

令和2年度第3回消費生活審議会会議録

- 開催日時： 令和2年10月8日（木）午前10時30分～12時00分
開催場所： 本庁舎2階第1委員会室
出席委員： 佐々木伯朗会長、吉永一行副会長、佐藤広行委員、佐藤靖祥委員
高橋玲子委員、中島絢委員、鳩原淳子委員、渡辺淳子委員
市民局： 佐藤市民局長、伊藤市民局次長、日下生活安全安心部長、内海消費生活センター所長、柴田消費生活係長、寺田主幹兼相談啓発係長、熊田主査、錦戸主任、坂井主事

会議及び会議録の公開の取扱いについて

- （佐々木会長） それでは「会議及び会議録の公開の取扱いについて」、事務局からご説明をお願いいたします。
- （センター） 会議の公開につきましては、「仙台市附属機関等の設置及び運営の基準に関する要綱」の規定により、公開・非公開を審議会で決定することになっております。また、仙台市情報公開条例第7条各号に掲げる情報を扱う場合、その他非公開とすることに相当の理由がある場合のみ非公開となりますが、本日はこれに該当しませんので公開となります。なお、会議録を作成して、市政情報センター及びホームページにおいて閲覧に供しますことを申し添えます。
- （佐々木会長） それでは、本日の審議会は公開とすることによろしいでしょうか。
（一同異議なし）
それでは、本日の審議会は公開といたします。

会議録署名委員について

- （佐々木会長） 続きまして「会議録署名委員について」、事務局よりご説明をお願いします。
- （センター） 会議録の署名につきましては、会議録署名委員制度、委員全員の署名に代えて署名する委員をあらかじめ指名する制度等を採用することになっておりますことから、会長のほか本日ご出席の委員の皆様の中から会議録署名委員を1名決めていただくものでございます。
- （佐々木会長） それでは、本日の出席委員の中から署名委員を決めるということですが、毎回名簿順とすることにしております。前は佐藤靖祥委員にお願いしましたので、本日は高橋委員にお願いしたいと思いますが、よろしいでしょうか。（了承） それでは今回は高橋委員にお願いします。

議題（1）「仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画（令和3年度～7年度）中間案について」

- （佐々木会長） 議題（1）「仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画（令和3年度

～7年度) 中間案について」を事務局よりご説明申し上げます。

(センター) お手元の資料 1-1「仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画中間案」及び、資料 1-2「仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画策定スケジュール」に基づいて説明いたします。まず、初めに資料 1-2 をご覧ください。策定スケジュールからご説明させていただきます。本日の審議会で中間案をお示ししまして、10月21日に市議会市民教育委員会へ中間案をご報告します。翌22日から11月20日までの予定で、市民の皆様のご意見を伺うパブリックコメントを実施し、いただいたご意見や内部の意見も踏まえて最終案を作成します。年明け1月下旬から2月上旬に開催予定の第4回審議会へお示しし、3月に次期計画を策定する予定となっております。資料 1-2 につきましては以上です。次に、資料 1-1 中間案についてご説明させていただきますが、説明の前に修正箇所がありますのでご説明します。17ページの「施策の柱」について、I～IVまでの表現とVの「施策の方向」1～4の表現が異なっておりました。I～IVの表現に合わせる形で修正したいと考えております。なお、33、34ページも併せて修正したいと思います。2点目ですが、19ページ以降において、現計画からの変更点を示すために、次期計画に新たに掲載する事業について、取組事項の表の右端に黒星印をつけております。また、現計画より拡充して取り組む事業については白星印をつけております。これに加え、重点的に取り組む施策を明らかにすることといたしまして、対象の項目について網掛けと【重点】と表示をしております。パブリックコメント以降は星印欄を削除し、【重点】のみ残すことを考えております。審議会当日のご提示となり、大変申し訳ございませんでした。本日の審議会でもご意見は頂戴しますが、パブリックコメント期間中は委員の皆様からも随時ご意見をお受けしたいと考えております。それでは、資料 1-1 中間案の表紙裏の目次をご覧ください。中間案は、前回お示しした素案に、第1回消費生活審議会でもいただいたご意見や、市役所内の関係課で構成する消費者行政連絡調整会議で出された意見などを基に修正を行ったうえ、市役所内各課への照会などにより「取組事項」の「主な施策」を取りまとめ、第4章の「施策の体系」及び「施策の展開」を具体的に作成しております。加えて、現計画の第3章をベースに、巻末資料1の消費者教育推進の部分を追加しております。なお、資料2以降は、事実関係をまとめるものですので、中間案では省略し、最終案でお示ししたいと考えております。また、資料7の用語集に入れる予定のものにつきましては、本文中に「* (アスタリスク)」を入れて表記をしております。まず、1ページですが、素案では策定の趣旨と経緯をそれぞれ記載しておりましたが、審議会にていただいた「消費者の保護」から「消費者の自立の支援」、さらに「持続可能な社会の実現のための責任を担う消費者の育成支援」という消費者行政の視点の変化を明確にすべきという意見を受け、趣旨と経緯をまとめた記載とし、視点

の変化がわかるよう修正しました。2 ページに記載しておりました「計画の推進体制及び進行管理」については、第4章に移動しましたので後ほどご説明します。5 ページの「在留外国人の増加」については、相談件数が少ないことから詳細には記載していなかったのですが、審議会で委員の皆様から複数のご意見をいただきましたので、相談状況と今後の見通しについて追記しております。なお、仙台市在住の外国人の生活相談などに対応している「多文化共生センター」へ問い合わせたところ、消費生活に関する相談は数件あるとのことでした。その場合は、当センターや購入店舗に相談するようご案内いただいておりますので、今後とも連携を図ってまいります。新型コロナウイルス感染症については、委員の皆様より複数のご意見をいただいておりますので、修正・加筆しております。まず6 ページですが、感染症拡大による消費生活への影響について加筆しています。また、14 ページ以降は、今後5年間の計画期間を見据え、新型コロナウイルス感染症に限定せず、「感染症の拡大時等の非常時」という表現で3カ所掲載しました。1カ所目は14 ページですが、新たに「消費者被害の防止及び救済」という項目を設け、こちらの2段落目に記載しました。2カ所目は、23 ページの施策の柱「Ⅱ 消費者教育・啓発の推進」の「今後の取り組み」の4段落目に掲載しております。3カ所目は、27 ページの施策の柱「Ⅲ 消費者被害の防止及び救済」の「今後の取り組み」の3段落目に、悪質商法等の消費者トラブルを防ぐための情報提供や注意喚起について記載しました。新型コロナウイルス感染症関連につきましては、今後の状況の変化を踏まえ、最終案までにさらに整理が必要と考えております。ページが戻りますが、6 ページをご覧ください。SDGs についても審議会でご意見をいただいたことから、「持続可能な社会の実現への関心の高まり」の4段落目に、消費者行政と最も関連のあるゴール12について追記しました。11 ページの図表19ですが、素案では「消費者トラブルを防ぐために大切だと考える取り組み」について掲載しておりましたが、後ほどご説明いたします「評価指標」と関連性を持たせるため、「消費者被害に遭わないための取り組み」に差し替えております。15 ページの「消費者市民社会」の記載についても、審議会でご意見をいただいております、なかなか浸透していない「消費者市民社会」について囲みで説明を追記しました。18 ページからの「2 施策の展開」についてですが、事務局でこれまでの施策の取り組みの検証、市役所内関係各課への意見照会などを基に作成したものです。審議会で5年前、10年前との比較があるとわかりやすい、また、状況に応じて施策を削除することも必要とのご意見をいただき検討を行いました。高齢化の更なる進行や成年年齢引き下げ、SDGs の採択など、新たな課題への対応及び持続可能な社会の実現に向け、取り組みの拡充を図る必要があります。これまでの取り組み事項についても施策ごとに検証した結果、消費者政策のベースが大きく変わるものではないこ

