

会議録

会議の名称	令和5年度 第1回岡山市消費者教育推進地域協議会
開催日時	令和5年7月21日(金) 14時00分～15時00分
開催場所	本庁議会棟3階第1会議室
出席者	委員10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>ノートルダム清心女子大学 副学長 人間生活学部人間生活学科 教授 豊田 尚吾 氏 市民生活局市民生活部 部長 岡村 誠</p> <p>2. 議題</p> <p>① 令和4年度 岡山市の消費生活相談の概要について 説明者 岡山市消費生活センター職員 (内容省略)</p> <p>委員1：岡山県や全国的には、18、19歳のからの相談はそれほど増加していないが、岡山市は60.5%の増加ということで、要因について、どのように分析をしているのか。</p> <p>事務局：数年前から、高校や大学などで消費生活センターについて周知を実施した結果相談が寄せられて、増えていったのではないかと考えている。</p> <p>委員1：相談について、トラブルになった後の相談と、トラブルになる前の相談に分けた方がいいのではないか。学校現場において、消費生活センターの周知やトラブルになる前の相談を呼びかけていると思うが、啓発により意識が向上した結果、トラブルになる前の相談件数がどれくらい増加したのかが分かれば、啓発の実績が目に見えてくるのではないのか。また、P I O - N E Tには、相談時の年齢ではなく契約時の年齢を入力するため、この相談者の年齢は、トラブル後でも早い段階か、それとも、大分経ったあとか、その点も異なってくるのではないかと思う。</p> <p>委員2：契約当事者の年代別相談件数について、資料で示されている構成比は人口の構成比と概ねイコールなのか、それとも人口あたり70歳以上が突出してトラブルに遭うケースが多いという分析なのか、どのように見ているか。</p>

事務局：そこまでの分析はしてはいないが、例年 70 歳以上の方からの相談は多い傾向にある。

委員 2：人口比に対して、高齢者が被害に遭いやすいのか、若年者が遭いやすいのか、把握しておいたほうがいいのではないかと思う。

委員 3：18 歳 19 歳の相談状況について、半数は契約当事者の親族からの相談である点や、また職業別で学生からの相談が 77%という点も含め非常に興味深かった。若年者について、電話をあまり利用しない傾向があると思われるが、電話相談に至るまでに、どこから情報を得たのか、SNS がきっかけとなって相談したなどという統計はとっているのか教えてほしい。

事務局：相談を受けた際に、若年者ということで、どこから情報を得たかというのは特段聞いてはいない。

委員 4：化粧品の相談について、対前年比で 100%近くなっており、なおかつ定期購入でも化粧品が出てきているところを見ると、化粧品の定期購入におけるトラブルが非常に増加していることが伺えるが、これは若年者が特に多いなど、若年者との関連性があるのか。

事務局：化粧品の相談については、40 代 50 代が一番多く、次に 60 代 70 代、70 代以上となっており、40 代以上の年齢の方が多いという傾向がある。

委員 1：老人福祉サービスの利用権の相談について、70 歳以上が増加しているが、これは実際被害に遭ったという相談か、それともこういうことがあったというものか。

事務局：被害金額で確認したが、実際に被害にはあったというのはなく、こんな電話がきたが大丈夫かという相談がほとんどだった。老人福祉サービスの入居権については、相談員が劇場型の勧誘の詐欺ということでアドバイスをしているものである。

委員 1：被害に遭っているのかいないのかという点について、統計的にもう少し明確にしておく方がよいのではないか。また、化粧品について、様々な分類の仕方があり、40～70 歳代の化粧品は、ファンデーションなどの化粧品という想像がつくと思うが、若年者の化粧品とは何かについて、学校現場では気になるところだと思う。岡山県への相談では、若年者の化粧品は、マウスウォッシュや脱毛クリームのようなものが多い。若年者への消費者教育の点では、PIO-NET の小項目で分類するなどし、今の若者がどのようなものに興味を持っているのかについて統計を出すと、教育をしていく上で学校の先生の指針になるのではないかと思う。

② 令和4年度岡山市消費生活センターの取組状況について

説明者 岡山市消費生活センター職員 (内容省略)

