

# 令和5年度 第1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8月9日(水) 13時30分から15時25分

### (2) 場所

ピュアリティまきび3階「橘」の間

### (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

#### イ 生産・流通関係者委員

足立周子委員、中島俊子委員、坪井克己委員

#### ウ 学識経験者委員

大本崇委員(副会長)、長田憲司委員、廣瀬敬久委員、田村久美委員、佐藤豊信委員(会長)

#### エ 教育関係者委員

溝口篤委員、小島亨委員、山本圭司委員

#### オ 事務局(岡山県)

浮田信太郎県民生活部長、芦田英厚消費生活センター所長、宮原雅史くらし安全安心課長 外

## 2 開会

### (1) 岡山県県民生活部 浮田部長 挨拶

- ・ 高齢化の進行や、デジタル化の急速な進展など、消費者を取り巻く環境が大きく変化する中、消費者問題はますます複雑多様化している。また、昨年4月からの成年年齢引き下げに伴い、若年者のトラブルについても引き続き注視が必要である。このような消費者を取り巻く環境の変化等に対応するため、令和3年3月に策定した第4次岡山県消費生活基本計画において、消費者被害の防止、ライフステージに応じた消費者教育の実施、若年者への消費者教育の推進を重点施策に掲げる、県民誰もが安全な商品やサービスを安心して消費でき、自ら考え、行動する自立した消費者となるよう、各種取り組みを展開している。
- ・ 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14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。
- ・ 本会議は「岡山県消費生活懇談会の公開に関する方針」に基づき公開するが、本日の傍聴者はいない。
- ・ 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第4次岡山県消費生活基本計画に係る施策の取組状況

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	重点施策の中で最も重要だと考えて実施した施策はどれとどれか。今の説明を聞いていると、平面的な説明で、どれが本当に重要な施策か分からない。
事務局	成年年齢引き下げが昨年4月1日にあったということで、消費者庁も、県としても、4月1日の前後については重点的・集中的にやるということで取り組んだつもりだ。
会 長	それを集中的に18歳の方たちに周知していく中で、その政策目的を実現していくために最も重要なポイントとなって、ここは最も重点的に改善していかないといけない、というところはどこか。
事務局	それまでは成年年齢引き下げの啓発が重要ということで、令和4年4月1日を過ぎ、どれぐらい被害の相談があるかかが分からなかったが、令和3年度の事業で使用した動画等を、令和4年5月から7月に引き続き放映したりと、成年年齢が引き下がることが当事者の方々にどれぐらい届くかは重要なこととして取り組んだつもりである。
会 長	お聞きしている方向性としてはそれで良いと思うが、その方向性を実際効果あるものとして実行するにはどうするのか。そのためには当然予算や人もいるわけで、それを実施するための組織体制の説明がなかったように思う。それを、具体的にどのようにして実現しようとしているかの説明がなかったので、お聞きしたい。
事務局	例えば、先ほど説明したOKAYAMA188アワードだが、これが若者の消費者被害を防ぐということで、そもそも若者自体に、どうすれば自分たちが消費者被害に遭わないかを動画を作る上で自ら考えていただくということを考え、特に今年度は消費者教育の推進の中ではこれを一押しでやっているところだ。
会 長	これは私も言い出しっぺで関係しているが、これを実行したときに、応募者がどれぐらいあったのかと、実際にこれを動画として見た人がどれぐらいいて、それに対してどういう反応があったのか、その辺の分析に基づいて、次年度はこうする、などの提案がないと、やりましたっというだけになる。その分析はどのようになっているか。
事務局	この188アワードについては、今年度の取り組みなのでまだ募集中だが、昨年度は若者ではなく、高齢者を対象とした動画コンテストを開催した。今回も若者の188アワードの事業を進めていく上で、昨年度を参考にし、状況分析をしながら取り組んでいるところだ。 昨年度の動画コンテストについては、27作品の応募があった。どういったところに重点を、というところで、成年年齢引き下げの方を先ほど述べたが、もちろん高齢者の方の被害防止も大事なので、昨年度の動画コンテストは高齢者向けのものをした。若者向けについては、金額が100万円弱だが、令和3年度に作成した若者向けの消費者被害防止のための動画を、引き続き令和4年度も成年年齢引き下げ後の5月から7月に流したが、どれぐらいの方が見られたかの数字は持ち合わせていない。

