

## 第29回 福岡市消費生活審議会 会議録

- 1 開催日時 令和元年11月25日(月)午後2時～午後3時30分
- 2 場所 あいれふ7階 暮らしの研修室
- 3 出席委員 11名(欠席4名)
- 4 傍聴人 なし
- 5 議題等 議案 第2次福岡市消費者教育推進計画の策定について

### ○審議会の概要

#### <審議会の成立>

委員15名中11名の出席により、定足数を満たしたため、会議は成立した。

### ○審議の概要

#### <議事>

「第2次福岡市消費者教育推進計画(素案)」について、事務局より説明を行った。

9月、10月に開催された消費者教育部会の審議内容について、部会長より報告がなされた。

会 長：事務局の説明及び部会長からの報告について、質問やご意見はないか。

A 委 員：SDGsについては、関連する機関などで活発な取り組みがなされているが、17の目標、169のターゲットと内容が非常に多岐にわたり、消費生活の観点からも、いろいろなところと関連すると考えられる。消費生活との関連で、今後特に力を入れるべきと思う箇所があれば、聞かせてほしい。

事 務 局：12番の「つくる責任、つかう責任」が、一番近い目標ではないかと考えている。「つかう責任」は消費者だが「つくる責任」は事業者であり、双方の理解を進めていく必要がある。SDGsの中には消費者教育に関連する教育もたくさん入っているが、市では総合計画の施策をSDGsに落としこんでおり、すべての施策が17の目標と関連付けされている。3ページの推進計画の位置づけにも記載しているが、「福岡市では、総合計画に基づく各施策の推進により、SDGsの実現に取り組んでいます」という文言を各計画に表記するようになっており、市全体でSDGsの理念を踏まえた施策を推進している。

会 長：持続可能な開発目標という言葉や17の目標といった抽象的な言葉は出てくるが、消費者教育推進計画としては、具体的にどの目標と、関連するかを示したほうが、市民にはわかりやすいのではないかと。17の目標のうち、例えばこれとこれが密接に関連しているので重

点的に取り組むとか、消費者教育の視点からこれを推進していくといったことを示すとわかりやすいと思う。SDGsについて自分で調べることができる人はいいが、周知のこととして進められると、市民の大多数はSDGsについての認識は低いと思われるので、もう少しわかりやすく表記をしてほしい。

事務局：SDGsの具体的な項目を分析し、市の施策、具体的な個別施策と、どのように関連するかを調べたうえで、主な項目を記載するなど、検討をさせていただく。

A 委員：シンポジウムの開催など各団体等でも取り上げられて、SDGsへの取り組みや関心が高まっている。市として特にこういった点に力を入れるというような具体的なことを示せば、よりわかりやすく浸透していくと思う。

会長：確かに11ページの表だけではわかりにくい。

B 委員：関心がある人は自分で調べると思うが、SDGsについて理解をしていない消費者も多いようだ。ACAPという企業のお客さま相談窓口の研究会に入っているが、企業によっても得意な分野があり、私のところは食品メーカーなので、1番とか2番とか14番の目標に関心を持っている。ACAPの様々な企業の相談窓口の人が、講師として大学で講義を行っており、学生もすごく関心が高いと聞いている。食品メーカーやアパレルメーカーなど、それぞれが違う視点で17の目標について講義を行うといった消費者教育は、ACAPが実際に行っている活動のひとつだ。確かに1つ1つみてもわかりにくいので、専門的に、企業としてノウハウのあるところが、サポートできるような環境があればいいと思う。

C 委員：5ページの成果指標について、1つが「商品やサービスの購入時に日頃からトラブル回避を心がけている市民の割合」、今回新しく「消費生活センターの認知度」が加わったが、前者の「トラブル回避を心がけている市民の割合」の数値は、前回計画の現状値の数値より下がっている。前計画を総括して、これだけ頑張っても指標が下がったとなるとマイナスという感じがする。

