

岐阜県における 消費者被害の未然防止を考える

平成23年1月19日
岐阜県政策研究会
研究員：山下靖代（総合政策課）



このレポートの内容や意見は、担当した岐阜県政策研究会研究員個人として考えられる可能性を示したものであり、必ずしも岐阜県の公式な見解を表すものではありません。

本レポートの構成

序 なぜこのテーマなのか P3~4

1. 岐阜県消費者問題の現状 P5~18

- ・消費生活相談の傾向、内容と分析

2. 県内消費者行政の現状と課題 P19~41

- ・消費生活相談対応と消費者啓発の状況と問題点

3. 課題への対応策 ~5つの提案~ P42~60

- ・ライフステージに応じた消費者教育・啓発機会の創出
- ・啓発講座内容の工夫
- ・啓発の担い手の育成
- ・多様な主体との連携
- ・相談と啓発を両立した組織

4. 総括 P61~63



減少しない消費者トラブル、自己責任？

- 2009年9月、消費者庁設置
各都道府県に「消費者行政活性化基金」造成
- 相談窓口の新設・拡充、相談員の育成が進む



しかし…

- 消費者トラブルは相変わらず減少していない



湧いてくる疑問や意見

- トラブルが減少しない原因があるのでは？
- これ以上行政の介入を充実する必要があるのか？
そもそも「消費者トラブル」は私的な問題なのでは？

なぜこのテーマなのか

消費者問題は すべての人にかかわる重要課題

消費者施策の推進は 法に定める県の責務

1. 消費者基本法

- 国の施策に準じ、地域の社会的・経済的状況に応じた消費者施策を推進

2. 消費者安全法

- 消費者安全確保に関する施策の推進
- 消費生活センター等の窓口の設置

消費者と事業者交渉力、情報力などの格差

県では…

岐阜県消費生活条例

岐阜県消費者施策推進指針
毎年度更新

消費者被害の救済と未然防止

私の側面

公の側面

県民一人ひとりの
消費生活の充実

県民生活の
安全・安心の確保

県経済の活性化

健全な事業者活動の支援
公正な競争の促進

県内総生産の
約半分は
県民の消費支出

私の側面

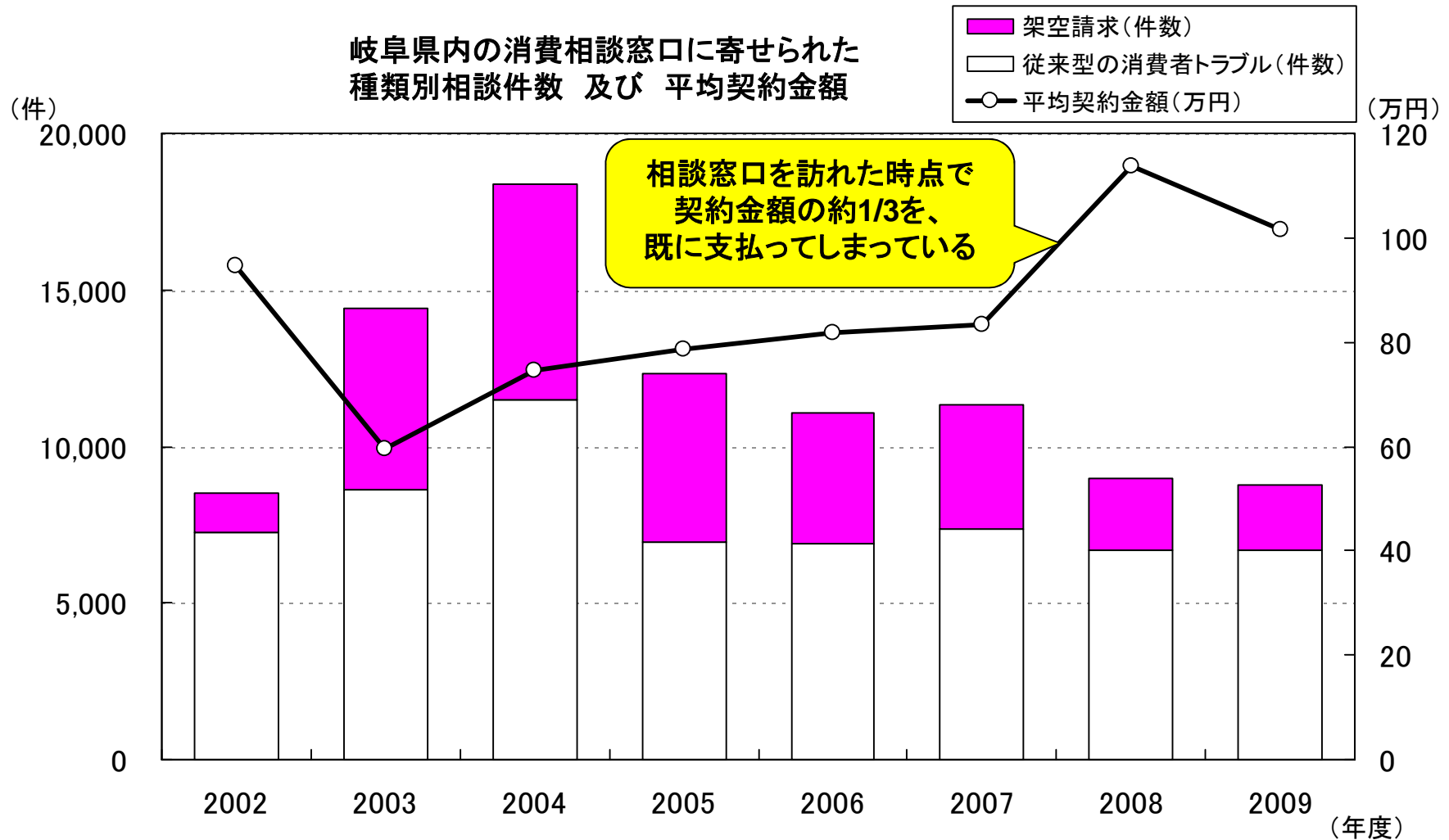
公の側面

悪質事業者の排除

1. 岐阜県の消費者問題の現状



架空請求は減少するも 従来型の消費者トラブルは、横ばいが続く

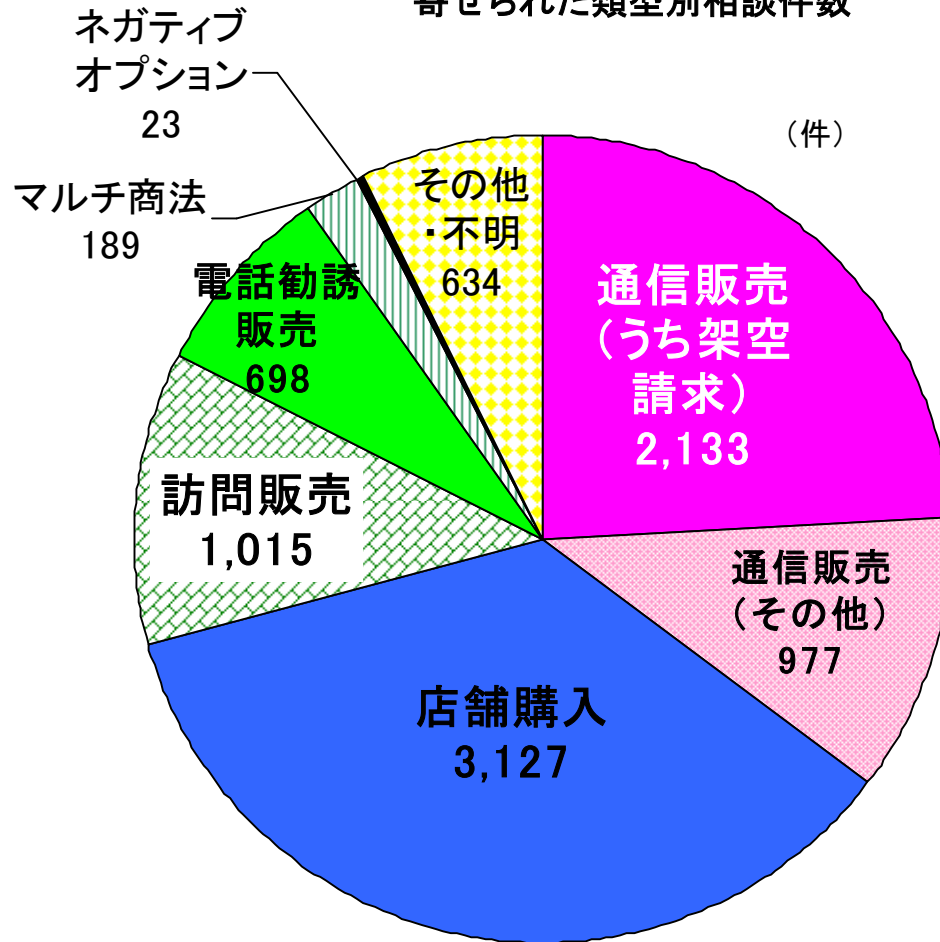


相談窓口を訪れた時点で
契約金額の約1/3を、
既に支払ってしまっている

※ここでいう「従来型の消費者トラブル」とは、架空請求以外の相談を指す。

消費者トラブルの4大類型は 通信販売、店舗購入、訪問販売、電話勧誘販売

2009年度 岐阜県内の消費相談窓口
寄せられた類型別相談件数

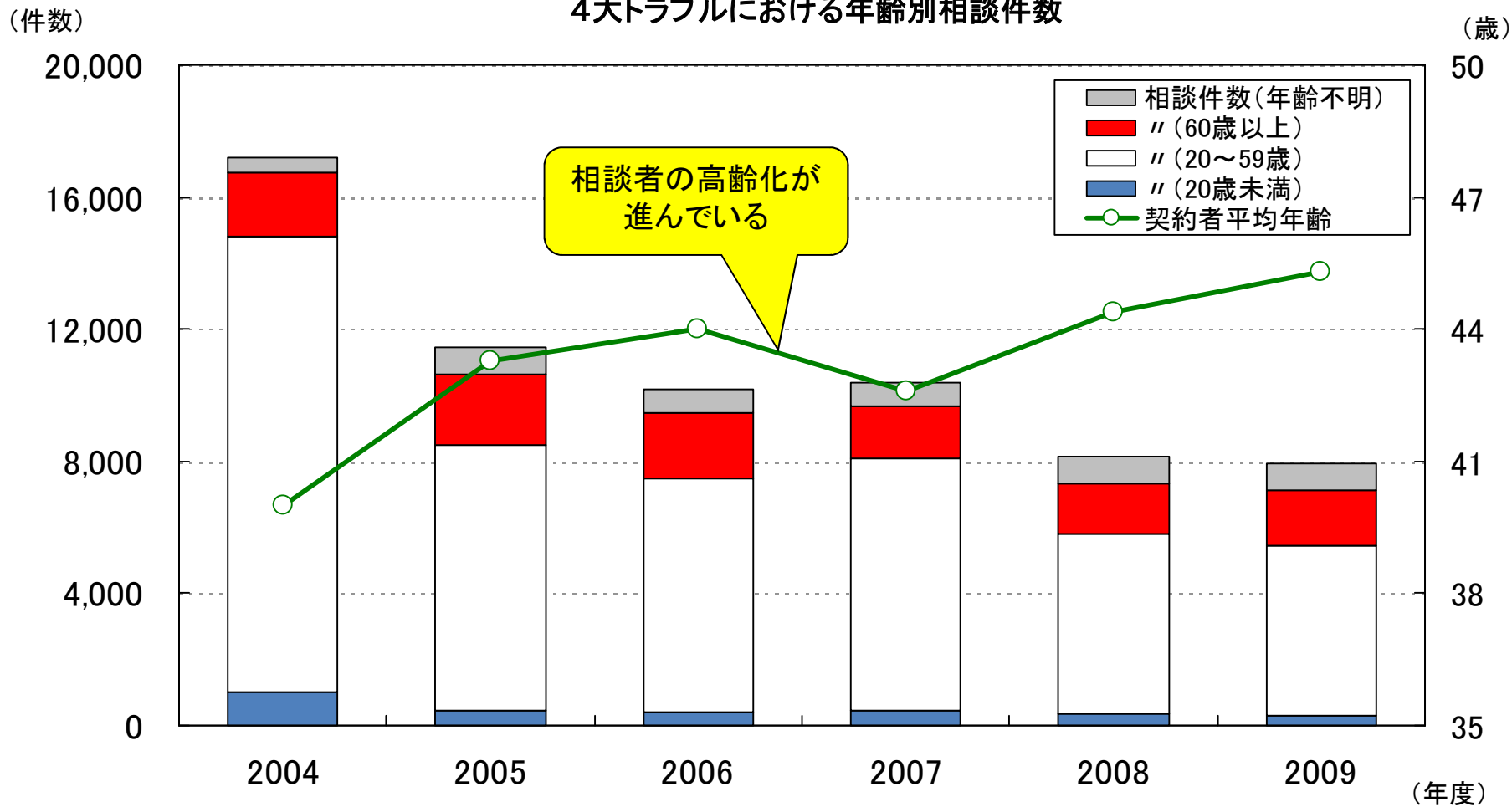


岐阜県県民生活相談センターの相談受付風景

現状分析

相談件数は減っているが 当事者の高齢化が進んでいる

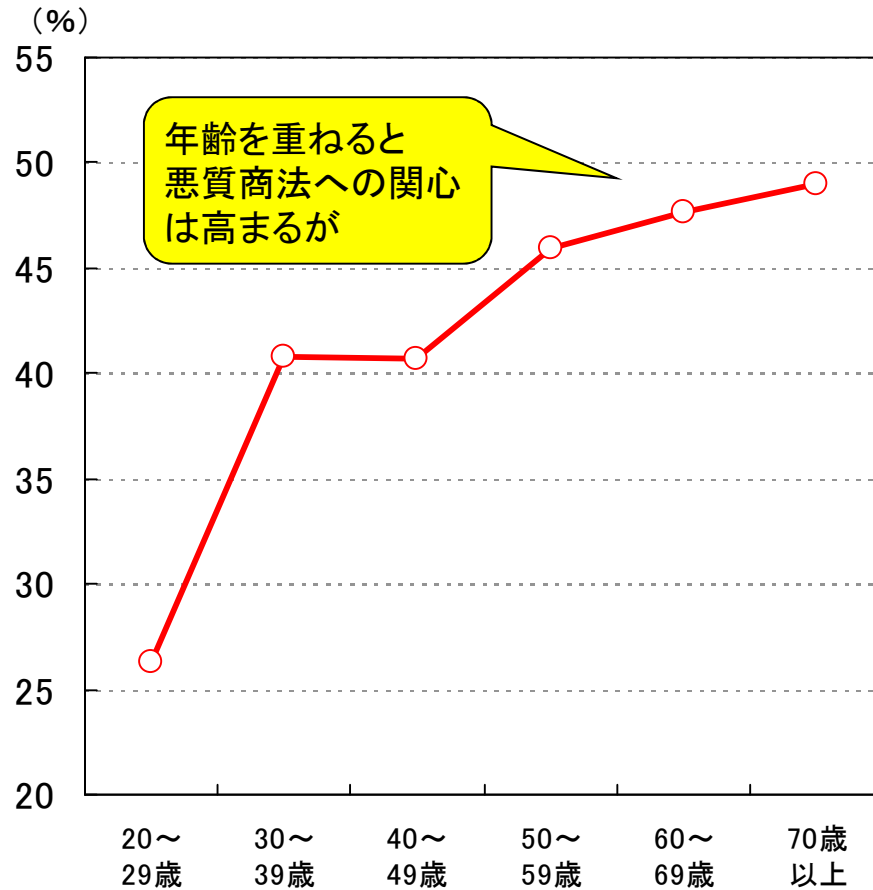
岐阜県内消費生活相談窓口の
4大トラブルにおける年齢別相談件数



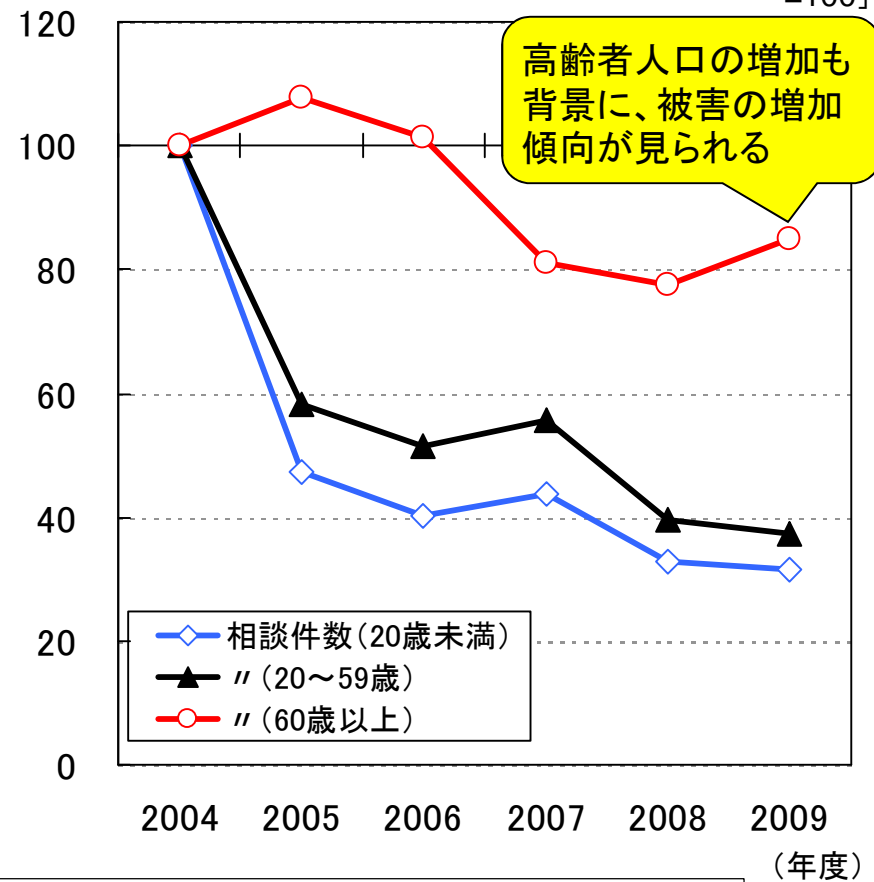
現状分析

消費者トラブルに関心があるのについで引っかかってしまう高齢者

悪質商法に関心があると答えた割合
(全国・2007年)