とから、「施策の柱」及び掲載した「取組事項」の多くは現計画から引き継いだ形となっております。それでは、各施策の柱ごとの主な取組事項を中心にご説明いたします。素案では計画全体の成果を評価する指標として、3つの指標を提案しておりましたが、審議会でも指標の検討が必要とのご意見をいただいております、5つの指標を追加し、施策の柱ごとに取り組むべき課題に対応する指標を設定いたしました。「Ⅰ 消費生活の安全・安心の確保」でございますが、消費生活の安全・安心の確保は、いわば消費者行政の基盤となる取り組みでございます。引き続き食品の安全や計量の適正化に取り組むほか、新たに食品等事業者へのHACCPの導入支援、食品表示法改正に伴う適正表示の監視指導等に取り組んでまいります。21ページの評価指標ですが、新たに食品表示の調査件数及び計量検査のはかりの検査戸数を設定しました。22ページをご覧ください。「Ⅱ 消費者教育・啓発の推進」でございます。消費者教育推進計画の要となる取り組みと捉えておりまして、ライフステージに応じた消費者教育・啓発の更なる充実に取り組んでまいります。特に、令和4年4月に迫った成年年齢引き下げに向けて、若年者に向けた消費者教育・啓発に重点的に取り組みます。また、持続可能な社会づくりに向けたライフスタイルの推進を目指し、エシカル消費等の普及・啓発を行ってまいります。26ページの評価指標ですが、新たにウェブ教材「伊達学園」のアクセス数を指標に設定しました。GIGAスクール構想の加速で、仙台市立小中学校の全児童生徒にタブレット端末が配備されることから、当センターのオリジナルウェブ教材「伊達学園」をタブレット端末に対応できるよう改修することとしており、学校や家庭で積極的に活用いただくことで、消費者教育の推進が期待されると考えております。また、素案でお示ししました「消費者市民社会の形成に寄与する取り組みを心掛けている市民の割合」について、こちらの柱Ⅱの指標としました。これは、10ページの図表17のアンケート結果を現状値として、「かなり心掛けている」と「ある程度心掛けている」の合計値としておりましたが、評価指標③の「食品ロスをなくす、減らす」の現状値に誤りがありましたので訂正し、それに伴い目標値も修正しております。素案では、現状値89.7%に対し、目標値95%以上としておりましたが、正しくは現状値が79.8%でしたので、目標値を90%以上としました。27ページをご覧ください。「Ⅲ 消費者被害の防止及び救済」でございます。被害の未然防止に向け適時適切に必要な情報を提供するとともに、年々多様化・複雑化する相談内容に的確に対応し、被害の救済や拡大防止に取り組んでまいります。特に、消費生活センターの役割などについて、さまざまな媒体を活用してPRを行い、認知度向上を図るとともに、当センターを知らなくても、市役所の他の部署等から当センターに繋げることができるよう市役所内部や関係機関等との連携を図ります。また、多様化・複雑化する相談内容に対応するため、消費生活相談員の資質向上

に取り組んでまいります。さらに、外国人住民が増えていることを踏まえ、関係機関と連携を図り、相談窓口の周知や通訳支援等を行います。29 ページの評価指標ですが、素案でお示しした「消費生活センターの認知度」につきましては、こちらの柱Ⅲの指標としました。消費生活センターの名前も業務内容も知っている市民の割合の目標値を 40%以上としておりましたが、審議会でのご意見を踏まえ、50%以上に修正しました。また、新たに「消費者被害防止の取り組み状況」を設定し、11 ページの図表 19 のアンケート結果より「消費者被害に遭わないために日頃気をつけている市民の割合」を現状値として、目標値を設定しました。30 ページをご覧ください。「Ⅳ 高齢者等特に配慮を要する消費者への対応」でございます。審議会に関連する SDGs にゴール 3 が入っていないとのご意見をいただいております、ゴール 3 を追加しました。高齢化の進行に伴い、高齢者からの消費生活相談が多く寄せられており、高齢の方や障害のある方の消費者被害を防止するため、本人への啓発に加え、地域包括支援センターや地域団体などの見守りネットワークの皆さんと連携しながら、消費者啓発を推進してまいります。32 ページの評価指標ですが、新たに配食サービス配達時の注意喚起チラシの配布団体及び配布部数を設定しました。また、素案でお示しした出前講座の実施回数については、こちらの柱Ⅳの指標としました。高齢者・障害者向けセミナーと、見守りを行う団体向けセミナーの 2 つに分け、それぞれの実施回数に修正しております。33 ページをご覧ください。「Ⅴ 多様な主体との連携の推進」でございます。「多様な主体との連携」は計画全体にかかるものであるため、Ⅰ～Ⅳの「施策の柱」ごとの取り組みの中に、さまざまな主体との連携により実施する事業を「関係機関・団体等との連携」として記載し、「施策の柱」Ⅴに再掲の形で掲載しました。多様化・複雑化する消費者問題に対処し、消費者教育・啓発を推進していくためには、さまざまな主体と情報を共有しながら、連携を強化していく必要があります。今後とも、消費生活センターがコーディネート役を果たしながら、消費者被害の未然防止・拡大防止を図るとともに、消費者教育・啓発を推進することにより、市民生活の安全・安心や消費者市民社会の形成を目指してまいります。35 ページをご覧ください。「3 計画の推進体制及び進行管理」でございます。素案では第一章に掲載しておりましたが、具体の取組事項に併せて掲載したほうが納まりがよいと判断したものでございます。最後に、「【資料 1】持続可能な社会を目指して～消費者市民社会の実現に向けた消費者教育の推進～」でございます。こちらは、現計画の第 3 章にあたる部分になります。「消費者教育推進法」の規定により策定された「消費者教育の推進に関する基本的な方針」に基づき、消費者教育の意義、消費者教育の推進の必要性、消費者市民社会、消費者教育の推進の基本的な方向、さまざまな場における消費者教育として本市での取り組み等について掲載したものです。計画本文に掲

載することも検討しましたが、ボリュームが大きく、計画の章だてになじませることが難しいことから、資料として掲載することといたしました。本文と併せご覧いただき、消費者教育に関する理解を深めていただければと考えております。説明は以上でございます。

(佐々木会長) 事務局から、消費生活基本計画・消費者教育推進計画の中間案について、今後の策定スケジュールも含めて、資料 1-1、1-2 により説明していただきました。それではこれから、各委員の方々からお一人ずつご意見をいただき、その後自由な形で議論していきたいと思っております。今回は中島委員からお願いしたいと思っておりますが、よろしいでしょうか。

