

令和6年度第1回宮城県消費生活審議会 議事録

- 1 日 時 令和6年8月27日（火）午後1時30分から午後3時30分まで
- 2 場 所 行政庁舎4階 特別会議室
- 3 出席者 委員14名、事務局9名
- 4 議 事
 - (1) 消費者行政の取組について
 - (2) 次期計画の策定スケジュールについて
 - (3) エシカル消費の普及啓発の在り方について
 - (4) 現役世代に対する啓発について

議事（1）消費者行政の取組について

【栗原由紀子会長】

議長を務めさせていただきます。皆様どうぞよろしくお願ひいたします。

本日の議題は4項目ございます。

まず、議題（1）消費者行政の取組についてです。宮城県消費者施策推進基本計画と消費者教育推進計画の実施状況、県の取組状況などについて、事務局から報告をお願いします。資料は事前に委員の皆様へ送付していますので、要点を絞って説明をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

消費生活・文化課長の遠藤です。よろしくお願ひいたします。

私からは、宮城県消費者施策推進基本計画（第4期）の実施状況について御説明申し上げます。

資料1-1「基本計画の実施状況」を御覧ください。こちらの資料には、第4期基本計画の概要と、基本計画の中で重点的取組と位置づけた取組の令和5年度の実施状況を記載しております。

改めて基本計画について簡単に御説明申し上げます。基本計画は、消費者施策の推進に関する基本的な方向を定めたもので、第4期は令和3年度から令和7年度の5か年の計画としております。

基本計画では、4つの重点的取組と施策を掲げております。県では、毎年、施策ごとに設定した目標値の達成状況と取組の実施状況を検証し、計画の進行管理を行っております。

それでは、重点的取組の実施状況のうち、主なものを御説明いたします。

まず「重点的取組 1 ライフステージに応じた消費者教育の推進」と、「重点的取組 2 高齢者、障害者、若年者等の配慮を必要とする消費者の被害の防止と救済」に係る実施状況についてです。具体的な取組内容が重複する部分がございますのでまとめて説明いたします。

重点的取組 1 の実施状況です。製品事故、消費者事故などの情報提供として、毎月発行している情報紙「みやぎの消費生活情報」などへの情報掲載、市町村への速やかな情報提供を行いました。

次に、重点的取組 1 と 2 に共通する取組の実施状況です。各種媒体を活用し、消費者トラブル等について情報提供を行いました。新たな取組といたしまして、啓発動画を作成し、SNSやテレビCM等で

配信する取組を実施いたしました。効果的な啓発となるよう、動画は、一般向け、高齢者向け、若年層向けの3種類を制作しました。

講演会・出前講座は、昨年度から実施回数が大幅に増え、計95回の実施となりました。コロナ前の回数までは回復していませんが、今後も機会を捉えて出前講座をPRしていきたいと考えております。

なお、事前の御質問で、消費生活センター公式Xに関する質問をいただきました。Xについては、現在101フォロワーであり、更なる周知や投稿数の増加によりフォロワー数増加を図ってまいりたいと思います。また、複数のアカウントがあることを御指摘いただき、確認しましたところ、うちひとつはテスト用に作成しその後利用していないものでしたので削除いたしました。御指摘いただきましてありがとうございました。

出前講座につきましては、講座メニューと依頼先の一覧がないか、との御質問もいただいております。一覧として作成しているものはございませんが、当課と関係団体で実施している講座については、「審議会資料への御質問と回答」の資料2ページに記載いたしました。対象別に講座の実施が可能で、チラシも添付しておりますので、実施を御検討の際には、記載の問合せ先に御相談いただければと思います。

続いて重点的取組2の実施状況です。高齢者・障害者の権利擁護に関して研修を開催したほか、相談窓口にて様々な相談を受け付けました。

事前の御質問で、情報の周知先に関して、現在周知をしている地域包括支援センターのほかにも、通所介護事業所等にも拡大して欲しいとの御意見をいただきました。今後、保健福祉部とも連携しながら、メーリングリストを活用し、広く周知が図られるよう努めてまいりたいと考えております。

「重点的取組3 多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進」については、4つの取組を実施いたしました。市町村の消費生活相談員の相談対応機能の向上支援では、研修会や、弁護士に事例を解説していただく事例検討会を開催したほか、市町村に助言を行う指定消費生活相談員を県消費生活センターに引き続き配置し、連携を図っております。

県で受付した相談件数は、資料に記載のとおり、令和5年度は6,146件でございました。このうち専門的な対応が必要な事案については、他の専門機関への紹介や仲介など、的確な対応に努めました。

多重債務問題に関しては、12月に無料相談会を開催いたしました。また、仙台弁護士会など関係機関と連携し、情報交換を目的とした懇談会を開催しました。

「重点的取組4 人や社会、環境に配慮した消費行動の推進」については、エシカル消費の普及啓発に関して、新しい取組といたしまして、尚綱学院大学との共催で企業向けの普及セミナーを開催いたしました。講演とパネルディスカッションを通じて、エシカル消費に取り組むことの意義について伝えることができました。

重点的取組1から4の詳細、及び重点以外の取組の実施状況につきましては、資料1-2にまとめておりますので、そちらを御覧くださいようお願いいたします。

事前質問で、学校において児童や保護者等に伝えて欲しいことは何か、との御質問をいただきましたが児童生徒と先生には、「買う・契約する」ことがどういう意味を持つのか、ということや、保護者に対しては、特に家庭内で起きる子供の消費者トラブル、例えばインターネットやスマホでの課金トラブル

ル、SNSトラブルへの対策など、そうしたところをしっかりと伝えていただければと考えております。

続いて、資料1-3「基本計画 消費者施策別目標値達成状況」を御覧ください。基本計画では、施策毎に目標値を定めており、資料1-3はその達成状況についてまとめたものでございます。

目標1から4まで、いずれも目標を達成しているものはございません。コロナや法律改正の影響により、数値が落ち込んだものもございます。

「1 定期的な立入検査等」について、法改正を反映させた目標値に見直すべきではとの事前質問をいただきましたが、こちらは、食品衛生法の改正により営業許可業種が大きく見直され、現在は経過措置期間中で旧法による計上と新法による計上が混在している状況にあることから、次期計画策定時に適切な目標値を設定するよう、推移を見極めながら検討して参りたいと考えております。

一方、数値の改善に向けて取り組めるものとしたしまして、例えば「2 消費生活サポーターの認定」については、新規登録のために必要な講座を今年度中に開講できるよう調整中でございます。状況の変化を踏まえつつ、目標値の達成に向けて努めて参ります。

また、副教材の使用率について、小・中・高校への副教材の周知方法に関する御質問もございました。副教材については、当課から直接各学校に配付し活用いただいているとともに、高校につきましては、今年度は電子ブック化をし、家庭科の先生が集まる研修会で周知しているところです。

第4期基本計画についての説明は以上です。

【事務局：消費生活・文化課 入駒担当課長】

消費者相談担当課長の入駒と申します。私からは、宮城県消費者教育推進計画第2期の概要と実施状況について御説明いたします。

はじめに、教育計画の概要を簡単に御説明します。

資料1-4「宮城県消費者教育推進計画（第2期）実施状況等」を御覧ください。教育計画は、基本計画の消費者教育に関する分野について具体化する個別計画として位置付けられており、第1期教育計画における取組の成果や課題のほか、成年年齢引き下げの対応など、国の動きや社会情勢の変化等を踏まえ、第2期教育計画が策定されております。

