

北海道消費者協会創立60周年記念座談会

北海道消費者協会は、創立60周年を迎えました。キャッチコピーとして「紡ぐ つなぐ わくわく 未来」を定め、関わりの薄かった道民、特に若い世代と、より強く「つなぐ」ことを目指しています。その一環として座談会を企画しました。協会の課題や可能性を指摘いただき、次なる活動につなげたいと考えています。

<出席者>

石原 宏治（いしはら・こうじ） 1966年生まれ。札幌市出身。北海道新聞くらし報道部長。17年前、同報道部の前身の生活部に在籍し介護や認知症問題などを取材。社会保障と安全保障がライフワーク。著書に「私の戦後70年」「達人が教える 介護のコツ」など。7月に「達人が教える 介護のコツ2」を出版予定。

加茂 有美（かも・ゆみ） 1976年生まれ。パン好きが高じ製パン、製粉会社の開発職となり、その後、対話を通じ自己理解を支援するコーチング業界へ。2018年にOffice ConTe（オフィス コンテ）を開業。「仕事を楽しく、人生を面白く！」をコンセプトに、セミナーや子ども向けワークなどを開催。小学生の2児の母。食や地域活性化にも興味あり。

高山 大祐（たかやま・だいすけ） 1972年生まれ。認定NPO法人北海道NPOファンド理事・事務局スタッフ。30代でNPOのボランティア情報誌に興味をひかれ、以来、NPOに関わる。2016年より、NPOを中間支援するの北海道NPOサポートセンタースタッフとなる。ソーシャルファイナンスや、社会的インパクトに関心を持つ。

中谷 通恵（なかや・みちえ） 白老町在住。子育て支援のNPO「お助けネット」代表。「子どもとメディア北海道」事務局長。小学校教員を経て子育て支援に参画。2009年によみうり子育て応援団大賞を受賞。ネットゲーム依存等の消費者教育に関わるべく昨年、「還暦受験生としてけっぱり」、消費生活相談員資格を取得。

橋長 真紀子（はしなが・まきこ） 札幌学院大学経済経営学部教授。2016年東京学芸大学大学院博士課程修了（教育学）。金融機関、消費者教育支援センター等を経て現職。専門は消費者行動、消費者教育、金融教育。著書に「パーソナルファイナンスの理論と実証」等。現在はソーシャルファイナンスと社会的価値行動に関する国際比較研究に取り組んでいる。

橋長ゼミ生 札幌学院大学経営学部経営学科3年＝三浦佑斗さん、三上みのりさん、古山晶子さん、範耕睿さん（台湾留学生）

<進行>

武野 伸二（北海道消費者協会専務理事）

武野 60周年記念座談会を始めます。自己紹介とあわせ、消費者協会との関わりなどお話しください。

中谷 若いときは小学校教員をし、夫の転勤で退職して白老町で子育て支援に関わってきました。白老町から子育てふれあいセンターを受託するNPOの代表をしています。また、訪問型家庭支援員として年間40～50件、家庭を回って相談に乗っています。

2010年に「子どもとメディア北海道」という団体を、旭川の小児科医と立ち上げ、ゲームやネットとの上手なつきあい方について全道のPTAや学校で授業をしてきました。個人としては、この10年で100市町村くらい訪問してきました。北海道の小中学生がネットやゲームの時間が長いことによって生活リズムや心や学力、勉強したり体験したりする時間がずいぶん奪われていることに危機感を感じています。

消費生活については、コロナ禍で講演活動がなくなった時間を利用して昨年度、消費生活相談員の国家資格に挑戦し、合格しました。大変な資格試験でした。社会全体の問題、子どもから高齢者まで、法律の知識もたくさん持たなければならぬし、大変深い問題に消費生活相談窓口が関わっており、それを支援する仕事を消費者協会がしていると実感しました。

