平成 29 年度　第２回長野市消費生活協議会　会議録

日　時　　平成 30 年２月 20 日（火）午前 10 時 30～11 時 40 分
場　所　　長野市もんぜんぷら座　８階 801 会議室
出席者　　委員 11 名（欠席　清水　稔 委員）、事務局７名
傍聴者　　なし

１　開　　会

２　あいさつ　　長野市消費生活協議会長　　増尾　均
　　長野市地域・市民生活部長　竹内 好春

３　報告事項

(1)　長野市消費者被害防止見守りネットワークについて

（議長：会長）

報告事項(1)　長野市消費者被害防止見守りネットワークについて、事務局から説明をお願いします。

（事務局）

このネットワークにつきましては、昨年度策定しました「長野市消費者施策推進計画」の重点目標に掲げてあるものです。８月に開催した第１回協議会の後、市の保健福祉部の各課と長野中央警察署、長野南警察署と協議、調整してまいりました。このネットワークは、消費生活センターに寄せられる悪質商法や特殊詐欺に関する情報を消費生活センターがＥメールを使って発信し、それを受けた保健福祉部の関係各課が、さらにそれぞれが持っている情報網を使って担当する施設や事業所等へ情報を流し、普段高齢者等と接している方々へ周知を図るというもので、本年の４月から運用を開始していく予定でございます。

資料１をご覧ください。右上の説明文を読みます。「消費生活センターに寄せられる悪質商法や特殊詐欺に関する最新の被害・注意情報を、連携各課へＥメール配信し、各所へ周知するとともに、高齢者等の異変（悪質商法・特殊詐欺）に気付いた場合は、速やかに消費生活センターまたは最寄りの警察署へつなげ、消費者被害の未然防止、拡大防止、被害回復を図る」というネットワークです。

上段の図をご覧ください。消費生活センターには、市民からの相談や、消費者庁、国民生活センター、長野県、長野県警から情報が寄せられます。また、県警本部が発出している「防犯速報」も４月から消費生活センターに入ってきます。そのほかに、福祉関係課が担当する各施設や事業所からも最新の情報を寄せてもらいます。これらの情報を各所が共有し、連携を取る中で高齢者等の消費者被害防止につなげていくものです。

下の情報発信の連携図をご覧ください。消費生活センターからの情報の流れを示してございます。保健福祉部の関係課は、上から福祉政策課、生活支援課、高齢者福祉課、介護保険課、障害福祉課の５課でございます。５課が情報を配信する先ですが、福祉政策課は社会福祉協議会へ、生活支援課は生活保護担当のケースワーカーへ、高齢者福祉課はふれあい交流ひろば、指定管理者から老人福祉センターと老人いこいの家へ、あと所管する各高齢者福祉施設へと情報を配信します。介護保険課につきましては、現在、介護保険に関する情報を「フレッシュ情報」として、地域包括支援センターや在宅介護支援センターなどへ毎月発信しております。このフレッシュ情報に消費生活情報も添付して配

信することになります。地域包括支援センターは、各地区の民生委員の定例会に出席しますので、その席上、特に注意すべき情報については、民生委員の皆さまにも周知いただくようお願いします。最後の障害福祉課においては、指定相談事業所、障害福祉サービス事業所へ情報を配信していきます。

また、現在、ネットワークの設置要綱について総務部庶務課の法規担当で内容を検討しているところですが、この長野市消費者被害防止見守りネットワークを、消費者安全法に規定する「消費者安全確保地域協議会」として位置付ける方向で進めております。

以上、連携について説明しましたが、新年度４月から、このネットワークを活用して情報を発信していきたいと考えておりますので、よろしくお願いいたします。以上でございます。

（議長）

ありがとうございます。ただ今の説明にご質問等ございましたらお願いします。いかがでしょうか。

では、ないようですので進めさせていただきます。

(2) 長野市消費者施策推進計画重点目標の進捗状況について

（議長）

続きまして、報告事項の(2)長野市消費者施策推進計画重点目標の進捗状況について、事務局から説明をお願いいたします。

（事務局）

計画の重点目標は五つございまして、まず一つ目が「本市における特殊詐欺被害認知件数の半減を目指す」というもので、目標値は、平成 27 年の認知件数 54 件を平成 33 年には 25 件以下とするものでございます。

