

令和元年度第1回沖縄県消費者関連計画専門部会 議事概要

日時：令和元年10月9日（水）13時00分～15時00分

場所：県庁2階労働委員会会議室

出席者：

沖縄県消費者関連計画専門部会

小那覇 涼子 委員 土屋 善和 委員 長山 勝美 委員

福地 敦士 委員 髙原 義信 委員

事務局及び関係課

消費・くらし安全課長

消費・くらし安全課 班長、主幹、主査、主任

教育庁県立学校教育課 指導主事

議事：

- (1) 部会長代理の指名
- (2) 「第2次沖縄県消費者教育推進計画」素案について

(1) 部会長代理の指名

部会長代理に東江 建委員が指名された。

(2) 「第2次沖縄県消費者教育推進計画」素案について

第1章について

委員：消費生活審議会が消費者教育推進地域協議会を兼ねているというくだり、消費者教育推進地域協議会とは何か。

事務局：消費者教育推進法第20条で都道府県はその区域における消費者教育を推進するために、関係機関で構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない、とされている。この協議会は都道府県が消費者教育推進計画を作成・変更する場合に意見を述べることとされている。この協議会は既存の組織に兼ねさせてもよいこととされているため、沖縄県では消費生活審議会が消費者教育推進地域協議会を兼ねる取り扱いをしている。また、意見を述べるだけでなく、消費者教育推進計画の進捗状況も報告している。

委員：計画の進行管理は消費生活審議会が行っているということか？

事務局：その通り。

委員：ちょっとわかりにくい。兼ねることは問題ないと思うが、審議会が計画の進行管理をするということも書いてはどうか。

委員：スペースが空いているので、図で説明するとわかりやすいのでは。

委員：計画の適正な進行管理とは審議会委員が状況を把握して終わりというわけではない？もう少し

幅広く、県民の皆様にお知らせするか、そういう役目はあるか。

事務局：審議会の議事録はHPで公開している。そういった意味では広く周知している。

事務局：審議会に提出する毎年の報告書も県のホームページを通して周知していく取組をしているが、県のホームページのアクセス数がどのくらいあるかというところ、そこは厳しいところがある。市町村課長会議等を通して消費者教育の取組を促している。

委員：消費者教育であるからには、県民の皆さんに計画があることへの理解、認識が必要。進行管理についても、県の取組状況を幅広く周知することが必要。ホームページが周知の手段として制約がかかっているのでは。

事務局：県の予算の関係があり、うまんちゅひろばや毎月の広報誌を通してどこかのタイミングでは計画の進捗を広報課と調整して周知している。

委員：計画の理解を広げるための取組としては、金融リテラシーの高い県や他都道府県でも同様なやり方か。

事務局：先進県の徳島県などは5月に視察したが、消費者教育に関するイベントをいくつか実施している。エシカル消費の認知度を高める子どもへの取組も、学校と連携して行っていると聞いている。

委員：消費者教育推進地域協議会と審議会の関係について、工夫として絵を使うなど、わかりやすく示すというのは必要というところでしょうか。

第2章について

委員：成人年齢の引き下げで、18～20歳が一番ターゲットにされやすい。金融関係や色々な契約で子ども達のトラブルが今後多くなっていくというところで、現在PTAでも学校と連携してどのような周知活動をするか取り組んでいる。関係機関でも前から講演会等も続けてもらっているが、学校側はまだ早いという意識がある。テレビでの周知活動がベスト。子ども達はSNSを利用しているが、県の広報を見られるか気になる。子ども達が興味を持つような内容やトラブルの啓発活動は必要。資料を見ると色々な工夫をしているのはわかるが、実際はどのような取組をしていくのか。

また、沖縄県ではもともと金銭教育があまりなされていない。学校や教育委員会へ収入・収支バランス等の金銭教育の必要性を訴えることは必要。実際、宮古・八重山の高校で離島から親元を離れる子ども達のためのハンドブックをPTAで作成している。契約トラブルや気を付けること、食事面等。離島の方々が工夫されているので、取り寄せて参考にしてみてもいい。

