

# 会議要録

会議名	令和5年度 第2回八王子市消費生活審議会	
日時	令和5年7月25日(金) 午後3時07分～午後4時05分	
開催場所	クリエイトホール10階 第2学習室	
出席者等氏名	委員	会長 朝日ちさと、副会長 渡邊隆、 黒崎勇矢、利光重信、山本朱里、丸山茂男、赤木省三、野崎忠行 (敬称略)
	事務局	立花等市民部長、橋本光太郎消費生活センター所長、 奈良貴代課長補佐兼主査、森淳主査、中村東洋治主任
	欠席委員	長谷川薫 (敬称略)
議題等	【議事】 (1) 第2期八王子市消費者生活基本計画の重要課題2の振り返りについて (2) 第3期八王子市消費生活基本計画におけるSDGs及びエシカル消費について	
公開・非公開の別	公開決定後公開	
傍聴人の数	0名	
	<p>・第2回八王子市消費生活審議会 次第</p> <p>1. 開会</p> <p>2. 部長挨拶</p> <p>3. 議事</p> <p>(1) 第2期八王子市照射生活基本計画の重要課題2の振り返りについて 《意見聴取》</p> <p>(2) 第3期八王子市章生活基本計画におけるSDGs及びエシカル消費について 《意見聴取》</p> <p>(3) その他</p> <p>4. 閉会</p> <p>資料1 消費者教育とは</p> <p>資料2 第2期八王子市消費生活基本計画・消費者教育推進計画 令和4年度取り組み実施状況等調査票</p> <p>資料3 第2期八王子市消費生活基本計画 重要課題の進捗状況</p> <p>資料4 第2期八王子市消費生活基本計画 取り組み状況と今後の検討課題《振り返り資料》</p> <p>資料5 令和5年度八王子市消費者教育実態調査</p>	

## 会議内容

### 1 開会

事務局： それでは、消費者教育推進会議に引き続き、消費生活審議会を始めさせていただきたいと思  
います。本日は先ほどの会議でもお話をしましたけれども長谷川委員が欠席になっております  
ので、よろしくお願いいたします。

前回の審議会でもお話をさせていただいておりますとおり、本審議会は八王子市消費生活条  
例と規則に基づき開催しています。その運営に当たっては、本市全体の会議運営の指針である  
八王子市附属機関及び懇談会等に関する指針に沿って行っております。

会議の終了後は会議要録を作成し、市ホームページ等で公表しなければならないことになっ  
ております。そのため、本日の会議は記録のため音声を録音しておりますことをご承知おきく  
ださい。本日の会議録を事務局で取りまとめ、皆様にご提示し、確認をしていただきます。修正  
等が出た場合は、必要に応じて各委員にご連絡の上、ご確認をいただき、会議要録を決定後、市  
ホームページで公開いたします。それでは休憩時間に配布させていただきました資料の確認を  
させていただきます。まず本日の次第、令和4年9月1日発行の広報はちおうじ消費生活特集  
号、それと意見書の3点はお手元にありますか。前回の審議会後に、事務局より委員の皆様へ会  
議についての意見書をお送りし、いただいたご意見に、会議の決定方法について、「異議なし」  
の発言を「挙手」または「起立」等で意思決定を行うご提案がありました。この「異議なし」に  
つきましては、議事を円滑に進行する上で、慣例として市議会や審議会等で行われている採決  
方法です。異議の有無を確認し、異議がなければ進行します。異議のある場合には、意見を述べ  
ていただいた上で、挙手または起立による採決に移ります。行政審議会等の慣例ですので、これ  
についてはご理解いただきたいと思います。なお、ご意見・ご発言を妨げるものではないことを  
申し添えておきます。それでは、朝日会長に議事進行をお願いしたいと思います。

朝日会長： それでは、引き続き進行させていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。本日は、  
委員9名のうち8名に出席いただいております。八王子市消費生活条例施行規則第9条第6  
項の規定に基づき、会議は成立しています。次に、次第の2「議事」に入る前に、会議の公開・  
非公開について決定したいと思います。本会議は、八王子市附属機関及び懇談会等に関する指  
針の非公開事項に該当するものはないとしまして、本会議は公開ということによろしいでしょ  
うか。

(異議なしの声あり)