会 長	<p>見た人の数値も大事だが、見た上でそれがどういう教訓として役立ったか、あるいは、見て7割くらいは満足したけど3割は満足できなかったとか、その残りの30%はどんなことだとか、そういうことについてヒアリングするなどの努力をしていかないと、結局「やりました、良いて言う人が50%以上いました、良かったですね」で終わると、なかなか良くなっていかない。そういう事後的なフォローをどうするか聞きたかった。</p> <p>相談員の配置は、目標値が27市町村ということになっているが、申告が18しかないということは、市町村も実は人口減少等々を通じて財政収入が減少しており、新たな相談員配置が困難であるということが推察できる。このように、新たな対応をしようとする、相談員配置のための支出も増加することとなるが、財政状況の厳しい市町村では、対応が困難な状況となる。現状では、相談員をきちんと配置できるほど財政的余裕がない市町村が増えてきている。そういう状況の中で、相談員を配置する市町村数が若干増えたからよかった、だけで終わっていいのか。10年先20年先を目指したときに行政としてはどう対応するのか、という方針を示していただき、あるべき目標と現状との乖離がどうなのか、その乖離を埋めるために、自分たちは行政として5年計画・10年計画としてどうするのか。そういうことをここで説明していただかないと、数値を言っているだけでは不十分ではないかという気持ちを強く持った。</p> <p>現状では、人口減少しているところでは、なかなか相談員を配置できないというのが実態であり、しかも、一つの自治体だけではやっていけないから合併しないといけない、というところも今後たくさん出てくると思う。そうすると、合併した市町村は、この安全・安心な消費生活を守ることだけが主要なテーマではなく、やらないといけないものが多くあり、財政状況の範囲内で、優先順位を決めて、上から順に実施していくしか他に方法がない。予算の枠内で、消費生活の向上が優先順位の上位に来るのか、下位に来るのかと考えた場合、切り捨てられる可能性も極めて高い。これから5年先・10年先をどのように検討していくのかは、予算の問題があるから簡単にはいかないと思うが、その辺も踏まえた上で、どう対策をするのかという気持ちを持って考えていくことが大切だと思う。</p>
事務局	<p>会長のおっしゃるとおりである。ご指摘のとおり、市町村においても、行財政厳しい中で、この消費生活相談員を配置するのが非常に厳しいというのは県も十分認識している。消費生活に対する課題をどう解決していくのかは、いろいろ行政課題がある中でも決して順位が低いとは考えていないので、市町村も人数など色々な事情があると思うが、県としては粘り強く、1市町村でも増えるように、国の交付金も活用できる場合もあるので、そういったことも情報提供しながら、市町村に情報提供してまいりたい。長期的な展望だが、今回の第4次基本計画については目標27市町村ということで掲げているが、もちろん、どこかの市町村がなくていいと県としては思っていない。この目標値について、その対応期間の中で達成するのは難しいと思っているので、現状分析を踏まえて次の計画に向けてどういう風にやっていくのか、これから検討をしていきたいと思っている。</p>
会 長	<p>消費者が問題を起こして、色々担当部署があって、市町村は色々に対応しているが、特に人口減少が進んでいる市町村は、専属で担当者を置けるほど財政的余裕もなく、いくつかの部署を合わせてやっているケースが多い。その担当の方たちがものすごく高いレベルで消費者問題のトレーニングを受けているかということ、そうではないと思う。かつて学生だった頃、消費者の窓口で電話して色々問い合わせをしたが、ろくな答えが返って来ず、嫌になって、もういいですと言って、電話を切った経験もある。</p>

