

令和3年度富山県消費生活審議会 議事要旨

1 日 時 令和3年12月16日（木）午前10時00分から11時51分まで

2 場 所 富山県民会館701号室

3 出席者

委 員：橋爪委員、江下委員、大井委員、尾畑委員、炭谷委員、
高木委員、野口委員、早川委員、廣田委員、藤本委員、
古越委員、水木委員、八島委員

事務局：出来田生活環境文化部長、水落生活環境文化部次長、
中井県民生活課長 他

4 議事内容

(1) 会長の互選・会長代理の指名について

会長に橋爪委員を選出、会長が会長代理に炭谷委員を指名

(2) 消費者行政の取組状況等について

(3) 消費生活相談の概要について

(2)、(3)について、資料に基づき事務局から一括説明後、意見交換

5 主な意見等

(会長)

事務局から説明がありました消費者施策などにつきまして、皆様からご意見、ご質問をいただきたいと思えます。どなたからでもご発言をお願いいたします。

(委員)

新型コロナウイルス関連の消費生活相談の概要という資料に、令和3年度はワクチンに関する相談が8件あったとありますが、細かい内容を教えていただくことは可能でしょうか。

(事務局)

ワクチンの関係の詳しい相談内容ですが、主に予約をしたくてもなかなかつながらない、あるいは、つながっても予約がいっぱいで、早く打ちたいのだけど打てない、どうしたらよいですかというよう相談が主です。ワクチンそのものの相談というよりも、予約の手続関係の相談でした。

(委員) そういう場合は、相談先を紹介されるのですか。

(事務局) はい。各市町村の予約センターをご案内しています。

(会長) ほかにご質問やご意見などありますでしょうか。

(委員)

2点ばかりお話ししたいと思います。まず第1点は、通信販売やインターネット関連のデジタル化が非常に進んでいる世の中で、片一方で法整備が遅れているのではないかと感じることです。例えば、電気通信事業法は事業者を規制する法律ということで、対消費者のいろんなトラブルに対応できていない、法整備の遅れがあるのではないかと思うので、そうしたことについて国に働きかけていただきたい。

規制が及ばないプラットフォーム事業者が、いろんな情報を垂れ流すことが多く見られるということについて非常に問題があるのではないかと感じているところです。情報の垂れ流しによって、消費者はいろいろな情報が手に入るのでありますが、情報があふれ返っているので、何が正しくて何がよくないのかという正しい判断ができない。間違った情報も随分入ってくるわけなのです。このことについて、消費者側でも情報を正しく取捨選択する力を養っていかねばいけないと思っています。ですから、そうした教育が必要なのではないかと思っています。

それと、もう一つは全く話が変わるのですが、環境政策課でやっていらっしゃるフードドライブについて。私たち消費者協会でもフードドライブをやったのですが、実際に集まった食品をどこへ持っていけばよいかということをしばらくいろいろ迷ったのです。この経験から、マッチング相手を、行政で紹介してもらうということをしていただけないかと思っています。いかがでしょうか。

消費者協会では、たまたま困っておられる世帯につなげる役割をしていらっしゃる協会の会員の方がいらしたので引き継ぐことができたのですが、一般的には食料を持っていこうと思っても、どこへ持っていけばよいか迷うことが非常に多いと思います。

(会長)

委員からデジタル化についての対応とフードドライブについてということで、大きなテーマでご意見、ご質問をいただきました。

国の施策に関する部分もございますけれども、まずは事務局から今の委員の2つのご意見や説明に対して、ご回答をお願いできればと思います。

(事務局)

法整備が遅れているという大変貴重なご意見をありがとうございます。

プラットフォーム事業者が情報を垂れ流ししていて、どれが正しい情報なのか判断がつかない消費者の方もたくさんいらっしゃって、その点につきましては県としては消費者教育の充実ということ。先生方の資質向上も大事ですので、先生方の研修を通じて行っていきたい。先生方からお子さんたちに伝え、それから家庭でも正しい情報を取得する手段を得られるような社会になるべきなので、県と

しても国への働きかけは必要かとは思いますが、大変大きな問題でして、今即答というのはちょっと難しいのですけれども、できるだけ消費者教育の充実・強化を図りながら、正しい情報が何なのかということを選択できるような人づくりに力を注いでいきたいと思っております。

(事務局)

フードドライブに関してお答えさせていただきます。

環境政策課では令和2年度にモデル実施をしまして、フードドライブのマニュアルというものを作っております。広くいろんな団体さんに取り組んでいただけるように、マニュアルをホームページでも公開をしております。やはり皆さん一番困られるのがどこに提供すればよいかというところだと思いますので、参考にさせていただきたいです。