計画における5つの基本方針、「方針1 消費者市民社会の意義の普及・啓発」、「方針2 成年年齢引き下げを見据えた学校教育期における消費者教育の充実」、「方針3 消費者教育の推進に向けた地域での連携強化・高齢者等の見守り体制の構築」、「方針4 消費者教育を担う人材等の育成」、「方針5 各種関係団体・機関との連携の強化」、これらの5つの方針に基づき、4つの施策（「施策1 ライフステージ・場ごとの消費者教育」、「施策2 消費者教育推進に係る人材等の育成」、「施策3 関係機関への支援・連携・協働」、「施策4 関連施策等との連携」）に即した具体的取組を中心に、消費者教育を推進していくこととしております。

それでは、施策の取組状況について御説明いたします。

まず、「施策1 ライフステージ・場ごとの消費者教育」では、生徒・学生を対象とする「弁護士による法律授業」等、学校・家庭や地域等での取組のほか、高齢者の被害防止に向けて、高齢者を見守る立場の方々に向けた取組にも努めて参りました。

続きまして「施策2 消費者教育推進に係る人材育成」では、オンライン研修も活用し、消費生活相

談員を対象とした研修を実施するなど、資質向上に向けて研鑽できる環境の整備に努めて参りました。地域人材への取組では、地域と行政を繋ぐボランティアとして、消費生活サポーターの方々に御協力をいただいております。令和6年3月末現在、個人82名、団体22団体の皆様に御活動いただいているところです。

「施策3 関係機関への支援・連携・協働」の取組では、様々な場面で、国、市町村、関係団体や弁護士会などの専門機関と連携した取組を行いました。昨年8月には、教育庁及び国民生活センターと連携し、教員を対象とした消費生活講座を開催したほか、県内行政機関、弁護士会、司法書士会との懇談会につきましては、弁護士の先生と消費生活相談員との貴重な情報交換の場であることから、例年どおり9月と2月の年2回開催をいたしました。

「施策4 関連施策等との連携」につきましては、金融広報委員会が主体となり、金融リテラシーを身につける出張講座や講師派遣事業を行い、金融経済教育と連携を深めることにより、効果的な消費者教育に取り組みました。

取組の詳細については、資料1-5に記載しておりますので、後ほど御覧いただきたいと思います。今後も、若年層や高齢者といった幅広い年齢層に寄り添った消費者被害の未然防止のための啓発活動や、関係機関との迅速な連携など、様々な課題はございますが、状況に応じて効果的な方策を講じられるよう消費者教育の推進に引き続き努めて参ります。教育計画の取組状況については以上です。

【事務局：消費生活・文化課 相談啓発班 村上課長補佐（班長）】

消費生活・文化課相談啓発班の村上と申します。続きまして、令和5年度消費生活相談の実績と傾向について説明させていただきます。

資料1-6、表1を御覧ください。令和5年度に、県及び県内の市町村で受け付けた消費生活相談の件数は、合計で18,050件ございました。令和4年度と比較しますと701件減少しております。市町村の受付件数が前年度から463件増加しましたが、県の受付件数が前年度から1,164件減少しましたので、全体として見ると減少になりました。

過去5年間の推移を見てみますと、県の受付件数に関しては令和2年度までは増加傾向にありましたが、令和3年度から減少に転じております。また、市町村の受付件数は、年々減少をしておりましたが、令和4年度から増加に転じ、相談件数全体に占める市町村の割合は66%となっております。

続きまして2ページ目を御覧ください。県に寄せられた消費生活相談の状況です。表2も併せて御覧ください。表2は商品・サービス別の相談件数、分類としては「中分類」に区分されるものですが、上位10位まで掲載したものです。

令和4年度と比較しますと、基礎化粧品とエステティックサービスに関する相談が大幅に減少いたしました。啓発活動や、新聞等のマスメディア等での報道効果により減少したものではないかと考えております。

一方で、全体的に相談件数が減少している中で、フリーローンやサラ金関係の相談は増加しております。副業、情報商材、多重債務相談の増加の影響ではと考えております。

次に表3を御覧ください。こちらは契約当事者の年代別の相談件数の推移を表しております。

令和4年度と比較しますと、全年代で相談件数は減少しております。構成割合をみると、60歳代と70歳代の2つで、全体の3割を占めていることが分かります。

資料1-6の3ページを御覧ください。こちらは、年代別に、商品及びサービス別の相談件数を上位10位まで掲載しております。20歳代から50歳代までの幅広い年代で、フリーローン、サラ金、内職、副業に関する相談が多く寄せられております。

迷惑メール、不審な電話、架空請求といった相談は「商品一般」という区分に当てはまりますが、商品一般に関する相談は各年代で上位にランクインしております。40歳代以上では、全ての年代で相談件数の1位となっております。

続きまして、資料4ページを御覧ください。令和5年度に実施した相談啓発の取組について記載いたしました。昨年度は、例年行っている「みやぎの消費生活情報」の発行に加えて、啓発動画を作成し、テレビCMやSNSで流して啓発を行いました。

また、石巻地区の、特別養護老人ホームを運営している社会福祉法人が協同で開催している「石巻地区介護福祉フェスティバル」というイベントで、見守りを受けている方々と見守りをしている方への普及啓発も初めて実施しました。

市町村への見守りネットワーク設置促進につきましては、2月に、各市町村の消費者行政担当と福祉担当を参集範囲とし、説明会を開催いたしました。見守りネットワークというものがどういう組織か、設置が必要とされている理由、設置することによる効果などについて説明をし、設置済の自治体からも先行事例としてお話をいただきました。

資料5ページを御覧ください。成年年齢引き下げ関係の参考資料として、18歳・19歳の方からの相談件数を掲載しております。

全体の相談件数が減っておりますので、18歳・19歳からの相談件数も減り、年代別の構成比としても特に変わりはありませんでした。主な相談内容は、ネット通販、副業などのもうけ話、身に覚えのない請求、それから脱毛エステの契約に関する事など、20歳未満や20歳代の方から寄せられる相談とほぼ同様な内容の相談が寄せられました。

続いて、「参考2 年代別の相談件数」です。全体的に、前年度から比べると減少しておりますけれども、60歳代・70歳代の減少率は他の年代と比べて低くなっております。高齢者からの相談件数はあまり減少していないということで、依然として高齢者の消費者トラブルが多い傾向にあることが分かります。

簡単ではございますが、以上で消費生活相談の実績と傾向について説明を終了いたします。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

只今の議題については、資料も多く、質問も多く挙がるだろうと想定されましたので、事前に資料をお配りし、質問の取りまとめをしました。その回答をお手元に配付しております。

皆様にお目通しいただく時間を取ることができず申し訳ありませんが、いくつかの質問の回答については、事務局からの説明の中で言及がありました。回答を踏まえて、今この場で、御質問がある方がいらっしゃいましたら、挙手をお願いいたします。

