

令和2年度第1回消費生活協議会文書会議回答まとめ

	ご意見	ご意見に対する回答
議題 1 5 3	<p>・宝塚市の方針として、10年間の計画を策定することは致し方ないことと考えます。 ・ただし、消費生活を取り巻く環境は10年で大きく変貌を遂げるでしょう。毎年の活動を確認していく中で、この計画に取まらない取り組みや、計画の見直しが必要になった場合の対応に関して、何らかの形で明記しておかれたほうが適切と考えます。</p>	<p>毎年開催する消費生活協議会で、定期的に計画について評価いただき、計画見直しの必要性を検討頂くため「計画期間中は計画の進捗状況について消費生活協議会において定期的に評価等を行い、適宜本計画の見直しを行います。」に修正しました。</p> <p>今年度は、第2回消費生活協議会までは文書会議での開催を予定しています。令和3年度につきましては、可能であれば対面で開催したいと考えています。</p>
	<p>第1章の「3 計画期間」ですが、10年といえば非常に長期間であり、その間の経済状況や消費生活の状況はかなり変化すると思われますので、「計画期間の途中であっても、必要に応じ本計画の見直しを行います。」とある点について、「計画期間の途中であっても、必要に応じ本計画の見直しを行うこととし、その必要性の有無を3年に一度を目安に検討することとします。」というように、定期的に見直しの必要性を検討すべきではないかと考えます。</p>	
	<p>議題3の計画期間について、総合計画の分野別計画については、総合計画に合わせて、10年計画で策定するとの方向が示され、庁内検討会でも10年計画に変更するとの意見があり、10年の計画とするとされていますが、日々変化する社会において、10年を見通した有効な計画が策定できるのか疑問を覚えます。都市インフラの整備計画のように、数値化、見える化が容易な場合は長期の計画が必要だと思えます。しかし、脱炭素、超高齢化、デジタル化で社会が激変する可能性が高い中で「くらし」がどのように変化し、どう対応しなければならないかイメージできない状態で、計画を策定するのは、困難に思えます。10年を期間とする計画とすると、「第5章の消費者教育と今後の取り組みを具体的に策定することは容易でないと思う。10年計画とする場合、必要に応じて計画を見直すともされていますが、見直すプロセスを示しておく事が必要ではないでしょうか。</p>	
	<p>・新型コロナウイルス感染症の影響で、しばらくは文書会議で続けていくのでしょうか。</p>	
議題 4 第1章	<p>インターネットの普及拡大に関連して、紙ベースからデジタルベースへの変更が進んでいます。銀行通帳等を紙ベースで求めると、手数料が発生したり、クレジットカード利用明細を紙ベースで求めると手数料が発生します。また、マイナンバーカードの多角的な利用と個人情報保護も消費者の大きな関心事です。</p>	<p>計画の内容につきましては、計画（案）の通りとさせていただきますが、ご意見は今後の取り組みの参考にさせていただきます。</p>
	<p>法律に基づき計画を10年間としているが、激動する状況を見据え「途中でであっても必要に応じ計画を見直す」事はよいと思います。</p>	
	<p>■P1「計画改定の趣旨」の説明文について 中段の9行目の「民法の改正」とだけあるが、何を指しているのかわかりにくい。P20、21に出てきますが「成年年齢を18歳に引き下げる」といった文言が、冒頭でもありますので必要だと思います。 ■P1「計画の期間」の説明文について 計画が5年間から10年間に変わりましたので、5年後の中間年に分析及び評価を実施した方がよい。 消費者教育の推進に関する法律 第10条 第5項にあるように、「また、中間評価として実施の状況についての調査、分析及び評価を行う」といったような文言を入れてはどうか。</p>	<p>■P1「計画改定の趣旨」の説明文については、ご指摘の通り修正します。 ■P1「計画の期間」の説明文については、5年間と区切りを設けず、「計画期間中は計画の進捗状況について消費生活協議会において定期的に評価等を行い、適宜本計画の見直しを行います。」に修正しました。</p>
