

令和元年度北海道消費生活審議会

第2回第3次北海道消費生活基本計画 策定検討部会

議事録

日時：令和元年（2019年）8月30日（金）10:00～11:50

場所：道立消費生活センター小会議室

令和元年度北海道消費生活審議会
第2回第3次北海道消費生活基本計画策定検討部会

日 時：令和元年（2019年）8月30日（金） 10時00分～11時50分

場 所：道立消費生活センター小会議室

出席者：別紙「出席者名簿」のとおり

議 題：第3次北海道消費生活基本計画の策定について

議 事

（開 会）

嶋本主幹

○ ただ今から、第2回第3次北海道消費生活基本計画策定検討部会を開会いたします。

本部会の議事に関しましては、公開とさせていただきますので、あらかじめご了承くださいませようお願いいたします。

また、本日、横島委員につきましては、他業務のため欠席され、鈴木委員につきましては、他業務のため、30分程度遅れてのご出席となります。

なお、消費問題対策担当課長の高石ですが、他の業務により一度席を外しますので、ご了承くださいませ。後ほど戻ってまいります。

（審 議）

(1) 議題1：第3次北海道消費生活基本計画の策定について

嶋本主幹

○ それでは、ただ今より議事に入らせていただきます。
鎌田部会長、よろしく申し上げます。

鎌田部会長

○ 本部会長の鎌田でございます。どうぞよろしくお願い申し上げます。
それでは、議事(1)「第3次北海道消費生活基本計画の策定について」事務局から説明をお願いします。

鶴ヶ崎課長

○ では、私から、資料に基づきご説明申し上げます。

【資料1～3に基づき説明】

以上、現段階での計画検討案の概要について、資料に沿ってご説明を申

上げました。よろしくご審議をお願い申し上げます。

鎌田部会長

○ ただ今の説明につきまして、ご意見、ご質問はありますか。

曾野会長

○ 資料1「第3次北海道消費生活基本計画（検討のためのたたき台）」の3ページに掲載されている年齢別相談件数構成比の推移のグラフから、高齢者の相談件数が増加傾向にあると読み取れるということでした。若年者については「29歳以下」にまとめられていますが、成年年齢である20歳位の年齢層の相談件数が判るように、もう少し詳細な年齢区分とした方がよいのではないかと思います。7ページに掲載されているグラフでは、18歳～19歳、20歳～21歳という詳細な年齢区分となっていますので、3ページのグラフについても、より詳細な年齢区分とした方がよいのではないかと思います。このグラフを掲載した趣旨には合致しないかもしれませんが。

鶴ヶ崎課長

○ 今は手元にはないのですが、20歳未満の者を当事者とする相談件数は、それ以上の年齢の者の相談件数と比較すると非常に少なく、かなり大きな差があります。年齢階層と相談件数の関係については、データを検証する必要があるように思います。

曾野会長

○ このグラフでは、29歳以下の者のデータは少なく、特に20歳以下の相談件数が少ないということでしたら、より詳細な年齢区分としても効果的ではないのかもしれませんが、20歳以下の相談件数が少ない原因としては、未成年者取消権があるからということでしょうか。

鶴ヶ崎課長

○ 未成年者取消権があるから相談件数が少ない、というよりは、20歳になってからの消費者トラブルの方が実数として多い、という認識があります。未成年者取消権を行使するか否かに関わらず、消費者トラブルを抱え相談する者もいると思いますし、「未成年者取消権があるから」相談が少ないのかどうかについては、実際に相談を担当している者に確認しないと一概には言えません。

畠山委員

○ 相談業務の中で一般的に言われていることとして、未成年者取消権があると、悪質事業者が寄ってこないため相談件数が少ない、ということがあります。もちろん、詳しいことは、現場の相談員に聞いてみないと判りませんが。

