

平成27年度第2回 岡山県消費生活懇談会 議事概要

【開催概要】

1 **開催日時**：平成27年10月30日(金) 10:00～12:00

2 **開催場所**：メルパルク岡山 3階 「曙」

3 **出席委員**：15名

【消費者委員】

大西泰子、武藤一江、太田直代、中園麻由美、三船徹二

【生産・流通関係者委員】

吉田公子、杉原真弓、野口重明、大野博巳

【学識経験者委員】

佐藤洋子(副会長)、小松原竜司、鳥越良光(会長)、薬師寺明子

【教育関係者委員】

河野弘道、上田康信

【議事概要】

1 開 会

- ・岡山県消費生活懇談会 鳥越会長 開会あいさつ
- ・岡山県県民生活部 亀森部長 開会あいさつ
- ・委員20名中15名の出席があり、懇談会規則第6条に規定する開催要件及び議決要件を満たしている旨事務局が報告
- ・岡山県消費生活懇談会の公開に関する方針に基づき、会議を公開し、議事概要を県のホームページに掲載する旨事務局が確認
- ・傍聴者がいない旨事務局が報告

2 議 題

【報告事項】

(1) 消費者教育に係る国とのコラボ事業の状況

(2) 特定商取引法に係る行政処分の状況

くらし安全安心課 ○ (資料1、2を説明)

会 長

ただいまの説明に対し、御意見・御質問はないか。
コラボ事業について、全国で色々なアイデアが採択されているが、他県の提案したもので面白いものがあったか。

くらし安全安心課

エシカル消費や環境、ESDと絡めた消費者教育を進めるものがある。

会 長

その中で参考になるものがあれば、ぜひ岡山県でも取り入れてほしい。

くらし安全安心課 先駆的プログラムに選ばれると、詳細な事業成果の報告を行い、全国に情報共有を行う仕組みであり、他県の状況を把握し、次年度以降取り入れられるものがあれば参考にしたい。

委員 詐欺の被害にあった家庭の構成、状況はどうか。

くらし安全安心課 高齢の独居、夫婦だけの家庭が被害を受けている。

委員 田舎のほうの被害者が多いのか。

くらし安全安心課 そうである。

委員 催眠商法は今あまり見かけないが、今でも被害は出ているのか。

消費生活センター 催眠商法の被害は以前ほどは多くはないが、被害はある。
店舗で健康関連のものなどを売ることは禁止されていないので、被害ができれば、クーリング・オフなどで対応できる場合もあるので、相談していただきたい。

委員 以前はよく見かけた。最近見かけないので下火になっているのかと思った。

委員 資料1について、「教材作成研究会」には、幼稚園、小学校、中学校、高校とあり、保育所の記載がないが、含まれないのか。

消費生活センター おっしゃるとおり、対象は幼小中高であり、保育園、保育所はこの事業の対象ではないが、幼稚園の教材を作れば活用できるものもあると思うので、今後検討していきたい。

委員 お願いしたい。

会長 コーディネート人材養成事業はこの1年だけのものか、継続するのか。

消費生活センター 事業そのものは1年の予定である。同じものを2年、3年行う予定はないが、やるとすれば、内容を変えてレベルアップしたものをやることになる。

講座は全16回で、うち15回は出席しなくてはならないためハードルが高く、本年度の事業でコーディネートできる人材を養成したい。

また、消費生活センターの相談員は、欠員や定年で辞めた後の応募者が少ない状況にあり、欠員が出たままのセンターもあるため、そういった人材も掘り起こしたい。

会 長	継続的に、大規模でなく小規模でやる方が人材育成には効果がある。テーマ毎に毎年行い、継続して、長期的な視点で行う方がよい。
消費生活センター	参考にする。
会 長	人材養成講座のチラシには、コーディネーターの役割についてのコンセプトを掲げたほうがよい。
消費生活センター	参考にする。
委 員	人材養成講座参加者はどんな人が多いのか。
くらし安全安心課	ある程度消費生活相談に関わっている方、日常的に身近な問題として消費生活の知識を学びたいという方、商品を購入して異物混入などに遭ったので、どういう仕組みか知りたい方、定年後に社会に役立つことをしたい方などであり、皆さん熱心に受講されている。

