

令和4年度 第2回岡山県消費生活懇談会 議事概要

1 開催概要

(1) 日時

令和5年2月10日（金）10時00分から11時45分

(2) 場所

岡山県庁3階大会議室

(3) 出席者

ア 消費者委員

志賀秀樹委員、中里房子委員、神崎昌子委員、中井万梨子委員

イ 生産・流通関係者委員

足立周子委員、中島俊子委員、永禮多紀江委員、坪井克己委員

ウ 学識経験者委員

大本崇委員、長田憲司委員、田村久美委員、佐藤豊信委員

エ 教育関係者委員

矢野麻里委員、壬生実千代委員、中田和子委員

オ 事務局（岡山県）

池永亘県民生活部長、渡邊佳苗消費生活センター所長、塩飽成史くらし安全安心課長 外

2 開会

(1) 岡山県県民生活部 池永部長 挨拶

- ・ 本年度の消費生活に関して、まず昨年4月に成年年齢の引き下げが行われたことに伴い、若者が消費者トラブルに巻き込まれる事態が増加することが懸念されたため、県としても様々な啓発に取り組んだ。若者向けに作成した啓発動画をSNSで配信したり、消費者啓発セミナーや教員向けの消費者教育講座において理解を深めていただいた。
- ・ また夏以降は、いわゆる靈感商法による被害が次々に明らかになり、その対策について、国会でも大いに議論がされたところ。これらの議論を踏まえ、国は消費者契約法を改正するとともに、いわゆる救済新法を制定し、この1月5日に施行された。県としても、靈感商法を含めた悪質商法防止のため、周知啓発にいっそう力を入れることとしている。
- ・ 本日の懇談会では、第4次岡山県消費生活基本計画に基づいて実施した施策や目標数値の現況、消費生活センターにおける消費生活相談の概要等について、事務局から報告するので、忌憚のない御意見をいただきたい。

(2) 事務局報告（懇談会開催要件等）

- ・ 19名中13名の委員が出席しており、懇談会規則第6条第3項に規定する開催要件を満たしている。（出席委員数は開会時であり、2名の委員が途中参加。）
- ・ 本会議は「岡山県消費生活懇談会の公開に関する方針」に基づき公開し、本日は1名の方に傍聴いただいている。
- ・ 議事概要については、委員に確認いただいた後、県ホームページで公開する。

3 議題

(1) 報告事項

- ①令和4年度上半期の消費生活相談の状況
- ②若年層の消費者トラブル防止に向けた取組

③岡山県消費生活基本計画における目標値の現況等

会 長	資料について事務局から説明をお願いしたい。
事務局	※ 資料により「1 令和4年度上半期の消費者生活相談の状況」について説明
会 長	報告された事例はいずれも、これまで言われているような詐欺の手口と似ているようだ。消費者が何かおかしいと気がつき対応することができそうなものだが、そうになっていない。消費者教育が十分できていないのでは。
事務局	消費者教育推進法が制定され、岡山県でも発達段階に応じた教材を作った。幼少期からお金を使うとはどういうことか、契約とは何かという基礎的なところから繰り返し教育・啓発をすることが大切だと考えている。
会 長	生徒の理解度をチェックする仕組みがないのか。学校も忙しいとは思いますが、第三者から見ると、学校と行政が連携できているのかどうか気になる。
事務局	学習指導要領では公民や家庭科で消費生活について学ぶようになっている。
委 員	小学校でも家庭科で契約や消費者について具体的に学習することになっている。お店に行くと契約が成立するのはどの場面でしょうっていうようなことも含めて、契約についての入り口から勉強している。教科で行うので、どのくらい理解しているかテストでいくらか測ることはできるが、報告のあった事例をお聞きして、小学校でも、契約ってこういうこと、消費者ってこういうことを教えるだけではちょっと不十分かなと思う。実際に小学生でもコンビニでカードを購入して番号を打ち込んでゲームに課金するというようなことがある。知識だけではなく具体的な事例であったり、小学生でもこんなことがあるよとかそういうことの学習も必要と感じる。
会 長	最近はスマホやカード決済が増えて、生活の中で現金を触ることが減った。お金を稼ぐための苦勞、大切さについて子どもが分かっているのかと感じる。
委 員	低学年から消費者教育については学んでいく必要があると思う。
委 員	中学校でも技術家庭科や社会科で契約や悪質商法について学習する。学習内容が定着しているかは定期テスト、小テスト等で把握するが、繰り返しとなるとテストの時には覚えているけども過ぎてしまうとなかなか難しいと感じている。学んだことと、自分の生活とがうまく繋がっていない、自分ごととして捉えるのが難しい。大人の私自身も、もっと早くお金について学ぶべきであったということもある。お金に関する教育は遅れている。消費者教育は、そのことだけではなくお金や社会の仕組みなども含めて、幼少期から積み上げていかないと難しいと思う。
事務局	※ 資料により「2 若年層の消費者トラブル防止に向けた取組」について説明。 「3 岡山県消費生活基本計画における目標値の現況等」について説明。
委 員	15ページの啓発動画の作成活用について、YouTube等を配信し大学・高校の授業等での活用の促進とあるが、具体的に教えて欲しい。

