

柿沼委員

消費者教育について

1 消費者教育のテーマと手法について

(1) テーマについて

消費者教育の大きなテーマについては、消費者庁が示しているイメージマップで問題ないとする。契約トラブルについても、年代別にテーマが分かれており、若年者の場合はスマートフォンの普及に伴うインターネット通販や、デート商法、教材の販売など、高齢者については、訪問販売、送りつけ商法など顕著な事例を扱う必要がある。

(2) 大学・専門学校等（以下「大学」等）への取組

学校教育（小中高校）や地域での消費者教育に関する取組は、各種講座の実施や地域見守りの仕組みの構築などで、一定の実績がある。

ただ、大学等は、その自治から消費者教育においても、各大学等の自主的な取組に委ねられている。そこで、大学等の消費者教育に関する実態を把握した上で、行政との連携に取組むことが必要と考える。

(3) 体験型消費者教育の取組

消費者教育・啓発では講座・講演会による啓発や広報紙やホームページでの情報提供という手法が一般的であるが、例えば展示型の体験施設等を活用したり、消費者自らが参加することで、能動的な体験が可能となり、消費者はより一層の情報・知識の定着を図ることができる。

施設や機器の規模等は、自治体によって様々であり地域の実情（自治体の規模や都市部かどうか等）に応じた取組が重要である。

また、寸劇、落語、漫画など受け手が親しみやすい手法を、様々な媒体を通じて発信していくことも重要である。

2 フェイスブックを利用した消費者教育

フェイスブックの特徴（会員に対して最新情報をタイムリーに発信でき、掲載できる情報量が多い）を活かして、消費者行政のうち若者向けに「消費者安全情報」など緊急性の高い分野を中心に発信していくことが適当と考える。

(例)・被害が多発している消費生活相談（投資被害など）

- ・消費者重大事故
- ・リコール情報

齊藤委員

平成26年5月19日

消費者教育推進会議

情報利用促進小委員会 大竹座長 様

公益財団法人全国老人クラブ連合会 理事 齊藤 秀樹

「情報伝達の在り方の全体像を踏まえた高齢者障害者見守り
における効果的な情報提供方策の検討」について

1. 高齢者障害者見守りプロジェクトテーマ（案）について

(1) 小地域消費者被害ゼロ作戦

- ・ 中学校区程度の地域を想定。
- ・ 被害ゼロ作戦ネットワークの構築（キーマン設置、連絡網の整備等）

【プロジェクトのイメージ】

- ・ 「見守り&見守られる」地域づくり

(2) 「“だまし”のプロ」からの防御術

- ・ 新手法の商法を後追い紹介して注意喚起する方法の見直し
- ・ 例えば

「①怪しくないのが怪しい電話。②ひとり判断をしない。③あなたの相談は他人も救う」等の基礎的な防御策を徹底周知に努める。

【プロジェクトのイメージ】

- ・ 「わたしもあなたも被害者予備軍」

2. 見守り支援者（仮称）の拡充について

- ・ 高齢者障害者見守りは民生委員、介護支援専門員等の要援護（支援）者を対象とした福祉関係者と消費生活相談員等のボランティアに限られているのが現状。
- ・ また「見守る側」と「見守られる側」の関係が中心になっている。
- ・ 相互の支えあい（相互支援）を前提にした関係を構築するために、あらたな見守り支援者（仮称）の拡充に努め、医療・福祉が進める「地域包括ケアシステム」の一環として消費者被害対策を位置づけてはどうか。

「高齢者・障害者」へのプロジェクトについて

<提案1>

I プロジェクト実施に当たっての留意したい点

- ① 一般消費者の方が取り組みやすい内容であること
- ② コストが最小限であること

II テーマ案

地域力で身のまわりの安全度をアップ

- ① リコール編
- ② 長期使用製品編

III 上記テーマの消費者教育としてまた被害の予防としての目標

- ① 見守り対象者、見守り担当者の安全制度(リコール制度・長期使用製品安全制度)、関連事故の実情等についての知識の習得
- ② リコール製品や長期使用製品のチェック、通報等の活動を通じた実践体験と見守り対象者の身のまわりの安全性の向上

IV 実践方法

① リコール編

- i リコール製品の中から高齢者が関連する製品で特に危険度が高いものを20～30程度絞り込み(数が多い場合は季節性なども考えて複数回に分けて実施することも考えられる)。
- ii 絞り込んだ製品について、リコール制度の基礎知識も含めた簡単なアンケートを準備
- iii アンケート実施前に、見守り担当者に簡単なレクチャーを実施
- iv 各地の見守りネットワークなどに協力を依頼し、マンツーマンでのアンケート調査を実施。必要に応じて製品該当性のチェックや企業への通報などもフォロー。
- v アンケートを集約し、その結果を地域で共有。

② 長期使用製品編

基本的には①と同様の流れだが、以下の点に注意する必要がある。

- i 対象製品を特定保守製品に絞るか、H21.4.1以前の製品の扱いをどうするか(注意喚起にとどめるか)は検討が必要。
- ii 該当製品があった場合は事業者への情報提供が基本となるが、既に事業者が把握しているケースもあるので確認が必要。

<提案2>

I プロジェクト実施に当たっての留意したい点

- ① 一般消費者の方が取り組みやすい内容であること一義的に終わらせないこと。
- ② コストが最小限であること

II

みんなで見守ろう！安心・安全なくらし、新鮮情報の活用を！

III 上記テーマの消費者教育としてまた被害の予防としての目標

- ・誰もが見守りの担い手になることで即消費者教育となる。
- ・人を介することで、届けたい人に届かない現状を、ネットワークづくりが活発に行われており、その人材を活用することで、消費者教育とともに被害防止になる。

IV 実践方法

- ・大きなプロジェクトではなく提案することで、地方公共団体が地域で活用してもらいやすい方法である。
- ・当小委員会で「人を介して情報提供の仕組みイメージ」をもとに、最近では地域の消費者講座にも60代以上の参加がある（例：サポーター講座受講者等）。つながりを求めている人たちも多く、チームを作り地域に入っていく。
- ・情報は、地域の消費生活センター・消費生活相談窓口、行政の関連部署との連携で得た情報をネットワークに流す。行政職員の作業軽減と意識向上がはかれる。
- ・高齢者が多く住む地域には、学生等の有志を募り、町会と連携し高齢者宅を訪問し、対話を重ねていくことで、被害防止と両者にとって消費者教育がはかれる。
- ・プロジェクトの周知のため期間を決めて全国的に展開することは必要であるが、それをスタートに地域で地道に続けていく。
- ・なお、費用については地域に負担かけないこと。地域にあった取り組みに費用が使えるよう検討すること。