

第20回 福岡市消費生活審議会 会議録

- ・開催日時 平成26年12月4日(木)午後1時00分～午後3時00分
- ・出席委員 9名(欠席5名)
- ・傍聴人 なし

○開 会

議 題 福岡市消費者教育推進計画の策定について

○議事要旨

- ・これまで消費者教育部会等で審議いただいた内容等を踏まえて、「福岡市消費者教育推進計画」の素案を作成したので審議していただきたい。また、平成26年12月1日に消費者教育部会で審議していただいた状況も報告する。

○審議の概要

A 委員：4ページの成果指標のところ、日頃からトラブル回避を心がけている市民の割合を指標として捉えているが、例えば1ページの「その中で、消費者教育を『被害に遭わない自立した消費者』にとどまらず、『社会の一員としてよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成する』教育を意味すると示している」とある。成果指標は単なるトラブル回避を心がけている割合だけでなく、社会の発展に貢献できる消費者まで求めているのではないか。

事務局：部会でも、指標の取扱いについて意見が出された。1つは、83.2%は高い数字なので、わざわざ目標として取り上げるのはどうかという意見。事務局としては、消費者教育の成果を数値で出すこと自体が難しいと考えているが、市の基本計画の中でこの数字が外出しされていること。これから消費者教育の成果を数値で出すことになると、今後市民に広くアンケート調査などをすることを考えたい。

B 委員：教育部会で十分多岐にわたり議論した結果だとは思いますが、3ページの福岡市消費者教育推進会議が来年度新設する中で消費生活審議会が進捗状況の報告を受けて、検証・評価するという時に、この83.2%を90%程度ということでは、(元々)高いものを、どれだけ上がったら評価して良いのか。84%でよくやりましたというのか、場合によってはアンケートの取り方によっては83.1%と出た時、十分高いからもう上がらないと評価するのか、下がったと評価するのか、あまりにも曖昧。5年先の目標値としてはいかがなものか。アンケートについては、どういう数値になるのか、まったく読めない。その点では3ページのように福岡市消費生活審議会が評価するということについては、自分が委員であれば評価は難しいと感じる。

事務局：アンケートについては、無作為抽出で行い、それを市民の意識として捉えることができると考えている。実際に審議会でも評価していただく際には、指標というのはもちろん大きな評価の対象であるが、具体的取り組みをどう展開していくかなど、併せて報告したいと考えている。全体的

な中で、検証・評価をお願いしたい。

B 委員：その点では、他の章でも具体的にとは書いてあるが、この5年間何をやるのか、どれをもって評価するのかわからない。やりましょうということとはたくさん書いてあるが、支援しましょうと書いてあって、支援したけどできなかったらどう評価するのか。教育現場の先生方が時間がとれなくて、授業時間がとれなかったような場合とか、PTAの集まりの回数の中で、講座が開けなかった場合は、支援はしましたが、ということでは評価しづらい。

B 委員：それから第2章の中にも関係するが、食料品の中に送りつけ商法を入れると消費者にはわかりにくい。食料品というと、食料品の不当表示があると、食料品は心配だって言うが、送りつけ商法は一部の限られた方の被害なので、大きさが違ってくるという意味では、食料品の中に送りつけ商法は、もう食料品以外いろんな物を送ってきて代金請求があるので、これが食料品に入っているというのは少しいかがなものか。

議長：それでは、部会長から部会の審議状況に関してお願いします。

C 委員：12月1日部会で審議した。活発にたくさんの意見がでた。順を追って、章に添ってどんな意見が出たかを話す。第1章の考え方のところ、1ページゴシックのキャッチフレーズ「安全で安心できる消費生活の実現」を掲げているが、漠然として目新しさがない。もう少し、消費者教育をやるんだというような、新しさ、そういうものがないのか。特に代案があったわけではないが。

3 ページの図に「福岡市消費者教育推進会議」というのがあり、その左に市民等があり、このイメージ図が、どこが主体になって、何をするのかということについて多くの意見がでた。この推進会議を構成するメンバーを見て、福岡市の中のいろんな部局のみが集まっているということで、左側の地域、学校、事業者等が連携をするという形で位置づけられているが、連携ではなく、推進会議の中に入れ込まないと、うまく回っていかないのではないかとということで、推進会議の在り方、構成メンバーについては、見直しが必要なのではないか。民生委員さん、自治協議会、公民館とかいろんなところを巻き込んでやらないと、消費者教育が何かわかってない方が多いので、少なくとも一堂に会して、何をしていくのか確認する場が必要ではないかという意見だった。

