

別紙「第42回静岡県消費生活審議会議事録」

#### ○司会（大場県民生活課長代理）

それでは、皆様お忙しいところご参加いただき、誠にありがとうございます。

お時間となりましたので、ただいまから第42回静岡県消費生活審議会を開催いたします。

私は、本日の進行役を担当いたします、県民生活課、課長代理の大場でございます。

どうぞよろしく申し上げます。

初めに、事務局より定足数の確認についてご報告いたします。

当審議会は21人の委員で構成しておりますが、本日は17名の委員にご参加いただいています。

委員の半数以上の参加をいただいておりますので、静岡県消費生活条例施行規則第19条第2項の規定によりまして、本日の審議会の成立となりますことをご報告いたします。

それでは開会にあたり、くらし・環境部長の市川より一言御挨拶を申し上げます。

#### ○市川くらし・環境部長

皆様こんにちは。

本日はご多忙のところ、静岡県消費生活審議会に御出席いただきまして、誠にありがとうございます。

委員の皆様には、日頃から、消費者行政の推進を初め、県政全般につきまして、格別のご理解、御協力をいただき、心から感謝を申し上げます。ありがとうございます。

本日は新たな消費者基本計画の策定に向け、2回目の審議会となりました。

8月25日に開催いたしました前回の審議会では、活発な御議論を皆様にしていただきまして、ありがとうございました。

前回の審議会では、一つには高齢者、もう一つは、デジタル化をキーワードとした御意見を多数頂戴いたしました。

高齢者については、高齢者をひとくくりに見守りの対象と捉えてしまいがちですが、人生100年時代、例えば70歳、90歳、あるいは同じ年の方でも、それぞれ皆さん異なっています。

皆様の御意見を伺いまして、よりきめ細やかな施策の必要性を感じた次第でございます。

またデジタル化につきましては、デジタルによる被害防止にばかり目が向かがちです。

しかし、デジタルを避ければ、被害に遭わないという視点のみではなく、必要なのは、まさにデジタルディバイドの解消であります。

デジタルを使うことで、消費者のくらし向きを上げていく施策にも目を向ける必

要があると、改めて認識いたしました。

このほかにも、皆様からの御意見を参考にさせていただきながら、計画案を策定いたしました。この計画の目指す姿は、「誰一人取り残すことのない、安全・安心で豊かな消費生活の実現」であります。

この計画案につきまして、本日皆様に御協議いただいて、今後の消費者行政を更に推進して参りたいと存じます。

本日もどうぞよろしくお願いいたします。

### ○司会（大場県民生活課長代理）

ここで、皆様にお願いがございます。

会議中発言される際は挙手をしていただき、最初にお名前をおっしゃっていただくから、お話しいただきますようお願い申し上げます。

また、オンラインで御参加いただいております委員の皆様におかれましては、発言されている時以外はマイクをオフの状態にし、発言される時のみオンの状態にしていただきますようお願いいたします。

なお、当審議会の会議録は、情報提供の推進に関する要綱に基づき公開されますこと、御了解をお願いいたします。

この後の進行は、静岡県消費生活条例施行規則第19条第1項の規定により、会長に議長をお願いいたします。

それでは東会長、よろしくお願いいたします。

### ○東会長

皆様こんにちは。

ただいまご紹介いただきました東でございます。

今日は多数の委員の方々にオンラインでご参加いただき、そして、会場の方にもお越しいただいております。うまく両方つなぎながら、皆さんの御意見をいただき、この審議会を進めてまいりたいと思います。

よろしくお願いいたします。

それでは、座って失礼いたします。

それでは、早速、議事に入りたいと思います。

まず、最初に、議事の1番目でございます。

静岡県消費生活条例に基づく告示「不当な取引行為の指定」の改正につきまして、事務局から説明をお願いいたします。

### ○若月課長

県民生活課長の若月です。よろしくお願いいたします。

それでは、静岡県消費生活条例に基づく告示「不当な取引行為の指定」の改正について説明したいと思います。

資料は、A4の縦版で右上に資料1とされております。

タイトルは静岡県消費生活条例に基づく告示、不当な取引行為の指定の改正であります。目次が付されているもの、今、画面に映っているものになります。

この資料で、順を追って説明したいと思います。

少し時間がかかるとは思いますけれども、よろしく願いいたします。

それでは資料のほうをお開きいただきまして、1ページ目を御覧いただければと思います。

まず、告示、不当な取引行為を指定とは何なのかということでございますが、1にありますように、本県の消費生活条例では、不当な取引行為を行う事業者に対して、県が指導勧告等を行うことができるとされております。

そしてこの不当な取引行為は、条例により、告示で指定することとされております。

現在の不当な取引行為というのは、表にありますとおり、五つの場面に分けて、この五つのカテゴリーすべてで、42の行為が規定されております。条項が42にあるということでもあります。

ではなぜ、審議会でこの話をするのかということですが、2の告示改正手続き、こちらの方になります。

不当な取引行為の指定は、事業者の取引行為を規制する意味合いがございますので、指定に当たりまして、条例において、消費生活審議会の意見を聴取することとされております。

そういうわけで、皆様に御意見を伺うというものでございます。

それでは、どのような行為が不当な行為なのかということについては、2ページを御覧になっていただければと思います。

中段にイラストがあります。こちらの不当な行為というのは、典型的なものですけれども、このような消費者被害を引き起こす事業者の悪質な行為のことです。

こうした行為による被害を防止するために、条例であらかじめ、禁止する行為を明文化して、告示で指定することとしております。

そうした不当で悪質な行為は、条例ではなく、法律で規制されていないのか、と思うかもしれません。

このページの上段に記載されておりますように、特定商取引法という法律と消費者契約法という法律がございます。

このうち、特定商取引法は、訪問販売であるとか、通信販売であるとか、電話勧誘販売であるとか、それらの方法で取引する場合の義務行為、あるいは禁止行為が、法律の中で定められております。

これらの取引では、持っている情報、あるいは交渉力が、圧倒的に事業者が優位になっていることから、消費者トラブルが生じやすいと、そういう取引の類型が、法律で7類型、規定されております。

そして、そのルールを守らない事業者に対しては、指導、あるいは処分によって行政が取り締まります。取締の権限は、私共県の方にもございます。

しかしながら、特定商取引法では、訪問販売や通信販売等の特定の類型に当てはまらない業態、あるいは、対象から除外されている業種に指導することは、この法律に基づいては、できないということになっております。

もう一つの法律、消費者契約法という法律がございます。

こちらの法律も、消費者と事業者の情報、あるいは交渉力の格差を考慮したものでありまして、事業者の不当行為によってなされた契約を取り消すことができる旨の規定がございます。

こちらは、どの特定商取引に限定されずに、すべての取引における不当行為が規定されているわけですが、これは国民のルールがこの法律で決まっているだけでございまして、この法律で掲げられている不当行為を行う事業者、その事業者を行政が法に基づいて処分なり指導ができるというものではございません。

そこで、この矢印の先にあるように、法律によろしくない事業者の行為が書かれているので、条例に基づく告示で、処分はできないけれども、せめて指導ができるようにしようというわけでありまして。

次に3ページ目を御覧いただければと思います。

こちらはブドウのつもりですが、今回の告示改正のイメージであります。

このブドウが告示の規定とさせていただいて、粒の一つ一つがそれぞれ禁止行為を表していると、捉えていただければイメージできるかと思います。

上の方の部分は、現在の告示であります。

所々に粒がかけております。また粒が、くっついていびつになっているところもございまして。

これが告示の改正によって、下のブドウ、粒がそろってしっかりとした房になるというイメージになります。

上のブドウの粒が抜けているのは、先ほど説明しました①特定商取引法、②消費者契約法で規定されていながら、告示で規定されていない状態を表しております。

③の粒がつながっているというのは、不当行為が概括的、つまりざっくりと表現された、そういう条文となっていることを表しております。

もう一つ④というものがございまして。

これは法律で、よろしくない行為と規定されているわけではないのですが、さすがにこれは悪だろうという行為、これを告示で、不当な取引行為としていくというものでございまして。

他県の状況も見ながら、今回、一つだけ、④として加えたいと考えております。今回の改正によって、現在42行為、告示で指定しているものが、59行為になるわけですが、これは他県のブドウに遜色ないことになるというイメージであります。

ではなぜ、今、告示指定を改正するのかということですが、4ページを御覧いただければと思います。

こちらは、告示に係る法令の制定改正の経緯を表示したものであります。

表の一番左に、消費生活条例の歴史がございまして。

条例は、昭和50年には、そもそも消費者保護条例という名称で、最初に制定され

ました。

それが、昭和63年になってから、不当な行為を規制する旨の改正がなされまして、最初に告示指定されたのは、11行為であります。昭和63年の6月であります。

ここに、今、この表ですと、不当な取引行為の指定11行為と書いてございますが、正確には、不当な取引方法の指定と、当時の告示の名称は、不当な取引方法の指定という名称でございました。