(中島委員) 仙台市地域包括支援センター連絡協議会の中島でございます。まずは今、話を聞いて消費生活とは市民全員の問題であるというのが大きいところだと思えました。その中で、ライフステージに分けて施策を講じるというのは大事だと思います。また、専門機関との連携協力はもちろんですが、一番は市民一人ひとりがお互いに繋がって、お互いを助け合う意識が高まっていくことであり、高齢者の問題は高齢者で何とかするというのではなく、世代間の交流が大事だと思います。交流も含めて支え、かつ推進していかなければより良い社会はつくれないのかなと思えました。記載のありました「消費者の自立の支援」というのは、やはり本人だけでは無理で、機関や補助などの全てを活用しなければ、こうした社会はつくれないのではないかと思います。また、より具体的で細かな計画案が求められてきておりますので、消費者市民社会の実現に繋がるのではないかと感じました。ただ、23 ページのライフステージ別に記載された部分について、その前段階で高齢者のトラブルが増加していることや、見守りについての記載がありますが、ライフステージ別の項目を見ると、学校側の教育体制や、前回意見のありました外国人住民への対応というところは盛り込まれていますが、認知症についてはある程度問題が表面化されている中で、ライフステージ別に記載するのは少し難しいのかもしれませんが、高齢者は 65 歳以上と定義で決まっていて、65 歳は今非常に元気だと思います。今後、恐らく単身世帯や高齢世帯がますます増加していくと思っておりますので、そのような方々を一つの区切りとして、何か施策を講じて、少しでも元気な時から意識を高めておくことが、今後生きていく中で安全な消費生活に繋がるのではないかと感じました。

(佐々木会長) 事務局いかがでしょうか。

(センター) 今お話しがりましたが、一人暮らしで認知症や体に障害のある方につきましては、社会全体で見守っていく取り組みが必要と思っております。その一方で、元気な高齢の方、消費者教育・消費者行政に関心のある方もいらっしゃると思います。そのような方々に対しましては、24 ページ「(5) 地域や一般市民に向けた消費者教育・啓発」に記載のある出前講座「くらしのセミナー」を中心に、地道に啓発を行っていかうと考え

ております。また、コロナ禍においてなかなか「くらしのセミナー」が開けないということもありますので、計画中に明記はありませんが、いわゆるデジタルになりますけれども、代わりにどのようなことができるのかということは当然考えていかなければいけない課題だと考えております。

(佐々木会長) ありがとうございます。それでは鳩原委員お願いいたします。

(鳩原委員) 鶴谷小学校、鳩原でございます。今回中間案をいただきまして、1ページ「策定の趣旨」に経緯を加えられたというご説明を受けました。前回の計画から新しい時代になっていることを改めて感じました。「消費者の保護」から、「消費者の自立の支援」へ、さらに「持続可能な社会を実現するための役割を担う消費者の育成支援」へと視点が広がったということをご共有するということは、大変大事なことで感じました。消費者教育という視点から考えさせていただきますと、やはり幼児期から高齢期までの各段階において、体系的に行う必要があるということ強く感じております。今回の中間案を拝見して施策の体系、あるいは評価指標ということが大変明確になったと感じます。よく整理していただいたと思います。目次にも、「文中[*]印を付した用語は、巻末の用語集に解説を入れる予定」とありましたけれども、前回の計画にある用語から、かなり説明を必要とする用語が増えているのではないかと思います。そのような中で5年間の時代の流れを感じるとともに、文言の理解がないと趣旨が十分に伝わらず、消費者教育あるいは消費生活の充実に繋がらないと感じました。私も新しい言葉が出てきますと、自分で調べながら進まない理解できないことがたくさんありますので、そういった意味では先ほどの説明にありました資料を、後ろに全部まとめていただいております、大変分かりやすい作りだと思いました。省くことはできないけれども、本文に盛り込むには内容が多すぎるというご説明がありましたけれども、その通りだと思いました。そのような中で、大変作り易いものになっていると感じました。また、39ページに掲載しております「消費者教育体系イメージマップ」は大変大事だと思っておりますので、こちらを追加していただけて良かったと思っております。それから、22ページの記載ですが、「Ⅱ 消費者教育・啓発の推進」について、取り組みが具体的に示されておりました、今後の見通しが持てるものになっていると感じました。25ページに「食育の推進」について示されており、「①保育所において食育の推進を行います」とございましたが、小・中学校におきましても、教育局から示されている「杜の都の学校教育」における重点事項として、食育の推進を掲げておりますので、体系的というところを大変意識した計画にさせていただいておりますことから、小・中学校でも食育の推進をしているということを記載していただければと思いました。ご検討いただければと思っております。全体的に本当に先を見通した計画になっていると感じました。以上です。

(佐々木会長) どうもありがとうございます。事務局いかがでしょうか。

(センター) 最後のご提案につきましては、再度検討させていただきたいと思っております。
ありがとうございます。

(佐々木会長) 続きまして、渡辺委員お願いいたします。

(渡辺委員) 何点か質問と意見を発言したいと思っております。まず、18 ページ「I 消費生活の安全・安心の確保」についてです。「これまでの取り組みの状況」に「東日本大震災等の経験を踏まえ、災害時における対応について検討を進めています」という記述がありますが、こちらは施策の方向「5 大地震等の災害時及び緊急時における対応」に記載のある取り組みの状況ということで把握はしているのですが、東日本大震災から 10 年が経過しており、さまざまな対応が進められてきた中で、災害時における対応について検討を進めているというのは、今後 5 年間の計画において記述が少ないのではないかとこのところでございます。こちらの震災時への対応について検討を進めるというのは、どこの部分を指しているのか質問したいと思います。次に、全体的なところでございます。指標の設定では、実効性のある計画とする観点から、各施策の数値目標を取り入れていただいたというのは本当に評価できることでございます。先ほど、具体の説明がありましたので理解しましたが、35 ページの計画の進行管理について「年度ごとに施策の取り組み状況の評価を行い、その結果を本市ホームページに掲載するなど、取り組みの充実を図ります」と記載されておりますけれども、これは毎年度行われる基本計画の実施状況報告を指しているのか、施策の評価指標を指しているのか分かりませんでした。また、各施策の評価指標について毎年度出されている実施状況報告とどう整合性をとっていくのか、加えて評価指標の管理は毎年度の審議会の中で評価・検証していくのかを確認したいと思います。次に、意見として指標の目標値ですけれども、先ほど数ヶ所目標値の説明がありまして、課題にあげられている項目を取り入れたということは分かったのですが、例えば 29 ページの評価指標に記載のある「消費生活センターの認知度」、「消費者被害防止の取り組み状況」の指標の現状値について、実態調査の上での現状値だと思いますが、今後 5 年間の計画において、現状値が低いから目標値も低いのだと思うのですが、記載いただいている目標値が本当にこれで良いのか、こちらの目標値の設定の仕方、根拠があれば教えていただきたいと思います。意見としましては、33 ページ「V 多様な主体との連携の推進」における「今後の取り組み」に「市民活動団体等」とあるのですが、こちらに是非「適格消費者団体消費者市民ネットとうほくなどの市民活動団体等」と加えられないかと感じておりましたので、ご検討いただきたいと思います。次に 24 ページ「(5) 地域や一般市民に向けた消費者教育・啓発」というところでは、消費者市民社会の実現に向けて、市民に対して理念を伝えるのは難しいと先ほどおっしゃられたと思いますが、私もまさにそうだと思います。

