

消費者行政新未来創造オフィスの これまでの取組

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	P 1
2. オフィスの様子	P 2
3. 「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	P 3 - 4
4. 新未来創造プロジェクト	P 5 - 19

(1)消費者庁が実施するプロジェクト 消費者庁

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 見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の構築
- P7 倫理的消費(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実証実験等

②基礎研究プロジェクト

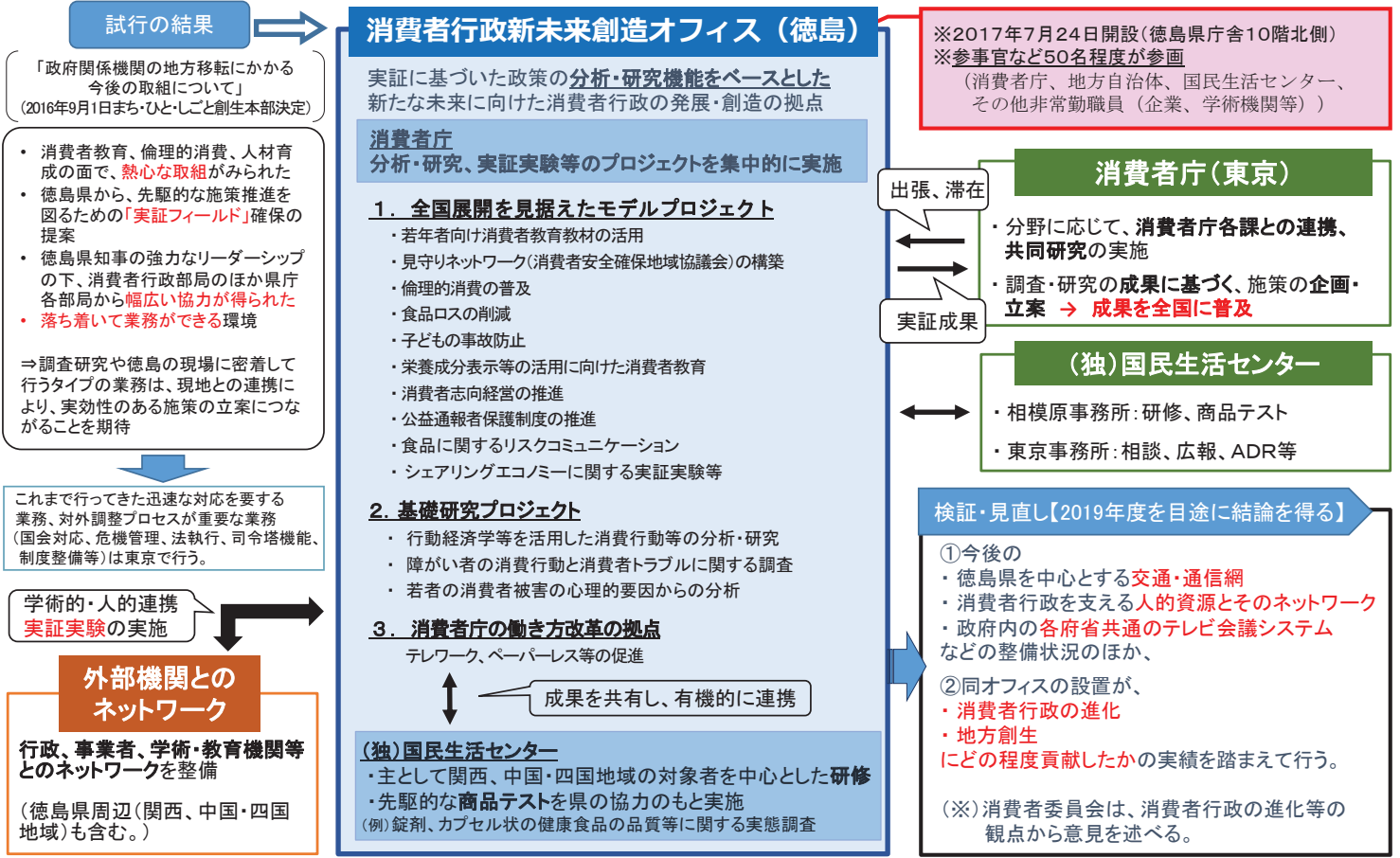
- P15 行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究
- P16 障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査
- P17 若者の消費者被害の心理的要因からの分析