	<p>新型コロナウイルス感染による自宅でのインターネット普及、高齢化率上昇により見えない犯罪に巻き込まれるケースが増加、成年年齢18歳に引き下げる民法改正施行で、ターゲットが若年層に増えると思われるので年齢に応じた消費者教育を推進、学べる場所が必要。 危ないと気づく力を養うことが必要になってくる。</p>	<p>今後も、ご指摘いただいた内容を中心に啓発活動を進める予定です。</p>

	ご意見	
<p>2 学校における消費者教育の現状 小中高の各学校区分の課題に関して、アンケート結果をたたき台に、小中高それぞれで聞き取りが必要ではないか。 小中高それぞれの消費者教育の取り組みが、家庭科および社会（公民）に限定されていることが、取り組みの拡大を妨げる要因の一つだと考える。 例えば、PISAなどの、社会人基礎学力で問われる知識として、算数（数学）や課題文の理解といった内容のコンテンツは、消費者教育で取り扱われる問題であったりする。すなわち、国語や算数、理科といった教科教育の中での、各単元の導入や課題の中に、消費者教育で扱われるべきものを活用する方向性がある。ただし、こうした取り組みを宝塚市のみで取り組むのは限界があり、県・国レベルでの議論も必要であろう。</p> <p>3 地域における消費者教育の現状 ・消費者団体の取り組み p14 消費者協会宝塚のみが取り上げられているが、前期の宝塚市消費生活協議会委員のメンバーが係わっておられた活動があったのではないかと。少なくとも、協議会の席上で、活動報告を伺ったり活動の案内や紹介を伺ったことは憶えています。 ・消費生活サポーターに関して p20 消費生活サポーターの育成に2018年より取り組まれてきたはずですが、どのような取り組みがなされ、消費生活サポーターになられた方々がどのような活動をされているか、まだ、活動を始めて日が浅いとは思いますが、記載された方が望ましいと思います。</p>	<p>「2 学校における消費者教育の現状」につきましては、ご意見は今後の取り組みに活用させていただきます。 「3 地域における消費者教育の現状」 「消費者団体の取り組み p14」での記載につきましては、本計画では市内の消費者団体の活動を掲載させていただいております。そのため、ご指摘の団体（C・キッズ・ネットワーク）は西宮市に事務所を置く団体であるため、本計画には記載していません。 「消費生活サポーターに関して p20」につきましては、「消費者教育を進めるための環境づくり」と変更し、サポーターだけでなく広く消費者教育を進めるための環境づくりについての記載に変更しています。また「すみれ隊」については17ページ（4）に記載を追加しました。</p>	
<p>現状と課題では少子高齢化、成人年齢の引き下げ、販売方法の変化など理解できる部分も多い。学校教育について、取り組まれている教科が学校間で異なっている事に驚いた。共通のカリキュラムで取り組まれているかと思っていた。自由度があることは、深く学ぶことも可能であるが、一方でなおざりにされないかの危惧も抱く。</p>	<p>学校のカリキュラムにつきましては、学習指導要領のに基づいて各学校で内容が決められているため、消費生活センターでは育成会に対する出前講座や高校生の授業での講師派遣などで学校の消費者教育を支援します。</p>	
<p>(1)これからの消費者教育のポイントは①高齢者と②若者（18才）対策 (2)切れ目のない教育を行う為にも若者対策は重要・着眼点はよいと思います。</p>		
<p>■第2章「現状と課題」について 課題をP20に集約しているのは判りますが、もう少し現状の取組み部分（P2～P19）でも課題を記述しておいた方がよいのでは。現状の取組と紹介ばかりになっており、取り組み状況のボリュームに対して、課題がP20だけなのか？ という印象です。 ■P13 講座・研修・講演会などについて 実施主体の「宝塚市老人クラブ連合会」の部分について、連合会会長が令和元年度に変わっているので、取り組み内容も含めて掲載の了解が取れているか確認しておいた方がよい。確認済みでしたら、すいません。 ■P13～P14 イベント開催について 主体の「宝塚市自然休養村管理運営協議会」は内容が2つあるので、表を実施主体は1つにして、名称と内容を2段に分けた方がシンプルだと思います。