

第 12 次横浜市消費生活審議会 第 3 回施策検討部会会議録	
日時	令和元年 12 月 18 日（水）14 時 59 分～17 時 00 分
開催場所	関内中央ビル 5 階特別会議室
出席者	榎本委員、佐藤（喜）委員、城田委員、田中委員、長尾委員、星野委員、細川委員、村委員、望月委員 （オブザーバー） 横浜市消費生活総合センター大澤センター長、荒相談啓発第一課長
欠席者	—
開催形態	公開（傍聴者 2 人）
議題	議題(1) 会議録確認者の選出について 議題(2) これまでの審議状況の振り返り 議題(3) 高校卒業後の若者を対象とした消費者教育について 議題(4) その他
決定事項	○会議録確認者は田中委員、佐藤（喜）委員とする。
	1 開会
田中部会長	定刻少し前ですが皆様お揃いですので、第 12 次第 3 回の施策検討部会を開会させていただきます。本日は、委員総数 9 名なのですが、9 名全員が出席されております。したがって、横浜市消費生活条例施行規則第 2 条により開催定足数に達しております。情報公開条例により、本日の審議会は公開となります。会議録は、要約はいたしますが、原則そのまま委員名とご発言内容を公表させていただくこととなりますので、ご承知おきください。本日は、傍聴が 2 名いらっしゃいます。傍聴の皆様は傍聴券に記載の注意事項を遵守いただきますようよろしくお願いいたします。労働金庫で消費者教育を担当されている方々で村委員と研究活動などをされている方々と承っております。
大澤センター長	本日はオブザーバーとして、2 名の方に出席いただいております。 横浜市消費生活総合センター 大澤センター長
田中部会長	どうぞよろしくお願いいたします。
荒課長	同じく 荒 相談啓発第一課長 よろしくお願いいたします。

	2 議題（１）会議録確認者の選出について
田中部会長	<p>それでは、議事次第にのっとり進めてまいります。まず、議題（１）「会議録確認者の選出について」ということで、今回は順番で部会長の私と佐藤委員ということで、お願いしたいと思いますがよろしいでしょうか。</p> <p style="text-align: center;">～ 委員了承 ～</p> <p>では、よろしくお願いいたします。</p>
	2 議題（２）これまでの審議状況の振り返り
田中部会長	<p>それでは議題（２）「これまでの審議状況の振り返り」に入ります。第１回と第２回部会では、主に「高校生を対象とした取組」について、審議を進めてきました。本日の部会では、前半部分で第１回、第２回までのこれまでの審議状況を確認した上で、「高校生を対象とした取組」について追加でご意見があればいただきたいと思います。そして、後半部分で「高校卒業後の若者を対象とした取組」についての審議に入りたいと思いますので、よろしくお願いいたします。また、報告書の取りまとめに係る今後のスケジュールなんですけれども、来年の３月頃開催予定の第４回部会で、報告の骨子を基にした議論を行い、６月頃開催予定の第５回部会で報告書（案）を基に部会としての最終審議を行う予定ですので、ご承知おきください。それでは、まずは事務局から「これまでの審議状況の振り返り」について、資料の説明などをお願いしたいと思います。</p>
事務局	<p>係長の田村でございます。よろしくお願いいたします。それでは、ご説明させていただきます。お手元の「資料 2-1 これまでの審議状況の振り返り」でございます。資料の見方ですが、縦軸に「若者関連」、「教員・授業関連」、「消費者行政関連」、「高校卒業後の啓発」の４分類にしてございまして、横軸には「現状・課題」と「取組に関するご意見」の２つに分類をさせていただいております。各内容の末尾に①、②と記載がございしますが、①は第１回部会でのご発言、②は第２回部会でのご発言ということでございます。文字数の関係上、記載内容はご発言内容から表現を一部変更しているものもございしますので、ご承知おきくださいませ。それでは、内容について簡単にご説明いたします。</p> <p>「若者関連」の「現状・課題」につきまして、若者は「自分が被害に遭うかもしれない」という意識がなく「高校の授業で学んだことが実生活に身に付いていない」ことなどが指摘され、これらのことから「知識を提供するだけの授業ではなく、経験的に自分のことに引き付けて考えるような工夫が必要である」というご意見等をいただきました。これらに対する取組としては、「SNS を活用した情報提供、相談受付」や「興味関心のある生徒をインフルエンサーとして育成する」といったご意見などもいただいております。また、若者に消費者教育を受け入れてもらう</p>

ために「友達や社会など周囲の人のためにどうしたら良いだろうか、という投げかけをしたり」、被害事例を紹介するだけではなく、「事業者が消費者心理をどのように利用しているか」という視点で伝える内容を工夫してはどうか、というご意見もいただいております。

続きまして、「教員・授業関連」の内容でございます。「現状・課題」につきましては、市立高校の教員の方から「家庭科の授業の中で消費者教育に関する時間を確保することが難しいこと」や「教科書の用語を教えるだけではなく、具体的な事例を学ぶ方法を検討する必要がある、あわせて、新学習指導要領に合わせた指導が求められている」といったお話しがございました。また、「家庭科教員も含め、教員自身が契約や消費者問題について、知識の差があり教員研修や授業支援の方策を検討する必要があるだろう」といったご意見や「新しい教材を作らなくても、事業者団体などが既に良い教材を作成している」といったご発言がございました。これらに対する取組としては、学校現場からは DVD 教材の要望があったほか、「被害に遭う疑似体験ができるような、体験型の学びが必要ではないか」といったご意見や「既存教材の中から授業で効果的に活用できる教材を消費経済課等でピックアップし、情報提供したらどうか」といったようなご意見もございました。また、「被服や食物など専門外の家庭科教員もいることから、使いやすい教材やゲストスピーカーなどの外部講師の支援も必要ではないか」といったご意見をいただいております。また、その他としまして、「授業時間等を増やすことで、消費者教育に触れる時間を増やした方が良いのではないか」といったご意見や「まずは、短期的な取組みとして 2022 年に向け、イベント的に打ち出しを行い、教員がすぐに使えるノウハウや生徒が興味を持つような教材を提供してはどうか」といったご意見をいただいております。

続きまして、「消費者行政関連」の内容に移ります。「現状・課題」につきましては、「現在の取組内容として、パンフレット等の教材を高校に配布するだけでは消費者教育を実施しているとは言えず、現状として、実効性のある取組が定着していないのは、取組を検証する仕組みが整っていないからである」というご指摘をいただいております。これらに対する取組としては、「継続的に取組の検証をして、改善し定着させていく必要がある」、「教材の利用状況の調査等を実施してはどうか」といったご意見をいただいております。この点に関しましては、当課全体の課題として受け止めさせていただきまして、利用者アンケートなど機会を捉えて行っていきたいと考えてございます。最後の「高校卒業後の啓発」については、後半での審議と重なる部分がございますので、説明は割愛させていただきます。

続きまして、「資料 2-2 補足資料」をご覧ください。前回部会以降、市立高校や教育委員会等へのヒアリングを行う中で得た内容を審議の参考に共有させていただきます。「1. 市立高校における消費者教育の現状

について」は、第1回部会にご出席いただきました家庭科教員の方に、再度お話しを伺った際お聞きした内容でございます。1つ目としましては、高校で消費者教育を進めていくために必要なこととして、「教員の意識向上」が挙げられました。これは、前回、村委員からもご発言がありましたように、家庭科教員の約半数が食物や被服を専門としているため、まずは研修などを行うことで、教員の認識・関心を高める必要があるとのことでした。

2つ目としましては、現在、授業で使用している教材としては、神奈川県が作成しました「JUMP UP」という教材が内容も網羅されており、生徒が直接書き込みできるので、使いやすいということでございました。板書をする時間が省けるというような利点もあるとのことでした。

3つ目としましては、新学習指導要領にそった授業手法について、「主体的・対話的で深い学び」というものが打ち出されておまして、例えばあるテーマについて班で話し合いを行い、発表することで他者の意見を聞き、さらに個人としての考えをまとめることで学びを深めるという手法が、すでにどの教科でも取り入れられているとのことでした。家庭科の授業では、例えばDVDで事例を見せた後、問題点について話し合いをさせるといった方法を実施しているとのことでした。後ほど、皆様にはですね、高校で使用しているDVD2種類をご視聴いただきたいと思っております。

