



消費者行政新未来創造オフィスの取組

消費者行政新未来創造オフィス

—目次—

1. 消費者行政新未来創造オフィスの機能・業務	P1
2. 「消費者庁の働き方改革の拠点」としての消費者行政新未来創造オフィス	P2 - 4
3. 新未来創造プロジェクト	P5 - 20

(1)消費者庁が実施するプロジェクト

①全国展開を見据えたモデルプロジェクト

- P5 若年者向け消費者教育の取組
- P6 高齢者等の消費者被害防止のための見守り活動の充実
- P7 エシカル消費の普及
- P8 食品ロスの削減
- P9 子どもの事故防止
- P10 栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育
- P11 消費者志向経営(サステナブル経営)の推進
- P12 公益通報受付窓口(市区町村)及び
内部通報制度(事業者)の整備促進
- P13 食品に関するリスクコミュニケーション
- P14 シェアリングエコノミーに関する取組等

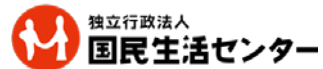


②基礎研究プロジェクト

- P15 行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究
- P16 障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査
- P17 若者の消費者被害の心理的要因からの分析
- P18 地方の消費者に関する調査・分析

(2)国民生活センターが実施するプロジェクト

- P19 研修事業
- P20 商品テスト



4. 周辺地域への貢献やオフィスの広報等	P21
----------------------------	-----

1. 消費者行政新未来創造オフィスの機能・業務

試行の結果

「政府関係機関の地方移転にかかる今後の取組について」
(2016年9月1日まち・ひと・しごと創生本部決定)

- 消費者教育、倫理的消費、人材育成の面で、**熱心な取組**がみられた
- 徳島県から、先駆的な施策推進を図るための「**実証フィールド**」確保の提案
- 徳島県知事の強力なリーダーシップの下、消費者行政部局のほか県庁各部局から**幅広い協力が得られた**
- 落ち着いて業務ができる環境**

⇒調査研究や徳島の現場に密着して行うタイプの業務は、現地との連携により、実効性のある施策の立案につながることを期待

これまで行ってきた迅速な対応を要する業務、対外調整プロセスが重要な業務(国会対応、危機管理、法執行、司令塔機能、制度整備等)は東京で行う。

学術的・人的連携
実証実験の実施

外部機関とのネットワーク

行政、事業者、学術・教育機関等とのネットワークを整備

(徳島県周辺(関西、中国・四国地域)も含む。)

消費者行政新未来創造オフィス(徳島)

実証に基づいた政策の分析・研究機能をベースとした新たな未来に向けた消費者行政の発展・創造の拠点

消費者庁

分析・研究、実証実験等のプロジェクトを集中的に実施

1. 全国展開を見据えたモデルプロジェクト

- 若年者向け消費者教育教材の活用
- 見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の構築
- 倫理的消費の普及
- 食品ロスの削減
- 子どもの事故防止
- 栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育
- 消費者志向経営の推進
- 公益通報者保護制度の推進
- 食品に関するリスクコミュニケーション
- シェアリングエコノミーに関する実証実験等

2. 基礎研究プロジェクト

- 行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究
- 障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査
- 若者の消費者被害の心理的要因からの分析
- 過疎地域等の消費活動特性等に関する調査・分析

3. 消費者庁の働き方改革の拠点

テレワーク、ペーパーレス等の促進

成果を共有し、有機的に連携

(独)国民生活センター

- 主として関西、中国・四国地域の対象者を中心とした研修
- 先駆的な商品テストを県の協力のもと実施
(例)錠剤、カプセル状の健康食品の品質等に関する実態調査

※2017年7月24日開設(徳島県庁舎10階北側)
※参事官など50名程度が参画

(消費者庁、地方自治体、国民生活センター、その他非常勤職員(企業、学術機関等))

消費者庁(東京)

出張、滞在

・分野に応じて、消費者庁各課との連携、共同研究の実施

・調査・研究の成果に基づく、施策の企画・立案 → **成果を全国に普及**

実証成果

(独)国民生活センター

- 相模原事務所:研修、商品テスト
- 東京事務所:相談、広報、ADR等

検証・見直し【2019年度を目途に結論を得る】

①今後の

- 徳島県を中心とする**交通・通信網**
- 消費者行政を支える**人的資源とそのネットワーク**
- 政府内の**各府省共通のテレビ会議システム**などの整備状況のほか、

