

5期第6回さいたま市消費生活審議会

期 日	平成28年5月25日(水)
場 所	さいたま市役所
会 議 時 間	開会 午前10時02分 ~ 閉会 午後0時02分
出 席 委 員	会長 松苗 弘幸 委員 中村 弘毅 亀崎 美苗 飯岡 広子 渡部 貞一 鈴木 正美 吉川 尚彦 石田 恒子 池上 憲二 滝澤 玲子 柳川 淑子
欠 席 委 員	宮西 陽子 江森 信行 廣田 美子 笠原 朝子
日 程	1 開会 2 議題 (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) (2) その他 3 閉会
配 付 資 料	<ul style="list-style-type: none"> ・ 次第・委員名簿 ・ 座席表 ・ 資料1 さいたま市消費者教育推進計画(素案) ・ 資料2 消費者教育推進計画素案作成に対する審議会委員の皆様からのご意見 ・ 資料3 平成28年度さいたま市消費者フォーラムチラシ
傍 聴 人	なし
会 議 録	別添のとおり
出 席 職 員	市民生活部長 木島 泰浩 (幹事) 消費生活総合センター所長 小池亮太郎 (書記) 消費生活総合センター副参事 酒井 利和 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所長補佐 齋藤 路子 消費生活総合センター消費生活係主査 荒川 尚志 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6回さいたま市消費生活審議会 会議録

平成28年5月25日(水)

開 議 (午前10時02分)

○川島所長補佐

〔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〕

〔事務局職員の紹介〕

〔部長挨拶・退席〕

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 みなさんおはようございます。最近気温の寒暖も激しくて、私自身も体調を崩しましてまだ喉を傷めておりまして途中咳込んだりしてお聞き苦しいところがありますがその点ご容赦いただければと思います。本日も皆様方からいろいろなご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。事務局の方で今日は傍聴者の方はいらっしゃいますでしょうか。

○川島所長補佐 本日は傍聴者はございません。

○松苗弘幸会長 わかりました。それでは最初に、議事録の作成に係わる委員の氏名を行いたいと思います。これは事務局で議事録を作成しましたら、内容等を確認していただき、署名をして頂いて、承認をして頂くものです。私のほか、「中村委員」と、「滝澤委員」をお願いしたいと思います。よろしいでしょうか。

○両委員 承諾

○松苗弘幸会長 それでは、両委員には、審議会を代表して、事務局で議事録を作成しましたら、内容等を確認していただき、承認の署名をよろしくお願いいたします。それでは、本日の議題ですが議題1としまして「消費者教育推進計画について」ですが、こちらは消費者教育推進に関する議題ということで、前回に引き続き第3回目の「消費者教育推進地域協議会」として協議させていただきます。これについては、第3回審議会での審議の結果、当審議会を協議会とみなして進めていくことにするという決定に従うものになります。なお、本協議会の設置については、消費者庁ホームページの消費者教育推進協議会設置状況のページに記載されています。それでは、事務局の方から消費者教区推進計画についてのご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。

前回の審議会で計画の骨子案を提示し、後日、素案作成に向けて委員の皆様からのご意見をいただきました。資料2は、皆様からのご意見をまとめたものです。

<意見例>

- ・消費者教育を実施する主体が行政や学校教育にとどまらないよう、様々な主体による取組につながるよう意識してほしい。
- ・消費者と事業者との格差を前提として消費者は保護されるものなので、消費者教育が単なる自己責任論につながらないように注意してほしい。
- ・「現状と課題」を一体化してまとめると、課題が具体的かつ明確的になるのではないかな。
- ・「イメージマップ」、「方向性と取組指標」で連携の内容を明示すべきではないかな。
- ・「現状と課題」において、さいたま市の特徴を説明すべきではないかな。
- ・学校教育における消費者教育の現況を記述すべきではないかな。
- ・「現状」では、年代別の特徴などに分類した記述が望ましいのではないかな。
- ・「方向性と具体的な取り組み」では教育委員会側の取組の記載が必須ではないかな。
- ・つながりを持たない社会的弱者に対して配慮して計画を策定すべきではないかな。
- ・「基本的な考え方」はよりわかりやすい表現で、内容もより分かりやすくすべきではないかな。
- ・「消費者市民社会の担い手」に対する考え方を明確にすべきではないかな。
- ・「イメージマップ」はライフステージ別に重点課題を明確にし、審議会で意見交換すべきではないかな。
- ・計画策定済の他政令市の事例を参照してはどうか。
- ・要点をまとめて記載し、詳細データは資料編にしてはどうか。
- ・サポーターの活用についての考え方を明記すべきではないかな。
- ・「具体的な方向性と取組」は連携のイメージ図が必要ではないかな。
- ・イメージマップは市民が見てわかるような記載方法を。いただいたご意見のすべてを反映しきれてはいませんが、参考として、今回素案としてまとめました。

