

令和3年度第2回
札幌市消費生活審議会

会 議 録

日 時：2021年11月2日（火）午前10時開会
場 所：札幌市役所本庁舎 18階 第1常任委員会会議室

1. 開 会

○事務局（永井消費生活係長） 皆様、おはようございます。

事務局の消費生活課の永井と申します。よろしくお願いいたします。

本日の会議に先立ちまして、事務局からお知らせとお願いがございます。

札幌市情報公開条例では、附属機関での会議は原則として公開することとされておりますので、当審議会におきましても同様の取扱いとさせていただきます。

また、札幌市自治基本条例では、施策検討の各段階からの情報を市民に積極的に提供するように定められておりまして、会議録、委員名簿などについても公表させていただくこととなりますので、何とぞよろしくお願い申し上げます。

事務局からの事前連絡は以上でございます。

それでは、河森会長、よろしくお願いいたします。

○河森会長 皆様、おはようございます。

定刻となりましたので、ただいまから、第60回、令和3年度第2回札幌市消費生活審議会を開催いたします。

本来はまだZ o o mで行うことも考えられたのですが、新型コロナの新規感染者数も1桁になってきていますし、今回は第4次基本計画の検討の初めということもありますので、お集まりいただくことになりました。ただ、感染防止については、ご覧のように、ディスタンスを保ちながら開催していきたいと思っておりますので、本日もよろしくお願いいたします。

議事に入る前に、今回、浅野委員が新たに参加されるということですが、10分ほど遅れるようですので、後ほど、一言、ご挨拶をいただく形を取りまして、先に審議に入っていきたいと思っております。

それでは、連絡事項について、事務局からお願いいたします。

○事務局（安田消費生活課長） 皆さん、おはようございます。

事務局を担当しております消費生活課長の安田でございます。本日もどうぞよろしくお願いいたします。

このたびの開催方法につきましては、直前になって先生方にご迷惑をおかけすることとなつてしまい、申し訳ございませんでした。改めてお詫びを申し上げたいと思っております。

本日、八田委員と成田委員から所要により欠席されるという連絡が入っておりますが、消費生活審議会委員12名のうち、10名の方にご出席していただき、定足数に達しておりますので、このまま審議を進めさせていただきたいと考えております。

続きまして、お手元の資料を確認させていただきます。

本日、各委員の皆様には、次第、審議会委員名簿、配付資料一覧、また、資料①から資料⑦までをお配りしております。ご確認いただき、不足等がございましたら、お申しつけいただければと思います。

今回は、いよいよ計画の中身についての議論に入らせていただきます。せっかく各分野

の専門家の皆様にお集まりいただいておりますので、委員の皆様同士の積極的なやり取りをお願いできればと考えております。どうぞよろしくお願いいたします。

事務局からの連絡事項は以上でございます。

3. 議 事

○河森会長 それでは、早速、入っていきたいと思います。

7月に開催されました前回の審議会では、国と北海道における動きや消費者センターに寄せられた相談状況などから、消費者行政の現状について審議を行ったところでした。

今回の審議会では、前回の審議の内容に加えまして、市民意識調査の結果を踏まえた消費者行政の課題の抽出と、それに対応するための方向性、そして、次期計画である第4次基本計画の体系についても審議を行っていただきたいと考えております。

それでは、議題に移ります。

(1)の市民意識調査結果について、事務局より説明をお願いいたします。

○事務局（谷村消費生活係員） 皆様、おはようございます。

消費生活課消費生活審議会担当の谷村と申します。

後ろの列からで失礼いたしますが、私から市民意識調査結果についてご説明させていただきます。

毎回、札幌市消費者基本計画を策定する際には、市民の意見やニーズを調査するため、市民意識調査として、無作為に抽出した市民に対するアンケートを実施しております。この計画が5か年計画でありますことから、調査も5年に一度実施しているため、前回の実施は平成28年度ということになります。このたび、一般向けには、つい昨日発表になったばかりと聞いておりますが、今年度の調査結果が出ましたので、ご報告させていただきます。

資料は①になります。

表紙をめくって、1ページ目をご覧ください。

調査の概要が記載されておりますが、この調査は、市内在住の満18歳以上の男女、2,478人から得た回答を集計したものです。下の表に回答者の属性が記載されておりますが、年代別の割合を見ると、60代以上からの回答がおよそ半分近くを占めておりまして、29歳以下は8.5%と1割にも満たないことが分かります。この調査への回答は任意ですので、こういった偏りが出るのは仕方ありませんが、今回の調査は回答者の年代に偏りがあるということを前提にご覧いただければと思います。

資料①の中身に入る前に、資料②をご覧ください。

現行の第3次基本計画では、四つの重点項目ごとに取組状況をはかるため、市民意識調査の回答結果を用いた成果指標を一つずつ設定しています。まずは、この成果指標に沿って市民意識調査の回答結果を説明させていただきます。

まず、重点項目1の安全で安心できる消費生活に向けた取引行為の適正化の成果指標、

消費生活トラブルに遭った際に、自分で交渉して解決したか、または誰かに相談したことで解決した人の割合ですが、平成28年度時点では82.8%で、目標値を90%としていたところ、今回の結果は78.2%と目標達成はならず、当初値を下回る結果となってしまいました。

ここで、資料①の4ページ目をご覧ください。

これは、消費者トラブルに遭ったときにどのような行動を取るかを複数回答でお答えいただいている問いについて、それぞれの選択肢が示す解決方法における解決割合を足し合わせて出した割合でございます。

次のページ以降にそれぞれの解決方法における解決割合が記載されています。

4ページ目の表になりますが、今回、回答者数が一番多かった自分で販売店やメーカー等と交渉して解決した人の割合は、前回の調査結果と比べて、7.5ポイント伸びておりました。こちらには前回調査の記載がありませんが、大幅に伸びていることが分かります。

また、解決割合だけでなく、回答割合を見ても、前回結果では、全体で20.8%の方がこちらの選択肢に丸をつけていたわけですが、今回は44.5%もの人が自分で販売店やメーカー等と交渉したと回答していることが分かりました。今回の結果から、消費者が自主交渉する力を身につけつつあり、第3次基本計画で目指していた「自ら考え、判断し、行動する消費者」という像に実態が近づきつつあると言えるのではないのでしょうか。

しかし、その一方で、消費者センターへの相談を含む、回答者数の多い幾つかの選択肢で解決割合が3%前後減少しておりまして、また、そのほかにも、理由は不明なのですが、警察への相談により解決した割合について、何と14.5ポイントもの非常に大幅な減少が見られました。今後も、目標達成に向けて、消費者に対して解決策を示すための情報提供や自主交渉能力を高めるための消費者教育を推進していく必要があります。

資料②に戻っていただき、続いて、重点項目2の高齢者等における消費者被害の未然防止の推進の成果指標、消費者センターで消費生活相談ができることを知っている人の割合についてです。平成28年度は55.2%で、目標値の80%に対し、今回の結果は63.9%であり、前回と比べ、着実に知名度が上がっているものの、目標にはいまだ遠いといった印象でございます。

資料①の3ページ目をご覧ください。

年代別の回答割合が帯グラフで示されておりますが、やはり若年層の知名度が低いということが分かります。資料に記載はありませんが、前回の結果と比較すると、平成28年度の20代において相談できることを知っていた割合の27.7%に対しまして、今回の調査結果では40%と大幅に増えていることから、若年層に対する消費者センターの周知の取組の効果は着実に出ているものと思われまます。

次に、資料②に戻っていただきまして、重点項目3の自ら考え、判断し、行動する消費者となるための学びの機会の充実の成果指標、消費者教育を受けたり、自ら学んだことがある人の割合についてです。資料①では、18ページ目になります。

こちらは、習ったことがある消費者教育の分野に回答していただく問いで、特になしという回答と無回答を全体から引いた割合を指標としております。平成28年度時点では80.6%で、目標値を90%としていたところ、今回の結果は77.5%と、平成28年度を下回る結果となりました。

こちらの分析ですが、私たちの直近の取組として、来年の成年年齢の引下げを見据え、若年層に対する消費者教育に特に力を入れてきたものの、今回の調査対象でターゲットとしてきた10代後半から20代前半がほとんど含まれておらず、私たちが力を入れた部分あまり反映されていないことから、今回の結果に影響しているのではないかと考えております。

