

第12次横浜市消費生活審議会 第4回施策検討部会会議録	
日時	令和2年3月11日(水) 9時58分～11時45分
開催場所	関内中央ビル3A会議室
出席者	榎本委員、佐藤(喜)委員、城田委員、田中委員、星野委員、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	長尾委員、細川委員
開催形態	公開(傍聴者0人)
議題	議題(1) 会議録確認者の選出について 議題(2) 「若年者への消費者教育の在り方」骨子(案)について 議題(3) その他
決定事項	○会議録確認者は榎本委員、城田委員とする。
	1 開会
田中部会長	おはようございます。定刻より少し早いですが、第12次第4回の施策検討部会を開会させていただきます。本日は、委員の中で長尾委員、細川委員が所用によりご欠席とのご連絡をいただいております。その結果、委員総数9名中、7名が出席しておりますので、横浜市消費生活条例施行規則第2条により会議開催の定足数に達しております。また、情報公開条例により、本日の審議会は公開となります。本部会の会議録は、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。それでは、議論に入る前に事務局より報告がありますので、事務局からお願いいたします。
事務局	おはようございます。よろしくお願いたします。消費経済課の方で1月1日付で係長の異動がございましたので、挨拶をさせていただきます。
松崎係長	おはようございます。経済局消費経済課消費生活係長の松崎と申します。今年の1月より、こちらの部署の方に参加しました。これからどうぞ、よろしくお願いたします。
事務局	以上でございます。

	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、議事次第に沿って進めてまいります。まず議題（１）で、「会議録確認者の選出」を行います。今回は、順序から榎本委員と城田委員にお願いしたいと思いますが、お二方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）「若年者への消費者教育の在り方」骨子（案）について
田中部会長	<p>それでは議題（２）「若年者への消費者教育の在り方」骨子（案）についてというのに入ります。資料２をご覧ください。これまでの議論を元に資料２の骨子（案）を事務局の方で作成してくださいました。次回の第５回施策検討部会が本部会としては、最後の部会となりまして、その際は議論の結果を報告書としてまとめていくこととなりますが、その元となる骨子を今日固めるということで、資料２を用いて議論することとなります。骨子（案）は３章構成となっております、１ページ目に「はじめに」というのがあって、報告書の目的が記載されております。続いて「第１章」というのがあって横浜市における若者の消費者被害の現状を記載しています。２ページに「第２章」というのがあって、若者を対象とした消費者教育の現状と課題をまとめています。その上で、４ページに「第３章」というのがあって、若年者への消費者教育推進に向けた対応の方向性について、これまでの議論をまとめています。本日は、各章ごとに事務局からの説明、報告をいただいた後、最終的な報告書に盛り込んでいく、我々の意見としての追加やまとめ方に関するご意見などを委員の皆様からいただければと思います。それでは、骨子（案）の「はじめに」と「第１章」について、事務局よりご説明をお願いいたします。</p>
	～ 第１章について ～
事務局	<p>着座にて失礼いたします。それでは、資料２に基づいてご説明をさせていただきます。前回の部会で報告書のテーマとしましては、「成年年齢引下げにより危惧される、若者の消費者被害を防止するために、どのような取組をしていくか」が中心である、ということが改めて確認されたかと思えます。</p> <p>「はじめに」では、「成年年齢引下げにより、消費者被害が低年齢化する恐れがあり、若年者への消費者教育は喫緊の課題である。これを踏まえまして、本報告書では被害の未然防止・拡大防止といった観点を中心に若年者の消費者教育の在り方と対応の方向性を示す。」と、テーマ設定の背景や報告書の主眼がどこにあるかというのを冒頭に記載させていただいております。</p> <p>続きまして、第１章になりますけれどもこちらでは、「横浜市における若者の消費生活相談の現状」として、本市センターに寄せられた相談を元に記載をさせていただきます。報告書では図や表を掲載する予定ですが、本日は別紙という資料がございますので、こちらの補足資料にデータ等を記載し</p>

ておりますので、合せてご覧いただければと思います。

それでは、第1章「1. 若者の消費生活相談の推移」では、別紙の図1にありますように、18歳から23歳までの相談件数を比較しますと、20歳で件数が突出して増加していることがわかります。その要因としまして、未成年者取消権が抑止力となっていることが部会の中でも触れられました。また、その背景としまして、成人を迎えた直後に悪質事業者に狙われているといったケースがありますが、別紙の参考1というところに事例を掲載していますので、後ほどご覧いただければと思います。また、民法の改正後は、現在の成年年齢よりも2歳、年齢が若くなることから、20歳の時と比べまして知識や経験の差がより大きくなり、被害の急増が懸念されるといったご意見がありましたので、その点についても記載してございます。

続きまして、「2. 若者の消費生活相談の特徴」としまして、平成30年度に寄せられた相談を基に、現在未成年である、18歳から19歳と成人である20歳から22歳の相談内容を比較しています。別紙の補足資料は2ページをご覧ください。「(1)若者の相談に多い商品・サービス」については、別紙の表1にございますように、18歳から19歳では「デジタルコンテンツ一般」や「アダルト情報サイト」、「他のデジタルコンテンツ」といった、メールによる架空請求やSNS、アプリの利用といったインターネットに関連する相談が中心に多いことがわかります。一方で、別紙の表2、20歳から22歳では「稼げるノウハウなど、情報そのもの自体が商品である情報商材」の購入に関わる「他のデジタルコンテンツ」や「教養・娯楽サービスその他」、「他の内職・副業」、「投資情報サイト」が多いなど「簡単に儲ける」話をきっかけに被害に遭うケースが多くなっているということがわかります。別紙の参考2と参考3にも事例を掲載しておりますので、後ほどご覧いただければと思います。

続きまして、「(2)若者の相談に多い販売形態」につきましては、別紙3ページの図2と図3をご覧ください。18歳から19歳では、平成30年度は「通信販売」が55%と半数以上を締め、その割合は前年度よりやや多くなっていることがわかります。また、20歳から22歳では、18歳から19歳と比べると「通信販売」の割合が減る一方で、「店舗購入」、「訪問販売」、「マルチ・マルチまがい」の割合が多くなっていることがわかります。

続きまして、「(3)契約購入金額」につきましては、別紙4ページの図4をご覧ください。平成30年度の分析を比較すると、18歳から19歳では、「1～5万円未満」と「10～50万円未満」の割合が多いのに比べ、20歳から22歳では、「10～50万円未満」に次いで「50～100万円未満」の割合が増えるなど、年齢があがるとともに、契約購入金額が高額になるということがわかります。最後に、資料2の2ページをご覧ください。(4)ですけれども、これまでの消費生活相談の現状から見た「若者の消費者被害の特徴と課題」としまして「ア 知識や社会経験の不足につけこまれる」、「イ 『儲かる』などの話しにつられやすい」、「ウ SNSやインターネットの利用がトラ