<資料1>構成案は、基本このとおり、取組事業一覧など詳細な情報については資料編とすることも検討。

「基本的な考え方」…骨子案から大きな変更なし。「基本的な考え方」という表現や、内容について、より市民にわかりやすいように検討。具体的に、わかりにくい部分はないかな。

「現状と課題」、「A. 現状」…冒頭に、さいたま市についての説明を入れた上で、相談データを用いた分析で、平成27年度までの相談データを反映。分析の切り口や、図や表の取り入れ方など、工夫点はあるかな。

「B. 課題」…項目は骨子案の時と同じ、現状を踏まえての説明文を追加。項目の選定、各項目のまとめ方はわかりやすいかな。

「方向性と具体的な取組」…5つの方向性とそれぞれの取組指標。指標としては具体的にとらえることができる施策・取組を項目出し。5つの方向性は骨子案の時と同様。方向性そのものや中味

の指標について、どうか。

「イメージマップ」…骨子案の時と同様「わかりにくい」などご意見あり、ご提案希望。

「取組事業一覧」…現在の取組事業。昨年度の調査結果なので、今年度の調査をまとめた上で、平成 27 年度までの実績を反映予定。

「用語解説」…未作成。

<策定までのスケジュール>、さいたま市議会への報告の時期 6 月から 9 月。その他は前回提示と同じ。

以上、一通り説明させていただきましたが、基本的な構成部分は大枠で皆様から同意いただけていると思いますが、内容については、特に、「課題」「方向性」「指標」の部分をどう決めるかが、この計画の中心になるところだと思いますので、この部分を中心に、皆様から貴重なご意見を拝聴したいと存じておりますので、よろしく願いいたします。

○松苗弘幸会長 ありがとうございます。今回の素案につきましては、事務局より事前に資料が送付され、内容について確認を依頼されていたものですが、この場を以って皆様からいろいろな意見をいただいて素案としてまとめていくものとなります。この間にも資料 2 にもありますとおり皆様からいろいろなご意見をいただいておりますが、この場においても積極的にご意見をいただきますようお願いいたします。スケジュールにもありましたとおり、7 月にまた素案の確認をした上で 8 月にパブコメの事前確認となっておりますが、恐らく 7 月 8 月の間でというのは、微調整的なお話になるかとは思いますが、次回、今回のご意見を踏まえて 7 月に素案の確認というふうな形になるかとは思いますが、その点も踏まえてご意見をいただければと思っておりますがいかがでしょうか。

それでは、とりあえず私から。「消費者教育推進法」の 2 条で消費者市民社会について定義づけが成されています。その中で、消費者が個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつというフレーズが出てくるのですが、消費者が自立を目指すことが消費者教育推進法の目的であり、今回の素案の中にも書かれています。他方で、必ずしも自立だけでは議論できない、高齢者や本人の家庭環境、学習状況などからいろいろな形が出てくる。そういった多様性を踏まえてこの消費者教育推進というのを考えていく意味では、3 ページなどで自立が困難な人を見守るということも含めてキーワードが入っています。内容としてまず疑問に思いましたのが、14 ページ B. 課題の(3)様々な担い手による消費者教育の推進と連携とありますが、内容を見ますと様々な消費者の存在や、消費者弱者は書かれてはいるが、様々な担い手の部分に関しての記述は特に触れられていない。最後の、サポーターの活用という 1 行は出てきますが、そもそも担い手そのものを育成するというのも消費生活の第 1 ステップであり、まだ初期ですのでそういう意味での担い手の育成をどう考えるか。法令 6 条や 7 条で消費者団体や事業者団体に関する努力事項がそれぞれ書かれていて、様々な担い手という点であれば消費者団体と事業者団体という関係、逆に行政が全部教育していくというわけではないですが、どのように行政が消費者団体や事業者団体を育成していくのか、担い手を育成すること、行政に頑張ってもらっていただくところですが、その後は、行政側としてのサポート、支援という話しになるので、そのあたりがタイトルとしては様々な担い手という表現については私は良いと思います。記載内容として、そこらあたりが少しリンクしていないかなと感じた点です。それから、イメージマップですが、イメージマップをどう分

