

●令和3年度 3月消費者教育推進地域協議会でいただいた意見のとりまとめ(会議結果)

資料番号		内容	(参考)岡山市消費生活センターの考え方	備考
1	長谷川委員	<p>①コロナの影響でインターネット通販の利用が増え、店舗利用が減ったという結果から、これが一時的なものなのか、逆にコロナ禍でなくなったときに、消費者の意識や行動がどのように変化するのか、しないのかが興味深い。「新しい生活様式」が叫ばれているので、消費生活に何らかの影響が出るかもしれない。むしろ、消費者としては店舗利用とインターネット通販を賢く利用する「ハイブリッド型消費」が主流になるような気がする。これは現金購入とキャッシュレス決済にもいえると思います。</p> <p>②「環境に配慮した商品やサービスを選択する」を「心掛けている」が前回より減少していることは、個人的にはとても残念です。ただ、「環境に配慮した商品やサービス」は場合によっては価格が高くなる傾向にあると考えます。いくら知識があつて、「環境に配慮した商品やサービス」「フェアトレード商品」がよい、「フードマイレージ」を考慮しなければならないと思っても、行動変容までに大きく影響を及ぼすのは難しいのかもしれない。長い目で見て、少しずつでもこの考え方が浸透していくよう、SDGs・ESD等との連携・協同も含めて、ますます小・中・高等学校を中心とした消費者教育の力が重要であると考えます。</p> <p>③「インターネットを活用した、時間や場所などの制約を受けない相談受付」については、忙しくてなかなか窓口まで行くことができない、対面で相談するのが苦手な人にとっては、新たな救済の場所になると考えます。また、Webページに問い合わせフォームを掲載するとともに、よくある質問はQ&A形式で、最新の情報提供もWebページに掲載しておくと思ったときに役立つと思います。</p>	<p>①コロナの影響が一時的か否かは、今後時間の経過が必要であり、ご意見のとおり、「新しい生活様式」として、ネットとリアルとの融合が進むものと思われま。消費者被害を未然に防ぐためには消費者の意識や行動の変化に対して常にアンテナを張り、その変化を把握していくことが必要であると考えています。</p> <p>②エシカル消費はこれまでも消費生活センターとして普及・啓発に努めてきましたが、今回の結果を受け、今後、より実践行動を促す啓発を検討すべきと考えています。</p> <p>③インターネットを活用した消費者相談については、電子メールによる相談受付やLINE等のSNSを活用した相談など新しいスタイルを検討しています。岡山市では令和3年度からWEBサイトにおけるチャットボットによる問い合わせ受付を行っており、そのなかで、Q&Aを一定数用意していますが、今後、効果的な範囲で拡充するよう努めます。</p>	<p>裏面へ</p>

資料番号		内容	(参考)岡山市消費生活センターの考え方	備考
1	瀬尾委員	<p>①さまざまな方法で啓発活動が必要だと感じた。プラスチックを使用しないクリアファイルを作り、PRちらしを代わりにしてはどうか。</p> <p>②情報リテラシー教育が必要、ニュースを読まない若者に対して山陽新聞の新聞活用研修（3か月研修）が有効である。依頼してはどうか。</p>	<p>①斬新なアイデアであり、今後導入を研究してまいります。</p> <p>②ご提案の研修について、内容の詳細についてご案内いただければ、どのような研修への採用が可能か研究してまいります。</p>	
1	矢吹委員	<p>①調査の目的は、消費者教育に対する意向を把握することであることから、調査結果についても各項目で年齢層による、消費者としての意識や行動の違いを明記してはいかがでしょうか。</p> <p>②新型コロナウイルス感染症の影響だけでインターネット通販利用が増えたとは言いきれないと思います。また、5年間の計画に新型コロナウイルス感染症の影響を考慮した計画が必要かは検討を要するのでしょうか。</p> <p>③「3 商品やサービスを選択する際・・・」の分析について、詳細な説明をしていただきたいと思います。「(ア)表示や説明を十分に確認し、・・・選択する」を心掛けているが8割以上であるにもかかわらず、消費生活の知識では、インターネット通販等のクーリングオフ制度対象外であることを知らなかった割合が高いということは、「どのような表示や説明を十分に確認して選択している」ことになるのでしょうか。</p>	<p>①アンケート調査結果のフルバージョン版では、年齢別の結果分析について大半の設問でお示ししていますが、総合的な分析については、次年度の協議会において計画の改定の審議をいただくなかでご議論させていただきよう検討してまいります。</p> <p>②コロナの影響のご意見についてはごもっともであり、インターネット通販の利用拡大の本質的要因について、今後の動向の推移を見極めながら、検討する必要があります。</p> <p>③クーリングオフの認知度が低い点については、個別の販売における表示の問題と、制度そのものの認知という2つの観点でアプローチに違いが生じるため、今後の効果的啓発を検討する際に留意する必要があると考えています。</p>	

