

消費者委員会 消費者関連情報の提供の
在り方検討ワーキング・グループ
(第5回)
議事録

内閣府消費者委員会事務局

消費者委員会 消費者関連情報の提供の
在り方検討ワーキング・グループ
(第5回)
議事次第

1. 日時 令和3年5月6日(木) 14:00~15:14

2. 場所 消費者委員会会議室(テレビ会議)

3. 出席者

(構成員)

新川座長、受田座長代理、片山委員

(オブザーバー)

生駒委員

西田佳史 東京工業大学工学院教授

八木洋介 株式会社people first代表取締役

高 巖 麗澤大学大学院経済研究科教授

(参考人)

徳島県危機管理環境部消費者くらし安全局消費者政策課長 熊尾雅彦氏

徳島県危機管理環境部消費者くらし安全局消費者政策課消費者行政グローバル担当室

長 島田准子氏

徳島県危機管理環境部消費者くらし安全局消費者政策課 元・指導監 篠原敬氏

(事務局)

加納事務局長、渡部審議官、太田参事官、大岡企画官

4. 議事

(1) 開会

(2) 地方公共団体からのヒアリング

(3) 閉会

《 1. 開会 》

○大岡企画官 事務局です。

定刻になりましたので、会議を始めさせていただきます。

本日は、皆様、お忙しいところ会議に御参加いただきまして、ありがとうございます。

ただいまから、第5回「消費者関連情報の提供の在り方検討ワーキング・グループ」を開催いたします。本日は、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、テレビ会議システムにより開催いたします。

本日は、新川座長、受田座長代理、生駒委員、高委員、西田委員、八木委員がテレビ会議システムにて御出席です。片山委員は遅れて御参加の予定です。

テレビ会議システムによるワーキング・グループの開催に当たりまして、御参加の皆様をお願い申し上げます。

1つ目に、ハウリング防止のため、発言者以外の方はマイクをミュートの状態にしていただきますようお願いいたします。

2つ目に、御発言の際には、マイクのミュートを解除し、お名前をおっしゃっていただきますようお願いいたします。発言が終わりましたら再びマイクをミュートの状態にしていただきますようお願いいたします。

なお、御発言のタイミングがつかめない場合には、チャットに「質問」や「発言」などと入力していただきましたら、座長から発言者を指名していただきます。

3つ目に、音声聞き取りづらい場合には、チャット機能でその旨をお知らせいただきますようお願いいたします。

議事に入ります前に、配付資料の確認をさせていただきます。

お手元の議事次第に、配付資料一覧が記載されております。資料に不備がございましたらお知らせください。

問題ないようですので、以後の議事進行は、新川座長をお願いいたします。

それでは、新川座長、議事進行をお願いします。

《 2. 地方公共団体からのヒアリング 》

○新川座長 それでは、本日も早速進めさせていただきたいと思います。よろしく願いいたします。

まず今日は、第5回のワーキングといたしまして、地方公共団体のヒアリングを予定しております。

このワーキング・グループでは、消費者関連情報につきまして、事業者等と連携した新

しい情報提供のルートについて検討することをテーマとしてまいりました。本日は、地方公共団体で事業者と連携した情報提供、積極的なお取組をしておられます徳島県様からお話をお伺いしたいと思っております。

本日は、徳島県危機管理環境部消費者暮らし安全局消費者政策課の熊尾課長様、島田室長様、篠原様に御参加いただいております。お忙しいところ本当にありがとうございます。

それでは、全体で20分程度の時間で御説明をお願いできればと思いますのでよろしくお願いたします。徳島県様、よろしくお願いたします。

○徳島県島田参考人 徳島県で消費者行政を担当しております、消費者政策課消費者行政グローバル担当室長の島田でございます。

本日は、消費者委員会消費者関連情報の提供の在り方検討ワーキング・グループで本県の取組について説明をさせていただく機会をいただき、本当にありがとうございます。説明については20分程度で、その後、質疑応答とお伺いしておりますので、早速説明に移らせていただきます。

本日の内容でございますが、「徳島県の消費者行政における事業者との取組～事業者を通じた『消費者情報の発信』～」についてお話をさせていただきます。

表紙の写真でございますが、令和元年度消費者志向経営優良事例表彰の表彰式の写真です。大都市の大企業を中心に多くの応募があった中、本県の株式会社広沢自動車学校が、第一席の内閣府特命担当大臣表彰を受賞いたしました。消費者とのコミュニケーションが非常に優れており、これまでの自動車学校の枠にとらわれず、卒業後もSNSを活用したきめ細やかなアフターフォローを行うなど、消費者を第一に考え、命の大切さをずっと持ち続けるドライバーを輩出されている点が高く評価されました。消費者志向経営自主宣言がきっかけに、消費者志向、消費者重視の経営理念が明確となったことが、この受賞や業績にもつながったとお聞きしております。今後もこのような企業を徳島県内にどんどん増やしていきたいと考えております。

1 ページを御覧ください。

目次でございます。本日はこのような順番で、各消費者行政施策を進める中で築き上げてきた事業者とのネットワーク、事業者の御協力による消費者情報の発信について説明をさせていただきますと思います。

2 ページを御覧ください。

消費者庁の消費者行政新未来創造オフィス、令和2年7月に開設された新未来創造戦略本部と連携して徳島県が取り組んでまいりました消費者施策の実践について整理をさせていただきます。

まず右下に、消費者庁と連携して実施してきた新未来創造プロジェクト、見守りネットワークからリスクコミュニケーションまで、主なものを8つ例示しております。徳島県を実証フィールドとして実践していただいたところであります。

この徳島県での実践を踏まえ、消費者庁とも連携しながら、四国や関西へ施策の展開、

さらには、全国からG20消費者政策国際会合の開催など、世界へと展開、発信を行ってきたところでもあります。

プロジェクトの中でも、今回のテーマである事業者による二次情報の発信については、赤で囲んでおります3つが核と考えておりますので、本日は、3ページを御覧ください。

まず、消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）について説明をさせていただきたいと思っております。

