

令和5年度第1回宮城県消費生活審議会 議事録

- 1 日 時 令和5年8月30日（水）午前10時から正午まで
- 2 場 所 行政庁舎4階 特別会議室
- 3 出席者 委員13名（うちWEB出席1名）、事務局9名
- 4 議 事
 - （1）消費者行政の取組について
 - （2）成年年齢引下げに伴う相談の傾向について
 - （3）高齢者の消費者問題・高齢者に向けた啓発活動について
 - （4）SDGs・エシカル消費に関する取組について

議事（1）消費者行政の取組について

【栗原由紀子会長】

それでは、暫時、議長を務めさせていただきます。皆様どうぞよろしくお願いいたします。

本日の議題は次第のとおり4項目ございます。まず、議題（1）消費者行政の取組についてです。委員の皆様には事前に資料を送付しておりました。事務局から、宮城県消費者施策推進基本計画と消費者教育推進計画の実施状況について、説明をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 黒澤課長】

消費生活・文化課長の黒澤でございます。よろしくお願いいたします。私からは、宮城県消費者施策推進基本計画（第4期）の実施状況について御説明申し上げます。

資料1-1「基本計画の実施状況」には、第4期基本計画の概要と、基本計画の中で重点的取組と位置づけた取組の令和4年度の実施状況を記載しております。この基本計画は、消費者施策の推進に関する基本的な方向を定めたものです。第4期計画は、令和3年度から令和7年度の5年間で、4つの施策と4つの重点的取組を掲げております。県では、毎年度、施策ごとに設定した目標値の達成状況と取組の実施状況を検証し、計画の進行管理を行っております。

それでは、重点的取組の実施状況のうち、主なものについて御説明申し上げます。まず重点的取組1「ライフステージに応じた消費者教育の推進」と、重点的取組2「高齢者、障害者、若年者等の配慮を必要とする消費者の被害の防止と救済」に係る実施状況についてです。

重点的取組1の実施状況ですが、製品事故や消費者事故などに関する情報提供として、毎月発行している情報紙「みやぎの消費生活情報」及び県ホームページへの情報掲載、市町村への速やかな情報提供を行いました。

次に取組1、取組2に共通する実施状況です。各種媒体を活用し、消費者トラブル等について情報提供を行いました。具体的には、リーフレットの種類を昨年より増やし4種類86,000部作成したほか、ラジオCMも回数を大幅に増やし、144回オンエアしました。講演会・出前講座は59回開催いたしました。今年5月からコロナが5類移行しましたので、今後、出前講座の依頼が増加することを期

待したいところです。

続いては、重点的取組2の実施状況についてです。高齢者・障害者の権利擁護や、心の健康問題に関する相談支援として、権利擁護推進研修を開催し、相談窓口にて様々な相談を受け付けました。

重点的取組3「多様な主体との連携・協働による消費者施策の推進」については、4つの取組を実施いたしました。市町村の消費生活相談員の相談対応機能の向上支援では、研修会や、弁護士に事例を解説していただく事例検討会を開催したほか、県消費生活センターに市町村に助言を行う指定消費生活相談員を引き続き配置し、市町村との連携を図っております。県で受付した相談件数は、資料に記載のとおり、令和4年度は7,310件ございました。相談のうち、専門的な対応が必要な事案については、他の専門機関への紹介や仲介など、的確な対応に努めました。多重債務問題に関しては、11月に無料相談会を開催し、また、関係機関と連携した取組として情報交換を行いました。

重点的取組4「人や社会、環境に配慮した消費行動の推進」では、昨年度に続きエシカル消費についての普及啓発、人や社会に配慮した消費者行動の推進、グリーン購入等の普及促進、みやぎの3R推進事業に取り組みました。

なお、取組実施状況の詳細につきましては、資料1-2にまとめておりますので、後ほどそちらを御覧くださいようお願いいたします。

次に、資料1-3を御覧ください。こちらは目標値の達成状況をまとめた資料でございます。基本計画では施策ごとに目標値を定めており、毎年度、その達成状況を審議会へ報告しております。

ここでお詫びがございます。目標値の達成状況は昨年度の審議会でも御報告いたしましたが、昨年度配付した資料の数値に誤りがございました。具体的には、「1 消費生活の安全・安心の確保」の令和3年度の立入検査件数について、今年度の資料では17,974件と記載しておりますが、昨年度の資料では19,371件と記載しておりました。また、「3 消費者被害の防止と救済」の、県、市町村、その他団体の令和3年度の啓発講座開催回数について、今年度の資料では332回と記載しておりますが、昨年度の資料では607回と記載しておりました。どちらも計上方法に誤りがあったものでございます。お詫び申し上げます。なお、今年度の資料に記載している令和4年度の数値は、計上方法を含め改めて検証した結果のものであり、正しい数値を記載しております。

目標の達成状況を見ますと、いずれも現時点で目標を達成しているものはございません。目標の設定後、コロナの影響を受けて件数が落ち込んだものや、法律改正による影響を受けたものもございまして、状況の変化を踏まえつつ、目標達成に向けて引き続き努力して参りたいと思っております。

第4期基本計画の実施状況については以上でございます。続いて、消費者教育の実施状況について御説明申し上げます。

【事務局：消費生活・文化課 入駒専門監】

消費者相談専門監の入駒と申します。私からは、宮城県消費者教育推進計画第2期の概要と実施状況について御説明いたします。

はじめに、教育計画の概要を簡単に御説明します。資料1-4「宮城県消費者教育推進計画(第2期)実施状況等」を御覧ください。教育計画は、基本計画の消費者教育に関する分野について具体化する個別計画として位置付けられており、第1期計画における取組の成果や課題のほか、成年年齢引き下げの対応など、国の動きや社会情勢の変化等を踏まえ、第2期計画が策定されております。

計画における5つの基本方針、「方針1 消費者市民社会の意義の普及・啓発」、「方針2 成年年齢引下げを見据えた学校教育期における消費者教育の充実」、「方針3 消費者教育の推進に向けた地域での連携強化・高齢者等の見守り体制の構築」、「方針4 消費者教育を担う人材等の育成」、「方針5 各種関係団体・機関との連携の強化」、これらの5つの方針に基づき、4つの施策（「施策1 ライフステージ・場ごとの消費者教育」、「施策2 消費者教育推進に係る人材等の育成」、「施策3 関係機関への支援・連携・協働」、「施策4 関連施策等との連携」）に即した具体的取組を中心に、消費者教育を推進していくこととしております。

それでは、施策の取組状況について御説明いたします。まず、「施策1 ライフステージ・場ごとの消費者教育」では、生徒・学生を対象とする「弁護士による法律授業」等、学校・家庭や地域等での取組のほか、高齢者の被害防止に向けて、高齢者を見守る立場の方々に向けた取組にも努めて参りました。

続きまして「施策2 消費者教育推進に係る人材育成」では、コロナ禍においてもオンライン研修を活用し、消費生活相談員を対象とした研修を実施するなど、資質向上に向けて可能な限り研鑽できる環境の整備に努めて参りました。地域人材への取組では、地域と行政を繋ぐボランティアとして、消費生活サポーターの方々に御協力をいただいております。令和5年3月末現在、個人101名、団体21団体の皆様に御活動いただいているところです。

