会議録

会議の名称	令和８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８年７月 31 日（水）10 時 00 分～11 時 00 分
開催場所	本庁議会棟３階第１会議室
出席者	委員 11 名
傍聴者	なし
協議内容	下記のとおり

協議内容

１．開会

あいさつ

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
市民協働局　　局長　福田　広志

２．議題

①　令和７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）

委員１：資料の 11 ページ資料３の「契約当事者の年代別相談の状況」で年代別に見た商品役務の相談件数が書かれていて、令和７年度の特徴として、40 歳代からの相談が増えたということであるが、特にそれに寄与したというかそういうものはなかったということのことであるが、大きなトラブルとか消費生活センターとして相談のあっせんなど対応されたような事例があればちょっと教えていただきたい。

事務局：40 歳代の相談で特に昨年と比べて増えてるのが、集合住宅に関する相談で、令和６年度は 10 件未満であったが、令和７年度は 41 件であった。賃貸の際のトラブルについて、中間の年齢層で目立っていたいう記憶がある。その中で、よくあったのが、契約の際の情報ではインターネットが配備されているとのことであったが、実際は配備されてなかったりとか、契約条件最初の説明とはちょっと違っていたというトラブルがあったり、退去の際のトラブルということで、想像以上に退去費用がかかってしまって、追加の費用を払わされる相談が多くあった。

委員１：集合住宅と書いてあったので、何か投資目的だとかそういうことなのかなと思った。集合住宅の相談は 40 歳代に多いということだが、今、話のあった退去に関するトラブルとかはもう少し若い世代の相談なのかなと思った。「契約当事者の年代別にみた商品・役務の相談件数」を見るとやはり 40 歳代から 70 歳代まで「商品一般」の相談件数が多く、特に 70 歳代は、316 件、60 歳代 110 件と人口比で考えると３倍も違いがあるとは思えないので、年齢層が上がると、不審電話がかかってくると

消費生活センターに電話がかかってくることにより「商品一般」の相談件数が増えているのかなと感じた。このような相談電話は、固定電話にかかってくることが多いのか。

事務局：「商品一般」で申し上げると昨年度とても目立った「＋（プラス）1」からの発信電話で、それは携帯電話とスマートフォンの両方にもかかってきていた。また、もう一つあったのが固定電話に自動音声でかかってくるものが非常に多かった。「何番を押してください」ということで誘導して、オペレーターに繋がって、それで個人情報を聞き出すという電話、この二つが昨年度、非常に目立った相談だったと思っている。

委員１：私も何回かこのような電話がかかってきたことがあるので、多分皆さんもご経験あるかなと思う。それをすぐに「ちょっとこんなのあったけど」というふうに電話されるのが、たぶん高齢者の方なのかなと思う。そう考えると、実際にはもっとそういう事例は多いのかなと思った。もし「商品一般」というところで、主に重大な何かトラブルが発生したんだとしたら、そこをまた詳しく見ていく必要があるかなというふうに思ったりした。

② 令和７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１：1ページ目のところの「学校教員向け研修会で非認知能力の視点から見た消費者教育」について、もう少し具体的にどのような観点での講座であったのか。

事務局：「非認知能力」という言葉が学校でもちょっと流行ってるかなとかいうことということで、数値で測れないものであるが、学校の先生方にまず「非認知能力」を知ってもらって、その視点というか数値だけではなくコミュニケーションなどの辺りが上手に説明できたらということで、講師の中山先生に話をしていただき、学校の先生に「まず非認知能力を知ってもらいたい」という辺りから消費者教育に対していくらかアプローチできないだろうかということで話をしてもらったというような感じである。

委員１：困っている人がいたら助けてあげるとか、コミュニケーションの中から何か問題発見して相談に繋げるとかそういうことなのかなとイメージしたのだが。これは、学校の先生方に対する何かアプローチということでということあるのか。

事務局：そうである。

委員１：それと、もしかしたらこのことと関係するかもしれないのだが、見守りというところで「消費者安全確保地域協議会」、これが小学校単位で「安全安心ネットワーク」というのが組織されていて、それが今度、規約改正によって、「消費者安全確保地域協議会」、「消費者見守りネットワーク」に順次移行していくとのことであるが、この、ここはどういう、何かこの表を見ると、「安心安全ネットワーク」が一般的であって、「消費者見守りネットワーク」というと何か特定のテーマというような感じもあるが変わることの意義というのはどういうところにあるのか。

