

令和元年度 第2回芦屋市消費者教育推進地域協議会 会議録

日 時	令和元年9月19日(木) 15:00~17:00
場 所	公光分庁舎南館2階 会議室
出 席 者	会長 上田 孝治 副会長 川崎 和代 委員 佐藤 洋子, 永瀬 隆一, 阪口 忠之, 三谷 百香, 野本 知子 木下 新吾
欠 席 者	本位田 浩行, 茶嶋 奈美
事 務 局	森田市民生活部長, 船曳地域経済振興課長, 亀岡消費生活係長, 石原消費生活係員
会議の公開	■ 公 開
傍 聴 者 数	0人

1 会議次第

- (1) 開会
- (2) 議題1 第2次消費者教育推進計画の素案について(協議)
- (3) 閉会

2 資料

- (1) 次第
- (2) 計画素案及び取組項目(新旧)
- (3) 計画構成案
- (4) 消費生活トラブルに関するアンケート調査結果

3 審議経過

- (1) 開会
- (2) 会議成立要件等の確認
- (3) 議題1 第2次消費者教育推進計画の素案について

アンケート調査は、市内の18歳以上の方3,000人を対象に実施し、その結果をアンケート調査結果として配布。調査結果の分析と、現行計画、現在の消費者教育の状況などを基に、事務局案として2次の計画を素案として作成。現行計画からの変更点、見直しの視点として注目すべき社会動向や国・県の施策、アンケート調査等からわかった課題などを説明。なお、計画の目標及び基本施策については、現行計画を継承予定。

(会長)：ただ今素案についてご説明をいただきました。量が多いので、まずご質問があればお願いします。

(会長)：私のほうからですが、差し替えの資料に、「指標」がありました。例えば、基本施策1に関する指標として、「センターで相談業務をしていることを知っている人の割合」と「相談先がわからない人の割合」があります。数値的に上がった、下がったなど、わかりやすいのは間違いないのですが、この2つを基本施策1に関する指標として挙げているという意味なのですか。サンプル的に挙げているのですか。

(事務局 亀岡)：サンプル的というか、こんな感じだと思います。

(会長)：では他の指標も加えるかもしれないですね。

(事務局 亀岡)：そうです。数値として持てるものと持てないものがあるので。

(会長)：基本施策で分けるということなのですね。

(事務局 亀岡)：推進の方向性ごとでもよいのですが、指標を持ちにくい取組もあるため、少し難しいところがあります。それであれば基本施策ごとのほうがよいのではないかと思います。

(会長)：基本施策でわけるとも難しいですね。指標があるほうが分かりやすいと思うのですが、どのような指標を抜き出すのか、また、今の差し替え資料のかたちで記載すると、いきなり指標が出てくるので、その辺の記載方法は工夫していただきたいと思います。

(事務局 亀岡)：はい。構成は考えさせていただきます。

(会長)：その他、何かご質問はございませんか。

(事務局 亀岡)：指標に関していえば、こういった指標があればよいのではないかとといったご意見もいただけると助かります。

(会長)：アンケートで今回出てきたものと、次回のアンケートと比べることになるのですね。

(事務局 亀岡)：そうです。ですから比べられるようなことがよいです。

(会長)：消費者教育をした結果、このようによくなったというような指標ですね。

(事務局 亀岡)：そうです。3年間の計画を通してどのように変わっていったかということがわかるものがよいです。インターネットなどが今後どうなっていくのかわかりにくいところもあり、そういったことを3年後に聞くことになるのかどうかといったところもあります。

