



# 消費者行政新未来創造オフィスの取組

消費者行政新未来創造オフィス

# —目次—

|                                            |         |
|--------------------------------------------|---------|
| 1. 消費者行政新未来創造オフィスの機能・業務 .....              | P1      |
| 2. 「消費者庁の働き方改革の拠点」としての消費者行政新未来創造オフィス ..... | P2 - 4  |
| 3. 新未来創造プロジェクト .....                       | P5 - 20 |

## (1)消費者庁が実施するプロジェクト 消費者庁

### ①全国展開を見据えたモデルプロジェクト

- P5 若年者向け消費者教育の取組
- P6 見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の構築
- P7 倫理的消費(エシカル消費)の普及
- P8 食品ロスの削減
- P9 子どもの事故防止
- P10 栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育
- P11 消費者志向経営(サステナブル経営)の推進
- P12 公益通報受付窓口(市区町村)及び  
内部通報制度(事業者)の整備促進
- P13 食品に関するリスクコミュニケーション
- P14 シェアリングエコノミーに関する実証実験等

### ②基礎研究プロジェクト

- P15 行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究
- P16 障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査
- P17 若者の消費者被害の心理的要因からの分析
- P18 過疎地域等の消費活動特性等に関する調査・分析

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

- P19 研修事業
- P20 商品テスト

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 4. 周辺地域への貢献やオフィスの広報等 ..... | P21 |
|----------------------------|-----|

# 1. 消費者行政新未来創造オフィスの機能・業務

## 試行の結果

「政府関係機関の地方移転にかかる今後の取組について」  
(2016年9月1日まち・ひと・しごと創生本部決定)

- 消費者教育、倫理的消費、人材育成の面で、**熱心な取組**がみられた
- 徳島県から、先駆的な施策推進を図るための「**実証フィールド**」確保の提案
- 徳島県知事の強力なリーダーシップの下、消費者行政部局のほか県庁各部局から**幅広い協力が得られた**
- 落ち着いて業務ができる環境**

⇒調査研究や徳島の現場に密着して行うタイプの業務は、現地との連携により、実効性のある施策の立案につながることを期待

これまで行ってきた迅速な対応を要する業務、対外調整プロセスが重要な業務(国会対応、危機管理、法執行、司令塔機能、制度整備等)は東京で行う。

学術的・人的連携  
**実証実験**の実施

## 外部機関とのネットワーク

行政、事業者、学術・教育機関等とのネットワークを整備

(徳島県周辺(関西、中国・四国地域)も含む。)

## 消費者行政新未来創造オフィス(徳島)

実証に基づいた政策の分析・研究機能をベースとした新たな未来に向けた消費者行政の発展・創造の拠点

### 消費者庁

分析・研究、実証実験等のプロジェクトを集中的に実施

#### 1. 全国展開を見据えたモデルプロジェクト

- 若年者向け消費者教育教材の活用
- 見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の構築
- 倫理的消費の普及
- 食品ロスの削減
- 子どもの事故防止
- 栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育
- 消費者志向経営の推進
- 公益通報者保護制度の推進
- 食品に関するリスクコミュニケーション
- シェアリングエコノミーに関する実証実験等

#### 2. 基礎研究プロジェクト

- 行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究
- 障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査
- 若者の消費者被害の心理的要因からの分析
- 過疎地域等の消費活動特性等に関する調査・分析

#### 3. 消費者庁の働き方改革の拠点

テレワーク、ペーパーレス等の促進

成果を共有し、有機的に連携

### (独)国民生活センター

- 主として関西、中国・四国地域の対象者を中心とした研修
- 先駆的な商品テストを県の協力のもと実施  
(例)錠剤、カプセル状の健康食品の品質等に関する実態調査

※2017年7月24日開設(徳島県庁舎10階北側)  
※参事官など50名程度が参画

(消費者庁、地方自治体、国民生活センター、その他非常勤職員(企業、学術機関等))

## 消費者庁(東京)

出張、滞在

- 分野に応じて、消費者庁各課との連携、共同研究の実施
- 調査・研究の成果に基づく、施策の企画・立案 → **成果を全国に普及**

実証成果

## (独)国民生活センター

- 相模原事務所:研修、商品テスト
- 東京事務所:相談、広報、ADR等

## 検証・見直し【2019年度を目途に結論を得る】

### ①今後の

- 徳島県を中心とする**交通・通信網**
- 消費者行政を支える**人的資源とそのネットワーク**
- 政府内の**各府省共通のテレビ会議システム**などの整備状況のほか、