4 ページに数字が出ており、これは既に市がずっと前からとってある数字をここに持ってきたということだが、心がけていますが83.2%、この数字をどう見るかということで、高いような気がするけど、他方で消費者教育を受けたことがあると答えた市民の数が9%という統計もあり、この差をどう考えるのか。90%を維持というのが、目標値としてどうなのかという意見がでた。17 ページ、重点目標の1~4が書いてあり、この字だけ見るとわかりやすいが、具体的に何をするのか。県の消費者教育だと、高齢者に対する悪質商法、オレオレ詐欺とかに対する啓発と対策。二つ目、若年者に対するネットトラブル、ネット被害、ネットに

関する消費者トラブルということに対して、学校現場でもさしせまった課題だということで、ネットトラブルの文字が入っているが、ここではそういうのが見えない、もうちょっと具体的に、これが5か年計画ということであれば、とりあえず5年は何を一生懸命やるのかというのを書き込んだ方が良いのではという意見が出た。

同じように、重点目標1(19ページ)で囲みがあって、市民として期待される心構えという心構えについて書いてあるところがあるが、左側で、さまざまな担い手、消費者教育を行う担い手の中に市民が入っているということで、心構えというと受け身のような感じで、市民も主体としてやっていくことであれば、もう少し訴えかけるように、市民はこんなことをするんですよというような書きぶりの方が良いのではないかと意見も出た。20ページの重点目標2のこの若年者というのは、皆さん何歳ぐらいを想像されますか。前のページででてきている若年者は、一応15~29歳なんです、イメージとしては、大学生とか新入社員をイメージして作ったと事務局が説明されたが、しぼるのであれば、それがもう少しわかりやすいような表現にする。ここは大事だという意見が出た。また、この重点目標の1~4の文章の書きぶりだが、既にもうやっているものと、新規にこれから初めてやりますよという区別がつきにくいという意見が出て、23ページに表があり、赤い新規事業というくくりのところを見れば、これが新しいことなのかというのがわかるが、文章の中でもわかるようにした方が良いのではないかと。

19ページに戻るが、場の提供をしますとか、いろいろ市は消費者教育に支援をしますということが書いてあるが、具体的に例えばどういう場所を提供する、公民館とか。では誰がするのか、講師の一覧表を作ったりするとか、もっと現実的には、市が地方行政の一環として費用負担をしますとか、講師費用を市が負担するので応募してくださいなど、費用負担のことなど、具体的に書けたら良いという意見が出た。

最後に、いろいろな広報紙による情報提供を、既にいろいろなところがやっているということだが、もっと具体的に、イラストとかDVDみたいなわかりやすい形でしてほしい。なによりも出前授業、消費生活センターが主体になってしているようだが、キーマンがいったい誰なのかというのを、もう少し明確にしないと、ぼんやりとした感じで輪が広がっていかないのではないかと意見が出た。31ページの事業目標量のところに数字が入っているが、例えば学校のところを例にとると、30団体を1年間に回るというのが、書いてある。であれば、市内の小・中・高、市立学校は何校あるのか。何校かわからないが、全体の中で30というのが、5年で一巡するとか、全体の兼ね合いがあると目標としてイメージがわきやすいという話しが出た。以上です。

議 長：部会の委員の方、補足があればどうぞ。

D 委員：自分が質問した件だが、この行動を5年間でダイナミックに展開していくことになっていて、3ページの推進会議というのがあがあるが、各々の役割を持った部局が書いてあるわけだが、消費生活センターだけが、支援していくということだけでなく、この部局も逆に目標を持って進んでいく方

がより進んでいくのではないかということ意見を言いました。

議長：今までの部会の検討状況の中で特に気になる点を指摘してもらったと思うが、今日の素案は、修正したものか、

事務局：修正は、教育委員会から学校ではモデル事業を消費者教育講座に変えてくれということだったので変えている。その他は、審議会の意見も踏まえて事務局でこの場で説明したい。

議長：部会長から説明があった件も含めて、意見等を出してください。

E 委員：なかなか成果指標として使いやすいものがないという説明もあったが、部会長の話を聞くと、消費者教育を受けたことがある人というアンケートがあるということなので、そういう指標が、今 9%、1 割切るところ、それが 3 割になるというような指標の持ち方も良いのではないか。今の指標では、指摘があったように、評価のしようがないし、推進計画自体の目標とはずれていると思うので、もう一度検討してほしい。