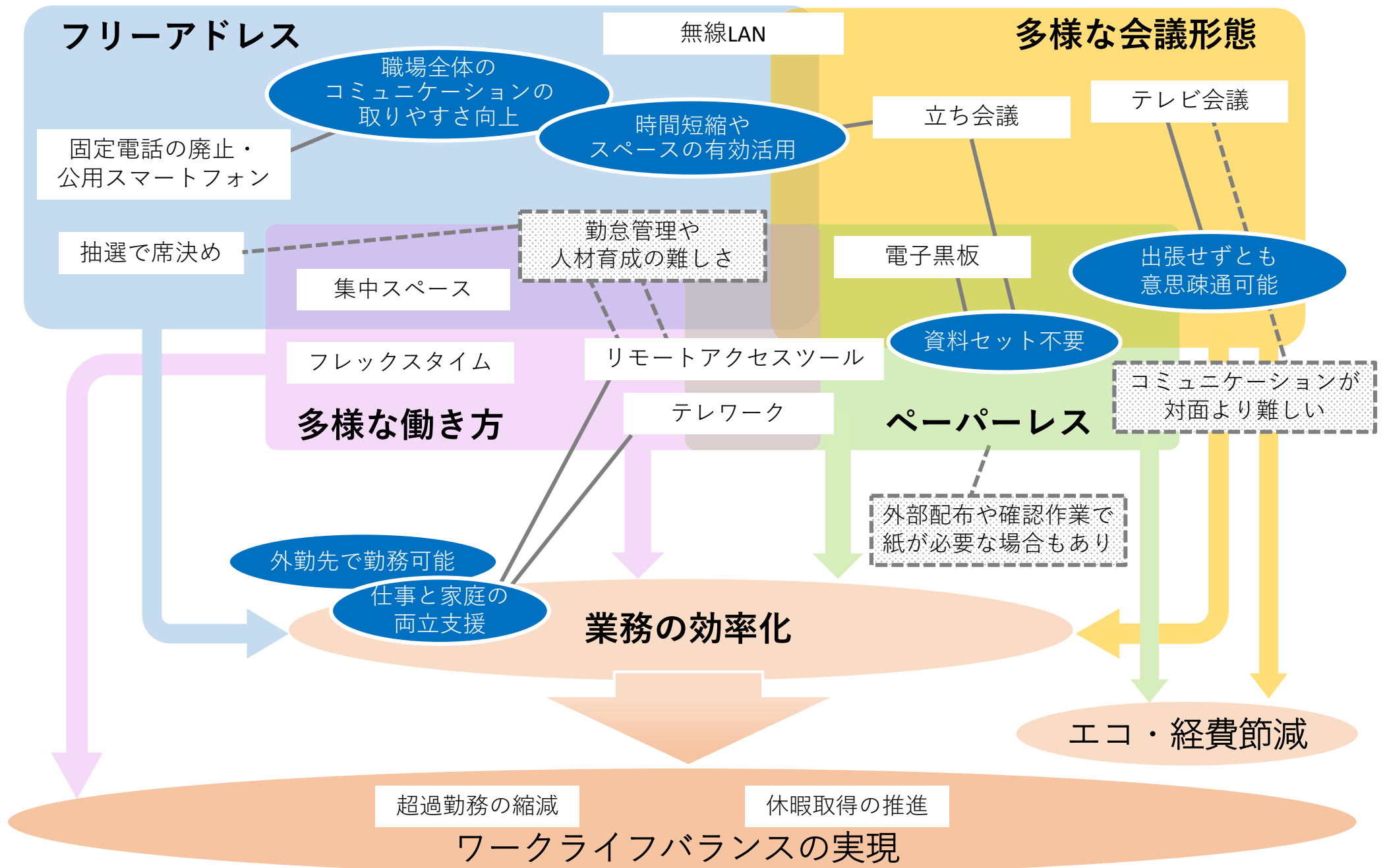
②同オフィスの設置が、

- 消費者行政の進化**
 - 地方創生**
- にどの程度貢献したかの実績を踏まえて行う。

(※)消費者委員会は、消費者行政の進化等の観点から意見を述べる。

2. 「消費者庁の働き方改革の拠点」としての消費者行政新未来創造オフィス

働き方改革の取組と効果



2. 「消費者庁の働き方改革の拠点」としての消費者行政新未来創造オフィス

消費者行政新未来創造オフィスの様子(1)

- ・消費者行政新未来創造オフィスは、主な執務室が東西2部屋
- ・職員は執務室(西)に出勤し、まず抽選でその日に座る席を決定
- ・木材を取り入れた環境

執務室（西）



(職員が出勤する前のオフィスの様子)

座席決定用の抽選機



モバイルロッカー



職員出勤後の風景



2. 「消費者庁の働き方改革の拠点」としての消費者行政新未来創造オフィス

消費者行政新未来創造オフィスの様子(2)

- ・チームで業務ができる机・座席と一人用の集中スペースを執務室(東)に設置
- ・立ち会議スペース(電子黒板付)は2箇所
- ・テレビ会議は複数箇所を実施可能

執務室(東)
集中スペース



電子黒板
(インタラクティブ・
ホワイトボード)



昇降机

立ち会議の様子



テレビ会議の様子

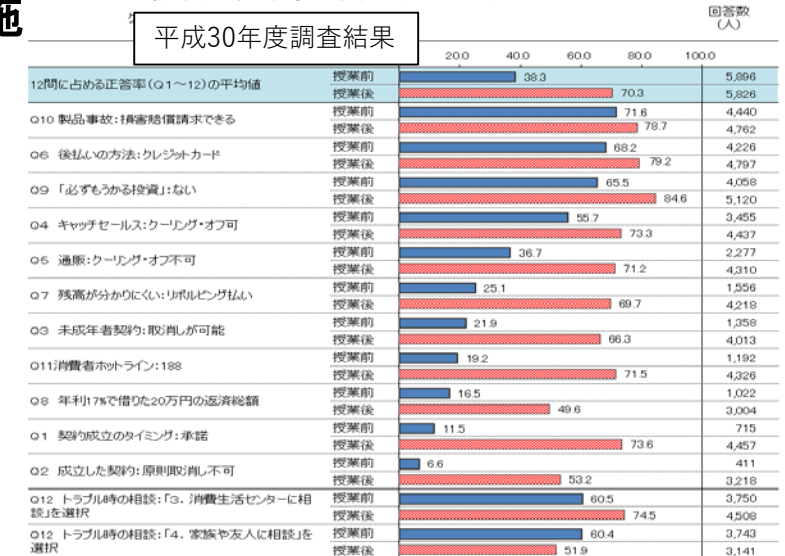


◆ 若年者への消費者教育推進のため、体系的な消費者教育について、先進的な取組を収集・発信

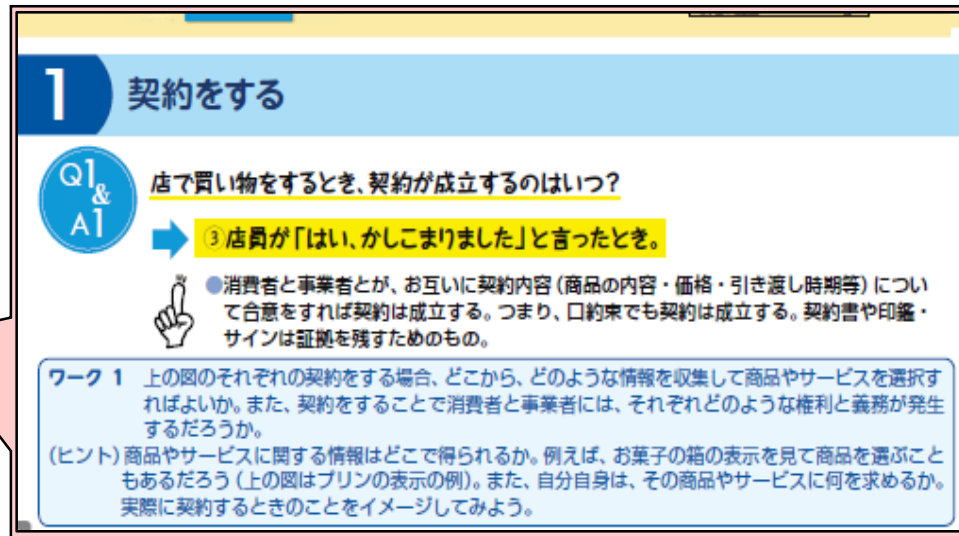
○徳島県内全ての高等学校等において、消費者庁が文科省の協力を得て作成した消費者教育教材「社会への扉」を活用した授業を実施

(※「高等学校等」には、公立高校(全日制、定時制)・私立高校・特別支援学校・高等専門学校も含まれる。)