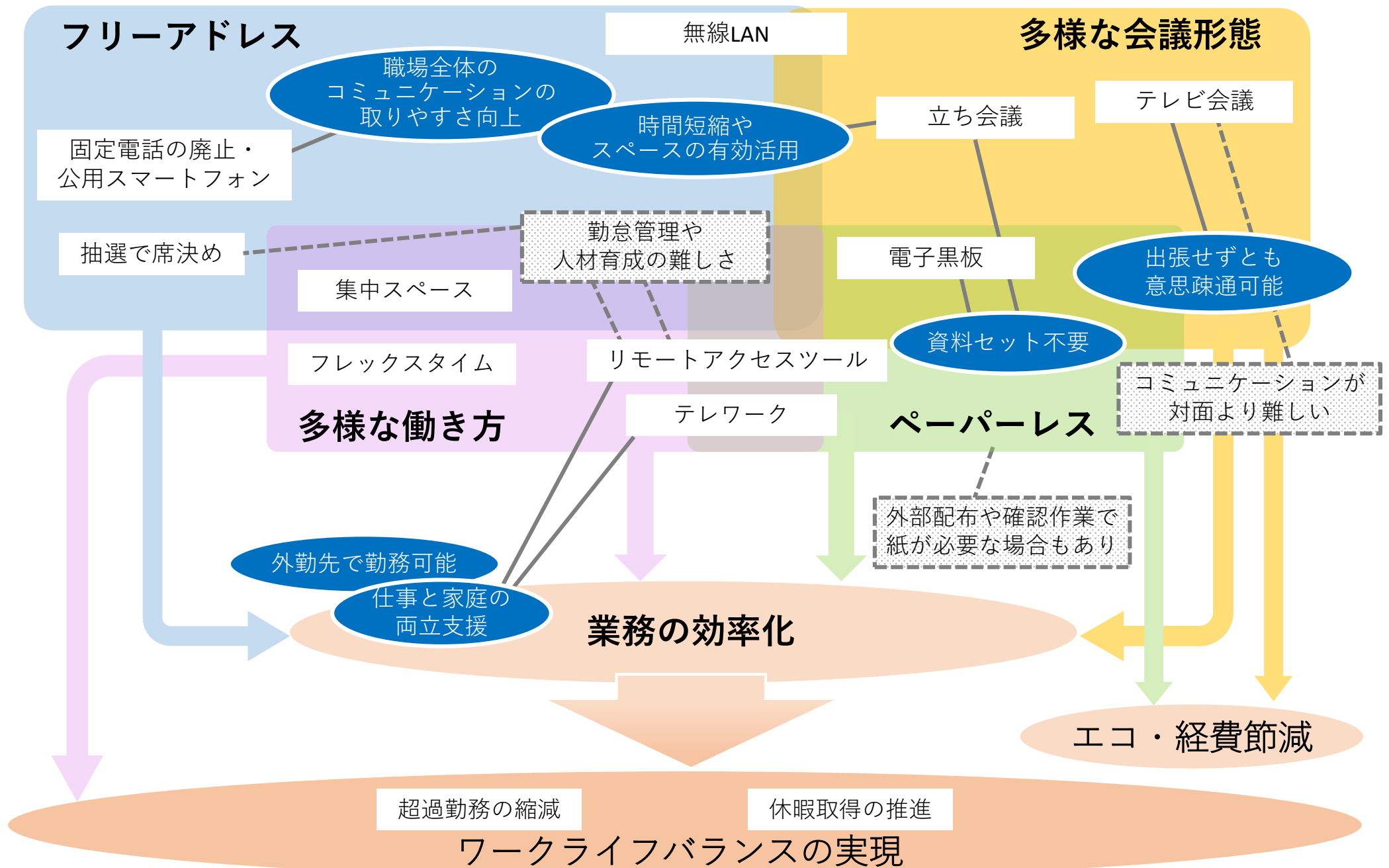
### ②同オフィスの設置が、

- 消費者行政の進化**
- 地方創生**
- にどの程度貢献したか**の実績を踏まえて行う。

(※)消費者委員会は、消費者行政の進化等の観点から意見を述べる。

## 2. 「消費者庁の働き方改革の拠点」としての消費者行政新未来創造オフィス

### 働き方改革の取組と効果



## 2. 「消費者庁の働き方改革の拠点」としての消費者行政新未来創造オフィス

### 消費者行政新未来創造オフィスの様子(1)

- ・消費者行政新未来創造オフィスは、主な執務室が東西2部屋
- ・職員は執務室(西)に出勤し、まず抽選でその日に座る席を決定
- ・木材を取り入れた環境

執務室（西）



(職員が出勤する前のオフィスの様子)

座席決定用の抽選機



モバイルロッカー



職員出勤後の風景





## 2. 「消費者庁の働き方改革の拠点」としての消費者行政新未来創造オフィス

### 消費者行政新未来創造オフィスの様子(2)

- ・チームで業務が出来る机・座席と一人用の集中スペースを執務室(東)に設置
- ・立ち会議スペース(電子黒板付)は2箇所
- ・テレビ会議は複数箇所を実施可能

執務室(東)  
集中スペース



電子黒板  
(インタラクティブ・  
ホワイトボード)



昇降机

立ち会議の様子



テレビ会議の様子



- ◆ 若年者への消費者教育推進のため、体系的な消費者教育について、先進的な取組を収集・発信

## ○徳島県内全ての高等学校等において、消費者庁が文科省の協力を得て作成した消費者教育教材「社会への扉」を活用した授業を実施

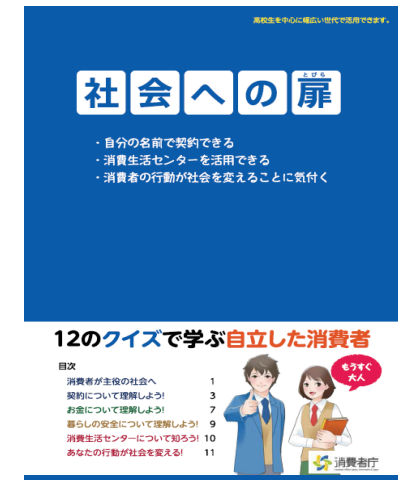
(※「高等学校等」には、公立高校(全日制、定時制)・私立高校・特別支援学校・高等専門学校も含まれる。)

### 2019年度に行うプロジェクトの主な取組内容

生徒に対する事前・事後アンケート調査を実施

2017年度、授業を受けた生徒(在学生)に対する経年アンケート調査を実施

教材を活用した教員からの意見、改善案等を尋ねるアンケート調査を実施



### これまでの主な成果

- ・徳島県内の全ての高等学校等56校(生徒総数は、2017年度:約6,900人、2018年度:約6,700人)において「社会への扉」を活用した消費者教育の授業を実施。(2017年度・2018年度)
- ・授業実践報告会を開催(2017年度・2018年度)
- ・参観した20校について「社会への扉」の徳島県における活用事例集を公表(2018/6/20)
- ・授業の実施効果に関する調査報告書を公表(2018/9/4)