議長：指標について他に意見はないですか。

D 委員：狙い値がこの指標でいいのか。例えば、民間企業の場合は、困ったこと、本当に課題だと思ったことに対して取り組んでいく。それからすると、83.2%というのは本当に困っているのか、他にやることあるんじゃないかと思う。本当に一番問題だと思っていることはなんだと言った時に、一番困っていることの指標があると良い。見つけるのは難しいと思うけど。

E 委員：消費者教育を受けたことがある人、まさに消費者教育推進計画という名前なので、それを指標にするのが良い、できない理由はないような気がする。

A 委員：1 ページに推進計画策定の趣旨がある。何のためにこの計画策定を推進するのか。その趣旨というところが、一番の成果指標にならないと。例えば、教育を受ける人を増やそうという趣旨であれば、教育を受けた人がこんなに増えたという大きな指標になるが、ここでいう趣旨は、あくまで被害にあわない自立した消費者にとどまらずとある。「社会の一員としてよりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成する」とあり、かなり高いレベルのことでもあるが、消費者市民社会というものを 1 ページで目指すために、この推進計画をやっていくのが趣旨だと初めに述べている。大上段に構えているので、それに対して成果をみてみましょうということであるならば、私は自立していません、しかも社会の発展に貢献しているつもりですよと答える人が、現状どのくらいいるのか、そして施策を行い、1 年後、2 年後、5 年後に、また同じ意識調査を行った時に、これは対象者が違っていても無作為であれば、問題ないと思うので、無作為で行い、そう思う人がこんなに増

えましたよという時に初めて、ここの趣旨が実行されてきていると、一般的にはとらえるのではないかと思っている。ですから、難しいなと思えば、趣旨を変得ざるを得ない。趣旨を変えて、それを成果指標にすれば問題ないだろう。絶対趣旨はこれだということであれば、では成果指標もそこに持っていかないといけない。これを見たときに、趣旨は高いところを目指しているのに、成果はこの辺なのかなと違う方向に延びていると直感的に思う。

議 長：中間で整理させていただきませんが、成果指標というのが非常に際立っており、重要だということ。今回は、トラブル回避を心がけている市民の割合というのは、たまたま過去に数字が出ているので比較がしやすいということで、新しい目標に挙げられたのでしょうか。今数字がでていないものを、もし目標に挙げると比較のしようがないので、成果はどうだったかということ、抽象的な言葉でいうしかない。この数値で成果を見ていいのかという基本点と、今後教育を実施したからと言って、それは成果がすぐ見えてくるとは限らないのも確かだ。教育というのはその場ですぐ成果が、評価ができない部分もある。例えば、若者が30歳、40歳、50歳になった時に、あの時受けた教育、例えば小学校の時に受けた教育があったから、いまこういうふうに行動できているのだろうか、教育はそういうのもある。そういう意味では、教育を実施できたというか、実施できていない部分が多いため、実施できたというのも成果の中の一つと言えれば一つと言える。また、実施するのが計画の目標ではないが、実施するのは、今までできていないときに全体にいろんな各機関と連絡して市民が主体的に関わっていくような教育、と言うのは、今までやっていないんだから、やれたということだけでも、それも成果として見れないことはないのです。指標を1点だけに限ると際立つんですね。2つぐらいあってもいいかなと思う。

事務局：事務局の立場としてご理解していただきたいと思うのは、今数字がないものについて、成果指標として出せない。先ほどから意見が出ている、教育を受けたことがある9%というのが、県の意識調査の中の数字であるので、この数字を市の指標として使えるかというのが問題である。総数3,350名の内1,671名の結果ですので、その中で福岡市の数字が出るにしても、どのくらいの数かというのがあるので、福岡市として25年度現在の指標となるような数字が他にないという感じですよ。

議 長：特に、成果の指標なので、これを見て成果がなかったと言われても（困る）。皆さんもすごく努力していれば、教育効果というのは、先ほど言ったように、20年とか30年後まで出てくるものなので、この数字83.2%が84%85%だと、ほとんどなかったのではというのも変だし、そういう意味で指標という形で数字で出さないといけないものなのか。新規事業もあるし、（今まで）やってなかったものは、これで何件できたというのがありますよね。

事務局：個別具体的な数値は 31 ページに目標量として出そうと思うが、具体的な目標値となると、消費者被害は、ある年に不当請求、架空請求、あるいは健康食品が急激に増えたりとか、ネットについても、それぞれの年で中味が違ってくるといように多様な問題が次から次にでてきており、具体的な数値目標の設定が難しい面もある。

