

5期第4回さいたま市消費生活審議会

期 日	平成 27 年 8 月 24 日 (月)						
場 所	さいたま市役所						
会 議 時 間	開会 午後 2 時 00 分 ~ 閉会 午後 4 時 05 分						
出 席 委 員	会長	松苗 弘幸					
	委員	中村 弘毅	飯岡 広子	江森 信行			
		渡部 貞一	吉川 尚彦	廣田 美子			
		笠原 朝子	石田 恒子	池上 憲二			
		滝澤 玲子					
欠 席 委 員		宮西 陽子	亀崎 美苗	鈴木 正美			
		柳川 淑子					
日 程	<p>1 議題</p> <p>(1) 消費者教育推進計画について (消費者教育推進地域協議会として)</p> <p>(2) 平成26年度消費生活基本計画進捗状況について</p> <p>(3) 平成26年度さいたま市消費生活相談状況について</p> <p>(4) その他</p> <p>4 閉会</p>						
配 付 資 料	<ul style="list-style-type: none"> ・ 次第・委員名簿 ・ 座席表 ・ 平成27年度さいたま市消費者行政の概要 ・ さいたま市第2期消費生活基本計画〔概要版〕 ・ 資料1-1 消費者教育体系イメージマップ ・ 資料1-2 消費者教育実施状況調査結果 ・ 資料1-3 イメージマップ照合 ・ 資料2 「消費生活基本計画の進行管理」 ・ 資料4-1~3 「見守りネットワーク図」 ・ 資料4-4 消費生活センター設置条例資料 (消費者庁モデル条例案) ・ 意見書及び返信用封筒 						
傍 聴 人	0人						
会 議 録	別添のとおり						
出 席 職 員	市民生活部長 (幹事)					金子 秀行	
	消費生活総合センター所長 (書記)					小池亮太郎	
	消費生活総合センター副参事					今井 徹	
	消費生活総合センター所長補佐					川島 朋之	
	消費生活総合センター相談支援係長					齋藤 路子	
	消費生活総合センター消費生活係主査					切刀 郷子	
	消費生活総合センター消費生活係主査					吉田雄一朗	

5期第4回さいたま市消費生活審議会 会議録

平成27年8月24日(月)

開 議 (午後2時00分)

○消費生活総合センター所長補佐

[開会のあいさつ]

委員15人中11人出席で過半数に達しているため会議成立となります。「さいたま市附属機関等の会議の公開に関する要綱」により原則公開で、会議の開催結果および議事録を作成し、各区役所情報公開コーナーにて市民の閲覧に供するとともに、ホームページ上で公開いたします。

[資料確認]

条例施行規則第35条の規定により、「議長の職」を務める会長に以後の進行をお願いします。

○松苗弘幸会長 みなさんこんにちは。まだまだ暑い中お集まりいただきありがとうございます。本日は前回、前々回から引き続き、消費者教育、消費者安全法、センター条例化の問題など、法律の関係で今の地方消費者行政が動いている時期になっています。資料も多く、これらを把握していくだけでも大変な状況であると思いますが、皆様方の率直なご意見、活発な議論を通じて、さいたま市の消費者行政が、消費者教育推進法や消費者安全法の趣旨を生かして、より良いものになればと思っていますので、本日も様々な意見をいただければと思います。よろしく願いいたします。

それでは、議事を進めてまいります。傍聴者はいらっしゃいますか。

○消費生活総合センター所長補佐 おりません。

○松苗弘幸会長 わかりました。

では最初に議事録の作成に係わる委員の指名を行います。私のほか、「飯岡委員」と「廣田委員」をお願いします。よろしいでしょうか。

○両委員 承諾

○他の委員 賛同

○松苗弘幸会長 では両委員には、審議会を代表して事務局作成の議事録につき内容等確認の上、承認の署名をよろしくお願いいたします。

議題(1)「消費者教育推進計画について」ですが、本議題は前回の審議会での説明のとおり、消費者教育の推進に関わる事項として、消費者教育推進地域協議会としての議題とさせていただきます。それでは事務局より説明をお願いします。

○消費生活総合センター所長 議題1について、説明。

〔消費者教育推進地域協議会の開催〕

前回の審議会での審議の結果、当審議会を消費者教育推進地域協議会とみなして進めていくことになり、今回は第1回目として、「消費者教育推進計画について」の説明をさせていただきます。なお、協議会の設置については、先日消費者庁に報告し、さいたま市は協議会設置済として、消費者庁ホームページに記載されることとなります。

以後、消費者教育推進計画の策定や進捗管理の他、さいたま市における消費者教育の総合的、体系的、かつ効果的な推進に関しては、審議会において協議会として審議を行い、必要に応じて、意見聴取のための部会の設置や、専門知識や消費者教育の現状に精通した委員の追加を行うことで運営してまいります。

〔消費者教育推進計画についての説明〕

資料1-1 消費者教育体系イメージマップは、消費者庁が組織した「消費者教育のための体系的プログラム」研究会が平成25年1月に発表したイメージマップとなります。さいたま市の消費者教育推進計画を策定していくにおいては、ライフステージごとにどのような消費者教育を実施していくかという計画を構成する上でこのイメージマップを活用し、必要に応じて独自の修正を加えて利用していくことを考えております。