事務局：若年者への広報のあり方が課題。昨年、菊地弁護士の講演会を開催したが集まりが悪かった。高校の先生から、今の子ども達はテレビを見ないのでテレビに露出しているからといって知名度があるとは限らない。ツイッターやフェイスブックを駆使して広報しないと子ども達には届かないと言われた。今年度から県消費生活センターで県の広報ツイッターを活用した取組を始めたばかり。

委員：中・高・大学生はSNSは当たり前前に利用している。テレビを見なくなっているとはよく言われること。リーフレットを配布しても絶対見ない。ユーチューブも子ども達はよく見るので、

芸人を使って面白おかしく映像を作るとか、子ども達に映像を作らせるとか。県内にはコンテストもある。そういうところにテーマを与えてあげるの面白い取組と思う。優良賞作品は全国大会に出たりする。映像編集等もあるので、そこで作ってもらうというアイデアもある。現場にいる子ども達が同世代にどう使われるかの目線を持っている。親自身が無知なので、子ども達を学校現場で教えていくしかない。情報発信について、リーフレット等に予算を使うのであれば、ユーチューブやツイッターに予算をかけるのがよい。

事務局：今年度は宮古の全高校生を対象に予定していたが、台風で中止になった。希望者だけでなく、全高校生1～3年生対象で1年間かけて調整していた。次年度は八重山で予定している。また、今年度は金融広報委員会の予算でDVDの制作も予定している。ローカルテレビで30分の消費者啓発の番組を作りそれをDVDにする。県のツイッターの話もあったが、フォロワー数の問題がある。それ以外のもので何か新たな取組ができるかというところで、インフルエンサーを使うとか、あるいはコンテストなど（イメージとしてはファミリマートで学生がお弁当を作っている企画）が将来的にできたらと思う。

委員：子どもと保護者を取り巻くことで周知力が高くなる。メールで情報を配信すると誰かしらツイッターやフェイスブックへ載せてくれる。どこの学校で何があったよとか、すぐに情報が入る。部活やサークルで活動している子ども達がいれば、そういった学校へお願いするのもよいと思う。高校生の保護者達は見たり録画したりして、宣伝する。大人だけで取り組んでも、見る確率は少ないと思う。

事務局：学校はそういった企画に協力してくれるか。

委員：先生によると思う。映像制作のコンテストが毎年あるようだ。そこに消費者教育や18歳成人に向けて何かしらテーマを作ってくれという依頼ができるのでは。

事務局：優秀な作品は県のホームページに掲載するとか、そういった感じでできれば面白い。

委員：健全育成委員会では毎年ポスター募集をしており、今年のテーマは消費者教育。そのポスターを沖縄県の研究大会約800名の会員の前で表彰する。表彰された作品はA2サイズのポスターにして各高校、関係機関に配布する。そういうところとコラボすると面白いのでは。どんどん活用してほしい。

委員：若年層に（アプローチ）しやすいのは学校教育の教科なのではないかと思う。金融教育や、収支のバランス等は家庭科の消費者の部分でやっているが、先生によって強弱がある。広く教育していくという時には、高校、中学で新学習指導要領になって消費者教育が厚くなっているので、先生方に利用していただける教材の活用を考えるのが1つ。

消費者教育が行われている場面や、教材に関するHPを学校現場が知っているかどうか実態がわかると、課題見えるのでは。今まで教材を作ってきていると思うが、それが上手く活用されていない状況があれば、そこに課題があり、上手く利用できるような方法、利用しやすいような手立てがあればよい。

委員：良い教材は沢山ある。消費者庁のマップでクリックしたら教材が出てくる。どれを選べばいいか、逆に選択する能力が求められている。沖縄県でも独自に作った教材がありHPにも載せている。全高校へ全生徒分送付し、活用した先生もいるが、中には職員室に置かれていたという