高山 認定NPO法人北海道NPOファンド理事兼事務局スタッフをしています。いわゆる市民ファンドとして、市民から寄付を集めてNPOに助成することを主な活動としています。同時にNPOの運営支援をする北海道NPOサポートセンターのスタッフも兼任しています。2016年から当センターに深くかかわるようになり、助成事業やNPOの運営にも関わってきました。

30代のころ、ボランティアを募集していたボランティア情報誌に興味をひかれ、そこからNPOに関わり始めました。助成事業を担当している関係から社会的投資（ソーシャルファイナンス）や社会的インパクトといったものにも取り組んでいます。北海道の小さなNPOには縁遠い気もしますが、社会的インパクトはそれぞれの団体の活動から生じており、こうした新しい動きを北海道のNPOに還元したいと考えています。

消費者問題では一昨年、昨年と、適格消費者団体の消費者支援ネット北海道（ホクネット）と連携し、どのような社会的な影響を及ぼしているのかという社会的インパクト評価を行い、消費者運動を学ばせてもらいました。

加茂 コーチング業のオフィスコンテの代表をしています。その前は20年近く食品業界に勤め、1社目が日糧製パン、2社目が江別製粉でした。江別製粉では、道産小麦をもっと知ってもらおうという活動をし、まちおこしに地場産の小麦を使う地産地消に関わりました。

消費者協会のことは、ほとんど分からなかったですね。小学生の子どもが2人いて、地域の消費者まつりに行ったことがあるくらい。最近、子どもたちからコーチングを知ってほしいと思い、子ども向けのワークショップをしています。そのワークでSDGsについて考える機会が結構あります。「つくる責任 つかう責任」に意識を向け、自分ができることは小さいけど、みんなで取り組むことで社会全体が良くなり、未来が明るいものになるんじゃないかと。近ごろは消費活動に特に興味を持っています。

石原 新聞記者になって32年。前半は事件記者と永田町の政治記者をしてニュースを追い、後半は生活部で人の役に立つことが実感できる記事を書くようになり、主に認知症や介護を取材しました。その後、支局長やデスク、報道部長を経て、生活部から名前を変えたくらし報道部に2年前に戻り、編集委員として再度、介護の取材をしました。記者としてのライフワークは国家の安全保障と社会保障です。社会保障は介護中心ですが、戦後の日本を支えた高齢者が、幸せにくらしていくすべをどうしたらいいか考えてきました。

17年前に高齢者虐待という連載をしました。高齢者虐待防止法もない中で、家庭や施設の隠れた虐待を暴く仕事をして介護についてはイッパシの記者のつもりになっていましたが、自分の親の介護をして、それが大きな間違いだったと感じました。2年前からは、今困っている人の役に立つ記事を書いてきたつもりです。この春に「達人が教える 介護のコツ」という本を出版し、7月に第2弾を出します。

消費者協会と関わった最初は、初任地の旭川で松本智子という大正生まれの叔母が旭川消費者協会の副会長をしていた関係で頼まれ、牛乳パックの回収を始めたという記事を書きました。消費者協会にはお世話になりました。異動した生活部でも電話相談や悪質業者のことを記事にしました。

橋長 「若者の金融教育」の研究で学位を取得したこともあり、金融リテラシー（お金に関する知恵や能力）は、できるだけ若いうちに身につけた方が良く考えています。最近、FIRE（ファイヤー）といって経済的自立と早期退職を目標とするライフスタイルが若い世代の注目を集めています。米国では、1980年代後半から広まり、生涯を生活できる資金を早く貯め、経済的自由を得て残りの人生を自由に生きる選択肢を得る生き方であり、そのような夢を実現するためにも金融リテラシーはとても重要です。そのためにどうしても、自分の成功だけがゴールになってしまいがちで

すが、金融は世界につながり、何に投資するか、何を購入するかで社会が変わるという側面があります。自分の消費行動を通して社会を豊かにすることを認識し、適切な消費行動、金融行動を通じて社会的価値を高めていく、そういう若者の資質を育てたいと思っています。消費者協会とのお付き合いは、札幌に着任してからですが、講座やシンポジウムで消費者教育のお手伝いをしました。