そこから、平成11年4月、消費生活条例に条例の名前が変わった際に、不当な取引行為の指定の告示についても、表ですと「改正」とされていますが、「制定」されました。こちらは、現行の告示であります。

それから、その後、20年以上経過して、条例、告示は今に至っているということです。

先ほど説明しました、特定商取引法と消費者契約法の歴史は、その右にあるとおりでございます。特定商取引法の前身、訪問販売法は、昭和51年でございます。これが特定商取引法に変わったのは、平成12年であります。

同じ12年に、消費者契約法が制定されておりまして、表を御覧の通り、現在の告示指定の後に法律が改正されて、そしてたびたびその改正が繰り返されてきたという経緯がございます。

つまり法律の制定、あるいは改正というのは、その時々々の社会情勢を反映して行われますので、告示も社会情勢の変化に対応しなければという考えで改正するものでございます。

続きまして、5ページを御覧いただければと思います。

それでは、今回、どのような内容の改正が行われるのかということですが、今回の改正の一部を事例に当てはめた形で、二つ紹介したのが5ページであります。

これらは、いずれも法律の改正を告示に反映させた形の例になります。

一つ目の例は、平成20年の特定商取引法の改正で、勧誘を行われた後に、再度、勧誘するという行為を禁止するもの、いわゆる再勧誘の禁止が明文化されました。

これを告示して行為を加えるというものであります。

事例の欄にありますとおり、光回線を扱う事業者が、訪問し勧誘した際、消費者に断られたにもかかわらず、繰り返し消費者宅を訪問するという事例であります。

現行の告示では、勧誘の際に消費者に嘘を言ったり、迷惑を及ぼすそのような行為、これは規定されているので、そのような行為については指導はできます。

しかしながら、勧誘を断っている消費者を、再度、勧誘することを、現行の規定では、指導はなかなか難しい、できないことになっております。

この再勧誘の禁止を、告示に追加することによって、このような、不当な取引行為を防止するというものであります。

二つ目の例は、下の方ですが、平成30年の消費者契約法改正で、契約締結前に代金の支払いを求める行為、いわゆる送り付け商法の禁止が明文化されました。

事例欄にありますとおり、昨年、新型コロナウイルスの流行で、市場のマスクが不足した

際に、全国的にマスクの売りつけ商法が多発したと、そのような事例を掲げさせていただきます。

現行の告示では、このような、契約締結がなく、一方的に事業者が契約内容を実施する行為については指定されておられません。

改正によって、このような一方的な契約成立を誤信させるような行為、これを告示に追加することで、このような不当な取引行為を防止するというものであります。

続きまして、6ページを御覧いただければと思います。

先ほどブドウの絵のところの説明しました、改正の見直しの根拠は、①から④までありましたが、その根拠ごとに、不当な取引行為の指定の改正理由として整理したものが、この6ページの表になります。

1の法令改正の対応としましては、ほとんどこれなんです、①特定商取引法と②消費者契約法の改正を不当な取引行為として追加したものと③は概括的となっているものを、明確化したというものがございます。

これも法改正に対応したものにになります。

下の段の「その他」は、④他県の規定状況を踏まえて、新たに不当な取引行為として明文化したものでございます。

具体的には、名称等を明示しないまま、消費者に履行を強要する行為、いわゆる架空請求でありますけれども、これを一つ追加しております。

この表の右側の列に、不当な取引行為として追加修正する事項を記載してあります。

それらが具体的に、どのような事例を想定しているのかというのは、この列にAからVまでアルファベットが付してありますが、これが7ページ以降、右側のページ以降の、追加修正する不当な取引行為の概要説明、こちらにそれらの例が示されております。

7ページで言いますと、真ん中の列に、理由欄のアルファベットに対応させております。

例えば、今見ていただいている左側のページの上から、2番目にBがあります。

先ほど事例を説明しました、いわゆる再勧誘の禁止については、右側のページ、7ページ目の、上から二つ目の箱、ここに掲げられておまして、(2)勧誘拒絶の意思表示をしている消費者に対する勧誘は、真ん中の列を見ていただくと、理由欄のBに対応させております。

このような記載で、7ページから、13ページまでが、概要説明になっております。

そして、さらに、14ページと15ページ、こちらが改正項目案、一覧になっております。

追加する項目というのは、この表に黒マルがついております。

整理修正する項目については、白三角がついているものがそれに当たります。

さらに、次のページ以降、16ページから24ページまで、こちらが新旧対照表になっております。

新旧対照表では、改正前の条文は、変更のない部分は(略)としておりますので、

少し見にくいかもしれません。25ページに消費生活条例の抜粋、さらにその先の26ページから最後のページ29ページまで、これが現在の告示の規定になっております。

不当な取引行為についての説明は以上でありますけれども、改めて一番最初のページにお戻りいただきたいと思っております。

今回不当な取引行為の見直しを、20年以上ぶりに行ったわけですがけれども、やはり社会情勢の変化への対応というのは、よりタイムリーに、随時、行っていかなければならないと、課題認識しております。

従いまして、このページの一番下の文章がそうなんですけれども、「告示指定については、少なくとも、3年ごとに関係法の改正状況等を勘案して、見直しの検討を行い、必要な措置を講ずる」と、告示の附則に、この旨の条文を置きたいと考えております。

附則も当然、告示として、公告いたしますので、検討結果についても、公表する必要があるということになります。

その時々のご検討結果が、告示の改正に繋がるのであれば、当然に今回のように、審議会において御意見を伺うわけですがけれども、その検討の結果で、告示の改正の必要がない場合であっても、なぜ、改正の必要がないのかについて、審議会に報告する、そのような仕組みとしたいと思っております。

最後に今後のスケジュールですがけれども、本日、皆様から御意見をいただきたいと思っておりますし、また、皆様に送付した資料の中に意見票というものがあると思っております。

今日は、時間を限られた中ですので、意見があればこちらの意見票を送っていただければと思っております。

条文の精査をさらに行って、告示案を作成して12月下旬から4週間程度、パブリックコメント、県民意見提出手続きを行います。

その意見を踏まえてさらなる検討を行って、年度内に、告示を公布して来年度、4月1日の施行を予定しております。

説明が長くなりましたが、以上であります。

東会長よろしく願いいたします。

## ○東会長

御説明ありがとうございました。

資料1に基づきまして、静岡県消費生活条例に基づく告示「不当な取引行為の指定」の改正について、御説明いただきました。

それに関する経緯であるとか趣旨等についてブドウを書かれて、わかりやすく御説明いただきました。

また、4つの根拠に基づいて、追加あるいは修正する取引行為についても、御説明いただいたところでございます。

42行為から59行為になるということでもございました。

最後の方に附則の見直しということで、3年ごとに改正を検討していくというこ

とについても、御提案をいただいたところでございます。

ただいまの説明につきまして何か御意見ある方いらっしゃいますでしょうか。

名前の方はちょっとわかりづらいので、挙手の後、お声を出していただければありがたいと思います。

どうでしょうか。

すみません、よろしく申し上げます。

### ○江崎委員

はい。

事業者の代表で静岡県の商工会議所連合会から出ております江崎でございます。

デリバリーだとか訪問サービスだとか、例えば、ウーバーのようなものなんですが、生活の利便性だとかニーズに合わせて、いろんなビジネスも生まれてきていると思います。

実際には、3年ごとの見直しということもありますので、その辺は大丈夫かとは思いますが、訪問イコール悪みたいですね、印象だけが出てくると、私、ビジネスをする方の代表なので、すいません、こういう意見になるんですが、実際にビジネスの可能性自体に蓋をしていくきっかけにならないこと、というのも、非常にここは、慎重に見ていただきたいという側面がございます。

そのためにも、実際は、何が不当な取引行為に当たるのかについては、いろんな研修によって、事業所が意識を高めていくことが、被害防止のためには必要だろうと思いますので、消費者だけではなくて、事業者に対する講習だとか、研修を提供できる体制づくり、こんなものも希望したいと思います。

以上です。

### ○東会長

江崎委員ありがとうございました。

事業者のお立場で、今、本当にデリバリー等、様々な販売方法がある中で、ビジネスの可能性に蓋をするきっかけ、それだけになることがないようにという御意見でした。

消費者にとっても、それは非常に利便性の高いサービスでもありますので、両方の立場から、この新しいビジネスモデル、消費生活スタイルについて推進しつつ、問題のあるところをきちんと取り締まっていくという形で進めていただきたいと思います。

また研修、事業者への研修も是非、提供していただきたいということでございました。

何か事務局の方でございますでしょうか。

### ○若月課長

デリバリーであるとか、ウーバーイーツの話については、江崎委員から新しい計



画の議論の中で、前回の審議会で御意見いただいていたかと思えます。

事業者への研修につきましては、悪質な行為を行う、その自覚がなくて結果的にそうなっているということは結構ございます。やはりまず、ルールを理解していただくというのが大事なことだと思いますので、今後、しっかりと、実施していきたいと思えます。