【折腹実己子委員】

宮城県社会福祉士会の折腹でございます。

資料1-6の4ページに、今年度の相談啓発の取組について記載があり、説明もいただきました。これはとても大事な啓発事業とっておりますので、ぜひ積極的な展開を図っていただきたいと思います。

高齢者に対する様々な消費者被害を見聞きしておりますが、被害に遭ったことが恥ずかしいとか、家族に叱られるとか、そのような理由で被害を受けたことをなかなか申し出ない高齢者も多いと聞いております。職員が高齢者のお宅に伺った際に、被害の話が出てきたり、玄関に山積みになった段ボールが置いてあったりすることがあると聞きます。

地域で高齢者の生活を見守っている方々、地域包括支援センター、ケアマネジャー、在宅サービスをしている介護保険事業者、それから町内会や民生委員、児童委員、社会福祉協議会など、そうした方々へ、見守りをしっかりしていただくような意識づけと、さらに具体的な情報提供をしていくことで、見守りの強固な体制ができると思いますので、このところをさらに広げていただきたいと思います。

資料には「石巻地区の介護福祉フェスティバルで啓発冊子を配布した」と記載があります。社会福祉法人などとの連携も、地域の中で重要だと思っておりますので、大変なことだとは思いますがこれを全県的に計画的に行えるよう準備を進めるなど、次期計画に向けて取り組んでいく必要があると思っております。実際にフェスティバルに参加した消費生活センターの職員の方は、どのような感想を持ったのか、また、手応えについてお聞きしたいと思います。

【事務局：消費生活・文化課 入駒担当課長】

御意見ありがとうございます。国では、消費者安全確保地域協議会、通称見守りネットワークという組織の設置を各自治体に促している状況です。

昨年度、私が着任してすぐに、認知症の方からの相談に対応したケースを見ました。認知症の方は、電話で相談したことを忘れてしまい、電話が終わってもまた何度も相談の電話をかけてしまうという事例でした。

こうした状況をなんとか解決できないかと思っています。そのために見守りネットワークは非常に大切な組織だと考えており、今年2月に市町村の担当者を参集した会議を開催しました。今年度7月にも、第2回目の担当者会議を開いております。参加した各自治体の職員の方のアンケート結果を見ますと、見守りネットワークの必要性を認識している自治体もありました。

消費者庁では、令和3年に厚生労働省と連名で、「重層的支援体制整備事業」に関する通知を発出しております。各自治体でのこの事業の活用は任意で、挙手制ではありますが、消費者行政担当の窓口も一緒に入って体制を構築できるよう、県内各市町村に足を運び設置促進に向けた働きかけを頑張っていきたいと考えております。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。折腹委員、よろしいでしょうか。ぜひ、見守りネットワークの設置を推進して欲しいと思います。

他に質問はありませんでしょうか？

【末弘美委員】

宮城県生活学校連絡協議会の末と申します。

資料1-1で、宮城県消費者施策推進基本計画の重点的取組1と2に共通する部分として、新聞等への記事掲載、テレビ、ラジオ、SNS等で広報を行ったと記載がありました。新聞掲載を124回行ったということで、頻繁に広報をしていただいたということは分かりましたが、若い方は新聞を取っていない方も多いと思います。私も小学校で新聞でのエコバッグ作りを実施することがありますが、お父さん、お母さん方に聞いてみると、やはり新聞を取っていない方も多いです。

資料には、若い方への広報の一つの手段として、啓発動画を作成してSNS等で配信したということが記載されております。これはとても良い方法だと思いました。私も最近は新聞以外で、例えばスマホで情報をチェックする時間が長くなっており、若い方はきっとこれ以上にスマホを見ていると思いますので、若い方への広報として良い方法と感じます。令和5年度は何回くらいSNSでの配信を行ったのかお伺いしたいと思います。

それから、事前の質問と回答のまとめの資料で、県消費生活センター公式Xのフォロワー数は何人ですか？という質問があったということですが、県消費生活センター公式Xについてももう少し詳しく教えていただけたらと思います。私は地域包括支援センターから「みやぎの消費生活情報」を毎月配っていただいている、それをとても活用しています。サロンの時にも、その情報誌を中心に詐欺注意やネットなどのリテラシーの啓発をしており、参加していただいている高齢者の方にはとても効果的だと感じています。情報誌にも公式Xのことが載っているということですので、詳しく教えていただけたらと思います。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。この場ですぐに回答できるものでしたら、事務局から回答をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 入駒担当課長】

まず、SNSでの配信については、手元に資料がなく凡その数値にはなりますが、その投稿が表示された回数であるインプレッション数は16万回くらいだったと記憶しています。

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

Xにつきましては、PR媒体の一つと考えており、誰でもすぐに情報発信ができるツールです。ツイッターから名称が変わりXとなりました。この他、フェイスブック、若者がよく見ているであろうインスタグラム、ユーチューブなどもありますが、Xは情報をすぐに流すことができ、自分達の積極的な情報発信ツールとして使用できる他、他者の投稿を再投稿できる機能もあり、例えば国民生活センターの投稿を宮城県のアカウントで再投稿して周知することも可能です。

フォロワー数については、8月20日時点では97フォロワーでしたが、今日見てみましたら101フォロワーとなっていました。Xについてはタイムリーな情報をすぐに掲載することができますし、フォロワーが投稿をリポストする機能がありますので、フォロワー数が増えれば増えるほど発信力が強化される仕組みになっております。今後も、積極的に情報発信をしていくと同時に、フォロワー数も

獲得していきたいと考えてございます。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。よろしいでしょうか？
他に質問がございましたら、お願いします。

【木村佳代子委員】

宮城県地域婦人団体連絡協議会の木村です。

資料1-1などに「エシカル消費の普及啓発を図った」と記載があります。資料を読んだ後に、宮城県地域婦人団体連絡協議会内の皆さんに、エシカル消費という言葉を知っている？と聞いてみました。そうしたところ、初めて聞いたという方がほとんどでした。若い方は色々な情報をインターネットから得る世の中になってきていますが、婦人会は高齢者が多くて、ネットの世界とは繋がりが薄いようです。

それで、資料には普及啓発を図ったとありますが、高齢者に対して、どのように図っていけばよいか？と考えておりました。皆様に、御意見や、こういうふうに取り組んでいる、という事例を伺いたく思います。

【栗原由紀子会長】

エシカル消費の普及啓発についての御質問ですね。エシカル消費については、後ほど議題3のテーマとしておりますので、時間の都合上、申し訳ありませんがそちらで取り上げさせていただきたく思います。よろしくをお願いします。

他に御質問があればお願いします。

【渡辺淳子委員】

宮城県生活協同組合連合会の渡辺です。3点、質問と意見を述べさせていただきたいと思います。

まず、消費生活相談について、資料1-6から質問させていただきます。令和5年度は、県の消費生活相談受付件数が前年度に比べて1,000件ほど減少したと報告がありました。実際に多くの消費者被害が発生している中で、1,000件近くもの相談が減ったということがよく理解できませんでした。どのような相談が減ったのか、できれば内容について教えていただきたいと思います。他の市町村や仙台市では相談件数が増えているということも踏まえて、御質問です。