なので、一つの方法として、人工知能を使うという方法はないのか。全国の中でも、色々な消費者に関わる問題や問合せをやっていると思う。そういう中で、人工知能を活用して答えたりされているケースもあると思う。そういう意味では、人工知能にもすごい情報蓄積がなされていて、どんどん賢くなっていると思う。少なくとも、岡山県下の市町村に窓口を置いているところの中で出た、消費生活問題に関係する案件を県で集約し、それを人工知能に聞いてみる。当然答えがいろいろ出てくると思うが、その中で、次に、県のプロの方が目を通して、この回答ならばOK、これは少し違うんじゃないか、と仕分けして、さらにそれらを、リストアップし、小さな市町村から問合せがあったが答えられないときは、県のデータベースにアクセスすれば答えが得られるようなシステムを作れば、小さな市町村で他の業務を合わせながらやっている人でも、消費生活に関係する市民・村民からの質問に十分対応できると思う。確かに、一生懸命やっているのもよく分かるが、そういうことを考えないと、「一生懸命やっています」と言っても、その到達したレベルは市民にとって、十分に満足できるレベルには到達できていない」というケースもあるのではないかと推察する。行政からは、金も人も不足していると思う。聞くことがあるが、そういう中で、可能な限り、市民の方に十分な情報提供ができ、対応できるように、知恵を使っていたきたい。

事務局

補足させていただく。今会長が言われたお話に通じるが、現在、消費者庁の方で消費生活相談のデジタル化、DX化というところを検討しており、詳細はまだ県の方には資料がないが、その中では消費生活相談員の処遇の問題とか、定例化した質問に対しては、消費者の方が自分で調べて答えられるようなシステム作りなどを検討しているようで、その中で広域連携も項目に入っている。消費生活相談員がいない市町村等のことを想定し、相談員がいる市町村と広域連携することではないかと想像はしているが、この計画を策定した時代とはまたすごく変わってきているということで、単に相談員を全市町村に配置するという時代から移りつつある。まだ資料が遅れているということで詳細が分からない状況だが、次の懇談会に間に合えば、お示しできるのではないかと考えている。

会長

データに基づいてやっておかないといけないというのは重要だが、今お話いただいたように、将来の方向性としてはこういう方法も考えている、ということもお話いただければ、まずそれに対して、現場で色々と活用されている皆さんから、もしそういう方向に行くなら、こう考えていただくとありがたい、というようなご意見がいただけたらと思うので、そういう未来の方向性の中での動向もお話いただければと思った。

他にご意見のある方はあるか。

委員

OKAYAMA 188アワードについて、前回、結果に基づいて色々のご意見を言わせていただいたが、少し改善されたかと思う。今回も、お金の使い方とか商品の使い方についても疑問があって、担当した方が説明に来られたときにも少しお伝えした。若者に注目をしてもらって、普段興味のない人が188だけでなく「消費者が」ということを意識してもらうようにするためには、関心を持ってもらわないといけないと思う。前回の高齢者のときは27作品ということだったが、どのぐらいの年齢層の人が作品を出されたのかは確か分からなかった。今回は何歳ぐらいの人か、どういうグループかを分かるようにするということがあったが、その辺が明確になっていけば、せつかく若者に焦点を当てられた取組なので、若者も以前より昨年よりも多く作品を出していただくように、せつかくお金をかけてこれだけやっているなら、どんどん増やすようにしなければいけないと思う。家族と一緒に、若者だけではなく子供から、成年引き下げになったの