資料1-2-1「平成27年度消費者教育実施状況調査（関係所管分）」は、さいたま市における消費者教育の状況を把握するため、平成26年度から開始した消費者教育実施状況調査の2回目の調査結果となります。1回目の調査では回答に漏れが見受けられたため、今回の調査に際しては、消費者庁の「消費者教育の推進に関する基本的な方針」に記載されている、「食育」、「環境教育」、「国際理解教育」についても広い意味で消費者教育につながるものとして回答を求めました。その結果、庁内関係課所から225施策の回答を得ました。また資料1-2-2「平成27年度消費者教育実施状況調査（消費生活総合センター分）」は、消費生活総合センター実施の消費者教育の施策を同様の様式でまとめたものです。それぞれ個別の施策を掲載した一覧表になっています。

資料1-3「イメージマップとさいたま市の消費者教育状況との照合」は、資料1-1のイメージマップに対して、資料1-2の消費者教育実施状況調査の結果を当てはめて、現在さいたま市で行っている消費者教育がどれだけカバーしているのかを表で示したものです。各施策をイメージマップのどこに合致するかを正確に区分するのは難しく、ある程度幅を持たせて当てはめています。出前講座やセミナー、イベント等については開催回数ごとにカウントし、学校の授業での取り組みなどは学校数でカウントしています。同じ1件のカウントでも、食育など広い意味での消費者教育に該当するものと、消費生活センターで実施している講座・セミナーのように、純粋に消費者教育を目的にした施策とでは内容や重要度が大きく異なるため、一概にこの照合表だけを見て判断することは難しいため、目安の資料としてご覧ください。

これを見ますと、まず1の消費生活センターの施策としては、ライフステージ別では成人期の一般や高齢者に対する施策が特に充実していて、学生以下、特に幼年期に対する施策が手薄となっています。また、重点領域別では実際の消費者被害やトラブル回避を主眼に置いているためか、「商品等の安全」や「生活の管理と契約」、「情報とメディア」については充実している一方で、「消費者市民社会の構築」に関してはやや手薄となっています。

一方で2の関係所管の施策では、ライフステージでは成人一般と小学生期に特に施策が集中し

ています。これは公民館での出前講座等で対象を「成人」「どなたでも」などとしているものは、実態として高齢者の出席が多くても、「高齢者対象」としていない限り、成人一般に区分されること、「小学生期」が多いのは、小学生対象の施策自体が多いことが原因です。最も少なかったのが若者向けの施策になっています。重点領域別では「食育」や「環境教育」、「国際理解教育」などが消費者市民社会の構築につながるものが多かったこともあり、「消費者市民社会の構築」に関する施策が相対的に多くなっています。

3の合計をみると重点領域については消費生活センター施策と関係所管施策で相互に補完する部分が多く、全体として偏りが少なく、平準化された消費者教育が実施できているような結果が現れたかと思われます。一方でライフステージ別では幼年期や高校生期、成人期（若者）の施策が相対的に少なくなっています。

件数については施策のウエイト差異、区分の困難さがあり、この集計結果のみでの判断は少々危険ですが、ある程度の傾向は見られると思います。消費生活センター施策と、他の関係所管施策との相互補完関係から、相対的に手薄と思われる分野については、関係所管との連携強化により補強していくことが、1つの解決策になると思われます。

現段階では推進計画の素案を作成する前段階として、さいたま市における消費者教育の状況について報告させていただきました。これに対して、委員の皆様からのご意見をいただき、今回の調査結果と皆様からのご意見等を反映させていただき、次回の協議会においては推進計画の素案を提示させていただきたいと考えております。

以上で説明を終了します。

○松苗弘幸会長 ご質問、ご意見等ございますか。では私の方から、成人期の若者が少ないのは統計上の問題があると思われますが、高校生期の取り組みが薄いと感じています。消費生活センターだけでは対応が難しい分野と思われますが、関係所管との連携等の意識があるのか、ご意見等お聞かせください。

○消費生活総合センター所長 さいたま市の高校生に対しての施策は、市民であっても市外の高校に通っている場合も多く、市の中だけで行うのは難しい要素があります。他市の計画等を参考にしたい方法を検討していきたい。

○消費生活総合センター所長補佐 補足として、今消費生活総合センターでは相談支援係で高校の校長会に出向いて、消費者教育の必要性を説明する予定になっています。高校生に対する消費者教育があまり進んでいない状況は問題視しており、教育委員会への働きかけが必要と考え、校長会への参加を予定したものです。

○松苗弘幸会長 関係所管におけるそれぞれの消費者教育をまとめていただいていると思いますが、どれも担当課が1つになっている。センターと関係部局との連携の動きはありますか。

○消費生活総合センター所長補佐 連携については、例えば消費生活展では環境局や水道局に参加してもらっています。表では担当所管が記載されていますが、リンク先の示し方など今後模索し

ていきたい。

○飯岡広子委員 県として消費者教育を行っている中で、連携協議会を実施していて、現場の事情が報告されてくる場合があります。高校生については選挙権が18歳になるという問題の中で、未成年者取消しの問題など、消費者教育を前倒しで進める必要性が教育委員会側から出ています。こうした連携協議の場の設置も有効ではないかと思えます。