消費者が啓発や推進に関わって、伝えていくということが、この消費者市民社会の実現にはとても大事になるかと思えます。行政が主体的に広げていくのではなく、市民が役割を担った伝え方というのが必要という観点から、(5)にぜひ地域において市民から市民へ広げていくということを推奨するためにも、消費生活パートナーの記述があっても良いのではと感じております。全体を通しては、前回の審議会の意見を取り入れていただいた内容になっていると思えますけれども、一つ気になりましたのは、現状と課題に記載されていることと具体的な施策がリンクする形の進め方が良いのではということです。例えば、課題ではコロナウイルス関係の記述が「消費者被害の防止及び救済」に記載されておりますが、実際の施策は20ページ、施策の方向「5 大地震等の災害時及び緊急時における対応」に記載されていますので、課題と具体の施策のリンクの仕方、また本当に合っているのかどうかを再度検証していただきたいと感じております。加えて、1つお願いがございます。SDGsについてですが、今回の17ページから「関連するSDGs」として施策の部分に掲載いただきました。この冒頭の記述についてですが、評価指標と合わせてSDGsの説明はありますが、SDGsも入れた施策の進行状況を把握するために掲載したということもここでも記述していただきたいと感じましたので、ご検討いただければと思います。以上です。

(佐々木会長) ありがとうございます。非常に詳細なご意見や質問いただきましたが、事務局いかがでしょうか。

(センター) まず一つは、東日本大震災に限らず、今回の新型コロナウイルス感染症もそうですが、社会不安があるときに悪質商法は横行することから市民を守っていくという観点が一番強いということがございます。ただ、「検討を進めています」だけでは東日本大震災の記述として、少ないのではないかと、もう少し厚くする必要があるのではないかと、という趣旨だと捉えてよろしいでしょうか。

(渡辺委員) 具体的な施策として、「施策の方向」5で3点程掲載されておりますので、こちらに対しての記述があってもよいのではと感じました。

(センター) こちらにつきましては、どのような形にできるか検討したいと思います。次に、17ページのSDGsに関する部分ですが、こちらについてはご指摘を踏まえて修正していきたいと思えます。また、24ページの消費生活パートナーに関する記述の追記についてです。こちらは「(8) 人材の育成」に掲載しているのですが、確かに消費者教育・啓発を担う重要な制度でございまして、こちらにも掲載し、かつ「(8) 人材の育成」に再掲することはできるだろうと思えますので、その方向で検討していきたいと思えます。次に、29ページの評価指標についてです。確かに、発射台が低いということで目標値をどのくらいのレベルで設定した方がよいのか非常に迷いました。余りにも非現実的な目標ではなく、今後その指標を目標に取り組んでいくにあたり、ある程度このレベルまでは持つていく

必要があるという指標を設定しました。客観的な根拠があるわけではございません。このような取り組みを意識されていない方々が多いということは事実だと思いますので、目標値に近づけるよう努力していきたいと思っております。また、努力をしたらなんとか達成できるのではないかとこの取り組みを講じていきたいと思っております。次に、33 ページ「市民活動団体等」という部分について、ご指摘を踏まえて検討していきたいと思っております。次に、35 ページの取り組みの評価についてです。「取り組みの充実を図ります」とあるのですが、充実というのはまず1つとして今まで同様、年度毎に事業全体の管理指標を定めて計画をどの程度達成できたかということを審議会で報告していかなければいけない部分だと考え、基本的には踏襲するというご指摘でございます。また、今回柱ごとに目標を設定いたしました評価指標について今考えておりますのは、単純に拾える数値と市民にアンケート形式で聞かなければいけない数値が混じっておりますので、市民アンケートを毎年度、例えば「市政モニター」などを活用してご意見を伺い、どのくらい市民に浸透しているかを把握していきたいと思っております。また、5年に1回の計画改定の前年には今回同様に大規模なアンケート調査をいたしまして、どのような結果だったのかを把握していきたいと思っております。当然、その結果については審議会でも報告させていただくことになると思っております。

(生活安全安心部長) 私から少し補足させていただきます。最初に申し上げました、18 ページの災害時の対応でございますけれども、渡辺委員ご指摘の通り、18 ページではさらりと書かれており、20 ページ「大地震等の災害時及び緊急時における対応」にはある程度のご指摘が書かれているということで、ご指摘のポイントというのは、「検討を進めています」とだけが書かれているのは、これまでの取り組みとして足りないのではないかとこのことだと思います。このような書き方をしていたのは、東日本大震災を例示させていただいておりますけれども、皆様ご存じのとおり新型コロナウイルス、また以前に比べますと水害による被害が多くなっているということで、終わりのない検討を続けていかなければならず、「検討を進めています」という表現をとらせていただきましたが、20 ページに3点書かせていただいておりますので、この点を踏まえた記述等を加えるようにしていきたいと思っております。次に、24 ページにおいて、市民から市民へ考え方が広がっていく姿勢、そのような取り組みということで、(5)に消費生活パートナーの記述をとるご発言でございましたので、取り入れる方向で考えさせていただきたいと思っております。次に、33 ページ「市民活動団体等」という部分に「適格消費者団体消費者市民ネットワーク とうほくなどの」を追記できないかとお話がありました。「適格消費者団体」という文言を掲載するのは問題ないかと思っております。ただ、こちらに固有名詞を掲載するのは難しいと思っております。このような取扱いとさせていただきます。私からの補足は以上となります。

(佐々木会長) ありがとうございます。ただ今、時間が 11 時になったところまでございまして、ここで 5 分間、休憩時間として換気させていただきたいと思っておりますのでよろしく願いいたします。

(佐々木会長) それでは再開したいと思います。高橋委員お願いします。

(高橋委員) 消費者市民ネットとうほく高橋です。前回から中間案までの間に発言のありました部分について、たくさん盛り込んでいただきましてありがとうございます。何点かお話をさせていただきたいと思っております。まず 3 ページ第 2 章「消費生活をめぐる社会の現状と課題」に「高齢化の進行」との記載がございます。ここに「3 人に 1 人が 65 歳以上」という記載がございますが、できれば具体的に人数等を入れていただければより分かりやすくなるのではないかと思います。続いて、11 ページ「消費者被害に遭わないために」ということで、仙台市消費生活センターの認知度が図表 18 にございます。「名前も業務内容も知っている」が 35.6%、「名前は聞いたことがあるが、業務内容までは知らない」が 47.7%で、合計すると 83.3%との記載がございます。ですが、認知度というところを指すのではないかと思いますので、認知度の中から 47.7%は除いたほうが良いのではないかと思います。また、29 ページにあります評価指標の中にも同じような認知度の記載がございますので、こちらと合わせると整合性はとれるのではないかと思います。ご検討いただきたいと思います。次に、14 ページ「消費者被害の防止及び救済」という新しく追記になった部分だと思いますけれども、こちらの 5 行目に「高齢者」と記載がありますが、こちらに「障害者」という文言を追記していただきたいと思います。また、「高齢者の見守り」についてですけれども、国民生活センターが今年の 9 月 17 日に公表の「注目情報」に、2019 年度にみる 60 歳以上の消費者トラブル、80 歳以上の相談件数が過去最高に上ったと公表されております。周囲の見守りが一層重要との記載がございました。今後、益々高齢者が増えていくということで、さらに相談件数も増えていくと予測されますので、こちらの 3 行目に「これまで以上に」や、「更なる消費者被害防止への取り組み」などの文言をいれていただくことを検討いただければと思います。次に、16 ページ第 3 章「目指すべき姿と施策の柱」について、第 2 章で指摘されていることが、第 3 章で反映される流れになるかと思っておりますので、より関係を明確にするという意味で、第 2 章の「高齢化の進行」や「デジタル化の進展・電子商取引の拡大」、「自然災害の激甚化、多発化、新型コロナウイルス感染症の拡大」などの消費者を取り巻く社会情勢について、第 3 章の施策の柱「I 消費生活の安全・安心の確保」等に記載していただくのがよいのではないかと思いますのでご検討をお願いいたします。次に、23 ページについて先ほど事務局から【重点】という項目が入るということでしたけど、消費者教育の取り組みに関して市内