(会長)：細かくいえば、図書の貸し出しをしているかというのも加えてもよいのでしょうか。

(事務局 森田)：他にも様々な計画の進行管理、あるいはご意見をいただく会議があるのですが、最近よくご指摘いただくのが、もともと計画の中に細かい目標数値を入れていて、例えば講座を何回実施する、先ほどの本でいうと本の貸し出し数を何冊にする、イベントの参加者を何人にするといった目標を掲げ、それを達成したという評価を計画の終わりに行うわけなのですが、それが本来の目的なのかと指摘を受けます。イベントをやった人が集まってそれでよしとするのか、それでももとの計画なり施策の目標が達成されたことになるのかというご指摘を受けることがあります。計画の進行管理も毎年ハードルが上がっております。計画を作っている意味というのは、大きな施策目標があり、それを実現するための計画でございますので、その目標を達成するために主たる目標を設定しなければいけないと思います。今回、仮にということで行いますが、消費生活センターの認知度などを掲げたのは、このことは随分前から課題でありまして、先ほどもご報告いたしました通り、前回のアンケート調査と比べてもあまり認知度は変わっておりません。先週、市議会でこの消費者教育の問題もご質問いただき、そこでも何点をご指摘をいただきました。やはりその中でも、この認知度というのを上げていかなければいけないのではないかとということで、これは外せないというところがございます。今回、そこについては数値化しておりませんが、方向性として現状より引き上げるということは最低限しなければいけないということで挙げてございます。その他にも、今回提示させていただいたのは、そういった視点で設けさせていただいた指標でありますので、これが矢印の上向き、下向きでよいのか、具体的な数値として3年後の水準を設定したほうがよいのかということも含めまして、ご意見を伺いたいと思います。

(会長)：商売もそうですが、頑張っただけではなく結果を出さないといけないというところもあると

思います。指標で比べやすいものを出せばよいと思いました。

(野本委員)：実はこの数か月の間に起こったことなのですが、知り合いの方で自分がもしかしたら被害にあっているのではないのかと思いつつ、住所も名前も知られていて、消費者センターに相談したら相手方にばれて何かをされるのではないかという恐れがあり、そういったことに一切関わりたくないとおっしゃる方がいました。それだったら情報提供だけでもという感じでお話をさせてもらったのですが、怖いからいやだし、とにかく不安なんです。でも、それを聞いたときに、その方は少し年齢が上だったのですが、子ども世帯の親についても同じで、今働いている方は本当に多いです。夕方子どもだけというのもそんなに珍しいことではないです。ネットの架空請求であれば無視することはできますが、実際にもものを買って通販で届いてしまったり、そういったやり取りの中でこれは騙されたのかも、トラブルにあったのかもと思っても、なかなか消費生活センターに相談することはできないと思います。その心情を考えるとなるほどと私も思っていました。多分、そういう方がこのアンケートに答えるとしたら、15ページの「どこにも相談したことがない」の理由の中では「相談するほどのことではないと思ったから」や「面倒だから」になると思います。今の指標の問題で、認知度を上げるのは大切だと思うのですが、その数字だけで本当の認知度はわからないといったあやふやなところがあるのではないかと思います。

(事務局 船曳)：結果がどちらであれ、その方の答えは変わらないと思います。よくご相談いただいたときに、まず消費生活センターが市役所の組織だとご存知でない方が多くいらっしゃいます。そもそもの市役所の信用度はわかりませんが、情報が漏洩するかもしれないというのは、市役所の一組織だと認識されていないこともあります。市役所だからこれはやってくれないと批判されることもありますし、逆に市役所だから信用されたということもあります。市役所だということがうまく伝わったら相談しやすくなり、ハードルが下がったというケースがあるにはあるので、消費生活センターがどういう系統のもので、一般的にお堅い組織というところが伝わることによって、うまく心理的にハードルが下げられる人もいるという気はします。センターをご存じない方のときには、相談中もこれは本当に話しても大丈夫ですかという感じのときがあり、そこは知られていないことのマイナス面があると思います。

(野本委員)：事業者側には情報が伝わってしまうのですか。

(事務局 船曳)：伝わりません。

(野本委員)：あくまでも、消費生活センターが間に立ってということですか。

(事務局 船曳)：だからこそ、解決が完全に相談者の望むようにいかないこともあります。情報を伝えられないので。相談者が怖いと思っていられることの解決はできますが、お金を返してほしいといったことは無理です。その辺の機能がうまく伝わっていないと思います。報復しろと言われてもそれはできないことです。