○松苗弘幸会長 さいたま市の中でも協議を行っている場があると思えますので、その状況と、今回の消費者教育推進計画との関係で協議会に変化があるのかどうか実状を教えてください。

○消費生活総合センター所長補佐 消費生活総合センターが主催する消費者行政庁内連絡会議を設けており、変化として、会議のメンバーである関係課所の所属長に消費者教育が浸透してきています。今まで全庁的に消費者問題が浸透していなかったが、数年前の多重債務問題以降、庁内各所管においても消費者問題の重要性が認識されるようになってきています。そこで消費者教育推進に向けた実態調査の結果が資料に示したものとなっており、地道ながらも消費者教育を進めてきている状況です。

○松苗弘幸会長 この場を消費者教育の協議会とすることについても、他部署への影響など、ここで決めたことにどれだけ実効性を持たせられるのかということも議論になったことですし、他部署との連携等は委員の皆様も関心のあることと思えますので、せっかく計画を決めていくには、こうしたことも意識して意見を述べていきたいと思えます。

○池上憲二委員 確認ですが、今日出された資料は、計画を作るにあたりイメージマップに当てはめて現状さいたま市内で実施されている消費者教育を整理した事実の報告までで、次回概要が示されるということは、これを踏まえて弱い部分に対してこうしていこうといった案が提示されるという理解でよろしいでしょうか。

○消費生活総合センター所長補佐 その通りです。今回の調査でわかった弱い部分への対応、併せて継続してやっていくもの、強化すべきもの、そうしたものを精査して計画に結び付けていく予定です。

○池上憲二委員 今回の資料だけでは弱い部分はわからないと思えます。どの世代・分野に相談案件やトラブルが多いのかを踏まえた上で、そこを重点的に教育することが必要だと思えます。ただ漫然と全体的にすればいいものではないと思えます。イメージマップのどのあたりでトラブルが多いのかを整理をした上で、実施状況と照合して整理をしていく必要があると思えます。

○消費生活総合センター所長補佐 その通りです。精査の方法は今後検討の余地があると考えています。

○**松苗弘幸会長** 先程の高校生期の対策として、例えば講義を増やすというのが計画ではなく、原因も含めて改善をしないと計画としては意味がないと思いますので、ある程度の問題点は資料で分かりますが、問題点の在り処や重大性についてはより精査が必要と思います。

○**滝澤玲子委員** 実際の計画の主体、そこに関わる市民が見えてこない。この資料は行政から見たもので、市が実施していることは理解できるのですが、行政以外でも多種多様な消費者教育がこれまでもいろいろな場面で行われていますが、これについてどのように取り込むのでしょうか。こうしたことは大事なことと思いますし、何らかのリサーチやヒアリング等を行う予定なのか。地域が見えてこない、行政がやっただけの数字で消費者教育をとらえていくのか。消費者教育の課題というのは大まかには核となるものがあるのでしょうか、実施する場のイメージが持てなかったのこうした点を考慮していただきたい。

○**松苗弘幸会長** 実施する場というのは、学校内、公開講座、いろいろあると思いますが、年齢や地域など、より具体性のある視点ということでしょうか。

○**滝澤玲子委員** 場というよりか、主体として自治会や青少年育成会など行政以外の地域団体、生協やNPOなど、多種多様で難しいのですが、こうしたものをどのように位置づけるかということです。

○**松苗弘幸会長** 今回の資料は、センターの施策と関係所管の施策となっていますが、消費者教育の主体は行政だけではなく、消費者団体やサポーター、いろいろな部署があります。全体として最終的には消費者市民社会と銘打っているように、裾野を広げていくイメージがあると思います。その中で、年齢層、地域層、いろいろな行政以外の主体をどう関連付けていくのか、計画にどう反映していくのか。素案がどこまでできているのかわかりませんが、これも踏まえて計画を考えていただければと思います。

○**消費生活総合センター所長** 滝澤委員のおっしゃる通りです。資料 1-1 は国がまとめたイメージマップですが、さいたま市としてはこれを参考に、さいたま市独自のイメージマップができればよいかと思っており、事務局で詰めて案を提示したいと思っています。それに対して皆様からの意見をいただき、反映できればと考えています。

○**松苗弘幸会長** 私たちの方で、こうした世代にこうした教育というイメージを膨らませ、それを事務局で取り込んでいけるかどうか。そのものを取り込みではなくとも趣旨を取り込むなどして、さいたま市特有のものとして反映できればよいと思いますので、皆様からもご意見いただけるといいかと思います。

○**石田恆子委員** 根本的にはトラブルを減らしていくのが目的であって、何をやっていくかではなく、トラブルが増えては駄目で減らしていかなければならないと思います。増えているトラブルをどうやって教育で減らしていくかという点が一番大事かと思います。

○松苗弘幸会長 池上委員からも意見があった通り、どこがどのように被害が増えていて、だからそこに、どういう重点の教育をしていくのか、あくまでも被害との均衡で考えていかないといけないと思います。後ほど現状の被害状況については説明していただけるのでしょうか。