徳島県では、全市町村での見守りネットワークの設置を目標に掲げ、平成29年12月に市町村見守りネットワークの構築を支援するため、県版の見守りネットワーク「とくしま消費者見守りネットワーク」を設立いたしました。

平成30年度末に全市町村での見守りネットワーク設置を完了したことに伴い、県版ネットワークの役割も構築支援から活動支援へと進化させたところでございます。現在は、市町村長による消費生活協力員・協力団体の委嘱を推進しております。コンビニや宅配事業者、金融機関、新聞販売店等、民間事業者を中心に、消費生活協力員・協力団体の委嘱を進め、地方消費者行政強化作戦の数字目標である人口県カバー率50%以上を令和2年度に達成いたしました。

これにとどまらず、今年度は本県独自に目標を100%とし、市町村に働きかけを行うこととしております。消費者協力団体には、本来の業務の中における緩やかな見守り活動をお願いしております。見守りの目を増やして見守りの裾野を広げるのはもちろんのことですが、消費者関連情報の発信、消費者トラブル防止のための呼びかけなどの啓発活動にも御協力いただけると考えております。

次に、4ページをお開きください。

県版の見守りネットワーク、とくしま消費者見守りネットワークの構成員でございます。構成員には、図にございますように、左から老人クラブなどの県民・地域をはじめ、防災、警察・行政、司法、金融、流通・運輸、報道、医療・福祉の様々な分野の方々をお願いしております。また、令和2年度は、県版見守りネットワークの構成機関に、図の赤く囲んだところですが、新たに県教育委員会、小・中・高のPTA連合会に加入していただきました。

全国の消費生活センター等に寄せられた相談件数を見ると、成年になった途端に相談件数が増えております。本県においても、学校や職場の同級生、同僚や先輩からの誘いによるモノなしマルチ商法が増加傾向にあり、成年年齢引下げにより、若年者の消費者トラブルの増加が懸念されるため、高齢者だけではなく「若者」を見守りの対象に加え、幅広い世代を対象としたネットワークへと進化させたところでございます。

現在、県消費者情報センターから、構成員である県教育委員会やPTA連合会をはじめ、各高校にチラシとともに若年者の消費者トラブルに特化したメールマガジンを配信しております。教育関係機関における情報ルートができましたので、今後、仮に若者に向けて緊急に注意を促したい消費者トラブル事例等が発生した場合においても、消費者情報センターから情報を発信し、学校やPTAを通じて迅速に生徒や保護者等に周知することで、消費者ト

ラブルの未然防止を図りたいと考えております。

また、今後、各学校から児童、生徒を介して、保護者や祖父母に向けた情報の伝達や消費者情報に関するお知らせの配布についても、新たな情報発信の方法として検討したいと考えております。

現状といたしましては、金融の銀行、郵便局や、流通・運輸のコンビニ、生協、報道の新聞（販売店会）など、構成員に入っている事業者の方々に、県から消費者情報の発信をお願いし、御協力いただける仕組みができております。

5 ページをお開きください。

これは、事業者との連携の一例です。昨年の5月、県において、新型コロナウイルスに便乗した悪質商法への注意喚起を行うことといたしました。高齢者をはじめ、消費者被害を未然に防止するため、左下にあります、悪質商法の事例等を掲載した消費者被害未然防止チラシを、高齢者向けと若年者向けの2種類作成いたしました。市町村や学校等と連携し、全県下に注意を呼びかけましたが、できるだけ多くの方の目にとまるよう、とくしま消費者見守りネットワークの構成員である事業者の皆様に、県からの周知に向けた協力について呼びかけました。事業者の皆様のそれぞれの事業形態、状況に応じて御協力をいただくことができました。おかげをもって、県内に広く周知することができましたので、非常に感謝いたしております。

周知の方法、内容については、右の表になります。銀行、郵便局は、各店舗でのチラシの配布。ヤマト運輸、とくしま生協は、宅配物と一緒にチラシを配布いただきました。徳島新聞社には、チラシで紹介をいただきましたので、実際に20万世帯に配布されたチラシを見ていただきたいと思います。

6 ページをお開きください。

徳島新聞は、徳島県内において世帯普及率63.3%の地方紙です。徳島新聞の専売所の組織である徳島新聞販売店会は、地域や住民の絆作りに貢献することを目的に「地域の絆」シリーズを発行し、徳島新聞に折り込んでいます。A3版両面カラーで、左が表面です。コロナ詐欺対策をテーマに取り上げていただいております。

中ほどの赤囲みの部分ですが、「県と消費者庁との連携プロジェクト高齢者等の消費者トラブルを防ぐ『とくしま消費者見守りネットワーク』と連携して作りました」と記載いただいております。裏面には県作成のチラシを掲載していただきました。

この連携のポイントですが、県全域にわたる徳島新聞販売店会のネットワークが活用でき、表面には徳島新聞販売店会が主体的に記事を作成していただいております。裏面には県作成啓発チラシを掲載いただいております。この折り込み広告により、効果的に県の皆様に向けた広報ができたと考えております。

7 ページを御覧ください。

これまで県から、県版見守りネットワークの構成員を活用した消費者情報の提供ルートについて御説明させていただきました。先に説明させていただきましたとおり、徳島県で

は、全ての市町村に見守りネットワークが設置されておりますので、それぞれの市町村におきましても、県と同様に、構成員の強みを生かした消費者関連情報発信の仕組みができております。

本日は、それぞれタイプの異なる3市町について御紹介いたします。

上段の阿波市でございます。阿波市においては、社会福祉協議会や民生児童委員などによる多重的な連携が特徴です。民生児童委員がその活動として訪問される際には、訪問販売による消費者トラブル啓発のチラシや消費生活センターの啓発のチラシと一緒に配布するなど、社会福祉協議会のネットワークを生かした細やかな見守りを実践されています。また、見守りの対象を高齢者だけではなく子供など幅広い世代に広げており、構成員に教育委員会を加え、消費生活相談員による出前講座を小学校で実施しています。