事務局：市民の意識を成果指標としているので、年によっては数値が下がる可能性もある。計画策定当初の元々の現状値が高いため、目標としては、80%から90%を持続させることを考えている。市民が、日頃からトラブル回避を心がけているかは、啓発が行き渡ったため特に意識していないと感じる市民がいるとも考えられる。この成果指標については、現在、市のマスタープランの目標でもあり、マスタープランの計画期間もまだ残っているので、これはそのまま残させていただきたい。ただし補完指標として「消費生活センターの認知度」を入れることで、消費生活センターの役割や活動の認識が広まれば、「心がけている」という市民の意識も伸びていくのではな

いかと考えている。

事務局：市のマスタープランの成果指標として、この項目と目標値を既に出している。マスタープランという10年間の長期計画の中で、既に定めていることもあり、次期マスタープランの際には、よりふさわしい成果指標について検討したい。現在の成果指標は我々の努力と連動しない部分があり、その時々々の社会事情、事件、事象など流行していることに左右されることも多い。そういう意味でも、目標として頑張れるような数値を検討していきたいと考えている。

C 委員：42ページの重点目標3「高度情報通信社会に対応した消費者教育の推進」における取組目標の「インターネットトラブル防止に関する消費者講座の実施回数」については、いいことだと思う。インターネットトラブルの防止といった場合、どうしても若者が中心となると思うが、現実的には高齢者の被害も非常に多い。高齢者の方が、単純なトラブルに巻き込まれやすいというのがある一方、高齢者向けの講座が少なく、実際に講座を聞きたくても聞けない状況だ。スマートフォンを使う高齢者の増加により、今後ますますトラブルも増加し、むしろ主は若者よりも高齢者になると思うので、高齢者向けのインターネットトラブル防止講座の回数を増やすことを要望し、意見とさせていただく。

会長：成果指標の目標値について、検証や評価等を市民に公表するのか。

事務局：マスタープランの成果指標でもある「トラブル回避を心がけている市民の割合」については、毎年評価・分析を行っており、総務企画局に報告するようになっているので、その中で説明はしている。

会長：自治体によってはAやBといった評価をつけるところもあり、見る人によっては、背景がわからず数値が独り歩きをすることもあるので、数値を出す場合は注意が必要になる。

事務局：評価については、「順調に進んでいる」とか「概ね順調」といった言葉での評価となっている。

D 委員：34ページに消費者教育の体系イメージマップが載せてあるが、ライフステージごとに細かくまとめてある。計画案にはこのイメージマップを活用すると書いてあるが、具体的にはどのような対象者にどのような場面で活用するのか。

事務局：消費者教育を進めるうえで、誰を対象としてどのような教育を行うのか、例えば「トラブル対応能力」を中学生に行う場合、「販売方法の特徴を知ってトラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう」といった内容が示されている。こういったことをするとこれができるのかといった基本的なベースとなる内容が書かれているので、ここから広げてもらう。イメージマップは国が作成しており、4つの対象領域があるが、領域は単独ではなく、1つ2つと重なってくるので、それを組み合わせることで、段階に応じた消費者教育を体系

的に実施していくことになる。

事務局: イメージマップは、講座を企画する際の考え方の整理や、どのような内容の啓発を行うかなど、いろいろな教育主体があるので、そういった時に参考に活用してもらおうということだ。

会長: 2022年から成年年齢が20歳から18歳に引き下げられるが、若者被害の救済においては、未成年者取消権は大きな役割を果たしてきた。2022年以降、この未成年者取消権が18歳、19歳には適用されなくなるが、この件について何か意見はないか。