事務局	<p>で高校生も含めてもっとしっかり作品を出していただけるような繋がりを、例えば高校の先生や中学校にお願いするとか、具体的なところで提案していかなければ、配信してもなかなか集まらないという気がする。その辺の企画をされているのか、もしあれば教えてほしい。</p>
委員	<p>昨年度の懇談会で田村委員から御指摘いただいたことを何点か反映しているが、応募者の年齢層等が分からないことはこちらも反省をし、今回は受託者の方とも話をし、応募フォームの中でそういうものが分かるよう、分析ができるように注意をしている。</p>
委員	<p>PRの方法だが、高校・中等教育・特別支援学校、チラシなどでくまなくお配りし、大学・大学生協、専修学校にも送っている。若者というわけではないが、図書館、県民局と県の広報のルートを通じてコンビニ等へのチラシの送付もしており、さらに受託者の方で学校関係を20校程度、個別訪問をして応募を働きかける動きはしてもらっている。</p>
委員	<p>うちの大学はいつの間にかチラシが、という感じで、業者の方が説明に来られて初めて知った。私は消費者教育専門なので、じゃあ学生使って一緒にやろうというようなことができるかもしれないが、そういう人がいないところが多いと思う。そういうところにチラシを配っても、届いたとか、例えば貼ってあったとしても、ほとんど目に入らないので、違う形の仕掛けがいるのではないかと思う。県の消費生活センターとの繋がりでいろんな高校の先生や中学、その他支援学校もあると思うので、個別にお願いしていくところから始めて、広げていただけるなら。地道だがそれが大切なかなと思う。</p>
委員	<p>それからもう一つだが、先ほど会長の方からあった相談員を増やせないのかという話で、精神的には相談員は大変なんだろうと思うが、消費者が困ったときに相談員にばかり頼るのではなくて、消費者一人ひとりが消費者意識を持つ消費者教育が必要で、そんな消費者教育が岡山県では進んでいないのが現状ではないかなと思う。他県の静岡や大阪などを含め、しっかりやっているところがたくさんあるので、そういうところでは何をやっているのかを少し参考にしてほしい。できる人が…というところから始めないといけないとは思いますが、それも大切だ。見守りネットワークの連携イメージも作ってくれたので、私なら教育機関のものとしてできることを、できる形で少しずつでも進めていかなければ、消費者意識をもっと持ちながら困ったときに相談に乗ってもらう、という両方が付いていかなければ、こういう問題が解決できないのではないかなと思った。</p>
事務局	<p>(資料2の説明後) 資料1の方で質問にお答えできなかった部分で、資料1の14ページに、昨年度の動画配信の視聴回数を付けていたので、こちらのページが参考になれば、ご覧いただけたらと思う。先ほど数字を持ち合わせていないと申し上げたが、失礼した。</p>

## ②令和4年度消費生活センター事業実績の概要

事務局	<p>※ 資料により「2 令和4年度消費生活センター事業実績の概要」について説明。</p>
会長	<p>これももう少し簡単に文章化して説明することができないのか。はっきり言って、こんなもの誰も読まないと思う。誰も読まないような資料を作ってもほとんど意味がない。やっぱり県民が読みたい、そして、そのことによってすごく頑張ってもらわなくても、この問題に関する本質がよく理解できて、そして自分が自らの身を守るために使える、という感じで資料を作らないと、いくら作っても誰も読まないと思う。大変な努力をされているのは重々分かるが、読んでもらってなんぼの世界。結局この書類は、誰のため</p>

にどういう目的でやるのか。この委員会のためにやっているわけか。

事務局

確かに多くのデータがあって読みたくなくなるお気持ちがあるのは理解した。この事業概要については、例えば懇談会の委員あるいは議員の方等への事業実績説明等で使っている。別に「センターからのおたより」などのパンフレットや、年令層別にも作っているので、対象・ターゲットに向けて簡単にすることは心がけている。