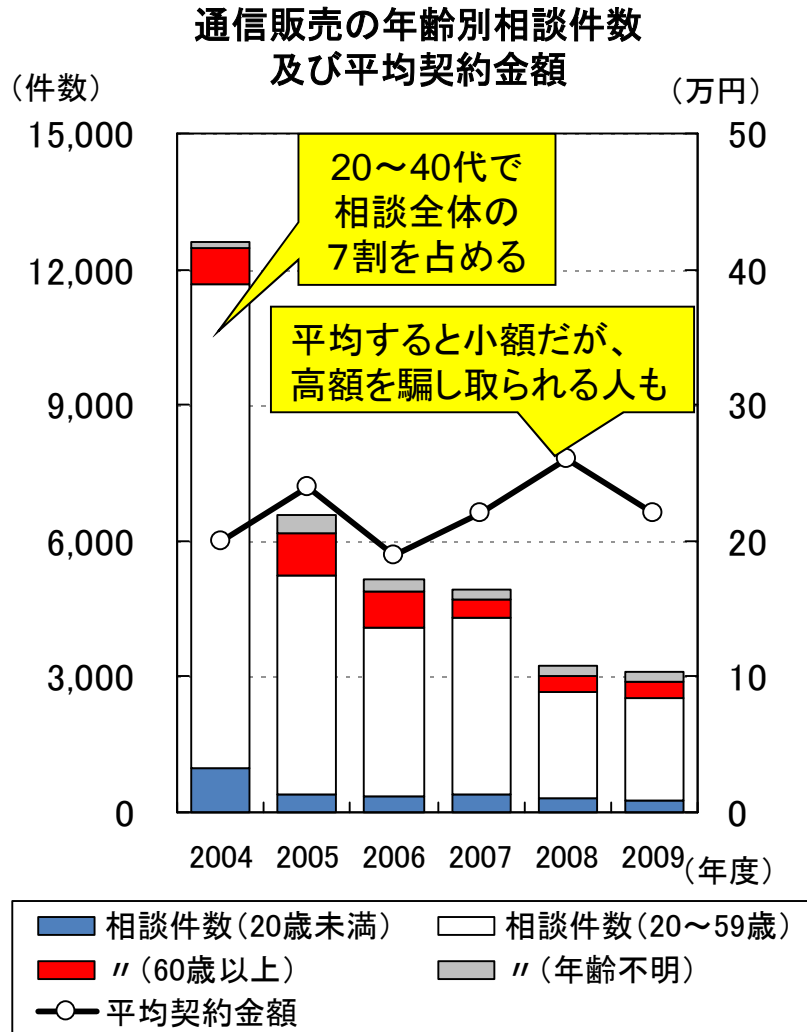


岐阜県内消費生活相談窓口の
4大トラブルにおける年齢別相談件数
(指数ベース) [2004年度=100]



内閣府「消費者行政の推進に関する世論調査」(2008)、岐阜県県民生活相談センター資料をもとに作成

通信販売 有料サイト料名目で引っかける



相談者：西濃圏域の10歳代女性
有料サイト名目の架空請求(約3万円)

「完全無料」と書かれた携帯小説サイトをクリック、年齢等を入力したら「登録」され約3万円請求された。その後何度も高額な請求がつづく。とても怖い。

架空請求は、相手にしない

罠を多く仕掛け、引っかかる人を探す

通信販売トラブル トップ3

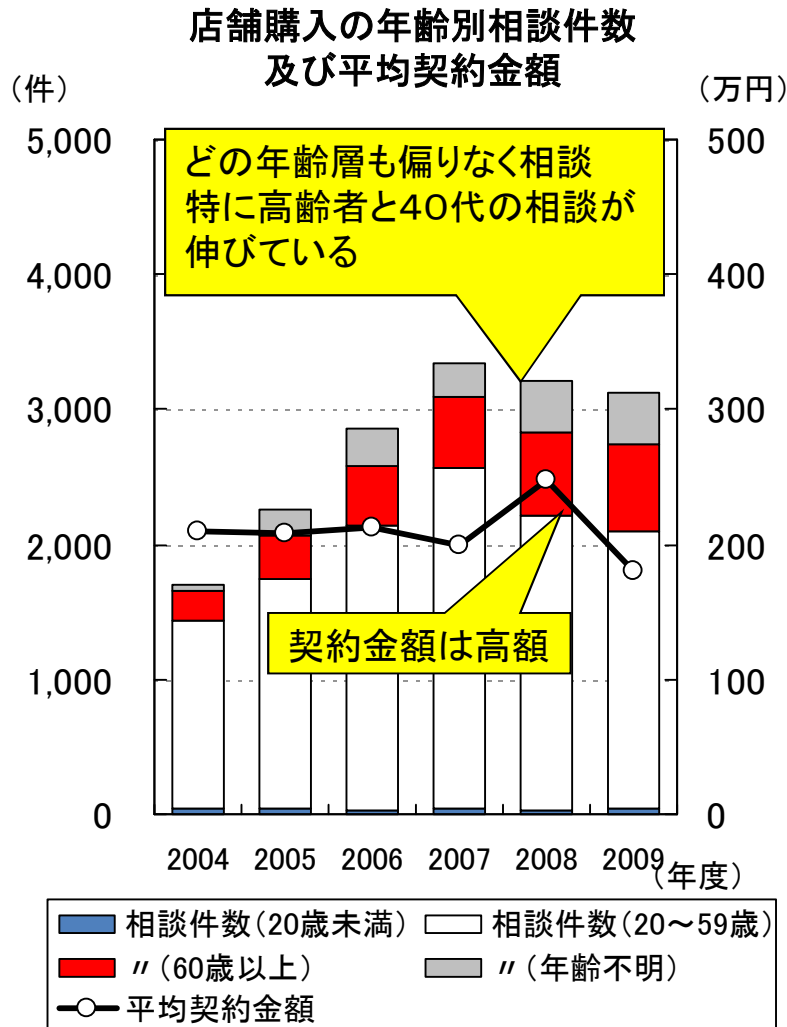
2009年度	2008年度	2007年度
有料情報サイト架空請求	有料情報サイト架空請求	有料情報サイト架空請求
ハガキ・封書の架空請求	ハガキ・封書の架空請求	ハガキ・封書の架空請求
海外宝くじ パチンコ、競馬情報	貸します詐欺	貸します詐欺

経済・雇用情勢の不安
(手口)
「海外宝くじに当選。権利確保金が必要」「必ず儲かるギャンブル攻略法を伝授する。先に保証金が必要」とだまし取る

多重債務問題深刻。対策進む
2006年改正貸金業法成立
(手口)
金銭的に困っている人に「金を貸す」ともちかけ「先に保証金が必要」とだまし取る

店舗購入

自ら出かけ、トラブルに陥る



相談者：西濃圏域の40歳代女性
サラ金からの借入れ(約355万円)

生活苦のためサラ金で50万円借金。
その後、返済のため借金を重ね、6社
総額355万円になり、5社は完済。
10年以上返済を続けたサラ金もある。
過払い金返還請求はできるか。

丁寧に聞き取り調査を実施後、専門家
に引き継ぐ。この事例の場合、過払い金
がある可能性が高い。

消費者金融に関する相談が多い

店舗販売トラブル トップ3

2009年度	2008年度	2007年度
消費者金融・多重債務	消費者金融・ヤミ金	消費者金融・ヤミ金
中古車	賃貸アパート	賃貸アパート
賃貸アパート	エステティックサロン	中古車

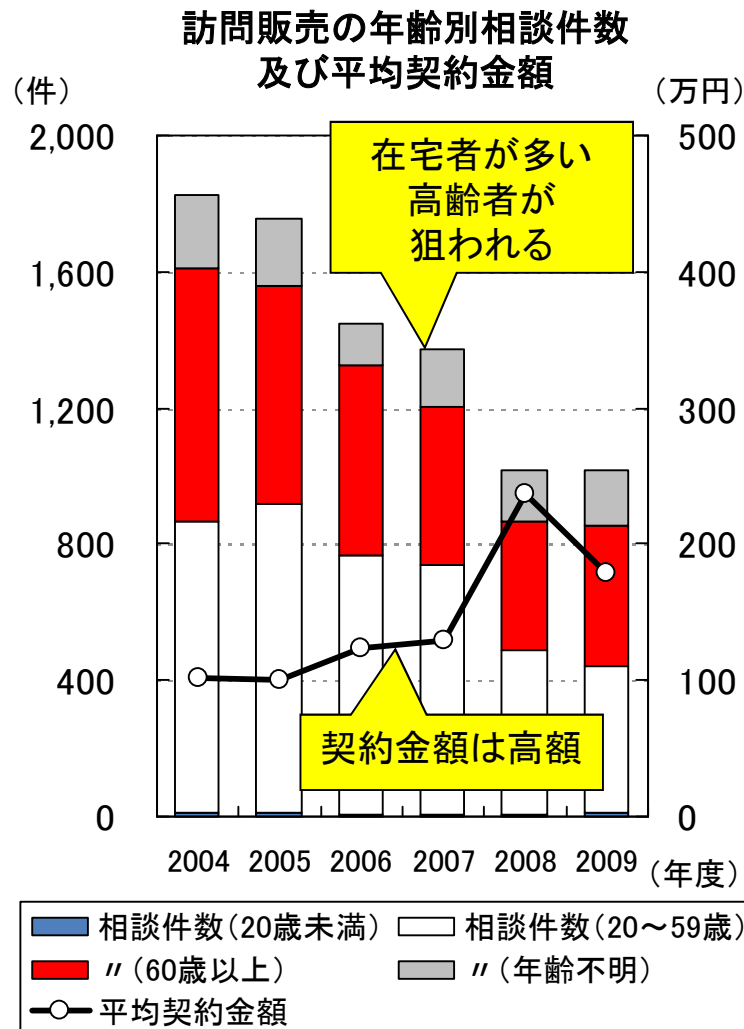
中古車にはクーリング・オフが適用されない。
賃貸アパートは退去時のトラブルが多発。

全体の約1/4は消費者金融に関する
相談が占めている。

2010年6月貸金業法完全施行により、法定利息引き下げ。
相談現場には、過払い金返還を望めない相談者が増えつつある。

訪問販売

「ピンポン」とやって来る



相談者：西濃圏域の60歳代男性
電気給水器(約200万円)

「電気給湯器やIHクッキングヒーターに
すれば、電気代が割安になる」と午後5
時から3時間勧誘され、契約。
しかし、高額で省エネ効果も疑問なの
で解約したい。

クーリング・オフ(契約の無条件解除)で
無事に解約。被害額ゼロ。

新しい制度や、経済情勢を研究

訪問販売トラブル トップ3

2009年度	2008年度	2007年度
太陽光発電・電気温水器	太陽光発電・電気温水器	ふとん
住宅リフォーム	ふとん	家庭教師
ふとん	住宅リフォーム	自宅学習用補助教材

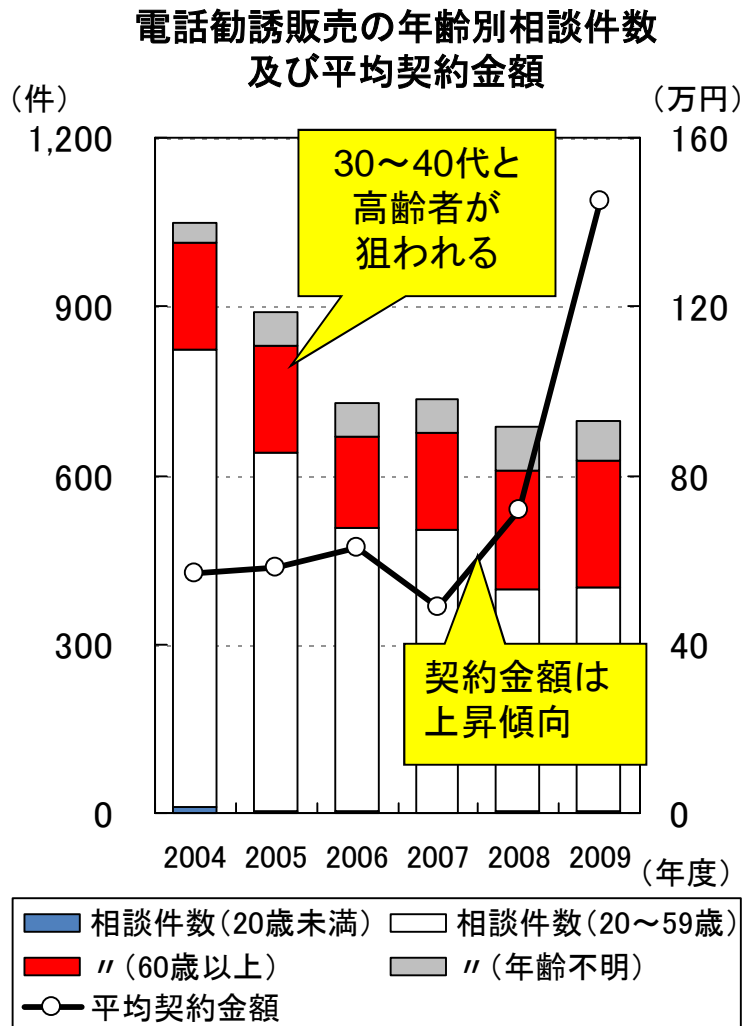
太陽光発電の「余剰電力買取制度」

住宅エコポイント(エコリフォーム)

2006年から「ゆとり教育」世代の
大学進学
有効求人倍率の低下始まり

既存住宅用火災警報器の設置＝2011年6月までにすべての市町村で義務化。
全国的には最近、警報器の訪問販売トラブルが増加傾向との報告も。

電話勧誘販売 「トウルルル」と突然かかる



相談者：飛騨圏域の30歳代男性
マンション経営(約1700万円)

会社への電話でマンション経営を勧誘され、断り切れず休日に販売員と面会。市内のホテルで8時から6時間説明され根負けして契約。手付金も払ったが、高額で恐ろしくなった。解約したい。