の小・中学校及び高校のカリキュラムに盛り込むなど、もっと具体的な方法を記載されてはどうかとの意見です。次に、33～35 ページに記載のある「消費者団体」について、先ほど回答を頂戴しましたけれども、ぜひ「適格消費者団体との連携」と記載していただきたいというところがございます。また、直接の部分ではないのですが現計画の重点的監視項目の中に、消費生活相談のあっせん解決率というものがございます。前回もお話があったかと思いますが、あっせん解決率を昨年度達成していないことについて、積極的に消費生活センターにいる消費生活相談員が受けた相談をあっせんしていった結果だということのご説明を頂戴しましたけれども、相談現場にいる消費生活相談員が動きやすい目標ではないのではないかと感じております。今回、消費生活センターの相談を受ける体制も変わったということですので、こちらに代わる新たな重点監視項目のようなものを設けていただき、別の項目で検討いただけないかと思っております。また、今までの皆様からのお話からもありましたけれども、世代間の交流ということで消費生活パートナーのお話ができました。なかなか消費生活パートナーの募集をかけても、仙台市の場合、あまり応募人数は多くないのかなと思っておりますけれども、世代間の交流というお話もありましたし、例えば、学生や地域の方を募集するのも一つですけど、依頼してなっていたくという方法の検討も一つかなと思っております。それと、高齢者へのお弁当と一緒に配っていただいている「見守り新鮮情報」というチラシを今日提供いただいているのですが、こちらは高齢の方にお弁当と一緒に配布しておりまして、どのようなものかと思い今日配付をお願い致しました。このチラシを見て、下の部分にある「仙台市消費生活センター」のご案内は小さいと思っております。もう少し、消費生活センターをPRするために、高齢の方が見て目に入る文字、もしくは自宅の電話機の近くに切り取って貼ることができるというような活用も可能ではないかと思っておりますので、もう少し検討いただきたく思っております。消費生活センターの名前の周知にもなりますし、せっかく消費生活センターの電話番号が7867（なやむな）となっておりますので、そちらも十分活用いただいて、「悩まず 7867（なやむな）へ」など、何か語呂合わせなどをして活用いただければと思います。また、仙台市消費生活センターのマスコットキャラクター「さっち」も「察知をする」という意味での「さっち」なので、せっかくですのでそのようなことも含めてご検討いただければと思います。以上です。

(佐々木会長) どうもありがとうございました。事務局のほうでいかがでしょうか。

(センター) まず3ページ「高齢化の進行」における表現ですが、具体的に推定人口が約104万人で、その内、約35万人が65歳以上の高齢者とされているのですが、それよりは3人に1人が65歳以上という記載の方が伝わりやすい、イメージしやすいのではないかと考えてこのような表記をしたところですが、こちらを2つ併記したほうが良いということでしょうか。

(高橋委員) 私はそう思います。

(センター) 趣旨は分かりましたので、検討させていただきたいと思います。次に、消費生活センターの認知度について、「名前は聞いたことがあるが、業務内容までは知らない」の47.7%を併記したほうがよろしいということでしょうか。それとも、83.3%について「名前だけは知っている」という記載に置き換えたほうがよろしいということでしょうか。

(高橋委員) 認知度の中に、業務内容を知らないというのは含まれないのではないかとことです。83.3%という数値だけを見ると、消費生活センターの認知度はすごく高いと思ってしまいますけれども、実際はそうではないわけですので、こちらの部分を除いてはいかがかと思いました。

(センター) 趣旨はわかりました。より厳しく我々としても捉えて表現すべきではないかということだと思います。こちらにつきましても、検討させていただきたいと思います。次に、14ページ5行目の表現について、「若年者や高齢者」と表現されておりますけれども、こちらに「障害者」という文言を含めることは可能かと思っておりますが、その後の「高齢者の見守り」については、実は統計をとらせていただくと障害者からの相談が増えているという状況にはないため、「障害者」という文言は含めておりませんでした。しかし、障害のある方というのは被害に気付きにくく、深刻化しやすいということも懸念されますので、消費者被害の防止に向けて取り組む必要がある対象であるのは間違いのないと思ひまして、例えば16ページ及び31ページなどでは障害者も含めて高齢者等と表記をしたところですので、つまり、現状分析ではあくまで高齢者の被害が増えているという課題があり、そちらを踏まえて高齢者だけでなく障害者も含めて対策をとっていく必要があるだろうと考えているということでございます。そしてもう一つ、高齢化の進行に伴い、高齢者からの消費生活相談件数が増加しているということですが、確かに年々増加しており、その通りでございますので、修正についてご検討させていただきたいと思います。次に、課題と「施策の柱」の繋がりについてですが、第2章で指摘されていることが16ページ第3章の「施策の柱」で反映されているという流れがもう少しうまく伝わるような文言にすべきではないかということだと思いますので、そちらにつきましても、繋がりが分かりやすいように検討させていただきたいと思います。また、消費者教育の取り組みに関して市内の小・中学校のカリキュラムに盛り込むということですが、学習指導要領が改訂されまして消費者教育が充実されており、小学校は今年度から完全実施、中学校・高校も順次実施されていくという状況でございます。当然、消費者教育もカリキュラムに盛り込まれていくものと思いますが、これはあくまで各学校で作成するというものでして、我々の方で消費生活基本計画に、各学校のカリキュラムに盛り込むということに記載するのは現実問題非常に難しいと思っております。だからと言って何もやらないというわけではなく、各学校に働きか

けて、これまで以上に消費者教育に取り組んでいただきたいという思いは当然ありますので、そのような働きかけはしていきたいと思っておりますけれども、なかなかカリキュラムに盛り込むということを計画に記載することは現状では難しいと考えております。次に、33 ページに「適格消費者団体」という文言を追加するということについては検討させていただきたいと思っております。また、あっせん解決率についてですが、こちらを評価指標からあえて外したのは高橋委員ご指摘のとおり解決率が高ければいいという訳ではなく、低くてもあっせんしていくという方向にもっていきたく、そのような意識を高めるためにあっせん解決率を外したところではあります。去年のあっせん解決率は何%だったかを把握していく必要があるかと思っておりますが、計画に掲載するには馴染まないのではと考え、今回外したという経緯がございます。次に、チラシの表現ですが、こちらのチラシに限らず消費生活センターの認知度をアップさせていくためには、例えばテレビのCMを流すとか、地下鉄車内に常時広告を掲出するとかそのようなことができればいいのですけれども、予算に限りがあり難しいところではあります。このようなチラシや通知を1枚出すときにどうやったら消費生活センターを意識してもらえるのか、困ったら「7867 (なやむな)」や「188 (いやや)」に電話をかけていただけるとかということ意識して作っていく必要があると考えております。高橋委員ご指摘のとおりだと思っておりますので、十分意識していきたいと思っております。ご質問に対しては以上でよろしいでしょうか。

