

令和2年度徳島県消費生活審議会議事概要

- 1 日 時 令和3年2月24日(水) 10:00～11:30
- 2 場 所 徳島県庁10階 大会議室
- 3 参加者 委員19名、消費者暮らし安全局長ほか
- 4 議事概要
 - (1) 消費者庁新未来創造戦略本部について
 - (2) 徳島県の消費者行政・消費者教育について
 - (3) 徳島県消費者基本計画及び徳島県消費者教育推進計画の進捗状況について
 - (4) その他

【会長】

皆様から、様々な意見を頂戴したいと思います。県と戦略本部の連携のあり方、徳島県の消費者行政、消費者教育の方向性、また、その内容、更には、消費者活動、消費者教育に関して、皆様のご所属団体が、こういう活動をなさっている、そういうご報告でも結構です。いろんな意見いただきたいと思います。

はい、〇〇委員お願いします

【〇〇委員】

皆様、お世話になってます。令和元年度の会議で出ていた成年年齢引下げに伴う、小・中・高校生、学校教育の中の消費者教育について、お話をさせていただきます。

先ほど、人材バンクの出前講座についての話が出ていたのですが、活用したくても新型コロナの活動自粛によって、出前講座も動画で、例えば、教室の中で15分～20分ぐらい、本当は出前講座をお願いして、クイズを通して消費者教育について、小・中・高校の学年に応じて、お願いしたかったんですが、新年度もコロナの影響で、4月以降も大きいホールに集まって、クイズをするのも厳しいとなった時、時間と教室を区切って、動画を配信されますか。

【会長】

ありがとうございます。

事務局どうでしょうか。オンラインや遠隔による出前講座の実施は可能でしょうか。

【事務局】

事務局の方から説明させていただきます。〇〇委員おっしゃるように動画を活用させていただいております。今年度については、コロナの影響で、学校に行くのと、動画配信するのを併用する形で対応しました。確か49校だったと思いますが、出前講座を実施しました。それとは別に動画を消費者情報センターから発信するとか、高校に行って、それぞれの高校の教室へ動画を配信するなどの対応をしております。おそらく、来年度も同じような形で対応していくのではないかなと、考えています。

【会長】

〇〇委員いかがですか。何かいいアイデアありますか。

【〇〇委員】

ありがとうございます。職場に持ち帰って、新年度以降、出前授業の活用について周知させてもらいます。

【会長】

そうですね。この時期だからこそ、オンラインの強みを生かした、遠隔型の出前講座いいですね。他にいかがでしょうか。

はい、〇〇委員お願いします。

【〇〇委員】

婦人会では、エシカルノートを作っております。

また、3年間、徳島県の婦人問題調査研究発表大会を 県と県の教育委員会と婦人会とで実施しています。婦人会では活動発表と調査をさせてもらいました。今まで41回やってるんですけど、この3年間はエシカル消費とSDGsについての調査をさせていただきました。いつもは2千人調査してるんですけど、今年は3年目で1万人調査をしようと思えます。今、会長にも協力してもらって、問題を作ってる最中です。SDGsについて関心があるかについてなど、年代別、企業別に、いろんな調査を用意しています。団体、企業等に協力してもらって、1万人調査で分析して、日本の各県にご利用してもらおうと思っていますので、皆様のご協力をお願いしたいと思っています。

ほとんどの問題ができあがっておりますので、今日、配付しようと思ってたんですが、それが間に合っておりません。今、準備していますので、帰りに、よかったら、お持ち帰りください。

県婦連におきましては、SDGsとエシカル消費について、非常に熱心に取り組んでいます。四国大会におきましても、みなさんに発信させてもらっています。また、エシカルノートNO2を今年は徳島県と一緒に作成しようと思っています。消費者庁が徳島県に来るといふことで、全国に婦人会は47都道府県と2つの政令市にあるので、そちらの方にお配りして、徳島県から発信したいと思っていますので、ご協力よろしくをお願いします。

【会長】

はい、ありがとうございます。

婦人団体連合会は、ものすごく協力的なネットワークを持っています。県人口72万人の徳島で1万人の調査の計画をしているという、素晴らしい活動の予定を聞かさせていただきました。また、アンケート用紙等が届いた場合は、ご協力をどうぞよろしくお願い致します。