鶴ヶ崎課長

○ 成年年齢になると急に狙われ始める、だから、今回、成年年齢の引き下げによって18歳、19歳の年代が狙われるということで、先ほどご発言の

あったような事業者は、確かに以前から存在していたことと思います。

渡辺委員

- 高校生くらいですと、まだ直接契約できない状況なので相談はないですよ。ある意味、法で守られているということですね。ただ、やはり判断力はなく、社会的に育っていないので、成年年齢の引き下げが施行されると、すごく恐ろしいという実感があります。そのようなことから、国も重点的に取り組み、今回の計画検討のためのたたき台にも記載されているのではないかと考えます。成年年齢引き下げへの対応の必要性については、学校の家庭科や社会科の先生たちがしきりに指摘しているところ。これはあくまでも契約当事者の年齢別の相談ということなので、親が相談したとしても、内容が子に係るものであれば、件数にカウントされるということですよ。

鶴ヶ崎課長

- そうです。

鈴木委員

- 全体としては、有機的な関連性をもって作成された「たたき台」と思いますので、これをベースに進めていただければと思います。何点か意見ですが、まず、9ページに掲載されている、消費者の意識についてのモニターアンケート結果ですが、回答者の年齢層について、20歳代の割合が1.9%、30歳代が12.0%、40歳代が20.8%となっており、20歳代の意見がこのグラフに反映されていないと言えらると思います。ただ、データ収集の問題もあると思いますので、この割合では、20歳代のデータはないものと考えなければならないのではないかと思います。

これに関連して、10ページ右下のグラフ、「消費者トラブルに関する注意喚起情報を入手しやすいと思うメディア」について、テレビ・新聞という回答は、40代、50代またはそれ以上の年代の方が多いと思います。私は30歳代ですが、情報収集の手段は殆どインターネットやSNSになります。もう一つ下の世代、20歳代となると、生まれたときからインターネットがある世代であり、小さいときから携帯電話を持っているので、基本的にはWEBサイトやSNSから情報収集を行っており、先ほどのモニターアンケートについては、データの取り方の問題ではないかと思います。高齢者への対応は一つの軸だと思えますが、これからの成年年齢の引き下げの影響を受ける18歳、19歳と20歳代前半の消費者への対応策として考えるなら、WEBサイトやSNSに関する取組をしっかりと行っていく必要があると思いました。

「第3章 消費者施策の基本的な方針」に関しては、このとおりと思っていたのですが、弁護士会を代表している立場として、消費者団体との連携については、今後も力を入れていくテーマであると思います。しかし、現場はどのように取り組めばよいのか判らなかつたり、他の業務で多忙

であったりして、特に地方では、連携が進んでいないか、中断・中止していることが考えられますので、もう少し弁護士を活用していただければと思います。どの程度の対応が可能か判りませんが、過疎地域を含めた各地域に弁護士を配置できるようになってきましたので、一般の方への法律相談のみでなく、行政と連携して、会議の開催や取組の際などに声をかけていただければと思います。私は札幌弁護士会の消費者保護委員会に所属していますが、地域司法を担当している委員会や北海道弁護士連合会などもあり、力になれるのではないかと思います。何処にどのような消費者団体があり、どのようなことをしているのか判らないということもありますが、それについては、消費者教育コーディネーター等にご対応をお願いしたいと思っています。

鶴ヶ崎課長

○ 10 ページの「消費者トラブルに関する注意喚起情報を入手しやすいと思うメディア」に関する調査結果については、ご指摘のとおり、サンプリング上のバイアスによるものと考えており、若年者の意識をどのように把握するのかという点について検討しなければならないと思っています。参考までに、かなり小さなサンプルではありますが、20歳代、30歳代の回答を見ると、情報を入手しやすいと思うメディアとして、やはり「スマートフォンのWEBサイト」と「SNS」という回答が出てきています。「どういう行動を取ったか」についても、やはり「まず購入先に連絡する」や「インターネットなどで自分で調べた」という回答が多く、「消費生活センターに相談する」という回答は非常に少ないという傾向にあることが、僅かなサンプルでも判ります。