資料２をご覧ください。県警より平成 29 年の実績が発表されております。上段が長野県全体、下段が長野市の状況で、平成 28 年との比較となっております。認知件数の状況ですが、県全体では４件の増。本市では前年と同じ 49 件という結果でした。件数は横ばいですが、被害額は本市の場合、約 2,100 万円の減、県全体では 2 億 2,000 万円余りの減となっております。被害額が大幅に減った理由として、犯人グループが相手に警戒されないよう、１回あたりの要求額を少なくしているからではないかということでございます。

続きまして、資料３をご覧ください。上段が、本市の特殊詐欺被害認知件数の推移でございます。平成 29 年は、前年と同じ 49 件でございました。

その下のグラフをご覧ください。推進計画の重点目標の二つ目は、「通信販売（インターネット等）に関する被害認知件数の半減を目指す」というもので、目標値は、平成 33 年度 50 件以下でございます。特殊詐欺は暦年での集計ですが、そのほかは年度単位での集計となります。グラフは１月末までの見込みの数値を入れてございます。平成 27 年度を基準としており、28 年度は 8 件増加してしまいましたが、29 年度はこのまま行きますと 27 年度の件数を下回るのではないかと思われます。３月末での確定した数値につきましては、新年度１回目の消費生活協議会で皆さまにご報告いたしますので、よろしくお願いいたします。

続きまして、重点目標の３は、高齢者等の見守りネットワーク構築で、これは先ほどご説明しましたとおり新年度からスタートとなります。

あと、重点目標４と５については、資料はございませんが、今日現在の実績をご報告いたします。重点目標の４、「長野市くらしの安心サポーターの登録 30 人を目指します」これは、昨年度より２名増えて現在 24 名。重点目標５の「消費生活センターの出前講座年間 30 回開催を目指します」は、現時点での予約も含めて 22 回開催の予定となっております。以上で(2)の説明を終わります。

（議長）

はい、ありがとうございます。ただ今の説明にご質問等ございましたらお願いいたします。いかがでしょうか。

では、私から一つよろしいでしょうか。資料３になりますが、長野市内の特殊詐欺被害認知件数の推移ですが、平成25年から跳ね上がってそのまま下がらない状態が続いております。その下の通信販売の被害認知件数の推移を見てもやはり平成25年で跳ね上がって29年にちょっと下がっていますが高く推移しております。これは、25年に何かあって急に高くなったのでしょうか、というのが一つ。それと、増えた原因は、通信販売の被害件数が増えたので全体の件数が増えたのか、それとも通信販売に限らず全体のいろいろなタイプの被害が増えているのか、というのが質問の二番目になりますがいかがでしょうか。

（事務局）

はっきりとした原因というのは、ここではわからないですけども、一因にはスマートフォンの普及というのがあるかと思います。特殊詐欺と通信販売は絡んでいるものもございまして、スマートフォンでのワンクリック請求ですとかそういう特殊詐欺まがいの契約をさせてしまうものもありますので、それが増加したのかなという感じはします。あと、25、26年あたりで健康食品の送りつけ商法がすごく増えたという経緯はあります。

（議長）

ありがとうございます。あと、インターネット関係で、最近こんな被害が増えているというのがあればお話しいただければと思いますが。

（事務局）

先ほどの質問ですが、平成25、26年ぐらいはオレオレ詐欺とかが一番多くて、長野県内でも10億円の被害があったというような段階の時ではなかったかと思います。また、３年ぐらい前ですと、お年寄りのところに「以前注文していただいた健康食品が用意できました」というような送りつけ商法が増えて急激に伸びたのではないかなと思っています。

最近の相談で非常に多いのが架空請求のはがきです。はがきを相談者の方からいただいたので回覧しますが、昨年末から今年にかけて、十何年前に出ていたものと同じようなはがきが出てきております。突然はがきが届くと「訴訟を起こす」というような内容で、民事管理センターですとか、消費者トラブル総合センターなどと名乗って「早急に連絡をしないと裁判をして財産を差し押さえます」というようなことが書かれております。そのはがき１枚で1,510万円の被害に遭ったという新聞記事もありました。

また、同じように伸びているのが架空請求のメールです。「有料サイトの登録料が未納ですので、本日中に連絡がない場合には法的な手続きに移行します」などというようなショートメッセージサービスを利用したメールが突然来て、「身に覚えがないけれど」と連絡をすると「お調べしますのであなたの個人情報を教えてください」とか「弁護士を紹介する」などと言われ、お金を何万円も払ってしまったという相談も長野市に入ってきております。