### 全国展開

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

# 見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の構築

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

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

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

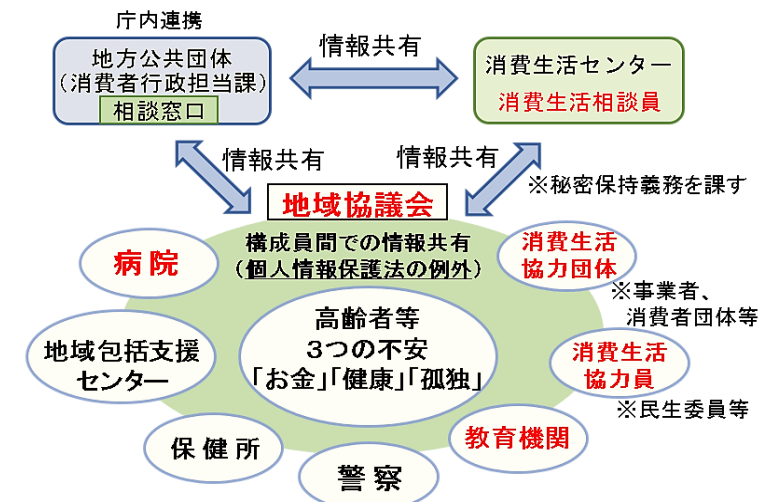
【「見守りネットワーク」における地域の連携イメージ】

### 2019年度に行うプロジェクトの主な取組内容

徳島県内の地域協議会の設置に関する事例の収集及び事例集の作成

徳島県内市町村へのヒアリングによる課題等の抽出

地域協議会設置後の取組や活動状況等に関する情報収集



### これまでの主な成果

- ・全国で初めて、県内の人口5万人以上の全市町(徳島市・阿南市・鳴門市)における地域協議会設置を実現
- ・徳島県及び県内全市町村において地域協議会の設置が完了(2019/3/28)
- ・徳島県内の地域協議会の設置事例集を公表(2017年度・2018年度上半期設置)

### 全国展開

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

104自治体※に設置済(平成31年  
4月末時点)

※人口5万人以上



## 倫理的消費(エシカル消費)の普及

◆倫理的消費(エシカル消費)の概念の普及や多様な主体によるムーブメント作りのため、全国的な普及・展開を図る。

※倫理的消費(エシカル消費):地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、環境に配慮した消費行動を指す。  
例として、「エコ」「地産地消」「食品ロス」「フェアトレード商品」や「被災地産品」の購入などが挙げられる。

○徳島県内での情報収集など倫理的消費の普及における課題等の把握を始めとして、倫理的消費の普及・啓発に資する取組を行う

【取組事例】

## 2019年度に行うプロジェクトの主な取組内容

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

倫理的消費の認知度等について  
徳島県内で意識調査を引き続き実施

倫理的消費の普及に向けた  
イベントへの協力

## 徳島県が立ち上げた地域版 プラットフォームとの連携

## これまでの主な成果

- ・徳島県徳島市(2018/3/18)にてエシカル・ラボを開催
- ・平成29年度・平成30年度に「徳島県における『倫理的消費(エシカル消費)』に関する消費者意識調査」を実施し、結果を公表(2018/6/26・2019/2/22)
- ・徳島県民のエシカル消費の認知度は約34.2%となり、前年度の26.4%から7.8ポイント増加(平成30年度調査結果より)
- ・消費者庁ウェブサイトで取組事例を随時公表

### 【取組事例】



全国展開

- ・「エシカル・ラボ」を開催
  - 2016年度：徳島県 / 2017年度：鳥取県、徳島県
  - 2018年度：秋田県、山口県、京都府
  - 2019年度：富山県(予定)、石川県(予定)、  
静岡県(予定)、兵庫県(予定)
- ・取組事例の収集・公表

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

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

平成27年度推計(農林水産省・環境省)

## ○徳島県内のモニター家庭(計103世帯)を対象とした取組や調査を実施

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

### 2019年度に行うプロジェクトの主な取組内容

実証事業の結果をもとにした  
啓発促進のための情報発信

家庭における食品の保管と  
食品ロスに着目したヒアリングを実施

### 第3回食品ロス削減全国大会(徳島県)開催への協力

(2018/10/30 第3回開催の決定、2018/12/26 徳島県による推進会議が設置)

### これまでの主な成果

・県内モニター家庭の協力を得て、1か月間の調査を実施し、家庭における食品ロス削減の取組効果について検証を行い、食品ロス削減の実証結果報告書を公表(2018/7/3)

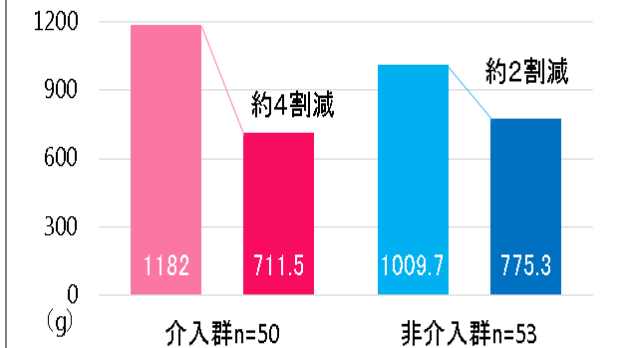
- ・食品ロスの量の計量・記録に加え、削減取組を行うことで約4割減少した。  
また、食品ロス量の計量・記録するだけでも約2割減少した。
- ・食品ロスの内訳としては「飲料」「家で調理したもの」「もらいもの」が多かった。

・実証事業の結果をもとにした啓発を実施

(第2回食品ロス削減全国大会(京都市)における啓発用パネル展示など)

1世帯当たりの食品ロス量(飲料を除く)(g/2週間)

|            | 前半2週間    | 後半2週間  | 変化率    |
|------------|----------|--------|--------|
| 介入群(50世帯)  | 1,182.0g | 711.5g | -39.8% |
| 非介入群(53世帯) | 1,009.7g | 775.3g | -23.2% |