議長：そうですね。教育についての数値目標というのは、例えば〇〇大学に合格させるとか司法試験に何名合格させるとか、それだけをやっているのなら数字は出しやすいのだが、消費者教育はそうではないので、あまり数値にこだわると、教育の本質をそれるような、本質でない部分の数値を拾ってしまったりする可能性もありますが、ご意見はいかがですか。

B 委員：逆に教育をやれば平成 31 年に被害が減ったという数値は出せないんですか。これが一番の目標ですよ。消費生活センターに相談は増えただけでも、福岡市で被害を受けたことが減った。

B 委員：被害が減ったということは教育の成果であるし、相談の成果であるし、もし被害が増えた場合は、それは教育では足りない。新しい悪徳商法が出たとか、新しいものができて今後こういう教育をせねばならんと。

E 委員：被害が減るのが一番と思うが、なかなかそれが難しい。被害の認知件数と実際の被害件数があまり一致なくて、結局たくさん消費生活センターが周知されて、皆が相談しやすくなると件数が増えるので、実際泣き寝入りしている人が一番の被害者になるかもしれません。カウントができない。少なくとも今ある成果指標は違和感があるので、いつも法律相談とかで被害に遭われたと言ってこられた方はトラブル回避を心がけているんですけど、トラブルに巻き込まれるんですね。別に 83.2%に入っていない人ではなくて、普通の人が含まれているので、指標というのは出しづらいのかなという感じがしています。

C 委員：トラブル回避を「心がけていますか」と問われれば、皆なんとなく「ハイ」と言い、「イエ」に〇はつけないだろう。私自身の提案としては、先ほどの 9%という数字が日本の消費者教育の大御所である西村隆さんがいつも言われている数字で、出典は明確に知りませんが、この 9%しか消費者教育を受けたことがないと言っているのをどうにかしなければいけないと思います。消費者教育というものは、受けたことがあると答えた市民の割合を今は比較できないのかもしれないけれど、新規の計画ですので、「受けたことがある」人の数値を今後増えていくかどうかを見るのが端的かなと思います。

D 委員：サブ目標を作ることはどうか。大きな 83.2 を 90 というイメージがある。それに対して、若年者に対して、デジタルコンテンツを半分くらい 5 年先にはしたいねとか、70 歳以上の健康食品、これを半分くらいにしたいねという層別に目標値がサブでついていると、実際に実施しながらやってきたけれども、この層に対しては非常にうまくいったね、まだ

まだこの辺弱いねとか、途中のプロセスの段階で、評価ができやすいのではと思う。あくまでも消費者市民社会を目指すという意味では 90% くらいにしたいんだという一つのイメージで悪いわけではないが、PDCA を回しにくいということが感じられる。だから、意見としては、せっかく層別にされているので、層別にあった具体的な被害にあっている内容を半減していくとかいう形でやると、すごくわかりやすいのかなと思います。

議 長：確かに被害件数の減少は、社会の変化の状況がないことを前提にすれば、成果があったと言えるんですが、悪質業者が減ったから相談件数が減っただけというのも多いし、国の法的規制が極端にきつくなったからその事業者が一気に減ったとかいう場合もあって、教育とは無関係であったりするし、悪質商法というのは、新しい商品やサービスが生まれるたびに、消費者も未知な部分が多いので、新しい問題が出続けるわけですね、だから、相談件数が増えたからと言って成果がなかったんではない場合も多い。確かに被害は減らしたいわけですから、減らすのを目標にしているのだが、数値で出した時に、成果があったかなかったかには結びつかないので、使いにくい数字ではないかと思う。今後変化するかもしれないませんが、これ一点に絞るのは私も不安があります。

A 委員：推進計画の成果指標という項目を削除することは可能ですか。これだけの推進を図っていましたが。そして 31 ページの具体的に重点目標については、49 回を 60 回にしますよという目標を 31 年度にどれくらい達成したか、目標通りに実施できたかどうかと、もう一つは、この 31 年度に以前に比べて、トラブル回避を心がけている意識が高まりましたかという質問を、その時点で過去と比べてどうですかと質問すれば、それで例えば上がりましたという人が非常に多いと、あるいは逆に変わらないという人の比率がこうだという形ができれば、それは一つの成果の指標になると思います。ですから、必ずしも数値を今の時点と 31 年度の数値を比較して何%になったという比較が一つあると同時に、現状の数値がない場合には、31 年度において過去 5 年間と比べて、傾向がどうなりましたかという意識調査ですから、私は教育を受けて心がけるようになりましたという意見が増えれば、それだけ成果があったんだなと考えられますので、成果指標は全部カットしてしまって、質問が出た時に、これは個々の事業目標量というものを達成できたかが、一つの成果指標であり、そして最後の年には意識調査で比較を行いますと、そこで成果としてみようとした方がいいのではないかという気がします。

