなか講座には呼びにくい層だとは、肌感覚として感じています。ですので、その年代に対しての啓発の方法であるとか、先ほど言った「消費の賢者」などの講座に、参加してもらえるような仕組みを考えていきたいと思いません。



色川会長

また、補足させていただきます。今、データを見て思ったのですが、「エシカル消費」の認知度が低いとなっていますが、若い層が高めです、22歳以下、若干ですが高いです。

ところが、「エシカル消費」に対して興味は低いです。だから、勉強したけど興味が無いという状態みたいで、かなり深い闇というか、その辺をどう考えればいいのかと。勉強すればいいというものでもなさそうです。ですから、何か学び方を含めて検討が必要なのかなど、データを見ていて思いました。

他はいかがですか。

竹内委員

このアンケートの結果を見て、本当にがっかりしていたところです。私たち消費者協会も一生懸命やっているつもりですが、あまりにも認知度が低いのと、定着率が低いので、これから色川先生がおっしゃったように、方向を考え、なかなか取り組めない年代をどのように取り組んでいったらいいのかな、ということを経済消費者協会でも考えていきたいと思っていました。ありがとうございました。

色川会長

ぜひ、お考えください。ここにデータはありませんが、学校や学校の生徒などに伺ったデータがあります。そちらのデータからすると、やはり学校の知識点数は悪いです。そうすると、一番問題なのは学校現場で、その先生は多分辛いだろうなど思いながら見ていたりしますが、この辺は今後また議論が出てくると思います。またお示ししたいと思えます。

他はいかがでしょうか。

宮下委員

188の認知度についてですが、これはハナミンとイヤヤンのコラボレート、あるいはハナミンが手に持っている緑色のハートのところに188と書くとか、いろいろ工夫の仕方があるかなと思います。例えば、188のバッジ、つまりイヤヤンのバッジをつけていると、大体それ何ですかと聞かれます。そこで説明すると、ああそういうものなのかという感じで理解してもらえます。ですから、188という数字を目にする機会を増やすために、せつかくハナミンがいるので、何かの方法でコラボレートできないかというのが一つです。

それから、消費者契約に係る正しい意識の定着というところで、やはり契約をやめられるかどうかというのは大事なことで、そもそも契約というのは結んだら守らなければいけないというのが原則なので、だからこそ安易に結んではいけないということをもう少し徹底するというのも必要ではないでしょうか。そもそも契約を結ぶときに慎重に結ばないといけないよ、一旦結んだらそう簡単にやめられないよということは、やはり強調したほうがいいのかと思います。もちろん副教材とかでは強調されているのですが、中高生の認知度が欠けているとなると、この点については少し工夫が必要かなと思いました。これも意見です。よろしくお願いたします。

色川会長

ありがとうございます。他はいかがでしょうか。

櫻田委員

資料5の17ページの上側に、設問に対する正答率の割合の結果が書かれていますが、資料4-1、2と、この資料5の17ページ、これが対応しているということでいいですか。アンケートだと、設問が7問ですかね。

事務局

おっしゃるとおりです。

櫻田委員

メールや文書で身に覚えのない請求が来たとき、避けるべき行動というのと、あと本人以外名義のクレジットカードの使用について、というのが資料5の17ページには掲載がないのですが。

色川会長

調査されていない。これは中学生、高校生向けの調査で、先ほどの調査は市民調査です。だから、別の調査ですね。

櫻田委員

中学生、高校生というのは、17ページの下段になるのですか。

色川会長

中学生・高校生については別を取っている調査なので、掲載されているのは、市民調査のデータだと思います。

事務局

こちらは、すみません、色川会長がおっしゃっている中学生、高校生の部分というのは資料5の17ページの下部分になります。

今、櫻田先生から御質問いただいた部分についてですが、こちらについては、おっしゃるとおりでして、幾つか設問をピックアップしたような状態にしております。

分かりにくい記載にしまったので、大変恐縮です。

外した理由としましては、正答率が悪かったものを上位に並べたという点と、櫻田先生が先におっしゃった部分のメールの対処法の設問が、あまりいい問題ではなく、正答率として掲載するのは好ましくないと考え、正答率の悪かったものをピックアップして載せているというような状況になります。