また、地域のネットワークにおける弁護士等の法律の専門家の活用については、弁護士会や司法書士会を構成団体としているネットワークもありますが、問題は、そもそも地域のネットワークの活動が維持されているかどうかということであり、これについては、なかなか地域の資源を活用できていない事例も多くあるということです。この問題については、次期計画においても取り組んでいかなければならないと考えているところです。

島山委員

○ 「計画検討のためのたたき台」ですが、全般的に、北海道における各種の新しい課題が網羅的に記載されており、これ以上付け加えることはないのではないかと思います。大変よくできた計画だと思っていますが、問題は、これらの課題について具体的にどのように取り組んでいくのか、ということではないかと思います。特に、消費者教育の取組は難しいのではないかと思います。

学校教育については、北海道消費者協会において、学校訪問講座ということで、高校を訪問して講座を開催しています。高校3年生を体育館に集

めて行うのですが、やはり、教室で授業として開催する方が高校生に伝わっていく気がします。小さい市町村であればそのような取組も可能かもしれませんが、大きい市町村では、相談員が高校の各クラスを訪問して講座を行うということは困難です。

また、学校教育において消費者教育を実施できているか、つまり、学校の教員がどの程度まで消費者教育を実施できるのか非常に気になります。教員により、カリキュラムの一つとして他の科目と同じように消費者教育を実施していただけるのであれば、小学校・中学校から高校まで連携して消費者教育を行えるのではないかと思います。例えば、教育大学において教員養成の専門課程に消費者教育を取り入れ、学校の科目授業となっていくことが理想と思いますが、そのようなことはできないでしょうか。現状では、消費生活センターの一部の者が、多くの講座開催に出向いているという状況にあり、釧路消費者協会についても、人数に限られていますので、一部の者に業務が集中してしまうような状況です。人材の育成や広報を進めていくことができればと思っています。

鎌田部会長

○ 畠山委員からご指摘のあったとおり、高等学校での講座の場合には、体育館に集めて行うことが多いですね。地方の小さな学校であれば、1学年1～2クラスくらいなので、講師に1回又は2回程度来てもらうことができれば、家庭科や社会科の授業やホームルームで行うこともできますが、例えば1学年6クラスの学校の場合、講師に6回来てもらうことは困難ですので、大きな会場に集めて行うということになります。ただ、この方法では、一人ひとりに浸透しにくいと思います。この課題を解決するために、例えば、講座の後に、ホームルームなどで担任の先生が、生徒により解りやすく説明する、また、家庭科の授業の中で消費者教育に触れるといった方法が考えられます。ただ、今回の「計画検討のためのたたき台」においても、学校における消費者教育において、「高等学校教育課程編成・実施の手引」に盛り込まれている具体的指導内容に沿った指導や教員への研修について記載されていたと思います。

そのような取組について、道教委にどの程度までお願いできるかということもあります。現在、「〇〇教育」という言葉は50以上あるであろうと言われています。環境教育や、学校の喫緊の問題としての「いじめ問題」、このようなことについては全ての教員に理解してもらうことになっていますので、優先順位として、消費者教育はどのあたりに位置づけてもらえるのか、ということを考える必要はあると思います。

