ポイントは他テーマとの掛け合わせ！
他部局や、ゆるキャラとのコラボで消費者教育を発信



池田市立消費生活センター

生活の管理と契約に関する領域

ポイントは他テーマとの掛け合わせ！
他部局や、ゆるキャラとのコラボで消費者教育を発信

池田市立消費生活センター

池田市消費生活センター「消費者トラブル困っタンゴ！」について：
https://www.city.ikeda.osaka.jp/soshiki/siminseikatsu/shoko/shohiseikatsu/19133.html

大阪府池田市の池田市立消費生活センターは、制作したPR動画「消費者トラブル　困っタンゴ！」で「消費者教育教材資料表彰2025」の優秀賞を受賞しました。相談員が現場の感覚から厳選した４つのトラブルを、キャッチーなオリジナルソングと映像で強いインパクトを残しつつ、啓発するポイントもしっかり押さえた動画に仕上げています。池田市民に広く認知されているイメージキャラクター「ふくまる」を活用した１分という短い動画の中には、伝えたい思いが詰まっています。教材制作に携わった池田市立消費生活センターの皆さんにお話を伺いました。

コラボで興味関心のフックをつくる

▶池田市立消費生活センターの消費者教育に関する取組について教えてください。

当センターは、相談員が４名、行政職員兼務の担当職員が２名、商工振興課の課長兼消費生活センター長が１名の計７名で活動しています。「まちづくり出前講座」「啓発イベント」「教材制作」などを行ってきました。

出前講座は自治会、地域包括支援センター、社会福祉協議会などからの依頼で、高齢者を対象とする場合が多いです。中学や高校にも行きます。テーマは「消費者トラブル」「終活」「おこづかい帳」など身近なものを扱うようにしています。

啓発イベントは、毎年行っています。具体的には、令和４年度は観光課の取組を参考に子どもから高齢者まで幅広い世代の方が応募しやすい川柳で「消費生活川柳」の募集、令和５年度には環境部局との共催で「エシカルフェスタ」、令和６年度は福祉部局の「健康フェスタ」への参加、令和７年度は池田市のイメージキャラクター「ふくまる」のセンター１日所長など実施しました。イベントは当センター単独でもやりますが、広がりを狙って、最近は庁内の他部局と積極的にコラボしています。環境とかけ合わせてエシカル消費、健康ならば健康食品の定期購入、健康器具の使用方

法などのトラブルと、関連づけてアピールできるメリットを感じています。



子ども向け「消費生活川柳」募集チラシ

▶他の部局などとのコラボをやってみて、気づいたことはありますか？

来場する市民の方はもちろん、同じくブースを出展している普段、消費行政とは無縁の団体さんや出展者さんがブースに訪れてくれたり、「何をやってるの？」と聞いてくれたり、協力してくれた職員が消費者教育に関心を持つようになってくれたり、接点を持つ、関わることの大切さを感じています。

▶令和２年度にはCM制作、令和３年度にはデジタル教材を制作しています。

CMは無料点検、詐欺サイト、マルチ商法への啓発をテーマとして制作しました。ケーブルテレビと市の公式YouTubeで公開し、今も市役所ロビーのモニターで流しています。

デジタル教材は消費者教育ゲーム「詐欺ハンター」です。コロナ禍で街頭啓発やイベントの実施が難しくなり、デジタルでアプリのコンテンツをつくろうということになりました。令和４年の成年年齢引き下げを見据えて、子ども向けとしました。（注：現在は公開終了）



消費者教育ゲーム「詐欺ハンター」チラシ

▶ここ数年は若年層へのアプローチを意識しているそうですね。

それまでは消費行政やセンターだけで頑張っていて、限界を感じていました。子どもや学生のうちから消費啓発をしたいという思いもありました。ヒントのひとつになったのは、ふくまるの存在です。“ゆるキャラ”ふくまるの着ぐるみが登場するイベントは、お客さんの反応がよいです。そこで、ふくまるや他のテーマとのコラボといった、別の関心からつなげていく取組を意識するようになりました。