朝日会長： 異議なしと認め、会議を公開としたいと思います。次に、事務局から傍聴者についての報  
告をお願いいたします。

事務局： 市ホームページで傍聴希望を案内しましたが、希望はありませんでした。この後、傍聴希望がありましたら、随時入場させていただくことをご了承ください。

朝日会長： それでは、議事に入りたいと思います。本日の議事は、(1)「第2期八王子市消費生活基本計画の重要課題2の振り返りについて」ということで、教育推進会議で事務局からの説明や皆様からのご意見等も含めまして、新計画に盛り込むべき消費者教育について改めてご意見をお願いします。それでは、①資料1の「八王子市消費者教育のライフステージ別取組状況」、資料4「重要課題2 消費者教育推進の振り返り」について、それから②資料5「消費者教育実態調査」からのご意見についてということになります。それでは、まず資料1と資料4を一緒にいきたいと思います。先ほどご説明いただいた消費者教育についてご意見をいただいたのと、資料4の重要課題2の振り返り、これについてご意見をお願いできればと思います。

私のほうから、資料1の消費者教育とはということで、消費者という言葉について、私の方の分野でちょっと考えることがあるんですけども。私、専門が経済なので消費者とか生産者とか、そういう用語を使います。最近、デジタル経済、あとエシカル消費とかもそうですけど、消費者と生産者という言葉ではなくなっているというような議論がなされています。消費者、消費するということの定義の問題だと思うのですが、提供者と利用者というふうに、要は生産者が提供者で消費者が利用者だと。背景としては、第3次産業がもうメインになってきている部分があって、何かを食べますというような消費の仕方は消費なのかもしれないですけども、利用するという形の、例えばプロバイダーのサービスを利用するとか、まさにプロバイダーですよ、供給者。そのサービスの利用という形態と消費とで、何が違うかという対価が非常に見えにくい。デジタル経済はとにかく追加コスト、公共財、電気とかと一緒に、追加コストゼロでどんどん情報を広められるので、子供も「ただ」でいろいろな動画を見れたり、ある程度までは「ただ」でゲームもできちゃいますよね。消費する意識が多分ないんですよ、課金されるまで。要はお金を払うということと消費することがかけ離れていて、そこがすごく分かりにくい構造になっているんです。企業も、対価がないということは利益が出なくなっているんで、一つは、シェアリングエコノミーというか、すごく消費者にとって優しい世界になるんです。企業のほうはそれの生き残りのために困り込みをして、最初は「ただ」で提供して、後で追加料金を取るような形。商品の概念がデジタルで、分野によってはかなり変わってきている面があるなど。そこがすごく今の消費者教育の難しさに。お金を払うときに意思決定する、ちゃんと判断できるようにというのはいいんですけど、払わないで使われちゃっているんで何かすごく難しいなと感じているところです。

言葉について、ここはもう消費者という言葉でやっていくことですし、そういう概念も入っているものとして考えたほうが良いと、そういうふうにした次第です。皆さんのほうで、何かあればお願いいたします。

渡邊副会長： 渡邊です。先ほどの教育推進会議の中でも、教育の部分についてかなり消費者教育というところをどこに位置づけてやっていくのか、あるいはいろんな教育を行う中で恐らく限界があるんだろうなというところをちょっと感じてはいたんです。なかなか教育というと、どうしても我々からすると小学校、中学校、高校あるいは大学というところの学校現場での教育というところについてイメージしがちで、そこになるべく委ねたいと。

子供を育てていると学校にいろいろとお任せできるとありがたいなという中で、頼りにしてしまうという側面がありますが、そこばかりでは難しいなと。今回、市のほうの計画でも、幼児期からそれこそ高齢者にいたるまでというところの部分で、しっかりと取り組んでいくんだというところを示していただいていますけれども、やはり生涯教育のほうに力点を置いていかないといけないんだろうなと感じています。教育という軸足の置き方というところを考え直していく段階なのかなと。

以前にも、発言をさせていただいたことはありますが、やはり私は消費者被害の現場に立っているという立場からすると、特にこの消費者被害は、その時々、タイムリーな話題を持ち出してきて、その上で被害を与えていく。例えば副業であったりとか投資であったりとかというところで、国が後押ししているような政策のところに乗っかっていって、そういったところに乗じて被害が拡大していくという傾向があったりするものですから、やはり一人一人が軸足、しっかりと幹を持っていないと、いろいろな被害にも多分遭っていくんだろうなと。止めることもできない、それは逆に言えば、自分もそちらの被害の立場にいつ立ってもおかしくないと感じたりもしているので、そういう点ではいろいろなところで各自、一人一人が意識的に、生涯生きていく限り学習していかなければいけないんだろうなということを感じている次第です。そういう意味で、生涯教育の部分に、もう少し力点を、さらに置いていく必要性があると感じたものですから、一応、意見を述べさせていただきました。

朝日会長： 学校教育の先ほどのご発言の中でもありましたよね。学校教育の中でというよりも社会教育の中の範疇でというところに繋がるというところの話がありました。ありがとうございます。ほかにはいかがでしょうか、生涯教育へのというか。