それから、この告示の規定につきましては江崎委員からお話ありましたように、やはり、事業者側のビジネスの自由が、大事でありまして、単に消費者被害をなくすということだけに着眼しますと、訪問販売であるとか、電話勧誘販売であるとか、もっと言うと通信販売も禁止すれば被害がないわけですが、商品を選ぶ機会を逸するというのも、大きな損失ですので、やはりそういったところのバランスを見ながら、随時、チェックをしながら、規程の方は見直していくことにしたいと思えます。

以上であります。

#### ○東会長

ありがとうございました。

他に何か御意見ございますでしょうか。

山岡委員、お願いいたします。

#### ○山岡委員

はい。

消費生活アドバイザーであります山岡ですが、相談員もやっている関係で、今の江崎様の御意見、非常によくわかる範囲です。

一方、御夫婦でやってらっしゃる小さな事業者さんは、事業者でありながら、御本人たちはあまり事業者という自覚がなくて、消費者という意識が強いんです。

その辺りで、悪質な事業者が入り込んで、被害に遭われるっていう案件、昔は、広範囲にやってらっしゃった事業がだんだん尻すぼみになってきて、もう二人で細々やってらっしゃる方をねらう事業者が、とみに増えているように思いますので、そのあたりも、消費者教育、事業者さんの教育に入れていただければと思います。

以上です。

#### ○東会長

はい、ありがとうございます。

小規模なご家族などでやっている事業者さんに対するケアといいますか配慮というところも、よろしくお願ひしたいと思えます。

他に何か御意見ございますでしょうか。

はい。

大竹委員、お願いいたします。

## ○大竹委員

司法書士の大竹と申します。

今回、特定商取引法や消費者契約法の改正に基づいて、不当な取引行為の指定を追加するのはとても良いことだと思って、賛成です。

その中で少し気になったところがあります。資料の7ページの(1)、こちらの勧誘目的を明示しない勧誘に、訪問購入を加えるということですが、ここの具体的な事例は、履かなくなった靴を買い取りますと言って、消費者宅を訪問し、承諾を得ながら、後から使っていないアクセサリーや時計、貴金属類があれば高価で買い取りますと、勧誘するところで、この勧誘目的を明示し、本来の勧誘目的を明示しないで、買いに行ったというところを規制しています。特定商取引法では、そもそも、訪問購入でアクセサリーを買い取りますというのは、消費者の方から要請をしない場合には行ってはいけないことになっているので、その基本的な原則を、不当な取引行為として明確にしておいた方がいいのではないかと思います。

それから、今回、この改正のイメージとして、法改正や他県の条例を参考にして、ということですが、条例なので、静岡県独自といいますか、実際に寄せられている相談を反映させるような形があってもいいのではないかと思います。

7ページ以降の概要説明でも、具体的な事例ということで、実際にあった事例があるわけですが、こういった相談が例えば何件ぐらいあるとか、データのなところを示されると、パブリックコメントを募る時にも、説得力が増すのかなと思いました。

なので、静岡県で実際に寄せられている相談の内容により、加えていくといいのかな、と思います。これから、成年年齢の引き下げもありますので、例えば、通信販売のような対面でない取引をしようとするとき、成年か未成年かの確認については、単に成年か未成年かを答えさせるだけではなくて、もう少し踏み込んで、そもそも、未成年の場合には、親権者の同意が必要ですよという情報提供をした上で、生年月日も答えさせるとか、もう少し確認のところを踏み込んだ、取引にすべきだと思います。

それから、例えば、業務提供誘引取引、収入が得られることをうたい文句にして、パソコンとかソフトを一緒に買わせたりですとか、高収入を得られる方法を教えるセミナーに行って、でも実際には収入がなかなか得られないというような相談が、多分、普段寄せられていると思いますので、直接、法改正に関係なくても、実際に寄せられている相談を元に、こういった不正行為を追加していただけたらなと思います。

以上です。

## ○東会長

大竹委員ありがとうございました。

勧誘目的を明示しない勧誘に関する具体的な事例とか、説明の仕方のこと、それから、静岡県での相談に沿った内容にということでの御意見がございました。

大竹委員には、司法書士のお立場からということだったと思いますが、御専門の立場から弁護士の櫻田委員いかがでしょうか。

### ○櫻田委員

弁護士の櫻田です。

細かいところいろいろ意見はあるんですが、それについては個別、時間の関係等もありますので個別に県の方にお伝えはしておりますが、大きいところで言いますと、最初に御意見があったように、事業者さんからすると、どこが良くてどこが駄目なのか、というのが、やはりはっきりしないと困るというのはあると思うので、例えば、1の(1)の消費者を営業所等に誘引して、の「営業所等」って何ですか、とか、1の(5)の道路駅等において、の「道路駅等」って何だろうという感じ。

あとは、1の(6)の住所勤務先等を訪問または電話等、とあるんですけど、「電話等」というのはどういう通信手段を指すのでしょうか、とかそのあたりを、場合によっては他の法令の定義を引用するとか、そういう工夫があってもいいのかなというのの一つ。

それから、言葉の使い方と言うと、1の(3)で電子的機器、という言葉があって、次の(4)を見ると、通信機器もしくは情報処理の用に供する機器、というのがあって、と、いろいろ言葉が乱立している感じがするので、もうちょっときちんと言葉を使っていった方がいいのかなというのの一つ。

それから、資料17ページに入りますけど、1の(6)で執ように、とか、欺き若しくは威迫して、という、専門家からすると、かなり条件が厳しい言葉が並んでいるような印象があって、条項によっては、もっと条件を軽くした方が、バランスがいいのではないかというものもあります。

他方で、今回の改正が、消費者契約法とか、特定商取引法の改正に合わせて条項を追加していくような流れなんですけど、例えば、資料でいうと、20ページ1の(28)は、消費者が依頼又は承諾していないにも関わらず、消費者の住居等において商品等の取引を一方的に行う、というのがあって、これは多分、消費者契約法の、4条の3項の7号に対応していると思うんですが、消費者契約法は、この次に4条の3項の8号というのがあって、似た場面だけちょっと違うところを、法律の方には書いてあるけど、条例の方には出てこないというのがあったりするので、特定商取引法や消費者契約法と完全に一致するように、条項を追加していった方がいいんじゃないかなというところもあります。

ごめんなさい、いろいろしゃべりすぎても申し訳ないので、とりあえずこれぐらいにしておきます。

### ○東会長

櫻田委員ありがとうございました。

御専門の立場から、非常に詳細な、具体的な御意見をいただきました。

告示の改正後の言葉の使い方であったり、他の法令との整合性であったりについて

て。具体的には、まだ他にもあるのではないかと思います。

このあたりについては、大竹委員、櫻田委員、またそれぞれ御意見を細かくいただいて、事務局の方で精査していただくということではいかがでしょうか。

もし、よろしければ一言お願いします。

#### ○若月課長

御意見ありがとうございます。

規定の文言につきましては、御意見をいただいておりますし、さらにあれば、また意見票で提出していただければ、それを踏まえて私共の方で、県庁の中で専門の部署と審査をして、告示を作っていくと、そういう段取りとさせていただきたいと思っております。

特にお話をいただいたところで、結局、事業者の方が分からないとならない。消費者も当然そうであります。

規定そのものは難しい言葉が並んでいても、実際にその規定を事業者なり、消費者が読むわけではないので、我々は啓発をする時に、消費者、事業者が分かりやすいように伝えていくと、そういったことが大事じゃないかと感じております。

以上です。

#### ○東会長

ありがとうございます。

それでは、またこの後、よろしくお願ひしたいと思っております。

では、一つ目の議事については以上とさせていただきます。

他の委員も追加の御意見があれば書面でお願いしたいと思っております。

続きまして議事の二番目でございます。

静岡県消費者基本計画の概要について事務局より御説明をお願いいたします。

#### ○若月課長

はい。

引き続きまして二つ目の議題でございます。

計画の関係でございますが、まず初めに、現在の計画の総括評価について1点だけ確認をお願いいたします。

A4縦の資料2-1、今画面に映っている資料ですけれども、こちらを御覧いただければと思っております。

第三次消費者行政推進基本計画の総括評価であります。

こちらは、8月の審議会で御確認いただきましたけれども、1ページ目の真ん中の表の指標の状況のうち、消費者市民社会の考え方を意識した行動をとっている県民の割合は、これまで数字が出ていませんでしたが、その後、世論調査の結果が公表されまして、56.6パーセント、B評価となりましたので報告したいと思っております。