【協議事項】

次期岡山県消費生活基本計画素案

	○（資料3を説明）
会 長	ただいまの説明に対し、御意見・御質問はないか。
委 員	田舎では、農業をしているので自分達は生産者であり、消費者であるという認識はなく、消費者問題を街のこととして捉えている。 県の基本計画を市町村におろすという考え方でよいのか。市町村に対して自主的にどうぞではなく、指導などきちんとやってもらいたい。
くらし安全安心課	今審議していただいているのは、県の計画である。これをそのまま市町村にやってくださいということにはならない。ただ、県計画の中には、市町村についても消費者安全確保地域協議会や消費生活センターの数などの目標値を定めている部分もあるので、そこは市町村にお願いして取り組んでいただくことになる。市町村に対して、国や県の考え方を説明する場を設けるなど、県の方向性を伝えていきたい。 自分達は生産者であり消費者でないという認識を持った方にも、自分達は消費者であるという視点は重要であることも含めて、市町村にもご検討いただき、お伝えしていきたい。
会 長	先ほどの話は、消費者という場合は、生産者との対立概念として捉えているが、議論があるところで、生産者＝消費者でもある。それをどう区別するか、どう議論するかということで、「生活者」という新しい言

葉がある。例えば、玉ねぎと作っている人は玉ねぎの生産者であるが、豆腐は買っている。この人は生産者、この人は消費者と分けることはできない。ある部分については生産者、それ以外は消費者ということになるので、それを広く捉えて「生活者」ということで議論することもあるので、そういう認識を持っておく必要がある。

国、県、市町村は役割分担があり、その中で、消費者行政に関してそれぞれが何をするか決めていけばよい。今審議しているのは県がどういう役割をするかである。県は各市町村の実情や財政力を見て、それぞれの役割分担を明確にしていく必要がある。

委員

重点施策を決めているのは大変よい。こういうものがないと前に進まないし、わかりやすくよい。

施策1「消費者教育の推進」、施策2「地域における消費者問題解決力の強化」、施策3「悪質な事業者の監視・指導・取締りの強化」とあるが、これには順位付けがあるのか。

被害者にならないことに先に取り組むのか、加害者にならないことに先に取り組むのか、どう考えているのか。

今後カリキュラムを作成していくとのことだが、これには教職員も関わっていくのだろうが、子供達は将来被害者になる可能性もあるし、加害者になる可能性もあるので、カリキュラムの中に加害者にならないための教材・資料が必要だと思う。

くらし安全安心課

施策の順位付けについては、重い軽いの位置付けはなく、並列的に考えている。

施策1については、消費者教育は下地の部分として、長い年月をかけて取り組まないといけない問題であるので、あえて言う一番になるかもしれない。施策2は、実際に被害が起きた場合、起きそうな場合に解決していく分類になっている。施策3は、実際に被害が起きた場合、起きそうな場合のセーフティネットと取締りである。トータルで消費者問題の未然防止ができればということで3つあげている。

被害者になるか加害者になるかということについては、分からずに加害者になってしまう方もいると思う。何がどのように影響していくのか、長い年月をかけて、実際知識をもって、体験しながら学んでいくことが必要である。最近はインターネットのトラブルが話題になっているが、ネットに関する消費者教育の中で、こういうことをすると危ないですよ、と伝えることはもちろん、こういうことをしてはいけないということも併せて伝えるようにしている。

カリキュラムについては、教材作成研究会を開いており、義務教育関係者、高校教育関係者、幼稚園・子供の先生方にも入っていただいております、それぞれの学習要領と各世代の特性に応じた教材作りに取り組んでいただいているところである。被害者だけでなく加害者になる恐れがあることもカリキュラムに盛り込んでいけたらと思うので、先ほどの御意見は参考にさせていただく。

会 長

消費者のことを第一に考えるということ、教育の中でしっかり教えていけば、それは自然にいい生産者に結びつく。いい消費者を作ることがいい生産者を作ることにつながっていくわけで、しっかりとした消費者教育をしていけば、生産者教育にも繋がっていくことをしっかり押さえていただきたい。