平成30年度調査結果



徳島県における「社会への扉」を活用した授業の実施効果に関する授業前・授業後アンケート調査の実施知識問題において正答率の大幅な向上が見られた



主な成果

- 徳島県内の全ての高等学校等56校において「社会への扉」を活用した消費者教育の授業を実施 (2017年度、2018年度、2019年度)
- 授業実践報告会を開催(2017年度、2018年度)
- 「社会への扉」の徳島県における活用事例集を公表 (2017年度、2018年度 計23事例)
- 授業の実施効果に関する調査報告書を公表(2017年度、2018年度、2019年度)
- 「社会への扉」確認シート(契約編)、音声読み上げ版を公表
- 特別支援学校における消費者教育の在り方に関する意見交換会を開催し、取りまとめを公表(2019年度)

- ◆高齢者等の見守り活動などを行う見守りネットワークについて、人口規模にかかわらず、より多くの高齢者等の消費者が見守られる体制を構築するとともに、地域の見守り活動の充実を図る。

○徳島県内全24市町村に設置された見守りネットワーク(地域協議会)機能の充実

概要版 神山町（地域包括支援センターが中心）

「消費者安全確保地域協議会」設置事例集 in 徳島

5. 神山町高齢者等見守りネットワーク

徳島県 神山町

地域包括支援センターを中心とした協議会

※詳細は「消費者安全確保地域協議会」設置事例集 in 徳島（統合版）86～96ページ参照

地方公共団体・協議会の基礎データ

人	口	4,816人
高	齢	化
率		52.9%
面	積	173.3km ²
設	置	年
月	日	平成30年6月29日
事	務	局
		地域包括支援センター
構	成	団
体	数	16団体
設	置	要
綱		有り

※平成30年10月1日現在

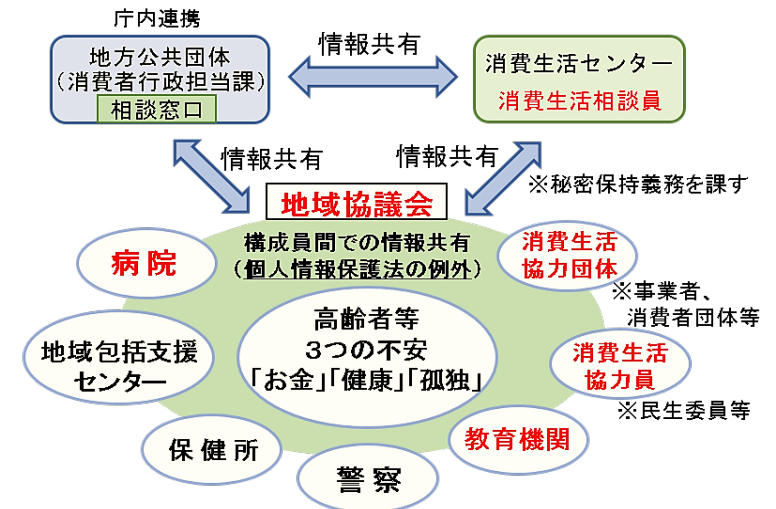


設立会議の様子

【設置事例集 in 徳島】



【「見守りネットワーク」における地域の連携イメージ】



主な成果

- ・徳島県及び県内全24市町村において地域協議会の設置が完了（2019/3/27）
- ・徳島県内の全地域協議会の「設置事例集in徳島」を公表（2019/8/23）
- ・県内全市町村に対し、アンケート調査を実施し、活動状況等を把握
- ・県内外の自治体や団体の講演会や定例会等にて地域協議会の制度や取組活動について説明

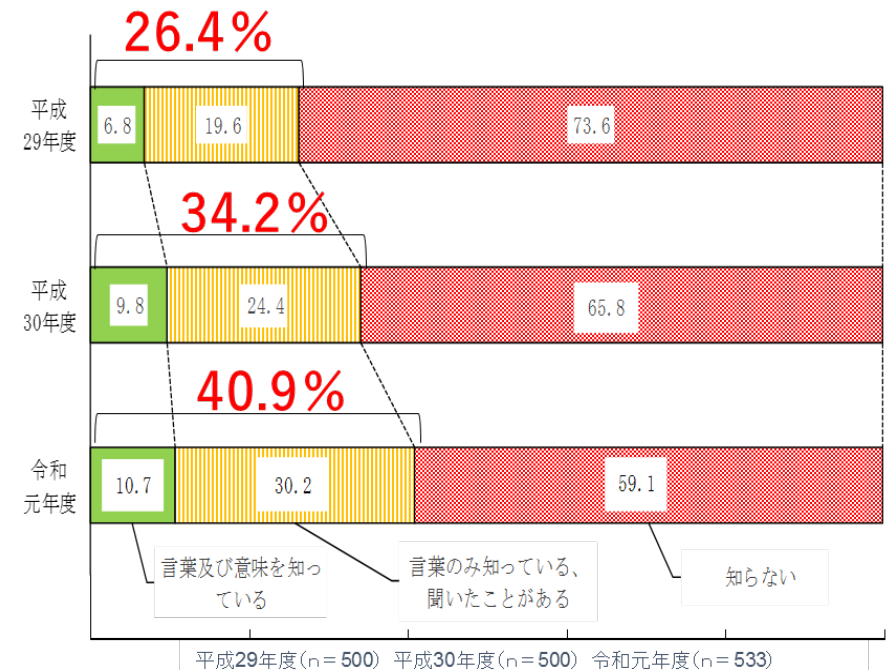
◆エシカル消費の概念の普及や多様な主体によるムーブメントづくりのため、全国的な普及・展開を図る。

※エシカル消費(倫理的消費):地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、環境に配慮した消費行動を指す。
例として、「エコ」「地産地消」「食品ロス削減」「フェアトレード商品」や「被災地産品」の購入などが挙げられる。

○徳島県内での情報収集などエシカル消費の普及における課題等の把握を始めとして、エシカル消費の普及・啓発に資する取組を行う

倫理的消費(エシカル消費)の
「言葉及び意味を知っている」及び
「言葉のみ知っている、聞いたことがある」の合計が向上

平成29年 **26.4%** → 令和元年 **40.9%**



主な成果

- ・徳島県徳島市にてエシカル・ラボを開催(2017年度)
- ・「徳島県における『倫理的消費(エシカル消費)』に関する消費者意識調査」を実施し、結果を公表(2017~2019年度)
徳島県民のエシカル消費の認知度は約40.9%となり、2017年度の26.4%から14.5ポイント増加 (令和元年度調査結果より)
- ・消費者庁ウェブサイトで取組事例を随時公表(39事例)
- ・「エシカル甲子園2019~私たちが創る持続可能な社会~」を開催(徳島県と共催)

