

第44回滋賀県消費生活審議会開催結果概要

日 時：平成22年11月16日（火） 10：00～12：00

場 所：滋賀県庁 大津合同庁舎 7-A 会議室

出席委員：苗村委員、大原委員、佐藤委員、馬殿委員、竹中委員、遠藤委員、
中谷委員、見上委員、高畠委員、森野委員、宮田委員

審議会開催に先立ち、知事に代わり山田県民文化生活部長より、消費生活審議会見上会長に「滋賀県消費者基本計画の改定について」諮問書の交付を行った。

議題1 滋賀県消費者基本計画の改定について

(1) 現行消費者基本計画の評価について

(事務局説明)

会長 消費者基本計画をつくることの最大の意味は、滋賀県庁において置かれている消費者関係の事柄を、一つの部署がまとめて把握するということ。消費者基本計画がない段階では、様々な部署が施策を実施しているとは言えたが、それをまとめて把握することが非常に難しかった。それができるようになったというのが、一つの効果であり、今日はそれについて、検討していくことが可能になった。

もう一つは、計画というのは、時間的順序を決めて、いつまでに何をするのかというプログラムの意味で目標を設定するということがあるわけで、今回は、その進捗状況はどうかということを確認すること。計画通り実行できてないとすれば、原因は何かということ課題として把握するということだ。

さらに、計画というのは、事業計画として、何年何月までにこんなものをつくりたい、そういうふうに全体として把握し、進捗を管理することが可能になった。あるいは課題を把握することが可能になったというところに、5年前につくった計画の最大の意味があるであろうということだ。計画の進捗を本日詳細にご報告いただくような時間的余裕もないので、主なところを示されたということになるかと思う。

まず、全体としてこの基本計画がどのようになっているのかということについての、全体像をつかんだ上でのご審議というのはかなり難しいことから、それぞれのご関心、もしくはお立場から、この計画についてご意見、もしくはご質問をお出しいただきたい。

委員 会長から、前回の基本計画策定にあたっての趣旨というのは、統合的な立場から消費者行政を推進するという点にあったのだというご指摘をいただいたが、それと関連する制度で少しお聞きしたい。

本日の資料に、「本県においても消費者の視点に立った消費者行政を横断的に推進するための全庁的な司令塔としての役割を担う『消費生活調整監』を今年の4月に設置された」と書かれているが、私は前回の基本計画の策定の時の議論を存じ上げないが、もし、その基本計画の策定にあたって、先ほど委員長がご指摘されるような視点があったとしたら、この消費生活調整監の、新しく設けられた制度と重なるところが多いと思うのだが、その間の調整はどうなっていたかということをお尋ねしたい。

そして、この消費生活調整監が設置されてから、どのように機能しているかということをご説明いただきたい。

事務局 消費生活調整監設置までの状況については、消費者計画に基づき、PDCAの執行状況について、県民生活課において各課よりの報告を取りまとめ、結果を県全体の消費者行政の進捗状況として報告しており、庁内の所属横断的な課題等については、消費者行政連絡調整会議という関係部局が集まったの会議があり、この会議で対応していた。

消費生活調整監を設置した理由というのは、「消費者安全法」が施行され、重大な消費者事故等が発生した場合の対応について、集中して行う必要があることから、消費生活調整監を設置した。平成21年の4月設置以降、重大事故等が何回か発生しているが、食品の関係での事故等についても、事故情報として消費生活調整監の元に情報が入るというシステムをつくり、情報の一元化を図ることとなっている。

委員 最初に説明のあった、必要な情報をタイムリーにその人に提供するというのは、一番難しいところだと思う。

ラジオで消費者ホットラインの放送を聞いた。意識を持って聞いていたら伝わってくると思う。ただ、被害に遭いやすいと言われる高齢者等の意識をどう持っていけるかというのは難しいかと思う。

このような啓発用マグネットを、訪問して配布されているようだが、それ以外に病院関係とか、スーパー関係といったところでの配布等

もあれば、私ども事業者もご協力させていただくということができるというのが一つ。

それと二つめに、防災について、何年か前にも耐震性ということで、木造住宅の耐震性について県民へアピールをされていたと思うが、現行の計画の中には入っていたのかお尋ねしたい。

