

平成 28 年度 国と地方のコラボレーションによる先駆的プログラム取組事例集  
目次

**I. 消費者の安全・安心確保のための地域ネットワーク構築**

1. 警告メッセージ付き通話録音装置を活用した高齢者被害防止対策事業<山口県>・・・1
2. 「なりすまし詐欺防止ふくしまネットワーク」による見守りと連携強化事業<福島県>・・・6
3. 特殊詐欺被害防止対策事業<山形県>・・・9
4. 地域の啓発・見守り活動促進事業<埼玉県>・・・13
5. 地域消費者被害防止ネットワーク活動強化事業<北海道>・・・16
6. コールセンターによる注意喚起及び通話録音装置貸出を活用した  
地域ネットワーク構築の促進<鹿児島県>・・・20
7. コンビニ及び宅配事業者と連携した特殊詐欺水際対策事業<京都府>・・・23
8. 迷惑電話防止装置設置による消費者被害未然防止事業<静岡県島田市>・・・26

**II-1. 地域での推進体制強化及び事業者等のコンプライアンス意識の確立等**

9. ふじのくに職域における消費者教育推進事業<静岡県>・・・31
10. 西宮市立図書館における消費者教育<兵庫県西宮市>・・・35
11. 地域の事業者と連帯した食品ロスの削減等に関する消費者教育推進事業<静岡県伊東市>・・・38

**II-2. 体系立った消費者教育の展開**

12. 消費者市民教育推進事業<愛知県名古屋市>・・・42
13. 子ども等への倫理的消費（エシカル消費）の普及啓発<鳥取県>・・・45
14. 非常事態での風評被害に惑わされないためのコミュニケーション事業<大分県>・・・49
15. 情報モラル教材制作委託事業<岐阜県>・・・52
16. 消費者市民社会実現のための小学校家庭科教材開発<静岡県浜松市>・・・55
17. 大学生期における消費者教育<大阪府>・・・59
18. ～子どもだって消費者！～ 子どもたちへの消費者教育推進事業<滋賀県>・・・62
19. 地元大学と消費者団体との連携による消費者教育の充実を図る「消費者啓発“塾”」  
～ “もの言う消費者” という意識を持って行動するために～<山形県>・・・66
20. 高校における消費者教育モデル事業<愛知県一宮市>・・・70
21. 「エシカル消費」推進プロジェクト<徳島県>・・・73

**II-3. 子どもの事故防止に向けた地域連携の推進**

22. 子どもの事故防止にむけた消費者啓発委託業務<大阪府泉佐野市>・・・76
23. 親子で学ぶ消費者教育の展開<北海道札幌市>・・・79

### **Ⅲ. 消費者被害回復制度の運用に向けた活動の支援**

- 24. 集団的消費者被害回復制度に係る普及・啓発事業＜北海道札幌市＞・・・85
- 25. 適格消費者団体支援事業＜岡山県＞・・・・・・・・・・・・・・87

### **Ⅳ. 消費者問題の多様化、消費者生活のグローバル化、及び障害者の消費者被害防止に対応するための相談体制の整備**

- 26. 障がいのある人に関する消費生活トラブルや悪質商法被害についての調査  
及び相談窓口を普及させるためのリーフレット作成＜兵庫県芦屋市＞・・・90
- 27. 土日祝日相談＜神奈川県川崎市＞・・・・・・・・・・・・・・93

## I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

### 1. 【山口県】 警告メッセージ付き通話録音装置を活用した高齢者被害防止対策事業

#### <事業概要>

- a. 県、山口県電器商業組合及び県警の協力・連携協定により、3者が連携して悪質電話勧誘等の被害防止にあたります。また、住民に身近な消費者トラブルの相談先である市町の消費生活センター等とも、共通の活動を通じて連携を図ります。
- b. 協定締結団体が一緒に県内の大型商業施設等で、警告メッセージ付き通話録音装置（以下「通話録音装置」とする。）の展示・動作実演や啓発資料の配布により、消費者に通話録音装置の設置を呼びかける普及促進キャンペーンを行います。

また、個々の活動としては、県では平成27年度に制作した通話録音装置のプロモーションビデオを、テレビCM及びパブリックスペースで放映します。加えて、消費者に身近な電器店の団体である組合は、地域に密着した活動が期待できることから、通話録音装置の設置、アフターケア及び事業活動を通じた高齢者宅への訪問の際に「消費者トラブルの目線」での見守りを行います。
- c. また、地域で活動する消費者団体に委託し、住民相互による見守り活動の重要性や通話録音装置の有用性を訴える啓発講座を開催します。その際には、福祉関係者及び民生委員等、普段「福祉の目線」で見守り活動に従事している者に、「消費者トラブルの目線」での見守りを行っていただくよう、重点的に呼びかけます。
- d. 上記事業の実施後に、取組内容及び留意点を整理した手引きの作成を行います。

#### <事業実施結果及び事業効果>

##### （1）事業実施結果

- a. 悪質電話勧誘等の被害防止のための連携・協力に関する協定

通話録音装置という家電製品の設置促進を図るという事業の特性から事業者と連携することが効果的であると考え、地域の電器店が加盟する山口県電器商業組合と県、県警の3者による「悪質電話勧誘等の被害防止のための連携・協力に関する協定」を平成28年2月26日に締結しました。



## I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

この協定に基づき、組合では事業活動を通じ悪質電話勧誘等の被害防止に向けた広報、啓発活動を実施し、通話録音装置等の悪質電話勧誘等への対策機器の普及促進に協力して取り組むこととなりました。

組合に加盟する 291 店舗が事業活動を通じて高齢者宅を訪問する際には、消費者トラブルの視点で見守り活動を行うとともに、啓発用リーフレット 21,825 部を配布して注意喚起を行いました。



### b. 普及促進キャンペーンの実施

通話録音装置の普及促進を図るため、上記協定によるネットワークを中心に、市の消費生活センターと連携して、啓発キャンペーンを実施しました。

啓発キャンペーンでは、通話録音装置の展示・動作実演や啓発資料の配布、平成 27 年度に県で作成した装置啓発用プロモーションビデオの上映を行うとともに、市による通話録音装置の貸出窓口を臨時開設しました。



I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

また、キャンペーンの実施場所は、県が包括連携協定等を締結している地元企業に協力していただき、大型商業施設や駅、地域イベント等で無償実施させていただきました。

|   | 実施日      | 実施場所            | 参加者数    | 協力企業       |
|---|----------|-----------------|---------|------------|
| ① | 9 月 9 日  | 商業施設（下関市）       | 394 人   | ショッピングセンター |
| ② | 9 月 10 日 | 商業施設（山口市）       | 368 人   |            |
| ③ | 9 月 12 日 | 商業施設（岩国市）       | 1,000 人 |            |
| ④ | 9 月 14 日 | 商業施設（宇部市）       | 333 人   |            |
| ⑤ | 1 月 27 日 | 新山口駅（山口市）       | 354 人   | 鉄道         |
| ⑥ | 3 月 25 日 | 山口きらら博記念公園（山口市） | 2,100 人 | 消費生活協同組合   |
| ⑦ | 3 月 26 日 |                 | 1,944 人 |            |

c. 啓発講座の実施

消費者目線による説明を行うことで一層の理解が図られることから、地域で啓発活動を実施している山口県地域消費者団体連絡協議会に依頼し、住民相互による見守り活動の重要性和通話録音装置の有用性を訴える啓発講座を県内の公民館等 58 箇所で開催しました。

高齢者や民生委員等を中心に 1,258 人が受講され、地域の見守りネットワークの強化に繋がりました。

d. 啓発用プロモーションビデオの活用

県が平成 27 年度に作成した啓発用プロモーションビデオは、演劇の形式で消費者トラブルを再現した後に、対策ポイントとして家族や消費者ホットラインへの相談と通話録音装置を紹介する内容となっています。

このプロモーションビデオは、DVDにして医療機関や金融機関等の 2,859 施設に送付し、ロビーや待合室等のパブリックスペースで放映されています。また、テレビCMとして 1,851 本の放映をするとともに、映画館のスポットCMとして 4,040 回の上映を行い、いずれも幅広い世代への周知に繋がりました。この映画館での上映には 116,500 人が動員されていたので、大勢に周知する方法として非常に効果的でした。



## I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

### e. 事業の手引きの作成

上記事業の実施後、取組内容や留意点を整理した手引きを作成し、管内市町等への周知を図りました。

## （２）事業効果

### ①アウトプット

- a. 県、組合及び県警による「悪質電話勧誘等の被害防止のための連携・協力に関する協定」、啓発用リーフレット 21,825 部配布
- b. 7 回開催による 6,493 人参加
- c. 58 箇所開催による 1,258 人受講
- d. DVD放映 2,859 施設、テレビCM1,851 本、映画館のスポットCM4,040 回により 116,500 人に周知
- e. 事業の手引き

### ②アウトカム

- a. 3者による協定を締結し、共通の活動を通じて連携を深めることにより、通話録音装置を活用した消費者被害防止のネットワークが構築できました。また、この協定に基づき、県及び県警から組合に対して悪質電話勧誘等の手口の情報や啓発リーフレットを提供することにより、組合に加盟する店舗が消費者トラブルの視点を持って見守り活動を実施することができました。
- b. 多様な主体が連携したことで、通話録音装置の説明から体験利用の案内、消費者トラブルの相談先等までを一貫して対応することができ、多くの方にきめ細かい情報提供が実施できました。
- c. 高齢者を地域で支える住民に見守り活動の実施を働きかけるとともに、既に活動を実施している民生委員に消費者トラブルの視点を啓発することで、見守りネットワークの強化ができました。
- d. 啓発用プロモーションビデオを、テレビCMや医療機関、金融機関等のロビー等で放映することにより、外部との接点が少なく行政による広報・啓発等から漏れやすい方に対しても働きかけを行うことができました。

### <今後の課題>

各機関が取組を一体的に展開し、また、各取組が複数の報道機関に取り上げられたことにより、高齢消費者の被害状況と通話録音装置や見守り活動等の被害防止対策の認知度は大きく向上しました。

一方、「悪質商法に狙われるのは経済的に余裕のある人だ」等の理由により、自分や自分の家族には関係のない話であるという認識を未だに持っている方も一部見受けられました。



I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

日々変化していく消費者トラブルに対応していくためにも、ツールである通話録音装置とネットワークである見守り活動を一体的に活用した取組を継続して展開していくことが重要であると考えます。

<事業の収支>

| 歳入                          | 歳出                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 地方消費者行政推進交付金<br>7,784,000 円 | 事業経費 7,784,000 円<br>うち、交付金対象経費 7,784,000 円<br>（細目）<br>旅費 42,000 円<br>・職員旅費（キャンペーン等）<br><br>需用費 1,051,400 円<br>・デモンストレーション用資材、チラシ印刷費等<br><br>役務費 375,000 円<br>・キャンペーンスタッフ派遣、通信料等<br><br>委託料 6,283,200 円<br>・消費者団体への講座委託 300,000 円<br>・テレビCM放映委託 5,983,200 円<br><br>使用料及び賃借料 32,400 円<br>・キャンペーン用機材レンタル |

《山口県のプロフィール》

- ① 人口 1,408,588 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 32.5%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

## 2. 【福島県】「なりすまし詐欺防止ふくしまネットワーク」による見守りと連携強化事業

### <事業概要>

- ・振り込め詐欺等の特殊詐欺（福島県では「なりすまし詐欺」の名称で広報活動を展開）被害防止を目的とした「なりすまし詐欺」被害防止ポスターのデザインをなりすまし詐欺防止ふくしまネットワークのほか、県警察ホームページ、県警察ツイッター、学校訪問等により公募し、消費生活センター、防犯団体、報道機関等の審査員により優秀デザインを決定し、ポスター化するほか、チラシ、ポケットティッシュ、クリアファイルに広報グッズ化します。
- ・ポスターは、消費生活センターをはじめとするネットワーク加入団体や高齢者が多く集まる場所約 3,000 か所に掲示し、チラシとポケットティッシュは、それぞれ 200,000 組作成し、ネットワーク加入団体が通常業務時に配布したり、警察官が他機関と連携して約 10 万世帯の高齢者宅を訪問する際に防犯指導を行いながら配布したり、県内 22 警察署において 1 回以上行方警察官と消費生活センターと防犯ボランティアによる合同街頭啓発活動時に配布するなど各種被害防止広報活動に使用し、クリアファイルは、今なお避難を強いられている応急仮設住宅居住者を中心に警察官等が約 5,000 枚を配布し、安心感を醸成します。

### <事業実施結果及び事業効果>

#### （1）事業実施結果

「なりすまし詐欺」被害防止を目的とした「なりすまし詐欺」被害防止ポスター等デザイン・絵手紙コンクールを開催し、優秀作品を決定・表彰するとともに、優秀作品のデザインを使用したメモ帳やクリアファイル等を作製、配布し、効果的な広報啓発活動を推進しました。

#### ○コンクール作品の募集

コンクール開催に先立ち、募集広報用の B2 版ポスター 500 枚、A4 版チラシ 3,000 枚を作成し、国・県・市町村、消費生活センター、金融機関、生命保険会社、交通機関、医療福祉団体、マスコミ、その他民間企業等約 240 団体で構築する官民一体の「なりすまし詐欺防止ふくしまネットワーク（以下「ネットワーク」という）」を通じて配布、掲示による広報を実施するとともに、県警察ホームページ、県警察ツイッター、学校訪問等により作品募集を呼びかけました。

コンクールは、県警察、県金融機関防犯対策協議会、一般社団法人福島県銀行協会の主催、県、公益社団法人福島県防犯協会連合会の共催により開催したものです。

#### ○コンクール審査

平成 28 年 9 月 30 日に審査会を開催し、応募総数

- ・ポスター等デザインの部 131 点（10 都府県から 122 名の応募）



## I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

- ・ 絵手紙の部 55 点（10 都府県から 35 名の応募）の中から、
  - ・ ポスター等デザインの部 最優秀賞 1 点、優秀賞 5 点
  - ・ 絵手紙の部 最優秀賞 1 点、優秀賞 3 点
- を決定し、後日、入賞者の表彰を行いました。

### ○ 広報用グッズ作製

入賞作品のデザインを使用したメモ帳 50,000 冊、マスク 14,000 枚、クリアファイル 4,000 枚、シール 5,500 枚、ポケットティッシュ 28,000 個の被害防止広報グッズを作製し、高齢者宅への個別訪問による被害防止広報活動及び、防犯ボランティアやネットワーク加入団体との合同による街頭キャンペーン活動等において活用しました。



## （２）事業効果

### ①アウトプット

- ・ 「なりすまし詐欺」被害防止ポスター等デザイン・絵手紙コンクールの開催（ポスター 500 枚、チラシ 3,000 枚の配布、掲示）
- ・ 入賞作品を使用した被害防止広報用グッズの作製、配布  
（メモ帳 50,000 冊、マスク 14,000 枚、クリアファイル 4,000 枚、シール 5,500 枚、ポケットティッシュ 28,000 個）

### ②アウトカム

- ・ ネットワークの拡充と活性化  
ネットワークを通じてコンクール作品の募集を呼びかけることにより、ネットワーク加入団体や地域社会が一体となった被害防止活動の推進が図られるとともに、被害防止の気運が高まり、ネットワークの拡充に繋がりました。  
（加入団体数 平成 27 年 12 月末 187 団体 → 平成 28 年 12 月末 243 団体）。
- ・ 防犯意識の向上  
コンクール応募者等が「なりすまし詐欺とは何なのか。」「どのような手口があるの

## I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

か。」「被害防止のポイントは何か。」などを改めて考える機会となり、なりすまし詐欺への関心が高まるとともに、被害に遭いやすい高齢者等に対する見守り意識の向上に繋がりました。

また、広報グッズを活用した幅広い世代に対する被害防止広報活動を実施することで、高齢者を始めとする地域全体の防犯意識の高揚が図られました。

### <今後の課題>

特殊詐欺の手口は、常に巧妙化、多様化しており、被害が多発している現状を認識しつつも、「自分は騙されないから大丈夫。」という過信や犯行の具体的手口（騙しの文言等）に関する認識不足から実際に被害に遭ってしまうケースが後を絶ちません。

消費者行政による情報発信や広報啓発活動には限界があることから、ネットワークを柱とした関係機関との連携による多角的かつ効果的な情報発信を推進し、ネットワーク活動の更なる活性化及び拡充を図る必要があります。

### <事業の収支>

| 歳入                          | 歳出                                         |
|-----------------------------|--------------------------------------------|
| 地方消費者行政推進交付金<br>2,077,000 円 | 事業経費 2,368,884 円<br>うち、交付金対象経費 2,077,000 円 |
| 県費 171,884 円                | (細目)                                       |
| 協賛金 120,000 円               | ・印刷製本費 2,248,884 円                         |
| (合計) 2,368,884 円            | ・入賞者謝礼（協賛金）120,000 円                       |

### 《福島県のプロフィール》

- ① 人口 1,938,559 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 28.7%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

### 3. 【山形県】特殊詐欺被害防止対策事業

#### <事業概要>

#### ①特殊詐欺被害防止に向けた県民会議の開催

ア 特殊詐欺被害防止県民運動の実施に向けた契機として、関係機関・団体が一堂に会し、特殊詐欺被害の現状、高齢者被害の実態及び関係機関の取組事例を紹介、地域の見守りネットワーク構築の必要性について確認しました。

●主催者 山形県警察、山形県

●日時 平成 28 年 8 月 2 日（火）

●出席者

山形県警察、山形県、山形県議会、各市町村、地域包括支援センター、社会福祉協議会、東北財務局、山形県銀行協会、山形県老人クラブ連合会、シルバー人材センター等関係機関・団体、各金融機関、各コンビニエンスストア事業者、宅配業者、生命保険事業者、公共交通機関等関係事業者、防犯ボランティア、消費者団体

イ 高齢者自身の特殊詐欺に対する抵抗力を高めるとともに、高齢者の家族や若い世代、現役世代等、高齢者を見守る人々の特殊詐欺に関する関心度・理解度を向上させるため、広報啓発ツール（ポスター、ステッカー）の作成や広報啓発CM、路線バスのラッピングなどの話題性のある広報媒体を活用しました。

●ポスター B 2 版 10,000 枚

●マグネットステッカー 20,000 枚

●路線バスのラッピング 平成 28 年 8 月 2 日から 3 か月間

●テレビCM 放映期間 平成 28 年 8 月 3 日から 9 月 2 日

放送回数 山形県内に民放 4 社 15 秒CM 274 本

#### ②警告メッセージつき通話録音機の普及促進

特殊詐欺や悪質商法の被害に遭うリスクの高い高齢者を対象に、県及び県警より「警告メッセージつき通話録音機」を無料で貸出・設置しました。併せて、特殊詐欺などの被害に遭わないよう声かけ等による注意喚起を行いました。

モニター期間終了後にアンケート調査を実施し、通話録音機の設置の効果や課題を検証し、その結果は、市町村や県民に広く周知しました。

#### <事業実施結果及び事業効果>

#### ①アウトプット

ア 特殊詐欺被害防止に向けた県民会議の開催

山形市内で開催し、約 200 名が参加しました。会議では、県内の特殊詐欺被害状況

## I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

や高齢者被害の実態を説明するとともに、これらの被害防止のために、高齢者等を地域全体で見守っていく必要性を説明しました。特殊詐欺被害防止の取組事例発表は、参加者にも参考となる事例であり、今後の高齢者の見守りにつながるものでした。

広報グッズに関しては、県民会議への出席団体のネットワークを活用して配布するとともに、高齢者の利用頻度が高いスーパーや医療機関、金融機関にポスターの掲示を依頼しました。



### イ 通話録音機の貸出し

- 貸出対象者 県内の 65 歳以上の高齢者(世帯)
  - 貸出対象者の選定方法  
くらし安心課 市町村を通じた公募等  
県警察本部 次のうち希望した者
    - ・ 捜査過程で入手した名簿登載者で、被害に遭う可能性が高い者
    - ・ 警察活動等を通じて設置する必要性が高いと判断される 者
  - 貸出し台数  
くらし安心課 150 台  
県警察本部 100 台 計 250 台
  - モニター期間 平成 28 年 7 月～12 月(6 ヶ月間)
  - アンケート調査 モニター期間終了後、アンケートを実施し、250 人中 218 人から回答を得た(回答率 87.2%)。
- モニター期間中は、折に触れ個別に様子を伺うなど見守りを行った。