事務局：既存の「見守り安全安心ネットワーク」で、交通安全であったり、健康であったりそういった活動をされている団体の中で、消費者被害を減らしていきたいんだという地域の方にこちらからお声掛けをした。要綱に「消費者被害防止」ということを入れることによってその安全安心ネットワークの目的として消費者被害の防止というのを入れていただいて、我々の方からでもその方々に対して講演会を開いたり、啓発資材を差し上げたり、地域での見守りに必要な消費生活情報、「ピチピチ消費生活だより」といったような月１回の情報提供をして、活動いただいているところである。岡山市の方ではより熱心な地域の方にやっていただきたいということで、市全体ではなく、各地域での取り組みということにさせていただいている。

委員１：地域の見守りとかのネットワークの中に、消費者問題関係のものも組み込むような形のものになるということが理解できた。活動の目的が、限定的なものに何か変わるようなイメージがあったが、必ずしもそういうわけではないということが分かった。

事務局：「移行」という言葉が少し不適切なのかもしれない。

委員１：「移行」というと違うものに変わっていくとういうようなイメージで感じられる。

事務局：「移行」という形ではなく、規約改正によって、消費者安全確保地域協議会という側面も含めるような形になるいうのが正しい説明になる。この点については、来年度以降、修正を行いたい。

委員２：消費者生活出前授業というのが示されているが、これは、新しい取り組みとして、行われているのかなというふうに思ったが、高校生のところが 1 件で非常に少ない。しかし、高校生は、これから成人になっていくその前の非常に大切な段階であるのではないか。しかもインターネットとかには非常に興味を持っていろいろ使っているという状況があるが、私が外から見て思うのは、教育委員会とよく連携をとって、そのような授業を体系的に組み入れていくというような施策が必要ではないかなというふうに思えたりする。教育委員会でこういう部門においても対処されていた委員に、どんなふうに教育委員会としてお考えになられているのか、教えていただきたいと思う。

委員３：私も逆にここを質問させていただきたいなと思っていたけれども、中学生高校生向けの実績が１回ということで、どちらの学校でどのテーマで実績があったのかということ等が後でお聞きできればと思っている。県の教育委員会にいたときには県立学校の所管なので、県の消費生活センターと連携して、やはり同じようにこういう出前授業等をされてるところの周知を、家庭科の教員の集まる会とかに来て、周知広報されたりチラシ等を提供してくださったりしていた。逆に実績のところの高校というのが岡山市立の高校であったのかなっていうところと、市の消費生活の協議会ということなので、実績として、市の方から出向いていけるのが、やっぱり一律「市立」という条件がついてくるのかなと思っている。同様に啓発資料の提供というところも、やはり小中高への提供というのは一律「市立」が多いということで一律「市立」に資料提供されているのか。また高校が逆に提供数がゼロということは、これは要望があった小中高大学への提供なのかというところを少し教

えていただきたいなと思ったところである。

事務局：まず高校なんですけれど、私立である。3 年生でやっぱりもう次のステージに向かうということで、ちょっといろんな闇バイトであるとかいろんなトラブルがあるからということで話をしてほしいというようなことが昨年はあった。また過去にもやっぱり私立の高校生の方で、やっぱり 20 歳で成人になるからということで、主権者教育ということで、選挙の関係のことと消費者教育のことを絡めてやってほしいというようなことはあった。中学校の方は、これも各学校の方に行ったのではなくて、市立の不登校児童支援施設から依頼があって、不登校の中学生が対象だったということで、中学校のところへ実績を上げている状況である。啓発資料の方も、やっぱり県の消費生活センターとの繋がりがあり、あまり出て行くことができないというところもあるが、今年度は同じ岡山市ということで市立高校の方に開発資料の方を提供させていただいているような状況である。事務局の職員が市立の中学校から異動してきた経緯もあり、市立小中学校とのやりとりをさせていただいているが、以前は私立学校だとか、希望のところがあればということでやり取りをしていたが、今は、県との関係もあり、高校には資料提供ができてないという状況にある。ただやはり、情報として渡したい、見てもらいたいという希望があり、岡山市のホームページの方にはここに書いてあるような「小中学校から賢い消費者に」というようなことで、ぜひ資料の方はホームページに上げるようにはさせていただいている。さきほど報告させていただいた私立高校は、昨年度からセミナーということで 2 年続けて実施していて、かなりの人数が受講していただいている。それから高校に関しては、3 年前までは要望した何校かにメールで配信していたが、今後もメールの配信が必要であれば連絡をしていただくようお願いしたが、連絡なくなった。1 校だけ、昨年度まで連絡があったが、今年度連絡がなくなったので、市立の関係の学校だけ配信している。