この資料については以上であります。

続いて、新たな計画の概要を説明したいと思います。

資料は、A3横版、資料の2-2になります。こちらは次期計画の概要を表したものであります。

左側の列から、真ん中の列までは、「1の計画策定の趣旨」から「6の消費者を取り巻く状況」ここまではですね、8月の審議会で説明をさせていただきました。

資料の右側の列、こちらを御覧いただければと思います。

消費者を取り巻く課題に対応するためにですね、次の計画では、四つの柱を設定して、施策を推進して参ります。

大柱の1から3までこの三つの柱は、表現、あるいは順番、少し異なっておりますけれども、現在の計画と同じでございます。

今回の計画は、四つめの大柱としまして「消費者、事業者、行政機関のパートナーシップの強化」を新たに位置付けたところです。

SDGsという共通のゴールに向けまして、消費者、事業者行政機関が協力しながら施策を推進して参ります。

それでは具体的な取り組みについて説明します。

初めに、大柱の1ですけれども、こちらは消費者教育推進計画の該当部分となりますので、法律に基づき、7月と9月に、開催しました「ふじのくに消費者教育推進県域協議会」の意見を、反映して案を作成しております。

今日は、協議会の鶴岡座長から説明いただく予定だったんですけれども、都合がつかないので、私の方で代わりに説明をしたいと思います。

この大柱1では、SDGsの達成の手段としての「人が幸せになるエシカル消費の推進」と、「成年年齢引き下げに対応した若者への消費者教育」、こちらは高校生だけでなく、大学生、専門学校生、新社会人なども対象にしまして、重点的に教育を実施していきたいと思っております。

また、前回の審議会においては、高齢者については、元気な高齢者、見守りが必要な高齢者、それぞれ特性に配慮した施策が必要であるという意見をいただきました。

アクティブ・シニアと呼ばれます元気な高齢者に対しては、市町と連携して、地域での消費者教育、消費者教育の中で対応していくということでもあります。

また、消費者教育の担い手の確保と資質向上を図って、消費者団体、事業者団体の皆様とも連携して参ります。

協議会の鶴岡座長からコメントをいただいております。

「デジタル化の進展により消費者の利便性が高まっており、消費者教育においても、デジタル教材が活用できるなど、多くの良い面がある。一方で、デジタル化に起因する消費者被害も見受けられるため、被害を未然に防止でき、被害に遭ったときも適切な対応をとれる、賢い消費者を育成する必要がある。デジタル化の良い面を活かしつつ、そのリスクにも対応できるような、バランスのとれた消費者教育が必要であると考えます。」と、そのようなコメント、お話を伺っております。

冒頭、くらし・環境部長の挨拶でも触れておりましたけれども、デジタル化が引

き起こす消費者被害を防止しつつも、デジタルから逃げるのではなくて、デジタル化の良い面を活かしてですね、暮らし向きを上げていく、向上させていくということにも、私共としても意を用いていく必要があると考えております。

続きまして大柱の2です。消費者被害の防止と救済であります。

認知機能の低下が見られる高齢者の見守りを重点施策としておりますので、市町による消費者安全確保地域協議会の設置を促進します。

消費生活相談員の養成及び確保を行うほか、高度化、複雑化する消費者トラブルに対応するため、専門家と連携した相談対応、相談員の資質向上のための研修を実施します。

またデジタル化に十分対応できない消費者への支援を強化します。

続きまして大柱3です。

商品、サービスの安全確保と消費者取引の適正化であります。

不当取引や不当表示を行った事業者に対しては、引き続き早期の事業者指導、厳正な行政処分を実施いたしますが、先ほどお話ありましたけれども、法令の理解不足が見られる事業者に対する啓発、注意喚起についても重点的に実施して参りたいと思います。

また、食の安全を守るための監視指導、検査についても引き続き徹底いたします。最後に大柱4です。

消費者、事業者、行政機関のパートナーシップの強化であります。

パートナーシップの前提としては、まず、県と市町が連携して、消費者行政を一体的に推進する基盤を構築していく必要がございますので、市町との連携体制の強化を重点施策と位置付けております。

具体的には、地域消費者行政推進連携協議会なるものを設置するほか、市町や消費者団体、事業者団体と連携した新たな消費者教育の場の開拓に取り組みます。

また、市町支援を職務といたします、指定消費生活相談員の設置に向けて取り組んで参ります。

新たな計画の概要、資料2-2の説明は以上となっております。

それでは、新しい消費者基本計画案の説明をします。

資料は2-3、静岡県消費者基本計画を御覧いただければと思います。

A4の冊子になっております。こちらが計画の本冊であります。

最初に、24ページを御覧いただければと思います。

第3章「消費者施策の展開の方向」であります。

この計画では、大柱の下に、中柱・小柱を設定いたしました。

前回の審議会で、お示ししました骨子案から変更があった点といたしましては、大柱2の(1)に③として、現在消費者庁が検討しております、「消費生活相談のデジタル化」を加えました。

また一部、柱の順番、表現を変更したところがありますが、趣旨は骨子案の段階から変わっておりません。

また、施策や取組の成果、進捗状況を図るために、全体の成果指標というものを

一つ、大柱ごとに活動指標というものを二つずつ設定しております。

計画の全体の成果指標としましては、右側の25ページにあります。

指標は、消費生活相談における被害額を設定いたしました。

こちらは、県、あるいは市町の消費生活相談において、相談者がすでに支払った金額の総額、これを件数で割った1件当たりの平均被害額であります。

支払う前に相談、あるいは少額でも諦めずに相談する、そういった人が増えれば数値は減少していきます。

現在の消費者被害が減少すること、消費生活センターが身近なものになっているということを図ることができると思います。

さらに、相談は、相談者以外の被害の未然防止にも繋がっていきます。

相談は自分のためだけではなくて、他人のためにもなるというものでございます。

ですので、気になったらまず相談するというのは、消費者市民社会を構築するための行為であると思います。

そういう意味で、消費者教育、運営方針、事業者指導の総合力が表れる指標と考えております。

次に27ページを御覧いただければと思います。

ここから、計画の本文となります。

ここからは、次期計画より新たに盛り込む部分と、消費者教育推進県域協議会、消費生活審議会、こちらでいただいた御意見を取り入れた部分を中心に説明したいと思います。

まず大柱の1「自ら学び自立し行動する消費者の育成」であります。

活動指標については、まず、消費者教育出前講座の実施回数を240回としました。現行計画の二倍とする目標であります。

高校生消費者教育出前講座に加えて、若者やアクティブシニアに対する新たな消費者教育の場を開拓していきたいと思っております。

また消費者教育講師のフォローアップ研修の受講者数ですけれども、現行の消費者教育推進計画と同等以上、毎年度150人としております。

28ページを御覧いただければと思います。

中段の(1)「持続可能なくらしの実現に向けた県民意識の醸成」であります。

エシカル消費については、SDGsの達成に貢献する取組として推進していきます。

また、消費者だけでなく、事業者も持続可能な生産に向けて取り組む必要があることを普及啓発します。

なお、環境問題については、29ページの②にあります。

これは、現在、策定作業中の静岡県環境基本計画において、当然に大きく掲げているものですが、消費者基本計画においても、小柱で掲げて取り組んで参りたいと思っております。

30ページを御覧いただければと思います。

(2)「ライフステージに対応した多様な場における消費者教育・啓発の推進」であ

ります。

②「学校等における消費者教育」では、デジタル教材を活用して参ります。

また、成年年齢引き下げに対応するため、高校と特別支援学校では引き続き、高校生消費者教育出前講座を実施いたします。

大学、専門学校でも、入学時のガイダンスなどで出前講座や啓発を実施したいと考えております。

31ページを御覧いただければと思います。

小中学校の消費者教育は、市町と連携して実施したいと考えております。

若者が正しく、安全にインターネットを利用することができるよう、情報モラル、情報リテラシーの向上を図ります。

若者に対する啓発は、若者向け啓発サイトのほか、市町とも連携し効果的な広報ツールを活用して参ります。

続きまして、②「地域等における消費者教育」でございます。

特にアクティブ・シニアについて、市町と連携して新たな教育の場を開拓し出前講座を実施いたします。

デジタル化が急速に進展しておりますので、高齢者が被害に遭うことなく、インターネット通販やキャッシュレス決済を利用することができるよう、デジタルリテラシーの向上を図っていきます。

33ページを御覧いただければと思います。

(3)「消費者教育の担い手となる人材の育成」においては、教員や消費者教育講師の資質向上のための研修の実施や、新たな担い手の確保を行って参ります。

続いて34ページです。

大柱2「消費者被害の防止と救済」であります。

活動指標については、まず、消費生活相談員のスキルアップ研修について、毎年度、県、市町の相談員、延べ300人の受講を目指します。

また、県、それから市町、相談員が実施したあっせんのうち、解決した割合を指標といたしました。

消費者トラブルが高度化、複雑化する中であって、過去3年間の平均を上回る94パーセントを維持したいと思っております。

初めに、(1)「消費者相談への対応と情報提供」であります。

まず、①において、相談員の育成と確保、資質向上のための研修を行います。

35ページに移っていただいて②「高度化複雑化する相談への対応」については、相談結果の情報ネットワーク、PIO-NETと言いますが、このPIO-NETデータを活用した、最新の相談情報の収集、分析を行います。