畠山委員

○ 消費者教育は環境教育の中に含まれてしまいますよね。

鎌田部会長

○ そうですね。SDGsを環境教育として教えている学校もあります。

- 畠山委員 ○ 学校との連携については、教育委員会や学校とよく協議した上で進めていかなければならないですね。
- 渡辺委員 ○ 例えば、新しく教員に採用された者に配られる資料に消費者教育について記載し、研修において必ず説明してもらうようにするなど、全ての教員に対して、消費者教育・指導における注意点や、児童生徒に身につけてほしい知識や能力について意識付けさせることが、担い手育成には重要であると思います。家庭科や公民科の先生のみへの意識付けということではないのではないかと思います。
- 畠山委員 ○ これからキャッシュレス時代になっていきますので、金融教育と言いますか、家計管理などについてもしっかり教育していく必要があると思います。現在、様々な面で時代が変化しているということもあり、消費者教育は重要であると思います。
- 渡辺委員 ○ 実際に、多くの相談があるということではないのですが、ゲームの課金については、保護者も非常に困っているようです。10万円単位の大きな金額の問題となることもあり、今後、対応していかなければならないのではないかと考えています。
- 鶴ヶ崎課長 ○ 道で実施している「消費者教育支援セミナー」や「消費者教育サポートセミナー」については、受入可能人数はそれほど多くなく、また、開催も年1回程度であることから限界があります。教職員の方々が行う消費者教育を支援する場をどのように設定するのか、今後検討していかなければならないと思います。消費者庁作成の「社会への扉」という冊子を全高校に配布、活用を依頼しており、その検証も毎年実施しているところですが、どのように活用したのか、これを直接使って授業を実施したのか、生徒に配布しただけなのか、クラスに1部配架しただけなのか、というように実際にどのように活用されたのかについても把握する必要があるのではないかと考えているところです。国が定めた目標では、全高校で活用するということになっていますが、このほかに、騙されない消費者になるために必要な知識などについて、どのように啓発していくのかを考えていく必要があると思っています。
- また、1年以上前から協議等を始めなければ、授業に新たな教育内容を盛り込んでもらうことは非常に難しいという現状と伺っており、市町村レベルでも同様の状況であると聞いていますので、消費者教育の優先順位を上げるためにどのように工夫すればいいのかについても考えていく必要があると思っています。

渡辺委員

○ 薬物乱用に関する教育の場合には、国により基本計画が作成されていて、外部講師を活用した薬物乱用対策の教室を、各学校で年に1回必ず受講させるようにしています。そのため、道内の高校は100%実施となっています。国が先頭に立って推進すれば多くの関係者は動かざるを得ない、ということもあると思います。また、実際に研修を実施しているか否かについては、道教委が行う調査に質問項目として追加するという方法もあると思います。働き方改革もあり、困難な部分もあると思いますが、教員の研修であれば、現在は初任段階研修と中堅研修に別れていますが、初任段階研修に何かの形で消費者教育について盛り込むことができればと思います。学校に関しては、このような方法もあるのではないかと思います。

鈴木委員

○ 札幌弁護士会による高校教育についてお話ししますが、消費者保護委員会から札幌管内の高校に対して講師派遣の案内をお送りしており、それに対するオーダーは3件あるかどうか、という感じになります。オーダーのない年もありました。それは、消費生活センター等の別の組織でも行っているためです。オーダーがあった場合には、担当の先生と、体育館に集めて行うのか、また、別な場所に集めるのかなどについて打ち合わせをして進めていきます。生徒の進路が決まったタイミングでの申込が多いと理解しています。学校によっては、講義を受ける生徒の進路について、ほとんどの生徒が就職する、あるいは進学する生徒が多い、就職と進学が半々くらい、東京に行く生徒が多いなど、状況は様々ですので、先生から、講義を聴く生徒の進路決定の状況について教えていただいています。一回の講義は60分程度、長くても100分程度です。

この度、道立消費生活センターから連絡があり、弁護士会の講義も学校訪問講座のメニューに加えていただけたということでした。道立消費生活センターから、弁護士会をはじめ様々な機関が行う講座の情報を道内に広めていただければ、よりニーズを増やすことができるのではないかと思います。

私たちから見ると、先ほどお話のあった環境問題も消費者問題となるなど、全てが消費者問題となり得ます。ただ、狭義では、いわゆる悪質商法などが消費者問題というイメージになると思います。このように、消費者問題や消費者教育についてイメージする内容は人によって異なるのではないかと思います。全てを網羅することは不可能なので、基本的には、悪質商法や契約において気をつけなければならないことについて伝えるようにしていて、将来何か疑問に思ったら消費生活センターに問い合わせるなど、被害救済や消費者問題に対応するためのツールを教えてください、全てを教えることは困難です。消費者教育について、どの範囲でど