※非介入群:記録のみ／介入群:記録と削減取組

### 全国展開

・実証事業の結果をもとに 啓発資料を作成、全国自治体に周知

・第3回食品ロス削減全国大会(徳島県)を開催  
(2019年10月30日、31日)

## ◆子どもの死因の上位を占めている、窒息や溺水、転落を始めとする日常生活上の子どもの事故を防止する取組が必要

※消費者庁は2016年6月に「子供の事故防止に関する関係府省庁連絡会議」を立ち上げ、関係府省庁の司令塔として連携を強化し、取組を推進している。

## ○徳島県内での子どもの事故防止への取組や調査を実施

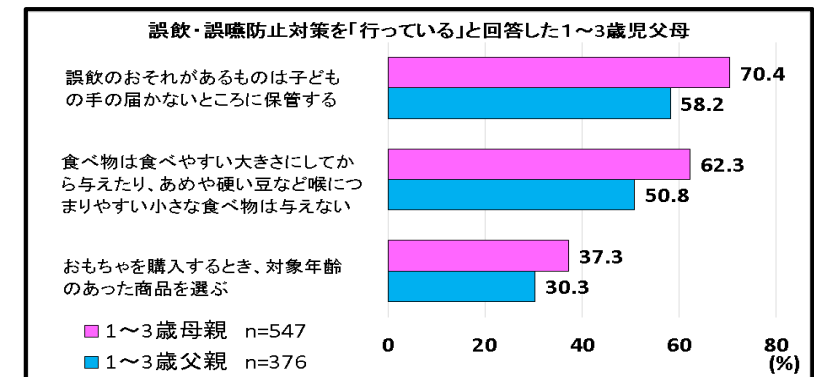
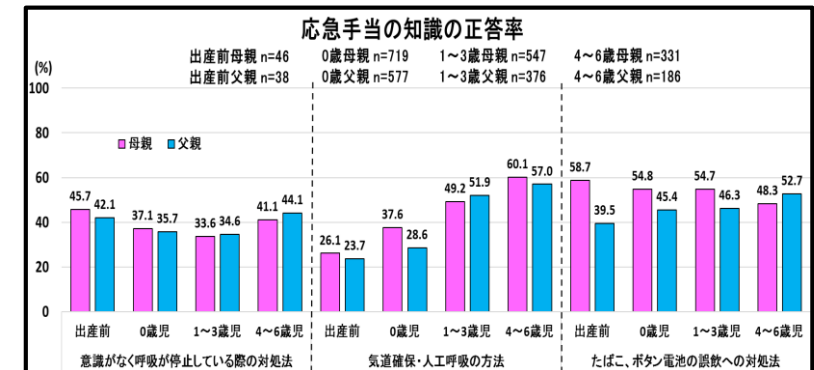
### 2019年度に行うプロジェクトの主な取組内容

関係機関と連携した啓発資料の作成及び啓発活動

県内での普及啓発活動の取組効果を検証

保護者及び出産予定夫婦等へのアンケートによる意識調査の結果分析

子どもの事故防止プロジェクトネットワーク会議への参加及び会議構成員との連携



### これまでの主な成果

・徳島県内で「保護者」、「出産予定夫婦」、「保育従事者」へのアンケート調査結果の報告書を公表(2018/5/23)

- ・事故に関連する知識の習得、事故防止の対策を実施している割合は、父親に比べ母親の方が総じて高い。
- ・乳幼児で起こりやすい事故の一つである誤飲等が起きた場合の応急手当についての知識や研修経験が父親も母親も少ない。

### 全国展開

調査結果を踏まえた有効策を全国展開

- ＜例＞
- ・父親への啓発
  - ・乳幼児の応急手当研修の普及
  - ・乳幼児健診時の啓発

## ◆消費者が自らの食生活の状況に応じた適切な食品の選択ができるよう、栄養成分表示※等の活用によるバランスの取れた食生活の普及啓発、保健機能食品の適切な利用に関する消費者の理解促進

※2015年度から、原則として全ての加工食品に対し栄養成分表示が義務化されている。

## ○徳島県内において栄養成分表示等の活用にあ資する教育プログラムを実施 ○自治体及び事業者への栄養成分表示等に関するヒアリングを実施

### 2019年度に行うプロジェクトの主な取組内容

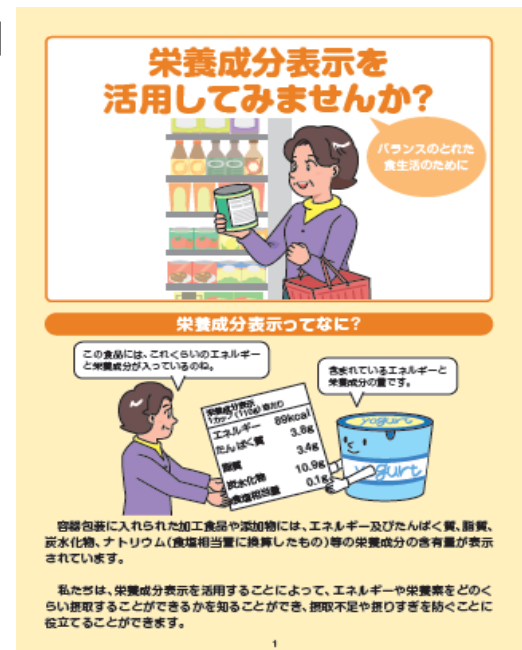
食品表示基準に基づいた栄養成分表示の移行状況の把握

自治体や事業者等へのヒアリングを実施  
(徳島県外での実施含む)

2018年度までの取組に基づく啓発活動の実施  
(フォーラムの開催等)

### 【栄養成分表示の例】

| 栄養成分表示<br>(1包装(2個)当たり) |         |
|------------------------|---------|
| 熱量                     | 476kcal |
| たんぱく質                  | 17.2g   |
| 脂質                     | 22.7g   |
| 炭水化物                   | 52.0g   |
| 糖質                     | 49.3g   |
| 食物繊維                   | 2.7g    |
| 食塩相当量                  | 3.6g    |
| 鉄                      | 1.4mg   |