現場の意見はしっかり入れておく必要がある。現場の先生方、現場の状況を踏まえてカリキュラムを作成していただきたい。

委 員

重点施策3「悪質な事業者の監視・指導・取締りの強化」について、これはもちろん必要なことだと思うが、実際に行政は監視・指導・取締りの強化ができるのか。被害が起これば行政指導をするのだろうか、それより前に監視などできるのか。これは言葉遣いの問題かもしれないが、強化とっていいのか、それとももう少し違う表現があるのか、伺いたい。

くらし安全安心課

想定しているのは、いち早く情報をキャッチし、素早く対応し、厳正に処分するのというものであり、表現についてはわかりにくいかもしれないので、検討が必要かもしれない。

特に監視の人数を増やすというのではなく、今も当課には警察OBの方がおり、県警との連携は図りやすい体制となっている。また、広域に活動する事業者もいるので、近県や国の情報を早く掘み、出来る限り調査などを迅速に行うものである。中には何度も同じことを繰り返す業者もいるが、それは粘り強く対応していくことで、強化という言葉で表現している。

会 長

昔、消費生活センターは商品テストの機能を持っていた。問題がありそうなものは商品テストを行い、問題が見つかったら行く。それが防止である。今は国民生活センターしかやっていないが、国がやる場合は商品テストの対象品目は非常に少なく地域性もない。岡山県ならではの商品、地域性のある商品について、国民生活センターにやれと言っても無理である。

消費生活センターにそのような機能がなくなってしまう、今後それをどうするかがひとつの課題だと思う。国民生活センターなどが調査した結果は、いち早く代わりに伝える。県は今はそのことしかできない。

委 員

検討事項1「計画期間中の重点施策の設定」の案に「重点施策を設定する」とあり、また検討事項2「計画への成果の指標の記載」の案に「代表的な施策に評価指標を記載する」とあるが、県がこの5年間でこれだけはきっちりやりたいということと、県の課題解決への姿勢が明らかにでき、それを数字からも見ることができるので、この案は是非盛り込んでほしい。

施策3「悪質な事業者の監視・指導・取締りの強化」をどのように数値にするかわからないので教えてほしい。

くらし安全安心課	<p>今提示している案では、あえて施策3については数値をあげない方針である。監視・指導・取締りを数値で表すことになると、どうしても処分件数や被害の認知件数になるが、これは多ければよい、少なければよいという評価はできないものである。したがって施策3については、どのような対応を行ったかを、この場で説明することで代えさせていただきたい。</p>
委員	<p>目標値を決めているのは、評価もしやすくよいと思う。施策3「悪質な事業者の監視・指導・取締りの強化」の目標値は、悪質事業者がゼロというのが目標値になるのではないかと思った。</p>
くらし安全安心課	<p>悪質事業者がゼロというのは究極の目標であると思うが、どうしても出てくる悪質事業者は行政ではコントロールしにくいところがあり、それは対応状況ということで報告させていただきたい。</p>
会長	<p>そこはもう少し工夫する必要があるのではないか。理想はゼロだけでもそれはできないという考え方ではなく、理想はゼロであるが、現実これだけの被害が出ていて、これを何%にしたいというように、現実の対応としての目標値を設定した方がよい。それを明確な数値で示すか、どういう表現にするかは工夫だと思う。それはまた考えてほしい。</p>
くらし安全安心課	<p>検討させていただきたい。</p>
委員	<p>目標値の設定があるのはよい。5年計画ということなので、毎年終わった段階で目標値に対してどれだけ出来ているか検証しながら、細部は検討していけばよい。</p> <p>高校の現状を報告させていただくが、選挙権が18歳からになるということで、主権者教育をどのようにやっていくかが話題になっている。こういった選挙権に対する意識を強めていかないといけないが、それと共に、消費者問題についてもしっかりやっていく必要がある。</p> <p>被害者になってもいけないし、当然加害者にさせてもいけない。知らないうちに加害者の手助けをしているようなことに巻き込まれる場合もあるので、そういうことにならないよう、しっかりと知識を植え付けていくことは大切である。今後、幼少中高向けのプログラムを開発していく中で、こういったことも推進し、色々なところと連携して実施してほしい。</p>
会長	<p>選挙に行って投票するのも、考え方によっては消費者である。どの政党を選ぶか、どの候補者を選ぶかというのは、どの商品を選ぶかと同じである。選挙の場合は、相手の情報、過去の政治を検証し勉強する。商品を買う場合も、表示をしっかり見る、そのメーカーが過去にどうだったかを知る。相手を知った上で、自分との価値観を共有できる者に投票するのは、消費と同じである。</p>