かりやすくするか、これは本当に課題だと思います。私も妙案を持っている訳ではないのですが、皆様からもご意見をいただければと思いますが、少なくとも分かりにくいのが、18ページ、19ページのイメージマップは、「消費者市民社会の構築」、「商品等の安全」、「生活の管理と契約」、「情報とメディア」と結局書かれているマップが全部同じなので、これでは結局消費者市民社会の構築のためにどんなことなのか、商品等の安全のために何なのかというのが、他の部署の方は載ってはいるのですが、消費生活総合センターの施策としては全部同じになってしまっているのもう少しそこは具体的にする必要があります、かつここに書かれているのが、消費生活展などは違うのですが、講座、パネル展示、ビデオ貸し出し、パンフレット、いわゆる啓発活動の部分が主になってしまっているのもう、内容の中でも知識の提供だけではなく、3ページ目に消費者教育は、「知識を一方向的に与えることではなく」というフレーズが出てきますが、イメージマップのリンクではどうなのかと。そもそも、分類としての「消費者市民社会」、「商品等の安全」、「生活の管理と契約」、「情報とメディア」というのが何を指しているのかが、14ページの課題ないし、16ページ以下の方向性と具体的な取組に出てこないのも、「課題」か「具体的な取組」のタイトルとある程度リンクをさせるか、つながるものを何か設けないと、イメージマップと文書が分からず、イメージマップの分かりにくさにつながってしまうのではないかと。27年度の取組事業一覧と、イメージマップがどうリンクするのかもちょっと分からないのもう、イメージマップに全部具体的な施策を全部書いたらややこしくなってしまうのもう、せつかくのイメージマップと取組事業一覧となっているのであれば、そこをどうリンクするか、どういう組み合わせとなるかを考えてみる必要があるかなと思いましたが。とりあえず、意見なので、回答というものではないかと思いたしますが。

○消費生活総合センター所長 消費者団体との取組については消費生活総合センターの中で、毎月情報交換を行い、実際に事業として、5月の消費者月間に、「消費者フォーラム」という消費者問題に関する講演会などを実施しています。また、秋には「消費生活展」を実施して、各消費生活団体間のパネル展示や日頃の取組を市民の方に紹介することを新都心駅のコンコースで実施しているということが消費者団体との関わり方の現状となっております。また、埼玉県で養成している消費者サポーターとは、来月会を設けまして情報交換を予定しているのが現状であります。

○川島所長補佐 14ページの様々な担い手の部分については、会長が言われたようにサポーターもしくはご協力いただける方々の育成は必要ではないかという考えであります。計画に載せる必要性があり載せる方向で動ければと考えております。様々な担い手の定義的なものについても、行政だけでなく、様々な方に消費者教育をやっていただければよいなと思いたしたので、大変有難く思いたします。18ページのイメージマップ、たしかに4つの項目、全部同じ形で載せさせていたいただいておりますが、こういうことをやっていかななくてはいけないというもとうひとつにまとめることが良い部分もあるかと思いたします。ただし、ご意見をいただいたことでもう一度細分化したほうがいいのか、まとめたほうがいいのかもう一度精査させていただいて作成しお示しできればと考えております。また、14ページのイメージマップとのリンクのお話しですが、もう一度精査してお示しできればと思いたします。取組事業とのリンクについても、素案ということで委員さんからのご意見や事務局側からの整合性ということもございいたしますので、もう一度精査してお示しできれば

と思います。

○松苗弘幸会長 取組事業一覧については、すべてをリンクさせると大変な作業になってしまいますし、そこまでではないかと思いますが、代表的な取組とすれば、例えばリンクをしてみると分かりやすくなるのかなと思います。

○池上憲二委員 今回細かい所では荒い部分があってもいいと思っているのです。大事なのは、今回初めて作るのですから、今後何年後かに第2弾を作り、基本的な手順、作り方というストーリーがしっかりしていればいいと思っています。それを踏まえた上で考えると、まず現状ですね。相談の現状は書いているのですが、教育の計画として、現状ではどういう教育がなされているのか、そういう定義が必要なのではないのでしょうか。データの的には、後ろにたくさん羅列してあるのですが、どこの年代のどういうところが弱いのかとか、またこの辺の教育がされていないのだとか、そういう整理が抜けているのかなと思うのですね。そういった弱いところ、抜けているところがあって初めて、だからこういうことをやっていこうとしていくのが一つですね。2つ目は、それ全部行政がやるのか、それも違うのではないかと思います。先程会長が、言われたように役割分担しているのがあるのではないのでしょうか。行政がやる部分、事業所がやる部分、学校がやる部分、民間の団体にまかせる部分とそういう役割分担が無いから何かこうたくさん出てきてしまっていると思うのですね。3つ目は、この役割分担した上で、行政では特にここを今回やろうというメリハリの部分・重点的にやる部分、こういうものがあるべきなのではないのでしょうか。だから、イメージマップを見てもみんな同じという感じになってしまうと思うのですよね。