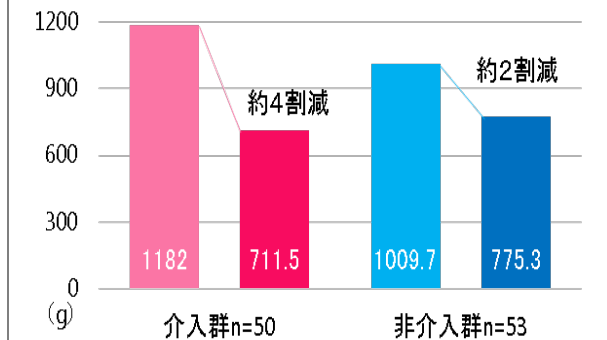
◆食品ロスの削減のため、消費者がその認識を高め、消費行動の改善を促す効果的な取組の実証・普及啓発

○徳島県において実施した、家庭における食品ロス削減に関する実証事業の結果を活用した啓発用冊子(計ってみよう!家庭での食品ロス)を作成



1世帯当たりの食品ロス量(飲料を除く)(g/2週間)

	前半2週間	後半2週間	変化率
介入群(50世帯)	1,182.0g	711.5g	-39.8%
非介入群(53世帯)	1,009.7g	775.3g	-23.2%



食品ロスの量の計量・記録に加え、削減取組を行うことで約4割減少。また、食品ロス量の計量・記録するだけでも約2割減少。

主な成果

- ・徳島県内モニターによる家庭における食品ロス削減の取組効果について検証を行い、食品ロス削減の実証結果報告書を公表(2018年度)
- ・家庭における食品ロス削減に関する実証事業の結果を活用した啓発用冊子を作成(2018年度)
- ・第2回食品ロス削減全国大会(京都市)における啓発用パネル展示(2018年度)
- ・平成30年度家庭における食品ストックと食品ロスに関する調査実施報告書を作成(2018年度)
- ・夏休み2019宿題・自由研究大作戦! in京都にて親子向けセミナーに参画(2019年度)
- ・第3回食品ロス削減全国大会(徳島県)を開催(2019年度)

◆子どもの死因の上位を占めている、窒息や溺水、転落を始めとする日常生活上の子どもの事故を防止する取組が必要

※消費者庁は2016年6月に「子供の事故防止に関する関係府省庁連絡会議」を立ち上げ、関係府省庁の司令塔として連携を強化し、取組を推進。

○徳島県内での子どもの事故防止への取組や調査を実施

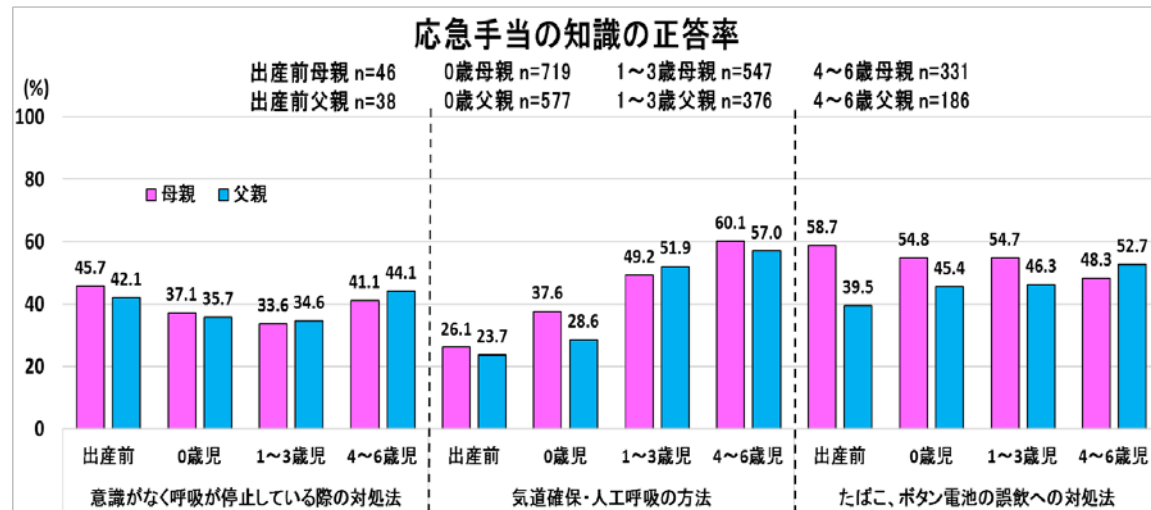
正しい知識・認識を持っている
割合や対策を実施している割合

母親



父親

父親へのさらなる啓発が重要



主な成果

・徳島県内で「保護者」、「出産予定夫婦」、「保育従事者」へのアンケート調査を実施し、報告書を公表

- 保護者の事故に関する知識や認識があることが事故防止対策につながる。
- 父親へのさらなる啓発が重要。

・「出産予定夫婦」への追跡調査で、出産前後における知識や意識等の変化を比較

・調査結果を分析したプロジェクト・レポートを公表

- 初めて子育てする保護者の方が高い割合で対策を実施している。
- 事故防止に関する間違った知識に基づく対処が事故の影響を重篤化させる可能性。

・市町村保健センター等に対し、現状のヒアリングを行うとともに啓発モデルを提示

- ・ネットワーク会議構成員等と連携し、保護者や保育関係者を主対象としたイベントでの啓発(計15回)や研修会等での講義(計14回)を実施
- ・徳島県と協力し、啓発資料を作成

◆消費者が自らの食生活の状況に応じた適切な食品の選択ができるよう、栄養成分表示※等の活用によるバランスの取れた食生活の普及啓発、保健機能食品の適切な利用に関する消費者の理解促進

※2015年度から、原則として全ての加工食品に対し栄養成分表示が義務化されている。

○徳島県内において栄養成分表示等の活用 に資する教育プログラムを実施

○自治体及び事業者等へ 栄養成分表示等に関する調査を実施



徳島県内の栄養成分表示等を
いかした消費者教育の様子

栄養成分表示 (1包装(2個)当たり)	
熱量	476kcal
たんぱく質	17.2g
脂質	22.7g
炭水化物	52.0g
糖質	49.3g
食物繊維	2.7g
食塩相当量	3.6g
鉄	1.4mg