あと本年度、寄附していただく食品を限定しましたお試し版のフードドライブも県で支援しております。なるべく取り組みやすい形で、寄附先についても県でご相談させていただいております。もしこれに取り組んでいただけて、いろいろ相談したいということがあれば、環境政策課でご支援させていただいておりますので、またご相談いただきたいと思います。

今年度、そういった形で、県内何か所も実施されてきて広がりつつあると思っておりますので、この活動を続けて支援の輪が広がっていくように県としても協力をしたいと思っております。

(会長)

デジタル化の問題については国の法整備という問題もありますけれども、今のプラットフォーム事業者の点はともかくとして、先ほどご紹介いただきました定期購入商法に対する対策としての特定商取引法の改正などにつきましては、定期購入商法の被害を意識して改正がなされたという部分はありますが、広く通信販売に適用される改正でもありますので、改正の内容を県でも広報等していただくことで、被害を防ぐことにつなげることができると思われれます。委員からは規制等の施策と教育の両面での対応が必要というご意見だったかと思っておりますので、両方でのご対応をご検討いただいたらよろしいと思っております。

フードドライブについては環境政策課でいろいろご相談に応じるということですが、何らかの機会に知ることができればよいのですが、一般の方でご存じない方には、ぜひまた知らせていただく工夫をしていただいたらよいのではないかと思います。

(委員)

今、会長からお話があった通信販売にも適用される特定商取引法の改正内容の周知についてですが、なるべく分かりやすい言葉や書き方で周知していただければと思います。

そういった意味で、配付されている「高校生のための消費生活ハンドブック」

は大変分かりやすく、大変参考になると思います。実際これはどの程度配布されているのか、高校生全員に配布されているのかどうかというのがまず1点。

消費生活センターに寄せられる相談件数は大変多く、例えば解約など、なかなか判断がつかない相談も多いと思うのですが、実際どの程度まで対応されるのか。例えば、契約したけど解約したいや、不当な料金が請求されたなどと、かなり難しい相談があると思うのですが、消費生活センターとしては実際どこまで対応されるのかということ。

あともう1点、大変相談件数が多いところで、人員は十分足りているのでしょうか。

以上3点についてお聞きしたいと思います。

(会長)

最初に通信販売についての規制の内容などについて分かりやすい周知をとというご意見、高校生ハンドブックはどれだけ配布されているのかということが1点、それから2点目として、相談対応としてどの程度までの対応をされているのか、特に難しい相談についてはどうかというご質問、それから3番目に、人員の配置が十分であるのかというご質問がありましたけど、この点について事務局からご回答をお願いいたします。

(事務局)

まず高校生のハンドブックですが、これは県と県の弁護士会さんと共同で県独自で作成したハンドブックでありまして、弁護士会さんの協力をいただく高校生講座——毎年度約30校余りの高校へ出向き、弁護士さんに講師になっていただいて高校生に行っております講座、その講座でこのハンドブックを活用しております。

高校生向けの講座を実施していない高校については、主に3年生に配っていたきたいということで、希望を聞きましてハンドブックを高校に配布しております。

それから、いろんな相談に対して消費生活センターでどこまでやっているのかという話ですが、消費者トラブルの解決に向けては、トラブルに遭った契約当事者の方に相手方の業者と交渉してもらおうというのが基本でして、消費生活センターではそのためのこういう手続をやってください、相手方にこの資料を示してください、又はクーリングオフの通知をしてくださいなどとアドバイスをします。

ただ、なかなか判断ができない高齢者や社会経験の浅い若者など、契約当事者本人だけではなかなか事業者との交渉が難しいというケースにつきましては、消費生活センターから業者に連絡を入れて、あっせんするという対応もしております。

一方で、相談員の人員が足りているのかという点ですが、先ほどの説明のとおり、過去の架空請求が大変多くて、相談が1万件を超えるような年に比べると最

近は少しずつ件数が減少してきていることもあって、人員的には今のところ何とか県の消費生活センターでは大丈夫だと思っております。

ただ、県内の資格を持った方というのは限られておまして、1人欠員が出る
と次の相談員を探すのがなかなか大変だという苦労はあります。

(委員)