### これまでの主な成果

- ・徳島大学等の協力を得て検証を行い、教育媒体及び指導要領を改良  
(2017年度・2018年度)
- ・徳島県及び県内の10事業者に対し、栄養成分表示等についての取組状況や課題等に関するヒアリングを実施し、取組事例を収集及び整理  
→「消費者庁が事業者向けに作成している栄養成分表示のためのガイドラインが分かりにくい」、「相談窓口が分からない」等の意見があった

※ヒアリング結果等を踏まえ、ガイドラインの改訂版を作成・発出

### 全国展開

徳島県外においても、教育プログラムを実施し、検証を行う。



## ◆事業者が消費者を意識した事業活動を行うことが健全な市場の実現につながっていくという観点から、中小企業も含めた消費者志向経営を推進

※消費者志向経営: 事業者が消費者の視点に立ち、消費者の権利確保及び利益向上を図ることを経営の中心とし、持続可能で望ましい社会の構築に向け、社会的責任を自覚して事業活動を行うこと。

## ○徳島県内における消費者志向経営の普及促進

### 2019年度に行うプロジェクトの主な取組内容

県内事業者の  
消費者志向自主宣言及び  
フォローアップ活動の推進

県内関係団体等への  
働き掛け

### 徳島県内で自主宣言した事業者【30事業者】(五十音順に掲載)

(株)旭木工/(株)阿波銀行/阿波証券(株)/(株)あわわ/(株)エフエム徳島/  
市岡製菓(株)/(株)キョーエイ/(株)クラッシー/社会福祉法人敬老福祉会/  
社会福祉法人健祥会/サン電子工業(株)/(株)セイコーハウジング/  
(株)寺内製作所/東光(株)/(株)ときわ/協業組合徳島印刷センター/  
(株)徳島銀行/徳島県教育印刷(株)/徳島合同証券(株)/  
生活協同組合とくしま生協/徳島トヨペット(株)/(株)日誠産業/  
(株)ネオビエント/(株)広沢自動車学校/富士ファニチア(株)/  
(株)フジみらい/(株)マルハ物産/(株)丸本/宮崎商事(株)/(株)山のせ

### これまでの主な成果

- ・2017年度、とくしま消費者志向経営推進組織(徳島県、事業者団体、消費者団体等で構成)を設立
- ・2018年度は、推進組織の活動を支援  
⇒消費者志向経営推進シンポジウムの後援(2018/10/12)  
⇒消費者志向経営フォローアップセミナー(2019/1/28)
- ・徳島県内の消費者志向自主宣言事業者:**30事業者**  
※全国102事業者のうち、徳島県内30事業者  
※全国初の銀行からの自主宣言(2地銀)

宣言

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

行動

- ・宣言・公表した内容に基づき、取組を実施

結果

- ・実施した取組の具体的内容・結果を公表

### 全国展開

自主宣言・フォローアップ活動を行う事業者が増えるよう働き掛けを行う



# 公益通報受付窓口(市区町村)及び 内部通報制度(事業者)の整備促進

## ◆市区町村における公益通報窓口や中小企業における内部通報窓口の整備が進んでいない 現状を踏まえ、窓口設置等に係る取組を促進

※公益通報:事業者の不祥事等により国民生活の安全・安心が損なわれることを防ぐため、事業者内部の労働者が  
所定の要件を満たして公益のために行う通報

## ○徳島県内の自治体及び事業者の取組促進

### 2019年度に行うプロジェクトの主な取組内容

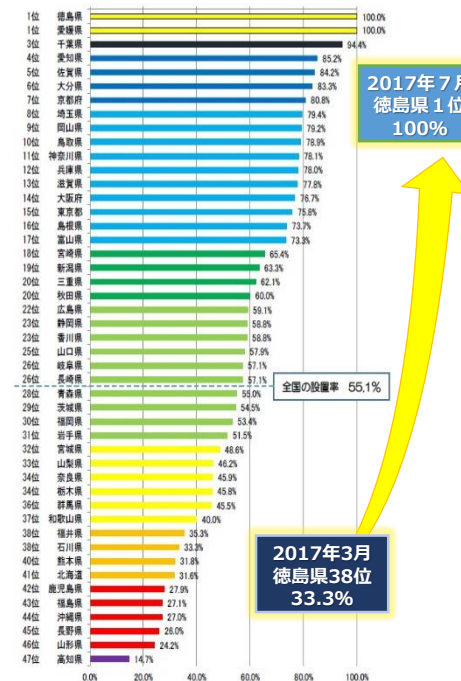
県内自治体(徳島県及び県内24市町村)の  
通報受付窓口の実効性向上

県内事業者による実効性の高い内部通報制度の  
整備を促進支援

### これまでの主な成果

- ・県内の全自治体(徳島県及び県内全24市町村)で通報受付窓口(内部・外部)を整備
- ・県内全市町村共通の通報受付窓口(外部)を整備
- ・県が職員向けに独自のeラーニング教材を作成
- ・事業者団体(徳島県医師会、徳島県経営者協会、徳島県土地改良事業団体連合会)内に共通の通報受付窓口を整備・運用
- ・県が民間事業者向け通報対応マニュアルを作成・公表