(高橋委員) はい。ありがとうございました。

(佐々木会長) ありがとうございました。では、佐藤靖祥委員お願いいたします。

(佐藤(靖)委員) 佐藤です。私からは3点です。対応関係が分からなくなるために、1点ずつ区切りますのでお答えいただければと思います。1つ目が質問ですが、まずその前に冒頭に言いたいのが今回第2章でかなり具体的な統計数値等を出しながら作られており、しかも内容としても基本計画という基本の計画であるもののかかなり具体的な方針を示しつつ作成されているということで、こちらを作るのはかなり労作だったと思っておりますので、お疲れ様でした。それで質問というのは、今の話とも関係するのですが、気になっているのが21ページ評価指標の「食品表示調査」と「計量検査」についてです。これらは必要なことだと思っており、ぜひ推進していただきたいと、しかも内容から見ると19ページ「施策の方向」2の(2)①、②で重点の課題となっております。しかし、重点の課題になっているけれども、現状値の118件に対し、目標値が毎年120件というのはあまり増えていないような気がして、計量検査は1,372件実施されており、これからも毎年1,300件以上実施するというのは、重点として実施していくのにちぐはぐかなと思ったのが1点目です。これはどのようなお考えなのでしょうか。

(センター) 食品表示につきましては、3年に1回の調査であり、毎年全件調査して

いるわけではございません。対象件数は、3年に1回ですので全体を3で割った数字となります。この場合だと、非常に消極的ではないかと思われるかと思いますが、この指標を作成したときに一番に考えたのは、当然これらはやらなければならないだろうということで、このような数字を設定しました。計量検査に関しましても、2年に1回の検査で青葉区・太白区と宮城野区・若林区・泉区というように区ごとに区切って実施しています。そうなりますと、だいたい検査戸数というのはこのような数値になりまして、最低限実施していこうということでございます。なお、実は検査をしていると廃業している事業所が多く、対象件数がどんどん減少している現状もございます。ただ、この件数は確実に達成できるように内部でしっかり管理していかなければならないと思います。

- (佐藤(靖)委員) そうすると、この令和元年度の数字については、令和元年度にたまたま3年に1度の調査を実施したという理解でよろしいでしょうか。
- (センター) 計画を立てて令和元年度に実施した件数となります。
- (佐藤(靖)委員) 令和元年度に実施した件数は118件なのですか、それとも3倍にした数字なのですか。
- (センター) 令和元年度は118件となります。
- (佐藤(靖)委員) そうすると、3年に1回の実施を毎年の実施に変えるという表現はできますでしょうか。
- (センター) 1事業所の調査を3年に1回というのは変えず、その上で毎年120件実施していくというものでございます。
- (佐藤(靖)委員) 分かりました。2点目が31ページの障害者も含めての高齢者等についてですけれども、前回鶴ヶ谷地域包括支援センターの方に来ていただいて、仙台弁護士会等が作成したステッカーについて私の方からご報告させていただいたのですけれども、「施策の方向」1の(1)②に配布物等についての記載があり、高齢者に対して注意喚起等の内容の資料配布となっております。ですが、逆に事業者に対して「そういうものはいりません」という意思表示をするための資料を配布するなどの、積極的に自分を防御するものの作成や普及について、最終的に弁護士会では条例で一定の効力を持たせるというところまで考えているのですが、まずはその第一歩として撃退のための資料の作成・普及ということもできれば掲載いただきたいと思ったところです。こちらはいかがでしょうか。
- (センター) こちらの配布物の中には、仙台弁護士会で作成されたステッカーも入ります。今でもステッカーのご要望もありますので、それらを包括的にこのような表現にしたところです。
- (佐藤(靖)委員) では、「施策の方向」1の(1)②に含まれているという理解でよろしいでしょうか。「注意喚起の」と記載があるから、「こういうのは気を付けましょう」という内容のものだけで対外的なのは含まれないと思って読んでおりました。
- (センター) ステッカーも注意喚起の媒体にあたるのではないかと考えております。

(佐藤(靖)委員) 注意喚起に含めてお考えになっているということでしょうか。わかりました。それでは、私としては方向性が逆のものが入ってしまっているから一緒に入れ込むのは難しいかと思ったのですが、注意喚起や事業者への不要の意思表示に関する資料などと是非入れていただきたく考えたところでした。

(センター) 検討させていただきたいと思います。

(生活安全安心部長) ただ今お話しがありました、防御に役に立つものをお渡しして知ってもらうこと、こういうものに使うと良いということを知っていただくことも啓発には入ると思いますので、こちらに含まれるという整理は大丈夫かと思います。ただ、ご指摘の通り分かる表記に改めていきたいと思いますので、ご了解いただければと思います。

(佐藤(靖)委員) 是非、普及も含めてご検討いただければと思っております。3点目は精神論ですが、指標についてパーセンテージがいろいろ出ていますけれども、認識としてはできるかできないかではできないのですけれども、最終的には100%を目指す、だけれどもこの5年間ではここまでは少なくともやる、最終的なものは100%だという意気込みでやっておられるということによろしいのですよね。

(センター) 当然そういうことでございます。

(佐々木会長) ありがとうございます。続きまして佐藤広行委員お願いいたします。

(佐藤(広)委員) 大変よくできてきていると感じました。私からは、どちらかという消費社会自体は消費者を中心とした考え方になっているのですが、牽引している側もしっかり知っておくということが実は重要で、例えば商工会議所などに、消費行動についてこういうことをやっているのだということをもっと明確に伝えていき、商店街の中での勉強会も含めて、詐欺のことや助けていくにはどうしたらいいのかということなども盛り込んでいったほうが、商店街が悪いことを全部しているわけではないので、どういう意識を持つべきなのかということを知る上で大事かと思われました。また、この前、私は小学校で仕事についての話をしてきたのですが、学校側ではなりたい職業について、何をやりたいのかでどんどん話を進めていました。その結果、今何が起こっているのかというと、私の会社でも1人辞めてしまったのですが、診断書を持ってきて、もう辞めたいです、と言ってくるというようなことです。実際やりたい仕事ではなかったという短絡的なことが多く、私も驚いて調べてみたところ、大変多くの学生が就職をして現実とのギャップに驚いて退職するということが起こっているらしいです。そもそも小学校の教育の中で、やりたい仕事は何なのかという教え方自体が、どんどん間違った方向に進んでいるのではないのか、それが結果として経営者などになったときに、消費社会でうまくやっていけなくなっているのではないのか、経営学的なことであるとか、地域の町内会の充実がなぜ必要なのかというようなことを教育していくことが起業家を増やし、結果として悪い人が