また、資料①の表の中に各年代における回答割合を記載しておりますが、特に40代の消費者教育を受けた割合が少ないという傾向が見えます。今後は、特に力を入れている若年層や高齢者に加え、幅広い年代に対する消費者教育についても考える必要がありそうです。

それでは、資料②に戻っていただきまして、重点項目4の消費者行政のさらなる推進に向けた連携の強化とネットワーク化の拡充の成果指標、消費者トラブルに遭ったとき、誰にも相談できなかつた人の割合についてです。当初値の4.7%に対し、3%下回ることを目標としておりましたが、今回の結果では4.5%と目標を達成することができませんでした。事前に配付した資料では、2.4%と記載しておりましたが、正しくはこちらの4.5%となります。申し訳ありませんでした。

資料①の15ページ目をご覧ください。

これは、消費者トラブルに遭ったときの対応として、特に何もしていないと回答した人のうち、トラブルが解決していない人の割合を指標としております。下の帯グラフに年代別の回答割合が記載されておりますが、60代以上の高齢者が比較的多く、また、20代を除く他の年代にも一定の割合ずつ見受けられることが分かります。

資料①の13ページ目をご覧ください。

今回、こちらの項目は目標達成とはなりませんでしたが、前回の平成28年度の調査結果と比べると、町内会や民生委員へ相談した人の割合がおおよそ2倍になっておりまして、昨年度から取り組んでおります町内会や民生委員へのアプローチが徐々に実を結び始めている可能性があると考えております。ただ、解決割合が低いという課題も見えてまいりましたので、今後も引き続き、地域を巻き込んだ見守りネットワークの拡充を進めるとともに、見守る立場の人のスキルアップ、また、社会から孤立した人々にも行き届く情報提供を行っていく必要があると感じております。

そのほかのアンケートの質問への回答についても、かいつまんで簡単にご紹介させていただきます。

資料①の16ページ目をご覧ください。

こちらは、消費者個人としてトラブルによる被害に遭わないために重要だと思う対応に

ついて、最大三つまでの複数回答でお答えいただいたものであります。前回と同様に、自分で知識を身につけたり、学習したりするが最も多く、57.8%でした。2番目は、広報誌や行政からのお知らせ、報道等で情報を収集するの51.1%で、こちらは、前回の結果と比較して、あまり大きな変化はありませんでした。3番目は、トラブルに遭ったときには相談窓口相談するのですが、こちらは依然として多いものの、前回から大幅な減少が見られました。この減少分の受皿となったのが4番目に多かった商品サービスに関する意見等を事業者や行政に申し出るという回答で、前回から5ポイント増加しております。これは3番目と4番目の選択肢の差が縮まってきたということになりますが、相談するよりも自分で解決するために行動することが大切だと考えている市民が増えてきていると言えるのではないのでしょうか。

続きまして、17ページ目をご覧ください。

こちらは、トラブルによる被害に遭わないため、札幌市に力を入れてほしいことについて、最大三つまでの複数回答でお答えいただいたものです。最も多かった回答は、悪質業者の取締まりの強化の72.5%で、前回の調査結果と同様に、非常に多くの方が選択されており、多くの市民が悪質業者の取締まり強化を望んでいることが見てとれる結果となりました。それに続く回答は、消費者への情報提供、被害に遭いやすい高齢者、障がい者などの見守り強化、相談窓口の充実、学校などにおける消費者教育の充実となっておりますが、いずれも前回調査の結果と大きな差はありませんでした。

最後に、20ページ目をご覧ください。

こちらは、消費者教育の推進のために重要なことについて、最大三つまでの複数回答でお答えいただいたものです。最も多かったのは、学校などにおける授業の充実の56.3%で、次に多かったのは消費者教育の重要性を知ってもらうための広報でした。前回の調査結果と比較して、こちらの1位と2位の順位が逆転しておりますので、引き続き、この2点が重要だと多くの市民が感じていることが分かりました。また、3番目に多かったSNSなどのインターネットを活用した情報提供やオンライン講座の充実については、今回、新たに設定した選択肢でしたが、消費者教育にもオンラインの活用が望まれていることが分かります。

議題（1）に係る資料の説明は以上となります。

ここまで、市民意識調査から見えたことを勝手ながら事務局の視点で述べさせていただきましたが、委員の皆様方から、ご覧になってお気づきになられたことについて、お伺いできればと思います。

拙い説明で大変恐縮ですが、ご審議のほどをどうぞよろしくお願いたします。

○河森会長 ただいまの説明について、ご意見をお聞きする前に、浅野委員が参加されましたので、まず、一言ご挨拶をいただいてもよろしいでしょうか。

○浅野委員 初めまして。北海道教育大学の浅野と申します。

このたび、初めて参加させていただくことになりましたが、遅れて参りまして申し訳ご

ざいませぬ。時間に間に合うように、十分な余裕を持って出たはずだったのですが、目の前まで来て、車がちっとも動かなくなりまして、今度から車で来るのはやめようと思つづく思つたところでございます。

大学における私の専門分野は家庭科教育でして、特に、私の研究の専門は被服ですので、消費者関係のトラブルというのは日常的に対面している問題です。学校の教育現場でも、日々、こういった教育がとても重要になってきているという話をしていたところ、今回、こういった資料を見せていただきまして、ある意味、私も実際の生活を含めて勉強させていただくような気持ちで参加させていただいておりますので、どうぞよろしく願ひいたします。

○河森会長 ありがとうございます。

今回の検討の中には消費者教育の面も大きく関わってきますので、いろいろなご意見をよろしく願ひいたします。

それでは、議論に入っていきます。

今、市民意識調査についてご説明いただきましたが、この審議会の中では調査の内容についても考えていく必要があると思ひます。また、コロナ禍でしたので、例えば、学校に行つて講師が説明したりする機会が失われてしまった一方で、SNSなどのインターネットを通じた情報提供などの意識が高まっているという内容も見受けられると感じています。

数値目標としては達成に至らないところもありますが、先ほど言つたコロナ禍の影響も踏まえて、ここで皆様からのご意見を頂戴しながら、今後の第4次基本計画の検討に生かしていく形を取つていきたいと思ひます。

それでは、皆様からご意見などがありましたら、どちらからでも結構ですので、お話しただけければと思ひます。いかがでしょうか。

○番井委員 説明をどうもありがとうございました。

自分一人で見ると、ご説明いただいたほうが頭に非常に入ってきますので、大変ありがたかったです。

我々は、いろいろな高校や大学に行つて消費者教育をやつたり、私も個人的に呼んでいただいて、いろいろなところでお話をする機会が年に数回あったのですが、今、会長もおつちやられておりましたように、やはりコロナ禍のせいで、この2年間、それが全然なかったという背景がありました。普通の授業でさえも遅れているのに、そこまで時間が割けないという現場の事情もあり、消費者センターの認知度が伸びなかったのかなという感想がありますので、やっぱり特殊だったかと思ひています。

次に、質問ですが、資料①の15ページの特に何もしていないのにトラブルが解決したというのは、私には理解できなかったもので、どのようなことが想定されるのか、分かる範囲で教えていただければと思ひます。

○事務局（谷村消費生活係員） 4ページ目をご覧ください。

選択肢の一覧が棒グラフで示されておりました、そのうち、左から2番目に自分で解決

方法を調べて対処（無視を含む）と記載しておりますが、ここの無視を含むということに、いわゆる架空請求はがきに対して無視をした場合もこちらに含むように誘導しているところです。ですから、本来はこちらに丸をしていただくべきところですが、恐らく、無視だったら何もしていないだろうということで、何もしていないに丸をつけた上で、架空請求であれば無視が一番の解決策なので、解決に丸をつけた方がいらっしやったのではないかと考えております。

○河森会長 それでは、ほかの方からご意見がありましたら、よろしくお願いたします。

○高田委員 私どもも相談の実務を受託してやっているのですが、この2年間、講座等を開くことができなくて、会員も、講座ができないのならやめてしまおうかという発想を持っている方もいらっしやいました。