最後にですが「2. 高校卒業後、社会に出る若者への教育について」、教育委員会から「特別支援学校や定時制高校につきましても、すぐに社会につながる生徒が多いことから、消費者教育の必要性が高いのではないか」というようなお話しもいただいております。

また、参考1、2としまして、2022年の入学生から導入される新学習指導要領と現在使用されている学習指導要領の家庭科分について、添付してございます。実際、見比べていただきますと、新学習指導要領では、P183を見ていただきますとそちらにございますように、「C. 持続可能な消費生活・環境」という項目が新たに加わっておりまして、現行のものに比べ内容が厚くなっていることが分かります。また、お手元に「消費生活相談の動向2019」というものがございます。消費生活総合センターの方で相談分析を11月に発行しました。若年者の消費者相談について特集を載せておりますので、参考までにご覧いただければと思っております。資料のご説明としては以上となります。引き続き、高校の授業で使用しているDVDを参考にご覧いただきたいと思っておりますので、よろしくお願いたします。内容につきましては1つ目がマルチ商法に関するもので、平成23年度に消費者庁が作成したドラマ仕立てのものとなっております。6分ほどございますが、画面の方をご覧いただければと思っております。～ DVD「もしあなたが消費者トラブルにあったら」(Cもうけ話にご用心) 視聴 ～

	<p>2つ目は神奈川県が平成26年度に作成したインターネットトラブルに関するアニメーションとなっております。こちらは、疑似体験教材ということでですね、実際には画面をクリックしながら進めていき被害に遭う流れを体験できる教材となっておりますので、さわりの方を少しご覧いただければと思います。 ～ DVD「インターネットの危ない世界PART2」視聴 ～</p> <p>それでは、途中ですがここで切らせていただきまして、事務局からのご説明は以上でございます。</p>
田中部会長	<p>ありがとうございました。これまでの審議状況は資料2-1に整理されていますが、事務局からの説明を踏まえて、追加した方が良いと思われる内容がありましたら、ご意見をお願いしたいと思います。また、資料2-2では、市立高校における消費者教育の現状や特別支援学校、定時制高校における消費者教育について、補足説明をしていただきましたがこれらのご説明も踏まえ、何かご意見がありましたらお願いしたいと思います。これまでの審議状況を踏まえた補足の議論ということですね。</p>
榎本委員	<p>DVDの中で、24,000円課金だとか出ていましたが、ああいうのは請求が来るものなののでしょうか。</p>
事務局	<p>はい。請求は来ます。</p>
榎本委員	<p>契約としては成り立ってしまうのでしょうか。</p>
事務局	<p>成り立ってしまって、DVDのケースですと親御さんが負担することになってしまうということです。</p>
細川委員	<p>ゲームを始める時にクレジット番号を入れさせるものが多いんですよね。なので、よくあるのは、子どもが勝手に親のクレジット番号を入れてしまうというケースがあります。このDVDはどのような内容なののでしょうか。親から承諾を得てということになるのでしょうか。</p>
事務局	<p>そうですね。ある程度承諾済みということだと思うのですが。</p>
細川委員	<p>このDVDはそうですね。そうすると、入力していたパスワードは何のパスワードなののでしょうか。</p>
事務局	<p>親から承諾を得て、番号を入れているという設定となっております。</p>
細川委員	<p>あの番号は何の番号なののでしょうか。</p>

事務局	クレジットカードにさらに、入金させるためのパスワードだと思うのですが。
星野委員	クレジットカードの決済をする際に、パスワードを入れるようにするかどうかの設定があって、設定をオンにしていれば、DVDのようにパスワードを求められるようになります。パスワードを設定していない場合は、暗証番号を入れずに決済がされるという仕組みです。
細川委員	子どもはどうやってパスワードを得るのでしょうか。
星野委員	DVD の設定だと、お母さんからすでに聞いていたということでしたね。
細川委員	ということは、親が承諾しているということですね。
星野委員	法的にはそうなりますよね。
田中部会長	こういうことに使っているかは承知していないかもしれませんが、どういう決済手段と紐づけられているか、というのを分からないで使っている人も多いのではないのでしょうか。
星野委員	そうですね。クレジットカードの他にプリペイドカードなどもありますね。
細川委員	良くあるのは、無料と言いながら始めにクレジットカード番号を入力させるといったのがあります。DVD の事例のように、武器を買わないと強くなれないということで、武器を買うところでクレジット決済されてしまって、親が請求の際に驚くというケースがありますよね。十何万も請求が来て、聞いてみたら子どもが武器を買っていたとか。
田中部会長	DVD の最初の画面に小さく、「ガチャは有料です」と書いてあったんですね。ゲーム上では、「スター」が通貨になっていて、そういう社会になっているということですね。そして、その標的になっている人たちが現にいるということです。しかも、消費者庁の DVD では「20 歳になったんだよね」という声掛けから始まっていましたよね。これが成年年齢が引き下げになり、「18 歳になったんだよね」に変わってくるということで被害が増えるのではないか、ということでこの議論を行っているわけですね。
細川委員	質問なのですが、この部会の趣旨としては結局、報告書を作るための

	議論ということですよ。
事務局	はい。最終的には報告書にまとめるということになります。
細川委員	資料2-1の左側に現状・課題があつて、取組に対する意見があつてこの右側を作りたいわけですよ。
事務局	はい。そうです。
細川委員	そのために、意見として足りないことを求められているということでしょうか。
事務局	そうですね。より充実した報告書にできればということです。
細川委員	今までになかった意見や新たな課題として、こういうことがあるといった意見を言っても良いのでしょうか。
田中部会長	細川委員のご指摘のとおり、最終的にはこの資料は報告書のコンテンツになるというものでして、これが文書になる前のものということです。
細川委員	部会としての意見ということでしょうか。
田中部会長	部会としてと言うよりかは、最終的には審議会からのということになります。
細川委員	まずは、部会でまとめて本会議で審議するということですね。
田中部会長	はい。そういうことです。
田中部会長	なので、ご意見としては、新たなものでも良いですし、足りないものでも良いですし、さらに取り上げられてはいるけれども、ここはもっとはっきり言ってくれというようなものもあると思います。 例えば、これは事務局サイドでまとめているものなので、「学校教育の中で消費者教育に触れる時間を増やす」という表現の部分は、私自身の個人的な意見としては、「家庭科における時間配当を増やす」と具体的に言いました。さらには、「家庭科に限らず社会科でも考えるべきではないか」という意見も言いました。それがこういう風にまとめられているので、報告書ではそこははっきり書いてもらおうと思っております。と、言うようなご意見をお願いいたします。

細川委員	<p>前にも少し言ったことがあるのですが、消費者教育の目的は多様なので、あまり目的別ではなくこういうのを入れ込んでうまくまとめるのかなというのはあるのですが。大きく分けて、消費者の権利教育、被害に遭わない教育というのが不十分なので、ということで今まではその議論が中心でしたけれども、一方で持続可能性なども言われておりまして、先週、エコプロ 2019 というお台場で開催されたイベントに行ってきたのですが、すごい人で、小学生もたくさんいました。今、SDGs や持続可能性というのがかなり急務になっていて、東京都なんかは昨日テレビを見ていたら、エシカル消費っていう CM をテレビでやっていたりするんですよ。そういう視点は、今までの議論の中で出てこなかったのですが、それを除くという理解の元に報告書をまとめるのであれば良いのですが、そういうものも含めるのであれば、被害救済の趣旨とは違うので、入れるのかどうかというのは、決めた方が良いのではないかと思います。</p> <p>それから、先ほど観たように色々な教材があるわけですが、それがどのような効果があったのかという報告を見たことがないので例えば、先ほどの体験教材などをホームページに載せているのであれば、アクセスがどれくらいあるのかとかですね。あるいはできるのであればユーザー調査をするなど、啓発教材・資料の効果を測定するというのをやらないと乱立して無駄になったり、あるいはどこかに穴があったりですね。そういったフォローのところの仕組みというのはあるのか、ないのかいつも疑問に思っていて。こういった仕組みも含めて作っていかないといけないのではないかと思います。役所で言えば、例えば政策強化なんて言われませんか。しかもそれが、数量的な何回開催しましたというようなことだけではなくて、本当に市民のためになったのかなど。これもなかなか難しいんですけども、こういったこともどこかでやっていかないと、本当に効果があるのかどうか分からないということになってしまうので。そこのあたりを盛り込めるかどうか分からないですが。考えていただけると良いと思います。</p>
事務局	<p>似たようなご意見としましては、資料 2-1 の消費者行政関連のところ「継続的に取組の検証をして」というところで、ご意見をいただいた部分ではあるかなと思っております。私たちとしましては、アンケートなどのように取るかなど、検討し始めているところがございます。まだ形にはなっておりませんが、視野には入れていきたいなと思っております。</p>
事務局	<p>持続可能性というところは、テリトリーとしてはあるのですが、やはり消費者被害というところですね。若者の消費者被害の防止というテーマに絞ってご意見をいただくという形で考えていただければと思っております。</p>