田中部会長	<p>ブルのきっかけとなることが多い」、「エ 借金やクレジット契約を勧められ、安易に高額な契約をしてしまう」といった4つの特徴と課題をまとめました。第1章についての説明は以上になります。</p> <p>ありがとうございました。センターのデータをだいたい使わせていただいておりますけど、本日も横浜市消費生活総合センターから、大澤センター長と荒相談啓発第一課長にオブザーバーとしてご出席いただいておりますので、適宜、ご発言いただくこともあるかもしれません。よろしくお願いします。</p> <p>「はじめに」と「第1章」についてご説明いただきました。特に第1章では、消費生活相談の現状から若者の消費者被害の特徴と課題をまとめた内容となっているということでしたけれども、今のご説明を踏まえ、何かご意見や追加すべき内容がありましたら皆様から頂きたいと思いますが、いかがでしょうか。</p>
村委員	<p>1 ページの第1章の1の三つ目のところなんですけれども、「成年年齢引下げで今よりも2歳成年が若くなる」という指摘がありますよね。それから「2歳若くなり知識や経験の差もある」となっていますが、私の多くない経験に基づく話で申し訳ないのですが。十数年大学の教員をやっているわけなんですけれども、成年年齢が18歳になるということが、どういうことかということなんですけど。浪人しないで順調にいくと多くの人たちが高校3年生の誕生日で成年を迎えるわけですよ。現在の20歳は、高校を卒業して2年目なので、社会人になった人もいるし、大学生になる人もいるし、専門学校にいった人もいるということなんですけど。高校を卒業した2年間というのは、社会人になった場合でも大学生になった場合でも、私は専門学校にいった場合は、よくわからないのですが。自分で決めて自分でやらなければいけない、という経験や失敗しても自分でどうにかしなければいけない経験をもろにするわけですよ。例えば、大学の場合だとクラスはないし、教室はないし、担任の先生はいないし、授業は自分でとって卒業単位に届くように自分で差配しなきゃいけないわけですよ。部活なりサークルなりバイトなり、上手くやれるように差配していくわけですよ。この2年間で学力や勉強するようになったかは置いておいて、学生はすごく成長するんですよ。赤ちゃんだったのが大人になったように見事に変わっていくんですね。しかし、高校3年生の誕生日を迎えた時点ではそれが全然ない状態で。生徒たちは全然自覚していませんけれども、小学校、中学校、高校と結局、先生と親が面倒を見ているわけですよ。保護下にある。はっきり言って保護されて、みんなに守られているという自覚は、高校生には全くありません。そういう状態で成年になるというのは、2歳の年の差があるだけではないと思います。だから、ここで言うと、「2歳若くなる」ということしか問題にはしていませんけど、そういう現実を少し書き込んでいただいた方が、18歳に引き下がるというのは、ただ2歳若くなるということだけではないということが</p>

	<p>わかってもらいやすいんじゃないかなと。書き方が少し難しいかなと思います。このままでは、ただ2歳若くなるだけで、2歳くらい大したことではないでしょ、という意見も出かねないので。この2年間でものすごく成長にとっては大きいと私は思うので、そこを書き込んでもらえると良いと思います。</p>
田中部会長	<p>ありがとうございます。高校卒業後の2年間にあたるので、そこにおける社会などでの経験や得る知識は膨大なものになるので、この2年は他の世代における2年と比べると大きいということですよ。それでは、そういう形で盛り込んでいければと思います。</p>
望月委員	<p>今の意見の補足になりますが。「知識や経験」という言葉があるんですが、例えば補足として「社会における社会的知識や社会的経験」としてはいかがでしょうか。</p>
田中部会長	<p>はい。わかりました。</p>
村委員	<p>ちょっと補足をします。そのことって、2ページ目の(4)の特徴と課題に結びつく部分でもあると思うんですけど。結局、万能感、幼いほど万能感があるんですよ。「自分はなんでもできる」と。結局、社会経験がほとんどないということは、万能感が残っているんですよ。だから、世間はどうかあれ、「自分はよく分かっている、絶対大丈夫」と、根拠あるの？って言うのと全然ないんですけど。そういう万能感が残っています。</p> <p>だから、大学に入って5月くらいになると新聞の訪問販売の被害に遭う学生が出てくるんですけど。どうして被害に遭ってしまうのかという話になると、「自分はちゃんと断れるし、絶対に大丈夫」という自信があったんだけど、「現実に遭遇したらダメでした」と。だから、結局、セルフイメージが社会経験がないために誇大なんですよ。危機管理が全然できていない。それは要は、(4)アとも他の内容とも結びつくと思うので、わかりやすく書ければと。</p>
田中部会長	<p>事務局から何かありますか。</p>
事務局	<p>今いただいたご意見を踏まえて、記述を膨らます工夫をしたいと思います。</p>
田中部会長	<p>今出たご意見はそれぞれ、意見に説得力を持たせるために必要な事項だと思しますので、今課長がおっしゃったような方向でまとめていきたいと思えます。</p>

星野委員	データが色々出ていますが、全国データの比較はできないでしょうか。比較した上で横浜市ならではのものがあれば、せつくなので記載しても良いのかなと思いました。
村委員	よろしいでしょうか。全国的なデータだと、国民生活センターのデータがあればできると思うんですけど、私の知る限りで言うと別に全然違いはないと思います。全国的な状況と横浜市はほとんど変わりが無いというのが私の認識ですが。
星野委員	変わりがあればというくらいで。
村委員	むしろ、全国的にも横浜市と同じ状況になりますというようなことになるかもしれませんし、分析していただいた上で、特徴があればそれは記載していただき、そうでなければというところでしょうか。
星野委員	何もないければ、いいと思いますが。
田中部会長	星野委員のご指摘もごもっともで、村委員のご意見も私の認識と同じなのですが。比べるとしたら国民生活センターのデータ及びその分析と横浜市の分析となるでしょうが、傾向の違いなど何かコメントしておくことはありますか。
事務局	実際に比べてはいないのですが、私たちがよくやるのは他都市との比較はよくやるのですが。そういった中ではほとんど同じ傾向になっているというところで、全国的な比較はしていないので、確認はいたしますが今の印象ですと、あまり変わりはないのかなという印象です。
星野委員	私もあまり変わりはないのかなとも思うのですが、実際に比較したわけではないということでしたら、見てみないと分からないですね。
田中部会長	一応、確認をお願いします。
事務局	はい。確認させていただきます。
望月委員	今の補足ですが、私が最近見た情報ですと、横浜市の消費生活総合センターから発行されています、「よこはまぐらしナビ増刊号」によりますと、星野委員からお話しがありましたような、相談が多かった上位5品目など記載されています。これが何かと言いますと、「消費生活相談の動向2019」から抜粋されたものなので、これを参考にされると少しわかるかもしれません。