野崎委員： 私、町会自治会連合会の関係で来ておるんですけども、前段で、教育のほうのいろいろな分野で幅広いなというのは感じました。それで、やっぱり町会自治会等の場面で扱っているときには、一番末端の現場で一番いろんな問題にぶつかっていると思うんですよね。それで、

いろんな行政だとか、教育だとか、社会だとか、家庭だとか、その他諸々の絡みがあるんで、具体的にこういう事案があって、こういうことが世の中に今、出ているから、こういうものに対して、こういう対処をしたらいんじゃないかというようなことをしていただけると、我々が現場というか、そういう自治会とか町会とかそういう関係で、皆さんこういうことになっているから気をつけましょうというようなことを、何か聞いてると、雲の上のほうの論議になっているようでね。納得はするんですけども、現場でやるサイドとしたら、もうちょっと何か、世の中でこういう問題が起きているからというようなことの対処の方法も入れていただけたらありがたいかなと思っております。それから、もう一つ、いろいろ犯罪とかに絡む、どこまでが何というか商行為で、ここから先が刑事罰に入りますよというのは、素人だとなかなか判別しづらいので、そういうところも参考に、何か教えていただければありがたいなということです。

朝日会長： 野崎委員、ありがとうございました。今までも、情報提供、こういうものがありますとかいう情報提供というのは、センターでもしてきている部分はあるんだけど、多分それがなかなか届かないというか、本当にそこが課題ですよ。改めてというご指摘かと思えます。あと、何か難しさですかね、商行為というところのね。そのところなんかも、ここまで言われたらまずい、絶対それはまずいとか、そういったところの情報提供の難しさみたいなものもあるかもしれないですが、何かそのあたりでご意見ありますか。

渡邊副会長： 渡邊です。なかなか商行為と犯罪との違いという、この明確な区分というところは多分難しいところです。現場に行って感覚的な、以前より正直なところ、昔ほどグレーゾーンというところが割とあって、自分の売上を少し上げるために勧誘してる方が行き過ぎちゃったかなとか、そういった案件などのとき、比較的、大手さんとかでもあったりはしたんですね。今もそれはそれで変わりはないんですが、ただ、最初からある意味、だまし取る、あるいは本当に、社会的にはちょっとこれは許されないだろうなという中で、一応、契約行為という格好を取る上で被害を与えていくというのは少なからずあるんですね。ただ、そういうものというのは契約書であったり、外形は商行為という格好になっているので、警察とかに持っていくと、そこでお断りをされてしまうというところで、なかなかその被害救済に結びつかないという中なので、商行為と犯罪というところの区分けというのは、以前よりもっともっと、難しくなっているかなと。とにかくその被害に遭わないというところを考えると、情報提供をしっかりと行う、こういった例えば、定期購入もそうですが、だまし討ち的な部分について、しっかりと受け取る消費者側の方でこういった被害が今たくさん生じているんだというところを、情報として入手できるような環境があって、しっ

かりと契約書を読み込むであるとか、そういう基本的なところから入っていかないと、どんどん、どんどん悪い方向に流れていってしまうかなというところでちょっと心配しているところではあります。

朝日会長： いずれも、今の点も、先ほどご指摘いただいた事例の点についても、やっぱり社会教育のほうの課題ですよね。そういうことに、どうやってそういう具体的な情報を届けていくかというところは、社会教育の枠組みの中で伝えることがあるかと思うのですが。

事務局： 野崎委員には、ご質問、ご意見をいただきまして、ありがとうございます。私どものほうも、事例については毎月1回発行の消費生活ニュースという、いわゆる紙ベースのものなんですけれども、相談員のほうで相談が多くなってきた事例、あるいは国民生活センターのほうでも定期、不定期にいろいろな実例を出しています。それらをピックアップして、チラシとして印刷して、それを1か所当たり10枚公共施設に置いて、その施設をご利用いただいた方にとっていただくというようなこととあわせて、SNS、市のほうでは公式のLINEをやらせていただいていますので、お友達登録をしていただいた市民の方と登録が2万人ぐらいでしたかね、58万人いるうちの2万人ということではあります。SNSの中のTwitterですとかLINEで発信はさせていただいています。