それから、資料1-6の3ページに、商品・サービス別の相談件数が上位10位まで掲載されていますが、40歳代以上で相談件数の1位となっている「商品一般」について、詳しい内容を教えていただければと思います。

2ページに戻りまして、年代別の相談件数の推移についてです。以前の審議会でも話が出たかと思いますが、70歳代以上の高齢者の相談件数に関して、年代をもう少し細分化し、把握できないかと思っています。高齢者からの相談が多いという報告を頂戴しておりますし、高齢者と一括りにせず、70歳代、80歳代、90歳代と分けて、どのくらいの件数があるのか、どのような傾向の相談が多いのかということ进行分析することで、被害の未然防止に繋がっていくのではないかと思います。

併せて、80歳代、90歳代になると、御本人からの相談はなかなか難しい面があると思われませんが、この場合、本人以外にどのような方々が相談に関わっているのかを、全体的なところで構いませんので、教えていただきたく思います。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございます。今、答えられるところで、事務局から回答をお願いします。時間の都合もありますので、今すぐの回答が難しければ、質問だけ頂戴して後日回答でも構わないと思います。

まず一つ目の御質問は、具体的にどのような内容の相談が減ったのかということ。二つ目は、「商品一般」の詳細な内容についてです。三つ目は、70歳代以上の相談受付件数に関して、年代をもう少し細分化できないかということです。確かに、消費者白書を見ていると、白書では70歳代、80歳代、90歳代と細分化されていて、それぞれの年代で傾向が違う部分もあるので、県でも細分化して、推移などについても分析ができないかどうか、回答をいただければと思います。

【事務局：消費生活・文化課 入駒担当課長】

商品一般については、国民生活センターで用いている統計上の括りで、それをそのまま県でも使用しているものです。内容については確認いたします。

【栗原由紀子会長】

渡辺委員の御提案は、資料1-6、2ページ、表3の年代別相談件数の推移のところ、70歳代以上を、70歳代、80歳代、90歳代というように細分化することはできないか？ということです。今後の集計に当たってということでもよろしいかと思いますが。

【事務局：消費生活・文化課 入駒担当課長】

今後、70歳代、80歳代、90歳代に細分化していきたいと思います。

【栗原由紀子会長】

商品一般の相談内容を、もう少し具体的に教えて欲しいという御質問についてはどうでしょうか？

【事務局：消費生活・文化課 入駒担当課長】

そちらについては、後日、回答させていただきたいと思います。

【栗原由紀子会長】

そうしましたら、渡辺委員には申し訳ございませんが、1つ目と2つ目の御質問は、今すぐの回答が難しいようですので、後日、事務局で回答を作成して、皆様にメールなどでお送りすることにしたいと思います。

時間の都合上、この議題については、ここまでとさせていただきたいと思います。御質問などがまだあるかと思うのですが、審議会終了後であっても、メールで、又は直接でも、事務局まで御質問を頂ければ、取りまとめて後日回答をお送りしますので、よろしくをお願いします。

議事（２）次期計画の策定スケジュールについて

【栗原由紀子会長】

続きまして、議題（２）次期計画の策定スケジュールについてです。事務局から説明をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 遠藤課長】

資料２－１を御覧ください。消費者施策推進基本計画第５期及び消費者教育推進計画第３期の策定について御説明申し上げます。

先ほどの議題１で、現行のそれぞれの計画の概要と実施状況について御報告したところでございますが、現行の計画は基本計画、教育計画ともに計画期間が令和７年度までとなっております。来年度末で終期を迎えますことから、新たな計画を策定するものでございます。

策定の流れは、「３ 策定スケジュール」に記載のとおりでございます。審議会の開催予定につきましては、まずは今年度中にもう一回開催し、計画の骨子案について御審議いただきたいと考えております。来年度は３回の開催を予定しており、素案、中間案、最終案を御審議いただきたく思います。

新しい計画につきましては、パブリックコメントや関係機関などからの御意見を反映させた上で、基本計画は議会の議決を経て、令和８年３月末に両計画の公表を予定しております。

計画の策定スケジュールについては以上でございます。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。計画の策定スケジュールについての提示でしたが、御質問はございますでしょうか？

ここ数年は審議会の開催は年１回でしたが、計画の策定期間に入りますと、年数回の開催になるということです。御協力をよろしくお願いいたします。

質問がないようですので、この議題についてはここで終了したいと思います。後日、質問などが浮かびましたら、事務局まで御連絡をお願いします。

議事（３）エシカル消費の普及啓発の在り方について

【栗原由紀子会長】

それでは次の議題に進みます。（３）エシカル消費の普及啓発の在り方についてです。

エシカル消費というのは、人、社会、地域、環境に配慮した消費行動のことです。SDGsに関連する取組のひとつとして注目されています。SDGsの１７のゴールのうち、１２の「つくる責任 つかう責任」に関連したもので、具体的には、エコ商品や地元産品を購入することや、障害者支援のために授産施設で作られた商品を購入することなどがあります。

しかしながら、エシカル消費は環境や社会を持続させていくために重要な考え方であるにもかかわらず、この言葉そのものの意味はまだ世の中に十分浸透しているとは言い難いようです。昨年度の審議会でも話題に上がりましたが、言葉を知らないために、普段の行動が実はエシカル消費だと認識してい

ない方も多くいらっしゃるようです。

今回、審議会の開催に当たって、委員の皆様の所属団体でエシカル消費についてどのような取組をしているかを事前にお伺いしました。まずはその内容を、事務局から御紹介します。その後、県の取組についても報告をもらい、これらを踏まえて、今後、エシカル消費の普及啓発をどのように図っていけばよいかを皆様と意見交換していきたいと思っております。それでは、事務局から説明をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 入駒担当課長】

それでは、資料3-1に沿って、委員の皆様の所属で行っているエシカル消費の取組について御紹介をさせていただきます。様々な取組が集まりました。お忙しい中、たくさんの御報告をいただき、誠にありがとうございました。

まず資料1ページから3ページは尚絅学院大学での取組です。授業や学校内の掲示でエシカル消費について取り上げることをはじめ、大学主催でSDGsマルシェを開催し、渡邊千恵子教授のゼミでエシカル消費をテーマにした出展をし、エシカル商品を紹介したとのことでした。渡邊教授はエシカル消費をテーマに、高校で出前授業を行ったり、団体のイベントで講演されたりなど、御活躍されております。昨年度、宮城県が開催したセミナーでも、パネラーとして御協力をいただきました。

4ページは東北学院大学での取組です。2つの取組について御報告をいただきました。一つ目は、障害者の所得向上を目的として、大学内で、障害福祉事業所が製造しているパンの販売を行ったということでございます。二つ目は、食品ロスを減らす取組です。学生と企業の協働で、売り物にできないリンゴを活用して、商品開発と販売をされたとのことでした。

5ページ上段は仙台弁護士会の取組です。出前講座でエシカル消費についてお話をすることがあったということです。

下段は小牛田高等学園からです。家庭科の授業や販売実習などでエシカル消費に係わる内容を扱っているとのことでした。家庭科の先生方を対象とした研修会の開催もあり、学校における認知度の高まりや、そこから更に生徒や家庭へ波及することへ繋がればと思っております。