次に、中段の神山町でございます。神山町は、地域包括支援センターが中心となり、商店などの事業者が見守り活動に参加されているのが特徴です。これまで、地域包括支援センターでの見守り活動を生かしつつ、消費者安全法に基づく消費者被害防止に関しても対応できるように、機能を付加されています。また、町内の事業者が会員となっている商工会や、高齢者の家に配達に行く郵便局や新聞専売所なども見守りに参加し、情報を発信しております。地域包括支援センターを核に、町全体で高齢者を見守り、ちょっとした異変に気づいた際に連絡がすぐに来る仕組みができております。

最後に、小松島市でございます。小松島市では、消費者行政部門である市民生活課が中心となり、消費生活センターはもちろん、福祉部局の介護福祉課が事務局に参加しております。また、地域で草の根活動に取り組まれているボランティア団体、「こまつしま」くらしの安全・安心サポーターが積極的に啓発活動を行っており、地域の行事、活動の際には、必ず消費者関連情報を発信されております。小松島市も、新聞専売所や生協、郵便局、銀行が構成員に参画しております。

このように、各市町村におきましても、見守りネットワークの構成員を活用して、それぞれの地域の実情に応じた形で消費者関連情報の発信を行っております。

8ページを御覧ください。

次に、消費者志向経営です。

徳島県では、平成29年10月に事業者団体、消費者団体、行政機関等から成る、地方初の「とくしま消費者志向経営推進組織」を設け、消費者庁とともに消費者志向経営を推進してまいりました。事業者団体として、県内の主要な経済団体に参画いただいております。各経済団体には、それぞれ加盟している多数の事業者団体がいらっしゃいます。また、消費者志向経営自主宣言事業者が、現在、34事業者いらっしゃいます。これらの事業者にも消費者関連情報を発信していただくと考えております。

具体例といたしましては、県内全域に店舗を持つ地域のスーパーマーケットや、ファストフード店に、成年年齢引下げに伴う若年者の消費者被害防止を啓発するため、県から店内放送での呼びかけやチラシの設置を依頼したところ、御了承をいただいておりますので、

今後、アナウンス原稿や啓発チラシをお持ちする予定となっております。消費者志向経営自主宣言をされている事業者の方々には、経済価値の追求だけではなく、持続可能な社会の構築に向けて貢献するという消費者に対する意識の高い事業者さんですので、それぞれの事業活動の中で、それぞれ可能な範囲で消費者情報の発信に御協力いただけたと考えております。今後も自主宣言事業者を増やしていくとともに、消費者情報の発信につきまして、事業者の形態や顧客に合った情報を発信していただけるよう働きかけてまいりたいと思っております。

9ページを御覧ください。

徳島県では、消費者志向経営に取り組む事業者の中から独自に表彰を行っております。受賞された事業者は、冒頭に紹介させていただきました株式会社広沢自動車学校をはじめ、持続可能な社会の実現に向けて貢献するという意識が非常に高く、それぞれの事業の形態に応じた形で様々な実践をされております。

上段の株式会社ときわは、ブライダル関連の事業者ですが、消費者教育の人材バンクに登録いただきました。自社のエシカルやSDGsの実践に基づく出前講座や職場体験を積極的に受け入れていただいております。

広沢自動車学校は、全指導員にiPhoneを支給し、LINEなどで卒業後も定期的に交通安全の呼びかけなどをされており、その際には、事故や違反がないかをヒアリングし、ヒアリング内容を共有、教習内容の質の向上につなげておられます。

表彰を通じて、事業者の取組を広く県内に周知することで、消費者志向経営の拡大と、事業者の意識の向上につなげてまいりたいと考えております。

10ページを御覧ください。

徳島県では、平成30年に通称エシカル消費条例を制定し、エシカル消費を推進する施策に取り組んでおります。その一つとして、本県独自の取組、エシカル自主宣言事業者の募集がございます。これは、消費者にエシカルな商品・サービスへの「思い」や「取組」を伝える「自主宣言」を、事業者、団体から募集する取組です。

また、エシカル消費の推進母体として、とくしまエシカル消費推進会議を立ち上げており、宣言事業者の中から毎年、とくしまエシカルアワードとして優れた取組の表彰を行っております。エシカル自主宣言をされている事業者においても、エシカルな活動を行う中でそのネットワークを生かして、消費者への情報発信を行っております。県とのつながりがございますので、県といたしましても、エシカル自主宣言事業者にも情報発信に協力を依頼することができます。

11ページをお開きください。まとめでございます。

本県の消費者情報の提供のルートについて改めて考えましたとき、本日御説明させていただきましたように、これまで消費者庁と連携し進めてまいりました施策によって事業者とのネットワークが構築され、事業者とのつながりができました。このつながりが消費者情報の提供に生かされていると考えております。消費者安全確保地域協議会（見守りネッ

トワーク)においては、県の組織である、とくしま消費者見守りネットワークの構成員がいらっしゃいます。

また、市町村段階においても同様に、各市町村見守りネットワークの構成員がおります。県から県組織の構成員に、また、県から各市町村へ、各市町村から市町村の構成員へという情報の発信ルートがございます。消費者志向経営においても、推進母体のとくしま消費者志向経営推進組織には、構成員に事業者団体がいらっしゃいますので、事業者団体の構成企業や、消費者志向経営自主宣言事業者を通じた情報発信のルートがございます。さらに、徳島エシカル推進会議、エシカル自主宣言事業者のルートがございます。

このように、これまでの消費者施策を進める中で築くことができた各ネットワーク、この強みを生かして情報発信をしているということを本日は御説明させていただきました。

以上で私からの説明を終わります。ありがとうございました。

○新川座長 徳島県様、どうもありがとうございました。

ただいま御説明をいただきましたように、本当に素晴らしいお取組をしておられます。今日は、見守りネットワーク、そして、消費者志向経営、また、エシカル消費を中心にお話いただきましたが、本当に様々な消費者行政において、新しい試みを展開してこられているところであります。

