

第3章 関連機関の取組み

第3節

社団法人全国消費生活相談員協会の取組み

内閣府請負事業 高齢者に対する消費者問題出前講座

1. はじめに

(社)全国消費生活相談員協会は、1977年に社団法人として発足。消費生活専門相談員によって全国的に組織された団体である。2005年3月1日現在、会員は1,640名、全国6支部(北海道、東北、関東、中部、関西、九州)に分かれ活動している。会員のほとんどが各地方自治体の消費生活センターなどで消費生活相談員をしており、日常的に悪質商法など消費者トラブルの苦情相談対応を通して、高齢者被害の実態を熟知している消費生活問題専門家の団体である。

2. 高齢者に対する消費者教育の現状

(1) 「消費者問題出前講座」の目的と経緯

「集める教育」から「届ける教育」へ

2001年4月の消費者契約法の施行等を機に、内閣府からの委託を受け、(社)全国消費生活相談員協会(以下「協会」と表記)では、会員が講師となって高齢者の集まりに直接出かけ、消費者教育を実践する「消費者問題出前講座」(以下「出前講座」と表記)を開始した¹⁾。

消費者取引の複雑化・高度化の中で、とくに高齢者は知識が不十分なため、いわゆる悪質商法の対象になりやすい。そのため高齢者に対する消費者知識の普及が被害の未然防止には必須であるが、従来行われていた講習会等の「集める教育」では、関心の高い一部のみに参加者が限定されるなどの問題や、地方に住む高齢者を中心に地理的・体力的理由等で参加しづらいなどの問題が多かった。そこで出前講座は、高齢者の身近な集まりに講師が出かけて消費者教育活動を行う、いわば「届ける教育」の実践によって消費者教育を行うことを目指したものである。

(2) 出前講座の概要

出前講座全体の概況

出前講座はおもに高齢者を対象として行われ、20人程度以上の集まりであれば、個人グループ、各種団体を問わず、全国どこからの申込でも受付ける。申込は直接協会本部への申込でも支部への申込でもよい。協会では申込のあった地域の最寄りの支部会員の中から講師を選定し、出前講座を開催する。

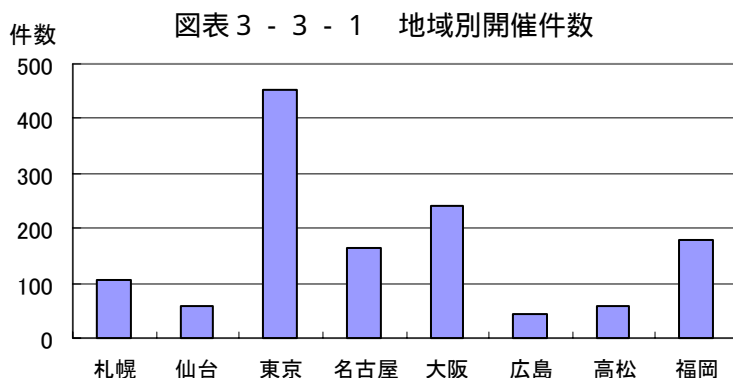
出前講座は全国すべての都道府県で開催されており、開始時の2001年度から2003年度まで3年間の合計講座開催件数は4,387ヶ所、受講者総数は14万6,978人に達している。性別では女性が69.4%、男性は28.6%であり女性は男性の2.4倍に相当する。年代別では60歳以上の高齢者が11万2,540人、全体の76.6%に達している。なお講座開催後にアンケート調査を実施しているが、2003年度に於ける回答者属性では、年代別では70歳代が35.0%、60歳代が29.1%、80歳以上が12.9%となっている²⁾。

また2004年度はすでに全国1,400ヶ所の出前講座を実施した。

出前講座開催の地域特性

全国都道府県を網羅して開催しているが、開催件数では地域格差がある。全国都道府県を高等裁判所管轄の8管内（北海道、仙台、東京、名古屋、大阪、広島、高松、福岡）に分けると、2002年度、2003年度を通して、開催件数の多い順に東京、大阪、福岡、名古屋となり、少ない順に広島、高松、仙台となる。最多の東京管内が全体の34%程度に対し、最少の広島管内は3%程度となっている³⁾。