減り、全体が良くなっていく。消費者だけがしっかりやっけていこうということではなく、消費者はある意味経営者でもあったりするので、しっかり棲み分けてやっけていけば、困った人を経営者が助けるということに繋がっていくと思うので、そのようなところをしっかりとやっけていくことが大事なのかなというのほすごく感じています。きっと皆様は、就職する時にすべき仕事で働いたと思います。学校の先生にならなきゃいけないであるとか、何でもしますであるとか、私も大学卒業して就職した時には、能力がないのに私を使ってもらってありがとうございますという感覚で仕事をしていました。今、働く子供たちが専門学校を出てきたからすぐに実践できるというような感覚で仕事を始めてしまうと、誰かのために仕事をするという感覚が無くなってしまい、自分がやりたい仕事ではなくなったから辞めるという短絡的な結果になり、それを補完するためには心療内科の診断書がないといけないなどの勘違いを起こしてしまい大変残念だなと思っております。教育の段階でのしっかりとしたケアと言いますか、お金についての話や、経営学的に会社とは利益を取って動いており、社会とはさまざまな人の力でもって存在するということ、そして自分はそのパーツとして生きているということを明確にさせてあげた方が、夢物語でなんでもいいと言って世の中に出てしまうと違う世界に感じてしまうのかなと思います。少し話が変わってしまうかもしれませんが、そのようなところもしっかりしていくと消費社会というのは、良い方向に進んでいくのではないのかと思います。悪いことをする人は商工会議所に入っている人ではないと思いますが、商工会議所やそのようなところにも働きかけをしていただいで、こういうこともあるということを知っておくこと、騙されないようにお客様に伝えていくことも非常に有効なのではないかと思ひます。

(佐々木会長) ありがとうございます。事務局で何かありますでしょうか。

(センター) 今のお話に該当するかわかりませんが、23 ページ 2 段落目に「関係機関・団体等との連携を図り」とあり、「地域団体・事業所・任意のグループ等に対する出前講座等での啓発を推進します」とあるのは、まさに事業者の皆様も含んでいるということはお理解いただきたいと思ひます。そのような思ひを込めて、記載させていただいておひます。大変ありがたいお話で、教育というのは違うかもしれませんが企業への消費者教育として、商工会議所さん等と連携して消費者被害というのは今こういう現状になっているというお話をしっかりとしていくことは、非常に大事だと思ひています。このような表現ではあります、そのように読み取っていただければよろしいかと思ひておひます。ありがたい申し出でありますので、どのような連携ができるのか勉強させていただきたいと思ひます。

(佐々木会長) ありがとうございます。次に吉永委員お願いいたします。

(吉永副会長) 吉永でございます。事務局には事前に3点お伝えしておひましたが、本

日の議論の中で既に出てきたものもありますので省略するものは省略し、新たに思い浮かんだことも少し盛り込みつつ申し上げます。加えてもう1点、今日の議論を伺っていて全くの感想めいたことが改めて浮かびましたので、こちらも含めて合計4点を質問やコメントとして申し上げます。まず1点目ですが、取組事項について10年前の計画に比べて相当網羅的になっていると感じましたし、5年前の計画からも再度整理がされていると感じました。また、17ページでまず全体の体系を示しているのはすごく見やすくなったと感じました。その上で、実際にはこの星印マークは削除されてしまうというお話もありましたけれども、5年前の計画との比較で新規事業や拡充事業は印がついているのですけれども、削除したものと縮小したものは、特に印がなかったところでして、主だったものを簡単にでもいいので説明があるといいのかなと感じました。計画の本文に含める必要はありませんし、今回はまだ中間案でして、今後最終案に向けて変わっていくものかもしれませんので、今回でなくてもいいのかもしれませんけれども、何か議事録等そのようなところで、5年毎の計画の中身の変遷というのが、後から確認できるというのかなと思つてのコメントです。2点目については、評価指標についてです。既にいろいろとご意見が出ているものと重なるところがありますけれども、取組事項の数に比べて少ないという印象を持ちました。ただ、全部の取組事項に評価指標をつけるべきとは思いませんし、数が多い方がいいと思つているわけでもありません。数値目標を立ててしまふとその数字ばかり追いかけることになり、本末転倒なことになることもあり得ると思つますので、増やすことが大事だと思つているわけではありません。ただ、施策の方向性の全体をバランスよくカバーするとか、重点項目についてはカバーするとか、もう少し一定の範囲をカバーできる方が良いのかなとは感じました。また、指標の内容ですけれども、市として何件行うかというものやアンケート結果を何%以上にするというものとなつており、これらも重要だと思つているのですけれども、実際に社会がどう変わったのかということ把握できる指標があつてもいいのかなということを一ツ思つております。具体的に、適切な例なのかは分かりませんが、例えば食品ロスですと、廃棄物の実際の出方みたいなものが数字で捉えられるのであれば、きちんと把握するというのも一つかもしれないと思つます。また、数値目標ではなくても良いのかもしれないというのが今日の議論を伺っていて思つました。審議会への報告や報告書への記載の中で、この項目は丁寧に説明していきますという意味での重点項目ということであるのだとすると、数値ではなく先ほどの消費生活センターのあつせん解決率についてのご説明にもありましたけれども、例えばあつせん解決率が減っているのではないかというご指摘に対し、審議会の中でどのような事情でこのような数字になっているのかということについて、年度毎にきちんと説明しますという

形のように、評価指標という形で掲げるのが適切なのかは分からないのですけれども、報告の場面で重点的に報告する項目という示し方もあるかと思いました。いずれにしろ、先ほど佐藤委員からもありましたけれども、数値目標は最低限ということで、数字さえ満たしていればいいものではなく、消費生活センターの認知度になりますと、私は少しずつ増えていくものではないと思っていて、ある日やり方を変えたところ、爆発的かどうかはともかく、大幅に増えるというように階段状に増えていくのではないかと思うところもありますので、目標の立て方としては現実的な数字を掲げて構わないのかもしれないのですけれども、ぜひいきなり 100%に近づくような方法がないかというのは常に考えていただきたいと思いました。3 点目ですけれども、こちらにも既に何人かの委員の方から出ていたことと重なると思うのですけれども、第 2 章で「取り組むべき課題」が末尾に掲げられていて、第 3 章、第 4 章では「施策の柱」が出てくるのですけれども、これらは大部分が重なりつつも少しずつれているところが気になったところで、第 2 章の現状と、第 3 章、第 4 章のこれまでの計画ということのリンクについてもう少し見やすくなると良いと思いました。実際は第 3 章、第 4 章というのは、これまでの業務の積み重ねを再構成して、実際にやっていることを出発点に、それを再整理していくということになっています。第 2 章というのは、社会の現状ですので業務からすると、外在的なデータということになると思うので、一致するものではないと思うのですけれども、今までやってきたことがあって、現状なども踏まえて新しい目標になっている、第 2 章から第 4 章はそのような関係ですということについて、例えば繋がりが見えるようなことがあった方が良いのではないかと感じました。最後に、今日伺っていて思ったことになるのですけれども、コロナウイルスの問題で消費者啓発イベントがなかなかできない、特に高齢の方に向けてなかなかできないという話がありまして、恐らく動画さえ作れば見てもらえるというわけではないからというのが背景にあるのかもしれないのですけれども、もしかしたらネットが使えるとか、ネットの機器でスマートフォンやタブレットが使えるというのはある種の消費者教育なのかもしれない、消費者にとって大事なインフラなのかもしれないということを今日感じたところでした。例えば、その普及の現状についても把握していくとか、そのようなことは今後あってもいいかもしれないと思いました。5 年計画に盛り込むのが適切な事項なのかは判断できないのですけれども、今日伺っている感想として最後に 1 つだけ付け加えさせていただきます。以上です。