「施策3 関係機関への支援・連携・協働」の取組では、様々な場面で、国、市町村、関係団体や弁護士会などの専門機関と連携した取組を行いました。昨年7月には、新型コロナウイルス感染症防止対策を徹底した上で、教育庁及び国民生活センターと連携し、教員を対象とした消費生活講座を開催いたしました。また、県内行政機関、弁護士会、司法書士会との懇談会について、弁護士の先生と消費生活相談員との貴重な情報交換の場であることから、例年どおり年2回開催いたしました。

「施策4 関連施策等との連携」につきましては、金融広報委員会が主体となり、金融リテラシーを身につける出張講座や講師派遣事業を行い、金融経済教育と連携を深めることにより、効果的な消費者教育に取り組みました。

取組の詳細については、資料1-5に記載しておりますので、後ほど御覧いただきたいと思います。今後も、若年層や高齢者といった幅広い年齢層に寄り添った消費者被害の未然防止のための啓発活動や、関係機関との迅速な連携など、様々な課題はございますが、状況に応じて効果的な方策を講じられるよう消費者教育の推進に引き続き努めて参ります。教育計画の取組状況については以上です。

【事務局：消費生活・文化課 相談啓発班 村上主幹（班長）】

続きまして、令和4年度消費生活相談の実績と傾向について説明させていただきます。消費生活・文化課相談啓発班の村上と申します。よろしくお願いたします。

資料1-6、表1を御覧ください。県内全体の消費生活相談件数について御説明いたします。令和4年度に、県及び県内の市町村で受け付けた消費生活相談の件数は、合計で18,751件ございました。令和3年度と比較しますと1,034件増加しております。県の受付件数は前年度から減っておりますが、市町村の受付件数が1,386件増加しましたので、全体として見ると1,034件増加となりました。

過去5年間の推移を見てみますと、県の受付件数に関しては令和2年度までは増加傾向にありまし

たが、令和3年度から減少に転じております。市町村の受付件数は、年々減少をしておりましたが、令和4年度は増加し、相談件数全体に占める市町村の割合は61%となっております。参考までに、表1の隣に、図1消費生活相談件数の割合と題して、県と市町村の受付割合を示した円グラフを掲載しました。相談件数全体に占める県の割合は39%、市町村は61%となっております。なお、件数全体に占める仙台市の割合は37%です。

続きまして2ページ目を御覧ください。県に寄せられた消費生活相談の状況です。表2も併せて御覧ください。表2は商品・サービス別の相談件数を、上位10位まで掲載したものです。令和3年度と令和4年度を比較しますと、基礎化粧品とエステティックサービスに関する相談が大幅に増加しております。エステティックサービスにつきましては、昨年、脱毛エステ事業者の倒産があったため、その影響で相談が増加したものと思われまます。

続きまして表3は、契約当事者の年代別に見た相談件数の推移を表しております。令和4年度はほとんどの年代の相談件数が令和3年度と比べ減少した中で、20歳代は僅かに増加しました。

表4を御覧ください。年代別に、商品及びサービス別の相談件数を上位10位まで掲載しております。20歳未満から40歳代まで、幅広い年代でエステティックサービスに関する相談が多く寄せられました。20歳未満については、高校生2名からの相談（エステティックサービスに関する相談）を含んでおります。中学生以下の方からの相談はございませんでした。

エステ関係以外では、身に覚えのない荷物が届いた、あるいは架空請求といった商品一般に関する相談が各年代とも上位にランクインしております。商品一般に関する相談は、40歳代以上の全ての年代で件数1位という状況でした。

簡単ではございますが、以上で消費生活相談の実績と傾向について説明を終了いたします。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。只今の議題については、事前に資料を配付しており、質問がある場合には審議会の開催前にお知らせくださいとアナウンスしておりました。事前に受けた質問について、事務局から紹介と回答をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 消費者行政班 菊地主任主査】

事務局から回答いたします。質問は1件あり、内容は「エステティックサービスに関する相談に関して、高校生からの相談はあるか」というものでした。高校生からの相談は2件あり、中学生以下からの相談はありませんでした。以上です。

【栗原由紀子会長】

これ以外に事前の質問というのはなかったとのこと。ここまで事務局説明がありましたが、説明を受けての質問については、時間の都合上、後日、メールなどで事務局へお送りいただければと思います。いつまでに質問をお送りすれば良いでしょうか？

【事務局：消費生活・文化課 消費者行政班 菊地主任主査】

本日から1週間後を目安にお送りくださいますようお願いいたします。

【栗原由紀子会長】

では、説明を受けて、もしくは資料を読んだ質問などがありましたら、1週間後を目安に、事務局までメールなどでお知らせいただければと思います。ただ、本日は皆様お集まりですので、今この場で質問したいことがあれば挙手をお願いしますが、いかがでしょうか？

(挙手なし) よろしいでしょうか。それでは、資料は持ち帰って見返していただき、質問がありましたら、事務局までメール等でお寄せいただきたいと思います。質問と回答は、事務局で取りまとめ、後日、皆様へ配付しますので、よろしくお願いします。

議事（2）成年年齢引下げに伴う相談の傾向について

【栗原由紀子会長】

続きまして、議題（2）成年年齢引下げに伴う相談の傾向についてに進みます。昨年4月から成年年齢が引下げられたことは皆様御承知のとおりです。昨年度の審議会では、年度の途中ではありましたが、相談の傾向について事務局から報告がありました。成年年齢の引下げが行われてから丸一年が経過しましたので、令和4年度を総括してどのような傾向があったのかについて、事務局から説明をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 相談啓発班 村上主幹（班長）】

それでは、成年年齢引下げに伴う相談の傾向について御説明いたします。令和4年度の相談の傾向ですが、先ほど資料1-6を御覧いただいた際、令和4年度は令和3年度と比べますと20歳代を除いた各年代で相談件数が減少しているということを御紹介したところです。20歳未満も減少しております。

資料2-1を御覧ください。この資料では18歳と19歳に限定して相談状況をまとめ、表1に商品・サービス別による相談件数過去4年分の推移を示しております。表1の下段には、各年度の相談件数の合計を記載しております。

当県における18歳・19歳の相談件数は、令和4年度は77件ございました。令和3年度は73件でしたので若干増加しました。相談の内容につきまして、令和4年度に寄せられた相談のうち主なものは、脱毛エステなどエステティックサービスに関するもの、出会い系サイト・アプリなどの異性交遊関連サービスに関するもの、簡単に収入が得られるといった内職・副業に関するものが多く寄せられました。こうした相談内容の傾向については、全国のデータと比較してみましても、全国と宮城県とで大きな差は見受けられませんでした。

続きまして、「2 令和4年度の相談の概要」につきまして御説明いたします。成年年齢が引き下げられた令和4年4月以降、18歳・19歳の方から県に寄せられた主な相談の具体的な内容です。①エステに関するものと、クレジット契約をした脱毛エステのお店が倒産をしまい、施術を途中でしか受けていないがクレジット会社からの請求にどう対応すれば良いか、などといった中途解約や支払いに関する相談が寄せられました。