今日は、特に情報提供、消費者の皆様方にどういうふうに的確に情報を提供していけるかという観点でお話をいただきました。私どもの主たるテーマでもございます。徳島県の実践、また、県内での様々な活動について、今後、参考になるところが多かろうかと思えますので、各委員から、是非いろいろと御質問や御意見をいただいてまいればと思います。よろしくお願いします。

生駒委員から質問が早速来ております。生駒委員、どうぞお話しください。

○生駒委員 御説明ありがとうございました。

地方自治体においては真っ先にエシカル県宣言されたその成果が本当にすばらしく、今、拝見していて心強く思いました。2つほど質問がございます。

まず、資料の4ページ目のところで、とくしま消費者見守りネットワークの構成員と書かれておまして、見守りネットワークが、県民・地域、防災、警察・行政から地域の様々なジャンルをカバーして、網を張るかのように見守りネットワークをお作りになっていらっしゃる、教育も去年入ったということなのですが、この構成員というのは、実際にそれぞれの参加されている団体の中に具体的に担当者の方を設けていらっしゃるのでしょうか。そして、もしその担当者の方がいらっしゃるのであれば、定期的にそういった構成員の方が集まられて、情報共有をしたり情報交換をされて、更なる次の対策を取るという、そういった会議のようなものもなさっているのでしょうか。構成員についてお伺いしたいというのが一つございます。

あと、2つ目なのですが、これだけ熱心にいろいろな方策を取られて、一般の消費者の方、住民の方に発信されているのですが、住民の方からの反応を何かアンケ

一トのようなもので取られた結果はお持ちでしょうか。住民の方々がどのように思われているのか。そのことを知りたく思います。よろしくお願いします。

○新川座長 それでは、徳島県様、もしお答えいただけることがあればその範囲でお願いできればと思います。よろしくお願いします。

○徳島県篠原参考人 徳島県の篠原でございます。生駒先生、ありがとうございます。

見守りネットワークの関係ですけれども、構成員は、当初、島田室長から説明させていただいたように、市町村に見守りネットワークを構築するためにということで、幅広く構成員を入れました。当初は36の事業者・団体だったのが更に加わりたいということで、今回、教育委員会も入れ41の事業者・団体になっておると思っています。会議なのですが、年に1回は全体の会議をさせていただいています。あと、定期的に県のほうから、先ほど説明させていただいたように、必要な情報とか消費者関連の情報を担当のほうへお送りさせていただいております。

あと、2点目ですけれども、住民の反応ということで、実は今年度、我々が発信した情報がどこまで届いておるのかというのを、消費者庁の戦略本部さんのほうがプロジェクトとして、ちょっとアンケート調査をしようかということで予定しております。県の段階では今、どこまで届いておるかというのが把握できておりませんので、よろしくお願いします。

以上です。

○新川座長 ありがとうございます。

生駒委員、いかがでしょうか。

○生駒委員 構成員のことは分かりました。会議を年に1回なさるということですね。皆さんそれぞれお立場が違いますので、見ていらっしゃることも、あるいは現実も違うのかなと思いますので、その辺りのすり合わせというものが、割と密度を濃く行われるとよいと思っております。

また、調査のほうは一般の住民の方への調査を今、なさっているということですので、その結果を待ちたいと思います。ありがとうございます。

○新川座長 ありがとうございます。

ネットワークのそれぞれの構成団体の方々は、特にこういう見守りネットワークということを考えて、日常的に県と情報のやり取りをするようなそういう担当の方とか担当部署とかというのは、一応決めていただいているというそんな考え方でよろしいのでしょうか。これは篠原さんにお伺いしたらいいのでしょうか。いかがでしょうか。

○徳島県篠原参考人 ありがとうございます。

ネットワークの担当、我々の連絡する先というのが決まっていまして、代表の方だったり担当の方にメールアドレスを聞いたり連絡先をちゃんとお聞きしていますので、必要なときに連絡が取れるようなことになっております。さらに、積極的にこのネットワークに加わっていただくときに、多くの事業者さんは、会議だけを開くとかということであれば

なかなか参加したくないというお声もいただきまして、今回報告させていただいたように、チラシと一緒に情報として出させていただくとかということに積極的に協力をしていただいております。

以上です。

○新川座長 ありがとうございます。

それでは、高委員からも御質問ということでいただいております。高委員、よろしくお願いたします。

○高委員 ありがとうございます。委員の高と申します。島田さん、今日は説明ありがとうございます。

今日のお話をお伺いして、まさに徳島県におけるこの取組に関して、国が学ばなければいけないという印象を持ちました。非常にフットワークよく、県として、それから、県が市町村を支えるような形でネットワークを構築されて、また、情報を提供するルートを作り上げられて、それなりの成果を上げておられるという印象を持ちました。

私が御質問したいのは2点なのですが、それぞれの市町村が動いていくためには、県が細かな支援ということよりも、流すべき情報、消費者関連情報を明確に意識して、つまり、市町村のレベルですぐ流せるような形にして県が情報を流す、これが仕組み全体を動かす上で一番重要かと思っております。ですから、徳島県として、チラシを作られたりとか、あるいは店内の放送をお願いする場合の放送の内容を御準備されているのだろうなと思っております。

質問は2点と言いましたが、まずそもそも、どういう情報を作ればそれぞれのネットワークに流して行って、また、提供ルートを通して消費者の方に届くのかという一番上のところなのですが、情報の分析ですね。いろいろな相談情報等があつて、消費者センター等に入ってくる情報を踏まえて、何らかの分析をして、こういう情報を発信しようということを多分決めておられると思うのです。多くは熟練の方の経験とか勘に基づいてやられるのかもしれませんが、どういうところに目を付けてそれを選んで発信してもらおうとしておられるのか。これを知りたいということが1点目です。

もう一点は、こういった作業は結構手間がかかると思うのです。それをそんなに頻繁にやるというのはある意味難しいと思っております。ですからある程度、例えば、3か月に1回ぐらいとかあるいは半年に1回ぐらいこういう情報を流してもらおうというようなところで流しているのではないかなと思うのですが、その辺のところを教えてくださいませんか。