### ②アウトカム

#### ア 特殊詐欺被害防止に向けた県民会議の開催

参加機関・団体が一堂に会して、特殊詐欺被害防止の県民運動を実行したことにより、特殊詐欺に対する県民の関心度、抵抗力向上の機運が高められました。

## I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

また、県民会議を契機に、関係機関・団体と高齢者等の見守りネットワークの協力体制の構築を推進することができ、効果的に広報啓発グッズの配布が行われ、地域一体となった高齢者見守りの機運が高められました。

事業者（コンビニエンスストア、金融機関等）や一般県民が特殊詐欺被害を未然に防止した件数が平成 27 年と比べ増加するなど、社会全体のセーフティネットの醸成が認められます。

### イ 通話録音機の貸出し

通話録音機を設置したことで、迷惑電話が減少（皆減）し、通話録音機設置世帯での被害発生事案は認められませんでした。

市町村においては、消費者行政及び福祉関係部署、高齢者福祉関係団体等との連携が図られ、今後の普及啓発事業の充実が期待されます。

県警においては、高齢者に防犯指導を行うことで、特殊詐欺に対する抵抗力の強化と安心感の醸成を図ることができた。通話録音機を設置を機に、高齢者との信頼関係が構築され、今後の高齢者見守り活動に期待ができます。

アンケート結果について、機器を使用した感想を尋ねたところ、「よかった」、「まあまあよかった」と回答した方が全体の約 9 割を占め、高い評価が得られました。その理由としては、不審な電話が減り、安心して電話に出ることができたからというものでした。一方、友人・知人からの電話が減った、録音されるのが嫌だったという理由で、「よくなかった」、「あまりよくなかった」と回答された方が約 1 割おられました。これらの結果は、市町村や高齢者福祉関係団体等と共有し、今後の高齢者に対する見守り活動での活用を促していきます。

また、県のホームページでの公表のほか、高齢者本人や高齢者と接する機会の多い福祉関係者等を対象とした出前講座での紹介などにより、県民に広く周知し、引き続き普及促進を図っていきます。

### <今後の課題>

特殊詐欺等の消費者被害を防ぐために、注意喚起による更なる強化と、社会全体での高齢者の見守りを継続して推進していく必要があります。また、社会との関係が希薄（老人クラブに在籍していないなど）な高齢者に対しての個別的な啓発活動を強化していきます。今回の啓発素材については、引き続き活用できるよう機会を検討していきます。

本事業で使用した外付けの機器のほか、同様の機能が搭載された電話機等の普及促進を図り、特殊詐欺等の被害防止に有効な機器も活用しながら、高齢者の見守りを行っていく必要があります。

I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

<事業の収支>

| 歳入                      | 歳出                              |
|-------------------------|---------------------------------|
| 消費者行政推進交付金 11,388,163 円 | 事業経費 11,388,163 円               |
|                         | うち、交付金対象経費 11,388,163 円<br>(細目) |
|                         | <u>1 県民会議の開催 8,966,775 円</u>    |
|                         | ・会場使用料 69,800 円                 |
|                         | ・テレビCM製作 756,000 円              |
|                         | ・テレビ放送 4,314,535 円              |
|                         | ・舞台看板製作 59,400 円                |
|                         | ・ステッカー製作 2,656,800 円            |
|                         | ・ポスター製作 216,000 円               |
|                         | ・路線バスラッピング 786,240 円            |
|                         | ・デザイン制作費 108,000 円              |
|                         | <u>2 通話録音機 2,421,388 円</u>      |
|                         | ・通話録音機購入 2,214,000 円            |
|                         | ・広報チラシ等作成 160,000 円             |
|                         | ・通信運搬費 47,388 円                 |

《山形県のプロフィール》

- ① 人口 1,118,468 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 31.2%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

#### 4. 【埼玉県】地域の啓発・見守り活動促進事業

##### <事業概要>

##### 地域の啓発・見守り活動促進事業

消費者被害防止サポーターと市町村とを結び付け、地域での啓発活動を支援するため見守り推進員を設置します。老人クラブや自治会単位の講座により、高齢者や民生委員、介護事業者等的高齢者を見守る人に対し、サポーターが消費生活講座等を実施する際、見守り推進員が市町村や老人クラブ等とサポーターのつなぎ役となりその枠組み作りを行います。

また、見守り推進員は市町村の消費者安全確保地域協議会の設置に向け、ネットワークの構成員である高齢者を見守る人（民生委員・児童委員、社協、介護事業者等）が消費者被害防止の視点を持って活動してもらえるよう働きかけを行い、市町村消費者行政担当課との橋渡しをします。

- ・消費生活講座、消費者被害防止キャンペーンの枠組みづくり
- ・消費者被害防止サポーターのグループづくり
- ・市町村と消費者被害防止サポーターとのマッチング
- ・広報誌作成のグループ枠組みづくり など

##### <事業実施結果及び事業効果>

##### （１）事業実施結果

##### ○地域の啓発・見守り活動促進事業

消費者被害防止サポーター（以下、「サポーター」という。）と市町村とを結び付ける4名の見守り推進員を設置し、地域での啓発・見守り活動の促進を行いました。

具体的には、

- ・サポーターが老人クラブや自治会単位の講座において、消費生活講座や寸劇、紙芝居等を実施する際、見守り推進員が市町村とサポーターとのつなぎ役となりました。
- ・市町村の啓発活動状況等についてヒアリングを行い、マンパワーが不足する市町村等については、サポーターの活用を提案し、実行に向けてアドバイスや橋渡しを行いました。
- ・サポーターの増加に伴う、サポーターのグループ化に向けて、市町村と問題意識の共有と解決に向けての連携を行いました。
- ・サポーターを活用していない市町村とサポーターとを、見守り推進員も参加の上一堂に会することでマッチングを行いました。

##### ○市町村の消費者安全確保地域協議会の設置促進

- ・見守りネットワークの構成員である高齢者を見守る人（民生委員・児童委員、社協、介護事業者等）が消費者被害防止の視点を持って活動してもらえるよう働きかけを



## I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

行い、市町村消費者行政担当課との橋渡しを行いました。

- ・消費者安全確保地域協議会におけるサポーターの活用支援を行いました。

### ○その他

- ・消費部門の抱える課題や実情の把握を行い、解決を図りました。



## （２）事業効果

### ①アウトプット

- ・市町村や地域の消費者団体等と見守り推進員が協働し、民生委員など地域の見守りの担い手を対象にサポーター養成講座を始めとする消費生活講座を実施（養成講座：9回、フォローアップ研修：8回、交流会5回を実施し、429人受講）。
- ・啓発プログラム、教材、啓発物品などを活用し、最新の消費者問題を学んでいただき、受講者に対して見守りの必要性の啓発及び意識付けを行いました。
- ・受講者に啓発リーフレット及び啓発物品を配布し、民生委員の高齢者宅訪問時での活用など、地域での見守り啓発活動に使用していただいた。
- ・サポーターの活用事例集や広報誌、ホームページを作成しました。

### ②アウトカム

- ・高齢者等の見守りネットワークの構築促進に繋がりました。
- ・県内5市町が消費者安全確保地域協議会を設置しました。
- ・来年度以降5市が設置予定となりました。
- ・市町村消費者行政と直接顔を合わせることで県と市町村との関係の強化に繋がりました。
- ・今までサポーターを活用していなかった市町村がサポーターを活用することに繋がりました。
- ・市町村消費者行政の活性化に繋がりました。

I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

- ・消費部門と福祉部門などの他部門との連携のきっかけづくりとなりました。

<今後の課題>

- ・サポーターの人数の増加に伴う、サポーター活用方法の変化への対応。
- ・自主的に行動するサポーターの育成。
- ・消費者安全確保地域協議会の運用への対応。
- ・消費者安全確保地域協議会の設置の更なる促進。

<事業の収支>

| 歳入           | 歳出                       |
|--------------|--------------------------|
| 地方消費者行政推進交付金 | 事業経費 14,508,800 円        |
| 14,508,800 円 | うち、交付金対象経費 14,508,800 円  |
|              | 見守り推進員活動事業委託             |
|              | ・人件費（見守り推進員） 4,800,000 円 |
|              | ・人件費（推進員統括員） 1,440,000 円 |
|              | ・推進員旅費 240,000 円         |
|              | ・啓発リーフレット作成等 7,948,800 円 |
|              | ・通信運搬費 30,000 円          |
|              | ・報告書作成費 50,000 円         |

《埼玉県のプロフィール》

- ① 人口 7,343,807 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 25.0%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

## 5. 【北海道】地域消費者被害防止ネットワーク活動強化事業

### <事業概要>

地域消費者被害防止ネットワーク活動を活発に行っている事例の活動状況を調査するとともに、活動が停滞している事例も比較のため調査し、他市町村へ普及可能なノウハウを研究・分析、調査報告書を作成します。

また、この調査結果及び「改正消費者安全法の実施に係る地方消費者行政ガイドライン」を活用し、市町村における地域ネットワークの運営・活性化及び消費者安全確保地域協議会設立のための詳細なマニュアルを独自に作成します。（標準規約、設立総会の手順書、事業計画書例などガイドラインをより具体化したものを作成）

以上の成果物を広く普及するため、北海道内の地域ネットワークを対象にブロック別に説明会を開催します。

さらに、この成果が実際に適用可能かどうかを実証するため、道内で希望する市町村において指導普及事業を実施するとともに、人口 5 万人以上の市に対しては消費者安全確保地域協議会の設立に向けた取組を具体的に働きかけます。

### <事業実施結果及び事業効果>

#### （1）事業実施結果

①事業実施方法 本事業は、北海道の直営で実施しました。

②事例調査の実施（6月～7月（追加調査を12～2月に実施））

まず、道内の地域消費者被害防止ネットワーク活動の実状を把握するため、道が平成27年度に実施した「地域消費者被害防止ネットワークの活動状況に関する実態調査」の結果を参考に、活発な活動や問題を抱える市町村ネットワークの事例をヒアリング調査しました。

○調査対象市町村：札幌市、函館市、小樽市、旭川市、室蘭市、釧路市、  
（ネットワーク） 帯広市、北見市、岩見沢市、苫小牧市、稚内市、江別市、  
士別市、千歳市、月形町、斜里町、音更町、厚岸町

③地域説明会の実施（9～11月）

事業計画書の作成段階では、事例調査後にその内容の分析を行い、活動事例報告書及び設立マニュアルを作成する予定でしたが、ヒアリングを実施する中で、各市町村において改正消費者安全法（消費者安全確保地域協議会に関する部分）の趣旨や、道が別途実施している「地域消費者被害防止ネットワーク設置促進事業」の意図が十分に浸透しているとはいえない状況が窺われたため、調査事例等を基にした資料を作成し、直ちに説明会を開催することとしました。

I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

| 時 期  | 実施場所 | 備 考  |
|------|------|------|
| 6 月  | 函館市  | 道南地域 |
| 9 月  | 旭川市  | 道北地域 |
| 10 月 | 網走市  | 道東地域 |
| 10 月 | 岩見沢市 | 道央地域 |
| 11 月 | 札幌市  | 札幌圏域 |
| 11 月 | 倶知安町 | 道南地域 |



④消費者安全確保地域協議会の設置促進

改正消費者安全法においては、高齢者等の消費者トラブルに遭いやすい特性を有する方々を消費者被害から守るための見守りネットワークの重要性が謳われ、それを実際に行う「消費者安全確保地域協議会」の設置が同法に位置付けられたところであり、また、消費者庁の地方消費者行政強化作戦の政策目標に「人口 5 万人以上の市における消費者安全確保地域協議会の設置 100%とする」ことが盛り込まれたことから、道内の人口 5 万人以上の市消費者行政担当部局へ事例調査や説明会などの機会の都度、設置を働きかける活動を行いました。

○5 万人以上の道内市町村：札幌市、函館市、小樽市、旭川市、室蘭市、釧路市、  
（平成 27 年 4 月 1 日現在）帯広市、北見市、岩見沢市、苫小牧市、江別市、千歳市、  
登別市、恵庭市、北広島市、石狩市

⑤報告書の作成

今回の事業の結果をまとめた「平成 28 年度地域消費者被害防止ネットワーク活動強化事業報告書」を作成しました。報告書は道内全市町村に配布するとともに、北海道のホームページに掲載しました。内容は以下のとおり。

- I 事例調査の結果
- II 地域説明会の実施状況（使用した資料を含む）
- III 消費者安全確保地域協議会の解説
- IV 参考資料（設置要綱の作成例、会議資料作成例、等）

（２）事業効果

①アウトプット

- ・ 18 市町の事例調査
- ・ 5 カ所での地域説明会開催
- ・ 12 市での消費者安全確保地域協議会の設置促進
- ・ 説明会資料及び最終報告書の作成

②アウトカム

- ・ 事例調査により、地域における消費者被害防止ネットワーク活動の実態を把握することができ、活動が停滞する要因や継続できる条件等を分析することができました。
- ・ 地域説明会を実施することにより、道内市町村に対しネットワーク設置の必要性を直接働きかけることができ、地域における見守り体制構築の機運を高めることができました。
- ・ 国の政策目標の対象となる人口 5 万人以上の市に限らず、消費者安全確保地域協議会の設置について説明したことにより、協議会の性格や内容など基本的な事項についての理解を深めることができました。
- ・ 平成 28 年度中、消費者安全確保地域協議会が 3 カ所で設立されました。この 3 カ所を含む 8 カ所で地域消費者被害防止ネットワークが新規に設立されました。

<今後の課題>

- ・ 北海道内の 65 カ所で地域消費者被害防止ネットワークが設立され、消費者被害の防止に向けて活動していますが、中には関係者間の情報交換にとどまっているネットワークもあるなど、地域における消費者被害の積極的な発見・掘り起こしの活動までには至っていないところも少なくありません。
- ・ この原因として、地域の見守り関係者（民生・児童委員、社会福祉協議会、地域包括支援センターなど）と消費生活センターなど消費者関係部局との間で顔の見える関係が十分に築けていない状況にあることがヒアリング等で窺い知ることができました。
- ・ 北海道内では人口減少や高齢化など地域を取り巻く状況が一段と厳しさを増す中、市町村においては、複雑化・多様化する地域課題の解決に向け取組を進めていますが、このような中であっては、消費者被害に対する見守り体制の構築については既存の社会資源の活用が不可欠です。
- ・ 本事業の取組成果を基に、今後とも地域の見守り関係者と消費者行政を結びつけ、地域と一体となって高齢者等を消費者被害から守る見守り体制の構築を推進するなど、地域の消費者被害の防止、早期発見、迅速な救済を図っていかねばなりません。

I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

地域消費者被害防止ネットワーク活動強化事業

<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ks/sak/network.htm>

<事業の収支>

| 歳入           | 歳出                     |
|--------------|------------------------|
| 地方消費者行政推進交付金 | 事業経費 954,637 円         |
| 954,637 円    | うち、交付金対象経費 954,637 円   |
|              | (細目)                   |
|              | 旅 費 912,820 円          |
|              | 事例調査、説明会、<br>協議会設置促進活動 |
|              | 需用費 41,817 円           |
|              | 資料作成費                  |

《北海道のプロフィール》

- ① 人口 5,370,807 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 29.6%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

6. 【鹿児島県】 コールセンターによる注意喚起及び通話録音装置貸出を活用した  
地域ネットワーク構築の促進

<事業概要>

ア うそ電話詐欺被害防止ネットワーク会議の開催

特殊詐欺（本県は「うそ電話詐欺」の名称で広報）の被害を未然に防ぐためには、自治体、関係機関・団体との相互協力体制が必要であることから、平成 28 年 5 月 24 日に「うそ電話詐欺被害防止ネットワーク会議」を開催しました。

同会議には、

○国・県・自治体（9 機関）

鹿児島財務事務所、鹿児島県県民生活局生活・文化課、同課消費者行政推進室、県消費生活センター、同局共生・協働推進課長寿・生きがい推進室、鹿児島市安心安全課、同消費生活センターなど

○金融機関（25 団体等）

○宅配事業者（5 社）

○コンビニエンスストア（2 社）

○電話事業者（3 社）

○交通機関（2 社等）

○保険業（1 団体）

○医療福祉関係団体（5 団体）

○防犯団体（2 団体）

○その他の機関（2 団体）

○警察 警察本部長，生活安全部長，刑事部参事官など

以上 57 機関等，81 人が参加して，地域見守りネットワークを構築し，今後の情報共有及び連携の促進を申し合わせるとともに，同ネットワークを活用して，本事業であるコールセンターからの注意喚起のほか，不審電話を遮断できる通話録音装置の設置・普及を図ることとしました。



I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

イ コールセンター事業による被害防止

（ア）実施方法 業務委託

（イ）契約期間 平成 28 年 7 月 1 日から平成 29 年 1 月 31 日まで（架電期間は、12 月 28 日まで）

（ウ）架電時間帯 月曜日から金曜日（休日を除く。）までの午前 9 時から午後 5 時まで

（エ）人員 女性オペレーター 3 人及び責任者 1 人（男性）の 4 人体制

なお、架電は全て女性オペレーターが行うこととしました。

（オ）架電状況 警察で準備した名簿、N T T ハローページ掲載者のうち高齢女性と思われる者に主に架電するとともに、犯行グループからの架電状況により、コンビニエンスストア、金融機関、各地区老人クラブ会長等に対する協力要請の架電を行いました。

ウ 通話録音装置無償貸出事業による被害防止

（ア）購入・貸出台数 600 台

（イ）貸出状況 高齢者など見守り活動を推進する必要がある者や警察、消費生活センター等、構築したネットワーク構成員への相談者などを対象に無償貸出を行っています。

（ウ）設置方法 各警察署の警察官が設置希望者の自宅を訪問し、機器の設置、取扱説明を行い、設置しました。

<事業実施結果及び事業効果>

ア アウトプット

（ア）約 24,000 人に対する架電及び被害防止ネットワーク（57 機関等）を活用した注意喚起

（イ）600 台の通話録音装置の無償貸出による不審電話の遮断対策等と被害防止ネットワークを活用した普及促進

イ アウトカム

（ア）うそ電話詐欺被害防止ネットワークを構築したことで情報交換が活発になり、それぞれに寄せられた情報をもとに高齢者等の見守り活動を必要とする者に対して注意喚起を行い、危機意識の醸成を図ることができました。

（イ）コールセンターは、見守り活動を必要とする高齢者等に対し直接的に注意喚起を行い、手口の周知を図るとともに、危機意識の醸成を図ることができ、これまで被害の発生は確認されていません。

コンビニエンスストア、金融機関等に架電し、協力要請を行ったことにより、事業者自身の危機意識の向上が図られ、顧客に対して積極的に注意喚起を行い、



I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

警察等に通報するなどして被害の未然防止を図ることができました。

また、注意喚起を受けた者からの感謝の言葉も多数あり、同事業は被害防止に効果的な取組であることが窺えます。

（ウ）通話録音装置無償貸出については、平成 29 年 3 月末現在 526 台を設置し、設置者の被害発生は確認されていません。

また、設置者からは「セールスなどを含め不要な電話を受けずに済むようになった」「不審電話が少なくなり安心である」等の声が多数聞かれ、機器設置による防犯効果が高いことが窺えます。

（エ）平成 28 年中のうそ電話詐欺被害は、前年に比べ件数・被害額とも減少しており、本事業が一定の効果を上げていることが窺えます。

<今後の課題>

被害防止ネットワークの活性化・連携強化及び継続的な広報啓発活動の推進を図っていくことが必要。また、本事業の継続・拡大には多大の経費を必要とすることから、財源の確保が課題です。

<事業の収支>

| 歳入                           | 歳出                                                                                              |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ○ 消費者行政推進交付金<br>13,338,000 円 | ○ 事業経費<br>13,338,000 円<br>(内訳)<br>○ コールセンター設置<br>8,316,000 円<br>○ 自動警告通話録音機購入・貸出<br>5,022,000 円 |

《鹿児島県のプロフィール》

- ① 人口 1,668,003 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 29.7%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