(2)国民生活センターが実施するプロジェクト 独立行政法人 国民生活センター

- P18 研修事業
- P19 商品テスト

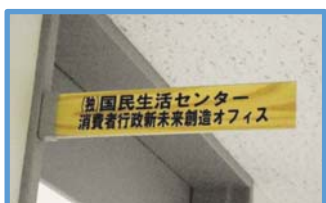
5. 周辺地域への貢献やオフィスの広報等	P20
----------------------	-----

1. 消費者行政新未来創造オフィスの機能・業務



1

2. オフィスの様子



2

3. 「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①

フリーアドレスの実施

- 無線LAN導入による固定座席の廃止 ○固定電話を廃止し、各職員が公用のスマートフォンを所持
⇒帰宅の際には、端末等の持ち物を各自のモバイルロッカーへ収納
- 固定座席がないため、書類を極力削減し、ペーパーレス化を実現

多様な会議形態の導入

- 電子白板の活用(効率的な情報共有、ペーパーレス化) ○立ち会議の実施(立ち会議机を導入)
- テレビ会議システムの導入(東京との効果的な連携)

テレワークの推進

- 貸出用テレワーク端末の積極的活用 ○一定時刻以上のやむを得ない超過勤務はテレワークで実施
- リモートアクセスツールを導入(各職員の私用携帯等で職場メールを見ることが可能に。)

職員のワークライフバランス推進

- 年次有給休暇の取得促進 ○プレミアムフライデーの積極的活用
- 超過勤務抑制のため、一定時刻での消灯を実施(例えば、19時で消灯し、やむを得ない残業はテレワークで行う。)

その他

- オフィスの木質化(一部木製机や椅子の導入、机上用木製シートの使用等)

3

3. 「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②

モバイルロッカー



集中スペース



インタラクティブ・ホワイトボードと
立ち会議用の昇降机



フリーアドレスの
座席決定用の抽選機



4

◆ 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、先進的な取組事例を収集・分析する。

○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。)

プロジェクトの主な取組内容

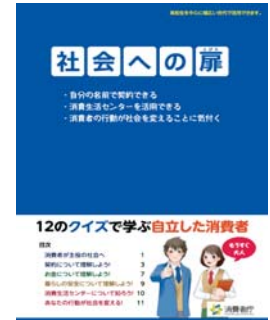
※黄色背景は、2018年度に徳島県内で実施

教材を活用した教員からの意見、改善案等を尋ねるアンケート調査を実施

教材を活用した授業実践例の収集

生徒に対する事前・事後アンケート調査を実施

昨年度、授業を受けた生徒(在学学生)に対する経年アンケート調査を実施



これまでの主な成果(徳島県内)

- ・2017年度、徳島県内の全ての高等学校等56校(生徒総数は約6,900人)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。
- ・授業実践報告会を開催(2018/3/13)
- ・参観した20校について「社会への扉」の徳島県における活用事例集を公表(2018/6/20)
- ・授業の実施効果に関する調査報告書を公表(2018/9/4)

全国展開

「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」に基づき、**2020年度までに全ての都道府県、全高等学校等で「社会への扉」を活用した授業の実施を目指して働き掛けを行う。**