(会長)：43%の人が「知っている」といったところで、正しく知っているかということと本当に乏しいでしょうね。消費者団体と勘違いしている人もいるでしょうし、センターが代理人で動いてくれると思っている人も多いと思います。そうではないですよ。その辺がさらにハードルを上げてしまうことになるのですが、認知度の先にはそういうこともあるでしょうね。

(会長)：まず、1ページ目「計画の策定の背景」ですが、1つはQRコード決済が今、PayPayもあり、LINE Payもあり、楽天ペイもあります。相当普及が見込まれると思いますし、従来型の電子マネーの利用率は下がっていくかもしれないと思っています。QRコード決済は言葉としても入れてよいのかなという気がします。

今の話と関連するのですが、高度情報通信ネットワーク社会、今インターネットということで書かれているのですが、やはりネット取引になるとキャッシュレスのほうが親和性が高いですし、国のほうでキャッシュレスをすごく推進していて、今現在キャッシュレス決済は全体の2割くらいです。国が2025年に40%と考えているので、2025年だとそう遠くない話なので、そういう国の方向性も踏まえて、ネットに密接に関連するキャッシュレスのところをもう少し書いてもよいのではないかと思います。

それから、同じ1ページの2段落目の「高度ネットワーク通信社会」のところですが、「インターネット上での取引が、個人間でも行われ、事業者が契約の当事者とならず、その存在が見えにくくなっている場合が増加する」というのは少しわかりにくいと思いました。説明を聞いていたら、おそらく誰と契約しているかわからないというニュアンスだったと思います。それはおっしゃる通りで、例えば最近オンラインプラットフォームといって、いろいろな場を提供するというところで、海外のオンラインプラットフォームが非常に今流行っていて、結局そういうところで契約をすると誰と何の契約をしたかわからないという事例がたくさんあります。我々でもわからないことがたくさんあって、そうなると誰に対して何を根拠に文句をいけばよいのか、指摘をすればよいのかわからないということが非常にあるので、この指摘は非常に重要だと思いますが日本語をもう少し工夫をしていただければよいと思います。いわゆる、昔でいう直販サイトでしたら相手方がわかるのですが、間に入る業者がたくさん増えてきていて、そこに先ほどのキャッシュレスで今度は決済関係の業者も複数絡んでいます。だから当事者が多すぎて非常にそこが難しいので、もう少し言葉として書いていただければよいと思います。

また、同じ1ページのところですが、成年年齢の引き下げ、民法の改正が成立したと書いてあるのですが、どちらかというといつスタートしますという書き方のほうがよいと思います。2022年だったでしょうか、令和4年くらいだと思うのでそういう書き方のほうがよいと思います。法律改正して施行までの今ちょうど途中です。いつから変わるという書き方のほうがわかりやすいと思いました。

また、7ページの「相談内容」ですが、この中に「不用品」が出てきます。「不要」なのか「不用」なのか統一してください。表のほうは「不用」になっていますが、文章では「不要」になっています。正しい用語で統一してください。

また、10ページで「消費者教育の状況」があり、これは前の計画のときにもこの項目が入っているのですが、パッと見たときにそんなに前の計画と変わっていないと思いました。3年間頑張ってきたのですから、前回とガラッとまではいいませんが、前回以降の計画でこんなことをやってきて、ここも加わったということを、ここに実績のアピールではないですが書いてほしいと思いました。実績がなければ書けませんが、前と比べて文章的に変わっていないような印象を受けたので、それこそサポーターを導入してということもあると思うので、何かここをもう少し前回3年前からこのように進んだというところを入れて、今そういう状況です、でもまだ足りないののでこのようにやっていきたいと思います。ここは少し足してほしいと思います。

次に、39ページ以下「具体的施策の展開」ということで、今、達成目標を掲げて、そのための取り組みといったことで、ここは少し変えているところだと思います。この辺は私の感覚なのですが、達成目標のところを全部読んでいくと主語がわかりにくい印象があります。大きくいうと、消費者がこうこうこのようになるのが目標ですという部分と、行政のほうで、例えば39ページ

