

神戸市における消費者教育の実施状況について

神戸市では、**消費者教育推進プラン**（平成 26・27 年度は単年度で作成、平成 28 年度以降は次期消費者基本計画である「**神戸市消費生活あんしんプラン 2020**」に統合）に基づき、幼児期（就学前）から高齢期の各ライフステージに応じた消費者教育を実施しており、特長的な施策の概要は以下の通り。

（１）消費生活マスターの活動

本市は、平成 21～25 年度の 5 年間で実施した「**神戸コンシューマー・スクール**」の修了生である**消費生活マスター**（以下「マスター」）を 134 名擁している。マスターは、広報チラシの原稿作成や行政からの依頼を受けて学校や地域における出前講座のゲストティーチャーを務めるなど、地域における消費者教育のリーダー的存在として活躍している（マスターが関わっている施策は、別紙【表 2】の④⑤⑥⑧⑮⑯⑳㉓㉔など多岐）

特に、小中学校を対象としたスマホ講座（【表 2】⑧）は 22 年度に中学校向けのケータイ講座としてスタートし、現在は教育委員会での取り組み（※ 1）等と相互に補完する関係になっている。

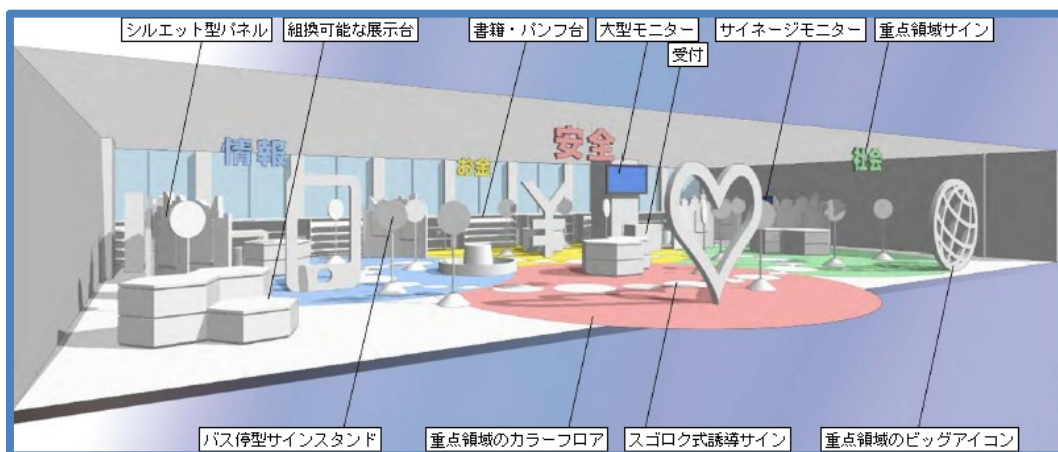
- ※ 1 平成 26 年度から、2 年間で全小学校を対象に「ネットいじめ対策」事業を実施。平成 28～29 年度も実施予定



【神戸市内の小学校におけるスマホ講座の様子】

（２）神戸消費者教育センターのリニューアル

本市の消費者教育の拠点である神戸消費者教育センター（以下「センター」）は、入居している建物全体の耐震化工事に合わせて、大人向けの内容であった展示内容等の見直しを行い、「見える」「体感できる」「（大人はもちろん）子どもにも分かる」の 3 つのコンセプトに基づき、平成 28 年度末頃に完成する予定（【表 2】㉔）。



【神戸消費者教育センターのリニューアルイメージ（案）】

（3）消費者教育発信機能の充実

マスターとセンターという消費者教育におけるソフト・ハード両面のアドバンテージを活かす形で、超高齢社会や高度情報通信社会の進展等に対応した消費者教育の情報発信拠点「神戸消費者力研究機関（「KOBE COnsumers' power INStitute」～愛称：神戸コインズ～）」の設立に向けた取り組みを進めている。リニューアル後のセンターにおいて、マスターをコアに据え、市民目線で捉えた消費者問題を防止・解決するための研究や情報発信機能の強化を図る。（【表2】④⑳）。消費者教育センターの主要機能は大きく2つ。

「消費者教育機能」

- ① リニューアル前のセンターの展示がほぼ大人向けの内容で、子どもに対する訴求力が弱かった反省をふまえ、楽しみながら主体的に学ぶ要素を加えた展示内容に見直す
- ② 手元のスマートフォン等で気軽に視聴できる啓発ショートムービーをネット配信し、家事の合間や待ち時間のようになちょっとした「すき間時間」を消費者教育の時間に変える（【表2】㉔）
- ③ 事業者の様々な情報発信手段に相乗りする形で消費者教育を日常生活に自然に溶け込ませ、消費者に学習する負担感をできるだけ感じさせることなく消費者教育の効果が得られるような（仮称）「知らず知らずに消費者教育」（【表2】㉗）を試みるなどが含まれる。

