

会議録

会議の名称	令和7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7年7月30日(水) 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11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>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</p> <p>2. 議題</p> <p>① 令和6年度 岡山市の消費生活相談の概要について</p> <p>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: 契約当事者の年代別に見た相談件数というところで、20歳代、20歳未満の若年層の相談件数の減少が目立ったという記述があるが、その背景や理由があれば教えていただきたい。</p> <p>事務局: 確かに減っているという事実はデータからわかるが、明確にどのような理由で減ったかということについては正直わからないところがある。トラブルに遭った人が少なかったのか、消費生活センターの認知度が低いのか、そこの辺の分析が今後できたらいいのかと思われる。</p> <p>委員1: これは岡山だけの傾向なのか、多分若者をターゲットに何か悪いことを考えるとどこでもやったりするのかなと思うので、もしかしたら全国的な傾向でもあるのかなとも思う。数的にはそんなに多くとも多いわけではなくて、割合的にはあまり大きな変化はないというところなので、本当に微妙なところで変化が出ているのかとは思われる。細かいことだが、小中高の先生もいらっしゃっているので、20歳未満というところで、一番年齢層が低い契約当事者は大体どのぐらいから消費生活センターに相談は寄せられているのだろうか。</p> <p>事務局: 年齢が1桁代の契約当事者の相談も、ものすごく数は少ないが寄せられてはいる。もちろん本人からの相談ではなく、保護者など別の方からの相談にはなるが、未成年層のところに事例を載せているとおり、オンラインゲームの課金のようなものは、やはりある。</p>

委員 2：資料 1 からの契約当事者の年齢別にみた相談事例は Q & A のようになっているが、
こういう Q & A や新しい相談事例などはホームページにもあるのか。

事務局：岡山市の消費生活相談の概要については、毎年ホームページに掲載しており、令和
6 年度版も掲載している。ただ消費生活相談の概要は、年々少しずつ形を変えてい
っている部分があるので、相談事例を載せていないときもあった。消費生活センタ
ーでは、「ピチピチ消費生活だより」というものを啓発のために発信しており、そ
の時その時の流行している手口であるとか、より気をつけていただきたいような
情報を月 1 度出している。岡山市を L I N E 登録して消費生活を選んでいただくと、
そういった情報が毎月見られるようにしている。また事例の Q & A というよう
な形でホームページはないが、注意喚起すべきようなことは、ホームページに載
せたり、S N S でも発信させていただいている。

事務局：ここ 2 年ぐらいになるが、岡山市内のほぼすべての大学といくつかの専門学校の
新入生に啓発チラシを紙媒体であったり、電子媒体であったりで、学生部が中心と
なって配っていただいている。学校によってはメールで、消費者庁や国民生活セン
ター等にリンク先を貼り付けたものを、全学生に配信してくれている学校もあり、
岡山市内の大学の皆様に大変ご協力いただいている。そういうことで、若者たちにも
消費者トラブルに合わないという意識が少しは浸透していつているのではない
かと思っている。ここ 2, 3 年ご協力いただいているので紹介する。

委員 1：本学でも、そういう形でお話していただいたりしているが、先ほどの資料の 12 ペ
ージに契約当事者が 18 歳 19 歳の相談状況というようなところも、数的にはそん
なには多くはないが、割合としてはかなり減っているということであったり、特に、
成人年齢が引き下げられる直前に言われていたのは、以前は 20 歳だったものが、
18 歳になったところで未成年の契約の取消権が使えるなくなるということで、この
辺がターゲットとしてねられるのではないかなというようなことであったが、今
のところ、特にそこで大きな問題が発生しているわけではないということで、先般
の活動なども踏まえてちゃんと周知されることで、十分予防ができていのかな
と思う。

② 令和 6 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：本当にいろいろな活動をされているということがわかるが、去年までの委員の中で
いうと、あいうえお作文というのが非常に印象に残っていて、カレンダーも使って
いるが、これを毎年やるということになると、もしかしたら応募も少なくなるかも
しれないが、定期的にこういうことをやるというのは非常に個人的には良いので
はないかなと思うが、今後また計画があるなどがあれば、教えていただきたい。

事務局：今年度については、作品の募集は計画をしていないが、カレンダーが非常に好評だ
ったので、今のところどういった形なるかは未定だが、カレンダーの作成を検討し
ているところである。

委員 1：せっかくいい標語も集まったと思うので、また活用していただけるといいのかと思う。ご参加されている委員の方々もそれぞれの組織や団体で消費者教育に関する取り組みをされているものが実際あるかと思うが、何かそういうことがあれば、情報を提供していただければと思うが、いかがだろうか。