世の中は全て交換関係で成り立っており、交換をする場合、消費者、投票者は同じ理念、考え方であり、消費者教育をすることは、選挙・投票にも繋がっていくので、あまり区別して考えない方がよい。

委員 こういった部分が、もっと県民の消費者の中に、何らかの形で「見える化」ができればいいと思う。

会長 消費者だけが情報を知るのではなく、生産者にも情報が伝わっていくようにしていただきたい。行政の対象が消費者というのではなく、生産者も含めた情報の提供の仕方、見える化が必要であり、出来るだけ簡単なかたちで伝えていただきたい。

情報の提供の仕方、PRの仕方についてはどのように考えているのか。

くらし安全安心課 この計画に関して、どのように広く県民の方にお知らせするかについては、11月中旬からパブリックコメントを実施するので、県のホームページでお知らせし、図書館や県民局などで手にとってもらえるものを置き、実際に見てもらえる仕組みになっている。

また、県の施策についての情報提供の仕方については、市町村にはもちろん説明はするが、その他、どのような場で説明するのがよいか教えていただきたい。

会長 生産者団体、経済団体がある。いわゆる商工会議所連合会、商工会連合会、経済同友会などである。そのような団体に情報を流せば、そこから下には流れていくはずである。したがって、生産者団体や経済団体との付き合いが今後必要である。

行政は消費者団体に限って考えているが、この問題は消費者も含めて、生活者という立場から、色々な団体と関係を持っていけば、より徹底していくのではないかというのが、先ほどの委員のご指摘だと思うので、よろしくお願ひしたい。

くらし安全安心課 できるだけ幅広くお伝えできるように考えていきたいと思う。

委員 機能性表示制度が始まったが非常にわかりづらい。特保やその他のわかりにくい表示もたくさんある。表示が全て認知されて解決するものでもないで、消費者も惑わされないような教育が必要である。

会長 表示は生産者が付け、消費者はそれを読む立場である。生産者が適正な表示をすれば、問題は大部分解決できる。消費者問題、消費者被害は予防が大事であり、生産者に消費者教育を行うことによって消費者被害は未然に防げる。

委員 近所で、催眠商法などで高額な布団を買わされた人がいる。自分は絶対騙されないと信じていたが、買ってしまった。騙されやすいタイプの

人に事前にどう指導したらいいのか教えてほしい。

消費生活センター

騙されやすいタイプの方は、心理学者の先生の本を見ると、真面目な方、お人好しな方、返報性といって何かされたら必ずお返しをするようなタイプの方とされているが、皆さん共通する話で、誰が騙されてもおかしくはない。

騙されやすい性格もあるが、騙す方もテクニックがあり、色々な手法で騙してくる。その先生が言うのは、危ないところには近づかないのが一番である。

警察では、「特殊詐欺撲滅コールセンター」を設置し、詐欺グループから押収した名簿に載っている方に、詐欺に関する注意喚起の電話を行う事業などもやっている。また地域の見守りの活用、万が一被害にあったときは我々に相談していただくなど、色々な方法で対応していきたい。

副会長

騙されたことを直接的には認めない方も、内心はひよっとしたらと思っていることもある。例えば、こういう事例があったというようなチラシを郵便受けに入れて、自分がまさにこれにひっかかったと気付かせるような方法も、後で自分が騙されたと気付かせる効果が期待できるのではないかと思う。

長期的には幼いころからの消費者教育が必要ではあるが、今は高齢者の被害が多いので、まずは当面、起こっている被害をなくすためにどのような対応ができるかだと思う。被害にあった方がどういうタイミングで、どういう被害にあったかを再度検証し、どういう形でやれば届くのかを考える。例えば、スピーカーを付けて車で回るなど、ローテクな方法ももう一度見直して、地域の方、町内会の役員の方などに見守りをお願いしていくような、地道にやっていくことも考えていったほうがよい。