櫻田委員

分かりました。

ちなみに、そのメールや文書で身に覚えのない請求が来たときの予定していた正解はどれですか。

#### 事務局

すぐに発信元に連絡を取るというのを、こちらの想定としては誤りとしていました。

恐らく架空請求メールは、そこから個人情報を抜くことが目的になるので、まずは周りの人に相談したり、一旦この請求は何だろうかと考えてもらうことが大切であるという出題意図です。結果、どれも間違いではないなということ以外しては外しています。

#### 櫻田委員

普通のメールや郵便でしたら、無視してもらっていいと思いますが、裁判所から来たものを無視されたら困るなと思いました。

これが1つと、同じく資料5の17ページの下の段のほうで、中学生や高校生ピックアップ、これに対しては、消費者教育の推進指定校の生徒さんだけでしょうか。それとも市全体の生徒さんでしょうか。

#### 事務局

こちらの中学については、推進校で取った部分と、あとは幾つか抽出した学校が、市内の学校全てに調査をかけるわけにはいかなかったもので、幾つか御協力いただいた学校、非推進校ですね、合わせたものになります。

正直なところ、推進校と推進校以外で設問によっては正答率にそこまで大きな差が出なかったという、推進校の効果がなかったみたいになってしまいますが、推進校については、188の認知度であるとか、消費生活センターの認知度については、明確な差が出たということだけは付け加えさせていただきたいです。

高校については、市立の高校2校に御協力をいただいております。

#### 櫻田委員

ありがとうございます。

推進校と推進校以外では、どれぐらい差があるかということを中心に聞こうと思っていましたが、あまり差がないとなると、消費者教育推進校に弁護士として年1回ぐらい授業をすることもあるので、少し反省したいなと思いました。

#### 色川会長

データは、また後日、集計していますけど、そういう部分もありますので、ありがとうございました。他はいかがでしょうか。

#### 小清水委員

データありがとうございました。

家庭科教育のほうからいきますと、今年度の4月から高校でも新学習指導要領がスタートしていて、新しい教科書には、エシカル消費もちゃんと太ゴシックで入っています

し、契約のところもかなり充実してニーズがあるので、家庭科教育のほうからも徐々にこの率が上がっていけるように、また現場の先生方にも働きかけをしたいと思っています。

色川会長

ありがとうございます。他はいかがでしょう。よろしいですか。

そうしましたら、続いて今回の本題だと思います、議事5、第3次静岡市消費生活基本計画について事務局から説明をお願いいたします。

事務局

(説明)

色川会長

ありがとうございました。

それでは、中心になりそうなのは案1、2あたりですね。その大きいところ、8年先なので、長いスパンで考えていただいて、検討していただければと思います。

御質問、御意見等あればお願いします。

宮下委員

まず、全体の案1、案2ですが、私も消費者市民社会というのは、正直言って抽象的で、よくないなと思っています。そういう意味では、案2のような具体的な方がいいですね。ただ、こういう文書体になりますと、目標とは少しずれるところがあるのかなと思います。やはり、体言止めで、正しい知識に基づく判断による消費者の消費行動の実現とか、その方がいいのかなと思いました。

もう一つ、正しい知識があっても、判断が正しいかどうかということがやはり一番大事なところなのかなと思います。知識だけ入れて頭でっかちになっても、きちんとした判断ができないと駄目なのだろうと思いますので、この表現でいいのかはもう少し精査する必要があるのかなと感じました。

その上で成果指標のところですが、時間の関係もあるのでまとめてお話しします。

エシカル消費の認知度というところですが、先ほど色川会長からもありましたように、知っていても、結局、中身が理解できていないと、関心がないとかそういうことにつながっていくのかなと思います。知っているかどうかというのは、数値目標としては、確かに認知度というか、知らない人の方が多いので、それはとても分かりやすい指標ではありますが、本当にこれでいいのかなというのと、あと8年後に本当にまだエシカル消費に社会の注目が集まっているのか、心配なところがあります。