大学の方も事務局の紹介にあったようなことを少しさせていただいている。

新しい委員の方もおられるので、一般的なことで、改めてもう一度確認したいのだが、消費生活センターというところは、消費者問題、苦情があるときにまず電話で相談をされることが一番多いということ、そして中には窓口に直接来られるということではあるが、その後の対応として、先ほどの相談概要のところにはなかったが、苦情や相談から先、例えばいわゆるあっせんとか、消費者相談とか言うかもしれないが、そういうような事例は、昨年度、岡山市の消費生活センターの方ではあったのだろうか。場合によっては弁護士の先生が入って、何か取り組むとかそういうような事案があれば、もし、教えていただければと思う。

事務局：あっせんの割合など、すぐデータを出せないが、契約トラブルでは、消費者と事業者で直接交渉ができればいいので、まずは交渉するための助言をするが、助言を受けて消費者自らが交渉しても難しいような場合には、あっせんという形で相談員が事業者に連絡を取って、間を取り持つというのか、交渉のお手伝いをするということはもちろんしている。割合をすぐに出せないが、相当数のあっせんをしていると思う。内容が多岐にわたる相談を受けているので、すべての相談が、相談員が間に入ることで解決できる事案ばかりではなく、相談の内容によって司法書士を案内したり、弁護士相談を案内するとか、適切な相談窓口をご案内するという形でのお手伝いもさせていただいている。

委員 1：私も以前、先ほどちょっと冒頭で述べたように、別の市でも同じような形で委員をしていたが、その消費生活センターでは、そんなにあっせんはなかったようなので、事案としてはそんなになかったっていうのはちょっと、お話いただいて割合というか結構数は、やはりあっせんはあるということか。

事務局：相談の内容を、日々、私たちもチェックしているが、その中にあっせん解決とかあっせん不調とかいう項目があり、あっせんで解決して救済額がいくらとか、そういう事案を目にしている。

委員 1：私の本来の専門は法社会学という分野であって、紛争というものが日本社会の中で、どういうふうに処理されているかというのは、1 つその法社会学という分野では、大きなテーマであって、日本においては、紛争が起こっても、いきなり裁判に行くことはないわけで、そのときに、一般市民が頼るのはやっぱり警察であるとか、行政、特に、消費生活センターというのは、非常に重要な機関だと思っているところではあるが、周知のところで言うと、もうすでに、先ほどあったが、消費生活センター知っている人の割合というのは、岡山市の消費生活センターにおかれてはもう 8 割を超えていて、目標 90%を、今は目指しているというようなことだと思うが、これは結構高いのかなというふうな感じもしなくはない。

私の全くの興味というところであると、そういう場合、消費者団体というか、弁護

士のほうで、岡山市で何かそういう消費者問題で今具体的に起こってるようなことであれば、ちょっと教えていただければ。

委員3:ちょっと今言われたことと違うのだが、先ほど来、消費生活センターの役割みたいなところのお話が出ているところで、いろいろ問題が起こったときに、或いは、何か心配になったときに、一番最初に、相談するところはやっぱり、消費生活センターである。なかなか弁護士のところや司法書士に相談したり、或いはどこかの消費者団体の人に相談するというのは非常にハードルが高い。そういう中でやっぱり気軽に相談できるところは、消費生活センターである。それで、先ほどもお話があったが、単に情報を教えてもらうだけでなく、あっせん等もやっていただけるという、非常に機動的なところがある。

しかし、認知度が非常に高いというふうに言われてるいるけれども、まだまだそれでも、そういうものがあるなっていう意味で知っているというものはあるかもしれないが、困ったときに、すぐ消費生活センターだと直結するようにはなっていないように思える。いや困ったときはとりあえず消費生活センターに電話してみようというふうになるような、単に知ってるよというだけではなくて、そこまでの意欲が出てくるまでの認知をできるように、まだまだこれから工夫されていくべきじゃないかなと思う。

これは、最初に委員になったときにも紹介したかもしれないが、学校の消費者教育の中で、これは山陰のほうの学校での授業の紹介があったのだが、消費者教育の授業の担当された先生がその場で、消費生活センターに電話する。そして、やりとりを聞いてもらう。それは突然電話するのではなくて、電話するよということをおっしゃっておく。それから、先生がする電話も、アダルトの電話をしてしまっただけで請求を受けているということが前提のような事案を、初めてそこで相談するような形で生徒に聞かせるという。本当にそういうことが、こんなことで相談できるんだ、こんなに対応してくれるんだということがわかるっていう、これはすばらしい取り組みだなあというふうに思った。そうしなきゃいけないということではないが、やっぱり、今の消費生活センターの役割というか、やっていることが、ずっと頭に浮かぶようになる、そういう認知の向上というのは、必要なのではと思った。

委員1:知ってる知らないというところでは、中身までは通ってないところはあるかと思うので、やはりすぐ電話できるというところまで踏み込んだ形の認知度の向上ということで、またこの委員の中でもいろいろアイデアを出して取り組んでいければいいのかなと思う。

3. 閉会