事務局 一つ目の啓発の部分は、ここに課題を述べさせていただいているように、いろいろな手法で実施しているが、課題の中にも挙げているように、やはり必要なところに、まだ届いていないのではないかとこのような部分がある。そういったところは、また新しい計画の中にも位置付けていきたいので、皆様のご意見を聞かせていただきたい。

住宅の耐震性については、建築課の建築確認のところで、耐震診断関係について挙げさせていただいている。

当初、計画を策定したときには、事業としてまだ挙がっていなかったが、その後、県の事業として取り組んできたということもあり、実施状況の中に組み入れている。

委員 教育現場における消費者教育について、消極的な課題が出ていて、実際にその課題に対しての今後の取り組みについても、具体的ではないように思う。

例えば、弁護士会による高校生への教育の機会も年々減少しているという状態だが、今、未成年がうそをついてまで取引をして、消費者トラブルを起こしてしまうというような事態も聞く。やはり教育の現場における消費者教育が、重要な位置を占めていると思うが、この点が不安視される。

環境に配慮した消費者行動の推進に向けては、施策の中にリユースがあがっているが、なかなか現場ではリユースは行き渡っていない。出してしまっているものをいかに有効に使っているかということをもう少し検証していきたい。

また財団法人消費者教育支援センターについて、どのような活動をされているのかということをお知らせ願いたい。

消費者の教育や啓発について、次の計画における課題としては、受ける方としては一本化なので、実施する方も一本化としての計画にする方が、系統立てて受けやすいような気がする。

見上会長 最後は、今後の対応課題として、考え方として極めて重要なご指摘かと思うが、その前に教育についての機会減少が見られるのではないかという課題にも、お答えいただきたい。

事務局 消費者教育は本当に重要なことだと思っており、これからも重要な位置を占めると思っている。

ただ、成果として挙がっているのが、教育現場の現状もあるのかも知れないが、どうしても取り入れていただける学校数が減ってきているという現状があるので、課題として挙げさせていただいた。

こういったところに力を入れて、次の計画の中でも位置付けをしていきたいと思っているので、そのあたりについては、委員の皆さんからのご意見を頂きたいと思う。

また、学校教育だけではなくて、社会教育等も必要になってくると思うが、そういった部分についても、今後も皆さん方のご意見をお聞きして、新しい計画には位置付けをしていきたいと思っている。

財団法人消費者教育センターとの連携については、このセンターは、消費者教育に使う教材等をつくっているところで、そういったところの教材も使いながら、若者対象の啓発、また高齢者の方の啓発も実施している。

環境の面のリユース、リサイクルはできているけれども、リユースがなかなかできていないのではないかとのことだが、県の消費生活条例の中でも環境についての位置付けをしており、生活の中での皆さんの意識という話になると思う。そこについては、また啓発を進めていく必要があるというふうには考えている。

委員 今後の課題という部分にもあるが、本当に、啓発パンフであったり、新聞であったり、広報誌であったり、いろいろなものを使いながらの啓発推進をしていただいているが、本当に必要な人の所へ全然届いていないというか、独居老人であったり、いわゆる本当の消費者弱者の所には届いていないのが現状だと思う。実際、被害に遭う寸前で介護ヘルパーが気付いて止めたという例もある。

一人暮らしの老人の所へ、例えばこういうパンフを配っていただいても、読めない。いくらいいパンフをつくっていただいても、仮に各戸配布で配っていただいても、読めない、理解できない。そういった老人が被害に遭うというような例が最近多く出てきています。本当に情報が必要な人、確かに学校教育も必要かと思いますが、

考えて自分で行動できる人と、本当に手助けを必要とする人の違いをきちんと把握した上で、こういった推進をしてやっていただきたい。

かゆい所に手が届くではないですけども、1軒1軒回るのは非常に大変なことだと思いますけれども、そのためにやはり、それぞれの市町に窓口ができたわけですから、もうちょっと必要な所に手の届くような啓発の仕方というのを、今後もう少し力を入れて考えていただければなと思う。

会長 いまのお話は、結構いろいろな側面で根の深い問題を抱えていると思う。例えば民生委員さんにお伺いすると、各家庭の状況を把握することは、個人情報保護の関係で非常に難しくなっていて、どこにどういう状態の方がおられるのかさえ分からなくなっている。かゆい所に手の届くというときに、どこがかゆいのか分からないというような話がまずある。