それから②異性交遊に関するものです。SNSで知り合った異性から出会い系のサイトを紹介され

て登録をし、ランクアップなどの名目でお金を支払ったがどうしたら良いだろう、などの相談が寄せられております。

③は儲け話に関するものです。無料と謳っている副業サイトから通話アプリに誘導され、高額のマニュアルを購入させられてしまった、どうしたら良いでしょう、という旨の相談が多くありました。

4つ目は④定期購入に関するものです。SNSなどで、初回無料や何パーセントオフ、あるいは定期購入の縛りはないとか、そうした広告を見て商品を購入し込んだところ、実は定期購入になっており、2回目以降に商品が届いたときに高額な代金を請求されたり、2回目が届いたときに初めて定期購入だったことに気づいてキャンセルをしようとしたけれども、電話が繋がらない、連絡することができないという相談が上位に来ております。

全国の状況につきましては、国民生活センターが令和5年5月に公表した情報を見ますと、県と同様、脱毛エステに関するもので契約した脱毛サロンが倒産したけれど請求が続いているというもの、出会い系サイトやアプリなどの異性交流に関するもの、簡単に稼げるという広告を見て登録したところ高額なサポートプランに勧誘されてしまったという副業などに関するもの、定期購入を申し込んだが1回目を受け取った後に解約の電話をしようとしても繋がらないといったもの、定期購入に起因する他の健康食品に関するもの、こうした相談があり、全国でも県と同様の相談が寄せられている状況ということが分かっております。

今後の対応ですが、現在のところ、前年度と比較し相談件数と内容に大きな変化は見られませんが、今後の推移を注視し、被害の未然防止を図るため引き続き若年者向けに啓発活動を実施していきたいと考えております。中学校、高校などの関係機関と連携をしながら、未成年の方に対する消費者教育活動を行っていききたいと思います。説明につきましては以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。それではまず、この議題について関わりの深い委員の方へお話を伺いたいと思います。18歳・19歳と常日頃接している勅使瓦委員と佐藤委員に、学校での現状や日頃感じていることなどについて伺います。勅使瓦委員からお願いします。

【勅使瓦理恵委員】

村田高校の勅使瓦です。よろしくお願いします。

私は高校の教員として勤務しております。昨年度もお話ししましたが、成年年齢の引下げに伴って、大きな事件や事故に巻き込まれたということは聞いておりません。特に大きな変化はなく、生徒に対しては、家庭科や社会科の授業の中で、あるいは学年行事で講師を招いて、成年年齢引下げに関する話をしております。

先ほど、エステティックでの脱毛の契約トラブルの話がありました。これは高校生に限ったことではありませんが、女性だけではなく男性にも被害が非常に多いというような話も聞いておりますので、機会があればそのあたりについてもお聞きしたいと思っております。それから、18歳・19歳という区切りですと、高校生なのか高校卒業後の方なのかははっきりしないところがあり、どちらかという卒業後の方が多いのかな、と感じました。現在の生徒たちの様子を見ると、大きな事故には関わりがないように思います。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。続いて佐藤委員からお願いします。

【佐藤康仁副会長】

東北学院大学の佐藤です。私からは、大学での成年年齢引下げに伴う対応と、今のところは学生からの消費者トラブルに関する相談が特に増えたという事実はないのですが、現在の状況についてお話ししたいと思います。

まず、大学での対応についてです。成年年齢引下げに伴う取組としましては、昨年度の審議会でもお話ししましたが、昨年度、大学のホームページに「成年年齢の引下げについて（消費者トラブルの未然防止）」というページを掲載し、学生に対し注意喚起をしておりました。ただ、その後ホームページを確認したところ、今年度は成年年齢引下げに関する注意喚起のページは掲載されていないという状況です。

その代わりということではないかもしれませんが、今年度から、新入生のオリエンテーション行事で、全学部・学科共通のプログラムとして、消費者教育の講座を開催しています。講座の時間は20分程度だったかと思うのですが、宮城県金融広報委員会の金融広報アドバイザーの方にお越しいただき、インターネットやクレジットカードを利用した買い物の落とし穴や自立した生活におけるお金の管理などの内容で、全新生を対象として消費者教育講座を開催し、学生に対して注意喚起をしております。また、宮城県金融広報委員会発行の「若者の心得」というパンフレットを、インターネットを通じて学生に配付したことも聞いております。

それから、消費者トラブルに関する学生からの相談が8月時点でどの程度あるかを大学へ確認しましたが、初めにも申し上げましたが、今のところは相談は特にないということでした。総括すると、成年年齢の引下げに伴い学生からの相談が増えているなど、そうした状況にはないということでございます。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

ここで、小学校の校長先生である猪狩委員から、成年年齢引下げに関する教育等について、小学校の教育現場からのお話をさせていただく予定でしたが、本日は急遽欠席となりました。猪狩委員から資料をお送りいただきましたので、皆様の机上に配付しております。どうぞ御覧ください。

さて、この議題について、2名の委員からコメントを頂きました。時間の都合上、全員から順番にコメントを頂く形式とはしませんので、先の議題と同じように、説明を受けての質問等があれば、審議会終了後にメールや直接事務局までお伝えいただければと思います。今この場で質問しておきたいことや提案したいことがあればお伺いしたいと思います。いかがでしょうか？

（挙手なし）皆様よろしいでしょうか。成年年齢の引下げについては、引下げを前に関係諸団体が一生懸命注意喚起をしたこともあり現在のところ目立った被害等はないようで、個人的には安堵しているところではありますが、今後どうなっていくか注視する必要があると思いますので、引き続きよろしくをお願いします。

議事（3）高齢者の消費者問題・高齢者に向けた啓発活動について

【栗原由紀子会長】

それでは次の議題に移ります。（3）高齢者の消費者問題・高齢者に向けた啓発活動についてです。

高齢者の消費者問題は依然として深刻な状況にあります。このことから、高齢者について議題を設定しましたので、現状の共有と効果的な啓発について活発な議論をしていただければと思っております。

委員の皆様には、所属の団体で実施している取組や、課題として感じていることなど、事前のアンケートにお答えいただきました。ありがとうございました。まずは事務局から、高齢者の相談傾向と高齢者に対する啓発などの取組状況の説明をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 相談啓発班 村上主幹（班長）】

では、高齢者からの相談の傾向と他県の取組状況について御説明いたします。資料は3-1と、3-1 附属資料です。

資料3-1を御覧ください。高齢者からの相談の傾向につきましては、表1に掲載のとおりです。過去5年間の県への相談件数について、39歳以下／40代・50代／60代以上、の3つの世代に分けて割合を見てもみますと、網掛けの部分のとおり、相談件数に占める割合は60代以上が最も高くなっており、30%程度あります。ただ、相談件数につきましては、平成30年度以降、少しずつ減少しております。

表2を御覧ください。こちらは全国の状況となっております。60歳以上の割合は、37%程度ということで過去10年間横ばいで推移しております。宮城県と比較してみますと、全国の方が約7%程度高い状況にございました。

続いて、（2）相談内容です。表4を御覧ください。こちらは、60歳以上の方からの過去5年間の県への相談を商品・サービス別に分類し、件数上位10位までを掲載しております。身に覚えのない請求等を含む「商品一般」、それから「工事建築」に関する相談が過去5年間に亘り上位にあり、令和3年度と4年度はそれぞれ1位、2位となっております。