今のお話に出ました「高校生のための消費生活ハンドブック」はよくできている
と思って感心して見ております。

高校生の保護者の皆様へというチラシ——先ほど改訂版を出されるとお聞き
したのですけれども、このチラシで思い出したことがあります。子供が高校生か
ら大学生に変わったとき、「お友達なんですけど、子供の携帯番号を教えてください」
という電話が固定電話にありました。「ちょっと待てよ、変だぞ。子供の友達なら
ば、きっと携帯を知っているだろう」と思いながら、教えないで、その電話のこ
とを子供に言いました。そしたら、「あなた、だまされているよ。番号を教えてし
まったら大変なことになるよ」と親に教育してくれた。親もやっぱりそういう変
な電話がかかってくるということを知っておかないといけないと思いました。

それともう1点もこのチラシの188——いややという消費者ホットライン
について。ここに相談無料と書いてあるのですけれども、先日ちょっとインター
ネットで見たら、ナビダイヤル〇分〇〇円という書き方がしてあって、フリ
ーダイヤルではない。結局、相談無料と書いてあるけれども、これは通話料が無
料ということではなく有料なのだ。不思議です。この188をティッシュペ
ーパーやチラシなどで知らせておられるけど、いかがなものかと。富山県の消費
生活センターに直接かけたら3分間8.5円がかかるはずなのに、ナビダイヤルのと
ころに〇分〇〇円という曖昧な表現で書いてあったものですから、不思議だと思
っております。何か知っておられたら教えてください。

(会長)

子だけではなく親に対する啓発などに関する事、それから消費者ホットライ
ンのことは確認ということになるかと思えます。

(委員)

親の啓発に限らず、私たちは消費者として、若い人も年齢を重ねた者もずっと
学習するということがすごく大事だと思います。

先ほどの話の中で食品ロスへの取組みが大変広まってきているということで、
婦人会はそれに一生懸命取り組んでおりますので、広まってうれしいと思って聞
いておりました。

今日の資料の中に「エシカル消費」があり、新年度には新しい事業をされると
いう説明もありましたが、私は漠然と聞いたことがあるという程度であまり知ら
なくて、今日の資料を読ませていただいて、アルビスで講座をしたり特設コーナ
ーを設けたりして、一生懸命取り組んでおられると思いました。しかし、新しい

取組みというのはなかなか広がっていかないと思います。先ほどから学校や家庭などでも学習をしていくという話がありましたけれども、それはもちろんのこととして、別のお店にもコーナーを設けるなど、本当にいろんなところでやってほしいという気持ちが強いです。

さらに、公民館や会社、それから私が前に行っていたフィットネスではフードドライブがされていて、運動しながら見て、こういうのがあるのだと思って、そして少し持っていこうと思って置いてきたという体験もあります。

だから、そういう気持ちを持っていながらなかなか行動に移せない人や本当に知らないという人、いろんな人がいるので、学校と家庭だけをお願いしないで、いろいろなところと連携して、大切なことを広めるという努力をぜひお願いしたいし、また私たちも協力できることはしていかなければならないと思いました。

(会長)

では、先ほどの委員のご発言で、まず消費者ホットラインの電話料金のことについてのお尋ねがありましたので、それについて何かご回答があればお願いをしたいのと、あと両委員のご意見等について、特に事務局からご発言があればお願いいたします。

(事務局)

消費者ホットライン188というのは全国共通のホットラインで、要するに188の3桁の電話をかけますと、地元の消費生活の相談窓口につながるという仕組みであります。「相談無料」は、要は、消費生活相談はあくまでも行政サービスでやっておりますので、相談そのものの料金は無料ですと。ただ、電話をかけていただく、電話代は当然かかります。

先ほどのナビダイヤル〇分〇〇円というのはちょっと私では分からないのですが。

(委員)

ホームページで〇分〇〇円と書いてあって、その下に自分の郵便番号を入れなさいとなっているのです。そうすると地元の窓口にかかりますという書き方がしてありました。結局、今は携帯電話でかける方が多いから、郵便番号を入れさせて繋げるのだらうと思われるのですけれども、周知している側が皆さんご存じないのでは…という思いもあります。

(事務局)

188にかけますとメッセージが流れまして、地域を特定するために郵便番号を入れますと、その市町村の窓口にもつながります。郵便番号が分からない場合は、富山県の場合は県の消費生活センターの高岡支所にかかります。郵便番号を入力させるのはそういう意味だと思います。

ただ、〇分〇〇円というのはちょっとよく分かりません。あくまでも相談そのものは無料です。例えば、弁護士さんに弁護士相談する場合は30分幾ら、1時

間幾らといった料金がかかりますが、それと同様の意味での消費生活相談の相談料は頂きません、無料ですという意味で、ただ、当然電話については、通信料がかかります。

(会長)