会 長

みんなで協力して、被害者が出ないようにするしかない。

委 員

我々の地区では、押し売りなどが来たら必ずその地区の長に相談するようにし、その長がその場所に行って、車の番号などを控えている。そして被害にあったら、消費生活センターや交番に届けるよう言っている。

会 長

皆さんの力で少しでも被害を減らせていけたらよい。

委 員

今は業者も巧妙になっているので、消費者を賢くするしかないと思う。催眠商法などで高額な布団を買った方も、納得していたらそれでいいと思うが、あとで問題があった時に解決できる、消費生活センターなどに相談して解決できる道がある、まわりの方が見守っているなどがあればよい。

私は地域の活動で公民館や老人会に出向いて寸劇をしている。来月は「マイナンバー詐欺にご用心」と題した寸劇を行う。騙される側は悪くない、騙す側が絶対に悪いということを前提に、皆さんに伝える活動を

している。

会 長 知識はなかなか身に付かないが、寸劇などは体験を通じて知恵にすることができる。言葉だけだとなかなか伝わらないので、寸劇のような私たちのほうがリアリティがあってよい。

委 員 若者の状況についてであるが、今の若者はとても忙しい。その中で消費生活セミナーなどに参加しようと思える若者を増やすにはどうしたらよいか。そういうことに興味を持ってもらえる若者が増えていったらよいと思うので、魅力ある消費生活セミナーを開催してほしい。
計画の評価、数値化は次の評価につながるので大変よい。

会 長 広報もしっかり考えていただきたい。

委 員 近年の高校生の多くがスマートフォンを持つのが当然と思い、気軽に使っている。しかし、料金の引き落としが数回出来なかったら最終的にブラックリストに載り、社会人としての信用がなくなる、ローンが組めなくなることもあるなどの話をすると、びっくりしている。
ただのスマートフォンの契約だと安易に思い、怖さを知らないところがあるので、そういったところも教育していく必要がある。

会 長 益々、教育の必要性があるということだ。

委 員 私は農家なので生産者の立場から、基本目標1「安全・安心な商品・サービスの確保」について言わせてもらおう。我々は食の安全・安心に関して非常に厳重に取り組んでおり、国産の生産物、農産物は、ほとんど100%に近い数字で安全・安心なものを提供していると自負している。しかし、TPPで外国から輸入農産物が入ってくることになると非常に不安である。

私達は生産者であって、消費者であるという認識が薄いので、この基本目標の表現は、我々生産者にとっては壁がある、離れた感じになっている。

国産の農産物については、今のところ非常に安全・安心であることを強調したい。

会 長 今後、輸入品がたくさん入ってくる可能性があるので、国産品、輸入品との使い分けについても教育が必要であるので、そういった視点も消費者教育に入れていけばよい。

委員の皆さんの意見を一通りお伺いできた。

計画素案について、計画の重点目標・施策、検討課題が1から3まであるが、1と2は重複しており、同じ問題、意識である。3は2になっ

てよい。

もうひとつあるのだが、自分の人生と消費生活、例えばいつ車を買う、いつ家を買うなど、長期的な人生設計の中で消費を計画的に行う必要がある。自己決定能力を向上させ、安全・安心なものを選択できることが必要である。人生の長い計画の中で、消費問題を考えていく。その手段として消費者教育があったり、セミナーがあったりというように、もうひとつ組み立てが必要なのではないかと思うので、事務局につとめていただきたい。

指標についてだが、皆さんにご指摘いただいたように、具体的な数値を設定したほうがわかりやすい、チェックしやすいということだが、本当はまだ甘い。アウトプットでしかない。政策の目的をいかに達成したかが必要であり、それがアウトカムである。何人受講した、いくつセンターを設置した、どれだけ教育を行ったなどはプロセスでしかない。それが目的ではなく、それによってどれだけ消費者被害が減ったか、能力がアップしたか、それがアウトカムである。そういうことも考えながら目標設定をもう少しシビアにした方がよいのではないか。事務局と相談したい。

委員

この計画は県が提起しているので、市町村には情報提供をしっかりと提供していただきたい。

会長

色々な団体と十分連携を取りながら進めてほしい。

3 閉 会

・岡山県消費生活懇談会 鳥越会長 閉会あいさつ