## 7. 【京都府】コンビニ及び宅配事業者と連携した特殊詐欺水際対策事業

### <事業概要>

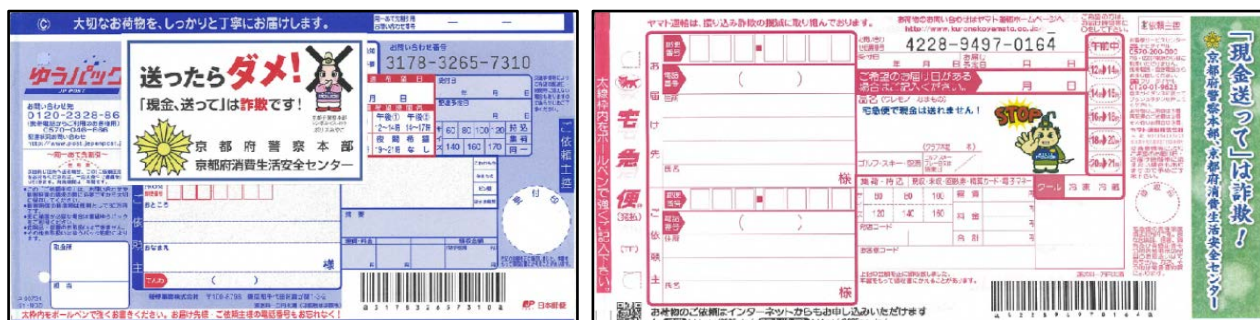
特殊詐欺による被害の中で、被害額が大きくなる傾向にあるコンビニでの現金送付を未然に防止するため、配達伝票の宛名記載欄への啓発シールの貼付や、配達伝票への啓発広告の掲載により、宛名記入時の注意喚起を図るとともに、コンビニ店員による声かけの実施など、地域における見守りの担い手として育成します。

### <事業実施結果及び事業効果>

#### (1) 事業実施結果

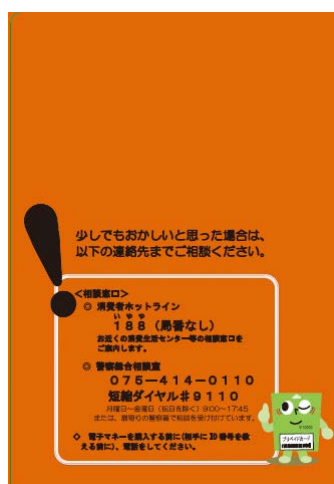
ア 特殊詐欺による被害の中で、被害額が大きくなる傾向にあるコンビニでの現金送付を未然に防止するため、宅配事業者及び府内コンビニエンスストアの協力を得て、ゆうパックの配達伝票の宛名記載欄への付箋型啓発シールの貼付や、宅急便の配達伝票への啓発広告の掲載により、宛名記入時の注意喚起を行いました。

本事業により、府内の宅配便を取り扱う、ほぼ全てのコンビニ店舗においての被害未然防止対策が図られました。



イ アダルトサイト利用料金等の架空請求による電子マネーの搾取被害の未然防止のため、啓発用クリアファイルを作成し、コンビニでの電子マネーの高額購入者に対し、クリアファイルの配布と声かけを行ってもらいました。

なお、事業実施にあたっては、府内 25 警察署の警察官が府内約 1,000 店舗のコンビニを個別訪問し、クリアファイルの配布とともに、活用方法や具体的な声かけのポイント等の巡回指導を行いました。



## I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）



ウ 上記２事業の実施にあたり「高齢者をトラブルから守ろう！地域の見守りハンドブック」を作成し、コンビニ経営者及び店員等に対する巡回指導や声かけなどの実践型訓練、地域別の研修などにおいて活用しました。



### （２）事業効果

#### ①アウトプット

- ・宅配事業者と府消費生活安全センター及び府警本部との情報交換の実施
- ・「京都府コンビニエンスストア安心・安全まちづくり連絡協議会総会」へ、府消費生活安全センター及び府警本部職員が出席し、見守り活動の協力依頼を実施
- ・宅配便の配達伝票を活用した、現金送付型被害の未然防止啓発の実施
- ・クリアファイルを活用した、電子マネーの詐取被害の未然防止啓発の実施。
- ・見守りハンドブックを活用した、コンビニ経営者及びコンビニ店員に対する巡回指導、実践型訓練、地域別研修等の実施。

#### ②アウトカム

- ・配達伝票やクリアファイルなどが店舗に常備されることにより、コンビニ店員の被害防止の意識が向上するとともに、被害が疑われる場合には、グッズの活用により具体的に声かけがしやすくなり、実際に被害を未然に防いだ事例もありました。

I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

- ・見守りハンドブックには、消費者トラブルや特殊詐欺被害の未然防止の他、防犯対策や交通安全、認知症高齢者に対する対応など、高齢者に対する見守りに必要な情報を幅広く掲載することにより、地域における見守りの担い手としての意識を醸成しました。

<今後の課題>

アルバイト店員等の入れ替わりに伴う対応

<事業の収支>

| 歳入                          | 歳出                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 地方消費者行政推進交付金<br>4,500,000 円 | 事業経費 4,500,000 円<br>うち、交付金対象経費 4,500,000 円<br><br>【細目】<br>役務費<br>(送付伝票広告掲載料) 1,279,260 円<br>(発送費) 14,220 円<br>需用費<br>(付箋型啓発シール作成) 1,378,080 円<br>(クリアファイル作成) 1,289,520 円<br>(見守りハンドブック作成) 538,920 円 |

《京都府のプロフィール》

- ① 人口 2,569,410 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 28.0%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

## 8. 【静岡県島田市】迷惑電話防止装置設置による消費者被害未然防止事業

### <事業概要>

市内在住で 65 歳以上の高齢者のいる世帯を対象に、平成 28 年 12 月から平成 29 年 3 月までの 4 カ月間、迷惑電話防止装置 50 台を無償で貸与し、また利用料（データベース使用料）についても同期間中無料として実施しました。なお、利用者アンケート調査に協力することも対象要件に加えました。

迷惑電話防止装置の設置希望者の公募は、平成 28 年 10 月 14 日から 11 月 14 日までの 1 カ月間、対象を市内に住む 65 歳以上の高齢者のいる世帯とし、募集にあたっては、案内用パンフレット（5,000 部）を作成・配布、広報紙に掲載するなど周知活動を行ないました。

### <事業実施結果及び事業効果>

#### （1）事業実施結果

##### ①高齢者見守りネットワークの活用について

まず消費者被害から高齢者を守るために、平成 19 年度に発足した「高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワーク」を活用しました。この会には、民生委員児童委員、老人クラブ、高齢者あんしんセンター等が「見守り者」として参加しています。

島田市消費生活センター（以下「当センター」という）では、市内 6 地区にある高齢者あんしんセンター（地域包括支援センター）に情報提供したり、民生委員児童委員主催の会議及び老人クラブの会合に足を運び、消費生活出前講座を開催したりして、消費生活トラブルの実態や悪質な業者による電話勧誘トラブル等への対策について説明し、被害防止を呼びかけました。

とりわけ高齢者あんしんセンターとは連携を密にし、この装置が必要と思われる高齢者に対して、積極的な周知を依頼しました。

また高齢者福祉部門（長寿介護課）では、「地域高齢者見守りネットワーク連絡会」を設立しており、当センターでは、平成 28 年 8 月 1 日に開催されたこの連絡会へ出席し、特殊詐欺（振り込め詐欺等）や悪質業者による電話勧誘の事例等を紹介したほか、参加協力事業所へ周知するとともに、迷惑電話防止装置の設置に対する理解と協力を求めました。今後も引き続き、高齢者見守りネットワーク連絡会に参加し、加盟事業所に対して今回得られた迷惑電話防止装置の有効性を紹介し、この装置の利用及び普及を呼びかけていきます。





## I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

②過去に特殊詐欺・悪質商法等により被害に遭われた人が、再度被害に遭われる可能性が高いと考えられるため、平成 27 年度及び平成 28 年度上半期に悪質電話に起因する相談実績のあった 65 歳以上の市民に対して、案内状及びパンフレットを郵送し、迷惑電話防止装置の設置を促しました。

③市役所をはじめ、公民館、図書館等約 20 箇所にパンフレットを配布しました。

④平成 28 年 10 月 15 日に島田市民総合施設で開催された「くらし・消費・環境展 2016」（くらし・消費・環境展実行委員会主催）では、展示会場の一角に迷惑電話防止装置設置事業用のブースを設けて、設置希望者を募りました。来場者に消費者被害の現状及びその対策をパネルで分かりやすく図解表示し、視覚的に説明するとともに、迷惑電話防止装置の実機を活用しながら、機器の特徴等を紹介しました。

これらの周知活動での市民の関心は高く、概ね好評でした。このため、募集期間が 1 カ月間と短かったものの、期間内で 50 台に達しました。

平成 28 年 11 月下旬に受託業者が設置希望者宅へ迷惑電話防止装置を配送し、平成 28 年 12 月 1 日から平成 29 年 3 月 31 までの 4 カ月間無償貸与期間としました。



### （２）事業効果

#### ①アウトプット

- ・市内在住で 65 歳以上の高齢者のいる世帯（50 世帯）に、迷惑電話防止装置を設置しました。
- ・受託業者から毎月 1 回、実証実験レポートが提出されました。
- ・利用者アンケートの実施（平成 29 年 2 月 6 日に郵送、2 月 28 日提出期限）

この事業の効果を測るため、平成 29 年 2 月に設置者 50 人に対してアンケート調査を実施したところ、37 人から回答を得ました。有効回答率は 74% で、アンケート結果によると、迷惑電話防止装置を設置した後、迷惑電話が以前と比べて、かかってこなかったと感じた人は 29 人（78%）存在しました。また設置後、安心して電話に出られた人及び悪質な電話に敏感になった人が、回答者全体の約 8 割に及ぶことも分かりました。さらに迷惑電話防止装置の満足度においては、「効果的」または「やや効果的」

## I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

と回答した人が 26 人（69%）いることが判明し、多くの人がこの機器の効果を実感していました。

一方で、「あまり効果的でない」「効果がわからない」と回答した人が、11 人（30%）いたことや手動による「拒否」設定機能も併用した人が 15 人（41%）いることから、機器の操作面にやや課題を残していると考えられます。

これらのことを踏まえると、利用者に対してこの装置の機能及び操作方法の説明が不足していると思われますが、この装置の設置による特殊詐欺・悪質商法等に対する被害の防止効果は、概ね有効であると判断しました。

また、この結果については、高齢者あんしんセンター（地域包括支援センター）等へ情報提供し、高齢者あんしんセンター職員が利用者宅に訪問の際に情報を活用するなど、消費者被害の防止に役立てました。

### ・見守りネットワークへの効果

日ごろから高齢者と身近に接している高齢者あんしんセンター職員及び民生委員等に、この事業への理解と協力を求めたところ、好意的に受けとめていただき、高齢者に対して積極的に迷惑電話防止装置の利用を呼びかけてくれました。中には、「この装置をさらに拡充したい」「来年度も実施してほしい」などの要望の声をいただき、この事業を通じて、お互いの業務に対する理解をより一層深めるきっかけとなりました。

当センターからは、迷惑電話防止装置の周知のほか、最新の消費者トラブルの事例に関する情報を提供し注意喚起を行いました。また見守りネットワーク参加事業所からは、見守り活動時のトラブル発生情報の連絡をいただいたほか、高齢者に対して当センターへの相談を勧めてもらうなど、高齢者見守りネットワーク内の連携強化が図られました。

### ・今回の事業について、手引書を取りまとめました。

## ②アウトカム

### ・迷惑電話の着信阻止回数

12 月分・・・着信阻止回数 482 回（1 台につき 12.5 回）

※設置後キャンセルや装置の未接続により 40 台で集計

1 月分・・・着信阻止回数 541 回（1 台につき 15.5 回） ※同 35 台で集計

2 月分・・・着信阻止回数 565 回（1 台につき 12.3 回） ※同 46 台で集計（追加募集有）

3 月分・・・着信阻止回数 584 回（1 台につき 13.9 回） ※同 42 台で集計

### ・見守りネットワークの活用及び高齢者あんしんセンター（地域包括支援センター）との連携強化について

当市の高齢者見守りネットワークは、消費生活部門・高齢者福祉部門とも、高齢者あんしんセンターが中心に編成されており、当センターと高齢者あんしんセンターとの連携が“カギ”になります。

## I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

事業実施期間中、高齢者あんしんセンターから当センターに、高齢者宅での健康食品の購入に関する連絡があり、直ちに当センター相談員を高齢者宅に派遣し、ネガティブオプション（送りつけ商法）による被害を水際で食い止めたケースが2件ありました。高齢者の消費者被害は社会的孤立や認知力の低下などが潜んでいることにより、被害が拡大する恐れがあります。上記の例は、まさに地域が目“気付き”により被害を未然に防止したもので、見守りネットワークの重要性を実感させられたケースでした。

今後も引き続き、高齢者見守りネットワーク連絡会に参加し、加盟事業所に対して、今回得られた迷惑電話防止装置の有効性を紹介し、この装置の利用・普及を促進していくとともに、消費者被害の未然防止に係る講義の機会を設けるなど、積極的に啓発活動を展開していきたいです。

- ・迷惑電話防止装置の有効性を検証した結果、一定の効果が得られたと判断したため、この装置の設置事業を来年度も継続して実施し、さらなる普及につなげていきたいです。

### <今後の課題>

- ・高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークのさらなる活用について

消費者被害を未然に防ぐためには、高齢者あんしんセンターをはじめとする高齢者見守りネットワーク等への迅速的な情報提供が欠かせません。

これまで各地区の高齢者あんしんセンターに月に1回程度、最新事例を一覧表にまとめたチラシを配布していますが、その頻度を高め、より新鮮な情報を提供していくとともに、市内に約200人いる民生委員並びに金融機関、宅配事業者及びコンビニエンスストア等の協力事業所へも、メールを配信することも検討していきたい。そして、日ごろから高齢者と身近に接している方に、地域で発生している消費者被害についてより迅速かつ有効的な情報提供を行っていきたいです。

- ・消費者出前講座のさらなる拡充について

平成28年度の消費者出前講座は、高齢者のほか小学校や放課後児童クラブを対象に32回開催し、前年度と比較して13回増加させたほか、消費者被害に対する意識のさらなる向上を図るため、開催回数をより一層増やすなど啓発活動を拡充していきたいです。

- ・迷惑電話防止装置の利用料の引き下げについて

迷惑電話防止装置を設置することにより、消費者被害の未然防止に対して一定の効果を確認することができたので、この装置のさらなる普及に努めていきたいです。市民に今後も継続して使用していただくため、個人の負担する利用料を、少しでも安価にできないか業者に働きかけていきたいです。



I. 消費者の安全・安心確保を目的とする見守り活動の促進（地域ネットワーク構築等）

<事業の収支>

| 歳入                                              | 歳出                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>県補助金<br/>(地方消費者行政推進交付金)</p> <p>721,864 円</p> | <p>事業経費 721,864 円</p> <p>うち交付金対象経費 721,864 円</p> <p>(細目)</p> <p>・委託料 713,664 円</p> <p>端末代金 6,000 円×50 台=300,000 円</p> <p>データベース使用料</p> <p>50 台分 50,800 円</p> <p>(データベース使用料の月別内訳)</p> <p>400 円/月×3 ヶ月分×38 台=45,600 円</p> <p>400 円/月×2 ヶ月分×4 台= 3,200 円</p> <p>400 円/月×1 ヶ月分×5 台= 2,000 円</p> <p>400 円/月×0 ヶ月分×3 台= 0 円</p> <p>※使用開始月は、利用料はかかりません。</p> <p>案内作成 (A4 5,000 部) 100,000 円</p> <p>検品・同梱・送料</p> <p>2,600 円×50 台=130,000 円</p> <p>レポート作成・その他 80,000 円</p> <p>消費税 52,864 円</p> <p>・郵送料 (アンケート配布・回収)</p> <p>82 円×50 世帯×2 通分=8,200 円</p> |

《島田市のプロフィール》

- ① 人口 99,971 人 (平成 29 年 1 月 1 日現在)
- ② 高齢化率 29.6% (平成 29 年 1 月 1 日現在)

## ９．【静岡県】ふじのくに職域における消費者教育推進事業

### <事業概要>

当県では、学校や地域等様々な場において消費者教育を進めていますが、取組が遅れていた「職域」における消費者教育の推進を図るため、経営者団体、労働者団体双方を母体としたＮＰＯ法人と連携し、職域における消費者教育の推進を図ることとしました。

事業の実施にあたり、労使双方の団体を母体としたＮＰＯ法人（Ｌ．Ｗ．サポート）がコーディネーターとなり、県民生活課と経営者団体や労働者団体が連携して、講演会の開催や、勤労者向けのモデル講座の実施、広報展開を図ることで、効果的に職域における消費者教育を展開しました。

- ア 経営者を対象とした講演会
- イ 勤労者向け消費者教育教材の作成
- ウ 勤労者向けモデル講座の実施
- エ 消費生活に関する紙上講座の実施
- オ メールマガジンによる情報発信

### <事業実施結果及び事業効果>

#### ① アウトプット

##### ア 経営者を対象とした講演会

職域における消費者教育の推進には、経営者層への啓発が重要であることから、（一社）静岡県経営者協会との共催で、「愛される企業を目指して！」をテーマに企業経営者向けの講演会を県内３地区（沼津市、静岡市、浜松市）で実施し、出席者は合計 364 人でした。



##### イ 勤労者向け消費者教育教材の作成

勤労者を対象に、消費者・事業者双方の立場での行動を振り返り、消費者市民社会の普及と、具体的な行動への結びつきを図る消費者教育教材を作成しました。（常葉大学大学院星野洋美教授の監修）

教材名：

「お買い物が、未来を変える～消費者として、社会人として考え、行動しよう～」

仕 様：A 5 版 全 8 ページ

作成部数：10,000部

主な配布先：連合静岡 （一社）静岡県経営者協会、（一社）静岡県労働者福祉協議会、県及び市町消費者行政担当課、その他

#### ウ 勤労者向けモデル講座の実施

契約の基礎知識・消費者トラブルから、生活設計、消費者市民社会等、幅広い内容で講座をメニュー化し、講座受入れ事業者の希望を踏まえて、「仕事で、プライベートで役立つ、消費者スキルUP講座～消費者として、職業人として一歩先を行く～」と題して勤労者向けの講座を実施しました。事業所の希望を考慮し、県内3エリア（東部・中部・西部）で開催し、出席者は合計228人でした。

#### エ 消費生活に関する紙上講座を実施

季刊誌「LWマガジン」紙上で2度、事業者のコンプライアンス向上や消費者教育の普及啓発記事「ちょっと待ってその広告！～イメージ戦略の行き過ぎはダメ～」、「もしトラブルに遭ったらどうしますか？！～あなたの行動が社会に影響?!～」を掲載しました。

##### ※LWマガジンの概要

発行先：勤労者約25万人、経営者協会約700社、中小企業及び支店約3,500社、  
提携施設店舗1,700軒ほか

発行部数：3月・9月…25万部 6月・12月…43万部

#### オ メールマガジンによる情報発信

メールマガジン「LWモバイル倶楽部」（登録者数約7,500人）に、消費者市民社会の普及や消費者被害防止啓発に係る情報を計4回配信しました。

## ② アウトカム

#### ア 経営者を対象とした講演会

- ・静岡県経営者協会との共催により、県内経営者等に直接、消費者市民社会に関する講演を聞いていただくことができました。
- ・アンケート結果では、講演について「とても良かった」「良かった」が87%を占めました。今後の講演等開催について（複数回答）も、「また聴講したい」（42%）、「社員などに聞かせたい」（22%）、「今回、身近な課題と認識した」（23%）という回答が多い一方、「独自に開催したい」は2%であり、講演内容には興味を持っていただけ

たものの、各社自ら取り組むことは難しいことがわかりました。

#### イ 勤労者向け消費者教育教材の作成

- ・勤労者向けに、契約トラブルを入り口に、消費者市民社会の考え方までを紹介する消費者教育教材を初めて作成、配布することができました。

#### ウ 勤労者向けモデル講座の実施

- ・県内労働組合の集合体である連合静岡の役員等に対してモデル講座を実施することができたため、企業を超えて契約トラブルや消費者教育について講義することができました。
- ・モデル講座のアンケートによると、興味を引いたのは、契約トラブルやインターネットトラブルであることが判明するなど、関心の方向性を把握できました。