状況もあると聞いた。カリキュラムの中での時間の関係だと思う。アドバイスいただいた琉大の先生からは、ワークシート等、先生達がすぐ使えるようにと要望があった。教材作りというよりは、1時間あればこんな授業ができるというような指導案を現場の先生とやる機会は持たないといけない。中学の授業で、高齢者がトラブルに合わないように標語を作ろうというグループワークをさせるとすごく良い標語が出てきた。興味ある授業をどうするかが重要。成人年齢引き下げ等、全校生徒を対象にするのはいいが、体育館を用いた全校生徒の講座は聴かない子がいる。講師の選定も、とにかく聞いてくれて興味をもってくれることがまず一歩。契約に関することはどうしても堅くなってしまうので、上手な見せ方が大事。

8ページの母子世帯の割合だが、平成30年度の最新のひとり親の実態調査を使ったのか？子どもの貧困率29.9%入れるのは衝撃的な数字なのでいいと思うが、次の調査で25%というのが出ている。それは記載しなくていいか？多少改善しているので、どこの時点での数字を用いるか。個人的には29.9%、全国の1.8倍といのはすごく衝撃的ではあった。次の調査結果で県の担当課は多少改善と言っている。

13ページの課題のところ、どちらかという高齢者についてトラブル防止の観点からの記載になっているが、前回審議会でリバースモーゲージとか、高齢になったときの住環境、年金の問題等、トラブルではないが高齢になった時に起こる色々な問題が委員から出たと思う。被害防止は当然重要だが、高齢化社会で高齢者が安心して生活できる環境作りも大きな意味で言えば消費者問題なので、そこも何らか入れられないか。

前回審議会で地産地消の話も出たと思うので、14ページのエシカル消費について沖縄らしさがあれば。13～14ページは課題なので比較的重要なところ。トラブル防止も大事だが、今回の消費者教育推進法は消費者市民としての役割が大きくあると思うので、自分たちの生活環境をどうしようという視点も取り入れた方が今回の新しい計画の意義が出てくる。

委員：若年者対策と高齢者の対策が分かれているが、若年者対策のところ、現場に教員の壁があるのかなと感じる。一方で親の壁もある。それをどうやって克服するか、それも課題であると表現できると現状がわかりやすい。

高齢者については、生活環境がここ数年で大きく変わろうとしている。これから先も劇的に変わる。寿命が延びる一方で所得は非常に厳しく、それに上乗せしてキャッシュレスの世界が広がってきて、高齢者の生活環境が狭まってきている感じ。国の政策の問題もあるので、ここで取り上げるのは次元が違うかもしれないが、そういう環境だからこそ高齢者に対する教育、社会的フォローが必要になってきていると思う。例えば13ページの(2)でキャッシュレス化が進むと高齢者にとっては厳しい、買い物難民になりかねない現状も起きつつある、とかそういうところにも触れてはどうか。

14ページ(5)で触れてほしいのが、沖縄県全体の人口動態を見ると沖縄本島中南部に人口が集中していて県民の8割になる。表面積からするとそこは全体の2割くらいの地域。この度合いはどんどん進んでいる。高齢社会になると離島や田舎から、子どもが親を病院があるところに呼び寄せるので、ますますこの傾向は強まる。その影響で、都市部での生活環境がより悪化しているのでは。そういう状況についても触れておいた方がよいのでは。また、県民所得が低く子ども

の貧困率が高い、一方で離婚率は高く母子家庭が多い、これも沖縄の大きな特徴だと思うが、これだけなのか。先程話した色々な要素が絡んで社会問題が起きている。母子家庭は生活環境の変化が大きいため貯蓄が必要という記載も、これは母子家庭だけの問題なのか。記載にあたってはもう少し配慮が必要ではないか。子どもの貧困は母子家庭が背景の一つだが、ひとり親には父子家庭もある。表現を丁寧に書いたほうがよい。

エシカル消費という言葉が出てくるが、定義は何か疑問に思ったので、それが何かわかるような書き方が必要では。

事務局：エシカル消費は広すぎてわかりづらいところがある。直訳すると倫理的消費、概念に近い。専門的用語は用語集を付けたいと考えている。

委員：保護者や教職員、子ども達からよく声があがるのが奨学金問題。金利の無いものから、高いものまで幅広い。高校から奨学金を得る子どももいるが、返済ができない。奨学金をあまり理解できてない子ども達がお金を借りるという状況になっている。学校教育の中でも資料配布や説明をしているが、年々問題が増えているという報告がある。消費者からそういう報告があるのか気になっている。借金問題の一つに括られているかもしれないし、貧困問題と奨学金問題については私たちの方で今年度取組や調査をしているので情報提供していきたい。