C 委員：福岡市の意識調査は、毎年行っていれば、次からと割り切って、消費者教育と言うものを受けたことがありますか、あると答えた市民の割合みたいなものを初年度の今年から取り始めてその数値が高まっていくようにするなど、シンプルな感じにできないか。あると答えた市民の割合が増えていくかどうかの推移をみていくことができれば良い。新しく項目を追加する。

A 委員：サブクエスチョンで、教育を受けたことがありますか、ありますよ、ではトラブルについての心がけは過去ありましたかというのはいかがでしょうか。

C 委員：消費者教育を受けて意識が変わりましたとか。

議長：みなさんうなづいておられますが。

事務局：指標は位置づけのところにあるように、福岡市の基本計画があって政策プランがある。それを踏まえることとなり、基本計画の中で目標3が安全安心の生活環境が確保されていて、その中で日常生活の安全安心の確保とリンクした指標になっています。ただ、これ一つに絞るのではなく、今ご意見をいただいたように、教育を受けたことがある人の割合も調べてみて、その数字が使えないか、また新たに項目を設定するような文字を入れられないかということは、内部で協議させていただきたい。実は部会の方で、この数字を調べたところ、国の調査で同じようなものがあり、66.7%心がけているというような回答がありますので、調べて、踏まえて、市内部で協議させていただきたいと思いますが、審議の内容はそのとおりと思うところもありますので、内部でも協議させてください。

D 委員：水を差すようで申し訳ありませんが、今の消費者教育というのは、受けたかどうかというと、授業か講座で受けた人は当然Oですけど、現実的にかわら版みたいな情報を定期的に紹介しているのも実は教育なんですけど、受けたという意識はないと思います。だから、受けた、受けないというのはどうかと思います。

事務局：推進計画の大きな目標は、消費者教育というものを、まず知ってもらうこと、今まで啓発とか受けたことがありますよと言うのも、そういう認識が広まれば、同じような設問でも数字があがっていくのもあるのかなと。新たに設問ということでしたら、皆さんに諮りながらと思います。

議長：5年間で比較するのはなかなか難しい部分があるんですけど、消費者教育を受けたことがあるかで聞くと、消費者教育の範囲がわからないこともあるので、アンケート調査に入れるとなれば、それもこういうトラブルの防ぎ方について聞いたことがありますかとか、チラシをみたことがありますかとか、どこかテレビ番組みたことがありますかとかそういうのも含めて上手に聞かないと、確かに実態が反映されにくいですね。とにかく教育の効果を判定することそのものが難しいので、今日いろいろ議論が出るのも、事務局が戸惑うのも、当然なんですけど、大きな成果指標が出ているから際立っている、慎重に時間をかけましたが、事務局が努力してみると言われたので、一点に絞ってやるのだけは、少なくとも全員賛成していただける。その他審議会でいろんな意見がでたので、その点を含めて評価の仕方を上手に、成果があるにも関わらず、成果がないって出ることもある。今の指標を消すわけにはいかないのではあ

れば、新しい指標も追加して色を薄めるようにして、半分頑張ったというのが出てくるとか、政令指定都市では福岡市が一番率が高かったとか、それでも、頑張ったんだということは、市民もわかっただけだと思う。事業者も皆わかっただけ。是非、各委員から同じ意見が出ていますので、その辺を十分慎重に中に入れていただきたいと思います。

B 委員：一般公募の委員として言わせてもらうが、一般の消費者の方が理解できるような数値目標を出さないと、やっていると言っていると福岡市は言うんですけど、何をやっているのか、最後は消費者は自己責任だと思っているので、契約書を全部読んだら、契約しなければ大丈夫ですよという法律を作っても契約書を読まずに契約書にサインしたら終わりになるという個々の自己責任の部分はどうしてもないんですけど、これだけのことをやっていますと示して教育を受ける方がわかりやすい形にしないと、作っただけで5年間過ぎるのではという気がしています。ではこれがダメだということではなく、数値目標は必要でしょう。

