

平成30年度第2回
千葉県消費者行政審議会
議事録

日時：平成30年12月26日（水）
場所：千葉県教育会館203会議室

1. 開 会

【司会（浅野くらし安全推進課副主幹）】 それでは、定刻となりましたので、ただいまから平成30年度第2回千葉県消費者行政審議会を開催いたします。

私は、本日の進行を務めさせていただきます環境生活部くらし安全推進課の浅野と申します。どうぞよろしく願いいたします。

2. 挨拶

【司会】 それでは、初めに石渡生活安全・有害鳥獣担当部長より御挨拶を申し上げます。

【石渡生活安全・有害鳥獣担当部長】 皆さん、こんにちは。環境生活部の生活安全・有害鳥獣担当部長、石渡でございます。

皆様方におかれましては、日ごろから県の消費者行政の推進に御支援、御協力を賜り、感謝申し上げます。また、本日、年末のお忙しいところ御出席いただきまして、心から御礼申し上げます。

現在、消費者を取り巻く環境が複雑・多様化する中で、特に高齢者の消費者被害の増加、あるいは民法改正による成年年齢の引き下げに伴う消費者被害増加の懸念などもございまして、消費者が安心して生活していくための課題解決に向けた取り組みを進めることが極めて重要なこととなっております。また、消費行動というのは、環境など社会のさまざまな面にも影響を与えることから、持続可能な社会づくりという観点からも、消費者自身のみずからの合理的な判断のもと、積極的に行動することのできる環境づくりが求められております。

これらの課題解決に向けまして、さまざまな関係機関と連携して総合的かつ計画的に取り組むを進めるために、本年度、第3次の消費生活基本計画を策定することとして、前回の第1回の審議会におきましては、その素案について御審議いただいたところでございます。そのときの御意見も踏まえまして基本計画原案を取りまとめましたので、皆様におかれましては、それぞれの専門的なお立場から忌憚のない御意見、御提案をいただきたく、お願い申し上げます。どうぞよろしく願いいたします。

【司会】 それでは、議事に入ります前に申し上げます。審議会につきましては、千葉県消費者行政審議会議事運営規程第15条により原則公開となっており、議事録につきましても公開していくこととなります。ただし、審議会の決定により非公開の決定をしたときは非公開とすることができるとなっております。本日は、特に個人情報を含む議題や資料、その他非公開にすべき事項はないと考えておりますので、本日の会議は公開することとしてよろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

【司会】 異議がございませんので、本日の会議は全て公開することといたします。

また、報道機関が取材のため傍聴し、会議風景を撮影することがありますことにつきましても、御了解をお願いいたします。

本日は傍聴2名、それから取材の申し出が1名いますので、入場をお願いいたします。

〔傍聴人・報道機関入室〕

【司会】 それでは、これより次第に基づきまして審議に入らせていただきますが、本日の審議会には委員13名中半数以上、11名の御出席をいただいておりますので、千葉県行政組織条例第32条第2項の規定により、会議が成立しておりますことを御報告申し上げます。

なお、本審議会は千葉県消費者教育推進地域協議会の役割を兼ねることとなっておりますことを申し添えます。

それでは、議題に入ります。

では、これからの議事進行は千葉県行政組織条例第32条第1項の規定により、小賀野会長をお願いいたします。会長、よろしくをお願いいたします。

【小賀野会長】 どうもありがとうございました。本日は大きな議題が1つございまして、第3次千葉県消費生活基本計画（原案）について御審議をいただくことになっております。

3. 議事録署名人選出

【小賀野会長】 それでは、次第に沿いまして、初めに議事録署名人の選出でございますが、議事運営規程により、私から指名をさせていただきたいと思っております。議事録署名人を高橋委員、小田川委員のお2人をお願いしたいと思っておりますが、いかがでしょうか。先生方、よろしいでしょうか。

よろしくをお願いいたします。ありがとうございます。

4. 議 題 等

(1) 第3次千葉県消費生活基本計画（原案）について

【小賀野会長】 それでは、本日の議事に入りたいと思っております。

議題(1)第3次千葉県消費生活基本計画（原案）について、事務局から御説明をお願いいたします。

【斎藤室長】 暮らし安全推進課消費者安全推進室の斎藤と申します。どうぞよろしくお願ひします。着座にて失礼いたします。

第3次千葉県消費生活基本計画（原案）について説明いたします。資料1の「基本計画（原案）」をお手元に御用意ください。

目次をお開きください。原案の前段階に当たります素案につきましては、先ほど担当部長からの挨拶にもありましたとおり、第1章から第3章の部分の計画案を策定し、10月18

日に開催したこの審議会で御審議をいただきました。お手元の「基本計画（原案）」は、素案から大きく変更や追加したところはありませんが、欠席された委員の皆様も含めまして、審議会の委員の皆様から頂戴しました御意見を踏まえて、具体的で丁寧な記載となりますように訂正をしております。それから、県の関係各課の意見を踏まえて時点修正を行ったものとなっております。修正点について少しお話をさせていただきます。

まず、1ページをお開きください。中ほど下の「シェアリングエコノミー」についてイメージしやすいよう、括弧で「共有経済」と追記しております。

2ページの中ほどでございます。上のところに、「特に、民法の改正により、平成34年（2022年）」というふうに西暦を併記してございます。この西暦併記については、計画最終策定までに全体的に元号表記と西暦表記を併記する方向で整理していきたいと考えております。

また、2ページの下にシェアリングエコノミーの説明書きを少し書き加えて具体的内容としております。

8ページを御覧ください。中ほどのところに、そのため高齢化率は上昇を続け、2025年には30.0%、2030年には31.5%へと急速に高まっていく見込みなど、記載内容の時点修正をしております。

8ページの下の方のインターネットの普及ですけれども、「フィンテック」や「シェアリングエコノミー」に関する言及をできるだけわかりやすく記載し、9ページの下に「フィンテック」の説明を追加しております。

32ページを御覧ください。取組方針の3つ目の丸でございますが、情報通信技術の発達などにより、さまざまな新しいサービス等が急速に広がっていることから、これらを理解し、必要な知識を身につけ、考える力が必要となっている旨を、平成29年告示の「中学校学習指導要領解説 社会編」の内容を参考に追記しております。

それから、33ページの中ほどの2の「学校における消費者教育の充実」の2つ目の四角で、委員の意見を踏まえまして、「弁護士会等」と具体記載を追加しております。

それと、36ページを御覧ください。取組方針の最後の6つ目の丸ですけれども、こちらについても、意図しているところを明示するために、「地域の実情に応じた消費生活の」というふうに記載を入れております。

続いて42ページでございます。「医療・福祉サービスに関する安全・安心の推進」のひし形の最後のところです。関係課による時点修正として、福祉サービス事業者への監査、指導等のほかに「適切な情報提供に努めます」という記載を入れてございます。

それと、43ページの中ほどに「危険な製品やサービス、消費者事故等、危害防止に向けた情報の提供」とありまして、ここのひし形の4つ目について、インターネットを通じて危険ドラッグが販売されていることから、こういった違法な製品を販売する業者を取り締まるという点を追加記載しております。

44ページでございます。2の「生活必需商品の安定供給等」の四角2つ目の3段落目で

すけれども、こちらも関係課による時点修正ということで、「高齢者等を中心として日々の買物や病院への通院などに支障を来す『移動困難者』が増加する中、高齢者が今後も住み慣れた地域で生き生きと生活できる環境を整えるため、市町村における仕組みづくりや民間事業者の取組を支援します」といった具体的取り組みを盛り込んでございます。

主立ったところがこちらでございます。

続きまして、表紙の次の目次に戻っていただきまして、目次の裏面を御覧ください。今回の原案については、「第4章 事業計画」の案を策定しまして盛り込んでおります。目次のところに整理しているとおおり、5つの基本目標における施策展開の方向ごとに関連事業を整理しています。

それでは、戻りますが、本文の45ページをお開きください。「第4章 事業計画」については、下の四角囲みの中にありますように、1つは、5つの基本目標を達成するため、現時点で計画期間中に取り組むこととしている主な事業を施策展開の方向ごとにまとめて記載しています。現時点では、延べ174事業ほどを掲載しております、うち新規に事業計画に盛り込む事業は、高齢者、福祉関係の事業を主とした16事業となっております。なお、現在、関係課と調整中の事業等はまだ記載しておりませんので、今後も追加する見込みのものがございます。