クーリング・オフ(契約の無条件解除)で解約し、既払金も取り戻した。

不安をあおったり、時事ネタを駆使

電話勧誘販売トラブル トップ3

2009年度	2008年度	2007年度
マンション経営	資格取得講座	資格取得講座
資格取得講座	皇室関連書籍	皇室関連書籍
未公開株	マンション経営	資格教材

株価の低迷、円高

リーマンショック・経済危機

天皇陛下即位20年

有効求人倍率の低下始まり
非正規労働者比率の増加

ここまでのまとめ 1

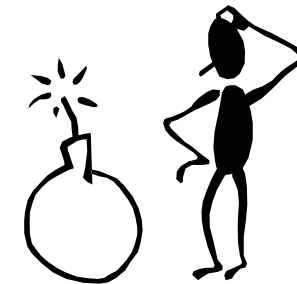
- 架空請求の沈静化で、消費者トラブルは減少
- しかし「従来型トラブル」は減っていない。
- 契約金額、既払金額も近年増加傾向。
- 現役世代以下が契約当事者の相談は減少するも、高齢者の相談は増加傾向。
- 消費者トラブルは、社会経済情勢に応じ変化する。



誰もが被害者になる可能性

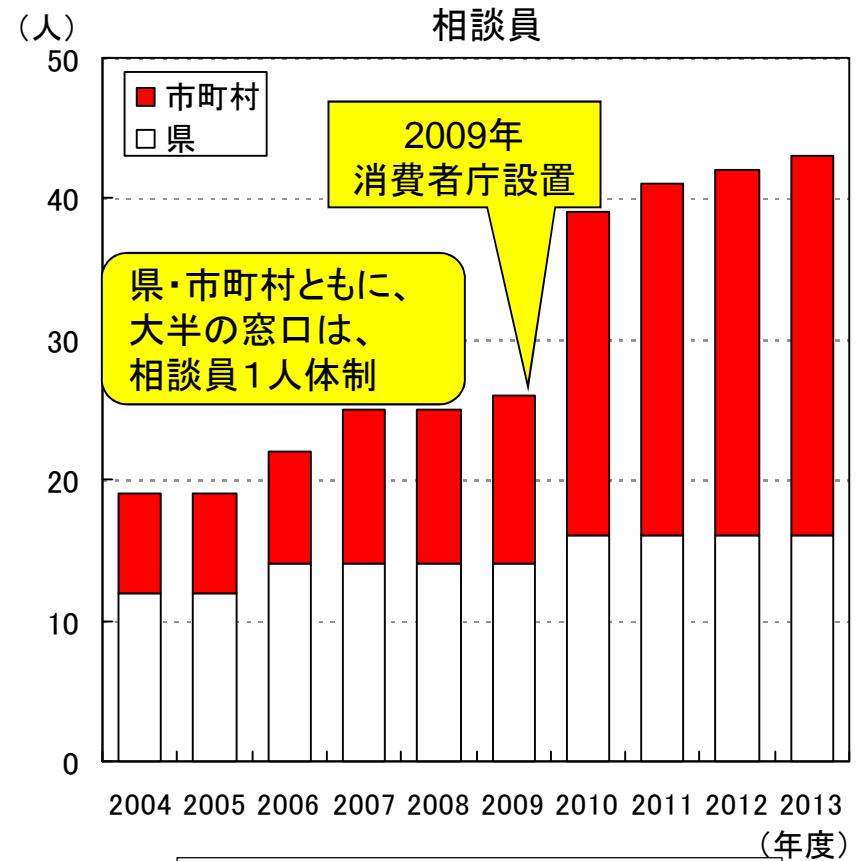
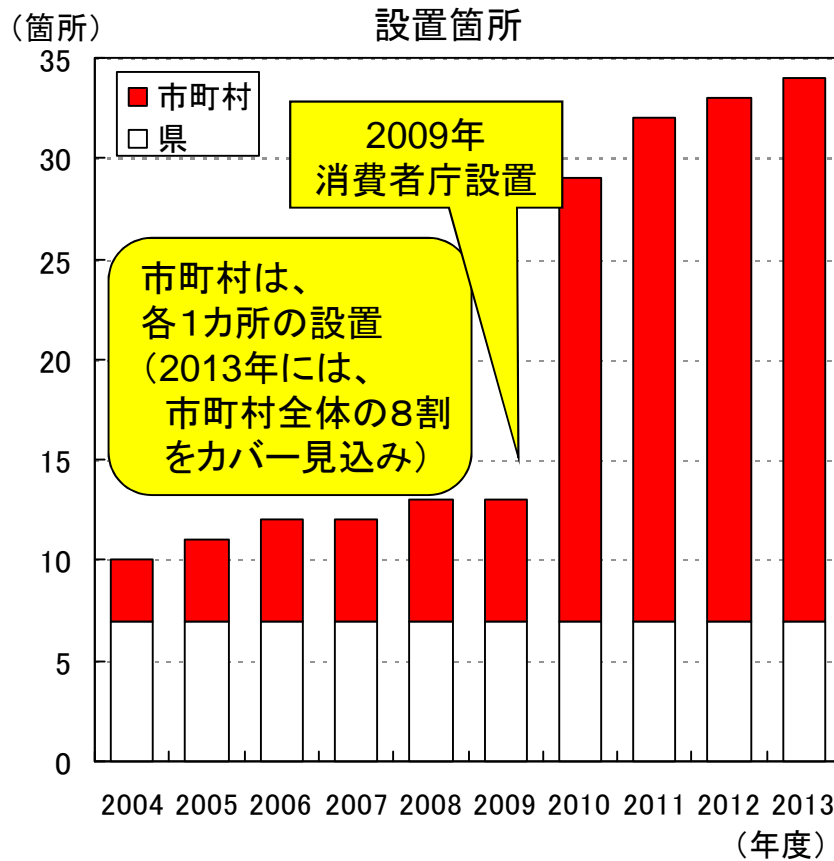


2 県内消費者行政の現状と課題



消費者庁設置を機に 県内の消費生活相談窓口も充実

岐阜県内の消費生活相談窓口の
設置箇所数及び相談員数



相談体制の充実は 新たな相談の発掘につながる

相談件数と勤務時間の関係を見てみると、相談員の勤務人員が多い窓口と消費者相談の受付件数に正の相関が見られる。

(内閣府「平成20年版国民生活白書」より抜粋)

＜具体例＞阿蘇市(熊本県)

住民の相談状況の変化

- ・H16年度:市相談窓口17件、県消費生活センター320件(計337件)
- ・H17年度:市相談窓口_{に消費生活相談員配置}
- ・H19年度:市相談窓口495件、県消費生活センター205件(計700件)

市の相談窓口充実の結果、県の窓口から活用がシフト。

市と県の合計相談件数も増加。

市の相談窓口充実により市民の相談が掘り起こされたことを示唆。

(消費者庁「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」より作成)

相談事例の積み重ねは 悪質事業者の排除につながる

処分の年月	事業者の業態
2010年10月	美容矯正等の整体
2009年9月	磁器ふとん等の催眠商法(※)
2009年7月	床下リフォームの訪問販売
2008年11月	味噌の訪問販売
2008年2月	換気扇フィルターの訪問販売
2007年10月	家庭教師派遣、教材販売
2007年8月	床下リフォームの訪問販売
2007年1月	印鑑・表札の訪問販売

他県と連携して行政処分。
警察への刑事告発、逮捕

こんな勧誘は**違法行為**！

○勧誘目的を隠す

- ・「家の周りを見せてほしい」と言って訪問する。

○迷惑な勧誘

- ・「必要ない」と断っているのに、勝手に床下に入って点検、長時間しつこく勧誘したり、強い態度で高額な支払いを迫る。
- ・注文していないのに、強引に薬剤をまいたり、調湿シートを敷く。

○不実(ウソ)を告げる

- ・「床下が湿気って、このままでは家が倒れる」等と脅す。

○迷惑な解除妨害

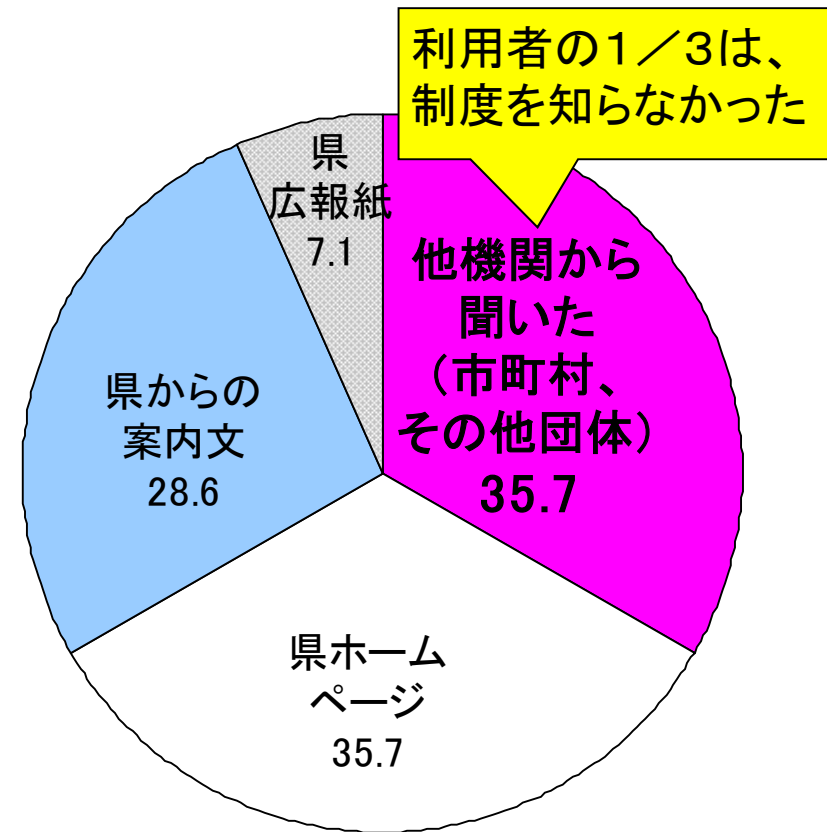
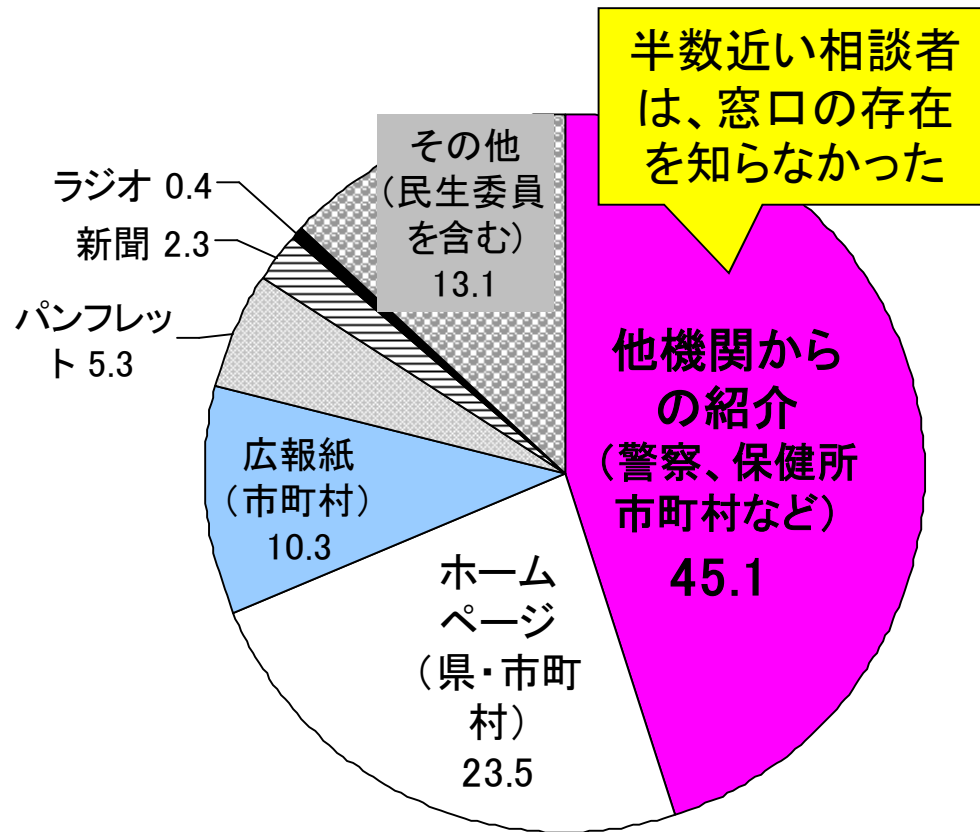
- ・「クーリング・オフは絶対できない」と強調したり、クーリング・オフした消費者を責め立てる。

(※)催眠商法・・・空き店舗などに人を集め、挙手した人に無料・廉価で商品を配布。雰囲気にならされて高額な商品売りつける悪質商法

しかし、消費生活相談窓口は 必要な人に知られていない

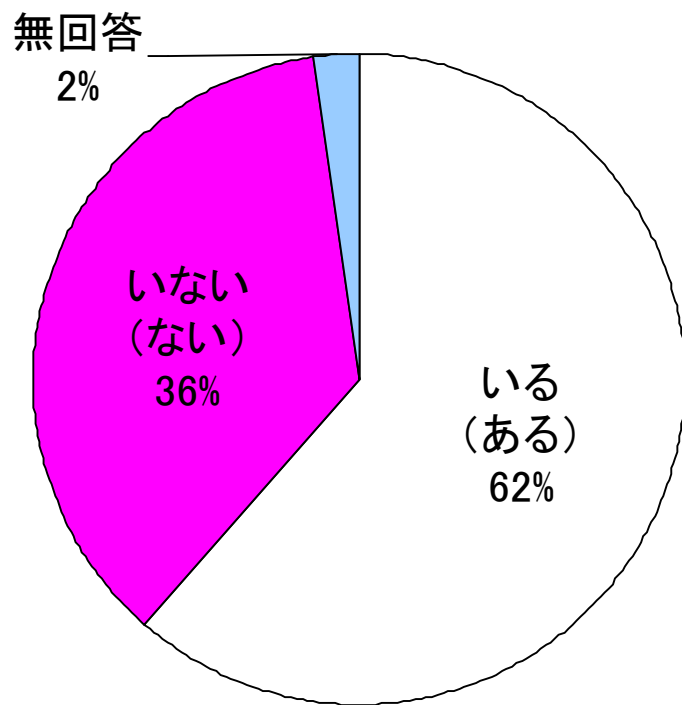
県の消費生活相談窓口を知った経緯(2010年9~11月)

県職員出前トークを知った経緯(2009年)

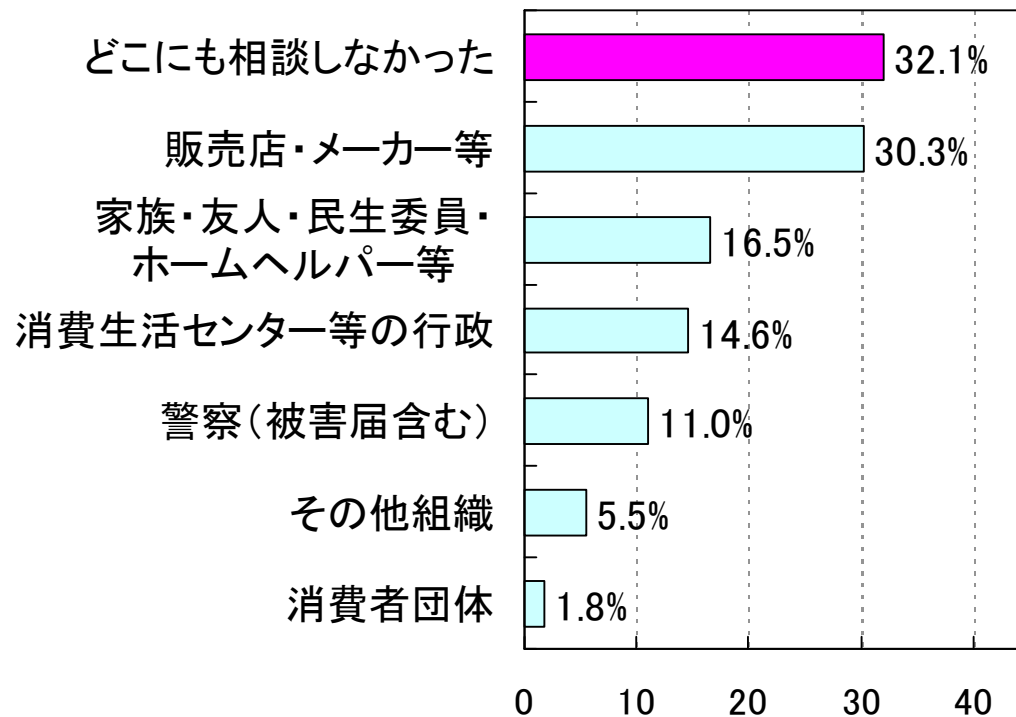


トラブルに巻き込まれた時に 相談できない人も多い

身近に相談できる人、相談する場所があるか
(岐阜県・2009年)