のようなことを、現実的に一步進めていけるのか、この1年から2年くらいの間に試行していくとよいのではないかと思います。既存の取組をコーディネートしつつ、現場への調査を進めながら少しずつ取組を広げていくとよいと思います。

最終的には、現場の先生たちの本音の意見を聞かなければならないと思います。現場の悩み、消費者教育に熱意を持った先生もいるが他の授業等もあり対応できない、あるいは、全く興味のない先生もいるなど、現場の実態を知らながら進めていくとよいのではないかと思います。

鶴ヶ崎課長

○ コーディネート機能については、事実上、道立消費生活センターが一部担っているところもありますが、次期計画以降は、対外的にも、コーディネート機能をセンターが担うということ、もう少し前面に出して知らせていくことを考えています。それから、学校における消費者教育だけではありませんが、消費者教育の現場の意向について、逐次、詳細に把握し、連絡調整に反映させていくことが必要になってくると考えています。

鎌田部会長

○ ネットワーク機能を広めるということについて、「消費者教育支援セミナー」は1月初旬に実施していると思いますが、この時期は、教員はいろいろな研修に参加しなければならないことから、セミナーの受講は選択肢から外れてしまい、受講者集めに苦労しているという事情があると伺っています。長期間開催することも大切ですが、道教委との全体的な連携の中でセミナーの日程について考えると動きやすいのではないかと思います。

渡辺委員

○ 企業についても、ただ社員に給与を支払うだけではなく、新しく採用した社員に対して教育や啓発を行うということも大切ではないかと思います。

鶴ヶ崎課長

○ 検討のためのたたき台では、職域における消費者教育について記載しています。2次計画にも関連記載がありましたが、なかなか推進することができませんでした。次期計画のたたき台にはさらに具体的に記載しています。「従業員に対する消費者教育」については、具体的な実践事例を把握していないため、実践事例に関する情報の収集・把握に努め、事業者に対しては、従業者への消費者教育の必要性や研修・講義、講師派遣に関する情報を伝えて、従業員に対する消費者教育が少しでも進むよう支援していきたいと考えています。

曾野会長

○ 事業者による消費者教育は実際に行われているものなのですか。事業者に消費者教育を行う余裕はないのではないかと、思うものですから、現

状で行われているものなのか教えていただければと思います。

鶴ヶ崎課長

- 道内における実施事例を把握しておりません。これから把握していかなければならないと考えております。

鈴木委員

- 会社が新入社員や従業員に対して、仕事のノウハウやコンプライアンスについての研修を行うことはあると思いますが、個々人の生活に関する消費者問題についてまで研修を行うというイメージはないと思います。どのようにすれば研修等を行っていただけるようになるか、ということを考える必要があると思います。消費者教育を全面的に出した研修よりも、様々な悪質商法や契約のトラブルへの注意を喚起するような、社会人として身につけるべき知識を伝えるような研修とする方がよいのではないかと思います。小中学校や高校、大学等の学校教育においても消費者教育を進めていくことと思いますが、社会人となり、収入を得て、独立して一人で生活していく中で生じる可能性のある消費者問題について伝えることになるのではないかと思います。

また、企業が講師派遣を依頼するのか、業界団体が取りまとめのうえ進めていくのかなど、誰が、どのように研修を行うのかということも検討していかなければなりません。企業といっても、その規模や職種等により事情も変わると思いますので、現場の声も聞きながらご検討いただければと思います。

それから、就職の際のハローワークや引越の際の市町村役場など、必ず通らなければならない道と言いますか、手続きを行う際に、悪質商法や消費者トラブルに関する資料等を配布するなど情報提供する方法もよいのではないかと思います。可能かどうかは分かりませんが、自然に目に入るようにする、少ない負担で情報提供などを行うということが重要ではないかと思います。

