

「令和7年度地方消費者行政に関する先進的モデル事業(見守りネットワークの活性化)」

講座 消費生活協力員・協力団体官学連携講座」

騙されない力を、動画でつくる。

一世田谷区×昭和女子大学生 官学連携プロジェクト



昭和女子大学
SHOWA WOMEN'S UNIVERSITY



世田谷区
SETAGAYA CITY

2026年2月7日

昭和女子大学 現代消費生活論ゼミ

報告内容一覧

1. 消費生活協力員・協力団体官学連携講座について
2. 現代消費生活論ゼミ紹介
3. 詐欺注意喚起 Vlog形式の動画
4. 容系注意喚起 動画
5. まとめ

消費生活協力員・協力団体官学連携講座

昭和女子大学 人間社会学部 現代教養学科
現代消費生活論ゼミの目標

世田谷区経済産業部 消費生活課と協働
で、消費者被害防止を目的とした
啓発動画を作成(制作：株式会社フキラボ)
し、消費者被害の未然防止に取り組む。



昭和女子大学
SHOWA WOMEN'S UNIVERSITY



世田谷区
SETAGAYA CITY

昭和女子大学 人間社会学部 現代教養学科

現代消費生活論ゼミ

人と自然を含む環境や人と人との相互作用による「生活の質」と「消費」について、持続可能性や多文化共創の視点から
問題解決的・実践的に捉え考察。



世田谷パン祭り2025

第5期消費者基本計画(令和7~11年度)について

消費者基本計画とは

- 長期的に講ずべき消費者政策の大綱(根拠:消費者基本法第9条)
- 第5期基本計画の計画期間:令和7~11年度(5箇年)
- 決定から3年目を目処に中間点検、取組については不断の見直しを行う

第5期消費者基本計画のポイント

デジタル化・高齢化等により社会情勢が大きく変化する中で、

➤ **消費者が信頼できる公正な取引環境の確保**

- デジタル市場における消費者被害の特定と対策
- SNS等のトラブル被害における警察機関等との連携
- 違法・有害情報等からの消費者利益の擁護 等

➤ **消費者力(気づく力、断る力、相談する力など)の実践**

- 消費者教育の推進
- カスタマーハラスメント対策、食品ロス削減の推進 等

➤ **誰一人取り残されることのない社会の構築**

- 地方消費者行政の充実・強化
- 見守り活動(消費者安全確保地域協議会・アウトリーチ)の推進等

安心・安全で豊かな消費生活の実現 を目指す

【参考】消費者基本計画の策定経緯

- ・ 平成16年 6月 消費者保護基本法 改正
(消費者基本法に改称)
- ・ 平成21年 9月 消費者庁、消費者委員会発足

【第1期基本計画】(平成17~21年度)

【第2期基本計画】(平成22~26年度)

【第5期基本計画】(令和 7~11年度)

第5期消費者基本計画(令和7~11年度) 構成

【第1章 消費生活を取り巻く現状の課題 ~消費者政策のパラダイムシフトの背景~】

1. デジタル技術の飛躍

- (1) 消費生活におけるデジタル技術の浸透
- (2) 消費者の取引環境の急激な変化に伴う環境整備の必要性

2. 消費生活のグローバル化の進展

- (1) 海外事業者との取引の増加
- (2) 訪日外国人旅行者等の消費の拡大

3. 社会構造の変化

- (1) 消費生活に配慮を要する消費者の拡大
- (2) コスト等の適切な価格転嫁に対する理解の醸成

4. より良い社会の実現と国際協調への貢献

- (1) 持続可能でより良い社会の実現
- (2) 事業者と消費者の共創・協働

5. 緊急時における消費行動の変化

社会情勢
・
背景

【第2章 本計画における消費者政策の基本的な方向性と目指すべき姿】

1. 消費者政策の基本的な方向性

- (1) 消費者政策の価値規範に関する考え方の転換
- (2) 消費者法制度の再編・拡充

2. 消費者政策の目指すべき姿

- (1) 消費者が信頼できる公正な取引環境の確保
- (2) 全ての世代における「消費者力」の実践
- (3) 持続可能で包摂的な社会の実現

目指す
べき姿

【第3章 多様な主体が連携して推進する消費者政策】

1. 地方消費者行政の推進

- (1) 人口減少・高齢化、デジタル化に対応した地方消費者行政の方向性
- (2) 消費生活相談体制の充実
- (3) 地方における見守り活動
- (4) 地域社会における消費者教育推進の拠点
- (5) 地方消費者行政予算の拡充の促進と国の支援の充実