#### エ 消費生活に関する紙上講座を実施

- ・消費者市民社会の概念普及や誇大広告への注意喚起が進みました。特にメニュー表示が問題となった飲食店業界を多く含めて実施することができました。

#### オ メールマガジンによる情報発信

- ・通常県が配信しているメールマガジン「くらしのめ〜ル」とは異なる対象（勤労者）約 7,000 人に対し、高齢者の見守りから災害時の消費者トラブル注意喚起まで、広く消費者教育関係情報を発信することができました。

#### <今後の課題>

- ・今後も（一社）静岡県経営者協会と連携して企業や経営者へのアプローチを図っていきたいと考えますが、その際、「経営の参考となる」など経営者がメリットを感じられるようなアプローチを模索する必要を感じました。
- ・勤労者対象の講座は、受講希望者層の掘り起こしのほか、消費者市民社会の内容も盛り込みつつも、必ずしも押し付けでない、企業や勤労者に魅力的な講座の組み立てを模索す

る必要があります。

- ・勤労者対象の講座の実施においては、県レベルの各企業組合等への働きかけが必要です。

<事業の収支>

| 歳入          | 歳出                    |
|-------------|-----------------------|
| 消費者行政推進交付金  | 事業経費 3,799,980 円      |
| 3,799,980 円 | うち交付金対象経費 3,799,980 円 |
|             | (詳細) 講演会 1,153,500 円  |
|             | モデル講座 125,000 円       |
|             | 教材 385,000 円          |
|             | LWマガジン 760,000 円      |
|             | メルマガ 145,000 円        |
|             | 業務管理費 950,000 円       |
|             | 消費税 281,480 円         |

《静岡県のプロフィール》

- ① 人口 3,756,865 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 28.0%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

## １０．【兵庫県西宮市】西宮市立図書館における消費者教育

### <事業概要>

市立図書館に消費者教育コーナーを設置し、こどもから高齢者までの幅広い利用者に消費者として必要な知識と情報を身につけることが出来る図書資料を提供することを主な目的としました。

本市では、平成 27 年 4 月に西宮市立図書館基本的運営方針を策定し、「つながる、役立つ、楽しむ図書館」を目標に事業計画を推進しています。

- ア. 西宮市立図書館消費者教育推進事業実行委員会の組織及び会議の開催
- イ. 西宮市立図書館（４拠点館：中央、鳴尾、北口、北部図書館）の消費者教育関係コーナーの新設、資料等の強化
- ウ. 消費者教育をテーマにしたブックフェアやパネル展の開催
- エ. ブックフェアのテーマ等に合わせ、消費者教育の専門家による講演会や講座の開催
- オ. 乳幼児向けの食育や安全教育等の絵本を紹介した冊子を作成し、おはなし会や乳幼児健診の際に配布し、消費者教育を推進（ブックスタート事業）
- カ. 西宮市立図書館消費者教育推進事業ロゴの作成

### <事業実施結果及び事業効果>

#### ① アウトプット

##### ア. 西宮市立図書館消費者教育推進事業実行委員会の組織及び会議の開催

- ・事業に取り組むに当たり、図書館の利用者や関係者等のニーズや意見を反映するため、有識者や図書館ボランティア等による実行委員会を組織しました。
- ・西宮市立図書館消費者教育推進事業実行委員会会議を開催し、事業の取組み内容や運営等について検討を行いました。

##### イ. 消費者教育関連コーナーの設置と図書資料等の強化

- ・本市の４拠点館に、常設の消費者教育関連コーナー「消費生活コーナー」を設け、消費者教育関連の図書資料を充実させました。また、市民が映像を通して、より分かりやすく消費者教育について学ぶことができるよう、館内の視聴覚コーナーで閲覧可能な消費者教育関連の視聴覚資料を充実させました。

##### ウ. 消費者教育関連ブックフェア・パネル展の開催

- ・本市の４拠点館と１分室（山口分室）において、消費者教育をテーマとしたブックフェアやパネル展を開催しました。



エ. 消費者教育関連講座・講演会の開催

- ・本市の４拠点館において、ブックフェアのテーマに合わせるなどして、消費者教育の専門家等による講座・講演会を開催しました。

オ. 乳幼児とその保護者向けの消費者教育の推進（ブックスタート事業）

- ・西宮市消費者教育推進の案内を掲載した乳幼児向け絵本紹介冊子を３種類発行しました。同冊子は、市内の図書館（４拠点館７分室）に常設設置するとともに、市立保健福祉センターでの乳幼児健診時や、市内の市立・私立幼稚園及び保育所に配布しました。
- ・一般の図書館利用者等で構成される図書館ボランティアの参画を得て、乳幼児とその保護者向けに、消費者教育の絵本を取り入れたおはなし会を開催しました。

カ. 西宮市立図書館消費者教育推進事業ロゴの作成

本市の図書館が一体となって、消費者教育を推進するため、西宮市立図書館オリジナルの「西宮市立図書館消費者教育推進事業ロゴ」を図書館ボランティアの参画を得て、作成しました。



② アウトカム

<今後の課題>

- ・消費者が身につけておくべき消費生活に関する知識は幅広い分野にわたっているため、今回の事業を単発で終わらせるのではなく、今後も継続して実施する必要があります。
- ・図書館で消費者教育を行うにあたり、図書館職員は、消費者を取り巻く社会経済情勢や市民ニーズをきちんと把握し、それらを踏まえた事業を展開していくことが大切です。



<事業の収支>

| 歳入                          | 歳出                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 地方消費者行政推進交付金<br>4,800,771 円 | 事業経費 4,800,771 円<br>うち、交付金対象経費 4,800,771 円<br>(細目)<br><u>ア. 西宮市立図書館消費者教育推進事業実行委員会の組織及び会議の開催</u><br>・ 委員謝礼 4,448 円<br><u>イ. 消費者教育関連コーナーの設置と図書資料等の強化</u><br>・ 備品購入費 205,200 円<br>・ 図書資料費 1,417,468 円<br>・ 視聴覚資料費 699,735 円<br><u>ウ. 消費者教育関連ブックフェア・パネル展の開催</u><br>・ 備品購入費 1,993,680 円<br><u>エ. 消費者教育関連講座・講演会の開催</u><br>・ 講師謝金 86,000 円<br>・ 備品購入費 24,624 円<br><u>オ. 乳幼児とその保護者向けの消費者教育の推進（ブックスタート事業）</u><br>・ 印刷制本費 360,720 円<br>・ ボランティア謝礼 8,896 円 |

《西宮市のプロフィール》

- ① 人口 485,788 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 22.9%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

## １１．【静岡県伊東市】地域の事業者と連帯した食品ロスの削減等に関する消費者教育推進事業

### <事業概要>

事業活動の中で食品ロス削減、地産地消の推進に取り組んでいる外食関連事業者が持つノウハウに着目し、本事業では、事業者による消費者教育の実施を図りました。

具体的には、まず従業員が、事業活動で得た知識を各自の家庭で生かす方法を学ぶことから始め、それを周囲に波及するためにレシピ集の作成、料理教室の実施等を行うことで、職域における従業員への消費者教育から、事業者による一般市民への消費者教育の取組へと発展させ、消費者教育に関わる人材の育成を図りました。

なお、事業活動におけるノウハウを家庭において応用するために、地域で活動する女性団体や有識者と連携し検討委員会を設けるとともに、料理教室をはじめとした普及においても、行政、地域の団体や学校関係者とも連携し、全市的な取組として展開することにより、多様な主体と事業者との連携の仕組みの構築を図りました。

- ① 地域外食産業における食品ロスを削減するための検討委員会の開催
- ② レシピの開発とレシピ集の作成及び料理教室の開催
- ③ 市民への啓発イベント等

### <事業実施結果及び事業効果>

#### ① アウトプット

##### ア 地域の事業者と連帯した食品ロスを削減するための検討委員会の開催（委託事業）

地域の事業者（生産者、旅館ホテル・飲食店組合、女性連盟など）と連携し、有識者を含めた検討委員会（構成員８名）を開催しました。

検討委員会は計４回開催されましたが、主な検討内容は以下の通りです。

- (i) 事業者等による消費者教育の取組方法の確立・推進について
  - ・生産者（漁協・農協等）並びに外食関係事業者（飲食店・ホテル旅館等）における事業取組の紹介
- (ii) 事業計画に基づく各事業内容についての実施・運営について
  - ・地産地消と事業者取組を紹介するシンポジウムの計画
  - ・事業者取組等を啓発するためのシンポジウムの実施協議
  - ・地域食材を活用したレシピ開発と調理工夫を学ぶ料理教室の実施協議
  - ・食品ロス削減と消費行動に関する消費者意識(アンケート)調査の計画
  - ・啓発パンフレットに関する企画

イ 料理レシピの開発とレシピ集の作成及び料理教室の開催（委託事業）

料理研究家を講師に迎え、漁協、農協の協力のもと、地元食材を活用したオリジナルレシピを開発し、小学１～６年生の児童をもつ親子とともに調理を行う「親子料理教室」を２回開催しました（参加者は計１８組３６人）。

また、オリジナルレシピをもとに、「漁師めし」等の地元料理レシピを盛り込んだ地産地消の「レシピ集」を作成し、市民に配布しました。



ウ 市民への啓発イベントの開催（委託事業）

(i) シンポジウム開催（２回：計２０６人が参加）

第１回は、「地域で連帯した食品ロス削減をめざして」と題して、ＪＡ共済総研理事長、元林野庁長官による特別講演とパネルディスカッション（漁協、女性連盟、事業者団体等の関係者がパネル出席）を行いました。

第２回は、「みんなで起こそう！いとう〇〇ムーブメント」と題して、タレントによる特別講演（「もったいない」は今や地球の合言葉、では伊東の合言葉は？）とパネルディスカッション（漁協、高校生、旅館業関係者などがパネル出席）を行いました。



(ii) 啓発パンフレットの作成

検討委員会や料理教室の取組の様子や、事業者による食品ロス削減への取組について広く市民に周知し、食品ロス削減・地産地消の機運を全市的に醸成するため、市内の小・

中学生や教職員・保護者、関係団体向けに「啓発パンフレット」を作成、配布しました。

(iii) 写真撮影及び映像記録

シンポジウムや料理教室の模様を、プロカメラマンにより、写真及びビデオ撮影し、プロ映像制作者の手により編集した制作物を、伊東市内の小・中・高等学校、特別支援学校、図書館、コミュニティセンター、観光協会、女性連盟、商工会議所、伊東温泉旅館ホテル協同組合等への配布用DVDとして作成、配布しました。

(iv) アンケート調査の実施

市内のエリア別人口構成比に応じて、20歳～64歳までの1,000世帯を無作為に抽出、郵送によるアンケートを実施しました（無記名回答）。また、同調査は料理教室並びにシンポジウムでの参加者にも行いました。

② アウトカム

ア 地域で連帯した食品ロスを削減するための検討委員会の開催

- ・検討委員会の開催により、食品ロス削減と消費行動について、各構成員の理解度が高まりました。また、事業規模が小さい方が食品ロス削減に向けた独自の取組や地元食材の活用などがしやすいことなども明らかになりました。

イ 料理レシピの開発と料理教室の開催

- ・「すり身」「いちじく」など地元食材を活用したオリジナルレシピを開発し、地産地消の意義を実感できる実践モデルを示すことができました。
- ・親子料理教室にて開発・使用されたレシピを含め、地元料理なども盛り込みレシピ集として作成し、地産地消と食品ロス削減の意識づけを行うことができました。

ウ 市民への啓発イベントの開催

(i) シンポジウムの開催（2回）

- ・地域全体で食品ロス削減の重要性や買い物時の選択などを意識していくための契機となりました。
- ・普及を促進するアイデアとして、歌、SNS、動画の活用などが提案されました。

(ii) 啓発パンフレットの作成

- ・イラスト画を多数盛り込んだ内容に工夫したことで、食分野の生産・消費・廃棄について、消費者教育に役立つ活用度の高い冊子となりました。

(iii) 写真撮影及び映像記録

- ・記録映像のダイジェスト版は、イベント内容が特にわかりやすく編集されており、食品ロス削減を日常的な消費行動につなげていくための動機付けツールの1つとして非常に役立ちました。

(iv) アンケート調査の実施

- ・２度のアンケート調査を通じ、食品ロス削減について日常的な関心度が高いことがわかりました。

<今後の課題>

- ・検討委員会において、食品ロス削減の活動を実践していることがわかったので、今後、こうした取組を一層広げていく必要があります。
- ・アンケート調査では、回答者の４割が「地産地消の推進と食品ロス削減との関連性がよくわからない」としており、今後はその関連性や仕組みについての理解度を高めていく工夫が必要であると思われます。

<事業の収支>

| 歳入               | 歳出                                                                                                   |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 交付金 14,958,000 円 | 事業経費 14,958,000 円<br>うち、交付金対象経費 14,958,000 円                                                         |
|                  | (細目)                                                                                                 |
|                  | １．地域で連帯した食品ロスを削減するための検討委員会の開催（委員諸謝金、報告書作成費等を含む）<br><div style="text-align: right;">1,907,081 円</div> |
|                  | ２．料理レシピの開発と料理教室の開催                                                                                   |
|                  | （１）料理レシピの開発（料理レシピ集作成を含む）<br><div style="text-align: right;">1,456,000 円</div>                        |
|                  | （２）料理教室の開催<br><div style="text-align: right;">829,142 円</div>                                        |
|                  | ３．市民への啓発イベントの開催                                                                                      |
|                  | （１）シンポジウム開催<br><div style="text-align: right;">2,899,653 円</div>                                     |
|                  | （２）写真撮影及び映像記録（DVD 作成及び映像制作費を含む）<br><div style="text-align: right;">1,584,000 円</div>                 |
|                  | （３）啓発パンフレット作成<br><div style="text-align: right;">2,414,920 円</div>                                   |
|                  | （４）アンケート調査<br><div style="text-align: right;">3,867,204 円</div>                                      |

《伊東市のプロフィール》

- ① 人口 70,682 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 39.9%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

## 12. 【愛知県名古屋市】消費者市民教育推進事業

## ＜事業概要＞

当市では、消費者市民社会の普及のための研究及び事業実施を目的に、学識経験者や市民活動団体の代表等で組織する「名古屋市消費者市民社会研究会」を平成26年度に設置しました。消費者市民社会の普及啓発にあたり、次の世代を担う子どもに対する働きかけが重要かつ効果的であるとの考えから、研究会として子どもとその親世代を対象として絞り込み、事業を推進していくこととしています。同研究会は昨年度も「なごやHAPPYタウン～こどものまち～」を開催しましたが、活動をより活発にするため同イベントを継続して開催するとともに、①消費者市民教育用DVD教材の作成、②消費者市民フォーラムを開催しました。

## ＜事業実施結果及び事業効果＞

## (1) 事業実施結果

## ①消費者市民教育用DVD教材の作成（委託事業）

- 子どもたちに消費者市民社会の考え方を伝え、理解してもらい、具体的な行動に結びつけてもらうことを目的に、映像を通して具体的に学んでもらうための教材を作成しました。対象は小学5年生～中学生。
- 企画コンペを実施し、尾木ママこと教育評論家の尾木直樹さんを起用し、4人の子どもたちと普段の生活を振り返りながら消費者市民としての行動を紹介する企画を採用しました。
- 内容は、「環境にやさしいライフスタイル」をはじめ5つのテーマ別で作成し、そのダイジェスト版と合わせ6つのチャプターで構成した。また、講師用説明書や副教材プリントなども合わせて作成しました。タイトルは、なごやの小さな芽である子どもたちを育むという意味で「尾木ママと子どもたちの消費者の芽 なごやかな消費者市民社会」としました。動画と副教材のセットで100組作成しました（平成28年10月完成）。
- 配付先は、本市教育委員会、消費者団体、市民団体、事業者団体、研究会など。後述の②消費者市民フォーラムでも活用しています。また、本市消費生活センターウェブサイトにも掲載するとともに、YouTubeでも視聴できるようにしました。

URL <https://www.seikatsu.city.nagoya.jp/kouza/ogimama/index.html>



## ②消費者市民フォーラムの開催（委託事業）

- ・消費者市民社会の考え方について広く普及啓発を図ることを目的に、基調講演とパネルディスカッションで構成するフォーラムを開催しました。運営については公募型プロポーザルを実施のうえ、委託により実施しました。
- ・集客のターゲットとして、消費の担い手であり、次世代へのバトンタッチ役でもある子育て世代を設定し、また、前述①の教材のPR効果も勘案し、教育評論家の尾木直樹さんを講師として招聘しました。
- ・フォーラムは平成29年2月25日（土）午後1時30分～4時に開催されました。第1部は尾木直樹さんによる基調講演「尾木ママ流共感子育て～これからの消費者市民社会を考えて～」。第2部パネルディスカッション「みんなでつくろう消費者市民社会」では、前述①の動画も活用し、普段の買い物における消費者市民としての行動について考えてもらいました。
- ・参加は事前申込制で850人の定員に対して772人応募があり、当日の参加は482人でした。この間、本市広報紙や情報誌のほか、チラシを1万枚作成して公共施設ほか市内小中学校や各種団体、事業者等へ配布し、幅広い層へのPRに努めました。また、申込用の専用ウェブサイトを設置し、サイトには前述①の動画へのリンクを設定して相乗効果を図るとともに、フォーラム終了後には結果概要を掲載するなど、消費者市民社会についての一層の普及啓発を図りました。



## （2）事業効果

### ①アウトプット

- ・次の世代を担う子どもを対象に、消費者市民としての実践行動に結びつけるための映像による教材を作成しました。
- ・子育て世代を主なねらいとして、普段の消費行動を通じた持続可能な社会づくりについて考える市民フォーラムを開催しました。

### ②アウトカム

- ・子ども向けにDVD教材を作成し、また、子育て世代を対象にフォーラムを開催するとともに、フォーラムの実施を通じて教材を効果的にPRすることにより、子どもやその



親世代に対して消費者市民社会について広く普及啓発を図ることができました。

<今後の課題>

- ・ 子ども向けDVD教材が活用されるための仕組みづくり、ウェブサイトで動画が視聴されるための戦略が必要です。

<事業の収支>

| 歳入                          | 歳出                                                                                                                          |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 地方消費者行政推進交付金<br>9,592,680 円 | 事業経費 9,592,680 円<br>うち、交付金対象経費 9,592,680 円<br>(細目)<br>・ 報償費 93,200 円<br>・ 委託料 (教材) 6,999,480 円<br>・ 委託料 (フォーラム) 2,500,000 円 |

《名古屋市のプロフィール》

- ① 人口 2,279,194 人 (平成 29 年 1 月 1 日現在)
- ② 高齢化率 24.3% (平成 29 年 1 月 1 日現在)

### １３．【鳥取県】子ども等への倫理的消費（エシカル消費）の普及啓発

#### <事業概要>

将来を担う子どもたちへの消費者教育を計画的に展開するため、平成 27 年度に実施した倫理的消費（エシカル消費）の普及啓発シンポジウム等の取組をさらに発展させることが必要と考え、値段にとらわれない、製品の“ものがたり”を重視した消費行動＝「倫理的消費」を素材として、子どもたちが将来、自ら考えて消費を行う「賢い消費者」に育つよう、体験学習等を交えた実践的な学習事業をモデル的に実施しました。

#### <事業実施結果及び事業効果>

##### （１）事業実施結果

##### ①子ども向け自由研究講座の開催

名称：夏休み 子ども「エシカル・ラボ」

| 会場   | 開催時期                      | 開催場所            |
|------|---------------------------|-----------------|
| 東部会場 | 平成 28 年 8 月 1 日（月）、2 日（火） | 鳥取県東部庁舎講堂       |
| 中部会場 | 平成 28 年 8 月 2 日（火）、3 日（水） | 倉吉未来中心セミナールーム 7 |
| 西部会場 | 平成 28 年 8 月 3 日（水）、4 日（木） | 米子市文化ホール展示ルーム   |