A 委員：7ページのところですが、若年者の消費者トラブルというふうなタイトルで、個々は若年者に対する状況と課題が書いてあるのですが、このもの自体が教育推進計画書ですので、このあたりも全部一般の人、関係者は読むと想定しますと、ここでは、人口にしめる若者という言葉を使って15歳～29歳という想定をして、若者だけど、タイトルは若年者となっています。課題も下の方は若年者となっています。ところが、先の28頁、それぞれの事業一覧の下から6の薬物乱用防止啓発事業というところでは、若年層という言葉を使っている。23頁の表では、特に若者という言葉を使っている。だからこれを読んでいた時に、若者とか若年者というのはどう違うのか、若年層、特に若者、何か違うのか、それとも全部同じものを指しているのかという疑問があるので、言葉は統一した方が良いのではないかと。他のところは高齢者等とか統一されているのに、ここだけ若年者、若者、若年層とされているので、統一されてはどうかというのが一つ。それから15～29歳という区分を若者と捉えているが、15歳だと中学3年生くらい、29歳はもちろん新入社員から大学生とかも含まれますが、考えると、中学を卒業して働いている人、高校を卒業して働いている人、大学を出て働いている人で、しかも若者15～29歳であれば、高校生、大学生もこの中に含まれる。ところが、最後23頁のところを見ると、学校は小・中・高生期というのがあるのに、特に若者と書いているからここは高校生以上の人なのか、ではこの若者15～29歳という場面はいったい何なのか、こういう人たちを狙った教育をやっていこうと、どこに焦点を当てるのだろうか、せっかく6頁に年代別の相談ランキング表があり、19歳以下、20歳代と出ているのに、ここでいう若者というのは15歳以上から20歳というのはどういう傾向なのかなというの、せっかく出ている表と、この概念がマッチしていないと感じた。そのあたりはいかがなものでしょう。

C 委員：16頁の課題の学校のところ、市民生活と納税の義務、金融のしくみとというのがありますが、1番後ろ国が作った体系マップ、情報メディアと

か現代的な一番の課題、行政とか金融とかも大事でしょうが、情報とメディア、またデジタルコンテンツがらみのことをきちんとやっていく、これも入りますよというのが抜けている気がしたので、入れ替えるか、付け加えるかした方が良くと思う。

事務局：若年者、若者という表現は確かにわかりにくい。何種類も出てきているのは事実ですが、例えば若者についてここで紹介しているのが、国勢調査でやっていた学校基礎調査の数字をだしてきています。その時に若者ということで、15歳から29歳を限定して若者という表現を使っているので、そのままの言葉を持ってきているということなんです。あと、若者というのは、基本的にこの推進計画の中で若年者という言い方をしているんですが、どうしてもデータに基づく見解が多くなっているので、19歳以下、20歳代を若年者というふうな位置づけにいたしまして、私たちは中身を展開している。他局の施策につきましては、ご指摘のとおりこだわらず若年層という表現があるが、各々出典に基づいて使い分けられているというのが理由です。次に、16頁の金融のしくみというのは、全体的に小・中・高の学習指導要領に簡単にあげている中で、金融のしくみというテーマがあるということでこの表現を使っていることが理由です。

議長：私も学習指導要領を見てくれば良かったが、最近の学習指導要領では、今の情報化社会の対応やデジタルコンテンツなどについてはまだ触れていなかったでしょうか。

事務局：デジタルコンテンツという表現はPIO-NET特有の表現だと思います。

C委員：ネットとか情報教育とかは書かれている。

議長：学習指導要領にあればここに入れてください。あと、「若者」とか「若年者」という用語、確かに国勢調査で国が統一して使っている用語ですが、いろんな使い分けがあり、消費者が見る場合わかりにくいのもご指摘のとおりです。場合によっては、どこかに注)をつけておくという方法もあるかもしれません。そういう配慮をしていただければと思います。

A委員：そうですね、どこかに説明がないと、若者と言いながら若年者、国勢調査では使っているんだけど、消費者教育を推進する上では、そういう人達を対象としているのか、いや、そうじゃないよ19歳以下と20歳代がここでいう若年者だよということになると、どういう層を狙っているのがわかりにくいというのがどうしても感じられるので、注意書きをしてもらおうと少しはわかりやすいと思います。

議長：法律用語ではないので、市民に趣旨が伝われば良いと思うので、そんなにこだわらなくてもいいんでしょうが、確かに似たような表現がでてきて、その辺り注釈を文の体裁が乱れない程度に書いていただければと思います。

議 長：消費者教育推進上の重点目標と取り組みの方向性ということで、重点目標が1.2.3.4.とそれぞれでてきますが、これは重要です。消費者教育部会が出された意見も含めて、再度意見や質問がありましたら、お願いします。