それは別としまして、この報告を見まして、消費者教育というのはすごく大事で、みんな結構望んでいるのだらうと思いました。自分で学習するというのも書いてありますが、やはり自分ではなかなかできないので、いろいろな機関に頼ってやるか、学校で教育をしてもらうか、特に、今回、18歳以上が大人の扱いになりますので、その辺の関係も含めて、教育に相当力を入れる必要があるのではないかと感じたところです。

○河森会長 資料①の4ページの回答を見ても、自主交渉が増してきている中で、それとともに消費者教育が重要であるということです。自主交渉をして解決になれば一番いいのですが、自ら考えて間違った対応をしてしまうと、逆にトラブルが拡大してしまうこともあるので、自主交渉の数が伸びることがひとえにいい方向なのかということも考えていかなければいけないと感じながら見ていました。

また、今、高田委員からありましたように、ほかの人に頼ることによって正確な情報を得られますので、その中で消費者教育を考えていくことも重要なのかなと感じました。

ほかにいかがでしょうか。

○小田嶋委員 今、まさに会長がおっしゃったのと同じことを感じておりました。一人で行動できるというのは、すばらしくもあり、我々の立場から見ると、若干危うく感じることもありますので、一人で行動するという前提には、一人で交渉できるある程度の知識や、うまくいかないときに相談できる環境がセットになって初めて、肯定的な評価ができるのかなと思ったところでした。

また、一人でやったときは解決割合が高くて、ほかに相談したときは意外とそうでもないという傾向がありました。これは、一言文句を言えば解決できるものであれば一人で対応できるけれども、人に頼らざるを得ないような、特に警察などに相談せざるを得ないところまで行くような事案というのは、そもそも論として解決が難しい性質のものかと思えますので、個人的には低く出ざるを得ないのかなと分析したところです。

○河森会長 今、ご意見がいろいろ出てきましたが、事務局から何かお話はありますか。

○事務局（安田消費生活課長） この市民意識調査は、先ほども申し上げたとおり、年齢に偏りがあるものの、今後の計画を進めていく上でのベースとなるものでございますので、

そこをしっかりと分析した上で、次の計画には反映させていただきたいと考えております。委員の皆様からさらなるご意見を頂戴できれば、私どももさらに検討を深めていくことができますので、多くの先生方からご意見を賜ればと考えております。

○河森会長 ほかにご意見はいかがでしょうか。

○柏委員 今回から皆さんのメンバーに入れさせていただきました。よろしく申し上げます。

今、アンケート結果を見せていただきまして、確かにコロナ禍というのは大きな影響だったと思うのですが、資料②に出されている目標値に対する実績値が達成されていないという現実はある意味、我々全員で受け止めなければならないとっておりますので、コロナ禍でもできる取組を視野に入れながら、次の第4次の計画を策定していかなければならないかなと考えさせられました。

また、先ほどの消費者教育の推進のために重要なことというところが一番顕著かと思うのですが、そういった中で、やはり年代別を視野に入れた取組も考えていかなければならないと思っております。そこで、SNSというのは一つのキーワードになろうかと思ひますし、20ページの調査結果を見ましても、20代から40代には効果的だと感じたところではあります。

一方で、70歳以上の方は、実際にスマホを持っていても、やり方が分からない、見方が分からないという方々もいらっしゃいますので、ほかの手段はないのかという部分も考えていく必要がありますし、ご高齢の方は、今回のコロナにより、外出できずに家にいることで消費者被害に遭う例というのを私どもも耳にしておりますので、高齢者へのサポート体制をいかに強化していくかといった視点が我々に求められているのかなと考えさせられました。

○河森会長 コロナ禍の中でも、数値目標が下回っているというところは重く受け止めなければならないと思ひます。

また、今、柏委員からもありましたように、SNSなどを通じた情報提供については、若年者、あるいは、40代ぐらいまでは広がりがあるところですが、高齢者は、ネットを通じて情報を獲得することがなかなかできませんので、そのサポートは重要だと感じたところではあります。

話は別になりますが、コロナワクチンの接種のときもそうでしたね。ネットで予約をするということでしたが、結局、高齢者の方はネットを通じたワクチン接種の予約ができなかったというのも報道などを通じて聞いていますので、そういう現実の問題に対するサポートというところは考えていかなければいけないのかなと思ひます。

ほかにいかがでしょうか。

○工藤委員 ご説明いただいたとおり、若年層の回答が低いということもありますし、資料を見せていただくと、項目が①から④までであったということは、消費生活に関すること以外の項目もあったということですね。しかも、かなりの質問数があった上で、筆記で郵

送ということだと、お時間に余裕のある方しか取り組まないかと思います。国勢調査も前回からネットで回答できるようになりましたので、こういったアンケートについても、ネットでも郵送でもできる形にしたほうが、もっと幅広く答えを受けられるかと思います。

また、消費者センターのことを知っている人がどれだけいるのか分かりませんが、この数値よりはもう少し上のほうに出るのではないかと思いますので、このアンケートの数値だけで評価をするのはちょっと残念かなと感じました。

○河森会長 今後は、アンケートの取り方についても見ていかなければいけないですね。高齢者の中にはネットを使うことができない方ももちろんいるので、例えば、アンケートに回答した人は、ネットで行ったのか、紙で行ったのかなど、年代ごとの違いなどが出てくると、利用している媒体が明らかになってくるのかなと考えております。

今の工藤委員のお話について、事務局から何かありますか。

○事務局（安田消費生活課長） 役所としてはなかなか答えにくいご提案をいただいたところですが、ありがたく思っております。

確かに、文書で質問を出して、大量の項目に書き込みをして返送するというやり方が今の時代のニーズに合っているかどうかというのは、自治体として常に検討していかなければならないと考えています。ただ、デジタルを使ってアンケートをする方法にすぐ切り替えられるかという、全庁的な議論が必要だと思いますので、今ここでお答えすることはできませんが、多分、デジタルの波はすぐにやってくると思いますので、これに向けた準備はしっかりと進めていきたいと思っています。

○河森会長 ネットを通じてということになると、紙のワンクッションを置いて問合せなどができる形と違い、それが本当に信頼できる発信元なのか、あるいは、個人情報の内容に関わってくる場合、その取扱いにも難しいところが出てきますので、いろいろな検討課題があると思います。ただ、今おっしゃられたように、時代の流れは止めることができないので、その辺は検討していかなければいけないと思っています。

ほかにはいかがでしょうか。

○山口委員 お話しさせていただく前に、前回の審議会の自己紹介で、私は迷って言わなかったのですが、昨年4月から札幌消費者協会の職員として働いております。ここで何か意見を言うときに、職場での体験談や仕事を通して見聞きしたことがどうしても出てきてしまうかと思うのですが、この審議会での活動は私が個人的にやっていることなので、協会とは全く関係ないということをご理解いただけたらと思います。よろしくお願いします。

まず、今年度、令和3年度の消費者白書のデータですが、全国の相談件数は2020年度と2019年度でほとんど変わりがないので、消費者庁は焦っているという話を聞いたことがありますし、札幌市の場合においても、資料②に限って言うと、実績値が目標値を超えられないところがあります。これは、いろいろやり方があると思いますが、これからはいろいろな手段を使った啓発が鍵になってくると思っております。

○河森会長 全国の相談件数と見比べながら、札幌市の中でどのような相談があるのかと

いうところを一つ一つ確認しながら見ていく必要があると感じております。

ほかにいかがでしょうか。

○浅野委員 一つだけ、私のプライベートなところとも関わりますが、実をいいますと、私は、今、札幌市に来て4年目になります。これまで割と全国あちこちの市町村を転勤してまいりましたが、今回、札幌市に来て、ほかの地域と違った札幌市ならではの消費傾向や消費者行動があるように感じるが多々あります。ですから、そういった地域ならではの行動も分析していただいて、特に重点的に解決すべき点はこういったことなのかを見ていくのも一つだと感じております。