あと、ワンクリック請求ですね、アダルトサイトを見たら突然「登録になりました」というものです。こういう詐欺的なものでは架空請求が非常に多いです。還付金詐欺も昨年度はたくさんありましたが、ＡＴＭや銀行での水際作戦ですとか、皆さんいろいろなところで啓発していただいているので、センターへの相談は少なくなってきています。

ただ、巷では「振り込め」から今度はカードですね。銀行協会だとか警察を名乗って、「あなたのカードが悪質に使われています」、「暗証番号教えてください」と言ってお年寄りからキャッシュカードをだまし取ってしまう、そういう手口に変わってきています。先ほど会長さんのあいさつで日進月歩というようなお話がありましたけれども、昔の「ゆうパックで送る」から「ＡＴＭで振り込む」、今度は振り込むじゃなくて直接手渡しになって、今は、手渡しからカードごと持って行ってしまうというように段々詐欺の手口も変わってきています。今、長野市のセンターに寄せられる詐欺の相談で一番多いのは、この架空請求のはがきと架空請求のメールで、毎日届いております。

あと、詐欺の中でインターネットに関するものということですが、突然女性からのメールで有料サイトに誘引されるというのもありますし、「仮想通貨の買い方を教えます」というような情報商材を買わせるもの。また、海外のサイトから「８億円当たりました」とメールが来て、その手続き費用として100万円を振り込んでしまったという方もいらっしゃいます。もう一つショッピングサイトで、海外のお店で格安なブランド品のバッグを買って、お金を振り込んだけども物が来ないとか、来ても変な物が来てしまったとか、そういう相談も多々あります。海外のサイトになってしまうと、なかなか私ども消費生活センターのほうで中の業者と交渉ができないので、国民生活センターの越境消費者センターを紹介するということになります。もう一つ、健康食品のネット通販で、「１週間お試し100円」とか「初回500円」と大きく表示されているので、100円でいいだろうとか500円で済むと思って契約すると、実際は４回の定期購入だったとか５回取らなければいけない物だったというような相談が非常に多く出てきております。

最近の目立った相談事例をいくつか紹介しましたが、やはりインターネット関係の相談は非常に多い状況です。

（議長）

ありがとうございました。ほかにどうでしょうか。

（委員）

いただいたこの冊子の12ページ、⑧に当選商法とありますが、私もこの会議に出ていろいろな詐欺の方法があると分かったつもりでいましたけれども、10日ほど前に引っ掛かりそうになりました。ドコモ関係の会社というところからスマホにメールが入りまして、「9,300万円当たりました」と。それで受け取りＯＫというボタンをうっかり押したんですが、その後、受け取りの手続きをするのに商品券のような何かを買ってその番号を教えてもらいたいと、こういう手口は新聞で読んだような気がしまして。「ドコモ関係のスマホを持ってる方だけへの特典だ」と言うから、私も念のためドコモへ電話を掛けて「宝くじを始めたんでしょうか」と聞いたら「それは特殊詐欺じゃないですか」と言われました。後はもう相手にしないようにしたんですが、後で数えてみますと同じような内容で続けて80件もメールが送られてきていたことがわかりました。後半のほうでは「大至急手続しないともらう権利をなくします」というようなことがずっと書かれていました。オレオレ詐欺とは違って、逆にお金をくれると言えばうっかり手を出してしまいそうな手口だなと思いました。この冊子に載ってる当選商法とは違うやり方がスマホでは流行ってるのかなと感じました。以上です。

（議長）
ありがとうございます。ほかにいかがでしょうか。
よろしいですかね。それでは次に行きたいと思います。

(3) 消費生活センター広域連携における相談受付状況について

（議長）
それでは、報告事項の(3)消費生活センター広域連携における相談受付状況について、事務局から説明をお願いいたします。
（事務局）
本年１月から、当消費生活センターは、周辺の高山村、信濃町、小川村、飯綱町の２町２村と相談業務の広域連携を始めております。資料４をご覧ください。連携町村の利用状況についてご報告いたします。２月16日までの実績となっております。消費生活相談というのはセンターの相談員が受ける相談で、市民相談は弁護士や司法書士などの専門家が無料で相談に応じるものでございます。各町村の相談件数はご覧の通りで、高山村が７件、信濃町が５件、小川村が０件、飯綱町が１件、全部で13件ご相談をいただいているという状況でございます。以上です。
（議長）
ありがとうございます。ただ今の説明につきまして、ご質問等がございましたらお願いいたします。いかがでしょうか。
それでは、質問がございませんので先に進めさせていただきます。