○消費生活総合センター所長 たしかに、教育の部分では、教育委員会の指導要領の中で、あらゆる各教科の中で実際にいつまでにやるという状況なので、現状では、そういったものが必要ではないかということで明記させていただきました。また、行政がやるのかどうかということですが、他との結びつきが弱い部分もあり、どの辺まで書けるか考えるところではございますが、参考にさせていただきます。

○川島所長補佐 たしかに行政だけが全てを担うのは事実無理でございます。究極というのは、消費生活相談が無くなり消費生活センターが無くなることでございます。それぞれが自立していれば消費生活センターは必要ない。ただ、現状お困りの方がいらっしゃるということでセンターがあるということでございます。池上委員からの課題がありましたが、9ページを見ていただくと平成23年度から27年度までの相談件数はデジタルコンテンツが1位で続いて不動産賃借でございます。これらを集中して啓発などをしていけば担い手になる方をお願いして本計画に組み入れていくことも必要ではないかなと。こちら側としては、そういった弱い部分を鑑みて集中して啓発していくというのもひとつの手段と考えており、啓発を進めていければと思います。

○飯岡広子委員 埼玉県でも現在策定中でございますので、なかなか悩ましいところでもございますが、後発組になります。その中で、センターが拠点化となっていく点で認識のズレというところを感じているというところがあり、消費者教育をどこがやっていくのか、国との考え方の中の違いは消費者推進教育の必要性というのがただ単に被害に遭わない消費者をつくるということ

ではなくて、合理的に意思決定できる自立した消費者の育成に加え、社会の一員としてより良い社会を作っていくために、社会の発展のために積極的に関与する消費者の育成。これを打ち出したことが消費者教育の非常に大きなポイントであり、そのところが消えてしまうとちょっとどうなのかなというところが私の基本的な問題意識です。この部分は、埼玉県庁の中でも共有されているがおぼつかないところがございます。その点が例えば弱い方だけを助けるのであれば企業の皆様や団体の方々の参画が変わってくるかと思えます。そうではなくて、より良い社会を作っていくのであれば、消費者の目線たとえばTPPとかきちんともものを見る人間になっていけば何も恐れることはなく、自らが社会の経済を変えていく、そういった人間を育てるというポジションの中でどうやっていくかの検討を行うとすれば、企業、団体の役割が変わってくるのではないかと。また、そこが欠落するとどうなのであろうかと思っているところでもあります。人を育てるところが弱いと先ほどもご意見が出ましたが、弱いところは入り込めていないという意味であり、どこが育てるのかという教育委員会が人を育てるベースメントですので、出来ていない課題の記述がされていないというのはその先を考える上で教育委員会に入ってきてもらう上で、弱くならないのではないか。教育委員会は国で定める指導要領が基本であり、義務教育と高校教育とに別れており、改正は進められて、現行でも消費者教育はありますが、課題は現実的にできていない。先生がそこまで行けない、説明できない、時間が無い。他の例で申しますと、自治体としての考え方があれば義務教育の方ではできている自治体もあるようです。そのところの記述もあればより明らかになるのかなと思われま。具体例で申しますと加須市は市内の全中学校に毎年消費者教育を実施すると決めております。予算等の限りもあるので講師は県からの派遣等を活用しており、中学3年生をターゲットにされていたかと思えます。そういった意味でも、池上委員のおっしゃった教育委員会の記述は必要ではないかと思えます。そうすると教師は忙しいので、外部講師か民間の企業か、サポーターかそういった支援のスキームもいいのではないのでしょうか。現状の記述をそのようなところを掘り起しなどもすると良いのではないのでしょうか。あと重点なのですが、他の県の例を申しますと静岡県は重点的に取り組む事項としてポイントを置き、その所で記述をしています。消費者教育の担い手の育成・活用にポイントを置いています。それは、やはりいないからでありそこに消費生活相談員の方や消費者団体、法曹関係者というところの連携を打ち出している。事業者とか、あと様々な層のところの様々な層の「足りていないところ」に高齢者・障害者・外国の方が記述されたりもしています。池上委員と重なるところは、教育委員会のところは、書き込むことによって教育委員会をいかに引っ張り込むことが必要かと思えます。