それから、年間講座実施回数が数値目標となっているということで、回数を増やしていくこと自体はよいのですが、その内容が気になります。具体的に何かに重点を置く講座を実施する予定があるのか、そのあたりをはっきりさせた方がよいのではないのでしょうか。数だけ稼げばいいというものではないと思います。

最後に、もう1点。先ほどの点にも関係しますが、最後の基本方針3に関する活動指

標のところ、検査の年間店舗数を増やしていくとされています。これ自体は望ましいことだとは思いますが、一方で、先ほどの年間講座実施回数の増加と、検査の年間店舗数の増加を両方やっぺいこうとすると、人員確保がかなり重要になってくるかなと思います。現状の消費生活センターを見ると、かなり皆さんお忙しい中で、また働き方改革と言われている中で、人員確保というのがどれくらい可能なのかが気になります。現状より少し増やさないと、なかなか厳しいかなとは思っているので、そのあたりのことも考えていく必要があるのではないかなと思います。8年先のことですから、もちろん分からないところはあると思いますが、現状と今後の見通しを教えてくださいました。

以上、まとめてお話しさせていただきました。よろしくお願いします。

色川会長

何か回答があればお願いします。

事務局

ありがとうございます。

まず、1点目の指標につきましては、私も申し上げたとおり、やはり案2の方がいいかなとは思っております。確かに宮下委員がおっしゃるように、正しい知識だけではなく、正しい判断も必要だということ、こちらの方も修正させていただきながら、あと先ほど体言止めというのもありましたので、消費行動を行っている状態というようなニュアンスで作成をさせていただいたのですが、確かに実現というところでも言われておりますので、いい意見だなと思いました。ありがとうございます。

2つ目ですが、学校の年間講座実施回数ですが、重点的に何をやるというお話はありましたが、今、学校を消費者教育推進員に回っていただいておりますが、学校によってそれぞれ希望する講座が違います。やり方も、クラス単位であったり、学年集会であったり、全校であったり、いろいろな要望がある中で、学校と相談させていただいて、その希望に沿った講座を実施していければなと思っております。

最後にありました年間店舗数、おっしゃるとおり、かなり商店、お店がいっぱいありますので、全てを回るわけにはいきません。なかなか人員がない中で、今、財政的にも厳しいので、人を要求してもなかなかつかない。もし私ども、人がつくとしたら、消費者教育推進員ですとか、消費生活相談員をもっと充実させたいなというのがありますので、こちらはまた検討していきたいと思っております。

事務局

私からは、エシカル消費の認知度の指標について御回答します。

宮下委員がおっしゃったとおり、やはり一番重要なのは行動の部分だと考えております。

今、表にしているのは、他のセンターとかセンターの認知度の違い、内容までは聞いてなくて、聞いたことがあるという形でしょうとしています。というのは、行動を伴っていけるようになれば、おのずと、何となく聞いたことがあるという人が増えていく。結果、間接的にこういった指標も上がっていくのかなということで、この指標を挙げさせていただいているという状況です。

色川会長

ありがとうございます。  
他はいかがでしょうか。何でも構いません。

溝口委員

エシカル消費のことですが、10年ぐらい前に、ハナミン劇団で各自治会を回っていたとき、会場に来ている方に、あなたは消費者だと思いますかと尋ねたら、手を挙げる人がすごく少なかったです。赤ちゃんから死ぬまで物を買ったら、みんな消費者ですよと言うと「ああ」という反応。だから、エシカル消費も、私からしてみれば、常に買い物、電気、水道とか、日常生活のことが全部含まれていますよね。そういうところまで落とし込んで、実際に生活している人を前に出して啓発したら、もう少し、エシカル消費というのは、常に私たちが生活しているところということが分かれば、もう少し認知度というか、反対にエシカル消費だから実行したではなく、やっていることから、それはエシカル消費ですよというように方向性を変えたら、もう少し最終的に認知度が上がるのではないかなと思いました。

色川会長

事務局、どうぞ。

事務局

今、溝口委員がおっしゃったとおり「身近なところからできることがありますよ」ということを具体的な、この計画のこの大きなところには、なかなか細かい部分というのは書ききれない部分もありますが、そういった理念を踏まえて広げていけたらよいと我々としても考えております。