○消費生活総合センター所長 資料に消費者行政の概要をつけさせていただいており、後ほど議題の説明の中で、被害状況について報告させていただきます。

○松苗弘幸会長 それも踏まえ、計画の中でさいたま市としてはどこを重要視すべきなのか、次回までに皆様もイメージを考えていただければと思います。

今日は事実状態を報告していただいた訳ですが、これをどう計画の中にとというのが次回になると思いますので、引き続きよろしく願いいたします。

続きまして、議題2の「平成26年度消費生活基本計画進捗状況について」事務局より説明をお願いします。

○消費生活総合センター所長

〔消費生活基本計画の説明〕

消費者を取り巻く情勢の変化や、国の動向に的確に対応するため、平成20年7月制定の「さいたま市消費生活基本計画」の見直しを行い、平成26年4月に、平成32年度までの7年間を計画期間とする、「さいたま市第2期消費生活基本計画」を制定しました。

以下概要版リーフレットに沿って説明

「1. 計画の目的と位置づけ」

本計画はさいたま市消費生活条例に基づき、市民の消費生活の安定及び向上の確保のため、各施策の総合的かつ計画的推進を図ることを目的とし、市の消費者行政の基本指針とするもの。

「2. 計画の全体像」

「さいたま市消費生活条例」の目的である「市民の消費生活の安定及び向上の確保」を目指す、基本計画の構成の流れを示したもの。「さいたま市消費生活条例」第2条に定める各権利に対応する諸課題を消費者問題の現状に照らし合わせて抽出し、これらを解決するため、4つの基本的方向に集約して施策を展開し実施していく構成。

「3. 計画の総合指標」

審議会やパブリック・コメントでの意見を取り入れ、消費生活センターの認知度を総合指標として採用。

「4. 施策展開の基本的方向」

4つの基本的方向から施策の展開を具体的に示すもの。他部局が所管する事項も多いため、庁内連絡会議を適宜開催し、関係各署と連携を取りながら、消費者行政の総合的かつ計画的な推進を図っていく。この中で色付けした3つの項目を、特に重点を置いて取り組んでいく。

「5. 施策展開における重点」

「高齢者の消費者被害対策の強化」

近年高齢者の消費生活相談件数は増加傾向にあり、内容的にも、高齢者の消費者被害は悪質

で深刻な被害の案件が多く、今回取り上げている3つの重点の中でも最重点項目と位置づけ。高齢者に対する施策の強化は、高齢者本人対象の施策だけでは限界があり、高齢者に日頃接する人への働きかけも、有効な対策。加えて、積極的なあっせんの実施や、民生委員、地域包括支援センター等関係機関との情報共有や連携の強化を具体的な施策とする。

「消費者教育の推進」

生涯にわたる総合的・一体的な消費者教育の推進が求められる中、消費者教育推進計画の策定や消費者教育地域推進協議会の設置、学校教育及び社会教育機関等との連携の強化を具体的な施策とし、市民のライフステージに応じた体系的な消費者教育を推進。

「事業者指導の強化」

従来来所する事業者を中心に行われていた事業者指導を強化して、相談カード等の相談実績を活用した指導の強化を具体的な施策として取り組む。

「6. 計画の進行管理について」

毎年度、具体的施策の進捗状況を施策ごとに設けた評価基準に従って調査し、これを消費生活審議会に諮って評価・検証を行い、次年度の施策に反映。

「7. 計画の期間」

市の総合振興計画基本計画と合わせて平成26年度から平成32年度までの7年間。消費者行政を取り巻く状況の変化は激しいため、計画期間中であっても審議会の意見を聴いたうえで、必要な見直しを図る。

〔計画の進行管理の説明〕

資料2に沿って説明

計画の進行管理のイメージ図と計画の調査・検証・評価・改善の流れ。

【事業担当課所による実績報告・自己評価】

各事業担当課所に対し、基本計画に定めた個別の施策について、実績報告・自己評価を依頼。各担当課所は各施策について調査票により作成し報告。

【審議会への報告】

消費生活総合センターが調査票を取りまとめて総合評価となる2次評価を作成、本市における消費者行政に関する施策の実施状況を全庁的に把握し、審議会に報告。

【審議会の評価】

審議やヒアリングを行なった上、審議会としてのご意見やご指摘をいただく。審議会が事業内容等について確認の必要があると認めた場合は、事業担当課所とのヒアリングや文書による質疑応答を実施。

【消費者行政庁内連絡会議】

審議会からの報告を皆様に伝え、次年度以降の各局の施策実施に反映させることを考えております。

〔平成26年度の基本計画の実施状況〕

〔各課所からの調査表を取りまとめた2次評価〕

評価の基準は星の数で5段階評価

今回は第2次基本計画として1年目の調査であるため、前年度の比較は無し。

計画全体としては星3つで「順調に取り組まれている」という結果。4つの基本的方向別でも、4項目すべてで星3つの評価。第1項目では「(1)消費者の安全・安心の確保」の中の「①総合的な食の安全対策の推進」と、「(3)消費者被害への機動的な対応」の中の「③事業者に対する指導の強化」においては、星4つ「特に優れて取り組まれている」。一方で、「(1)消費者の安全・安心の確保」の中の「②生活環境の安全対策の推進」と、「(4)消費者意見の反映の促進」の中の「②事業活動、市の施策への消費者意見の反映の促進」では、星2つ「おおむね取り組まれている」で、取り組みの強化が求められる。

[各施策実施担当課による「個別調査」]