表4で注目すべきは、令和3年度から4年度にかけて、基礎化粧品に関する相談件数が増えた点です。50件から105件と件数が倍増しております。下の表6に掲載のとおり、定期購入に関する相談が増加したことが要因ではないかと考えております。

表5は、県に寄せられた相談件数を販売形態別に示した表です。通信販売に関する相談件数は令和2年度899件、3年度755件、4年度は694件でした。割合としては、令和2年度から4年度までいずれも30%超で推移しております。

ここで、資料4ページを御覧ください。下段に参考資料として、全国の高齢者の消費生活相談の、販売購入形態別割合の変化を掲載しております。太線で囲ったところに通信販売の割合が掲載されておりますが、65歳から74歳までの区分を見ると、2020年から2022年まで、全国においても30%以上で推移していることが分かります。

資料2ページにお戻りいただき、表6を御覧ください。60歳以上の方から寄せられた定期購入に関する相談件数については、令和3年度は178件ございました。令和4年度は267件で、大幅に増加しております。特に基礎化粧品と他の健康食品に関する相談が倍増しております。この表は県の状況を

示したのですが、全国的にも定期購入に関する相談が前年度に比べて2倍近く増加しており、高齢者の定期購入に関するトラブルが増加していることが分かります。

資料3ページ、「2 各都道府県の状況について」に進みます。宮城県では、全国と比較すると相談件数に占める高齢者からの相談件数の割合が若干低くはありますが、依然として高止まりしている状況にあります。相談をする方は消費者被害に遭っている方のうちの一部であると考えており、特に、インターネットやSNSの広告などからの商品購入に関するトラブルへの対応策、また、独居・地域コミュニティの衰退により、見守りや相談相手がいない方への普及啓発をどのようにしていくかという課題を抱えています。

こうした中、取組の参考とするため、他県において実施している高齢者を対象とした消費者教育の取組について、令和5年6月に調査を行いました。調査結果を資料3-1の附属資料にまとめましたのでお開きください。

附属資料の1ページは、高齢者に対しどのような普及啓発事業を実施しているかを各都道府県へ照会し、回答をまとめたものです。

2ページを御覧ください。こちらは、高齢者への消費者教育を行うに当たり、各都道府県で課題とされていること、またその課題解決のためにどのようなことを検討しているかをまとめたものです。

課題とされていることについては、回答を4つにグルーピングしました。

(1) 啓発講座等の運営関連では、参加者が固定されていることを課題と感じているとの回答が寄せられています。

(2) デジタル関連では、デジタル系の内容の啓発をどうすれば良いか、課題と感じているとのことです。

(3) 啓発情報の伝達関連、どのように啓発をしていけば良いかということで、孤立している方への啓発など、伝達に関して色々な課題が寄せられています。

(4) は見守る側への啓発など、見守り体制関連の課題をまとめております。

掲載しているとおり、各都道府県におきましても、様々な場面で課題を抱えているということが分かりました。併せて、課題の解決に向けて検討していることも回答いただきましたので、表の右側に掲載しております。

代表的なものを御紹介いたします。(1) 啓発講座の運営関連では、参加者が固定されてしまい毎回同じ方が参加しているという課題があり、解決のためにどのようなことを検討しているか伺ったところ、参加者の新規開拓のため介護事業者と連携してイベントを開催し、新規で参加していただける方を見つけている、という回答をいただきました。

(2) デジタル関連ですが、ネットサービスのトラブルに関する啓発方法をどのようにしたら良いかという課題に対して、デジタルに対応した講師を養成し、出前講座を実施してもらうことを検討しているという回答をいただきました。

(3) 啓発情報をどのように伝達していくかについて、例えば孤立しており情報が届かないような方へどのように啓発をしていけば良いかという悩み・課題に対して、現場に近い市町村と連携をし、市町村で集客まで含めて講座を企画し、県が適切な講師を派遣するという形での講座開催を検討しているという回答がございました。

(4) 見守りの体制については、見守る側、つまり高齢者本人の周りの方へ啓発をすることも必要で

はないか、大切ではないかという認識を持っている県も多くありました。この課題解決のために検討していることとして、地域において啓発活動を行うボランティアを養成することを検討している、あるいは福祉や見守りを担当している方向けに、具体的なトラブル・被害等の内容を盛り込んだ啓発講座の実施を検討しているという回答をいただきました。

以上、代表的なものを御紹介いたしました。その他の都道府県でも、高齢者の消費者被害防止を図るために課題に対し様々な対策を検討しているということです。以上、高齢者からの相談の傾向と、他県の状況について御説明いたしました。委員の皆様から、御意見や御提案などお伺いしたいと思いますので、どうぞよろしくお願ひいたします。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。続いては、委員の皆様を実施したアンケートの結果について、説明をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 消費者行政班 菊地主任主査】

審議会で高齢者の消費者問題を議題として取り上げるに当たり、事前に委員の皆様に対し、高齢者向けに実施している取組と、課題と感じていることをお伺いしましたので、御紹介いたします。

資料3-2を御覧ください。まず、高齢者を対象とした取組についてです。1番東北学院大学の佐藤委員からは、仙台中央警察署と連携して学生が防犯広報活動を行っているとの回答がありました。年金支給日に学生がATM付近でチラシを配布し、直接お年寄りに注意喚起を行ったということです。

3番畠山委員からは、仙台弁護士会が設置している相談窓口を御教示いただきました。また、消費者安全確保地域協議会、これは地方公共団体に設置できるとされた見守りネットワークのことですが、この設置を求める要請書を発出したとの回答でした。

6番県生活協同組合連合会の渡辺委員は、学習会を開催しているとのことです。高齢者の身近な見守り体制の構築に向け、消費者被害とトラブル防止をテーマに、介護従事者を対象とした学習会を開催しているとのことです。渡辺委員のほか、8番県生活学校連絡協議会の末委員、10番県地域婦人団体連絡協議会の櫻井委員からも、消費者問題の勉強会を開催しているとの回答をいただきました。

7番県社会福祉協議会の折腹委員からは、サポネットみやぎという介護従事者支援体制の御紹介がありました。気軽に社会福祉士や弁護士に相談できるよう、社会福祉士会と仙台弁護士会が圏域ごとに社会福祉士と弁護士を配置し、消費者被害等の権利侵害を受けている高齢者や障害者の相談支援担当者をサポートする仕組みを構築しているということです。

13番を御覧ください。宮城県の高齢者政策担当部署である長寿社会政策課にも、消費者保護に繋がる取組を行っていないか聞き取りしました。長寿社会政策課では、高齢者見守りに関する協定を金融機関、スーパー、コンビニと締結しております。ただ、この協定の中には、安否確認を主目的とするもの、例えば、商品配達の際にポストに郵便物が溜まっていないかをチェックするもので、消費者被害の防止という観点を持たない協定もあるということでした。このほか、長寿社会政策課では見守り事業の実施主体である市町村に対して、成年後見制度の利用促進のための助言などを行っているということです。