古山（学生） 私たちは大学1年から橋長ゼミに所属し、持続可能な生産と消費をテーマにフェアトレードやエシカル消費、ソーシャルファイナンスなどさまざまな視点から学んできました。フェアトレードとは、発展途上国でつくられた農作物や製品を適正な価格で継続的に取引することで、生産者の生活を支える貿易を指します。ゼミでの学びをきっかけに環境問題や社会問題に目を向け、今の自分たちだからできることを意識して行動しています。個人でもフェアトレードサークルに入っています。フェアトレードは、まだ認知度が低く、私たちができることは何かを考え、影響を与えられる活動ができればと考えています。消費者協会との関わりはありませんが、学んできたこととは共通点があると感じています。

武野 学生さんたちは消費者協会にどんな印象をもっていましたか。

三浦（学生） 例えばストーブの発火事故があれば、そういう情報を発信しているところという認識でした。

範（学生） 消費者がトラブルに遭ったときに電話して相談するところ。

古山（学生） 私も消費者トラブルのときに頼れる場所という認識でした。

武野 当協会の昨年度の事業報告をお渡ししてありますが、この報告を読む前と後で印象は変わりましたか。

高山 当初は、漠然と消費者の相談窓口であり、それでやっていけている、安定しているという印象でした。でも報告書を見て多岐にわたる事業をしていて、私たちの活動とも重なることが分かりました。

振り返れば、私たちも本来のNPOの支援とは関係ないことも組織存続のためにやっています。自分たちがやっていることは何かと、時々、自分探しの動きが内部で起きます。消費者協会も、これだけ多岐にわたる活動をしていると似たような悩みがあるのかなと感じます。私たちにもNPOからの運営相談がありますが、「相談」は今を映し出しているように思います。消費者協会でも、時代の変化に対応するという意味で、相談から上がってくる内容は重要だろうし、相談の質を高める、時代に対応するということが重要になってくると思います。

武野 当協会には三つの柱があり、協会事業、道立消費生活センターの指定管理事業、消費者行政推進の受託事業です。確かに「相談」は時代を映す面があり、若い人はなかなか電話をしてこない。例えばチャットポットのような非対人型のAI導入が課題になっています。

加茂 消費者協会というと、消費者まつりの印象が強く、いま話を聞いて消費者の相談窓口だったと気づきました。これまでは環境や食品のことをやってくらしをよくする、サポートするという印象でした。報告書を読んで、こんなにたくさんことをやっているんだと驚きました。私自身も消費者教育に興味があります。若い子たちは、身を守る知恵をもっているか、いないかでその後が大きく変わるから、もっと若年層に興味を持ってもらうにはどうしたらいいか、資料を読みながら考えていました。SDGsに合致した活動をしている印象も持ちました。

石原 最近、新聞では悪質商法やリフォーム、水道工事の悪質業者に対する相談記事が目立つし、そういう印象をもっていました。報告書を読んで昔の取材を思い返しました。当時、牛乳パックの回収は最先端だったし、17年前のマイバッグの取り組みも最先端だったことを思い起こしました。活動は多岐にわたっていますが、今、そうした記事は見当たらず、落差があるように思います。

武野 今なら例えばフードドライブでしょうか。協会が手を広げていくところです。フードロス削減は北海道も今年、条例化すると思いますが、余分なものをつくらなければCO2削減につながり、くらしのもったいないが地球環境にもつながっていくでしょう。

中谷 報告書を読んで、食の安全や原発に依存しない社会も大きく打ち出し、協会がこうした活動をしていたと分かりました。コロナ禍での消費者被害防止など、すぐに必要なこともあり、持続可能な社会に貢献しているとあらためて感じました。

昨年、資格試験の受験勉強をする中で、消費生活相談の実態が分からないことが辛かった。勉強すると相談員がどれだけ地域に貢献しているか感じますが、具体的にどう相談を聞き、消費者、事業者に折り合いをつけているか。講習会で親しくなった十勝の相談員に質問し、すごく勉強になりました。相談窓口の役割は大きく、道協会が自治体の相談員を支援したり、新しい情報を提供したり、相談にのったりという活動は地味ですが、大切なことだと思います。