佐藤委員	<p>文章を読めばわかるのですが、18歳から19歳で一番多いのが「デジタルコンテンツ一般」で20歳から22歳が「他のデジタルコンテンツ」となっていて。多分、「デジタルコンテンツ一般」は書いてあるように、アプリとかSNSとかそういうものを指しているとわかりますし、「他のデジタルコンテンツ」というのも、情報商材ですとか儲け話なんだなど、なんとなくのイメージはわかるのですが。パッと文字だけ見た感じだと、表に目が行くのでどう違うのかなと思ったりもします。もう少し、補足と言いますか違いがわかるような工夫が必要かなと思いました。表に注釈を入れるほどではないかもしれませんが、ちょっと表を見た時に左と右とどう違うのだろうと思ってしまったので。</p>
事務局	<p>はい。そこは工夫をして分かれていることがわかりやすいようにしたいと思います。</p>
佐藤委員	<p>そうですね。どちらもが上位に来ているだけにわかりづらいなと思いました。</p>
田中部会長	<p>ちなみに、どういう定義なんですか。</p>
事務局	<p>「デジタルコンテンツ一般」の括りの中に「他のデジタルコンテンツ」も含まれていまして、パイオネットの仕組み上、キーワードが複雑に分かれています。先ほど、佐藤委員からありましたように事例に記載されているような内容でしたり、デジタルコンテンツそのものはインターネットを介して契約をしているようなものとなりますので、「他のデジタルコンテンツ」ですと、スマートフォンなどを使って副業サイトなどの契約をしてしまったというものも含まれていまして、相談の内容でかなり細かく分かれている部分があります。ただ、パイオネットのキーワード一覧というものがあっていて、ある程度、こういう内容のものを割り振ると決まっているので、報告書に記載する際はそういった点も含めて補えるようにしたいと思います。</p>
田中部会長	<p>必ず1つに分類されるんですけど。</p>
事務局	<p>複数割り振られる場合もありまして、第1キーワードや第2キーワードとって1つの相談について、関連するものをいくつか割り振ることもできます。今回の表は一番最初に振られているキーワードを元にした内容です。</p>
村委員	<p>今お話しがあったのは、国民生活センターがネットで情報を集積するシステムとしてパイオネットを使っているわけですが。そこで決めているキーワードを振って入力しなければいけなくて、キーワードを元に分析をしているわけですけども。こういう言い方しては何なのですが、国民生活センター</p>

<p>田中部会長</p>	<p>のキーワードは全然学術的なものではなく、現象ごとにキーワードを増やしていくというものなので、いわゆる定義、抽象的なきちっとした定義は多分ないんですね。なので、佐藤委員のご指摘はもっともで多分一般の方が見ても全然わからないだろうなと思うので、「デジタルコンテンツ一般」で苦情が多いものの上位何種類かの例示を挙げていただくレベルでいいんじゃないかと思います。厳密な定義はできないですね。相談員さんも困っているところですけど、歴史が非常に長いものなので整合性があるキーワードに変えるというのは莫大な量ですし、相談員さんにも負荷がかかるのでできないんですね。要するに、出来の悪い旅館が違法改築されているみたいな、良く分からない状態で構造がめちゃくちゃになっていると。公的な場所でこういう発言は不適切かもしれませんが、実態はそうなっていると思います。なので、典型的な例示をするということはどうでしょうか。</p> <p>それでは、脚注をつけて「〇〇、〇〇〇、〇〇〇など」という説明の方がいいと。明確に定義しろと言われても、かえって混乱するだろうということですね。わかりました。それではそういう方向で整理したいと思います。それでは、第1章についてのご意見はこの程度でよろしいでしょうか？それでは、骨子（案）の2ページ「若者を対象とした消費者教育の現状と課題」について、事務局からお願いしたいと思います。</p>
	<p>～ 第2章について ～</p>
<p>事務局</p>	<p>資料2の2ページをご覧ください。第2章になりますが、「若者を対象とした消費者教育の現状と課題」につきましてまとめています。「1. 若者の消費生活に対する意識」としまして、現状については、若者が「自分が消費者被害の被害者になる」という意識がなく、消費者問題に対する関心が低いことが挙げられました。課題としましては、消費者問題が自分自身の問題だと若者に思ってもらう必要があるといったご意見や消費者被害に遭っていたとしても、自覚がなかったり、本人が被害に気づいたとしても大人には相談しない傾向があるということが挙げられました。続いて、「2. 最近の若者の傾向」というところですが、現状については、活字を読まない、積極的に行政情報にアクセスしない傾向があるといったことが、国民生活センターの特集記事でも紹介されていました。また、委員から、若者はSNSで様々な情報を得ているといったご意見や「こういう被害に気を付けて」といった「知識提供型」の授業は、あまり若者に受け入れてもらえない。一方で「被害防止の担い手として、自分たちにできることは何だろうか」というアプローチをした方が若者は関心を持ちやすい、といったご意見が挙げられました。課題としては、文章をあまり読まず、行政情報を積極的に見ない若者に有効な啓発手法を検討する必要があるといったご意見や経験的に自分のことに引き付けて考えられるような授業や教材の工夫をしなければ、消費者教育は身に付かないといったご意見が挙げられました。</p>

また、「3. 国及び神奈川県の動向」でございますが、国では、高校生向け教材「社会への扉」を活用した授業の実施や消費者教育コーディネーターを全都道府県で配置することなどを目標に設定しており、神奈川県では、高校生向け教材を発行し、県下の高校へ配布する他、教員向け研修の実施をしているといった状況があります。続きまして、3ページでございます。「4. 横浜市が実施している若者向け消費者教育等の現状と課題」についてでございますが、「(1)市立高校における消費者教育等」については、現状としまして、出前講座の活用が進んでいない状況がある他、高校にリーフレットを配布するに留まっている状況があるといったことでございます。また、家庭科の授業では授業時間数を確保する時間が難しいこと、教科以外にも学校に求められる教育の幅は多岐に渡っているということがございまして、それらの学習時間の確保も難しい状況があるということでございます。また、学習指導要領の改訂により、家庭科において消費生活に関する内容が充実し、限られた時間の中で具体的な指導がより一層、求められているといった状況がございます。課題としては、教材を配布するだけでは不十分であるといったご意見や実効性のある取組を定着させるために、検証をする仕組みを整える必要があるといったご意見をいただきました。また、高校の授業では、教科書の用語を説明するだけでなく、具体的な事例を基に学ぶなど、授業手法の検討や消費者問題を専門外とする教員の方がいらっしゃるということも踏まえまして、授業支援の方策を検討する必要があるのではないかとといったご意見もいただきました。続きまして、「(2)大学における消費者教育等」でございます。現状としまして、一部の大学で啓発リーフレット等の配布や出前講座等を実施しておりまして、委員の方からは、教職員が学内の被害を把握することが難しい状況にあるといったご意見をいただきました。課題としましては、大学と連携した啓発などが一部の大学に限られておりまして、不十分であることや大学における消費者教育を進めるには、教職員への注意喚起等を行いまして、大学生への啓発が重要であることの理解を深めていただく必要があるといったご意見をいただきました。続きまして、「(3)広く若者を対象とした消費者教育等」でございますが、現状としまして、ツイッターやメールマガジンなど様々な媒体を活用した情報発信をしている一方、課題としましては、それらの情報が若者に届いているか、またはその存在自体が知られていないのではないかとといったご意見をいただきました。また、消費者被害防止に関する情報は、若者が見て「面白い、楽しい」と興味を引く情報ではないということがあるため、積極的に啓発情報を見に来る若者が少ないことが予想されており、若者を引き込む工夫が必要であるといったご意見をいただきました。また、学びの場から離れてしまうと、一堂に会して消費者教育を受ける機会がなくなるといったご意見をいただきました。