施策ごとの詳細な調査・報告結果。個別の施策内容と実績、所管課の評価等につきましては時間の関係上、説明は省略。計画の進捗状況を掘り下げて観察し、施策ごとに見直し等を検討していくには必要な資料のため、後ほどご確認いただきたい。

[意見書作成依頼]

以上の結果をご確認いただき、ご意見やご指摘等いただきたいと考えておりますが、先程も申し上げました通り、各施策の詳細などはこの場ですべてを確認していただくのは時間的に難しいため、資料をお持ち帰りいただき、後日郵送でご意見をいただきます。配布した意見書及び返信用封筒にて、9月10日（木）までにご投函をお願いいたします。意見書の書式は自由、配布の書式以外、自由に作っていただいて構いません。いただいたご意見等につきましては、消費者行政庁内連絡会議にて担当各課にフィードバックし、次年度に向けて施策の検討・見直しに活用させていただきます。

以上で説明を終了します。

○松苗弘幸会長 事務局から「平成26年度消費生活基本計画進捗状況について」説明をいただきました。資料2は分量もあり、今の説明では意見書にて9月10日までに提出いただくのが1つの方法ですが、この場において、ご意見ご質問ございましたらお願いします。

○吉川尚彦委員 評価については、本来目標があって、それに対して付けるものだと思うのですが、例えば41番の「保護者対象の消費生活に関する学習会等の実施」では、実績1件に対してBという評価なのですが、理由に書かれている内容では基準がよくわからない。これから計画を作っていく上で、情報提供ではAかBが多いようですが、誰の評価なのかわかりにくい。

○松苗弘幸会長 1つ具体例を出されましたが、評価基準についてご説明ください。

○消費生活総合センター所長 今回の調査については、担当部署でそれぞれ評価をしていただき、消費生活総合センターでは関与していないので、今後はこうした点も踏まえて検討していきたい。

○池上憲二委員 別の審議会委員、花とみどりのまちづくり委員もやっています、この中でもみどりの基本計画があり、同じように各課がみどりに関する施策に対して自己評価した結果を持つ

てきています。違いは、みどり推進課がそれに対して意見を述べているのです。各課が自己評価したそのままのデータを渡されても難しい。全体の計画を考慮して担当課の判断・見解を踏まえて報告していただくと、それに対しての意見等が言いやすいと思われます。

○松苗弘幸会長 私の方でも 36 番高等学校に対する消費者教育の推進では、A という評価をしているのですが、さいたま市立高等学校 4 校での取組がされていますが、さいたま市内にはもう少し高等学校があると思います。そうした中で 4 校での実施ができて A という評価は、今まで踏み込めなかったところに 4 校できたから A という意見がある一方、今回は新しい基本計画となって初めての年度なので従前との比較が無いという話でしたが、データ以外での理由が見えてこない、A という評価が妥当なのかどうか分からないと感じたところがありました。今回この審議会だけで、このすべてのデータを見ることは難しいと思いますし、見てもわからない部分があるかもしれないかもしれませんが、9 月 10 日までに意見を出した際、それに対する回答が次回提示されると考えてよろしいですか。

○消費生活総合センター所長補佐 ご指摘の通り 9 月 10 日までご意見をいただき、それを消費者行政内連絡会議にて、所管課長にフィードバックします。そこで改善等の各所管からの意見をまとめて、審議会で報告できればと思います。また、会長より先程 4 校だけとご指摘がありましたが、実はさいたま市立の高校に特化しているためであり、ご理解いただければと思います。

○松苗弘幸会長 この場で述べた意見は議事録に載せて公開されますが、意見書に書いた意見は公開されるのでしょうか。

○消費生活総合センター所長補佐 意見書の内容についても公開するのであれば、審議会の場において諮っていただければと思います。

○松苗弘幸会長 意見を出した以上、事務局から回答をいただくことは前提と考えますが、その点はみなさんよろしいでしょうか。

○各委員 (異議なし)

○松苗弘幸会長 そうしますと、回答の際、どんな意見に対する回答というのが無いと、ただ解答だけになってしまいます。意見としてすべて議事録に載せる、又は載せない、もう 1 つは、次回の審議会の中で、意思表示のあった意見は載せる、といった選択肢があると思いますが、その他の方法についてご意見ございますか。

○池上憲二委員 先程話したみどりの基本計画で一番問題になったのは、担当課が別の課に対して事業の要請をせざるを得ず、他の課に意見を言うこととなります。こちらでは重要な事業でも先方にはそれほどでもないことは多々あり、これをどう推進していくかが議題になりました。結果、担当課が推進していくという事業に対して、審議会がこれをバックアップするという位置付けに

なりました。こうした形を取らないと、他の課に意見するのは難しい。今回各課が自己評価したものに対する意見を言っただけでは、バックアップにならず、単なる質問で終わってしまう気がします。10日までの意見を集約した上で、担当課としてどうしたいという意見を是非出していきたい。それに対して次の審議会で審議していかないと、バラバラの意見の寄せ集めになってしまう気がします。

○松苗弘幸会長 意見書を出して、問い答えだけでは議論も膨らまず、問いの答えに対して意見を載せていく場になっていくと思います。本日の段階で意見についてすべて載せると決めるのではなく、意見に対する回答はいただきます、次回審議会にてこれを共通認識として、これに対して必要に応じて意見を述べていただき、これを議事録に載せる形でよろしいですか。