これは協会が全国組織ではあっても、会員数が少数である地域が存在し、講師選定が困難などの事情や、地域の講座への関心度、関連機関への周知方法などによるものである。



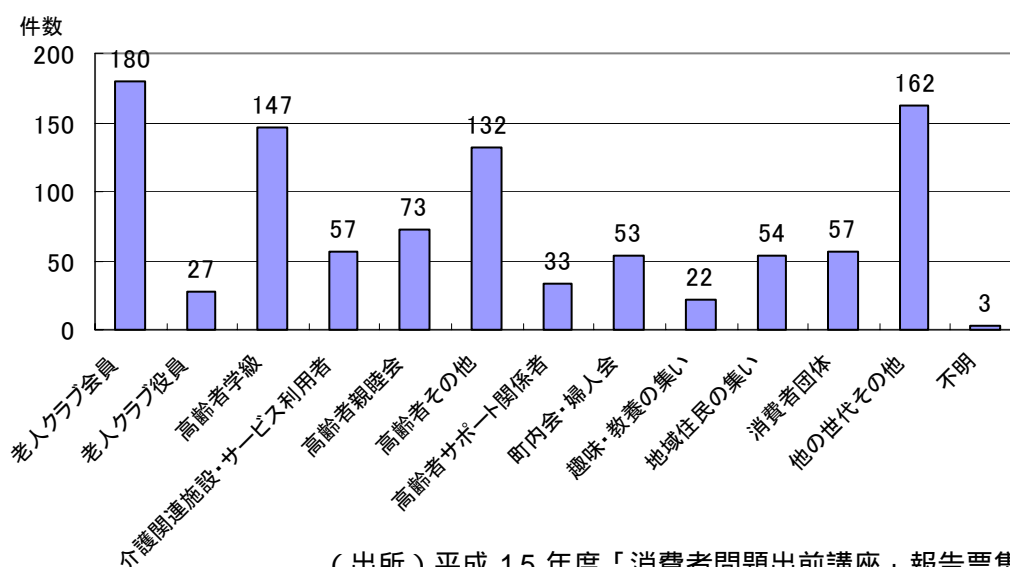
(出所)平成15年度「消費者問題出前講座」報告票集計概要

出前講座参加者のグループ特性

参加者グループは大きく2種類に分けられ、「おもに高齢者で構成するグループ」と、「おもに他の世代で構成するグループ」がある³⁾。

2003年度においては、前者では「高齢者学級」が18.3%と最も多く、「老人クラブ会員」が18.2%、「高齢者親睦会」が11.1%と続き、高齢者自身を対象とする出前講座が全体の59.5%を占めている。後者では「高齢者サポート関係者」が13.4%、「地域住民の集い」が6.8%となっている。他の世代を対象とするものは全体の40.5%である。

図表3-3-2 グループ特性別の件数



(出所)平成15年度「消費者問題出前講座」報告票集計概要

本来、高齢者対象の出前講座ではあるが、高齢者本人が講座に参加できない事情があるときは、高齢者の周囲で、高齢者を支える活動をしている高齢者サポート関係者、地域住民の集い、町内会・婦人会などのグループも対象としている。

(3) 高齢者への効果的な消費者教育への取組みについて

出前講座における啓発の内容・方法

2001年の出前講座開始時点では、消費者トラブルの対処法として消費者契約法の活用と、パソコン、インターネットなどITの基礎知識の普及を目的に出前講座が開催された。そのため内閣府発行の「消費者契約法活用術」、協会作成の「こんな相談ありました Vol.1」などの冊子、協会作成のIT解説パンフレットを受講者に配布して講座を行った。