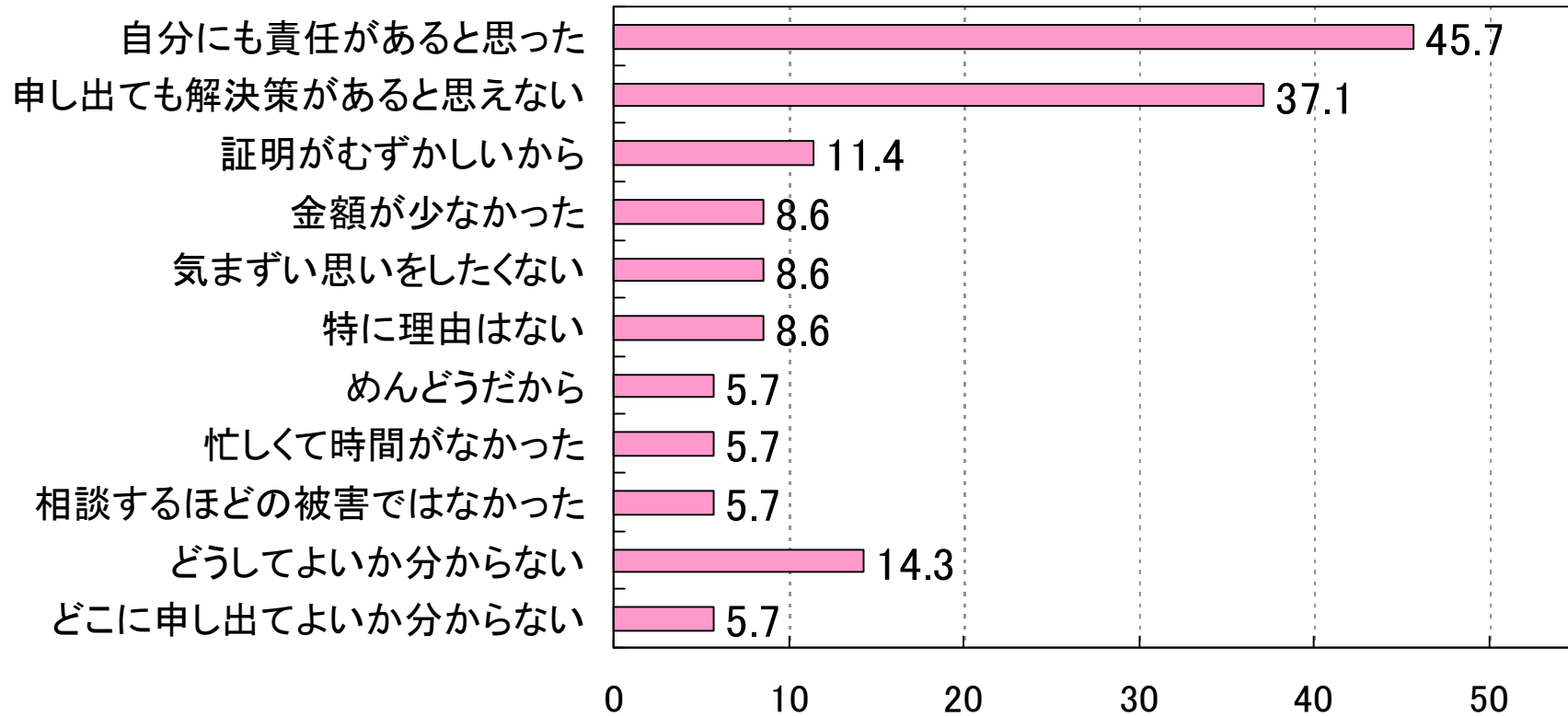


(購入した商品や利用したサービスで
被害を受けた人について)
どこかに相談したり伝えたりしたか【複数回答】
(全国・2007年)



消費者トラブルは自己責任 相談しても解決しない、と考える人も

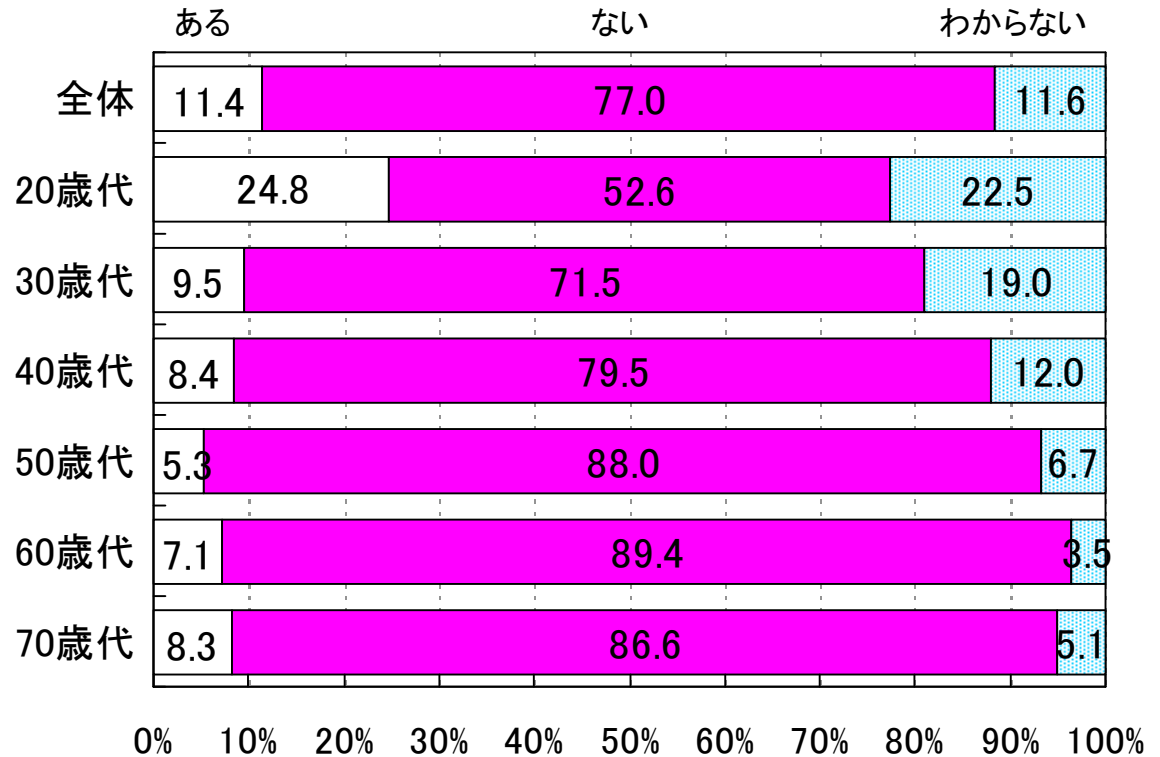
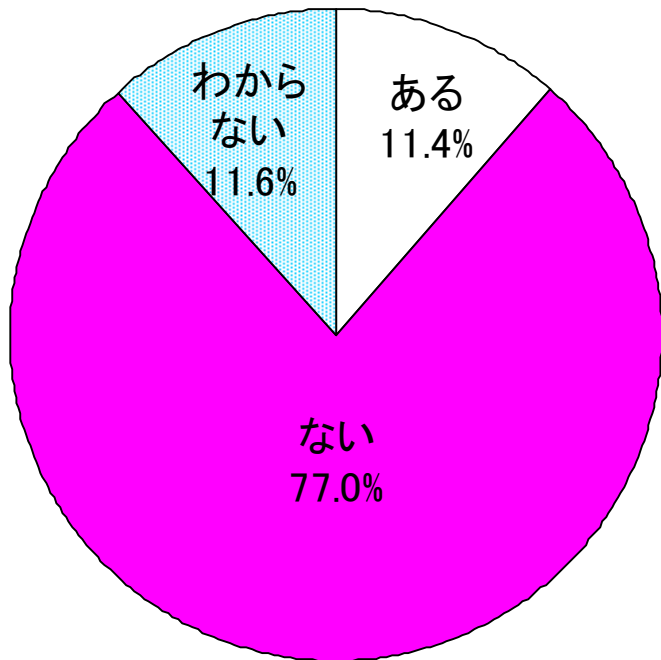
(購入した商品や利用したサービスで被害を受けた人について)
苦情をどこにも相談しなかったり、伝えなかった理由
(全国・2007年)



消費者トラブルの解決方法を学ぶ 消費者教育・啓発が必要

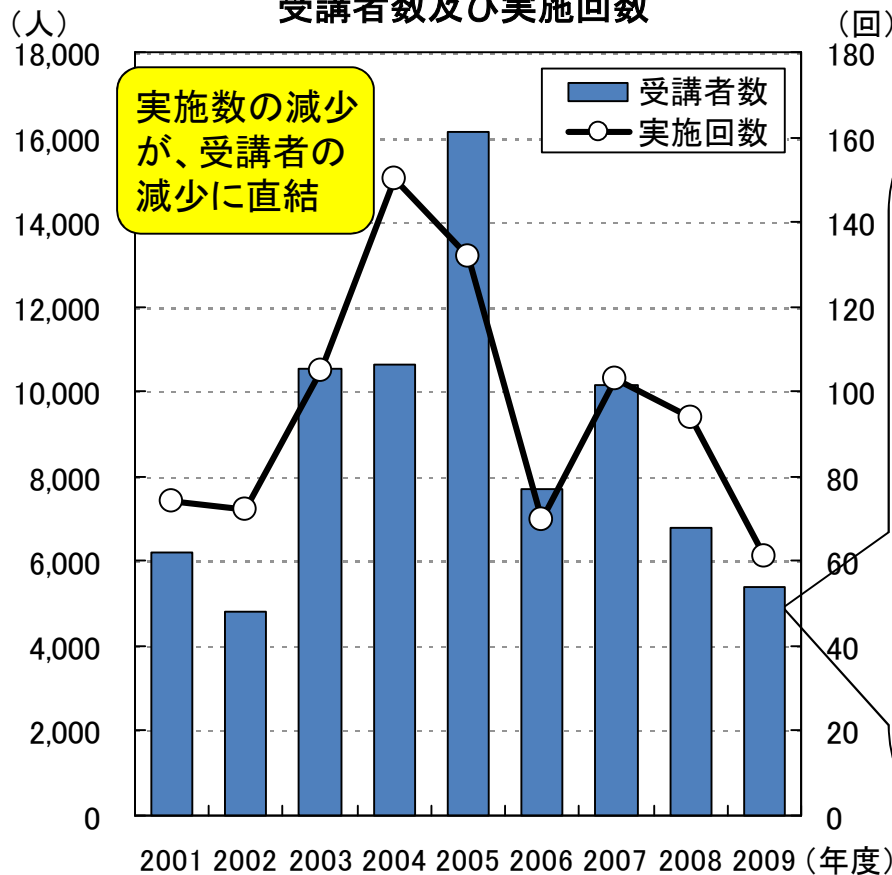
そもそもトラブルに
陥らないために

消費者教育を受けたことがあるか(全国・2007年)