非常時にいろいろな所と連携を取って、なおかつ、そこに対する手足をどう出せるのかというのは、深刻な問題だとは思いますが、それができないとこの消費者保護の話というのは本質的には解決しないという話なのですね。

具体的に検討することは必要だろうと感想としては言えるが、なかなかそこから先は見えにくいと思う。課題のところでもどれだけ詰められるかという話になってくると思います。

事務局 消費者行政は本当に幅広く、関係課との連携のもと各課が施策を進めている。進捗を毎年ご報告させていただいているのを見ていると、だいたい計画的に進めてられていると思う。

その中でも課題が出てきている部分が幾つかあって、啓発を進めていても、なかなかその情報が届いていないというご意見や、教育ができていないとか、関係団体との連携が不十分というところがあるが、全庁的には、計画の方向性に沿って進んでいるのではないかと考えている。

会長 先ほど、教育の機会が減ったということについて、学校の方が受けていただけないというような表現があったかと思ったのですが、例えば高校なんかの現場では、消費者教育についてのこういった研修の機会というものを率先してやる空気あまりないというような話

なのか。それとも、こういうプログラムは高校なんかでは受け入れにくい話になっているのか、あるいは高校の方が、自前のプログラムがいっぱいあって、こういうものを入れにくい状況になっているのか、あるいは派遣する際の予算がないから講師を頼めないのか。どういう原因なのか。

事務局 消費者教育は小学校、中学校、高校とカリキュラムの中に位置付けられている。

センターの講座を受けていただく機会が減っている理由の一つに、学校が必要性を認めていないというわけではなく、学習要領の改定等により学校でやらなければならない授業内容が増えていて、それ以外の時間を取るのが少し難しくなっているという状況にあるということ。

消費生活に限らず、いろいろな分野で、高校生等に知ってもらいたい分野はたくさんあるので、その中で率先して何を選んでいくかというときに、消費者教育の部分が減ってきているのかなと思う。

決して、学校で必要がないというふうに思っているわけでもなく、講師を派遣する費用が足りないというわけではないが、講座を希望する学校が減っているという現状である。

委員 いまのことに関連して、商業科の高校に3年ほど毎年出前講義に行ったことがある。商業高校の高校生は、高校を卒業したら社会に出ていく生徒が多いので、金融、消費生活の教育をものすごく大事にしておられる。

普通科の県立高校でも、やりたいと思っておられる所は本当に多い。家庭科の教科書には、消費生活の単元の中で、賢い消費者を育てるという単元があるが、例えば、キャッシュカードとクレジットカードとプリペイドカードの三つの区別がつかない高校生がまだまだ多い。

家庭科の授業は年間35時間しかなく、その中でも学校行事等で授業が削られ、消費生活以外の食育、住居、衣服などの単元もあり、実質、消費者教育の分野で家庭科の使える時間は2時間か3時間しかない。

その2時間、3時間の授業の中で出前講座をとというのは難しいことから、やはり別に学校行事の時間で出前授業を入れようとするのだが、授業日数を確保するのが相対的に難しく、呼びたいのだけど、

時間を確保するのが難しいというのが現状だと思う。

来年4月から、高校の家庭科の教科書が全面改訂で新しくなり、ネットショッピングについても、教科書の本文に出てくるようになる。ぜひ、その教科書を生涯学習の場などでもお使いになられたらいいのではないかと思う。

委員 それと関連しまして、この関係各課の連携の中で、やはり消費者教育という部分は、ぜひ教育委員会、県教委と横の連携を持っていただきたい。県教委の中には生涯学習課もありますし、学校教育課もある。

滋賀県では滋賀県食育推進計画ができていて、これを元に県教委が、小中高等学校で地産地消や滋賀の伝統食材を見直すなどの一層の食育推進をするため、学校給食の栄養士、小学校・中学校の家庭科の先生たちで食育推進をどういうふうに啓発していこうかと検討した結果、家庭でも学校でも使えるeラーニングの教材で、親子で考える食育推進レシピのデータベースを作ろうということになり、県の総合教育センターと一緒に作っているところ。