○各委員 (了承)

○消費生活総合センター所長 担当部署としては、困難な事業をやっと実現したというものもあります。消費者行政としては、こうしたことをやっていきたいというものがあっても、担当部署としては要望されても件数的に実現困難なものもあります。学校での消費者教育も進めていますが、カリキュラムの中で時間を確保することが難しいこともあり、やっとできたものとして評価している事情もありますので、こうした点もご考慮いただきたいと思います。

○松苗弘幸会長 では9月10日までにご意見のある方はご提出いただくようお願いいたします。この場でご質問等はある方どうぞ。

○江森信行委員 この審議会は、トラブルを無くすことが目標で、それに対しての施策を、外の団体を含めてどう調整してやっていくかが問題だと思うのですが、そばやスイーツの教室がなぜ消費者行政につながっているのか、ご意見をうかがいたい。

○消費生活総合センター所長 消費者行政はかなり広範囲で、国の事務の4分の3は消費者行政だと言われるくらいです。食育や環境教育と言った部分で、市民社会が上手く動いていくように考えている部分もあるようで、消費者トラブルの対処だけに限らないようです。

○江森信行委員 幼児期からの世代ごとの食育では、それぞれ異なる目標があると思いますが、施策の実施とその効果がつながりにくいものですし、一方で、農業イベントでは10万人以上集めたけれども評価がBというのもあり、なかなか分かりにくいところがあります。消費生活センター側で、計画の趣旨に合わせて調査結果に手を加えて提示していただけると、審議会としての受け止め方や後押しの部分が出てくると思います。

○松苗弘幸会長 個々の施策は現場での雰囲気や達成感、アンケート結果などがあるのですが、こうして表にまとめると数字だけが残ってしまい、見えてこない部分があると思います。現場での問題意識など、数字ではない部分で、コメントなど消費生活を扱う担当としての方針が見えて

こないと、ただ来たものを転記したようになってしまいますので、これを意識して、これから出る意見等へ回答いただきたい。

○廣田美子委員 消費者トラブルは消費生活センターでは重要だと思いますが、消費者教育としてみた場合、食の部分や環境の部分、暮らし全般が消費者教育につながるものになってきますので、こうした部分の教育を含めると、各課が縦割りでやっている隙間事案が出てくるかと思えます。庁内連絡会議などを通じて連携を強化していただき、審議会がそのバックアップなるよう働きかけていただきたいと思えます。

○消費生活総合センター所長 基本計画の中で各課が自己評価したことに対して、審議会ですらこうした意見をいただいたというのは、かなり参考になると思えますし、これをもとに事業の後押しにもなっていくと思えます。

○松苗弘幸会長 機能的食品の問題がタイムリーな話題なので、食育についても重要であり、重点化してほしいといった意見でもいいと思えますので、皆様ご提出いただきたいと思えます。

○池上憲二委員 基本計画の総合指標の認知度について、中間報告はいつされるのでしょうか。

○消費生活総合センター所長 評価の方法が、ネットを使った市民意識調査になるのですが、いろいろな啓発活動等を実施していて、自治体連合会のチラシ配布の了解も得ているので、認知度が上がっていただければ期待しているところです。まだ26年度以降調査が実施されていません。

○消費生活総合センター所長補佐 池上委員が所属されている団体にもご協力いただいたり、消費者団体さんと行政とコラボレーションで活動して認知度向上のための努力はしているのですが、評価の方法が、ネットを使った市民意識調査になるのですが、現時点で結果が見えていないため、危機感を持っています。26年度は対象となる調査をまだやっていない状態ですが、調査方法もいろいろなやり方を模索して進めていきたいと思っております。できれば委員の皆様の協力もお願いいたします。

○松苗弘幸会長 数字を決める際にもより高い目標をとということで70%にした経緯があります。他方、媒体手段も変化し、いろいろなアイデアをいただいて、皆様のご協力がいただければと思えます。

○飯岡広子委員 パブリシティの活用については、例えば記者発表や年報等の集計結果をメディアに取り上げてもらうなどで、新聞等の読者も多く、認知度が上がるのではと思えますが、状況を教えていただきたい。

○消費生活総合センター所長 消費生活展や消費生活セミナー実施時に投げ込みを実施していますが、毎回の啓発活動ごとに記者発表等はしていないのが現状です。FMラジオや市のホームページ

ジでの情報提供も行っています。

○飯岡広子委員 予算に限りがある中でのパブリシティの方法としては、新聞記者は消費生活に関する記事を重要視されていて、県では資料提供をすると記事にさせていただくことが多い。今回埼玉新聞の一面が県の年報の記事になっている。こういった事にも力を入れていくといいのではないのでしょうか。

○消費生活総合センター所長補佐 マスコミを使うことが一番効率的であることは承知しています。予算が無い中で、お金がかからない周知の方法はありとあらゆるものを試みていますが、なかなか結果に結びつかない現状があり、草の根活動も地道にやっていく必要があると考えています。7月からホットダイヤル188が運用開始しました。さいたま市としては消費者庁に188の周知の強化を要望し、それに伴い認知度向上につながると考えています。このようにいろいろ活動していますので、ご理解いただければと思います。