その点については多分誤解はないと思います。要するに、直接消費生活センターに電話をかけるよりもナビダイヤルのほうが負担が高額になる場合があるのではないかと、それは利用しやすい仕組みなのかというご指摘かと思うのですが。

(委員) そうです。

(事務局) 一緒だと思います。通常の電話料金がかかる。

(会長) かかるということですね。

(委員)

それだったら、〇分〇〇円じゃなくてちゃんと3分8.5円ならば理解できるのですが、何でナビダイヤル〇分〇〇円なのだろうと思って不思議に思っております。

(事務局) そのホームページというのは何のホームページですか。

(委員) 188を検索して出てきた結果のところのホームページです。

(事務局) またちょっと確認してみます。

(会長)

今ここでは分からない部分もあるようですので、そういうご指摘というかご質問があったということで、記録をしておいていただければと思います。

(委員)

富山県の消費者教育の取組状況や概要について、本当に重要な課題だと思って聞かせていただきました。

説明の中で質問なのですが、資料の37ページに事例10としてオンラインゲームの事例があり、この説明のときに未就学児から高校生と言われたと思います。未就学児というのにちょっと驚きまして、未就学児がどのぐらいいるのか、小学生何人、中学生何人というのがもし分かったら教えていただきたいと思いました。私は時々、小学校や中学校にインターネットなどの話をしに行くことがありますが、そうするとやっぱり現場の先生方がネット依存やオンラインゲームをすごく心配されている。もちろん保護者の方も本当に心配されている。未就学児というのがあったので、小さい子でもこういったことがあるのだという親に対する啓発もすごく重要なのではないかという感想を持ちました。

(事務局)

まず、未成年の区分で言えば小学生も中学生も高校生も事例があります。それから未就学児——いわゆる幼稚園児や保育園児の年齢、例えば5歳、6歳の子が何故そんな課金をするのかと疑問になるとと思いますが、お母さんが家事をやっているときに、お母さんが自分のスマートフォンなどをちょっと子供に触らせてお

くとき。分かってやっているのか分かっていないのか分かりませんが、その5歳とか6歳の子がゲームをいじっているというときに、いろんな課金のボタンなんかをぱっと押すと。ただ課金のボタンを押ただけでは料金は発生しないと思うのですが、その際に、お母さんが普段スマートフォンで例えばインターネット通販の取引などをしているときのスマートフォンが記憶しているクレジットカード決済に必要な情報が自動的に入力されてしまい、クリックしてしまうと、そのままクレジットカードで決済ができてしまうということで、いつの間にかクレジットカード会社から何十万も請求が来たという事例があります。

(会長)

このことへの対策として、既にご紹介いただいたことも含めて県で力を入れて取り組んでおられることがあれば、それを教えていただければと思います。

(事務局)

このオンラインゲームそのものに対する対策だけではなく、とにかくいろいろなトラブルの事例がありますので、県では毎月くらしの安心情報としてトラブル事例の紹介を発信したり、2か月に1回新聞に事例を紹介したり、あるいはホームページで紹介したりしています。今年の3月からは消費生活センターでツイッターを始めまして、国民生活センターや消費者庁から通知されるいろいろなトラブルの注意喚起情報をツイッターでその都度発信するというのをやっております。また、いろんな出前講座を通じ様々なトラブル事例についてご紹介するというのをやっております。

とにかくオンラインゲームに限ってという独自の取組みはないのですが、トラブル全般についてはとにかくそういったソーシャルメディアも使った教育をやっているということです。

(委員)

2点お尋ねします。エシカル消費について、包括連携協定を結んでいる企業で予算計上して企業参画型のPR事業を実施されたと。エシカル消費にエシカルファッションという新たな取組みのご紹介がありました。先ほどあった協定を締結している企業の中にファッションを取り扱っているような企業は入っているのかお聞きします。

あともう1点ですが、先ほど少しお話が出ましたくらしの安心情報、定期的に委員である私にも送られてきて非常に参考になっていて、家族で回覧したりして注意喚起にすごく役立っているのですが、これの配布枚数と配布先をお聞きしたいです。

これは毎年でなくても、5年スパンでもよいので、特定の市町村のこの地域と決めて、回覧板につけ、くらしの安心情報の被害の内容が書かれたものをご家庭の皆さんが手に取って見られる状況を整えていったほうがよろしいのではないかと思います。

(会長) 関連して何かご質問、ご意見等がありますか。

(委員)

エシカル消費PR事業についてなのですが、持続可能な社会を目指す取組みということで本当によい事業だと思うのですが、今後の事業展開として、アルビスのほかにどういう展開がされていくのかということと、これをもっと知っていただくためにどういう告知方法などを考えていらっしゃるのか。