また、専門家から法的助言や指導いただいて、相談対応を行っていきます。

③「消費生活相談のデジタル化」については先ほど話しましたが、消費者庁で検討しておりまして、今回新たに柱立てをいたしました。

消費者の利便性の向上を図るために、デジタル技術を活用した情報提供、相談を行って参ります。



36ページを御覧ください。

(2)「消費者の特性に配慮した支援」であります。

こちらは主に弱者への対応となっております。

①「高齢者の見守り」とですね、37ページにあります②「障害のある人の見守り」、これらについてはですね、地域包括支援センター、介護事業者等の、見守り者に対して情報提供を行います。

また、継続的に見守りができる体制づくりが必要ですので、市町によります、消費者安全確保地域協議会の設置を県としても支援して参ります。

37ページの③「外国人に対する相談体制の整備と情報提供」については、本県が設置する外国人向けの相談窓口との連携を図ります。

また、外国人向けのホームページで情報提供を行って参ります。

④「デジタル化への対応」は、新たに柱立てをいたしました。

すべての消費者がデジタル技術を利用した取引を、安全安心に利用することができるように、情報提供注意喚起を行って参ります。

38ページ御覧ください。

⑤「多重債務者等への対応」については、新型コロナやギャンブル等依存症等の疾患が原因となっている場合など、相談者の置かれている状況に配慮しながら、必要な支援につなげていきたいと考えております。

39ページを御覧ください。

(3)苦情処理と紛争解決については、消費生活相談委員によるあっせんや、その紛争解決手段について記載してございます。

40ページを御覧ください。

大柱3「商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化」であります。

活動指標については、HACCP実施状況監視率、これを毎年度100パーセントと、設定いたしました。

こちらは、食品衛生監視指導計画において、監視を行う施設に対して、保健所等がHACCPに沿った衛生管理の実施状況を確認した施設の割合であります。

また、景品表示法適正化調査件数を毎年度270件としました。

こちらは、商品サービスの表示等が適正であるかを監視する、店舗・事業所等の数となっております。

今後は、外食店や食品関連事業者以外にも、対象を拡大して実施していきます。

はじめに、大柱3の(1)「食の安全製品等の安全の確保」であります。

①「生産から消費までの食の安全の確保」につきましては、引き続き、監視指導、検査等を徹底いたします。

この計画にも掲載してございますが、別途、「食の安全推進のためのアクションプラン」これを策定して、様々な取り組みを行って参ります。

42ページを御覧いただきたいと思っております。

(2)「適正な取引の確保」であります。

引き続き、不当取引事業者に対する厳正な処分、早期の指導を行います。

近年、インターネット通販での詐欺的な定期購入商法等が問題となっておりますので、デジタル技術を悪用して、意に反するような契約をさせようとする行為についても、取り締まって参ります。

43ページを御覧ください。

(3)「適正な表示の確保」であります。

引き続き不当表示事業者に対する厳正な処分、早期の指導を行います。

また、インターネット通販サイトやデジタル広告における問題がある表示への監視を強化いたします。

今後は、取引や表示に関する法令への理解不足、これらを疑われる事業者に対する啓発、注意喚起を強化して参ります。

それから最後に大柱の四つ目です。

45ページを御覧ください。

大柱4「消費者、事業者、行政機関のパートナーシップの強化」であります。

活動指標としては、消費者安全確保地域協議会を設置した市町の数に16市町と設定しております。

これは、5万人以上の市にすべて設置するとした場合の数となっております。

消費者安全確保地域協議会は、福祉分野の見守り者だけでなく、消費者、事業者、警察など、多様な主体が連携して、地域の高齢者、あるいは障害のある人の見守りを行っていくネットワークです。

市町が設置主体であり多様な主体とのパートナーシップが必要ですので、大柱4の指標といたしました。

また、高齢者、見守り者への出前講座の実施回数について、60回を目標といたしました。

こちらは大柱1で指標となっている消費者教育出前講座の実施回数のうち、アクティブシニア向け、それから高齢者の見守り者向けの合計の数としております。

目標を達成するためには、やはり市町との連携が必要になりますので、大柱4の指標としております。

重点施策としましては「市町との連携体制の強化」を位置付けました。

消費者庁創設以来、県と市町の消費者行政は大きく前進いたしました。

一方で、市町において、相談体制が充実してきたということで、県には、市町のみでは対応困難な事案への支援など、市町支援が求められるようになりました。

また、消費者教育についても、市町によって、だいぶ取り組みに差がございます。県による支援が必要となっているところもあります。

今後は、県市町が一体的・効果的に施策を推進する基盤を構築して参ります。

46ページを御覧ください。

(1)「地域での消費者行政推進体制の確保」であります。

市町との連携を強化し、関係機関が地域の課題を共有し解決するために、情報交換、意見交換を行う協議会設置をいたします。

この協議会は、市町のほか、法律の専門家、消費者団体など多様な主体で構成い

たします。

(2)「消費者教育啓発における連携の強化」では、大柱の一つ目について連携する取り組みを記載してあります。

地域での消費者教育は、県と市町が連携して実施いたしますが、特にアクティブシニアに対しては、地域の既存の集会や講座などを消費者教育の場として活用できる可能性があります。

講座を主催することが困難な市町では、県の出前講座を広報することにより、新たな教育の場を開拓します。

また、協議会、審議会からの御提案によりまして、弁護士、司法書士等の専門家の皆様や、消費者団体、事業者団体と連携しながら、消費者教育を行います。

48ページの方を御覧いただければと思います。

(3)「消費者相談、支援における連携の強化」では、大柱の二つ目について連携する取組をこちらに記載しております。

市町への支援を強化するため、指定消費生活相談員を設置し、適正な勤務条件となるよう改善に取り組みます。

また、消費者安全確保地域協議会の設置もこちらに記載しております。

49ページです。

(4)「事業者指導における連携の強化」については、大柱の三つ目について連携する取り組みをこちらにも記載しております。

消費者団体と連携した不当表示の監視、事業者団体と連携した研修の実施に取り組みます。

計画案の説明は以上となります。

協議会、あるいは、前回の審議会の皆様からの御意見を反映させる形で計画案を策定いたしました。意見とその反映の内容の詳細については、説明しませんけれども、資料4で示しております。

最後に今後のスケジュールであります。

資料2-5の方を御覧いただけますでしょうか。

A4の1枚紙でございます。

今後のスケジュールであります。

本日、委員の皆様からいただきました計画案への御意見を反映させて、12月の県議会常任委員会へ計画案を報告します。

その後、パブリックコメントを実施いたします。

最終的には、2月に県の計画推進本部であります消費者行政推進本部会議を経た後に確定しまして、年度内に公表していきたいと考えております。

説明が長くなりましたけれども、私からは以上でございます。

東会長よろしく申し上げます。

## ○東会長

ありがとうございました。

ただいま、静岡県消費者基本計画の内容につきまして、資料2-1から2-5を御説明いただいたということでございます。

資料2-1については消費者市民社会の考え方を意識した行動をとっている県民の割合というところの現状値が入ったということですね。

資料2-2が、今回の基本計画の全体像を示したものでございます。

特に右の方の、大柱1、2、3、4を中心に、今回詳しい御説明をいただいたということで、資料2-3、こちらに具体的な内容が全部示されておりまして、ポイントとなる点を御説明いただいたところでございます。

成果指標1つ、活動指標として大柱ごとに2つずつ、指標も掲げられておりました。

資料2-4は、こちらは前回出た御意見に対しての対応等についてまとめたもので、そして、資料2-5が、今後のスケジュールでございました。

本来でしたら、先に御質問をいただいてお答えいただいた後で、少し意見交換をというところですが、お時間も限られておりますので、御質問とか何かにお感じになられたことを含めて、委員の方、お1人ずつ、2分くらいの時間でお話いただければと思います。

それでは、私は後ほどということで、学識の方、大竹委員からお願いいたします。

#### ○大竹委員

司法書士の大竹です。

今までの意見をまとめて取り入れてくださったということで、大変ありがたいと思っています。

消費生活相談のデジタル化が、先ほど上がりまして、若者だけでなく、皆、今困ると、何でも検索する時代になっていきますので、正しい情報の提供と、相談をできる場が、今、こういうデジタルを通して、広くみんなに周知できるとすごくいいのかなと思いました。