事務局	<p>YouTube等での配信については、県のホームページ等に掲出し、利用は御自由にといいう形でやらせていただいている。また、大学や高校での授業等での活用の促進についても、ホームページへ掲出していることを会議等で紹介して促進を図っているのが現状だが、委員としては踏み込み方が甘いのではないかという御指摘だと思うが、そのあたりの積極的な活用方策については、引き続き考えていきたい。</p>
委員	<p>その通りで、今は一方通行かなと思っている。ホームページを見なければ知る由もないので、啓発動画をこういうふうに使ってくださいと具体的に伝えてほしい。せっかく教材があるのであれば、使える形で御案内することが促進と考える。</p>
会長	<p>動画のスピード・テンポは、若者にはいいかもしれないが高齢者の方が十分に理解していけるのか疑問だ。動画を作るのであれば、対象となる方がどのような形で理解できるのかチェックをした上でやるべき。そういう視点が行政として欠けているのではないか。あれもやったこれもやっただけで終わってはいけない。</p>
事務局	<p>ご指摘ありがとうございます。先ほど流した動画は若者向けであったが、消費者被害の防止に向けた取り組みは、動画に限らず紙ベースであっても、それぞれの年齢特性に応じた形で展開していく必要があると思う。指摘いただいたように、それぞれの年代や生活形態などに応じて、どういうものが十分に理解してもらえるのかについても検討しながら、啓発を進めていきたい。</p>
会長	<p>伝えるためには、細かい情報を全部入れるのではなく、少しゆっくりしたスピードで画面の数も減らし、伝えたいポイントを大きな文字にしてはどうか。民間企業のコマーシャルは、もちろん巨額のお金をかけているが、話す言葉のスピードや、一つの画面に表示する文字数をいくつにすれば最も伝わるのかなど、時間をかけて考えてやっている。県職員でも、若い世代や中年世代のチームを作り、お互いにディスカッションして決めていけば、もっと改善すると思う。</p>
委員	<p>動画コンテストはとてもいい企画だ。こういうことを知らない人たちでもコンテストに応募することによって学びが得られると思う。ただ、このコンテストを開催するにあたって期待していたことは何だったのか、またそれは達成できたのか。</p> <p>賞金が20万円ということだが、応募数を増やすための工夫としてはどうか。うちの学生も2件応募したが、それはお金が欲しいからではなくて、動画を作るには自分たちがまず勉強し、どう伝えるといいのか考えることで学びがあると考えたからだ。いろんな学びがあるので、来年度も挑戦させたいとは思いますが、今回の優秀作品をみると、とてもあのレベルのものは作成できないと感じる。</p> <p>上映するということが大前提にあるから、この程度のビジュアルが優秀賞になっていくのかとは思いますが、上映期間も非常に短い。Web公開ということではあるが、せっかくいろんな人が関わっているのであれば、ちょっともったいない。</p>
事務局	<p>動画を作成するにあたって、まず消費者被害について考えてもらい、それから周りの人にどう啓発をすればいいのか考えることによって、より深く学習していただく機会としている。</p> <p>今回27作品の応募であったが、もっと多数に参加してもらいたいという反省もある。</p>