鶴ヶ崎課長

- 特に若年者への啓発については、どのようなルートを活用すれば効果的に啓発できるかということについて常に考えています。作為的に見えるような広報よりも、若年者が自然と見るもので考えていく必要があると考えております。

鈴木委員

- スマートフォンでネットを閲覧する際に表示される広告を活用する方法はありうるのではないかと思います。

もう一つエピソードをお話します。年に2回、道立消費生活センターと弁護士会が協力して特別電話相談を行っています。10月頃と3月頃に開催しています。私が担当してまして、午前10時から午後3時まで、1時間を1枠として5枠分、各枠で3人ずつ配置して相談を受け付けて

います。電話回線は2本、面談相談を1枠で行っているのですが、最近、相談件数が激減しているようです。開催にあたり、道新に広告を掲載してもらっています。スマートフォン等の普及により、すぐに情報を手に入れられる時代で、弁護士会も相談を受け付けていますし、センターでも平日は毎日相談を受け付けているので、SNS等による周知は必要ではないかという話はありませんが、本当に電話が全く鳴らないので、有効な広告媒体は、我々が考えている広告媒体ではなく、全く別のものになってしまっていると考えられ、意識を変えなければいけないのではないかと思います。

また、関連して、SNSにおける「いじめ相談」の相談件数が非常に伸びてきているようです。様々なリスクや問題点はあるのではないかと思います。やはり、電話するよりもメールの方がよいという世代ですので、そのような彼らの声をどのように吸い上げていくのかということを検討しなければならないと思います。

鶴ヶ崎課長

- やはり、若年者の消費者被害にどのように対応するか、ということが大きなテーマとなっている中で、10年前に比べて、若年者の相談件数が半分以下になっています。若者からの消費生活相談件数が減少しているのは全国的にも同様の傾向であり、全国では、40代以下の年代の相談件数が減少しているということです。消費者庁では、SNSを活用した相談対応ができないかということを検討していて、例えば、自殺対策分野でSNSによる相談が利用されており、特に若年者の利用が多いようでして、このような例と比較しながら、消費生活相談におけるSNS等の活用の可否等について検討がなされているようです。SNSによる相談体制の整備は、消費生活相談の性質上、あるいは、私どもの消費生活センターでの意思決定の方法等も考慮すると、国の検討結果や他県での取組状況を踏まえながら、チャット的なやりとりでどこまで相談処理ができるかということ、慎重に検討する必要があるように思います。

それにしても、国の調査によると、消費生活センターに相談しない理由として、「面倒」、「解決できるのか疑問」、「役所にトラブルを言いたくない」、「怒られそう」という回答が多いとのことであり、消費生活相談に対するイメージの問題のようにも思えます。これは、PR、啓発等によるイメージチェンジで解決するしかないのかもしれませんが、相談することは皆のためになるのであり、怒られることも後ろめたいこともないのだということ伝えていくことが重要だと思います。