○松苗弘幸会長 ここではさいたま市の消費生活センターの認知度となっていますが、センターそのものの認知度を上げていく必要性は各市町村にある訳ですから、他の市町村と連携することで、マスコミも取り上げやすくなる、といった取り組みもあると思います。

○消費生活総合センター所長補佐 埼玉県やさいたま市がメンバーに入っている、中部地区消費者行政推進連絡協議会の中でも意見交換したのですが、認知度向上に対しては自治体によって温度差があります。

○江森信行委員 認知が進まない理由が多く残念です。70%達成するには媒介の活用含め検討すべきというご意見がありましたが、埼玉新聞は読者層に偏りがあり、一般市民に届きにくい欠点があります。一面や経済面に載れば効果はあると思います。記者クラブが目の前があるので、7年間期間はありますが、今から働きかけて記事にしてもらおう努力が必要ではないでしょうか。FM浦和もエリア拡大されるので活用してはどうでしょうか。

○飯岡広子委員 県センターでは記者から直接コンタクトがあることも多く、ホームページ掲載の相談事例を見て記者が掲載したいとアプローチしてくることもあります。こうした時に、「消費生活支援センターによると」と一言入れていただくことでセンターのアピールにつながると思います。

○消費生活総合センター所長 今年度は、庁内職員に向けた周知として、職員用システムでの啓発も始めました。FMでもさいたま市消費生活センターの枠での放送を継続しています。皆様からいただいたご意見についても、今後検討していきたいと思っています。

○松苗弘幸会長 それでは、議題3の「平成26年度さいたま市消費生活相談状況について」事務局より説明をお願いします。

○消費生活総合センター所長 議題3について、説明。

平成26年度の相談件数（8ページ）

市内3センター合計9,322件、平成25年度に比べ14件減少とほぼ横ばい。86.6%が電話による相談。契約当事者の年代別件数（9ページ）

40歳代が最多、続いて70歳以上。70歳代以上は前年度比減少、他の年代では横ばいあるいは増加傾向。

相談内容別件数（12ページ及び13ページ）

1位「デジタルコンテンツ」で、年代別でも70歳以上で1位となり、全世代で増加。デジタルコンテンツの内訳は、アダルト情報サイト、有料サイト利用料の架空・不当請求、出会い系サイトが主な内容。デジタル機器利用の急速な普及を背景に今後も増加が続く見込み。上位10位で増加が顕著だったもの、5位「インターネット接続回線」、8位「携帯電話サービス」。「インターネット接続回線」は60歳代が平成25年度の2.3倍に増加。「携帯電話サービス」は、遠隔操作によるプロバイダ変更トラブルや光回線サービスの卸売、移動通信とのセット販売による影響。インターネットやスマートフォンが幅広い年代層で普及する一方、複雑な契約内容をよく理解できないまま契約に至りトラブルが発生している状況。

無店舗販売に関する相談（14ページ）

件数4,721件で増加傾向。通信販売が増加。電話勧誘販売・ネガティブ・オプション、送り付け商法の終息で、ほぼ例年の水準に戻る。電話勧誘販売のインターネット通信サービスに関する相談が平成25年度比273.1%と急増、光回線サービスの卸売によるセット販売等が影響。

高齢者に関する相談（16ページ）

70歳以上の高齢者の相談件数が相談全体に占める割合、送り付け商法の終息で前年度より減少も、17.0%と高止まり。

第三者からの相談、30歳代から60歳代では10%未満に対し、70歳代15.1%、80歳以上37.4%と急増。平成25年度に民生委員等への見守り依頼を開始、80歳以上の第三者からの相談が、平成24年度36.0%、平成25年度36.6%と微増傾向となり、多少効果が表れたと思われる。

相談内容件数、はがきによる架空・不当請求の増加で、「商品一般」が平成25年度より25件増加の141件。布団の訪問販売購入歴のある人へのはがきが目立つ。「光ファイバー」は遠隔操作によるプロバイダ変更等による。高齢者のパソコン、スマートフォン等情報端末利用が一般がするも、扱いに不慣れな点を狙われ、相談件数も増加。

「ファンド型投資商品」等投資関連相談は、件数大幅減だが、70歳以上が占める割合53.9%で、高齢者がターゲットであることが明白。

販売購入形態別の割合、無店舗販売では「通信販売」が3割を占めるが、高齢者ほど割合低下。

「訪問販売」と「電話勧誘販売」は、全体に占める割合より高齢者割合が高い。特に80歳以上では「訪問販売」と「電話勧誘販売」の合計が約4割に及び、日中在宅することが多い高齢者が勧誘のターゲットに。

処理結果の割合は、「あっせん」の割合が、全体9.8%に対し、70歳代12.8%、80歳代16.5%。高齢になるほど、自主交渉による解決が困難な場合が多い。

以上で説明を終了します。

○松苗弘幸会長 ご質問、ご意見等ございますか。先程の消費者教育との関連で、こうしたデータを踏まえつつ、重点を考慮した計画についての説明をしていただくことで、この点は以上とさせていただきます。それでは、議題4の「その他」ということで、何かありますか。

○消費生活総合センター所長補佐

[平成26年6月改正 消費者安全法対応について]