2. 事業者の責務と期待

- (1) 事業者の責務
- (2) 事業者の自主的な取組に対する期待

3. 消費者への期待

- (1) 消費者への期待
- (2) 消費者団体への期待

4. 行政、消費者及び事業者の連携による持続可能な社会の実現

- 持続的な社会の実現に資する商品・サービスの提供・購買・広報

主体間の
連携

【第4章 消費者政策における基本的な施策】

1. 消費生活を取り巻く現状の課題への対応

- (1) デジタル技術の飛躍への対応
- (2) 消費生活のグローバル化の進展への対応
- (3) 社会構造の変化への対応
- (4) より良い社会の実現と国際協調への貢献への対応
- (5) 緊急時における消費行動の変化への対応

2. 消費者の安全及び自主かつ合理的な選択の機会の確保

- (1) 消費者の安全の確保
- (2) 消費者の自主かつ合理的な選択の機会の確保
- (3) 消費者被害の防止及び救済

3. 消費者政策推進のための関係部局間の連携

基本的な
施策



動画① 詐欺注意喚起Vlog

目的

世田谷区内の住民に向けて、身近に起きている詐欺被害への注意喚起を行うこと。

背景

宅配業者を装ったフィッシング詐欺の被害が多発している。
詐欺は「自分は大丈夫」と思っている層ほど被害に遭いやすい。

この動画で一番伝えたいこと

「その連絡、本当に大丈夫？一度立ち止まろう」

ターゲット

主な視聴層

世田谷区在住・在学・在勤者

想定重点層

大学生・若年層（SNS利用者）

高齢者（家族と一緒に視聴される想定も含む）

視聴シーン

SNSでの流し見

区のWebサイトやイベントでの上映

期待する行動

怪しい連絡を疑う・家族や周囲に相談する・公式窓口を確認する
(世田谷区消費生活センター消費生活相談専用電話 03-3410-6522)