曾野会長

- SNSによる相談となると、全国何処からでも相談可能となるので、道で実施するのか、国で実施するのかという点も議論になると思います。

- 鶴ヶ崎課長 ○ 電話でも、道外の方から相談が寄せられる場合がありますが、SNS では、どの地域から相談が寄せられているのか判らないという問題があります。
- 鈴木委員 ○ 他の相談でどのように SNS を活用しているのか分かりませんが、最初の相談では心理的抵抗を低くするために SNS を活用するものの、最終的には電話や面談での相談とすることになると思います。チャット形式のやりとりのみで、問題の解決にまで至るということは、殆どあり得ないのではないかと思います。ただ、相談の電話をかける場合に、どのような人が対応するだろう、怒られるのではないかという気持ちがあると、一歩踏み出しにくいというところはあると思います。弁護士への相談も同様ではないかと思っていますが、最初は、SNS などによって、気軽に相談してくださいということ呼び込めば、安心して相談に来てくれるのではないかと思います。メールやネット上のフォームで相談の予約を受け付けている法律事務所も増えています。様々な疑義はあるかと思いますが、引き続き検討いただければと思います。
- 渡辺委員 ○ 道教委は、期間限定で LINE による相談を事業（外部委託）として実施したことがあります。この事業の検証結果は公表されていて、相談した生徒の声として「自分の言いたくないことは言わなくてもよい」ということがあり、これにより、相談に対するハードルがかなり下がっているのではないかと思います。対面による相談とは異なり、LINE の場合には、相談者が伝えたいことだけ言えるというメリットがあり、これによって、大きく相談へのハードルが下がっているようです。「こういう困っていることがあります」と相談して、それに対して「こういう解決方法があるよ」というようなやりとりになるので、相談しやすいのではないのでしょうか。相談への導入として、LINE 等を活用するということは、子供たちにとってよいことではないかと思えます。最近では、子供だけではなく、私たち大人も LINE を利用します。一定の年齢層に対しても、気軽に自宅で出来る LINE の活用は効果的であると思えます。導入に向けて行政側のハードルは高いという問題はあると思いますが。
- 鶴ヶ崎課長 ○ 言いたくないことを言わずに、消費生活相談が解決されるのかという思いはあるのですが。
- 鈴木委員 ○ そうですね、LINE 等を活用した相談を導入するのであれば、最終的には電話や面談での相談対応とする必要があり、相談者にも一歩踏み込んでいただかなければならないと思います。
また、LINE 等でこのように回答されたから大丈夫、というように回答

が独り歩きするという恐れもあります。検索すると、インターネットには様々な情報が掲載されていますが、情報が錯綜しており、一部、誤った情報や誤解を招く表現もあると思います。そのような中で、対面による相談対応などにより精査のうえで回答していただくのは必要なことです。結果的によりよい相談対応とするための方法を考えていただければと思います。

畠山委員

○ 道立消費生活センターではメールでの相談を行っています。若年者はメール相談がよいのではないかと思います。

また、消費生活モニターアンケート調査の結果のうち、11ページの「消費行動が経済社会環境に与える影響について」という設問で、「知っているが、普段から具体的な行動はしない」という回答者が50%いるという結果になっていますが、やはり情報を提供しないと、なかなか消費行動に結びつかないと思いました。たとえば、「フェアトレード」や「エシカル消費」という用語を聞いたことがあっても、具体的にどのような行動がフェアトレードやエシカル消費に該当するのか分からないと思います。そこで「このお店に行けばフェアトレードやエシカルな商品が買えます」などの情報を集約して、消費者に知らせることが必要ではないかと思います。

さらに、食品ロス削減については、食品ロス削減推進法が制定され、日本のみでなく、世界各国で取り組んでいく課題です。これに関しても、北海道消費者協会ではアンケート調査を実施しました。その調査結果によれば、なぜ食品ロスが起こるのかということ、買いすぎ・作りすぎと賞味期限を気にしすぎてしまい、賞味期限が経過したことで廃棄してしまうことが主な要因となっているようです。このことは、多くの方々が分かっていることなので、もっと意識を高めることで、食品ロスが削減されるのではないかと思います。なぜ食品ロスを削減しなければならないのか、食品ロス削減の意義ですが、単に「もったいない」ということではなく、世界で起こる飢餓問題の解決につながります。世界で13億トンの食糧が捨てられている、13億トンは世界の食糧生産の約3分の1にあたる量ですので、食品ロスを減らすことで、このような問題の解決につながるということを、多くの方々に周知していくことで、食品ロス削減を推進していくことになると思います。取組の意義を知ると消費者は動きます。逆に、意義をあまり理解していないと行動に結びついていきません。このことに留意しつつ、消費者施策を進めていくとよいと思います。