①消費者安全確保地域協議会

◆イメージ図の提示（消費者庁提示・松苗会長提供・高齢福祉課作成）

見守りのためのネットワークの形成については庁内において福祉部門（高齢福祉課）にて取り組んでいる他、危機管理部門（安心安全課）でも「高齢者の安全対策」として取り組み始めているなど、庁内でも複数の部門で施策の実施において必要性が生じている。

形式的な協議会の設置よりも、実質的な見守り体制の実現や連携による相談対応を増やすことがより重要と思われる。

庁内関係所管と調整を進め、有効な見守り体制の構築に向けて対応を進めていく。

◆消費者被害防止サポーター状況

さいたま市から県で実施したサポーター養成講座の修了者は17名（うち14人が解散した岩槻くらしの会のメンバー）

ここ数年、さいたま市として活用実績なく、県内他市からも活用が難しいという意見を聞いている

活用方法について、ご意見等いただきたい。

②消費生活センター設置条例

現状、さいたま市事業所事務分掌規則、さいたま市消費生活相談員設置規則で定義されているものの、消費者安全法が求める設置条例の要件満たしていないため、新たな条例を制定（平成28年4月予定）、現在素案を作成し、法制担当部局・人事部局と協議中、原則消費者庁のモデル条例案に従った内容に）

○相談支援係長

[公式マスコットキャラクター作成報告]

さいたましょうこちゃん、相談員さん

[消費生活展案内]

10月18日（日）さいたま新都心駅自由通路で10時から16時まで

さいたま市消費者団体連絡会や当審議会委員の各所属団体のご協力による

パネル展示、クイズラリー、フードドライブ、寸劇

10月3日（土）、10月10日（土）コクーンシティイベント広場にて消費生活展のPR活動

[イベント等での啓発活動]

7月1日（水）北区防犯デー（場所：プラザノース）にブース出展

県の啓発タブレットや啓発チラシ活用

10月9日（金）消団連協働による大宮駅西口デッキでの啓発ティッシュ配布キャンペーン

10月17日(土) 桜区区民まつりで消費生活展PR(場所:桜区役所)
10月31日(土) 大宮区区民まつりに出展要請(場所:ソニックシティ)
11月1日(日) 岩槻マルシェ in 目白大学で若者向け啓発(場所:目白大学岩槻キャンパス)
11月1日(日) 浦和健康まつりにブース出展(場所:コムナーレ)
11月6日(金) 北区防犯啓発キャンペーン(場所:ステラタウン)にブース出展
11月7日(土) 南区区民まつり(場所:浦和競馬場)にブース出展
11月14日(土) 西区区民まつりに(場所:三橋総合公園)出展要請
12月9日(水) 桜区防犯防災講演会(場所:プラザウエスト)にブース出展
〔教育委員会との連携として各校長会への参加〕
9月2日(水) 市立高等学校(市内4校)の校長会
10月9日(金) 小学校(市内103校)の校長会
10月14日(水) 中学校(市内57校)の校長会

○松苗弘幸会長 高齢福祉課で進めている見守りネットワークは身体的要素が強く、消費者被害までなかなか手が回らない現状。高齢者等消費者弱者に対する取組として、まず関係機関で連携し、ネットワークを生かしながら、消費者被害にある程度精通したサポーターを養成して活動していただき、見守りネットワークの輪を広げていくことで、高齢者等の弱者が消費者被害に遭った時にセンターにつながりやすい流れを作っていくことが、ネットワークのイメージ図と思っています。現在高齢者のネットワークに参加している多忙なメンバーにどのように広げていくか、サポーターの養成・活用をどうしていくかが課題となります。

○廣田美子委員 県のサポーターになっていて、年1回フォローアップ研修を受けていますが、市からの依頼が無く活動していない状況です。集まりの場などで地道な活動をしています。さいたま市と連携して何かできればと思っていますので、是非お声掛けください。

○飯岡広子委員 県でも市町村での活躍の場がないという意見も聞いており、どういったところがネックなのかを考えていく必要があると思っています。

○松苗弘幸会長 基本計画の57でも、消費者リーダーの育成と活用について実施しなかったとなっており、さいたま市においても是非検討をお願いします。

○中村弘毅委員 認知度の話ですが、市のホームページでは10月の消費生活展について掲載されていません。その他、様々なイベントを先程紹介していただきましたが、ネットを更新するだけでも検索順位が上がりますので、費用もかけずに認知度を高めることができるかと思います。今の世代は紙媒体をあまり見なくなっており、様々な広告やFMの話もありましたが、弁護士会でもいろいろな媒体を使っても響かないのです。そうした中でネットが一番身近で、高齢者もかなり利用するようになってきているので、ホームページの活用も有効ではないかと思います。

○消費生活総合センター所長補佐 消費生活展のホームページ掲載はこれから実施するものになり

ますが、ご意見を参考にさせていただき、活用させていただきたいと思います。

○松苗弘幸会長 [委員へ意見等の有無を確認]

○各委員 [意見等無し]

○松苗弘幸会長 [議事を終了し、司会を事務局に返す。]

○消費生活総合センター所長補佐 ありがとうございます。

[議事録への署名の件について手順等確認]

[次回の審議会については日程確定後通知する旨連絡]

[5期第4回さいたま市消費生活審議会を閉会]

散会 (午後4時05分)