でいうと「庁内連携を強化し」とあり、「消費者が」が主語のものと、「行政が」という主語のものが、主語がないまま書かれているので一見わかりにくい印象を持ちました。39 ページの一番上は「消費者が」と書かれていますが、書いていないところがほとんどなので、そこは足してほしいと思います。39 ページ以下全部です。そうすると見やすくなると思います。

後は、細かい話になりますが 44 ページ、これも用語の統一ですが、達成目標に「高度情報化社会」とあり、推進の方向性は「高度情報通信ネットワーク社会」なので、この辺は意味があって書いてあるのかわかりませんが、もし同じ意味であれば用語は統一していただきたいと思います。私のほうからは以上です。皆様からもいろいろなご意見をいただければと思います。

(佐藤委員)：先ほど消費生活センターのこともしっかりと知ってもらいたいということだったのですが、16 ページのところであれば、消費生活センターを「知っている」という人が 43.6%いるのですが、知ってもらうための広報の仕方はいろいろと考えなければいけないと思います。下の「年齢別」のところでいうと、とにかく若い方はあまり知らないです。比較的、60 歳代だと 6 割の方が知っているということもあるので、消費生活センターのことを知っていただくためにどのような手段があるとは思いつかないのですが、年代に合わせて広報していかないといけないと思います。一律のチラシをつくるとか、市政ニュースに載せるといっても若い方は見ないのではないかと思います。今はネット社会なので、ネットで何か配信をしていくというように、広報の仕方 まずは知っていただくことが大前提だと思うので、そこは何か施策を考えていただきたいと思います。

(会長)：具体的な施策は先ほどのお話にありましたが、計画自体には載せずに、この会議などで昨年も実施したように実績を検証していくことになるのですか。

(事務局 亀岡)：そうです。

(野本委員)：最近、「芦屋市くらしの安全穂情報」の twitter が変わりましたね。中身がすごく挙がっているんで印象が違うのかもしれませんが、防犯のことがすごくたくさん挙がっているような印象を受けました。愛護委員でも子どもの見守りと不審者に対してどのような態度を取ったらよいかという防犯のものすごく力を入れていて、お母さんたちの気持ちはやはりそこにいきがちです。防犯はトレンドなので、うまく twitter に載せていると思いました。最近の芦屋の暮らしの安心・安全の情報が前より面白くなってきています。どなたがやっているのですか。

(事務局 亀岡)：消費生活係の 2 人です。消費がメインで、プラス防犯も一緒にやっています。私たちが記事を書くときもあれば、例えば国民生活センターがいろいろな情報をあげているので、それをリツイートしているときもあります。今回はごみの問題などがありました。水銀が含まれているものなどを注意喚起として挙げてほしいという要望があったので、そういった要望があれば挙げるようにしています。暮らしの安全・安心なので大きくやっているところです。

(野本委員)：とてもわかりやすいです。

(事務局 亀岡)：少しずつフォロワーが増えています。

(副会長)：消費生活センターの認知度が高齢者の間で高いのは、やはり高齢者の集いなどがあるたびに何かあったら相談してくださいといいますし、こういうところがあるからといただいたチラシをお配りしているからだと思います。最近、私もよく相談されるのですが、国がキャッシュレスを推進していますよね。私は実際に行ったことはないのですが、携帯会社などがキャッシュレスの QR について講習会をやっているとテレビで報道していました。私たち 60 代、70 代の人、キャッシュレスにして PayPay などを使うほうがキャッシュバックされたり、割引があったり、

5%になったり、2%還元があったりということで、すごくテレビでもいっています。お年寄りの人からはどうしようと相談があります。私自身も実際に使っているのはカードです。QRコードといわれても、私もわからないのでお勧めもできません。お金が戻ったりするのはよいのかもしれないし、国はどんどん推進していますが、高齢者からはどうしていったらよいのだろうかとか相談をたくさん受けます。電車などのカードは皆さん持っているので、これでも買い物ができるといっているんです。プリペイドなのでそれ以上使うこともないので、それは安心して勧められるのですが、後はどうしようと私にとっても課題です。携帯会社の講習会以外に、消費生活センターでできたらしてほしいと思います。どうやって高齢者に回答したらよいのかと思います。