○齋藤所長補佐 教育委員会との連携につきましては、以前は中学校の家庭科の教員に啓発に行っていた経緯がありました。昨年度は、中学校だけでなく小学校の家庭科の教員及び小中高の校長会にも行かせていただきました。また、社会科の公民の授業で消費者の権利を取り扱っていたので社会科の教員にも啓発に行ってきました。実際に行ってみて、感じることは教員の方々の意識が消費者教育についてまだまだ低いのではないのかなと肌で感じております。本年度も教頭会に行き、全市の社会科の小・中学校の教員に継続して教員の意識の向上させる消費者教育について取り上げていただくように、やはり時間数が限られている中で、特に家庭科は衣食住が主になってしまうところでどれだけ消費者教育を取り上げていただけるかご理解をいただいて出前講座の

活用など啓発を進めていくところでございます。

○松苗弘幸会長 先程お話しが出たように、今の直面の被害を無くせばいいという意味ではそうですが、文章の中で自ら考え自ら行動する消費者であったり、消費者被害防止のための教育に留まらずと触れていますが、ただ他方でどうまとめていくかが難しく、例えば短期的な目標ラインと、長期的な目標で、長期的な目標を掲げた時の短期的な目標はどうするか、担い手の育成が居なければ担い手の活用が出なかったりとか、最終的な社会をどういうイメージを持ちながらどういうふうに考えるか、池上委員のおっしゃったように時期を見てどういうステップでどういう理念で計画を作ってきたのかがわかる形できちんと残せていければいいのかもしれない。そういったところを、先ほどのイメージマップであったり課題であったりに落とし込んでいくか、方向性をちゃんと示すか、かつ消費者教育その場である教育委員会に、ご意見があったように触れないことには動かないし、この法律が出来たことにはそういった教育現場の意識を変えるという意味もあると思うので、私も触れていければと思います。他に委員の方のご意見ありますか。

○池上憲二委員 質問なのですが、教育委員会などの話しなどもあったのですが、そもそも国や県と市などの役割分担というのはあるのでしょうか。

○松苗弘幸会長 役割分担というのは、法律上のという意味ですか？

○池上憲二委員 具体的に例えば消費者教育をするに当たって、国はこの部分を主にやっていきますよとか、まあ、県と市の今回の場合は難しいですけど国はどういうことをやっていこうとかそういうのはあるのですか。全部、自治体にお任せなのですか。

○飯岡広子委員 総合的な施策の策定と実施、必要な措置という言い方、責務の4条で言っているのですが、8条で必要な措置ということで財政上ある程度の支援ということを48条で言っています。それに対して地方公共団体、つまり市も県も一緒です。地方公共団体に対し、国が施策の指針を大きく決めます。それに沿った形で計画を決めて実施をしてください。実施に関しては、地方公共団体でやってくださいという法律の建付けになっています。

○池上憲二委員 国は、大枠の考え方は示すけど後は実務的にはやってくれて、予算措置的には多少出そうかなという感じですか。

○飯岡広子委員 地方公共団体の財政措置については、悩ましいですが構文上は努力義務になっています。

○松苗弘幸会長 予算の話しとお金の話しをすると、実は国と地方公共団体の関係はいろいろと難しい問題があって、もともと消費者行政については、活性化基金という形で、要は国からお金を落とす時にどういう落とし方をするかによって、足かせのつけ方と自由度というのが変わってくるという問題があったり、自治事務においてどのくらい口をはさめるかという問題があったり、消費者教育という基本的な柱としては、上から国の基本方針があって、それに基づいて県、市町

村での推進計画を考えてくださいと落とせるけど、個々の業務に関していうと国と地方自治体における役割分担のもので実施するに当たっては、この法律に基づいてというよりまた別の問題があり、学校教育でいうと学校教育の問題がそれぞれ出てきてしまう。

○池上憲二委員 ある程度、自由度はあるものの、実は実際何かやる時に他の事業の方で引っかかってくることもあるのですね。

○松苗弘幸会長 もちろんあるかもしれませんね。

○池上憲二委員 一市民としては、その辺はもっともっと自由に出来るのではないかと思ったのですが。

○飯岡広子委員 方針はありますけど、自由にはできると思いますよ。

○池上憲二委員 分かりました。

○石田恒子委員 市民としてはもっとわかりやすい記述をしてほしいです。資料は別紙でよいが、問題点を挙げて教育の方向性を明示した方がいいのでは。4ページのさいたま市総合振興計画、さいたま市消費生活基本計画、消費者教育推進計画との関係・関わりがわかりにくいです。

○消費生活総合センター所長 概要版ができて、わかりやすい図になるといいですが、まだ概要版ができておりません。

○石田恒子委員 5ページの図はわかりやすいですが、文章がわかりにくいです。

○松苗弘幸会長 素案が決まればポンチ絵なり概要版は作るのですか。

○消費生活総合センター所長 概要版は作らなければいけないもので、素案がまとまり、パブリック・コメントを行うまでには作成します。さいたま市総合振興計画は、さいたま市としての事業を示した大きな計画で、その中に消費生活部門も含まれています。