また、事業については、計画期間中であっても、取り組みを進める中で必要な見直しを行うものとしております。

なお、事業の記載に当たりましては、1つの基本目標の中では、複数の施策展開の方向に属する場合でも再掲はしておりません。これは再掲による煩雑さを避けて、できるだけわかりやすくするため、こういった掲載方法としております。

では、具体的な事業計画案を見ていきたいと思えます。46ページをお開きください。基本目標1「誰もが、どこでも安心して相談できる体制づくり」として、1つ目が「地域における相談体制の充実」。具体的な事業計画としては、1として、市町村の相談員や担当職員に対する研修、会議を実施して、市町村における相談体制の充実強化を図る。2つ目として、消費生活相談員等レベルアップ研修の実施。3は、県内で住居探しに苦慮している外国人学生を支援するために、県から選任された住居アドバイザーが住居に関する情報の提供、助言を行うもの。4つ目として、外国人テレホン相談事業。県内在住の外国人が安全で快適な生活を送ることができるように、出入国関係から生活一般にかかわる電話相談を実施。5つ目として、中核地域生活支援センター事業。24時間365日体制で、制度のはざまにある方々や複合的な課題を抱えた方などの相談支援、市町村等のバックアップ、関係機関のコーディネート、権利擁護を行うセンターを県内13カ所に設置しております。また、生活困窮者の自立を支援するために、センターに包括的な相談支援等を行う支援員を配置。6ですけれども、認知症高齢者を介護する家族の悩み事等の相談に対応するため、電話相談等を実施。7として、県庁の高齢者福祉課内に専門員を配置して、高齢者の悩み事等に関する電話相談を実施。8として、総合サイト「ちば国際情報ひろば」を通じて、県内に

暮らし外国人へ生活情報等を提供する。9としては、生活ガイドブック「ハローちば」という、PDFのチラシをホームページに掲載して、在住外国人や市町村等の関係機関が必要に応じて情報を取り出せるようにしていること。10として、副知事を本部長として、関係課長による千葉県消費者行政推進本部といったもの。11として、審議会の開催等となっております。

2の「県消費者センターの機能の充実」についてでございますが、1の県消費者センター運営事業は、消費生活相談や苦情等の処理を行うとともに、相談員の研修により、専門性の向上を図る。2ですけれども、情報提供機能の強化として、ウェブサイトを活用するなど、市町村への情報提供や相談支援機能強化を図るといふもの。

また、4ですけれども、消費者教育等担い手育成研修の実施。

49ページですけれども、基本目標2として「消費者市民を育む教育の推進」。

1つとして、「県消費者センターにおける消費者教育推進拠点機能の強化」でございます。そのなかの1ですけれども、消費者教育コーディネーターを配置、活用することですとか、3は、教育関連情報の収集、4は消費者団体ネットワーク強化・活性化事業として、この事業で整備したウェブサイト等を活用して、消費者教育に関連した各種情報をわかりやすく提供していくといふもの。

2の「学校における消費者教育の充実」でございますが、1の教員向け研修などを実施していく。それと2ですけれども、消費者教育啓発事業ということで、県のセンターで消費者自立支援講座やサポーター養成講座など、消費者教育・学習を実施していくとともに、情報の提供や啓発をやっていくといふことでございます。

めくっていただきまして、50ページですけれども、4の消費者教育教材の提供体制の充実ということで、資材の作成や情報収集を行って、わかりやすく提供する体制の整備を進めていくといふもの。それから5ですけれども、教育庁の生涯学習課で親力アップいきいき子育て広場をホームページに開設。

3の「地域における消費者教育の推進」として、2ですけれども、消費者教育担い手人材リスト整備事業。地域で消費者教育・学習に関する情報提供を行う担い手人材リストを整備して、地域における効果的な消費者教育・学習の推進を図っていくといふものですとか、51ページですが、4の「環境学習や食育の推進」ということで、1つは環境学習の推進ですとか、2ですけれども、教育庁の教育政策課。幅広い分野について、みずから学び考えることができる「ちば・ふるさとの学び」テキストを活用して、中学生が郷土を理解し、地域から世界に目を向けることができる教育を推進していくといふものでございます。その他、エコや食育の推進が取り組みとしてございます。

52ページですけれども、基本目標3「気づき、つながり、守る地域の力の向上」として、1つは「消費者市民社会への理解の促進」ということで、各種講座ですとか啓発を行っていくといふものでございます。

2つ目は「消費者被害の未然防止と拡大防止」ということで、1番、安全・安心ネットワ

ーク会議。このネットワークを構成する主な団体等が、情報や意見を交換するための会議を開催してネットワークの活性化を図ります。具体的に千葉県消費生活ネットワーク会議については、後ほど少しお話をしたいと思います。それから2のところ、適格消費者団体等の設立支援。

53ページですけれども、3番の安全・安心ネットワークづくりについては、県の消費者センターでの高齢者等見守り講座ですとか、高齢者福祉課が中心となっていく2から6までの各種高齢者向け、高齢者見守りのためのネットワーク等々、認知症サポーター養成ですとか、こういった取り組みを事業計画として掲載しております。

54ページを御覧ください。基本目標4「取引の適正化と悪質事業者の指導の推進」。

1つとしては、事業者に対する適正な指導等として、特定商取引法や景品表示法に基づく現地調査や行政指導、処分等を実施していくというものです。

下の2番のところ、「悪質事業者に対する取締りの強化」ということで、県警の生活経済課が中心となっていく、高齢者が被害に遭いやすい悪質商法等に対する対策を推進していくという計画を盛り込んでおります。

55ページを御覧ください。基本目標5「商品・サービスの安全・安心の推進」でございます。

1つは商品・サービスの安全・安心の推進ということで、食品衛生に関する各種施策を載せております。それから、8のところ、千葉県GAP推進、農業生産工程管理も安全等に重要なものですので、この取り組みの拡大を支援していくというものでございます。7のところ、食中毒注意報・警報発令による注意喚起と、食品衛生安全の確保に向けて引き続き取り組んでいくというものでございます。

56ページを御覧ください。9のところ、食品表示相談窓口ですとか、10ではHACCPの導入促進ということで、衛生指導課による監視指導や講習会等を通じて衛生管理手法の普及を図っていくというものでございます。それから、15から19のところ、各種食品の衛生ですとか健康食品の表示指導、食品表示法に基づく指導等。20ところ、教育庁学校安全保健課で取り組んでいる学校栄養職員研修や、栄養教諭研修における衛生管理を含めた講義、現場研修を行っていくというものです。

それから、57ページですけれども、22のところ。県警の生活経済課では、食品の衛生関係事犯や産地等偽装表示事犯等に対する取り締まりを実施していくというものです。23のところ、観光施設への重大食中毒発生時の迅速な情報提供などを行っていくもの。それから農薬管理や、ちばエコ農業、エコファーマー関連。それと26ところ、家畜伝染病等の発生予防、蔓延防止のための検査、農家指導を行っていく。

それから、58ページを御覧ください。32番、33番ですけれども、水産物の衛生面ですとか、水産用医薬品の適正使用の指導といったもの。それと、35、36、37は食品衛生に関する施策でございます。

59ページですけれども、狂牛病であるBSEスクリーニング検査も引き続きやっていく

ですとか、農薬管理の指導、畜産物の安全性確保の施策といったものも入っております。

60ページでございますけれども、50番のあたりですと、学校給食従事者の腸内細菌検査ですとか、60ページの55番で病院等の医療機関の検査を実施、指導していくというものですとか、61ページは各福祉施設の実地指導等を行ってまいりますというものでございます。

それから、62ページですと地域包括支援センターの職員の研修事業とか、67番ですけれども、認知症の高齢者等の自立した地域生活と権利擁護を図るために、各市町村社会福祉協議会で福祉サービスの利用援助ですとか、日常の金銭管理等の支援を行う日常生活自立支援事業を推進しているというものでございます。