内容：・エシカル消費に関する基礎講座

講師：末吉 里花 氏（一般社団法人エシカル協会代表理事）

・グループ討議、研究テーマの設定

指導：泉 美智子 氏（公立鳥取環境大学経営学部准教授）

・エシカル製品の生産・販売現場の視察（詳細は下表のとおり）

・研究成果品（新聞）の制作、発表及び意見交換

指導：加藤 直子 氏（鳥取県消費生活センター消費者教育支援員）



#### <エシカル製品の生産・販売現場の視察日時、場所>

| 日時                 | 視察先         | 視察ポイント              |
|--------------------|-------------|---------------------|
| 東部会場<br>8 月 1 日（月） | 有限会社北村きのこ園  | エリンギ茸、エノキ茸の生産・加工・販売 |
|                    | 手作り梨工房      | 二十世紀梨加工商品の製造・販売     |
|                    | 株式会社サンマート本店 | 商品流通・販売現場           |

|                 |                            |                          |
|-----------------|----------------------------|--------------------------|
| 中部会場<br>8月2日（火） | 鳥取中央農協三朝支所<br>三朝神倉大豆生産組合圃場 | 三朝神倉大豆の生産と大豆加工品の製造・販売    |
|                 | 株式会社フレンズカンパニー              | 手焼きせんべい、洋菓子の製造・販売        |
|                 | 株式会社マルイ上井店                 | 商品流通・販売現場                |
| 西部会場<br>8月3日（水） | 株式会社井ゲタ竹内                  | 味付けもづくの生産、もづく基金によるサンゴ再事業 |
|                 | 特定非営利活動法人ライヴ               | 地産天然海藻・魚介の加工・販売          |
|                 | 株式会社丸合弓ヶ浜店                 | 商品流通・販売現場                |

参加者：鳥取県内の小学校4年生から6年生までの児童70名  
（東部会場：25名、中部会場：23名、西部会場：22名）

参加料：無料

実施方法：運營業務委託（企画は直営）

その他：子どもたちの自由研究制作作品を活用し、エシカル消費及びエシカル商品の理解と適正な評価について、広く消費者に普及啓発を行うため、公共施設及び販売店6箇所において子どもたちの制作作品等の巡回展示を行っています（平成28年11～12月）。



## ②エシカル産品市の開催

名称：とっとり「エシカル・マルシェ」

| 開催回 | 開催時期              | 開催場所      | 出店者数  |
|-----|-------------------|-----------|-------|
| 第1回 | 7月16日（土）、17日（日）   | 鳥取産業体育館   | 6店舗／日 |
| 第2回 | 10月22日（土）、23日（日）  | 米子駅周辺     | 8店舗／日 |
| 第3回 | 鳥取県中部地震の影響により開催中止 |           |       |
| 第4回 | 11月3日（木）          | イオン日吉津モール | 6店舗／日 |

内容：県内産エシカル商品の産品市及びエシカル消費の周知・啓発

実施方法：運營業務委託（企画は直営）

その他：子ども及び保護者にエシカル消費に関心を持ってもらうため、エシカル産品プレゼント付きクイズを実施しました。

(２) 事業効果

①アウトプット

- ・夏休み 子ども「エシカル・ラボ」…参加人数 70 名（東部会場：25 名、中部会場：23 名、西部会場：22 名）
- ・とっとり「エシカル・マルシェ」…来場者数（アンケート記入者数）818 名（第 1 回：269 名、第 2 回：349 名、第 4 回：200 名）

②アウトカム

・「エシカル消費」を知らなかった子どもたちが、夏休み 子ども「エシカル・ラボ」への参加により、概念の理解と自らの実践行動に向けて意識向上が図られました。特に、自由研究制作における一連の過程（同世代児童によるグループワーク、生産等事業所への取材、新聞としてのまとめ上げ等）を通じて、理解と意識の深い定着を図ることができました。

・また、上記講座を活用して子どもたちが制作した夏休みの自由研究課題の学校への提出・発表を通じて、子どもたちの家族、学校関係者や他児童等への理解促進、意識向上が図られました。

・さらに、子どもたちが制作した新聞の公共施設及び販売店での巡回展示を通じて、広く一般県民に理解促進及び意識向上が図られました。

・とっとり「エシカル・マルシェ」の来場者に、エシカル消費の言葉と概念の理解向上、県産エシカル製品の適正な評価についての理解向上が図られました。また、県内エシカル製品の生産振興にも繋がっています。

<今後の課題>

・相応の効果が認められたことから、より多くの子どもたちへの知識等の定着化が不可欠と改めて実感しました。

・今後、子どもたちへの知識と行動の定着化をさらに図るためには、教員への周知・啓発と併せた学校等における授業展開、家族を巻き込んだ子どもへの啓発が必要です。

・また、より幅広い層への周知・普及を図るため、事業者と連携した広報・啓発活動等を実施していく必要があります。

<関連ホームページ URL>

子ども「エシカル・ラボ」 <http://www.pref.tottori.lg.jp/257496.htm>

とっとり「エシカル・マルシェ」 <http://www.pref.tottori.lg.jp/257412.htm>

<事業の収支>

| 歳入         |           | 歳出                    |             |
|------------|-----------|-----------------------|-------------|
| 消費者行政推進交付金 | 9,844,275 | 事業経費                  | 9,844,275 円 |
|            |           | うち、交付金対象経費            |             |
|            |           |                       | 9,844,275 円 |
|            |           | (細目)                  |             |
|            |           | [夏休み 子ども「エシカル・ラボ」の開催] |             |
|            |           | 委託料                   | 4,258,872   |
|            |           | [とっとり「エシカル・マルシェ」の開催]  |             |
|            |           | 委託料                   | 2,863,609   |
|            |           | 需用費                   | 54,108      |
|            |           | [臨時的任用職員の雇用]          |             |
|            |           | 賃金                    | 2,198,417   |
|            |           | 共済費                   | 313,749     |
|            |           | 使用料                   | 155,520     |

《鳥取県のプロフィール》

- ① 人口 575,264 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 29.9%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

#### 14. 【大分県】 非常事態での風評被害に惑わされないためのコミュニケーション事業

##### <事業概要>

平成 26 年度食品安全モニター「食品の安全性に関する意識等について」調査結果（内閣府）によると、「放射性物質の基準を下回ったとしても、放射性物質を含むおそれのある食品は、健康のため食べない、購入しないようにしている」との回答が地域別では九州が 29.3%と一番高い結果になっています。

非常事態（原発事故）においても、消費者が不正確な情報や思い込みに惑わされることなく、自ら安全な食品選択が可能となるよう支援すべく、消費者団体に委託して、消費者を震災被災地へ派遣し現地の圃場、農産物などを確認、生産者との交流、意見交換を図りました。また、視察結果を報告し意見交換を行うリスクコミュニケーションを開催しました。リスクコミュニケーション開催後、さらに多くの消費者に被災地の状況、農産物の安全性を直接 PR するため、県内で開催される食に関する大型イベントへの出店、テレビ放送を委託し、被災地の理解を高め、県民への正しい知識の普及・啓発を行いました。

##### <事業実施結果及び事業効果>

##### （1）事業実施結果

##### ①福島県派遣及びリスクコミュニケーションの開催（委託事業）

##### （ア）福島県派遣

現地桃生産農家視察、被災地視察し、意見交換を行いました。

##### （イ）リスクコミュニケーション研修会の開催

6 月 21 日 福島の実況について他（コープふくしま他）

9 月 16 日 福島県の生産者による基調講演の後、福島県派遣者より視察状況報告があり、意見交換を行いました。



## ②交流イベントの開催（委託事業）

９月１７、１８日の両日、「２０１６ フードスタジアム」において、福島派遣取組のパネル展示、福島産品の紹介、出展模様のテレビ放映を行い、被災地の現状や食品の安全性についてＰＲを行いました。



## （２）事業効果

### ①アウトプット

- ・福島県派遣：（８月２３日～２５日）、８名参加
- ・リスクコミュニケーション参加者数
  - ６月２１日：１００名
  - ９月１６日：６０名
- ・交流イベント（９月１７日、１８日）：来場者数 １８,０００名

### ②アウトカム

福島県派遣については、派遣前に福島の実況の報告を聞くなどして理解を深めたうえで視察をおこなったため、視察者からは福島県の食べ物や安全性や正確な放射能について十分理解できた等の意見が聞かれ、正しい知識を持って震災等に向き合うこと、風評に惑わされない認識ができました。

また、リスクコミュニケーションでは、福島県側からの基調講演や視察者からの報告、交流イベントでの福島派遣の様子のパネル展示や、コープおおいた、ふくしまの協力による福島県産品の紹介やテレビ放送もあり、安全な食品選択に関する正しい理解が進んだものと考えられます。

## <今後の課題>

本取組については、風評被害払拭、正しい理解を広げるため、継続して実施することが必要です。



<事業の収支>

| 歳入                                | 歳出                                                                                                                                   |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 地方消費者行政推進交付金<br>1, 8 7 5, 0 6 2 円 | 事業経費 1, 8 7 5, 0 6 2 円<br>うち、交付金対象経費 1,875,062 円<br>(細目)<br>・福島県派遣、リスクコミュニケーション委託料<br>9 7 5, 4 8 0 円<br>・交流イベント委託料<br>8 9 9, 5 8 2 円 |

《大分県のプロフィール》

- ① 人口 1,176,891 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 30.7%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

## 15. 【岐阜県】情報モラル教材制作委託事業

### <事業概要>

本県では、インターネットの有害情報やトラブル、犯罪被害等から青少年を守り、青少年自身が節度ある利用方法を身に付けていくためには、保護者の情報モラル指導力の向上を図っていく必要があると考え、保護者向けの情報モラル教材を制作することとしました。

### <事業実施結果及び事業効果>

#### (1) 事業実施結果

- ・教材製作は県の直轄事業とし、「ネット安全・安心ぎふコンソーシアム」の協力を得て実施しました。

- ・内容は、青少年指導者やPTA役員等が、保護者に対して地域や学校で勉強会を開催できるようにするための研修教材とし、媒体としてCDを採用しました。

- ・教材は説明用の読み原稿をつけ、トラブル事例を3コマ漫画で紹介するなど、普段人前で話す機会がない人でも、教材を使いながら説明ができるような内容としました。CDの作成枚数は1,000枚です。

- ・また、県のホームページに掲載することで、誰でもダウンロードして利用できるようにしています。

### 【教材内容】

#### ①統計データからみる子どもの実態

子どもたちのケータイ・スマホ等の利用状況について統計データで説明。

(ケータイ・スマホの所持率、ネットの利用目的、スマホの1日の利用時間、ネットいじめの被害経験等)

#### ②身近におきるネットトラブル事例

トラブル事例を3コマ漫画で表現し説明。

(悪口や嘘の書き込み、個人情報の漏洩、違法ダウンロード、歩きスマホ、ネット依存、ネット課金等)

#### ③ネットトラブルの対処法

ネットトラブルにあった時に行う対処ポイントや、トラブルを未然に防ぐために必要な手段を説明。

(ネットトラブルにあった時の対処ポイント、フィルタリング、ペアレンタルコントロール、困った時の相談窓口)

#### ④ワークショップ

参加者が1つの家族となり、親子の立場に分かれて意見を出し合い、家庭のルールを作る過程を体験。

## (２) 事業効果

### ①アウトプット

制作した教材を県内市町村の青少年育成担当課、警察署の青少年担当課へ配布するとともに、PTA役員、青少年育成指導者、青少年相談機関職員、行政職員を対象として教材を用いた研修会を県内各圏域において開催しました。

(研修回数 ８回、総参加者数 ２３０名)

(CD配布先：市町村 ４２枚、警察 ２２枚、PTA ２５枚、青少年育成指導者 ５７０枚、小中学校 ２３２枚、高校 ８０枚など)



### ②アウトカム

青少年のスマホ利用の現状や課題について、保護者や青少年育成関係者の理解が深まり、フィルタリングや家庭でのルール作りを推進する機運が高まりました。

また、保護者の理解が深まったことにより、青少年のネットトラブルや犯罪被害減少の効果が見込まれます。

### <今後の課題>

県内の各圏域で研修会を実施しましたが、今後さらに多くの方に研修を受講いただくため、学校などとも連携し、より多くの保護者にスマホ利用の現状を伝えていくことが必要です。

また、ネットに関する状況は急激に変化するため、新しい内容についても伝えていくことが課題です。

[http://www.pref.gifu.lg.jp/kyoiku/shogai-gakushu/seishonen-ikusei/c11151/index\\_45282.html](http://www.pref.gifu.lg.jp/kyoiku/shogai-gakushu/seishonen-ikusei/c11151/index_45282.html)

<事業の収支>

| 歳入         |             | 歳出             |             |
|------------|-------------|----------------|-------------|
| 消費者行政推進交付金 | 2,268,000 円 | 事業経費           | 2,268,000 円 |
|            |             | うち、交付金対象経費     | 2,268,000 円 |
|            |             | (細目)           |             |
|            |             | ・委託料 (教材ＣＤの制作) |             |
|            |             |                | 2,268,000 円 |

《岐阜県のプロフィール》

- ① 人口 2,066,266 人 (平成 29 年 1 月 1 日現在)
- ② 高齢化率 28.3% (平成 29 年 1 月 1 日現在)

## 16. 【静岡県浜松市】消費者市民社会実現のための小学校家庭科教材開発

### ＜事業概要＞

「消費者教育の体系イメージマップ」には、小学生を対象に取り組むべき消費者教育の意義や目標が示され、学習指導要領にもしっかりと謳われています。しかしながら学校では、小学生は消費者教育の対象者としてあまり意識されていないのが実状であり、また、小学校の家庭科の授業を担当する教員は家庭科専科でない者が多く、消費者教育についての知識・経験が十分でないことが考えられます。

そこで、専科でない教員が指導しても消費者市民社会を意識した消費者を育むことができる「小学校教員用家庭科教材及び消費者教育指導ガイド」を、小中学校家庭科教員の協力を得て開発することとしました。

### ＜事業実施結果及び事業効果＞

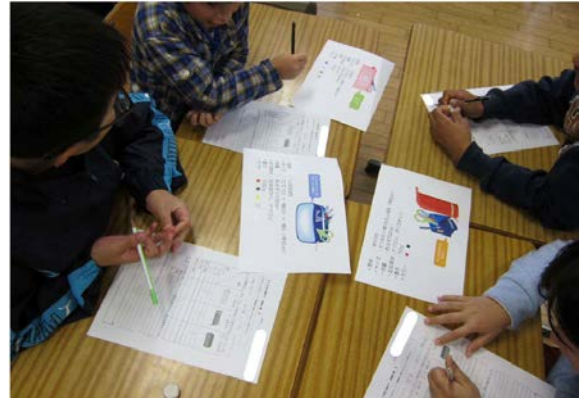
#### （１）事業実施結果

家庭科専科以外の教員の指導下においても消費者市民社会を意識した消費者を育むことができるように、小学校教員用家庭科教材及び消費者教育指導ガイドを作成しました。なお、事業が円滑に行われるよう、教育委員会、学校及び教員との連絡・調整については、消費者教育コーディネーター（教員 0B）が支援しました。

- ア 小学校で必要とされる教材の調査及び業務完了報告書の作成
  - ・教員へのヒアリング
  - ・他都市の事例調査
- イ 浜松市教育研究会家庭科部の研修会への参加
  - ・小中学校合同研修会に、講師として消費者教育の専門家を派遣
- ウ 教材開発を目的とした研修会（2日間）の開催
  - ・消費者教育の専門家による講義
  - ・教材開発のためのグループワーク
- エ 消費生活に関連する教育を実施する庁内外の関係機関との連携
  - ・消費生活に関連する教育の情報収集と整理
  - ・学校に派遣可能な出前講座講師の情報収集と整理
  - ・活用度の高い情報を教師用指導ガイドに収録
- オ 教員用教材の作成と配付（市内国公立全小学校 100 校）
  - ・地域に合った教材（複数）を作成
  - ・試作教材と指導案を基にした模擬授業の実施
- カ 消費者教育指導ガイドの作成と配付（教材とセット）

《内容》・教材の活用方法と授業実践例等

- ・中学校家庭科及び他の教科や特別活動との関連性や、連携
- ・保護者への働きかけ等



## (2) 事業効果

### ①アウトプット

- ・ヒアリング調査 小学校教員 10人
- ・教育研究会への講師派遣 1回  
 日 時：平成28年8月2日（火）10時45分～11時45分  
 会 場：浜松市勤労会館  
 講 師：横浜国立大学 西村隆男教授  
 テーマ：小中学校の消費者教育を通じて身につけたい力  
 対 象：浜松市内小中学校家庭科教員
- ・研修会開催 2日、参加者計44人  
 日 時：平成28年8月9日（火）、10日（水）9時30分～16時  
 会 場：浜松市県居協働センター  
 対 象：浜松市内小中学校教員  
 内 容：以下のとおり

#### 1日目

| 時間              | 内容                                                                                   |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 9：30～<br>11：00  | ＜講義1＞小学校家庭科における消費者教育の実践について<br>－中学校との接続を視野に入れて－<br>講師：静岡大学教授 色川卓男                    |
| 11：10～<br>12：00 | ＜講義2＞買い物シミュレーション教材の体験と授業のねらい<br>講師：消費者教育支援センター 総括主任研究員 柿野成美                          |
| 13：00～<br>16：00 | ＜ワークショップ1＞買い物シミュレーションの授業案を作成しよう！<br>ファシリテーター：消費者教育支援センター<br>総括主任研究員 柿野成美<br>研究員 小林知子 |

２日目

| 時間              | 内容                                                                                                     |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9：30～<br>11：30  | ＜講義２＞消費者教育の効果的な実践－小学校の現場から－<br>講師：元千葉市立轟小学校校長 庄司佳子                                                     |
| 11：35～<br>12：00 | 授業案の共有と具体化<br>ファシリテーター：消費者教育支援センター<br>総括主任研究員 柿野成美<br>研究員 小林知子                                         |
| 13：00～<br>16：00 | ＜ワークショップ２＞買い物シミュレーションの授業案を教材化しよう！<br>ファシリテーター：元千葉市立轟小学校校長 庄司佳子<br>消費者教育支援センター 総括主任研究員 柿野成美<br>研究員 小林知子 |

- ・モデル授業の実施 4 回
  - ・教員用教材の作成 220 セット
  - ・消費者教育指導ガイドの作 220 部
- （加除式ファイルに綴じた印刷物とデータ CD-R のセット）

②アウトカム

- ・消費者市民社会の実現に向けて、教員が複数教材の組み合わせと指導ガイドの活用によって自校の状況に応じ、消費者教育を実施することができるようになりました。
- ・模擬授業は消費者教育推進地域協議会委員も参観し、関係者との交流・連携が促進されました。
- ・消費者教育コーディネーターの支援により、教育関係者との連携・交流が促進され、事業も円滑に推進するなど、コーディネーターの有用性を再認識しました。

＜今後の課題＞

- ・教材が有効活用されるよう、利用状況を定期的に把握し、研修を行うなど利用促進を働きかけていくことが重要です。
- ・学校を中心とした消費者教育をさらに推進するためには、教育委員会の人づくりネットワークセンター等との連携により、活用できる外部講師等の情報を学校へ提供したり、出前講座を提案していく必要があります。



<事業の収支>

| 歳入                        | 歳出                     |
|---------------------------|------------------------|
| 県補助金<br>(交付金) 8,000,000 円 | 事業経費 8,000,000 円       |
|                           | うち、交付金対象経費 8,000,000 円 |
|                           | (細目)                   |
|                           | ・ヒアリング等調査 300,000 円    |
|                           | ・教育研究会参加 190,000 円     |
|                           | ・研修会開催 630,000 円       |
|                           | ・関係機関資料収集等 190,000 円   |
|                           | ・教員用教材作成 4,000,000 円   |
|                           | ・指導ガイド作成 1,450,000 円   |
|                           | ・一般管理費 647,408 円       |
|                           | 小計 7,407,408 円         |
|                           | 消費税 592,592 円          |
|                           | 合計 8,000,000 円         |

《浜松市のプロフィール》

- ① 人口 807,893 人 (平成 29 年 1 月 1 日現在)
- ② 高齢化率 26.3% (平成 29 年 1 月 1 日現在)