あとはいろいろな事例が、先ほどのデジタルの進展に伴っていろんな商法が出てきたように、故意にだます商売もありますし、ちゃんとしたお仕事、商売をやっていらっしゃるんですけども、契約のときの認識不足とか意識の違いからトラブル被害に遭ったと感じられる消費者の方もいらっしゃるんですけども、要は何か困ったことがあったら、まずは消費生活センターへ、契約した後でも、契約する前でも相談してほしいということは、被害に遭わないほうがいいわけで、常にご案内はさせていただいているところではあります。そこで、今後、紙を配るというのは、先ほど統括指導主事も話していましたが、紙を減らそうというのと逆行する部分もあったり、こういう情報を発信はしてるんですけど、十分届け切れていないのではないかというのは、常に抱えながら仕事をしているのが現状なので、逆に皆様方のほうからご提案があればいただきたいと思っております。もう1点。見守りというのもやっています、高齢者の方の周りの方へそういう情報提供をして、例えば包括支援センターですとか、あるいは施設へ、高齢者がご利用いただく施設の、例えばヘルパーの方たちに知っていただいて、日頃接している方が感じていただいて、これは何々さんおかしいよ、消費生活センターに行ったらというようなことでの、そういう見守りの方々にも情報は提供しています。ほかにご提案があれば、ぜひご意見をいただきたいと思っておりますし、計画策定の中でも参考にさせていただければと思っています。

朝日会長： センターの取組の中で社会教育、生涯教育、啓発、広報、社会教育に当たる部分というのを簡潔に教えていただいて、そこが課題というか限界を感じているところもあるということで、そこに関するご意見もあればお願いいたします。

丸山委員： 民生児童委員の丸山です。初めて質問させていただくんですけれども、今回の審議会も資料が膨大で、全てに目を通すのがなかなか難しいところがあったりしますけれども、ポイントとしては、今ちょうど議論されていたような見守りであるとか、いわゆる消費者教育、表現が随分ごっついんですけれども、平たく言うと私どもの民生児童委員の活動という、日常の高齢者に向かって見守りというよりも、いわゆる友愛訪問と称していますけれども、健康上問題ないですかという声をかけて回るのが日常です。そんな中で、やはり生活に困窮されていたり、通常、先ほどの前半の審議内容にありましたように、学校教育の現場とか、比較的、消費意欲の旺盛な方に対する啓発の方法というのは、いろいろ方法がたくさん想定されていることと思います。比較的、私どもの日常、体験する高齢世帯の調査訪問その他によると、なかなかハイカラなデジタル機器を駆使しているわけではなくて、生活弱者のところはどうやってこういう微妙なニュアンスを届けられるかなという啓発の方法を少し工夫していかないと、テレビその他のスポットであられる情報、啓発というのはかなり普遍的で強いんです。なかなか一朝一夕にそういう方法をお願いしますというのも漠然とし過ぎますけれども、いわゆる生活弱者、これらの方に広く、この消費者トラブルというのが、こういう実態があって、こういうところはかなり気をつけた方がいいですよというのを紙で配るのか、口伝で伝えていくのか、いろんな方法を工夫したいと思うんです。この辺をぜひ、消費に対するアクティブに動ける世代ではなくて、かなり騙されやすいと言ったらなんですけれども生活弱者あたりをどう救済するかというこの観点も、ポイントとして付け加えていただくと、我々の日常からすると、かなり有効になるのではないかなという、感想です。

朝日会長： 資料1の小学校、中学校とありますけど、今、貴重なご意見をいただいて、どこをターゲットにしているかというカテゴリーの中に、高齢者というふうにくくられていますけれども、生活の、そのところの生活者という、そういうところによって届き方なり、媒体が違うのではないかというご指摘だったかと思うんですけれども。この表すごくありがたいです。まとめていただいて、すごく分かりやすくなりました、ありがとうございます。丸山委員、ご指摘、ありがとうございました。

山本委員： 山本です。先ほどSNSのお話があったので、それにちょっと関連して思ったことを述べさせていただきます。前の会議で、小学1年生からタブレットを使っているというお話がありましたけれども、今の若い世代の人たち、いわゆるデジタルネイティブ世代って言われる

ような人たちで、そういった若い人たちに対してどうやって消費、消費者教育に絡んだ情報を伝えるのかというところが結構、課題なのかなというふうに思っています。今の若い人の特徴としては、テレビのニュースとかCMというのはあまり見ない。むしろ、YouTubeとかの動画を見るとか、SNSですよね、TwitterとかLINEとか、そういうものを使っていくという特徴があります。そうなってくると、SNSって自分の興味があるような話題しか見なくなってくるというか、Twitterにもおススメのツイートみたいなものが表示されたりとか、Instagramでも自分の興味があるものと関連したような画像とか動画が流れてくるというふうに、情報を得られる範囲というのがとても狭まっているというような実情があります。先ほど、SNSでの宣伝というようにお話があったので、具体的にどういうふうな方法で広げているのかという、具体的なお話は分からないんですけども、私からもし提案ができるとすれば、例えばYouTubeの動画の広告であったり、TwitterとかInstagramも広告というのがありますから、そういうふうなことで広くいろんな人に見てもらおうというような案はありますし、それから学校教育の現場では結構ギチギチなカリキュラムの中の消費者教育をやっているということではありましたけれども、でも、例えば小学生とかの生徒とか、初めての消費者教育というのに触れる最初のステップとして、やっぱり教育を、私は必要だなというふうに思っていて、そこで初めてこういった消費者トラブルがあるんだとかということを知るきっかけの一つになると思うので、いかにそうやって情報を与えていく接点を増やしていくのかというところは大事だと思います。