それと、62ページの下71番ですけれども、福祉施設等を利用しようとする方々に、各福祉施設等が登録した詳しい情報をインターネットでリアルタイムで提供しているというものです。

63ページも社会福祉関連施設の指導監査ですとか、76番の薬事関係の医薬品等に関する相談啓発。それと、78、79、80、81は建築・住宅関連の相談体制等でございます。

64ページになりますけれども、こちらも住宅リフォームですとか、あとはサービス付き高齢者向け住宅の供給促進、情報提供、その他、建設工事関係のトラブルの相談窓口といったものも施策として掲載しております。

65ページですけれども、89番、精肉、鮮魚、青果等の計量販売を行う店舗、計量関係事業所への立入検査を実施して適正な計量を確保するですとか、91番については多重債務問題対策強化事業ということで、キャンペーンですとか相談窓口の啓発を行うとともに、県内各地で無料相談会等を実施しております。それから、貸金業法に基づく指導、監督と県警のヤミ金融に対する取り締まり。94番ですと、ガス関係事業者の事故防止と取引の適正化を図るための立入検査。

めくっていただきまして、95番もガス関係、96番が旅行者に対する立入検査ですとか、101番ですと理容・美容所、クリーニング店、公衆浴場等環境衛生施設の監視、指導といったものをやっていく。

それから、67ページの104番、青少年ネット被害防止対策事業ということで、青少年のインターネット利用頻度の高いサイトを監視して関係機関へ情報提供、インターネットの適正利用に関する啓発を行う。105番ですけれども、成年後見制度の広報として、関係機関と連携しながら、県の消費者センターで成年後見制度の広報啓発を行っていくというものと、あと107番については、個人情報の取り扱いに関する相談対応をしますと。

2番の「生活必需商品の安定供給等」ということで、1つ目は、物価、需給動向に対して適切な対応ができる体制整備を図っていくと。

68ページの2番でございます。超高齢社会に対応した移動困難者調査・対策事業ということで、地域公共交通機関や商店街が衰退し、高齢者等を中心として日々の買い物や病院への通院などに支障を来す移動困難者が増加する中、高齢者が今後も住みなれた地域で生き生きと生活できる環境を整えるために、市町村における仕組みづくりや民間事業者の取

り組みを支援していくというもの。それと、3番の福祉タクシーの導入の促進ということで、高齢者や障害者など、移動に困難を伴う人の交通手段の確保充実を図るため、福祉タクシー車両の導入に必要な経費を助成するというものでございます。

68ページ下のところ、3番の「災害時における消費者の安全・安心の推進」ということで、1、2、3は県のセンターですけれども、災害時の相談体制の整備に努めていくですとか、被害を受けた市町村の相談体制のバックアップに努める。それと、センターの電話回線を停電対応の電話として、相談者からの対応に備えております。

それから、69ページ、4番でございますけれども、災害時における生活安全の安定を図るための基本協定書というものを生協連さんと結んでおりまして、有事に应急生活物資の調達、安定供給等を図ることとしております。

その他、災害時における体制に関するものでございます。

以上が事業計画の案の内容となっております。

続きまして、A3横1枚の資料2を御覧ください。前回の審議会でもお願いをしました、わかりやすい計画づくりのための「消費者市民社会」、「消費者市民」、「SDGs」、いわゆる「持続可能な開発目標」、「エシカル消費」などの用語のわかりやすい説明や例示などを今回の審議会でも御助言や御提案、議論をよろしくお願ひしたいと考えております。

資料2につきましては、首藤委員と小田川委員から頂戴しました御提案と、右側には消費者教育推進法や国の基本指針などで記載されている「消費者市民社会」と「消費者市民」の説明文書を参考に整理しているものです。皆様の議論に活用していただけるよう御用意しております。

続きまして、A3横1枚の資料3でございます。「第3次消費生活基本計画指標一覧(案)」を御覧ください。

左側が次期基本計画の指標の目標値の案でございます。

右側が参考としまして、第1次と第2次の基本計画の指標の状況に関する資料となっております。

左側の第3次の基本計画の指標案については、継続的な変化等を把握する観点から、原則として同一指標を用いることとしております。なお、基本目標1の補助指標につきましては、第1次、第2次の計画では、消費生活センター設置市町村数としておりますが、地域の消費生活相談体制は相談窓口の数だけではなく、その開設時間の維持と充実、内容等が認知されていることが重要であること。それと、消費生活相談窓口の機能も含めた周知というのは、こちらの審議会のみならず、市町村からも重要課題であるといった意見が寄せられていることから、第3次基本計画からは、消費生活センターについて、その機能も含め、知っている人の割合を指標に設定して、今後の県政の世論調査等を活用して把握していきたいと考えています。また、各指標につきましては、総じて数字が伸びているところから、平成35年度(2013年度)の目標値は赤字見え消しのおりの案としております。

それから、基本目標5ですけれども、こちらの指標案は、不安を感じる県民の割合につ

いては、災害発生直後や大きな詐欺的商法被害の発生などによって急増変動することも考えられるため、数値目標ではなく、減少を目指しますという目標値案としています。また、補助目標の食品営業施設の監視指導実施件数の目標値については、年間実施計画に基づいて実施した結果の実施件数であるところから、食品営業施設の新設や廃業によって計画対象数が変動します。このため、これも数値目標ではなくて、適正に実施しますという目標値案としております。

以上が第3次基本計画の指標と目標値の原案でございます。こちらについても、後ほど御意見等をお願いしたいと思います。

続いて、A4縦1枚の資料4を御覧ください。本日は、基本計画本体の後ろに添付する参考資料につきましても、どのようなものを掲載するのがよいか、後ほど御意見等をお願いしたいと思います。お手元の資料4は、第2次基本計画と消費者教育推進計画の資料編の内容を書き出したものでございますので、御審議の参考にしていただければと思っております。

最後になりますが、A4縦1枚の資料5、基本計画策定スケジュールでございます。こちらを御覧ください。審議会等の平成30年11月のところにあります千葉県消費生活ネットワーク会議ですけれども、この会議は複雑・悪質化する消費者問題に迅速に対応して、消費者被害の未然防止や早期発見、解決を図るために、消費者、事業者、行政などの関係団体がネットワークを構築して相互の理解を深め、情報共有、消費者の自立を支援する広報啓発活動など、連携、協働した取り組みを進めていくものとして平成23年6月に設置したものでございます。このネットワーク会議は、さきの12月18日火曜日午後開催しまして、消費者関係団体メンバー7団体のうち6団体、事業者関係団体7団体のうち4団体、専門家団体4団体中4団体、行政機関5機関が集まりまして、前回の審議会で御審議いただいた基本計画の素案を基礎資料として意見交換や情報共有などを行いました。会議では、消費生活相談体制については地域による格差が見られるですとか、国の消費者行政交付金等が削減されることにより、相談体制等が後退する懸念がある。スマートフォンによる決済など、新しいサービスが広がっていることについて、消費者被害防止ということだけではなくて、新しいサービスをきちんと活用できるような消費者教育が必要である。ウェブの活用や情報の見える化などの取り組みは有効である。消費者教育や地域におけるネットワークづくりと、それぞれの団体で既に取り組んでいることやできることがあるといったさまざまな提案等が出まして、意見交換、情報共有を行いました。この会議では、今後も構成団体等が連携、協力して課題解決に向けて取り組んでいこうということとなっております。

続いて今後のスケジュールでございますけれども、今回の審議会の御意見等を踏まえまして基本計画案を取りまとめて、パブリックコメントと市町村等への意見照会を実施して、これらを踏まえた最終的な基本計画の案を次回3月18日予定の消費者行政審議会にお諮りして答申をいただきたいと思いますと考えております。また、基本計画の案については、先ほども申

し上げたとおり、後ろに参考資料を追加する考えでございます。

資料4にありますとおり、2次計画の資料編や消費者教育推進計画の資料集で関係する資料等を添付しておりますので、第3次計画について、基本的には千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例と、この条例の施行規則を最低限掲載するものになると考えておりますが、このほかにも掲載したほうが良いというものについては、後ほど議論をいただきますようお願いいたします。