6ページから8ページは、大郷小学校校長の青野委員からの御報告です。学校教育の系統がどのようになっているのか、資料も併せてお送りいただきました。エシカル消費という言葉には触れなくても、その理念と共通する力、より良い消費行動を考えていく力を育てたいと学習を行っている、ということです。

9ページから10ページは、宮城県生活協同組合連合会の取組です。エシカル消費に繋がる消費行動を推奨し実践していることに加えて、普段の何気ない行動がエシカルに繋がっていることを、機会を捉えて組合員にお知らせしているとのことでした。具体的な活動として、フードドライブ事業、手前どりやマイバッグ・マイボトル持参の推奨、農水産業の生産者の応援、そして環境配慮商品の開発と普及など、エシカル消費に繋がる取組を様々実施されているということでございます。

11ページには、宮城県生活学校連絡協議会と仙台商工会議所の取組を記載しております。

上段、宮城県生月学校連絡協議会では、食品ロス削減と3Rに向けて取組を実施しているということでした。食品ロス削減の料理教室やレシピ集の作成については、大変興味深く感じているところでございます。

下段は仙台商工会議所からの御報告です。会員企業で地産地消や食品ロス対策の取組を実施してい

ますが、自分達が実施していることがエシカル消費に繋がっていると知らない場合もあるのではないかと御意見を頂きました。また、仙台七夕まつりの七夕飾りを再利用してアクセサリーなどを制作するワークショップを開催されたとのこと。これも広い意味でエコ商品の一つではないかと感じました。

12ページは東北電力での取組です。東北電力グループでは、環境方針を定めて社員それぞれで環境活動に取り組んでいるということです。事業者として環境活動に取り組むことは、消費者のエシカル消費に繋がることの他、企業価値を高めていくという点で事業者にもメリットがあると考えられます。

最後、13ページにはJAみやぎ女性組織協議会と東北経済産業局の取組を掲載しました。

上段、JAみやぎ女性組織協議会からは、環境保全米の生産などについて御報告をいただきました。農薬や化学肥料の使用を控え、環境への負荷を小さくしながら米作りをしていく取組で、これにより生産されたお米が環境保全米です。環境保全米はまさにエシカル商品ですので、消費者の購入が増えていけば、エシカル消費の拡大に繋がると思われます。農薬の使用が抑えられているということは、雑草や害虫予防の点で大変手間がかかるということですので、消費者としてはそのような点も認識する必要があると感じております。

下段は東北経済産業局からの御報告です。グリーン購入法適合製品の購入、また、障害者就労支援施設から物品を購入する場合は相見積もりをせず、優先的に購入するとのことでした。宮城県でも同様の取組をしており、エシカル消費に繋がっていることを改めて認識したところであります。

ここまで、委員の皆様へのアンケート結果を御紹介いたしました。

思っていた以上に多様な取組が集まりました。アンケートの回答にもあるとおり、普段の取組や活動を振り返った時に、実はこれがエシカル消費に繋がるものだったことに気付くことも結構多いのではないかと思います。委員の皆様には、取組をお調べいただいた上御報告をいただきましたことに御礼を申し上げます。ありがとうございました。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。皆様の御所属によって濃淡はあれど、様々な内容で取組が行われているということでした。委員の皆様、御回答をどうもありがとうございました。

続きまして、県の取組について説明をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 相談啓発班 村上主事】

消費生活文化課の村上と申します。資料3-2を用いまして、県のエシカル消費普及啓発の取組及び県民意識調査の結果について御説明いたします。

「1 エシカル消費の普及啓発の取組」の部分です。「みやぎの身近なエシカル消費」という普及啓発のリーフレットを作成しまして、宮城生協を含めた小売店を通じて、一般消費者向けに配布をしました。また、エシカル消費の普及啓発については、官民共同での推進が必須だと思っておりますので、企業向けにエシカル消費普及セミナーを開催いたしました。尚絅学院大学渡邊教授のゼミの生徒さんにも御協力をいただき、11月24日にエル・パーク仙台で開催、51名の方に御参加いただきました。

それから、県及び市町村の職員向けにSDGsの研修会が開催された際、エシカル消費に関する取組と、ゴール17の取組について講話を行いました。参加者は約120名で、内訳は県の職員が98

名、市町村から14名、動画配信で10名の視聴がありました。県庁内及び市町村に対して、エシカル消費の取組の理解促進を図ったところでございます。

また、昨年度、宮城県生活協同組合連合会役員会におきましても県のエシカル消費の取組についての講話をさせていただきました。県生協連合会と連携して普及啓発を行うことができました。

エシカル消費については、昨年度、県民意識調査を実施いたしましたので、その結果について御説明いたします。

エシカル消費の認知度ですが、言葉と内容の両方を知っている、また、言葉は知っているが内容は知らないと回答した方の合計は21.9%で全国平均よりも低い状況です。

資料の裏面を御覧ください。「(2) エシカル消費への興味関心について」です。一方で、エシカル消費への興味関心につきましては、県全体で、非常に興味がある、ある程度興味があると回答している方の割合は62.1%と半数以上になっております。

エシカル消費に取り組みたい、もっと取り組みたいと思う条件につきましては、店頭等で分かりやすい表示、例えばポップなどがあれば、という回答や、同種の商品・サービスと価格が同程度であれば、また、環境・社会問題の解決に繋がることが分かれば、という回答の割合が非常に高くなっております。今後とも官民共同で普及啓発に取り組んでいきたいと考えているところでございます。

「(3) エシカル消費に繋がる商品・サービスの今後の購入意欲」につきましては、非常に購入したいという回答が6.9%、ある程度購入したいという回答が65%で、合計して7割以上の方が購入の意欲をお持ちです。エシカル関連商品・サービスの需要は、今後増加していくであろうと考えております。

今年度の取組につきましては、社会人向けのセミナーとして、サステナブルを家庭でも仕事でも活かせるような普及啓発を行いたいと考えております。また、学校生徒向けの取組として、エシカル消費の高校生動画コンテストを開催し、高校生への普及啓発を図って参りたいと思います。

先ほど木村委員から御質問がございました、高齢者へのエシカル消費の普及啓発については、民間企業の方と共同で、店頭掲示のポップなどを活用して、一緒に普及啓発を進めていきたいと考えております。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。事務局から説明がありましたように、エシカル消費の認知度は高いと言えない状況にあります。

先ほどの木村委員からの御質問について事務局から回答がありましたが、木村委員、これで回答になっているのでしょうか？

【木村佳代子委員】

先ほど、「エシカル消費の行動をしているけれども、それをエシカル消費だと認識していない」とのお話がありました。よく考えてみますと、私達の普段の行動がエシカルに繋がっていると思いたるものがありました。

今月末に、地域での婦人会の集まりがありますので、その際、こういう行動がエシカル消費だよと皆さんにお話ししたいなと今考えておりました。ありがとうございます。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