今、広告の話もしましたけれども、例えば、紙ベースにはなってしまいますけれども、学校のトイレとかに心の相談窓口みたいな、ちっちゃい四角い紙が置いてあったりするんですけども、そういったものに似たような感じで、もし何か消費者トラブルになったらここに電話してくださいというような、ちょっとした紙を置いておくとかというような施策ができるのではないかなと思っています。既に実施しているということであれば申しわけないんですけども、意見を述べさせていただきました。

朝日会長： 先ほどの無料で消費できるのも強制的に広告が挟まったりしますよね。そういうのをSNSで活用してはどうかというのもありました。次に、こっちの資料5のほう、私、最初の二つって申し上げたんですけど、こちらの学校の、資料5の消費者教育実態調査のほうにも入って、ご意見いただければと思います。

黒崎委員： 黒崎です。資料4を読みまして、質問書、期限が過ぎてしまったんで、この場で申し上げたいと思ひまして、前段の会議で学校教育の現場の話がありましたけど、現場の負担、先生の



負担がすごく大変だなと感じましたので、やはり学校教育に偏るのではなくて、学校と家庭と地域社会の三つがうまく3分の1ずつ負担して、総合的に教育をしていくのがいいのではないかなというふうに感じました。これは感想です。それを踏まえまして、ちょっと資料4で気になったところがありますので、幾つか申し上げたいと思います。まず副読本のデジタル化の取組が素晴らしいと思いました。家庭の話ですね。生徒児童の方にはこれを見て勉強されると思うんですけども、せっかく家庭に持ち帰っているのに、親御さんとか、おじいちゃん、おばあちゃんとかも含めて消費者教育というのは、今、学校でこういうことをやっているみたいな広がりがあると消費者教育を受けていない世代にも、こういうことがあるんだなというのが伝わるかなと思いましたので、そういう取組があるといいんじゃないかなと思いました。あと、講座がすごくたくさん開催されていて、情報提供、紙で配るとか掲示するのもあると思うんですけども、やっぱり行って1時間、座学で勉強するというのが、やっぱり一番、教育としては、入ってくるというか効果が高いんじゃないかと思いますので、やっていること自体、素晴らしいと思います。その開催されていること自体の案内とか、申込方法とかについて、何か課題があるのかないのが、資料上は読み取れなかったもので、来てもらいやすい方法というのが何か課題があれば取り組んでいただきたいなと思います。もう一つありまして、先ほどLINEのお話がありました。LINEは素晴らしいと思います。情報提供ですね。私は意見で、アプリと書いたんですけど、このプッシュで自分の携帯に情報が勝手に入ってくる、そういう状態がいいんだと思いますので、アプリはちょっとお金がかかると思うので、LINEの取り組みは広げていただくと良いんじゃないかなと思います。

あと、三つぐらいあります。地域に入っていく話、フェスティバルをやっている取組、南大沢の方でマルシェというのを定期的にやっています、そこに結構ブースが出て、野菜とかそういうお店が多いんですけども、そこに例えば消費者教育に関する情報提供のブースとか、そういったものを楽しいお祭りの中に一角あって、楽しいイベントのついでにちょっと勉強しようかなみたいな、何かそういう感じでそこにブースがあると情報提供がしやすいんじゃないかなというご提案です。あと二つあります。

まず、地産地消の食育の話がありました。こちらもすごく素晴らしいなと思っていて、八王子産の野菜とか、今30何%でしたかね、ここについては食の大切さを伝えつつ、八王子産の食品についてもどんどん割合を高めていってほしいなと思います。最後は、私だけかもしれませんがSDGsの取組があると思います。SDGsは素晴らしいことだという前提があると思うんですけども、SDGsに名を借りた詐欺とか、何か高額商品を買わされるとか、そういったものもあるかもしれないと思っています。だから、全部正しいんだと思って信じ

て、それは全部いい取り組みなんだというふうになってしまう消費者がいると、騙されてしまいますね。SDGsなんだけど、これは本当なんだろうかというような、ちょっと穿った見方をできるような人が増えると、それに名を借りた詐欺には騙されなくなると思って、私は生きています。全てを、これはいいことだから、これはいいんだなというのではなくて、ちょっと疑う目を持っているのも、学校教育ではあまり言いづらいと思うんですけども、家庭、地域のほうとか、そういうところでは教えていくのがいいんじゃないかなと思います。