消費者教育についても、目標値が倍増していますので、司法書士会としても協力できる場所があれば協力していきたいと思っています。以上です。

#### ○東会長

ありがとうございました。

消費者教育の方の御協力よろしくお願いたします。

では、奥田委員お願いたします。

#### ○奥田委員

はい。非常に綿密な基本計画を拝見させていただきました。

資料2-3の77ページに、静岡県版イメージマップというのがあるのを、非常にまとまっていて、これはとても活用できるなどと思いながら拝見しました。

これの使い方に関して、我々がそれぞれの立場で使えるとは思いますが、

県の方でこのような場で、というお考えがあれば、お伺いしておきたいのが1点。

それから、これは全体を見て、食品ロスであるとか、食べることにに関してかなり色々な計画の中に取り込んでいらっしゃるって、これは是非、進めていただきたいなと思っておりますが、ここのところ、衣料廃棄物、着るものについての廃棄物等についても非常に関心が高まってきているところです。特に、これは若い人と、あと高齢で今終活をされている方も、着るものをどのようにしたらいいのかを考える中で、例えば、訪問購入の被害に遭ってしまうこともありますので、衣料廃棄物についての取組も、基本計画の中でどこかに位置付けていただけるとありがたいなと思いました。以上です。

### ○東会長

ありがとうございました。衣料廃棄物、確かに今、エシカルファッションと併せて、衣料、着るものについても非常に関心が高まっているところでございますので、御質問については、また後ほど、まとめて御回答いただきたいと思います。

では、掛井委員、お願いいたします。

### ○掛井委員

静岡新聞社の掛井でございます。

日頃から、報道につきまして、皆さん御協力いただきまして、ありがとうございます。

2、3点だけ、気づいたところがあります。前回の会議で、私の方から要請をさせていただきました、ポータルサイト「プラス・エシカル」のユーザー分析については、参考資料の提出をありがとうございました。それを見ますと、首都圏等、県外からの訪問者の割合も非常に多くて、エシカル先進自治体として本県の存在をアピールすることに大きく貢献しているのではないかと思います。一方で、一つ気になったのは、ホームページを開いていただくと分かりますが、最新の更新情報が今年3月のキャンペーン終了の案内なんですね。やはりWebサイトは、頻繁な情報更新が命ですので、細かな情報でも構いませんので、労を惜しまずに、情報の収集と更新を是非お願いしたいと思いました。

それから、先ほど御説明の中で、不当な取引行為の指定の改正について、附則の見直し条項として、少なくとも3年ごとに見直しの検討を行って、必要な処理等を取れるようにしたいと、御説明ありましたけれども、関係法令の主な制改定の経緯表を見てもおわかりになる通り、やはり、デジタル化の進展に伴って、頻繁な改正も行われています。

是非、3年ごとを目途としてありますけれども、そのあたりはフレキシブルに対応して、消費者の方々の方に寄与できるような形の条例を逐次改正していただければと思っております。

以上です。

**○東会長**

はい、ありがとうございました。ウェブサイトについての御意見等いただいたところでございます。

更新を頻繁に、ということでございます。

櫻田委員お願いいたします。

**○櫻田委員**

はい。櫻田でございます。

私としては前回の意見が反映していただけているので特段ないんですが、強いて言いますと、一弁護士として、消費者教育関連は、今後、よりよくしていきたいなと思ってます。あとは、弁護士会の関連委員にも所属していますので、コロナ禍で、今後、どのように学校生活が変わっていくのか分からないですけれども、できる範囲でなるべく教育の現場に出向いて行って、ますます消費者教育を充実させていけたらなと思っております。以上です。

**○東会長**

ありがとうございます。

消費者教育への御協力ということで、引き続きよろしくお願いいたします。

それでは、豊岡委員お願いいたします。

**○豊岡委員**

三島市長の豊岡でございます。

素晴らしい消費者基本計画案を作っていただきまして、素晴らしいなと思って拝見させていただいたところでございます。

ただ1点だけですね、これ県の方に、ちょっとお伺いした方がいいかなと思ってんですけども、33ページの④の中段に、消費者団体と連携し、SDGsの達成に向けた云々というところがございますが、この消費者団体の現状を、どのようにお考えになってらっしゃるかなあと思うんです。

私共の市では、消費者団体が、非常に弱体化してきているわけです。従って、消費者団体としてのまとまった活動がなかなかしにくいと。

かつては、消費者祭りとか盛大にやれたんですけども、もう今は盛大にもできなくなってきたりまして、そうした消費者団体の育成について、どうお考えになってらっしゃるかということをお伺いながら、消費者団体の強化策を、この計画の中に盛り込んでいただけると、なお幸いに思っているところでございます。

以上であります。よろしくお願いいたします。

**○東会長**

はい、ありがとうございました。

消費者団体の現状についてどのように捉えてらっしゃるかということと、またそ

の強化について、お願いしたいという、御意見も含めていただきました。また御回答は後程お願いしたいと思います。ありがとうございました。

それでは、増田委員お願いいたします。

### ○増田委員

はい、増田です。

大柱の3番ですかね、事業者への指導についてなんですが、どういうところまで行ったら事業者に指導するというのは、我々は全くわからないんです。例えば、先週ですかね、あるところから私のラボに電話がありまして、調べてみたら、年配の方に電話をして、高価なものをだまして買っていき、購入しますよっていう形で。実際にそういうことがあった場合に、消費者の人達が相談窓口で電話して、どこまで行ったら指導してくれるのが、ちょっと私はよくわからないですかね。

そういうところだけでも、しっかりとさせていただきたいなと思います。多分、大学の先生も、いくつか迷惑電話がかかってきていると思うんですが、仕事に差し支えるので、その点については、県でもいいので、しっかりと指導させていただきたいなと思います。

あと、食品の安全性について、特に健康食品についての安全性の問題ですね、健康被害が非常に出ていて、多くはインターネット経由で購入しているということなので、お金の面もそうなんですが、食品の安全性は人の健康被害に直接関わるようなことなので、インターネットの購入を控えるということはちょっと言えないんですけども、そういう点にもやはり、しっかりと指導、啓発をしていってもらえたらと思います。以上です。

### ○東会長

ありがとうございました。事業者への指導、どこまでいったら指導になるのかということは、私共もなかなか、よく理解が進んでいないところでございますし、実際、私も研究室で、静岡県ではないですけど、電話がかかってきているということもございまして、もう少し事業者対応の件をお伺いしたいところでございます。ありがとうございました。

それでは、消費者代表の方も、順番に名簿順に御意見いただきたいと思います。稲垣委員お願いいたします。

### ○稲垣委員

県生協連の稲垣です。

今回計画見ますと、計画の目指す姿が、消費者事業者、行政機関の「共創」という、共に創ることで実現を図るとなっている。大きな取り組みになるのではと思います。

その点で生活協同組合は、消費者の組織であるとともに、事業者でもありますので、その両面で、この共に作るという役割を發揮したいと思っています。

本計画の中でも、33ページ及び47ページに生活協同組合の消費者の面と、事業者に触れられた文章がございます。

生協連並びに会員生協のところでは、県行政とともに、6R推進ですとか、エシカルフェルタの参加ですとか、あるいはクールチャレンジ、クルボなど、様々な行政と連携した取り組みをしております。

同時に会員生協については、消費者、組合員の学習ということで、学習会を開くとか、あるいは一部の生協ですけど、地域のこれは浜松の小学校に出向いて、SDGsに関する学習会を生協の組合のリーダー職員が行うなどの活動が行われております。

私たちはまず、今回の計画の内容を、静岡県生協連の理事会できちっと学習を深めて、会員生協で学習と実践が進むように、引き続き行政と共に進めていきたいということで、本当に組合員さん、消費者が安全安心で豊かな生活ができるように努力したいと思います。

#### ○東会長

どうもありがとうございました。

生協さんもおっしゃる、共創。消費者の立場もあり、事業者の立場もありということで。その調整が、共に創っていくという、SDGsを意識した今回の基本計画で、ひとつの肝となっているように思います。よろしく願いいたします。

それでは、内野委員お願いいたします。

#### ○内野委員

地球環境が守られていることが、大切だと考えます。

そのために、私共消費者が、人や社会や環境に配慮した、それを自覚した生活をするのが、まず一番大事ではないかと考えます。

NHKで、このところ何回も、海洋爆発でしょうか、地殻変動による爆発が起って、その結果、スチロールがずっと海を浮遊して、今月の末ごろには、日本の東海地区の方にも来るのではないかと、そのことによって漁業をする方やいろんな方に、大変困ることが起こるということを、大変危惧して、報道しております。本当にそうだなと思います。

そして沖縄の向こうの国での山火事が一向に止まらない。そういうことも、本当にあります。

小さなことからでも、きちんと私共が自覚をして、そしてエシカルな生活をする、そのようなことが大切ではないかとつくづく感じております。

#### ○東会長

ありがとうございました。

おっしゃっていただいた通り、エシカルな生活、先程も申しましたけどSDGsを背景にしながら、その点、強化していくことが基本計画の中でも重要な点でござ



います。

#### ○海野委員

連合静岡の海野です。よろしくお願ひいたします。

前回の審議会の中では皆さんからいただいた意見を、この基本計画の中に盛り込んでいただいたことはすごくありがたいと思っております。

スケジュール面も提示いただいて、来年の3月に計画の公表とあるんですけども、確定したからいいということではなく、今後この計画を、どのように県民の皆さんに周知啓発していくかということも、すごく大事だと思っております。