P14 の事業者の取組の「コープこうべ」も同様。 ■消費者生活サポーターの育成について 平成28年から取り組んでいるサポーター養成について、どこにも育成の現状や活動が示されていない。第3章の方向性や第5章の今後の取組に出てくるので、第2章に現状や活動の状況を入れておくべきではないか。</p>	<p>■第2章「現状と課題」については「消費者教育を進めるための環境づくり」と変更し、サポーターだけでなく広く消費者教育を進めるための環境づくりについての記載に変更し記載量を増やしています。 ■P13 講座・研修・講演会などについては、関係課に確認の上掲載しています。 ■P13～P14 イベント開催については、「コープこうべ」についてはご指摘の通り修正します。「西谷朝市」については、実施主体が「西谷朝市の会」が正しいため分割したままとします。 ■消費者生活サポーターの育成についてはご指摘の通り17ページ（4）に記載を追加しました。</p>	
<p>新型コロナウイルスによるインターネットを活用した買い物・コミュニケーションが今後ますます増加する。 店での購入が減少し通信販売が増加していることで、苦情を言いにくい、返品しにくい、自分で見極める力をつけることが必要。 出前講座の窓口を増やす、啓発劇を増やす（こわさを考える）</p>	<p>出前講座については、新型コロナウイルス感染症が収まり次第、実施して頂けるように周知したいと考えています。</p>	
<p>4 (4) 情報提供事業として、自治会の回覧板の活用はされていますでしょうか？</p>	<p>以前は回覧板を活用した啓発を行っていましたが、ここ数年は活用していませんでした。回覧板の活用につきましては、今後検討したいと思います。</p>	

議題4
第2章

	ご意見	ご意見に対する回答
議題 第3章 4	第3章の「2 推進に当たっての基本方針」の②ですが、「消費生活サポーターを育成・活用し、地域全体の消費者力アップを図ります」というように「育成」を「育成・活用」としてはどうでしょうか。	ご指摘の通り修正します。
	目標は問題ないと思います。推進に当たっての基本方針は関係機関、他部署との整合性が必要になると思います。教育関係、環境部門、福祉部門、事業者等々と協議は可能でしょうか。また、協力を得ることはできるのでしょうか。できない場合は、作成者の思い、希望を計画化することになるのでしょうか。	本計画が、絵に描いた餅にならないように市全体で取り組みます。
	6ページ図6-2品目別苦情件数の「放送・コンテンツ等」2〜3程度に分割したらどうか。「他の教養・娯楽」とは？	項目の分割方法については、国民生活センターや他の自治体と同様に全国統一の分類に基づいているため、独自に細分化することは困難あり計画（案）の通りとさせていただきます。 「放送コンテンツ等」はテレビの契約やインターネットのサイトやコンテンツに関する相談、「他の教養・娯楽」はスポーツ施設利用等の相談になります。
	若者及び高齢者に対するEC取引の拡大がキーになってくると思います。 (1)若者に対しては、理解早くスマホにも慣れており、問題点は少ないと思います。 (2)問題は高齢者向けの教育EC取引に参画させやすくなる為、サポート体制を強化する必要があると思います。 ①簡単スマホの開発（高齢者用） ②地域でのサポート体制の確立・マンツーマン指導等の設立 (サポート体制の確立は、まちががなく高齢者のEC取引拡大につながると思います。)	(2)①につきましては市役所としての業務を超えるため実施は困難ですが、②につきましては第4章1の2つ目の○記載のとおり高齢がITCを駆使できるための講習を取組として記載しています。
	■2-③のSDGsについて、簡単な解説を入れた方が良いでしょう。P22の下部のスペースを活用しては。	■2-③のSDGsについては、48ページの用語解説ページに詳細を記載し、用語解説を参照することの案内を目次に記載します。
