

会議録

会議の名称	岡山市消費者教育推進地域協議会（平成 29 年度第 1 回）
開催日時	平成 29 年 12 月 4 日（月）10 時 00 分～12 時 00 分
開催場所	岡山市職員研修所（ほっとプラザ大供）第 2 研修室 （北区大供二丁目）
出席者	委員 11 名（別紙のとおり）
会議内容	別添次第のとおり
会議資料	別添のとおり（次第、名簿、配席図、資料）
会議録の作成方法	要点記録

審議内容（発言者、発言内容、審議経過、結論等）
<p>1. 開会 市民生活局 局長 荒島 茂樹 あいさつ</p> <p>2. 委員紹介、事務局紹介</p> <p>3. 議事 傍聴者 なし</p> <p>(1) 会長・副会長選出 会長 ノートルダム清心女子大学人間生活学部人間生活学科教授 豊田 尚吾 氏 副会長 NPO 法人岡山 NPO センター副代表理事 石原 達也 氏</p> <p>(2) 消費者教育推進計画素案について (岡山市消費者教育推進計画（素案）概要版及び素案について事務局が説明後、各委員が質問及び意見を述べた。)</p> <p><input type="radio"/>印 委員質問及び意見 <input checked="" type="radio"/>印 事務局回答</p> <p>○素案のスローガンに「地域」という文言を入れてはどうか。例えば、「地域でつながる消費者教育」とかはどうか。</p> <p>○よくまとまっているが、次世代や地球のことを考える視点もいれてもよいのではないか。また、障害のある人について重点施策にあるので、目標 I の「いつでも どこでも」は「いつでも どこでも だれでも」にしたほうがよいのではないか。</p> <p>○成年年齢の引き下げの機運があり、悪質業者が手薄になる層を狙ってくるのが考えられるので、その対応についても入れてもいいのではないか。</p> <p>○第三次産業革命がインターネットで起こり、第四次産業革命はモノ同士がつながっていくことで起こると言われているが、そういった時代の流れにどうしても後手後手になってしまうのが問題である。また、計画を作って終わりではなく、進化させていくことが必要で、そういう視点を入れておく必要がある。連携協働とよく言うが、人と人とのつながりが少ない社会になってきているため、ある程度はインターネ</p>

ットを活用した取組が必要になってくる。技術で解決できる部分は技術を活かし、地域でつながる消費者教育アプリや怪しい電話をチェックするアプリなどを岡山市が作成できればよいのではないかと。積極的に視点を変え、計画を進化させる取組が必要である。

- 学生に消費者教育について興味を持ってもらうのは難しいが、企業が関わると学生の興味が増す。企業・学生・行政が連携してアプリを作るなど、企業の協力を得ることはできるか。
- 企業でもいろいろ取組は行っており、議論する場は作っているが、具体的な議論の道筋はまだ。
- 関連団体アンケート・ヒアリングに「会員向け」という文言があるが、具体的にはどのような団体か。
- 生活協同組合等を考えている。
- 絵に描いた餅にならないようにすることが大事。消費者教育をしていくという強い思いを出すなら、スローガンは、以前岡山市が使っていた「NO MORE 消費者トラブル」などがいいのではないかと。このスローガンは誰に向けたものなのか。重点施策を見るだけでは、高齢者のことは分かるが、企業をどう巻き込むか、子どもや若者をどう助けるかが分からない。
- 相談の内訳では高齢者の割合が高く、近々の課題は高齢者への対策である。成年年齢引き下げ議論もあり、若者への対策などももちろん大事だが、まずは高齢者が最優先と考えている。
- ターゲットを決めて戦略的に施策を行うこと、目玉戦略をどうするか考える必要がある。重点施策2の高齢者も多様なので、どの高齢者を対象とするのか考える必要がある。重点施策1は長期的なものであり、何のためにこれなのかというのを分かりやすく、ピンポイントで訴えていくべき。
- 岡山市の相談件数の概要から、母が1年前に振り込め詐欺に遭いそうになったことを通し、草の根的な活動が重要になると思った。デイサービスや公民館での出前講座は本当に重要だと思う。
- 校長会で消費者教育の研修会があり、グループでまとめた内容を発表したけど、他の校長は消費者教育の研修の意義があまり分かっていないように感じたので非常にもったいなく思った。スローガンは、どこに何がつながるのかが明記されていないため、対象が広すぎて当事者意識が持てない。素案にもあるように学校が消費者教育で担う役割は大きく、指導要領も改定され、家庭科では消費生活についてより明確化される。学校現場で頑張っていかなければならないが、学校では〇〇教育が増えすぎており難しい状況である。
- 岡山型一体教育を進めているところだが、目標Iやアンケートのところで「学校」となっており「園」が抜けている。「学校園」のほうがよいのでは。また、素案 23

ページに「児童」とあるが、中学校なので「児童」は不適切で、「生徒」のみでよい。教科書の内容や学習指導要領が変わるが、被害者、そして加害者にならないような正しい教育が必要である。平成 29 年 4 月からの「第 2 期岡山市教育振興基本計画」には、人権教育や防災教育は入っていないが、食育は入っている。消費者教育もここに明記すべきだと考える。また、「市民・協働による」「自立に向かって」などのインパクトのある文言を入れてはどうか。また、素案 23 ページの公民分野は公民的分野ではないか。