事務局：今年、消費生活センターに奨学金の相談があった。奨学金だが驚くような金額。

委員：金利が高い、子ども達は30年かけて返済する。

事務局：高校、大学、大学院を通して約1,000万円。奨学金の幅に驚いた事例があった。

委員：それで悩んでいる子どもがたくさんいる。

委員：月10万円は貸与できるので、4年生大学に行けば卒業時には480万円借金を持つことになる。兄弟2~3人、年子だと高額になる。長期返済なので、30代前半で返済できずひとり親家庭で、自分と子どもの分を両方返済もするという事例もある。

委員：周知活動をするなり、何かしら動けないか。奨学金が無いと進学できないという子ども達が一生懸命なのはわかるが、卒業後、返済が始まると額を見て驚く。保証人も額を見て驚くという相談件数が多々ある。相談窓口を伝え、借りる際にしっかりと学びましょうという周知活動はしている。

委員：ここでまとめます。若年層に向けて子どもが興味を持つような広報活動、学校教育との連携が必要。教材を作るだけでなく、指導案、使い方も併せて検討いただけるとよい。また、課題として教員と親の壁、どれくらい教員や親が興味・関心を持っているか実態がわかるとよい。高齢者に対する課題として、トラブル対応のみに終始している印象があるが、高齢者が置かれている生活環境、キャッシュレス、都市部へ集中するといった生活環境の中での消費者問題、消費者に関わる対応、置かれる現状もまとめるとよい。

子どもの貧困率についてH27年度とH30年度調査の違いについて。また、沖縄特有の課題について、母子世帯だから貯蓄というだけではないのでは？文章の並べ方に誤解を招く可能性があるなので少し整理が必要。

若年層に関しては奨学金について、返済が立ちゆかなくなる、親子の返済を同時にする事例もあるようなので、補足があるとよい。

第3章について

委員：15 ページに関して、4つの領域の中身は全部共通か。

事務局：これは国の指針なので必ず入れる必要はないが、他県によってはその県バージョンに変えている県もあるかもしれない。本県は国の基本方針をそのまま取り入れている。

委員：目指すべき方向は当たっていると思うが、ちょっとレベルとしては高いのでは？

事務局：正直、高いと思っている。

委員：同じことを確認したかった。14 ページまで課題があって、その課題を踏まえてこういう取組の方針という流れになる時に、14 ページと15 ページがどんな風の流れでいくのか。国はどうしているのだろうか。14 ページから15 ページに飛んだときの関連が見えてこない。14 ページまでは具体的で沖縄の現状を踏まえていて、15 ページになると消費者市民社会となっている。

事務局：15 ページから幅、視点が広がる。具体的な取組は第4章に記載する関係もある。基本的な方向という項目自体、視点的に広い。イメージとしては課題までは狭いが3章では広くなり、また4章で狭くなる。方向が狭いというのもなかなか難しい。

委員：4章まで見てみては。

委員：ご意見として第3章と第4章は同時に審議するという話がありましたが、それでもよいか。

第4章について

委員：第3章、第4章でみなさんの方でご意見等あるか。

委員：素朴な意見かもしれないが、19 ページの体系図中、1番下の地域社会環境への意識だが、沖縄県は健康への意識は重要項目ではないか。平均寿命の問題もあるが、若年層の肥満の問題もある。健康を一つ加えてはどうか。県の部局として保健医療部との絡みがあまり無いのでは。

事務局：食育などで絡みはあるが健康問題では無い。県全体で見ると色々な課題があり、取り組む必要があるが、消費者教育に関しては、消費者教育推進法で定義があり、それに沿ったものを入れている。定義として、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育、「消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む、及びこれに準ずる啓発活動をいう」ということになっており、法律の定義に基づいたものを入れるように当課から各課へ照会した。各課は福祉や健康の問題は入れられないと判断した可能性がある。