また、フードドライブ拡大事業に関してなのですが、県のホームページを閲覧したら分かるということなのですが、やはり「配信しました」「書いてあります」だけではなくて、フードドライブの事業を一般家庭にももっと知っていただくために、どういうことが必要なのかということで、消費者側の立場に立ってどういう展開を考えていらっしゃいますか。今、スマートフォンはいろいろな場面で使われていますけれども、それを有効活用して、InstagramやQRコードを付けて読み取ればすぐ告知にアクセスできるようにしたらよいと。小さい子供たちが成長していく未来を考えたときに、若いお母さんたちもすごく興味がわくと思いますので、もっとこういうフードドライブ事業やSDGsを知っていただくために、新しい告知方法を取り入れることもよいと思うのです。そういう展開の方向に関してはどう考えていらっしゃいますでしょうか。

(事務局)

エシカル消費につきまして包括連携協定を結んでいる企業数ですが、県と包括連携協定を結ぶ企業はたくさんあるのですが、県政全般の分野に関してそれぞれの項目で包括連携協定を結ぶということになっておりますが、エシカル消費に限定して包括連携協定を結んでいるのはアルビスさんだけです。

今後、エシカル消費PR事業——エシカルフェアの開催について、どういったことに展開していくかということにつきましては、今年アルビスさんでモデル的にやった経験を踏まえまして、来年はアルビスさんや事業を委託した消費者協会さんのご意見も反映させながら、県内のスーパーとかコンビニなどに広くお声がけをしたいと思っています。スーパー、コンビニにつきましてははとやまエコ・ストア制度への登録店がございますので、環境に対する意識が高い企業さんを中心にまずはエシカルフェアのような啓発活動をやりませんかとお声がけして、進めていきたいと思っています。

告知方法につきましては、今年はエシカルフェアの期間中に県のInstagramのストーリー機能で、期間を固定してエシカルフェアをやっていますという周知をさせていただいたのと、県のツイッターでエシカルフェアの周知と、アンケートをやっていますというお知らせをさせていただきました。あまり反響はなかったところなのですが、ホームページはもちろんのこと、こういう新しいツール、SNSを大いに活用して今後も実施していきたいと思っています。

そのほかにも新聞やテレビ——今年は既に2回エシカル消費の特集をKNB

さんとBBTさんで組んでいただきました。ご覧になった方もいらっしゃると思うのですが、消費者協会の役員の方にご出演いただきまして、アルビスさんの店舗でお買物をしながら、エシカル消費というのはこんなに手軽で身近な取組みなのだとすることを啓発させていただいたところです。

今後またそういった身近で目につくような形での周知啓発を考えております。
(事務局)

フードドライブに関しましては、いつ、どこの場所でフードドライブをやっているということを一般の県民の方に広く知っていただくことがやはり大事だと思いますので、発信方法についていろいろ課題はありますが、若い方向けにツイッターやインスタグラムなどの県のいろいろな広報の媒体も活用しながら周知をしていきたいと思っております。あと今年度、広報課でLINEの広告のページで取り上げる県の取組みの1つとして、このフードドライブ拡大事業が選ばれまして、随時入ってくる広告をしていただいたのです。その効果をまた参考にしながら、こういった方法が有効なのかというのを引き続き検討して、なるべく多くの県民の方にこの取組みが伝わるように工夫してまいりたいと思っております。

(事務局)

もう一つ、サステナブルファッションについてはこれからの取組みで、アパレル業界の大量生産、大量消費という慣行によるファッションのロス削減、環境負荷を軽減するための取組みです。H&Mやユニクロなどの大企業は既に取り組んでいるところなのですが、消費者の側ではまだ浸透しておらず、言葉の認知度も低いということで、県でも発信して普及啓発に取り組んでいきたいと考えております。

(事務局)

それからもう一つ、注意喚起情報の関係ですが、消費生活センターでは主に2つの手法で情報発信しております。1つはくらしの安心情報、これは毎月1つ事例を紹介しているというもので、これは福祉関係団体や消費者団体、行政機関などの関係団体で構成するくらしの安心ネットとやまに加入の53の各機関、団体に情報を毎月メールで配信しております。くらしの安心ネットとやまには市町村も入っており、情報を市町村や各団体で有効に活用していただいていると思っております。メール配信と同時に消費生活センターのホームページにも載せております。

