

「令和6年度全国消費者フォーラム」に参加して

梶山女学園大学現代マネジメント学部 東 珠実

はじめに

今年度の全国消費者フォーラムの全体テーマは、「未来（あした）の消費者力を身につけよう～デジタル社会における消費者市民社会形成に向けた行動を考える～」でした。当日は、柿野成美氏（公益財団法人消費者教育支援センター理事、法政大学大学院 政策創造研究科 准教授）と藤田裕氏（弁護士、第二東京弁護士会 消費者問題対策委員会元委員長）による分科会進行と、大野瑞姫氏（独立行政法人国民生活センター 全国消費者フォーラム事務局）によるポスター発表の紹介ならびに同氏の司会の下で柿野氏、藤田氏による全体討論（意見交換）が行われました。以下では、2つの分科会ならびにポスターセッションの発表に関する簡単なまとめと感想、全体会の内容のふりかえりについて述べたいと思います。

1. 第1分科会について

第1分科会では、「高度化する社会に向けた多様な取組」をテーマに5件の報告がありました。大学生と多様な世代が学び合うインクルーシブな消費者-情報教育、消費生活相談員による大学生を対象としたデジタル広告について考える講座、大学生の実態調査を踏まえた消費者クイズイベントや保護者向け教材開発、アクティブシニアに対しデジタル社会での留意点を朗読劇やクイズで伝える区民講師による講座、大学生によるすごろくゲームを活用した幼児向け消費者教育講座など、いずれも独自性が高く、多様な主体が協働・連携する実践的な活動の報告でした。なかでも、活動の多くに大学生が関わっていたことが特徴的であり、新たな消費者教育の可能性を感じました。発表されたような先進的な取組をきっかけに、デジタルネイティブの中でもスマホ世代と呼ばれる大学生たちが、今後の消費者教育の担い手となる活動が広がりを見せ、すでに消費者啓発の実績を重ねているさまざまな団体や行政とタッグを組んで、地域連携の核となっていくことが期待されます。

2. 第2分科会について

第2分科会では、「持続可能な社会の実現に向けた連携・協働の取組」をテーマに5件の報告がありました。民生委員と大学生と消費生活センターの連携による高齢者見守りのアウトリーチ活動、企業と連携しキャリア教育と融合した高等学校家庭科における「働く」から考える消費者教育、事業者団体による企業の消費者対応体制に関する実態調査、空き家問題に関する消費者教育としての住まいの終活の提案、不要品の個人間取引プラットフォームを運営する事業者による自治体等と連携したサーキュラーエコノミーを目指す取組など、人や社会、地球環境の持続可能性に貢献する連携・協働に基づく実践について報告がありました。いずれも、喫緊の消費者課題に対する発表者の立場を活かし

たアプローチという点で**創意工夫**のある取組で、その多くに**事業者**が関わり、**福祉関係者**との連携などもみられました。SDGs のゴール 12「**つくる責任 つかう責任**」を達成するためには、消費者と多様な主体との連携が必要であることは言うまでもありませんが、とりわけ**消費者と事業者との連携**や、事業者による積極的な消費者関連活動は、ますます重要な意味をもつものと思われます。

3. ポスターセッションについて

ポスターセッションでは、本フォーラムの趣旨を踏まえた 8 件の発表がありました。高等学校に消費生活センターの出張所を設置し情報提供を行う取組、震災後の地域の未来に向けた被災地と東京の高校生、大学生等との交流イベント、行政による高等学校部活動を活用した消費者教育の実践、消費生活に関する専門家団体によるヘルメット着用に関するアンケート調査の実施と結果に基づく提言、金融経済教育の現状と J-FLEC の事業や教材の紹介、消費者団体による食品トレイの分別収集・リサイクル等に関する消費者、事業者の実態調査の実施、消費者団体による LP ガスの契約に対応する力を身につけることの呼びかけ、不用着物を子どもたちに着つけて楽しく遊んでもらう体験プロジェクトの展開など、行政や団体等による独創的な活動や団体の特性を活かした情報提供などがありました。このうちの半数は、**若者や子どもたち**に向けた消費者教育・環境教育に関する実践活動で、出張消費生活センター、地域を超えた若者の交流、部活動へのアプローチ、リサイクル（リユース・アップサイクル）と着物文化の継承など、いずれも、ユニークなアイデアで、次世代に対する教育・啓発の多様な可能性を切り拓く興味深い取組でした。また、もう半数は、**発表団体の特性や専門性に依拠した情報提供**であり、それぞれの問題意識の下で調査した結果に基づく提言や発信内容は説得力が高く、一方で、いままさに注目度の高い J-FLEC による**金融経済教育**の取組紹介は、多くの参加にとって貴重な情報収集の機会となったものと思われます。

4. 全体会：分科会のまとめ及びメインテーマをめぐる討論について

1) まとめと討論の内容

全体会では、はじめに、第 1 分科会の柿野成美座長、第 2 分科会の藤田裕座長による両分科会のまとめと、司会を務められた事務局の大野瑞姫氏によるポスターセッションの内容紹介がありました。