実はこの行動がエシカル消費だった、ということも多いようで、認識がいまいち浸透していない状況ですので、効果的な普及啓発の方法について皆様と意見交換したいと思います。県は今後こういう取組をしていったら良いのではないかと、という御意見などありましたらお願いします。また、委員の皆様にご回答いただいた取組アンケートの記載内容以外にも、所属で取り組んでいることがありましたら、その御紹介でも構いません。こういうふうに進めていけば更にエシカル消費が普及していくのではないかと、といった御意見や、こういう取組もありますという御紹介など、お話しいただければと思います。御意見のある方は挙手をお願いします。

すぐに御意見が挙がらないようですので、突然の指名で申し訳ありませんが、渡辺委員、いかがでしょうか？ どうしたらエシカル消費が普及していくか、御意見を伺いたく、お願いできますでしょうか。生協連合会で認知度を高めるための取組など、何か実施していらっしゃいますか。

【渡辺淳子委員】

皆様のお話から、やはり、自分達が今している行動がエシカル消費に繋がるんだということを伝えていくのがとても重要だと思いました。宮城生協等では、組合員が集まる機会に、マイボトルの持参など身近な行動や、様々な消費行動が実はエシカルなんですよ、ということをお話しています。

資料に県民意識調査の結果が掲載されていますが、エシカル消費を知らないという方が多くいる中でも、興味があったり、商品を購入したいと考えたりしている方が6割、7割いらっしゃって、エシカルへの興味が高いんだなということが分かりました。その一方で、エシカル商品の価格が高いとか、どれを購入すればいいのかわからないとか、そういう消費者も多いと思います。ですので、その部分を解決する、納得するような情報を消費者に伝えていく必要があるのではないかと思います。

例えばフェアトレード商品は、世界的には認知度・需要が高まっていますが、日本ではまだまだ認知度は低く、消費行動にも十分に結び付いていない状況です。商品ができるまでの背景などを知ることによって、消費行動も変わっていくのではないかと思いますので、エシカル商品の価値を具体的に伝えていくことがとても重要だと考えております。

フェアトレード商品に関しては、生協のお店にもチョコレートやコーヒーなど商品を置いています。が、まとまっては置かれておらず、お店の中に商品が散りばめられています。手に取るには、意識して、それぞれの売り場に行く必要があります。ポップを活用したり、小売業の売り場で展開を図ることも必要ではないかと思います。

それから、学校現場でフェアトレード商品等への理解を進めるには、フェアトレードがどういうものか、また、貧困について学ぶなど、そういうことも、これから将来を担う子供達にとってはとてもためになるのではないかと感じております。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

渡辺委員の御意見の中で、小売についてお話がありました。また突然の指名で申し訳ありませんが、白鳥委員へ、事業者の立場からエシカル消費の取組について御意見等を伺いたいと思いますが、いかが

でしょうか？

【白鳥裕之委員】

仙台商工会議所の白鳥と申します。

先ほど、県民意識調査の結果の説明がありましたが、エシカル消費という言葉を広めたいのか、それとも中身、行動を広めたいのか、そこがよく分からないと感じます。

SDGs という概念や言葉は、ここ10年くらいの間に広まったものですが、企業がSDGsに関わりを持って、自分達の企業がSDGsに関する商品を出しているとか、経済活動をしているとか、そういうことを社会や消費者に対してPRしたことが、消費者から商品を選んでもらえることに繋がって、その結果SDGsも広まっていったと思うんです。

企業も、消費者に選ばれる商品を提供していく上で、消費者がエシカル商品を進んで買ってくれるようになれば更にエシカルを意識するようになると思われますし、商品やサービスに「エシカル」という言葉が付随するでしょうから、世間への広まり方は違ってくると思います。

行政がパンフレットなどを作って、個別に消費者に訴えていくことには限度があると思っています。企業が、自分達の商品がエシカルにマッチしていることを消費者にアピールすることで、消費者に「こういうものを買うことによって、エシカルに、より良い消費活動に繋がっていくんだな」と認識してもらうことも一つではないでしょうか。

学校でもエシカル消費に関する教育の取組を進めていただければ良いだろうとは思いますが、そういう運動にしていかないと広がりがないのではないかと。私自身もエシカル消費という言葉聞く機会は、正直に言えばこの審議会以外にはあまりないですし、仙台商工会議所の職員に聞いても、よく分からない職員が多いだろうと思います。

やはり、企業とコラボレーションしながら、人の目に触れる機会を増やしていくにはどうしたら良いか、というところを追求していく必要があると感じます。そうしないと、SDGsのようになかなか広まらないのではないかと思います。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

この他、御意見などはございませんでしょうか？今、事業者の立場の委員の方に御意見を伺いましたので、次は教育の面から、突然の指名で申し訳ございませんが、小牛田高等学園の佐々木委員に伺いたいのですがいかがでしょうか。

【佐々木範子委員】

小牛田高等学園の佐々木です。私は高校の家庭科研究会の会長でもありまして、事前のアンケートには研究会加盟校の活動について回答いたしました。

先ほど白鳥委員が仰ったとおり、私も同じことを思っております。エシカル消費という言葉の認知度を上げたいのか、それとも行動を広めたいのか、ということです。家庭科の教科書を見ますと、エシカル消費の内容、例えばフェアトレードやフードロスはず必ず記載されています。ですので、逆に、「フェアトレードを知っていますか？」と尋ねた方が、高校生は認知度が高い結果が出ると思います。フェ

アトレードやフードロスを包括した「エシカル消費」という言葉となると、正直に申し上げて、家庭科の教員が知っている程度かな？という思いがあります。

やはり、言葉よりも、その行動や意識が重要ではないかと思います。高校の家庭科教育においては、エシカル消費に関する内容は指導しておりますので、これから社会を担う子供達は、きちんと考えて、自分で判断した上での消費行動がとれるのではないかと考えております。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

この他に御意見などはいかがでしょう。

ないようですので、そうしましたら、今、三名の方から御意見を頂きましたので、御意見を踏まえて、事務局からコメントをお願いしたいと思います。

【事務局：消費生活・文化課 入駒担当課長】

先ほどの事務局からの説明で、昨年11月に企業向けの普及セミナーを開催したとお話しいたしました。パネラーの方からの提言で非常に印象に残っているのは、消費者が購入をする現場で、エシカル消費という言葉を目にする機会をもっと増やすべきだろう、という御意見でした。小売店さんには、ポップを積極的に掲示していただくなどの取組を期待したいと思います。

また、セミナーで御講演いただいた方からの話では、商品の物語性を消費者へしっかり訴えるべきだろう、という話もございました。この商品にはこういう背景があって、こういう取組や活動を経て作られているということ、また、この商品を購入することがエシカル消費に繋がるということ、物語性を持たせて消費者に訴えるということも大切では、との御提言を頂きました。

今年度も引き続きセミナーを開催する予定ですが、先ほど白鳥委員からもお話がありましたとおり、言葉、そして行動を認識して理解していただくことは、行政のみの取組ではなかなか難しいものですから、昨年以上にセミナーの参加者を増やして、より多くの企業の方々にも御参加をいただけるような形で、開催を検討して参りたいと思います。