村委員	<p>今回のテーマの中心がどこにあるかということですが、具体的な審議内容のところを見ると、成年年齢が20歳から18歳に引き下がることにあってということが一番中心のテーマかなと思うので、そうすると今ご指摘があったみたいに、成年年齢の引下げにより、契約被害が増えていくことが一番危惧されているので、それについて18歳になる前あるいは前後の人たちについての消費者教育で何をすべきか、何ができるかを議論するということが私は理解しておりますがそれで良いのでしょうか。</p>
田中部会長	<p>はい。そのとおりですね。</p> <p>新しい学習指導要領を見てみて、事務局がマーカーをしてくれているのですが、消費者の権利という部分が「C 持続可能な消費生活・環境」の中に入っております。ここで言う、持続可能なというのは枕詞なのかどうい位置づけなのかと私も悩んだのですが。本審議会のテーマとしてはやはり、村委員がおっしゃるような成年年齢引下げというところに着眼しそこでの被害増大に備えるということで、権利問題、被害防止というところに焦点を絞って意見を出していくべきかなと思っています。</p>
村委員	<p>新学習指導要領のP183にあるマーカーを引いていただいた部分を真面目にこのまま受け止めると、先ほど細川委員が指摘されたことで、そちらも非常に重要なテーマだと思うのですが、審議会のテーマとして求められているのは、全体のものではなく成年年齢の引下げに伴う問題だというのが私の理解で、持続可能な消費生活の部分については、別途議論するかどうかということもあるとは思いますが、取りあえずこの部会ではそこまではやらない、という理解なのですが。</p>
田中部会長	<p>はい。そういう整理で進めたいと思っているのですが、よろしいでしょうか皆さん。</p>
佐藤委員	<p>少し寂しい気もします。要は市がこれだけ議論するのであれば、被害救済ではなく、成年年齢の引下げも含めて、賢い消費者というのでしょうか。自ら考えるというのが良いかもわかりませんが、そういう消費者にならないといけないんだよ、というところまで入っていきたいという気持ちはあるけれども、ここでの議論は被害救済までだということで決めるというのであれば、それはそれで良いのですが。ただ、横浜市としてはもう少し大きくとらえて、賢い消費者を育てていくんだというところに言及したいという気持ちはあります。</p>
村委員	<p>それって全然矛盾しないと私は思うんですね。つまり消費者被害に遭わないということについて、受け身の教育というのは実は意味がないと</p>

	<p>私は思うんですよ。被害に遭わないためには、自分でどうするべきかを積極的に建設的に考える人間にしない限りは被害防止にはならないと私は思っていますので、私は全然矛盾していないと思います。だから、高校生向けの教育のときも、「こういう被害が多いから、被害に遭わないようにしようね」ではダメで、だいたいそういう上から目線の教育みたいなのは受け付けてはもらえず、はじき返されてしまうので全然吸収してもらえません。「これが悪質商法だよ」という知識を教える教育ではダメだということなんですけど、教育方法として限界があってダメということではなく、結局は自分でどういう風に考えて行動すれば良いのかということを考えてもらえるように、高校生の時から身に着けてもらうようにするためにはどうすれば良いのかが一番大事なことなんじゃないかなと思います。これは被害の防止のためにも必要ですし、そこがちゃんとできれば、持続可能な消費生活にも地続きに繋がるのではないかと思います。</p>
佐藤委員	<p>確かにそのとおりですね。</p>
田中部会長	<p>それで、資料2-1に戻りまして、追加すべきこと新たな問題、これが足りない、もろもろあろうかと思いますが。</p>
望月委員	<p>資料2-1の「教育・授業関連」のところで「今一番欲しい教材はDVD」とありますが、私個人としてはDVDの閲覧方式は時代にふさわしい閲覧方式ではなくなってきたらと思っています。eラーニングやネットやYouTube、SNSを使ったもので、例えば生徒に事前に見てもらって授業をするなど、閲覧方式を工夫して自らが積極的に行動できるような仕組みを整備するのも一つかなと感じました。また、市民が閲覧できるような仕組みがあると良いのではないかと思います。</p>
村委員	<p>先ほど、見せていただいたDVDですが二つ目のものはDVDではなく、ネットでも見られるものということでしょうか。</p>
事務局	<p>はい。そうです。</p>
村委員	<p>今ご提案があったものに近いということですかね。</p>
事務局	<p>eラーニングというものに近いものですが、インターネットから入って実際に体験できるというものになっているようです。</p>
村委員	<p>先ほど、細川委員からも指摘がありましたが、実際にはどれくらい活用されているかわかりますか。例えばアクセス数とか学校教育で使った</p>

	実績があるかどうか。
事務局	神奈川県ホームページに掲載されているので、県に聞けばアクセス数はわかるかもしれませんが。学校で取り上げられているかどうかは確認はできていないですね。
村委員	是非、知りたいです。
事務局	分かりました。県に問い合わせてみます。
村委員	作っただけで自己満足になってしまっただけはお金ももったいないので。
細川委員	市は作っていないのでしょうか。
事務局	今まではなくてですね、他都市等が作成したものを貸し出しているような状況です。実は今検討はしている最中となっています。
佐藤委員	こういうのは、若者というよりも親御さんに観てもらって、こういう風に引かかるといふのを見せてあげた方が良いのではないかと。私も「あ〜そうなんだ」と思って観ていました。「敵を倒すには、さらに強いキャラクターを手に入れれば良いんだ」と盛り上げていくわけですよ。
田中部会長	先ほどの DVD の事例では最初の画面で「スターは有料ですが、アプリの購入と同じようにスマートフォンの使用料金と一緒に支払うことができます」と表示されています。
長尾委員	スターがお金にあたって、購入したスターでガチャを引くという流れですね。
田中部会長	そのパスワードを親から教えてもらったということですね。
榎本委員	こういうものの被害額というのは年間どのくらいあるのでしょうか。
星野委員	被害額って出せないんじゃないでしょうか。黙っている人もいると思うので。子どもが親に対してしたことを被害と呼ぶかどうかもありますよね。
田中部会長	相談件数などは例えば消費生活総合センターの統計などに表れてくるのでしょうか。

細川委員	出すとすれば、PIO-NET（パイオネット）に入っている契約金額ですよね。何が被害かっていうのはなかなか難しいので、契約金額と既支払金額というのは調べればPIO-NETの範囲ではわかると思います。
田中部会長	学校で一番欲しい教材がDVDということでしたが、意識を持ってネット上を見ていると、色々な教材があるんですね。色々な団体が作った。今日傍聴でお見えの労働金庫さんでも当然作っていて、私が紹介するものなんですが、せっかくなので紹介すると、「ストップ ザ マネートラブル かいこい消費者になるために」というDVDを3部作出していて、新社会人用や企業や労働組合の危機管理からの観点のものなど、非常に良くできていて、東京都の区の消費生活センターでは貸し出しも行っているようです。ですので、学校教育で使うことも当然可能であるということですよ。しかし、学校現場では労働金庫がそのようなDVDを出していることを知らないのではないかと思います。組合員を除いて。ということで、今労金さんを例に挙げましたが、事業者団体などでも作っているわけで、活用できる教材は現時点でも結構あるのではなかと。なので、色々な垣根を超えて使えば良いのではないかという風に意見したいです。
事務局	それは一つ意見として、あろうかなと思います。また、望月委員が言われたのは、そういうものをフリーに出して若者が自分からアクセスしていくという環境を整えるということですよ。
望月委員	自分でプルしていくということですね。
長尾委員	ただ、自分からそのようなものを見に行くというのは、なかなかないかと思っています。
田中部会長	最終的な理想はそうなのですが、それをやる前に学校で無理やりにも見せてしまうとか。
長尾委員	学校の授業で見せるというのはわかるのですが、自発的に生徒が勉強になるからといって、見るというのはまずありえないかなと思います。
村委員	それにすごく成功した自治体があるんですね。何年か前にAKBの岡山県版みたいなものがあるのですが、それをキャラクターを使って映像教材を作ったんですね、誰からもアクセスできるように。そして、そのグループ名を検索した時にその映像がトップに上がってくるようにしたわけです。それで、岡山県の消費生活センターのアクセス数が一気に上がったんですね。消費者問題などに興味がない子でもグループに興味がある