## １７．【大阪府】大学生期における消費者教育

### <事業概要>

消費者として自立した判断能力を備え、社会に出てからは消費者市民社会の形成に向け積極的に活動を行うことができる力を持つ大学生を育成します。

### <事業実施結果及び事業効果>

#### （１）事業実施結果

- ・府内に在住・在学している消費者問題及び消費者教育に関心のある大学生を幅広く募り、消費者問題に関する知識や消費者市民社会の意義などを身に付けて、消費者教育のリーダーとして活動できるような人材を育成するために必要な研修を実施しました。
- ・また、研修を受講した府内在住・在学の大学生で構成する消費者教育実践のためのネットワークを構築しました。
- ・さらに、上記の研修を受講し、啓発・ボランティア活動等に参加した大学生を「大阪府消費者教育学生リーダー」として認定し、在学中はもとより卒業後においても地域や職域における消費者教育の担い手となり得るよう育成しました。
- ・なお、以上の研修や活動などを円滑に運営していくにあたっては、民間事業者の知見やノウハウ等を活用していくことが効果的・効率的であるため、企画提案公募方式で事業者選定を行い事業実施しました。

#### （２）事業効果

##### ①アウトプット

○大学生に対し、消費者問題に関する基礎的知識や消費者市民社会の意義、消費者教育に関する啓発・ボランティア活動を実践する際に必要な知識等の習得のための研修を実施しました。なお、講座の実施にあたっては、より多くの学生の応募を目指し、ホームページでの周知や各大学への案内等各種媒体での周知を実施しました。当初は１回のみの募集予定でしたが、より多くの応募を目指し２回目の募集も行いました。

◎基礎講座（平成 28 年 8 月 20 日、平成 28 年 10 月 8 日）

- ・開講式
- ・消費者教育の基礎知識①
- ・消費者教育の基礎知識②

◎応用講座（平成 28 年 8 月 20 日、平成 28 年 10 月 8 日）

- ・活動を通した消費者教育に関する手法について①（演習）
- ・消費者教育の実践とその支援について（講義）

- ・活動を通した消費者教育に関する手法について②（演習）

◎実践講座Ⅰ（平成 28 年 8 月 21 日、平成 28 年 10 月 8 日）

- ・実習「親子イベント」運営・開催支援（ボランティア活動）準備等
- ・ボランティア活動論

◎実践講座Ⅱ（平成 28 年 9 月 25 日）

- ・振り返り「消費者教育リーダーになるために」

○大学生により消費者教育に関する啓発・ボランティア活動を実施

- ・消費者教育リーフレットを大学生が作成
- ・「大阪府消費者フェア」において、大学生が巻き込まれやすい消費者被害の事例を題材に大学生が演劇を実施
- ・「追手門学院大学学園祭」において、大学生が巻き込まれやすい消費者被害の事例などを題材に大学生が演劇を実施
- ・「大東市キッズマーケット&mom'sマーケット」において小学生及び保護者に対し大学生が消費者教育を実施 等

○ 消費者教育に関する研修を受講し、啓発・ボランティア活動等に取り組んだ大学生を「大阪府消費者教育学生リーダー」として認定し認定証を交付

○ 消費者問題に関する大学生間のネットワークの形成のため交流会を開催

- ・「衣」、「食」、「住」をテーマに合計 3 回実施
- ・企業等の協力を得て、消費をテーマに企業と学生との意見交換も行った。

②アウトカム

- ・大学生に対し体系立った消費者教育を実施することにより、自身が消費者として主体的に判断し、責任を持って行動できる大学生を育成することができました。
- ・また、社会に出てから消費者市民社会の形成に参画し、地域や職域等で消費者教育の担い手として活動できる人材を育成できました。
- ・消費者教育に関する啓発・ボランティア活動を行う上での基礎となるグループが各大学に立ち上がり、これらをネットワーク化することによって、大学生による自主的な活動が継続的に展開されていくための中心となる人材を育成できました。
- ・「大阪府消費者教育学生リーダー」認定者 21 名（9 大学）

<今後の課題>

- ・より多くの学生の参加を確保するため、また、より多くの大学からの参加を確保するため、効果的な募集方法や大学への参加呼びかけの方法について検討する必要があります。
- ・引き続き大学生による自主的な活動が継続的に展開されていくための中心となる人材を育成し、大学生間ネットワークを拡充する必要があります。
- ・大学生による自主的な活動が継続的に展開されていくための支援方法について検討のうえ、実施していく必要があります。

大学生期における消費者教育推進事業ホームページ

<http://www.pref.osaka.lg.jp/shouhi/daigakusei/index.html>

<事業の収支>

| 歳入                       | 歳出                     |
|--------------------------|------------------------|
| 地方消費者行政推進交付金 3,207,803 円 | 事業経費 3,207,803 円       |
|                          | うち、交付金対象経費 3,207,803 円 |
|                          | (細目)                   |
|                          | 事業者選定委員報酬 58,800 円     |
|                          | 事業者選定委員旅費 1,940 円      |
|                          | 委託料 3,147,063 円        |

《大阪府のプロフィール》

- ① 人口 8,861,437 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 26.2%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

## 18. 【滋賀県】～子どもだって消費者！～ 子どもたちへの消費者教育推進事業

### <事業概要>

平成28年3月に策定した「滋賀県消費者教育推進計画」では、特に「スマートフォンを使い始める（持ち始める）年齢層」に対する消費者教育に重点を置いて取組を進めることとしています。また、幼児期・学齢期の子どもたちそれぞれの学びの場における教育の担い手に対し、子どもたちが消費者として「生きる力」を身に付け、消費者市民社会の形成に参画していくためのプログラムや教材を提供することにより、当該年齢層の子どもに対する消費者教育を推進することとしました。

### <事業実施結果及び事業効果>

#### (1) 事業実施結果

#### 10歳までにはじめる消費者教育実践事業（幼児期～小学校低学年対象）

○幼児期用消費者教育教材 紙芝居「はるのたからもの」の作成

##### 【概要】

幼児期（主に5歳～6歳）を対象とした消費者教育教材を作成し、県内の保育所、幼稚園、認定子ども園等に提供しました。それに先立ち、教材の試作品を使つての実践プログラムを保育所、幼稚園各1か所で実施しています。また、教材には、子どもたちが家庭に持ち帰り保護者と一緒に学べる家庭用ワークシートもセットし、家庭における消費者教育の実践もあわせて促しています。

510部作成し、県内の保育所、幼稚園、認定こども園などに送付しています。

##### 【教材のポイント・ねらい】

- ・登場人物を極力少なくして、ポイントが伝わりやすいよう工夫しています。また、主人公の宝物が「びわ湖で拾ったおそろいの貝がら」という設定にする等、滋賀県らしさを取り入れています。
- ・「びわ湖で拾った貝がらに絵を描いて宝物にする」「汚れたぬいぐるみを洗って大切に使う」等、持続可能な社会、消費者市民社会の実現に向けた行動や態度の基礎が培われるよう意識しています。
- ・子どもたちが、紙芝居のストーリーを振り返り、理解を深めるため、紙芝居のテーマソングを制作し、保育所、幼稚園等で歌えるように楽譜を教材にセットしています。
- ・各教材のデータはホームページで閲覧・ダウンロード可能としています。

○小学校低学年用消費者教育教材 すごろく「滋賀県消費生活ゲーム」の作成

##### 【概要】

小学生（主に低学年）を対象とした消費者教育教材を作成し、県内の放課後児童クラブ

等に提供しました。それに先立ち、教材の試作品を使つての実践プログラムを放課後児童クラブ１か所で実施しています。

子どもたちが家庭に持ち帰り保護者と一緒に学べる家庭用ワークシート４種類とワークシートの保護者用説明を提供し、家庭における消費者教育の実践もあわせて促しています。すごろくは３２０部作成し、県内の放課後児童クラブに提供しています。

#### 【教材のポイント・ねらい】

山か海に行くために持っていくものを買物するという設定であり、そのためのお金もゲームの中で貯めていくことで、目的に応じた物の選択や、予算内で買物することなどについて遊びながら学べるものとしています。

消費生活を送るうえで身に付けてほしいことや知ってほしいことを、マスの指示などを通して記載しており、特に生活と環境とのつながりや、スマートフォン等の通信機器の使い方や注意すること、製品を安全に使うための留意点等について、学びながら意識づけできる内容を幅広く取り入れています。

各教材のデータはホームページで閲覧・ダウンロード可能としています。



### 消費者教育指導者支援事業（小学校高学年～中学生対象）

#### 【概要】

小学校５年生の家庭科の授業時間を活用して、その小学校に合った内容の教材を作成し、講師を招いて教員と一緒にモデル授業を実施するとともに、同学年全員分の消費者教育補助シート「ゆめ・ふれ愛成長確認シート」を県内の全小学校に配付し、家庭科等の授業における消費者教育の実践を促しました。

また中学校の教員に対して、消費者教育に関する研修会を実施し、消費者教育の必要性や消費者トラブル事例、授業で活用できる教材の紹介等を行いました。

#### 【事業のポイント・ねらい】

- ・ 小学校でのモデル授業では、「地域ボランティアを招待してのお楽しみ会を開催する」という設定のもと、グループワークを行いました。招待するボランティアの好み等の

情報を考慮してお菓子や飲物、プレゼント等の準備を予算の範囲内で選択していく内容となっています。目的に応じたお金の使い方を考えることはもちろん、商品の選択肢に、環境に配慮した製品や手作りのお菓子を入れる等、「消費者市民」としての消費行動につながる要素を盛り込んでいます。また、授業では、児童がタブレット端末を活用し、画面を操作しながらグループワークをするという新たな手法を取り入れ、教育の ICT 化にも資する内容となっています。

- ・消費者教育補助シート「ゆめ・ふれ愛成長確認シート」については、家庭科の授業で学ぶ項目を中心として、1つ1つの項目を習得したかについて、児童、教員、家庭で振り返り、確認ができるシートとなっています。小学校5年生～6年生の2年間、継続して活用するシートであり、消費者市民社会の形成に参画する態度を養うために役立つ補助教材となっています。
- ・中学校の教員に対する研修会では、「消費者教育の必要性」「中学生に起こりやすい消費者トラブル事例」「中学校の授業で活用できる消費者教育教材」について紹介し、中学校における消費者教育の推進を支援する内容としました。

## (2) 事業効果

### 10歳までにはじめる消費者教育実践事業（幼児期～小学校低学年対象）

- ・比較的手薄だった幼児、小学校低学年に対する消費者教育の提供ができました。
- ・教材の活用を通じて、幼児、小学校低学年の子どもたちが、身近な環境について意識し、消費者市民社会の実現に向けた行動や態度の基礎を培うきっかけ作りができました。
- ・保育所、幼稚園、放課後児童クラブ等における指導者の、消費者教育や消費者市民社会についての知識、理解を深めることができました。また、保護者に対して、消費者教育についての理解を促し、家庭における消費者教育実践のきっかけ作りができました。

### 消費者教育指導者支援事業（小学校高学年～中学生対象）

- ・児童に対して、消費者教育の学習機会が提供でき、物の適切な選択や、お金の使い方についての学びを支援するとともに、環境等に配慮した「消費者市民」としての消費行動についての意識づけができました。また、教員等、消費者教育の指導者の消費者問題や消費者市民社会についての理解を深めることができました。
- ・モデル授業を例とした消費者教育の手法を提案し、学校現場における今後の消費者教育の進め方について幅を広げることができました。
- ・消費者教育補助シートの配付により、消費者教育について、学校と家庭が連動して継続的に学べるツールの提供ができました。

<今後の課題>

- ・子どもたちの学びの場に対して、今回作成した教材を提供し、活用を広げる等、様々な機会を捉えて子どもたちへの消費者教育の取り組みを継続して進めていく必要があります。
- ・学校における消費者教育の一層の広がりをもつために、教育委員会や学校現場との連携をより深めるとともに、指導者への支援を継続して行う必要があります。

滋賀県消費者教育の推進および情報提供・消費者活動の促進ホームページ

<http://www.pref.shiga.lg.jp/c/kensei/shohi/index.html>

<事業の収支>

| 歳入           | 歳出                     |
|--------------|------------------------|
| 地方消費者行政推進交付金 | 事業経費 4,755,610 円       |
| 4,747,310 円  | うち、交付金対象経費 4,747,310 円 |
|              | (細目) 委託料 4,747,310 円   |
| 一般財源         | うち、一般財源 8,300 円        |
| 8,300 円      | (細目) 職員旅費 8,300 円      |

《滋賀県のプロフィール》

- ① 人口 1,420,260 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 24.6%（平成 29 年 1 月 1 日現在）



１９．【山形県】地元大学と消費者団体との連携による消費者教育の充実を図る

「消費者啓発“塾”」

～ “もの言う消費者” という意識を持って行動するために～

<事業概要>

本事業では、①実行委員会の設置、②研修会「消費者啓発“塾”」の実施、③消費者フォーラムの実施により、大学や学生、地元消費者団体、地域住民による消費者ネットワークを構築し、消費者教育の充実を図ることを目的としています。また、地域住民が消費者問題に巻き込まれないよう、地元消費者団体等からなる実行委員会が自ら研修プログラムを企画し実施することにより、担い手としての意識向上と地域における新たな担い手の育成を目指しています。

<事業実施結果及び事業効果>

(１) 事業実施結果

①実行委員会の設置

事業を運営するために実行委員会を立ち上げ、代表兼事務局を東北公益文科大学佐藤隆也へ依頼し、塾長にはおがた法律事務所所長弁護士の尾形稔氏が就任し、実行委員会は、地域で活動している消費者団体の会員 8 名、県消費生活サポーター 1 名、大学生 3 名の計 12 名で構成しました。また、事業名を「消費者啓発“塾”」と決定し、事業の企画及び実施を行いました。

②研修会「消費者啓発“塾”」の実施

大学の教室を会場とする「学習会」を 3 回実施しました。また、第 4 回目の研修会として企業視察研修を実施しました。

(消費者啓発“塾”学習会の様子)

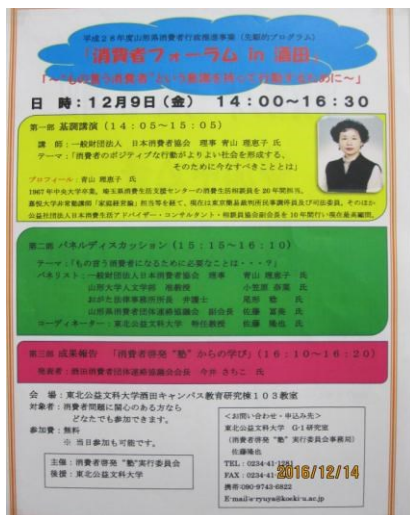


### ③消費者フォーラムの実施

同フォーラムでは、第一部として「消費者のポジティブな行動がよりよい社会を形成する、そのために今なすべきことは」をテーマに、(一財)日本消費者協会理事・青山理恵子氏が基調講演を行い、第二部ではパネルディスカッション「もの言う消費者になるために必要なことは・・・？」をテーマに、4人のパネリストが参加し、意見交換しました。続いて、実行委員から成果報告があり、最後にフォーラム宣言を採択して閉会しました。

また、啓発物として、参加者に実行委員会の学生が作成した消費者啓発ポスター・チラシを配布しています。

(消費者フォーラムのポスター)



(消費者啓発ポスター)



## (2) 事業効果

### ①アウトプット

#### ア. 学習会「消費者啓発“塾”」の開催

啓発学習会は「～もの言う消費者になるために～、身近にせまるトラブルシャットアウト!」というタイトルで3回実施しました。実行委員の学生が、テーマを選定したほか、ポスター・チラシを作成・配布しました。

啓発学習会は、当初各回 30 名程度(計 90 名程度)の参加を見込んでいましたが、行政やメディアによる周知の効果もあり総参加者数は 152 名となりました。全体として毎回参加の方が多く、また女性が 9 割を占めていました。塾では、身近な消費者トラブルの事例を学び、また「騙す側と善良な市民」というテーマを設定してのグループディスカッション等を行ないました。

一方、企業視察研修では、参加者 53 名で県内の 2 つの食品製造会社を訪問し、安全・安心に向けた取組や廃棄ロスを削減する取組などを視察しました。

イ.「消費者フォーラム in 酒田」の開催（12月9日（金））

同フォーラムは、大学キャンパスで開催し、72名が参加しました。

ウ. 消費者啓発ポスター・チラシの作成及び配布

消費者啓発活動として、「ものいう消費者」をテーマに、実行委員の学生が主体となり、ポスター（A3版、200枚）及びチラシ（A4版、500枚）を作成しました。ポスター・チラシは、消費者フォーラムの参加者に配布するとともに、関係機関にも配布し、掲示を依頼しました。

②アウトカム

- ・啓発学習会を実施するにあたり、塾長である弁護士と地域の消費者団体の会員、また会員同士の交流が図られ、今後の消費者啓発活動の推進の上で大変有益でした。
- ・学生が主体的にポスター・チラシを作成し、学習会や消費者フォーラムに参加するなどにより、学生と地域の消費者団体が交流する貴重な機会となりました。
- ・消費者団体の会員が、企業視察研修へ参加したことは、大変有意義でした。
- ・消費者フォーラムでは、「もの言う消費者」の役割の大切さを学ぶことができました。
- ・地方大学が、弁護士を中心に地域の消費者団体と連携を図り、学習会、企業視察研修及び消費者フォーラムを実施でき、貴重なノウハウが蓄積されました。

<今後の課題>

今後の課題としては、①“塾”で学んだ会員の方々による普及活動、②継続して学ぶ機会を計画的につくり、主体的に運営する人材の創出、③地域の消費者の会の更なる連携の向上を図るための具体的なプランの作成、などが挙げられます。

<事業の収支>

| 歳入                       | 歳出                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 地方消費者行政推進交付金<br>849,850円 | 事業経費 849,850円<br>うち、交付金対象経費 849,850円<br>(細目)<br>・謝金 215,000円<br>・人件費 226,400円<br>・交通費 93,000円<br>・会場費 52,260円<br>・資料作成費 94,990円<br>・啓発資料費 30,500円<br>・視察研修費 131,290円<br>・事務費 6,410円 |

《山形県のプロフィール》

- ① 人口 1,118,468 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 31.2%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

## 20. 【愛知県一宮市】高校における消費者教育モデル事業

### <事業概要>

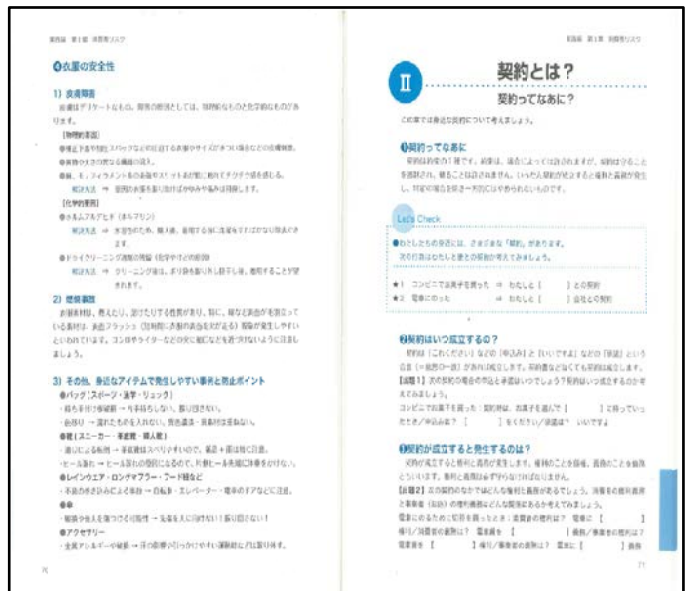
本事業では、高校生の消費者力の向上を目指し、既存の授業内容を補完するプログラムにより一体的な消費者教育を実施することとしました。これにより、社会人になる前に必要な専門的知識の習得をすることができ、消費者問題に直面した際に、自主的かつ合理的に行動し、消費者の権利を行使し問題を解決できる自立した高校生消費者の育成を図ることができると期待されます。

### <事業実施結果及び事業効果>

#### (1) 事業実施結果

事業のモデル校として愛知県立一宮商業高校を選定し、委託先には、消費者教育の実施や企画の実績がある法人に委託しました。

まず、弁護士・ファイナンシャルプランナー・消費生活アドバイザー等専門的知識を有する多様な執筆陣により、オリジナルテキスト『10代から学ぶ消費者力』が作成されました。これは、単なる座学にとどまらず自ら回答を導き出す[出題]やグループで話し合うワークショップを随所に取り入れた内容で、97ページに及ぶ大変充実した内容になっています。このテキストを全校生徒へ配布のうえ、クラス単位・グループ単位で「消費者問題の歴史」、「消費者力としての食生活」などのテーマで合計48単位の授業を展開しました。