見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の構築

◆ 高齢者等の消費者被害防止の取組として、相談体制の整備に加え、消費者に身近な地域の関係機関の連携による見守りネットワークの構築が重要

※全国目標: 2019年度末までに、各都道府県の人口5万人以上の全市町に地域協議会を設置

○徳島県内全24市町村に見守りネットワーク(地域協議会)を設置し、県内の全ての高齢者等が地域で見守られる体制を構築する。

プロジェクトの主な取組内容

※黄色背景は、2018年度に徳島県内で実施

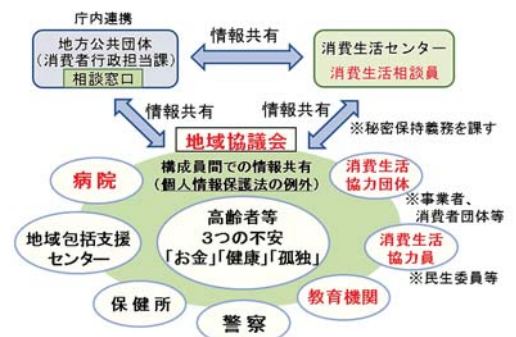
徳島県内の自治体へ見守りネットワークの設置を促す
※2019年度までに県内全自治体(24市町村)での設置を目指す

徳島県内自治体へのヒアリングによる課題抽出

県内の見守り関係機関等への制度説明

徳島県板野町など既に設置済みの自治体(県外含む)へのヒアリングによる先進事例の入手

【「見守りネットワーク」における地域の連携イメージ】



これまでの主な成果(徳島県内)

- ・全国で初めて、県内の人口5万人以上の全市町(徳島市・阿南市・鳴門市)における地域協議会設置を実現
- ・徳島県及びその他市町(上板町・北島町・松茂町・吉野川市・阿波市・勝浦町・神山町・石井町・小松島市)も含め、**合計13の協議会を新設**

全国展開

2019年度末までに、**各都道府県の人口5万人以上の全市町に地域協議会を設置**

◆倫理的消費(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作りのため、全国的な普及・展開を図ることが必要。

※倫理的消費(エシカル消費):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」「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倫理的消費の普及における課題等の把握を始めとして、倫理的消費の普及・啓発に資する取組を行う

【取組事例】

プロジェクトの主な取組内容

※黄色背景は、2018年度に徳島県内で実施

主に徳島県で倫理的消費に関する取組等の視察やヒアリングによる事例の収集を実施

倫理的消費の普及に向けたイベントの実施や協力

倫理的消費の認知度等について徳島県内で意識調査を3年間実施(2017~2019年度)

徳島県が立ち上げた地域版プラットフォームとの連携



これまでの主な成果(徳島県内)

- ・徳島県徳島市(2018/3/18)にてエシカル・ラボを開催
- ・「平成29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」の結果を公表(2018/6/26)
 - ・徳島県民のエシカル消費の認知度:約26%
 - ・エシカルな商品・サービスの提供により企業イメージが向上すると考える割合は約56%
- ・消費者庁ウェブサイトを取組事例を公表(2018/6/27) 随時追加予定

全国展開

- ・「エシカル・ラボ」を開催
2017年度:鳥取県/2018年度:秋田県
- ・取組事例の収集・公表

食品ロスの削減

◆食品ロスの家庭における削減の取組を推進するための効果的な取組(買物行動の改善、適切な保存、食材をムダにしないエコクッキングなど)を、広く普及させることが必要

※国内で年間約646万トンの食品ロスのうち、約半分に当たる約289万トンが家庭から発生している。

平成27年度推計(農林水産省・環境省)

○徳島県内のモニター家庭(計103世帯)を対象とした取組や調査を実施

※今回の調査では、食べ残しや手つかずのまま捨てる食材及び食品を食品ロスとして計量。

プロジェクトの主な取組内容

モニター家庭の協力を得て、1か月間の調査を実施し、家庭における食品ロス削減の取組についての効果を検証

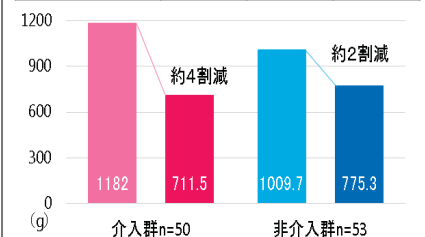
削減取組による削減量を測定

取組前後の意識・行動の変化を調査

家庭における食品ロス削減の取組を推進するため、買物行動の改善、適切な保存、食材をムダにしないエコクッキングなどの取組を実施

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%



※非介入群:記録のみ/介入群:記録と削減取組

これまでの主な成果(徳島県内)