ここで、策定の場に居させていただいている一人としては、内容もわかりますけれども、これが県民の皆さんに周知するとなると、いろんな面で工夫しなければいけないことがあると思いますので、少し今後、お示しいただけたらいいと思います。

#### ○東会長

ありがとうございました。

計画を作成して、それでいいということではなく、これから県民へ周知を充実していただくということをお願いしたいと思っております。

ありがとうございました。

#### ○種本委員

地女連の種本でございます。

基本計画がどんなに素晴らしくても、これから事業者、それから消費者双方に周知されなければ、意味がないということだと思っておりますので、教育、それから啓発がとても大事になってくると考えます。

その上で、アクティブ・シニアという言葉がたびたび出てきました。多分こういうアクティブな方は、その分被害にも遭いやすいということで、出てきているのかなという気がしましたけれども、こういった方は、私共の団体にも入ったり、老人会に来たりして、こういう方たちに対する教育は、割としやすいのではないかと思うんですけども、アクティブでないシニアに対する教育・啓発、その辺がちょっと抜けてるのかなという感じを持ちました。

#### ○東会長

ありがとうございました。

アクティブでないシニアになるといきなり見守りになって、その間にもう少しあってもいいかなと私も感じておりました。

ありがとうございました。

それでは山岡委員お願ひいたします。

## ○山岡委員

送られてきた静岡県消費者基本計画を拝見させていただきまして、また不当な取引行為の指定の改正等を、読ませていただきまして、私たちのこの審議会の意見を非常によく取り入れてくださっていることに、いたくびっくりしましたけれども、ありがとうございました。

SDGsに関しましては、消費者、事業者ともにSDGsということを理解して、普段の生活をこのSDGsを考えながら、当たり前のこととして実践していければいいなと考えております。

もう一点、今日いろいろ出ておりましたけれども、消費者教育とともに事業者への教育ということも議題に出ておりました。

この内容に関しましては、私共、消費生活アドバイザー、NACSという消費者団体なんですけど、数年前に、県民生活課さんに御挨拶に行って、私たちに、事業者さんへの消費者教育をやらせていただきたいと申ししたことはあるんですが、ちょっとその内容ポシャってしまったんですが、今、皆さんのお話を伺っていて、これはやはり重要なことだなと、消費者を教育する一方、事業者さんにも、法律を理解していただき、また消費者の心理も理解していただくには、先ほど大竹委員がおっしゃっていたように、市、弁護士や、司法書士の方とともに法律を紹介しながらも、私たちも、消費者心理、消費者教育を、お話ができる機会があればと思ひまして、今日、参加させていただいております。

それと、二点、基本計画の中と、不当な取引行為の指定の改正の中で、質問がありますが、個別にさせていただきたいと思ひます。

## ○東会長

御質問の件、それでは個別にお願いをしていただければと思ひます。

NACSさんの立場で、事業者教育ということで。今日は事業者さんに対するお話はかなり皆さんから出ているように思ひます。特に、法律のこともございましたので、きちんとしていただくこと、消費者心理等のことも含めて、事業者教育と消費者教育とをバランスをとってやっていくことも、今後の大きな課題であるように思ひます。

ありがとうございました。

それでは山田委員、お願いいたします。

## ○山田委員

静岡県介護支援専門員協会の山田です。お願いします。

今回の会議に参加させていただいてありがとうございます。

消費者や事業者に、本当にこの計画や告示の改正をわかりやすく伝えるということが何より大事ななことかと思ひていました。

そして、高齢者を支援する側としては、常に私たちが情報をしっかり収集して、高齢者の皆さんに、見守りに入る方たちに、きっちり伝えていくという役目が大き

いなあと感じています。

そのためには、行政なり、地域包括なり、いろんなどころと連携しながら進めていけたらと感じています。

また、これは1人の親として子供を持つ世代として感じたことは、正直、この委員会に参加するまで、SDGsとか、エシカル消費ということ深く考えたことがありませんでした。一般の県民というのはそうだと思います。

子供たちがこれから、学校などで、教育を受けてくるのに、親が知らないのでは困るなあと感じています。なので、学校で子供たちが学ぶときに、一緒に学べる機会があったら、共有でき、話し合える家庭が多くなれば、持続可能なくらしに繋がっていくと、今、率直に感じました。

### ○東会長

ありがとうございました。

高齢者を支援するというお立場から、情報収集をしていただく必要性についても御指摘いただきました。連携のこと、そして最後にいただいた、環境問題もそうでしたが、先に子供たちの方が学校で詳しくなってしまうと、それに親がついていけないということもあります。子供から親へ伝えるというやり方も一つあるとは思いますが、親教育といえますか、消費者教育の中でも一つの課題にもなっておりますので、そのあたりも含めて考えていけるといいなと思いました。ありがとうございました。

それでは事業者代表の委員の方に、順番にまたお願いしたいと思います。

### ○市川委員

いろいろよくまとまっているものと拝見しました。ただ、昨日までCOP26が開催されてまして、SDGsも、地球環境に配慮した、エシカル商品とかサービスを提供できるようにしていくことも大事なことですけれども、消費者と企業とが一体となって意識を持って進めることが最も大事ということで、どうやって消費者教育、企業教育をしていこうかなど。

私共、商店会連盟ですと、小さな業種が多いです。ですから、まず、伊東市の商店街連盟として、SDGsをあなた方はどこまで理解していますかというアンケートをとってみました。地元にあるいろいろな団体、法人会ですとか商工会議所ですとか、その中に商店会連盟があるわけですが、そのような団体を通じて、SDGsの進み具合だとか、意識の調査をいたしまして、これを伊東市で発表したという経緯がございます。

大事なことは、食品ロスとか、マイクロプラスチック、今沖縄の方の海底火山が噴火して、軽石も問題になっていて、大島に漂着したなんていうこともあるんですけれども、消費者、特に高齢者の方々にとって、このSDGsの理解、難しいことではないんだよということのをどのように教えていくのかということです。もちろん今回、この資料の中でも、そういう教育を始めるということになっておりますけれ

ども、プラス、既存のいろいろな団体にも働きかけて、進めていったらいいのかなと思います。

そして、資料の2の2に載っておりました大柱の1と4。これも大変進めていかなければいけないことだと思います。今回、この資料を拝見いたしまして、大変よく練られているなと思いましたが、ここをどのように、具体的に広く、早く、進めていったらいいのかということを考えています。手始めに、法人会、青年部など、既存の団体に働きかけて、アンケートとるだけではなくて、今度、土曜日にもイベントがあるんですけれども、実際にどのように行動していますか、ということで、誘っております。

これからも少しずつ、大勢で、確実に、具体的に進めていきたいと思っておりますので、県の方もよろしくお願ひしたいと思っております。

#### ○東会長

どうもありがとうございました。

事業者と消費者が一体的に推進していく、アンケートなどもとっていただいたということでありがとうございます。

今後ともよろしくお願ひいたします。

それでは、江崎委員、お願ひいたします。

#### ○江崎委員

大変、時代に即した、静岡県独自の基本計画になっているというように思います。

先ほど来から申し上げておりますし、また山岡さんや市川さんからも話が出ておりますけれども、基本計画の45ページ、大柱の4の中で、活動指標の項目に、事業者への周知、啓発の出前講座の実施を入れておいていただくことで、実効性あるものになっていくのではないかと思います。

それは、県の方でというよりも、先ほどの山岡さんたちのような、いろんな団体の方に協力していただきながら、事業者への啓発を図っていただければと思います。

例えば、県の活動指標への盛り込みが難しいようでしたら、市町に消費者安全確保地域協議会を設置するというようになっておりますので、ここでの連携を図るように、県の方で推進していただきたいと思っております。

以上です。

#### ○東会長

ありがとうございました。

先ほども言っていただきましたけれども、事業者への啓発ということでございます。

事業者への出前講座の実施回数というような活動指標についての御提案をいただきましたが、指標の個数とかバランスもあるかもしれませんので、指標、あるいはそれ以外の方法で、委員の発言のご趣旨を踏まえた形で御検討いただければと思

います。

どうもありがとうございました。

それでは、倉田委員、お願いします。

## ○倉田委員

はい。静岡県中小企業団体中央会の倉田明紀です。

我々、製造業と中小企業、地域の産業に関わる企業が多く所属しているんですけども、私共は、特に、30ページに書かれていました、SDGsの「つくる責任、つかう責任」、12番目の目標に非常に関わるということで、いろいろ皆さんのお話、そしてこの基本計画、拝見していました。

この中に特に、「市町と連携し」ということが非常にたくさん、文言として出てきます。実際、私たちが、今、関わっているのは、県というよりはやはり市が多いんですけども、担当の課の方々とお話しても、市町との連携というのがあまり感じられないところですよ。