来年2月ぐらいには完成するので、ぜひ県民生活課も連携されて、その食育教材を、子どもたちだけではなくて、県民のみなさんが使えるような広報をしていければどうか。

また、教育現場の日常的なつながりがないというお話があったが、例えば、消費者トラブルとか、高校生が大人のふりをしてネットで契約するという部分については、高等学校では生徒指導課というのがあって、全高校の生徒指導の担当の先生が1カ月に1回集まって、最近の生徒指導上の問題について意見交流の場を持っている。

その場で、例えば最近の高校生は、どんなトラブルを消費生活で抱えているということを伝えてもらえば、学校現場にもその状況が伝わると思う。ぜひ生徒指導担当と県民生活課が日常的に連携されたいと思う。

会長 かなり具体的なことまで踏み込んだご意見で、確かに教育委員会というのはここには出てこなかった。

委員 弁護士会と共催で高校生の消費生活講演会を開催させていただいているので、こちらの方にも若干責任があるかなと思っている。消費生活センターから弁護士会に依頼をいただいて、各弁護士に割

り振りをするが、弁護士会で共通のノウハウを持っているわけではない。こういう話をしていただきたいというテーマはいただくが、弁護士会の消費者委員会でも、どの委員がどんな話をして、それがどうだったのかというところまで検証していない。内容が悪ければ、次に依頼が来ていないということも起きるかもしれないので。

先ほど発言があったように、具体的に生徒がどのような状況にあるのかという情報提供を県の方からいただければ、弁護士会も、より充実した内容の講演をさせていただくことができる。講演会形式以外の手法についても、取った方がいいかということについては、実際お話をしている、学校の指導の先生が途中で何回か入って、やっと話を聞くというような状況の時もあるので。

講座のテーマやその手法についても、どういうテーマ、教材を使ったらいいかということについて、事前の情報入手を工夫していただいて、学校側から「よかった。」という感想が増えれば、講座の希望も増えていくだろうと思うので、こちらとしてもいろいろ工夫させていただきたいと思う。

会長 弁護士は法的なところから入っていくので、トラブルにあう高校生の関心のあることについては、おそらく最初はわからない。そういう情報のすれ違いはあり得る。だから、弁護士会に任せておけばうまくいくという話ではないだろうというふうを感じる。

委員 センターの相談員さんとペアで行くことも多い。

事務局 弁護士会と共催でないこともあるが、養護学校からの申込みは増えている。養護学校の生徒が卒業する前に、いろいろな消費者被害について学びたいとのことで、相談員が学校に出向いて講座をしている。その際、生徒と先生だけではなく、できるだけ保護者の方も一緒に聞いていただいている。障害者の方を狙った被害も増えていることもあり、去年あたりから、ほとんどの養護学校から要望がある。

委員 eラーニングの話や教科書のこと、私も委員になってから初めて、いろいろな教材があって、出前講座についても知った。そういったことをパンフレットでただ単に周知していても、なかなか一般の方には、興味がわかないと思うので、フリーペーパーや、いろいろな対象者向けの媒体があるので、そういったところ

にもっと情報を売り込んで行けばどうか。情報誌では、絶えず何か面白い情報はないかと探していらっしゃるので、そういったところにもっと売り込んでいただければ、面白く、楽しく、紹介をしていただけるのではないかと思うので活用されたらどうか。

事務局 教材につきましては、来年度、ご意見をいただいて、出前講座で使えるようなもの、高校生すべてに渡せるようなものを検討していかねばならないと考えている。

その内容については、学識経験者や教員からもご意見をいただいて、実際のトラブル事例を示したもので、弁護士会の先生方が講演会で使っていただきやすい教材をつくれたらと思っている。また、ご意見等いただけたらと思う。

情報誌については、おっしゃっていただいたように、中間層の方はフリーペーパーなどを見ておられる方も多いので、そういった紙面のコーナーを使つての啓発もこれから考えさせていただく。