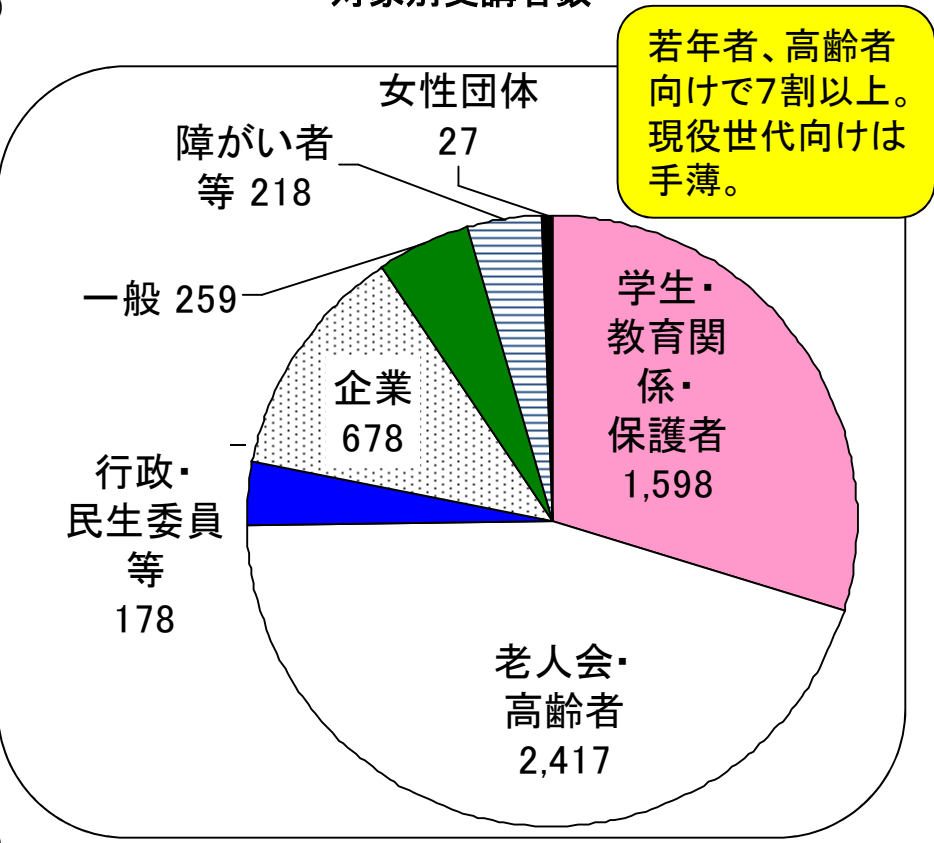


県の消費者啓発の主力手段 「消費生活出前講座」は減少傾向

県消費生活出前講座の
受講者数及び実施回数

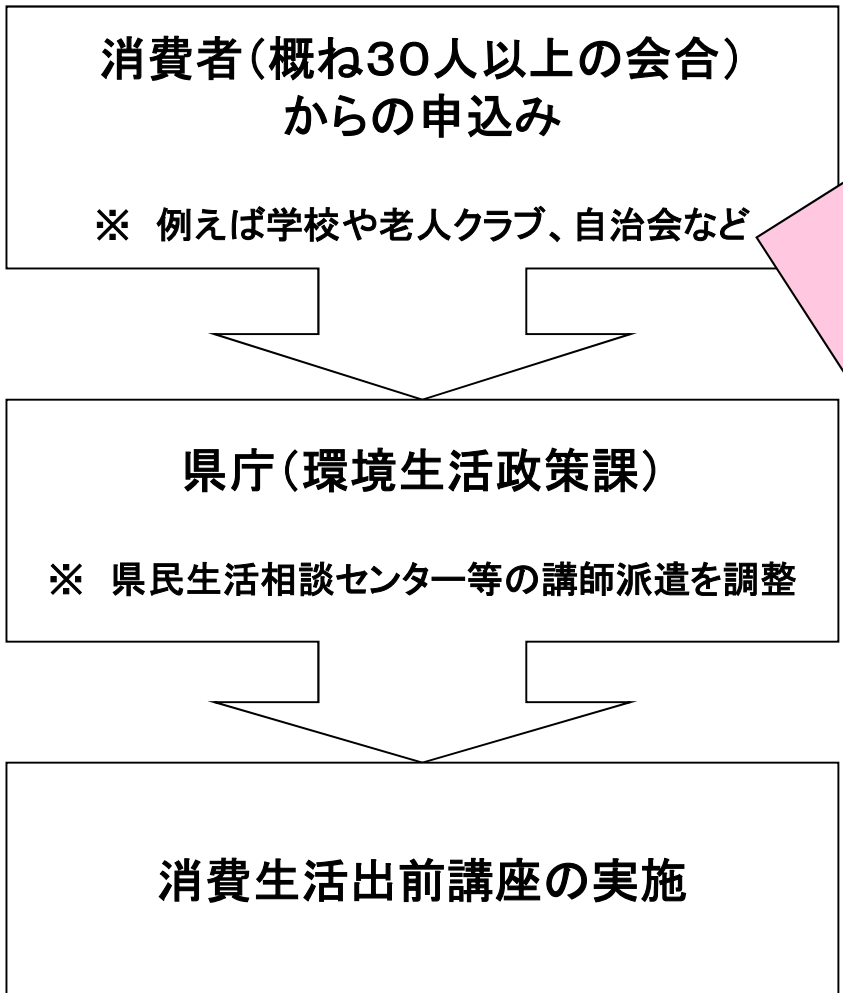


2009年度 県消費生活出前講座の
対象別受講者数

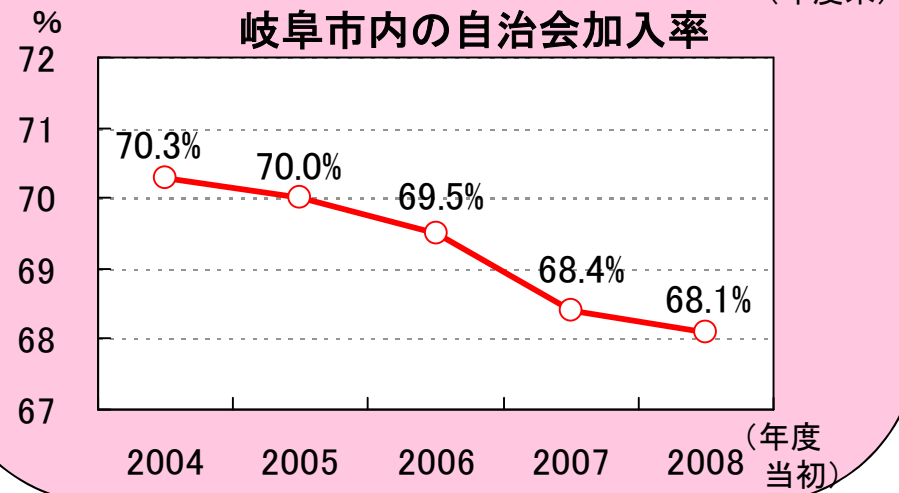
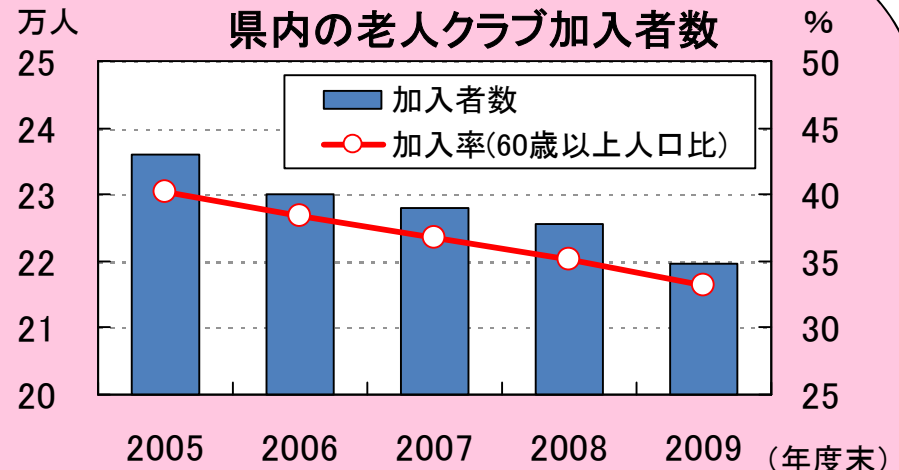


消費者啓発の課題

従来の方法では情報が行き渡らない



主要な講座申込層が先細り



しかし、出前講座は効果的な手段 ～事例に基づく話や「体験型」が好評～

消費生活出前講座 受講者評価

100%が
肯定的評価

否定的評価
0%

肯定的・改善
点指摘あり
7%

肯定的評価
93%

- ・もっと多くの事例を教えてほしい
- ・質疑応答、受講者との情報交換の時間があるとよい
- ・高齢者を見守る立場の人に対する具体的な助言がほしい
- ・申込みを待つだけでなく、積極的にかける姿勢があるとよい

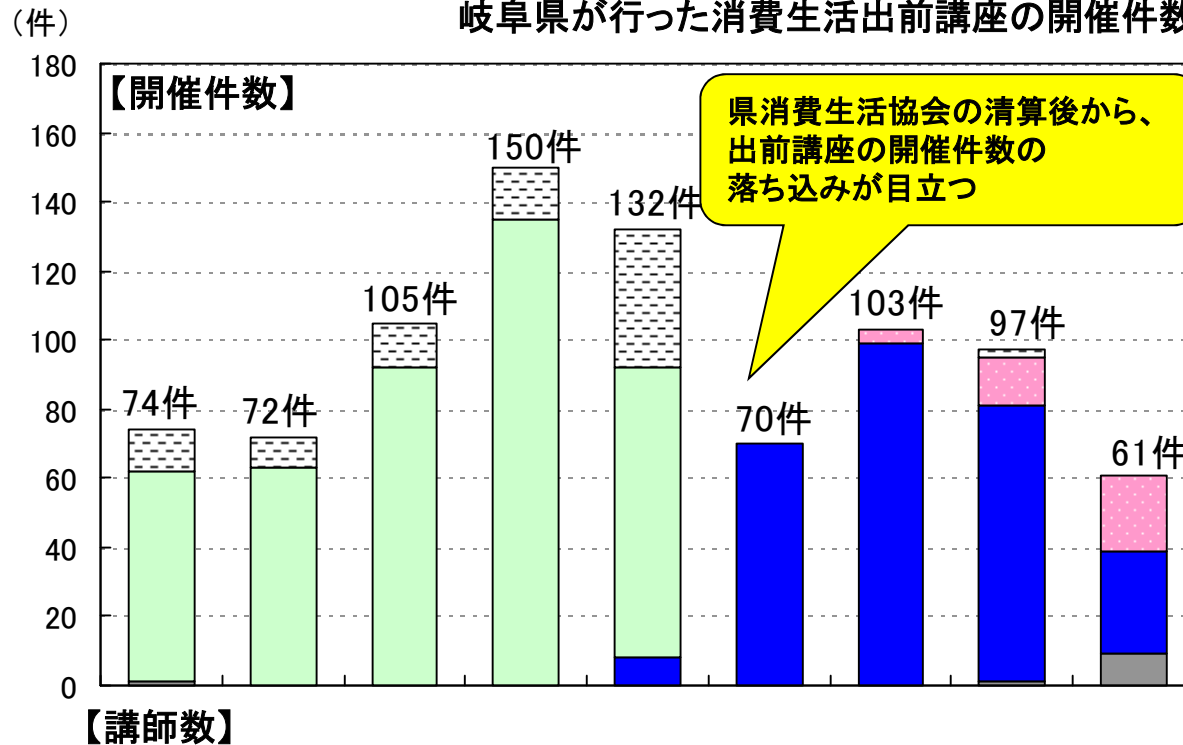
- ・自分の身にも起こりうると実感した
- ・相談窓口の存在を知り、安心できた
- ・家族や近所の人にも情報を伝えたい
- ・学んだことを地域活動や仕事に活かしたい
- ・契約解除通知書の書き方を実践でき、よかった
- ・寸劇を用いた講座は、参加型でわかりやすい

利用者が出前講座を知った経緯については、調査されていない。

感想、評価は講師を務めた相談員、啓発員に伝達
→啓発を行うモチベーションを高める効果

出前講座は、トラブルを熟知した消費生活相談員等により実施

岐阜県が行った消費生活出前講座の開催件数及び講師数



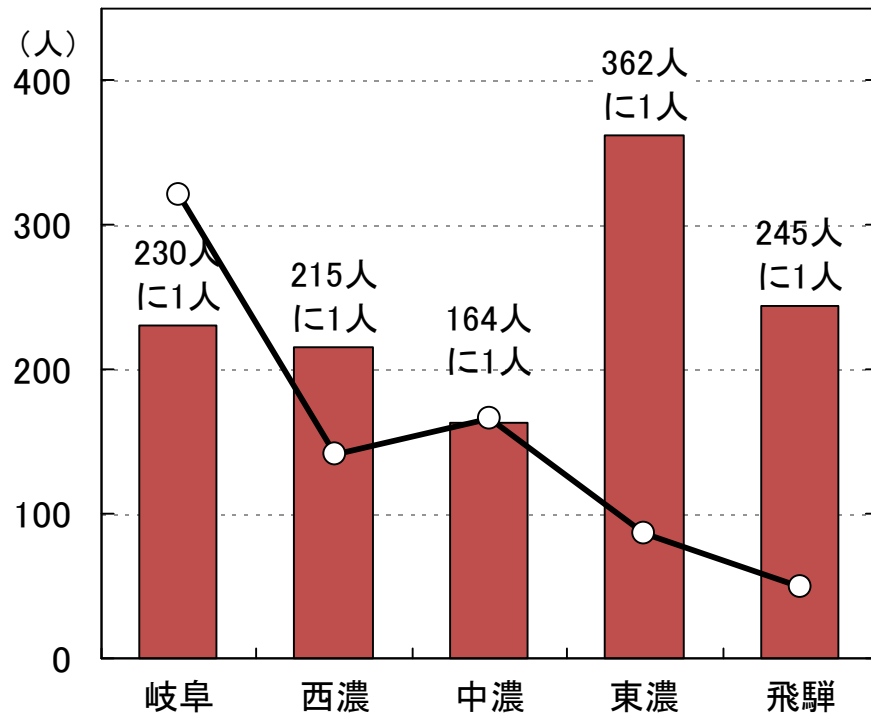
- ・県消費生活相談員(嘱託員)
県民生活相談センター(岐阜市内)と4圏域の振興局と2事務所(中濃・恵那)に置かれた相談員。センター以外は、各1人配置。
- ・悪質商法未然防止啓発員:
啓発講座を担う能力を有する人材として県が委嘱した一般の方
- ・(社)岐阜県消費生活協会職員:
県と民間企業等が出捐し消費者啓発等を目的に作られた法人。2005年度末に清算。

県消費生活協会の清算前後から消費生活相談員と啓発員の増員に努めてきた

2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	(年度)
0	0	0	0	0	0	16	16	19	□ その他
4	4	4	4	4					■ 悪質商法未然防止啓発員
11	11	11	12	12	14	14	14	16	■ (社)岐阜県消費生活協会職員
11	9	9	9	9	9	9	9	11	■ 県消費生活相談員(嘱託員)
									■ 県職員

圏域間で消費者啓発を受ける機会に格差 特に東濃で深刻

県消費生活出前講座の
圏域人口あたり受講者数及び圏域別実施回数

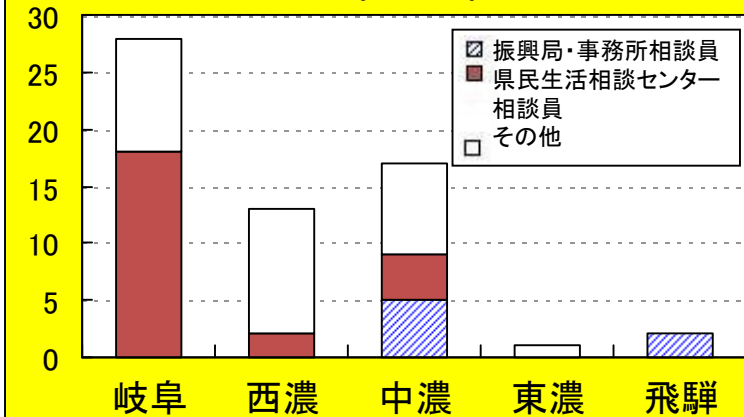


講師数	9人	1人	2人	2人	1人
拠点	1カ所	1カ所	2カ所	2カ所	1カ所

■ 圏域人口／受講者数 (2005～2009年度平均)
○ 実施回数

出前講座を行う消費生活相談員は、複数相談員を配置するセンターに偏っている。県消費生活出前講座の講師内訳

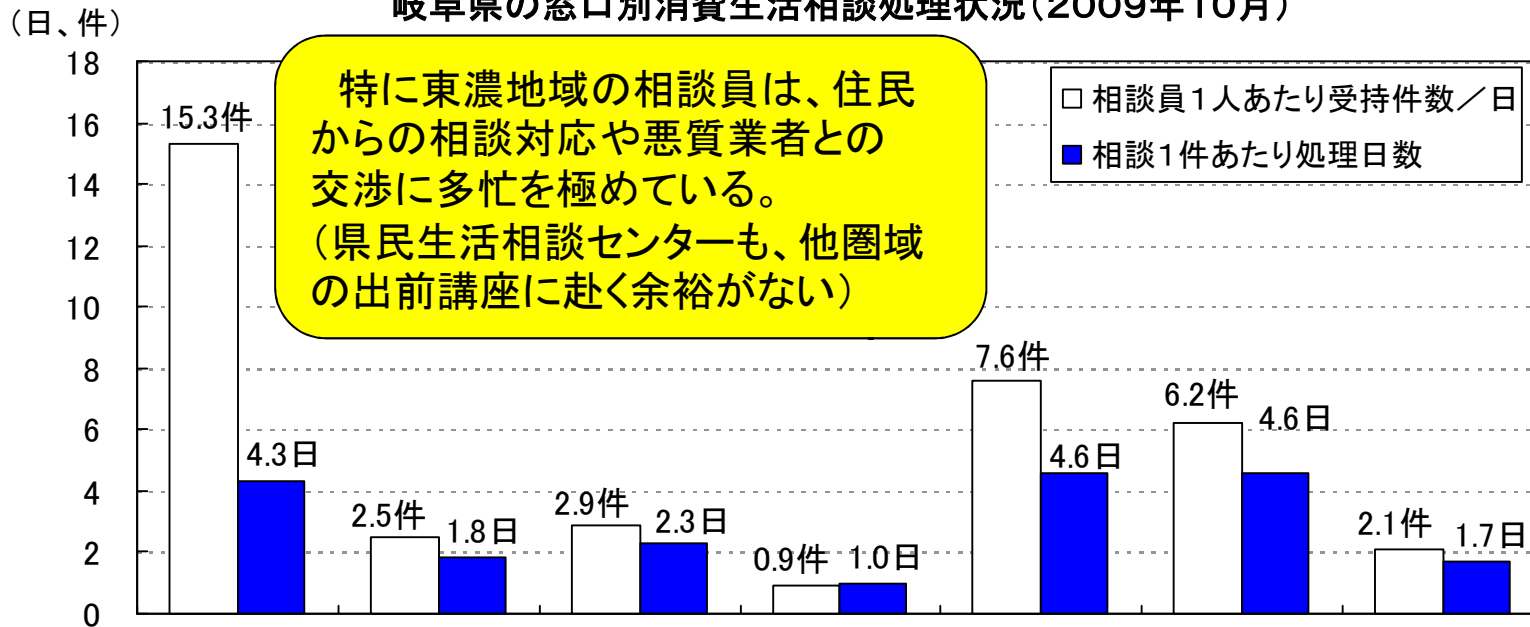
(2009年)



そのため、ほとんどの圏域は、思うように講座を開催できていない。

出前講座を担う消費生活相談員は 相談対応に忙殺されている

岐阜県の窓口別消費生活相談処理状況(2009年10月)



	県民生活 相談センター	西濃振興局	中濃振興局	中濃事務所	東濃振興局	恵那事務所	飛騨振興局
相談員数(人)	9	1	1	1	1	1	1
来所率(%)	7.5	25.5	24.0	47.1	39.4	29.6	36.0
あっせん率(%)	5.5	3.6	12.0	5.9	6.1	18.5	12.0

