

消費者庁の普及啓発のあり方について

株式会社BS-TBS 丹羽 多聞 アンドリウ

現在の告知の現状

- チラシ 冊子など紙媒体
- ネット HPでの告知 SNS YouTube
- 記者クラブ発表
- イベントなど

チラシの展開

各種チラシを全国の消費者センターへ配布する

チラシの内容に応じて関係団体に配布を依頼

例) 補聴器を購入する際は専門機関に相談するように呼びかけ

→ 老人クラブなど

【令和2年1月作成】

補聴器の使用を検討中の皆様、
そして、ご家族等の周囲の皆様へ。



【ポイント① 専門家の意見の事前把握】

★ 補聴器の購入の前に専門医に相談しましょう。

- ★ 補聴器は、「認定補聴器技能者」などの専門知識・技術を持った者に調整(フィッティング)してもらうことが効果的です。
- ★ 専門知識・技術を持った者がいる販売店(認定補聴器専門店など)もあります。

【専門医に相談しない場合のデメリットの例】

- 1) 耳の炎症の治療を優先すべき場合など、購入の必要のない補聴器を購入する可能性があります。
- 2) 不必要に大きな音量の補聴器を使用し、症状が悪化する可能性があります。
- 3) 期待された効果が出ない可能性があります。

【補聴器の購入・利用の一般的なイメージ】

- 1) 医師の診察を受けます。
- 2) 補聴器販売店に相談し、調整を受けて自分の聞こえの状況に合う補聴器を購入します。
- 3) 生活を送る中で、必要に応じ、再度調整を受けます。また、聞こえに変化が生じた場合は、改めて医師の診察を受けます。

【ポイント② 契約を締結する前の心構えなど】

★ 店舗で補聴器を購入した場合や通信販売の場合、どれだけ高額の商品であったとしても、基本的に「クーリング・オフ」は適用されません。

【クーリング・オフの基礎知識】(ハガキの書き方は裏面を参照。)

- 訪問販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引及び訪問購入については、法定の申込書面又は契約書面を受け取ってから一定期間内であれば、クーリング・オフができます。
- 通信販売の場合、「返品は受け付けません」、「返品の場合は商品到着の翌日までの連絡厳守」等の特約を広告等に表示していない限りは、いわゆるクーリング・オフではありませんが、購入者が商品を受け取ってから8日以内であれば、売買契約の解除が可能です(送料は購入者負担)。

★ 難聴の方は、耳が聞こえにくいことで、契約締結などの際に支障が生じることもあり得ます。周囲の方の支援が重要です。

(周囲の皆様にご理解いただきたい難聴の基礎知識は裏面を参照。)

おかしいと思ったら。
心配なことがある場合は。

- 一人で悩まず、消費者ホットライン 188 (局番なしの3桁番号)等の関係機関にご相談ください。

作成取りまとめ: 消費者庁消費者政策課 (電話: 03-3507-8800(代表) FAX: 03-3507-7557)



日本補聴器技術者協会

補聴器ライフを楽しまよう!
一般社団法人 日本補聴器工業会

チラシの展開

例) ハガキを使った
架空請求の注意喚起

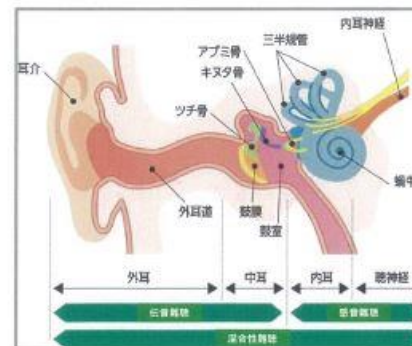
→ 郵便局

コラム：更なる理解のために。

〔クーリング・オフを通知するハガキの記載イメージ〕

●●市●●番地 ●●株式会社 御中 簡易書留又は 特定記録郵便 として発送 ご自身の住所 ご自身の氏名 〔要注意ポイント〕 ハガキを出すときは、両面をコピーし、 簡易書留や特定記録郵便として出した 際の記録は必ず残しておきましょう。	契約解除通知書 契約年月日 令和●年●月●日 販売会社 ●●株式会社 担当者氏名 ●●●●●●●● 商品名 「●●●●●●」 契約金額 ●●●●●●●●円 右の契約を解除いたします。 令和●年●月●日 ご自身の住所 ご自身の氏名
---	---