続きまして、4ページをご覧ください。「5. 事業者における従業員へ

<p>田中部会長</p>	<p>の消費者教育の現状と課題」についてでございますが、現状としまして、消費者教育推進法では、事業者が従業員への消費者教育を実施するよう努力義務規定がございますが、その認知度が低く、またわかっていたとしても、特に中小企業では時間や金銭的な余裕がないなど、従業員への消費者教育が十分に行える環境が整っていないのではといったご意見をいただきました。課題としましては、高校卒業後、入社する若者はこれまでの生活環境などの変化が大きく、消費者被害に遭うリスクがあるため、若年で社会に出る人への教育も必要だといったご意見をいただきました。第2章については以上でございます。</p> <p>ありがとうございました。「第2章」では若者を対象とした消費者教育の現状と課題ということで、若者の特徴や高校、大学を対象とした消費者教育の取組などについて現状と課題をまとめた内容となっております。今の事務局からの説明を踏まえ、「第2章」についてのご意見や追加した方が良いのではないかとと思われるご意見をお願いしたいと思いません。</p>
<p>星野委員</p>	<p>4（1）の課題のところ、「取組の検証をする仕組みを整える」とありますが、「取組の検証をする仕組み」って市立高校の取組だけではなく、全体にかかっていることだと思うので、他の取組についても効果測定のようなことを何らかの方法でやった方がいいんじゃないかという話がこれまでも部会の中であったと思うので。例えば、企業だと好感度調査のようなものを毎週アットランダムに行っていて、多少、内閣支持率みたいな感じでブレはありますが、全体の傾向として見てみると上がったたり、下がったりというのが見えてくる部分もあるので。やる施策すべてでやっていくくらいの姿勢でいた方がいいと思います。全体に係るような表現にした方がいいと思います。</p>
<p>田中部会長</p>	<p>すべてのところでの課題になるということですよ。それは、おっしゃるとおりだと思います。ここは、現状と課題なので、それをどうしていくかという次のところに時間を割いた方が良いとは思いますが、他にご意見がなければ、はい、どうぞ。</p>
<p>村委員</p>	<p>3ページの4（1）課題の下から二つ目の丸の部分で、「成年年齢引下げに対応できるような授業支援の方策の検討」とあり、その通りで先生たちはとても困っていて、どういう風に授業したら良いのかとかですね。例えば、家庭科に限らず、高校での消費者教育についての研修とか情報提供というようなものを高校の先生向けに行っていくというような例として、抽象的な「授業支援の方策」だとわかりにくいので、例えばそういうようなことを書いていただいても良いのかなと思います。</p>

田中部会長	今のつてむしろ、3章のところに盛り込んでいく感じですかね。もちろん対策のところに出てくるので、2章と3章が繋がる形でご意見を反映していく形にしましょう。
佐藤委員	3ページが一番下、「一同に会して」とありますが、お堂の堂で「一堂」ではないでしょうか。
事務局	ご指摘のとおりでございます。すみません、修正いたします。
田中部会長	では、最も大切な第3章について、骨子（案）の4ページからになりますが、事務局より説明をお願いします。
～ 第3章について ～	
事務局	資料2の4ページをご覧ください。第3章では、「若者への消費者教育推進に向けた対応の方向性」についてまとめています。「1. 基本的な考え方」についてですけれども、前回の部会で、「消費者被害に遭わないためにどうするべきかを積極的に考える消費者を育てていく」ということにも言及してはどうか、といったご意見をいただきました。それを踏まえまして、基本的な考え方としまして「自ら考え、積極的に行動する消費者を育てる」といった文言を提示させていただきました。続きまして、「2. 対応の方向性」についてですけれども「高校向け」、「大学向け」、「事業者における従業員教育の推進に向けた働きかけ」、「啓発及び情報発信の効果的な手法の検討」の4つに分けてまとめました。まず「(1) 高校における消費者教育の推進」についてですけれども、「ア 教員向け研修等の実施及び授業支援」としまして、教員向けに研修等を実施し、教科にとらわれず、学校全体として危機意識を高めてもらう。二つ目としまして、消費者問題を専門外とする教員が成年年齢引下げを踏まえた授業が行えるように教材の活用方法に関する研修を実施したり、外部講師の活用についての支援をする。三つ目としまして、授業で活用できる映像教材等の整備といった内容としています。続きまして「イ 効果的な教材の活用」としまして、体験型教材の活用。二つ目としまして事業者、事業者団体、労働組合等との連携。三つ目としまして、教材や取組の検証、効果測定を行い効果的な取組みとして定着させていく仕組みの検討といった内容をまとめました。最後に「ウ 学校での取組強化」としましては、家庭科における消費生活分野の授業時間を増やすよう働きかける。二つ目としまして、社会科においても消費生活分野の授業を実施してもらうように働きかける。三つ目としまして、保護者への情報提供といった内容をまとめました。次に5ページをご覧ください。「(2) 大学における消費者教育の推進」についてですけれども、「ア 教職員を含めた大学への情報共有の強化」としまして、教職員に学内での被害防止の重要性について理解を深めてもらうために、情報共有の仕組みを構築する。

	<p>「イ モデル大学による検証」としまして、モデル的に消費者教育の取組について検証を行い、実施大学を増やしていくといった内容をまとめました。次に、「(3)事業者における従業員教育の推進に向けた働きかけ」につきましては、従業員の消費者被害が事業者のリスクにもなり得ることから、特に若い従業員に向けた消費者教育の必要性を伝えるとともに、事業者が活用できる出前講座等の情報提供を行うといった内容をまとめました。最後に「(4)啓発及び情報発信の効果的な手法の検討」についてですけれども、「ア 魅力的な啓発・情報発信」として、プロスポーツチームや著名人などと連携して、若者の注意を引きつけ興味を持たせる工夫をする。二つ目としまして、若者が集まるようなイベントでの啓発を行うなど、庁内の他部署とも連携しまして、分野を超えて様々な啓発の機会を捉える。三つ目としまして、若者がよく利用する飲食店でポスターを掲示するなど、日常生活の中で自然と啓発情報が目に入る環境を整える。「イ 若者目線に立った啓発・情報発信」としましては、若者へ消費者被害の状況や消費行動等について実態調査を行った上で、効果的な啓発方法の検討をする。二つ目としまして、若者目線でどういった情報が響くのかなど、当事者の意見を踏まえた取組を行う。三つ目としまして、消費者教育の担い手として、周囲の消費者被害の歯止めとなる若者やインフルエンサーとして啓発情報等を発信できるような若者を育てる。といった内容をまとめております。「ウ SNS等を活用した情報発信等の促進」として、SNSや検索エンジンサイト等でトラブルの解決方法を検索した若者が、啓発情報に繋がるような仕組みの検討。二つ目としまして、SNSやインターネットを活用した相談受付の検討といった内容でまとめています。最後に「エ 行政機関への来庁者等を対象とした啓発」としまして、転入手続の際など区役所に来庁した際に注意喚起を実施したり、行政からの発行物に啓発情報を添付するなど、様々な機会を捉えて情報発信を行う。といった内容をまとめてございます。第3章についてのご説明は以上となります。</p>
田中部会長	<p>ありがとうございました。「第3章」では、これからの対応についての議論の内容をまとめていただいていますけれども、皆様からご意見を頂戴したいと思います。今までの部会で出ていた議論はだいたい載っているかなとは思いますが。</p>
望月委員	<p>4ページの2(1)アにあります、三つ目の丸ですが、「授業で活用できるDVDや映像教材」の部分で、以前、eラーニングなどで自らがプルして学べるような仕組みがあった方が良いのではないかというお話をさせていただきましたが。DVDではやはり思考の転換をしないかなくてはいけなくて、受け身の形になってしまいますし、集団的なものになりますので。スマホを全員が持っているわけではないと思いますが、パ</p>