次に、委員の皆様が課題と感じることについて御紹介いたします。

単身世帯の増加や地域コミュニティの希薄化により、高齢者が被害に遭いやすく、また、被害が大き

くなるリスクがあると言う御意見が複数名から挙げられました。対策として、見守り体制の整備や積極的に人と接することが重要と思うということでした。

注意喚起や啓発情報の発信についても御意見を頂きました。電子媒体ではなかなか高齢者に情報が届かないということ、相談場所を知らない方もいるのでテレビでの情報発信が有効と思うといった御意見。1 2 番東北経済産業局の武田委員は、高齢者にも届く情報発信の在り方について議論を深める必要があるという御回答で、県も同様に課題であると感じているところです。また、消費者被害の実態について周知する啓発活動や、介護事業者に対する啓発、市町村や町内会単位のきめ細かな活動の展開に関する御提案もありました。

2 番東北大学大学院の鳥山委員の回答は、他の委員の方々とは視点が少し異なっていたように思います。防止すべき被害とそうではないもの、通常の商取引の範囲内での活動との線引きが難しいことが課題と感じるとの回答でした。高齢者の保護については、高齢者をターゲットにした商品やサービスを注視し、効果的に注意喚起をしていくことになるだろうとの御意見です。

以上、委員の皆様へのアンケート結果について御紹介いたしました。

【栗原由紀子会長】

続きまして、宮城県警察本部生活環境課の佐藤係長から、高齢者の悪質商法被害事案について御紹介いただきます。佐藤係長よろしく申し上げます。

【事務局：宮城県警察本部生活環境課 生活経済事犯捜査係 佐藤友博係長】

警察本部生活環境課生活経済事犯捜査係長の佐藤と申します。

高齢者の相談件数について、資料3-3に基づき説明いたします。

1 悪質商法相談受理件数は、過去5年間の件数を掲載しております。令和5年度は6月末までの件数です。件数は、年間200件から400件程度で推移している状況です。中身を見ると、40%から50%が送り付け商法で、マスクや消毒液を自宅に送り付けて金額を請求するという案件が令和2年度から増えています。今年度も、6月末までの件数ではありますが、概ね40%、80件程度が送り付け商法に関する相談となっております。国内・国外が半数程度ずつあり、注意喚起をしている状況です。

2 高齢者被害に係る悪質商法の特徴です。一人暮らしや一人で在宅している際の被害が多い傾向にあります。家族への相談の遅れによる発覚の遅延、固定電話・書面などによる犯罪への誘導等が特徴です。また、新たな犯罪手口の拡散として、サポート詐欺などの特殊詐欺も増えているのが実情です。

3 県警における、高齢者に対する防犯広報・啓発活動の内容です。交番・駐在所における防犯講話、警察署生活安全課員による防犯講話、県警ホームページを活用した啓発活動、警察安全相談窓口による啓発活動など、被害の抑止を念頭に置いた対策を実施しているところであります。

参考情報ではありますが、検挙事例として、昨年度は訪問販売ハウスクリーニング業による特商法違反などの検挙がありました。基本的には面前での対応による検挙となります。

通信手段を用いた手口になりますと、海外を経由する場合もあり、相手を特定するのに時間がかかるという実情がありますので、県警としては被害の未然防止を念頭に置き、対応に力を入れているところです。私からは以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。以上、各機関が行っている取組について皆さんと共有させていただきました。

ここからは議論の時間にしたいと思います。先ほど、高齢者の消費者問題に関して、県が課題と認識していることの説明がありました。資料3-1の3ページに記載のとおり、トラブルへの対策や、普及啓発の手法について課題を抱えているとのこと。これらの課題への対策について、委員の皆様から御意見や御提案を伺いたいと思います。事前アンケートの回答内容を膨らませての御意見・御提案でも構いません。今から20分間程度を目安に、皆様から挙手制で御意見を頂きたいと思います。いかがでしょうか？

【折腹実己子委員】

宮城県社会福祉士会の折腹と申します。私は、見守り体制の構築、特に相談相手がない方々に対して、しっかりとした体制を作ることが大変重要だと思っております。

資料3-2で、宮城県社会福祉士会の取組を紹介させていただきました。資料3-2の7ページ以降に、宮城県社会福祉士会と仙台弁護士会が協力しながら実施している「サポネットみやぎ」という取組の資料が添付してあります。

地域の中には、なかなか表面には出ない潜在している課題が、特に高齢者一人暮らしの方々にはあります。高齢者や障害者を支援している地域包括支援センターや障害者支援相談機関等の職員が御自宅を訪問した際、多くの段ボールが積んであるのを見たり、消費者トラブルの相談をされたりするケースがあると聞きますが、なかなか具体的な対応に繋がらないこともあります。

そうした時、サポネットみやぎ窓口の社会福祉士会に相談を入れていただければ、具体的な支援に向けて動いていくことができると思います。体制として、県内を14の地区に分けて、1地区につき弁護士と社会福祉士が2名ずつの計4名で支援チームを組んでおりますので、地域包括支援センターや障害者支援機関などの方々から一報を入れていただければと思います。孤立しているとか、認知症の初期症状で判断能力が落ちていたりとか、そうした方々を支援するために非常に有用な活動だと思っております。宮城県内のどこに住んでいても支援できる体制を構築しておりますので、資料を御覧いただき、何かありましたら御連絡をいただければ幸いです。ホームページには連絡先も掲載しておりますので、併せて御覧ください。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。この活動が充実すると、一人暮らしの高齢者の見守りと併せて消費者被害の防止がうまく機能していくのではないかと思います。地域包括支援センターなどのケアマネジャーさんが御自宅に行き、段ボールが積み上がっていることを発見して、窓口へ相談する。その事案に対し、チームを組んでいる社会福祉士と弁護士が事案を解決に導いていく、という流れです。実際に解決まで辿り着いた事例もあるということですね。孤立した高齢者への対応策として非常に良い活動だと思います。

他の皆様から御意見や御提案はいかがでしょう？ 孤立した高齢者へどう支援をするか、啓発情報がなかなか届かないところへどう情報を届けていくかという点について、御意見や御提案を頂ければ

と思います。

WEB参加している鳥山委員は挙手による発言がしにくいと思いますので、こちらから御意見をお伺いしたいと思います。事前アンケートに記載したことの御説明も含めて、御発言をお願いできますでしょうか？

【鳥山泰志委員】

東北大学大学院の鳥山です。私がアンケートに記載したことは、契約自体が複雑になってきており、「消費者被害」と言われるものでも許される商取引と、そうでない商取引との区別が難しくなっている、ということです。高齢者に限らず消費者被害の問題はあるだろうと感じておりますので、高齢者以外も含めて、商取引についての対策を考えていく必要があると思います。

それから、資料3-2のアンケート結果を見て、宮城県保健福祉部長寿社会政策課の「成年後見制度の利用促進」という取組が気になりました。というのは、成年後見制度は民法に規定されており、重要な制度であることを私も授業でお話することがあるのですが、いくつかデメリットも存在するからです。例えば、一旦後見を開始すると、簡単には取り消せません。そうしたデメリットの部分もしっかり説明し、その上で尚利用するかどうかを判断していくことが重要です。メリットデメリットを、制度を利用する方に対してしっかり伝えていくということがとても重要であると思います。私からは以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。皆様、他にいかがでしょうか？忌憚ない御意見をいただければと思います。