(阪口委員)：今、スマホの講習会が増えてきています。特に老人です。政府の施策でやっているのだと思いますが、30台くらいメーカーが持ってきて、買えというわけではなく使い方を教えてくれます。こういうところにはこういう処置をするなど、基本的なところを教えます。そこがまだ使い慣れていないので、これを押してしまうと犯罪にいくよとか、そういうところまでは教えないのですが、とりあえず基本的な知識については教えてくれます。どこに向けて発信するのが問題なのですが、去年のデータなどをきっちり出していただいて、市でいろいろ考えてもらっているのがわかります。アンケートなのですが、大体市内全域から回収されています。その中でも回答率がよいのは朝日ヶ丘です。騙されることが多いのか、お金持ちが多いのか、関心度が高いところは特に回答率が高いという感じがします。そういう意味から、教育というのは非常に結果が見えないものなのですが、このアンケートを続けて取っていくことによって、成果が確認できていると思います。これだけ丁寧なアンケートを取っていただいたら、我々もこの計画に対してどうかというような、最初はなかなか教育のことですから、とりあえずここに書いてある基本方針の通りにやっていくような、学校で教育するようなことで、社会が教育していくのは非常に難しいなと思うのですが、あくまで自己責任で物事を進めるんですよ、その責任はあなたが取るんですよという教育を学校ですべきであって、それが浸透すれば先ほどいわれたように市役所が前面に出てどうのこうのということになったら、今警察の方も市役所の方も犯罪をする時代ですから、あまり前面に出ていくとかえってまずいと思います。必ず来訪してくださいとか、そういうことで行政の方が相手の家に行くことは絶対ないことにしないといけないことです。そういう意味でいうと、なかなか成果が確認できにくいところはあるのですが、きっちりとして目標を立てられているので、これに対して出前講座を実施した後どうなったのか、この紙を配ります、配った後どうなったということ積み重ねていくことによって、みんなの感覚が普及してきたという確認ができるのではないかと思います。そういうことで計画の浸透性というのが、ぼちぼちではありますが確認できるだろうと思います。教育ですから市民に向けてテストするわけにはいかないので、そういう確認方法しかないのではないのでしょうか。個々の問題は、先ほどいったように相談に対してどうするかというのは、やはり従来の職務の範囲でやっていただかないと仕方ないと思います。私はそう思います。今回の計画は一步前進していてよいと思います。ただ、啓発を行う、周知する、実施する、それをした後どうしたかというのが大事だと思います。

(会長)：ありがとうございます。今の指標のところなのですが、サンプル的にいくつか事務局のほうで挙げていただいています。アンケート以外のところも指標として、先ほどのサポーターの人数もありますし、アンケートも含めアンケート以外でもよいので、このような指標を入れたほうがよいのではないかというご意見があればと思います。