鶴ヶ崎課長

○ 今回、エシカル消費、消費者市民社会を一つの項目として設定していますが、この啓発については、何がエシカルで、何がエシカルではないのかという点で多くの方々が立ち止まってしまいます。そのため、可能な限り具体的な内容での啓発を検討していく必要があると考えております。食

品ロスもそうですが、「何のために」という点が重要であるというご指摘はそのとおりであると考えます。エシカルについても、なぜこのような商品を買うことがエシカルなのか、ということをもっと多くの方々に伝えていくことが重要だと思います。学校においては、フェアトレードは、チョコレートやコーヒー等を例示すると遠い世界の話というイメージになってしまい、フードマイレージや地産地消というテーマの方が先生にとっては扱いやすいとお聞きすることがあります。いずれにしても、エシカル消費について適切に周知していきたいと考えているところです。

曾野会長 ○ エシカル消費については、消費者側の観点も重要ですが、フェアトレードについては、フェアトレードの商品を購入したくても近くで販売していないということもあると思うので、事業者側の責務という観点も必要だと思います

鶴ヶ崎課長 ○ まだ、地域によっては企業側も含めてエシカル消費の認知もこれからというところもあると思います。企業も消費者もエシカルな消費への認知度を高める、そのような取組ができればと思っています。計画の中では、消費者側の観点のみの記載となっていますが。

曾野会長 ○ 事業者側の責務については、どう考えていますか。

鶴ヶ崎課長 ○ 事業者側の責務については、北海道消費生活条例にも規定されており、全く消費者行政に関係ないというわけではなく、消費者志向経営を進めていかなければならないということが国の方針でもありますし、道としても意識していかなければいけないことではあるのですが、事業者への直接的な働きかけについて、どのようなことができるのか、実効性も含めて慎重に検討すべきと考えます。

曾野会長 ○ 事業者、特に流通業者も市民社会の一部であり、そういうことを考慮した上で取組を推進した方が効果的なので、もし事業者の取組や責務を謳うことが計画の対象外であれば別論ですが、可能であれば考えた方がよいと思います。イオンはフェアトレードの認証を取得した商品でなければ納品させないということを実施しており、大手の事業者がこのようなことを行うと消費者も注目します。このような方法で取組を進める方が早くて効果的ではないかと思っています。

鶴ヶ崎課長 ○ このたびの計画策定の検討作業の中で、エシカル消費の推進については、私どもは、消費者の行動が変わることによって企業の行動に影響を与えるという視点で検討してきたところでして、事業者への直接的な働き

かけということについて、計画の中に盛り込むことは検討しておらず、現時点で即答は難しいところです。消費者指向経営をする企業を応援する、評価するという取組が検討されていると伺っているところであり、今後研究してまいりたいと考えております。

曾野会長

- こちらから事業者の応援をすることはできないと思いますが、何処でどのようなものを販売していて、エシカル消費が可能になるというような情報を消費者に提供することは可能ではないかと思います。

鶴ヶ崎課長

- エシカルの度合いを星の数などで評価するといった手法をよく聞きますが、これは、消費者の行動で企業行動を変えていくという取組だと思います。

鎌田部会長

- その他いかがでしょうか。

今回、第3次北海道消費生活基本計画について、事務局から議題を提示いただき、皆様にご議論いただきました。前回、5月28日の部会の資料から、かなり詳細な内容になったのではないかと思います、ありがとうございました。次回の部会では、本日の議論の内容を元に、審議会に提出する報告書を取りまとめることとなります。改めて、ご質問等ありますでしょうか。

それでは、予定の時間となりましたので、本日の部会はここまでいたします。事務局にお返しいたします。

(閉 会)

嶋本主幹

- 鎌田部会長ありがとうございました。次回、3回目の部会につきましては、来月下旬以降を想定しています。具体的な日程調整については、改めて御連絡をさせていただきますので、よろしく願いいたします。本会議については、10月を予定しております。

以上をもちまして第2回第3次北海道消費生活基本計画策定検討部会を閉会させていただきます。本日はどうもありがとうございました。