振興局・事務所ほど、県民が来所しやすく、悪質業者との交渉が必要な相談が多い傾向も

岐阜県県民生活相談センター資料をもとに作成

相談員は啓発の重要性を理解している

県消費生活相談員インタビュー（2010年11月）

- ・相談員の仕事としては相談も啓発も大切。
- ・実際の相談事例には説得力がある。
- ・相談窓口の周知のためにも啓発は重要。
- ・最近は解決に手間のかかる相談が増加。
勤務時間中は相談対応で多忙。
- ・出前講座資料は自宅で作ることが多い。
- ・指定休を利用し、民生委員などに講座を行うこともある。



消費生活相談員による講座風景
(上)高校生向け講座
(下)高齢者向け講座



啓発員は使命感を持っている

受講者に応じた対応や他機関との連携も

県悪質商法未然防止啓発員インタビュー

(2010年12月)

- ・悪質商法被害を減らす使命感を持って啓発を実施。
- ・講座の内容は、受講者に応じてアレンジ。
- ・休日や遠方などの依頼も多く、負担を感じることも。
- ・相談事例情報や啓発資料は、市役所や県民生活相談センターから入手。
- ・消防や警察と連携して啓発することも。
- ・実働啓発員数を増やす必要も指摘。

住宅用火災警報器の設置が義務になったんですよ。
今ならお安くしますよ！

そりゃ助かる！
おいくら？



制服は消防署の許可を得て着用。

小道具は自前で準備。

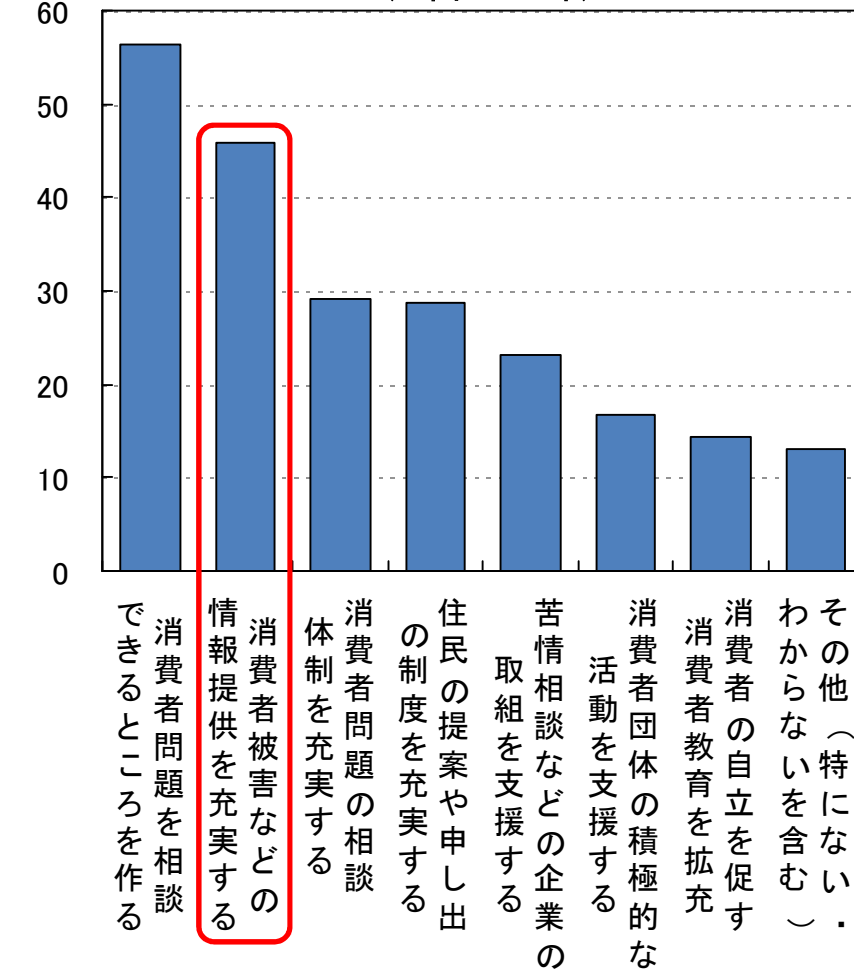
悪質商法未然防止啓発員の寸劇による啓発風景
高齢者には「わかりやすい」と好評



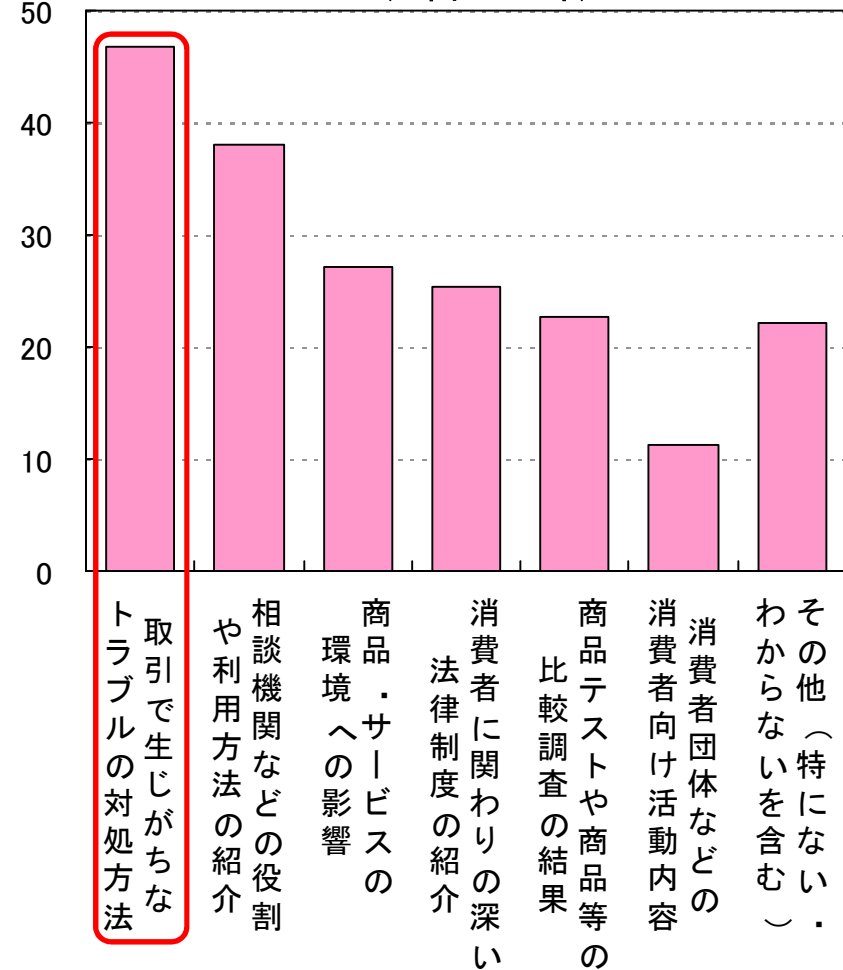
みんなで「悪質商法に騙されない替え歌」を歌いましょう！

消費者は相談窓口の充実と トラブル対処法の啓発を求めている

消費者問題に対する地方公共団体の施策に望むこと
(全国・2008年)

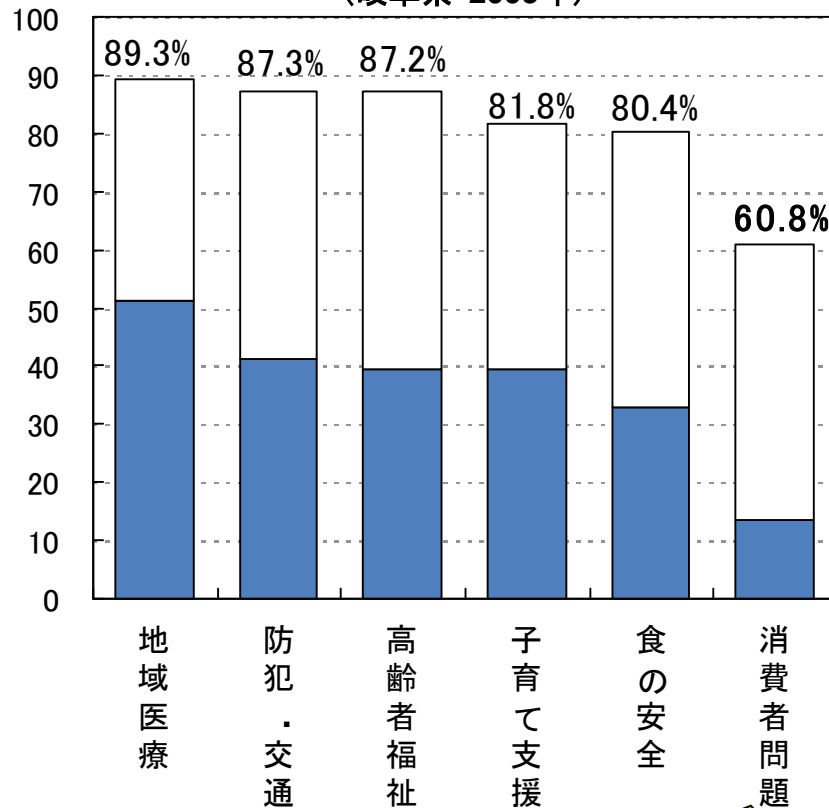


国や地方公共団体から得たい情報
(全国・2008年)



県民はおおむね 消費者問題の重要性を認識している

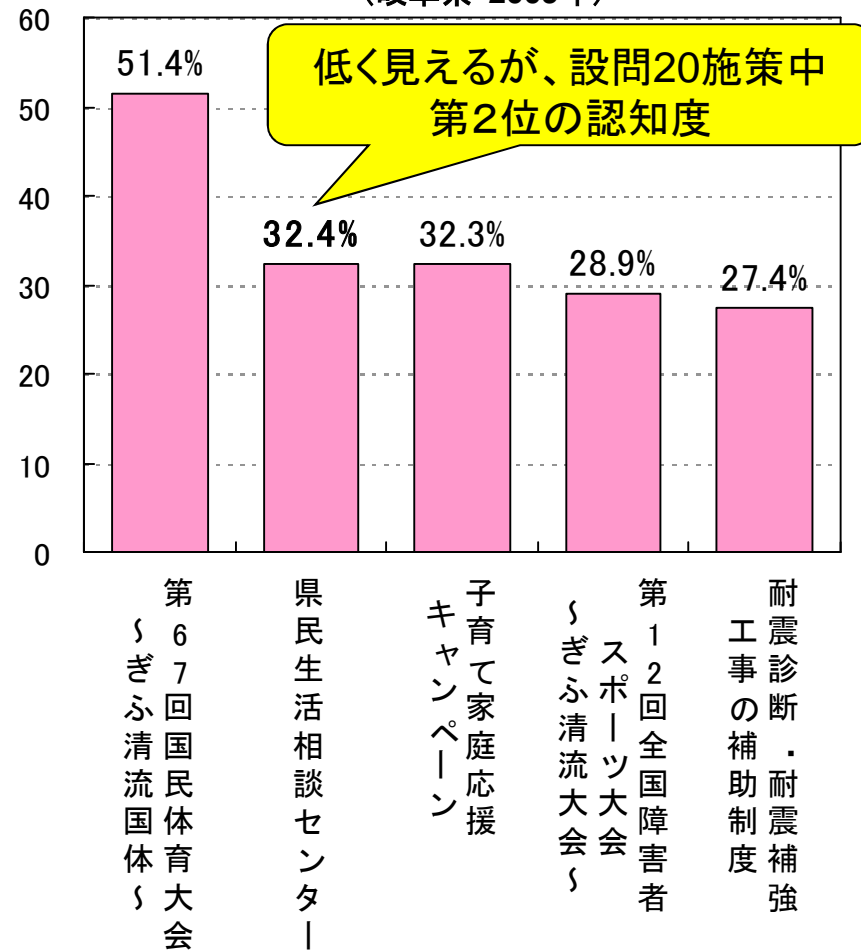
各政策分野に対する重要度について
(岐阜県・2009年)



設問33分野中 第23位

□ 重要である
■ きわめて重要である

各施策の認知度について
(岐阜県・2009年)



低く見えるが、設問20施策中
第2位の認知度

県は多様な広報媒体を駆使して 相談窓口などを周知

県の広報項目(2009年度)

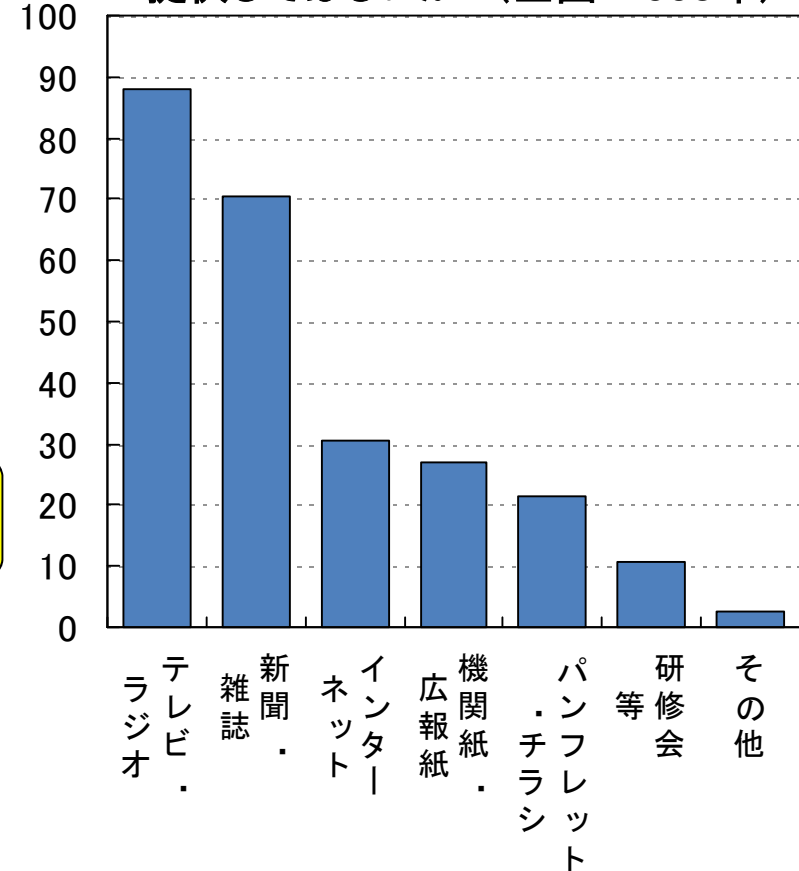
	広報紙	テレビ	ラジオ
消費生活相談窓口の紹介	2	0	0
トラブル事例の紹介	0	0	11
多重債務相談会の案内	13	4	16
出前講座の利用案内	0	0	0

その他の広報手段

1. 県ホームページ
2. 各種団体にチラシ送付
3. 消費生活講座受講者等にチラシ配布
4. 老人クラブ連合会、各市町村へ案内
5. 希望市町村の老人クラブ未加入世帯にリーフレット配布

2010年度から「地デジデータ放送」が加わっている

消費者として重要な情報をどのように提供してほしいか (全国・2008年)



県内市町村出前講座の実施に格差 講座制度が利用されない場合も

出前講座を持つ自治体 (2009年度実施数)		
岐阜圏域 (76回)	岐阜市	43回
	各務原市	27回
	本巣市	6回
	山県市	0回
	瑞穂市	
	本巣市	
西濃圏域 (4回)	大垣市	3回
	海津市	1回
	垂井町	0回

出前講座を持つ自治体 (2009年度実施数)		
中濃圏域 (2回)	美濃加茂市	2回
	可児市 郡上市	0回
東濃圏域 (16回)	多治見市	1回
	中津川市	15回
飛騨圏域 (13回)	高山市	13回
	下呂市	0回
講座を持つ自治体	相談員を置く自治体	
15市1町	11市1町	