内部職員等からの通報・相談窓口



外部労働者からの通報・相談窓口



※グラフは2018年3月末時点

### 全国展開

中小企業における内部通報制度の導入促進  
の効果及び通報制度の円滑な運用とその評価・改善及び徳島県内市町村共通の窓口の  
整備の効果を検証等した上で全国展開

◆ 食品安全に対する消費者の理解を増進するため、幅広い世代の消費者に対して、多様なリスクコミュニケーション(リスコミ)の機会を提供

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

## ○徳島県内で、多様な主体・手法によるリスクコミュニケーション等の推進方法の検討

### 2019年度に行うプロジェクトの主な取組内容

アンケートによるリスコミの  
効果検証のための調査

実施した調査結果を  
分析・検討し、効果的リスコミの  
実施・効果の検証

効果的な教材を用いた小中学校での  
出前授業の実施・効果の検証

リスクコミュニケーターの養成に  
係る調査・研修結果の分析

社会心理学的要素も織り込んだ  
実践的なシラバスの作成及び  
研修結果の分析等

リスクコミュニケーターが  
活用可能なツールの作成・検討

【効果的リスクコミュニケーションの様子】



### これまでの主な成果

- ・徳島県消費者協会の協力の下、徳島県と共催し「食品安全リスクコミュニケーター養成・食品表示コース」を開講。36名のリスクコミュニケーターを養成
- ・徳島県や県内関係団体等と共催し、健康食品をテーマに2017年度(3回実施)の分析結果を踏まえた新たなプログラムでのリスクコミュニケーションを、2018年度は2回実施
  - 第1回 「健康食品と薬の飲み合わせ」って知ってますか？[徳島県薬剤師会、徳島県、消費者庁共催](2018/10/14)
  - 第2回 健康食品との賢い付き合い方[日本食品安全協会(徳島県部会)、徳島県、消費者庁共催](2018/12/22)
- ・「食品安全シンポジウム～徳島発 リスクコミュニケーションの今後の展望～」を開催(2019/2/28)

### 全国展開

リスクコミュニケーター  
養成の取組及び

開発した効果的リスクコ  
ミュニケーションの手法を  
全国の地方公共団体へ  
展開

## ◆シェアリングエコノミーの普及に伴い発生する消費者問題を早期に発見・分析し、消費者が安心して安全に利用できる環境整備につなげる

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

## ○シェアリングエコノミーに関する啓発資料の作成等

## ○若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会の開催

【シェアリングエコノミーのイメージ】

### 2019年度に行うプロジェクトの主な取組内容

2018年度に実施したシェアリングエコノミーに関する  
各種調査結果等を踏まえ、  
関係団体と連携して啓発資料を作成

関係有識者を招き、  
「若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会」を開催  
(2019年冬頃の取りまとめを予定)



### これまでの主な成果

- ・徳島県で実施されているシェアリングサービスに関するモニター調査等の実施
- ・第1回「若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会」の開催

### 全国展開

調査結果や研究  
結果を踏まえた啓発・  
情報発信を実施

## ◆消費者を取り巻く環境が急速に変化していく中、消費生活の現状や消費者問題に対する調査・分析や基礎研究を行うことが重要

⇒「課題発見・対策提示」による効果的な政策立案の実現

## ○行動経済学等を活用し、消費者に対する情報提供の在り方について調査研究を実施

### プロジェクトの主な取組内容

#### 「健康と生活に関する社会実験」の実施

- ・行動経済学の第一人者である依田高典客員研究主幹(京都大学教授)が指導
- ・とくしま生協よりモニター提供等の協力

- ・人は必ずしも合理的ではないという行動経済学の考え方にに基づき実施
- ・グループ分けした各モニターに対し、異なる情報提供や働き掛けを行い、消費行動や健康への影響を調査

#### 【協力体制のイメージ】



事前  
準備

アンケートによる事前の意識調査

フィールド実験のモニター募集

【2017年度】

フィールド調査の実施

グループ分けした各モニターへ異なる情報提供や働き掛けを行い、消費行動・健康への影響を調査

【2018年度】

調査結果を  
分析し、公表

【2019年度】

### これまでの主な成果

#### ・モニターの特徴を把握するためのアンケート(事前の意識調査)の結果を公表(2018/7/27)

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



## ◆障がい者の消費行動や直面する消費者トラブルの実態は不明瞭な状況

⇒障がい者が自立して生活できる社会の実現に向けても、消費行動及び消費者被害の傾向を探ることが必要

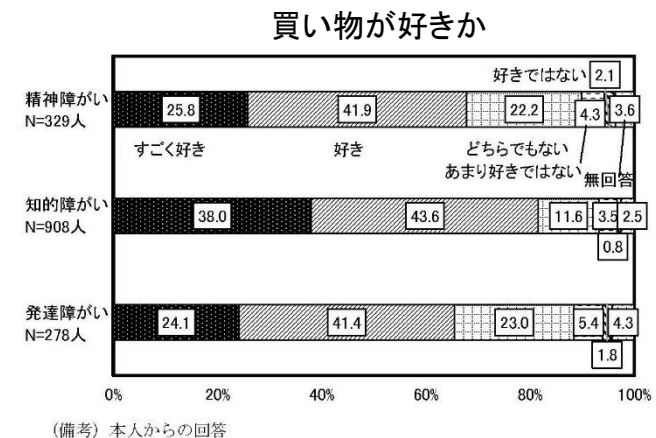
## ○障がい者の消費行動及び消費者被害実態等の把握

### プロジェクトの主な取組内容

#### 徳島県及び岡山県での調査

障がい者やその家族・関連施設等に対し、アンケート及びヒアリング調査を実施し、結果を取りまとめ

障がい者の消費者トラブルに関する事例を収集し  
啓発資料を作成



意見交換会(11月・3月)

アンケート調査

分析

報告書  
公表

ヒアリング  
調査

事例の  
取りまとめ等

事例集  
公表

事例集を使った  
普及・啓発

【2017年度】

【2018年度】

【2019年度】

## これまでの主な成果

### 【2017年度調査報告】

・徳島県及び岡山県の協力の下、精神・知的・発達の各障がいのある方々やその支援者を対象に、普段の消費行動等に関するアンケート調査を実施。調査結果について報告書を作成・公表(2018/3/22)

・全体的に、買物好きな障がい者が多いが、一方で、消費者トラブルに直面するリスクが比較的大きい

### 【2018年度調査報告】

・徳島県及び岡山県の協力の下、障がいのある方々やその支援者を対象に、消費者トラブル等について、ヒアリングを実施、調査結果について事例集を作成・公表(2019/5/17)