〇〇委員お願いします。

【〇〇委員】

徳島県に作っていただいた計画を見て、予防的な消費者教育と、トラブルが起こってしまった後の救済、バランスが非常に取れた、とてもいい計画だなと思って見させていただきました。また、消費者庁の報告で、SNSでのLINE相談を進められているのを知りました。徳島弁護士会でも高校等に消費者教育のことで出前授業させてもらっているんですが、一番需要があるのが、スマートフォンでのトラブルについてです。若い方がご相談に来られてもスマートフォンで情報収集される方がたくさんおられて、私達が思っている以上に、スマートフォンが身近にあると実感しています。これから若年者層からの早期相談につなげるためには、SNSを利用していくのが鍵になると思いますし、早期に、重大な結果になる前に、どこか適切な所に相談につなげれるというのがあると思いますので、ぜひ、SNSの相談については、こちらの方でもフィードバックしていただいて、弁護士会の方でも協力できる場所があれば、協力させていただきます。

【会長】

ありがとうございます。

もう少し、SNSのLINE相談の中身について、教えてもらえますか。

【消費者庁新未来創造戦略本部】

ありがとうございます。資料1の11ページに書いてあるLINE相談なんですけれども、今、ご指摘があったように、若い方はなかなか電話しない、更にはLINEなどSNSを使うという特徴がありますので、若い方を中心にLINE相談ニーズがあるんじゃないかと、トライアルを始めました。

一昨年度は徳島県で一ヶ月間実施してみました。LINE相談をやるといっても相談員の方もどう対応していいかというのが、なかなかわからないという所があります。実際やってみると、例えば、相談員の方が24時間常には対応することはできません。一方、LINEというのが24時間ずっと送れますので、相談時間外に来たときに、どう回答すればいいか、どう返したらいいか、どうすれば次の相談につながりやすいか、やはり、一つ一つ精査すると、いろいろと問題が見えてきます。その他にも、あまり長文にすると回答者が読んでくれないとか、逆に細切れにすると、例えば、5つのメッセージで完結とした場合に、2つぐらい読んで、もう満足して3つ目以降は既読にならないとか、実際にやってみると色々分かってきます。そこで、うまく機能するようにマニュアルづくりに取り組んでいます。なかなか相談事例が多くなるとマニュアルを作れないということもありますので、今年度は徳島県に加えて、大都市の広島市に協力をしてもらって、いろんな事例を集めようと3ヶ月間やった所です。

今回は事例もある程度集まったということで、現在分析を行っているのですが、マニュアルについては今年度ないし、来年度の早い内に作成し、公表したいと思っています。

せっかくですので、今、デジタル技術を使ったものについての必要性のご指摘がありましたので、資料1の12ページをあわせてご覧いただくと、今、ご指摘の点は非常に重要な点だと消費者庁としても認識していて、若い方だけでなく、いろんな世代の方で、デジタル技術を使った取引があると思います。12ページ見ていただきますと、消費者庁のL

LINE公式アカウントを今度開設して、情報発信を行おうと考えています。やはり、消費者庁もHP等でいろいろ公式情報を出していますが、なかなか読みにくい所もあると思います。特に若い方を中心にもうちょっとわかりやすい、読みやすい内容に工夫したLINE公式アカウントを作ろうと思ひまして、作業を進めているところであります。それ以外にもご指摘があったように、デジタル技術を使った取引も非常に急増しています。そこを踏まえて、デジタルプラットフォーム利用者向けにリーフレットを作っており、利用者の方にわかりやすく、こういった点を気をつけましょう、などの情報発信をしたいと考えています。やはり、ご指摘のように商取引変わってますので、その社会のニーズに対応して、消費者庁としてもきめこまやかに対応したいと考えています。

【事務局】

県の方からも説明させていただきます。来年度の事業として、県独自でLINE相談を実施することを予定しています。今年度、LINE相談の実証実験が本県で実施されました。実は、LINEは相談に対して答えを出すだけではなく、例えば、今、こういう状況で、こんなトラブルが発生しています、というのプッシュで出すことができます。相談の中で、例えば、架空請求がメールで来たときに、どうしたらいいのだろうか、それに対してこれについてはこういうことが全国で起こっているの気をつけてくださいと、トラブルになる前に止めるということがLINEでは可能になってくるのかなという所になります。