事務局 若者向け、高齢者向け、それぞれの年代で読まれる情報誌があるので、それぞれの年代のテーマに合った情報を伝えていきたいと考えている。

会長 この実施状況については、話は尽きないと思いますが、全体的な実施状況のご説明を頂いて、ご意見をそれぞれ賜ったということで、議題を変更したいと思う。

引き続き、基本計画をどういうふうな方向で改定していくのかという考え方について、事務局からご説明をいただきたい。

(2) 改定消費者基本計画骨子案について

(事務局説明)

会長 基本計画にある施策の展開については、次の計画でも基本的に踏襲するという意味では、内容的に大幅な変更はないけれども、考え方のまとめ方を少し変えたいということと、この5年間で、基盤整備というのは済んだのではないかという評価があると、私はそのように理解した。

だいたい方向性はそういうことだということで、これに関して意見があれば。

- 委員 「財産等の特性」というのも、旧の計画もそうなっているのですけれども、時代にそぐわないような、「経済力」という意味でないかという感じがしたが。
- 会長 確かに「財産等」と言われるよりは、「経済力」と言った方が・・・経済力がいいのかというのは少し迷いますが、難しいですね。
- 委員 要するに適合性の原則の話。例えば勧誘された高齢者の方が、そのときには、家を持っているのか持っていないのか、そういうことを言っている。預金はどのくらいあるのか、全然預金がないのか、たくさん金融資産をお持ちなのかということになるので、私的には、財産という方が、適合性の原則ではいいような気がする。
- 会長 だから、そういう場合にどういう目線で書くのかということが、実は問題になるわけですね。
書き方、どういう思想に基づいてこの計画を県民の皆さんに提示するのかということに少し関わってくるのかと思います。そういうご指摘は、今後もいろいろな局面であるかと思う。
- 事務局 言葉の使い方は、またいろいろとご意見を聞いて、これからまとめるものに参考にさせていただく。
- 事務局 項目のそれぞれ優先順位というものはないが、例えば、消費者取引の適正化のところでは、事業者指導に十分に取り組むということ、取引等の適正化を頭に持ってきている。商品・サービスの安全対策の部分では、新たな課題として、消費者事故の部分が追加しており、そういったものを一番頭に持ってきている。
- 委員 2点、お聞きしたい。
消費者の自立のための支援というところで啓発という部分があると思う。啓発というのは広報と教育というようなことに分かれると思うが、テレビCM、ラジオ、パンフレット、ちらしなどを出されているが、例えばテレビCMに100万円かけて、予算の占める中の5パーセントの比率を占めているけれども、そこからテレビCMを見て相談に来た割合は、どれくらいかというような検証はされているのか。

例えば、テレビCMを見てきた人が多ければ、そこに予算を重点的に配分するとか、そういったことをされているのか。

事務局 何をみて相談に来られたかということまでは集計していない。

委員 例えば、テレビCMに1千万円かけていた、でも効果的には10件しか来なかった。ちらしの方は100万円しかかけていないけれども、50件来ていたとなると、ちらしの効果が大きい。そういうかたちの検証をするべきではないかと思うが。

事務局 啓発に関して、本当に効果がどれぐらいかというのは大変難しいところだと思っている。

見上会長 啓発の効果と、例えば教育の効果というのがあって 教育の効果については、大学の時に教えたことが1年後に効果があるかという、たぶん何もないだろうという話をしている。20年前に「先生にこんな話を聞いたよな」というのを思い出してもらおうと効果があるということもある。啓発と教育の効果は長期的に違う視点で見るといいだろうと思う。
ただ、短期的にいうと、いまおっしゃるように、ある媒体にこれだけお金をかける意味があるのか、元手をかける意味があるのかということは、重要なご指摘だという気がする。そのことについてあまり考えられていなかったとすれば、少し考えるようにしたらどうか。

事務局 手法を考える上では、効果についても検討していかなければならないと思う。講演会等の場合は、アンケートを実施しているが、相談については、どのようなかたちで窓口をお知りになったかお尋ねしていなかった。もし属性として聞けるようなら、検討していきたいと思う。

会長 ただ、前半のご指摘であった、フリーペーパーのようなものに情報を出すと、その読者は割合、いってみれば濃い読者だろうと思うので、情報が伝わる率は高い。
ただ、これもご指摘があったように、情報が行き渡らない人たちにはどう、何をしようとも行き渡らないという問題が起こってく