- ・食品ロス削減の実証結果報告書を公表(2018/7/3)
 - ・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割減少した。また、食品ロス量の計量・記録するだけでも約2割減少した。
 - ・食品ロスの内訳としては「飲料」「家で調理したもの」「もらいもの」などが多かった。

全国展開

- ・モニター家庭に行っていたいただいた食品ロス削減の取組を踏まえた啓発資料を作成
- ・その資料を活用して、消費者に対し、取組の実践を促す

◆我が国では窒息や溺水、転落を始めとする日常生活上の事故等により、14歳以下の子どもが毎年300名ほど死亡しており、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、取組を推進している。

○徳島県内での子どもの事故防止への取組や調査を実施

プロジェクトの主な取組内容

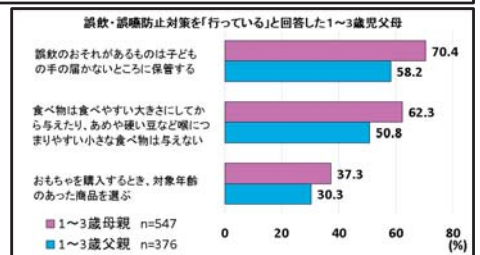
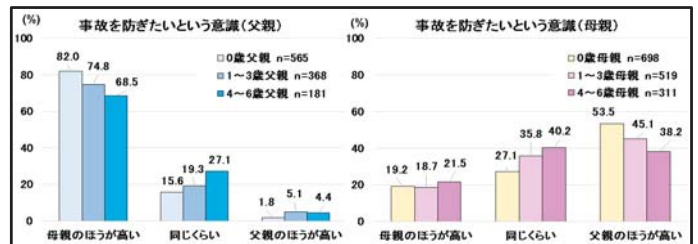
※黄色背景は、2018年度に徳島県内で実施

関係機関と連携した啓発資料の作成及び啓発活動

県内での普及啓発活動の取組効果を検証

保護者及び出産予定夫婦等へのアンケートによる意識調査

子どもの事故防止プロジェクトネットワーク会議への参加及び会議構成員との連携



これまでの主な成果(徳島県内)

・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結果の報告書を公表(2018/5/23)

- ・事故に関連する知識の習得、事故防止の対策を実施している割合は、父親に比べ母親の方が総じて高い。
- ・事故を防ぎたいという意識について、父親自身は母親の方が高いと、母親自身は父親の方が高いと感じている。

全国展開

調査結果を踏まえた、啓発活動の実施

- <例>
- ①メルマガ、ツイッター等での周知
 - ②子育てイベント等での周知
 - ③シンポジウムや学会での発表

栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育

◆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が重要

※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関する教育プログラムを実施

○自治体及び事業者への栄養成分表示等に関するヒアリングを実施

プロジェクトの主な取組内容

※黄色背景は、2018年度に徳島県内で実施

徳島県藍住町にて教育プログラムに関する各種検証を実施

教育プログラムを実施し教育の効果を検証

実施要領作成のために教育プログラムの運営体制・方法を検証

栄養成分表示等についての取組状況や課題等を把握するため、県内自治体や事業者等へのヒアリングを実施

【栄養成分表示の例】

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



これまでの主な成果(徳島県内)

・2017年度は徳島大学等の協力を得て検証を行い、教育媒体及び指導要領を改良(2018/6/15)

・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 →「消費者庁が事業者向けに作成している栄養成分表示のためのガイドラインが分かりにくい」、「相談窓口が分からない」等の意見があった