重点目標1、様々な担い手による消費者教育の理解と取り組みの推進ということですが、いかがでしょうか。

事務局：まず全体的に第3章でございますが、すでにやっていることと新しくやることの区別がつきにくいというご意見が出たのですが、それにつきましては、これが27～31年度までの5か年の計画ということになっておりますけれども、この中には平成25年度から開始しているものもありますし、また平成27年度以降は予算が確定しないと、新規事業の予定はあっても明確にすることが難しいというところがあります。それでわかりにくい表現になってしまっているというところですが、これにつきましても、新しい取り組みにつきましては、推進状況を公表していきまますので、その時点で新規を盛り込んでいくという形で、開始日はお知らせしていくという形で行いたいと思います。19頁の下の消費者のところですが、こちらも消費者も一主体としてもう少し積極的な表現にした方がいいのではないかというご意見がでましたが、あくまで、期待される心構えということでさせていただいているので、できましたらこの表現のままさせていただきたいと考えています。

議 長：「場の提供」とか抽象的な言葉等もし具体的に書ける場合があれば中に入れていただき、もう少し具体性を持ってというご意見もあったと部会長が言われていましたので、付け加えるとかどうでしょうか。

事務局：先ほどの新規にやること、やっていることの文言等に関係あるのですが、具体的施策のなかで場の提供に関することとか、講師一覧とかもでたのですが、それも費用負担も出せる部分も随時出していくという形でさせていただけたらと思う。

議 長：推進のためのキーマンが誰かというのも直接この中に書き込むかというのは別ですが、どういう位置づけになっているのでしょうか。

事務局：キーマンと言いますか、担い手育成というのは、大事なところと考えているので、これも同じように推進会議とか審議会などに諮りながら、具体的にになったものについては公表していくというように審議会自体進めていきたいと思っています。

議 長：そういう答えですが、それに対して追加や質問などありますか。
重点目標2と3をまとめて、若者と高齢者の部分についてご意見をどうぞ。

B 委員：この中でボランティアによる消費生活サポーターを登録というのがありますが、現在はまだ登録はされておらず、今後ということですか。

事務局：この事業は平成18年度からやっております。現在も登録でいえば60数校区という形です。今後推進して全校区に増やしていこうと思っております。

B 委員：特にこの消費生活サポーターというのは、資格等の要件はないということですか。

事務局：ありません。センターで開催する育成講座を受けていただいて、その後今後も続けていきたいという意向を確認したうえで、登録させていただいております。

議長：重点目標4、学校における消費者教育の推進、これは昔から何十年と行われていることではあります。ここはいかがでしょう。学校は学習指導要領があるので、それを書かざるを得ない部分がありますが、支援の在り方によってだいぶ違って来ると思っています。第4章の具体的な取り組みを事業一覧も含めて書いてありますが、少しでも計画が良くなるように、お気づきの点がありましたらどうぞ。

A 委員：31頁の事業目標量のところに、重点目標2の若年者に対する消費者教育の推進という重点目標にあげていますが、ここでは具体的な数値・回数等がでていませんが、何か理由があるのでしょうか。

事務局：県は、この若年者に向けてかなり施策を打ち出しているところで、市は新たに目標値として出す数字、出せる数字がでていなかったところがございます。今からどういうことをやるかということ、そこにありますように、今現在やっていますが、キャンペーンを計画していることと、消費者教育講座ということで、特に大学の入学時とか会社の上社時について出前講座を活用しながらやっていきたいと考えています。消費者教育講座については、生活安全部の生活安全課が大学生に対して、防犯の意識のための消費者教育出前講座を行うというのがありますので、一体となってやる予定はありますが、目標値として出すには物足りない数字になってしまうというのが、正直なところです。

C 委員：福岡は、九州大学、西南学院、福大といろいろな大学があります。できたら入学のときだけではなく、大学ならではのおいしいバイトがあるみたいな感じで被害に巻き込まれていく実態がありますし、大学の間に20歳を迎えてクレジットカードを持つことになりますので、大学に積極的に働きかけていただき、入学式だけではない、ポイントポイントでもよいので、大学の出前講座の実施とか、あるいは福岡市の成人式のときに少しだけ時間を入れるとか実績を残せるような機会はあるのではと思う。