活動は、ここ1～2年は食ロスだったり、全国的な流れもあるでしょうが、大きな目標の中で具体的な活動、道民一人ひとりができる取り組みも入れながらPRしていくのがよいのではないのでしょうか。

加茂 テーマを決めて重点的に取り組むのはいいこと。小麦粉の会社にいたとき「麦チェン」というキャンペーンがありました。めりはりは効果的だと思います。

石原 以前は、協会が音頭をとって新たな分野に取り組むことが多かったと思う。今は、市民に寄り添う活動が多く、協会が音頭をとらなくても、NPOなどがやっている。座談会に出席している皆さんも、かつてなら消費者協会を足場にしていただいていたのではないかと思います。

武野 さまざまなテーマがあり、それを専門的に取り扱う団体があります。フードロスもそう。石原さんが言うように、かつて協会が前面に出ていたことが、今はより専門的な団体があり、消費者協会は必要なときに連携していけばいい。そういう団体との連携で何か知恵はありますか。

高山 自分たちはサポートする立場ですが、消費者協会が連携を広げるとしたら個人的関心をどう取り込んでいくか、でしょうか。生活困窮者への支援を考えるなら、実際に活動している団体とつながりをもつこと。日ごろから、少し目的とは外れた研修でも参加してみることで人とのつながりができます。ウィークタイズ（緩いつながり）という考えがあり、何かを実行するための連携ではなく、具体的な目的をもたない緩い繋がりを指します。互いの問題意識や課題を認識していれば、何かが必要になったとき、新たなつながりができやすくなります。

武野 確かに、緩いつながりを多方面にもつ必要がありますね。ゲノム編集食品の国内第1号となるトマト苗が今春、全国に無償提供され、抗議文を開発企業に出しました。ゲノム編集に対し当協会は深い科学的知見を持つわけではなく、より詳しい人と連携すべく、北海道食といのちの会を結成し、学識者、生産者、消費者が集まりました。その時々テーマに専門家を交えて機動的に向き合うことは、まさに日ごろの「緩いつながり」の成果かもしれません。

橋長 以前、消費者教育支援センターにいたとき、全国の消費生活センターや消費者協会と一緒に啓発事業を行っていたので、若者から高齢者まで市民講座を開き、教材開発をしていることは知っていました。ただ、報告書を読んで道協会が商品テストを独自にやっているのは初めて知りました。

三上（学生） SDGsに配慮した消費生活やコロナ禍から派生するトラブルの注意喚起など活動が多岐にわたりますね。未来をつくるのは消費者一人ひとりの責任ある消費行動であり、それを認識している消費者が少ないと感じていました。消費者の責任は重く、私たちは消費の大切さを伝えていく義務があると思いました。

三浦（学生） エシカル消費はいいことだと分かっているけど、欧米に比べると日本で行動に移すのは難しそう。体によい食材でも価格が2～3倍だったら自分も購入は渋ると思う。エシカルに対する知識が浅いのが原因でしょう。エシカルやフェアトレードを学んできて行動しにくい。それを知らない人ならもっと行動しにくい。身近に感じる機会が増えることで行動できる人が増えてくるのでは。

古山（学生） 消費者協会がさまざまな事業を行っていることを知りました。私たち消費者が身近なくらしからできること、もう少しこうしたらいい、というのを明確に示してくれたら行動に移しやすいと思いました。

橋長 知識があることと、行動することには大きな乖離があり、それは金融行動でも、消費行動でも同じ。理念に賛同しても、行動するにはそれぞれの価値観が影響を与えます。購買を促す要因は、価格、デザイン、機能性がトップ3で、社会のため、人のため、環境のためは、優先順位がその次になってしまいます。これらの問題は、今すぐ取り組まないと回り巡って自身に被害が及ぶことを認識させることが大切です。社会がメッセージを発し、運動を拡げていく。そのような活動を協会が担う必要があるでしょう。理解すれば正しい消費につながり、消費が集まれば社会の変化につながるなので、同時並行でやっていくことが重要です。