色川会長

ありがとうございました。次、どうぞ。

竹内委員

8年後ということで、結構長いスパンですが、やはり教育機関で一生懸命やっていただくことが一番ではないかなと思います。

私たち消費者協会でも、40代、50代の方の中に、新聞を見ません、NHKは聞きません、広報しずおかは見ませんというグループがあります。そういう人たちにどのように伝えていったらいいのかなというのが私の中では大きな課題です。その人たちが何を見ているかというSNSです。そういうところには、少し私としては偏りがあるのではないかと思います。でも、そういう方法でも伝えないと、その人たちには伝わっていかないのかなという感じがいたしました。

それと、私たちに対して、その人たちの年代の方の意見ですと、報道の仕方が下手ですよと言われてました。報道の仕方というのは、やはり私たちとしては、NHKのいろいろ

な番組を見たり、公開討論を聞いたり、新聞を見たり、新聞も1社だけではなくて数社見たり、テレビの報道番組、そういうところをたくさん見たりして、できるだけバランスを取るようにはしていますが、それでも、40代、50代の一部の人たちに伝わらないというところがあるのかなと感じています。だから、そういう人たちにも何か伝える方法を考えていくのも一つの方法かなと思いました。

色川会長

事務局、いかがでしょうか。

事務局

ありがとうございます。

やはりSNS、最近は言っておりますが、なかなか伝える方法、感じていただくのは難しいということは、市全体で把握しております。それこそ、私は、昨年度、まちは劇場推進課というところで、今週開催される安倍川花火大会ですとか大道芸とか、そういったところに携わっていました。イベント宣伝のために新たに専用のホームページを立ち上げて周知するのですが、なかなかこれも見てもらえないという現状があります。それを作るにも、市のいろいろ内部の事情がありまして、簡単には作れません。本来ですと、消費生活センターで1つのホームページ、ツイッター、アドレス等を取って発信したいのですが、それもなかなか許可が下りないという状況になっておりますので、今現在やれる広報課としてのツイッターや広報紙、そういったものを通じて、できるだけ分かりやすい情報提供をしていきたいと考えております。

色川会長

なかなか大変なところですね。主催者側はいろいろとやっているのですが、大体伝わっていないと思います。ありがとうございます。

他はいかがでしょう。今、案の1と2で案の2の御意見はいただきましたが、案の1がいいとかという人はいらっしゃいますか。何かあれば言っていただければ。

では、話をつなぐ意味で話しますと、私も基本的には、言葉を少し変えるにしても、案2の方が良いと思っておりますが、やはり問題は、消費行動といったときに、どうしても自分の消費行動ばかり変わってしまい、社会的な参画の問題とか、いわゆる消費者市民社会の持っている言葉の意味が入ってこないイメージになっていきますよね。

だから、消費者市民社会が先ほどのエシカル消費もそうですが、そういう側面も入ってくるといいなと思うわけです。それをどう書けばいいのか、私は今浮かばなかったのですが、とりあえず消費者市民社会という言葉を取ってしまうのは構わないかな、とは思っています。確かにまだ法律に残っている言葉だし、学習指導要領にも出てきている言葉ですけども、これは市の方でお考えいただければと思います。

あと正しい知識の定着の問題は、当然こういうことをやるのであれば、きちんとした測定方法が必要で、もう少し練って、先ほどいろいろ文言の問題ありましたけれども、8年使えそうな文言にしていく必要があるかなと思いました。

エシカル消費についても、実は聞けるかなと思います。要は、質問の仕方ですね。単な

る選択でも、選択の仕方の中身の文書があるとなると、かなり細かいところを聞けると思うので、この辺は研究が要るかなと、話を伺いながら思いました。

他はいかがでしょうか。

事務局

事務局から提案させていただいた成果指標、最終目標50%と置いてありますが、作ったあと、内部でもう1回確認したときに、少しきついなという話が挙がりまして、これも根拠はありませんが、中間が35%、目標40%というところで、後ろ向きな計画になっていますが、この辺についても御意見いただけるとありがたいです。