もう一つは、メール配信ではなくて印刷物。これは先ほども説明しました資料13-2の33ページにも載せておりまして、2か月に1回発行する印刷物で、「くらしの情報とやま」といいます。この印刷物は、市町村に合計4,000部配布しているほか、県内の大学、短期大学、県立学校、私立高校、各警察署、病院、銀行、ショッピングセンター、それからくらしのアドバイザーなどの関係者等々に配っております。

こういうことですから、末端のいわゆる県民の方への周知については、それぞれの市町村でいろいろ工夫して、例えば各町内にコピーしたものを配るなどして、各市町村でそれぞれ工夫して配布なり周知をしていただければと思っています。

(会長)

フードドライブにつきましては、委員から、今もされているのでしょうけれど、気持ちがある人をつなぐ更なる工夫をぜひ県でもお願いしたいというご意見がありましたので、引き続きご検討いただければと思います。

あと、くらしの安心情報についてご紹介がありましたけれども、昨年の審議会でも、今回も報告がありましたけれども、コロナになってなかなか集まっての啓発活動ができないという場合に、より活用していく方法が重要になってくるのかと思われま。そういった取組みをご検討いただくことになろうと思います。

(委員)

とやま消費者プランに重点的取組ということで4つテーマがあり、今後もぜひ強化していただきたいと思います。先ほどからいろいろ伺っている中で、幼児の頃から、今は学校からタブレットが配布されていて生徒さんでも、デジタル機材に接している。そういう意味で、こういうとおかしく聞こえるかもしれないのですが、保護者がある程度管理し、しっかり見届けていく必要がある。若者の層の教育に関しては、令和4年4月から成年年齢が18歳になりますので、そこはもっとしっかりやっていただきたいと同時に、特に情報リテラシーが十分ではないと考え、保護者がもうちょっとしっかりできるような周知、例えば保護者会でしっかり伝えてほしいというパンフレットを配るなどといったことを、ぜひ実施してほしいと思います。そういう意味で、重点的取組はしっかりと今後もやっていただきたい。

それから、ちょっとお褒めしたいなと思ったのはエシカルファッションのところで、これは最近特にゼロカーボンに向けたファッション分野での改善を世界中で言っているの、ぜひ消費者への施策といったところにますます力を注いでいただきたいと思います。

あとフードドライブなのですが、実験しての問題点として、やはり引取手の問題が一番大きかったと明確になったと思うので、保管場所の確保にもうちょっと協力を仰ぐようにして、できるだけ取りに行く人と提供する人との関係性がうまくいくようになればよいと思います。

コロナで結婚式などいろんなイベントがキャンセルになりますよね。そうしたときのキャンセル上のトラブルが増えてきているということから、消費者と事業者さんの間にしっかりと情報共有をしていく、事業者の皆さんは、消費者にしっかりと伝えるということをぜひお願いできればと思います。

(会長) ご発言の挙手をされていましたので、続けてお願いいたします。

(委員)

全員話さなければいけないということで手を挙げさせてもらいましたが、話がまとまっていないので、どのところがどうつながってというのは分かりにくいかもしれません。

まずエシカルに関することです。先ほどアルビスで実施した事業の中で次は県内コンビニ、大手スーパー、意識の高いところというお話がありました。今保護者向けの啓発というお話もありましたが、ちょっと別の話ですが、教育委員会で親学び講座というのをやっておられます。私も何年も関わりましたから分かっているのですが、親学び講座はとてもカリキュラム、内容はよいのですが、出てくる人は学ばなくてよい人ばかりなのです。出てきてほしい人は来ないのです。私は意識の高いところに働きかける必要はないと思います。意識の高いところは勝手に伸びていくのです。企業イメージを上げたいという企業の思いもあって勝手にやりますから、そこは放っておいたほうがよいと思います。余計なことはなくてよいと思います。むしろ意識のない人、もしくは意識はあるのだけどどうすればよいか分からない人に手を差し伸べてほしいと。

大手がどんどん伸びるということは、その企業力によって、消費者にとってもしかするとよいものが安く買えてよいということがあるかもしれません。ただ片方で考えられるのは、商品が画一化されていって多様性に対応できない世の中になっちゃうよということもあり得ると思います。

例えば、ユニクロが頑張ってる世の中にユニクロ以外の洋服屋がなくなったとします。楽しいですか。楽しくないですよ。それと同じことなのです。多分この中で唯一かもしれませんが、私は小売の現場に関わっている人間なので、自分たちの利益を守るためという側面はもちろんありますけど、私たちは私たちになりに使命感を持ってやっています。地域あるいは自分たちの個性をお客様に提供するというので、地域の中の多様性や豊かさを支えるという使命感を持って小売を続けています。そういう意味では、次の世代に引き継ぐため、次の時代に生き残って同じような意識で小売を続けていくために、そういう動きというのも片方でやっていただきたいというのがあります。