【栄養成分表示の例】

主な成果

- ・徳島県及び県内の10事業者に対し、栄養成分表示等についての取組状況や課題等に関するヒアリングを実施し、取組事例を収集及び整理(2017年度)
- ・「栄養成分表示の活用推進フォーラムinとくしま」の開催(2018/3/12)
- ・「栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育に関する調査事業報告書」を公表(2018/6/15)
- ・自治体及び事業者団体に対し、事業者への支援状況についてウェブアンケートを実施し、結果を公表(2018/10/12)
- ・「地域特性をいかした栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育に関する調査事業報告書」及び「栄養成分表示を活用した消費者教育実践マニュアル」を公表(2019/8/27)
- ・「栄養成分表示等に関するプロジェクト成果報告会」の開催(2019/11/28)
- ・徳島県内の消費者教育の取組事例を取材。また、自治体に対し、消費者への普及啓発の実施状況についてアンケートを実施し、取組事例と併せて結果を公表(2020/4/20)

◆事業者が消費者を意識した事業活動を行うことが健全な市場の実現につながっていくという観点から、中小企業も含めた消費者志向経営を推進

※消費者志向経営: 事業者が消費者の視点に立ち、消費者の権利確保及び利益向上を図ることを経営の中心とし、持続可能で望ましい社会の構築に向け、社会的責任を自覚して事業活動を行うこと。

○四国内における消費者志向経営の普及促進※令和2年8月末現在

徳島県 34事業者

- ・株式会社旭木工
- ・株式会社阿波銀行
- ・阿波証券株式会社
- ・株式会社あわわ
- ・市岡製菓株式会社
- ・株式会社エフエム徳島
- ・株式会社キョーエイ
- ・株式会社クラッシー
- ・社会福祉法人敬老福祉会
- ・社会福祉法人健祥会
- ・サン電子工業株式会社
- ・株式会社サンフォート
- ・株式会社セイコーハウジング
- ・株式会社高橋ふとん店
- ・株式会社寺内製作所
- ・東光株式会社
- ・株式会社ときわ
- ・協業組合徳島印刷センター
- ・株式会社徳島大正銀行
- ・徳島県教育印刷株式会社
- ・徳島合同証券株式会社
- ・生活協同組合とくしま生協

- ・徳島トヨペット株式会社
- ・株式会社日誠産業
- ・株式会社ネオビエント
- ・株式会社パッケージ松浦
- ・株式会社広沢自動車学校
- ・藤田商事株式会社
- ・富士ファニチア株式会社
- ・株式会社フジみらい
- ・株式会社マルハ物産
- ・株式会社丸本
- ・宮崎商事株式会社
- ・株式会社山のせ

高知県 1事業者

- ・ミタニ建設工業株式会社

愛媛県 20事業者

- ・株式会社あわしま堂
- ・株式会社伊予銀行
- ・株式会社伊予鉄グループ
- ・株式会社愛媛銀行
- ・愛媛県信用農業協同組合連合会
- ・愛媛信用金庫
- ・愛媛トヨペット株式会社
- ・株式会社エフエム愛媛
- ・NPO法人家族支援フォーラム
- ・ギノーみそ株式会社
- ・生活協同組合コープえひめ
- ・株式会社古湧園
- ・四国ガス株式会社
- ・株式会社第一自動車練習所
- ・南海放送株式会社
- ・株式会社宝荘ホテル道後御湯
- ・株式会社平野
- ・株式会社フジ
- ・株式会社母恵夢
- ・株式会社ホテル椿館

主な成果

【徳島県】

- ・2017年度、とくしま消費者志向経営推進組織(徳島県、事業者団体、消費者団体等で構成)を設立
- ・2018、2019年度は、推進組織の活動を支援
→消費者志向経営推進シンポジウムの後援、消費者志向経営フォローアップセミナー

【愛媛県】

- ・2019年度、えひめ消費者志向おもいやり経営(消費者庁の推進する消費者志向経営と、愛媛県の推進するおもいやり消費(エシカル消費)を支える事業活動を一体化)の推進を支援
⇒消費者志向自主宣言事業者

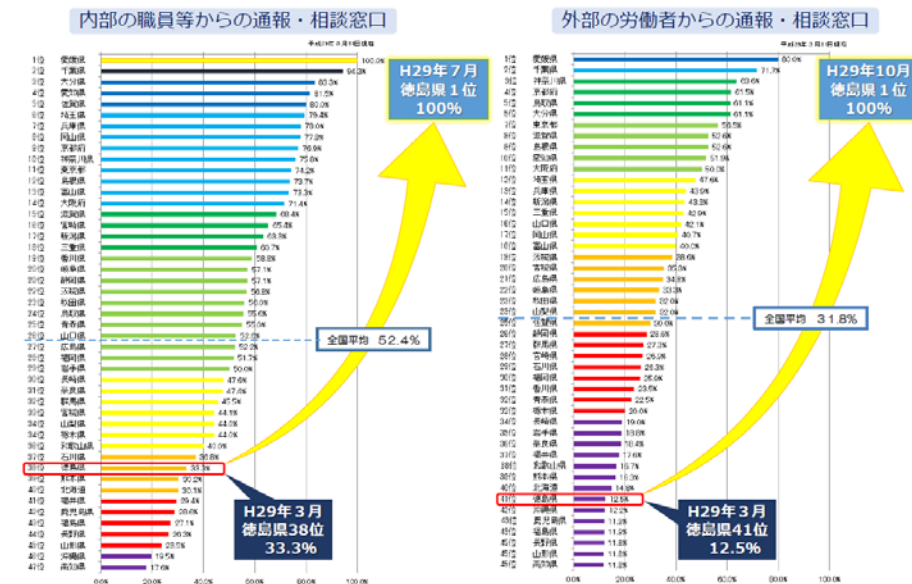
全国159事業者のうち、四国内55事業者(徳島県:34、愛媛県:20、高知県:1)※令和2年8月末現在

公益通報受付窓口(市区町村)及び 内部通報制度(事業者)の整備促進

◆市区町村における公益通報窓口や中小企業における内部通報窓口の整備が進んでいない 現状を踏まえ、窓口設置等に係る取組を促進

※公益通報：事業者の不祥事等により国民生活の安全・安心が損なわれることを防ぐため、事業者内部の労働者が
所定の要件を満たして公益のために行う通報

徳島県では、全国で初めて、
県内市町村における内部の職員等及び
外部の労働者等からの通報・相談窓口を
いずれも**100%**設置



主な成果

- ・徳島県、愛媛県、香川県内の全市町村で通報受付窓口(内部・外部)を整備
- ・その他、働きかけを行った府県の市町村でも通報受付窓口を新たに整備
- ・徳島県内全市町村共通の通報受付窓口(外部)を整備
- ・徳島県において事業者団体(徳島県経営者協会・徳島県医師会・徳島県土地改良事業団体連合会)内に共通の通報受付窓口を整備
- ・徳島県が職員向けに独自の eラーニング教材を作成、実施
- ・徳島県が民間事業者向け通報対応マニュアルを作成、公表
- ・行政機関における通報受付窓口運用事例集を作成、研修会で配布
- ・徳島県内市町村に対して通報受付窓口運用に関するヒアリングを実施