色川会長

厳しいですよ、多分。もう少し補足しますと、この計画にこのような定着度のことを上げている自治体は、全国どこにもないです。だから、ある意味ものすごいチャレンジで、消費者庁はびっくりするという推進計画の目標になると思いますけれども、逆に言うと、それだけ大変だからこそやりがいがあるという面もありますね。だから、これを出すならば、かなり学校現場に影響を及ぼす可能性もあって、当然、教育委員会との打合せも必要だし、この指標を目指すような努力をしてくださいね、ということをごどこかで言っていただければいけない可能性もあるかなと思います。その辺を含めて御検討ください。

私も40%ぐらいがいいかなという気がしています。無理に50%なんて言わない方がいいと思います。危ないと思います。

宮下委員

全体の評価指標をどうやって算定するのですか。

色川会長

おそらく市の方が考えているのは、先ほど市民意識調査とかで聞いていますね、知識とか、ああいう指標をきちんとしたものを作って、そのきちんとした指標の下で評価する。

事務局

補足をしますと、色川会長、少しずれていたら申し訳ないですが、今、基準値としまして31.9%というのは、概要のところでは示している5個の質問、現状と課題の2つ目の正しい知識のところの計画本体で言うと17ページの上段の部分の5番の全体正答率のいわゆる加重平均を今出しています。設問ごとの解答数がほぼ変わらないので、加重平均でも単純平均でも大きくは変わらないのですが、一応正確を期すために、この5問の加重平均という形にしている、今、当初、事務局として考えていたのは、この5番、文言は多少修正が必要かなというのはあったのですが、この形式の質問を継続して聞き続けてと、そこで変化を見ていけたらいいなというふうに考えておりました。

色川会長

そうですね、31.9%あげてしまうのですから、このままいくしかない。



#### 小清水委員

先ほどのエシカルの認知度で、それを知っているというところと、実際の求めたいところが基本方針1のところだと、自ら考え行動する消費者の育成ということですね。そうすると、例えば今日配っていただいた資料4-2のアンケートの回答の集計のところの問6の先ほどの(1)と(2)のところは、内容は同じだと思いますが、(3)の日常で意識していることのところ、いろいろ項目が、マイバッグとかオーガニックとか地産地消、それからリサイクルとか環境に配慮した商品の購入とか、その辺見ていくと、「割と時々する」という人と、「よくする」を合わせると7割来ているような項目もありますし、そういったものを言葉の認知度だけではなくて、行動がここにいろいろ現われているので、それをまた指標の中に見えるような形で持っていければ、消費者市民社会に向けての行動ができていくのかというところは読み取れるのかなと思ったのですが、いかがでしょうか。

#### 事務局

実は当初、一案として考えていたのは、設問の6-2と6-3を組み合わせ、6-2というのが、エシカル消費の説明をした上で興味があるかないかというのを聞いている設問と、実際の行動、問6-3で、1つでもよくしていると答えた人の掛け合わせで、関心を持った上で行動を取った人にしたらどうかというのも1つの案としては考えてはいました。

自分たちが想定していたのは、そのうちの1つという想定だったのですが、その数を例えば1つできていけばいいのかなとかという疑問が湧いてきまして、単純なところに落ち込んだという実情はありますが、先生がおっしゃったとおり、それを例えば1つではなくて3つぐらいできていけばいいと考え、指標を変えるのも当然ありかなとは思いますが、どうでしょう。他の委員の皆様のお意見も伺いたいと思います。

エシカル消費、宮下先生もおっしゃったとおり、言葉の認知度より行動のほうが大切だよという案であれば、今、小清水先生がおっしゃったような形でこの行動を例えば3つぐらいはできてほしいとか、そこに関心の部分を組み合わせる考えようとかするのはありかなと思いますので、ぜひ御意見いただければ。もし御意見なければ、事務局の方で先生方の御意見を踏まえて再検討させていただきます。

#### 色川会長

いかがでしょうか。今の件については、これよく議論される場所ですけども、厳密に言うと、意識を聞いているだけだから、行動ではないですね。だから、例えば先ほど溝口委員がおっしゃったみたいに、ごみのことをちゃんとできていないよ、という話とか出てくるわけです。だから、所詮どこまでいっても意識で、これは、実際の行動ではないです。その辺を考慮すると、なかなかこのデータって使えないかなと思います。