▶活動の変化について、具体的に教えていただけますか？

以前は、イベントに出展してもパンフレットを配るだけだったのですが、最近は講座や出し物をセンターで考えてやっています。今年度の健康フェスタでは、食品表示に関する健康食品のミニ講座を開きました。出し物としては、食品に含まれている塩分の量を当てるゲームをしました。お弁当やカップラーメンなどランチに食べたいものを組み合わせてもらって、合計の塩分を３ｇ以下に抑えるようにするゲームです。当たった人にはオリジナルグッズを渡します。みんな気合いを入れて準備しました。



健康フェスタでの様子

市民でも、消費生活センターの活動や場所を知らない方はまだまだ多くいます。本市は消費者被害に遭いやすい高齢者が多く、そうした方から「消費トラブルに遭ったが、相談先が分からない」との声を聞くことがあります。さらに、消費者被害に遭った後に警察へ相談し、初めて当センターの存在を案内されるという事例も少なくありません。相談先が分からない、そもそもそういった機関があることも知られていないというのは、消費行政に携わる者として由々しき事態です。

そのような中、少しでも多くの市民に消費啓発を行うため、啓発イベントの企画は相談員のみでなく、行政職員と力を合わせて一緒に取り組んでいます。現場の相談員と行政職員それぞれの視点や経験を活かし、お互いの強みや知恵を合わせることで、より多くの市民の消費者意識を高めることができるような企画を目指しています。また、企画している自分たちも「これは楽しいよね」と自信を持って届けられるものをつくらないと、市民の方々には刺さらないと思ってやっています。

キャッチーなPR動画と深掘り解説動画の合わせ技



「消費者トラブル　困っタンゴ！」から「点検商法」の場面（抜粋）

▶令和６年度に制作した動画「消費者トラブル　困っタンゴ！」と解説動画「ふくまるくんと学ぶ　消費者トラブル講座」の制作の経緯について教えてください。

まず初めに、センター内でコンセプトやつくりたいものを明確にした上で、制作に取り掛かりました。

当初、「タンゴでつくりたい」という構想のもと、センターでテーマの数と内容を話し合って、「SMS架空請求」「点検商法」「定期購入」「オンラインゲーム課金」の４つで制作しました。

●市のキャラクターの力で自分ごと化

池田市ではふくまるがバス停、ラッピングバス、マンホール、自転車の防犯カバーなど街中のあらゆるところに顔を出しています。市民の皆さんには、ふくまるイコール池田市と認識してもらっていて、ふくまるがあるのとないのとでは「これは自分に関係ある話」と認識してもらえるかどう

かが全く違います。そこで、ふくまるくんとふくまるちゃんを前面に出しました。

４番目のゲーム課金だけ親子の設定だったので、ウォンバットの親子にしました。池田市の五月山動物園にはギネス世界記録に認定された世界一長生きのウォンバットがいて、さまざまなかたちで市を挙げて“ウォンバット推し”を進めています。観光課にあったウォンバットの被り物を借りました。実はふくまるも、ウォンバットと大黒天をミックスしたキャラクターです。

●耳に残るメロディ

スーパーの鮮魚コーナーで流れている「おさかな天国」や、誰もがメロディを知っている「呼び込み君」のような曲を目指し、「曲が耳に残る」「一発で覚えられるフレーズ部分の歌詞を『池田消費生活センター』とする」の２点を条件として作成しています。

●現場感覚を反映した細かい調整

歌詞は作詞家の方に一度たたき台として書いていただいて、相談員が現場の実感に合わせて修正していきました。

たとえば、最初はフィッシングメールだったものをSMS架空請求に変えました。フィッシングメールと聞いてすぐにピンと来る人は少ないのと、歌詞で伝えにくいということがありました。

また、最後の「池田、池田」というところは、当初は「188（いやや）、188（いやや）」でした。池田市らしさを出したいということで「池田、池田」にしてもらいました。逆にゲーム課金の場合は、プラットフォームの判断によって返金されるかどうかが決まるため、センターに相談したから必ず解決するわけではないという特性があります。そこで「池田、池田」ではなく「防げ、防げ」に変えました。