- ◆若者が消費者被害に遭う要因の一つとして、心理的な要因が挙げられる。  
⇒消費者被害に遭う要因等を主に心理的要因の観点から調査分析し、対応策を検討することが必要

## ○有識者による検討会での議論やアンケート調査等に基づき、若者が消費者被害に遭う要因を心理面から分析

### プロジェクトの主な取組内容

西田公昭座長（立正大学心理学部教授）の下、有識者による検討会を計6回実施

心理学等を活用し、若者が消費者被害に遭う要因等について調査・分析  
若者を対象としたアンケート調査（1万人規模）及び  
被害者等へのヒアリング調査を実施

### 主な成果

#### ・検討会の報告書を公表（2018/8/31）

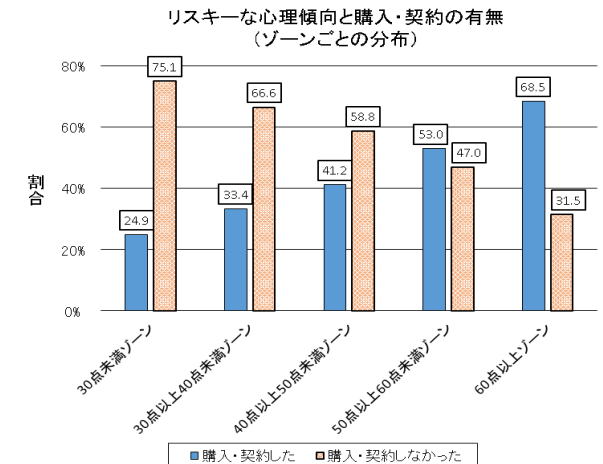
アンケートでは、勧誘を受けた際の状況や心境等のほか、若者の普段の行動や心理、さらにSNSへの意識などについても調査を実施

- ・アンケート調査結果から導かれた「勧誘を受けた際に購入・契約に至りやすい『リスクな心理傾向』」や「購入・契約の判断を行う際に若者が用いる6つの視点」に基づき、各種チェックシートを作成

※購入・契約の判断を行う際に若者が用いる6つの視点

⇒「商品・サービス価値への評価」「勧誘者への評価」「場の拘束感への評価」  
「否定的側面への評価」「強引な要請への評価」「説明への納得感」

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



#### <リスクな心理傾向チェックシート>

| チェック項目                     | 当てはまり度合い |   |   |   |   |
|----------------------------|----------|---|---|---|---|
| 揉まれるようにお願いされると弱い           | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| おだてに乗りやすい                  | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 自信たっぷりに言われると納得してしまう        | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 見かけの良い人だといひ信じてしまう          | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 素敵な異性からの誘いだと断れない           | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| マスコミで取り上げられた商品はすぐ試したくなる    | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 好きな有名人が勧める商品は買いたくなってしまふ    | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 新しいダイエット法や美容法にはすぐにとびつく     | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 専門家や肩書きがすごい人の意見には従ってしまう    | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 無料だったり返金保証があるならいろいろ試してみたい  | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 資格や能力アップにはお金を惜しまない         | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 良いと思った募金にはすぐ応じている          | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 欲しいものは多少のリスクがあっても手に入れる     | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| どんな相手からの電話でも最後まで聞く         | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 試着や試飲をしたために、つい買ってしまったことがある | 1        | 2 | 3 | 4 | 5 |

- ◆消費者が居住する地域の実情等を踏まえた消費者施策の企画・立案等に向けた基礎的な資料を得るために、過疎地域の消費活動特性等の調査を行う

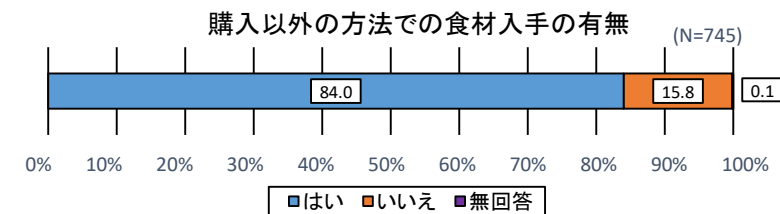
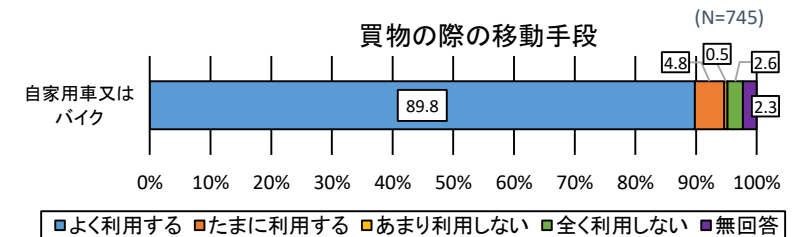
## ○過疎地域等に居住している消費者の消費活動特性等について、アンケート調査やヒアリング調査を行い、調査結果を基に分析等を実施

### プロジェクトの主な取組内容

徳島県内の過疎地域等における消費活動特性等に係る調査等の実施

過疎地域等の居住者に対し、アンケート及びヒアリング調査を実施

全国比較のためのアンケート調査を行い、調査結果を基に分析を実施



「過疎地域等の消費活動特性に関する調査報告書(基礎研究プロジェクト中間報告)」より抜粋



### これまでの主な成果

- ・徳島県内の過疎地域等の居住者を対象に約700名規模のアンケート調査などを実施し、「過疎地域等の消費活動特性に関する調査報告書(基礎研究プロジェクト中間報告)」を公表(2019/3/22)

- ◆若年者への消費者教育の充実や高齢者等の見守りネットワークの構築が、重要な政策課題
- ◆「地方消費者行政強化作戦」では、各都道府県ごとに消費生活相談員の研修参加率を100%に引き上げること等が求められており、研修機会の確保が必要