【栗原由紀子会長】

皆様、貴重な御意見ありがとうございました。また、突然の指名にもかかわらず、お答えいただきありがとうございました。

意見が出にくかったことが、エシカル消費がいまいち浸透していないことの証左なのかもしれないと、議事を進行しながら考えていたところです。先ほどの御意見にもありましたように、エシカル消費について、言葉を広めたいのか？行動を広めたいのか？もちろん両方だとは思いますが、そこから振り返ってみることで、エシカル消費は次期計画でも重要な施策になると思いますので、県でも、今日頂いた御意見を踏まえて考えていって欲しいと思います。

それではこの議題はこれで終了したいと思います。この場で御発言をいただけなかった方も、事務局までメールや直接でも御意見をお知らせいただければと思います。よろしく申し上げます。

議事（４）現役世代に対する啓発について

【栗原由紀子会長】

それでは、最後の議題「（４）現役世代に対する啓発について」に進みます。
まず、この議題の趣旨を事務局から説明願います。

【事務局：消費生活・文化課 入駒担当課長】

資料１－１を御覧ください。左側に、基本計画の「重点的取組１」として、「ライフステージに応じた消費者教育の推進」を掲げております。また、資料１－４の中央部分にも、教育計画の施策４本柱の一番目に、「ライフステージ・場ごとの消費者計画」を掲げております。

これまでは、成年年齢の引下げや高齢者の消費者被害未然防止に重点的に取り組んできたこともあり、例えば消費生活相談員が実施している出前講座の実績でも、学校関係や地域包括支援センター、町内会など、若者又は高齢者が集まる場所での開催は多い一方で、３０歳代から５０歳代の、いわゆる現役世代に対する消費者教育が疎かになっていると感じたところです。

若者には若者が遭いやすい消費者トラブルがあり、高齢者には高齢者が遭いやすい消費者トラブルがありますが、現役世代は、自分自身が消費者トラブルに遭う危険性があるとともに、子育て中であれば未成年者が遭いやすいトラブル、更に、親の世話をしている方であれば、同居・別居にかかわらず、高齢者が遭いやすいトラブルに関して、知識を幅広く身に付けておく必要があります。

従前は企業に出向いて、新人研修で出前講座を行ったこともあると聞いておりますが、コロナ禍以降、こうした消費者教育の機会が失われている状況にありまして、非常に大きな課題だと認識しているところです。

そこで、本日の審議会の場で、委員の皆様にも、現役世代に対する効果的な啓発方法や進め方などについて、御意見を頂戴したいと考えております。どのようなことから始めればいいのか、御助言を頂ければ幸いです。よろしく願いいたします。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

今まで、若者や高齢者に対する施策や課題については、審議会でも頻りに議論してきましたが、現役世代に対する啓発を考えるのは、今回が初めてではないかと思えます。県でも手探り状態であるようですので、効果的、効率的な啓発方法や、対策、県の取組への御意見など、お伺いできればと思えます。

先ほどは消費者団体の代表や事業者団体の代表の方に御意見を伺いましたので、今度は学識経験者の方からお伺いしたいと思えます。また突然の指名で申し訳ありませんが、佐藤委員から、何か御意見がありましたらお願いいたします。

【佐藤康仁副会長】

色々考えてはみましたが、特別妙案はなく、なかなか難しい問題と思えます。

現役世代として想定しているのが３０歳代から５０歳代ということで、男性と女性の差はあるかもしれませんが、基本的には企業や団体など、どこかに所属がある働いている人が対象だろうと思えます

ので、まずはやはり企業単位とか、業界単位での啓発機会を作っていくことが一つと思います。

ただ、消費者問題に限った話ではありませんが、そもそも関心のない人達に伝えることは難しいので、その点は課題だと考えます。

それから、先の議題でも話が出ましたが、年代によって、情報を伝えるためのチャンネルは異なると思うんです。50歳代だと、おそらく、新聞やテレビに接する機会が多いかと思いますが、30歳代くらいになると、新聞やテレビを使った広報、啓発はあまり伝わらないのではないかと思いますので、SNSを活用するとか、そしてその年代になると、文字が多かったり長かったりするものも伝わりにくいので、視覚的に訴えるような形で啓発活動をしていくことが必要だと思います。

その他の可能性として、家族を通じて現役世代に働きかけるのはどうか？と思いました。家庭にお子さんがいれば、お子さんは、昔よりも充実した形で学校で消費者教育を受けているだろうと思いますので、例えば「お家でお父さん、お母さんと消費者トラブルについて話してみよう」というような形で、家庭で話し合えるような仕掛けを作り、こうした仕掛けを通じて、お父さん・お母さん世代が消費者問題について知識を得る、そんな方法も考えられないかなと思いました。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

現役世代と言っても、30歳代と50歳代を一括りにするのは難しいということや、子供を通じた方法もあるのではないかと、という御意見でした。

その他に御意見がありましたら挙手をお願いします。

末委員、お願いします。

【末弘美委員】

3点、意見を申し上げます。まず1点目は、先ほどの議題でSNSについて質問いたしましたが、私も、若い世代に大きな効果があるのはやはりSNSだと思います。

2点目は、資料1-5の16ページに、環境教育との連携の実績が掲載されており、年2回、環境月間と3R推進月間に、普及啓発パネルを掲示したと記載があります。こうしたパネルやポスターを、県庁内外問わずに掲示するなど、広報のためにもっと活用しても良いのではないかと感じました。

それから3点目は、尚絅学院大学で開催しているようなSDGsマルシェなどの大きなイベントには、家族で来場する方も多と思うんです。ですので、ファミリー層の気を引くような出展の中に啓発的な内容も取り入れれば、啓発が更に広がっていくのではないかと思います。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

パネルやポスターを、無意識に目に入るような形でどんどん掲示していったり、現役世代以外の世代も巻き込んで、一緒に啓発していったりしてはどうか、という御意見でした。

他に、御意見はいかがでしょうか。挙手をお願いします。

今津委員、お願いします。

【今津綾子委員】

今津でございます。先ほど佐藤委員が仰ったことと共通しますが、現役世代という、日々の時間の大半を職場か家庭で過ごしていると思います。ですので、職場ですと、例えば新人研修やハラスメント研修など、そうした研修が今はオンラインで実施されており、誰が視聴したかとか、問題の回答率ほどのくらいがシステム上で表示できるようになっています。こうしたものを活用していく。民間企業と学校・公的機関では違いがあるかもしれませんが、活用のための環境が整備されているところも多いと思いますし、どのくらい視聴されたかの実績も分かりやすいと思いますので、職場の御協力を得ながら取り組んでいくのはどうかと思いました。こうした取組を手始めに公務員から始めてみて徐々に実績を積み、そして民間企業の御協力を得て広めていく、というようにできると良いと思います。

家庭面では、例えば防災教育では、家でお父さん、お母さんと一緒に避難経路を書いてきてください、と学校から言われることなどがあります。これと同様に、子供が学校からの持ち帰ってくることを通じて保護者へ伝えるのも方法と思います。小中学生向けの消費者教育も様々取り組んでいるということですので、それを活かしつつ広めていく、ということを取っ掛かりとしたら良いと思いました。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