【鳥山裕太委員】

弁護士の鳥山です。仙台弁護士会の消費者問題対策特別委員会で活動しております。

資料3-2で、仙台弁護士会の取組を報告させていただきました。去年の1月に、仙台弁護士会から各自治体へ、消費者安全確保地域協議会という見守りネットワークの構築を推進して欲しいという意見を出しております。当会では、人口の比較的多い市の担当者とコンタクトを取り、ネットワーク構築の働きかけをしているところです。見守りネットワークは仙台市と大崎市では既に構築されていますが、これ以外の市町村はまだ、という状況です。我々としてはこのネットワークが高齢者の被害防止に役立つだろうと考えて推進していますが、前向きに検討しますという自治体はあるものの、具体的に動いている自治体は今のところはなく、その点は課題だと考えております。

啓発講座に関して、私個人の意見としては、皆さんも我々も「是非来てください」と集客を頑張っているのですが、やはり関心のない方には届かないところもあり、限界があることを前提とする必要もあると思います。トラブルが発生した際に個別のケースとして対応していく、という地道な活動が必要なのではないかと感じております。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。見守りネットワークについては、仙台市と大崎市以外の市町村で構築へ

の進捗がどのくらい進んでいるのか私も関心があり、畠山委員にお聞きしようと思っておりました。あまり進んでいない状況ということですので、ぜひ弁護士会で積極的に働きかけをしていただき、県でも推進する取組ができれば良いのではないかと思います。せっかくネットワーク構築の制度がありますし、構築が進むと何か状況が変わってくるのではないかなと思っております。その他にいかがでしょうか？

【渡辺淳子委員】

宮城県生協連の渡辺と申します。今、畠山委員が仰った見守りネットワークの構築については、私も推進していくことが大変大事だと思っております。

生協連の関連団体で、7月中旬に介護事業者向けの学習会を実施し、講師を大崎市消費生活センターの相談員の方にお願しました。その際、大崎市では見守りネットワークを構築しているということで、講師の方に状況をお聞きしたところ、外部との連携は時間や経費がかかったり、人材の確保が大変であるということでしたが、それでも、定期的に集まってネットワークの皆さんで個別事案を検討し、それを各自地域に持ち帰って消費者被害の防止や救済の方法を話し合うということを通して、すごく意識が変わったとそれぞれの団体の方がお話ししていたということでした。様々な状況の高齢者がいらっしゃる中、団体が連携することによって、消費者被害についての情報が共有・更新されていることは、素晴らしい取組だと感じました。県においても、実施主体である各自治体を支援する体制を作って欲しいということが私の意見です。

それから、県の施策として、高齢者の被害防止と救済のため注意喚起や被害周知のパンフレットなどを出しているということでしたが、介護事業者の方々とお話しした際、高齢者の御自宅に段ボールが積んであったり、騙されたことが分からない、あるいは認めない方がいたりして、被害が深刻になるケースがあることを聞きました。ケアマネジャーが調整に入って消費者センターに同行したり、深刻なケースですと高齢者の方を一時避難させたりする事案もあります。このことから、身近な方、御家族や事業所の方など、そういうところへの注意喚起をもっと行うべきだと思います。例えば介護福祉関係の職能団体・協会に周知していくなど、様々なルートがありますので、注意喚起を丁寧に行っていただければと思っております。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。介護事業者など、高齢者のサポートをする方々へ注意喚起をしていく、という御意見でした。その他、いかがでしょうか？

佐藤委員は加齢経済学が専門ということで、ぜひ専門的観点からの御意見を頂ければと思っておりますがいかがですか。

【佐藤康仁副会長】

今、色々なお話を伺って感じたことは、孤立している人をどうしたら良いのかという課題は、解決がなかなか難しいと思います。孤立させないため、様々な団体での取組を充実させていくということになるだろうと思いますが、講座などに参加する人が固定されているという問題や、関心がない方へどうやって伝えていけば良いかという問題はあります。

それから、被害状況を見ると、孤立している・していないに関わらず、例えば通信販売や訪問販売のような形で在宅時に被害に遭う機会が多いと思うので、対策を充実させていく必要があると思います。

啓発の方法は様々ありますので、色々なチャンネルを用いながら、県、市、関係諸団体が啓発活動をきちんと継続していくことが重要です。その際に、高齢者の消費者被害の特徴に適合したチャンネルを活用することが重要だと思いますので、例えば年代、世帯の形態、高齢者本人がどのくらい地域との繋がりがあかなどを踏まえて対応していくことも必要ではないかと思います。

また、最近感じていることは、若年世代・現役世代と高齢世代との大きな違いとして、現役世代だと何かトラブルが発生した際にはまずインターネットで検索するというように、自分から情報を探す行動をとることが多いと思うのですが、高齢世代になるとデジタルよりアナログ、チラシやポスターなども含めて、紙媒体で提供されているものを通じて情報を得ることが多いのかなと思います。例えば最近ですとマイナポイント申請に関して、現役世代だとやり方を調べると思いますが、色々な所で話を聞いていると、ある程度の年齢以上の方はやり方を調べるというより、自治体広報誌や雑誌、新聞と一緒に投げ込まれるフリーペーパーなど、手元にある情報紙などの紙媒体で情報を得たり、自分が必要になった際にチラシやポスターを探して情報を得たりする傾向があるようです。

資料3-2にも、高齢者への啓発に関して「消費生活センターなど、信頼度が高い発信元からの発信力に期待」との意見が記載されておりますが、県政・市政だよりやみやぎの消費生活情報など、信頼度が高い紙媒体に分かりやすい形で啓発情報を繰り返し掲載していくことが良いのではないかと思います。

それから、被害状況を見て、通信販売など固定電話での通話をきっかけとして被害に遭う傾向もあるのではと感じました。既に取組があるのかも知れませんが、電話機の近くに、被害に遭っていることに気付いたり、冷静になれたりするような表示があると良いと思いますので、そのようなものを提供していただけたら被害の防止に繋がるのではないかと考えます。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。そろそろお時間ですが、その他の方々はいかがでしょう？

【白鳥裕之委員】

仙台商工会議所の白鳥です。事業者の立場からお話させていただきます。

資料3-1の2ページ表6に、定期購入の相談における商品・サービス別の分類が掲載されておりますが、コロナの影響でネット通販などの通信販売が増えており、化粧品や健康食品などを試してみたところ定期購入だった、という事案が多く発生しています。数か月に1回商品が届くものだと、頼んだこと自体を忘れていることもあります。定期購入を止めたいと思ってもネットのどのページから手続きすれば良いのか分かりづらく、私自身もこのような体験をしたことがあります。

私のような現役世代でもこうですので、高齢者はもっと苦勞するのではないかと思います。どこから手続きをすればいいかネットで探せない、電話番号も掲載されていない、メールで連絡しないと止められないという状況で、止めたいけれど止められないというケースもあるのだらうと思いました。このような商売のやり方が出てきていることについて、注意しなければならないということと、企業側としてもやり方をきちんと考えていかなければならないと思います。

高齢になった親は、子どもの言うことをなかなか聞いてくれなかったり、子どもに失敗を言いたくなかったりすることもあり、先ほどもお話がありました。信頼できるところからの啓発が大事です。そしてその啓発も、高齢者本人だけではなく家族や周辺に届くようにすることで、未然防止や救済に繋がるのではないかと感じました。