- (阪口委員)：アンケートでしたら集団の取り方などいろいろで、結果は返ってくるでしょうけれど、市内全域で3,000配布して回収率が50%ないです。これは少ないですね。
- (野本委員)：前回、確か前回52%の回収率で結構あるとおっしゃったと思います。50%と47.3%はあまり変わらないですか。下がったということになるのですか。この数字は一般的なのでしょうか。
- (阪口委員)：アンケートと回収率としては高いと思います。普通は20%、30%くらいです。
- (事務局 石原)：民間はそうだと思いますが、役所のものは大体5割いくかいかないくらいです。前は若い人が少なくて、高齢者の方にちょっと寄せていたのですが、幅広く聞きたいということがあったので均等に各年代に聞きました。そうするとやはり若い方の回答率が低くなってしまいます。それを加味するとなかなかの回答率だと思います。
- (永瀬委員)：個人としたら興味のある文章や文言に惹きつけられて回答するのかもしれませんが、回答の中の45.9%が被害にあったことがない人です。ということは、そんな目にあっていないのに書いてくれているので率が高いと思います。そういう意味では浸透しているのかと思います。全体的な目標やこれをやっている理由というところで、消費生活センターの認知度はそんなに気にすることはあるのですか。前回から相談先としての数値がかなり上がっていますし、警察より相談件数が多いですね。これはすごいことだと思います。警察より認知されていますよね。いずれにしても、誰かに相談してくれているほうがよいです。ここの認知度よりも、どこにも相談したことない人たちや困っている人、あるいは実害にあつて周知もされていない人たちなので、ここを減らすことを目的と考えたらよいと思います。少し別の問題なのですが、今、市民の人がこの問題は市役所にいるのか、消防にいるのか、警察にいるのか、ごちゃ混ぜになっていると思います。そこをわけないといけない話なのですか。これはどこに相談してくれてもよい話なんですよね。特に高齢者の方、被害にあったのかしらという感覚の方が相談する前に、このときはどこに相談したらよいのかと迷った瞬間に、どこでもよいですよ、誰かにいってくださいという警察でもよいのかなと思います。店にかけている人も多いですが、店にかけてよいのか迷うでしょうし、警察にいったらそれは大したことではないといわれたらどうしようと思うでしょうし、こういう問題はここと決めずに誰でもよいから相談しなさいというように教育するという考えではだめですか。
- (事務局 石原)：相談はしなくて自主的に交渉できる人や、自分でネットで調べてわかったということであれば相談をしなくても自己解決していると思うのですが、どこに相談してよいかわからないという人の割合は減らしたいということで今指標として入れています。
- (阪口委員)：新聞社がやるような誘導アンケートには見えませんよね。確かに設問の仕方で回答がわかってくる可能性もありますけれど。
- (永瀬委員)：講演会や講習会に行ったりするのですが、こられている方は同じ人ばかりです。お困りのところはそこだと思います。きていない人に聞いてほしいのにといいところですよ。
- (副会長)：高齢者の場合、何でもかんでも民生委員に聞けばよいと思っっていると思います。私も何か困ったことがあったらすぐにいってと言うので、分からないことがあったらまず民生委員に言って、民生委員がつかぬからと言うようにしています。それこそ新聞を断ってほしいということもいってきます。実際、今度のキャッシュレスについては私では解決できないので困ります。つかぬところもないです。
- (事務局 亀岡)：今度、キャッシュレスのセミナーは行います。そういったこともリクエストしていただきたいと思います。こういうセミナーをやってほしいということがあれば参考にさせていただきます。

す。毎年、セミナーのテーマについては考えますので、皆さんがお困りのことがあればぜひお知らせいただければと思います。今回は、サポーターの養成講座の1つとして公開セミナーとして3つほど行います。申し込まなくてもそれ自体は受けていただけるものです。その時々トレンドやみんなが困っていることなど、私たちとして気をつけてほしいことをテーマにしてセミナーを年2回、3回くらい実施しようと考えています。その中で、こちらが考えることと実際に困っていることは異なることもあるので、実際の声としていただけると参考になります。後は年代層もあります。お子さん向けのもの、高齢者向けのものもしますが、並列でこれはやっているのですが、ご高齢の方がこられることのほうが多いです。ご高齢の方のほうがトラブルにあいやすいという傾向にあるので、そういう方を対象にもするのですが、実際に困っていることややってほしいということがあればいただければと思います。

(副会長)：出前講座もしていただけるのですか。

(事務局 亀岡)：内容によってはできると思います。

(阪口委員)：消費生活サポーターの講座は期間を集中して3日くらいでやったほうが効率的に受けてくれると思います。10日は無理ですよ。2日ほど抜けたりする人は必ず出てきますよね。3日ほどで3時間くらいでやれば3日くらいに縮まりませんか。せめて4回、1月で終わるくらいにすると応募は増えると思います。