	<p>ソコンもありますし、家庭内での啓蒙活動と言いますか。消費者としての啓発ができるようなものがあったら良いかなと感じました。</p>
星野委員	<p>媒体としてDVDだけではなく、YouTube など家庭でも見られるものということなので、資料にはカッパ書で「YouTube による閲覧の整備」とありますので、多分そういう趣旨なのだと思いますが、そういう趣旨だということ明記した方が良いということでしょうかね。</p>
事務局	<p>はい。趣旨がしっかり伝わるような形で内容を膨らませて書きたいと思います。</p>
田中部会長	<p>YouTube である必要はないですね。</p>
望月委員	<p>そうですね、Twitter などの SNS でも良いと思います。</p>
星野委員	<p>重複になりますが、効果測定の部分については、高校における取組だけではなく、他で触れられている部分もあるとは思いますが、全体に係るように記載していただければと思います。</p>
事務局	<p>各所に載せるか、全体を通して載せるかは相談させていただきます。</p>
佐藤委員	<p>では、どうするかという話ではないのですが。5 ページの (4) アの「魅力的な啓発・情報発信」とあり、それはその通りなのですが、お金がかかる話ばかりだなと思いながら読んでいて、そして主語は誰なのだろうと。誰がこれをやるのだろうかというのが分からない。例えば、高校や大学に働きかけるということであれば、行政が提言していったりあるのでしょうか。若者が集まる場所で啓発しろって誰が言って、誰がやるのだろうか。主催者がやるのか、やらないのか。プロスポーツと言っても前にも意見がありましたが、お金がかかるし、誰がやるのだろうか。ストーンと落ちてこないと言いますか。行政の方で工夫するのか。他の部分はこうしよう、こうあるべきというのがわかるのですが、この部分については、誰がやるのというのがもう少しわかりやすく、文章の整理みたいなのが、必要なのかなと。これから文章に落としていく中であるのかもしれませんが。ストーンと来なかった印象があります。</p>
事務局	<p>今ここで考えているのはほとんど、役所の方で仕組みを構築していくものかと思っております。調べている中で、他の部署でやっているものだと例えば、プロスポーツチームのお話しですと、公共粋みたいなものがあり、そこを活用できないかとかそういうことは調整と言いますか、交渉をしかけているところではあります。実現できないことはないので</p>

	<p>すが、公共柁を使いたがるところは多いので、順番が回ってくるかなというところがあります。それから、イベントについても今は中止などになっていますが、色々と遊びではないような、学ぶようなものも大小さまざまやっておりますので、そういう機会を捉えてやっていければと思っております。中止になってしまったのですが、区役所に行った時に高校生の交通安全の啓発でスタントマンを使って行うというのが、県立高校であると聞きまして。そのところでチラシを配布したり、話をしたりする調整をしたのですが、コロナの関係で中止になってしまったということがあります。このように、色々なものがありますので私たちの方で機会を捉えてやっていきたいと思っています。</p>
佐藤委員	<p>要するに、市として協賛というか、後援などバックアップをするような機会に情報提供したり、資料を出したりして入っていくということですね。</p>
事務局	<p>はい。後は、センターの方でも色々やっておりますので、その時に連携できればと考えております。</p>
田中部会長	<p>一言で言うと、消費者行政に対してものを言う審議会なので、特に断りが無い限りは努力するのは行政だということですね。行政にこういうことをしなさいと意見を言うという風に捉えていただければと思います。疑問点については、課長にお答えいただいた通りです。</p>
村委員	<p>5ページの(4)イとウにまたがる意見なのですが。「若者目線に立った啓発・情報発信」や「若者自身にインフルエンサーになってもらう」とか、「若者自身が繋がっているような仕組みの構築」だとか抽象的にはその通りだと思うのですが、何から取り掛かるのという問題があると思うんですね。具体的にどうすればいいのと。その時に、例えば(4)イに「実態調査を行う」とか「当時者の意見を踏まえ」とかありますよね。市の職員がやっていくという風に見えるのですが、例えば、今現在も横浜市のセンターでは消費者啓発用のチラシなどを月間などで出していますよね。毎回とは言いませんが、1年に1回など高校生や大学生を編集委員として募って、こういう現実があるのだけれども、という風に発信していったら良いか、というようなことで、高校生や大学生に入ってもらって一緒にやってもらうと。そうすると、その子たちは今若者に何が起こっているかをつぶさには知らないという原稿を書けませんので。そこで、自らが発信者となるために勉強もするし、自分たちの仲間伝えるためにはどういう方法が良いだろうかと考えるし、ということ核になる可能性がありますよね。そのような形で高校生や大学生を募って、というのが現実的で良いのかなと。そして、数年やってみて先</p>

	<p>ほどおっしゃったみたいに、効果測定して軌道修正が必要であればしていくという。抽象的な記載だけだと、わかりにくいと思うので現実可能性があればということですが、具体的なことを盛り込んでここまでやってみてくださいとした方が、実際にできるかなと思うのですが、いかがでしょうか。思いつきですが。</p>
田中部会長	<p>第3章2(4)イ、ウというところに、「参加してもらおう」ということを盛り込んだらいかがかということですね。</p>
村委員	<p>はい。公募して。</p>
田中部会長	<p>具体的なお意見だと思うのですが、皆さんいかがですか。</p>
星野委員	<p>聞きながら、高校とか大学とかでメディアについて学んでいる子やPRについて学んでいる子を上手く取り込んでいけば、彼ら自身の勉強にもなるし、何なら大学と提携して単位になるとかだったら、喜んで参加してくれるのかなと思いますね。それぞれが別のコミュニティも持っているだろうから、それぞれが発信者にもなりますしね。村委員のご意見を伺いながら想像していました。</p>
事務局	<p>一番怖いのは、公募して集まらなかったときが怖いので、星野委員が言われたみたいに大学と提携するか、そういうやり方を考えられれば良いかなと感じています。一生懸命やっても誰も手を挙げないというのが想像できるので。</p>
村委員	<p>そこは形式的には公募だけれども、実際は根回しが当然必要になると思います。一般公募で集まるかということ、集まらないですよ。</p>
田中部会長	<p>一般公募するかどうかを報告書に書く必要はないと思いますので。モデル大学についても大学名は書いていませんが、横浜市がモデルにするとしたら、どこなんだろうというのは当然ありますので。それともリンクすればモデル大学から学生さんを引っ張ってきてやってもらうこともできるでしょうし。公募とまでは書かなくていいと思います。若者に参加してもらおうということですね。</p>
星野委員	<p>横浜市立大学には適当な学部がなかったのですが。都市科学部とか最近できたようなので、よさげな学部がないかなと思います。</p>
田中部会長	<p>学部は関係ないような気がしますけどね。みんな消費者なので。</p>