なお、学校の年間予定が前年度中に立てられていたこと、２学期は行事等により授業時間の確保が難しかったこと、本プログラムが２月で終了するため比較的授業時間を確保できる３月に実施できなかったこと、更に校舎改修中のため教室の確保が難しかったことから、予定の単位数の授業を実施することはできませんでした。しかし、学校行事が多い時期、かつ夏季・冬季休業を含む期間において、オリジナルテキストを用いた外部講師による消費者教育を４８時間実施できたことに対して、モデル校側から一定の評価を得ることはできました。

## （２）事業効果

### ①アウトプット

- ・成年年齢の１８歳への引き下げも見込まれ、卒業後すぐに成人を迎え消費者被害に遭う機会の増加も予測される高校生が、消費者問題に関する専門的知識を習得することにより被害の未然防止ができたと考えています。
- ・将来を見通した生活設計やライフスタイルの確立の重要性について理解し、また、周囲の消費者への発信力を身に付けることができたと考えられます。
- ・公民、家庭科、商業、英語の授業を使い、１～３年の生徒が消費者教育の授業を受けることができるなど、既存の授業内容を補完するプログラムにより一体的な消費者教育が実施できました。

### ②アウトカム

- ・消費者教育は家庭科、公民科が中心となるものの、様々な科目に関係する部分があり、学校や教師に知識や指導ノウハウが蓄積され、今後、ホームルームのような時間にも取り上げていかれることが期待されます。
- ・使用したテキスト教材を公開・活用することにより、全国の他の高等学校等での消費者教育での広がりが期待できます。
- ・教師が外部講師のメリットに気付いたことから、今後も外部講師を活用する形での消費者教育の推進が期待できます。

## <今後の課題>

- ・学校において、既存のカリキュラムの中でのやりくりでは時間的な制約が大きいため、

消費者教育の時間を増やしていくことの必要性を感じます。

- ・前年度中に学校の年間計画が立てられること、行事や検定試験等により授業時間が取れない時期があることから、一体的な消費者教育を実施するにあたっては、特に早い時期から計画を進めることが重要です。

一宮市消費者教育推進事業ホームページ

<http://www.city.ichinomiya.aichi.jp/kurashi/chiiki/1000180/1017057.html>

<事業の収支>

| 歳入                                | 歳出                                                                                                |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 地方消費者行政推進交付金<br>5, 7 7 8, 0 0 0 円 | 事業経費<br>5, 7 7 8, 0 0 0 円<br>うち、交付金対象経費<br>5, 7 7 8, 0 0 0 円<br>(細目)<br>・委託料<br>5, 7 7 8, 0 0 0 円 |

《一宮市のプロフィール》

- ① 人口 386, 208 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 25.8%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

## ２１．【徳島県】「エシカル消費」推進プロジェクト

### <事業概要>

本事業は、「エシカル消費」に先進的に取り組む学校（徳島県立城西高等学校）を指定し、同校で行われる「エシカル消費」の普及・啓発の取組を支援するものです。

研究校では、「エシカル消費」を「人・社会・環境のことを考えた倫理的に正しい消費行動やライフスタイル」と捉える中で、高校生が多様な主体と連携し、健康や伝統文化と結び付く徳島の食材を活かした商品開発をしたり、生物多様性農業に取り組んだり、その内容を積極的に情報発信したりして、「エシカル消費」の普及・啓発を図ることを目的としています。同校におけるテーマは、下記の２つです。

- 生産者や作り手の思いを伝える場づくり
- 持続可能な社会の形成に参画できる消費者力の育成

### <事業実施結果及び事業効果>

#### （１）事業実施結果

##### （ア） 阿波和三盆糖を使用した商品開発

徳島県の伝統的特産品である「阿波和三盆糖」を次代に伝えるために、高校生が企業と連携し和三盆糖を使用した商品開発に取り組みました。これにより和三盆糖の甘さが活きるよう工夫した焼き菓子「スノーボール」や、徳島県産竹炭パウダーを加えた焼き菓子「ブラックボール」が生まれました。

##### （イ） 四国霊場八十八カ所でのお接待

高校生が「スノーボール」でのお接待を展開するとともに、英語版の「エシカル消費」啓発パンフレットも作成し、外国人のお遍路さんに発信しました。



##### （ウ） 綿花の無農薬栽培に挑戦

綿花の栽培に大量の農薬が使われ、生産者の健康に悪影響を及ぼしている現状を踏まえ、高校生が学校の農場に苗を植え、無農薬栽培に取り組みました。



(エ) 徳島県消費者情報センターとの連携

綿花の無農薬栽培等に取り組み関心を高めた高校生に対し、消費者情報センターの研修生（教員）により、これらを題材とした出前授業を実施しました。

(オ) 生物多様性農業への取組

自家採種のため、絶滅が危惧されている伝統野菜である「美馬太きゅうり」の栽培に高校生が取り組むとともに、郷土料理研究家の指導のもと「美馬太きゅうり」を活用した料理レシピ集を作成しました。

(カ) 本藍染めの継承活動

徳島の伝統文化である「阿波藍」を次代につなぐため、高校生が藍の栽培から製品づくりまで一貫した工程を実践するとともに、「藍の種子を配布するネットワークづくり」に意欲的に取り組み、すべての都道府県に配付しました。

(キ) 啓発用パンフレット等の作成

高校生が、天然 100%の本藍染めによるのぼりや藍染めに関するパネル、天然 100%の藍染糸で織った布を活用した作品のほか、英語版パンフレットも作成しました。また、高校生による、そよ風農園体験の出前講座で、子供たちに徳島ブランドの農作物を紹介し、徳島ブランドの稲わらを使ったオブジェを製作しました。

(ク) 「エコプロダクツ 2016」に出展

高校生が日頃の成果を発信するために、東京ビックサイトで開催された「エコプロダクツ 2016」に、藍染め製品や阿波和三盆糖を使用して開発した商品を出展しました。また会場では環境保全に積極的に取り組む企業等の活動を理解しました。



(ケ) 「エシカル消費」の積極的発信

消費者庁主催「エシカル・ラボ」や文部科学省主催「消費者教育フェスタ in 徳島」において、高校生が日頃の取組を発表するとともに、パネル展示や「スノーボール」によるお接待、藍の種子を配布し、エシカルメッセージを全国に向けて発信しました。

(コ) 幼稚園・小学校との交流

高校生が、天然 100%の本藍染体験を幼稚園児や小学生に対して実施すると

もに、農産物の収穫体験をとおして、生産者の苦勞や喜び、食べ物の大切さや地産地消を伝える活動に取り組みました。また、徳島産すだちの魅力を発信するために、親子クッキング教室を開催しました。

(2) 事業効果

アウトカム

- ・ 高校生が「エシカル消費」を理解し、生産者としての思いを伝え、販売や交流活動を行うことにより、地産地消や安全安心を提供することの大切さをはじめ、未来につながる「消費」の在り方や消費者として身近な消費行動を意識することが必要であることを認識することができました。

<今後の課題>

- ・ 当該事業において実施したアンケート結果によると、「エシカル消費」の認知度は3割であり、今後も継続して発信することが重要です。
- ・ 多様な主体と連携した「徳島ならではの」新たな「エシカル商品」の開発を行うとともに、県内外に向けて販路拡大を促進し、啓発・普及する必要があります。

<事業の収支>

| 歳入                     | 歳出                                                                                                                                                                     |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 消費生活推進交付金<br>938,413 円 | 事業経費 938,413 円<br>うち、交付金対象経費 938,413 円<br>(細目)<br>・ 講師謝金 54,300 円<br>・ 普通旅費 145,000 円<br>・ 費用弁償 104,000 円<br>・ 消耗品等 504,193 円<br>・ 役務費 20,520 円<br>・ 出店料等借上料 110,400 円 |

《徳島県のプロフィール》

- ① 人口 764,213 人 (平成 29 年 1 月 1 日現在)
- ② 高齢化率 31.0% (平成 29 年 1 月 1 日現在)

## ２２．【大阪府泉佐野市】子どもの事故防止にむけた消費者啓発委託業務

### <事業概要>

子どもは、家庭内、学校、幼稚園等で多くの消費者事故にあう危険性があります。このような思わぬ事故に巻き込まれないためにも、未然に防止することが重要であることから、アンケート調査、分析を行うとともに、わかりやすく楽しみながら学んでもらいました。

具体的には、幼稚園、学校、PTA等と連携しながら、子どもの事故防止に関するアンケート調査を実施し、その調査結果を分析し、それを基に、啓発冊子、台本を作成して、市内大型商業施設等で啓発ステージ等を実施しました。

### <事業実施結果及び事業効果>

#### (１) 事業実施結果

一般的に、子どもは家庭内、学校、幼稚園、公園等様々な場所で消費者事故にあうと報告されていますが、地域的な状況（市街地、中山間地など）も事故の要因となりうると考え、地域的な状況に関する設問も盛り込んだアンケート調査を市立幼稚園・小学校１・２年生の保護者を対象に行いました。

また、地域関係者（各地区担当の主任児童委員や学校等）へのアンケートやヒアリング調査等により、地域・学校等における事故調査を行いました。そこから得られた調査結果を分析し、教育部局とも連携して啓発冊子と啓発ステージ台本を作成しました。啓発冊子については、アンケート調査対象である園児・児童の保護者、地域関係者及び啓発ステージの来場者へ配布しました。啓発ステージは、アンケート調査対象の園児・児童・保護者及び地域関係者等とともに、消費者教育推進大使に任命されている当市公式キャラクター「イヌナキン」を活用し、調査結果内容を基にした啓発ステージを開催しました。

また、当市ホームページに啓発冊子など事業内容を掲載して啓発しました。

ＨＰアドレス

ス [http://www.city.izumisano.lg.jp/kakuka/seikatsu/shoko/menu/shouhi\\_c/1486687282897.html](http://www.city.izumisano.lg.jp/kakuka/seikatsu/shoko/menu/shouhi_c/1486687282897.html)



①アウトプット

・アンケート調査の実施

調査対象

市立幼稚園 3園 171名

小学校 13校 1年及び2年生 1,612名

地域関係者（各地区の主任児童委員） 12名

調査期間

幼稚園・小学校（平成29年1月10日～平成29年1月20日）

地域関係者（平成28年12月9日～平成29年1月13日）

・啓発冊子の配布

部数 3,000枚

配布先

アンケート調査対象の園児・児童の保護者及び地域関係者（3月16日）

啓発ステージの来場者ほか（3月18日、19日、25日、26日）

・イベントにおける啓発ブースの設置（3月25日、26日） 来場者70名

消費イベント（風評被害防止東北食フェア）において、子どもの事故防止に関するブースを設置し、イベント来場者に対して啓発を実施

・啓発ステージの実施

1）市内大型商業施設

・ショッピングモール（3月18日）2回 来場者110名

・ショッピングモール（3月19日）2回 来場者100名

2）消費者イベント（風評被害防止東北食フェア）

3月25日 1回 来場者50名

3月26日 1回 来場者100名

②アウトカム

消費者教育推進大使に任命されている、当市公式キャラクター「イヌナキン」を活用して啓発することにより、子どもたちは楽しみながら消費者事故の危険性を学ぶことができます。また、啓発ステージや冊子を通じて保護者・地域の方々に、家庭や地域において、子どもが事故にあう危険な場所等を認識してもらい、事故を未然に防止する意識を高めてもらうきっかけになります。

さらに、教育部署をはじめ地域関係者と連携することにより、今回の取組みをより効

果的に推進することができます。

<今後の課題>

今回の事業により、子どもの消費者事故の防止について、学校等の関係部署や地域関係者と連携した啓発を実施することができました。引き続きこの連携を深めて、子どもの事故を未然に防ぐため、行政関係部局と地域が一体となった見守り体制作りへと発展させていかなければならないと考えます。

<事業の収支>

| 歳入                          | 歳出                                                                                                                                                                |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 地方消費者行政推進交付金<br>4,320,000 円 | 事業経費 4,320,000 円<br>うち、交付金対象経費<br>4,320,000 円<br>(細目)<br>委託料<br>4,320,000 円<br>(内訳)<br>調査・分析 1,120,000 円<br>啓発冊子 990,000 円<br>啓発ステージ 1,890,000 円<br>消費税 320,000 円 |

《泉佐野市のプロフィール》

- ① 人口 100,813 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 25.0%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

### ２３．【北海道札幌市】親子で学ぶ消費者教育の展開

#### <事業概要>

各区の子育てサロンに、消費者センター職員や消費者被害防止ネットワークの消費生活推進員を派遣し、子どもの事故防止に係る情報提供や絵本の読み聞かせを内容とした講座やアンケート調査を行いました。

また、親子を対象としたイベントにおいて、キッズデザイン賞受賞製品の展示や子どもの安全に関する講座など、子どもの事故防止をテーマに様々なプログラムを実施しました。

子育て関係事業者向けに、子どもの事故防止等に関する講座を行いました。

#### <事業実施結果及び事業効果>

##### (１) 事業実施結果



##### ①札幌市消費者教育イメージキャラクター「しろくま」の着ぐるみ等制作

平成 27 年度に制作された、標記のキャラクターについて、着ぐるみと、着ぐるみ用の消費者ホットライン 188 がデザインされた法被を制作しました。同キャラクターは、平成 28 年 11 月 24 日に札幌エルプラザで行われた、「地方消費者フォーラム in 北海道」において、消費者庁より「消費者教育推進大使」に委嘱されました。

また、後述の「消費者キッズフェスタ」にて、各講座やステージで登場し、消費者教育のシンボルとして、親子と触れ合い、消費者教育推進のために活動しました。

##### ②曲がる歯ブラシ（消費者ホットライン 188 名入れ）の制作

子どもの安心・安全の普及啓発物品として、2015 年にキッズデザイン賞を受賞した、「曲がる歯ブラシ」に札幌市消費者センターと消費者ホットライン 188 を名入れし、後述する親子向けのイベントや講座において配布しました。（配布本数 赤 1,000 本、青色 1,000 本）

##### ③消費者キッズフェスタ（委託）

毎年開催されている、札幌市子ども未来局が主催する「子育て未来フェスタさっぽ

ろ」と、札幌コンベンションセンターが主催する「こそだてフェスティバル」という親子向けの両イベントが合同となり、平成 28 年度は「こそだて★さっぽろ」というイベント名で開催されました。

このイベントでは主催者の他にも、約 45 の企業・団体・行政機関が参加し、それぞれ各ブースにおいて、親子向けのコンテンツを催しました。当課では「消費者キッズフェスタ」と題して共同参加し、下記の内容で実施しました。

- ・開催日時 平成 28 年 12 月 10 日（土曜日） 9：30 から 16：30
- ・場所 札幌コンベンションセンター
- ・参加者人数 2,712 人（イベント全体）
- ・実施内容

（ア）ダンボール工作

「hacomo（ハコモ）」というダンボール製のペーパークラフト（うさぎ）を用意し、子どもたちがキットを制作するプログラムを実施し、併せて参加した子どもたちへ、ダンボールのリサイクルの仕組みについての説明も行いました。

（イ）安全に関する講座

保護者向けに、首かけ式浮き輪、ボタン電池の誤飲、プラスチックシールの誤飲、誤飲チェッカー、子どもの視野、子どもの手の届く範囲、消費者庁の取組や子ども安全メール等について説明し、視野体験メガネを使用しての子どもの視野疑似体験も行いました。

（ウ）絵本の読み聞かせ

ブース内に子どもが遊べるコーナーを設け、「ありのあちち」、「あぶないよ」、「じしんがきたらどうするの？」等の子どもの安心・安全に関する絵本を 8 冊用意し、読み聞かせを随時実施しました。また、同コーナーには、子どもが中に入って遊べる「ダンボールの家」を 2 棟設置し、誤飲対策されたクレヨンでその家に自由に絵が描けるようにしました。このコーナーは、親が講座等を聞く際に子どもが遊んでいられるスペースとして活用されました。

（エ）ママコン・ナビ

消費生活に関するトラブルや悩みを抱えている参加者に対し、希望に応じて簡易的な相談受付を行い、内容によっては札幌市消費者センターや、その他の適切な相談先を案内するママコン・ナビを実施しました。

（オ）キッズデザイン賞受賞製品の展示

知育おもちゃ、安全に配慮した製品等の合計 18 点を展示しました。

（カ）安全啓発パネル

「ブラインド、カーテンのひも」、「抱っこひもからの転落」、「歯ブラシによる怪我」等の子どもの事故防止啓発ポスターを 11 枚掲示しました。



(キ) アンケート

イベントの随所で、子どもの事故に関するアンケートを実施し、協力してくれた方へ、キッズデザイン賞を受賞した曲がる歯ブラシを進呈しました（アンケート回収数は98）。

(ク) しろくまのキャラクターショー

イベントのオープニングステージや、安全に関する講座とダンボール工作において、札幌市消費者教育イメージキャラクターである「しろくま」を登場させ、子どもたちと交流しました。

④子育てサロン出張講座（委託）

公益社団法人札幌消費者協会に業務委託し、札幌市内10区の子育てサロンにおいて、絵本の読み聞かせや、子どもの製品事故等に関する情報提供を内容とした出張講座を行いました。

講座では、参加した親子の中で、日ごろのトラブル等で相談先が分からない方向けに適切な相談先を案内する、ママコン・ナビも併せて実施しました。

また、講座の最後に、子どもの事故に関するアンケートを実施し、回答していた方へ、消費者ホットライン「188」を名入れした、曲がる歯ブラシ（キッズデザイン賞受賞製品）を進呈しました。

なお、本講座の実施にあたり、どの講師でも平準化した講座ができるよう、講師向けの出張講座実施要領を作成しました。

・講座内容

(ア) 絵本の読み聞かせ

絵本：ありのあちち

(イ) 子どもの製品事故について

ボタン電池、プラスチックシール誤飲、水で膨らむボール状の高吸水性樹脂製品の誤飲について、首かけ式浮き輪による事故、歯ブラシによる事故、電気ケトルによる火傷、子どもの手の届く範囲について、子どもの視野疑似体験キットを使用しての子どもの視野体験、子ども安全メールの紹介。

(ウ) ママコン・ナビ

(エ) アンケート

⑤子育て関係事業者向け講座（委託）

幼稚園や保育所等の、子育てに携わる事業者へ、子どもの成長に応じた事故予防策や、事故を起こさない安全な環境づくりのポイントの紹介等、子どもの安心・安全のための講座を実施しました。実施概要は下記のとおりです。



講座の最後には、参加者へアンケートを実施しました（業務委託先は公益社団法人札幌消費者協会）。

- ・開催日時 平成 29 年 1 月 28 日（土曜日）13：00 から 15：00
- ・開催場所 札幌エルプラザ 2 階 会議室 1・2
- ・参加者 子育て関係機関従事者 54 名
- ・テーマ 子どもの事故を予防する 科学的なアプローチ
- ・受講料 無料

#### ⑥アンケート分析（直轄）

③消費者キッズフェスタ、④子どもの事故防止に係る出張講座、⑤子育て関係事業者向け講座にて実施した、子どもの事故に関するアンケート調査について、その結果を分析し報告書にまとめ、札幌市のホームページに掲載しました。また、分析結果に基づき、今後の札幌市の親子向けの消費者教育の方向性を検討する予定です。

#### ⑦子育て関係事業者に向けた情報発信（直轄）

札幌市子ども未来局で構築中の、保護者や子育て関係事業者向けのホームページにおいて、子ども安全メールの情報や、当課の子ども向け消費者教育の情報等を掲載できるよう調整していく予定です。

### （２）事業効果

#### ①アウトプット

- ・子育てサロンにおける講座を実施（年 10 回、計 300 人（目標値）参加）。
- ・他の親子関係のイベントにおいて、「消費者キッズフェスタ」を実施（イベント全体での参加者は 2,762 人、アンケート回収は 98）。
- ・子育て関係事業者向けに、子どもの事故防止に係る講座を実施。
- ・子どもの事故防止に関するアンケート調査結果のまとめと、その分析。