動画の概要

動画の種類

実写Vlog（女子大生の1日）

- ・従来の注意喚起では届きにくいため、
学生の視点で短く・わかりやすい動画表現を用いる。

想定尺

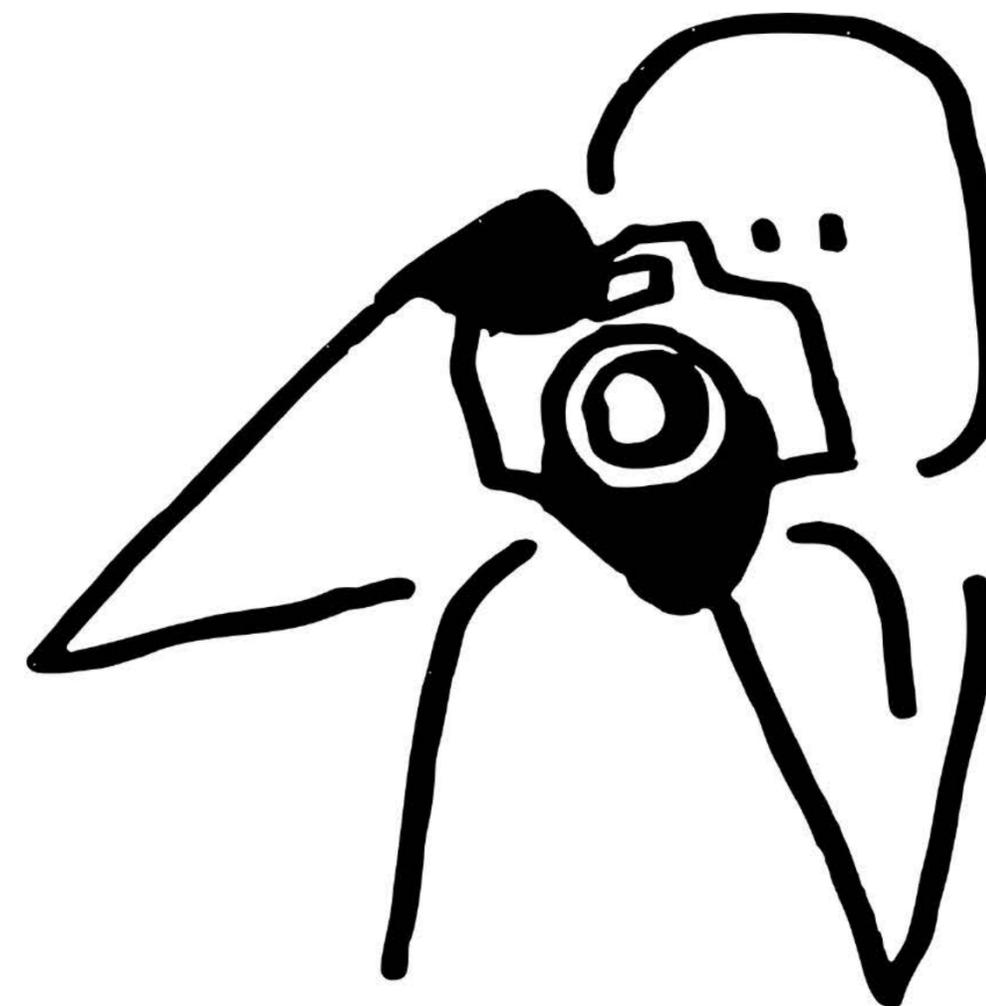
長くて1分程度

使用媒体

区Webサイト掲載

画角

縦（9：16）メイン



動画作成の様子



動画② 美容系注意喚起

動画の目的

若年層に向けた注意喚起を行う。

背景

TikTokの広告で、多くの脱毛広告が流れている。

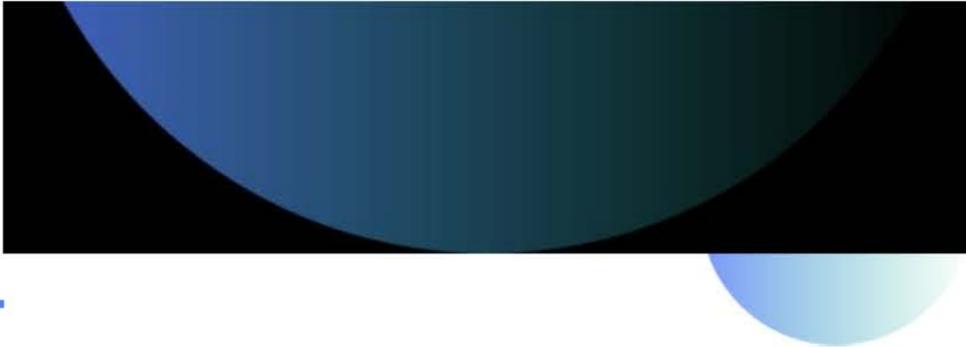
若年層の美容意識は高まっているが、不確かな情報が目につく機会が多い。

整形や脱毛が手軽になっていることから、詐欺被害に遭う確率は高まっている。

実際に知人から、カウンセリングの後にすぐに施術を勧められた経験を聞いた。

**この動画で1番伝えたいこと
「上手い話には裏がある」**

ターゲット



主な視聴者

若年層（区民）

想定重点層

大学生・若年層（SNS利用者）

視聴シーン

区のWebサイトへの掲載、区のイベントで上映

期待する行動

SNSで掲載されているダークパターンへの警戒、公式窓口の確認、周囲の人への認知

動画の概要

動画の種類

紙芝居 (検討中)

想定尺

30秒~1分程度

使用媒体

YouTube、公式HP (世田谷区・消費者庁?)