一番大きなところとしては、今回、コロナのせいもありまして、ネット、あるいは、ほかの手段を通じた通信販売というものに消費者が随分動いたかと思えます。そのときに一番混乱があったのは、送料の問題ですね。送料は無料だと考えていたのに、北海道だけは別扱いだったと。それがきちんと明記されているものばかりだったらよかったです、特にネットなどでの通販に慣れていらっしゃる方は、その情報を見落として、何でこんなにお金がかかったのだということになります。若い方はそういったことはないのかもしれないけれども、消費者がもう少しよく見ておけば分かったかもしれないところで、確認すべき点がきちんと確認できていないというお話を聞いたことがありました。

それ以外にも幾つか気がついたことがありますが、もう少し整理してお話しできればよかったですね。ただ、地域的なところも見ていただけるといいかと思いました。

○河森会長 北海道は、津軽海峡を隔てていますので、送料の面ではやはりほかの地域と違う部分が出てくるのかなと思います。

また、ネットで購入するという、いわゆる通信販売では、特定商取引に関する法律において、販売方法でトラブルが生じやすいという特徴も出てきていますし、さらに、来年4月1日から18歳への成人年齢の引下げもありますので、若年者の中でも契約の取消しができないなどのトラブルが生じやすいということも、一つの問題として考えていかなければいけないと思っています。

林副会長、いかがでしょうか。

○林副会長 私からは、資料①の18ページに関連することについてです。

たしか前々回の審議会だったかと思うのですが、相談事例の報告をいただきまして、その中で、お子さんが親御さんのクレジットカードを使って、ネットでゲームの課金か何かをして大変な額になり、お子さん自身から相談があったという事例があったかと思えます。私は、その際に、それは、お子さん自身に対する消費者教育の問題であるけれども、一方で、クレジットカードを自由に使用させるという親御さんに対する消費者教育の問題でもあるのではないかというお話をさせていただきました。

それに関連して、資料①の18ページの消費者教育を受けたことがあるかといったような質問では、40代、50代の特になしという回答がやや多い傾向にあるということです。この審議会の中では、これまで、若年者や高齢者に対する消費者教育に関して、しばしば

議論がされてきたかと思いますが、その裏返しといいますか、この40代、50代といった年代に対する消費者教育がいわば手薄になっていたのではないかという印象をアンケートから感じました。

ですから、学校、職場等における授業や講習会等々における消費者教育も重要かと思いますが、家庭内における消費者教育も重要ですし、子どもに対して適切な消費者教育をするためには、親御さん自身が適切な知識を身につけている必要があるかと思いますが、今後は、40代、50代に対して消費者教育を受ける場を提供していくために、何らかの方策を考えていく必要があるのではないかと感じた次第です。そうすると、結果的には、若年者も、40代、50代も、高齢者も全員そうだとということにはなりますが、今まで手薄になっていたと思われるこの年代の方々に対する何らかの施策の検討をお願いしたいと思います。

○河森会長 家庭における消費者教育というキーワードが出てきました。40代、50代に向けての教育という視点も取り入れて検討していかなければならないと思います。

栃尾委員、いかがでしょうか。

○栃尾委員 まさしく、今、お話があったとおりにかと思いますが。学校教育においては、10代、20代を含めまして、教育課程も整備されつつありますし、日々、実践を重ねて、行政の方の協力を得ながら、教材の開発等も進んできているかと思いますが。

また、今回、重点項目の3の部分は実績値が上がっていないということですが、多分、10代、20代のデータが反映されていないというところも大きく関わっているかと思いますが。ただ、先ほどおっしゃられたとおり、40代、50代の方の時代はどうだったかという、消費者教育という言葉がまだ課題として挙がっていない時期ではなかったかなと考えます。

現在の学校教育では、特にネットトラブルに関して、保護者の協力なしにはなかなか進みにくいところがあります。啓発や知るという意味では、小・中・高を通して、どの代でもそこに課題を持って、家庭科以外の部分も大変課題となっていますので、進めているところではありますけれども、そこは家庭での活用が多いところですから、家庭での教育というのは非常に重要かと日々考えております。

ですから、今、お話を伺っていて、もちろん子どもを通して親御さんへということもあるのですが、これからは、40代、50代など、家庭の保護者の方に向けての啓発が非常にキーになるのかなと感じたところです。

○河森会長 消費者教育については、いわゆる自立した消費者というものが考えられるようになったときに、条例の改正が行われたり、様々な法律の中で消費者教育という考え方が取り入れられてきたところですが、今、現状として課題が出てきているということでした。

ほかにご意見はいかがでしょう。

(「なし」と発言する者あり)

○河森会長 なければ次の審議に進みたいと思いますが、その中で、今回の市民意識調査の結果、また、今いただいたご意見も踏まえながら、またご議論をいただければと考えておりますので、よろしく願いいたします。

それでは、続きまして、(2)の第4次基本計画策定に当たっての課題と方向性について、事務局より説明をお願いいたします。

○事務局(谷村消費生活係員) それでは、引き続き、私、谷村から、第4次基本計画策定に当たりまして、課題と方向性についてご説明させていただきます。

まず、資料③をご覧ください。

第4次札幌市消費者基本計画を策定するに当たっての課題抽出でございます。

上の緑色の表は、消費者を取り巻く環境から見た課題についてです。こちらは、前回までにご審議いただきました消費者を取り巻く環境についてまとめたものになります。

簡単にご説明させていただきます。

人口動向として、今後もますます少子・高齢化の進展が見込まれ、それに伴い、高齢単身世帯も増加していくことが予測されました。

また、本市消費者センターに寄せられた相談からは、インターネットを介した消費者トラブル、そして、若年層のトラブルの増加傾向が見られるところです。

そして、人々の消費行動の動向としましては、災害やSDGsへの関心の高まり、スマートフォンの普及によるネット利用の拡大、コロナ禍による電子商取引の拡大の後押し、そして、それに伴った多様な取引形態の出現が見られました。

最後に、制度面ですが、最も大きな影響を与えるものとしては、やはり成年年齢の引下げにより、これまで未成年者とされていた18歳、19歳の人々の未成年者取消し権の消失が挙げられます。

次に、その下の黄色の表は、3次計画の実施状況から見た課題についてです。

前回、前々回の審議会において、現行の第3次基本計画の実施状況を説明した際に、委員の皆様からご指摘いただいております課題を大まかにまとめております。

一つ目は、社会から孤立した市民に対する情報提供手段です。これは、高齢者や障がいのある方のみならず、地域コミュニティが希薄になったことにより、社会から孤立した市民に対して、必要な情報をどのように届けるかという趣旨のご意見を様々な委員の方からいただいております。

二つ目は、複雑な取引に対応するための体制構築に向けた消費生活相談員確保です。消費生活相談員の高齢化、担い手不足は、全国的な問題ですが、札幌市も例に漏れず、対策の必要性についてご意見をいただいております。また、電子商取引拡大による取引形態の複雑化への対処に当たっても、デジタル社会になれ親しんだ若い世代の参入が必要というご意見もいただいたところです。

三つ目は、消費者教育におけるSDGsです。SDGsの17の目標のうち、持続可能な方法で生産し、責任を持って消費することを求める12番目の目標の「つくる責任、つ

かう責任」は、まさにエシカル消費の目指すところであり、切っても切れない関係にあります。消費者市民社会の実現に向け、消費者教育の中にいかにSDGsを入れていくかは、学校現場においても、また、市民講座においても、考えていく必要があります。

四つ目は、成年年齢の引下げを踏まえた親世代に対する消費者教育です。先ほど林副会長からもまさにご意見をいただいておりますが、成年年齢の引下げにより未成年者取消し権を失う若者たちの消費者被害を未然に防ぐに当たっては、親世代に自分の子どもがどのような危険にさらされるかを理解していただくこと大切だと考えます。

続きまして、資料④をご覧ください。

この後、消費者行政が現在抱える課題認識についてご審議いただきたいと思っておりますが、一旦、事務局が認識していた課題を基に、今後、計画を策定するに当たっての方向性の案を作成しましたので、記載しております。

一つ目の多様化する消費者被害や災害に便乗した悪質商法への対処については、電子商取引の拡大によって多様化、複雑化する消費者被害への対処や、近年、多発、また激甚化している災害、あるいは、感染症に便乗した悪質商法や不安感につけ込むことによる消費者被害への対処の必要性を基に設定したものでございます。