先ほど、マニュアルを作成という話がありましたが、県におきましては、そのマニュアルを十分活用させていただいて、来年度に向けてしっかりと相談の体制をとっていきたいと考えていますので、よろしくお願ひします。

【会長】

ありがとうございました。消費者の年齢とか環境によって、情報の親和度って違うと思います。SNSも非常に発達早いもので、若い子はLINEのみならず、Twitter、インスタ、今、急速に広がっているのがclubhouseです。clubhouseの利用者は年代に幅があります。プロフィールも実名登録になりますし、何をやってる人とかわかるんですけども、即時、ルームの中で、いろんな情報が解決されていくので、今後、clubhouseというのが大きなツールになるんじゃないかと、私も体験的に感じています。

他にいかがでしょうか。〇〇委員お願ひします。

【〇〇委員】

少し時代遅れの話になりますが、老人はネットについて弱者になり、なかなか情報を得られません。私どもよく、小さい集会は開いています。そのときにパンフレットをもらったりするのもいいんですが、もらったら、その後、見なくなるんです。それでDVDを積極的に配ればどうかなと思ひています。私たちもコロナ禍がありまして、様々なことができなくて、会員にラジオ体操のCDやフレイル予防DVDなどを送りました。

小さな集会在、老人を中心にしてあると思うんですが、そういうところでですね、DVDを送っていただければ、研修が進むんでないかなと思ひます。DVDを啓発資料として

作っていただけると、みんなで一緒に見ますので、講演をしていただいたような形になると思います。30分ぐらいにさせていただくと何かのついでにできるといいますか。都合がよいのではないかと考えておりますので、そういうことについて、よろしくお願いします。

それから、もう1つは実現できていないのですが、中学校の校長と話したのですがスマホの勉強しようということで、中学3年生ぐらいの人達にアシスタントになってもらって、講師がいて、高齢者がいて、中3の子がいて、それでアシスタントにしてもらって、技術をあげようかなと話をしています。コロナ禍でどの程度、実現できるかはわかりませんが地方の方から進めてみようかなと思います。中学生もそれで社会貢献できるんだったら、いいんでないかなと思っています。

【会長】

ありがとうございます。

情報をどのような媒体でお届けするかのご提案ですが、1つはDVD等の配布をどのようにされるか、どのようにお考えかということ。もう一つは、大人同士で学ぶのではなくて、学びの輪に「中学生と一緒に学ぶスマホ講座」のような感じで、地域ぐるみで、他世代で学ぶような消費者教育の場があってもいいのではないかとのご提案がありました。事務局このあたりいかがでしょうか。

【事務局】

今、いただいた質問ですが、まず、啓発のDVDについては、我々も見守りのネットワークという中で県の老人クラブ連合会だったりとか、民生委員だったりとか、そういう方々に入っていて、話はしてるんですけども、実際、最後の消費者という所にどう届けていくのか非常に大きな問題という認識をもっています。そうした中で、実は福祉の方とも話をしながら、今、小さな集会という話がありましたけど、つどいの場というのがあります、県内で約500くらいあると聞いてます。老人クラブについては会員の方が約3万5千人ぐらいおられると思います。そういう方々に御協力いただけたら、末端まで届くのではないかなと考えてます。その中で実際に啓発する資料ということで、例えば、チラシだったら、すぐに捨てられてしまう話もあって、うちの方でも例えば、薄い冊子その中に事例を入れてあるようなものを、今、作っていますし、また、啓発の動画も、来年度なんですけれども、予算措置しているところです。時間的に20～30分と言われてるんですけど、どれぐらいになるかはわかりませんが、視覚に入ってくるようなものをできればいいなと考えています。中学生の方、年代を超えた話なんですけど、すばらしい発想だなと思います。なかなかピンポイントの形で年代を超えて普及啓発していくのは、我々の方でも話を聞かしてもらって、参考にさせてもらえたらなと思います。よろしくお願いします。