A 委員：8 頁のところでは、政令指定都市では若者の比率が最も高いよとか、短大生の割合が第 2 位で非常に高いよというふうに示されております。にも関わらず、事業目標量については、わからないというのは、ここで前に述べたものとの落差というのを感じるし、20 頁のところでは先ほど重点目標 2 は職場などでできるだけやってみようというの載せてあるので、何らかの目標数値がほしいなと思う。

事務局：意見については、その通りという感じがします。重点目標に挙げていて、重点目標 2 について目標がないというのは確かに変という感じがしますし、大学の数にしても結構数あるということですので、目標数としては少なくともあげられるというふうに考えますので、そのあたりは事務局で考えたい。

D 委員：事業目標の 31 頁のところですが、センターの方が直接消費者に対して出前をするケースと、担い手を学校の先生も含めて育成するケースがあり、直接やるものと、担い手育成というのは、二つに分けてやらないとミックスになっているとあやふやな感じがする。消費者に向かって直接する講座と、学校の先生など担い手の育成のための講座は質が違いますよね。最終的には直接消費者にやるものはそれでいってきますが、担い手の場合は、担い手がまた講座をやってもらうわけですから、もっと裾野が広がっていくわけです。だからボランティアの方もそうですが、ボランティアに担い手になってもらって、担い手のボランティアが動いてもらう数字もできれば捉えるようになると、ものすごくダイナミックな動きがわかるという感じがしますので、二つをぜひ分けられるなら分けた方が良くと思います。

議長：急に言われてすぐというのは難しいかもしれませんが、事務局どうでしょう。区分とか項目とか統一されているから、分けるということはどういうふうに分けたらいいのか考えなければいけないなど大変かもしれませんがいかがでしょう。

事務局：この件につきましては、部会長の方からご報告がありましたように、全校区の校区数のうち何校区実施というように全体数が見えるように記載を考えてほしいと部会の意見もありましたので、表現につきましては検討させていただきたい。

A 委員：重点目標 1 というのは、担い手の消費者教育への理解と取り組みの推進ということ。例えば直接消費者に教育するのは 2 以下 2.3.4 で指導者を教育するのは重点目標 1 の分類に入れれば、ここでいうと、消費生活サポーターを有する校区数を増やそうというのは、サポーターを育成しましょうということで、本来は重点目標 3 というより重点目標 1 に入れ込むというような分類を少し考えると先ほど言われたような部分が可能ではないかと感じた。

事務局：対消費者，対担い手になる方という場合でいくと，一番上は一般市民向けということになりますので，これは対消費者に対してということ。重点目標の中で様々な担い手という表現を使っておりますので，わかりにくいかと思いますが，出前講座の要請があったところに対して，行政が行って講座を開始するというので，もしかしたら対象として担い手になれる方が対象になるかもしれませんが，一般市民向けということになっています。2番目の高齢者への出前講座というのはその内数になりますので，同じく一般市民に対して，3番目がサポーターさんということで，どちらかという担い手・見守り者になる方ですので，担い手の方たちに対する施策ということになります。情報モラル研修はPTAと申しますか，お母さん方を対象としているので，担い手とみるかということでございますが，対象はPTAの方たち。モデル事業，訂正されていませんが，消費者教育講座ですが，これは学校における実施回数ですが，児童・生徒ということになります。今区分が重点目標ごとになっていきますので，そのあたり方法は考えて検討していきたいと思っております。

議長：時間は少し超過しましたが，最後に意見のある方どうぞ。

F委員：全体的によくできている。1頁の基本の考え方の方にある，一体的かつ総合的に推進する，私は参加という言葉を使いたいが，それがいいなと思っている。そこが後の展開の中でももう少し鮮明に出せないかなと問題意識を持っていて，例えば14ページの課題のところでは主体が連携した消費者云々とか18ページの方がうがった見方かもしれませんが，消費生活センターからみた担い手という位置づけになっていると思いますが，もう少し市民の参加を引き出すとか，市民なり，消費者団体とかいう団体が参加を，自分たちが主体となって参加するみたいな視点で書き方が変わってくると随分変わるのではないかと思ひ，ぜひ検討していただきたいと思ひました。

議長：他にはありませんか。

時間がまいりました。まだまだ意見があると思ひますが，本当にご活発にご意見を出していただきまして，効率的に審議の進め方にもご協力いただきありがとうございます。では，今日の審議の結果を事務局は次の案に反映させていただきます，本当に良い推進計画ができますようにしてください。各委員の方ありがとうございました。また，今後も推進計画につきましては，ご協力のほどよろしくお願ひします。では，これをもって審議会を終わらせていただきます。