長尾委員	<p>ある若い人が映像を観に来て、そこで悪質な手口などをグループの子たちが映像に出演して解説するようなものになっていました。ただ、非常に難しい問題があって一つは非常に高いということ、もう一つはパブリシティの問題があって1か月間しか流せなかったんですよ。</p> <p>私どもの協会でも前に AKB を起用したことがあります、期間以外は絶対に使ってはいけないということだったんですよ。</p>
村委員	<p>だから、横浜市が若い子にウケるようなキャラクターでも作ってというようなことがもしできるのであれば、良いのですが。消費者問題を真っ正面に打ち出して観てもらおうというのは難しいので、何かみんなが観たくなるようなものを入口にしてとにかく引き込むような工夫をしないといけないかなと思います。工夫のしようはあると思いますが簡単ではないですよ。</p>
星野委員	<p>横浜市が主催とか共催とかしている、イベントや大会でパブリシティな権利をうまく工夫して、若者の関心があるようなイベントなどを活用する、参加しているスターの人に協力してもらって啓発のメッセージを言ってもらおう。事例の紹介をしてもらっても面白いかもしれませんね。</p>
村委員	<p>前回の審議会のテーマが事業者と連携して何かできないかという議論の中で、サッカーチームと共催して何かできないかというのもありましたよね。何かそういうものを使うとか、横浜市ならではの若い子に人気のあるようなところと協力関係を作れると良いかもしれないですね。</p>
細川委員	<p>消費者庁の消費者月間のポスターだって結構、芸能人出てきますよね。何年前ですが、氷川きよしさんが出ていて聞いたことあるのですが、ほぼ無料でやってくれたということで、芸能プロダクションも社会貢献で協力してくれるところもあると思います。あと 20 年くらい前の消費者啓発のビデオを現在も大学で使用しているのですが、当時売れっ子だった女優さんが出ているんですよ。当時見せた時はみんな驚いていました。何でこの人がこんな映像に出ているんだという驚きですよ。アイキャッチとして芸能人は強烈なので、お金かからないでできる方法を探すのは一つありますよね。ただ、一方で私が不安に思うのは、企業のをどんどんと使えば良いのでは、というお話もありましたが、企業で作る消費者啓発教材の在り方というの、一つ議論になっていて、なぜかとうい PR とどこが違うのかという点ですね。もちろん、純粹に社会的貢献で作ってくれるのなら良いのですが。例えば、ガス会社であればガスの使い方や電気会社であれば電気の使い方など。あんに電気は良いですけどガスも良いですよというメッセージ性があるので、これはア</p>

	<p>アメリカでも議論になっていますが、日本で言うと ACAP は基準は設けていないですね。確か、アメリカで言うと OCAP や BBB が教材として配布する時の基準を決めていて、子どもは判断ができないので子どもには配布してはいけないという決まりがあり、大人に配布しなければいけないとか、内容についても決まりがあつたりします。良いことだとは思いますが、とにかく使え、使えとなると子どもは適正な判断ができませんからそこは要注意なんですよ。</p>
星野委員	<p>そのスクリーニングを誰がやるかということですよ。例えば、消費経済課でやるというのは一つですよ。</p>
事務局	<p>できると思っております。</p>
細川委員	<p>消費経済課推奨とか言うのですか。</p>
事務局	<p>推奨ということではなく、今どのようなものがあるのか調べているところですけども。</p>
細川委員	<p>リストにするということですかね。</p>
事務局	<p>色々なところを作っているということが分かったので、そこに連絡をして話を聞いてみたりなど、少しずつですが進めております。また、アイドルにつきましては、私も前からあるのではないかなと思っておりまして、川崎市がご当地アイドルを使って PR をしているようですが、あまりそうでもないみたいなことを川崎市から聞いています。地域性もあると思います。プロスポーツチームについては、市内にも結構ありまして盛んですしそれなりのグラウンドがありますから、そういうところで何かできると良いのではと思ったのですが、かなりお高い金額を言われておりまして、私たちのお財布の状況ですとなかなか手が出ないものでして、もう少し違う方向から無料に近い金額でできると良いかなと思っております。</p>
星野委員	<p>それは、聞き方の問題じゃないですかね。「地域貢献、社会貢献での意味合いのリクエストです」と言えば、恐らくそんなに高い条件は出してこないと思うのですが。向こうも共催なり協賛を外されると困るでしょうし。</p>
事務局	<p>多分そういうことだと思うのですが、そういう部署があまたいるということで、私たちだけではなく結構、狙っているところが多いみたいなんですよ。</p>

星野委員	成年年齢引き下げはホットなテーマですけどね。
佐藤委員	消費者庁が、消費者志向経営がらみで吉本興業と連携してしまっていて、結果的には大変なことになってしまいましたが、そういったことで、「こういったことに使いたいんだ」ということで話せばわかるではないですが、Jリーグだと地元に着したことを目的にしている制度ですよ。それから、マリノスですとか地元のスポーツチームと絡められないかなと思うのですが。
星野委員	それこそ、マリノスなんかはユースチームもあるので、これから被害に遭うかもしれない子たちを自ら抱え込んでいるわけですからね。
事務局	できそうなところからやっていきたいと思っておりますが、まだ糸口が見えていない状況です。
佐藤委員	先ほど、細川委員からお話がありました。横浜市消費生活総合センターでも ACAP の消費者教育資料を置いていただいておりますが、事業者の消費者教育の資料なので、一応事業者の CM が入っているようなものはチェックして、審査と言うほどではないですが、チェックはしております。
細川委員	チェックしてどうしているのですか。
佐藤委員	全国の消費生活センターの啓発コーナーに置いてもらっています。多くは、事業者団体のものが中心となります。
星野委員	事業者団体が作る映像教材も DVD などのメディアに焼くのではなく、望月委員がおっしゃられていたように YouTube などにアップして誰でも見られるようにしたり、反転授業のように先に教材を見て学習をした上で授業ではディスカッションを中心にするなどして身に付けていくというのも一つありますよね。授業は 45 分とか 50 分といった限られた時間の中で 5 分、10 分の映像を観るのももったいないので、教材や授業の在り方みたいなものを教育委員会の方にアドバイスするといったことも一つあるのかなと思います。
田中部会長	確かに、なぜ DVD なのかな、と思うことが私もあります。この教材で儲けようと思っていないことは明らかなのに、ネット上に載せないと損じゃないかと。
星野委員	DVD の方が高くついてしまいますよね。

事務局	<p>市内の学校ですと、中学校まではインターネット環境が整備されていてそれに繋がっているテレビがあるのですが、高校以上になるとまだこれからというところで、そうするとやはり DVD を作らないとということだと思います。</p>
田中部会長	<p>ネット環境は高校にもありますよね。</p>
事務局	<p>フリーWi-Fi のようなものは高校によるみたいですね。</p>
田中部会長	<p>それは、そっちの方が問題なのではないでしょうか。教師のルーターを使えば何でもできてしまうと思うのですが。あまりハードがあるないという問題ではないと思うんですよね。</p>
事務局	<p>あとは、教室が映像を見られる状態には高校以上はなっていないというところがありまして。聞くところによりますと県立の高校なんかは個々が持っているスマホと先生のパソコンでやり取りを行うような授業をやっているそうなんですよね。なので、ミニ小テストなどの回答を先生に送るというような仕組みを構築しているようなんです。横浜市はともそこまでは言っておらず、テレビがあつてそこにパソコンを繋げて映し出すというのが今のところのレベルになっているというところがありますので、そういう中で、短い内容のものが良いと聞くのですが、授業の中で DVD を見てもらった上で議論をするというような授業を組み立てるとというのが、先生にとってもは使いやすいということなのかなという印象を受けました。</p>
田中部会長	<p>工夫次第で例えば、高校に一つプロジェクターがあれば、それとパソコンを繋いでスクリーンなんてなくもて壁に映せばそのくらいの映像なら見られますからね。なので、ものがないからできないというのは言い訳ですよ、今時。問題は映像教材がネットで見られるようにしてあげられれば使いやすくなるということではないのでしょうか。</p>
事務局	<p>はい。それはあると思います。</p>
田中部会長	<p>教材は色々なところが出しているのをそれを活用したら良いのではないかというご意見とそれに対する問題点もご指摘いただいたということですね。このあたりで、次の議題に進んでよろしいでしょうか。</p>