「安全・安心向上機能」

市民目線を有しつつ消費者問題解決の方法を提案できるというマスターならではの特長を活かし、将来起こりうる消費者問題を未然に防止するための研究を行い、その結果を情報発信していくことで市民の安全・安心で豊かなくらしをサポートする。

これら主要機能の実現に向け、平成27年度に取り組んだ内容は、次の通り。

＜消費者教育機能の事業＞

■「見える」「体感できる」「（大人はもちろん）子どもにも分かる」消費者教育センターのリニューアルデザインの検討

- ① 消費者教育における4つの重点領域「**社会（環境）**」「**安全**」「**お金（契約）**」「**情報**」をカラーフロア化等により可視化
- ② 来場者の滞在時間を伸ばして学習効果を向上するため、遊びの要素を含む体感型の展示を導入
- ③ パネル等の展示とネットコンテンツを連動させ、主体的な学習を促進（陳腐化防止）…など

■マスターとの連携によるショートムービー「消費者教育ワンポイント講座」の製作

- ① シナリオ作成段階からマスターが参画、出演者にもマスターを起用
- ② 「**食**」「**お金**」「**安全**」「**考える消費者**」の4本を作成し、26年度に試作した1本（テーマは「情報」）と合わせてDVDにプレス（3,400枚）



【DVDのジャケットデザイン】

③上記「ワンポイント講座」を神戸市HPやYouTubeでのネット配信、DVDによる市民への配布のほか、幅広い消費者に訴求するための新たな広報手段として、以下の2つを試行的に実施

- ・市営地下鉄におけるデジタルサイネージ表示（動画）
＝1回30秒×10回/時×4駅×4週間
推計閲覧数：延べ約39万人
- ・コンビニのレジにおける表示（静止画）
＝1回6秒×2枚×5回/時×151店舗×4週間
推計閲覧数：延べ約6.5万人



【コンビニのレジにおける表示】



【地下鉄のデジタルサイネージ】

■ショートムービーの市民講座への展開

超高齢社会への対応の一環として、本市で養成中の「見守りサポーター」（神戸市老人クラブ連合会との連携）の研修時に「ワンポイント講座」を上映し、内容に関するアンケートを実施。

「見守りサポーター」は、本年度中に約480名（各単位老人クラブに1名）養成。平成28年度は各単位クラブに2人目の養成を依頼するとともに、他団体への拡充を検討。



【「見守りサポーター」養成講座の様子】



【『まさかの事故』に備える」DVDの1シーン】

<安全・安心向上機能の事業>

■サービス付き高齢者向け住宅（サ高住）チェックリスト付きパンフレットの作成

サービス付き高齢者向け住宅（サ高住）は、「人生最後の大きな買い物」になる可能性も高いが、施設毎に提供しているサービス等の違いが大きく、入居前に入手できる情報が限られているため、入居後に大きな消費者問題になる可能性がある。そのため、入居者本人や家族等の支援者に向けて入居前に確認すべき点に分かるチェックリスト付きパンフレット等を作成するとともに、市民向け講座を開催（参加者：55人）。

チェックリストは神戸市HPでも公開し、事業参入予定者からの問い合わせもあったことから、今後このようなチェックリストの存在が周知されていくことで、入居後に「こんなはずではなかった」と後悔する消費者の減少が見込める。

- ・マスターによる研究会の開催 : 3回

- ・パンフレット作成（本人用／家族・支援者用）：各1,000部
- ・市民向け講座の開催：1回
- ・解説書籍の購入（マスター執筆・行政内部等周知用）：200部

【サ高住チェックリスト（本人用）】

【サ高住チェックリスト（家族・支援者用）】

■ネット通販に関する市民向け啓発講座の開催

ネット通販トラブルの増加に対応するため、マスター自らによる企画で市民向けの啓発講座を開催。ネット通販利用の拡大を背景にしているため、対象は主にライトユーザーとし、ネット通販初心者が陥りがちな失敗を中心に構成。寸劇等も交えた分かりやすい内容で、参加者の満足度も高く、即効性が期待できる。