○石田恒子委員 もう少しわかりやすく記述してほしいです。5ページに期間について、基本計画の最終年度に合わせてといったことがわかりにくいです。

○川島所長補佐 期間については、消費生活基本計画の実施期間が平成32年度までになっています。今回の消費者教育推進計画は、この終わりの年度に合わせて、4年間としているものです。

○吉川尚彦委員 期間について、イメージマップと重ね合わせて、4年間で何をやるのか。4年間は期間として長いですね。最終的にはイメージマップ的なものに尽きると思います。どういう段階

でどういふことを知ってほしい、身につけてほしいのか、ポイントになる時期があると思います。最終的な計画はそれが詰まってまとまるもの。最終完成イメージを考えれば、書きぶりや表現方法も見えてくるのではないのでしょうか。

○松苗弘幸会長 具体的イメージと、市民が受けとめやすい記述。計画全体でできるか、概要版での対応か。現状やはり用語が難しいなど問題点があります。4年間の期間の中で、どういふ目標イメージを持っているのか。初めてのもので、基本計画のように目標を立てるのは難しいかもしれませんが、どういふ社会を目指しているのかを、市民に分かりやすい記述で示せるかは重要です。

○飯岡広子委員 イメージマップは難しいです。イメージマップ自体は国で示していますが、実施してきた施策は、マップの分類項目やライフステージに特化してやっていたわけではなく、いろいろなものに重なっているため、再掲に成らざるを得ず、状況を表現しきれていない。例として静岡県では担当部署ごとに記述しています。県でも悩んでいます。

○池上憲二委員 羅列されているが、濃淡が見えないですね。

○松苗弘幸会長 基本計画そのものも、重点施策と分けています。わかりやすくするのにポイントを挙げるのがいい面と、書いておくことで抜けを防ぎチェックできる面があるので、計画策定後の精査も含めて、こうした緩急も考慮する必要があります。

○柳川淑子委員 今後パブコメ等を行っていくことを考えると、市民がわかりやすいものでないと意見が出てこないと思います。基本方針を明確にすることが一番大事です。市民誰もが様々な消費者教育の機会が与えられ、様々な担い手が参加すると同時に、担い手自体も育成していくなど、大きな骨組みが見えないとならないと思います。何を目的として、どんな手段で、どういふ形を作って、どのように実行していくかがはっきりわからないと、市民がパブコメに参加し、自分の生活に結び付けて意見を出すということができないのではないのでしょうか。

○中村弘毅委員 基本的な考え方の部分は導入部であり、もっと短くていいのではないのでしょうか。大事なのは計画の内容なので、経緯部分が重くなると他が薄れてしまう印象があります。また、現状部分が消費者教育の現状ではなく、消費生活相談の現状になっていて、推進計画で示す現状とは違うと思います。教育の現状と教育の課題を対応させた方が、構成としてよいのではないのでしょうか。今回の素案の14ページから17ページが中心になってくるので、ここを膨らませる必要があると思います。また、推進計画の期間については、「4年間とする」で切らずに、今後につながるような表現がいいのではないのでしょうか。

○松苗弘幸会長 基本計画も途中の見直しや、第1期、第2期とつながっているのだから、この点は表現できると思われます。現在やっている取組が、25ページからの取組事業一覧になりますが、各所管とのリンクや連携の状況が今は見えないので、それを踏まえてまとめることで現状が見えてくる気がします。国の施策はパブコメ時に概要がつくことが多いですが、パブコメをする際は概

要をつけるのですか。

○消費生活総合センター所長 さいたま市でもパブコメの際には概要をつけて提示しています。概要は一目で見てわかりやすい資料の位置付けで、個々の詳細は本編を見てもらうことになります。

○渡部貞一委員 130万人の市民が1日1回商行為をするだけで数十億の取引が行われている中、年間約9000件の相談は多いのでしょうか。多いから何とかしようという話ではないのでしょうか。

○消費生活総合センター所長 より良い社会を作っていくことが法的な目的で、結果的に被害が無くなるのが望ましいことです。全国で約90数万件の中でさいたま市の相談は約1パーセントなので、相応の数かと思われま。県の中では約5万件の中の約9千件と、かなり多くを占めている。

○中村弘毅委員 実際に相談している人はごく一部です。相談しない人を相談させることより、個々の消費者が被害に遭わないよう自立させる方が、消費者にとっても事業者にとっても良い話だと思います。