	2 議題（3）高校卒業後の若者を対象とした消費者教育について
田中部会長	これは私からご紹介してよろしいのでしょうか。
事務局	はい。部会長からお願いいたします。
田中部会長	<p>それでは、議題（3）「高校卒業後の若者を対象とした消費者教育について」に入ります。資料3-1をご覧ください。ここからは、「高校卒業後の若者への啓発・教育・情報発信」について議論を進めてまいりたいと思います。皮切りとして、私から少し話題提供をさせていただきたいと思います。枠の中ですが議論で皆様からいただいたご意見を拾ったものなのですが、自分からは啓発情報にアクセスしない、活字は読まないという若者に「啓発情報を見てもらう方法はないだろうか」ということに対するのが1つ目です。例としては、若者が行く居酒屋等にポスターを貼る、大学が近い商店街で啓発動画を流すなど、情報が自然と目に入る環境をつくる。それから学食や学園祭など若者が集まる場所を利用するなどが挙げられています。</p> <p>2つ目として、「事業者等と連携した若者への消費者教育」ということで、前回の部会で佐藤委員よりご発言もありましたけれども、高校を卒業して就職する人への消費者教育も必要かつ重要ということで、例として、事業者への協力依頼、社員研修のサポートなどが挙げられています。</p> <p>3つ目として、「トラブル対応能力の向上」ということで、被害に遭っても相談しないという若者に、センターへ相談してもらう方法はないか、あるいは、相談することで事業者の業務改善にも繋がるといった消費者としての役割も伝えていけないだろうか、ということについて、ご意見などがあればいただきたいと思います。また、資料3-2というのがございまして、横浜市の消費生活総合センターと消費経済課が現在まきに行っている、若者を対象とした情報発信の全体像をまとめた資料です。こちら議論の参考にしていただいて、もっとこういうことをしてはどうかといったご意見を頂戴できればと思います。</p>
細川委員	私は消費生活相談と啓発はリンクするところがあると思っていて、消費者トラブルに遭っていない人に対してクーリング・オフの方法がどうだとか細かいことを教えても頭に入らないと思うので的確に相談するという行為に繋げるというのがまずは一番の消費者教育だと思うので、何か変だと思った時に、まずは消費生活総合センターに相談しなさいという消費者教育が一番良いのではないかと考えています。センターからも本日おいでいただいているので、お聞きしたいのですが相談電話で188でかかってくる割合と相談番号に直接かかってくる割合とどちらが多いのかわかりますか。

センター	詳しい数字はわかりませんが、大半は相談専用番号（845-6666）で188は非常に少ないです。
細川委員	あれだけ、110番や119番、児童虐待は189（イチハヤク）でしたっけ、決めてね、全国でも3ケタの188（イヤヤ）をPRしていますけどね。
センター	まだ、十分に浸透していないということだと思います。
細川委員	それも課題かなと。
事務局	逆に私たちの方ではセンターの相談専用電話番号をことあるごとにと意識しているので、ということだと思います。
細川委員	それが知られているということなんですかね。
事務局	議会でも話題になったことがありますので、とにかく番号を知ってもらおうということで、出していくようにしています。
細川委員	結構、繋がる状態なのではないでしょうか。よくあるのは、電話が繋がらないというクレームが相談の上位になるなんてこともあるようで、回線は何回線あるのでしょうか。
センター	ここ1年ほどは架空請求のハガキが大量にばらまかれて相談が殺到したときはさらに電話が繋がらないという状態でした。幸いにも摘発されましたので、当時に比べると繋がりやすくなっておりますが、幸か不幸か大変繁盛しております、繋がりづらいという状況がございます。
細川委員	日中の回線は何回線ですか。
センター	7回線です。
田中部会長	事業者等と連携した若者への消費者教育というところですが、事業者等という部分を報告書ではもう少し具体的に書いてもらおうと思っているのですが、事業者、事業者団体、労働組合等と明記してもらいたいなと思っています。具体的にターゲットを書いておいた方が政策として進めやすいだろうとも思いますし。
佐藤委員	事業者という意味で不勉強で申し訳なかったのですが、消費者教育推進法の第14条に事業者が従業員に対して消費者教育をしっかりとやらなさいとあるんですよね。私の元会社である社員の一部にアンケートなんか

	<p>をとってみますと、知らなかったという回答や、実際にやっているかというやっていない、そんなことやる余裕がないということなんですね。それで、ACAPでもいくつかの企業にアンケート調査をしましたら、実際に取り組んでいるところがあるんですね。何をやっているかという、高卒で工場に入ってきた新入社員向けということで、「曲がったキュウリとまっすぐなキュウリと大きなキュウリについて、それぞれいくらです。あなたはどちらを選びますか。これからどれを買うかはあなたが判断するんですよ」ということから入って行って、クレジットのことなどにも触れるようです。なぜ、そのような取組を始めたのかという、実は従業員には公表されていないけれども、悪質商法などに引っかかっている従業員がたくさんいるということらしいのです。それは、個人の問題でありながら、実は会社のリスクなんだと。ある事業者の方が言うには、高卒で工場に入ってきた人の中で被害に遭っている人は結構いるそうなんですね。でも埋もれてしまっていると。そういう事態をどうにかしないといけないということで、まず手始めに高卒で工場に入ってきた人に対して従業員教育をやっと始めたところなんだそうです。そういう意味で今後、事業者が担っていかないと本当はいけないんじゃないかなという気がしております。</p>
<p>星野委員</p>	<p>ある程度の規模や歴史がある事業者の方ってそういったリスクをある程度、わかっているのだと思いますが世の中の大半の人は規模の小さい歴史の浅いところで働いている人が多いと思うので、まず、事業者のリスクになり得るということを、事業者へご協力を願う際は伝えていった方が良いのではないかと思います。会社のお金に手を付けたりとか世の中ありふれた話ですからね。</p>
<p>佐藤委員</p>	<p>私の会社の部長さんクラスの方から相談を受けたことがありまして、法務省管轄などという名称からあなた訴えられますよ、という内容が書かれたハガキが届いたと。これはインチキだとわかっているんだけど心配で、という電話だったんですね。ですから、それなりの会社に勤めている人でもああいうハガキがくると不安になるというところがあって、そうすると社内の従業員教育をしっかりとやらないといけないのかなと。ですがそういった余裕や時間、お金がないといったこともありますよね。全国消費生活相談員協会さんは確か従業員教育をやられていますけど、そこもお金がかかりますからね。</p>
<p>田中部会長</p>	<p>手前みそで恐縮なのですが、労働組合は大会などをやるときに代議員が全国から集まったり、都道府県単位の組合であれば県中から集まったりしますよね。大会にはたくさんの方が来ています。そこで、労金のDVDをまず流して、私が補足で「これではまだ生ぬるい」とか言って話</p>