成年年齢が18歳に引き下げられる若年層、高齢化率の上昇により増加が見込まれる。 高齢者の消費者教育、おひとりでお住まいの方には情報が入ってこないため、介護士など集まる場所での告知 若年層においては、より多くの消費者教育推進する場を多く開催、出前講座の窓口を増やす、告知したくさんの人に知ってもらおう。	今後も、啓発活動を広く市民に知ってもらえるように取り組みたいと考えています。	

	ご意見	ご意見に対する回答
	<p>・学校における消費者教育 成年年齢を18歳に引き下げる民法改正に対応した教育などの推進は重要な課題であるが、高校側から見たときに中心的に取り組む教育課題とはなっていない。高校側から見たときに、文章の読解力の向上や、明確かつ簡潔に書き手の意図を伝える文章の作成能力の向上と言った点は、学校レベルにかかわらず、重要な課題であろう。こうした高校側から見た重要な教育目標や達成すべき課題の達成に寄与する教材の一つとして、消費者教育で扱われる内容・コンテンツが取り上げられるような工夫が必要である。</p> <p>こうした問題を考える、教員側の研修機会としては、教員免許状更新講習をあげることができる。教員免許状更新講習は、宝塚市およびその周辺地区に所在する大学が行っており、教員免許状更新講習に家庭科や公民以外の教科の教員も取り組める消費者教育のきっかけや少量紹介と言った内容を盛り込んでいくことが、今後10年間を考えると重要になってくるであろう。</p>	<p>学校に対しては、今後も連携して講座の実施を呼びかけてまいりたいと考えています。教員免許更新講習につきましては、県事業であるため、県消費生活課に対し要望してまいります。</p> <p>また、市教育総合センターが実施する教職員研修において、消費者教育が取り入れられるよう働きかけを行いたいと考えています。</p>
議題4	<p>第4章の26項ですが、「誤った使い方や、悪意を持って使う」という表現については、「正しい知識なしに誤った使い方をしたり、悪意をもって通信してくる人物もいることへの警戒を怠ると」等の表現にした方が良いのではないかと思います。</p> <p>第4章27項、28項「高校生・大学生（若者）」及び「成人・高齢者・障害者等」を対象とする消費者教育については、特に、インターネットに親しんでいると思われる若者・成人について、ネットでの情報提供に努める旨の記述があってもよいと思います。同様に、31項の「④効果的な情報収集・発信」のところでも、消費生活センターからのメールマガジン等によるインターネットを利用した積極的な情報発信に努める旨の記述があってもよいと考えます。</p> <p>第4章の「3 消費者教育の担い手の育成」について、せつかく募集して養成講座を実施した「消費者サポートすみれ隊」に関し、育成後の活躍の場が確保できるような方策を講じるべきであると考えます。</p> <p>第4章の「計画推進中、重点的に推進する施策の目標」について、20項で、18歳成年年齢引き下げと高齢化率に上昇を指摘しているわけですから、特に受験シーズンが終わった後の高校3年生について未成年最後の教育機会を与えるとか、高齢者に対して見守りができるように、高齢者自身の消費者教育とともに介護にあたる方への消費者教育も力を入れる等、何等かの若者、高齢者に対して、「重点的に推進する施策の目標」を掲げるべきであると考えます。</p>	<p>第4章の26項の記載については、ご指摘の通り修正します。</p> <p>第4章27項、28項の情報発信に関する事項につきましては、「4 効果的な情報収集・発信」に集約して記載する形にしたいため、計画（案）の通りとして、31項「4 効果的な情報収集・発信」の記載内容については、メールでの情報発信などについて追記しています。</p> <p>第4章の「3 消費者教育の担い手の育成」については、記載内容は案のままとして、活動については今後検討させていただきます。</p> <p>第4章の「計画推進中、重点的に推進する施策の目標」については、(2)の出前講座・セミナーの実施に含む内容であるため計画案のとおりにさせていただきます。ただし、取組としては必要であると考えますので、23ページ「1 世代・特性に応じた多様な消費者教育の推進」に1項目追加して講座の実施を推進する旨追記しました。</p>