(4) その他

（議長）
報告事項の(4)その他につきまして、事務局からお願いいたします。
（事務局）
お手元に配付してありますポケットティッシュは、広域連携周知のため作成したものでございます。また、冊子「地域の見守りで高齢者の消費者被害を防ぎましょう」と「くらしの豆知識」も啓発用に作成しましたので、委員の皆さまのほうでご活用いただければと思います。「地域の見守りで高齢者の消費者被害を防ぎましょう」については、センターに在庫がございますので、委員の皆さま、地域の啓発に使っていただけるようでしたら、ご連絡いただければまたお送りしますのでご活用いただきたいと思います。以上でございます。
（議長）
ありがとうございます。ただ今の件につきまして何かございますか。
（委員）
この冊子ですが、センターに行けばもらえると思いますが、センターのほうから社協ですとか民生委員の方に配付はしているんでしょうか。

（事務局）
以前、「悪徳商法にだまされないぞ」という、センターに実際に寄せられた相談事例をまとめた冊子、これは民生委員の皆さまに地域でご活用くださいということで配付した経緯はございますが、今回のこの冊子は配付していません。
（委員）
例えば公民館とかで「ご自由にお持ちください」とか、そういう配布というか置いているところはないんでしょうか。できればそういう一般の方がよく出入りする目に付くところへ置いていただければいいと思うんですが、どうでしょうか。
（事務局）
公民館や支所へも配付してございますが、部数は多くありません。また、配置して活用してもらえればと思います。
（委員）
各公民館から連絡すれば送っていただけるということでしょうか。
（事務局）
はい。
（委員）
私も民生委員をやっていますが、お一人暮らしのおばあちゃん、おじいちゃんにこの冊子はいいなと思って、早速いただけたらと思います。よろしくお願いします。
（議長）
はい。ほかにいかがでしょうか。
（委員）
長野市消費者被害防止見守りネットワーク、組織的に理論的にしっかりしていて大変いいと思いますが、実際に円滑にやれるかどうかというのは別問題だと思います。それで、４月から実施されるということですけども、今までこういうようなネットワークとかそういう情報の伝達とかはなかったんですか。
（事務局）
地域包括支援センターと消費生活センターでの情報のやり取りですとか、それから地域包括支援センターが現在でも各地区で開催される民生委員さんの定例会に出席しておりますので、そこでの情報提供というのはありましたが、このような連携体制はなかったです。それぞれが個別に情報発信はやっておりました。
（委員）
では、今度はしっかりと全部、体系的に情報を連絡するという形にするということですか。
（事務局）
そういうことです。
（議長）
ほかにいかがでしょうか。
（委員）
出前講座のことですけども、30回を予定していたのが22回ということで、この大きな長野市で出前講座がそれだけというのがちょっともったいないような気がして。そしてこの冊子をただお配りする

のは本当にもったいない話だと思って、やっぱり講座を開きながらお配りしたほうが、内容もきちんとよくわかるし、いいんじゃないかなと思います。それと、私は老人クラブへ入っていますが、できれば高齢者の中でも消費者被害のサポーターを、各地区２、３名ずつ置いたらどうかと思っているんですけどもどんなもんでしょうか。

（事務局）

出前講座についてはＰＲして開催する回数を増やしていくとともに、もちろん出前講座の中でもこういう啓発冊子を使って有効に啓発していきたいと思います。また、併せてサポーターのほうも各地区に何名かというお話ですけども、今後またサポーターを増員していく中で考えていきたいと思いますのでよろしくお願いします。

（議長）

はい。いかがでしょうでしょうか。いろいろと委員さんから要望も出ましたので、また事務局のほうでご検討をいただきたいと思います。

それでは、ここで提案ですが、長野県では現在、第２次の長野県消費生活基本計画・消費者教育推進計画を策定中であります。明日の21日まで県民の皆さんから意見を募集され、策定された計画は、平成30年度から実施される予定とお聞きしております。この計画の内容を拝見しますと、重点目標に「長野県版エシカル消費の認知度100％を目指します」というのがございます。この「エシカル消費」とは耳慣れないことばですが、せっかく県のくらし安全・消費生活課長さんが委員さんでいらっしゃるので、この「長野県版エシカル消費」について、概要を紹介していただけたらと思いますが、よろしくお願いいたします。