細川委員	<p>すわけですよ。この場合ですと、コストはゼロですよ。私は講師料ももらいませんし、労金さんはお金取りませんから。企業がやっているのも同じような感じなのではと思いますが。人を育てるのも企業の仕事なんだという昔ながらの日本的経営の立場に正しくたってくださいれば、こういうことはいくらでもできると思うのですが。</p> <p>一方で、高校卒業して社会に出る人の就業構造というのは、契約社員とかパートタイムとか。高校卒業して大企業に入る人がどのくらいいるのかと、そこも考えないと。アルバイト的にやっている人に対し企業が消費者啓発をやっているとも思えないです。それはそれで重要ですけどね。従業員の生活が乱れると仕事も乱れるという考え方もあります。あるいは、会社のお金に手を付けたりとか、寮制のところでは、寮の中でマルチの被害が広まっていくなんてこともありますしね。就職先がない人やフリーターのような人たちへの啓発をどうしていくかは、またちょっと違った視点がないと情報が届かないのではないかと思います。若者だけではなく、例えば国民生活センターがアダルトサイトの被害に気を付けましょうという啓発を行った際、若者ではなく高齢者の被害も確か多かったというデータがあつて。むしろ若者の方がネットに通じているから、SNSで悪い情報を得る一方でネットのコミュニケーションに慣れているから、ネット上で友達から情報を得たりしているようで、高齢者は相手に疎く、プライドもあるので、この俺がアダルトサイトに引っかかってしまったなんてことを周囲には相談もしたくない、ということで、件数が多いなんていうのも聞いていますからね。今回は、社会人といっても高校を卒業したばかりの若手中心ということですよ。</p>
田中部会長	<p>そうですね。</p>
細川委員	<p>そういうことであれば、うまくスマホを通じて情報提供するというのは若者にとって良いのではないのでしょうか。若者は悪い情報もスマホで得ていますが、逆に功用もスマホで得ているのでうまくそれを使っていくのが良いのではないのでしょうか。</p>
田中部会長	<p>私が何度か意見として申し上げていてなかなか紙に書いてもらえないものとして、市内にキャンパスのある大学のポータルサイトに消費者情報のリンクを貼ってもらう、あるいはそれを見ないと履修登録させないとかですね、そういうように、「見ろ」と。</p>
村委員	<p>でも、先生それは無理です。</p>
田中部会長	<p>大学の先生方はそうおっしゃるのですが、大学のポータルサイトにリ</p>

	<p>リンク貼るくらいはできるのではないのでしょうか。</p>
村委員	<p>それは大学とのコミュニケーションのやり方ですね。</p>
田中部会長	<p>いわゆる有名大学の学生さんでもつまらない被害に遭うので。</p>
事務局	<p>福岡で聞いたのは、大学生の被害が多い時には大学の学生課などに対して、被害状況を提供し、学生に対し注意喚起をお願いしますということでネットで繋がっているというのは聞いたことがあります。ネットで配信をして大学で紹介してもらって学生さんの方にとというのは一つ有効な手段だとは思っていますが、村先生が懸念されている件もわからないではございませんので。そのあたりもうまく調整ができればと思っています。具体的にどこかの大学にご協力いただければなというのは思っております。</p>
村委員	<p>それは大学によってまったく体質が違うので、個別の大学に丁寧にしつつ、接触していただく以外にないと思います。「大学」って一言では言っただけではいけないと思うんですよね。10個の大学があればそれぞれ仕組みから考え方から全部違いますので、お手間ですけど、個別に接触していただく以外にないかなと思います。</p>
事務局	<p>はい。そう思います。大学もそうですし、高校もうそうだなと思っておりますので、地道に行くしかないかなと思います。</p>
村委員	<p>大学は情報がないですから、知らないですから。学生に何が起きているかは、大学当局が知るころにはもう手遅れになってしまってからでないと情報は入ってきませんので。そして学生は決して大学には相談しませんから。他の大学はわかりませんが、うちの大学は「言う訳ないでしょ、一番知られたくないところになんでわざわざ言うの」みたいなことなんですし、それから大学は社会に開かれていないので大学の事務だとか教員というのは、そういう情報を知らないです。ですから、例えば、リンクを貼っていただくとか、情報共有のシステムを作っていただくとか、それはすごく良いことだと思います。</p>
細川委員	<p>大学生って大学のポータルサイト見ますか。見ないと思うんですけど。受験生が一番見るんじゃないでしょうかね。在校生は自分の大学のサイトは見ないんじゃないでしょうか。</p>
田中部会長	<p>色々な情報がポータルサイトに載っているのではないのですか。</p>

村委員	大学生そのものというよりは、大学の職員や教員にまず知ってもらうところから始めないと。大学生はまずポータルサイトは見ないですね。
田中部会長	そうですか。
村委員	授業の情報なんかはすべてポータルサイトに掲載しますが、例えば授業でプリントを配るというのは、紙も時間ももったいないので私は全部ポータルサイトにあげて、自分で印刷してくるように言っているのですが、持ってくる学生は一握り、ポータルサイトを見る学生は半分くらい。取る気がないなら勝手にしろと、私は放っているのですが、そんなもので、必要なものでさえそのような状況なので、必要ないとなったら見ないですよ。しかも、楽しくも面白くもない内容ですしね。
田中部会長	それで、強制的に見せる方法を一つ考えていつも申し上げているのですが。
細川委員	関心別に考えると良いと思うのですが。アメリカに CPSC（消費者製品安全委員会）というのがありまして、リコール情報などを出しているところなんです。リコール情報を CPSC のサイト上で検索することができるのですが、普通の一般人がアクセスする訳ないですよ。ですが環境対応などもあって、ガレージセールだとかネットオークションなんかで品物がどんどん交換されるようになってしまい、せっかくガレージなどで寝てくれていた危険な商品が市場に出回ってしまうということで、大問題になったときにヤフーと連携して、ヤフーのネットオークションのページにリンクを貼ったんですよ。商品を買おうとしている人に「あなたが買おうとしている商品はリコール品ではないですか」という呼びかけがあるんですよ。これって強力ですよ。なので、情報って本当に必要な人に必要な時にあって初めて生きるわけだから、そういう仕組み。何かで検索した時にそれに関する注意喚起が出るとか。まあ、協働ですよ。そういうのがうまく作れると良いのですが。なので、ヤフーなんかもう少し協力してくれて、検索した時にそれに関連する注意情報が出ると良いのですが、今は逆ですよ。ヤフーの広告って一番上に出ますからね。広告料を出せばね。例えば美容医療はトラブル多いですけど、ネガティブな啓発情報は下の方にあって、上の方になんとか美容外科とか、すぐ施術とか、企業の広告が上位に並んでしまうわけですよ。前から問題かなと思っていて、注意情報にアクセスできなくなっていますよ。
田中部会長	資料 3-2 で横浜市が現にやっている取組を示しているのですが、これも踏まえて何かご意見ありますか。

田中部会長	横浜市立大学には啓発記事が載っているということで、やっと1つということですね。市立大学は横浜市がやっているわけですから、当局と話しをして色々実験的にやってみて、市立大学の学生が被害に遭わないということになれば、他も倣うんじゃないかとか。
事務局	市大なら何かできるのではないかと思います、今いろいろと調整しているところでございます。まず市立大学でモデル的に進めて感触を見ながらというのはやりたいと思っています。
佐藤委員	資料3-2にシネアド上映とありますが、これは映画が始まる前のCMのようなものでしょうか。
事務局	はい。そうです。
田中部会長	すごいお金がかかるのでしょうか。
事務局	映画館によりますが、そうでもない映画館で人が集まるようなところを狙っていきたいと思っています。
村委員	素朴な疑問なのですが、今の若い人は映画館で映画を観るのでしょうか。
星野委員	子どもは結構観ていますね。
田中部会長	ものによると思いますよ。
村委員	SNSやYouTubeばかりじゃないんですか。
星野委員	早く観たい人は映画館で観ますよね。
佐藤委員	大画面で観たいという人もいますよね。
田中部会長	案外若者は多いですよ。映画館に行くと。
細川委員	もし、横浜市立大学と何か協働でやれるのであれば、わざと騙すというやり方があって、疑似騙しなんですけど。私が消費者委員会の委員をやっていた時に、内閣府なので内閣府の職員扱いなのですが、内閣府の人事課から添付ファイル付きのメールが届きまして、開いたら開いた途端に開いてはいけないと。例えば、ウイルスを拡散させるようなものもあるので、あなた今開きましたね、と。その時はやられちゃったと思