なお、「消費者市民」などの用語説明について、レイアウト上の問題などにより本文中に記載できない場合は、参考資料の部分に説明等を掲載する場合もございます。

事務局からの説明は以上でございます。御審議をどうぞよろしくをお願いいたします。

【小賀野会長】 どうもお疲れさまでした。資料を全部説明していただきました。

あと私たちの審議が残っているわけですが、資料2のほうで御説明いただきましたが、お二方の委員さんから御提案が出されておりますので、ここを切り口にして最初進めさせていただきたいと思います。この順番でいきますと、首藤委員さん、「消費者市民社会」ということでこのように書いていただいておりますが、御説明いただけますでしょうか。もし補足等がございましたらお願いします。

【首藤委員】 首藤でございます。「消費者市民社会」って、自立した消費者が情報をもとにして正しい選択、正しい消費を行って未来の社会をつくっていくということだと思っておりますけれども、それが日常の言葉の中で理解するのはなかなか難しいと思ひまして、自分なりに幾つか考えてみたのがこちらになります。基本的な考え方は今申し上げた中身なんですけれども、ふだん使う言葉で表現したということでございますので、御覧いただければと思います。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

続いて小田川委員さん、補足等をお願いできれば幸いです。

【小田川委員】 小田川でございます。補足というよりも、「消費者市民」、「消費者市民社会」という言葉が、こういう場に出ている面々の方たちであれば、理解がぱっと進むかと思っておりますけれども、一般社会の消費者にとってみたら、なかなか表現的に広がらないとか、今現在、本当に認知度が低いのかなと感じておりますので、一言でなかなか伝わらないもどかしさを感じております。

資料2のところ、明確に「消費者市民」、「消費者市民社会」という用語でちゃんと説明はされているんですけれども、「消費者市民と消費者市民社会」のところでは、「私たちは日々、何らかの商品やサービスを選んだりしながら消費生活を送っています」。ここは確かにそのとおりなんですけれども、「その選択を行うときに、『社会』『経済』『環境』などを考慮して行う個人を『消費者市民』といいます」とあるんですが、一般的にこのように消費生活を送るときに、社会とか経済とか環境というようなかたい言葉で考えていないんじゃないかなというのが率直な感想なので、左のところに私なりのわかりやすい言葉で表現してみました。

幾つかあるんですけれども、私の表現としては、社会の一員として自立した行動ができるのが消費者市民なのかなと今思っているところでございます。

【小賀野会長】 ありがとうございます。わかりやすいというのは大変重要な視点で、お二方の委員さんの御説明を参考にさせていただければと思います。

このあたりを含めて委員の先生方から御意見をいただければと思いますけれども、いかがでしょうか。専門用語が結構たくさん出てきていまして、脚注のほうで解説をさせていただいておりますけれども、そのあたりも含めて、定義づけですので、ある程度かたい表現になるかと思っておりますけれども、これはちょっとわかりづらいとか、例えば「フィンテック」なんて、すごく難しい。9ページに出てきていますけれども、「エシカル消費」とか、新しい概念がここにどんどん入っておりますので、このあたりを含めて用語とか、基本的な概念とか、あるいは、それに限りませんが、お気づきの点をいただければ。

高橋先生、口火を切っていただけますでしょうか。お願いいたします。

【高橋委員】 高橋でございます。私も研究者なので、こういう言葉の定義は非常に重要だと思っていまして、消費者庁のホームページなんかを見ますと、「消費者市民社会」という言葉と類似した言葉で「消費者志向経営」という言葉が最近よく取り上げられているかと思うんですが、ここで言っている「消費者市民社会」というのは、「消費者教育推進法」と参考のところ、あるいは、その下の基本方針のところにも書いてありますけれども、あくまでも消費者が社会とか経済とか環境を重視して、自分の消費行動が他者に及ぼす影響というのを考慮した上で自立した消費者であるべきであると。そういう人たちが消費者であるような社会ですね。ただ、世の中的には非常に自立しているつもりでも、企業が正確な情報を提供しないと情報の非対称性が起きて、そこで消費者が誤認をしたり、錯誤の上で何か不利な取引をしてしまったりすることがあり得るので、そういう意味では、今回の基本計画もそうだと思うんですけれども、消費者が正しい情報を得ることができるために、行政がそれに対して応援をすとか、ネットワークづくりを支援するという関係だと思うんです。

それに対して「消費者志向経営」というのは、あくまでも消費者に対して求めることではなくて、そもそも悪徳な販売をするような業者というのはもってのほかでございまして、そうではなくて、経営の中心に消費者、消費者ニーズの解決、あるいは消費者を含む社会的なニーズをどうやって経営に生かしていくかを中心的に考えなさいという概念だと思うんです。そういう意味では、今回の基本計画、ちょっと先走っちゃっているかもしれませんが、基本計画の中には、企業に対して、消費者を第一に考えた経営をすべきであるという視点は多分含まれていないのはその違いではないかなと感じた次第でございます。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

そうしましたら、安達委員さん、経営のお立場から、今の先生の御意見に対して何かコメントいただけるとありがたいんですけれども、いかがでしょうか。

【安達委員】 安達でございます。よろしくお願いいたします。今、高橋先生が言われましたけれども、「消費者志向経営」という言葉って、消費者庁がすごく好きで使っていて、私も毎月、消費者庁と懇談したりしますけれども、私どもがいつも言うのは、消費者志向のない経営は多分ないですよ。そんなの昔から当たり前なので、そういう消費者志向のない企業や経営は多分淘汰されてなくなっていくだろうと。

今まさにこの時代、消費者志向は当たり前の話であって、それとあわせて、消費者がこの複雑な世の中、それからあふれ返っている情報の中から、どうやっていち早く正確な情報を得ることができるかという観点からすると、企業はそのサポートをすべきですし、行政もそのサポートをすべきだろうと思います。消費者もみずからその努力をすべき。消費者の意見として一番多いのは、あれをしてくれない、これをしてくれないという言い方もよくありますし、あるいは自分たちの権利を主張する、利益を優先するみたいな方もたくさんいらっしゃいます。そういう意味では、消費者だけ、行政だけ、経営だけということではなくて、やはり1人1人、皆さんが企業経営者であっても一消費者でありますし、行政の方もしかり。そういう意味では、賢いという言い方は私は余り好きじゃないですけども、みんな賢い消費者を目指そうよと。そして、その集まり、集団が消費者市民社会なのであると私は思っています。

【小賀野会長】 ありがとうございます。両先生から、言葉の意味が非常に豊かに広がってきているかと思えますけれども、お2人共通なことは、的確な情報というのがあるかと思えますけれども、磯野委員さん、さらにはお願いできますでしょうか。

【磯野委員】 全農千葉県本部の磯野でございます。今、安達さんが言ったのはそのとおりだなと私も思っております。私どもの仕事というのは、農畜産物を生産して、それこそ安達さんのところのイオンリテールさんを通して消費者の方にお届けする、こういう仕事をやってございます。我々は法に基づいた産地表示をしていきますので、どなた様でもわかりやすい産地、品名、量目。単価はちょっと別にいたしまして、そういうものを提供してやってございます。

わかりやすい、誰が見てもというのが誰を指すのかという、ちょっと幅はあるかと思えますけれども、見てわかる、選択をする条件として、的確に情報が伝わるというものが必要になってくるのではないかと思います。今申し上げた内容は、先ほど安達さんが言われたものと全く共通するものでございます。わかりやすい表現、的確に情報をわかりやすくつなぐということが一番大事なのではないかと考えております。

以上であります。

【小賀野会長】 ありがとうございます。このあたりで事務局から何か御発言とか御感想はございますでしょうか。

【斎藤室長】 正確な情報とかわかりやすい表現、伝わることというのが非常に印象的というか、そこが非常に大事なんだなと思えました。ありがとうございます。

【小賀野会長】 それから、消費者、事業者、企業、行政、全員一体で向かっていくとい

いますか、そういうことも御指摘いただきましたけれども、さらに加えて、どうぞ御自由に御発言をいただければ幸いです。

【拝師副会長】 「消費者市民」とか「消費者市民社会」ということなんですけれども、一般的には、消費者市民というのはみずから考え、行動する消費者だと。そういう消費者が社会をリードするのが消費者市民社会であると、普通、俗っぽく言うと、そういうふうに言われているんですけれども、1つは、みずから考えてという、その考える考慮要素というのが、この資料2の中にもあるような社会、経済、環境などについても考えるんだということだと思います。その際に、社会、経済、環境だけだとちょっとわかりにくいので、例えば社会的弱者であったり、環境問題などについても配慮しながら考えていこうとするんだというのが1つ。