以上の2点でございます。

○新川座長 それでは、徳島県様、お考えあるいは御存じのところでお答えいただければと思います。よろしくお願いたします。

○徳島県篠原参考人 高委員、ありがとうございます。篠原でございます。

1点目ですが、発信する情報につきましては、県にも消費者情報センター、消費

生活センターがございまして、そこで寄せられる情報、相談の内容を相談員が分析し、必要な情報をメールマガジンで流しており、そのメールマガジンを見守りネットワークの事務局に流しています。それと、特に急を要するというか、犯罪というか被害が広がるだろうなという情報、例えば、学生を対象にしたマルチのようなものはやっておるなとなると、学校とか、さっき説明させていただきました消費者志向経営の推進組織とかエシカルの推進組織の構成団体にもその情報を流しまして、社員さんなり構成団体のほうにも流しただくという仕組み作りができています。

あと、頻度ですけれども、消費者情報センターでは、週に1回、メールマガジンを発信しています。我々もそれに合わせて情報を、市、町の事務局なりには送っています。ただ、事業者さんには情報の垂れ流しではなかなかうまく拾っていただけませんので、セレクトして県の見守りネットワークの事務局のほうから適宜発信させていただいておるといった状況でございます。

以上です。

○新川座長 ありがとうございます。

高委員、いかがでしょうか。

○高委員 ありがとうございます。

確認なのですけれども、メールマガジンで作ったものを流しても、多分、どういったものを更に下に流していったらいいのか分からないという状況だと思うのです。これは徳島県だけではなくてどこについても言えることだと思うのですけれども、先ほどの説明ですと、そのメールマガジンの中から県の見守りネットワークが情報を選択してそれを流されるという、それが一つの話でありましたよね。

それからもう一点が、例えば、マルチなんかについては、消費者センターが情報を分析して、相談員等が分析して、これは流さなければいけないということで判断されて流しておられると。そういう意味で2種類の情報を発信する際の決定主体がいると考えてもよろしいですか。

私が質問する理由というのは、自治体様、要するに下の組織に行けば行くほどなかなか人手が足りなくて、何を発信してよいかを自分たちで決めるのはかなり難しいと思っまして、そういう意味で、県のほうで大体こういったものを発信して欲しいと決めてくれるほうが市町村の自治体も動きやすいし、また、それを受けた事業者さんも活動しやすいのではないかと思っ、川上のところで情報をどう整理されているのかということをお聞きしたいということです。

○新川座長 ありがとうございます。

徳島県様、いかがでしょうか。

○徳島県篠原参考人 ありがとうございます。篠原です。

高委員がおっしゃるように、情報の垂れ流しという部分も確かにあるかも分かりません。市、町の見守りネットワークの事務局でセレクトしていただくところもあるのですが、先

ほど、店内放送でとか店頭チラシという部分でお話をさせていただきましたが、その部分については、長い文章とかでは事業者さんも店内放送をなかなかしていただけないので、今、こちらのほうで文章を整理して、短い時間というかそんなに長くない放送内容になるような文章を考えて、必要なというか特に急ぐような情報は流してもらえないかということ、量販店とかでちょっと協議中というところがございます。特に、来年度の成年年齢引下げについては、若者に情報が届くように、また、保護者の方にも情報が届くようにということで、短い言葉で店内放送をお願いできればということで、今、事業者さんとお話をしておるところでございます。そんな事例を積み上げていけたらと思っていますので、よろしく願いいたします。

以上です。

○新川座長 ありがとうございます。

高委員、よろしゅうございますでしょうか。

○高委員 ありがとうございます。

○新川座長 それでは、受田委員からも御質問がございます。受田委員、よろしく願いいたします。

○受田座長代理 ありがとうございます。委員を務めております受田浩之と申します。

私は徳島県様とは非常に身近な高知県におりまして、この充実した取組を拝聴して、これまで詳細を存じ上げていなかったの、とても活発な取組を伺いまして驚き、また、これからもっと勉強しないといけないなという思いを強くしたところがございます。御発表本当にありがとうございました。

その上で質問を、大きい枠組みに関して1点と、具体的な取組内容に関して1点伺いたいと思います。

大きいほうの話なのですが、ここの中にも幾つか伺いたいことがあるのですが、この充実した取組を進めるきっかけというのは何だったのかというのが1つです。特に、国の新未来創造戦略本部があるということは、徳島県様にとってみると極めて大きな特徴かと思えます。消費者庁においては地方支分部局がなかったというところから考えて、こういった国の機関が身近にあるということが、この取組を活発にした一つのエンジンになったのかどうかという点を伺いたいと思います。その上で、ここまでの取組を展開してこられたということになれば、先ほど生駒委員からの御質問もございましたように、具体的にアウトプットのみならず、その取組に関するアウトカムに関しても形になっているのではないかと拝察するところがございます。ものすごく具体的な話ではございますけれども、仮にこういった取組によって、徳島県様の消費者被害というのが他の46都道府県と比べて明らかに抑えられているという成果というところに関して、何かデータのなところはお持ちではございませんでしょうか。これがまず大きいところがございます。

それから、具体的な取組に関してでございます。しっかりしたターゲティングによってどういう形でマーケティングをしていくかというところは、最終のページから非常に学ぶ

ところが多いと思います。特に、購読率が高い徳島新聞様、この地方紙の役割というのは極めて大きいのではないかと考えます。相当充実した「地域の絆」シリーズというところ、これは購読率が高いということも相まって、非常に県民の皆様浸透していきやすい、具体的な効果的施策ではないかと感じました。その方法に関して伺いたかったのですけれども、この徳島新聞さんに情報提供をお願いしている内容は誰がどのように決めておられるか。また、コスト的なところはどう理解したらよろしいのか、そのコストはどなたが負担をしているのか。また、こういった新聞での配布ということになりますと、掲載して配布していただくまでに一定の期間がかかると思うのですけれども、どのぐらいの期間を1サイクルで見込んでおられて、どの程度の頻度で情報提供しておられるのか。これらの点に関して、御存じの範囲で教えていただければ幸いです。