〔難聴の類型と補聴器の効用〕



伝音難聴とは。。。

外耳や中耳の損傷や炎症によって起こります。音量を大きくすれば聞き取りやすくなるので、**補聴器の使用が効果的**です。

感音難聴とは。。。

内耳・聴神経・脳の中核などの感音系の障害によって起こります。年齢が進むにつれ、または大きな音を聞きすぎたりすると、蝸牛の有毛細胞の数が減少するなどして機能が低下します。小さな音が聞き取りにくい、大きな音が響く・ひずむ、聞こえても言葉の意味が分からない、などの症状が現れます。

しかし、**最適な補聴器を選定し、適切に調整(フィッティング)**をして使用すれば補聴器の効果が期待できます。

混合性難聴とは。。。

伝音難聴・感音難聴の両方の症状が現れます。中耳炎が悪化して内耳が障害を受けた場合を始め、いくつかのケースがあります。感音難聴と同じく**最適な補聴器を選定し、適切に調整(フィッティング)**をして使用すれば補聴器の効果が期待できます。

紙媒体 学校の授業用教材

社会への扉

- ・自分の名前で契約できる
- ・消費生活センターを活用できる
- ・消費者の行動が社会を変えることに気付く

12のクイズで学ぶ自立した消費者

目次

消費者が主役の社会へ	1
契約について理解しよう!	3
お金について理解しよう!	7
暮らしの安全について理解しよう!	9
消費生活センターについて知ろう!	10
あなたの行動が社会を変える!	11



- Facebook



いいね! 済み フォロー中 シェア ...

投稿



消費者庁

3月11日 18:59

[食品ロス削減]食べもののムダをなくそうプロジェクトのページについて、「食品ロスにしない備蓄のすすめ」に関するトピックを掲載しています。

#食品ロス#備蓄#事例

https://www.caa.go.jp/.../consumer_pol.../information/food_loss/

特設サイト「めざせ！食品ロスゼロ」でも、詳しく紹介しています...
もっと見る



コミュニティ

すべて見る

友達にページへの「いいね！」をリクエスト

1,576人が「いいね！」しました

1,954人がフォローしています

中村 央さんが「いいね！」しました

基本データ

すべて見る

千代田区霞が関3-1-1 中央合同庁舎第4号館

03-3507-8800

www.caa.go.jp

政府機関

編集を提案

ページの透明性

もっと見る

Facebookではページの目的を理解するうえで役立つ情報を公開しています。コンテンツの管理や投稿を行っているスタッフが、あなたのプロフィールをチェックし、より

Twitter

16:20 4G+ 98%

消費者トラブル ひとりで悩まず
すぐ相談
消費者ホットライン
188



フォローする

消費者庁 ✓
@caa_shohishacho

消費者庁の公式アカウントです。更新情報、注意喚起等の配信を行っています。

📍 東京都千代田区霞が関 🔗 caa.go.jp

📅 2011年1月からTwitterを利用しています

4 フォロー 25.9万 フォロワー

ツイート ツイートと返信 メディア いいね

消費者庁HP

[ホーム](#)[本文へ](#) [採用情報](#) [申出・問合せ窓口](#) [English](#) 文字サイズ [標準](#) [大](#)[新着情報一覧](#) [報道資料一覧](#) [会議資料一覧](#) [検索](#)[テーマ別メニュー](#)[消費者庁について](#)[お知らせ](#)[政策](#)[法令](#)[刊行物](#)

注目情報・キーワード

- [法執行](#) [SDGs](#) [社会への扉](#) [消費者志向経営](#) [エシカル](#) [食品表示](#) [栄養成分表示](#) [機能性表示食品](#) [製造所固有記号](#)
- [子どもの事故防止](#) [見守りネットワーク](#) [農産物表示法](#) [消費者契約法](#) [公益通報](#) [アレルギー](#) [食品ロス](#)
- [ギャンブル等依存症対策](#) [デジタル・プラットフォーム](#) [災害関連情報](#) [消費者月間](#)

新型コロナウイルス感染症予防等について

消費者庁においては、国民の皆様においても、新型コロナウイルス感染症対策を進めていただけるよう、消費生活に関連する情報を特設ページにおいて提供しています。

- [新型コロナウイルス感染症の拡大に対応する際に消費者として御注意いただきたいこと](#)

2020年3月10日

- 3月15日以降、マスクの転売が禁止されます。事業者のみならず個人も、購入価格を超える価格でマスクの転売を行うと処罰の対象となり得ますのでくれぐれも御注意ください(衛藤内閣府特命担当大臣(消費者及び食品安全)発言)。

新着情報

3月16日 [食品](#) [機能性表示食品制度届出データベース届出情報の更新\(3月16日\)](#) [NEW](#)

