

## 会議録

会議の名称	令和7年度 第2回岡山市消費者教育推進地域協議会
開催日時	令和8年1月27日(水) 14時00分～15時30分
開催場所	本庁議会棟3階第1会議室
出席者	委員12名
傍聴者	なし
協議内容	下記のとおり

協議内容
<p>1. 開会</p> <p>あいさつ</p> <p>市民協働局市民生活部 部長 江口 英典</p>
<p>2. 議題</p> <p>(1) 会長・副会長選任</p> <p>《会長》</p> <p>山陽学園大学 地域マネジメント学部 地域マネジメント学科 教授 菅野 昌史 氏</p> <p>《副会長》</p> <p>NPO 法人消費者ネットおかやま 理事長 河田 英正 氏</p> <p>(2) 令和7年度上半期 岡山市の消費生活相談の概要について(資料1)</p> <p>説明者 岡山市消費生活センター職員</p> <p>委員1: 20歳代で利用が多かったとの脱毛エステや化粧品に関する相談は、時代が相当変わってきているところで、男女の違いなどデータであれば教えていただきたい。 事務局: 脱毛エステに関する相談は、圧倒的に女性が多いことは今も変わってはいない。 委員1: AIなどが間に介入しているような起こった事案の相談があるか。 事務局: AIに騙されたというようなものは把握していない。</p>
<p>(3) 各委員による専門分野からの提言</p> <p>提言1 NPO 法人岡山NPOセンター 代表理事 高平 亮 氏 (資料2)</p> <p>提言2 岡山県金融広報委員会 事務局長 高橋 宏明 氏 (資料3～5)</p> <p>提言3 岡山県立岡山南高等学校 教頭 岩佐 奈津子 氏 (資料6, 7)</p>

#### (4) 意見交換

委員 1：私の子供が小学生と高校生で、大学生は日々身近に見ているわけだが、今は自分の小さかったときとは違うような教育環境で、タブレットを持ってきてとか、結構あれが重かったりするんで、子供にとっては大変だなと思いつつ見ている。そういう形で、非常に教育環境も変わってくる中で、また一方で、非常にその社会を取り巻く状況も変わっていく中で、消費者教育というのは変わっていくことが本当に求められているなというところで、委員の皆様方も、いろんな場面でもう実際に教育、情報提供されているということで、非常に勉強させていただいたところではあるが、まず少し最初に、個別の委員の方というよりも、こういう活動は、やはり最終的に繋いでいくというところに消費生活センターの役割というのがあるかとは思いつつ、どういうふうに情報を提供するか、「J-FLEC という組織ができました」と言っても、「こういうことできるんです」と言っても、それがちゃんと繋がらないとどうにもならなかったりするわけだが、そのあたり何か消費生活センターの方で取り組みされてることとか、今、何か考えてることがあればお聞かせいただきたいと思う。

事務局：消費生活センターでは、我々自体が地域に出向いて講座することもあれば、小学校、中学校、高校、大学の方に出向いて先生方に講師をしていただくこともある。また我々がしている中で言うと、消費生活サポーターという、各地域で消費生活の啓発などをボランティアでしていただく方を育てる取り組みをしているが、そういった方を養成する講座の中に、金融教育やIT関係、ネットでの気をつけるべき点であったり、様々な講座がある中で、講師の方を活用させていただくことはあるものの、例えば、今回ご紹介いただいたJ-FLEC、金融広報委員会とが運営されている講師をどこかの地域の団体の方に直接紹介するというのはどうするのか、こちらがさらに啓発というのは今のところ思いつかないが、消費生活センターとしてまず活用するなどして、市民の方に目に触れる機会を増やしていくということになるのかと思う。