その辺はまた考えていただいて、他に何か御意見ありますか。事務局から聞いておきたいことがあれば、何か言っていただければ。

山下委員

聞き漏らしてしまったので、資料、前に戻りますが、生活相談の傾向のところ、国民生活センターからレターが出ている件で、電力・ガス自由化をめぐるトラブル情報というのが出ていますが、これに関する相談というのは、実際出ていますでしょうか。

事務局

電力・ガスの小売りが自由化され、ガスの方はあまり相談がありませんが、電気の方は多くの事業者が参入してきたので、乗換えのトラブルとか、そもそも乗り換えた意識がなくて、知らないところから請求書が届いたというような事例はございます。

山下委員

具体的にどのぐらいの件数が出ていますか。

事務局

件数については、それだけで抽出をしていないので、今すぐにお答えはできませんが、後でお調べして御提供したいと思います。

山下委員

お願いいたします。ありがとうございます。

色川会長

基本計画については何かほかにありますか。大丈夫ですか。どうぞ。

櫻田委員

案1と案2の話に戻りますが、私も個人的には案2の方が好きでして、基本方針が1、2、3、4と柱がありますが、基本方針1の自ら考え行動する消費者の育成・教育というところに重きを置くのであれば1でもいいかなという思いもありますが、基本方針2の消費者トラブルの未然防止の推進とか、その中の施策の消費者被害の救済とかを考えたときに、案1の消費者の責任ある行動というのが、うがった見方かもしれませんが、何かだまされた消費者自身にも責任があるのではないかと、自己責任ではないか、そういう発想もあるのかなと。

根拠法令として、静岡市の消費生活条例というのが基本にあるわけですが、市の責務とか事業者等の責務という形で、市や事業者は責務という言葉が使われています。消費者は責務という言葉ではなくて役割という言葉が使われていて、この辺も市や事業者と消費者との違いというのが現れているのかなと思います。そういうところで消費者の責任という言葉があまり個人的には好きではなくて、その点、案2は、基本方針2を全体的に見ますと、包括的な理念を語っているのではないかなという気がするので、個人的には案2の方が好きです。

色川会長

どうですか。

事務局

ありがとうございます。

では、基本方針、案2の方向で進めさせていただきます。

色川会長

ただ、今、櫻田委員の話を伺って思ったのは、ここは必ずしも消費者教育推進計画ではなくて、全体の消費生活基本計画ですから、何とかの社会を目指すとか、そういう文言の方が正しいのかなという気はしてきましたね。

推進計画だったらこれでいいと思います。基本計画となると、少し気になりましたけど、またその辺は検討してください。

他はいかがでしょうか。大丈夫ですか。

また出てきたら、先ほど生活安心安全課長もおっしゃっていましたが、意見フォームで連絡していただいて、気づいたことがあれば、どんどん言ってあげてください。その方が市のほうも助かると思うので、こちらを使ってやっていただければと思います。

それでは、議事を進めさせていただいて、議事6ですね、消費生活センターの事業報告について事務局から説明をお願いいたします。

事務局

(説明)

色川会長

ありがとうございます。報告はこれでいいですか。

事務局

はい。

色川会長

ありがとうございます。

何かその件で御意見とか御質問ありますか。いかがでしょうか。よろしいですか。

特になければ、これで議事は終わりますが、委員の皆さんから何かその他にも含めて御意見や御質問等あれば挙手をお願いしたいのですが、いかがでしょうか。

柴田委員

今、せっかく受賞の話がありましたので、少し市内で指導をしている家庭科の先生方に聞いてまいりました。各学校で生徒の学びに応じて、これを非常に活用しているとのお話しがありましたので、それも併せて御報告したいと思います。

色川会長

ありがとうございます。

若干課題が出ている内容ですが、いずれにしても、作っただけでは駄目で、いろいろ先生方から御質問あった件も含めて、答える場が必要だと思います。そういうフォローも含めて今後やっていただければと思います。よろしくお願いします。

では、特になければ、よろしいですか。ここまでにさせていただきます。ありがとうございます。

それでは、審議はここまでにさせていただきます。事務局にマイクをお返しいたします。