あと、資料2の「暮らしのお守り便利帳」の中の記載でいろんな例が書いてあるんですけれども、行動するという部分のイメージが狭いかなと思っています。消費ということに限れば、もちろん物を買うとか使うということなんですけれども、基本的に、よく消費者、生活者という言い方をしますけれども、物を買うだけが行動ではなくて、例えばより安全で公正な市場を築くために行動するとか、みんなが被害に遭わないために行動するとか、単純な直接的な消費行動以外の活動も含めて行動するというふうに捉えたほうがいいんじゃないかなと思っていますので、狭い意味での消費に限らない行動をイメージしてフレーズを考えていただければいいんじゃないかなと思います。

【小賀野会長】 ありがとうございます。この基本計画の中には、消費生活という言葉の定義はございますか。多分あるかと思うんですけれども、見逃しているんだと思います。

【斎藤室長】 今回の計画の中には、消費生活の定義というのは特に盛り込んでいません。第1次基本計画では議論になりましたので、10年前の計画のところでは定義づけをしています。

【小賀野会長】 それはどんな定義か覚えておられますか。10年前の定義が、多分、今は使えないかとも思うんですよね。御意見をたくさんいただきましたように、豊かになっていますので、消費生活の定義とか、今、消費者、生活者。そういった基本中の基本の定義が必要かどうかも含めて、ちょっとまた議論を進めていければと思いますけれども、外山委員さん、御発言をお願いできると幸いです。

【外山委員】 お答えになるかどうかわからないんですけれども、今までの皆様方の話をお伺いして、私は商工会議所ですので商業者の立場で考えると、消費者の方を相手に皆さん商売をなさっていらっしゃると思いますので、消費者の立場に立って、大手の方でいったら、いろいろな表示とか、そういったものもかなり考慮されているようなんですけれども、お店ですとか個人事業所ですと、その辺がまだ情報発信はできてないのかなというのを今感じております。

先ほどもありましたけれども、消費者の方々は近年いろいろな情報をキャッチして、その情報をうまく取り込んで自分のものになさっている方もいらっしゃるんですけれども、

逆にちょっと行き過ぎて情報に踊らされてしまって、過剰な反応を示される方も中にはいらっしゃるので、そういったときの苦情もちょっと理不尽なものもあつたりとか、そういう商業者の方の相談もありますので、やはりキャッチボールをしていくということが非常に大切じゃないかなと思います。キャッチボールの中に商業者の立場と、ただ消費者だけの立場ではなくて、こういった計画書の中に行政も入ったりしていけば、お互いに消費者なので、もう少しうまく、こういっただまされたり、だまされなかったりということは、悪意を持ってやっつけていらっしゃる方は抜きにして、通常取引をやっつけて、まだ購買力を持っていらっしゃる方には、そういったキャッチボールをうまくつなげていけたらいいなと思います。

【小賀野会長】 外山委員さんからは、一連の先生方の御意見をまとめていただいたように思います。1回目に御出席をいただいて御意見を賜りまして、今回2回目ということで、1回目に御出席できなかった先生方に御発言いただきまして、全員が御発言いただいているかと思えます。あとは自由にどんどん御意見を頂戴できるとありがたいと思います。今までの御意見も踏まえて、中身に入っていますので、この基本計画の内容のほうにも及んでいただいているかと思えますけれども、目が岩井先生と合いましたので、よろしいでしょうか。

【岩井委員】 岩井です。具体的に中身に入りたいと思うんですけども、第3次消費生活基本計画の一覧ということで資料3です。私も前に第2次のほうにもかかわってやっていたということなんですが、重点的な課題の1なんですけれども、補助指標で、消費生活センター設置の市町村数が前は上がってしまっていて、これが17から26市になって、現況としては31ということなんですが、これがこの指標からはもうないと。かつ事業計画のほうも、1のところなんです。この資料で言うと46ページで、市町村消費者行政推進事業なんですけれども、ここからも消費生活センターの設置は全くないということなんです。

これは端的に質問したいんですけども、消費生活センターは設置の方向では考えないのか。仮に考えているとしたら、どういう方向で考えるのか。そこら辺をちょっと聞いてみたいと思います。

【斎藤室長】 消費生活センターの市町村での設置ですが、まず、消費生活センターというのは市町村にとっては努力義務でございます。この指標に設置数を入れないということをもって設置を推進しないということではございませんで、引き続き設置に向けて推進してまいります。指標として図る上で、設置数というよりは、やはり認知度というのが重要となってきたと認識していますので、ここの指標については、機能も含め、知っている人の割合を使っていきたいというものでございます。ですので、市町村におけるセンター設置ですとか相談員の配置というのは、引き続き維持充実させていきたいと考えているところでございます。

【岩井委員】 ちょっと安心をしたんですけども、そうであれば、この事業計画の1のところ、そういう表現を若干入れたほうがいいのではないのでしょうか。これが入らな

いと、多分、県のほうとしては、消費生活センターはこれでいいのかという誤解を生むんじゃないのかなと思います。

【小賀野会長】 ありがとうございます。設置に向けてとか、そういう言葉が入るかどうかという御提案だったと思いますけれども。

【斎藤室長】 御意見として頂戴して検討したいと思います。

【小賀野会長】 内容的には前回欠席された先生方の御意見も拝聴して、ほぼ9分9厘というと、ちょっと言い過ぎかもしれませんが、かなり精度が高まっておりますけれども、なお、修正加筆の余地が多々ありますので、御意見いただければ幸いです。こちらから指名することはいたしませんので、どうぞ御自由をお願いいたします。今、資料3ということで、指標にも言及が及んでおりますので、そこらあたりも含めて計画の中身とか、基本概念とか、それから指標ですね。資料はもうちょっと残しておきたいと思いますが、いかがでしょうか。

【高橋委員】 前回欠席してしまいまして、今さらどうこうしてくださいということでもないんですけども、基本計画の目標がございまして、「消費者 元気 とともに創る 暮らしやすさ いちばんの ちば」という、これはキャッチフレーズと考えたらよろしいでしょうか。そのページの真ん中辺に、「本基本計画では、消費者が自ら参画して、安心して、元気に生き生きと暮らすことのできる消費者市民社会を進展させていく良好な循環を生み出し、次世代へとつなげていく環境の整備を」云々と書いてありまして、先ほどの消費者市民社会の定義でいいますと、消費者というのはどちらかというと受動的な立場ではなくて能動的な立場で、合理的な意思決定をするべきなんですよという方針にのっとっているのが消費者市民社会だと思うんですけども、ただ、そうは言っても、消費者も悪徳な業者がいて、だまされてしまったり、だまされるということは情報の非対称性が存在しているので、そういうことが起きると。

そういう意味で基本計画云々のところは、最初は「安心して、元気に」と「安心」という言葉が出てきていますし、ここの担当部署もくらし安全課と、「安全」という言葉が入っているんですけども、基本計画の標語では、私の率直な感想で言うと、「元気」という言葉が前面に出過ぎている感じがいたします。「元気」という言葉がいきなり出てくる割には、その後の具体的な重点課題項目みたいなところに、元気というものと具体的な行政がどう結びついているかがちょっと見えにくいような感じがいたします。「元気」というのをせっかくキャッチフレーズに入れているので、これはどうしても入れたいということだとすれば、具体的な施策等々、これは安心して生き生きと暮らすことが元気につながっているんだという文脈だと理解していますけれども、そこをなぜ「元気」という言葉に集約したのかがもうちょっとわかりやすいといいかなと思ったのが1つ。

あともう1点は、具体的な事業内容が、後ろの27ページに「計画の内容」ということで大きなマップのようなものが出ていまして、その後、基本目標が書いてあって、具体的な施策の一覧表が出ているんですけども、こういう施策のお世話になる人たちって誰なん