昭和女子大のHP

画角

横型 (可能であれば縦型が望ましい)



昭和女子大学公式チャンネル ←昭和女子大学公式
YouTube

@swu_official

チャンネル登録者数 2660人・238本の動画

昭和女子大学公式チャンネルです。...さらに表示

swu.ac.jp、他3件のリンク

昭和女子大 TV

Show a Prof. (教員紹介) 学生project Mariko's New Step

始めました。昭和女子大TVやキャンパスの今を発信します。



【内定】パイ
断力と行動力
女子大生の就

【ゲーム会社内定】希望の出版
事業で挑戦を/昭和女子大生の
就活術

難しい「金利」
すく理解する

←昭和女子大TV

まとめ

- 啓発動画は2026年3月中に完成予定
- 完成後、今後の検討として、
年代別【若年層・働く世代（壮年期を含む） ・ 高齢者層】
の効果を検証する方法を検討。

検討案：

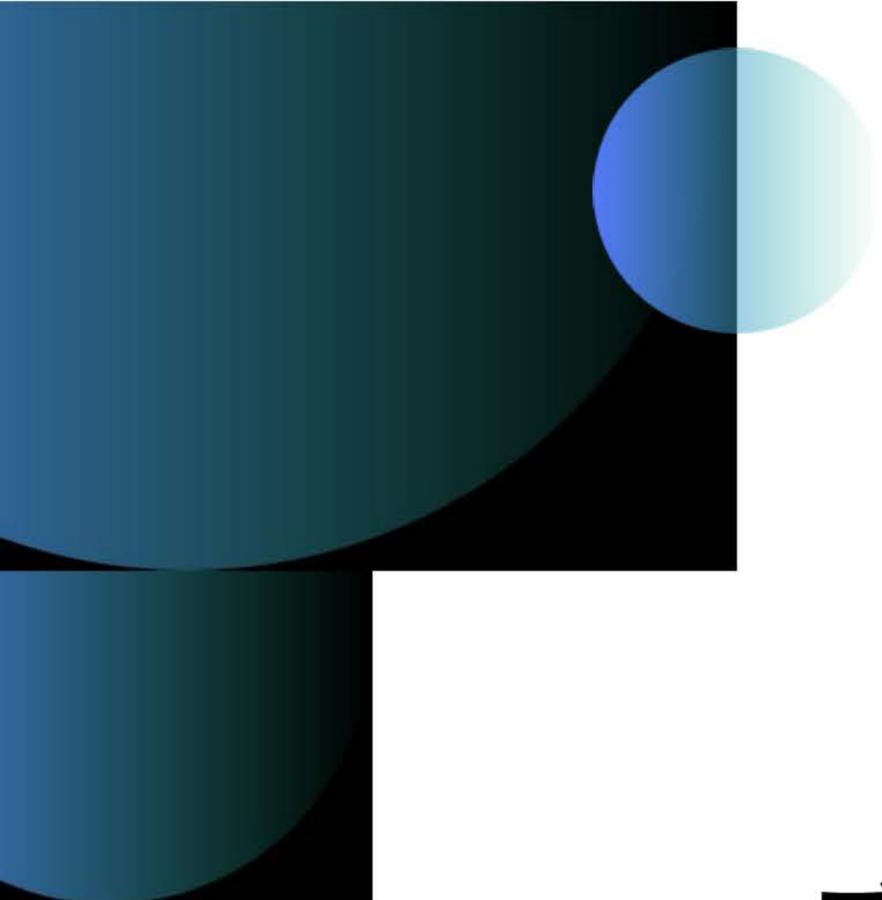
視聴後のアンケートを通じて理解度、行動意図の変化

（視聴者が「今後どのように行動しようと思うか」がどう変わったか）

を調査し、消費者被害防止への有効性を分析・検討。

その結果を踏まえ、より効果的な消費者啓発手法の検討・改善につなげる。

→成果を社会で使われる形にする、社会実装を目指す。



ご清聴ありがとうございました。

昭和女子大学 現代消費生活論ゼミ