会長

そういう目的で一応細かいデータ情報も必要だということでこれをされているのであれば、その目的に沿って、もう少しわかりやすく説明していただき、質問が出たときに、そのデータはここだ、という説明の仕方ですべていただいた方がいいと思う。さらにインターネット上に載せて、県民の皆さんにご理解いただくということであれば、もっと集約した形にして、数字だけでなく、絵で示せるものは絵で示すとかの工夫をしないと、「ホームページ載せました、誰も見てません、よくわかりません」というだけなら寂しい限りだ。消費者の生活を守っていくことは、当然県民皆が自ら自分の身を守れて、自覚を持ってやらない限りもっと良くなれないと思うが、そうじゃない人もいて、読んですぐ理解できない方もいる。できるだけそういう県民の多くの方たちが、ある程度の興味を持ちながら読んで、「はあ～そうか」と思っていたらいい、ある程度の概略の報告の部分を理解してもらい、それでなおかつわからなければ電話して聞くなど、そういう形を取ることが必要じゃないかと思う。

今日の感じでは、私もしんどくなり、細かいとこまで聞く気力が段々なくなった。まして委員会にも関わってない県民の方だったら、なかなかこれを見ても、ホームページに掲載していても…（なかなか理解できない??）、となるので、そういう努力が必要かと思う。

事務局

この相談件数などは、1枚ものでプレス発表してご説明させていただいているところで、それぞれの対象等、場合に応じて使い分け、ホームページ掲載もしている。事業概要については、去年の懇談会では、よく分析しているとお褒めの言葉をいただいているところもあり、分析は大事だと思うので、説明の仕方について、今回のご助言・ご指摘を踏まえて変えていこうと思う。

委員

県内で、この懇談会が3年ぐらい前にあった直前だったと思うが、情報商材、この情報を買えば相場取引で儲けられる、ということで、若い人たちが多く被害に遭った。それで悪い人たちが逮捕され、被害者の事件を受けた中で、よく消費生活センターでは情報商材の被害という形で分類されているが、そんなの相場ですぐ儲かるわけないとみんな分かっているが、なぜ引つかかるのかということのを思いながら私たちがやっている。幸いそれが刑事事件になって、被疑者たちの取り調べも行われ、組織的にどんなことをやったかというのが調書が出てきて分かった。その手口が何かというと、一般にABC商談とか、ホイラーの法則とかと言われる、ネットワークビジネスとかで人を勧誘していく手口で、私はそれまで知らなかった。ABC商談のABCとは何かというと、アドバイザーとブリッジ、クライアント。そのアドバイザーを権威づけ、「ものすごい相場の天才がいる、その人に会わせてやるから」ということで加入してもらおうブリッジが行われ、カモを探す。この人は押しに弱そうだからちょっと騙されそうだから奴を見つけては引っ張って行って、この人は天才だと言って、中身は言わない。あたかもその商材を買えば、ものすごく儲かる感じで、あるいは着飾って、中身を知らさずに思い込ませる。そういう風に営業とかで使われている行為を悪用している。そういうことで被害者にすごい影

響力を及ぼして、その日にうちに10万円くらい、消費者金融回らせて借りてこさせ、実際にはどうしようもない情報しか得られない、そんなもんで利益にならない、そうすると借金を返さなきゃいけない、どうしたらいいだろうか、お前らも探してこい、といって、被害者をどんどん引っ張ってこさせる、ということだ。やり方が小賢しく、悪質で、そういうのも若い人たちはやり口を知っている。

私はそういうのを分かって訴訟をやっているが、例えば国民生活センターで情報商材をトラブルとかで買うだけで儲かるという情報商材を20万円でカード決済で買ったけど、結局払えなくて解約したい。被害にあった方が悪いというような感じになるが、実際のやり方っていうのは、その場に引っ張っていかれると、そういうふう思いこまされる手口でやっている。だから、お願いできたらなと思うのは、そういう手口がどういふことでやって被害が生じているか、ということを知らせていただきたい。

今回その相談処理結果の中で多かった助言とかの情報提供だが、それって多分解決方法や、どうしたらいいですよっていう話だが、基本的に消費生活センターに相談するとなると、何か思ったのと違うことになったから。そういう思ったことと違うことが生じた原因は何なのかを類型化するなど、分析してほしい。よく言われる影響力は偏向性のルールを使ってやるが、悪質勧誘を受けたとか、例えばその表示がおかしかったとか、何がきっかけでそういうトラブルになったのかを、また別の分類をしていただき、こういうことで契約する自分の判断力を歪められて契約してしまった、とかを情報提供していただくと、これを見て役に立つのかなと思う。