朝日会長： SDGsのほうは、議事2のほうでありまして、大事なご指摘だと思います。そこに移る前に、今、いろいろご提案をいただきました。アウトリーチの点であったり、届き方の確認の点であったり、SNS、LINEのプッシュ通知。今の取組の良い点と、現状確認、本当に効果が出ているのかっていったところとあるかと思います。私、関連して一つ、思ったんですけども。学校教育と多分、流れとしては先ほどから社会教育との連携とか、軸足を移すというところがあったかと思うんですけども、学校教育そのものが、子供の自立的な思考とかそういうのを促すような方向に移っているということと、あと社会教育との連携、家庭教育だとか社会教育と一緒にということなんだなというのが先ほどの会議で上がったんですけども、それを考えたときに今の教材のあり方というのが消費者教育の教材ですって言って提示したときに、その教科、時間としてはなかなか時間が取れないというような話があって、要はどうやって埋め込めばいいのか。でも、やらなきゃいけないことは分かっていると。何か、どうやって埋め込めばいいかという知恵が、多分求められているかと思います。先ほどの野崎委員のところも、自治会だったり町会だったりとかいろんなところに情報提供するときにも、そういった今までの素晴らしい媒体がいっぱいあるわけですよ、先ほども所長のほうからお話がありましたけども、それをどういうふうに出すかという話があったんですけども、使い方のところをどうやって現場に埋め込んでいったらいいかというところの知恵が求められているような印象を持ったところです。

野崎委員： 5の資料で、小学校のところで、教科書以外に使用した教材ありますかというところでね、4分の3が、ないというんですよ。これでは先生、教えるのなかなか難しいんじゃないかなと思うことと、それから中学生のほうでいくと、この比率はちょっと下がって、32.6%が活用できる教材が少ないというところが、これが小学校の11ページですか、こういうことについては教材等の積極的な、国で、国とか地方行政でいろいろ消費行政に対する、消費者のニーズに対する応援はしてくれているんですけども、そういうものに対する資料の提供というのはあまりないのかなというふうに思うんです。それで、消費者教育とはというところ

ろの①に、自ら考え、自ら行動する自立した消費者というふうになっていますので、ぜひ、教育現場のほうで教えることで、そういうしっかりした考えを得られるように資料を提供したらいいんじゃないかなと思っております。これ、データを見ると、小学生とかなという方が大分多いので、そこら辺をもうちょっと提供したらいかがかなと思ってます。

朝日会長： 令和5年度、平成28年度との比較でも、私もちょっと矛盾しているなと思う部分もあって、事例や教材はあるけれどもという話なのかなと思いきや、こっちにはない、少ないというような話もある。やっぱり、本当に認知されていないとか少ないのかなのか、それともすぐ活用できるような形として、ないって認識されているのかというようなところあるかなと、私も思いました。

利光委員： 先ほど橋本所長より「八王子市友達ライン登録」が人口約58万人に対して2万人あるとのご説明がありました。そうすると重要課題2消費者教育の推進における「様々な研修・講座の受講者数」の令和5年度目標値3,500名はもっと増やすことが可能と考えますがいかがでしょうか。

私の感覚とすれば工夫次第では、58万人の約1割でざっと5万人程度の研修・受講者数とする意欲的かつ戦略的な目標設定をしても良いと思われまます。

事務局： やはり、より多くの方にご利用いただきたいと思っています。もちろん、私どもの専用のお友達LINEではございませんので、市のあらゆる情報を入手していただくことができますし、御自身が入手したい情報をチョイスして収受するということもできるようなLINEのシステムになっていますので、いずれにしましても、委員おっしゃられたようにより多くの方に、まずはお友達登録していただくということも、広報特集号などにも、ちょっとそういう案内をしたりとか工夫して、今後も行っていきたいと思えます。

渡邊副会長： 渡邊です。今のお話と関連して、今日、机上交付されている特集号、ここを開いていただくと、左下のほうで消費生活センターの御案内というところで、赤く囲まれたところで国民生活センターのLINEアカウントというところのQRコードが書かれているかと思うんですけど、実は、私もこれ、登録してはいるんですが、かなりの頻度で情報が発信されるんですよね。それこそ、毎日とは言わないですけど、夕方ぐらいに1通、2通来るかなというところで、これを見ているだけでも情報としては、それ相応のものが本来は入ってくると。ただ、恐らくこの国民生活センター、こういったLINEで発信しているというところの情報であったりとか、就職センターであったりとか、こういったところの認知度がやはり、そんなに国民なり市民なりに知られていないのかなというところがあって、社会的弱者の方にどう届けるかというような、また別の問題がありますが、うま