例えば、今小売の企業から情報発信をするというお話をいただきました。それが何か分からない人が多分たくさんいるけれども、分かれば実践したいという意識になる方もたくさんいると思います。

実は、中小小売のほうが昔の生活がよかったと気付いているのです。例えば私は洋服屋ですけども、カシミアというアイテム、今売られているカシミアと30年、40年前に売られたカシミアは品質が全く違うのです。でも、カシミアとつけば、安いカシミアでもよいと思われる。お客様は本物の価値が分からなくなってくるのです。これから先それでよいのかと。よいものを大事に着るというのも1つのエシカルだと思うので、消費者を教育して物の価値を知るとべきだと思う

のです。そのためには、やはりそういう意識のあるところはどこなのかということとをしっかりと見つけて探してもらって、そこも併せて一緒に育っていくというのが消費者の生活、市民生活を向上させ守ることなのではないかという気がします。

そういう意味で、商工労働部の方と情報交換をして、横連携をしてもらって、現場で起きている問題は何だろうということと両方の面から消費者の生活を向上させるためにはどうすればよいのか、消費生活の安全を守るためにはどうしたらよいのかということを考えていただければ、非常に私たちも、志ある者は動きやすいと思います。不徳の者はどんどん落としていけばよいと思うので、そういうことがなくなるような世の中になることが望ましいことだと思います。商売をやっていますから、自分の利益を守るために一生懸命やることは当たり前のことだと思うので、必要以上に守ってくれとは言わないですけども、情報は等しく流してほしいというのはあるので、そういったところもお願いしたいと思います。

もう一つ、現場でクレームが最近非常に発生しているのです。コロナだからということもある。ただ、それは、恐らくなのですけども、社会そのものがコロナ関係なく荒れてきているということもあると思うのです。

先ほど相談件数の話があったと思うのですが、相談件数の県内の増減は分かったのですが、他府県、近隣の県とか全国との比較の中で富山県はまだよいほうなのか悪いほうなのかと言ったらどっちなのでしょう。というのは、お店の方から「このクレームはどうしたらよいですか」という話が現実として寄せられていて、「富山県は特にひどいらしいよ、だから何とかしなければならぬ」という話なのか、「まだよいほうらしいから気長に対策を考えよう」と言えばいいのか、ちょっとその答えを持って帰りたいので、もしそういうデータがあれば教えてください。

(会長)

最後まで皆さんにご発言していただいてから、まとめてご回答いただくかと思っておりますが、市町村の取組みや今日のお話を聞かれての全般的なご意見がありましたらお願いできればと思うのですが。

(委員)

市町村としましては、先ほど高校生の為の消費生活ハンドブックについてご説明いただいたのですが、平成29年に作成された中学生のための消費生活ハンドブックも、やはりぜひ新しいものを作っていただければありがたいと。

それと、高齢者の方々への配慮、高齢者への説明という部分につきましても、なかなか高齢者の方々はSNSについても対応し切れていない方が多いので、そこからあたりも十二分な配慮をいただければ大変ありがたいと思います。

(会長)

では、委員から、これまで消費者教育のこと、特に若年層のことについてお聞

きすることが多かったのですが、全般についてご意見等ありましたらお願いをいたします。

(委員)

皆さんがお話しされたところは私も感じておりました。

全般について、親への啓発や企業への啓発については、ずっと続けてやっていただきたい。高校生3年生の保護者へ3万枚配布したのであれば、中学3年の保護者、小学校6年の保護者にというように、それぞれの年代の子供たちの置かれた課題も異なるので、卒業の節目に必ず保護者に配布する方策もあると思います。

昨年もデジタル化に対応してQRコードをどんどん入れてほしいと言ったのですが、今年のチラシを見てもっと対応してほしいと感じました。また、消費者教育では、学校現場の先生と連携を取らなくてはならないのですが、消費者協会の発表には、児童・生徒への消費者教育ではかなり面白い取り組みがありました。そのような事例を周知し、家庭科や社会科の先生方と協働した形で、教員対象の啓発も含め、教材を通じてより深い理解を持つ教員を作っていく必要があると思います。

今のお母さん方はスマートフォンを使いこなしているなので、それを活用したPR方法もあると考えます。

雑駁ですが、チラシなどのイラストも見た目が少し硬い印象を受けるので、見てみようと思えるようなPRツールの開発をお願いしたい。

(会長)

