

内閣府消費者委員会 意見交換会 資料

1. NPO 法人スマセレについて

- ・2016年3月、消費者啓発活動を実践して「兵庫県くらしのヤングクリエイター」として活動認定された学生5名で、活動の幅を大学外や多世代、他分野に広げるために「学生団体スマセレ」を設立し、1年で20大学35名の団体へ。
- ・スマセレは、スマートセレクト（かしこい選択）から考えた名称で、「かしこい選択」を通して社会貢献と自己成長を目的とし、設立後、街頭での消費者啓発活動からはじまり、企業と連携した消費者教育ワークショップ、社会人からキャリア感を学ぶキャリア教育イベントを実施。
- ・2018年3月より「NPO 法人スマセレ」となり、学生だけでなく社会人も一緒に活動。
- ・NPO 法人化後は、企業向けの SDGs 研修や就職相談、結婚相談、プラットフォームづくり、障がい者支援などにも注力。
- ・2020年度までは兵庫県や大学生協と連携したイベントの企画運営もしていたが、コロナの影響で大学生協の体制が変わったことから、2021年度以降、行政と連携したイベントはなくなり、中小企業と連携したインターンシップ事業などを実施。設立時から約50名の「兵庫県くらしのヤングクリエイター」を育成してきたのもこれに伴って終了。
- ・2021年度以降は、消費者市民社会と SDGs をテーマに持続可能な暮らしにフォーカスしたプラットフォームづくりに活動を転換中。

2. 成年年齢引下げに向けた課題・取組

- ・消費者力アップイベント、消費者啓発活動の実施
 - 大学生はもちろん高校生のグループを育成するような事業構想もあったが、コロナで断念
 - コロナ禍におけるオンラインイベントの多さから、オンラインイベントへの参加ハードルが高
 - リアルとオンラインで求めているものの違いが明確化
- ・高校に向けた SDGs 学習会での啓発活動の実施
 - 2021年度になり、コロナ前の6割程度まで回復したが、その機会はまだまだ少ない
 - 授業時間の確保が課題
- ・事業者との交流会や就職相談会の中での啓発活動の実施
 - 消費者と事業者の壁がコロナでさらにでき、情報の選択がさらに難しく
- ・障がい者向け消費者トラブル調査
 - 障がい者親の会や障がい者施設などと連携して、障がい者のトラブルを調査
 - トラブルだという認識すらできていないトラブルが多々あった

3. 第7次消費者委員会への要望について

- ・デジタル化による様々な弊害について整理し、フェイクニュース等についての規制を強化して欲しい
- ・就職活動の時期・方法の変化などや企業の求める像の変化などが加速しており、就活生の二極化とそれに伴うトラブルはますます増加すると考えられ、18歳だけでなく、既存の若者に向けた消費者教育についても検討して欲しい。
- ・コロナによって成年年齢引き下げの周知ができていないため、来年からの成年年齢引き下げ前に消費者トラブルに対しての緊急対策をして欲しい
- ・学校教育の中での消費者教育の位置づけについて提言して欲しい
- ・障がい者のトラブルを減らす仕組みづくりをして欲しい
- ・消費者被害防止はそもそもだが、持続可能な開発目標等にも歩調をあわせた形での働きかけもして欲しい。