続いて、第 1 分科会、第 2 分科会、ポスターセッションを含め、今年度のフォーラムの発表内容全体を通しての傾向や新しさ、話題性を感じた点等について、2 人の座長からコメントがありました。柿野氏からは、コロナ前に比べ、それぞれの取組の内容、方法、連携先などに一層工夫がみられるようになり良い成果を出しているとの評価とともに、**デジタルネイティブである大学生等が消費者教育の担い手**として活躍していく**環境づくり**が重要であること等が述べられました。また、藤田氏からは、それぞれの取組への高い評価とともに、特に、弁護士の立場から、**若者のマルチ被害の原因**にもなっている儲け話の抑止にもつながる**働くこと（お金を稼ぐこと）に着目した消費者教育や、高齢者や障害者などの配慮が必要な消費者の「見守り」活動、企業による取組等**について言及がありました。そして、柿野氏も藤田氏も共通に、活動における「**協働**」の重要性を指摘され、ただつながるだけでなく、効果的な取組とするためのつながり方、協働関係の深まり等について述べられました。さ

らに、両座長とも、ポスター発表における高等学校での「出張消費生活センター」の設置や「部活動」に着目した消費者教育について取り上げられ、特に、熱意や工夫のある取組として評価されました。また、大野氏からは、フォーラムの在り方に関して、昨年度から対面に加えリアルタイムのオンライン配信を行うようになり、さらに今回からアーカイブ配信も実施するようになったことが紹介され、これにより、参加者のすそ野の広がりへの期待が述べられました。

次に、本フォーラムのテーマに沿った議論が行われ、まず、第1分科会で掲げた「高度化する社会に向けた多様な取組」に関して、デジタル社会が進展するなかで、それに取り残されないように消費者が身に付けるべきスキルや素養とは何かについて、意見交換が行われました。柿野氏からは、デジタル社会への急速な移行がみられるかどうかにかかわらず、常に消費者教育の肝は、「批判的思考（クリティカルシンキング）とそれに基づく意思決定」であり、その力が今後ますます必要になってくるとの意見が述べられました。また、そのような力を身につけるためには、今回の活動報告にもあったように、ダークパターンを見抜く力や「これはおかしい」と気づく力を低年齢から育み、フィルターバブルの環境への理解も含めて、批判的思考や意思決定の力を磨くような消費者教育が必要であると強調されました。これを受けて、藤田氏からは、弁護士の立場から「消費者の脆弱性」というキーワードが示され、それはまさに意思決定に対しての脆弱性であるとの説明がありました。高齢者や障害者だけでなく、いろいろな情報を操る若者も騙されてしまう背景には、SNSによる誘導があることが指摘され、そこへのアプローチとして、今回の活動報告にもあったような高等学校からの取組が重要であると述べられました。また、その継続により社会全体の消費者力を高めることが重要であるとまとめられました。

その後、第2分科会のテーマ「持続可能な社会の実現に向けた連携・協働の取組」に関して、デジタル化の進展を踏まえたうえで、改めて意見交換がなされました。藤田氏からは、重ねて高齢者等の脆弱性への言及があり、被害に遭う前にできることとして見守りが重要であること、「私は大丈夫」と考えている人に対するアプローチとして連携が効果的であり、連携に基づく見守りにより、消費者の特性に寄り添ったかたちで気づいてもらうこと、特に、一人暮らしの高齢者等へのアクセスは地域の問題であることなどについてお話がありました。また、柿野氏からは、地域の見守りに関して、すでに平成16年頃から「高齢者の消費者トラブル見守りガイドブック」作成のための取組などが行われており、それが今日まで継承され、いま一層重要になってきていることが紹介されました。そして、デジタルやAIが進展すればするほど、足元でおかしいことがないかお互いに見守っていく地域のネットワークが重要であること、その一方で、人口減少社会のなかで、これをどう機能的に進めていくのが地域の課題であること、特にスマホの中でのデジタルのトラブルは気づきにくいいため、コミュニケーションが一層活発化するような大きな流れをつくりつつ、そこに消費者の話題も取り込んでいくことが大事であるとの意見が述べられました。

最後に、2人の座長から、フォーラムの発表者や参加者に対し、明日からの活動を励ますメッセージをいただきました。藤田氏は、発表者や関係者の熱気や情熱を感じて安心したと話され、弁護士の仕事は被害に遭った人への対応であるのに対し、その前の段階で多くの方が未然防止を真摯に考えてくださっている社会に期待したいとされ、持続可能な社会に向けた活動をこれからも継続して困っている人が被害に遭わないようにしていただきたいとエールを送られました。また、柿野氏は、デジタルの分野は難しく、何がどこまで進んでいるのかよく理解できない状況があるが、いま何が問題か