【〇〇委員】

まだどうなるかわかりませんが、これから検討をしてみて、中学校に話してみたいと思っています。

【会長】

他の先生方いかがですか。お願いします。

【〇〇委員】

どういう風に消費者教育をやっていくかという中で、昨年、話したエシカルノートを2万5千部作りまして、配布したら、非常に好評でございました。エシカルというものがよくわかると、いうことをいただいております。それに続いて、第2弾を出そうと思っております。冊子にして送ると、非常にわかりやすいということを提供しているもので、今年も2万5千部作り上げて、前のと一緒に、今もくださいと要望があるので、みなさんに配布させていただこうと思っております。例えば、フェアトレードとか、そういうようなマークをもってコンビニに買いにいったら、そのマークのついてる物を買おうとか、身近なことを我々の方から発信したいなと思っております。高校生とかエシカル料理はこういうものがあるんだとかいうことも、いっぱい載せてます。高校生の所について一緒に料理をして、その料理がこういう料理がエシカルなんだよということを発信していますので、是非、こういうのを載せたらいいなとか意見がありましたら、今度第2弾作るのでご意見をいただきまして、それを配布したいと思っております。ご協力をお願いします。

【会長】

ありがとうございます。

エシカルノートの紹介でした。これは〇〇委員、徳島県の中だけではなくて、県外にも配ったんですか。

【〇〇委員】

県外にも配らせてもらいました。会長にも全中連の方で講演いただいたり、四国の方にも講演いただいて、みなさん、エシカルを身近に感じる、本当は今までやってることなんだけれど、それがエシカルなんだよと、というようなことで、みなさんよくわかりますということで、各県から要望ありましたら、私の方から発信させていただきました。教育委員会と一緒に作ったんですけど、非常にいいものを作ったと思っております。第2弾ができれば、是非、ご利用してくれればと思います。

【会長】

生涯教育の立場から考えるエシカル教育というご案内でした。ありがとうございます。今日のご説明の中にも消費者志向経営、事業者の立場でのいろんな取り組みが徳島は盛んに発信されてるというご案内がありました。事業者の立場として、〇〇の〇〇委員いかがでしょうか。

【〇〇委員】

このコロナ禍におきまして、弊社としても様々なことが変化しています。日々、消費者の方々と接する立場として、SNS、どの方法が一番受け入れられるのだろうと、すべての

媒体と接触させていただきました。その中でもご年代が幅広く様々な問題があるんですけど、Twitterがとても、盛り上がってます。やはり、SNS中ではこちらから一方通行で送る、例えばLINEで情報を送りましても、一方通行でしたらあまり、見てもらえない。そんな中でTwitterだったら、こちらが何かをあげたら、リアルタイムで返事を返していただけます。そういったやりとりの中で、交流がとても深まります。媒体を通してでもこれだけ、深くおつきあいができるのだなと実感しています。私どもの方でも新しい生活様式になれてきました。リモートワークの活用をととても重宝してます。Zoomによる遠隔会議とか商談とかセミナー、ほとんど、物理的なものを返さずにさせていただいてる。それが時間的なもの、距離的なもの、拘束がなくなったことによってこんなに時間が有効に活用できるんだなと実感しました。SNSを活用していく中で、素晴らしさも享受する中で、問題はセキュリティへの配慮になってます。ですので若年層の方や高齢者の方々に対しても大変な脅威になっているなかで、バーコード決済については、高齢者の方々がレジのところ戸惑ってらっしゃいます。どういう風に、様々なご年代に対して、どういう風にサービスを提供していいか、まだ、模索をしている段階です。ただ、リモートワークした中でライフワークバランスがととても上手くとれるようになってます。こなせなかった量の仕事もこなせれるようになります。働き方改革、こちらの方もうまくまわってると思います。

先ほど、〇〇委員さんからお話ありましたが、アンケート1万人、壮大な計画だと思います。本当にすばらしいです。これができるんだとしたら、本当の生のデータを私も見れるんだと思うんですけど、72万人分の1万人。それで、今回ご提示されてるエシカル消費の認知度が40%超えられてるんですけど、N数が533ということなので72万分の533ですので、この対象の抽出方法が、どういった抽出方法されたのかなと少し参考に教えて欲しいなと思った点です。どうぞ、よろしくお願いします。

【会長】

ありがとうございました。それでは認知度調査の母数、対象者数のサンプルについてお答えいただけないでしょうか。

【事務局】

サンプルなんですけど、実は元年度までは、消費者庁で、委託に出して、されてるもので具体的にどういう形で実施したか、正確なところをお話できないんですけども、また、わかりましたら連絡するという形でよろしいでしょうか。