(事務局 亀岡)：そうですね。

(阪口委員)：毎週木曜日など決めているから難しいかもしれませんが。

(木下委員)：私は教育に関することしかわからないので、全体的にこれを見たところそんなに違和感なく計画としてはよいのではないかと考えています。ただ、本当に何でも教育に絡んできます。環境にしても食育にしても消費者教育にしても、すべての計画の中に必ず教育が入ります。全部大事なことなので入れなければいけないのですが、カリキュラムをマネジメントして精査しなければいけないということで、これは削除、削除と否定的にいつはいけないのですが、優先順位を決めて実施すべきと考えます。現場にいるときはこういった市の情報はあまり聞こえてきませんでした。もっと言うと、子どもの目の前にいる先生方がこのような情報を知っていれば、もっと授業の中で知っているかと語って、そこで変わっていくところもあるのではないかと感じました。いろいろな情報を、私の立場であれば積極的に学校に流して、社会科の担当がその情報をキャッチし、必ず授業に盛り込んでいこうということも話しながらやっていかないといけないと思います。そして本当に自立した消費者をつくっていくことが教育の中では非常に大事だと思っていますので、感想になりますがそういったところをやっていかなければいけないと思いました。10代の人あまり恐ろしさを知らないですよ。ワンクリック詐欺の授業を見に行ったときに、子どもたちは食いつくように先生の話聞いていました。「一方的に送ってくるものは無視したらよいのですが、これを押した瞬間にあなたの情報は向こうに流れるから、そこからいろいろなトラブルが発生する」という話を真剣に聞いていました。やはり伝えていかなければいけない情報、生々しい被害の状況といったものも流していかないといけないと思いました。そこから変えていくのではないかと感じました。

(野本委員)：出前講座なのですが、キャッシュレスの仕組みやそういう難しい言葉より、あなたほどのQRコード決済を選ぶ、とか、どれを選んだら生活にマッチするのだろうかといったことで、選ぶ前提とする短い講座があるとよいと思いました。怖いなど思っているのが、QRコード決済が本当に浸透するようになったら、今まで詐欺で狙われるというか、三大被害者は高齢者、障がい者、若者だったのが、普通の子供世代も入ってくる気がします。なぜそう思ったかという、

日々の買い物にどんどん入ってくるであろうことは予想されますし、LINE Pay では現金のやり取りができますし、現金化もできると聞いたときに、子どもに仕送りするときに手数料もなくとても便利なのではないかと思ったんです。そうするとミドル世代も危険です。QRコード決済を国も広めようといっているのだから、あなたはどれを選ぶのか、あなたにピッタリのQRコード決済を見つけようといった、少し前向きな出前講座ができると面白いと思います。

(事務局 船曳)：どこの企業さんともつながっていない公平な先生がいればよいです。

(野本委員)：例えば、身近なあなたがよく利用するコンビニと提携しているところがよいとか、私も近くの本屋さんを見たら、そこはまだQRコード決済ができませんでした。

(事務局 船曳)：やたら特定のところを勧めてくる先生もいますね。

(野本委員)：いらっしゃるんですか。つながっているのですか。

(事務局 船曳)：可能性はありますね。

(永瀬委員)：色のついていない先生のほうが珍しいです。

(事務局 船曳)：商工会さんのほうで、事業者さん相手にキャッシュレスを導入する研修をされました。ですが、すごい数のキャッシュレス業者さんがこられて、交代で10分ずつ話をされていかれました。皆さん事業者さんなので、その裏の手数料の話など事業者さんサイドの話もされるので、そういうからくりがあるのかという話だったのですが、それでも10分ごとに違う人が話すので途中で気分が悪くなってきたくらいの感じでした。

(事務局 石原)：企業だと無料で講師をしてくれます。やはり広めたいということがあり、コスト面ではよいのですが、やはり市役所なので公正を保つ必要があります。

(会長)：面白い話をしようとする、どうしてもどこかの企業に偏った話になりがちです。仕組みや注意点であれば無難ですが面白くはないです。

(副会長)：それが市役所的ですよ。

(会長)：それが限界ではあるかもしれません。

(副会長)：生協さんの共同購入は今まで通りでよいですよ。銀行引き落としで、それは変わらないですよ。結構それを利用されている方が多いです。

(会長)：電子マネーは基本前払いなのでそれほど深刻ではないのですが、QRコード決済はクレジットカードと紐づけられているので、結構後払いもあり何が出てくるのかわからないというところもあります。