二つ目の全ての市民に必要な情報提供や見守りの目が行き届くネットワークの構築については、高齢単身世帯の増加のみならず、地域コミュニティーの衰退によって増加が見込まれる社会から孤立した人々を消費者被害から守るための取組の必要性を基に設定したものでございます。

三つ目の自ら消費者被害を回避または解決できる消費者を育てるための消費者教育の推進については、成年年齢の引下げや取引形態の多様化によって拡大する消費者と事業者間の情報格差など、消費者を取り巻く環境はますます厳しいものとなり、また、消費者被害防止の観点のみならず、消費者市民社会の実現やエシカル消費の実践など、消費者教育はますます重要なものとなることから設定いたしました。

四つ目の消費者被害防止のための一体的な取組の推進については、市民の安全で安心な消費生活を担保するためには、消費者被害の未然防止、救済、拡大防止のための取組を相互に連携しながら行うことで、より効果的かつ迅速な取組ができるものと考えております。

以上の4点が本市消費者行政の現状と課題を解決するために必要な方向性と事務局が認識しているものでございます。

議題（2）に係る資料のご説明は以上となります。

事務局が考える案ではございますが、消費者行政が抱える課題や計画策定の方向性について、不足している課題、あるいは、考慮すべき事柄等について、ご意見を伺えれば幸いです。

それでは、ご審議のほどをどうぞよろしく願いいたします。

○河森会長 課題の抽出ということで、環境から見た課題とこの審議会の中で出されてきた課題について、非常にコンパクトにまとめていただき、それによって今後取り組むべき

方向性を分かりやすく説明していただきました。

この後の（３）の審議議題でも体系についてご説明いただけると思いますが、それに向けて、まだ出されていない課題や方向性があれば、ご意見をいただきたいと思ひます。いかがでしょうか。

○工藤委員 担当が違ふようだったら申し訳ありません。

今、ご説明された資料ではなく、資料7などに書いてあることについてです。未然防止や救済、トラブル解決というのも大事だと思ひますが、札幌市の消費者として得することというか、消費者に有益なことを知らせるという意味からも、先ほどアンケートの件でもあったように、デジタル化をもう少し推していただけたらいいのではないかと思ひます。

このコロナ禍で通信販売が増えたということもありますし、飲食店がつらい時期にあつて、自宅で宅配を頼めるような事業も増えてきております。先ほど、SDGsの「つくる責任、つかう責任」という話もありましたが、持続できる社会に向けてどういったことができるかというところをサポートできるようなものが一つあつてもいいのではないかと思ひました。

例えば、オンラインで飲み会ができるような仕組みをつくつて、民間でやつているところと組んでアピールしていくとか、札幌市のお店を使つてオンライン飲み会を企画しませんかみたいなことなど、デジタル化に向けた施策を何か追加できないかと思ひました。

考えがまとまつていなくて、すみません。

○河森会長 キーワードとして、やはりコロナというものが大きく影響していて、自宅でいろいろ済ませてしまふ中でもトラブルが発生しているということがあります。ここは札幌市全体的話にもなつてくると思ひますが、様々な事業者との連携を深めながら、逆に、札幌市としての何らかのアピールポイントというか、アピールできる場というものを考えていかなければならないと思ひます。

この点についても、後ほど、事務局からコメントをいただければと思ひますが、取りあえずは、ほかの委員からもご意見を頂戴できればと思ひます。

○柏委員 資料③の相談受付状況のところ、インターネットを介したトラブル増加や若年層のトラブル増加というものがあつて、皆様方の発言を聞いていてもそうかと思うのですが、私もこの分野は不得手なものですから、ここをもう少し掘り下げて教えていただきたいと思ひます。

また、その下に課題の中に消費生活相談員の確保について書いてあるのですが、これは消費者センターに配置されている相談員なのですか。さらには、この相談員の確保が難しい背景というか、どうしてそうなのか、その2点を教えていただければと思ひます。

○河森会長 今、柏委員からあつた内容について、分かる範囲で教えていただければと思ひますが、いかがでしょうか。

○事務局（谷村消費生活係員） まず、1点目の相談受付状況についてです。これは、前

回の7月に開催した審議会の中で簡単にご説明した内容ですが、過去10年の相談件数の推移を契約当事者の年代別に見ますと、ここ3年で10代、20代の相談が僅かに増加しております。具体的には、平成30年度が10代、20代を合わせて10.2%、令和2年度が14%と、徐々に増加しております。今後増加傾向が続くのではないかと分析しております。

インターネットを介したトラブル増加については、一口にインターネットを介したと言ってもいろいろなトラブルがあろうかと思いますが、例えば、情報商材に関するトラブル、これは、簡単に稼げるといった広告をうのみにして、クリックし、請求されるがままにお金を支払うと、大して意味のないマニュアルのようなものが送られてきて、高額な請求をされてしまうといったものや、最近、法改正がありましたけれども、初回お試しゼロ円などと低廉な価格をうたって、知らないうちに定期購入に巻き込んで、結果的には高額な金額を請求されてしまうといった事例が大幅に増えましたことから、インターネットを介したトラブル増加ということを記載させていただきました。

次に、2点目の相談員の確保についてですが、これは消費者庁も大きな課題の一つと捉えているところです。まず、専門的な知識がどうしても必要になる分野のお仕事ですので、ハードルが高いということがございます。特に、札幌市の消費者センターでは、全員が有資格者であることを前提としておりまして、その資格の取得についても、試験への合格が必要であったり、非常に難しいということがあります。処遇の面で言っても、大学を卒業してすぐに就職する窓口となり得るかといいますと、なかなか厳しい部分があるのかなと認識しております。

○柏委員 相談受付状況は、前回出ていたのですね。申し訳ございません。消費生活相談員についてもよく分かりました。

1点だけ確認です。処遇の関係は、いろいろあると思うので、よろしいのですが、有資格者とうたっているのは、全国的にそうなのか、札幌がそうなのか、その辺だけ教えていただければと思います。

○事務局（谷村消費生活係員） 札幌市と道のセンターについては100%有資格者となっておりますが、全道的に見ますと、有資格者が半分程度しかいないということで、必ずしも資格がないと務められないというわけではありません。ただ、やはり専門的な知識が必要であることは変わらないと考えております。

○河森会長 ほかにいかがでしょうか。

○山口委員 まず、消費生活相談員の試験については、私も受けていますが、試験のヤマがなかなか当たらず、落ち続けているところです。この資格は、私もご縁があってから知って勉強したのですが、基本的に、書店などではテキストが一切手に入りません。過去問も、全国消費生活相談員協会というところに問い合わせても買えません。先輩の相談員経由でいただくのですが、なぜか先輩の相談員も一人一冊しか買えないのです。私は、職場の中で、テキストや過去問を書店に置いてもらうわけにはいかないのでしょうかとお話し

したことがあります、そんなの買う人がいないから置かないのではないかと問われたのです。では、せめて注文をしたら取り寄せられるようにはできないですかと聞いたら、それはできないと言われたのです。ですから、ぜひ札幌市のお力で書店から注文して購入できるようになれば、私も来年からこっそり受けることができるので、都合がよいかと思えます。

さらには、やっぱりポスターなどでもっと周知したほうが良いと思います。どこにも見かけないですよ。エルプラザの中では、こんな国家試験がありますよというポスターが1か所、貼ってありまして、受験票、要項は事務所にありますと貼り紙をしておいたのですが、一人も取りに来ませんでした。これでは受ける人がいるはずないですよ。今年の試験会場をざっと数えた人は、38名しかいなかったと言っていました、その中でも3割ぐらいしか受からないと思います。3割と言うとすごく難しい試験に聞こえるかもしれませんが、ただ、受ける方は、どこからどういう経緯で集まってきた人たちなのか分かりませんが、若い方はあまりおらず、基本、私より年齢が上の人が多いのですよね。高齢で老眼と闘いながら試験を受けるので、余計受からないのです。ですから、30代、40代の主婦層などにももう少し声をかけて、受験してもらえたらなと思っています。