(佐々木会長) ありがとうございます。事務局いかがでしょうか。

(センター) 具体的に削除した部分を簡単に説明させていただきたいと思えます。机上のオレンジ色の冊子が現計画ですが、こちらの 21 ページをご覧ください。 「施策の方向」 1 の (2) ④、⑤につきましては、

関係局と調整しまして、アスベストの除去についての事業は平成 18 年度から実施しているのですが、毎年数件程度に留まっているということで、今回は計画に載せるまでではないというご意見でしたので、こちらは削除して「①地震災害対策の普及促進を図り、住宅の耐震化を支援します。」という部分に集約しております。次に、35 ページをご覧くださいなのですが、こちらの「施策の方向」1 の (1) ①、③、⑤そして、36 ページ「施策の方向」3 の (1) ①、②加えて (2) ①を削除しております。こちらは計画に載せるまでではないだろうという判断でございます。残りの施策については、新たな「施策の柱」の中に再編しております。次に、指標の考え方ですが、指標の数値についてこれでよいのかというのは確かにあるのですが、我々の考え方として、社会がどう変わったのかを把握する指標として、アンケート結果から市民の意識の変化というのを指標に定めております。例えば、消費者教育・啓発の取り組みを推進した結果として、26 ページの「消費者市民社会の形成に寄与する取り組みの状況」を掲げているところですが、その趣旨は正しい理解をもとに商品を選ぶ、人や環境に配慮した消費行動をする、食品ロスを減らすという 3 項目を設定しましたが、まずはこうした行動をとれる人たちを地道に増やしていくことで、社会全体に広がり、結果として消費者市民社会の実現に繋がっていくと考えての指標でございます。もしかすると、この指標がもうここまで達成できたのだから次の計画の段階で、例えば先ほど食品ロスについてご意見をいただきましたとおり、廃棄物の削減数量というのを次の目標に掲げてもよいのではないかということになるかと思っておりますけれども、その前段でまず人づくりといいますか、環境配慮型行動をとれる消費者を増やしていくことに主眼をおいたものでございます。「施策の柱」の重点施策を実施した結果、このような状況にしたいという理由付けで指標を設定したつもりではありますが、さらに設定する余地がないのかについては検討していきたいと思っております。また、繋がりの部分につきましては先ほどからお話もありましたので、第 2 章と第 3 章の繋がりが分かりやすいように修正していきたいと思っております。

(生活安全安心部長) 補足させていただきます。ただ今説明のありました計画から削除した項目につきまして、所長からお話した通りですが、ご意見の中にありました計画からどのように変遷してきたのかということを押さえておくということは確かに必要だと思いますので、計画に記載するのは難しいのですが、事務局として変遷をきちんと押さえて、今後役に立てるようにしていきたいと考えております。また、指標につきましては、計画としての仕上がりを考えますと数値を掲げられるものにせざるを得ないかと思っております。その一方で、先ほどお話にありましたけれど、あっせんに関する事などについて押さえていくというのは大事だと思いますので、数値であげるのは難しいけれども、例えば、その前の文章のところで、

「状況を把握し、今後の展開に活用していく」等の表現を盛り込むことはできるかと思しますので、そちらも合わせて検討させていただければと思います。

(佐々木会長)ありがとうございました。時間の関係もありますので私からは1点です。

35 ページ「計画の推進体制及び進行管理」についてです。多岐にわたる施策というのが、消費生活センターや仙台市だけではもちろん実現できるわけではなく、35 ページの図に記載されているように、いろいろな主体が連携して取り組んで初めてうまくいくものだと思っております。その一方で、今コロナウイルスの状況もあり、なかなかコミュニケーションがとれず、face to face の交流というのは難しい状態でもあると思います。そういう意味では、インターネットの技術というのはかなり進んでおり、大学の授業も今だとオンラインで顔が映るようなアプリやソフトを使って行っているというのがありますので、ぜひさまざまな施策にインターネットやオンラインのツールを利用するなど、最新の技術を使いながら施策の推進に取り組んでいく体制を作っていただければと思います。

(センター) 社会的な要請でもありますので、検討してまいりたいと思います。ありがとうございます。

(佐々木会長) それでは一巡しましたので、本日欠席の委員の意見をご紹介いたします。

(センター) ご欠席の斎藤委員から何点かご意見等をいただいておりますのでご紹介いたします。まず、14 ページ「高齢者」とありますけれども、「高齢者等」という表現でその後の表現と整合性をとったほうが良いのではないかということです。次に、17 ページ「施策の柱」Ⅰにおける「施策の方向」5 に「大震災等の災害時」とありますが、6 ページの現状と課題にて自然災害・感染症拡大を非常時としていることから、「自然災害発生、感染症拡大等の緊急非常時」という表現でも良いのではないかというご意見でございました。こちらについては、先ほど別途ご意見がございましたので調整していきたいと思っております。次に、同じく 17 ページ「施策の柱」Ⅴの「施策の方向」1~4 に各柱の連携が盛り込まれていることから、「施策の柱」Ⅰの 6、Ⅱの 3、Ⅲの 4、Ⅳの 3 の連携部分は重複しており、不要ではないかというご意見でございました。こちらについては、冒頭でご説明したとおりあえて重複させたものでございますので、そのようにご説明したいと思っております。次に、20 ページ「施策の方向」5 を「自然災害発生、感染症拡大等の緊急非常時における対応」とし、(2)、(3) の「災害時・新型インフルエンザ等発生時・緊急時等における」の部分は表題の繰り返しとなるので割愛したほうがよいのではないかというものでございます。次に、24 ページ「施策の方向」2 の「持続可能な社会づくりのためのライフスタイルの推進」の (2) ④として「消費者のニーズや事業者の取り組みを伝え合う等消費者と事業者との協

働を促すコミュニケーションを図る取り組みを推進する。」を追記したほうがよいのではないかというものです。消費者志向経営は消費者との意思疎通があつて初めて推進されるものであるとするならば、このような表現があつてもよいのではないかということでございます。最後に、36ページ「2「消費者市民社会」と「SDGs」」の末尾に、仙台市の姿勢として「本市ではマスコミやポスター・パンフレット等さまざまな媒体を通して「消費者市民社会」の理念と「SDGs」のPRに取り組んでいきます」の一文を追加すると、普及に努めようとする市の姿勢が伝わるのではないかというご意見をいただいております。これらにつきましては最終案を取りまとめる際に検討して参りたいと考えております。以上でございます。

(佐々木会長) ありがとうございます。その他、何か皆さんからございますでしょうか。もし、ないようでしたら以上で議事終了としまして、進行を事務局の方にお返しいたします。

令和 2年 12月 14日

仙台市消費生活審議会会長

佐々木伯朗

会議録署名委員

高橋 玲子