3月13日 [地方](#) [令和元年度地方消費者フォーラムin徳島 開催報告\(速報\)について](#) [NEW](#)

被害にあったら

188泣き寝入り
消費者ホットライン

お近くの自治体の窓口をご案内します

問題点

- 見づらい
- 何がどこにあるかわかりにくい
- リンクがきれている
- HPの更新が遅い

令和2年3月10日

株式会社ゼネラルリンクに対する景品表示法に基づく措置命令について

消費者庁は、本日、株式会社ゼネラルリンク（以下「ゼネラルリンク」といいます。）に対し、同社が供給する「マカミア」と称する食品に係る表示について、景品表示法に違反する行為（同法第5条第1号（優良誤認）に該当）が認められたことから、同法第7条第1項の規定に基づき、措置命令（別添参照）を行いました。

1 違反行為者の概要

名 称 株式会社ゼネラルリンク（法人番号 1011001045024）
所 在 地 東京都渋谷区渋谷二丁目12番9号
代 表 者 代表取締役 廣瀬 真一郎
設立年月 平成16年9月
資 本 金 8637万201円（令和2年3月現在）

2 措置命令の概要

(1) 対象商品

「マカミア」と称する食品（以下「本件商品」という。）

(2) 対象表示

ア 表示の概要

(7) 表示媒体

別表「表示媒体」欄記載のウェブサイト

(4) 表示期間

別表「表示期間」欄記載の期間

(ウ) 表示内容（表示例：別紙1及び別紙2）

例えば、令和元年11月25日から令和2年2月5日までの間、「n e n n e」と称する自社ウェブサイトにおいて、「自然環境の厳しい南米ペルー産のマカを厳選し独自製法のエキスパウダーとして抽出。大学教授をはじめとする共同研究チームによる機能性試験において、授かり率が190%高まることが示されました。」等と表示し、令和2年1月9日から同月16日までの間、実際には自社が運営しその表示内容を自ら決定しているにもかかわらず第三者が運営するものであるかのように装った「妊活ガイド」と称するウェブサイトにおいて、「妊娠率190%UPも！？今話

記者クラブへの発表

9/28(土) 朝日(朝) 37面

■「実態ない事業に投資勧誘」

実態のない事業への投資を募っているとして、消費者庁は27日、消費者安全法に基づき、東京都千代田区丸の内1丁目の「LED高速通信」(石塚清憲社長)の社名を公表し、注意喚起した。同社は「5300人から31億円売り上げた」と同庁に説明し、返金交渉に応じると語っているという。

消費者庁によると、同社は特許権を取得した通信機器で収益を得られるなどというたい、2016年から全国各地でセミナーを開いて投資を募ってきた。実際は特許を取得しておらず、通信機器は1台も製造されていなかったという。

9/28(土) 日経(夕) 9面

LED機器投資に注意

消費者庁呼び掛け 製造実態なく

消費者庁は28日まで0人で、約31億円を売り上げたという説明。石塚清憲社長は「全て委託先に任せられた」と話している。返金交渉には応じないという。同庁は「LED高速通信」(東京・千代田)は実態のない「現物まがい商法」を行っており、自販機状態に陥っているとして注意を呼び掛けた。同社は消費者庁に対し、顧客は約5300人、約50万円を契約させていた。

顧客には「特許を取得している」と説明していたが、特許を得た第1などには17年4月以降、64件の相談が寄せられており、被害額は計約3740万円だった。

9/28(土) 読売(夕) 10面

通信機器投資に注意

消費者庁は、「特許権を取得した通信機器で収益を得られる」といって消費者から投資を募りながら、特許権を取得していなかったとして、「LED高速通信」(東京都千代田区)の業者を消費者安全法に基づき、公表し、注意を呼びかけた。同社は「LED高速通信」(東京都千代田区)の業者を消費者安全法に基づき、公表し、注意を呼びかけた。

同社は「LED高速通信」(東京都千代田区)の業者を消費者安全法に基づき、公表し、注意を呼びかけた。同社は「LED高速通信」(東京都千代田区)の業者を消費者安全法に基づき、公表し、注意を呼びかけた。

9/28(土) 毎日(朝) 29面

■預託商法の悪質事業者名公表

消費者庁は27日、通信機器の販売でいわゆる預託商法を展開する「LED高速通信」(東京都千代田区)の事業者名を、消費者の利益を不当に害する恐れがあるとして公表した。同社は2016年11月以降、全国でセミナーを開いて「機器を設置すれば配当が出る」などと説明して、機器購入と加盟店契約を募っていたが、自販機状態だった可能性が高いという。同社は消費者庁の調査に、他商品も含め「延べ約5300人と契約し、約31億円を売り上げた」と説明している。消費者ホットライン(188番)で電話相談を受け付けている。