また、私はいつも思っているのですが、啓発については、こんな被害にはこうしてくださいねということだけをただ伝えるだけではやっぱり駄目だと思うのです。啓発で一番よく聞く問題は、私は関係ないからという人がすごく多いということでした。正直、私も、人に注意しなさいよと言いながら、私は絶対だまされないと生きています。多分、ここにいる皆さんの中にも、僕は信じてしまうかも、僕はだまされてしまうかもという人はあまりいないと思いますし、みんな、そういう被害には絶対遭わないとどこかで思っているのです。まず、その意識を変えて、そこから人づてに波及していかないと、幾らいい啓発をしても意味がないので、せめて話題性なり、付加価値をつけるなりして、若い人たちにSNSで広めてもらえるような啓発の在り方を考えていったほうが良いと思っています。

特に、消費者問題に興味のない人に、例えば、2か月前までこんな被害が多かったという話をしても意味がないと思うので、ちょっと前の話ではなくて、今、最前線ではこんな相談が本当に多いところをひしひしと伝えるような講座を何とかできないものかと思うのです。相談に来る方たちのプライバシーを守るために、情報は物すごく守られていて、何区に居住ということはもちろん、もっと細かいところまで、人には一切言えないような状況になっています。それはいいのですが、消費者問題はすごく守られ過ぎていて、イメージが全く湧かない話しか来ないのです。例えば、同じ被害者でも、交通事故の被害者は、ニュースに現場の映像や名前が出て、何ならレポーターの人がいて、ここは見晴らしが悪いとか、見る人にすごく具体的にイメージを沸かせるつくりになっているではないですか。でも、消費者被害は、イメージがあまり湧かないのですよね。何なら、マルチ商法がはやっていますと言っても、そんなの昭和の時代からあるじゃんと言われてしまうだけで、定番の話を啓発のネタに使っているのではないのと思われてしまいかねないと思う

のです。そうではなくて、例えば、人がよく集まるところの電光掲示板に先週の被害者ランキングという形で、今、これが熱いよというのをいつもどこかで目にするような感じにしていくと、興味を持ってもらえるのではないかと思います。

消費者庁が成果が現れなくて困っているというのは、やっぱり、受け取る側の私には関係ないという意識が多いからだと思うので、そこを変えていく講座なり啓発なりをつくっていくと、もう少し結果が出せる気がします。

○河森会長 最初の相談員の話は、テキストがなかなか手に入れづらいということでしたが、私も、実は、相談員の資格試験ではどういう問題が出ているのかなということで、ネットを通じて購入しました。ただ、価格が万単位なのです。

○山口委員 それは何ですか。

○河森会長 相談員の資格のテキストですね。

○山口委員 万単位なのですか。

○河森会長 そうですね。

また、私は、茨城県において、相談員の資格を取ろうとしている方に対して、保険法や金融商品取引法についての話をしたのです。今はコロナなので直接行けないのですが、この審議会の前の会長を務めていた山口先生がそちらの代表をしながら進めているということもあったので、以前は、数回、講座で話をしたことがあります。やはり高齢の方が多く受けられておりましたし、なかなか難しい問題が多いということもありますが、専門知識を身につけないと、相談に乗るほうも誤った回答をしてしまうということにつながってしまうなど感じておりました。

それから、後半の啓発については、さっぼろ10区のように、週ごと、地域ごとに、事件のような形でお知らせをすると。そういう身近な問題というか、身近なトラブルとしての消費者被害もあるのだというところをアピールの方法する方法もあると思います。今、ご指摘をいただきましたが、消費者教育も含めて、いろいろな連携の中で対応できることもあると思いますので、この後の議題に出てくる体系の中でもその辺の話をしていただければと思っております。

それでは、時間も押していますし、今の議題（2）は議題（3）にもつながるところですから、そちらで併せて様々な観点からご意見をいただければと思いますが、次の議題に進んでもよろしいでしょうか。

（「異議なし」と発言する者あり）

○河森会長 それでは、続いて、（3）の第4次基本計画の体系（案）について、事務局からお願いいたします。

○事務局（永井消費生活係長） 続きまして、最後の議題になります第4次基本計画の体系（案）について、事務局の永井から説明させていただきます。

A3判横の資料⑤の第3次札幌市消費者基本計画の体系をご覧ください。

こちらは、現在の第3次基本計画の体系を示した資料でございます。

現在の計画におきましては、消費者を取り巻く環境や消費者行動の変化に応じた施策を推進するに当たりまして、資料の左側にある計画全体で横断的に取り組むべき重点項目を4項目設定いたしまして、各重点項目に重点施策を設定しているところでございます。

また、現計画の体系としましては、資料では省略しておりますが、一番上の上位概念として、札幌市消費生活条例の基本理念である消費者の権利の確立と自立の支援を実現するための九つの基本的方向が体系の上位に位置しております。それぞれの基本的方向に消費者施策の種類を示しました基本的施策をひもづけ、その中に各個別の施策が分類され、先ほどの重点項目における重点施策についてもこちらの基本的施策の中に再分類されるという体系になってございます。

ただいま説明いたしました重点項目が先に定義され、計画の体系がその後に位置づけられるという構造については、今の計画の検討の際の順序、また、計画書の記載の順序とも一致しているところです。

事務局としましては、現在の計画の構造やつくりに関する課題として、重点項目が計画の体系の外側にあり、かつ、計画の体系における基本的方向や基本的施策に直接のひもづけができないということがありまして、重点項目を含めた計画の全体像や重点施策の計画における位置づけが市民の方には理解しにくいのではないかと認識しているところでございます。

そういった課題認識の下、次の資料⑥に基づきまして、次期の第4次計画の体系の案を説明いたします。

A3判横の資料⑥をご覧ください。

こちらの資料でも記載を省略しておりますが、条例の基本理念である消費者の権利の確立と自立の支援が計画の最上位にあるという認識は変わっておりません。ただ、現計画でその下に位置づけておりました9項目の基本的方向については、次期の第4次計画において3本の施策の柱という項目に見直しを図ってございます。現計画の9項目の基本的方向は、札幌市消費生活条例における基本理念を実現するために行政が実施すべき取組を、条例の章立てをベースに分類、列挙したものとなっております。

一方で、この基本的方向に代わるものとして、今回提案いたします施策の柱という概念ですが、資料にありますとおり、消費者施策の分野を大きく三つに分けて示すとともに、現計画の重点項目と共通するであろう理念、もしくは、スローガンのような要素も盛り込んだ内容としてございます。

施策の柱1として、「誰もが安全で安心できる消費生活の実現」、施策の柱2として、「誰一人取り残さない消費者被害の救済」、最後に、施策の柱3として、「自ら考え、判断し、行動する消費者となるための学びの機会の充実」として、理念を示すと同時に、その下に必要な消費者施策の類型を整理、ひもづけできるものと考えております。

次に、A4判の資料⑦をご覧ください。

こちらに、三つ目の施策の柱についてのイメージ図を示しております。たくさんの消費

者施策について、消費者被害の「未然防止」、「救済」、「拡大防止」という観点から再整理しまして、その3本の柱に含まれる各施策の相互連携や情報共有を積極的に行い、それにより各施策、取組をより効果的に推進するという目的を持たせたものでございます。こちらについては、前の議題の資料④にもございました四つ目の消費者被害の防止のための一体的な取組の推進において、消費者被害の「未然防止」、「救済」、「拡大防止」を一体的に取り組むべきというところから着想を得たものでございます。

資料⑥にお戻りください。

次期の第4次計画の体系（案）としましては、ご説明いたしました3本の施策の柱に消費者施策を網羅しました施策の類型をひもづけ、その類型の中に各個別の施策が整理されることを想定しております。この各個別の施策の中には、現計画で言うところの重点施策が含まれることとなりますが、それを含めまして、個別の施策については、これまでの議題にもありました課題や方向性についての議論を踏まえ、今後、ご審議いただく予定としております。

今回の体系（案）におきましては、これまでの九つの基本的方向を三つの施策の柱にまとめまして、その施策の柱に個別の施策が直接ひもづく形となっておりますので、事務局としては、改めて計画の体系の外側に重点項目等の設置をしなくても、重点施策を含めた各施策がどのような観点、理念に基づく施策なのかがより理解しやすいものになると考えているところです。

第4次計画の策定に当たりまして、札幌市消費者行政が実現しようとしている理念や、そのために実施する個別の取組について、一人でも多くの市民の方に理解していただける構成、体系を目指し、事務局として知恵を絞って検討させていただいたところでございます。

