

2020年11月20日

仙台市市民局消費生活センター 御中

宮城県生活協同組合連合会
住所：仙台市青葉区柏木1-2-45 フォレスト仙台5F
電話番号：022-276-5162
会長理事 冬木勝仁

「仙台市消費生活基本計画・消費者教育推進計画（中間案）」に対する意見

近年、私たち消費者をとりまく社会環境は、高齢化率の上昇、デジタル化の進展、電子商取引の拡大、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行により行動の変容が求められるなど大きく変化しています。超高齢化社会の到来により、高齢者の消費者被害は依然として増加傾向にあり、地域での見守りがより一層重要になっています。

また、民法が改正され、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることとなり、18歳及び19歳の若者が未成年者取消権を行使できなくなるため、成年年齢引き下げによる若年層の消費者被害の拡大が危惧されます。

一方、消費者全体に健康志向の高まりが見られ、健康食品の利用も広がっていますが、健康食品による健康被害という新たな問題も浮上しています。消費者教育の機会が少ないなか、今後は一層、行政・事業者・消費者間で新たな手法のリスクコミュニケーションが求められます。

消費者団体の役割として消費者の声を盛り込んだ「基本計画」になるよう、下記の意見・要望を提出いたします。

記

1. 消費者市民社会の形成と消費者教育の推進は本計画の重要な柱と思われることから、その重要性及び関連性についてより明確になるような記述にしてください。

第3章-1目指すべき姿として記載のある「消費者市民社会」の形成について、「消費者市民社会」という言葉は、残念ながら、社会に広まり多くの市民に認知されている状況にあるとは言えません。消費者市民社会の形成と消費者教育の推進は本計画の重要な柱と言えます。消費者の行動が将来の社会を変えるとされていることや、自分だけでなく環境や周りのことを考えなければならないことなど、安全・安心な暮らしの実現のために、なぜ「消費者市民社会」の形成が必要なのかが読み取れるような内容にしてください。

2. 「第4章 計画推進のための施策の展開及び進行管理」に関連して

I 消費生活の安全・安心の確保

表示は、本来分かりやすいものでなければならず、消費者が表示の読み方・見方を勉強しなければ理解することができないものであってはならないと考えます。消費者が表示の内容について十分認識しているとはいえません。このため、消費者の自己啓発も大切ですが、まず、事業者・行政機関・学校教育・社会教育等による消費者啓発が必要なことから、項目を追加してください。

II 消費者教育・啓発の推進

- (1) 学校教育における消費者教育について、教師のスキルアップも必要ですが、学習のなかで活用してもらえるような教材の開発が必要です。直面するトラブルに対し最新の事例を活用し、理解しやすく伝えることが効果的と考えます。
- (2) 「消費者力」向上のための消費者教育の担い手育成に関して、「消費生活パートナー」の活動に関しての検証・評価が必要と考えます。第4期計画の地域内における人材の育成に反映させるべきです。
- (3) 企業における新人教育などにも消費者教育が必要です。企業に対する積極的な働きかけを行うべきです。
- (4) 追加項目として「金融教育の推進」を明記してください。カード・クレジット・キャッシングによる多重債務の増加や、インターネットバンキングなどによる金融商品の取り扱いなど、消費者を取り巻く金融商品の動きは複雑になっています。また、収入構造の変化などにより、自分自身のライフプランと資金計画などを交えた金融教育を推進していくことが今後ますます必要になると考えます。
- (5) 環境の保全に配慮した事業活動として、持続可能な開発のための教育、循環型社会の形成に向けたエネルギー教育についても明記してください。
- (6) 追加項目として「消費者団体との協働による消費者教育の推進」の明記を要望します。消費者市民社会を目指すにあたり、一般消費者への啓発の推進には消費者団体との協働が必要です。消費者の目線を活かした啓発の手法を取れ入れるべきと考えます。消費者団体向け啓発講座の開催、消費者団体への啓発講座の委託・調査活動の委託、消費者団体との消費者教育・啓発に関する交流会の開催などが考えられます。
- (7) 消費者教育・啓発の推進について、これまでも学校教育現場との連携が行われてきましたが、学校の学習方針によって取組方法に違いが見られました。「消費者教育連絡協議会」で話し合われた計画を実行に移すためにも、消費生活センターの相談員のほかに専門スタッフを配置し、学校からの要請に応えたり、専門家との連携を取っていくことが有効であると考えます。
- (8) 消費者教育の取り組みに関しては、仙台市立の学校（小中高校）のカリキュラムに盛り込むなど、もっと具体的な施策にしてください。
また、消費者市民社会の中核である「持続可能な社会」の重要性は、早期から教育するのが相当であり、小学校のカリキュラムにも盛り込むべきです。
- (9) 持続可能な社会の実現には、エシカル消費のような消費者の行動によって地球環境や未来を変えることができるという自覚し、環境等に配慮している事業者や商品等を選択する消費行動が大切です。しかし、エシカル消費に関する消費者への教育がまだまだ不足しているのが現状です。消費者の意識のさらなる向上を図るため、学校教育等を含め幅広く消費者教育を行うなど、さまざまな主体の連携による推進活動を進めることが必要です。
- (10) エシカル消費には、フェアトレード商品や環境に配慮したエコ商品の購買、地産地消やオーガニック製品の利用などがあげられますが、エシカル消費行動の推進には、何がエシカルな商品なのか消費者に正しく伝えることも重要であると考えます。エシカル消費を選択する助けとなる各種の認証ラベル・認証マークについて存在や意味を知らない消費者もいることから、持続可能性に配慮した商品の認証ラベルの周知について計画に追加してください。