マスク高額送料問題

マスクの送料50万円も！新型コロナ便乗の「高額送料」ってあり？Amazonに直接聞いてみた

3/4(水) 18:31配信

[FINDERS
CREATIVE×BUSINESS



Amazon

Amazonで「高額送料」を上乗せする転売業者
新型コロナウイルスの流行を受け、市場ではマスクが品薄となっている。ドラッグストアでは早朝から行列ができ、開店と同時に売り切れとなる状況が続いている。

一方、ネット通販大手Amazonでは、手頃な価格でマスクが販売されているものを見つけることが出来る。しかし、実際に注文しようとしてみると、多額の送料を上乗せさせられるケースがある。



「みんな花月 特別興行」で吉本新喜劇が消費者庁とコラボ

告知方法の提案

- ① PRの活用
- ② 啓蒙活動
- ③ デジタル消費者保護組織
- ④ デジタル施策について

PRとはパブリック・リレーションズの略で、企業や団体が社会と良い関係を構築するための活動をいう。有料の媒体スペースを買い取って行われる広告よりもパブリシティなどの方法によって行われることが多い

PR

リリースはゴミ箱へ

広告にはお金かかるPRは安く広がる
口コミの力 Twitterなどの拡散力を活用
情報発信ではなく情報開発
文脈で発信

メディア動かすのはネタでなくネタそのものを
メディアがくいつくように加工していくこと

消費者庁PR動画

- https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2020/

広がるPRのポイント

ニュースは新しさ

ニュースはデーター

PRタイムズ 東京都は導入済み

東京都

お花見期間における都立海上公園の利用についてのお願い

～新型コロナウイルス感染症に関する東京都からのお知らせ～

東京都

🕒 2020年3月13日 16時26分

2			...
いいね!	ツイート	はてな	その他
シェア			

都立海上公園において、お花見時期は混雑が予想されることから、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため、飲食を伴う宴会等の利用をお控えいただきますようお願いいたします。

散策しながらお花見を楽しむ際にも、咳エチケットの徹底等、感染拡大防止への取組をお願いいたします。

ご理解、ご協力いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

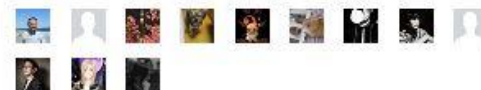
🕒 このプレスリリースには、メディア関係者向けの情報があります。

東京都

 フォロー

フォローするとどうなる?

フォロワー(12)



URL <http://www.metro.tokyo.jp/>

業種 官公庁・地方自治体

本社所在地 東京都新宿区西新宿
2-8-1

電話番号 03-5321-1111

代表者名 小池百合子

上場 未上場

資本金 -

啓蒙活動

- ピンクリボンプロジェクト
乳がんを撲滅しようというプロジェクト
- 乳がんは早期に発見で95%が助かる。健診を啓蒙する為に行政 市民団体企業がピンクのリボンをあしらった商品を発売
- 外資企業が啓蒙イベントなど実施
- 自治体がいくら健診しようといっても女性は動かない



J.POSHとは

乳がんについて

乳がん検診

私たちのスローガンである” for the future generation”
明日を担う次の世代のために、明日の健康な社会を
残せるよう活動しています。

認定NPO法人J.POSH

活動紹介は
こちら→

受けよう！乳がん検査 乳がん早期発見で笑顔の暮らし

Remember Pink-Ribbon. Remember Smile & Happiness of your loving ones.







BPO

- 放送における言論・表現の自由を確保しつつ、視聴者の基本的人権を擁護するため、放送への苦情や放送倫理の問題に対応する、第三者の機関です。
主に、視聴者などから問題があると指摘された番組・放送を検証して、放送界全体、あるいは特定の局に意見や見解を伝え、一般にも公表し、放送界の自律と放送の質の向上を促します。
- ※BPOはNHKと民放連によって設置された第三者機関です。

放送人権委員会

放送人権委員会 (正式名称：放送と人権等権利に関する委員会)とは

委員会説明

「放送によって名誉、プライバシーなどの人権侵害を受けた」という申立てを受けて審理し、「人権侵害があったかどうか」、「放送倫理上の問題があったかどうか」を判断します。

放送による人権侵害の被害を救済するための委員会です。

※**申立て**は無料です。第三者の立場から、迅速、公正に審理します。

放送人権委員会の皆さん

計10名 (2019年11月現在)