#### ②アウトカム

- ・子どもの事故防止に対する保護者等の理解が高まり、事故の抑止につながります。
- ・事業への参加をきっかけとして、各家庭において消費者教育が実践されるようになります。
- ・市内において消費者教育の概念及びその重要性についての認識の向上、子育て関係機関における子どもの事故防止の啓発活動や消費者教育の推進への理解が高まり、これらの活動に係る各機関での取組件数が増加します。
- ・子育て関係機関との連携が深まり、協働による活動が行えるようになります。

ます。

- ・講座等やアンケート回答を通して消費者教育に係るニーズや課題等が顕在化することで、今後の消費者教育推進の方向性の確立に資することができます。
- ・事業の実施を通じて、幼児やその保護者等への消費者教育の効果的な手法の確立につながります。
- ・子育て世代に対する消費者センターの認知度が高まります。

#### <今後の課題>

子育てサロン出張講座では、子育て支援センターに参加する子どもの年齢層が０～２歳が大半を占めていたことから、絵本の理解が難しいこと等の問題が生じたため、今後は絵本の読み聞かせを活用する場合、子育てサロンに参加する子どもの年齢層を把握し、３～６歳が中心に参加する場で行うものとしたいと考えます。

また、出張講座の実施が冬で、参加しづらい時期であったため、参加者数の上昇のためには、夏ごろから実施できることが望ましいです。

さらに、アンケートの内容について、子育てサロンへのお出張講座と消費者キッズフェスタでは、親が子どもを見ながらの回答記入となるため、あまり回答に時間を要さない簡易なものにせざるを得ませんでした。そのため、得られる情報量の制限により、詳細なデータ分析ができませんでしたが、今後はその部分を両立できるように改善したいと思います。

親子で学ぶ消費者教育ホームページ

<http://www.city.sapporo.jp/shohi/sesaku/oyako.html>

#### <事業の収支>

| 歳入                             | 歳出                                                                                                                                                  |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 北海道消費者行政推進事業補助金<br>5,200,632 円 | 事業経費 5,200,632 円<br>うち、交付金対象経費 5,200,632 円<br><br>(細目)<br>①着ぐるみ制作費(税込) 885,600 円<br>法被制作費(税込) 185,760 円<br>②曲がる歯ブラシ購入費(税込) 507,600 円<br>③消費者キッズフェスタ |

Ⅱ－３．子どもの事故防止に向けた地域連携の推進

|  |                   |
|--|-------------------|
|  | (委託料) 1,912,356 円 |
|  | ④子どもの事故防止に係る出張講座  |
|  | (委託料) 1,415,772 円 |
|  | ⑤子育て関係事業者向け講座     |
|  | (委託料) 293,544 円   |

《札幌市のプロフィール》

- ① 人口 1,947,494 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 25.4%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

## 2 4. 【北海道札幌市】集团的消費者被害回復制度に係る普及・啓発事業

### <事業概要>

#### (1) 背景

札幌市では、平成 26 年度の先駆的プログラムで集团的消費者被害回復制度の周知に係るシンポジウムを開催しました。

その結果、開催後のアンケートでは、開催プログラムのうち、制度を元にした事例シミュレーションはわかりやすかったと好評を得たものの、平成 26 年度時点では消費者の財産的被害の集团的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律（平成 25 年法律第 96 号、以下「消費者裁判手続特例法」という。）に関する政令、内閣府令、ガイドラインが定められておらず、消費者裁判手続特例法に基づく集团的な被害回復のための制度（以下「本制度」という。）の詳細が確定していない状況でした

また、参加者の多くが弁護士や消費者団体関係者、消費生活相談員等であり、一般参加者の参加が少ないという課題を残しました。

加えて、消費者庁が平成 26 年度に実施した「消費者意識基本調査」によれば、適格消費者団体の名前を聞いたこともないと回答した消費者が 8 割を超えており、今後の消費者裁判手続特例法の円滑な施行に向けて、適格消費者団体の認知度を向上していく必要がありました。

#### (2) 事業内容

札幌市消費者センター、適格消費者団体及び市内大学の連携・協力のもと、本制度をテーマとして、諸外国の類似制度に関する基調報告、大学生による模擬裁判等を内容とするシンポジウムを開催しました。

なお、開催に先立って各種広報を実施し、事業者、大学生を中心に、広く一般参加者を募りました。

### <事業実施結果及び事業効果>

#### (1) 事業実施結果

適格消費者団体である消費者支援ネット北海道に運営を委託し、平成 29 年 3 月 11 日（土）にシンポジウム「みんなで取り返そう、その被害 ～新しい被害回復の仕組みと裁判～」を実施しました。

#### (2) 事業効果

##### ①アウトプット

当日は 62 名の参加があり、本制度の周知、紹介ができました。

②アウトカム

- ・ 本制度についての参加者の理解深化が図られるとともに、参加者から周囲の者への波及効果が期待されます。また、理解深化により、運用開始後の本制度への消費者の積極的参加とともに、事業者の消費者志向経営の促進が期待されます。
- ・ 模擬裁判を通じて本制度の課題点等が洗い出されることにより、特定適格消費者団体による被害回復の円滑な実施に資することに加えて、今後の本制度の見直しに関する有益な情報が得られました。

<今後の課題>

本制度は平成 28 年 10 月に運用を開始したばかりであるため、消費者裁判手続特例法に基づき訴えを提起できる特定適格消費者団体は全国で 1 団体しかありません（平成 29 年 3 月末時点）。そのため、本制度を利用するための環境がまだ整っていないとは言えない状況です。このことも踏まえて、消費者により本制度に対する理解が深まるよう、周知・啓発に努める必要があると考えます。

<事業の収支>

| 歳 入                          | 歳 出                                                                |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 北海道消費者行政推進事業補助金<br>897,599 円 | 事業経費 897,599 円<br>うち、交付金対象経費<br>897,599 円<br>(細目)<br>委託料 897,599 円 |

《札幌市のプロフィール》

- ① 人口 1,947,494 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 25.4%（平成 29 年 1 月 1 日現在）

## 25. 【岡山県】適格消費者団体支援事業

### <事業概要>

県内の適格消費者団体の円滑な運営や継続的な消費者団体訴訟制度の広報等を支援することで、消費者団体訴訟制度の普及啓発と、県内の適格消費者団体の特定認定を目的として、同団体が行う次の事業に対して支援を行います。

- ① 活動のノウハウ等について他の地域の適格消費者団体等と情報交換を行うための事業
- ② 特定認定のために必要となる以下の事業
  - ア 消費者被害 110 番や無料相談会などによる情報収集活動
  - イ 消費者問題に関するシンポジウムやセミナー等の開催
  - ウ 団体の会員や寄附金の増加を図るための普及啓発活動
  - エ 消費者団体訴訟制度（被害回復）に関連する業務に必要な事務機器及び執務参考資料の整備

### <事業実施結果及び事業効果>

#### （1）事業実施結果

県民への消費者団体訴訟制度の普及啓発と、県内の適格消費者団体による特定認定に向けての活動が促進されました。

#### （2）事業効果

- ① アウトプット
  - ア 他の地域の適格消費者団体等との情報交換を行うための事業
    - ・ 消費者ネット広島（広島県）とデータ管理や帳票類の管理、具体的申入れ案件等の情報交換を実施
    - ・ 適格消費者団体連絡協議会に参加（平成 28 年度 2 回、のべ 5 名参加）
  - イ 特定認定のために必要となる事業
    - ・ 消費者被害なんでも相談会の開催（平成 28 年度 3 回開催、相談件数 15 件）
    - ・ 講演会の開催
      - 日 時：平成 28 年 6 月 11 日 14 時 30 分～16 時 30 分
      - 会 場：岡山県医師会館
      - 内 容：岡山県消費生活センター所長からの報告  
角田隆平弁護士による講演（「消費者トラブルの手口と対策」）
      - 参加者：84 名

### Ⅲ. 消費者被害回復制度の運用に向けた活動の支援



- ・ 団体の会員増等を図るための普及啓発活動  
リーフレットの作成、ニュースレターの発行・配布（会員５名増）  
消費者団体訴訟制度のチラシ作成・配布
- ・ 消費者団体訴訟制度に関連する業務に必要な参考資料、事務機器等の整備  
消費者契約法逐条解説、データバックアップ用 HDD

#### ② アウトカム

- ・ 無料相談会、適格消費者団体や消費者団体訴訟制度の認知度を高めるための講演会開催、会員や寄付金確保のための広報活動により、消費者団体訴訟制度の活用を周知・促進することができました。
- ・ 適格消費者団体の活動周知により、適格消費者団体の運営の安定化や、消費者の権利擁護に寄与しました。

#### <今後の課題>

- ・ 適格消費者団体の活動上の連携  
適格消費者団体が、差止請求権を適切に行使するための消費者行政関係機関との情報共有方法が課題と考えられます。
- ・ 制度、団体の周知  
消費者団体訴訟制度や適格消費者団体に関する周知は進んでいますが、必ずしも十分とは言えません。一層認知度を向上させ、適格消費者団体に消費者被害等の情報が集まる必要があると考えます。

### Ⅲ. 消費者被害回復制度の運用に向けた活動の支援

#### <事業の収支>

| 歳 入                     | 歳 出                                                                                                                                                               |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 地方消費者行政推進交付金<br>700,000 | 事業経費 700,000<br>(岡山県適格消費者団体支援事業補助金)<br>うち、交付金対象経費 700,000<br><br>(主な使途)<br>① 情報交換 88,238<br>②ア 情報収集 64,997<br>イ 講演会開催 234,420<br>ウ 普及啓発 228,321<br>エ 事務機器等 84,024 |

#### 《岡山県のプロフィール》

- ① 人口 1,927,632 人 (平成 29 年 1 月 1 日現在)
- ② 高齢化率 28.8% (平成 29 年 1 月 1 日現在)



#### IV. 消費者問題の多様化、消費生活のグローバル化、及び障害者の消費者被害防止に対応するための相談体制の整備

### 26. 【兵庫県芦屋市】障がいのある人に関する消費生活トラブルや悪質商法被害についての調査及び相談窓口を普及させるためのリーフレット作成

#### <事業概要>

##### (1) 目的

本市では障がいがあることに起因する消費生活トラブルや、障がいがあることで解決が困難になっている事例が多数あり、相談総数の中で占める割合も高くなっています。

一般向けの啓発では防止できていないと考えられるため、あらためて障がいのある人の消費生活トラブルや悪質商法被害についての実態を調査し、実態に応じた消費者被害策を構築することを目的とします。

##### (2) 事業概要

- ア. 障がいのある人を対象としたアンケート調査（約 1,400 件）：障害福祉課
- イ. 障がいのある人に向けたリーフレットへ消費生活窓口を記載：地域福祉課
- ウ. 権利擁護支援センター、消費生活センター、社会福祉協議会、障がい者相談支援事業、障害福祉課が定例的に情報交換会を実施し、消費者トラブルの最新情報を交換し、相談体制、啓発方法についての協議。
- エ. 障がい者や家族の団体からの聞き取り調査：消費生活センター
- オ. 特別支援を必要とする児童を対象とした授業の実施等
- カ. 成人後の地域での自立を支援するため障がい者にターゲットを絞った啓発チラシ等の作成：消費生活センター

#### <事業実施結果及び事業効果>

##### (1) 事業実施結果

- ア 障がいのある人を対象としたアンケート調査：障害福祉課
  - ・対象者：市内在住で 65 歳未満の障がい者手帳（身体障害者手帳、療育手帳、精神障害者保健福祉手帳）所持者の中から無作為に抽出した 1,370 人
  - ・調査期間：1 月 23 日(月)～2 月 6 日(月)
  - ・調査方法：郵送による配布・回収。回収については、郵送のほか調査専用ホームページを構築し、調査票ファイル（Microsoft Word）をダウンロードして回答を入力・保存後、メールで事務局に送信する方法の 2 種類で実施。
  - ・内容：障がいのある人の生活、教育、就労、消費等に関すること
- イ 障がいのある人に向けたリーフレットへ消費生活窓口を記載：地域福祉課
  - 障がいなどにより成年後見を必要とする方を対象としたリーフレットにおいて、消費生活トラブルにあったときの相談窓口として消費生活センターを記載
- ウ 消費生活センターと、権利擁護支援センター、社会福祉協議会、障がい者相談支援事

#### IV. 消費者問題の多様化、消費生活のグローバル化、及び障害者の消費者被害防止に対応するための相談体制の整備

業間で定期的に消費生活トラブルの最新情報を交換し、相談体制、啓発方法について協議

- エ 障がい者や家族の団体から、障がいのある方があいやすいトラブルや実際の相談先などを聞き取り調査：消費生活センター
- オ 特別支援担当教諭と打合せを行い、特別支援が必要な児童の実態に合わせた消費者教育教材を購入し、継続した消費者教育を行うことができるよう各学校へ配置。  
特別支援学校2年生には一般的な消費生活トラブルについて、3年生には社会人になる前に必要な契約などについて、ゲームや劇を交えて約1時間の授業を実施：消費生活センター
- カ 地域での自立を支援するために、障がい者向けの啓発チラシを作成：消費生活センター

#### (2) 事業効果

##### ①アウトプット

- ア 有効回答数：761件
- イ 成年後見パンフレット 1,000部
- ウ 消費生活センターと各関係機関との情報交換3回
  - 5月 社会福祉協議会、障がい者相談支援事業
  - 12月 権利擁護支援センター
  - 1月 社会福祉協議会、障がい者相談支援事業、権利擁護支援センター
- エ 芦屋市身体障害児者父母の会など4団体より聞き取り
- オ 消費者教育教材：お金マグネットシート11セット、お金模型6セットを各学校に配置  
特別支援学校において、高校2年生、3年生を対象に消費者教育を2回実施
- カ 消費生活センターの案内及びトラブル事例を掲載したチラシを作成400部  
(うち200部は音声コード付)

##### ②アウトカム

障がいのある方の相談を日常的に受けている権利擁護支援センター等の福祉窓口と情報・意見交換をすることにより、様々な視点からそれぞれが可能な支援を検討でき、連携してサポートする体制づくりにつながりました。

福祉窓口だけでなく、芦屋市身体障害児者父母の会などの団体とも情報・意見交換し、実際のトラブルの傾向や、支援方法のニーズなどを把握することができ、啓発資料に反映できました。

実態に応じた啓発資料を福祉関係の窓口各所に配架、個別配布することにより、障害のある人が消費生活相談窓口へスムーズにつながり、クーリング・オフや早期解約などの解決が期待できると同時に、よくあるトラブルなどの情報も記載されているため、再発防止

#### IV. 消費者問題の多様化、消費生活のグローバル化、及び障害者の消費者被害防止に対応するための相談体制の整備

にもつながります。

学校教育現場においても、特別支援学校での消費者教育や小中学校の特別支援担当教諭との情報・意見交換を通じて、障がいのある子どもの学習状況を把握し、実情に応じた教材の配置を行うことで、各教科の中で充実した消費者教育を実施することが可能となりました。

このように、関係機関と連携し、年齢や障がいの程度、社会とのかかわり方等、一人一人に応じたきめ細やかな消費者教育を行い、消費生活トラブルや詐欺などの権利侵害を受けることのないよう支援を続けていくことが必要です。

##### <今後の課題>

障がいの程度や種類によって理解の程度が異なるため、啓発チラシなどは障がいのある人全てを対象に作成することが難しく、引き続き実情に応じた消費者教育を推進するとともに、消費者トラブルの早期発見・解決のためにも、関係機関等に対して被害防止に向け最新情報の提供などを行っていく必要があると考えます。

##### <事業の収支>

| 歳入                      | 歳出                                                                                                                                                                         |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 消費者行政推進交付金<br>740,116 円 | 事業経費 740,116 円<br>うち、交付金対象経費 740,116 円<br>(細目)<br>・アンケート委託料 (ア) 291,214 円<br>・印刷委託料 (イ) 167,400 円<br>・印刷製本費 (カ) 84,240 円<br>・学校支援教材購入費 (オ) 171,018 円<br>・啓発等資料作成費 26,244 円 |

##### 《芦屋市のプロフィール》

- ① 人口 96,246 人 (平成 29 年 1 月 1 日現在)
- ② 高齢化率 27.7% (平成 29 年 1 月 1 日現在)

#### IV. 消費者問題の多様化、消費生活のグローバル化、及び障害者の消費者被害防止に対応するための相談体制の整備

##### 27. 【神奈川県川崎市】 土日祝日相談

###### <事業概要>

###### (1) 目的

様々な消費者トラブルの発生や、多様化・複雑化する消費生活相談の増加等への対応力を強化するとともに、相談時間の拡大により相談の機会を増やすことで、「市民が安全に暮らせるまちをつくる」ことを目的とします。

###### (2) 事業概要

土曜日に電話による消費生活相談を新たに開始し、給与生活者を始めとした平日は相談しにくい消費者の利便性の向上を図ります。また、地元で相談を受けられることで、市民にとってより身近で安心出来る体制が整備され、また敏速な助言により消費者被害の拡大防止につながります。

###### <事業実施結果及び事業効果>

###### (1) 事業実施結果

平成28年4月に「川崎市消費生活センター条例」を制定するにあたり、パブリックコメント等を行ったところ、平日の開庁時間以外での相談窓口の整備を望む声があったことから、庁内協議を行った結果、電話による土曜日の消費生活相談を試行的に開始しました。

土曜日の消費生活相談については、祝日・年末年始（12/29～1/3）と施設点検日を除き、午前10時から午後4時まで実施し、年間で延べ49日の開催となりました。

土曜日の消費生活相談に向けた相談体制については、消費生活相談員1名を増員し、ローテーションを組み相談員計3名の体制とし、新規相談用回線2回線、継続相談用回線1回線を使用し行いました。

なお、土曜日の消費生活相談実施に向けて、市ホームページをはじめ、本年度作成した啓発物に印刷し周知（広報）を行いました。

###### (2) 事業効果

###### ①アウトプット

土曜日に電話による消費生活相談を試行的に開始したことで、消費生活相談体制の拡充が図れました。このことにより、休み明けの相談が集中する月曜日の混雑が若干軽減されました。

※土曜日電話相談総件数：663件（苦情642件、問合せ21件）平成29年3月31日時点

※平成28年度消費生活相談総件数：9,138件、平成27年度の8,849件に比べ289件3.3%の増となっている。

また、高齢者等を狙った原野商法の被害者からの相談など緊急を要する消費者相談に対

#### IV. 消費者問題の多様化、消費生活のグローバル化、及び障害者の消費者被害防止に対応するための相談体制の整備

しては、今後の対応について敏速に助言及び情報提供することができ、また、警察との早期の連携を図ることができたことで、被害の拡大防止につながりました。

また、消費生活に関する相談以外の相談も寄せられましたが、生活困窮者相談については、地域のフードバンク等との新たな連携が図れたことにより、問題の解決に至ったケースもあります。

##### ②アウトカム

寄せられた消費生活相談を分析すると、給与生活者で契約者本人からの相談件数の占める割合が多いことから、平日の日中は相談しにくい環境下にある相談者に対し、利便性が向上したものと考えられます。

また、高齢者が美容院でしていた会話を聞いた地域の方が詐欺的被害を懸念し、すぐに土曜日の電話相談へ取り次いだことで消費者トラブルの拡大防止につながった事例もあり、早期相談体制の確立により地域全体での消費者保護の強化を図ることができました。

##### <今後の課題>

実施日によって相談件数にばらつきがあることから、適正な運営に向け、今後も引き続き費用対効果等の分析等を行う必要があります。併せて土曜日電話相談の実施について更なる周知を行い、認知度を高めていく必要があります。

##### <事業の収支>

| 歳入                          | 歳出                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 地方消費者行政推進交付金<br>3,364,529 円 | 事業経費 3,364,529 円<br>うち、交付金対象経費 3,364,529 円<br>(細目)<br>【人件費】<br>・消費生活相談員人件費等<br>(土曜日実施に係る年間増額分)<br>3,065,305 円<br>【事務費】<br>・管理費 20,000 円<br>・消耗品費等 30,000 円<br>【消費税】<br>・消費税相当額 249,224 円<br>合 計 3,364,529 円 |

IV. 消費者問題の多様化、消費生活のグローバル化、及び障害者の消費者被害防止に対応するための相談体制の整備

《川崎市のプロフィール》

- ① 人口 1,474,167 人（平成 29 年 1 月 1 日現在）
- ② 高齢化率 19.5%（平成 29 年 1 月 1 日現在）