委員 1：社会の中で実際にはいろいろ消費者教育がなされているという中で、そういうものをつなぐハブの役割というのものも1つ、消費生活センターに求められているかなと思う。先ほどの提言1でのお話などは、そういう形でいろいろ繋がって、高校と繋がっているということを知ることができたわけだが、そういう情報提供というところでいくと、若者だけでは少し難しいところがあって、高校生とかであると、やはり動画を作るといふことがあるわけだが、それが大学などでも広報活動しようかということが非常にあって、高校生とかではTikTokとかで作らないとなかなか届かないとかそういうことがあって、アクセスの仕方というのは非常に難しいかなと思う。ただ世の中、若い人だけに届けばいいわけではなくて、やはり高齢者にどう情報を届けるかということも非常にまた一方では課題はあるのかなと思う。

それでJ-FLECの研究校制度についてお伺いしたい。例えば、J-FLECに事前に依頼すると、大学生に適した講師を派遣して、大学での講義内容等に関連付けた学習

などができるような枠組みがあるのか。

委員 2：残念ながら、研究校制度の対象は、幼稚園、保育園から高校までであり、大学は対象ではない。制度の枠組みでは、ご期待に沿えないものの、例えば、日本銀行支店長は外部講演や、大学での講義実績もあるため、個別にご相談・ご依頼があれば、そうした中で話をするなどの取り組みは可能である。

委員 1：私の専門は、細かく言えば法社会学ということだが、ゼミ生が、自分たちが年取ったときにちゃんと年金がもらえるのかというテーマで卒論を書いていて、それで大学生にどれだけそういう金融知識があるのかというのを学内で少しだけアンケートをとって、やっぱり非常に不足してるということが明らかになって、結論の1つとして本当にそういう金融教育というものが非常に重要なんだということを書いていたりしたので、経済学部とか経営学部とかであればまた違って、実際にそういうことが行われてるかなと思うが、私が今いるところは少しそういうところとは違うので、大学生も非常に関心もあるし、ニーズもあるかというふうに聞かせていただいた。

提言 3 でお話しいただいた取り組みでは、私のイメージで本当に高校では授業でやらないといけないことが非常に多くて大変で、しかし、今は学習指導要領の中に入っているということで、特に金融教育だとか消費者教育を入れること自体は、一応その枠というのがある程度確保されているということなのだろうか。

委員 3：以前比べると時間を丁寧にとっている。以前は本当に短い時間で、住生活を勉強するときに少しやっていたが、やはり学習指導要領でこのように示されたら、ある程度の時間数を担保して生徒に提供しないとイケないということで、そこは押さえていると思う。

委員 1：多分、学ばなければいけない内容がどんどん増えてるような感じがして、私も自分の子供を見てみても、小学校もそうであるし、高校生もどんどん増えていって、その現場の先生方は非常に大変ではないかというふうに感じている。

お伺いしたいのは、提言 1 では、動画を作成されたとのことだが、動画は今も視聴はできるのだろうか。動画を作ったこと自体が、非常に教育効果があると思うわけだが、せっかくこういう形で作られたものが、その後どうなっているかもしご存じであれば教えていただきたい。

委員 4：今、事務局の方から情報提供いただいて、まだ閲覧可能ということなので、ぜひご覧いただければ。

委員 1：多分本当にこういう課題に取り組む中で、生徒がいろいろなことを学ばれるのかなと思うが、その場合も、本当に思うのは、時間の確保というか、そもそも最初の取っかかりというか、興味を引くところが大変で、募集をかけても実際にどれだけ高校生が関心を持つのかなとか、そういうところが、非常にご苦労があるのかなとは思いますが、本当に非常に興味深いお話を伺った。

委員 5：大学の方ではまた経済学を学ぶ学生や金融関係、簿記とかを学んでいる学生もいるので、そういったところを学ぶ機会もあるが、多くの学生は、知識はあまりないかなと思っている。今回お話を伺って、そういった教材であるとか、お話を伺う機会

があるとかいうところがあまり学生のところに届いていない、情報がうまく届いていないというところが問題なのかと思った。すでに話があったが、そういった情報にアクセスできるような仕組みであるとか、そういったところの整備が重要なのではないかなと思った。

委員 1：今回こういう機会を設けていただいて、いろんなことをまた情報共有できたかと思う。また、他の委員の皆様から、実際に多分いろんなことを行われているかと思うので、是非また情報提供をいただければ思う。