その後は高齢者の消費者トラブル防止の観点から、その時々が多発する悪質商法、消費者契約法、消費者被害救済の方法など、今日性のある問題に出前講座の内容がシフトしている。とくに2003年度からは、悪質商法11事例をイラスト化したパンフレット「悪質商法あれこれ」を作成、またヤミ金融や架空請求などの深刻な被害多発を受け、「ヤミ金その扉開けないで」「ストップ!! 払わないで」などのパンフレットを配布して活用している。



各種パンフレットの一例

出前講座の具体的な啓発方法と効果

1) 講座の形式

基本的には、いわゆる講義形式をとるものが多く、2003年度では講義形式84.5%、演劇が7.6%、講義にビデオ、紙芝居、コント、腹話術、落語などを加えた方法が7.9%となっている³⁾。時間はどれも30分から1時間、最大で1時間半程度である。

2) 講師による創意工夫～参加型へのアプローチ

一口に講義形式と言っても、講師が一方向的に話すスタイルでは、高齢者に興味を持って聞いてもらうことも理解してもらうことも困難である。そのため講師は講義内容に各人で創意工夫を行っている。また支部によっては、「ビデオ付き講義」、「紙芝居講義」、「ハガキや団扇作りなどの工作付き講義」、「講義のみ」の4種類のメニューを用意し、申込者に選ばせる方法を取っているところもある。

講師の創意工夫は講義形式ではあっても、大講堂での場合などを除き、受講者に「悪質商法退治の歌を歌ってもらう」、「クーリングオフのハガキを書いてもらう」、「ごく簡単なロールプレイングに参加してもらう」など、受講者自身に実際に手や口を動かしてもらう、いわゆる受講者参加型を実践しているものが多い。

高齢者に限らず、消費者教育では豊富な具体事例の提供が受講者の興味を喚起するが、とくに高齢者にとって悪質商法は他人事ではないため、講師が話す「いま起こっている具体的事例」に触発され、高齢者自身が身近な体験の掘り起こしを行うことにより、消費者知識を習得し、トラブル回避法を実感、納得してもらうことが可能となる。

3) 出前講座の効果

2003年度の受講者アンケート調査によると、「この講座に出席して、悪質商法などについて、ある程度自分で対処できるようになりましたか」との質問に、73.5%、2万9,834人の人が「自分で対応できると思う」と回答している²⁾。これは出前講座が受講者にとって十分効果を挙げていると評価できる数字である。

3. 関連機関との連携

(1) 出前講座の関連機関への周知方法

内閣府の主催事業であるので、年度ごとに都道府県・政令指定都市担当課長宛に「消費者問題出前講座の開催」を周知する文書が送付される⁴⁾。地方自治体がそれぞれ行う消費者講座の補完としてもこの出前講座を活用して欲しいとの趣旨である。

協会からは全国の社会福祉協議会、老人クラブ、防犯協会、介護関連施設などに出前講座開催について周知を行っており、その関連で出前講座申込がなされることが多い。また協会から新聞等マスメディアへの情報提供を行い、随時、出前講座の記事掲載がされることで申込があることもある。

4. 高齢者に対する消費者教育の今後の課題

(1) (社)全国消費生活相談員協会による課題と方向

講座開催件数

出前講座は内閣府主催事業であり、年度によって異なるが、申込も開催も期間が設定されている。開催件数も同様で、予算の関連で、年度によって2,000件、1,000件、1,300件、1,400件と目標設定がされてきた。その意味では出前講座に申込が多数集中しても断らなければならない事態が起きうる。現に、統計は取っていないが一定数の申込を断っており、目標件数は毎年達成しているが、今後のさらなる拡大には課題がある。

講師の確保

出前講座の継続拡大には講師の確保が必要である。協会の会員数は1,640名だが、会員が全国各地に満遍なくいるわけではない。しかし出前講座で講師をしたことのある会員は500人。すでに2(2)の「出前講座開催の地域特性」で見たように、地域によって開催件数について格差が生じている。全国どこでも申込みがあれば講師が出かけるシステム

ではあっても、講師が余りに遠方から来るのでは申込み側の躊躇も予測される。会員数のスケールメリットを活かし、開催件数の少ない地域に積極的に出前を行うためにも、近隣地域に居住する会員を登用するなど講師確保が必要となる。