武野 次に自身の活動や関心と消費者協会が関わることはあるか、をお聞きします。

加茂 興味は多岐にわたりますが、小学生向けのコーチングとの関わりを考えました。コーチングは未来を考えてアプローチするので、自分がどうなりたいかだけでなく、地球がどうなったらいいか、じゃあ日本は、地域は、私は、という大きな視点から考えるワークもやっています。世の中のことをたくさん知ったり、消費者協会が取り組んでいることを子どもたちに伝え、世の中にどんな影響があるのか、世界情勢がどうなっているかを自分のこととして考えられるようになってくれたらと思います。特にSDGsです。環境問題も、使う責任もそうです。ここ数年で環境の変化をすごく感じており、消費者としてできることとして合成洗剤をせっけんに変えてみました。住み続けられるまちづくりにも関心があります。地域にあるものをどう有効に活用するかということでエゾシカ問題にも興味を持ちました。活動している人向けのセミナーなど、私の活動を通してお手伝いできることもあると思います。

石原 新聞社としては、協会は消費者の関心事を知るバロメーターです。そのためにも逆に協会側からもどんどん情報発信してほしい。32年間で14回異動してきましたが、地方勤務中に協会の人々が新聞社を訪ねてきたことは一度もない。新聞記者が協会に顔を出さないままだと、ますます新聞に載らない。「不勉強な記者を救ってやろう」くらいの思いで情報発信していただければ。

中谷 子育て支援の拠点事業をしているので、室蘭のフードバンクとつながり、ファミリーサポートを通し、コロナ禍では、食の支援につながりました。消費者協会の活動は、子育て世代とつながると良いと思います。

ネットやゲームの長時間使用による子どもの心身への悪影響や学びの時間の浸食が著しいと感じています。かつては中学校で不登校になる例が多かったのに、今は小学

3～4年生でもゲームが理由で不登校になったり、昼夜逆転で勉強できなくなったりする子が1校で1人、2人いると聞きました。文科省は全国学力テストのときにネットやゲームの時間と学習について調査していたのに、4年前からその項目がなくなりました。

昨年、相談員に挑戦したのは、ゲーム障害に対応するため消費者庁が消費生活センターの相談機能を充実させる方針を決めたという新聞記事を見たから。何か関われないかと思い資格に挑戦した訳です。依存は、WHOで疾病として認定し、2022年から日本でさまざまな対応が始まります。長時間使用は北海道が全国でも1～2位の高さなので、相談窓口のPRをしてほしいし、「子どもとメディア北海道」にも話題提供できるインストラクターがいるので、緩いつながりで活動できたらと思っています。

消費生活関連法を学ぶ中で、その理念に感動しました。消費者の健康な生活環境や安全の確保、必要な情報や教育の機会の権利を尊重することを担保していく、と書かれています。消費者の権利擁護。ネットゲームも申し込みと承諾がボタン一つで成り立ち、その世界が子どもの学びの権利や心身に影響を及ぼしており、そこに食い込んでいかなくていいのかと思います。ぜひうちの団体とつながっていただけたら。

高山 私たちはNPOを支援していますが、社会課題に取り組む点は消費者協会と共通し、アウトリーチ（働きかけ）が常に課題になっています。電話相談も一つの社会的行動ですが、そういう習慣ができてない人をサポートする人も要るので、潜在的に共通するところは多く、連携できる部分はありそう。漠然と集まっても課題の解決は難しいけれど、協力関係が継続すれば、社会課題を把握する速度、対応する速度が上がっていくと期待できます。助成事業をやっているのでも、例えば、協会がゲーム依存に取り組むとなったら、それを他の団体に呼びかけて活動の誘発につなげることもできそう。