第4次計画の体系についての事務局案の説明は以上でございます。

○河森会長 第4次の基本計画については、部会ではなく、この審議会の中で検討するということですので、今の体系についてのご提案も踏まえて、ご意見をいただければと思います。

まず、市民に対する分かりやすさを基本とするということが一つです。また、基本的方向が九つあるわけですが、こちらは条例に基づくものですので、条例に基づいてどのような施策が必要なのか、具体的な施策にひもづけるものとして、なぜその施策が必要とされているかという目的ですね。ですから、目的と手段のような形で、まず、目的では、抽象的ではありますが、理念を示した上で、その目的に対してどのような方向性の施策が必要なのかというひもづけの考え方、これについて説明していただいたところです。市民に対する分かりやすさを示すという意味で、その表現も含めてご意見をいただいても構いませんし、資料⑥にある各施策のうち、一番右側のほうは次回の内容にもなってくるのですが、この場では幅広くご意見をいただければと思っております。

先ほどの議題（2）を含めてご意見をいただいても構いませんので、よろしくお願

たします。

○浅野委員 まず一つ、もう少し説明していただきたいと思ったところがございます。それは、第3次の重点項目4の消費者行政のさらなる推進に向けた連携の強化とネットワーク化の拡充という部分に相当するところは、資料⑤の右側にある基本的方向の9番目の関係機関・団体との連携の推進になるのだと思いますが、これが第4次計画のほうでは、何となく少しずつ縮小しているような気がします。各施策の柱に反映とは書いてありますが、これをどのように分割して反映させるのかということ。結局、第3次計画にあった基本的施策の19番と20番が、これだけを見ると、何となくフェードアウトしてしまったように見えるのです。ただ、各施策の柱に反映と書いてありますし、今のご説明では一体化してとおっしゃいましたが、どの部分が一体どこに入っていくのかということがもう少し分かりやすく掲載されているとありがたいと思いました。少しご説明をいただけますでしょうか。

○河森会長 今、柱が三つあるのですけれども、そこに入ってきていなくて、全体に関連してというところですが、その辺の説明を事務局からお願いできますでしょうか。

○事務局（永井消費生活係長） 今、ご指摘いただいた内容ですが、第3次計画の体系におきましては、計画の体系における基本的方向の9番として関係機関・団体との連携の推進、その下にひもづいている基本的施策として、消費者団体・事業者団体などとの連携の推進、関係行政機関との連携の推進という内容を掲げております。一方、資料⑥の第4次札幌市消費者基本計画の体系（案）では、9番目に該当する内容については各施策の柱に反映という形で整理をさせていただき、施策の類型には、現計画の基本的施策の19番と20番は具体的に挙げていない形になっています。

次の計画では、現在の基本的施策の19番と20番を全く考慮しないということではありません。こちらの施策や取組については、施策の柱の下の施策の類型のところ掲げております各施策に共通してひもづけるものだと考えておりますし、資料の表現としては一旦落としているのですが、三つの柱の共通の施策、取組事項として再整理することも可能かと認識しているところでございます。

○河森会長 施策の類型のところ書かれていないということですが、これは、削るということではなく、各施策に共通する項目として加えることで、市民に対する分かりやすさが出てくると思います。

この辺は、またご意見をいただきながら考えていただければと思っておりますが、浅野委員、いかがでしょうか。

○浅野委員 先ほどのご説明にもありました施策の柱の中に、それぞれ第3次の9番が入っていくというご説明は分かりますが、この柱の中にイメージが浮かぶような書き方がされていないように感じるということです。

例えば、第3次計画には、事業者団体が主催する会議に出席し云々がございますね。そうしたら、そういった事業者団体と主に関わりを持つのはどこなのか、この三つの柱の全

てが事業者団体と連携を取るのか、主にどこがどの団体との連携を取るのか、あるいは、そういった意見交換、情報共有ですね。道の消費生活センターとの情報交換会、あるいは、行政機関といってもどのような機関なのか、今後はいろいろな行政機関ともっと連携を取っていかなければいけない時代になっていくと思いますし、経済関係、それこそ政治関係、法律関係、全てが関わってくるのだと思うのですけれども、そういった団体が主にどこに重点的に関わってくるのかというところが見えてくると、この9番が消えたような気がしないのではないかと思ったということです。

○事務局（安田消費生活課長） 事務局からイメージが湧くような形でご説明させていただきますが、消費者団体・事業者団体などとの連携というのは、結局、連携をしてどうするかというところに目的があるわけでございます。

今、私どもがどういったことをやっているのかといいますと、例えば、施策の柱2の下にぶらさがっている施策の類型に、高齢者・障がい者の見守り活動の推進というものがあろうかと思いますが、これは、今、事業者の方々と連携して、地域の高齢者、障がい者の見守り活動を推進できないかという検討をさせていただいております。

さらに、施策の柱3のぶら下がりの17番に消費者教育の推進とありますが、これも、事業者団体の方々と連携して、例えば、事業者の従業員の方、いわゆるビジネスマンに対して消費者教育ができないか、相談させていただいているところです。

また、一番上になりますが、施策の柱1の施策の類型の7番の不当な取引行為の禁止についても、事業者団体の方々とお話をし、事前に事業者の方々にこれが不当行為だよとお伝えすることによって、知識が足りないがために不当行為をやってしまっている事業者の方々が消費者に害を与えないよう、取り組もうとしています。

このように、事業者団体と話をすること自体が目的ではなく、次にどうつなげるかというところが今度からは主眼になっていきますので、このような形で溶け込ませていただいた次第です。

○浅野委員 溶け込んでいるのであれば、第3次計画の基本的施策と全く同じ表現になっているのは、分かりづらいということです。

○河森会長 柱のところに書いてある理念と、その中で具体的にどういう目的を持ってというところの落としどころの表現ですね。その辺もこれから工夫をお願いできればと思っております。

ほかにいかがでしょうか。

○番井委員 私から2点です。

まず、消費者被害からの救済というところで、施策の柱2の下に消費者訴訟の援助を挙げさせていただいております。我々消費者支援ネット北海道は、ご存じの方もいらっしゃると思いますが、先月、適格消費者団体の特定認定をさらに受けました。今までは、事業者に対して、差止め請求のみの訴訟の適格を持っていたのですが、さらに特定認定を受けて、事業者に対してお金を返せと言うことができる団体となりました。これからも、ぜひ札幌

市と連携しながら活動していきたいと思っていますので、引き続き、よろしくお願いいたします。

もう1点は、私が20年間、消費者教育に携わってきた個人的な感想になります。

施策の柱3についてですが、私は、消費者教育ということで、こういう被害があつて、だまされないように、お金を払わないようにというお話をしてきました。ただ、先ほど山口委員がおっしゃられていたこととも関係するのですが、行動経済学や社会心理学から考えると、やはり、やらないようにと言うだけでは限界があるなどずっと感じていました。幾ら伝えてもやっぱり被害はなくなるしないし、私自身も危ないなと思うときもあつたりするのですが、それとSDGsとの関係、エシカル消費者との関係が別物のようにカテゴライズされることが多いのですけれども、私は、これは一体化のものだと思っています。ですから、だまされないようにだけではなくて、自分はどういったものにお金を出すのか考えていこう、適切な事業者に対して適切なお金を使うようにしようということも同時にやっていくことが必要なのかなと思っています。

ですから、私が消費者教育をやるときに、例えば、フェアトレードというものがあるのですよみたいなお話をすると、ご高齢者の方などは、結構目を輝かせて、それはどこで買えるのかみたいな感じになります。社会の役に立ちたいと思つてらっしゃる方はたくさんいらっしゃると思うので、今後は、そういうものを別にしないで、両輪として一緒にやっていくことが必要なのかなと思います。

あまり項目を曖昧にしたくないのですが、私個人の感想として述べさせていただきます。

○河森会長 啓発なども含めて、やってはいけないこととやっていくことを両輪で考えていくということですね。

私も、授業において、要は、危険な投資とはこういうもので、自己責任を伴うものだと話をするところもあるのですが、一方で、投資の中にも、例えば、今ありましたフェアトレードなど、いわゆる公共に役立つ、ほかの人の助けになる投資もあるのだという形で話を進めることもあります。これからは、そういう視点も必要だなと感じています。