③　消費生活に関する市民アンケート調査の実施について

説明者　岡山市消費生活センター職員　（内容省略）

委員 1：このようなアンケートをするときに回収率を上げるっていうのは非常に大変なことなのかなと思っているが、紙のアンケート用紙を封筒に入れて送るということになるが、18 歳以上の人は見た瞬間にゴミ箱に捨てるという可能性もあるのではないかなと思う。そうならないために、封筒に、インターネットでも回答できるとか QR コードとか記載しておいて、中身を見なくても回答できるようにするとか、何か最初に目に入るところから、何か工夫された方がいいのかなというふうに感じる。今このような調査をやると若い人の回収率が非常に低いというところがあると思う。先ほどの話にあったように高校等と、管轄が違うためにかなかなか言えないかもしれないが、こういう調査票が送られてきた人は協力して欲しいとか、学校を通じても言っていただいた方がいいのではないかと感じた。あと、私の専門の分野でもやったことがあるが、今回の全体のデータの紹介のところで一つ思った

のが、調査票の 4 ページ「3 消費者被害について」というところがあるが、私は法社会学の専門であるが、そこで前、大きな研究会で全国調査をしたときに、そういうトラブルに関する調査だったが、「相談します」と言ったときに、それが誰のトラブルなのかというところで、被害に遭ったことがあるというのは、どういうふうに見たときに感じるのかなというような、例えば子供がいる親だと、子供が被害に遭ったのも自分の被害として捉えたりすることもあるし、被害にあったのは私ではないんだけどおじいちゃんおばあちゃんであったんだとか、そのあたりはどう考えるのかなと思った。調査票自体が少し複雑にはなってくるかもしれないが、今日の最初に紹介していたデータとか、契約当事者というふうな形にデータも取られているわけだが、「被害に遭ったことがある」ということについて場合によっては、ご本人だけではなく、ご家族の方も入れた方が、もしかしたら被害に遭ったというふうな回答の数は増えるのかなとも思ったりした。

事務局：まず最初の「回収率を上げる」という観点であるが、前回と前々回の回収率を見てみると、第 1 回目が平成 28 年ぐらいであるけれども、55.5%で、第 2 回目が 46%ということで、同じく 2,500 名ずつそれぞれして、だんだんと下がっているけれども、50%弱の回答はいただいているということで、統計学的に 1,000 名以上、分母があればアンケートとして成り立つのかなということで今回も 2,500 の人数でいきたいと思っている。その中でどれだけの人に封を開けていただくかについては、確かに委員のおっしゃる通りだと思う。封筒の方の案内で硬い文面だけでするとなかなか開けてもらえない。開けてもらわないといけないので、委員のご意見を参考に考えて、少しでも開けるようなものにしていきたいと考えている。

もちろん調査票の案内文の中に紙で回答していただいてもいいし、もしくは QR コードでこちらから飛んでくださいねという案内をさせていただこうと思っているが、案内が表にあったら案内文を読まずにすぐに回答をする可能性も確かにあるかもしれないのでそのあたりも考えていきたいと思う。

続けて消費者アンケートの 4 ページの消費者被害についてということで、問 8 の質問の頭として、特に「あなた」とも何も指定してなく、購入した商品やサービスについて不満を持ったり被害に遭ったりしていますかということで、もう全然もう意識としては、もう本人がというイメージではあったが、確かに委員のおっしゃる通り、幅広くどういったところに相談するかということの観点から言うと、本人に限らずとも、「ご家族でも何かあった被害不満あったことありますか」、「どこに相談しましたか」とすれば、そこの分母が確かに増える。何が目的かというと、「どこに相談するのが多いか」というのが聞きたいことなので、主語を問いの頭につけるということで考えてみたいと思う。

3．閉会