講座制度があるのに使われていない市町がある
→PR不足

相談員を置いても講座がない市町、相談員を置いていなくても講座がある市町の両方がある
→啓発の重要性の認識不足

市町は啓発の必要性を認識 人材、ノウハウ、PR面に課題

県内市町消費者行政担当者電話インタビュー（2010年12月）

1. 講座制度のない市町

- ・高齢者の消費者被害を防止するため講座は必要と考えている。
- ・人材、ノウハウがなく講座ができない。開催する場合、県の出前講座を利用。

2. 講座制度のある市町

- ・啓発講座は重要だと認識。
出前講座メニューはあるが、ほとんど利用者がなく、PR不足。
- ・「地方消費者行政活性化基金」を利用して講座を実施。基金がなくなった後のことは未定。
- ・相談員の勤務時間内に限って講座を開催。
利用者が限定されてしまう。



大垣市はホームページで出前講座をPR
(大垣市ホームページより抜粋)

啓発員や関係機関と連携した事例

講座PR、受講者層拡大には課題

(各務原市担当者電話インタビュー 2010年12月)

①啓発員が「寸劇」で手口を演じる

講座に注目させ、手口を理解させる



被害救済方法を理解させ、相談窓口を周知

②市職員が「対処法」を詳しく説明



専門家の登場で説得力アップ

③消防署員や、警察官による「被害状況」の説明

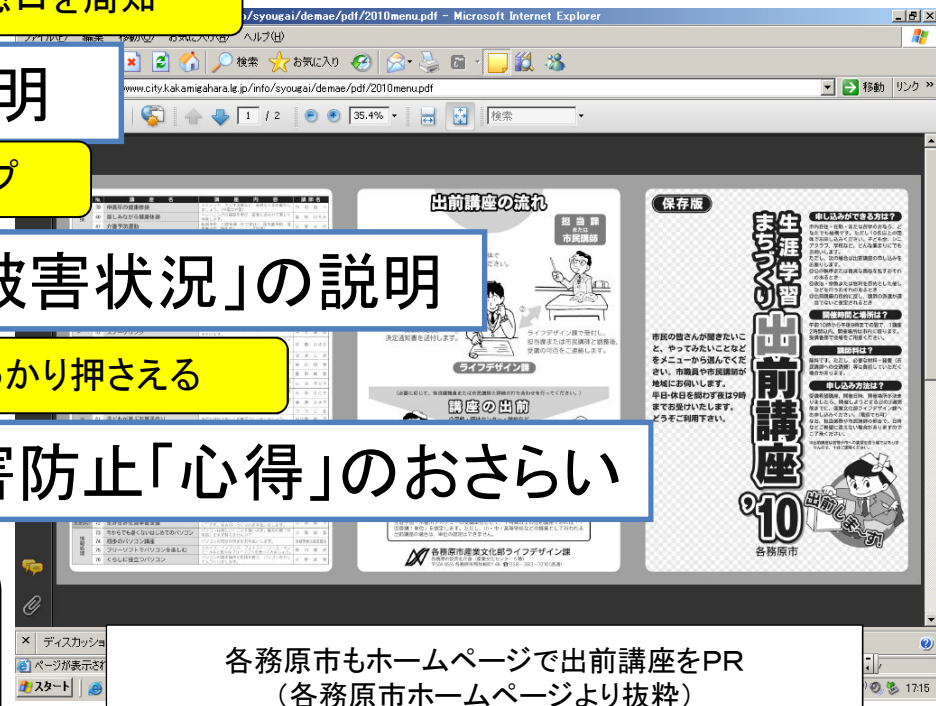


終了は和やかだが、ポイントはしっかり押さえる

④全員で相談窓口の確認と被害防止「心得」のおさらい

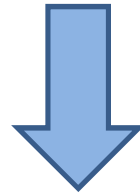
課題は ①出前講座のPR ②受講者層の拡大

※現在は、マスコミに啓発員の活躍が取り上げられ話題になったり、口コミで受講団体が増えているが裾野を広げるための方策を考案する必要あり。

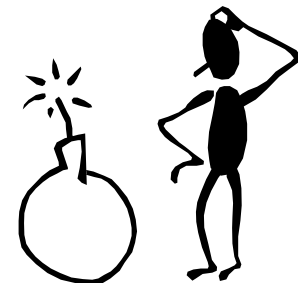


ここまでのまとめ 2

- 県民は消費者問題の重要性をある程度認識し、相談窓口の設置と啓発機会の創出を期待。
- 近年、市町村を中心に県内の相談窓口が増加。
- 県の悪質事業者処分事例も増加。
- 啓発は相談員や啓発員が担い、高評価を得ている。
- しかし人員面、相談業務との両立面や、啓発機会の地域間格差に課題。
- 多くの市町村は啓発の実施、充実が必要。



啓発機会の創出は消費者施策の課題



3. 課題への対応策 ～5つの提案～



① ライフステージごとに
消費者教育・啓発機会をつくる



提案1

人生の主要なポイントで 啓発機会に出会えるようにする

20歳未満

携帯電話の持ち始めに注意

重点ポイント : 入学、進学、就職、成人

契約の「未成年者取消」ができなくなる

連携主体 : 学校、保護者

主な活用媒体: メールマガジン、ホームページ

IT世代のツールを駆使

現役世代

職場の「階層別従業員研修」など

退職金が入ると狙われやすい。学んで「武装」

重点ポイント : 年代別の節目、ライフイベント、退職直前

連携主体 : 企業(職場)、地域

主な活用媒体: フリーペーパー、データ放送、地域講座

現役世代在宅者の情報源を活用

60歳以上

重点ポイント : 退職直後、年代別の節目

周囲の「見守り」と「気づき」を促す

連携主体 : 見守りの担い手(民生委員、ヘルパー、家族など)

主な活用媒体: 老人クラブなどの会合、サークル・余暇活動の場

従来型パイプの活用と、新しいアプローチの考案

企業による従業員啓発事例 イビデン(株)

イビデン労働組合担当者電話インタビュー (2010年12月)

人事部と労働組合共催の「ライフプラン研修(30歳、40歳)」に
県の消費生活出前講座を利用

社員が様々なトラブルに巻き込まれないよう、必要な知識を付ける目的

受講した社員の感想

- ・相談先や相談事例を知り、役立った
- ・研修後の勧誘電話に適切な対処ができた
- ・部下に悪質商法の対処法を伝達している
- ・家族にも資料を読ませ、話をした

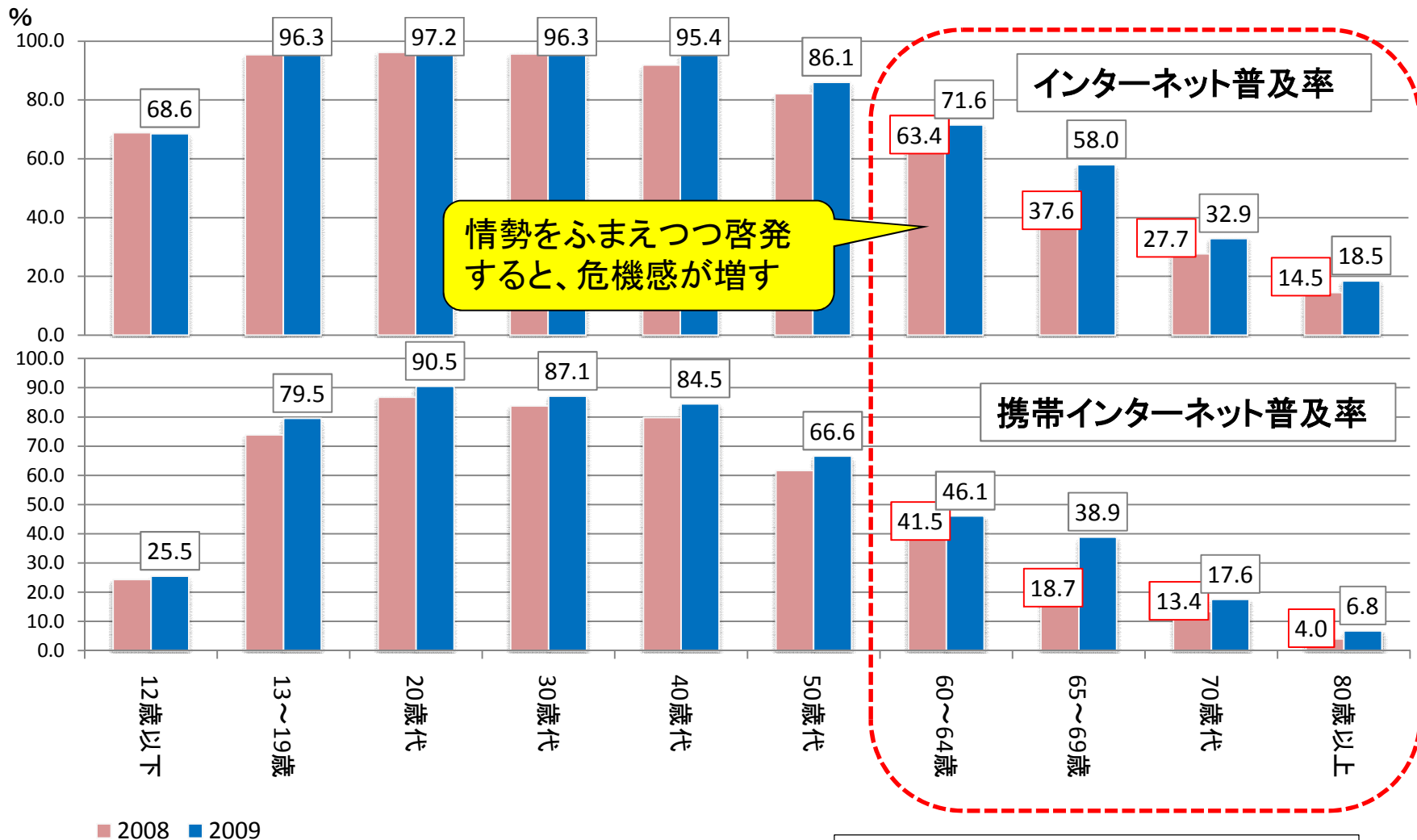
イビデン(株)ホームページ「福利厚生・教育」より抜粋

② 時事ネタで 興味を引く工夫をする



提案2

ITトラブル 今後は60歳以上がターゲットになり得る

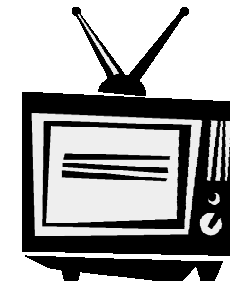


総務省「平成22年版情報通信白書」をもとに作成

提案2

増加しそうなトラブルを予測する ～例えば地デジ詐欺～

情勢をふまえ、トラブルに対する心構えができる

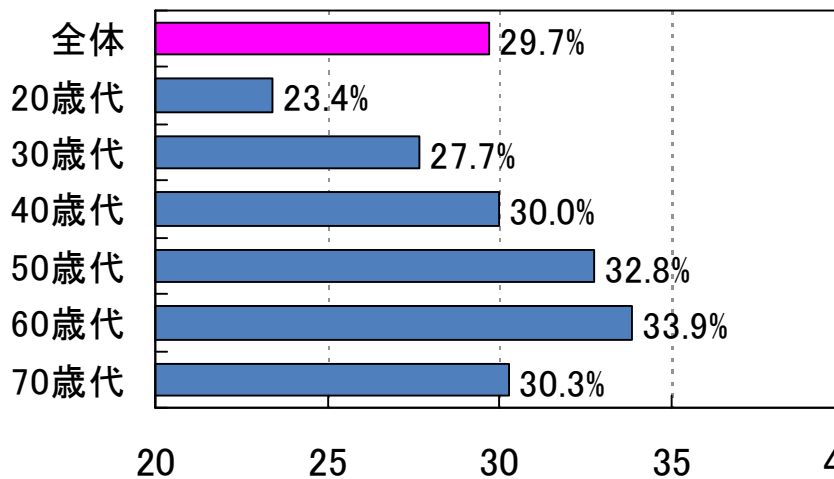


- ・地デジ完全移行2011年
- ・未対応世帯に対する、工事や対応機器販売等の「駆け込み悪質商法」の恐れ

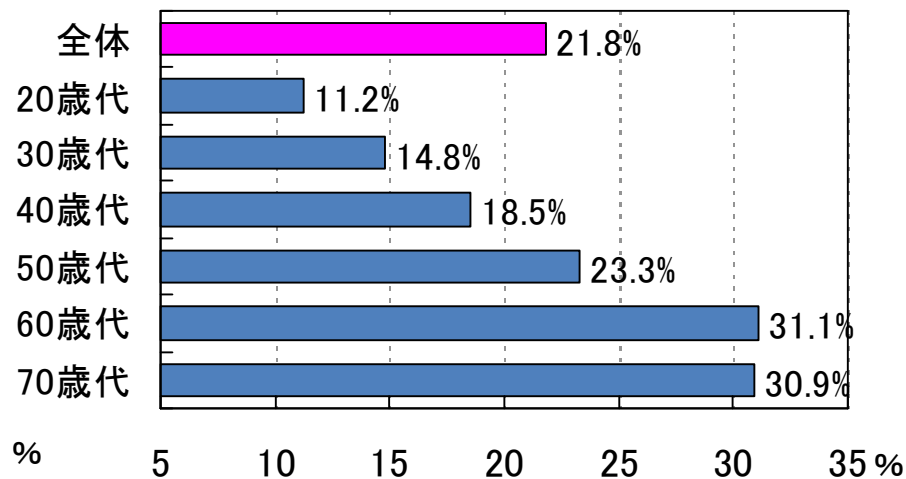
相場を知るのは
現役世代でも2、3割

地上デジタルテレビ放送視聴のための作業・手続きの認知度

【外付けチューナーは5千円以下で購入できる】



【アンテナ工事には、少なくとも約3万円程度の費用が必要となる】



総務省「地上デジタルテレビ放送に関する浸透度調査(2010.11)」をもとに作成

③ 行政内部で 啓発の担い手を育てる



提案3

主に啓発を担う相談員を育成し 人材を確保する

消費者行政活性化基金」活用事例

講座修了後
「消費生活相談員就業
希望者名簿」に登録し
た受講者や、市の相談
員として採用された人
も。

消	費	生	活	講	座	専	門
参	加	者	募	集	!	!	