例えば商品別ワーストとか書かれていても、化粧品が多いという話だが、やっぱり化粧品は買う、そこは避けられない。だから、予防しようと思ったときにあまり統計は役に立たなかったりする。要は、判断がちゃんとできない状態に置かれることが問題なので、そこを少し工夫したもので出していただきたいと思った。

事務局

事業概要については統計的なものだが、もう一つの資料の「センターからのおたより」を少しご説明させていただきたい。先ほど副会長からご指摘の内容だが、表紙の一番下のところに事例を挙げている。ロマンス投資詐欺なので少し違うが、出会い系サイト、マッチングアプリで成立して、サイト以外でのやりとりを持ち掛けられ、投資サイトを案内されて、まず少額の投資を勧められる。そうしたら儲かって、さらに高額な投資をして様々な名目で送金させられる。投資も画面上は儲かっているが、実際に出金できないということがあり、マッチングアプリで知り合った相手だから、相手の住所や氏名が分からない、というような事例である。インターネットやSNSで簡単に友達になるところも気をつけないといけない。

おたよりでは県民の方に他の事例も紹介しているが、1回限りのつもりで注文したら定期購入ということで、筋肉増強サプリが初回500円という広告を見て注文したところ、改めて販売サイトを確認すると、回数縛りが無いが定期購入になっていた。2回目以降のサプリが届いたとき、解約しようとして何度か業者に電話をかけたけどつながらない、っていうことがあるので、規約をよく見て契約しましょう、ということをお伝えしている。Twitterとかでもそういう発信をしている。今後も事例ごとの紹介を行っていきたい。

委員

啓発セミナーのボランティア派遣講師だが、個人が10名と10団体というところで、これは多いのか、少ないのか。活動がコロナで若干少なくなったというのは実感しているが、全体的に講座の回数とかを見ると、講師派遣でボランティアの人が行かれるところと、そうじゃないところがある。もっと活動できればそれはそれで情報提供としてはいいと思うが、それが実際にもっと多くなればそれは情報発信が増えるということだろう

が、一概にそうではないかなと。その辺が分からないので、教えてほしい。

事務局

ボランティア講師が10人10団体で、ボリューム的に多いのか、セミナーに対するボランティア講師の派遣が多いのかという二つの質問かと思う。

まずセミナーについては、ボランティア講師にそぐうものに行っている。高齢者の方には、ボランティア講師がされる寸劇などを喜んでいただけるということをお願いしているところもある。それと、大学生のボランティアの方が、学校やそういった身近な、ある程度年齢が近いとか、専門的という理由でということもある。今、10人10団体と書いているが、実は今年度一つ増えており、気持的には、このボランティア講師を増やしていけたらとは思っている。

講師が多いか少ないかは評価できかねるが、消費生活センターだけでなかなかできないことがある。職員の人数の限りもある。やはり直に地域に来ていただきたいということもあると思うので、セミナーを増やしていきたい。セミナーの回数を増やさないと、一つのボランティア講師に行ってもらって回数が減るので、その辺りからやっていきたい。

委員

うちもボランティアらせていただいているが、結局1年に数回である。せっかく動けるのに動けないのもったいないと思っている。10団体あるなら、10団体が動けるだけ動いていただければもっと回数が増えるのか。今は依頼があってからこちらが動くような形だ。こういうのを知らない地域の方もいて、初めて知って、「じゃあお願いします、無料なら」みたいな感じでお願いされることも多いと思うが、知らないから使えないというのもったいない。そこら辺はどのようにされるのか、ご検討いただきたい。