E委員: 弁護士会で子どもの権利擁護活動を行っているが、児童養護施設で生活している子どもの場合は、家庭の中で経済的な観念を学ぶということが困難な状況である。学校で教育を行えばいいと思われるかもしれないが、十分な日数を学校に通えていない子どももいる。そのような子どもたちが18歳で学校を卒業し、今までは20歳までの2年間、未成年の取消しの期間があったのに、18歳で成人として契約をし、一人で家計を担っていくという状況になる。そうなった時に、最初から借金ができた、名義を貸した、何かのトラブルに巻き込まれたとなると、社会に出た第1歩からマイナスのスタートになりかねない。児童養護施設の子どものためには、できれば施設に出向いて、ライフプランや家計設計の仕方、世の中の仕組み、借金の金利、クーリング・オフ等について、大多数向けの講座ではなく、長い目で見たきめ細やかな講座をしてもらいたい。

また、福岡市でも外国人の居住者が増えてきている。外国人向けの消費者の情報や消費者教育など、ある程度サービスされるべきではないか。学校で消費者教育を行えば、子どもが家庭に持ち帰るが、子どもがいる家庭ばかりではない。マンパワーや予算の関係もあると思うが、外国語でどう発信していくのか考慮してほしい。もう一つは市では起業、スタートアップに力を入れている。私も中小企業の支援活動をしているが、自分のビジネスプランで精一杯で、起業したのはいいが、消費者との契約がどうあるべきか十分知識がない事業者もいるので、対消費者のビジネスをする以上は、こういうことは守らなくてはいけないといった、違法な活動をしない事業者を育てるのも、消費者教育の裏返しとなってくると思う。消費生活センターで行うのか、部局をまたがる話なのかはわからないが、視野を広く持ってもらおうとありがたい。

事務局: 視点として貴重なご意見だと思う。外国人関係は国際部門もあり、市を挙げて取り組んでいるところだ。消費生活センターにも相談機能があり、外国人への対応については検討していきたい。創業については経済観光文化局が主管だが、しっかりと連携を図ってこうと考えている。児童養護施設への出前講座については、非常に大事なポイントで、一番トラブルに遭いやすいため、詐欺まがいの事業者

は、そういうところを狙っていく。ポイントをしっかり押さえていくことが大事だと思う。

会 長：外国人の労働者の場合、例えば訪問販売の契約をしても、クーリング・オフというものがわからない。クーリング・オフの書面を渡しても、読んで理解できない。各県の弁護士会からも、クーリング・オフについて、外国語でわかりやすく説明したもののや、問い合わせ先がないかと相談を受けたことがある。外国から来て日本で働き、家族を持って生活していても、ほとんどの外国人は、クーリング・オフを知らないと思う。だから被害に遭っても、ほとんど救済されないまま放置されている可能性は高い。こういったケースはますます増えて、今後の課題となるのではないか。福岡市のような国際都市であれば、全国に先駆けた施策ができるのではないかと思う。

F 委 員：成年年齢引き下げについては、若者たちが意識しているかが大事だと思う。こちらから、法律が変わり困ることになると話しても、まずは興味を持ってもらわないといけない。啓発用としてノベルティなども配っていると思うが、バッチやリングといった若者向けのグッズを配布するなど、何か工夫をしたほうが、意識づけとして有効ではないかというのがひとつと、障がいのある人への啓発について、点字などわかりやすい表記があれば、みんなが助かるのではないかと思い、意見として述べさせていたく。

D 委 員：とてもいい意見だと思う。委員の方々の発言を聞いて思い出したのが、80代の両親と無職の子どもが引きこもっている8050問題だ。何らかの理由により、親の年金を当てにして社会と閉鎖された生活を送っている子どもが少なくはない。そうすると大概の子どもの唯一の友達がスマホやゲーム機で、その人たちが何らかの被害に遭っていないかと心配になった。そういった人たちへのアプローチは今後の課題だと思う。

会 長：他に意見がなければ、今日の審議会はこれで終了する。

本日は貴重な意見がたくさん出たので、事務局はこれを素案の中に活かし、審議会への報告、パブリック・コメントの実施に活用してもらいたい。

事 務 局：有意義な意見をいただきありがとうございました。1月6日からパブリック・コメントを実施する。その終了後、意見をまとめて答申案を作成するので、3月の審議会で審議をお願いしたい。