同じくゲーム課金では、「年齢を偽って課金したら未成年でも支払いになる」ことを強調しています。ここは、相談員の「絶対発信したい」という強い思いを反映してもらいました。

歌詞はどうしても文字数が限られ、調整が難しかったです。「これだと歌詞的に歌えない」「いや、ここまで削ぎ落としたらただの歌になって啓発につながらない」といった押し引きがありましたね。

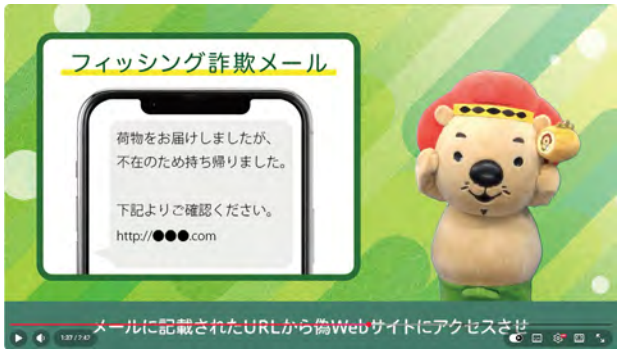
●多くの人の目に触れるモニターで放映

「困っタンゴ！」は、池田駅前のビルの街頭モニターでも放映しています。街頭モニターだと、消費者トラブルやセンターへの関心とは無関係に、いつのまにか歌を覚えてもらったり、「ふくまるくんが踊っている」と目を留めてもらったりしていると感じます。出前講座、街頭啓発、イベント出展の時も、モニターやスピーカーで流して活用しています。

●解説動画でフォロー

「困っタンゴ！」で興味を持ってくれた方がより詳しく知りたい場合に視聴できるものとして、対応する解説動画も４本制作しました。こちらは相談員が考えて、撮影現場にも立ち会って言い回しなどを修正しながら撮りました。より詳しい内容で対処法も説明しています。こちらもふくまるが登場します。





解説動画「【①SMS架空請求編】ふくまるくんと学ぶ！消費者トラブル講座」から抜粋
https://www.youtube.com/watch?v=OKG1TNGxIGU

消費生活センターに相談する行動へつなげることを目標に

▶現時点での課題があれば教えてください。

中学生・高校生にどう届けるかが課題です。学校で授業の時間をいただいて啓発するという方法もありますが、先生方の負担や授業コマ数の都合もありますし、先生の関心度合いに左右されるので、学校にお願いしない形で啓発できるものを開発したいと思っているところです。

▶今後の取組について教えてください。

「困っタンゴ！」については、すぐにはなくならないだろうというテーマでつくっているので、テーマを増やすことは考えていません。今後、違うことを啓発するのであれば、違うツールで考えるかもしれません。コンテンツによって反応する層は変わりますし、お金をかけて新しいものをつくるのであれば、新規層を取りに行く気概がないといけないとも思っています。

啓発の一番根底にあるのは、「何かあったらセンターに相談する」行動につなげることだと思います。まずはセンターの名前と場所を知ってもらうことを第１目標にして、スタンプラリーであればセンターにポイントを設けて足を運んでもらう、川柳であれば応募用紙をセンターに持参すればオリジナルグッズを渡すというようなこともやりました。何かあったらセンターに相談しようという認識を広げていきたいですね。

▶消費者教育に携わる方々や、一般消費者の皆さんにメッセージをお願いします。

池田市立消費生活センターでは、消費者被害の未然防止及び被害拡大防止のため、啓発教材等の制作や出前講座、啓発イベントの実施を行っています。本市のホームページでは、困っタンゴをはじめとした消費啓発教材やイベント等の案内を掲載していますので、ご活用いただけますと幸いです。

▶ありがとうございました。

もっと知りたい方はこちら！

池田市ホームページ　消費生活センター業務案内（消費生活相談　ほか）：

https://www.city.ikeda.osaka.jp/soshiki/siminseikatsu/shoko/shohiseikatsu/1415930830948.html