参加対象の拡大と消費者啓発

出前講座もすでに4年を経過し、社会福祉協議会、老人クラブ等にはある程度浸透している。今後は参加対象をさらに拡大する必要がある。

例えば独居高齢者など、出前講座の存在を知らない、もしくは出前講座にも参加できない人々に、どのように情報提供するかが課題である。その意味では、民生委員や介護サービス従事者など、また高齢の親を抱える子ども世代など、「高齢者の周囲にいて、かつ高齢者を支える役割を担っている人」を参加対象とする必要がある。高齢者の周囲に消費者教育を行うことが、間接的ではあっても高齢者に対する消費者教育に繋がるからである。

(2) ヒアリングから見た出前講座の課題と方向

出前講座の講師と地域特性について

1) 啓発手法の共有化の必要性

協会の会員は消費生活センターの相談員がほとんどであり、日常業務の中で、最新の消費者トラブルを知り、悪質業者の事例や具体的手口を熟知している。出前講座の講師として適任であることは、その通りである。しかし啓発方法が各講師のそれぞれの創意工夫に依っているのは、改善の余地がある。

講義形式が高齢者の興味を引きにくいことからすれば、各講師がそれぞれ創意工夫した参加型講座の方法など、各講師が啓発手法を協会内で情報交換し、相互に共有する方法を行うことで、高い位置での講師レベルの平準化が達成でき、高齢者が受け入れやすい消費者教育の実践に繋がると思われる。複数の相談員による寸劇やコントが増えているのはその延長上と思われる、今後は協会による講師向け啓発用カリキュラム作成も必要であろう。

2) 会員全員が出前講座の講師に

協会会員は全国で1,640名、その内、講師経験者が500名であれば、もっと講師経験者が増加して然るべきである。出前講座開催件数の地域格差は、少数会員地域がある問題でもあるが、全国組織である協会のスケールメリットを活用すれば、端的に全体の講師経験者を増加することでも、近接地域からの出前講座実施で一定の緩和は可能と思われる。

少数開催地域は情報過疎であり、消費者被害が潜在化している可能性が大きい。出前講座の趣旨から言っても、そこにこそ的確に情報が届かなければならない。会員の講師経験者の増加が望まれる。

関連機関との提携

出前講座の周知について、現状、社会福祉協議会、各地の老人クラブ、防犯協会、介護関連施設などに情報提供を行っているが、これ以外にも、民生委員や介護サービス従事者などの機関に積極的に周知するべきである。また高齢者世代を抱える子ども世代を出前講座の対象としたいとする方向性は、間接的であっても高齢者への消費者教育としての効果が大いだと予測され評価できる。また積極的な提携先の拡大だけでなく、事業の継続に伴い陳腐化することのないように、既提携先への定期的な周知を行うなど十分な配慮が必要である。

講座の開催件数と予算

消費者問題出前講座は3年間で4,387ヶ所、受講者総数14万6,798人で、2004年度を算入すれば開催件数で5,700ヶ所以上という大規模啓発活動である。無償で専門家の出前講座が受けられる環境整備が行われたことが、受講数増加に大きく寄与しており、高齢者が現実にこれだけの規模で参加したということは大きな成果である。

今後はこの成果をさらに広げていかなければならないが、そのためには出前講座の年間開催件数の増加と予算配分が不可欠であると思われる。高齢者への「届ける教育」実施は、大きく深く広がることで当初の目的に近づくものと思われるからである。

【注および参考文献】

- 1) 平成13年8月31日付 内閣府国民生活局消費者企画課長通知 「消費者問題出前講座の開催について」
- 2) (社)全国消費生活相談員協会理事長藤井教子「高齢者の消費者意識と被害」『国民生活』平成16年9月号
- 3) 平成14年度「消費者問題出前講座前講座報告表集計概要」、平成15年度「消費者問題出前講座前講座報告表集計概要」
- 4) 平成16年6月1日付 内閣府国民生活局消費者企画課長通知 「消費者問題出前講座の開催について」