るといふのがある。だから、お金をかけてでも、一人一人が被害に遭う確率が高い、いわゆる消費者弱者のことであれば、お金をかける意味があるというような話にもなるし、その対応はちょっと難しいというか、できるだけ丁寧にやるしかないかと思う。

事務局 そうですね。対象者を前にイメージしながら、何を使えば一番効果があるのかということ、考えていかなければならないと思う。それが、数字か何かで表せればよいとは思いますが、それについては検討させていただく。

会長 そういう広報の仕方について、県の広報のプロの部局があるのではないか。

事務局 広報課はあるが、やはりそれぞれの施策は、それぞれの部署でやる、ということになっている。県の広報誌については、広報課で進めているので、記事として取り上げられるようにしていくのも、一つの方法だと思っている。

委員 あまりにも新しい事態がどんどん起こっている。例えばネット通貨、日本でのジャパニーズエンではないネット通貨、ネットの仮想の世界だけで流通するネット通貨で買い物をするというようなこと。見えにくい仕組みを巧妙に使ってやっているようなところがあるので、なかなかそれを、「こういうケースではこうしなさい」という知識を与えていっても、またそれをすり抜けるようなことをビジネスで考える人が出てくるので、後追いになる。知識を与えることも大事だけれども、困ったとき、自分が分からないとき、どこにどういうふうに相談したらいいのかというのを教えていった方が、今後は効果があるのではないかと思う。

それともう一つは、私は京都の市外地に住んでいるが、京都市がうまく広報をして弱者救済をしていると思うことがある。火災報知器や地デジのチューナーに関する悪質な訪問販売が京都の町中で多かった時期がある。

その時、京都市は、自治会長なり、連合会の各町内の町会長を学区ごとに集めて、こういう違法な消火器の売りが、ご高齢の方向けに悪徳、悪質商法があるという情報を回覧板で回すだけではな

く、独り暮らしのお年寄りの家には町会長が1軒ずつ行って、説明してあげてくださいということを伝えていた。

自治長会なり、連合会とか、町会長とか、京都市はそれをうまく使っているの、滋賀県でも、地域によっては、そういう人間の足でやる方が、何か効果があるように思う。

会長 自治会などが機能している所だと、そういうことを考えてもいいのかなと思うが、地域によって同じ市内でも自治会があるところと、ないところがある。

委員 ないところもあるのか。

会長 ある。あるいは、自治会があっても入っていない人もいる。自治会が機能しているところでは、そのような方法もあるが、行政は平等に全域を扱わないといけないというのがある。

先ほどのフリーペーパーでもそうだが、全層を丁寧に配布して、全部を相手にしないといけないとなると、うちには来ていないとか、情報をもっていないという話が別個に出てくるおそれはある。

委員 滋賀県の場合は、いままでは地域コミュニティーがしっかりしていた。ただ、流入人口が非常に多い。郡部の方でもかなり流入人口が増えてきて、地域コミュニティーが崩壊してきている。

それと同時に個人情報保護の関係があって、いままではそれぞれの自治会長のところへ転出者、転入者について氏名や住所の情報提供があったが、いまはそれがなくなり住人が把握しきれない。

防災関係にしても、実際、火事になったときに、あそこの家に何人で住んでいるかということも把握できないような状態で、それで地域コミュニティーをしっかりしてくださいとか、地域防犯体制をしっかりしてくださいと言われても、できないような状況にいまはなっている。民生委員が個人情報の関係で住民を把握できないので、本当に情報が必要な人のところへ情報が回らないというような感じになっている。

そこをどうするかというと大変難しい問題だと思う。

会長 そういった意味では、地方自治体が個人を、ばらばらの個体とし

て把握しないといけないということになって、本当にそれで回るのかという話になるのですが。その辺は深刻で、議論してもどうしようもないのですけれども、そういう課題があります。

ただ、その中間団体にせよ、自治会のようなものにせよ、使える、ある、しっかりしているところをまず把握するという作業は、あまり公平平等を気にせずにやってもいいのではないかなという気はする。

今日は、個別の課題と全体的な方向性についてご説明をお伺いしたということにしておきたい。では、今後のスケジュールについてどうぞ。

(事務局説明)

会長 以上をもって、今日の議題を終了させていただく。

(審議終了)