を丁寧に整理する必要があると話されました。そして、デジタルの何に注意すべきか、デジタルをどう活用すべきかを共に考えていきたいと述べられ、今後の参加者たちの活動や、次回フォーラムに期待を寄せられました。

2) 全体会を通しての感想

今回のフォーラムの全体会をふりかえると、当面する社会に関して、**デジタル社会（高度化する社会）**と**持続可能な社会（消費者市民社会）**、注目すべき主体として、**大学生、高校生、高齢者・障害者、事業者**、そして、全体を通じての重要な概念として、**連携・協働、見守り**などのキーワードを挙げることができます。第1分科会の座長の柿野氏は主としてデジタル社会に関して、第2分科会の座長の藤田氏は主として持続可能な社会に関して発表者の特徴や傾向をまとめられましたが、いずれも、最も強調されたのは、「**連携・協働が重要である**」という点であったように思います。また、大学生や高校生などの若い世代の関与や、他方で高齢者等の見守りに関しても、共通に、その意義を指摘されました。

これらを踏まえつつ、フォーラムの全体テーマ「**未来（あした）の消費者力を身につけよう～デジタル社会における消費者市民社会形成に向けた行動を考える～**」について、改めて考えてみたいと思います。今回のフォーラムにおける発表や座長による意見交換を通して、デジタル社会で求められる「**未来（あした）の消費者力**」とは、必ずしも「**デジタルに関する専門的な知識やスキルではない**」ということ強く感じました。もちろん、一人一人の消費者が**基本的なデジタルリテラシー**をもつことは重要ですが、デジタルに関する専門的な知識やスキルはすぐに陳腐化してしまい、次から次へと新しいシステムやハードウェア、ソフトウェア等が開発されていくので、それへの対応は、ひとまず専門家に任せ、その**専門家とつながる力**が、消費者に求められているように思います。デジタルを安心・安全で利便性の高い生活に役立てるためのノウハウは主に**事業者**などから、デジタルに伴う消費者問題や消費生活上の留意点については、主に**消費生活相談員や法曹関係の専門家**などから適切に情報提供してもらい、消費者には、それをキャッチする力が必要です。また、そのような仕組みづくり・環境づくりを担うのが**行政やコミュニティ**であり、サポートし合うのが**家族や地域の人々**であるように思います。さらに、ここで注目されるべき存在が「**若者**」と「**見守りの担い手**」です。デジタルネイティブでありスマホ世代である子どもたちや若者たちには、幼少期からデジタルツールの活用とデジタル消費者問題の未然防止について多くの教育機会が与えられるべきであり、同時に、やがて彼らは、地域における**消費者啓発の担い手**になることが期待されます。また、高齢者や障害者の見守りの担い手には、家族や地域の消費生活分野の関係者だけでなく、福祉関係者の協力が欠かせません。そして、わたしたちは誰もが**見守りの担い手**になるべく、そのリテラシー（マインド、態度）を身につけながら、やがて見守られる立場になることをも想定して周囲の人々とつながり、**適切に見守られる力**をも携えていかなければならないのではないのでしょうか。

最後に、今回のフォーラムでは、言葉としては、あまり取り上げられませんでした。全体テーマのサブタイトルにある「『**消費者市民社会**』に向けた行動」についても、ここで考えてみたいと思います。消費者市民社会とは、周知のとおり「消費者が自身の行動が社会や環境に及ぼす影響を自覚して、持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」を意味しています。このような社会に必要な消費者力は、まさに、本フォーラムのキー概念となった「**連携・協働**」を可能にする「**つながる力**」で

あることがわかります。ここでいう「つながる力」とは、消費者市民社会に向けた行動をとるために、**社会とつながる力**（コミュニティの組織や多様な構成員、専門家などにつながる力）を意味しています。また、単につながりだけでなく、柿野氏が指摘されていたような「批判的思考力」や意思をもって社会に参画する力（社会の一員として意見を表明し行動する力）、そして、**社会や他者のために自分のもっている資源を活用しようとする力**（社会的課題解決のために情報発信する力、啓発・教育の担い手になる力、藤田氏が強調されていた「見守り」の力、さらに適切に見守られる力）が、ここで必要とされる未来（あした）の消費者力であるように思います。ライフステージの推移や個人的な状況により、自立力には変化や違いがありますが、未来（あした）の消費者力とは、**社会の一員であることにより、それぞれの自立力を補い、安心・安全で豊かな消費生活環境を自ら創り出す力**といえるのではないのでしょうか。

おわりに

本フォーラムも、四半世紀の歴史を重ね、この間、消費者が関係者と「つながる力」を互いに確認し合う貴重な機会となってきました。大野氏の説明にもあったとおり、その開催方法が対面のみならず、リアルタイムのオンライン配信、そして今年からはアーカイブ配信も実施されるようになったことで、つながりを共有する関係性も大きな広がりをみせています。今後も、消費者課題を解決しようとする方々のつながりと活動がさらなる多様性をもって発展し、全国消費者フォーラムがますます充実したものとなることを期待しています。