※ヒアリング結果等を踏まえ、ガイドラインの改訂版を作成・発出

全国展開

徳島県外においても教育プログラムを実施し、検証を行う

◆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の推進が重要

※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。

○徳島県内における消費者志向経営の普及促進

プロジェクトの主な取組内容

※黄色背景は、2018年度に徳島県内で実施

地方版の消費者志向経営推進組織
(プラットフォーム)を設立

県内関係団体等
への働き掛け

県内事業者の消費者志向自主宣言及び
フォローアップ活動の推進

徳島県内で自主宣言した事業者【23事業者】

(株)旭木工/(株)阿波銀行/阿波証券(株)/(株)あわわ/(株)エフエム徳島/
(株)キョーエイ/(株)グルメサービス/社会福祉法人健祥会/
(株)セイコーハウジング/(株)寺内製作所/東光(株)/(株)ときわ/
協業組合徳島印刷センター/(株)徳島銀行/徳島合同証券(株)/
生活協同組合とくしま生協/(株)日誠産業/(株)広沢自動車学校/
富士ファニチア(株)/(株)マルハ物産/(株)丸本/宮崎商事(株)/(株)山のせ
(五十音順に掲載)

これまでの主な成果(徳島県内)

・とくしま消費者志向経営推進キックオフシンポジウム
を開催(徳島県との共催)(2017/10/13)

⇒とくしま消費者志向経営推進組織を設立
(徳島県、事業者団体、消費者団体等で構成)

・徳島県内の消費者志向自主宣言事業者:23事業者
※全国93事業者のうち、徳島県内23事業者
※全国初の銀行からの自主宣言(2地銀)

宣言

・各事業者が取り組むことを自主的に宣言・公表
(理念・方針及び、可能であれば具体的な実績・計画等)

行動

・宣言・公表した内容に基づき、取組を実施

結果

・実施した取組の具体的な内容・結果を公表

全国展開

他の都道府県の中小企業等においても
自主宣言を行う企業が増えるよう
働き掛けを行う

※記載は全て2018年8月末時点

11

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することが重要

※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

○徳島県内の自治体及び事業者の取組促進

プロジェクトの主な取組内容

※黄色背景は、2018年度に徳島県内で実施

県内自治体(徳島県及び県内24市町村)の
通報受付窓口の整備に係る働き掛け
(県内自治体共通の通報受付窓口を含む)

窓口設置等に
係る検証等

県内事業者による
実効性の高い内部通報制度の
整備を促進支援

県内における自治体
窓口の実効性の向上や
窓口の周知

これまでの主な成果(徳島県内)

・県内の自治体(徳島県及び県内24市町村)で通報受付窓口
(内部・外部)の整備が完了し、徳島県は設置率100%を達成

・県内自治体共通の通報受付窓口(外部)を整備

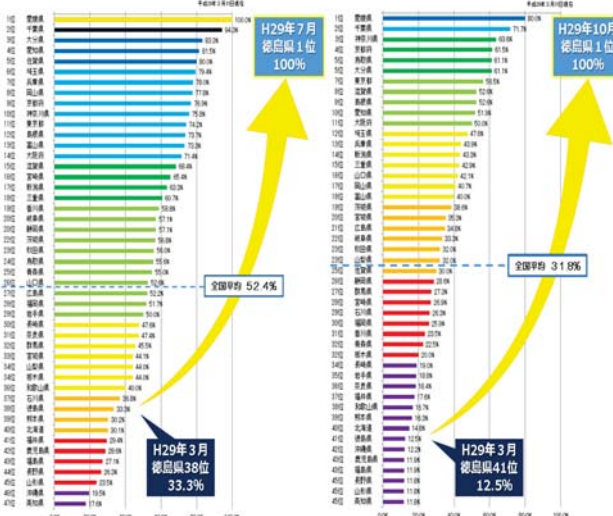
・県内事業者及びその関係団体に対し、内部通報制度の整備
について働き掛けを実施

※交付金を活用した県の委託により、事業者団体内に共通の通報
受付窓口を整備

(徳島県医師会、徳島県経営者協会、徳島県土地改良事業団体連合会)

内部職員等からの通報・相談窓口

外部労働者からの通報・相談窓口



※グラフは平成29年3月末時点

全国展開

周辺自治体など、他の都道府県に
対して窓口設置の働き掛けを行う

12

◆**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(リスクコミ)の機会を提供することが重要**

※リスクコミュニケーション: リスク評価やリスク管理を含むリスクアナリシス(リスク分析)の過程において、消費者、事業者、行政機関など関係者の間で相互に情報の共有や意見の交換をすること