村委員	<p>ただ、やはり何か結びつきがないと、学校と一緒にやるのは学校の方とすると受け皿となるのは難しいかもしれませんね。なので、さっきご意見があったように、メディア関係だとかコミュニケーション関係だとか、あるいは経営でも良いと思います。コマーシャルという面でどうやってうまくヒットさせられるかという考え方もありますよね。法学だとか家政学部だと直結しますので。何かやはり関係するものがあつた方が現実的かなと思います。部会長がおっしゃる通りなんですけど、ただ誰も自分のところは関係ないと。それが問題なんですけどね。</p>
田中部会長	<p>おっしゃることはよくわかります。いろいろな大学に声をかけて乗ってくれるところがあると良いですね。</p>
事務局	<p>今でも連携しているところがないわけではないのですが、具体的には明治学院大学とはインターンシップの受け入れということで、実習はセンターでやってもらうということで、お受けしていますが。昨年が特別だったのかもしれませんが、希望者の数が減ってきていまして、危機感を持っているのですが。逆にこの間、横浜市立大学に行きましたら、事務局と教職員の方から、学生の消費者被害、特にマルチ商法の被害が深刻になっているということで、何かやってもらえることはないかという話が来てはおりまして。そういう意味では、もう少し突っ込んだところでより効果が上がるようなものを一緒にできないかということで、もしかしたらできるのかもしれないなと思っております。少し、私たちの方で当たりたいと言いますか、具体的に大学や専門学校に足を運んで話を聞くとか、してみたいなという気はしています。</p>
佐藤委員	<p>5ページの(3)の事業者に関する部分で、私の立場は事業者ということですが。前回申し上げた通り、各企業が従業員の消費者教育みたいなものをやらなくてはいけない、努力義務があるという認識が全く今ないというのが実情です。それをやってもらうにはどうしたら良いかと色々考えていたのですが。人事とかそれから経営層がその意識を持ってもらわないと、消費者対応の部門が動いても動かない。ここだけ、個別に書いてほしいというのは無理があるのかもしれませんが、「消費者教育の必要性を伝える」のは誰に。例えば、「人事部門や経営層」とかかっていう言葉が入ると具体的だなという意識が自分にはあります。消費者対応の部門というのは企業の中で力は勢力的にそれほど強くないですね、なかなか意が通らない。やはりトップが動けば会社は動く。経営層が従業員の中に消費者被害が出ているということが由々しき事態だと認識してもらわなければいけないです。それから教育であるとか新入社員の研修は人事部門が握っていると思うので、人事部門が真剣になって消費者教育の場面を作ってくれる意欲がなければ、多分できないのかなと、</p>

	<p>そんな気がしたので。ですので、ここだけ、具体的に経営層だとか人事だとかって入れるのはおかしいかもしれませんが、そういうニュアンスがとこかに入れられないかなと。ただ、「消費者教育の必要性を伝えていく」だけではちょっと弱いかなというのが感想です。</p>
事務局	<p>はい、ありがとうございます。膨らませていただきます</p>
田中部会長	<p>あと、せっかくなので、今の佐藤委員の発言と関連させて申し上げると「事業者における」という部分は「事業者、事業者団体、労働組合等における」としてはいかがでしょう。個々の事業者というより、事業者団体に企画していただくとか。組合は色々やっているということはこれまでの議論の中でも申し上げましたが、そのように書いておくのはどうでしょうかね。</p>
事務局	<p>はい、追加いたします。</p>
田中部会長	<p>「第3章」というのは、とても大事なところで、今言っておいていただかないと報告書に載らないのでね。</p>
村委員	<p>(3)の「事業者における」という部分ですが、事業者団体というところすごくたくさんあるので、例えば商工会議所などはどうなんでしょう。</p>
田中部会長	<p>色々あるので、個別に書くと語弊があるかなと思ったのですが。どこでもいいわけですよ。</p>
村委員	<p>そうですか。</p>
田中部会長	<p>はい。榎本委員のところだってそうですよね。</p>
榎本委員	<p>うちは、今年の新入社員教育に大澤センター長のところに頼んで、やってもらいます。</p>
大澤センター長	<p>はい、今調整中ですね。</p>
榎本委員	<p>やはり先ほど言ったみたいに、トップがやれっていったらやるんですよ。私なんかやはり、ここで勉強させていただいて社員の幸せを考えなければいけないと。従業員が被害に遭うのは我々も本意ではないので、そういうところからお願いしました。若い人がいるわけですからね。一応やっています。</p>

星野委員	事業者に対してだと、横浜市では恐らく CSR を頑張っている企業への認定制度があると思うのですが、その中の項目として従業員教育をどんな形でやっているかみたいなものがあり、さらにその中で個別に消費者教育が含まれているかというところまで踏み込んでいければ、そういう認定を目指したい企業にとっては良いのかなと思いました。ちらっと調べてみると、IDEC というところで横浜型地域貢献企業という事業があって横浜の地域を意識した CSR 活動について認定をする制度がどうやらあるようです。
田中部会長	市がやっているのですか。
榎本委員	市の外郭団体ですよ。
星野委員	最上位認定、上位認定の2パターンがあるようです。
大澤センター長	私は前に IDEC におりまして、地域貢献企業はおっしゃるように CSR ということで、地元貢献している企業の認定を行っています。ただそれは、横浜市の中小企業振興の施策の中でやっているもので、大きく言うと横浜市の施策です。確かにおっしゃるように従業員の消費者教育という視点はあまりなかったかなという気がしますので、それは行政の方でそういう項目はどうですか、と働きかけていただいて、やっていただければと思います。佐藤委員がご所属の団体でも消費者志向の経営という中にそういう観点が入っていて、色々取組はされていますので、色々通ずるところはあると思います。
星野委員	できるということですね。
事務局	具体的にこちらの動きをどうしようかというのは今の時点では浮かんでできませんで、どうやるのかは探りを入れてみたいと思います。
田中事務局長	消費経済課が関わっているところで、そういうことを所管しているところはないということですかね。
事務局	はい、ありません。ですので、他のところとの調整になって、要件をこれ以上増やすはちょっと、と言われると、辛いところもありますので。
星野委員	たくさんあるうちの一つ増やすだけですからね。
大澤センター長	評価制度としては出来上がってしまっていて、その中の評価の項目がある程度設定されていますので、あとはどの程度そういう要素を入れるかど