ほかにご意見はいかがでしょうか。

○小田嶋委員 先ほどの浅野委員の意見とも少し重なるところがあるのですけれども、私としても、関係機関とか団体との連携というのは非常に重要だと感じているところです。その中で、消費者団体や事業者団体との連携ももちろん大事ですけれども、前の第3次計画の中の20番のところに関係行政機関との連携ということももちろん書かれていて、ここに入ってくるのかどうか分からないのですけれども、この場は札幌市の審議会ですが、やっぱり、ほかの市町村とか北海道との連携も非常に重要だと感じているところです。

我々弁護士として、加害者側の味方をしていると思われるのは不本意ですが、刑事事件の弁護をする中で、詐欺を働いた事業者の弁護をすることもありまして、そういうときに、都市部の人間よりも田舎の人間のほうがどう考えてもだましやすいつころがあつて、事業

者としてアクセスしやすいのは、マンションではなく、田舎の一戸建てだという話をよく聞きます。被害類型としては、都市部よりも、むしろ田舎のほうからはやってくるような類型も想定できるわけですし、そういうことを考えると、地方の市町村と情報交換をしたり連携を取るということも重要になってくる場面があるのかなといつも感じています。

それから、例えば、道北の士別市では、大きな都市に負けないぐらいのいい取組をされておりまして、お互いに学ぶべきところがあると感じることも多いので、具体化の中では、外部との連携も大事にしていくことが求められると思っています。

○河森会長 ほかの自治体との連携も含めてですが、実は、第3次基本計画のときには、ほかの自治体の取組も参考にしながら検討しました。例えば、京都市など、消費者問題について特に重点的に取り組んでいる自治体が多くありますので、第4次基本計画についても、いろいろな情報を集めていただきながら、検討していただければと思っています。

ほかにはいかがでしょうか。

○山口委員 一番最初にアンケートの説明がありましたが、最後の20ページのところで、学校で消費者教育をすることが望ましいという意見が多かったのではないですか。さらに、先ほどからお話に出ています関係機関・団体との連携というところで、行政は縦割りと申しますか、教育委員会との連携というのではないのでしょうか。消費者教育を考えたときに、教育委員会との連携というのは絶対なければいけないと思うのです。

今、教員も不足していますので、時間的な部分を考えると、学校の授業でやるのは限界があると思います。ただ、札幌市内の小・中学校では、サタデースクールというものをやっております。積極的にやっている学校、それほどでもない学校、全く実施していない学校に分かれるのですが、年々、参加する学校がちょっとずつ増えています。保護者やその地域に住む大人がコーディネーターとなって、子どもたちに体験させたいことを企画して、お父さんたちは、おやじの会というのがあって、子どもとドッジボールをしたりして、いろいろな学校で数か月に一度の割合でいろいろな催しをしているのですが、そのサタデースクールをちょっとお借りして消費者教育をさせてもらうわけにはいかないかと思ったのです。あのサタデースクールは、保護者と児童、あわよくば地域の企業までついてくるものですので、全部を巻き込んで何かできないかと思っています。

学校の中には、何の講座を開いていいのかわからなくて頭を抱えているところもすごく多いのです。ですから、ただ出前講座をするのではなくて、消費者教育も啓発も、自主的に参加してもらおうということが絶対条件だと思うのです。与えられるから仕方なくこなすのではなく、自分たちでつくり上げたいとか、自分たちで知りたいと思ってもらうところが一番肝心です。サタデースクールは、割とそれに近いものがあると思うので、ぜひ教育委員会と連絡を取っていただければと思うのですが、いかがでしょうか。

○事務局（安田消費生活課長） 市教委との連携につきましては、いろいろとやらせていただいているところです。家庭科の先生方にお集まりいただいて、ご意見を伺ったり、また、小・中・高に向けて副教材を結構つくるのですが、それについても先生方のご意見を

必ずお聞きしたり、何かを実施するに当たっても、市教委の担当課のところにお話を伺いに行き、どういう実施方法にしたらいいのか、送付方法までを含めて、かなり細かくやり取りをさせていただいております。

サタデースクールについては、私は存じていなかったのですが、市教委とその可能性についてしっかり協議させていただきたいと考えておりますし、ほかにも、先生方が消費者教育で悩んでいるところについては、もっと意見を聞いていけるような環境づくりを市教委と構築していきたいと考えております。

○河森会長 浅野委員、いかがでしょうか。

○浅野委員 家庭科の教員を育てている立場からお話をさせていただきますと、年々、教育指導要領から家庭科の時間が減らされていて、家庭科の先生が各学校に必ず1人いるという状態になっていない学校が多くございます。そうなりますと、それぞれの学校において、責任を持って家庭科の中で消費者教育を行うことにはかなり無理があるのですね。非常勤の先生で賄っている学校が随分ありますし、非常勤の先生が何校も掛け持ちしてということになったら、その学校のためだけに消費者教育の取組を全体として考えるというのはなかなか無理があります。この取組は、それこそ地域全体でやっていかなければいけないことだと思いますので、家庭科の教員を集めて、そういった資料をご提供いただいているのはありがたいのですが、それが現場に反映されづらい現実があるということをご承知いただきたいと思います。

ですから、ぜひ教育委員会全体との連携を図っていただいて、それぞれの学校で、家庭科という科目を超えて、普通の日常生活の中にそれが入っていくような教育をやっていかねばいけないのではないかと感じております。

○河森会長 栃尾委員、いかがでしょうか。

○栃尾委員 おっしゃるとおりだと思います。家庭科の時数自体は本当に限られていて、その中に消費者教育に関する時数も確かにあるのですけれども、その中で取り扱いたい内容は本当に時数を超えて多くあります。

先ほどサタデースクールというお話がありましたが、サタデースクールは、非常にいろいろな位置づけがありますし、内容的には、学校、地域で検討するという辺りの難しさもあるのかなと感じておりますので、地域やPTA活動の中での啓発という形を取るのもありなのかなという印象を持ちました。

○河森会長 いろいろなお意見をいただきました。時間が残り少なくなってきましたが、今後、第4次基本計画については、時間が限られた中で意見をまとめていくこととなりますので、今の時点でほかに思いついたことなどはありませんか。

林副会長、いかがでしょうか。

○林副会長 私個人としては、今回の基本計画の体系というのは、第3次消費者基本計画に比べて、すっきりしていて、分かりやすいのではないかと思いますし、過不足もないのではないかと感じております。ただ、施策の柱や施策の類型が非常に抽象的な項目立てとな

っておりますので、実際に過不足がないかどうかは、次回以降の審議会で審議される予定の重点施策や新規施策等をどう設定していくかということにかかっているのではないかと思います。

○河森会長 まとめていただいて、ありがとうございました。

今後、表現なども含めて、また事務局で案を練っていただきまして、次回以降、より具体化した内容について話合いができればと考えておりますが、よろしいでしょうか。

(「異議なし」と発言する者あり)

○河森会長 それでは、今回の案を基にこれから考えていくということで受け止めていただければと思います。

それでは、これにて本日の審議は終了としたいと思います。

最後に、渡邊市民生活部長から、一言、お願いいたします。

○渡邊市民生活部長 市民生活部長の渡邊でございます。

本日は、お忙しいところをお集まりいただきまして、誠にありがとうございました。

まさに具体的な話が始まったところですが、それぞれの専門家の方々から専門家ならではの非常に貴重なご意見をいただいたと思っております。私どもは、そのご意見をしっかりと受け止めて、施策に反映していかなければいけないなという思いを持ちました。

今回は、来年1月の開催を予定しております。その際には、今回いただいたご意見を反映した計画策定の方向性と、より具体的な施策の内容、また、答申の構成等についてお諮りしていきたいと思っております。

具体的な日程等につきましては、また改めて事務局からご案内をさせていただきますので、引き続き、どうぞよろしくお願いいたします。

本日は、どうもありがとうございました。

4. 閉 会

○河森会長 それでは、以上をもちまして、第60回札幌市消費生活審議会を終了いたします。

本日は、どうもありがとうございました。

以 上