だろうと考えたときに、1つは、各市町村で消費者相談の窓口にいらっしゃる方とか、あるいは消費者市民社会なんだから、消費者1人1人自立しなきゃいけないんだと考えれば、自分で問題解決したいという消費者が出てきたときに、ワンストップで、例えばあるサイトにアクセスするとか、千葉県のどこどこに電話をすると、そのお悩みについてはこういう施策とか、こういう部署が全て関係していますよというものがぱっと出てくる。それは人間がやってもいいんですけども、例えばAIに学習させて、何かアクセスしたらぱっとメニューが出てくるとか、そういう工夫が実際どうなっているのかなというのは、ちょっと個人的な興味として伺いたいと思います。

以上2点、済みません。

【浅野副主幹】「消費者 元気」ということについて、浅野からお答えさせていただきます。第1次の基本計画のときから、「元気」という言葉を使わせていただいております。目指すべき消費者像というか、消費者というものについて、どういったイメージを計画の中で目標にして進んでいったらいいのかを最初に議論したときに、賢いとか、だまされないとか、自立という言葉だとなかなかイメージがしにくいという意見があり、元気に活発にみずから動いて活動できるようなイメージを抱いてもらって、賢いとか、だまされないとか、あるいは、みずから考えて行動するとか、そういったものを全て「元気」の一言に込めてイメージしてもらえそうな言葉として使わせていただいております。

この「元気」という言葉が、次の施策の中になかなか結びつかないのではないかということですが、地域のネットワークであるとか、消費者教育の目指すべき方向性とか、目指すべき消費者というときに、この「元気」というキャッチフレーズというか、地域社会の中でも消費者みずからが主役となって考え、選択し、行動していくという状況を「元気」という言葉でくくれるのではないかなと考えているところでございます。

あともう1つ、AIのことですが、これは今のところ、特に県単独では、ワンストップで全てのものについてお答えできるような、そういった集積というのは正直できておりません。消費生活というのはかなり幅広い、いわば生活全般にわたるということもありますので、ワンストップの情報集約といったようなものができてくれば、かなり利便性が上がるかなとは思っています。

その第一歩として、今回の計画では、まず、いろいろな情報をきちんと収集して整理し、この10年間の蓄積の情報とかがありますけれども、それがなかなか見やすい、使いやすい形にはなっておりませんので、そういったあたりもきちんと整理をしていくことが、いずれAIとかといった技術が進む中で活用できるような準備の段階にもなるのかなと考えているところでございます。

それから、各委員の皆様方から消費者とか、事業者とか、行政が対等な立場でキャッチボールができるような、そういった状況を目指していくという御意見もいただきました。そういった対応ができるような消費者の新しいイメージづくりとして、今、「消費者市民」という言葉をこの計画の中では使わせていただいております。ですから、「消費者市民」と

という言葉の中にこの時点で目指すべきというか、そういった消費者像というのが具体的にイメージできるような説明がもう少し丁寧にできればいいのかなと思っているところですが、きょう皆様からいろいろ御意見をいただいて、もう少し計画の中でも工夫して書いていければいいなと思っております。

それから、先ほど高橋委員から、消費者志向経営のことについては、この計画の中では触れていないのではないかなというような御指摘もいただきましたけれども、実は地域の中ではさまざまな主体がいろんな形で、できるだけ対等の立場で一緒に話し合いをしながら、解決に取り組んでいくようなところを目指していきたいと思っているんですが、その中の重要な1つのプレーヤーとして事業者というものを想定しております。

具体的には37ページを御覧いただきたいと思いますが、「消費者志向経営」という言葉もなかなかわかりづらいというような御指摘もありまして、「消費者市民応援企業」として、こういった企業の情報もきちんと集約をしていって、それを県民とか消費者の方々にもわかるような形で提供し、消費者と、それから、こういった企業が連携して活動して取り組みを進めていけるような1つの基盤づくりをしていきたいと計画の中でも考えているところでございます。もちろん「事業者指導」という言葉の中にも、単に悪い事業者を指導するというのではなくて、事業者側に対しても、適切な情報提供等を、消費者からも行政からもしていけるような、双方向性の情報交流ができるような環境づくりを目指していきたくて考えております。

以上でございます。

【高橋委員】 高橋さん、感想というか、よろしいでしょうか。

【高橋委員】 よく理解できました。歴史的な経緯で、元気という言葉が最初からあると。初めてぱっと見た人からすると、千葉県は高齢者の元気をいろいろ応援してくれる政策があるのかなと。スポーツジムに通ったら、費用を少し補助でもしてくれるのかなとか、別の方向にイメージがちょっと広がっちゃうんじゃないかなと思ったので、今、そんな質問を申し上げました。

あと、消費者志向経営というのは官民挙げて、特にお役所のほうがそういう普及を推進しようとして最近されているわけなんですけれども、さっき安達委員がお話になりましたように、企業の存続ということを考えれば、顧客を第一に考えない企業というのは、1回はだまして売ったことができたとしても、永続的にそういう会社が続くことはあり得ないので、そういう意味では消費者志向経営ということ自体、国とか行政がこれを推進しなさいというのは、マーケティング学者からすると、そこまで言っていたかなくても大丈夫ですと考えるのが普通の経営者の立場だと思いますので、今、地域で「消費者志向経営」という言葉を踏まえて「消費者市民応援企業」という言葉でほんの少しだけ触れているんですけれども、私的にはその程度でちょうどいいのではないかなと思えました。

以上です。

【小賀野会長】 ありがとうございます。安達委員さん、37ページの3つ目の「消費者

志向経営への取組を促進します」というのは、もうちょっと補足したほうがよろしいですか。このままでよろしいでしょうか。

【安達委員】 代替の言葉が難しいですね。説明すると長くなるし。

【小賀野会長】 長くなっても大丈夫です。

【安達委員】 長くなると余計混乱するかもしれないので、このぐらいの表現でよろしいのではないのでしょうか。

【小賀野会長】 ありがとうございます。もし何かお気づきの点がありましたら、また補足をさせていただけるとありがたいと思います。「元気」という基本的な言葉の御指摘がありましたけれども、消費者被害のためにずっと法律的に御尽力いただいている拝師先生、そのあたりでちょっとコメントございますか。

【拝師副会長】 「元気」という言葉はもともと使ってきているので違和感なく見ていたんですけども、確かに何も知らない人から言われるとそうかもしれませんが、先ほど消費者市民のお話が出ましたけれども、やっぱりイメージとしては、単に受け身で賢くなるというだけではなくて、行動するということがかなりイメージとしては強い考え方だと思いますので、そういう意味では、消費者がいろいろと活発に行動するという意味で「元気」ということでよろしいのかなと思っています。

【小賀野会長】 ありがとうございます。「元気」という言葉も豊かな中身を含んでいるように思われますけれども、ほかにいかがでしょうか。中身とか、指標とか。

【拝師副会長】 1つは、安全・安心ネットワークづくりというのが大きな項目として挙げられているんですけども、担当課が、例えば53ページの見守りネットワークの整備支援だと高齢者福祉課になっていて、52ページの安全・安心ネットワーク会議はくらし安全推進課になっているというので、特に高齢者というところに着目すると高齢者福祉課になるんですが、まずはやっぱり行政のほうできっちり連携をとりながら各地域のネットワークの推進に協力するということがないと、別々の縦割りで進めると、地元では大体同じような方々が構成員になってやっていますので、その調整が、やっぱり県のほうでも調整しながら連携をとる体制をつくっていただくことが重要なと思うので、県の中での関係課の連携みたいなことも入れていただいたほうがいいんじゃないかなと思うんです。そこをどういうふう考えていらっしゃるのか。

今の52ページのところですと、2番目のところに適格消費者団体等の設立支援とあります。もちろん設立を支援していただくことも大事なんですけども、より重要なのは、適格認定をとってからの活動がまさに本来の適格消費者団体の使命としての業務ということになりますので、適格認定をとった後の活動支援ということも明記をしていただければありがたいなと思います。