これは企業の責任としても考えていくべきことだと思いますので、我々も取り組んでいければと思っています。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。その他の委員の方はいかがでしょうか。

【武田均委員】

東北経済産業局の武田です。日頃から感じていることも含めてお話いたします。

先日、SNSが入口となっている消費者トラブルが2年で倍増したという新聞報道がございまして、今の時代を物語っているなど感じているところです。急速なデジタル化の進歩、コロナ禍をきっかけとしたオンライン購入の増加、グローバル化などの要因により新たなリスクがもたらされており、こうした部分への規制についての検討は始まっているのですが、技術の普及がとても早く新しい技術への対策がなかなか追いついてないところがあり難しいと思っています。

資料を見ると、各機関とも普及啓発活動をはじめ展示会や出張相談などを実施しており、しっかり消費者対応をされていると感じました。高齢者については、知識不足や自ら判断できない方もいるため消費者被害が発生しやすく、紹介があったような啓発・相談活動が一定程度トラブルの未然防止に繋がっているのではないかと思いますので、今後も目的を持った情報発信が非常に重要と思います。

それから訪問販売と通信販売とは分けて考える必要があると考えておりまして、訪問販売において、同一の消費者が同じ事業者と2回契約して被害に遭ったという事例がございました。対策について先程から色々な御意見が出ていますが、相談対応はもちろんのこと、消費者に対して「すぐに契約しないで」と伝えていくこと、親族の関与、そして何らかの方法で地域を巻き込むことが重要と思います。高齢者の中にはネットでの対応が不慣れな方もいらっしゃいますし、孤立させないことにも繋がりますので、対策の入口として大事なことであると思っています。

通販については、相談があって初めて表面化するケースも多いと思います。コミュニティでの対応がなかなか機能しない部分がありますので、地道な啓発活動を続けていく必要があると思います。例えば運転免許の更新やワクチンの接種など、多くの人が入場して待ち時間があるような場面で啓発できれば、多数に情報が届くのかなと個人的に考えておりました。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。

多くの委員の方から、色々な御意見を頂きました。ありがとうございます。お時間がきてしまったので、これで意見交換を終了したいと思います。それでは、頂いた御意見に対し、事務局からお願いいたします。

【事務局：消費生活・文化課 黒澤課長】

様々な御意見を頂戴し、どうもありがとうございました。県でも、高齢者の方々に向けて様々な啓発ツールを作成しておりますが、どうしても情報が届かないところもあることを課題と感じております。本日お話をお伺いして、福祉部門との連携、これは県庁内部ではなく、市町村の福祉部門や業界・職能団体、事業所、ケアマネジャーなど、現場との繋がりを作っていくことが鍵であると思いました。県が作成したツールを現場で効果的に使っていただき、少しでも被害を減らしていければという思いでございます。

実現に向けて、委員の皆様から御指導を仰ぎながら進めていければと思いますので、今後とも御指導・御助言をいただければ幸いです。どうぞよろしくお願いいたします。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。今のコメントにもあったように、今回皆様から御意見を頂いて、市町村、介護事業者、ケアマネジャーなど、高齢者に身近な方々と繋がりを作っていくことが大事だと私も思ったところです。引き続き皆様の御協力を頂ければと思います。

改めて、皆様、御意見ありがとうございました。全員から御発言を頂きたかったのですが、時間が過ぎてしまいましたので、この議題については終了といたします。御意見や御提案がある方はぜひ事務局までお寄せいただきたいと思います。よろしくお祈りいたします。

議事（４）SDGs・エシカル消費に関する取組について

【栗原由紀子会長】

それでは、議題（４）SDGs・エシカル消費に関する取組についてに進みます。

エシカル消費は、消費者市民社会やSDGsを推進していくため、さらには企業が継続的に事業活動を行うためにも取組んでいくことが大変重要で、必要性・重要性が益々高まっていると思います。

まず、宮城県生活学校連絡協議会の末委員から、生活学校で実施したSDGs・エシカル消費のアンケート結果を御紹介いただきたいと思います。昨年度の審議会では、令和3年度に仙台市で実施した結果を御紹介いただきましたが、同様のアンケートを、令和4年度は栗原市、柴田町、村田町で実施されたということです。それについて御紹介をお願いしたいと思います。資料は4-1をご覧ください。それでは末委員よろしくお祈りいたします。

【末弘美委員】

宮城県生活学校連絡協議会の末です。

資料4-1は、協議会の広報誌「なかま」55号から抜粋したものです。今年1月24日に宮城県生活学校運動大会を開催し、大会の午後の部でSDGs・エシカル消費のアンケート結果についてフリートークをした時の記事です。

アンケートでは、エシカル消費に関して11項目質問し、集計を行いました。資料4-2に「令和4年度第3回消費生活意識調査」が掲載されておりますが、全体的にこれと似た結果・傾向となりました。

た。

「SDGsについて知っていますか」という問いに対しては、知っていると答えた方が大体半数でした。一方、「エシカル消費について知っていますか」という問いは、知っていると答えたのは15%に留まりました。

地域による差は多少見られるものの、高い実践率となったのは1番ごみの分別、4番リサイクル、5番マイポット・マイバッグの持参、10番省エネ・節電、11番食品ロスを減らす、の5項目でした。

アンケート回答者には高齢者が多く、カタカナの横文字、例えばリデュース、リユース、エコマーク、そしてエシカルという言葉の理解が広まっていないこともあり、知らない・していないと答えた方が結果として多くなりました。例えば「リデュース」という言葉はゴミを減らすという意味で、マイバッグ持参であればレジ袋が不要となりプラスチックのゴミを減らすことに繋がりますが、マイバッグは持参しているのに「リデュース」という言葉の意味を知らないために「リデュースを知らない・実践していない」と答えた方がいらっしゃると思います。これ以外にも、言葉の意味を知らないために「知らない・していない」と回答したけれど、実は実践している方もいらっしゃるのではないかと印象を受けました。

このアンケートには、エシカル消費以外にも、ジェンダー平等やアンコンシャスバイアスなどのSDGsに関する項目が含まれていましたが、大会のフリートークでは、そのような横文字言葉への理解を身に付けていこうという意見がありました。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。続きまして、県の取組について説明をお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 相談啓発班 村上主幹（班長）】

県の取組等について説明いたします。資料は4-2です。消費者庁の調査結果については先ほど末委員からお話をいただきましたので、県で今後予定している普及啓発の取組などを説明させていただきます。

県では、エシカル消費という言葉の認知度が低いという調査結果から、これを身近に認識してもらい県民一人一人が取り組んでいくことを推進するために、次のような普及啓発の取組を検討しております。

まず企業向けの啓発活動については、企業がエシカル消費を意識して製造販売を実施することで行政単独で活動するよりも消費者へ効果の波及が期待できること、それから環境配慮商品などエシカル消費に関連する商品を増やしていく必要があることから、令和5年度内にエシカル消費に関する企業等向け研修会を開催することを検討しております。今後も、県内の企業や関係団体と連携しながら、官民共同でエシカル消費の普及啓発活動を行っていきたいと思っております。