（委員）

ただ今、会長さんから概略をお話しいただいたとおりでございますけれども、お手元にパンフレットとＡ４の一枚紙をお配りしました。まずＡ４のほうからご覧いただければと思います。「第２次消費生活基本計画（案）の概要」ということで、１次計画は、平成26年度から今年度29年度までですので、この３月で終了となるんですけれども、そのあと引き継ぎまして４月からの５か年の計画ということで、今、第２次消費生活基本計画というのを検討しております。１月23日から明日２月21日までパブリックコメントを募集していますので、ちょっと時間をいただいて紹介をさせていただければと思います。計画の趣旨とか期間とか性格とかはここに記載のとおりですけれども、４の基本理念のところにアンダーラインを引いてある部分があります。このアンダーラインを引いてあるところが、今回新しくと言いますか１次計画になかった部分でございます。上のほうの「若年者を含めた積極的な「学び」を促進する」というところですけど、特に若年者については、成人年齢の引き下げが検討されている中で、これまで守られていた未成年者の契約取り消しですとか、そういったことができなくなるということも含めて、力を入れてやっていかなければいけないということと、もう一つが先ほどからお話のある「エシカル消費」の関係で、その下に「長野県版エシカル消費」と書いてありますけど、パンフレットのほうをご覧いただきたいと思います。一枚めくっていただいて、最初に「豊かな消費生活の裏側で、今、起こっていること」と書いてありますけれども、その下にあります文章の４行目、「地球は、温暖化や森林の減少など様々な環境問題に直面しています。発展途上国では、貧困や飢餓、児童労働など深刻な社会問題が起こっています」ということで、その下に「商品の向こう側を考えてみよう」とありますけど、例がその下の括弧書きで書かれた「コットンの生産現場では」とか「急激に減少する自然林」です。例えば、コットン、綿花は、８割以上が発展途上国で生産されて

いるんですけど、大量の農薬が使われたり、安く買いたたかれて貧困から抜け出せない人が多いとか、子供さんが働かされてるというような児童労働が大きな問題になっております。右側の「急激に減少する自然林」のところでは、日本は世界第３位の紙の消費大国なんですけど、自然林が急激に減少していたり、動物のすみかが失われて絶滅の危機に瀕していたりする。いろんな事例がある中で、一番下に書いてありますけど「人も自然も傷つけず、みんなが笑顔になる買い物をしたい。そんな思いからエシカル消費が生まれました」ということです。それで、右のページの上に「エシカル消費ってなんだろう」と書いてありますけど、「エシカル」ということばは非常にわかりづらいことばですけど、ここに書いてありますように倫理的とか道徳的という意味で、「エシカル消費」というのは、人や社会、環境に配慮した物やサービスを選んで消費するということなんですね。真ん中に大きな字で「私たちの消費には、社会を変える力がある」と書いてありますけど、実際私たちの買い物なんて微々たるものですけど、日本の経済全体を考えると、国内総生産の６割が私たち消費者の消費の積み上げなんですね。ですから一人ひとりの個人の消費を少しずつ変えていけば、社会が大きく変わるということです。一番下にありますように「私たちの買う、買わないという選択は、社会を変える力を持っている」ということで、その下にありますけど、「できることから始めてみましょう」ということ、こういったことがエシカル消費の考え方なんです。具体的なことにつきましては、後ほどコープながのさんのほうから紹介していただけるのかなと思いますけれども、そういったことも含めましてエシカル消費を進めていきたい。先ほどのＡ４版の紙の真ん中あたりに「長野県版エシカル消費」と書いてありますけれど、今説明したエシカル消費は日本全国的にこのような形で進めていくということで消費者庁も一生懸命取り組んでいるんですが、長野県の場合には、そこへ信州エースプロジェクト、健康に配慮したプロジェクトもいろいろ進めていますので、そういったことも通じて進めていきたい。例えば「減塩運動」で、減塩の商品を買えばその商品がまた段々と生産されるようになって、県民、国民全部が健康になり、また社会の役に立てるというような、そういう健康のことも加えて「長野県版エシカル消費」としています。英語でＳＤＧｓと書いてありますけど、2015年に国連の総会で「持続可能な開発のための目標」ということで17の目標が採択されていまして、その中の12番目に「持続可能な生産消費形態の確保」という目標があるものですから、こういったところにも少し役に立てるような形で進めていきたいというところでございます。あと裏側にありますように「消費者大学」事業ということで、一般県民の皆さんですとかそういった皆さんの学びの場を作っていきたいということと、その下に「小・中・高へは」と書いてありますけど、教育のほうもしっかりやっていきたい。また、子育て世代へも出前講座を実施していきたいということと、その下にありますようにエシカル消費の推進ということでですね、消費者団体、生協さん等と協働しながらエシカル消費の啓発をしたりですとか、事業者にも呼びかけてそういった製品を作っていくように呼びかけていきたい。あと、長野県立大学の学生さんとも連携しまして、こんな先駆的な事業者があるよというようなマップ作りをしながら、消費者の皆さんと事業者の皆さんの対応を促進しながら持続可能な社会を目指していきたいということでございます。ちょっと時間をいただいて紹介をさせていただきましたけれども、今度の長野県の消費生活基本計画は、先ほどの繰り返しになりますけども、これまでの計画はどっちかというと消費者保護、これは一番大事なことですので当然しっかりやりながら、ちょっと踏み出してといいますか、積極的に消費者の皆さんに呼びかけて、より良い社会、持続可能な社会を目指すために、「皆さん少しずつ自分の消費を見直して良い社会を作っていきませんか」と、そのようなことを呼びかけたいということです。今計画の策定を検討中で、ちょうど明日までパブリックコメントをや