◆ 食品安全に対する消費者の理解を増進するため、幅広い世代の消費者に対して、多様なリスクコミュニケーション(リスコミ)の機会を提供

※ リスクコミュニケーション: 消費者への正確な情報提供や、消費者、事業者、行政機関等が相互に情報や意見の交換を行うこと

○ 徳島県内で、多様な主体・手法によるリスクコミュニケーション等の推進方法の検討

【新たな手法によるリスコミの取組】



主な成果

- ・ 2017年度に徳島県や県内関係団体等と共催したリスコミ(3回)におけるアンケート調査の分析結果から、効果的と考えられる新たなプログラムを開発。当該プログラムを含むリスコミを実施し、その効果を検証。(18・19年度計3回)
- ・ 「食品安全リスクコミュニケーター養成・食品表示コース」を徳島県と共催(2018年度36名養成)し、得られた知見から、地方公共団体の参考となる報告書(マニュアル)を取りまとめ公表(2019/7/2)。当該マニュアルに基づき2019年度も実施(34名養成)し、その効果を検証。

- ◆シェアリングエコノミーの普及に伴い発生する消費者問題を早期に発見・分析し、消費者が安心して安全に利用できる環境整備につなげる
- ◆あわせて、若者の生活実態に即した消費生活相談の在り方を検討するとともに、その手段の実現可能性を検証する

○シェアリングエコノミーに関する啓発資料の作成等

○若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会の開催

【実際にあった相談事例】

民泊予約サイトを通じて1万円の民泊を予約していたが、聞いていた場所に鍵がなかったため、提供者に連絡したところ

2-1 プラットフォームを選ぼう

Q. どのプラットフォームを利用してよいか分からない…

A. 以下の点に気を付けてみよう!

- ☐ 相互レビュー機能があるかどうか
- ☐ 免許証等による本人確認機能があるかどうか
- ☐ 相談窓口が作られているかどうか

+ α

これらの基準を満たす優良な事業者を認定する取組も始まっています

【シェアリングエコノミー協会の認証マーク】
シェアリングエコノミー認証マークは、そのサービスが内閣官房 IT 総合戦略室がモデルガイドラインとして策定した「遵守すべき事項」を基に、シェアリングエコノミー協会が設定した自主ルールに適合していることを示すものです。

※一般社団法人シェアリングエコノミー協会ウェブサイトから引用



主な成果

- ・「シェアリングエコノミーに関する調査等報告書」の公表(2019.11)
- ・啓発資料「共創社会の歩き方 シェアリングエコノミー」の公表(2019.11)
- ・「若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会」の開催(全5回)及び報告書公表(2020.5)

◆消費者を取り巻く環境が急速に変化していく中、消費生活の現状や消費者問題に対する調査・分析や基礎研究を行うことが重要 ⇒「課題発見・対策提示」による効果的な政策立案の実現

○行動経済学等を活用し、消費者に対する情報提供の在り方について調査研究を実施

プロジェクトの主な取組内容

「健康と生活に関する社会実験」の実施

- ・行動経済学の第一人者である依田高典客員研究主幹(京都大学教授)が指導
- ・とくしま生協よりモニター提供等の協力

- ・人は必ずしも合理的ではないという行動経済学の考え方にに基づき実施
- ・グループ分けした各モニターに対し、異なる情報提供や働き掛けを行い、消費行動や健康への影響を調査

【協力体制のイメージ】



事前準備

アンケートによる事前の意識調査

フィールド実験のモニター募集

フィールド調査の実施

グループ分けした各モニターへ異なる情報提供や働き掛けを行い、消費行動・健康への影響を調査

調査結果を分析し、公表

【2017年度】

【2018年度】

【2019年度】

【2020年度】

主な成果

- ・モニターの特徴を把握するためのアンケート(事前の意識調査)の結果を公表(2018/7/27)
- ・とくしま生協の購買データを用いたナッジの効果分析を公表(2019/11/21)
- ・健康と生活に関する社会実験 報告書を公表(2020/7/10) ※ナッジ:そっと後押しする、という意味

・目標体重を設定させ、それを様々な見せ方で伝えることによる目標設定ナッジの介入効果を社会実験により推定した。実験結果からは、概してメインの結果変数である体重への介入効果はほとんどみられなかったが、歩数については一部介入による歩数の増加がみられた。意識的に歩数を増やすことは可能であるが、体重を変えるというのはなかなか容易ではないものと考えられる。

- ◆障がい者の消費行動や直面する消費者トラブルの実態は不明瞭な状況
⇒障がい者が自立して生活できる社会の実現に向けても、消費行動及び消費者被害の傾向を探ることが必要

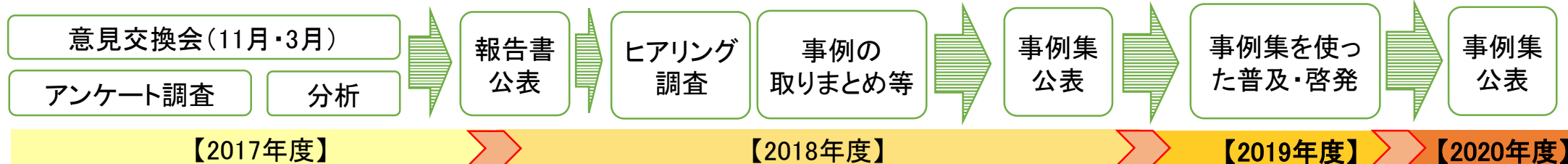
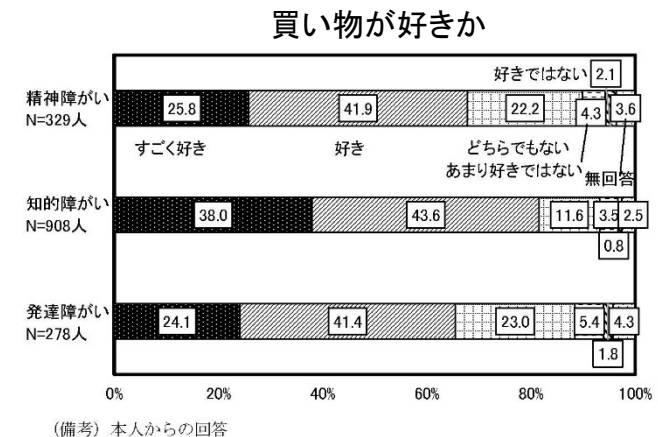
○障がい者の消費行動及び消費者被害実態等の把握