すみません。ちょっと長くなりました。

以上です。

○新川座長 ありがとうございます。

それでは、徳島県様、もしお答えいただける範囲がございましたらよろしく願いいたします。

○徳島県島田参考人 徳島県の島田です。

徳島県の取組がこのように現在活発に行われているのは、やはり消費者庁新未来創造戦略本部とともに消費者施策のプロジェクトを進めてきたということが大きなきっかけではないかと考えております。現在も消費者庁新未来創造戦略本部とともにプロジェクトを進めておりますので、見守りネットワーク等、今後も更に進化を続けていきたいと考えております。

次に、徳島新聞社さんとの取組ですが、流していただく情報等につきましては、課のほうでお願いしようということで判断して、チラシ等をもってお願いしたところがございます。コストについてですが、県のほうといたしましては無料でお願いをさせていただいておりますので、特に県のほうでお金がかかっているわけではございません。また、消費者被害のデータは、徳島県のほうで特に少ないのではないかとということにつきましては、現在、数字等を持ち合わせておりませんので、申し訳ありません。

○徳島県篠原参考人 ちょっと付け加えさせていただきますと、徳島新聞さんの件につきましては、徳島新聞の販売店の会がございまして、そちらのほうからお話がございまして、見守りネットワークに入るときにいろいろな情報の流し方が、定期的に「地域の絆」シリーズということでやっておると。そこでも情報発信ができますということで御提案をいただいております。印刷も用紙も徳島新聞の販売店会というほうが負担していただいております。この取組は、県下の24の市町村の見守りネットワークの中にも幾つか徳島新聞社の販売店がメンバーとして入っておりまして、その地域で発信したい情報を出していただけるようなことにもなっております。

あと、被害のあれが抑えられたかということについては、ちょっとデータを持ち合わせ

ていないというのが現状でございますので、よろしく願いいたします。

○新川座長 どうもありがとうございました。

徳島県への消費者庁の移転ということについては、中央省庁の移転のプログラムの一環として新未来創造オフィスが行かれて以来、これまで作り上げられてきた実績、これも大きいなということでお話を伺いしましたが、ありがとうございました。

受田座長代理、何か追加してございますでしょうか。

○受田座長代理 ありがとうございます。大変参考になるお答えをいただきました。

特に、徳島新聞様の御貢献がそんなに大きいのだということは驚きました。同じく地方紙で身近なところで高知新聞という会社がありますので、そういう事例についても折に触れて御紹介をしたいと思います。ありがとうございました。

○新川座長 ありがとうございます。

八木委員からも御質問をいただいております。八木委員、お願いいたします。

○八木委員 八木でございます。よろしく願いいたします。

素晴らしい活動をしておられて、本当に効果も上がっているのだらうと思いました。地域の事業者さんがものすごく活発に動かれているというのは今日の御発表で大変よく分かったのですけれども、もう一方で、徳島県にも全国規模で動いている会社というのがかなりの活動をしているのではないかと思います。そういった会社をこういう活動の中に入れていくということがどの程度課題なのか、あるいはうまくいかない要因があるのか。その辺りの課題感、どういうことをやればもっと全国規模の会社が入ってきてくれるのか。その辺りのところについて御意見を聞かせていただけるとありがたいです。

○新川座長 ありがとうございます。

それでは、徳島県様、何かお考えがありましたらよろしく願いいたします。

○徳島県篠原参考人 ありがとうございます。篠原でございます。

全国規模の企業さんということで、徳島にも幾つかございます。全国規模でいいますと、ACAPさんなんかもいろいろと我々と親しくさせていただいて、いろいろな企業さんを紹介していただいたりもしています。そんな中で、地元の大塚ホールディングスさんなんかも県の消費者行政の取組に御賛同いただいて、例えば、消費者志向経営の自主宣言を本県の取組をきっかけに取り組んでいただいたと伺っておりますし、いろいろなところで御協力もいただいています。企業さんとはどうしてもつながりが消費者行政とは薄いのですけれども、庁内でも商工部局とも連携しながらやっていますので、県庁全体で横の連携を持ちながら、事業者さんとか福祉とかも含めてつながっていくような体制作りができています。そんなところでございますので、今後ともしっかりと情報発信はしていきたいと思っております。

以上です。

○新川座長 ありがとうございます。

八木委員、いかがでしょうか。

○八木委員 ありがとうございます。

私どもも委員会の中でも全国規模の会社のいろいろな活動を聞かせていただいている、中には本当に積極的にやっぴらっしゃる会社があるので、むしろ我々のほうから、「徳島県はこんなにやられているので貴社でももう少し積極的に徳島県に働きかけてみたらどうですか」と問いかけるアプローチもあるのかなと思いました。ありがとうございます。

○新川座長 ありがとうございます。

そのほか、各委員から何かございますでしょうか。

西田委員、片山委員、よろしいでしょうか。

○西田委員 西田です。

質問させてください。

○新川座長 西田委員、よろしくお願ひします。

○西田委員 今の新聞との連携というのでちょっと聞き損なってしまったのですが、裏面と表面という言い方があったかと思うのですが、こういう媒体でこの部分は消費者関係の行政的な内容が書かれている、この部分は民間の宣伝も含めて書かれているという、そういう一緒になったような情報源になるかと思うのですが、そういうものの役割分担であるとか、どういうふう事前チェックをしているであるとか、その際の留意点であるとか、そういうものがあつたら教えていただくと助ります。今後連携するときに、新聞の場合はかなり公共性が高いので、あまり問題にならないと思いますが、民間との連携になってくると、自社の宣伝とも受け取られかねない情報発信においてどういう協力が可能かというのも一つのヒントになるかと思いました。