第4章	<p>「発達段階・各世代での特」での記載ですが、特の後にはミスプリントで何か入るのでしょうか？各世代ごとに取り組み内容を分けたことは良いと思います。高校生に成人年齢の引き下げに伴い、自らの法律行為が社会で重要な働きをすることを学んでもらわねばなりません。未成年時代の保護者に守られた生活から、自らが責任を持つことの重大性を学ぶことは非常に大切です。高齢者は好むと好まざるに関わらずデジタル化に対応しなければなりません。これは非常に困難なことです。早晚紙の通帳はなくなるでしょう。支払いも電子化が多くなるでしょう。スーパーのレジも対面から、非対面に変わりつつあります。高齢者啓発を、消費生活センターだけが担うのは難しいので、高齢者支援を担当しする機関等と連携することが重要になる。</p>	<p>「発達段階・各世代での特」については「発達段階・各世代の特徴」が正しいため修正しました。</p>
	<p>P29には「SDGs」「エシカル消費」の文言はあるが、P27の「高校生（若者）」に対する消費者教育の重点課題・取組内容におり込むべきでないか。</p>	<p>「SDGs」「エシカル消費」につきましては、若者だけでなく全年代に対して啓発を実施する必要があり、多様な主体の参画協働による推進によって実現を目指すため、このような記載になっています。計画（案）の通りとさせていただきます。</p>
	<p>働きざかり層への啓発も重要かと考えています。特に悪質水道業者とのトラブルや定期購入トラブルは中高年層にも多発しています。企業への出前講座なども取り組むべき方向と考えています。これといった取り組みが少ないと感じました。また、事業者と協働した取り組みも今後の方策として必要かと思ひます。</p> <p>世代別の取り組み内容は、わかりやすいです。</p>	<p>23ページ「1 世代・特性に応じた多様な消費者教育の推進」に「○学校教員や諸団体職員・事業者等を対象とした出前講座を実施し、関係する市民に対する見守りや啓発につながる活動を支援します。」を追記しました。</p>
	<p>■P28 (5) ① 1行目 連携について P34図の説明で記述した通り、「せいかつ応援センター」も入れておいた方が良い。 ■P29 2の項目名について P24の図では、「参画・協働」を「連携・協働」に変更したのであれば、ここの項目は「多様な主体との連携・協働による推進」ではないか。</p>	<p>■P28 (5) ① 1行目 連携については「せいかつ応援センター」を仮に記載しましたが、せいかつ支援課と調整のため削除する可能性があります。 ■P29 2の項目名については、ご指摘の通り修正しました。</p>
	<p>自ら考え行動する消費者を育むため、消費生活に興味関心を持ち正しい判断、選択ができるよう参加・体験型学習の推進、良い講座を現在もたくさんしているので、よりたくさんの人に知ってもらうよう呼び掛ける。 講座のチラシなどマンションやお店などに張らせていただくのもひとつの手だと思います。</p>	<p>イベントや講座開催時には、多くの市民に伝わるように周知を図りたいと考えています。</p>
	<p>大学生が高校生へ、高校生が低学年へ、若い世代のボランティアが高齢者へ、世代間交流をしながら消費生活やICTの使い方を伝えていく取組についても検討していただきたいです。そうすることで、地域のつながりができ、日ごろからの見守り支援ができると考えます。</p>	<p>今後の取り組みとして検討してまいりたいと思います。</p>

	ご意見	ご意見に対する回答
議題4	<p>会議体を増やすことが良いこととは思いませんが、宝塚市で活動されている、種々の消費者団体やコープ神戸といった事業所と互いの活動を紹介したり、連携の輪を広げるような「場」を作る必要はあります。協議会がその場になることを期待して、会長を引き受けて参りましたが、残念ながら、こうした意見交換の場にはなりにくいようです。ではどうするか。このままでは、消費生活センターが走り回るしかないように感じます。会長自身が宝塚の事情に明るくないため、新たな場を会長自らが作ることは難しいと感じています。このままでは、せっかく意欲的な活動に取り組まれている方が多くおられる宝塚市の強みが、消費者教育の推進に生かし切れない感じがいたします。</p>	<p>本市では消費生活協議会の他に、各団体の代表と市の係課が参加する消費者トラブル対策連絡会があるため、そうした場でも情報共有や意見交換をより一層活発にしていきたいと思います。</p>