プロジェクトの主な取組内容

徳島県及び岡山県での調査

障がい者やその家族・関連施設等に対し、アンケート及びヒアリング調査を実施し、結果を取りまとめ

障がい者の消費者トラブルに関する事例を収集し
啓発資料を作成



主な成果

【2017年度調査報告】

・徳島県及び岡山県の協力の下、精神・知的・発達の各障がいのある方々やその支援者を対象に、普段の消費行動等に関するアンケート調査を実施。調査結果について報告書を作成・公表(2018/3/22)

・全体的に、買物好きな障がい者が多いが、一方で、消費者トラブルに直面するリスクが比較的大きい

【2018年度調査報告】

・徳島県及び岡山県の協力の下、障がいのある方々やその支援者を対象に、消費者トラブル等について、ヒアリングを実施、調査結果について事例集を作成・公表(2019/5/17)

【2019年度調査報告】

・徳島県及び岡山県の協力の下、障がいのある方々やその支援者を対象に、消費者トラブル事例集を使った出前講座の実施。啓発出前講座実践事例集を作成・公表

- ◆若者が消費者被害に遭う要因の一つとして、心理的な要因が挙げられる。
⇒消費者被害に遭う要因等を主に心理的要因の観点から調査分析し、対応策を検討することが必要

○有識者による検討会での議論やアンケート調査等に基づき、若者が消費者被害に遭う要因を心理面から分析

プロジェクトの主な取組内容

西田公昭座長（立正大学心理学部教授）の下、有識者による検討会を計6回実施

心理学等を活用し、若者が消費者被害に遭う要因等について調査・分析
若者を対象としたアンケート調査（1万人規模）及び
被害者等へのヒアリング調査を実施

主な成果

・検討会の報告書を公表（2018/8/31）

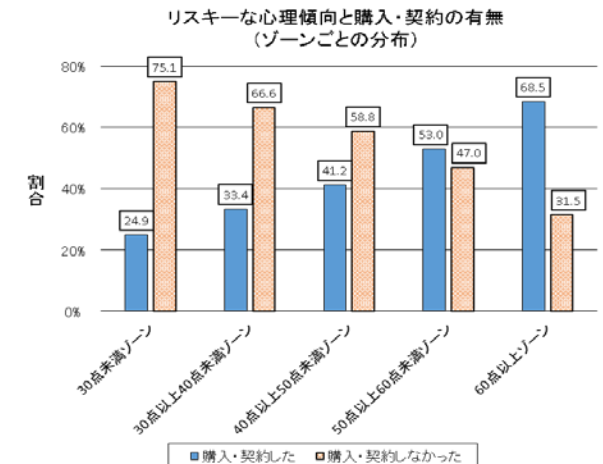
アンケートでは、勧誘を受けた際の状況や心境等のほか、若者の普段の行動や心理、さらにSNSへの意識などについても調査を実施

- ・アンケート調査結果から導かれた「勧誘を受けた際に購入・契約に至りやすい『リスクな心理傾向』や「購入・契約の判断を行う際に若者が用いる6つの視点」に基づき、各種チェックシートを作成

※購入・契約の判断を行う際に若者が用いる6つの視点

⇒「商品・サービス価値への評価」「勧誘者への評価」「場の拘束感への評価」
「否定的側面への評価」「強引な要請への評価」「説明への納得感」

- ・勧誘時に抱いている悩み・不安や、用いられる勧誘手法の数などが購入・契約の判断に影響を及ぼすことも示された



<リスクな心理傾向チェックシート>

チェック項目	当てはまり度合い				
揉まれるようにお願いされると弱い	1	2	3	4	5
おだてに乗りやすい	1	2	3	4	5
自信たっぷりに言われると納得してしまう	1	2	3	4	5
見かけの良い人だといひ信じてしまう	1	2	3	4	5
素敵な異性からの誘いだと断れない	1	2	3	4	5
マスコミで取り上げられた商品はすぐ試したくなる	1	2	3	4	5
好きな有名人が勧める商品は買いたくなってしまう	1	2	3	4	5
新しいダイエット法や美容法にはすぐにとびつく	1	2	3	4	5
専門家や肩書きがすごい人の意見には従ってしまう	1	2	3	4	5
無料だったり返金保証があるならいろいろ試してみたい	1	2	3	4	5
資格や能力アップにはお金を惜しまない	1	2	3	4	5
良いと思った募金にはすぐ応じている	1	2	3	4	5
欲しいものは多少のリスクがあっても手に入れる	1	2	3	4	5
どんな相手からの電話でも最後まで聞く	1	2	3	4	5
試着や試飲をしたために、つい買ってしまったことがある	1	2	3	4	5

◆消費者が居住する地域の実情等を踏まえた消費者施策の企画・立案等に向けた基礎的な資料を得るために、地方の消費者の消費活動特性等の調査を行う

○テーマを設定し、そのテーマに沿った消費者の消費活動特性等について、アンケート調査やヒアリング調査を行い、調査結果を基に分析等を実施

プロジェクトの主な取組内容

(過疎地域等の消費活動特性に関する調査)

徳島県内の過疎地域等における消費活動特性等に係る調査の実施

➤ 過疎地域等の居住者に対し、アンケート及びヒアリング調査を実施

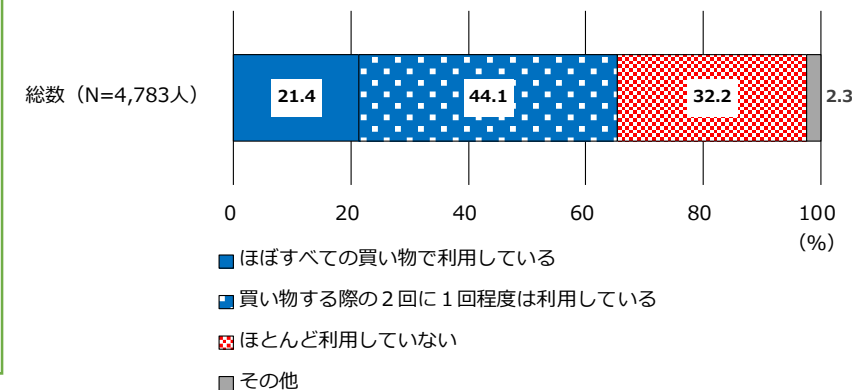
(大学生の消費行動に関する調査)