○渡部貞一委員 16ページから方向性と取組指標とあるが、指標という言葉は不適切だと思います。ここに出ているのは事業の羅列。成果指標があった方がいいと思います。

○松苗弘幸会長 このテーマで目標値は難しいと思っています。また、相談件数を減らすことが目標ではなく、消費者市民社会を目指すことにあります。指標という言葉を用いることは要検討だと思います。

○飯岡広子委員 渡部委員の考え方は基本的なものだと思います。国では成果指標を示しているものがあります。県や市がデータを示すのは困難です。アウトプットだけでなく、アウトカムがあって指標というのはその通りだが、アウトカムを検証し、こうした形にできるというものが示せればいいですが、今のところそうしたものがない。先進的な取り組みとしてトライしてみることも一手だと思います。

○石田恆子委員 ネット関連トラブルが増えているなら、連携すべきところを考えてもらえたらいいと思います。

○松苗弘幸会長 ネットの被害を減らしていくことだけが消費者教育ではないが、重要部分ではあるので、考えていく必要があると思います。

○消費生活総合センター所長 指標として出しにくいものではありませんが、取組事業について評価をしていくには指標を設定する必要があると考えています。

○渡部貞一委員 この計画は3年なり5年でローリングしていくものと思われまますが、ただがんば

っているというだけでは、次期計画に持っていくネタがない。良くなった、悪くなった、ではこうしようというものが無いと、ローリングもできないのではないのでしょうか。

○川島所長補佐 第2期消費生活基本計画で、認知度70パーセント以上を目指すことを取り入れた経緯もあり、成果が見えれば改善にもつながるものなので、持ち帰って検討させていただきたいと思います。

○吉川尚彦委員 民間はKPI指標を用いるが、実現したいことは何かが起点となっています。地域での活動を広げたいなら参加人数、学校教育なら理解度などというのが数字の立て方ではないのでしょうか。また、大事なことは書かれているが、大事なことは何かが伝わりにくい。読むのは市民なので、自分のこととして実感できるような書きぶりを求めたいと思います。

○中村弘毅委員 弁護士として相談を受ける際は、一般消費者だけでなく、中小企業の事業者からの相談が多くて深刻です。リース取引やホームページ作成などの被害も多く、教育の必要性を感じています。消費生活センターは事業者の相談を受けられないが、こうした事業者からの相談状況を把握することはできるのですか。

○飯岡広子委員 センターに来た相談を紹介する先を回答すればよいですか。

○川島所長補佐 事業者が消費生活相談だと考えて消費生活センターに電話をかけてくることがありますが、事業者としての相談の場合は中小企業相談窓口を案内しています。庁内連絡会議を通して経済局に確認できるかもしれませんが、即答できません。

○飯岡広子委員 消費生活センターではあっせん等ができないので、中小企業相談窓口を紹介しています。

○中村弘毅委員 そうしたところで事業者に対する啓発活動はやっているのですか。

○川島所長補佐 消費生活センターの法的位置付けは消費者に対するものなので、企業に対しての啓発は行っておりません。

○中村弘毅委員 私たちの立場では消費者・事業者と分けずに、同じ相談者としてとらえています。

○飯岡広子委員 消費者教育推進法の7条で、事業者・事業者団体に対しては、消費者に知識を提供することを努力義務にしていたはずですが。広くとらえれば、事業者団体に中小企業に対する教育の努力義務が課されていると捉えられます。

○渡部貞一委員 消費者行政の観点では、大企業対かわいそうな消費者という図式で考えていますが、私どもの団体でも中小・零細事業者が多くを占め、一個人と変わらない実状です。中央会と

しては、ITの専門家をそうした事業者に派遣して指導を行っていますが、傘下企業数で約17万社あるため、全部はできません。

○柳川淑子委員 消費生活センターの相談員は、中小企業の事業主からの相談であっても、事業主としての相談なのか、個人としての要素が強い相談なのか、よく把握して振り分けて対応していると思います。中小企業からの相談に、センターがどこまで対応できるのか、できない場合にどのような提案ができるのか、情報共有が無いので認識されていませんが、かなり踏み込んで適切な助言をしていると思われます。

○飯岡広子委員 事業者であっても、一消費者としての契約に関しては、県でも助言を行ったり、斡旋まで入っています。ただし、斡旋した場合、相手先の事業者に、なぜセンターが入ってくるのかと言われた際の対応が課題であり、単純に相談を受けることはできません。