事務局

知らないところを知っていただくということだけでも変わってくると思うので、その努力をしたいと思う。また、セミナーの講座だけではなく、アウトリーチ的な地域のネットワークと連携し、例えば民生委員と同行して、高齢者などを一軒一軒訪問するような取り組みも大切なんじゃないかと思う。色々な方法で展開していきたいと検討しているところである。

委員

大学生とかは見守りの方に関わってもらえる力があり、若い。そういう人たちが動き得るような方法・体制を作っていただけるのが一番良い。なかなかスムーズにいかないということがあるので、身軽に動けるような形にしていきたい。

消費者教育コーディネーターは1名だが、これを増やすことはできないのか。

事務局

今のところ考えてない。コーディネーターと教育委員会との連携で、教育委員会の方にもお願いをするという形で取り組んでいきたい、ということだ。

会長

他に何かご質問があるか。

委員

私どもも消費者啓発セミナーボランティア講師に登録しており、前の会議でもお願いしたが、私の団体も結構古くなってきて、メンバーも入れ替わっているので、ボランティア講師に対する講座をお願いしたい。他のボランティア講師の方がどういう講座をされているのかのかも分からないし、自分たちもコロナでしばらく無く、令和4年度に久しぶりに講座の依頼を受けてやってみたが、その講座で発信する情報は、ネット等で新しい情報を一生懸命探して、どういうことをどのように伝えたらいいかとメンバーで考



えながらやっている。ボランティア講師のレベルアップを図るようにしていただけたら嬉しいなと思う。

今いただいた実績の概要だが、これは毎年同じスタイルで出ているものなので、私としては去年の記録とかを見て、やっぱり商品一般が多いんだとか、ネット通販はそれが増えているんだとか、同じ形が出てくるからこそ、この数字の中で読み取れるものが多くあるので、一般に出す必要がないものもあるのかもしれないが、同じ形式で出させていただくのは大事だと思う。こうして見ると、啓発講座が去年よりすごい回数が増えているとか、障害者対象の講座も出てきているんだなということで私は大変興味深く話を聞いた。いつも出ている事例がセンターからのおたよりのここに出ているのかなと、毎回代表する事例がこの内容の中に織り込まれていると思うので、実際に冊子として出てくるときにはこの事例が差し込まれるのかな、などと思ったりしている。

事務局

一つ目のボランティア講師の質向上は、昨年度もご意見いただいていることを承知している。なかなか一堂に会して、相対で、というところが難しかったが、ご指摘のことは必要と認識しており、今は予算を伴うので検討中だが、ボランティア講師に一同に会していただいて、レベルアップというか、他の講師から吸収していただけるもの、あるいは最新の知識のアップデートができるようなものを開催できればと考えている。

会長

時間がそろそろ来るが、特にこれは言いたいというご意見があればお聞きしたい。

委員

色々な講座が開かれていると思うが、その場所に行かないといけなかった、等もあるのではないかなと思う。働いている方もいるだろうし、時間もなかなか合わない、ということで、参加者がなかなか集めにくい状態になってきている中で、その時間にいなくても見れたりとか、オンラインとか、そういう仕掛けを考えた方がいいと思う。

ボランティア講師であれば多分有料ではないと思うので、多くの方に見てもらおうということと言うと、動画の配信など見れる機会を増やすという視点が入ると、何人見たかの集約は難しいかもしれないが、最初の「講座に何人出た、あと2年で増やさなきゃいけない」というのは、増やし方のところで、実地参加だけで増やそうとする以外の方法も考えた方がいいかなと思う。実際、昼間動けないが夜に見ていただくなどの時間の有効活用も、生協の活動とかでも、時間がないからできないが、そういう見逃し動画の配信があったら見れるというようなこともあるので、参考になるかと思って発言させてもらった。それはぜひご検討いただければと思う。

#### 4 閉会

くらし安全安心課 宮原課長

- ・ 本年度の第2回目の懇談会は、来年2月頃の開催を予定している。
- ・ 岡山県消費生活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。