大学生の消費行動(特にキャッシュレス決済)に係る調査等の実施

➤ 全国の大学生に対し、アンケート調査を実施。
➤ さらに、一部の大学生を対象し、2週間の消費行動調査を実施

「大学生のキャッシュレス決済に関する調査分析結果」
より抜粋

➤ この半年間でのキャッシュレス決済の利用頻度を聞いたところ、約6割が、「ほぼすべて」「2回に1回程度」利用していると回答



テーマ決め
調査の準備

徳島県内ヒアリング調査
徳島県内アンケート調査

集計
作業

報告書
公表



テーマ決め
調査の準備

全国の大学生対象
アンケート調査

2週間の
消費行動調査

集計
分析

報告書
公表

【2018年度】



【2019年度】



【2020年度】

主な成果

「過疎地域等の消費活動特性等に関する調査報告書」を公表(2019/3/22)

「大学生のキャッシュレス決済に関する調査分析結果」を公表(2020/5/15)

- ◆若年者への消費者教育の充実や高齢者等の見守りネットワークの構築が、重要な政策課題
- ◆「地方消費者行政強化作戦」では、各都道府県ごとに消費生活相談員の研修参加率を100%に引き上げること等が求められており、研修機会の確保が必要

○徳島県内で各種研修を実施

プロジェクトの主な取組内容

鳴門市・徳島市における研修の実施

主として関西、中国・四国地域の
対象者を想定した研修

徳島独自の研修

【徳島県内で行われた研修の様子】



主な成果

- ・2017年度は、徳島県内において14回の研修を実施(509名:鳴門合同庁舎:7回 191名、徳島市内会場:7回 318名)
- ・2018年度は、徳島県内において14回の研修を実施(383名:鳴門合同庁舎 10回 242名、徳島市内会場 4回 141名)
- ・2019年度は、徳島県内において13回*の研修を実施(426名:鳴門合同庁舎 10回 337名、徳島市内会場 3回* 89名)
* 当初14回の研修を計画していたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響により1回中止
- ・グループワークや情報交換会を行う研修は設備が整った鳴門合同庁舎で実施
- ・フィールドワークなどを行う研修は、県都の徳島市内会場で実施(うち1回は、四国大学の学生とのワークショップなどを取り入れた「徳島オリジナル研修」を実施)

◆更なる消費者の安全なくらし確保のため、先駆的な商品テストを実施することが重要

※国民生活センターでは、相模原事務所の商品テスト施設において、消費者被害の未然防止・拡大防止及び消費生活センターにおける苦情相談対応等に資する、生活実態に即した商品テストを実施

○徳島県を実証フィールドとして活用した先駆的な商品テストを実施

プロジェクトの主な取組内容

徳島県内のモニター家庭等を活用した実態調査

外部機関※を活用した商品テスト

商品テスト等の結果を踏まえた効果的な対策を検討

※2017年度はプレテストを関西、
本番テストを関東の外部機関で実施

「モニター家庭を訪問しての
貯湯タンク設置状況調査」



主な成果

◇2017年度のテーマは「地震による転倒の防止策」⇒ 調査結果を踏まえ、報告書を公表(2018/6/7)

【主な結果】

- ・モニター家庭のフィールド調査の結果100世帯中、63世帯で電気給湯設備の貯湯タンクの適切な設置がなされていなかった
- ・フィールド調査を反映した振動テストの結果、コンクリート基礎の上に置いただけの貯湯タンクは震度6弱相当の揺れで転倒した。また、固定するアンカーボルトの太さが細い場合、貯湯タンクは転倒しないものの、1回の振動でアンカーボルトに浮きが見られた

◇2018年度のテーマは「錠剤、カプセル状の健康食品の品質等に関する実態調査」⇒ 調査結果を踏まえ、報告書を公表(2019/8/1)

【主な結果】

- ・県民へのフィールド調査の結果105商品(89銘柄)を回収し、64商品について崩壊性の調査を行ったところ32商品が医薬品に定められた規定時間内に崩壊なかった。またハードカプセルの商品の一部では未開封時には粉末状であったものが調査時には固まってしまっているものが見られた

◇2019年度のテーマは「スプレー缶製品などによる事故の防止策」⇒ 調査結果を踏まえ、報告書を公表(2020/2/20)

【主な結果】

- ・県民へのフィールド調査の結果1世帯あたり平均5.4本のスプレー缶製品等が日常的に使用することなく置いたままで、中には腐食によって穴が開いているものが見られた
- ・フィールド調査を反映した台所での引火事故を想定したテストの結果、コンロの火がシンクに滞留したスプレー缶製品の可燃性ガスに引火し、炎が広がる様子が見られた

周辺地域への貢献やオフィスの広報等

県内大学での 講義



◇鳴門教育大学での講義

(2018年度:4コマ、2019年度:4コマ、2020年度:2コマ)

(鳴門教育大学での講義内容の例)

消費者法／消費者被害／消費者の安全確保 など

◇四国大学での講義

(2018年度後期:2コマ)

◇徳島大学での講義

(2018年度前期:14コマ、2019年度前期:13コマ、
2020年度前期:12コマ)

【科目名】消費者が主役の社会へ

(徳島大学での講義内容の例)

- ・消費者行政の概要
- ・インターネットをめぐる消費者トラブル
- ・消費者法の立法過程
- ・子供の事故を始めとした事故防止への取組
- ・怪しい表示と正しい表示
- ・食品表示の見るべきポイント
- ・食品のリスクの捉え方
- ・事業者の取組
- ・欠陥商品とその責任
- ・消費者問題の歴史、法律ができるまで
- ・相談現場からみた消費者被害の実態
- ・なぜ消費者被害に遭うのか
- ・消費者問題のおさらい

徳島新聞へ 毎月連載



オフィス職員が徳島新聞のコラムを執筆
「徳島から挑む
消費者庁 新未来創造オフィスより」

オフィスの取組や成果紹介のシンポジウム等開催

- 2017/9/6 消費者行政新未来創造オフィス設立記念シンポジウム
- 2018/5/18 消費者行政新未来創造オフィス×香川県 記念シンポジウム
- 2018/7/18 消費者行政新未来創造オフィス・愛媛県・愛媛大学シンポジウム
- 2018/7/23 消費者行政新未来創造オフィス開設一周年記念シンポジウム
- 2018/11/22 愛知県・消費者行政新未来創造オフィス消費者教育推進フォーラム
- 2019/2/12 消費者行政新未来創造オフィスの調査分析の成果報告会
- 2019/3/16 ひょうご消費者セミナー2018
- 2019/7/29 消費者行政新未来創造オフィス開設2周年記念フォーラム
- 2020/3/9 消費者行政新未来創造オフィス成果報告会