## ○徳島県内で各種研修を実施

### プロジェクトの主な取組内容

鳴門市・徳島市における研修の実施

主として関西、中国・四国地域の  
対象者を想定した研修

徳島独自の研修

【徳島県内で行われた研修の様子】



### これまでの主な成果

- ・2018年度は、徳島県内において14回の研修を実施  
(鳴門合同庁舎:10回、徳島市内会場:4回)
  - ・グループワークや情報交換会を行う研修は設備が整った鳴門合同庁舎で実施
  - ・フィールドワークなどを行う研修は、県都の徳島市内会場で実施
    - うち1回は、四国大学の学生とのワークショップなどを取り入れた「徳島オリジナル研修」を実施
- ・2018年度に国民生活センターが主催した相模原事務所での研修63回(3,801名)に対して、徳島県において開催した研修は14回(383名:鳴門市10回 242名、徳島市 4回 141名)  
(※)徳島県での受講者は、相模原における受講者の約1割

### 2019年度

徳島県の要望を踏まえ、  
消費生活相談員研修の  
テーマ等の充実を図り  
計14回を実施

(内訳)

- ・鳴門市10回
- ・徳島市4回



## ◆更なる消費者の安全なくらし確保のため、先駆的な商品テストを実施することが重要

※国民生活センターでは、相模原事務所の商品テスト施設において、消費者被害の未然防止・拡大防止及び消費生活センターにおける苦情相談対応等に資する、生活実態に即した商品テストを実施している。

## ○徳島県を実証フィールドとして活用した先駆的な商品テストを実施

### プロジェクトの主な取組内容

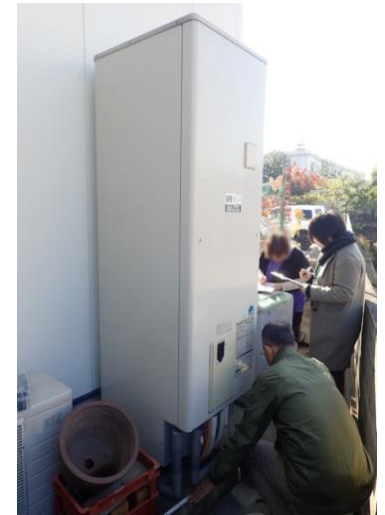
徳島県内のモニター家庭等を活用した実態調査

外部機関※を活用した商品テスト

商品テスト等の結果を踏まえた効果的な対策を検討

※2017年度はプレテストを関西、  
本番テストを関東の外部機関で実施

【モニター家庭を訪問しての  
貯湯タンク設置状況調査】



### これまでの主な成果

#### ◇2017年度のテーマは、「地震による転倒の防止策」

・調査結果を踏まえ、報告書を公表(2018/6/7)

##### 【主な結果】

- ・モニター家庭のフィールド調査の結果、100 世帯中、63 世帯で、電気給湯設備の貯湯タンクの適切な設置がなされていなかった
- ・フィールド調査を反映した振動テストの結果、コンクリート基礎の上に置いただけの貯湯タンクは震度6弱相当の揺れで転倒した。また、固定するアンカーボルトの太さが細い場合、貯湯タンクは転倒しないものの、1回の振動でアンカーボルトに浮きが見られた

#### ◇2018年度のテーマは、「錠剤、カプセル状の健康食品の品質等に関する実態調査」

- ・県民から使用中の商品を回収し、品質等の調査を実施中
- ・結果を取りまとめ、2019年度に全国の消費者に向けて情報発信

### 2019年度

#### ◇「エアゾール缶での事故防止策」

徳島県を実証フィールドとして、  
使用・保管・廃棄の実態について調査を実施

## 周辺地域への貢献やオフィスの広報等

### 県内大学での 講義



◇鳴門教育大学での講義  
(2018年度、4コマ・2019年度、3コマ)

(鳴門教育大学での講義内容の例)  
消費者法／消費者被害／消費者の安全確保 など

◇四国大学での講義  
(2018年度後期、2コマ)

◇徳島大学での講義  
(2018年度前期、14コマ  
・2019年度前期、13コマ)

【科目名】消費者が主役の社会へ

(徳島大学での講義内容の例)

- ・消費者行政の概要
- ・インターネットをめぐる消費者トラブル
- ・消費者法の立法過程
- ・子供の事故を始めとした事故防止への取組
- ・怪しい表示と正しい表示
- ・食品表示の見るべきポイント
- ・食品のリスクの捉え方
- ・事業者の取組み
- ・欠陥商品とその責任
- ・消費者問題の歴史、法律が出来るまで
- ・相談現場からみた消費者被害の実態
- ・なぜ消費者被害に遭うのか
- ・消費者問題のおさらい

### 徳島新聞へ 毎月連載



オフィス職員が徳島新聞のコラムを執筆  
「徳島から挑む  
消費者庁 新未来創造オフィスより」

## オフィスの取組や成果紹介のシンポジウム等開催

- 2017/9/6 消費者行政新未来創造オフィス設立記念シンポジウム
- 2018/5/18 消費者行政新未来創造オフィス×香川県 記念シンポジウム
- 2018/7/18 消費者行政新未来創造オフィス・愛媛県・愛媛大学シンポジウム
- 2018/7/23 消費者行政新未来創造オフィス開設一周年記念シンポジウム
- 2018/11/22 愛知県・消費者行政新未来創造オフィス消費者教育推進フォーラム
- 2019/2/12 消費者行政新未来創造オフィスの成果分析の成果報告会
- 2019/3/16 ひょうご消費者セミナー2018





# ご清聴ありがとうございました

消費者庁HP

<<http://www.caa.go.jp/>>

消費者行政新未来創造オフィスHP

<<http://www.caa.go.jp/future/>>

「社会への扉」（消費者教育教材）

詳しくは「社会への扉」で検索！

国民生活センターHP

<<http://www.kokusen.go.jp/>>



消費者ホットライン188 イメージキャラクター イヤヤン