資料番号		内容	(参考)岡山市消費生活センターの考え方	備考
1	矢吹委員	<p>④消費生活の知識についてですが、消費者としての基本的知識である「契約は、口約束でも成立する」や「インターネット通販等のクーリング・オフ制度対象外」、「成年年齢引き下げと未成年者取消権の関係」を知っていたとする割合は半数に満たない。「賞味期限」や「国民年金加入義務は20歳から生じる」など生活に直結する内容については「知っていた」とする割合が高いが「フード・マイレージ」など概念的な内容については「知らなかった」とする割合が高い。とするのはいかがでしょうか。</p> <p>⑤「5結果分析」は、「消費者教育では、学校等において消費者としての基礎知識の理解を深め、エンカル消費等の普及啓発と併せて消費者市民の育成に向けた取り組みが重要」でいかがでしょうか。</p>	<p>④個別の事項については、他とのバランスで説明が不足しております。ご指摘のような記載が望ましいため変更させていただきます。</p> <p>⑤ご指摘のような内容の記載に変更する方向で検討いたします。</p>	

資料番号		内容	(参考)岡山市消費生活センターの考え方	備考
2	矢吹委員	<p>①調査結果のまとめについて、問1，高等学校では最新情報が最も多いとなっているが、小中と同様に教材や参考となる事例も求めているのではないのでしょうか。研修等の要望は少ないと言い切れるのでしょうか。</p> <p>②この統計からエシカル消費に関する要望が多いと言えるのでしょうか。</p>	<p>①高校においても教材や実践事例への要望が5割を超えており、ご指摘のとおり多くの要望があります。よって、それぞれ校種別に上位についての記述にしております。</p> <p>小学校で(50%→)3%、中学校で(16%→)12%、高等学校で(35%→)43%となっています。小学校では前回の調査に比べ大きく減少しています。また中学校でも減少しています。しかし、高等学校では逆に大きくなっていますので、こちらの記述も、小中学校と高等学校をそれぞれの記述にまいります。</p> <p>※本市の先生方への研修は、全小中校への悉皆研修、また、幼稚・保育園長研修会、また、小中学校家庭科部会への研修など毎年、複数回を実施してきました。この2年間はコロナの関係で中止となりましたが、先生方への要望にある程度、応えていると思っております。この結果は、これらの研修を前提にしたうえでの回答ととらえています。しかしながら、高校の先生方への研修会は実施していませんでした。高校の先生方からの要望が半数近くあることは、これからの課題ととらえています。</p> <p>②今回、どの校種ともエシカル消費に関する情報の要望は3割から4割なので、ご指摘のとおり多いとは言えません。しかし、前回の調査が1割程度で大きく増えています。エシカル消費への要望は、これからますます増えてくると予想されるため、そのことがわかる記述にしたいと思います。</p>	
3	矢吹委員	改定スケジュール通りに進むように期待しています。	鋭意進めてまいります。	