先ほどから、事業者への教育とか消費者への教育とか、しきりに出ておりますけれども、やはり、市町の担当課だけではなくて、例えば観光課ですとか、それから公園をつくる課ですとか、あるいは公共建築課とかですね、あるいは河川課とか、あらゆる市の中のそれぞれの課に、消費に関する知識を持った担当者の方が、いいのではないかと感じる事が多々あります。

ですので、今回のこの基本計画を基に、各市町の担当課、さらにはそこから市町のそれぞれの課への応援というか、啓蒙活動等も、やはり消費者や事業者と同じく行っていただければと感じました。

実際、例えば29ページに「環境に配慮したライフスタイルの普及啓発」ということで、廃棄物の削減ですとか、資源の再利用について書かれておまして、特に最近では、海洋プラスチックの問題等、話題になっております。実際、私共の仕事との関わりでは、我々は天然木を使った製品を取り扱うんですけども、既存のプラスチック製品を撤去して、廃棄する仕事も時々あるんですね。

そうしますと、なぜ選ぶときに、もうちょっと慎重に、と思ってしまう時もあるんです。産廃の見積もりを取ると、業者価格なんですけれども、今年4月から9月にかけて、大体3倍から5倍ぐらい値上がりしてるんですね。リサイクルできないプラスチック製品の処分費等がですね。あるいはお金を出しても処分してもらえないっていう状況が、今発生してるんですよ。

そういう情報が、消費者には正しく伝わっていないんじゃないかなと、感じるものですから、メディアの力をお借りするとか、先ほどどなたか仰ってましたけど、これほどインターネット等普及しているわけですから、これからはSNSでの発信というの、非常に重要な活動ではないかなと思いました。

以上です。

## ○東会長

ありがとうございました。

市町の担当課の応援ということが、一つの大きな御意見だったかと思います。

その他、事業に関わってお気づきになった点ということで御意見をいただきましてありがとうございました。

最後になりますが、寺田委員、お願いいたします。

## ○寺田委員

経済連の寺田です。大変お世話になっております。

基本計画につきましては、よく説明をいただいておりますので賛成の立場ですが、我々事業者でありますので、農業水産団体の事業者として、今一度、安心・安全な農畜産物の提供というのを、再度、考えているところです。

今日のテーマや内容と若干、関連するかもしれませんが、まず、適正な表示をどのように、どのような形でチェックをしていくのか、であるとかですね。

消費者の皆様、いろんな方がいらっしゃいますけども、今、子供たちも含めて、食育というものをどう伝えていくか、であるとか、消費者の皆さんとどういう連携をとっていくか、であるとか、そういう部分についてさらに考えるところです。

もう一つは、エシカル消費の話はたくさん出てきますけれども、我々は、規格外の農産物というのがたくさん出てきます。

規格外の農産物の扱い方、イコール、これに連動するものが600万トンの食品ロスであります。小さな力を、連携を取りながら、どのように対策を取っていくのか。我々の事業の計画には必ずSDGsを、と言っているところなんですけども、SDGsの話に連携して、食品ロスも含めて、どう対策をとっていけばいいかというのは、業者の皆さんもですね、もう1回考えていきたいなど。

今日の審議会の内容とは、間接的には関係あるかもしれませんが、そんな形で、我々もいろんな事業を展開していきたいなど。

是非、皆さんの協力をお願いしたいと思います。

私からは以上です。

## ○東会長

ありがとうございました。

審議会の内容と直接関係ありませんけど、とおっしゃいましたけど、非常に関係が深い内容でございます。

まず、適正な表示、規格外の農産物とか食ロスなどの問題も、さらに、SDGsがらみで消費者教育、事業者の取組に関連した重要な内容でございます。

今後ともよろしく御支援のほどお願いいたします。

それではすみません。駆け足になりましたが、一応、全員の方々に御意見いただきました。

残りの時間も限られているので、私のまとめは、後でもしお時間があつたら一言、

御質問の方だけ、ごく簡単に御回答いただけますか。静岡県版のイメージマップの使い方と、消費者団体の状況、現状をどのように捉えてらっしゃるかということですね。

### ○若月課長

イメージマップについては、消費者教育推進計画を作る際に、本県独自のものということで、東会長にも入っていただいているのではないかと思いますけれども、大変良いものを作っていただいたと考えています。

これは、本当に大変お恥ずかしい話なんですが、我々は、どこの消費者教育が足りないのかは気にしていますけれども、これは消費者の方に啓発するのに使いたいと思います。

そして豊岡市長からいただいたお話は、消費者団体も私共の方も、生活協同組合とは連携していろいろと取り組んでいます。消費者団体の方も、今連携しているところあるんですが、今後それが続けられるかということは、大変悩ましいところでありまして、実は内部では、今後について、消費者団体と腹を割って話したことがないから、一度意見交換をしたらどうかというような話もしております。

今日は消団連の岡田さんがいらっしゃってませんけれども、生活学校の内野さん、地女連の種本さんもいらっしゃってますけれども、またそういった場で、将来についてお話ができればと思っております。

すいません。以上です。

### ○東会長

ありがとうございました。

それでは、ちょっとだけ、お時間ありますので私から一言申し上げたいと思います。

皆さんから御意見いただきましてありがとうございました。

私もちょっと個人的に思ったこと3点ほどあるのですが、1点目は先ほどのアクティブ・シニアの件ですね。アクティブ・シニア、元気な高齢者、というような位置付けで出てきて、ちょっと元気じゃない方はどうなるんだろうと。アクティブ・シニアと見守りをつなぐ部分ですね、そこにちょっと配慮が必要かなと思ったのと、それから、私も計画案をちゃんと読み込めてないんですが、デジタル化に関連して、Society5.0という文言が出てましたかね、この中に。多分、デジタル化が、人間の生活を豊かにするという側面については、Society5.0の理念なども、ちょっとあってもいいのかなと思いました。

もう一つは、消費者教育に関連するところで、大柱の1になるんですけれども、どちらかというところエシカル消費のほうにぐっと寄っているのが、重点施策2として「成年年齢引下げに対応した若者の消費者教育の推進」というのはあるんですけれども、そこをもうちょっと強めに出してもいいかなと。特にこれが運用される4月からまさに、成年年齢引下げなので、被害防止というものを強調してもいいのかな

と。以上の三点が、私が個人的に思ったこととさせていただきます。

今日は、委員の皆様から御意見いただきまして、基本的に皆さん非常によくできた計画であるということが一点、それから、この前のですね、委員の皆様からの意見を非常に丁寧に反映していただいたということも、高く評価されていたように思います。

またそれぞれのお立場で、消費者教育等への御協力の意思を表明していただいたところもたくさんあったと思います。内容として、5点ほどちょっと簡単なまとめをしたんですけども、一つはやはりデジタル化への対応で、新しい情報とか正しい情報をどんどん更新していくこと、またこの計画だけではなくて、いろんな県のルールもそれに伴って更新のタイミングが重要だというようなことが一点。

二つ目は、SDGsの視点を全体を通じて、皆さん非常に重視していたということ、それとも関連してきますけれども、三つ目は、連携ですね、市町と県の連携もありますし、消費者と事業者の連携ということもあります。

そして特に、消費者と事業者の連携に関わって、消費者教育と併せて事業者教育もやっていくということです。今回、事業者サイドに、今後こういうことが求められるとか、こういう丁寧な対応が必要だという御意見、たくさん出ました。消費者教育が充実している静岡県でありますけれども、同じように、事業者教育、事業者への啓発に力を入れていただきたいという御意見が多く見られたかと思います。

最後は、やはり周知とか運用での御意見ですね。その辺をきちんとやっていただくことによって、この計画が効果的に、運用されていくことを皆さん希望されておりますので、県におかれましてはよろしく御対応いただきたいと思います。

すみません、大変、最後、早口になりまして申し訳ございません。

それでは、本日の議事につきましては、以上とさせていただきますと思います。何か事務局の方からございますでしょうか。

## ○若月課長

いろいろ御意見ありがとうございました。

告示の話につきましても、計画の話につきましても、今の時間の中だけでは、意見を言えなかった部分もあると思いますので、意見票を提出していただいて、今日の意見と意見票でいただいた意見への対応については、東会長と相談させていただいて、進めていきたいと思います。

東会長よろしくお願いします。

## ○東会長

ありがとうございました。

課長の方からいただいた通り、いつも時間がぎりぎりですので、十分に御意見、出していただけなかった方につきましては、意見票にてよろしくお願いいたしたいと思います。

それでは以上をもちまして、本日の議事を終了したいと思います。



皆様の御協力により、円滑に議事を進行することができたことを感謝申し上げます。

では、事務局にお返ししたいと思います。

ありがとうございました。

**○司会（大場県民生活課長代理）**

東会長ありがとうございました。

委員の皆様、お忙しい中、長時間にわたり、誠にありがとうございました。

今後とも、ご指導、ご助言のほどよろしくお願い申し上げます。

以上をもちまして、第42回静岡県消費生活審議会を閉会いたします。

本日はありがとうございました。