【会長】

ありがとうございました。

生産者の立場からですね、〇〇委員お願いします。

【〇〇委員】

この計画にそってやっていただいたら、問題等は減少するのかなと思います。このコロナ禍の中で3密をさけて、考慮してやっていくことについては、かなりの苦難があると思

いますが、私の方から何点からお願いがあります。

まず、プロジェクトの概要の中で消費者と事業主との連携・共同が、計画の中でうたわれていたと思います。この中で食品ロスの削減等については、先ほど、申しましたがコロナ禍の中で事業主が作っても売れない問題があります。ロスにもいろんなロスがあるのではないかと思います。今後、こういう場でご審議をいただけたら非常にありがたいなと思います。また、消費者志向について、いろいろな方から言われたとおりでございます。また、エシカル消費の普及啓発について、このグループの中でも会議に参加しない人は興味があってもわからないという人がかなりあると思います。〇〇では、そういうことを含めて、今後、部会でいろんな協議をしていかなければと思う所です。

特に消費者と事業主、生産者の人との協議の場というのを、今後、是非、お願いしたいなと思います。先ほど説明の中で、生産者の会におきましても、コロナ禍等で密をさけるということで、講習会など会議があまり開けないということで、少人数で会を進めるということした。〇〇は生産者と一体となって、消費者と一体となって今後進めていかないとこの消費生活等が前に進まないのではないかなと、会に来るたびに感じます。それを含めて、今後ともご指導を。私どもが思ってることは、ご報告、ご提案させていただきたいなと思います。

【会長】

ありがとうございます。今、1つの方向性としては消費者と事業者、消費者と生産者のコミュニケーションをとる連携の場、話し合いの場をもうけてはと提案がありました。何かこの点につきまして、ご計画を立ててることなど、事務局はありますか。

【事務局】

消費者と事業者の連携、消費者と生産者の連携につきまして、SDGsの達成に向けて、消費者市民社会の形成に向けて、当然必要なことだと考えています。そうした中で例えば、1分野の話をさせていただきましたら、職員のリスクコミュニケーションとかそういうものもあるのかなと思います。そうでしたら、消費者の方、事業者の方、生産者の方、集まって、いろいろ意見、内容を話をして、そこで最終的には信頼関係をそれぞれ持つような場面もあろうかなと思います。それぞれのプロジェクトの中、シチュエーションによって、色を変わってくると思いますので、そのあたりはいろいろご意見とかいただいた中で、こちらの方でも整理をさせてもらって、できる所からやっっていこうと思います。

【〇〇委員】

食品ロスの問題は、生産者が作っても売れないというのも食品ロスにつながると思うので、今後、それも含めて一緒にやっていただけたらなと思います。よろしくお願いします。

【消費者庁新未来創造戦略本部】

先ほど、エシカル消費の調査に関するご質問があったかと思いますが、どのようなサンプルを選んだかのご質問あったかと思いますが。こちらの調査ですが徳島県の男性、女性比率、さらには年代比率、さらには地域別の比率を母集団にあわせまして、サンプル500

程度で質問しています。具体的に言えば、男性の10代後半から20代までは7.3%ですとか、女性の40代であれば、14.6%とか、母集団にできるだけ近い形で500のサンプルを分布しております。地域別も同じような形でして、例えば、徳島市のサンプルを見ますと、だいたい4割程度、鳴門市だと1割程度、母集団にあわせて500程度のサンプルを取っておりますので、その結果が徳島県全体の母集団に近いような形に合わせると、いう形で工夫をしています。

また、先ほど、〇〇委員からご指摘ありましたエシカル消費に関する取組です。資料1の19ページの方に消費者庁の取組を書いています。先ほど、徳島県からも指摘がありましたとおり、徳島県、非常にエシカルの認知度が高くなってます。例えば、資料19の左側の青いところの「問題意識」を見ていただくと、全国だと認知度が上がってきたとはいえ12%ですが、2つ目のポツを見ていただくと、徳島県の方は4割と、非常に認知度が上がっています。それを踏まえ、戦略本部の方では、徳島県内の行政を中心としたエシカル消費に関する取り組みについて、ヒアリングをし、調査結果をまとめています。これについて、近々、とりまとめる予定ですので、そちらができましたら、委員の方にも是非見てもらって、いろいろ協力できる点は、引き続き協力させてもらえればと思いますので、今後ご指導いただければと思います。