○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

プロジェクトの主な取組内容

※黄色背景は、2018年に徳島県内で実施

【リスクコミュニケーションの様子】



アンケートによるリスクコミの
効果検証のための調査

昨年度実施した調査結果を
分析・検討し、効果的リスクコミの
実施・効果の検証

小中学校での出前授業等を行い
効果的な教材等の開発・検討

リスクコミュニケーターの養成に
係る調査・研修結果の分析

社会心理学的要素も織り込んだ
実践的なシラバスの作成及び
研修結果の分析等

全国の先進的取組や
参考事例等を調査分析

これまでの主な成果(徳島県内)

・2017年度には、徳島県や県内関係団体等と共催し、健康食品をテーマに計3回のリスクコミュニケーションを実施

- 第1回 「健康食品と薬の飲み合わせ」って知っていますか？[徳島県薬剤師会、徳島県、消費者庁共催](2017/11/5)
- 第2回 「健康食品の正しい利用」シンポジウム[徳島大学、徳島県、消費者庁共催](2017/12/17)
- 第3回 健康食品との賢い付き合い方[日本食品安全協会(徳島県部会)、徳島県、消費者庁共催](2018/3/3)

・各会場において、効果検証のため共通のアンケート調査を実施

全国展開

リスクコミュニケーター
養成の取組及び
開発した効果的リスクコ
ミュニケーションの手法を
全国の地方公共団体へ
展開

13

シェアリングエコノミーに関する実証実験等(2018年度新規)

◆**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ていくことが重要**

※シェアリングエコノミー: 個人等が保有する活用可能な資産等(スキルや時間等の無形のものを含む。)を、インターネット上のマッチングプラットフォームを介して他の個人等も利用可能とする経済活性化活動。
→超少子高齢化社会を迎えている我が国の諸課題(経済成長、地方創生・地域共助等)の解決に資することが期待されている。

○徳島県等においてシェアリングエコノミーに関する実証実験を実施

※黄色背景は、2018年度に徳島県内で実施

プロジェクトの主な取組内容

阿波おどり期間の民泊について、
利用者・提供者を対象とした
アンケート調査等を実施

民泊以外の分野の
シェアリングエコノミーについても
調査を実施

○新未来創造研究会(仮称)の開催により、シェアリングエコノミー等の新技術を将来の豊かな消費生活の実現につなげる

プロジェクトの主な取組内容

将来の豊かな
消費生活像の
明確化

将来の消費生活を
豊かにする消費者行政
の在り方を検討

徳島県を中心とした
地域の有識者等を
交えた議論

【シェアリングエコノミーのイメージ】



14

◆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

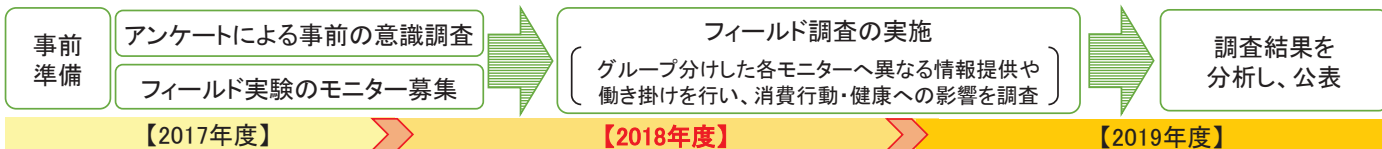
プロジェクトの主な取組内容

「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】



これまでの主な成果

・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)

- ・アンケート回答者の構成は、60代女性を中心に、女性・高齢者への偏りが見られる
- ・健康への意識・関心を含め、今次調査と類似の全国調査で顕著な違いは見られない
- ・環境に配慮した商品やサービスを選択することにに対し「気遣っている」と回答した割合(年齢・性別調整後)は、全国調査に比べ高い