	うかというところから、もう一回組み立てることになりますので、関係するところとの調整は必要になってきますね。
星野委員	そうですね。まあでも、横浜市としては経済局も他のところも一緒だと思うので。
田中部会長	何らかの形で載せておくのは良いんじゃないでしょうかね。
事務局	はい、審議会のご意見ということでは受け止めたいと思いますが、具体的な話は少し悩みたいと思います。
田中部会長	政策は当然、優先順位があるでしょうから。ただ、意見としては言わないと。
村委員	つまらない質問なのですが、4ページの2(1)ウの二つ目の丸ですが、「社会科においても」とありますが、高校に社会科ってあるんですか。ものすごくくだらない質問ですいません。
田中部会長	ないのでしょいか。私はあるものだと思って言っておりましたが。
村委員	高校の場合だと、政治経済とか。
星野委員	現代社会とか。
事務局	教科としては分かれると思うんですが、教員免許証は確か社会科じゃなかったかと。表現を正確にいたします。
田中部会長	昔は入学試験とかで、国語・英語・社会とか言っていましたが。
村委員	今は言わないですね。公民とか歴史とか。
田中部会長	そうなんですが、それを広く括って社会科のうち1科目という言い方を昔はしていましたよね。
事務局	調べて、正確な表現に修正します。
星野委員	私が中学校の時代だと、公民の授業に取り入れればいいのかと思います。確かに高校だとどの科目かなと困っちゃいますね。
事務局	調べます。

城田委員	<p>以前の部会で、2022年に向けた短期的な取組みとそれとは別に長期的な取組みと両方の視点が必要ではないかという意見を申し上げて、その意見がこれで言うと4ページの2(1)のイのところ、「体験型教材の活用」という部分でだけ活かしていただいたんですけども。この部会はあくまで方向性を決める部会で何をするかを決める部会ではないので、網羅的なまとめになるのも仕方ないのかなと思うのですが。じゃあ、どれをどうやっていこう、構築をしていこうとかやっているうちに2022年が来てしまって、その当時の18歳、19歳が一気に被害に遭うというのがとても懸念をされるので、うまくまとめられるかというのがわからないのですが。何はさておき、2022年までにやることっていうのをピックアップできないものだろうか。ここにある中でとりあえずこれはできないのかな、と思ったのが、5ページの(4)のウのところなんです。「トラブルを検索した若者が啓発情報に繋がるような仕組みの検討」とあります。大概、怪しげな勧誘を受けたりすると、ネットで検索しますよね。今のネットの中ですと、怪しげな探偵事務所や法律事務所に繋がって、なんかこうさらに二次被害に遭うようなところに誘導されてしまったり、ましてや若者ですとついクリックしてしまうことがあると思うので、被害に遭っちゃったなと思って検索した子が、センターに相談できるようなSNSの仕組み。私もあまり詳しくないのですが、センターが上の方に出てくるですか。そういう仕組みというのは早めに予算組んで事業者にお問い合わせできるんじゃないかなと思います。そういうことは短期的にできるんじゃないでしょうか。あと、SNSとかTwitterでの発信というのもイベント的にあと2年の間にガンガンとやることはできないかなとか。そういう風に思いますので、短期的という部分をまとめの中でクローズアップしていけないかなと思いました。</p>
事務局	<p>具体的にうちの方で、これはというものを短期的に2022年に向けてやっていけるようなまとめにしたいと思います。</p>
田中部会長	<p>2022年に向けた緊急対策というのが、体験教材の部分にだけ出てくるので、それだけではないんじゃないかというご意見ですよね。特に「SNS等を活用した情報発信等の促進」あるいは「啓発・情報発信」のイの部分も入るんですかね。ここに2022年までにやることを何か提言した方が良いという。</p>
村委員	<p>多分今のご指摘は4ページの2(1)の「高校における消費者教育の推進」ということで、高校生向けの緊急課題ということなので、他に散らばせるとボケちゃうかなという危険があるので。高校におけるが良いかどうかはわかりませんが、高校生向けに早急にやらなきゃいけないことをまとめてどこかに書かないといけないかなと思います。ご指摘のと</p>

	<p>おりで早急にやらなきゃいけないことは新年度からでもやっていただきたいですからね。</p>
星野委員	<p>4ページの2(1)とアの間の柱書みたいな形で少し今のことが書かれていると、緊急性が高いことがわかるのではないのでしょうか。</p>
田中部会長	<p>高校でとにかく2022年までにやってもらうこととしては、教材を作って実施してね、ということの緊急にやってもらうというのが、骨子の内容ですよ。</p>
事務局	<p>そうですね、その方向が柱になります。</p>
城田委員	<p>実際、できることとしてもそういう内容になるのかなと思いますので、ここに書いていただいたのはいいのですが、今おっしゃっていただいたように、すごく2022年が肝なんだということが皆で共有できるように書いていただけると良いと思います。</p>
事務局	<p>そこは意識して、強調いたします。</p>
村委員	<p>多分4ページの2(1)の一番最初に緊急に対応すべきところという内容を書いていただいて、アを下にずらすということで良いんじゃないのでしょうか。イの一つ目の丸を移動させて、その他に必要なことがあれば付け足すとか。優先順位が一番高いわけですからね。</p>
田中部会長	<p>そうですね、はい。2022年を捉えると高校が大事なのでそこを一番目立つように書くべきだということですね。城田委員のご意見だったのでお尋ねしますが、高校における2022年までの緊急対策として他に何か特記しておくべきことはありますか。体験的教材を集中的にやろうということを謳っておりますが。</p>
城田委員	<p>上手くまとまらないのですが、体験教材の活用は一つの手法なんだけれども、教員への意識づけや生徒に向けての働きかけを集中的にやるべき時期なんだということを謳ってもらえるとなんとなく安心ができるんですけれども。それで、体験教材を市としては用意するので使ってくださいとなるんですかね。</p>
村委員	<p>まず、一番やらなきゃいけないのは「188(イヤヤ)」の周知ですね。学校の先生も生徒も知らないなので、とにかく徹底した周知が必要だと思います。自分で考えていくことができるというのは時間がかかるので、とにかく「188(イヤヤ)」が一番最初じゃないんでしょうかね。「188(イ</p>

	<p>ヤヤ)」自体も知らないし、そこに電話すると何がどうなるのかも皆知らないですよ。早急にやらなきゃいけないまず一番はそれだと思います。</p>
田中部会長	<p>どういう風にしましょうか。「188」を教えるということですかね。</p>
村委員	<p>そうですね、ともかく高校の先生や生徒に徹底して知ってもらうようにしないといけないという感じが私にはあります。</p>
田中部会長	<p>そうですね。2022年に向けた緊急対策として、消費者ホットラインの周知を入れましょうか。そのくらいであればできるでしょうし。</p>
村委員	<p>横浜市のセンターは相談体制で人を増やしてもらわなきゃいけないかもしれませんね。</p>
田中部会長	<p>相談が増えれば対応してくださるので、大丈夫ですよ。</p>
事務局	<p>私たちは結構センターの周知は力を入れてやっているんですね。なので、横浜市で言うと「188（イヤヤ）」よりもうちのセンターの「6666」の番号の方が、結構知れているんですよ。この間、苦情がありまして、「188」と「6666」はどう違うのかと。今ちょっと考えているのは、村先生が言われたように、電話をするとどんなことがあるのかが分からないのかなという気がするので、センターに電話をするとこんなことがあって、こんな良いことがある、自分が助かるということがわかるようなことを教えたいと思うのですが、その方法が広報物としてもアイデアがないのですが。どういう風にセンターが皆に対してアドバイスができるということを伝えようかなと今悩んでいる感じではあります。多分、「188（イヤヤ）」といっても「そんな怪しいところにかけて大丈夫なの？」と思われても困るので。そこにかけてちゃんとした人が出て、アドバイスをしてくれて、場合によっては力になってくれるということがわかるようなものをやりたいです。</p>
田中部会長	<p>念のための確認なのですが、市内から「188（イヤヤ）」にかけて、どこに繋がるんでしたっけ。上大岡に繋がるんでしたっけ。</p>
事務局	<p>それか、県のセンターかどちらかに繋がります。</p>
城田委員	<p>上大岡がふさがっていると、県に繋がるんですよ。</p>
田中部会長	<p>携帯からだとどうなるんでしょうか。どこに繋がるんですか。</p>