【会長】

はい、ありがとうございました。〇〇委員お願いします。

【〇〇委員】

資料1の16ページで子どもの事故防止という所があります。いつもだったら、「おぎゃっと21」とかイベントがあったり、事故防止の日の1週間に子育て広場や子育て支援センターに来られているパパ・ママにお伝えしたりとか、ハンドブックをお配りしたりとします。ただ今年はコロナ禍でそういうイベントができなかったもので、随時、年間通して、ハンドブックを渡すだけではなく、実際、目の前でお子さんが遊んでいて、あまり子どもさんの口に入るような3.9以下のものであったり、長いものはおいてないんですけど、人形のスプーンとか、結構長いものほど口にして、それで歩いているにもかかわらず、お母さん達は、それを危ないと感じていないことが多くて、スタッフが横に寄り添って、こけたらあぶないんだよと実際、周りでお声かけをすることで、生に伝えられる。ただ、事故防止ハンドブック渡すだけではなくてということ、年間通してやっています。

実は、ここに父親の啓発と母親の啓発を分けていて、父親はなぜ別になっているのかなというのもあるんですけど、今も、保健センターでの両親学級がほとんどなくて、オンライン両親学級での事故防止を配信すると、オンラインにすることでご家庭にいらっしゃるので、パパも参加しやすいということと、結構、私たち、県の事業でオンラインでの子育て広場していたら、おばあちゃんが後ろでいらっしゃったりとか、一生懸命話を聞いてくださっています。オンラインで同時に、土日とか、時間によりますけど、パパ・ママが参加できて、祖父母にも事故の防止の啓発がいけるのかなと思います。尋ねたいのは、父親の啓発を別にされている意味というのは、父親に伝わりにくいとか、何かの理由なのかなと、そこをお尋ねしたいのと、もう一点は、妊婦さんなんですけれども、出産して病院か

ら帰ってきて、最初は新生児の間は、自分でガーゼ持ってきて、顔を隠すこともないし、寝返りすることもないんですけれども、妊婦さんって、初めて出産するに向かって、すごく不安でいらっしゃるところに、どのような内容かわからないですけど、アンケートで不安をあおると、子育てがしんどいとか、そこまで考えないかんのだろうかと感じてしまいます。とりあえず安心して出産を迎えるところをして、不安をあおるようなものでなくてということと、生まれてから初めて目の前に赤ちゃんがいたときに、初めて実感がわいてくるので、妊婦と出産後にアンケートとありますが、生まれてすぐの新生児と動き始めた子どもをお持ちの方の意識調査も必要と現場にいて大事と感じています。

【消費者庁新未来創造戦略本部】

ご指摘のとおり、父親が安全に取り組む、母親が安全に取り組む、というのを別に分けているのではなくて、子どもの安全を守るという意味で父親、母親は同じような役割を果たす必要があると考えています。

こちら、なぜ、分けたかと言うと父親の方が安全による認知度が母親に比べて低いというのがありまして、どちらの役目も非常に重要ではあるが、まずは父親の認知度を高めるというのに、焦点を絞るという意味での父親の啓発ということで、企業を通じた認知度を向上するというのを今回は絞って取り組もうということです。利便上分けたということで、父親・母親のどちらかだけが重要というわけではないです。どちらも非常に同じように子どもの安全を守っていくことは変わらないです。母親の啓発についても今年度はコロナのことがあって実施できませんでした。出産前に不安を煽ることを慎んだらいいのは当然ですので、本日いただいた提案をふまえて、今後実施する際には、しっかりと気をつけて、進めていきたいと考えています。

【会長】

〇〇委員、よろしいでしょうか。ほかどうでしょうか。

【〇〇委員】

地域の見守りネットワークの会長を務めておりますが、今まで各団体、参加団体が縦軸で運動してたのが横軸でみんな連携して、高齢者を見守る活動をしています。今、連携事例がいいものができてきて、実績積んでいるので、各24市町村に設置されてますので、この運動をしっかり進めていってほしいなと思います。

【会長】

ありがとうございました。時間の関係もごさいます。

事務局におかれましては本日、皆様から頂戴しましたご意見、ご提言を踏まえて、今後とも消費者行政、消費者教育の推進に反映させていただけますようお願いいたします。