	<p>ったのですが、そういう体験というのは結構強力じゃないですか。ただパンフレットを配るよりは横浜市立大学で学生にわざとメールを送ってもらうというのも良いと思います。公的機関を装ったメールみたいなものは今よくありますよね。</p>
佐藤委員	<p>企業でもやっています。</p>
細川委員	<p>横浜市の職員向けにはやっているのでしょうか。</p>
事務局	<p>はい、やっております。やはり、開いてしまう人がいて、所属でメールを開いた人数を報告せよ、というようなものがありました。</p>
細川委員	<p>やはり、わざと添付ファイルを開くような誘導の文章になっているのでしょうか。</p>
事務局	<p>はい、そうです。さらに、この期間にメールが来るというアナウンスがあるのですが、それにも関わらず開いてしまう人がいたということです。</p>
細川委員	<p>では、同じようなことを市立大学の学生にもやってもらうと良いのではないのでしょうか。</p>
星野委員	<p>似たようなことで、大学生協でアルバイトの募集を出してもらっていたのですが、同じような感じでちょっと怪しいアルバイトで学生がほしそうな情報などを出しておいて、問合せしてきた人に「ここに連絡しちゃダメでしょ」と注意するというのもありではないのでしょうか。</p>
細川委員	<p>そういうのも良いですよ。</p>
田中部会長	<p>それは大学の企画としてやられたのですか。</p>
星野委員	<p>いえ、私は仕事の関係でアルバイトを募集したくてやったのですが、細川委員の意見を聞いて、こういうのもありかなと思いました。面白いと思いますけど。各大学で何人引っかけたか出してみるとか。</p>
田中部会長	<p>結構、いろんなことを市でもやってらっしゃるということですが。</p>
星野委員	<p>大学生協だけではなく、普通の求人誌でも卒の協力をしてもらって載せてみるのも良いかもしれないですね。</p>

城田委員	インターネット関係なのですが、資料3-2の一番上にある「横浜市消費生活総合センターHP」というのは、ここにアクセスすれば必要な情報が得られますという趣旨ですかね。
事務局	はい、そうです。センターのホームページにアクセスするとトップページに新着情報があったり、Twitterのページにアクセスできるようになっています。
城田委員	アクセスすれば、色々な情報が得られるということですよ。Twitterというのは登録すれば情報が流れてきますよということですかね。
センター	そうですね。今お話しがありましたようにホームページからもTwitterのリンクがありまして、アクセスできるようになっています。また、我々だけですと、なかなかアクセス数が伸びませんので、市と連携しまして市のTwitterでリツイートしてもらって閲覧数が一けた上がるのでそういう工夫を行っています。
城田委員	その下のはまのタスクメールも興味を持った人が登録すると定期的に消費者被害の情報がメールマガジンで来るということですよ。
センター	はい。週に1回配信しています。
城田委員	そもそも登録する人がいるのかなと思ひまして。先ほどの議論とも共通するのですが、楽しい情報とか面白い情報がくるのであれば登録してみようとなると思うのですが、別に知りたくもないのに被害情報が送られてくるようなTwitterやメルマガに登録する人がどれくらいいるのかなと思ひまして。せつかくやられるのであればこんな被害がありましただけではなく、お得情報ではないですが、「へー」とついつい読みたくなるような情報と抱き合わせで流さないと、あまり意味がないのかなと。登録するまでもそうですし、登録した後でもやはり読まないで削除されちゃうのかなという気がします。このあたりはやられているのはわかるのですが、どれだけ届くような形での発信がされているのかな、というのは疑問があります。
センター	メルマガは登録件数があまり伸びませんがそれでも1,800くらい登録いただいています。おっしゃるとおり、面白いと思う人はそんなにいないと思うんですよ。自分が危ない経験をしたとか、あるいは身近にそういう人がいたとかということで、登録してくれていると思うので、先ほどお話しに出ていたように、自分から問題意識を持ってアプローチしてくれているということだと思いますが、ホームページ、メ

	<p>ルマガ、Twitter とよくあるものを様々な形で選んでもらって利用していただくというスタンスでやっております。</p>
星野委員	<p>メルマガはこれまでも話題に出たと思うのですが、横浜市に転入してきた方で住民登録のアクションの時に紐づけて案内するとか、収入印紙安くなるよとか、ちょっとあざといですけど登録するように促すなどと、間違いなく伸びると思います。</p>
細川委員	<p>消費者啓発コーナーを見ないと住民登録できないとか。回ってみてもらって出口に住民票の受付窓口があるとかね。</p>
星野委員	<p>最後にクイズをするとか。</p>
細川委員	<p>前に樋口恵子さんという評論家が高齢者の被害が多いということで、なかなか高齢者全員に研修をする機会はないということで、シルバー証を出すべきだというような話をしていたのですが、その中で出てきたのが免許証の更新というと相当な数ですよ。免許講習の後に少しだけやってもいいんじゃないかということで警察庁だって悪徳商法に気を付けてと言っているわけだから。必ず優良免許証だって30分くらいビデオをみて800円くらとられますよね。その後に何かやったらどうかといったような話をしていたんですよ。学校教育では学校という場に毎日来ているわけなのでやろうと思えばできると思うのですが、学校を卒業してしまった成人は全員が集まるということはあまりなく、どっかでやったところで集まらないわけですから。その代わりにどのような啓発の機会を設けるか。インターネットを利用したものというのが1つありますが、あとは市役所に来たときとか免許証の更新とか、何か工夫ができないのかなと思います。</p>
榎本委員	<p>私もそれは良いアイデアだと思います。私も交通安全協会の関係者なので。</p>
細川委員	<p>そうなんですか、じゃあぜひ。</p>
榎本委員	<p>相談があればやりますけど。確かに高齢者の場合は免許を返納するときかもしれませんが、やはり基本的に私なんかは騙される方が悪いんだというタイプだし、お金は絶対に現金だと決めています。買ったら代引きとかね。色々な人がいるわけなので、それはそれで良いと思うのですが、そういうリスクを持っているということをわかってやっていないといけないんですよ。ですので、そういうことをどこかで言っていく必要がありますよね。警察は市じゃなくて県ですね。</p>

田中部会長	警察は振り込め詐欺撲滅とかわりとはっきりとしたメッセージを出していますよね、県警も。
星野委員	警察署行けばその手のチラシもいっぱい置いてありますよね。
事務局	区で連長さんが集まる会議が月に1回ほどありますが、3か月に1度くらいは警察の人が来て今の特種詐欺の状況を説明して、「深刻な状況なので声をかけあってください」といった注意喚起をしています。
榎本委員	それは振り込め詐欺ですよね。
事務局	振り込め詐欺ですが、今は振り込め詐欺を少しアレンジしたような騙しが出てきているので、それについても新しい手口はこういうのがありますよというような情報提供をしてくれています。
榎本委員	カードから引き落とされちゃうと分からないですよね。
事務局	後は、直接取りに来るタイプが出てきましたよ、とか。
城田委員	警察もそうですが、横浜は他の自治体に比べて多くのコンテンツがあるので消費経済課だけではなく、イベントもそうですが社会生活の必須情報もそうですが、他部署と抱き合わせでできないものですかね。
事務局	ぜひとも他の部署とも連携していきたいと思います。
田中部会長	先ほど、お話しがありましたが、横浜市は、区役所で、転入手続の際に冊子くれるんですよ。「暮らしのガイド」というもの。これには、ちゃんと上大岡にあるセンターも載っているんですよね。前の市長の時は広告が多かったのですが、今の市長になって戻りまして。役に立つ冊子を配っているのですが、センターのページめくる人が何人いるのか。目立つようにしたいところですが、それは他の部署もそうなのでしょうから。この時期は消費者被害に関する情報を1枚添付して配ってもらうとか、やりようはあるんでしょうかね。
事務局	工夫をしながらやっていきたいですが、おっしゃるように教育の分野もそうなのですが、税金のことですとか他にもありまして。
田中部会長	そうなんですよね。みんな自分のところが大事でしょうから。
事務局	そういうところと競合しないように載せるという知恵を今いただいた

