

令和3年度 第2回ふじのくに消費者教育推進県域協議会 意見一覧 (令和3年9月22日)

| 番号 | 大柱 | 意見内容 | 意見の反映 |
|----|---------|---|---|
| 1 | 教育 | <p>新入社員は学校で消費者教育を受けてきているが、一方で、中堅やベテランの方は、消費者教育を受ける機会が少ないと思う。また、大きな会社や団体の方だけでなく、個人経営の方など、既に仕事をされている方々に対して、どのように行うかについても検討する必要がある。最適なアイデアがあれば、それを反映させることで、今までにはない画期的な取組になるのではないかと思う。</p> | <p>第3章1(2)②「地域等における消費者教育」において、新社会人に限らず、様々な年齢の社会人に対し、事業者団体・労働団体等と連携し、団体が実施する研修などの機会に出前講座を実施する旨、記載しました。</p> |
| 2 | 教育・被害防止 | <p>外国人に向けた「やさしい日本語」はとても大切であるが、外国人だけではなく、幼稚園児から小学校の低学年等の小さい子どもや、高齢者、障がいを持っている方においても必要だと思う。「やさしい日本語」について、外国人だけではなく他の年齢層等にも入れるのがいいのではないか。</p> | <p>第3章1(2)②「地域等における消費者教育」において、外国人や障害のある人が情報を受け取りやすくするため、「やさしい日本語」を活用した啓発を行う旨、記載しました。 注釈により、外国人、子ども、高齢者、障がいのある人など、様々な人に役立つ表現方法であることを記載しました。</p> |
| 3 | 教育・連携 | <p>消費者においては、エシカル消費の実践によりSDGsの達成に貢献していくという趣旨の記載があるが、静岡県消費生活条例では、事業者について、環境への配慮をという記載があるため、事業者もSDGsの達成に向けて、それぞれのやり方で進めていけるような、積極的に参加できるような趣旨の文言を入れるといいのではないか。</p> | <p>第3章1(1)①「人が幸せになるエシカル消費の普及啓発」において、事業者にも、SDGsを達成するための自主的な取組が求められているため、事業者に対しては「消費者志向経営」の考え方を啓発する旨、記載しました。 また、第3章4(2)②「消費者・事業者等、多様な主体との連携」に、「持続可能なくらしの実現に向けた連携」として、消費者と事業者が、持続可能な生産・消費により、SDGsという共通のゴールを目指すパートナーとしての関係を構築することができるよう、消費者・事業者双方に向けた普及啓発を行う旨、記載しました。</p> |
| 4 | 被害防止 | <p>第3章2(2)③「外国人に対する相談体制の整備と情報提供」に、消費生活相談窓口の周知、あるいは、生活上の相談に多言語で対応していくということで、相談を大変丁寧に行っていくことが述べられている。 相談も非常に大切であるが、日常生活において日本語があまり堪能ではない外国籍の方や、外国人で静岡県に住んでいる方に様々な情報が届くような手段についても触れただけだと、外国人県民の方も安心した消費生活が送れるのではないか。</p> | <p>日本語に不慣れな外国人県民が、安心して快適に暮らすことができるよう、本県では、外国人県民に情報提供する際のガイドラインを定め、外国人県民も日本人と等しく必要な情報が得られる環境の整備に取り組んでいます。 2021年度開設した「静岡県多言語情報ポータルサイト かめりあ①」において、「やさしい日本語」や多言語により、生活に関わる様々な情報を集約して提供する旨、記載しました。</p> |

| | | | |
|---|--------|--|---|
| 5 | 全般 | <p>全体的にSDGsと謳っているが、ターゲット番号まで見据えた動きなのかどうかを確認したい。現在、一般的に広がっているSDGsという言葉は、フードロスやサステナブル等、広義な意味で捉えられている。実際のSDGsは、ターゲット番号にまでフォーカスしたアクションでないといけないのではないかと。</p> <p>ESGとサーキュラーエコノミーにSDGsを加えた三位一体型で提案していくことで、プロセスであるESG、ゴールであるSDGs、事業主単体でサイクルできるサーキュラーエコノミーがしっかり機能するのではないかと思う。</p> | <p>巻末に、小柱ごとに達成を目指すSDGsの目標を一覧表とし、掲載しました。</p> <p>本県では、環境と経済の好循環を目指し、環境ビジネスの拡大やESG金融の活用促進を図るための施策を展開しています。今年度は、「静岡県SDGsビジネスアワード～未来をつくる環境ビジネスを表彰します～」を創設しました。環境課題の解決に貢献する事業アイデアを募集し、採択された事業アイデアについては、事業化に向けて専門家によるメンタリングを実施した後、最終的な事業アイデアを「静岡県知事賞」等として表彰します。</p> <p>今後も、このような取組を通じ、SDGsを普及、促進、実践する企業を応援して参ります。</p> |
| 6 | 連携 | <p>「第4章 消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化」について、2015年からSDGs推進が始まったが、最近になり「もうかるSDGs」が言われるようになり、ようやく企業側からもSDGsという言葉をよく聞くようになった。</p> <p>端的には、「お金が入ってこないのであれば、事業者は動かない」ということかと思う。一種のベンチマークや認定マーク等を設けることや、その事業者だけが受けることのできる助成金窓口等の機会がなければ浸透しないのではないかと思う。</p> | <p>第3章3(2)①「不当取引事業者に対する処分・指導」において、インターネット通販での詐欺的な定期購入商法等が問題となっていることから、デジタル技術を悪用して意に反する契約をさせようとする行為等について、行政処分や指導を行う旨、記載しました。</p> <p>第3章3(3)①「不当表示事業者に対する処分・指導」において、インターネット通販サイト、インターネット広告やSNS広告などのデジタル広告における問題のある表示についても、インターネット上での監視を強化する旨、記載しました。</p> <p>第3章4(4)②「消費者・事業者との連携」において、消費者団体と連携し、不当表示を監視する旨、記載しました。</p> <p>また、法令への理解促進を図るため、事業者団体と連携した研修等の実施や、事業者に対し、行政処分や指導に至る以前に早期の段階で注意喚起を行う旨、記載しました。</p> |
| 7 | 事業者・連携 | <p>第2章3(1)③「販売購入形態別」相談件数について、2019年から2020年にかけて急増しているのが、通信販売である。この要因として、新型コロナに直面し、一般的な小売業がネット通販に切り替えている実情がある。</p> <p>小売業者がインターネット通販に参入して広告宣伝を始める中で、景品表示法や通信販売のルールが十分に周知されていないと感じる。</p> <p>事業者側がルールを遵守しなければ、相談件数が増加し、被害に遭う方の比率も増加することが危惧されるため、ルールの徹底やその周知方法についても検討する必要があるのではないかと。</p> | <p>第3章3(2)①「不当取引事業者に対する処分・指導」において、インターネット通販での詐欺的な定期購入商法等が問題となっていることから、デジタル技術を悪用して意に反する契約をさせようとする行為等について、行政処分や指導を行う旨、記載しました。</p> <p>第3章3(3)①「不当表示事業者に対する処分・指導」において、インターネット通販サイト、インターネット広告やSNS広告などのデジタル広告における問題のある表示についても、インターネット上での監視を強化する旨、記載しました。</p> <p>第3章4(4)②「消費者・事業者との連携」において、消費者団体と連携し、不当表示を監視する旨、記載しました。</p> <p>また、法令への理解促進を図るため、事業者団体と連携した研修等の実施や、事業者に対し、行政処分や指導に至る以前に早期の段階で注意喚起を行う旨、記載しました。</p> |