委員5：メルマガの登録者数、年代別の登録者数はどれくらいいるのか。

事務局：メルマガの年代別の登録者数については調べていないが、全体の登録者数は2000人を超えていた。消費生活センター独自のメルマガやLINEについて、令和4年度末で廃止をし、令和5年度については岡山市の公式LINEに移行した。その他に岡山市のFacebook、Twitter等からも情報を発信している状況である。

委員5：メルマガやLINEなど様々なチャンネルがあるが、トラブルに巻き込まれないように様々な啓発をすることが目的だと思うので、数などは効果測定の一つの指標になるかと思う。

委員4：消費生活センター独自のLINEから岡山市のLINEへ移行した後、センターが発信する情報に関する、閲覧者数やアクセス数などの推移については把握しているか。

事務局：閲覧者数やアクセス数について、現時点で細かい把握はできていない。岡山市のラインについては、今は岡山市の登録者全体に配信しているが、今後、登録者自身が希望の分野を選択し、消費生活に関する情報の分野を選択してくれた人だけに配信するというセグメント配信という形に移行する予定である。

事務局：追加の説明になるが、SNSでの広報については岡山市全体の制度の中での話であり、現在改革をしている途中である。今後については、効果的な啓発のため閲覧者数等の把握をした上で分析・研究して、啓発に取り組んでいきたいと考えている。

委員3：消費者安全確保地域協議会を小学校学区の単位で作っていく取り組みについて素晴らしいと思うが、協議会がたくさん立ち上がってきた時に、岡山市としてどのように関わっていくのか。

事務局：岡山市では、市全体で一つの協議会ではなく、各小学校区単位を基本に進めている。これは当初からの考え方で、消費者庁にも確認の上、担当の方に直接会合に出席いただいた経緯もあり、現行の進め方が間違いというわけではないが、今後、どこまできめ細かに運営できるかを考えれば、すべてローカルエリアだけで進めるのが適切というわけではないとも思う。ただ現段階では、ローカルエリアの中で高齢者や配慮の必要な方の見守りをするに関して、一つの有効な手段だと感じている。今年度、御津南学区が協議会に移行したが、その経緯の中で、地域の中でも温度差があるというのが分かった。また、市街地の見守り活動が活発な地域を訪問し

た際には、活動にも限界があるという声や、地域によっては組織が専門化しているところもある。センターとしても限られた人員の中で協議会を運営するのも限界があるため、関係団体の方々にもご相談しながら、今後もあり方を検討していきたいと考えている。

委員 3：大きいところを一つだけ作っても、本当にすべての人を見守れるのかという問題もあるため、まずは、小さい単位でできるのは理想だと思っている。反対意見というわけではなく、興味深く思ったため質問した次第である。

委員 6：昨年度実施の消費者のつどいに関して、高校側として計画段階から携わり、その後異動になったが、成年年齢の引き下げにあわせ、高校 3 年生に向けて実施できたのは、学校としても大きいことだったと思う。消費者のつどいは、今年度また同様の計画をしているか、もしくは他の新たな企画を実施するものなのか、どのような考えでされているのか教えてほしい。

事務局：今年度について、消費者月間に合わせて消費者のつどいという形では実施していない。学校現場で学生に対して、専門家の先生から講義をするのも一つではあるが、消費者教育を推進する上で広く周知をしたいという考えがあり、今年度の消費者教育についてはレディオモモのラジオで、秋以降に番組を放送する予定である。一方で、昨年度実施したエシカル講演会についても同様に、今年度は、5 月からレディオモモのラジオでエシカル消費の啓発をしている。番組については、ホームページ、Twitter、Facebookなどで広報をしている。

委員 4：メディアの活用や、オンデマンドやオンラインの駆使など、コロナの影響もありつつ、一方で新たな情報発信ツールとして利用された中で、今後については、対面が可能なら対面の方がいいのか、場合によっては広く視聴者を獲得することができる zoom などのツールを一層活用する方針なのか。

事務局：これまで講演会という形式が多い傾向にあったが、より効果的に、より広く市民の方に啓発・周知していくために、マスコミを始め、様々な媒体により啓発していきたいと考えている。一方で、出前講座や小規模の講演会などでは、対話が必要な場面もあるため、様々なものを組み込みながら、進めていきたいと考えている。

3. 閉会