	<p>啓発動画として使えるようにという思いもあり、プロのような作品もコンテストへの注目を集めるためには必要かもしれないが、賞の設定方法も工夫して、いろんな視点、考え方も評価することで、幅広い方が参加できるものにしていきたい。</p>
委員	<p>応募者の属性は教えてもらえないか。例えば、企業、学生、個人の件数等。</p>
事務局	<p>応募にあたってのコメントで属性が分かる部分もあるが、コメントがないものあり、全て把握できているわけではない。</p>
会長	<p>指摘の点はとても重要だ。どういう内容をどのレベルまでどのように伝えるか、そのためのベストの戦略は何か、きちんと考えないと駄目だと思う。どうせやるのであれば、岡山はすごいぞって言われるぐらい、全国の自治体のトップモデルになるぐらいのところを目指してやっていただきたい。</p>
委員	<p>基本的にターゲットに合わせた施策が重要だと思う。動画となると、若者から30代、40代あたりがターゲットではないか。そうであれば、どんな方をターゲットに配信したかということ、実施に当たって発表されれば、誤解もなくなるのではないか。</p> <p>また、プロや生徒と一緒に募集となると、その後の活用の差を考えるとどうしてもプロが際立ってしまう。また同じことを首都圏でやるとグレードが高い。プロの部、岡山の部、学生の部、小学生であれば動画じゃなくて絵でもよいなどと、募集条件や枠を工夫しては。受賞後の活用も、プロなら映画館でもよいが、学生であれば配布物に入れるとか、市役所に掲示してあげるとか、そういった工夫により応募してみようかということも出てくるかもしれない。</p> <p>「188」の認知度が25.8%ということでもまだこれからだ。動画の認知度を広めるというのも大事だが、年配の方はなかなか映画館に行かない。例えば、高齢者がよく買い回りする百貨店や、グランドゴルフをしているところで「188」を書いたものを配布するとか、そういったことでの認知度を広げる方法もあるのでは。</p>
委員	<p>高齢者向けのセミナー講師を務める立場だが、消費者被害の事例については、繰り返し伝えていく必要がある。コロナ禍で機会が減ったが、消費者セミナーなどの講座での啓発も大事だと思う。一方で、講座の講師の質の維持も重要だ。ボランティア講師といえども、評価をきちんとすべきだ。自分たちの講座の程度もどの程度のものかわからない。講座で使用する資料は消費生活センターの発行しているものだが、数年前の資料もある。講座では「センターからのおたより」から新しい情報を入れるようにしてはいるが、消費生活センターから講座の内容についてポイントを示すなどしてはどうか。</p>
事務局	<p>消費生活センターでは、毎年、ボランティア講師を対象にした研修を行っているが、この3年間は実施できていない。講座の内容については、依頼元の要望も踏まえてよく連絡調整をしていきたい。</p>
会長	<p>たいへん大事な点を御指摘いただいたと思うので、行政の方もボランティアでやったださっている方々に大いに歩み寄って協力していただければと思う。</p>

④消費者契約法の改正等

⑤令和5年度消費者月間統一テーマ

事務局	※ 資料により「4 消費者契約法の改正等」について説明。 作成動画を上映 ※ 資料により「5 令和5年度消費者月間統一テーマ」について説明。
会 長	事務局の説明について質問等があるか。
委 員	ステルスマーケティングについて質問する。いわゆるSNS等で影響力のあるインフルエンサーにお金を支払って宣伝とわからない形で宣伝をする形のステマが最近広がっているようだ。国も規制をかけようということになっているようだが、私の身近なところでも、最近、企業の広報担当者がインフルエンサーを集めて説明会を開催するなど、広告の一手段として広がりつつあるようだ。一方で消費者の立場からすると、インフルエンサーと企業とのつながりはわかりづらいのが現状ではないか。周知が必要だと感じているが、県での苦情や相談があれば教えてほしい。
事務局	ステルスマーケティングと思われる具体的な相談は受けていないが、スマホの検索で最初に出てきたサイトが偽サイトで、安かったため購入してしまったという被害相談は多い。インフルエンサー等に影響されたものではないが、上位にあることから無意識に誘導されて購入している。
会 長	これは難しい問題だ。企業がうまく自分たちのコマーシャルのためにインフルエンサーを使い、問題が起こっても関係ないという逃げ口上ができそうである。国も問題について整理しておかないと極めて深刻な問題が起きる。 消費者契約法の改正だが、不安をあおるような内容を話したかどうかの証拠はどこに残るか。口頭の場合、法律が適用されるためにはどのように対応すればよいかを伝えておかなければならないのではないかと。国と地方自治体がどう協力するか。
委 員	靈感商法を含む悪質商法対策の動画について、上手に作っていると思った部分もあるが、気になる部分があった。「高齢者向け」と打ち出すんだと率直に思った。自分が高齢者だと思っていない方も多くいるので、これは失礼な出し方ではないかと。モノを販売する仕事をしている関係もあるかもしれないが。動画の帯でターゲットを絞るのではなく、発信の仕方を変える、例えば高齢者がよく見る時間帯、家族が見る時間帯、発信方法などで区別すればよいのではないかと。自分は高齢者ではないからと見てもらえないのではなく、入口を見てもらいやすい形にするのも一つの広げ方になるのではないかと。

4 閉会

くらし安全安心課 塩飽課長

- ・ 本日委員の皆さま方からいただいたありがたい御意見を元に、来年度以降の事業の展開や計画に掲げる取組みを進め、安全で安心なくらしができる岡山県を実現してまいりたい。