	<p>ように思っておりますので、頑張ってみようかなと思います。</p>
星野委員	<p>絞って伝えた方が良いですね。四半期に1回テーマを変えたり、時期に応じてテーマを絞るくらいのスピード感があると良いですね。</p>
長尾委員	<p>今の話しの内容が、高校生、大学生からまた少し離れた議論になっているような気がしますので、話を戻した方が良いのではないのでしょうか。</p> <p>資料3-2にホームページやTwitterとありますが、高校生、大学生は恐らく、この存在すらきっと知らないような現状ではないのでしょうか。そもそもこれがあるということをどうやって知らせていくのかということが大事ではないのでしょうか。見たことない高校生、大学生が100%に近いくらいいるのではないのでしょうか。相談キャンペーンも聞いたことないという人がほとんどだと思います。なんとなく、ものを作って何かしたということが終わってしまうのではないのでしょうか。</p>
事務局	<p>私たちが今やろうとしておりますのが、短編の動画を作るというのをやっております。先ほど話に出ていたシネアドで上映するというのもあるのですが、横浜駅なんかで大きな柱にデジタルサイネージが付いているのですが、そこに映像を出せないかなと思っています。かなり目立つので。そういうことをやって街中に消費者被害情報が嫌でも溢れて目に飛び込んでくる環境を作る必要があるのではないかと思っています。それからお店に入ってお茶を飲みながらくつろいでいると、変なポスターが貼ってあるなど。よく見るとマルチ商法撲滅のポスターだったとか、そのようなことができるの良いなと思って、いろいろなところにもそのようなことができないか働きかけているところです。</p>
城田委員	<p>川崎市が駅出てすぐのコンコースのところに、すごく大きいものを出しています。ポスターなのか、画面なのか。</p>
事務局	<p>多分、画面だと思います。駅を改修する際に取り付けたのではないのでしょうか。</p>
城田委員	<p>あれ、否応なく目に入りますよね。キャラクターもいるので目にとまるというか。</p>
星野委員	<p>アゼリアのスクリーンですね。</p>
事務局	<p>岡山にも行ったことがあるのですが、岡山の駅を出たところにもデジタルサイネージが駅に至るまでの道にずーっと付いていましてそこに映像を流せば、結構効果的ではないかなと思ったこともあって、そうい</p>

	<p>う形で街を歩けば目に入ってきたり、耳に入ってきたりするのではないかなと思いました。</p>
星野委員	<p>それが一番お金がかかるのではないのでしょうか。企業のPRと競合するわけですからね。</p>
事務局	<p>それをなんとかできないかと思って、考えたいなと思っています。</p>
細川委員	<p>若者目線でどういう情報が良いのかというのはやはり本人たちに聞いた方が良いと思うんですよ。我々が当たり前のように消費者被害という言葉を使って消費者啓発と言いますが、彼らはそもそも消費者被害に遭ったという自覚がない人もたくさんいるわけで、その自覚がなければ相談もしないし。私は学生に初めての授業でこれまでに遭った消費者被害について書きなさいと言うのですが、何も書かない学生がたくさんいるんですよ。でも、そんな訳ないですよ。ネットで購入した物が実は違う物だったとか、いくらでもあるはずなのに、消費者被害という枠組みで自分の経験を語るができない。自分が受けた不利益が消費者被害と思わなければ相談することもない。ですので、どういう言葉がこれは自分自身の問題だと思ってもらえるかは、大人だけで考えるのではなく、学生や若い人も含めて聞かないと。そもそも「消費者」って一般語じゃないですよ。家族で消費者としてなんて言わないでしょ。そもそも造語だと思うし。あと、消費者センターという昔は自分のお母さんたちがやっているところというイメージが強いんですよ。主婦が集まってやっているところみたいな。特に男の子なんかは自分が電話するようなところではないというイメージを持っているなど感じたこともあるので。多分敷居が高いというか特に若者にはあるのではないかと思います。</p>
事務局	<p>機会を考えてみたいと思います。</p>
田中部会長	<p>大学に入学されると新入生向けのガイダンスなどがあるかと思うのですが、そこで消費者問題って出てこないんですかね。</p>
細川委員	<p>やり始めてはいますが、それももう手続から何から色々やっている中で本当に頭に入るのかと。たくさんもらう資料の中にパンフレットがあってもね。少し落ち着いてからやるのが良いのではないかと最近思うんですよ。一段落ついてからやった方が。オリエンテーションだとドラッグとかいろんな問題もあって、SNSの関係とか色々な要素があるので。</p>
田中部会長	<p>新入生教育への関与みたいなのが1つコンテンツとして、新入生教育に関わっていくとか。</p>

事務局	今、横浜市立大学にはアプローチをかけていまして、その時に彼らが口をそろえて言っているのは、卒業式、入学式は1つの良いタイミングだから何か相談乗るよと言ってもらっているのでもやってみたいと思います。
田中部会長	センターから話す人を出せばお金はかかりませんしね。
事務局	どういうことを彼らが望んでいるか、交渉だと思しますので。
榎本委員	例えば、うちなんかで新入社員が入ってきたときに、20人くらいいるとすれば、そういう講座みたいなのをやってくれるものなのではないでしょうか。
センター	私どもの方で、講師を派遣しております。7～8件ほど、市内の事業者の方からですね。あるいは事業者団体からリクエストからあって有料ですが、やらせていただいています。
佐藤委員	講師は誰がやられているのでしょうか。
センター	相談員です。
田中部会長	コスト的にはいかほどかかるのでしょうか。
センター	利用料金は12,000円です。
榎本委員	例えば新入社員教育の中で、うちは2週間くらいあるのですがその中の1コマということができるといことですね。
センター	はい。ご利用いただいているところがいくつかあります。
細川委員	もし、そういうのを促進しようとする国で言うと厚労省マターになるのでしょうか。経産省でしょうか。日本って縦割りだからそういうのが進まないのかなと思うのですが。
事務局	今は消費者庁がそういうところを扇の要としてやっているというか。
細川委員	なっていないでしょうね。
田中部会長	他にご意見等ありましたらお願いいたします。ないようでしたら、事務局からこの議論について何かありますか。

事務局	<p>はい。色々なご意見を出していただいたので少しこちらでまとめてみたいなと思っております。先ほど、村委員から動画のアクセス数や活用についてご質問がありましたが、県の方に照会してみたいと思いますので、その結果については皆様にお知らせさせていただきます。</p> <p>色々なご意見をいただきましたので、考えながらまとめたいと思いますので、一旦預からせていただきます。</p>
田中部会長	<p>ありがとうございます。他にご意見ありますか。ないようでしたら、最後に事務局から、今後の進行について事務連絡をお願いします。</p>
	<p>2 議題（4） その他</p>
事務局	<p>皆様、本日は長時間にわたりご審議いただき、ありがとうございました。次回第4回目になりますが、2月下旬から3月下旬にかけて予定してございます。次回は報告書の骨子をまとめていくという作業に入っていただくということになりますのでよろしく願いいたします。日程調整は改めてさせていただきますのでよろしく願いいたします。事務局からは以上でございます。</p>
榎本委員	<p>やたらと丸をつけると、日程の調整が2か月先まで聞かれるわけですが、そんなの分からなくなってしまうわけですよ。部会長と事務局が3つくらいに絞って聞いてもらえると良いのではないかと。必ず全員揃うということはないんですから。</p>
田中部会長	<p>あれだけ丸をつけてもなかなか決まらないんですね。お忙しい方が多いので。私もあれだけ丸をつけて開けておくのは辛いなと思いつつも、事務局の内情を知るに仕方がないかなと。</p>
榎本委員	<p>2か月先まで予定をとっておけないんですよ。どんどん予定が入りますからね。</p>
細川委員	<p>そうですね。なので、早く決めてほしいと。その間開けておくわけにはいかないのです。少しね、回答が遅いなどは思います。</p>
事務局	<p>申し訳ありません。</p>
田中部会長	<p>締切日というのはコントロールできるわけですから、締め切ってできるだけ早く決めるように。</p>
細川委員	<p>そうでないと、丸と回答していても実際には出席できないということにもなってしまうので。あと、本会議の時間を変えられましたよね。あれ、やめてほしいですね。</p>

田中部会長 事務局	<p>あれは私の責任です。裁判所の関係で。</p> <p>速やかに決めるようにいたしますので、ご協力よろしくお願ひいたします。</p>
	3 閉会
田中部会長	<p>以上で本日の議題はすべて終了しました。</p> <p>それではこれで、第3回施策検討部会を閉会します。お疲れ様でした。</p>
資 料	<p>議事次第</p> <p>資 料 1 第12次横浜市消費生活審議会施策検討部会委員名簿</p> <p>資 料 2-1 これまでの審議状況の振返り</p> <p>資 料 2-2 補足資料</p> <p>参 考 1 <新>学習指導要領（家庭科）</p> <p>参 考 2 <現行>学習指導要領（家庭科）</p> <p>資 料 3-1 第3回施策検討部会での審議事項について</p> <p>資 料 3-2 若者を対象とした情報発信（現在の取組の全体像） 消費生活相談の動向2019（概要版）</p>