っております。ご意見がございましたらいただければありがたいなと思います。私からの説明は以上でございます。よろしくお願いします。

（議長）

ありがとうございました。今のお話についてご質問等ございましたらお願いいたします。

それでは、委員にコープながのの理事さんがいらっしゃいます。いい機会ですのでこのエシカル消費につきましてコープながのの具体的な取り組みなどご紹介いただけたらと思いますがよろしくお願いします。

（委員）

先ほど説明がありましたけど、2015年から消費者庁が普及啓発活動を行っていて、簡単に言えば、地球のため、社会のため、私たちの未来のためを考えて、みんなの笑顔がつながる消費ができたらいいねっていう消費のことです。こういうことは急に始まったことでもなくて、こういったことを考えて今までもお買い物をしている方がいらっしゃるでしょうし、そういう方はこれからも続けて行ってくださると思います。今回は、もっとより多くの方に「買い物で何を選ぶのか」というところを意識してもらいたいということ、一人ひとりが少しずつ意識したお買い物をすることで、いろんなことが変わるよということを知っていただきたいということです。今回、具体的な取り組みとしてコープの取り組みをちょっとお話しさせていただきたいと思います。お配りしてあります「コープのエシカル」という冊子があるんですが、これを見ながら説明をさせていただきます。１ページ目を開いていただいて、「エシカルってな～に？」ということですが、「それは誰かの笑顔につながるお買物」ということで、「これまでも、これからも生協は地域、社会、環境、人々、４つの視点で進めます」ということです。その下に色分けしてあるんですが、オレンジが地域、「豊かな地域を作り出せたら」ということ、それから青色で「公正な社会の仕組みが作り出せたら」ということ、緑が環境で「地球の環境を守り続けることができたら」、ピンクが「人々の「生きる」を支えることができたら」という視点で取り組んでいます。次のページのオレンジの「地域」のところですが、写真が載っていますけれども、コープでは、国産を大事にするという考えから、ずっと産直の取り組みに力を入れています。コープの産直は、単なる産地直送ではありませんで、生産者と提携して持続可能な農業、畜産業、水産業を目指していまして、安全でおいしく環境にやさしい生産物を安定的に供給することで、消費者にも喜ばれ、生産者を守ることにもつながっています。また、主要な原材料に国産素材を使っている商品には、「これは国産素材で作られています」というわかりやすいマークを付けまして、また産地指定されている商品にも産地指定マークを付けて、消費者が選びやすく、利用しやすく、安心して購入してもらえるようにしています。次のページですが、フェアトレードと書かれているんですが、コープではすでに継続的に取り組んでいることでして、先ほども県の方からお話があったんですけれども、発展途上国の農産物や製品などを市場の価格で買い付けるのでなくて、農家や生産者の生活が成り立つように考慮したフェアな、公正な価格で継続的に輸入して消費するという取り組みです。ここでは、コーヒーや紅茶が主な対象商品ですが、左上のほうにありますフェアトレードのマークですが、これの付いた対象商品をお買い上げいただくことで、その一部が生産者を守ることにつながっています。これは、世界的な貧困や格差の問題を考えるきっかけにもなりまして、このような商品を意識するだけでも最終は世界の平和につながっていくのではないかなと思っております。その隣は、コープ商品のトイレットペーパーなんですが、環境に配慮した商品でして、このような対象商品を購入いただくことで、１パックにつき１円がユニセフを通じてアンゴラ共和国に送られまして、学校づくりを支援