(副会長)：44ページですよ。「各種イベントやセミナー等で啓発を図ります」とあります。

(三谷委員)：この計画を見させていただいて、以前は気がついていなかった点なのですが、今福祉の世界では児童福祉法、障害者総合支援法、高齢者の介護保険だけではないところの話になっていまして、そこで困っている世代の相談窓口をつくっていこうということで全世代型の対応になっていっております。それをやり始めたときに、やはり18歳以降65歳までで障がいがないという方々でも非常に困っていることが多く出てきています。その中に消費者ローンの問題から詐欺被害にあっているという相談もありますし、本人があまり感じてはいない場合もありますが、社会とのコミュニケーション能力に少し難がある方々も一定数いらっしゃいます。そこはやはり数としては多いと感じていますので、この計画の中でも障がい、高齢、その他の市民の括りになっていると思うのですが、その辺はもう少し枠を広げたような捉え方が必要になってくると思います。難しい部分もあり、インターネットには詳しい方も多いです。そういったところで知っていたりもするのですが、そういう人たちが一定数いるので焦点を当てていかなければいけないのではな

いかと思います。

(事務局 船曳)：明らかにグレーゾーンと思われる人で相談を繰り返す方がずっと過去からいらして、そこに対する啓発活動をどうしていくかですよね。一般的な読み物や講座がどうも適切ではないような感じがします。

(三谷委員)：発達障がいにはならず、こだわりが強い、ものの捉え方に特徴があるという程度で生活されている方に関しては、こういうものを見たときに人とは違う捉え方をするところがあります。どのような周知をしていくことがよいのか、正しく捉えていただくにはどうしたらよいのかというのはあると思います。それをどう落とし込んだらよいのかはまだわかりません。

(野本委員)：そういった方たちが集まる場所が芦屋にはありませんし、もともと出てきません。

(三谷委員)：社会的孤立というくくりでは一定数いらっしゃいますが、普通に働いている方でもいらっしゃいますし、転職を繰り返す方もいらっしゃいます。社会から孤立する要素をお持ちの方にも、やはり、消費者被害的なものにあい易いし気づかない。ですから意識しておく必要があるのではないかと考えています。

(会長)：ありがとうございます。その他、何かございますか。

指標に関してなのですが、指標を載せるということはよろしいですね。どの指標をといることはありますが、それから目指す方向として先ほどいわれた数値を上げるのか、方向性だけなのか、数値のほうがよりクリアでわかりやすいという面はありますが、そこについてご意見はありますか。

(永瀬委員)：数値だけではなくてもよいと思います。

(阪口委員)：数値だけでは確認がしにくいこともあります。

(会長)：例えばサンプルでいえば、認知度 43.6%でこれを 60%というかたちで目標値を書いてしまうのか、あるいはこのサンプルにあるように数値はとにかく挙げる方向だけ示すかという、その辺りはどうですか。どちらもあると思うのですが、数値の設定の仕方が難しいですね。

(事務局 亀岡)：できれば 100%がいちばんよいのですが。

(永瀬委員)：前回と比べて今回上がっているというのが達成じゃないのかなと思います。

(会長)：他に何かございますか。

それでは今日はこれくらいで終わらせていただくのですが、今後の流れの説明をいただけますか。

(事務局 亀岡)：今回いただいたご意見については、修正や反映をさせていただき、この後また幹事会と本部会において諮って、最後にそれをまた反映させたものを協議会でご意見いただいてパブリックコメントを実施します。次回の協議会なのですが、11月くらいを予定しています。今回、今日でなくてもよいのですが、後日でもよいので思うところがあればぜひご意見いただければありがたいと思います。11月でご意見をいただいた後に、パブリックコメントを12月に実施するのですが、その後でパブリックコメントで市民の皆さんから意見をいただいた結果を2月頃にここでまた報告させていただくのと同時に、並行して現行の計画がちょうど終わりになりますので、その実績見込みの報告などもさせていただきたいと思っています。

(会長)：年度内、後2回ということですね。11月と2月ですね。そのようなスケジュールだということ把握いただければと思います。

それでは、以上で本日予定しておりました議題は終了いたします。長時間ありがとうございました。事務局に司会進行をお返しします。

(4) 閉会