	<p>現状では、記載のようになると思います。</p>	
	<p>34ページの推進体制（イメージ図）は理解しやすく大変良いと思います。</p>	
	<p>■ P34の図について 平成26年に生活困窮者自立支援法が法制化し、宝塚市でも制度にのっとり平成27年度より「せいかつ応援センター」が設置されています。生活困窮世帯や制度狭間の生活課題、外国人世帯からの相談にも対応している。中には経済的困窮の場合に消費者トラブルに巻き込まれている世帯も想定されるので、右側下部の相談支援機関の中に「せいかつ応援センター」も入れておいた方が良いでしょう。</p>	
第5章	<p>消費生活に関する講座や講演会、学習会など企画・実施するのが決定したものはより多くの人に知ってもらい、参加していただける機会を増やす。</p>	<p>イベントや講座開催時には、多くの市民に伝わるように周知を図りたいと考えています。</p>
	<p>高齢者の生活に直接関わる介護保険サービス事業者の職員対象に、消費者被害を防ぐ見守りについて講座を行うなど、連携強化が不可欠かと考えます。</p>	<p>ご指摘の通り、高齢者に関わる事業者に対して、講座の実施を働きかけたいと考えています。</p>
その他	<p>関係機関・団体の取り組みに記載がありますように、様々な講座・研修・講演が実施されていますが、さらに充実する必要があると思います。このようなイベントには経費が必要な場合も多いと思います。講師謝礼等の直接的経費を支援するためには根拠が必要になりますが、公民館等の会場施設を使用する場合使用料を免除するなどの支援制度を創設してはどうでしょうか。予算措置をしなくても、啓発が充実されることの一助になると思います。</p>	<p>公民館等の会場使用料につきましては、指定管理者が管理しているため使用料を免除ではなく補助を行う形になります。新たな予算の支出が必要となるため、今後の検討課題としたいと思います。</p>
	<p>相談体制について ①必要かつ十分であるのか？ ②コロナ禍でますます増加する電子商取引トラブルへの対応は十分であるのか？</p>	<p>①②について 相談内容が多様化・複雑化している状況ですが、弁護士会からの助言や相談員の研修参加により、電子商取引などの相談に適切なアドバイスができるよう、体制強化を図っているところです。</p>
	<p>消費者トラブルがあった時、消費生活センターに連絡するという事がすぐに出てこないし、連絡先もすぐに分からないのではないかと、「消費生活センター」の周知の仕方に工夫が必要ではないかと思えます。</p>	<p>周知につきましては、今年度から安心メールなども活用し啓発情報を積極的に発信するようにしています。また、その際には必ずセンターの電話番号と共に、簡単に電話することができる消費者ホットライン「188」の周知も行っているところですが、さらなる周知方法について検討してまいりたいと思います。</p>
	<p>消費者サポートすみれ隊の事をもう少し詳しく知りたいです。</p>	<p>消費者サポートすみれ隊は、平成29年1月に隊員を募集して、消費生活に関する養成講座実施しました。その後は、毎年勉強会を開催し新たな消費生活に関する知識を学んでいます。 主な活動については、隊員が住む地域や所属する団体、グループなどで消費生活に関する情報を伝えたり、被害で困っている方に相談窓口を案内など、消費者と消費生活センターをつなぐサポーターとして活動しています。その他にも、消費生活センターが実施するイベントでのビラ配りや手伝いをして頂いていますが、来年度以降は、隊員を募集し新たな啓発活動をしていただきたいと思います。</p>
	<p>今後情報格差の広がりが進展すると考えられます。情報が届きにくい方、情報にアクセスする方法を知らない方に、どのように伝えていくかの検討をお願いします。</p>	<p>高齢者向けには、きずな収集や宅配弁当の際の啓発チラシなどで、個別に啓発しているところですが、その他の啓発方法について検討したいと思います。</p>