○新川座長 ありがとうございます。

徳島県様、いかがでしょうか。

○徳島県島田参考人 徳島県の島田でございます。

徳島新聞社さんをお願いしております地域の絆なのですが、徳島新聞社さんにお伺いしましても、表面のほうは徳島新聞社販売店会さんのほうで独自に記事等を書いていただいたところがございます、裏面は徳島県からのお知らせがありますと表面に書かれておりますが、徳島県からのお知らせをそのまま載せていただいているというところで、そのような方針で県からのお知らせもしっかりちゃんと載せるということで取り組んでいるというように新聞社さんからもお聞きしております。

○徳島県篠原参考人 篠原です。

ちょっと付け加えさせていただきますと、表のほうは徳島新聞に掲載された記事の過去からの部分の切り取りで作られています。裏面に我々の消費者部局から出したい情報を、こちらが作ったものをそのまま出していただくということで、記事全体のチェックは、例えば、広告とか企業さんの話とかなんかを我々はチェックしていない。ただ、販売会のほうがセレクトしてしっかりとやっぴらいただいておりますのが現状でございます。

以上です。

○新川座長 ありがとうございます。

西田委員、いかがでしょうか。

○西田委員 ありがとうございます。

今回、紙面の表面も裏面も消費者関係のものということで、特にチェックしていないということかなと思うのですが、環境省の熱中症予防の啓発でしたか、それを見たときに、うちわだったのですが、表面がキリンの商品で熱中症に役に立つ商品の宣伝、裏に行政からの熱中症対策をしましょうというメッセージということがあって、なかなか絶妙なものになっていたのですが、そういう一緒に発信するときの言い方とか注意点とかがあったらと思ってお聞きしました。ありがとうございます。

○新川座長 恐らく、販売店会様のほうでそういう県からの情報と、それから、表面の記事の構成等もきっと考えておられるのではないかと勝手に想像しておりますが、徳島県様、そんな理解でもいいのでしょうか。

○徳島県篠原参考人 篠原でございます。

おっしゃるとおりで、例えば、私どもがこんな情報を出したいというときに御相談させていただくと、販売会さんのほうがそれに関しての記事を、関係した記事を表面で構成されるということにさせていただいています。今すぐという情報ではないものでちょっとこういう情報を出したいといったときに、次の回でということで発行までに1か月ぐらいかかるのですかね。そんな感じで合わせたような、表面も関連するような記事を付けていただいて発信ということに今まではなっております。

以上です。

○新川座長 ありがとうございます。

なかなか絶妙なすばらしい連携、協力関係ができていながらお話を聞いていました。

そのほか、各委員から何かございますでしょうか。

○片山委員 すみません、遅れて参加しました。片山です。

○新川座長 片山先生、どうぞ。

○片山委員 今日もありがとうございます。

ちょっと遅れて参加しましたので、御説明をお伺いできず申し訳ありませんでした。

資料を拝見させていただいて、本当にきめ細かなといいますか、県内をくまなくネットワークが張りめぐらされていて、かつ、そのネットワークに多様な構成員がきちんと取り込まれていてすばらしいシステムが出来上がっているということを知りとても感激しました。

一つお聞きしたいのは、これだけ消費者見守りということで全県くまなく、いろいろな消費者関連情報が配布されていますが、消費者のほうに、こういう消費者問題に非常に關心を持つようになったとか、あるいは講演会だとか学習会のニーズが増えてきているといった消費者サイドのほうの行動の変容だとか受け止めの変容という点について感じられるところがありますでしょうか。是非お教えいただきたいと思います。よろしくお願ひいた

します。

○新川座長 では、徳島県様、よろしくお願ひいたします。

○徳島県篠原参考人 篠原でございます。ありがとうございます。

こういうネットワークができて、市、町のほうにもネットワークができていまして、市、町のネットワークが結構身近なものになり、構成員が高齢者宅をお邪魔したときという事で、非常に関係作りができてきたと。今日御案内させていただいたような阿波市さん、神山町さん、小松島市さんなんかは、その事例にもございますように、高齢者との情報共有、交換とか、センターの取組とかセンターへのつなぎなんかも結構進んできています。ただ、やはり県下は24市町村ございますけれども濃淡がございますので、できるだけ県下全体にこういう取組が更に強化できるようなことで今後進めていきたいのですが、今のこのコロナの状況の中で、会合、会議、イベントなんかが開催できない状況がございまして、なかなか活動にも苦勞しておるところでございます。もう少し落ち着きましたら、しっかりとまた、更に絆が深まるような情報発信ができればいいなと思っています。

以上でございます。

○新川座長 ありがとうございます。

片山委員、いかがでしょうか。

○片山委員 ありがとうございます。

やはり情報に触れる機会が増えてくると関心が高まっていくというところがあり、まさにそこを実践されていると思いますので、今後ともどうぞよろしく頑張ってください。ありがとうございます。

○新川座長 そのほか、各委員から何かございますでしょうか。

○受田座長代理 受田です。

すみません、もう一つだけよろしいでしょうか。

○新川座長 受田座長代理、よろしくお願ひします。

○受田座長代理 すみません。お時間がない中恐縮です。

市町村の見守りネットワークで、阿波市様と神山町長様と小松島市様、それぞれの強みを生かしたネットワーク構築ということで、それぞれ特徴があるように思うのですけれども、具体的に今後、全ての市町村に見守りネットワークを構築していく際に、構成団体においてどこが事務局機能を担うのかという点については、それぞれで工夫をしていく必要があるのではないかなと、このスキームを見ていて感じました。このスキームにおいてメリットというか、地域の特徴を反映した仕組みになっていると思うのですけれども、この仕組みを決めていくその基準であるとか、あるいはその市町村の人口規模に対応してこういった形がある程度モデルになっていくのではないかなとか、そういうこれまでの御経験に基づいた市町村の見守りネットワークの仕組みに関して、今後、展開をしていくときの基準といいますか、考え方の指針になるようなものがございましたらお教へいただきますと大変ありがたく思います。

