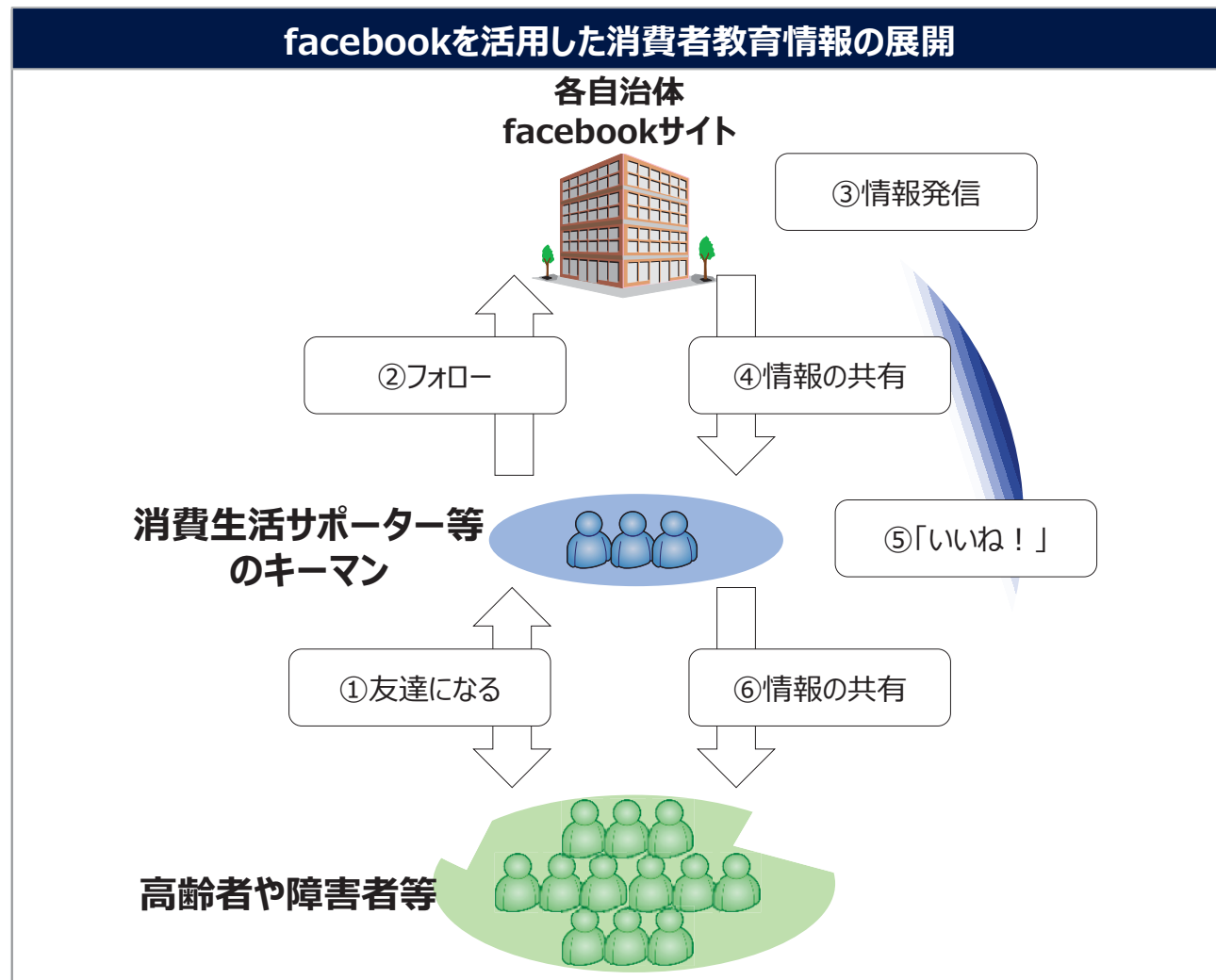


## facebookを活用した消費者教育情報の展開

- 消費生活サポーター等のキーマンは、地域ネットワークにおける情報展開の中心と位置付けることができる。
- 消費生活サポーターは各自治体にて開設するfacebookのフォロワーになることで、配信される情報を確実に受け取れ、友達である高齢者や障害者等に「いいね」のアクションにより、同じ情報を即時、広範囲に展開することができる。



# 消費者教育におけるfacebook利用のイメージ

- ❑ facebookを利用し、各自治体から鮮度の高い消費者被害の現状、対応方法等の情報を展開することで、消費者は迅速に消費者情報を得ることができ、知識向上を図ることができる。
- ❑ また、「コメント」を利用し、自治体の各施策に関する意見交換等も行うことが可能になる。

武雄市ホームページでの利用イメージ（※）



消費者教育におけるfacebookの利用イメージ（案）

- ✓ 各自治体が開設し、配信主体となる想定  
（消費者庁は各自治体に消費者教育に関する情報を提供）
- ✓ 消費生活サポーター等のキーマンを重点的にフォロワーとし、そこから地域ネットワークを活用して口コミで情報を展開
- ✓ 以下の情報を各自治体から配信
  - 被害が多発している事例及びトラブルの解決方法
  - 重大事故をもたらす可能性のある商品情報
  - リコール情報
  - 生の消費生活相談情報
  - トラブルに遭った場合の相談方法
  - 各地に設置された相談窓口の案内
  - 国民生活センター、消費生活センターが開催している、消費者問題関連の研修・講座・イベントの紹介
  - その他
- ✓ 口コミで得た情報も含む、被害情報、各自治体の施策に対する消費者からの意見の吸い上げ
- ✓ 消費者からの各意見に対する各自治体からのフィードバック

出典：佐賀県武雄市ホームページ ([https://www.facebook.com/takeocity?sk=app\\_236453269710449](https://www.facebook.com/takeocity?sk=app_236453269710449))

## 消費者教育におけるfacebook利用までのステップ

- facebookを使った情報配信を行う際には、①配信対象コンテンツの決定、②各コンテンツの配信形態の決定、③運用ルールの決定、④消費者へのサービスの周知、⑤消費生活サポーター等のキーマンの啓蒙というステップが必要である。

消費者教育におけるfacebook利用までのステップ		
①	配信対象コンテンツの決定	✓ facebookを通じて配信するコンテンツの決定
②	各コンテンツの配信形態の決定	✓ 各コンテンツをfacebookで配信する際の加工の要否、加工の方法、加工担当（各コンテンツの作成元）等の決定
③	運用ルールの決定	✓ facebookを通じて各情報を配信する担当の決定 ✓ 配信頻度（内容に応じ随時/定期）の決定 ✓ 運営規程（ソーシャルメディアポリシー）の策定
④	消費者へのサービスの周知	✓ facebookを利用して消費者教育に関する情報が得られる旨を消費者に周知
⑤	消費生活サポーター等キーマンの啓蒙	✓ 消費生活サポーター等、情報展開を図る上でのキーマンに対し、消費者教育に係るfacebookサイトを積極利用させるよう啓蒙