橋長 大学教育は、社会とのつながりが重要になっています。本学部も現場で学ぶ実践教育を重視し、企業や行政などと連携し学びが進化するよう努めています。本学は、SDGsに貢献する一手段として、フェアトレードを推進しておりますが、2019年10月に全国第2号（道内初）のフェアトレード大学に認定されました。この認定は、全学でフェアトレードを推進する大学に与えられるもので、北星学園大学も同時に認定されました。その認定により、北海道におけるフェアトレードの推進に大学が一翼を担う機運が高まっています。ただし、推進活動は、学内で行うだけではだめで、社会を変えるには産官学民が連携して動かなければなりません。昨年、「北海道×フェアトレードプロジェクト」を立ち上げ、本学のフェアトレードサークルがプロデュースし国際フェアトレード認証ラベルがついた「さっぽろゆめ結晶」というオリジナルスイーツを開発しました。このプロジェクトは、行政、企業、教育機関、市民団体、専門店等との連携で進めてきました。消費者協会も、その影響力を活用してさまざまな団体と、社会をよりよくする活動を一緒に推進していけたら良いですね。

三浦（学生） このサークルの代表として活動してきました。札幌市環境プラザにフェアトレードのパネルを出展させていただいたり、札幌消費者協会の市民向け講座の講師を務めたりしました。「さっぽろゆめ結晶」は札幌市や地元企業との連携でできたお菓子ですが、北海道全体に活動を拡げたいので、道協会ともコラボができればうれしいです。

古山（学生） 環境問題にも関心を持っています。学校教育から伝えていくのは重要であり、小学生が親に向かって「こんなことも知らないの？」って発信すると効果は大きい。子どもから学べる実践的教育活動、環境問題と食品ロスなどを掛け合わせ、教育につなぐ企画を考えてもらえたら、ぜひ参加したい。

武野 今後、消費者協会にどのような活動や連携を期待されますか。若い層や子育て世代など関わりがやや薄れている層に対し認知度を高めるにはどうしたらよいでしょう。

石原 さまざまな制約があると思うが、暮らしに関わるすべての相談を消費者協会がワンストップで受ける存在になってほしい。世代や悩みの種類に関係なく、協会に頼れば事足りるような。道新暮らし面では、毎年4月1日に「暮らしの電話帳」としてさまざまな相談窓口の電話番号を掲載し、重宝されています。手間がかかるので掲載をやめたら、読者から苦情が殺到しました。それくらい、どこに何を聞いたらいいかという要望が多い。人の悩みは、介護や医療や育児、結婚、家族関係、老若男女さまざま。何はともあれ消費者協会にかければ、対応しているところにつながっていくというようなことが実現できればいい。技術の進展でネットを介して相談の振り分けも可能な時代なので、国の予算をしっかりと活用して協会が総合窓口になってくれたらいい。

武野 窓口は確かに大事です。ただ、相談は何かがあった結果であり、それを未然にどう防ぐのかも重要です。例えば、オーナー商法を規制する預託法は、豊田商事のような大きな事件があるたびに規制分野が追加されてきましたが、根本は全面禁止であり、今回の法改正でようやく実現しました。こうした法改正を求めていく、未来に向けての仕事もあります。

中谷 白老町で訪問型家庭支援員を10年以上やってきて、年間40～50件の訪問相談にのっていますが、子育てをして初めて社会問題に関心を持ったという人がたくさんいます。特に乳幼児を育てているときは食の安全や環境問題、虐待や貧困など自分の家庭以外にも関心を持つ親が多い。堅いテーマは参加が少なくても、食の安全では私たちより勉強している人もいる。ゲノムトマトの問題も消費者協会が、子育て支援センターなどの講座に講師を派遣するとか、オンラインで情報提供するとか、乳幼児の親をターゲットにした情報提供、学びの機会があるといい。