Ⅲ 消費者被害の防止及び救済

- (1) 「消費生活センターの周知」「多様な媒体を活用した効果的な広報・啓発活動」「情報提供による消費者被害の拡大防止」の施策の拡充について、消費者団体と協働した取り組みを行ってください。
- (2) 現在の相談方法は、自ら消費生活センターへ相談にきた場合や電話によるものがほとんどです。しかし、新しい生活様式に対応するには、相談の入り口は今の時代に則した SNS やメールを活用した 24 時間対応相談窓口の設置にするべきです。

また、高齢者や障がい者など自分でセンターに出向けない消費者も多く見られます。今後増加す

と思われる来所困難な相談者のために、出向いていく相談業務の体制の継続・拡充をお願いします。

- (3) 住民が相談しやすい環境整備のために、区役所毎に相談窓口を開設してください。
- (4) 多重債務に陥っている人たちは、年収 200 万円以下の世帯が多く、しかも要因が生活費や教育費のためということは重大なことだと考えます。そのため、多重債務の解決（債務処理相談）だけではなく、その後の生活再生についての相談や生活資金などの方策・支援を明確にすべきと考えます。
- (5) ADR 機能を持つ被害救済部会の開催が進んでいません。広く消費者の被害防止・利益につながりますので、相談事例の速やかな収集を行い被害救済部会を活用すべきです。また、市民への周知・徹底を要望します。

IV 高齢者等特に配慮を要する消費者への対応

- (1) 民生委員・地域包括支援センター職員・ケアマネジャーなどとの連携した啓発活動はこれまでも取り組まれてきましたが、必ずしも功を奏しているとはいえない状況です。高齢者の消費者トラブル見守りに「消費生活パートナー」の積極的な活用を要望します。
- (2) 高齢者等が抱える問題は消費者被害だけに特化するものではなく、生活困難や精神的な被害につながる可能性がありますので、他団体だけではなく庁内関係部局との連携を強化してください。
- (3) 高齢者等の見守りには、公共施設等でのサークル活動場面や福祉用具事業者や高齢者向けに事業を実施している事業者、専門家や民間団体などから意見を聞くなどして工夫する必要があります。早期に消費者トラブルを察知し救済できるよう、地域におけるネットワーク化を推進し、見守り体制について具体化する必要があります。高齢者、障がい者、認知症等により判断力が不十分となった人などの消費者被害を防ぐことを目的とした協議会の構成員メンバーについて見直しが必要と考えます。

V 多様な主体との連携の推進

- (1) 消費者教育推進地域協議会は必ずしも連携を目的とした組織とはいえないためネットワーク組織を検討してください。既存の団体だけではなく、環境団体、NPO、市民団体、福祉関係者など多方面の参加が重要であると考えます。
- (2) 多様な主体の連携は市民団体・学校教育現場・事業者・地域が相互に連携した取り組みはもちろんです。異年齢・異業種による連携の持ち方を探り、地域の企業や学生などの既存の組織・力をフル活用することが必要です。消費生活センターがコーディネーター役となり取り組む事項を具体的に項目の内容に記載にしてください。
- (3) 「多様な主体との連携」として「市民活動団体等との連携」が記載されておりますが、市民団体の中でも特に消費者問題への関与が大きく、事業者への申入れなど広範な活動を行っている「適格消費者団体」との連携について加筆してください。

3. 第4章-3 計画の推進体制及び進行管理について

- (1) 実効性のある計画にするためには施策項目の中に数値目標を入れ、消費生活審議会において検証・評価できる形にする必要があります。5 年後に目指す姿を明確にしてください。また具体的な施策について工程表を作成してください。
- (2) 計画の推進に当たり、進行管理と公表は極めて重要であり、年度ごとの評価と公表もできるだけ速やかに実施をいただきたいと思っておりますので、公表時期の目安を設定してください。

以上