○松苗弘幸会長 中小企業事業者の消費者被害の実態があり、消費者教育をすることでの効果はあると思われますが、消費者教育推進計画として、直接的に事業者の相談を表現することは難しいです。事業者を規制する法律の話ではなく、消費者が選択することで適正な事業者と契約するように流れていくことを期待している側面もあり、事業者側にとっても制約や規制を行うという話ではないことにご理解いただきたいと思います。成果の表現は、国では統計を取って示すなどがありますが、さいたま市にそれを求めるのは難しいです。ただし、意見として組み入れ、パブコメの際、市民へのわかりやすさを踏まえて、書きぶりについて検討・工夫をしていただきたいというのが、全体的な意見です。個別の意見として、現在やっている事業内容やその評価方法などを踏まえて、課題がどうなっているのか、イメージマップとどうつなげていくのか。こうしたところが本日出された意見のまとめとなるとと思われます。

○滝澤玲子委員 「基本的な考え方」というのは違和感があります。国や市の関わりはこうした文章でなくても表せる気がします。大切なのは策定の趣旨、目標・目的です。獲得していきべき今後の中身だと思います。1年目は審議会やパブコメを経て、理解を得ながら計画を作っていくこと、その後個別施策については数値的な見直しがあるかもしれませんが、これは手段・手法の部分です。書いてもらいたいのは、さいたま市が推進計画を、基本計画と合わせながら、4年間の間にすることがまず出てくれば、とりあえず読もうかなという気がします。まず目で見てもらう必要があり、その中で消費者も一人一人考えていくものと思う。大切なことも書いてありますし、先程の中小企業の話からも消費者だけが被害者ではないことも、消費者団体の活動を通じて理解しています。策定の趣旨に書かれております、「自立し、かつ消費者市民社会の形成に寄与する消費者を育むことを目指す」ということは、一方的に被害者であることを訴えていくものではありません。さいたま市は、何を目的として目指すものなのか、を明確にと思います。個人的意見としては、枚数はできるだけ少ない方がいいです。

○松苗弘幸会長 吉川委員からもあったように、国がこう言っているから、というよりは、市としての立場として、考え方というより目的・目標という方が市民としてわかりやすいということだ

と思われま。

○川島所長補佐 逆に委員の皆様をお願いします。消費者教育推進計画策定にあたって、さいたま市の消費者教育はこうなります、こうします、と言い切れる目標・目的を、委員の皆様からご提案いただきたいと思います。今回の資料を参考にいただき、さいたま市の消費者教育は、将来何を育成していく、何を減らしていく、と言い切れるご意見をいただきたいと思います。後日文書にて送付いたしたいと思います。

○松苗弘幸会長 本日も多くの意見をいただきましたが、今日の意見を踏まえつつ、ご意見を提出していただき、次回詰めていきたいと思っています。

○消費生活総合センター所長 国の動き、市の動きの部分が読みにくいという話がありましたが、計画策定時の定番の書き振りであって、圧縮したり図示したりはできますが、無くしてしまうのは難しいのでご理解いただきたいと思います。次回以降検討したものを提示したいと思います。

○吉川尚彦委員 取ってほしいとは言っていません。国も意志が込められているはずですので。それを表現すればいいと思います。

○松苗弘幸会長 形式的なものもありますが、それこそ概要版でわかりやすくする必要があると思われま。いただいたご意見を参考に事務局でとりまとめ、次回の協議会を兼ねた審議会でご提示いただきたいと思います。

「その他」として事務局よりお願いします。

○齋藤所長補佐 消費者フォーラムについての連絡です。

5月28日(土)10時より平成28年度さいたま市消費者フォーラムを開催します。

テーマ：大震災から5年 あなたは家族をどう守る！？～高齢者・子供・女性などの視点から防災を考える～

講演会講師：浅野幸子氏（減災と男女共同参画 研修推進センター共同代表）

テーマは熊本地震の前に決定し、震災発生後にテーマ変更も検討しましたが、消費者団体連絡会との共催であり、市独断で変更できないため、当初のままとすることになったものです。昼休みには廣田委員の医療生協さいたまによる健康チェックがあり、午後の交流会では防災課職員も参加し、「はじめよう、我が家の防災対策」という内容で市の取り組みを紹介後、参加者で自由な意見交換会の予定です。講演会のみ事前申込制ですが、本日現在余裕があり、委員の皆様でご都合が良い方は是非お越しいただきたいと思います。消費生活総合センターでは、当フォーラム以外にも、セミナーや消費生活展など、様々なイベントを開催しているので、機会があればご参加いただければと思います。

○松苗弘幸会長 ありがとうございます。他にございませんか。

なければ、議事を終了し、進行を事務局にお返します。

○川島所長補佐 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〕

〔次回の審議会は7月開催予定、詳細は改めて通知する旨連絡〕

〔5期第6回さいたま市消費生活審議会を閉会〕

散会（午後0時02分）