それと3点目ですけども、前回の審議会の場で訪問販売お断わりステッカーの話を少し触れさせていただいたんですが、これはちょっと物が見当たらないので、どういう位置づけで検討されているのか教えていただければと思います。

【斎藤室長】 まず、見守りのネットワーク等でございますけれども、先ほど高橋先生からもお話があった件ですが、総合的なワンストップの窓口となると、今、なかなかないんですけれども、計画の本文中は、36ページのところで取組方針の5つ目の丸として、民生・児童委員や自治会、婦人会、老人会、商店会などの地域に密着して活動している団体、企業、中核地域生活支援センターや地域包括支援センター等の機関、それと消費者団体ですとか生活協同組合等、地域において、被害防止に向けた活動の担い手となり得る団体や人材との連携を強化していく必要があるという認識をしております。

元気についての補足ともなりますが、36ページの下でみんなの消費者市民宣言という、これも自分で考えて宣言するという元気の1つの取り組みを促していこうということですか、37ページの下でシニア応援団の育成ということで、高齢者でも元気な方がたくさんいらっしゃるので、こういった方に見守りの一翼を担っていただくとか、38ページの四角、3つ目ですけれども、地域の特性を生かしたネットワーク整備の促進ということで、新たなネットワークをつくるということではなくて、既存のネットワークの活用も含めて整備を促進していくという方向づけをしております。

具体的な事業計画になりますけれども、46ページの5番ですけれども、これも健康福祉分野ではあるんですが、中核地域生活支援センター事業というのが既にございまして、24時間365日、いろんなことにできるだけ対応していこうということで仕組みづくりがされています。ですので、ここどうまく連携をとって消費者トラブルを抱えている方もカバーしていければと考えているところでして、まず、組織とか団体とのネットワークづくりを充実強化していくというところで対応していこうと思っております。

拝師先生からお話がありました、高齢者福祉課が進めている高齢者見守りのネットワークですけれども、53ページのところです。こういったところについても、行政側としても縦割りじゃなくて、横の連携もきちっとやっていきたいと考えております。具体的なところでは、行政側は県庁内部でも縦割りにならないように、消費者行政推進本部というものを設置して、密に連携、情報交換等しておりますので、こちらでカバーしていきたいと考えています。

お断りステッカーの関係ですけれども、こちらについても、高齢者の消費者被害防止に向けては、今申し述べたように、安全・安心ネットワークづくりに向けたさまざまな取り組みを進めていくというふうにしておりますので、その状況を踏まえながら今後も御助言をお願いできればと考えています。

【浅野副主幹】 若干の補足をさせていただきます。消費者行政推進本部というものを設置してありまして、そこに所属している各課の中からこういった事業を出していただいているところですが、この推進本部の機構を活用いたしまして、この計画に事業計画として載せた事業については、消費者問題とか消費生活の視点の横串を刺して連携をしていく、そういった関連事業という位置づけで載せておりますので、それぞれ連動して事業を推進していくということになります。御理解いただきたいと思います。

【拝師副会長】 計画の話は。

【斎藤室長】 適格消費者団体の設立後の支援ということでございますが、たしか計画の本文の中には盛り込んでおまして、例えば具体的な取り組みとして考えるのは、今回の計画案の大きな骨組みでもある見える化ですね。県のサイト等を使って活動を周知していくとか、まずはそういったところになろうかと思っております。

【浅野副主幹】 52ページをお開きください。消費者被害の未然防止と拡大防止という中で、2番目として適格消費者団体等の設立支援という事業を掲載させていただいております。活動経費等の支援としてあり、経費の支援ということだけではなくて、団体の活動とか、事業内容についての広報とか情報提供についても県として積極的に取り組んでいきたいと考えております。

【小賀野会長】 ありがとうございます。先ほどの消費者行政推進本部という組織は、ここには特に触れられてはいないんですか。

【浅野副主幹】 推進本部につきましては、最初の推進体制のところですよ。事業ですと、47ページをお開きください。どこでも安心して相談できる体制づくり、ここに置くのが適切かどうかというのはまた御意見をいただきたいと思いますが、10番目に消費者行政推進本部の運営ということで、「副知事を本部長とし、関係課長等による『千葉県消費者行政推進本部』及びその下の関係各課の実務担当者で構成するワーキングチームを活用し、施策の総合的かつ効果的な推進を図ります」ということで事業を掲載させていただいております。これは、後ほどまた御意見をいただきたい参考資料に関連するのですが、第2次の計画では、推進本部の設置要綱とか構成団体につきましても参考資料として掲載させていただいているところでございます。

【小賀野会長】 ありがとうございます。10は控え目にこんなところに位置していますけれども、もっと堂々と前のほうに出されてもいいのかなとちょっと思いました。最後の添付資料の点についても、議論の促進のお話がございました。だんだん時間が来ておりますので、添付資料なんかも含めて御意見を頂戴できれば幸いです。

ここに上がっているのは基本的には掲載するというので、プラスアルファでしょうか。あるいは、削除の御意見もあるんですかね。こんなのは要らないじゃないかというのも場合によってはあるかもしれませんけれども、追加したらいい資料等がございましたらお願いいたします。推進本部なんか、あったほうが良いような気がするんですけども、推進本部の資料、どうでしょうか。それから、最後の写真のほうですね。こういうのは積極的に入れていただくと、基本計画、かたいものがやわらかくなります。県民に親しみやすい計画づくりというのは必要だと思いますので、ぜひこういうのは積極的に写真とかを入れていただくとありがたいと思いますが、こういった参考資料の件も含めて、もしこのことについて特にとこの御意見ございましたらお願いできればありがたいです。

【小田川委員】 要望というより質問なんですけれども、今出た千葉県消費者行政推進本部の設置についてということで、資料のほうに資料編として載せる一覧にはなっているん

です。今、第2次の段階だと思うんですが、実際に設置した活動の報告とかも入るんでしょうか。

【齋藤室長】 どれぐらいのボリュームになるかというのがありますので、活動状況についても事務局側で今後検討していきたいと思っております。

【小賀野会長】 場合によっては抄録でもよろしいかと。全部載せる必要は必ずしもありませんし、県民から見た場合にどういうことをしてくれるのかということがわかるとすごくありがたいと思うんですよね。小田川委員さん、ありがとうございました。

ほかにどうでしょうか。大森委員さん、お願いしてよろしいでしょうか。

【大森委員】 先ほど御説明いただきましたスケジュール表の資料5なんですけれども、きょう素案に賛同を得た場合には、基本的には修正なしに、この原案で次にパブリックコメント、公表という流れになるのですか。

【齋藤室長】 本日頂戴した意見を踏まえて検討を行い、必要に応じて修正を加えますし、修正等がなければ、これをベースに案となっていきます。

【大森委員】 きょう、例えば直しがなければ今度は公開までいって、きょうが2回目の審議会ですから、3回目は来年になるわけですよね。ですから、改めて、例えばこれを手直ししたときの審議をする場はないので、基本的にはこの原案でいくという理解でよいかと思い、尋ねた次第です。

【齋藤室長】 基本的にはそう考えていただいて。

【大森委員】 ありがとうございます。私、先ほど来伺って、これは私の意見なんですけれども、消費者志向というのは経営の根幹をなすということを、近年、産業界でもいろいろ言われているんですけれども、ちゃんとした事業者さんにとってみると、消費者志向なんて当たり前で、商売の道德というか、商業倫理からいったら普通にやっていることなんですね。それはなかなか表に出るものじゃないと思うんですよ。当たり前のようにやっているわけで、高いと低いのがあったときに、そういうことができてない事業者がいたとすれば、高めのところにいる人たちの真似をしなければならぬわけです。そして、全体がよくなっていくというふうに私は理解をしています。

先ほど来おっしゃっている情報収集というのがこの言葉の中にあっただけなんですけれども、そういうものを情報収集して、県民の皆様、あるいは事業者、産業界の皆さんに周知していき、いいスパイラルをつくっていくというのも今後の行政の1つの仕事なのかなという思いで見えていました。ですから、お客様が選択眼を持って事業者を育てていくという面も出てくるんだろうなと。そこも1つのスパイラルができてきて、全体が消費経済がよくなっていくという考え方。これも1つ、大きな大事なものののではないかなと改めて感じました。そこを今回のこの案は推進していくんだろうと思い、意見として言わせていただきました。