村委員	<p>要するに、「188 (イヤヤ)」に電話すると音声ガイダンスが出て郵便番号を聞かれます。その操作をすると自分が住んでいるところの最寄りの消費生活センター窓口で今空いているところに繋がります。だから、上大岡が繋がる状況であれば、そこに繋がりますし、そうでなければ県に繋がるし、土日の場合だと、土日の相談をやっているところに繋がる。そういう仕組みになっています。</p>
田中部会長	<p>わかりました。ありがとうございます。</p>
佐藤委員	<p>多分、昔私が消費者の仕事に関わった時に一番すっきりしたのは、行政の仕組みを知った時です。国センと市のセンターの違いも分からないし、県によっては消費者センターと名乗っていたり、総合センターと名乗っていたり。消費生活センターが行政の人たちが相談を受けている公的な施設なんだよ、ということがわかったときに、なるほどとストーンと落ちたというか、わかったというか。ですので、「188 (イヤヤ)」というのを周知するのも大切なのですが、相談現場として市の施設があって、それが行政の機関なんですよ、というのがわかるような教育と言ってはおかしいですが、そういう打ち出しが必要なのかなと思います。</p>
田中部会長	<p>なるほど。それを周知しなさい、というのなら、現場でも対応できますよね。テストに出せば良いんですから。「横浜市における消費者被害対策のシステムについて100字以内で述べよ」みたいなね。</p>
望月委員	<p>私、港北区の消費生活推進員というのをやっております。こういった広報誌「あゆみ」というのですが、消費生活推進員が1年間活動した内容を発表する予定で、今作成中なのですが。昨年、村先生にご講演いただきまして。どちらかというと高齢者向けの内容で、悪質商法に遭わないというものですけど。悪徳商法の犯罪件数などを記載して、1万数千部町内会向けに発行しています。その中に「188 (イヤヤ)」と「6666」の番号を載せています。この1年間私が活動して思ったのは、こちらの「あゆみ」というのは高齢者向けなので、自分もシニアではないのですが、感じたことは若年層向けの消費生活の啓発ということも必要ということで、そういった広報も若者向けのを発行して、消費者だという自覚を持ってもらう必要があると感じました。</p>
田中部会長	<p>他は皆さんいかがでしょうか。この議題について、事務局から何かありますか。</p>
事務局	<p>特にはございません。</p>

田中部会長	では、議論としてはこの程度でよろしいでしょうか。
	2 議題（3）その他
田中部会長	第3章の議論はここまでにして、最後に事務局から、連絡事項ということでよろしくをお願いします。
事務局	長時間に渡りありがとうございます。少しお時間をいただきまして、消費経済課で動画を作りましたので、そちらを観ていただければと思います。 ～ 啓発動画視聴 ～
事務局	以上でございます。どうもありがとうございました。
田中部会長	最後のやつ（実写版）はどこで使っているのですか。
事務局	まだ活用はしていないのですが、推進員さんたちの会合で観ていただくとか、そういうことを想定して作ったものです。
田中部会長	区役所の待合のところとかに流しても良いですね。
事務局	はい。今働きかけをしているところです。
田中部会長	あと、最後のセンターの電話番号はメモするには時間が短いかもしれませんがね。「188」なら覚えやすいですが。
佐藤委員	市の方で地域の自治会との関係はあるのでしょうか。というのは、今年私が町内の班長のようなものをやるのですが。地域の人たちが月に1回会合をやっていたり、夏にはお祭りとかやっているわけですけど。そういう自治会の仕組みに乗っかっていくということは考えられないでしょうか。
事務局	それをやろうと思っております。
佐藤委員	回覧板なんかもそこで回っているわけですが。消費者被害みたいなものを自治会の組織の中に取り込んで、5分でも10分でも話をするなり啓発するなり、チラシを町内にまいてもらうなり、落とし込めると良いなと思いました。
田中部会長	自治会町内会とは行政はすでに連携していて、広報なんかも自治会を通して配布してもらったりしていますし。望月委員がなさっている消費

<p>佐藤委員</p> <p>事務局</p> <p>田中部会長</p> <p>事務局</p>	<p>生活推進員も自治会町内会によって選んでいただいています。そういう風にリンクしています。そして、自治会町内会に入らない方は、漏れちゃっていますね。あと、自治会町内会によって活動の濃淡があつて非常に活発なところもあれば、そうでないところもあるというところです。そういう組織に行政の話をおろしていくのは割と容易にできることかなと思います。</p> <p>すいません。動画を観て、そういうところに映していけると良いかなと思ひまして。</p> <p>どうもありがとうございました。</p> <p>その他の事務連絡がありましたら、お願いします。</p> <p>本日いただいたご意見につきましては、事務局でまとめまして、最終的な骨子の確定につきましては、皆様方からいただいた意見をまとめていくという形を取るんですけれども、最終的には田中部会長に一任いただくということで進めさせていただいてよろしいでしょうか？</p> <p style="text-align: center;">～ 異議なし ～</p> <p>ありがとうございます。それでは、次回の施策検討部会の予定につきまして、ご連絡をさせていただきます。次回は、6月から7月にかけて第5回部会を開催させていただく予定でございます。5月下旬から市役所全体が新市庁舎へ移転となりますので、会議開催場所は新市庁舎会議室となる予定でございます。最寄り駅は、みなとみらい線馬車道駅と桜木町駅です。市議会の日程もこの期間は変則的になりますし、オリンピックの開催もあることから、日程や会議室につきましては、改めてご連絡をさせていただきますので、ご承知おきいただきたいと思います。事務局からは以上でございます。</p>
	<p>3 閉会</p>
<p>田中部会長</p>	<p>以上で本日の議題はすべて終了となります。それではこれで、第4回施策検討部会を閉会いたします。お疲れ様でした。</p>
<p>資 料</p>	<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 第12次横浜市消費生活審議会報告</p> <p style="text-align: center;">「若年者の消費者教育の在り方」骨子(案)</p> <p>別紙 第1章 横浜市における若者の消費生活相談の現状(補足資料)</p>