コース

相談員候補者の人材
バンクとして、充実に
期待。

相談窓口、相談員未
設置の市町村への働
きかけ強化を期待。

県や市の相談窓口で
のOJTにも期待。

消費者トラブルの解決の手助けをする消費生活相談員の仕事に興味
がある方！！
消費生活相談員の資格取得に役立つ講座を受講してみませ
また、契約トラブルに役立つ法知識を学びたい方も受講

受講料

即戦力の啓発員としての活用
も視野に入れる。

カリキュラムに啓発手法に関す
る講義・実演も盛り込む

対象者

18歳以上の県内在住、在勤、在学の方であれば、
どなたでもご応募いただけます。

例えば ・消費生活相談の仕事に興味のある方
消費生活専門相談員、消費生活アドバイザーの資格取得を目指す方 など

多様なスタイルでの開催も検討の余地

1. ライフステージ(ターゲット)別研修
2. 平日夜間など多様な時間帯別研修

環境生活政策課ホームページより抜粋

提案3

現在の相談員や担当職員の 啓発能力アップを図る

国民生活センターによる啓発講師養成講座

消費者教育に携わる講師養成講座【3回】(定員 1回目:70 2回目・3回目:各50)

対象

地方公共団体の消費者行政職員および消費生活相談員
(1回目:講師未経験者、初心者を対象 2回目・3回目:経験者を対象)

趣旨および研修概要

消費者講座の講師になるための知識および技法を習得するとともに講義の実演や演習を通じて実践的手法を学ぶ。

実施時期・期間

- (1)10月27日(水曜)~29日(金曜) 3日間
- (2)11月17日(水曜)~18日(木曜) 2日間
- (3)12月8日(水曜)~9日(木曜) 2日間

開催場所

相模原

講座への派遣は基金を利用

出前講座のベテラン、初心者ともに啓発能力を磨く。

初心者に対してはOJTも実施。

すべての相談員が相談と啓発の両方を担うことができるよう、能力アップを図る。

消費者行政担当職員や各市町村の参加も視野に。

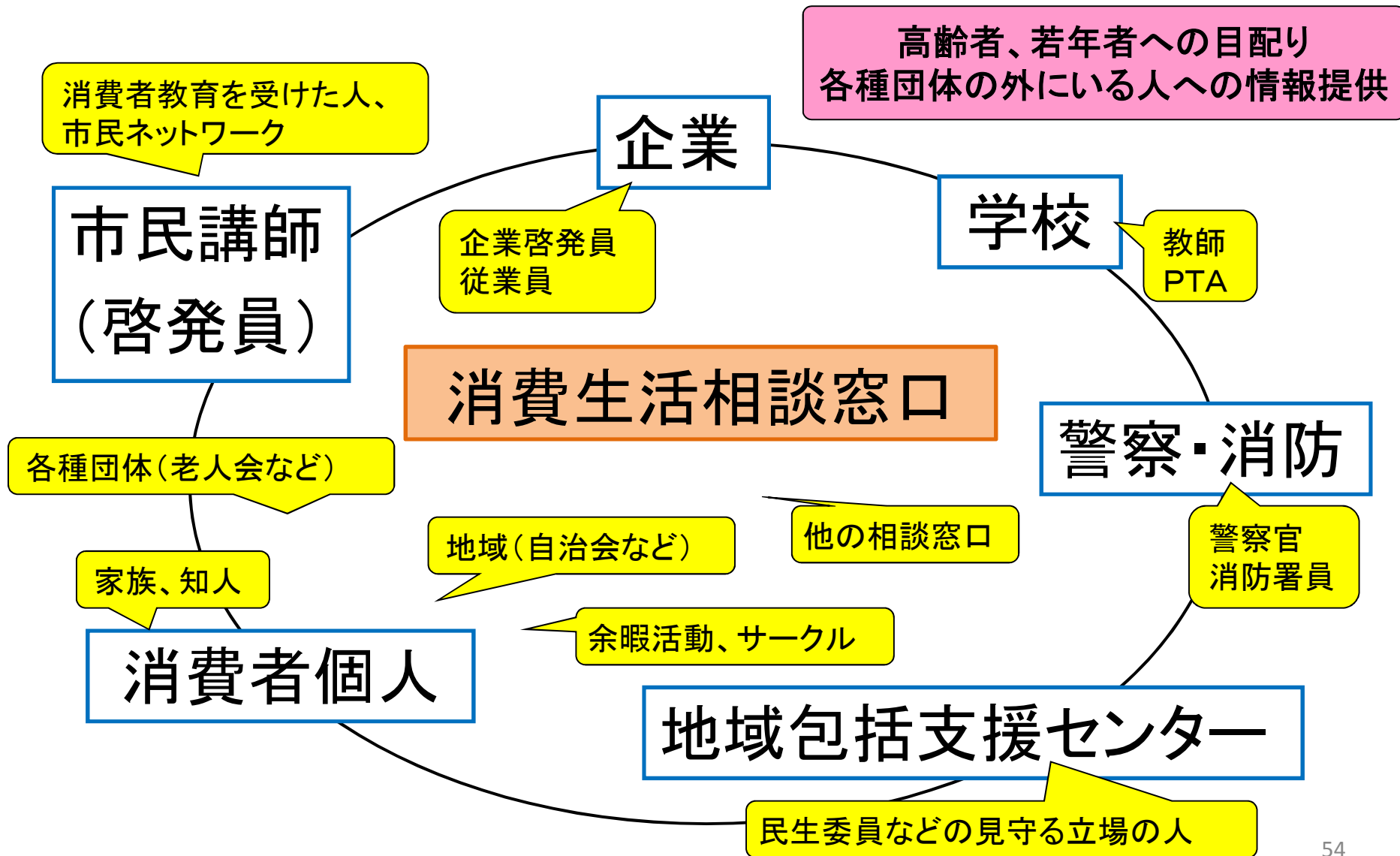
国民生活センターホームページより抜粋

④ 啓発に 行政以外の「人の手」も借りる



提案4

消費者啓発で連携できる多様な主体



消費者啓発を受けた人を 啓発の担い手として活用

大学生

- ・演劇、落語サークルによる啓発活動
- ・カリキュラム実習としての啓発活動
- ・福祉の道を志す人材に対する意識付け



大学の地域貢献としての位置づけ

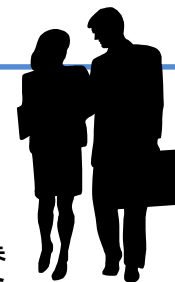
退職者

- ・地域啓発、見守りを担う人材として活動
- ・子ども、高齢者への目配り



企業

- ・外部向け啓発講座の実施
- ・行政が実施する啓発講座への協賛



企業の社会貢献としての位置づけ

消費者行政活性化基金の活用により
多様な啓発プログラムを展開

それぞれが、消費者トラブルに遭わない
「自立した消費者個人」として行動



消費者トラブルの減少へ

企業による消費者啓発の具体例

パナソニック電工(株)CS部

中部地区担当部長電話インタビュー (2010年12月)

- 暮らしに密着したテーマで消費者向け講座を開催
- 受講者は高齢者、女性が中心
- 小中学校での出前授業を計画中

テーマは家電の安全、健康、住宅、防犯・防災、悪質商法など

※パナソニック電工(株)を含む家電メーカー7社で「家電CR会」を構成。CR会名での啓発講座も実施

「良き企業市民」としてのCSR活動の一環。

製品の誤使用、悪質商法被害を未然防止することで企業のコストダウン効果もあると認識。

受講者から家族等への啓発波及効果も狙っている。

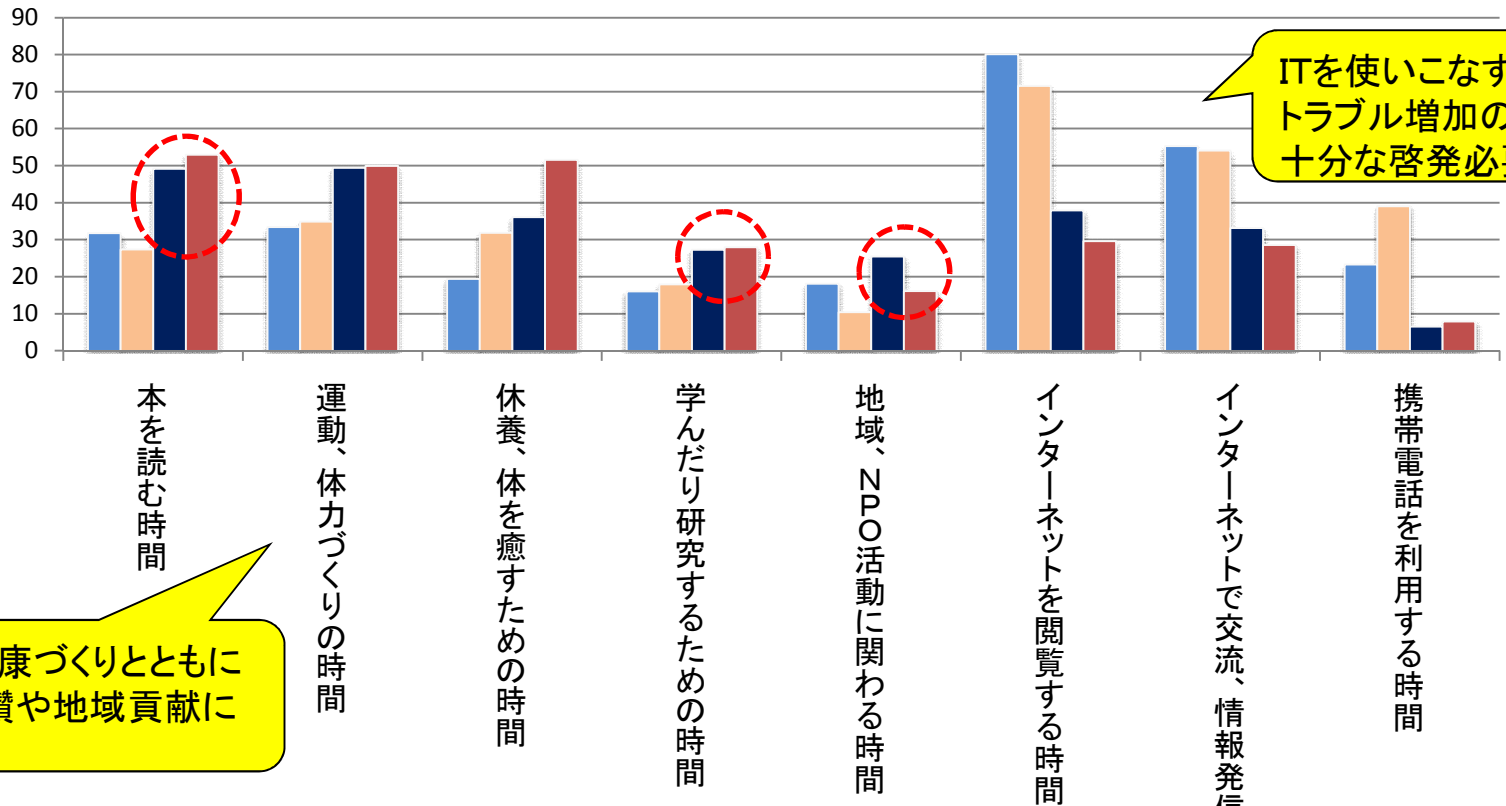


石川県消費生活支援センターでの講座風景
(家電CR会として実施)

提案4

自ら学び、人の役に立ちたい 60歳以上の力を活用

60歳以上男女 この10年間で増えた時間、今後10年で増やしたい時間



ITを使いこなす人が増え
トラブル増加の恐れ。
十分な啓発必要

体力・健康づくりとともに
自己研鑽や地域貢献に
意欲的

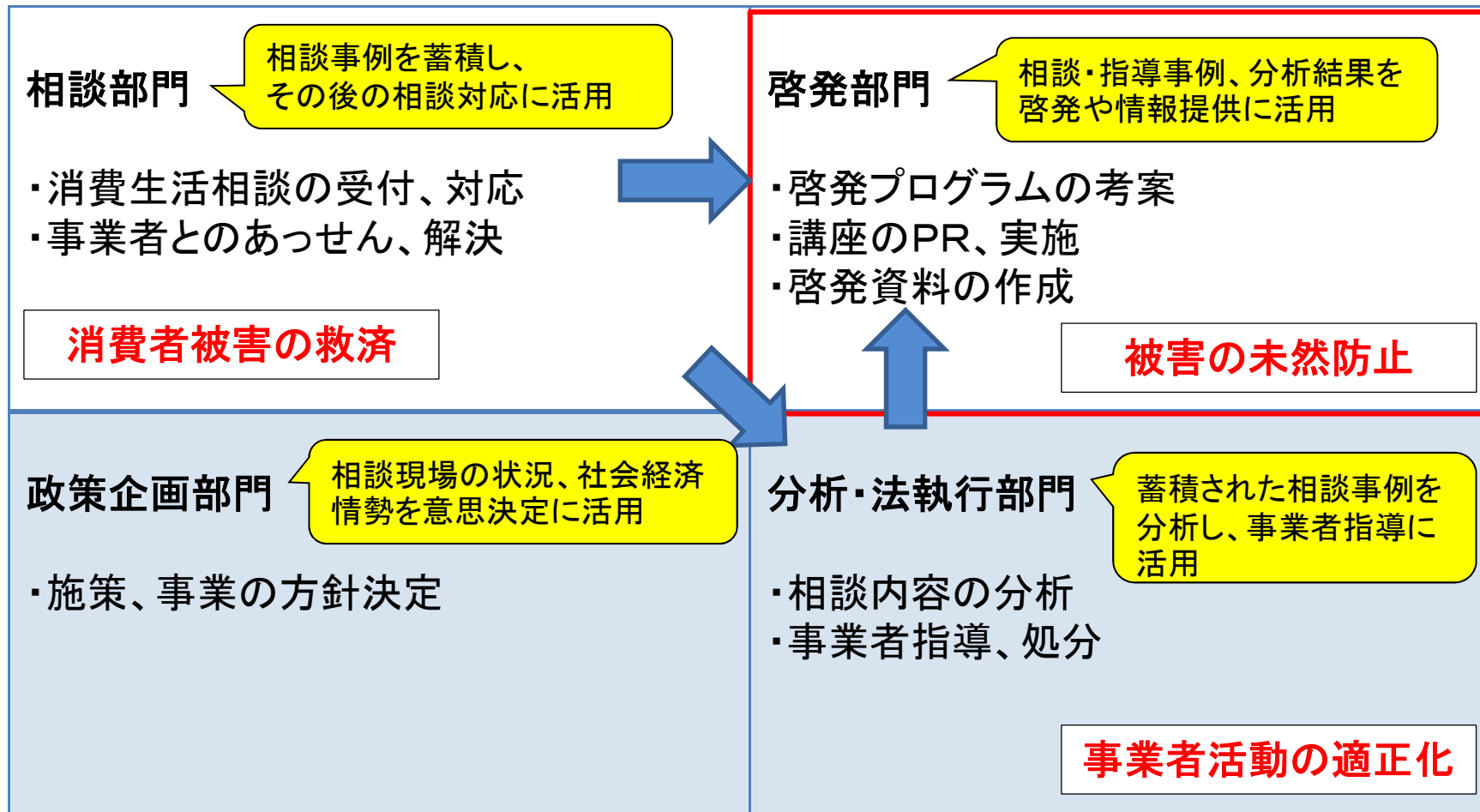
- この10年間で増えたもの 男性
- この10年間で増えたもの 女性
- 今後10年間で増やしたいもの 男性
- 今後10年間で増やしたいもの 女性

(財)日本生産性本部「レジャー白書2010」をもとに作成

⑤ 消費者啓発と相談を 両立できる組織に

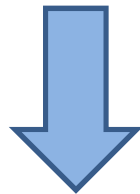


消費者行政は啓発部門を強化 被害救済と未然防止の両立を図る



ここまでのまとめ 3

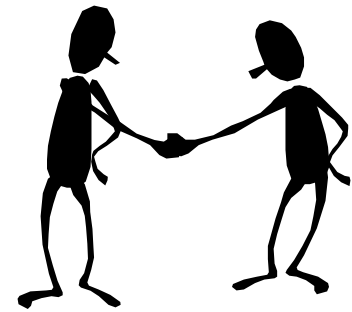
- 消費者教育・啓発は、ライフステージの主要なポイントで、繰り返し受けられることが重要。
- 啓発機会創出のために、学校、職場、地域、その他の関係者と連携、多様な人材を活用。
- 消費者行政活性化基金を活用し、人材育成プログラムメニューの充実を図る。



多面的な啓発事業の展開と
「救済」「未然防止」の両立がカギ



4. 総括



最終的な目標

- 消費者(県民)が自らの適切な判断で、健全な消費生活を送ることができる
- 様々な主体が連携し、消費者トラブルの早期発見と未然防止ができる

目標達成のために

消費者行政の機能強化

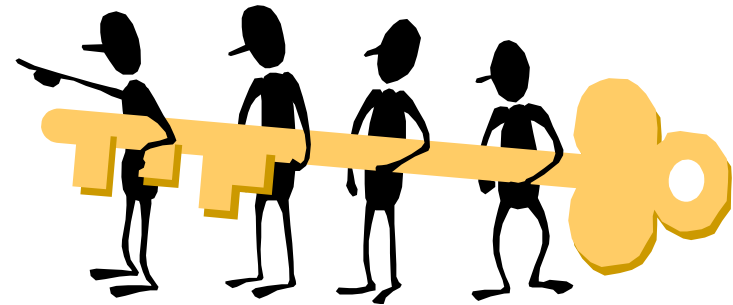
- 被害の救済と未然防止を両立して機能させる
- 消費生活関連情報の浸透を図る

具体的に、今できること

従来型トラブルの相談件数減少と
相談員が啓発に注力できる環境の整備
につながる

- 啓発を担う人材の育成、増員、確保
- 学校、企業をはじめとする様々な主体との連携強化
- 従来と異なる視点での啓発プログラムの検討
- 啓発事業の現状、効果の分析
- 市町村への働きかけの実施

みんなの力を合わせ 消費者被害のない岐阜県を目指そう



ご静聴ありがとうございました 