【齋藤室長】 ちょっと補足ですけれども、先ほどきょうの原案をもとに、修正があれば修正をしてパブリックコメントにかけるという件ですけれども、パブリックコメントにか

ける前に、案については委員の皆様へ情報提供ということで事前にお送りします。修正があれば修正点、赤字見え消し等を入れた形で、パブコメ前に提供するという流れになります。

【小賀野会長】 ありがとうございます。

【外山委員】 お時間ないところ恐縮です。ちょっと質問させていただきたいんですけども、消費生活センターですとか、県のほうでもされています相談とかで、計画の前段のほうにいろいろ結果が出ております。例えば使われた方ですとか、被害といいますか、支払った金額が幾らとか、あとは使ったことがあるとか、ないとか、いろいろ出ていますけれども、果たして実際に相談をして、相談されたほうがどこまで解決をしてさしあげられているのか。また、相談された方がどれだけ満足をされたのか。あるいは、解決をしたのか。商品に対しての苦情であれば商品テストとか、そういったようなことはされておりますし、業者の指導ということもありますけれども、一般的に見て、いろいろな指導者の育成ですとか、それから講習とか、そういうことには力を入れられるような計画書にはなっているんですけども、実際の相談者に対しての結果というのが余り見受けられなかったもので、その辺はどうなのかなという、これはちょっと素朴な質問なんです。

【渡辺消費者センター所長】 消費者センターの渡辺でございます。相談に対しての結果に関する御質問でございますが、当センターにおきまして、昨年度、消費生活相談の件数が全部で9,732件ございました。このうち、まず、消費生活相談員が助言をして自主交渉で解決、あるいは、その後の結果が不明なものもありますけれども、自主交渉に向けての助言ということで対応しましたのが7,000件余りで約7割でございます。また、実際に相談員があっせんという形で、相談者と事業者との間に立って交渉をいたしまして解決に至ったものが360件余り、約4%ございました。一方、残念ながらあっせんが不調で終わったものは45件ということで、これは0.5%と少数でございます。このような形で、多くは助言をし、助言に基づいて自主交渉をしていただいておりますが、必要に応じ間に入りましてあっせんを行い、解決に至ったものもございます。そのほかに情報提供ということで、相談に対してお答えいたしましたのが1,900件程度で約2割でございます。以上でございます。

【小賀野会長】 ありがとうございます。外山委員さん、よろしいでしょうか。

今、消費者の被害とか、そういうお話が最後のほうに出てきましたので、後藤委員さん、消費者にいつも接しておられて何かお気づきの点、追加的にお話しただけのことはございますでしょうか。

【後藤委員】 その前に、初めに用語の説明についての提案が2名ありました。これが出てきていますけれども、県のほうとしては、こういう取り扱いがどうなっていくのか。変えていくのか。あるいは、消費者市民と言われたときに、消費者のほうでは、えっ、今さらと思うんですけども、消費生活を送っている市民というのは、物を買うだけじゃなくて、消費して終わりの、だから環境とか、いろんな課にまたがっているんですよ。ですから、今さら社会、経済、環境と書かれているんですけども、一々、これはこう買えば

どうだろうということなく、そういうのを意識しないで、既に消費者というのはそういうことをやっているわけです。今、小学校なんかの出前講座へ行ったりしていても、例えばレモンを買うとき、国産とアメリカ産があったら、どうする？どっちを買う？と、値段だけはちょっと別にして考えてねという感じで話をしたりして、物を購入して消費するというだけじゃなくて、既に環境、周りも全部考えてしています。ただ、今さら、えっ、これって何？というところは消費者として結構あると思うんです。実際にやっている消費行動はこのとおりなんだけれども、言葉自体が受け入れられないとか。

市のある方が講演会をやったときも、「消費者市民」とか、そういう言葉を使うと人が集まらないのよということがあったんです。今は「消費者市民社会」とか「消費者市民」を定着させていきたいというのがあるんだろうと思うんです。それは今までただ単に消費生活を送って、消費者と違うんだよというところをもっと社会とか、そういうことを考えないといけないということを強調してのことだと思うんです。その辺が市民に受け入れられるようにしていくところを考えないと、メーカーと営業をやっている方と対比するんじゃないくて、その人たちも消費者なので、生産者も消費者というところで、さっき交流がとおっしゃっていましたが、言ってみれば、国民みんなが消費者という感じの捉え方をしていけるような形でないと、消費者志向がないと企業がやっていけないというのがあるんですけれども、その人たちも消費者なので、当然、消費者のことを考えて、要するに売れるものをつくらないと企業としてやっていけないから、同じような立場で物がある意味考えている。片方はそこで利益を出していかなきゃいけないというのがあるのと、その辺が違います。その辺が立場が違うということと、立場は違うけれども、生活者と考えればみんな一緒だよというところがわかるような感じになればいいのかなと思っています。消費者としては、みんなそういう、言葉で縛られるというよりも、中身を聞くと、既にやっているよということが結構ありますので、その辺がかたい言葉でなくて、もう少し前後に説明でもやわらかく、既にやっている、こういうことだよというのが入ってくるのかなと思います。

それともう1つ、ちょっと気になったのが47ページのところで、国際課が担当するようになっているんですけれども、言語のところは、これがこのままという感じなんでしょうか。今、コンビニの人たちはベトナムに行って、日本語の接客とか、そういうのを教えて、日本に留学生として来たときでも、すぐにコンビニで働いて、できるようにということをやっているんです。ベトナムの人たちが結構ふえていると思うんですけれども、どっちにも載っていないというので、両方載せられなくても、国際課のほうでベトナム語が入れられないのかどうかとか、日本でも今多いので、もう少し日本にいる人たちの数とか、そういうのも考えて協力してもらえないかどうか、諮っていただきたいと思います。

【小賀野会長】 ありがとうございます。語学、もしさらに加えることができるのであれば、最後に「等」と入れておくといいのかもしれませんが。

【斎藤室長】 現時点での施策を事業計画に盛り込んでいるところ、他課のことですので

現状何とも申し上げられないし、そういう立場ではないんですけれども、社会情勢が変わってくれば、やはり県とか、国とか、行政というのは次のことを考えていきます。この事業計画については、最初の四角書きにありますように、見直しを加えていくということにしてありますので、その都度、アップデートはしていきたいと思っております。

【小賀野会長】 なるべく多くの世界の人々に対応するという気持ちをあらわしていただけるとありがたいかと思えます。前段の御意見は大変重要で、私たちは消費者とか、事業者とか、企業、行政等々、それぞれの立場があつて、それで動くところもありますけれども、県民としては共通していますので、県民の利益ということでこの計画がまとめられているんだと思えます。

(2) その他

【小賀野会長】 そうしましたら、もう時間が過ぎてしまっておりますので、このあたりで閉じたいと思えますけれども、事務局から何か御意見とかございますでしょうか。

【司会】 きょうは貴重な意見をいただき、ありがとうございます。先ほどの大森委員からの御質問にもかかわることではございますが、きょうお示しさせていただいた原案についてはまだまだ未定稿でございます。本日いただいた御意見とか、あと本日欠席された委員の方からもまた意見もいただきたいと思えますし、前回と同様に、審議会の後に追加の意見ということでもし何かあれば事務局のほうにお寄せいただいても構わないというか、むしろ積極的に寄せいただきたいと考えておりますので、そういったものを踏まえて、さらにこの原案をブラッシュアップしていきたいと考えております。そして訂正したものについては、また皆様方に情報提供させていただきたいと考えておりますので、御協力をよろしくお願いいたします。

【小賀野会長】 先生方、ありがとうございます。事務局の皆さんもお疲れさまでした。傍聴の皆さんもありがとうございます。

では、終了させていただきたいと思えます。

5. 閉 会

【司会】 委員の皆様には有意義な御意見をいただき、また長時間御審議いただきまして、御協力に感謝申し上げます。

以上をもちまして千葉県消費者行政審議会を閉会させていただきます。どうもありがとうございました。

(了)