SDGsに代表される世界的課題については、小中学生は大人より意識が高く、学校教育ですっと入ってきています。先生たちは、そこだけ突っ込んで教えるというのは難しいので、先生の負担にならない形で学校教育に組み込むことができるということを教育委員会や学校に示していくことも必要でしょう。成年年齢の引き下げに伴う消費者被害については、札幌の大学生から物なしマルチのような相談を受けたことがあります。予防の教育はますます必要になるので、学校教育で、特に高校生はすぐ成人になるので、より力を入れてほしい。私も相談員の意義をすごく感じているので、相談情報は蓄積され、それがやがて法改正にもつながるということをPRしていきたい。

高山 連携について話したい。それぞれ関心を持っていることなら、外部を巻き込んでいくことは容易だと思います。社会的インパクト評価も社会的に流行しているわけではないですが、内部の関心が高く取り組んできました。関心を持っていることなら辛くならずに続けられると思います。

加茂 SNSで気になったことがあります。私自身いろいろ試しているところですが、協会が使うFacebookは、若年層はあまり使っていないよう。SNSは流行があり、Facebookは40代以上、若年層はツイッターやインスタグラム、もっと若いとティックトック、媒体を再考してはどうでしょう。

昨年は、コロナ禍で家で仕事をする事が多く、それにより一気にネット活用の幅が広がりました。北海道から全国、世界へと活動が広がったことを実感します。直接的に協会の何に役立つかは分かりませんが、どんなところで何が起こるか分からない世界なので、もっと幅広く使い分けしてはいかがでしょう。

三上（学生） 事業報告を読むと、通常は国民生活センターでやっている商品テストを協会が手掛けているのは珍しく、石油調査や若者向け教材開発など学生からみても面白い活動をしています。インターンシップやアルバイトなど学生でも参加できることを考えてほしい。学生の力を使えば、消費行動や協会に興味を持つ機会にもなるのでは。

橋長 昨年10月、本学が主催し、英国のミドルセックス大学と北星学園大学、静岡文化芸術大学をつないだ「世界フェアトレード大学Webシンポジウム―フェアトレード大学の地域における役割」を開催しました。学生たちが企画運営し、その中心になったのが三浦君です。

三浦（学生） 当日は、実践報告と進行役のファシリテーターを務めました。イベント中は、意見を瞬時にまとめなければならず、うまく通訳できているか不安もありましたが、なんとかまとめることができました。ユーチューブ配信を同時に行い、他のメンバーにもたくさん助けられました。

範（学生） このシンポジウムでウェブサイトの作成を担当しました。道協会のSNSは、フェイスブックですが、若者に認知してもらうためにはインスタグラムやツイッターがいいと思います。ホームページも四角いボタンが多く、堅いイメージなので、もっとカラフルで、やわらかいデザインにした方がいいのでは。

橋長 このシンポジウムは文科省の助成事業で、企画、運営、ウェブサイト、周知も全て学生中心に進めました。英国の学生との議論は国際理解教育としても大変効果的でした。ネットを活用した企画には、若者の力は不可欠です。

そのため、協会の認知度を高めるには若者と協働で事業を運営することが良いかと思えます。また外部の活動への協賛や応援も有効でしょう。小中高校でも多岐にわたるSDGsの実践が行われています。協会がそういう学生の取組を表彰するのも良いと思います。学生と一緒に事業を運営したり、学生の努力を周知し応援すると若者も協会の活動に親近感を持つでしょう。その経験がきっかけとなり、就職先として協会を選ぶ学生も出てくると思います。2018年に札幌市の委託でホクネットが編集した「大学生のための消費生活入門」は、私も携わりましたが、学生の消費者問題に対する理解が深まり、事業に関ったことを誇りにし、就職活動の強みにもなりました。学生のニーズと、消費者協会が必要とする若者の能力を融合させ、協働で事業を行えば相乗効果が生まれると思います。

武野 「子育て世代への情報発信」「テーマを絞った活動」「世代ごとのSNS」「緩いつながり」「メディア活用」「若い力との融合」。それぞれ貴重な提言でした。この中から一つずつ実現していけたらと思います。本日は、ありがとうございました。