するということに役立てられます。次のページを見ていただくと「レッドカップキャンペーン」ということで、こちらもコープマークの対象商品を１品ご購入いただくと、１円を国連ＷＦＰに寄付ということで、飢餓に苦しむ子どもたちに学校給食を届けるために使われるよう役立ちます。その隣からは緑の「環境」となりますが、それぞれＭＳＣ認証ということで、「海のエコラベル」というマークが左上にありますが、このようなマークが付いている対象商品を購入いただくと、その一部が海の資源を守ることに使われます。また次のページで、ＦＳＣ認証ということで、左上のマークが付いている対象商品を買っていただくと、森の資源を守るということになります。その隣の蛙のマークなんですが、こちらのほうもレインフォレスト・アライアンス認証マークということで、熱帯の森と人を守るということで、やはりこちらも対象商品ご購入につき、その一部がこのように活用されます。このようなそれぞれの認証マークの付いた商品をお買い上げいただくことで、その一部が生産者や資源、環境を守ることにつながっていきます。一番最後のピンクのところなんですが、こちらはコープマークの付いた化粧品１品お買い求めにつき、１円が日本乳がんピンクリボン運動へ寄付されまして、乳がんに対する啓発と患者や家族の支援を進めるということに使われます。こういうことなんですが、消費者の立場からすると、自分が欲しいものを買うだけで、売り上げの一部が様々な支援の一部に使われて社会貢献できていることを喜ぶ方も多くいらっしゃいます。今日は、コープの取り組みということで、簡単にいくつかをお話しさせていただいたんですが、コープだけでなく他の企業でもいろいろと取り組んでいらっしゃいます。要は、消費者にこんなに様々な選択肢があるということを知ってもらいたいと思います。そのためにも先ほどから見ている「認証マーク」というのをもっと消費者に知っていただくことが課題かなと思っています。長く続けるためにもこういうものを知って、わかってお買い物をしていただくことが大切かと思います。それともう一つが、ご自分のできる範囲で無理なく取り組むことが大切かなと思います。お買物は毎日のことですので、買うのか買わないのかという選択から始まって、買うなら何を、どんなものを買うのかという、一人ひとりのお買物の仕方で社会や世界、地球規模で未来が変わっていきますよということを意識していただけたらと思います。私のところではコープのこういう冊子を出したんですけど、一番初めに県の方がお話しされた冊子がエシカル消費を理解する上では一番わかりやすいかなと思いますので、ゆっくり見ていただけたらと思います。私からは以上です。

（議長）

ありがとうございました。ご質問等ございましたらお願いいたします。よろしいでしょうか。

うちの大学でも、エシカル消費という意識ではないんですが似たような取り組みをいろいろとやっております。学校の備品を買うときにはなるべく環境にやさしいものをということで買っておりますし、東日本の震災があった時には、被災地の泥だらけになった缶詰を缶詰工場に話をしてかき集めて、「こちらで売りましょう」ということで販売させていただいたりとか、いろいろな活動をしております。それぞれバラバラで行われている活動が、一つの運動というか方向付けがされて更に進めていければいいなあと思って聞いておりました。

それでは、消費生活センターの相談員さんのほうで、最近の事例で何かもうちょっとこんなのもありますというのがあればお話しいただけたらと思うんですがいかがでしょうか。

（事務局）

―タブレットのオンラインゲームによる課金、未成年者契約の相談事例紹介―

（議長）

はい、ありがとうございます。よろしいでしょうか。それでは最後に委員の皆さまから何かございますでしょうか。

では、以上で会議事項はすべて終了いたしました。皆さま方のご協力に感謝申し上げ、進行を事務局にお返しいたします。

４　閉　　会