委員長	委員長代行	委員(以下、五十音順)		
 奥 武則 おくたけのり ジャーナリズム 史研究者	 市川 正司 いちかわまさし 弁護士	 曽我部 真裕 そがべまさひろ 京都大学大学院 法学研究科教授	 紙谷 雅子 かみやまさこ 学習院大学 法学部教授	 城戸 真亜子 きどまあこ 洋画家

放送倫理委員会

放送倫理検証委員会とは

委員会説明

問題があると指摘された番組について、取材・制作のあり方や番組内容について調査。放送倫理上の問題の有無を、審議・審理し、その結果を公表します。

※「放送倫理上問題がある」と指摘された番組は審議、「内容の一部に虚偽がある」と指摘された番組は「審理」

放送界の自浄機能を確立し、視聴者に信頼される放送を維持すると共に、表現の自由を守ることを目的とします。

放送倫理を高め、放送番組の質を向上させる。

放送倫理検証委員会の皆さん

計10名（2019年9月現在）

委員長	委員長代行		委員(以下、五十音順)	
 神田 安積 かんだあさか 弁護士	 鈴木 嘉一 すずきよしかず 放送評論家・ ジャーナリスト	 升味 佐江子 ますみさえこ 弁護士	 岸本 葉子 きしもとようこ エッセイスト	 高田 昌幸 たかだまさゆき 東京都市大学 メディア情報学部 教授 (新委員)

青少年委員会

青少年委員会(正式名称：放送と青少年に関する委員会) とは

委員会説明

青少年が視聴するには問題がある、あるいは、青少年の出演者の扱いが不適切だなどと視聴者意見などで指摘された番組について審議を行い「見解」を公表したり、制作者との意見交換を行います。また、放送と青少年の関わりを研究、調査しています。

青少年にとっての放送番組の向上を目指すのが狙い

青少年委員会の皆さん

計7名(2019年4月現在)

委員長	副委員長	委員(以下、五十音順)		
 榊原 洋一 さかきはらよういち お茶の水女子大学名誉教授、 小児科医	 緑川 由香 みどりかわゆか 弁護士	 稲増 龍夫 いなますたつお 法政大学社会学部 教授	 大平 健 おおひらけん 精神科医	 菅原 ますみ すがわらますみ お茶の水女子大学 教授
委員(以下、五十音順)				

 中橋 雄 なかはしゆう 武蔵大学社会学部教授	 吉永みち子 よしながみちこ ノンフィクションライター
--	--

デジタル消費者保護組織(DCPO)

- 日本消費者機構があるがデジタルのはない
- デジタル商品のだましの手口 対処法
- デジタルに詳しくない人向けの啓蒙
- スマホの事はスマホで解決

FIIについて

新型コロナにビタミンDが効く
—ツイッターで拡散

バズフィードによる取材情報

国立健康・栄養研究所によれば「現時点ではそのような効果は確認されていません。手洗いなど、正しい予防を心掛けましょう」とTwitter上で注意喚起している。【2月26日時点の情報】

☑ 「新型コロナにビタミンDが効く」 拡大解釈に国立健康・栄養研究所が警告 (BuzzFeed Japan 2020.2.26)

コロナウイルスは熱に弱く、26~27度の
お湯を飲むと殺菌効果がある
—SNSで複数投稿

ハフポストによる取材情報

（医療ガバナンス研究所の上昌広理事長によると）摂氏26度や27度でウイルスが死滅するのならば、人間の体温は36度付近なので体内に入った時点で死滅することになる。根拠のない話。

デジタル対応

- ①twitterを使い危険性だけでなく、「サブスク楽しむ機会が増えました。ただし、解約出来なくて困ることも、トラブルの際にはこのような救済策があります」のような論調で、デジタル消費を楽しむ→トラブルの例→救済策、このようなツイートをするのが良いでしょう。
-
- ②noteという若い人に人気のブログサービスがあります。上記と同じ流れで、コンテンツを書きそれをtwitterで拡散する。
-
- ③PR Timesなどでコンテンツを定期的に流すのも良いでしょう
-
- ④1番使われているサービスはLINEなのでLINEと消費者庁で提携を模索するのは良いでしょう。
-
- ⑤YouTubeでユーチューバーを使って救済策があることを啓蒙すると若い人に拡がります。対象が若い人ならYouTubeがダントツです。
-
- コレらの施策を複合的に設計すると国民の隅々まで届けることができます。
-

農林水産省PR動画

- <https://youtu.be/Mlky1vJI0EY>