続いて一般の消費者向けの取組についてです。エシカル消費という言葉を知らない方や、どういう商品・サービスを選べばエシカル消費に繋がるか分からない方、どう行動すれば良いか分からない方などがいらっしゃると思いますので、まずは身近なエシカル消費を理解していただくということと、既に実施している方にはさらに活動を広げていただくよう、県内の身近なエシカル消費を紹介するリーフレットを作成いたしました。皆様に本日お配りしております。こちらを県内のスーパーや道の駅などの

小売店等に配付して、色々な方に御覧いただきたいと思います。今後、関係団体と連携をしながら周知活動を図っていきたいと考えております。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。県の取組等について説明があったところで、事業者代表の委員から、県の今後の取組等についての御意見を伺いたいと思います。白鳥委員いかがでしょうか。

【白鳥裕之委員】

商工会議所の職員に話を聞いてみたところ、SDGsという言葉は日常で聞く機会が多くなったためほとんど皆が知っていたのですが、エシカル消費については聞いたことがない方や意味をよく知らない方がいて、資料に記載してある調査結果と同じ様な結果になりました。

エシカル消費を普及啓発していくに当たっては、どうアプローチしていくかが課題だと思います。配付されたリーフレットを拝見しましたが、「エシカル消費」という聞き慣れない言葉に興味を示してもらえるか、というところから考えたら良いのではないのでしょうか。

今現在、エシカル消費という言葉を使っているのは規模が大きい企業が多いのではないかと思います。このリーフレット中にも記載がある「フェアトレード、障害者支援、地産地消、食品ロス」は中小企業でも取り組んでいます。特に地産地消や食品ロスについては、取組を前面に押し出している中小企業もありますけれども、これらの取組がイコールエシカル消費であることを認識していない企業も多いと思いますので、身近な取組が実はエシカル消費であることを啓発していけば浸透しやすいと思いました。

つまり、啓発の仕方として、エシカル消費にはこういう取組があります、という示し方より、こういう身近にある取組がエシカル消費です、という示しの方が広がりやすいのではないのでしょうか。地産地消や食品ロスは皆が意識していることですので、それらがエシカル消費であることを示す方が、企業の取組のハードルは下がるでしょうし、一般消費者も覚えやすいのではないかと思います。企業としては、エシカル消費に取り組むことで企業をイメージアップさせていくことも商売の上で大事なことであり、エシカル消費に対する消費者の認知度も気になることの一つだと思いますので、このような啓発が良いのではないかと感じました。

ただ、エシカル消費は企業にとってコストがかかる取組でもあります。この点も含めて考えながら、色々な取組や普及啓発を実施していければと思います。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。今御紹介があったように、エシカル消費の取組の一つとして地産地消があります。農業に関わりの深い中川委員から御意見を頂ければと思います。よろしくお願ひします。

【中川孝子委員】

私達が実施している取組の一つに食農教育があります。JA女性部として、子どもたちの食の安全を確保し、安心して食事をして欲しい、また、子どものうちから食に興味を持って欲しいという思いから、豆腐作りなどの行事を実施し、子どもたちへ食農教育を行っております。

それから、これはSDGsとは少し異なるかもしれませんが、十数年前からエコキャップ運動ということでペットボトルのキャップを集めており、途上国の衛生向上に役立ててもらおうボランティア活動も行っています。

この他にも、廃プラスチックの削減などにも取り組んでいます。

私達がSDGsやエシカル消費という言葉を知る前から、実は行動をしていたんだなということを、本日の審議会で改めて実感いたしました。今後も、食の安全安心に関することをはじめ取組を続けていくことで、持続可能な社会の形成に繋がっていくのだと感じました。以上です。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。エシカル消費はまだまだ耳慣れない言葉ですけれども、とても大事な取組ですので、今後推進していければと思います。

本日は時間となってしまいましたので、大変申し訳ございませんが、今御発言いただいたお二方の他にエシカル消費に関して御意見のある方がいらっしゃいましたら、事務局にメールなどでお知らせください。事務局で取りまとめ、後日、皆様へお知らせします。

では、今頂いた御意見に対して、事務局からコメントをお願いします。

【事務局：消費生活・文化課 入駒専門監】

消費者相談専門監の入駒です。

「エシカル消費とはこういう取組」という形ではなく「こういう取組がエシカル消費である」という形で周知をしていく、という視点の違いに関する御意見は勉強になりました。我々もエシカル消費の普及啓発を何から始めれば良いか考えており、まずはエシカル消費という言葉を広く県民の方々に知っていただきたいという思いから、リーフレットを作成したところです。

今後、企業等向けに啓発の取組を予定しておりますが、今回は小売店をメインの対象としたセミナーを考えております。スーパーや道の駅など、消費者と直に接する機会が多い方々の力をお借りしながら、エシカル消費を普及させていきたいと思っております。今後も委員の皆様から、普及啓発の方法なども含めて、様々な御意見を頂ければ幸いです。

【栗原由紀子会長】

ありがとうございました。本日予定していた議事については以上です。時間が超過してしまい、申し訳ございません。議事・進行へ御協力をいただき、どうもありがとうございました。それでは進行役を事務局へお返しします。

【事務局：消費生活・文化課 消費者行政班 伊藤課長補佐（班長）】

栗原会長、議事進行ありがとうございました。本日御審議いただいた令和4年度の取組状況につきましては、議事録と併せてホームページで公表致します。議事の中でお話がございましたが、御質問や御意見等がございましたら、本日から1週間後までを目安に事務局までメール等でお知らせいただければと思います。その後、委員の皆様と共有できるよう準備をします。よろしくお願いたします。

それでは以上をもちまして、令和5年度第1回消費生活審議会を閉会致します。長時間に亘り御審議を賜り、誠にありがとうございました。

5 後日事務局へ寄せられた意見

【櫻井やえ子委員】

○成年年齢の引下げについて

生活能力の乏しい学生に対し、契約等の責任を負わせている状況です。

トラブルの増加を防ぐためには、学校での教育や県などからの情報提供を更に推し進めていくことが必要ではないかと思えます。

○消費者トラブルについて

手口が多様化しています。成りすまし型の詐欺など、金品を騙し取る犯罪が横行している状況ですが、インターネットを通じた新たな手口による詐欺も増加しています。詐欺に遭わないよう、個人レベルの対策スキルの強化が切実な問題ではないでしょうか。

詐欺の標的は高齢女性（高齢者）となる場合が多く、手口は電話が多いようです。また、最近ではコロナ禍により通信販売の利用が増えたことで、インターネット通販会社、クレジットカード会社、信販会社などを名乗る偽のメールが送られ、詐欺サイトへ誘導される手口も急増しているようですので、こうした情報を共有し、更なる啓発活動をしていくことも必要かと思えます。

○SDGs・エシカル消費について

とても良い取組だと思えます。

社会は、人、地域、環境等、全ての関わりにより成り立っています。SDGsやエシカル消費へ大いに協力し、安心・安全な社会の構築に繋げていくことが大事です。

中にはエシカル消費を知らない方もいると思えますので、何らかの形でPRすると良いのではと思います。今後、普及啓発の取組を更に強化・拡充することで、エシカル消費等の行動が普段の生活の中に根付く世の中になると良いと思えます。

なお、後日寄せられた質問はなかった。