く周知していかないと、せっかくうまいこと発信しているのに届かず、被害防止につながっていかないということがあったりするので、こういったことはやっぱりうまく活用できるといいなと思いました。

朝日会長： 先ほどのブッシュのお話ですよね。議事2に移らせていただきたいと思います。議事2の先ほどももう御意見いただいたところ、一ついただいたところでもあるんですけども、SDGsとエシカル消費について、第3期八王子市消費生活基本計画におけるSDGs及びエシカル消費について、どういった視点や内容、計画に向かっていくべきかというところ、これも先ほどの教育推進会議のほうの実態も踏まえまして御意見をいただければと思います。エシカル、SDGs自体が詐欺の、そうになってしまうというところの視点をいただきました。

利光委員： 偶然ですが、今週発売されている日経ビジネス(2023.7.24号)は「エシカル消費」が特集記事となっています。日経ビジネスの読者層は主にビジネスに携わる方ですが、内容は利益追求を伴った社会貢献に資する記事となっています。教育の側面と違った切り口で興味深いものとなっていますので是非一読していただければと思います。

こういうビジネス誌が取り上げることで、エシカル消費は社会に浸透していると感じられます。

朝日会長： ご紹介ありがとうございます。ほかには、ございますか。

赤木委員： 先ほどの教育推進のほうの会議でも発言がありましたけれども、エシカルもSDGsも、学生の人たちは基本通りやって、動いてきているんですよね。多分、我々の世代よりは正確に一つ一つ消化しながら、身につけているんじゃないかと思うんです。一方で、我々が社会人から、社会人でも、もう先がない世代にとっても、これは次の世代のためには何もしないわけにもいかないんじゃないかなというふうに思うんですが、自分たちがその情報を正確につかむ手段を身につけていない。かいつまんでとか、質問するのも恥ずかしいとか、そういうことが何か邪魔をしちゃって、意外とほんの一部分でこういったことを理解している。そういう部分からしますと、やっぱりSDGsにしてもエシカルにしても、これ、日本語訳で、エシカルといえば倫理的な消費だったわね、もう一つかみ砕いて、どっかのレベルで発信をしていければ、我々の世代も理解できるんじゃないかと思うんです。先ほど、すごく議論がいいなと思ったんですが、黒崎さんとか山本さんのお話にあったんですが、私、前回の議論の中で、年配者にとってスマホがもう、ただの電話になっていますよという話をね、私もそうなんですけども、耳にするんですが、実は、私、八王子市の公式アカウントで、LINEとFacebookを持っているんですよね。で、あとTwitterもあるし、Instagramも、全部公式アカウントを八王子市は持ってい

るんです。これは、1回フォローしておけば、もう随時、流されてきますので、今まで情報を正確に持ってなくて、あるいはかいつまんで拾っている人たちに、市の関係部署が系統的に流してくれたり、学びの場を提供してくれたり、それから防犯、防災の緊急連絡が入ったり、福祉の情報も流れてきますし、自分で必要か必要でないかは選べばいいんですけども、すごく八王子市民感覚といいますかね、全国的、世界的な情報じゃなくて、八王子ローカルで必要な情報を流してくれていますんで。ということは、各世代によって、T w i t t e r世代みたいなものもあったり、F a c e b o o k世代もあったりすると思うんですね。L I N Eだけじゃないんで、いろんな世代で自分たちが使っているSNSを使って、同じ情報を得られる。であれば、身近な人たちに何か一つ、SNSに入ってもらいように。で、八王子市の公式アカウントを入れてもらう。これを、何か八王子市の各部署連携で、皆さんやってもらって、我々もそれを後押ししていけば加入者が増えてきて、今、紙媒体で渡すのに苦労しているんですけども、そういったこともかなりクリアできるんじゃないかなというふうに思っています。せっかくここまでやっているんだから、受け皿のほうの整備をね、やってはどうかというふうに思っております。

朝日会長： 先ほどの流れで、スマホを使える方にとっては、やっぱりプッシュ型のそういったSNSの有効性というのが大きいんじゃないかと。でも、それには世代別の特徴があるので、それを踏まえてということのお話ですね。あと、やっぱりSDGs、多分、全庁的に取り組まれていることなので、地域性を持った、あるいは行政の情報が流せるのではないかというお話でした。ほかにはいかがでしょうか。実際、特に若い人、充実した教育を受けて、多分意識が相当高い、みんな、海洋プラスチックとか知っていますしね、学校でやっているね、ストローとかもあれですし、というところあるかと思うんですけども、世代の感覚というのは大事ということでした。私、一つだけ思ったことがあるのが、先ほどの儲かる、儲かるエシカル消費というのは、多分、もともとはエシカルとか、こういうSDGsとか配慮していくとコストがかかってしまうとか、高くなってしまふからとかいうところあると思うんですよ。そこが、意識変わっていけば、そっちのほうももうかるというふうになっていくというのはもちろんありますし、あとはもう一つ、前も申し上げたかと思うんですけども、知らず知らずにそういうふうに行動を持っていくような仕組、プッシュ型通知もそうですし、ナッジみたいなものとか、逆に先ほどおっしゃったようなダークパターンというような、知らず知らずのうちに何か損するような罠にはまってしまっているとか、何かそういったところの仕組の活用と、何というか注意という、知らず知らずにいいことをしてるということもありますし、知らず知らずのうちに、仕掛けにも使えるけれども逆に被害に遭うのにも利用