※ 行動経済学：心理学の研究成果を用いて、より「現実的な」人間の経済行動をモデル化し、経済・社会現象を実証的に分析する経済学

障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査 

◆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

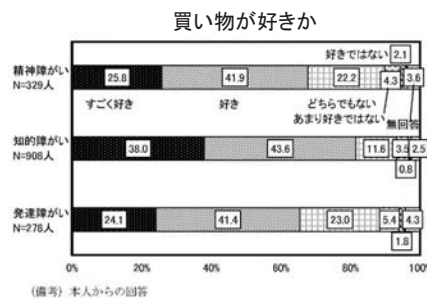
○障がい者の消費行動及び消費者被害実態等の把握

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・関連施設に対し、アンケート調査を実施

障がい者へのヒアリング調査を実施



これまでの主な成果

・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
- ・障がい者が消費者トラブルに遭った場合には、特に家族・親族など身近な人に相談する傾向が見られた
- ・障がい者ご本人が「これは消費者トラブルである。」という認知構造を持っていないケースが散見された

◆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

これまでの主な成果

・検討会の報告書を公表(2018/8/31)

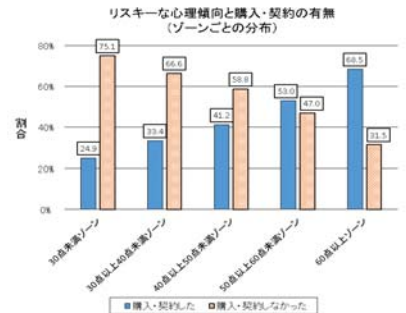
アンケートでは、勧誘を受けた際の状況や心境等のほか、若者の普段の行動や心理、さらにSNSへの意識などについても調査を実施

・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」

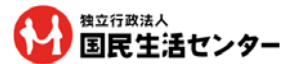
・勧誘時に抱えている悩み・不安や、用いられる勧誘手法の数などが購入・契約の判断に影響を及ぼすことも示された



＜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
押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つい信じてしまう	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
マスク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ふ	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
試着や試飲をためらわずに、つい買ってしまったことがある	1 2 3 4 5

研修事業



◆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】



これまでの主な成果

- ・2017年度は、徳島県内において**14コースの研修**を実施(鳴門合同庁舎:7コース、徳島市内会場:7コース)
 - ・徳島県で熱心な取組が見られる消費者教育や地域の見守り、倫理的消費にちなんだ研修に重点化して実施
 - ・うち1コースは、「アクティブラーニングを活用してエンカナル消費を伝える」をテーマに「徳島オリジナル研修」として実施
- ・2017年度に国民生活センターが主催した相模原事務所での研修77コース(4,537名)に対して、徳島県において開催した研修は14コース(509名:鳴門市7コース 191名、徳島市7コース 318名)
 - 注)相模原、徳島を合わせた参加者の約1割が徳島で参加したことになる。

2018年度

徳島県の要望を踏まえ、消費生活相談員向けの講座の比重を高めて**計14コースを実施**
 (内訳)
 ・鳴門市10コース
 ・徳島市4コース

◆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している。

○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】



これまでの主な成果

- ・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**
- ・貯湯タンクが地震で倒れるおそれがあると思うと答えたモニター家庭は、100件中19件だった
- ・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

「**錠剤、カプセル状の健康食品の品質等に関する実態調査**」

徳島県を実証フィールドとして、**使用中の商品に関する品質調査**を実施

19

5. 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年度前期、3コマ)

(講義内容の例)
消費者法／消費者被害／消費者の安全確保

◇徳島大学での講義 (2018年度前期、16コマ)

【科目名】消費者が主役の社会へ

(講義内容の例)

- | | |
|-------------------|----------------------|
| ・消費者問題の概要 | ・食品の安全 |
| ・消費者問題の歴史、地方消費者行政 | ・消費者志向経営、公益通報 |
| ・消費者法の立法過程 | ・消費者契約法・消費者被害の回復 |
| ・行動経済学からみた消費者 | ・相談現場からみた消費者被害の実態等 |
| ・PL法と事故調査 | ・子供の事故を始めとした事故防止への取組 |
| ・表示規制 | ・消費者被害の心理的要因 |
| ・食品表示 | ・消費者教育 |



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



20