- ・市民向け講座の開催：1回

「ネット通販」を安心して楽しむためにチェックリストを作成しました。ぜひご活用下さい。

ネット社会研究会

選ぶ。

チェック	ポイント	要確認
<input type="checkbox"/>	決められた内容の記載がある。	<input type="checkbox"/> 事業者の氏名もしくは事業者名。 <input type="checkbox"/> 事業者の住所。 <input type="checkbox"/> 事業者の電話番号。 <input type="checkbox"/> 返品可否。 <input type="checkbox"/> 商品・サービスの価格。 <input type="checkbox"/> 送料。
<input type="checkbox"/>	信頼できる販売業者である。	<input type="checkbox"/> 所在地や電話番号が本当に存在する地名、番号ですか？ <input type="checkbox"/> 税込表記か、税抜表記か？ <input type="checkbox"/> 粗立費用や工事費用などの付帯費用がないですか？
<input type="checkbox"/>	価格の表示に問題がない。	<input type="checkbox"/> 返品・交換は何日以内なら可能か？ <input type="checkbox"/> 返送料は負担するの？ <input type="checkbox"/> 開封後の返品・交換の対応は？ 「気に入らなかつた」「色が少し違う」等の理由でも返品できますか？
<input type="checkbox"/>	送料。	<input type="checkbox"/> 「送料無料」となっても、購入金額などの条件や、地域により異なる場合があります。
<input type="checkbox"/>	支払い条件に納得していますか？	<input type="checkbox"/> 前払い <input type="checkbox"/> 即時払い <input type="checkbox"/> 後払い 前払いの場合は事業者は事業者は厳禁です。

【ネット通販チェックリスト】

（４）今後の消費者教育への取り組み

新しい「神戸市消費生活あんしんプラン2020」に掲げたように、消費者市民社会の実現は行政だけでは不可能であるため、兵庫県や県警との連携はもとより、神戸市の財産であるマスターに活動してもらいながら、消費者、事業者との連携のもと、各施策を実施していく。特に、事業者（団体）との連携を積極的に進めることによって、事業者に消費者志向経営を呼びかけるとともに、「考える消費者」の育成を図っていく。

また、消費者教育を進めるにあたっては、チラシやポスター、キャンペーンなど従来の方法だけでなく、既存の地域団体や福祉機関との連携が重要であると考えている。平成24年度からあんしんすこやかセンター（地域包括支援センター：市内76か所）と連携しているが、平成27年度から新たに神戸市老人クラブ連合会との連携に取り組んだところである。今後も他の地域団体との連携を拡大しながら、普及を進めていく。

神戸市消費生活あんしんプラン 2020(第3次神戸市消費者基本計画)の策定

【概要と趣旨】

すべての消費者が、より安心してくらす社会を実現し、将来にわたって維持するためには、一人一人の消費者が適切な選択をしてくらしていく必要があります。そのような消費者を「消費者市民」といい、消費者市民によって構成される社会を「消費者市民社会」といいます。消費者市民社会を実現するためには、消費者、事業者、その両者の取り組みを支援する行政が、連携・協力することが必要です。

本プランについて、本市が消費者と事業者と連携して取り組むことによって消費者市民社会の実現をめざします。

【計画の位置づけと連携】

神戸市民のくらしをまもる条例の規定に基づき策定する基本計画であり、第5次神戸市基本計画と連携・相互補完関係にある消費者行政に関する部門別計画に位置付けています。

【計画の期間】

2016年度(平成28年度)から2020年度(平成32年度)までの5年間としています。

【基本施策】

- (1)安全・安心な消費生活の確保
- (2)消費者教育の推進
- (3)大規模災害や物価急騰等、緊急時の備えと対応

【特色・目標】

「安全・安心・豊かにくらす社会の実現をみんなでめざそう！～超高齢・高度情報通信社会を迎えて～」を目標に掲げ、その達成を消費者・事業者と連携してめざします。消費者・事業者が実行することが望まれる行動について、「みんなで取り組もう！」として基本施策ごとに提案しています。本プラン策定にあたっては、消費者意識調査を初めて実施しました。また、めまぐるしく変化する消費者問題に対応するため、計画期間中の各年度において「短期的課題」を設定します。さらに、基本施策ごとに、数値目標として指標を設け、消費者の意識の変容状況も参考にしながら総合的に評価します。

■「みんなで取り組もう」の例

- ・ 消費者
 - ◇食品表示に目を通し、適正な商品を選びましょう。
 - ◇インターネットを利用する際には、自分の情報がネット上に出て完全に消すことはできないリスクを認識するとともに、発信する情報には責任を持ちましょう。
- ・ 事業者
 - ◇インターネットを利用した通信販売では、十分な説明を行いましょ。
 - ◇消費者の満足度を一層高めるため、お客様相談やコンプライアンスに関する窓口を整備するとともに、消費者に向けた事業者の取り組みの広報に努めましょ。

(神戸市消費生活あんしんプラン 2020 は、下記 URL から閲覧できます)

ホームページ「KOBE 消費生活情報」

【URL】<http://www.city.kobe.lg.jp/life/livelihood/lifestyle/kihonkeikaku/index.html>

[イメージ図]