委員：エシカル消費の中で入れてもよいのでは。18 ページのメッセージの中で、考えて行動できるうちなー消費者と掲げている。その中には健康も入れておいてよいのでは。

委員：関連して何かあれば。

委員：28 ページの高齢者のところで、被害者防止だけになっているので少し環境的なものも膨らませてほしい。また、幼児期から高齢期までの各ライフステージに応じて～という文言が何度も出てくる。20 ページの基本的な方針のところ「ライフステージに応じた」と大きく打ち出している。センターの役割にも入っていて、実施する側、実施される側がわかりにくい。例えば20 ページ①の消費者教育もライフステージに応じたものになるし、②消費者教育への支援

もそうだと思うし、さらに 21 ページ⑤体系的な消費者教育にも入ると、いったいこれは並列なのか何なのか。基本的な方針のところに入れてあるので、それぞれに入れる必要はないのでは。読みやすい方がよい。

19 ページ消費者教育における消費生活センター拠点化、やっぱり相談と啓発というのは消費者教育の柱になるので拠点化はいいが、一方で消費者教育の担い手というのが別立てである。拠点化、一つのところに集中化というときに担い手やコーディネーターとの関係性はどうなるのか。拠点化と担い手育成が別立てであるのが少しわかりにくい。どう考えればよいか。

事務局：拠点化と担い手育成については、分け方の問題がある。消費者教育推進と担い手育成を分けているのが一つの理由。また、センター相談員の研修はもちろんだが、学校の先生や地域の人材、例えば福祉関係者等に役割に応じた消費者知識を付けてもらい、担い手になってもらうということもある。センターと分けているが、センターが大きく関わるということに関して違いはない。関わらないということではない。

委員：関連して。ライフステージに応じた消費者教育推進というところで、発達段階でそれぞれ消費者教育を行っていくということか。幼児児童、大学、若年層、そして成人期の消費者教育は地域、家庭、職域に含めているということになる。

事務局：そうです。

委員：高齢者もその中に含まれる。

事務局：今まで、高齢者は地域に含まれていた。元々の計画では障害者や高齢者の方は地域に含まれていた。高齢者については社会情勢の部分で特出ししたため項目が別になっている。地域に高齢者が全く関係ないということではない。

委員：地域、家庭に幼児も大学生も入ると思う。そこに成人期の教育も入っているということを示していけばよいのかなと。高齢者の消費者被害防止だと、どうしてもトラブルだけというような気もする。例えば高齢化に伴う消費者問題等にして、先程の生活環境等はライフステージに応じた消費者教育の推進に入れてもいいのかなと感じる。

事務局：高齢者の部分ですが、いわゆる消費生活情報、リバースモーゲージや生活設計に関する情報を提供するものがあるというニュアンスでよいか。固有の金融商品を紹介するのはなかなか難しい。いわゆる 100 歳時代なので、生活設計に係る話、消費生活情報を提供するというニュアンスでよいか。

委員：例えば 29 ページに消費者安全法に基づく事故情報とある。それはどちらかと言えば被害防止になる。リバースモーゲージは確かに金融商品なので個別に紹介できないとしても、やはり老後、高齢になったときの住宅確保をどうするか、保証人無しで借りられる住宅確保の制度の存在とか、そういう情報も需要があると思う。沖縄特有として年金が低い年齢層がある。復帰時の措置で未納の人がおり、その年代はかなり高齢者になると思うが、低所得で年金を免除してもらっていて納めていない時の年金の受け取り方法等、情報として知っていれば、自分である程度考えて選択していく。高齢者になると情報収集が難しく、高齢者学級等を通して何か情報提供が必要。高齢者といっても幅広く、比較的若いというか被害を知りたいという方と、生活環境の支援が必要な方と、少し幅があると思う。