(5) カスタマーハラスメント防止に関する施策について (資料 8, 9)

説明者 岡山市消費生活センター職員

委員 6：条例はまだできていないのか。

事務局：条例自体は、今年 4 月 1 日施行を目指して進めている。

委員 1：それは比較的岡山市が全国に先駆けてしていることか。

事務局：桑名市、群馬県、愛知県などでは制定されているが、政令市の中では初めてになる。

委員 6：私がお聞きしたいのは、消費者ネットおかやまの方にも、事前に意見を聞かれて、いろいろお話をさせていただいたが、最初の原案というかを示されたときには、見えていて非常に何か言葉がきついなという感じがした。それでいろいろご意見を申し上げた。カスタマーハラスメントというのは何が問題なのかということ、一番は、企業の問題。企業が、カスタマーハラスメントが起きたときに、職員の人をどう扱って、どのように対応していくのかというのが一番問題で、厚労省の方が、その点に対して、対応策を、どうすべきだということを示して、託そうとしている。それが一番の問題ところであるのだけれども、今回は、そこをあんまり強調して、逆に消費者側の問題としてとらえてしまうと、消費者が何かの意見を申し立てるところを非常に制約していくように見えてくる場面もあるのではないかということで、やっぱり、カスタマーハラスメントというのは、社会全体の問題で、本当に一人一人が社会人として、相手方の人格を尊重し、そこでお互いで話し合っていく。それで成り立つ問題なので、カスタマーハラスメントは即罰則というような形にしてしまうと、まずい面があるのではないのかというような意見を申し上げた。それで、今日、このチラシの中にある「あなたも私もみんなが大切な社会の一員です。カスハラのない誰もが暮らしやすい社会を目指しましょう。」まさにここだと思う。カスタマーハラスメント禁止というひと言で終わるのではなくて、まさにそれがどうしたらなくなっていくのか、まさにその社会の一員として、そういう社会をつくっていくという、そういう合意ができるということが必要なんだろうと思ったところで、罰則があったり、言葉が非常にきつところがあって、趣旨はわかったが、ちょっと問題かなと思うような表現について意見を申し上げたことがあるということで、それがどうなったのかなというところが気になったところである。

委員 1：法社会学において、一般的に、日本人は、権利意識というか、権利主張が弱いとも言われている中で、あまり厳しくすることによって先ほど出たような、顧客が就業

者側、事業者側に正式にきちんと意見を聞くということも大事であるし、一方でそれを受ける側、就業者側の権利も守らなければいけないというところで、そういうバランスを取ったときに、どういうふうにするのか、本当にそれは社会全体での問題ではあるので、個人個人が、一人ひとりが大切にされるような社会ということで、この定義で、「カスタマーハラスメントとは」と書かれていて、多分、非常に何か苦労されていて、「顧客等から就業者に対し、その業務に関して行われる言動であって、暴行、脅迫 その他の違法な行為」、違法な行為はしてはいけないわけだが、「又は就業者が従事する業務の性質その他の事情に照らして社会通念上許容される範囲を超えたもの」となっているが、最後の目的が一番大事で「就業者の人格、尊厳又は就業環境が害されないようにする」というところだろうかと思うが、対象をどのように絞って、どう書くのか、非常にいろんな言葉が書かれていて、苦心の作と感じられる。本当にこの条例できた後に、それをどういうふうに行う性のあるものにしていくかということでも、またそれは消費者教育の課題でもあるかと思った。

事務局：カスタマーハラスメント防止条例については、消費者ネットおかやまも含め、いろいろな関係団体からいただいた意見を踏まえて、条例に明文化されている中で、第三者機関を設けず、機運の醸成をすることが第一ということで進めているところで、消費者側から、消費生活センター側からの意見として、消費者が意見を言うことを阻害することのないように、第三者機関も罰則も現状では必要ではないと考えたと述べさせていただいている。貴重なご意見をいただいた中で、練られて、成案となっていくと思う。

### 3. 閉会