- 高校生も被害者だけでなく加害者にもならないようにすることが大事である。学校園のつながりやアンダー18 というのがキーワードになると思う。成年年齢引き下げが実現すると、高校 3 年生では成年と未成年が混在することになるが、学校現場では主権者教育をやってノウハウが分かってきたこともある。また、昨年のあり方検討会に参加したことなどがきっかけで、県立高校だが最新の情報を市からもらっているのはありがたい。SNS で被害者になったり加害者になったりしているという課題がある。
- スローガンが世に出て行くものなら、「消費者教育」という言葉自体が固いので、やわらかく分かりやすい表現の方がよい。口コミを見る人が多いので、インターネットでの対応は重要である。ジモティーなどのアプリをはじめ、個人と個人での取引が増えており、個人間取引で何か問題があっても、なかなかつかまえていく。インターネットについて強く書いてもいいのではないか。普段学生が消費している学生服や給食のパンなどはこういう理由があって学校から指定されているというような身近な内容で教育するのもいいのではないか。インターネットから得られる情報だけだと不確定なので、メディアや新聞から情報を得るといったような内容も計画に入れてはどうか。
- 学習指導要領も変わったりしているが、教育委員会と調整をしておかなければ実行可能性に関わる。また、内容は網羅しているが、重点施策に目玉や特別感がないため、情報化社会や企業のコミットメントの仕方の工夫など、これが重要だというようなものが出てくると生き活きとしてくるのではないか。
- 重点施策 3 で、関連する教育との連携だけでなく、地域や企業も巻き込んでいる。したがって、教育委員会・企業・地域との連携という風に大きくしてはどうか。
- ESD 等を中心に連携を進めているが、マンパワーの問題などで制限もある。ESD 推進課の事業に相乗りし、CSR 研修に消費者志向経営の視点を組み込み、正しい知識の啓発をすることは考えている。
- 消費者志向経営をしているが、消費者が過剰な要求をしていることも事実である。消費者が加害者側になるという視点もある。そのような視点を入れるべきかどうか。そして、重点かどうかを含め、この教育の中に入れる必要があるだろうか。企業での社員教育で、環境にやさしいモノを作っていくなど企業自身も進化していくとい

う志向を持つことも大事である。

- 消費者が加害者にもなるという視点もやはり大事で、郵便の再配達による労働力の不足や、100円均一商品を作るために労働力が搾取されていることは問題だが、特定の授業の科目でそこまでやることは難しい。素案40ページの重点施策には総合的な学習・教科外という視点が入っていない。家庭科や社会など教科の先生に限らず、学校の教職員ということであれば入れるべきではないか。
 - つながるというのは、生まれてから亡くなるまで消費者であり、学校、高齢者向けサロンやコミュニティなどの縦のつながりだけでなく、企業やNPO、公民館など横のつながりも大事。重点施策3にはESDを入れてほしい。持続可能な社会のためには、次世代や地球のことが考えられる賢さが必要。重点施策やその下のポツでもいいので入れてほしい。
 - 消費者の責任も広がっていて、加害者にならないことやESDという視点もある。現場の意見も踏まえないと実行可能性がなくなってしまうが、マンパワーに限りがある中でどこまでできるかを考えなければならない。
 - 県警との連携も入れた方がいいのでは。消費者被害や交通事故などネットを通じてタイムリーな報告をしている。
 - いろいろなレベルの事業者がいる。行政が起業支援をする際に、違法判決が出たクロレラの事例などやっちゃダメなことを教えてはどうか。いろいろなレベルの事業者向けにセミナーをしてもよいのではないか。
 - 消費者トラブルに関しては、学術的にはデータはなかなか取れない。情報はとても大事なので、現場で経験した人が学術的なところにもデータを流していい循環ができると思う。
 - スローガンは少し分かりにくいと思う。「地域」や「暮らし」を入れるなど、パブリックコメント募集の際には委員の方からも意見を出してほしい。推進計画の策定スケジュールが押していることもあり、いただいた意見を全て活かすことは難しいかもしれないが、極力活かしたい。
 - 非常に貴重なご意見をいただきありがとうございました。消費生活センターだけではできる事業が限られているので、まずは庁内関係課と「つながる」ことと考えスローガンとしましたが、確かに誰に向かったのスローガンなのか地域はどうなっているのかと行政職員からの目線でしか見てなかったと感じました。また、子ども達が被害者にも加害者にもならないよう今回いただいたご意見を精査させていただいて、岡山市らしい計画を作成したい。
- 3月に計画を策定するが、協議会自体は次年度も開催します。次年度からは、各委員の皆様からの消費生活に関する情報交換や本計画の実施計画、進捗状況についてお示しし、ご意見をいただければと考えている。
- 今日は貴重なご意見ありがとうございました。

●KPI についての説明ができていなかったなので説明する。昨年度のあり方検討会でのご意見を踏まえて、他自治体の状況も確認しましたが、国も目標値を定めていない状況であることから、主として消費生活センターでの取組、センターの認知度、チラシの配布数等といったものを指標としていました。今回は、重点施策に関連した 8 つの KPI を置いており、消費生活センターで実施するものを中心に関係課と連携して実施するもので計上している。

○無作為抽出で定期的にデータを取れるか。

●経費的に毎回は難しいと思う。市が 2 年に 1 回統計をとっているものに便乗してデータをとることは可能だと思う。昨年度センター独自で行った市民意識調査は多額の費用がかかっているため、計画見直し時期等の実施となる。

4. その他

事務局から「消費生活マイスター講座」の開催について説明。

5. 閉会