事務局：例えば消費者教育のための訪問や講座開催時に、暮らしに役立つ情報を一緒に届けるというニュアンスでよいか。

委員：その他には何か。

委員：30 ページ、3 の高度情報通信ネットワーク社会への対応のところ、前書きで1 行目後段から「消費生活のグローバル化の進展により海外との取引も容易になり利便性も高まっている」とくだりは本当にそうか？海外との取引は可能だが、増えているか？実感としてない。結局、ネット社会になっているということそのものがリスクの高まりになっている。ここはネット上の商取引が増えて複雑化しているとか。何も海外と言わなくてもよいのでは。

事務局：調べます。

委員：一方で書き加えてほしいのは、キャッシュレス社会の広がり新たな懸念材料となっているので、前書きに書いてもらい、今後リスクな社会になっていく可能性があると感じておいた方がよい。31 ページ③にインターネットの危険性認識向上のための広報活動とあるが、この中の3 行目でテレビ・ラジオ等のメディアを活用と限定している。等がついているから色々あると思うが、子ども達は見ない。だからSNS という新しい情報ツールまで言及しておいた方が発信力があるのでは。今の若者は新聞、チラシは見ない。

委員：でも携帯でもニュースは見る。情報は早い。

委員：発信の仕方を変えた方がよいのでは。また、沖縄県金融広報委員会が頻繁に出てくるが、この組織だけ沖縄県が付いているが固有名詞のためか？他の部局も結局は沖縄県であるし、警察も沖縄県だが。

事務局：金融広報委員会は県とは別組織ということで、このような記載になっている。

事務局：金融広報委員会は日銀那覇支店と県、沖縄総合事務局が事務局、この3 者が主体となって県内の銀行やマスコミ等をメンバーとした集合体となっている。県ではないということで、差別化・区別化している。

委員：ちょっと言い過ぎかもしれないが、ここの括弧書きの組織のみで対応すべきという問題ではない気がする。文中に書くのは必要性を検討した方がよいのでは。最後まとめているところでは必要と思うが、あくまでも本文はこういう取組方向でいきましょうということなので、部署名は不要では。

事務局：今のは各事業の後ろにある部署名を全て取るという意味か？

委員：本文の中では、参考資料ではどこが中心となってやりますよと記載がある。

事務局：この本文中でということですね。一覧に書いてあるからここでは取ろうということ。

委員：本文に記載することによって制限してしまわないか気になる。特に農林関係は当該部署だけではないのではないか。

事務局：具体的にどちらをご覧になっているか？

委員：35 ページの①地産地消の推進は流通・加工推進課ですが、ここだけの取組ではないと思っている。農林水産部全般が関わるところだと思う。

事務局：地産地消は農林だけでもない。

委員：検討できるのであればお願いします。

事務局：検討する。

委員：その他には。

委員：30ページの高度情報通信ネットワーク社会への対応のところ、啓発等が書いてあるが、インターネット利用した商取引について、消費に関してネットで見ると例えば私は54歳だが、54歳の男性が好みそうな商品のCMがたくさん来る。好みそうな商品がどんどん並んでくるので、それに対して正しい判断をきちんとすることが消費者教育は必要。例えばホテルサイトでこのホテルを予約すると、大体この価格帯のホテルの情報が来る。ネットだと自分の好みのものが目の前に並んでしまうので、それできちんと判断できるという文章を何か付け加えていただければ。

事務局：検討する。

委員：最後に私の方から少し。恐らく含まれていると思うが、消費者教育はざっと見るとトラブルに巻き込まれないようにというニュアンスがすごく強いが、今SDGsでも言っている使う責任がある。物をどう使うかも消費者教育に含まれると思う。ゴミ減量化推進にも関係するし、消費者教育は広い意味でそれも含む。きちんと選択し、上手く購入する必要があり、その後どう使っていくかも重要。何かそのニュアンスが入るとよい。また、トラブルに対応する対症療法的な消費者教育は前の話。今はトラブルを起こさないようにする社会をどう作るかが消費者市民としての行動と言える。例えば企業に対してコメントを求めるとか。どうしても対症療法的な部分が全面に出るが、その部分がよかったらいい。あと、最初にSDGsの記載があるが、この後出てこない。環境への配慮のところ、SDGsが入ると今風になる。

事務局：エシカル消費で一応は入っている。