では、今のそれぞれの委員のご発言、ご質問、ご意見につきまして、まとめて順にご説明等をいただきたいのですが、まずは学校教育のことや、これは範疇に入るのか分かりませんが、親の方への啓発ということでご意見が出ておりますので、県立学校課から何かご説明等があればお願いをしたいと思います。

(事務局)

家庭科では、先生方の研修としまして、令和元年度から2年間家庭科の先生が消費者教育の授業研究を行ったことがきっかけで、弁護士会の方と連携しながら弁護士と家庭科教員との意見交換会を続けております。

弁護士の方がやっていらっしゃる出前講座の講義内容の改善や先生方の消費者教育をする上での困り事に弁護士の方からアドバイスをいただくという内容で、今年度も1月に実施予定です。先生方の授業力と指導力を高める上でとても効果的でありまして、今後もできる範囲で連携していきたいと思っておりますし、あと、教材などの開発も前向きに考えていきたいと思っております。

(事務局)

先ほど本県の消費生活センターへの相談の件数や内容は、他県に比べてどうなのかという質問がありましたが、例えば、件数の傾向でいけば、大体全国と本県は同じような傾向です。先ほど言いました、平成16年、17年に相談件数が多かつ

たというのは全国と同じです。そこからなだらかに減ってきて、今は大体横ばいで推移しています。

内容につきましては、例えば北陸3県や東海北陸地区でのブロック会議などの機会にいろいろと相談事例などをお話するのですが、富山県は内容的に非常に悪質な業者が多いとかトラブルが多いとは特には感じておりません。というのは、業者というのは富山県の業者が富山県の県民を狙うということではなく、今はもうインターネットの時代ですので、本当に悪質な業者というのは、東京などの悪い業者が全国に電話をかけまくるなどといったことなのです。ですから全国大体同じような傾向のトラブルが発生しているのだらうと思っております。

(事務局)

先ほど委員からエシカル消費に関して、意識の高いところに手を差し伸べる必要はないという貴重なご意見いただきまして、そのとおりかとは思いますが、意識の高い企業さんにお手本になっていただけて形を示していただくというか、そういう取組みを積極的にやっていただくことで、ほかの企業さんにもよい刺激になって波及効果が生まれることを県としては期待しているところでございまして、ひとつまたご理解いただきたいと思えます。

(会長)

ご意見の中に保護者に対するいろいろな周知や啓発というご意見が多くございましたので、それについては引き続きまた中心的に取組みをしていただくこともご検討いただいたらよろしいかと思えます。

特に、今日はあまり話題として中心にできませんでしたが、今度の4月から成年年齢の引下げということになって、報道がそれほどなされていないので、十分に対応できるのかということをお大変危惧はしているのですが、その辺の対応をやはり万全にさせていただく必要はあろうと思えます。

あと、委員のご発言の中でQRコードのことが出ましたが、少しですが、高校生のハンドブックの後ろのところでは消費生活センターのツイッターについてQRコードがついているというものもありまして、少しずつそういうご意見も取り入れていただいていると思えます。

ほかの委員のご発言の中の、現場で起きていることについての意見交換などというご発言もありましたけれども、本来この審議会もそういう場であるんですが、ちょっと時間が十分でないことから、せっかくおいでいただいても十分なご意見を伺えないところもございまして、またそういう機会を検討されることがあればお願いをしたいと思っております。

時間が大分超過をしてしまいましたけれども、出席していただいた委員の方にご発言をいただきまして、県の回答もお聞きしましたので、この辺で終了にしたいと思えます。

予定された議事は以上で終了いたしましたので、進行を事務局にお返ししたい

と思います。

時間の制約がある中、皆さんには大変貴重なご意見を出していただきまして、また進行にご協力いただき、どうもありがとうございました。

(事務局)

皆さん、長時間どうもありがとうございました。時間配分につきましては、若干説明が長かったと反省しております。会長には大変ご苦勞をかけまして申し訳ありません。

一つ一つにお答えはでき切れていないのかもしれませんが、皆さんからたくさんいただいたいろんな方面からのご意見につきましては、いずれもごもつともだという点がございます。今後進めていく中で、十分そういった点に配慮して進めていきたいと思っております。ありがとうございました。

(事務局)

事務局からご連絡です。

本日は時間の関係で十分にご発言できなかった委員もおられるかと存じますので、ご意見、ご質問等がございましたら、お手元に配付の意見用紙にご記入の上、事務局の県民生活課あてにメールかファクスでお寄せくださいますようお願いいたします。

それでは、以上をもちまして本日の審議会を終了いたします。委員の皆様方には、お忙しいところ、誠にありがとうございました。

以 上