以上です。

○新川座長 ありがとうございます。

徳島県様、いかがでしょうか。それぞれの違いはあろうかと思いますが、よろしく願いいたします。

○徳島県篠原参考人 徳島県の篠原でございます。ありがとうございます。

市町村の見守りネットワークにつきましては、阿波市、神山町、小松島市についてはコミュニティのところを御紹介させていただきました。あとの21の市、町についても、既に見守りネットワークは構築されていまして、それぞれの市、町の特徴のあるようなネットワークになっています。これは消費者庁のホームページでも、徳島県の事例集で24市町村の構成とかでき方、特徴なんかも載っておると思いますので、今日は手持ちの資料としては出してないのですが、御覧いただけたらと思います。

そのような中で、例えば、美波町とか北島町なんかは自主防災組織がしっかりしてまして、そこが見守りネットワークの構成員になって、高齢者の方々を見守っていらっしゃるということもございます。

あと、人口の少ない上勝町というところがございますが、そこは人口約1,500人の町なので民生委員さんが隅々まで担当するというので、民生委員さんが見守りネットワークの構成員として主に活躍をいただいています。

今回、先ほども資料の3で説明させていただきましたけれども、消費生活協力員・協力団体への委嘱を進めていきたいということで、令和2年度は人口カバー率50%まで進んできましたが、100%を今年度は目指してということで、いろいろな事業者さん、コンビニさんとか金融、郵便局、それから宅配とか、いろいろな地域に根づいたようなそういう方々に委嘱をして、軽やかな情報発信というか見守りができたらなということで、今後、進めていきたいと思っています。

以上でございます。

○新川座長 ありがとうございます。

受田座長代理、いかがでしょうか。

○受田座長代理 ありがとうございます。

今のお話で、最終的には自走していく仕組みに、多分、進化させていくことが目標だと思うのですが、これまでの御経験に基づいて、もう自走の仕組みまで行っている市町村というのは幾つもございますか。

すみません。追加の質問になります。

○新川座長 徳島県様、いかがでしょうか。

○徳島県篠原参考人 24市町村のうちの半分とは言いませんけれども、3分の1ぐらいは既に自走しています。更にそれを進めていって、それぞれの地域に合ったような情報発信なり見守りができたらと思っています。

以上です。

○受田座長代理 ありがとうございます。

○新川座長 ありがとうございます。

そのほかにございますか。

片山委員、どうぞ。

○片山委員 先ほどの御説明に関連してイメージを正確に持ちたいのですが、3ページの先ほどの人口カバー率100%という御説明のところなのですが、地域の見守り活動に消費生活協力員や協力団体を活用しているというお話で、この消費生活協力員さんというのはどういう人たちで、何らかの認定のようなことをしていられるのでしょうか。普通の消費者団体とどういうところが違っているのかということをお教えいただければと思います。

○新川座長 徳島県様、よろしく願いいたします。

○徳島県島田参考人 消費生活協力員・協力団体なのですが、これは消費者安全法のほうに定められておまして、市町村長からの委嘱という形でこの団体さんとかをお願いすることになっております。主にコンビニや宅配業者さんとかを徳島県のほうでは委嘱を進めておまして、活動の中において緩やかな見守り等をしていただけるような形で今、進めておるところでございます。

以上です。

○新川座長 ありがとうございます。

片山委員、いかがでしょうか。

○片山委員 ありがとうございます。

その中に、例えば従来から活動している消費者団体が委嘱されているということもあるので、よろしいでしょうか。

○新川座長 徳島県様、この辺りはいかがでしょうか。

○徳島県篠原参考人 篠原でございます。ありがとうございます。

この協力員・協力団体は、最初は我々も、消費者安全法に規定があるのですが、イメージしていませんでした。というのは、先にネットワークの構成員メンバーに入るところは入ったような状況で組織を立ち上げてきたところがございます。ただ、更に幅を広くということで、地方行政強化作戦の2020というのを消費者庁さんが出されたときに、この協力員・協力団体の活用をということで、人口カバー率50%以上という御協力をいただいていたという中で、我々も更にこのネットワークを効果的に発信するために、今までメンバーに入っていないところを市町村のほうに活用をということで促しておるところです。特にコンビニエンスストアなんかは、若者が使われたり高齢者がプリペイドカードを購入し消費者トラブルに巻き込まれるといたしますか、そういうきっかけ作りのところがあるので、そういうところに消費者トラブルの理解をしていただいているということで御協力をお願いしたところ、コンビニエンスストアさんなんかは結構御理解があって、協力団体として今、入っていただいております。また、郵便局なんかもいろいろとこの取組に御理解をいただいている、市、町の協力員・協力団体になっていただいております。今、このところ多くあり

ます。これからもそういうところをターゲットに進めていきたいと思っております。よろしく申し上げます。

○新川座長 ありがとうございます。

片山委員、いかがでしょうか。

○片山委員 ありがとうございます。よく分かりました。

○新川座長 新しい団体、あるいは裾野を広げるという意味でも、この協力員の仕組み、協力団体の仕組みというのを活用していかれるようでございます。

そのほかに各委員、よろしゅうございますでしょうか。

それでは、すみません。予定の時間は30～40分程度と思っておりましたが、徳島県様が大変素晴らしいお取組だったので、私たちのほうもつい熱が入ってしまいました。それでもなお聞きしないといけないことがまだたくさんありそうですが、本日のところはまずは以上にさせていただきます。今日お話をいただきました徳島県様のお取組、特に、見守りネットワークを中心に地域に根差した活動というのを県としても進めていかれるということが効果的に進んでおられる様子、また、県というお立場からすると、事業者の方々への働きかけというのが消費者志向経営、あるいはエシカル消費にしても成果を出しているということで、この辺りは私どもの消費者情報提供という点でも大変参考になるお取組を御紹介いただけたかと思っております。

本日は、徳島県様には長い時間にわたりまして御報告、そして質疑応答に丁寧にお答えいただきましたことを感謝申し上げます。本日のお話を聞く機会は以上にさせていただきます。長い時間どうもありがとうございました。

《 3. 閉会 》

○新川座長 それでは、本日の第5回消費者関連情報の提供の在り方検討ワーキング・グループにつきましては、以上をもちまして閉会とさせていただきます。

ありがとうございます。