青野委員から挙手がありましたので、お願いします。

【青野禎宏委員】

小学校の児童達の保護者を対象にして考えてみますと、色々な消費者トラブルが起きていることや、実際に困っていることなど、具体的にリアリティのある情報を多く目にすれば、「もしかして自分の子供もトラブルに巻き込まれる危険があるかもしれない」と関心が高まるのではないかと思います。情報に触れる機会を増やすため、SNSなどをうまく活用できればと思いました。

それから、消費者への啓発だけを目的としたイベントは、なかなか人が集まりづらいと思いますので、県内各地で開催されている様々な楽しいイベントやお祭りに併せて啓発イベントを企画するというのも、若い方々や子供達に広まるきっかけになると思います。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

畠山委員と三浦委員から挙手がありましたので、まず畠山委員からお願いします。

【畠山裕太委員】

仙台弁護士会の畠山でございます。

関心のない人に啓発情報を伝えていくに当たって、どのくらいの決意、意志、覚悟をもって取り組んでいくか、ということだと思います。こういうトラブルに気を付けてくださいとか、こんな情報もありますよ、ということをテレビやSNSで流しても、関心のない人はおそらく見ないでしょう。こちらから伝えたい情報が、知っておいた方がいいというレベルの情報なのか、それとも生きていく上で知らなくてはいけないレベルの話だからちゃんと聞いて欲しいということなのか、伝えるに当たってどこま

で強い決意を持つかがポイントだと思うんです。

極端な例えですが、「この話をちゃんと聞いてくれれば対価を支払います」というくらいの決意、覚悟、予算をもって取り組むのであれば、広めていく方法はあるだろうと思います。ですが、知っておいた方がいい、というくらいの話であれば、ほんの少しずつ広めていくことは可能でしょうけれど、限界があるんじゃないか？というのが素直な感想です。

皆さんからのお話にも出たとおり、子供を通じて親世代の方々へ情報を伝えるなど、円満な伝え方は色々あると考えられますが、一番インパクトを与えることができるのは、例えば、講習を受けたら税金を割り引くとか、見返りを用意することだろうと思います。どこまでの覚悟をもってやるのか、というところを考えていただいたらよいのかなと思いました。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。なかなか厳しい御意見を頂きました。

では、三浦委員からお願いいたします。

【三浦清実委員】

個人的な意見にはなりますが、一言、申し上げます。現役世代の被害は、SNSが発端になっているものが多いのではないかと思います。SNS関連の啓発活動も実施しているということではありますが、X、ユーチューブ、可能であればネットモールに絡めての広報など、こうしたところを強化していくことが良いのではと思いました。

職場へのアプローチについては、企業からの協力を得ながら進めていくことで、所属意識も相まって効果があるのではないかと感じております。消費者問題への意識を持っていただくため、企業の幹部の方々に対して、消費者被害の事例や他人事ではないことを御説明して、更にそこから従業員の方々へお話ししていただいたり、或いはチラシなどを配付して周知をしていただいたりする。従業員の生活を守ることに繋がりますし、企業にとっても消費者志向経営の取組の一環になると思いました。

また、子育て世代へのアプローチでは、保育所や病院でのポスター掲示、親を介護する世代へは、介護施設へのチラシの配布やポスター掲示など、対象に応じた場所で広報をすることで、効果も上がるだろうと思います。

経済産業局では消費者相談も受けておりますが、消費者からの相談のタイミングが早ければ早いほど、被害の拡大防止に繋がりますので、契約の際に脅された、急かされたなど、そのようなことがあった場合はすぐに消費者相談を、という広報も続けていく必要があると考えております。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。時間が残り少なくなって参りましたが、他に御意見のある方は挙手をお願いします。

山岸委員、よろしく申し上げます。

【山岸正樹委員】

東北電力の山岸と申します。一企業の立場からしますと、こうした社員向けの消費者教育は、正直に

申し上げて優先順位は低いといった認識でございました。現在、社内の研修や教育は、先ほど今津委員からのお話にもありましたように、オンライン受講が主流になっていますが、業務上、様々な研修や教育を受講しなければならない中で、消費者教育をテーマとした研修を追加して更に受講が必須となると、厳しいと感じます。

社内啓蒙として取り組んでいることとしては、県から、毎月、「みやぎの消費生活情報」という紙媒体の情報誌が届きますので、それを社内のウェブ掲示板に掲載しております。興味や関心がある者は情報をチェックすると思いますので、まず簡単な取組として、例えば短い動画などがあれば、それも掲示して社員に広く周知することは可能と思います。それであれば我々の負担も少ないですし、視聴する側も都合の付く時間に手軽に見ることができ、全員とまではいかなくともある程度の人数には見てもらえる可能性はあると思います。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。他に御意見などございますでしょうか？

そろそろお時間ですので、皆様からの御意見はここまでとさせていただきます。様々な御意見と御提案を頂きました。県としても、本当に大変貴重な御意見だったことと思います。皆様からの御意見を踏まえて、事務局からコメントをお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 入駒担当課長】

委員の皆様、貴重な御意見ありがとうございました。アプローチの仕方としては、職場と家庭ということで御意見や御提案を頂きました。

本日の審議会の前に、仙台市内のいくつかの企業と意見交換をする機会がございまして、その中で、職場で大勢の社員が集まって研修を受ける機会が、昔に比べると圧倒的に減ったことを伺いました。意見交換では、先ほど山岸委員からのお話にもありましたが、行政からの情報を社内の掲示板に載せるなどの形であれば、展開に御協力いただけるとお話を頂戴したところです。

皆様から頂いた御意見を踏まえまして、更に色々検討し、より多くの消費者へ情報を発信して参りたいと思いますので、よろしく願いいたします。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

現役世代に特化するというよりは、全世代に向けて啓発をしていくことが、結局は現役世代にも繋がっていくのでは、という御意見が多かったように思います。頂いた意見を参考に、県での取組を実施していただきたいと思います。

他に御意見や御質問などがありましたら、随時、事務局へメールでお知らせください。意見や質問は、審議会の終了後、いつまでに事務局へ送ればよいでしょうか？

【事務局：消費生活・文化課 消費者行政班 菊地主任主査】

一週間後くらいまでをお願いします。

【栗原由紀子会長】

それでは、全ての議事について、追加の御意見や御質問がありましたら、一週間後を目途に、事務局へ送っていただければと思います。

本日より予定していた議事は以上です。議事進行へ御協力をいただき、ありがとうございました。進行役を事務局へお返しします。

【事務局：消費生活・文化課 但木部副参事兼課長補佐（総括）】

栗原会長、議事進行ありがとうございました。

今後のスケジュールについて御連絡いたします。本日御審議いただきました令和5年度の取組状況につきましては、議事録と併せて9月末までに県のホームページで公表いたします。議事録ができましたら委員の皆様へ送付させていただきますので、内容の確認に御協力をお願いいたします。

また、第2回の消費生活審議会につきましては、来年1月末に開催する予定です。日程の御都合をお伺いしたく、こちらも御回答をよろしくお願ひします。

本日の次第は以上でございますが、委員の皆様から、何かございましたら挙手をお願いいたします。

特段ないようですので、それでは、以上をもちまして、令和6年度第1回消費生活審議会を閉会いたします。長時間にわたり御審議を賜りまして、誠にありがとうございました。