されたりするというので、消費行動に関わるそういったナッジとかダークパターンみたいなところの知見というのを少し詰めていってもいいのかなというふうに思いました。それでは、時間が来てしましまして、特に議事について、もしかしたら、まだ言い足りないところもあるかと思うんですけれども。とりあえず、ここで一旦終わりにさせていただきたいと思えます。それでは、最後に、その他について事務局からお願いできればと思います。

事務局： お手元に、先ほど話題に上がっておりました消費生活特集号のこれ、昨年の9月1日号の記事ですけれども、お配りをさせていただきました。また、今、7月ということで、今年の9月1日に消費生活特集号を出したいと考えております。その中で、また皆さんからこういうのを取り上げたらどうだというような、もしお考えがあれば拝聴させていただきたいなと思っております。例年ですと、こういった、今回、今まではこういう1年前の相談のまとめたようなもの、特徴的なものですか、あとは特に、若者、高齢者が、割と相談件数全体の4,000数百件、毎年、消費生活相談をいただくわけですが、多いところに注意喚起する意味で、こういったものを載せて、最後にはこれ、裏表紙で、エシカル消費、SDGs関係を載せさせていただいたりはしておりますが、今年ではできれば、来年、計画改定もありますので、その辺もちょっと載せられればいいかなと思っておりますが、委員の皆様から何かお考えあれば拝聴したいと思います。よろしく願いいたします。

野崎委員： これ、どのぐらいするんですかね。町会自治体連合会の毎月、定例会があるんです。こういうのを、もしね、提供していただければ、毎回でなくても、特集があったときにやっていただければ、各町会と自治会長が集まる定例会ですから、今こういうのが出ているから、みんな、よく参考にしてくれというのを、各町会、自治会、帰って、定例会等において紹介できると思うんですけれど、もったいないと思うんですよね。

事務局： 説明が不十分で申しわけないです。これは、毎月1日号と15日号、月2回、広報はちおうじを、市のほうで出させていただいています。その9月1日号であれば、それに挟んで、基本的には約28万分になろうかと思いますが、各御家庭に、シルバー人材センターを通じて全戸配布はさせていただいてはおります。

野崎委員： これは受けるほうが問題なんですけど、もらったものをよく活用できればいいけど、あ、入っているなという程度で終わっちゃったんじゃないかな。

町会自治体連合会の定例会等々に動いてね、やれば、もっとみんなのところこういうのは行ってるわけだろうから、よく各町会自治会の中で、気をつけてくれよというようなことも、さらにプッシュができるんじゃないかなと思うんですよね。

事務局： ありがとうございます、よろしく願いします。また、連合会の、会合とかにお邪魔をして、

またPRもさせていただきたいと思います。

朝日会長： 活用ルートのご提案、ありがとうございました。

事務局： この広報に関する意見ですけれども、審議会の資料の後ろのほうに意見書というのをお付けしております。7月の31日限定でお受けさせていただきたいと思います。広報以外のことは、さらに1週間ほど、ただ8月も次の会議が迫っておりますので、大体8月の、広報以外のことでしたら、8月の4日ほどまでにいただけたらなと思います。よろしくお願いいたします。

本日、メールで意見書のほうはお送りさせていただきます。

朝日会長： 31日までと、あと4日までということです。それでは、以上をもちまして本日の議事を終了いたします。皆さんお時間いただきありがとうございました。それでは事務局にお返ししたいと思います。

事務局： 朝日会長には、審議会進行ありがとうございました。また、委員の皆様、長時間にわたり御審議いただきましてありがとうございました。次回の審議会開催日ですが、今、会長からお話がありましたように、8月の17日、木曜日、時間は午後2時です。ただ会場が変わりまして、東京たま未来メッセにある保健所の4階、保健所はお分かりになりますかね。

すぐ東側にあるんですけれども、そちらのほうの4階の401会議室で開催いたします。

また改めて、文書等でお知らせいたしますので、よろしくお願いいたします。

以上で、本日の審議会を終了させていただきたいと思います。ありがとうございました。

—閉会—