

## (2) 第2回交流会

日時	平成 28 年 11 月 27 日 (日) 13:30~16:30
テーマ	住
担当班	戸嶋陽向、福村朋基、久保愛果、藤原舞人
府学生リーダー会ボランティア活動紹介	○「追手門学院大学学祭での消費者問題をテーマにした演劇」の活動について
消費者を大事にする企業活動紹介	○「NTT ドコモにおける CSR」 株式会社 NTT ドコモ CSR 部 CSR 担当部長 小菅浩幸氏 (公益社団法人消費者関連専門家会議 (ACAP) 会員企業) ○「スマホ・ケータイ安全教室」 株式会社 NTT ドコモ スマホ・ケータイ安全教室 インストラクター
ワークショップ 「人や社会や地球にやさしい消費行動を考える」	○再確認！ネットのメリット・デメリット
 	

### < 参加者数 >

種類	参加者数	備考
学生	18名	うちリーダー会学生10名
企業	10名	NTT ドコモ株式会社、ハウス食品株式会社、株式会社消費科学研究所、住友生命保険相互会社、タビオ株式会社 (靴下屋)、独立行政法人造幣局、鎌田商事株式会社、小林製薬株式会社
大学	1名	和歌山大学
その他	4名	大阪府消費生活センター、学生支援員、事務局 (2名)
合計	33名	

## <第2回交流会の様子>

8. 開会 司会進行 久保 愛果  
初めに司会者より、諸注意及び資料確認等を行った。



9. 代表者挨拶 福村 朋基  
大阪府消費者教育学生リーダー会の代表である福村君より、府学生リーダー会について説明を行った。府学生リーダー会は、メンバーの個々の想いがたくさんあつまった組織である事を伝えた。



10. 活動紹介 山口 詩織  
大阪府消費者教育学生リーダー会の活動紹介として、11月5日（土）、6日（日）の追手門学院大学の学園祭にあわせて、「産学協働人材育成機構 AICE×追手門学院大学社会学部コミュニケーション・表現プログラム 舞台表現プロジェクト【STEP】」とのコラボレーションで、劇を公演した、その内容を紹介した。



11. オリエンテーション 久保 愛果  
交流会を始める前に、まず、消費者教育についての理解を共有するために、消費者教育とは何かという説明を行った。消費者教育といっても様々なジャンルが混在しているために様々なことがあると説明。参加者に投げ返るようなオリエンテーションとなったため、参加者もわかりやすく理解していた様子が感じられた。

12. 企業活動紹介① 〈株式会社 NTT ドコモ CSR 部 CSR 担当部長 小菅浩幸様〉

主に NTT ドコモの CSR 活動についての紹介があった。具体的には、東日本大震災の時の活動時に、東日本の被災地に出向き料理教室を開催したこと、応援をするために寄付金も送る。その他、小学校にてスマホ・ケータイ安全教室の開催、高齢者や障がい者向けの使いやすい製品・サービスを追求している活動等も行っている。



東日本大震災にて考え方に变化があった。ネットというインフラであることから、活動の基礎そのものが CSR という認識へ变化した。災害時の迅速な行動（ネットを使えるように、停電の処置、倒木・断線の復旧）などについて東日本大震災から学び、迅速な行動が可能になった。その結果、努力奉仕により離れていたユーザーが戻ってきた。社会のための活動、持続可能な社会を求めて企業活動をしている。

#### 13. 企業活動紹介 〈NTT ドコモ スマホ・ケータイ安全教室より〉

子供のスマホ・ケータイトラブルについての紹介があった。子供をトラブルから守るためにスマホをめぐるトラブルについて具体的な事例の紹介があった。近年の現代社会では、ケータイ・スマホを初めて操作する年齢が若くなってきている。インターネットの接続がメインとなってきている（インターネット接続）。逆に捉えると、スマホに接続してくるモノも多い（音楽機器、パソコン等）。インターネット・スマホについては若者のほうが達者で知識は深い。しかし、それはインターネットの接続関係のみであり、契約やトラブルには疎いという現状がある。よく使うサービスとして、①コミュニケーションアプリ、②SNS があるが、若者のほとんどが上記を使用するためにスマホを活用している。近年増えている若者のスマホ問題についての注意喚起と保護者の対策方法などの紹介があった。



#### 14. ワークショップ 藤原 舞人

テーマは、「再確認！ネットのメリット・デメリット」。現在使っているケータイアプリやなどの活用方法を共有し、その活用しているアプリのメリットやデメリットをグループで話し合った。話し合った主な内容は以下であった。



企業からの参加者は企業としての見解と一般人としての見解の2つが存在している。あるものが使われることによっておこる付加価値であったり、あることがおこなわれることによ

て本来の価値が無くなってしまったり、発展があれば衰退も起こる。

社会人としてはまだまだスマホに慣れていない人もいて、学生は活用しているアプリが多く社会人が理解に苦しむ場面があった。逆に社会人が良く使っているアプリについては、学生の理解が付いていかない部分が見られた。しっかり消費者問題について考えている人とそうでない人との知識や思考の差が大きくあった。



15. 閉会式 司会 久保 愛果  
岡崎先生ご登壇



(まとめ)

消費者と企業の行っていることは異なっていた。消費者のカテゴリーは多く、我々の活動と大学と企業の活動するプロセスは違う。違っていても、それは良いことでありすべての行動が社会に繋がるのではないか。消費者問題は我々の日常に多く眠っている（隠れていて、探せば見つかる）この日常の中で日々我々は活動していることを認識し、活動しなければならない。自分の利益だけでなく、会社への影響、自分が活動することによって社会にどう繋がる（良い意味も悪い意味も）を考えれば視野は広がるのではないか。