

第 部 消費者教育の「担い手」側から見た現状と問題点

第 5 章 高齢者に対する消費者教育の自治体モデル

第1節

北海道立消費生活センター（社団法人北海道消費者協会）
を中心とした北海道消費者被害防止ネットワークによる対策

1. はじめに

北海道は面積 834 万 5471 平方キロメ - トル、うち 70%は森林が占める自然の大地である。人口 569 万 931 人、うち高齢者人口は 103 万 1,552 人、高齢者率 18.2%の地域である。県庁所在地がある札幌市の人口は 185 万 3,521 人と他県と同規模であり、北海道総人口の 32.5%を占める（H15 年 12 月 31 日現在）。

北海道から北海道立消費生活センター事業の業務委託を受け、実質的に北海道の消費者行政を担うのは（社）北海道消費者協会（以下、道協会）である。道協会は昭和 36 年 1 月に設立され、今年で 44 年目を迎える。現在、道内 207 市町村に 78 の地域消費者協会（以下、地方協会）があり、協会に加入している個人会員数は約 18,000 人にも及ぶ。地域協会と道協会とが一体となって消費生活の安定・向上に日々取り組んでいる。

本章では、同協会における消費者教育の現状と、道協会が中心となって道内 36 の関連機関と共に結成された「北海道消費者被害防止ネットワーク」について紹介する。

2. 高齢者に対する消費者教育の現状

（1）消費生活リ - ダ - （道民の人材）養成

消費生活安定向上のため地域における組織活動の核となるリ - ダ - を養成する目的で毎年講座が実施されている。平成 16 年度（第 41 期）には 25 名の修了者がありその総数は平成 17 年 3 月現在、1,243 名である。講座受講に際しては、書類選考と面接がある。講座期日は、前期中期後期に分かれのべ 30 日間にわたる。講座会場が北海道立消費生活センターであるため、長期の宿泊を余儀なくされる受講生もいる。受講生の中には地方自治体からの推薦を受け講座費用の助成を受けている場合もある（出身母体の地方自治体により異なる）。

また、消費生活に関心と学習意欲を持ちながら、長期の講座に出席できない人を対象に学習機会を設け、地域における消費者運動の核として活動する人材養成を目的にした通信講座消費生活スタディがある。平成 16 年度（第 19 期）には 83 名が受講し 80 名が終

了している。修了者のべ総数は平成 17 年 3 月現在 2,006 名である。受講期間は 9 ヶ月間で、その間に 2 日間のスク - リングがある。

(2) 地域高齢者への消費者教育と消費生活リ - ダ - の活用

養成された地域リ - ダ - は各地域に居住しながら地域での相談業務や啓発活動をおこなっている。また、現在 100 名余が北海道消費者協会に非常勤講師登録をしている。登録講師は消費者協会の要請で出前講座や生活展などの派遣講師を務める。北海道消費者協会では、毎年 4 月に道内全域にセンターの事業である移動消費生活センタ - の周知を行っている。この消費者教育は日常生活に係る衣食住に加え、悪質商法や金融トラブルに巻き込まれないための契約知識など実践的な情報を道民に届けるためのものである。周知先は市町村の他、福祉関係機関・教育関係機関・地域に関係する機関などである。周知後各機関からの要請を請け北海道消費者協会は適宜該当地域の講師を要請された地域機関・団体へ派遣する。北海道消費者協会は派遣する講師へ準備などの支援のほか講師料（謝金 2 時間以内 5,000 円、3 時間 7,500 円、4 時間以上 10,000 円。旅費（道職員に準じる）日 2,700 円）を支払う。

(3) 若年者・高齢者トラブル防止セミナ -

移動消費生活センタ - の一つに若年者・高齢者トラブル防止セミナ - がある。若年者、高齢者、高齢者福祉関係者を対象に悪質商法とその対策について、ビデオやリ - フレット等を使い、最新の情報等を盛り込んだ講座を実施している。平成 16 年度には、延べ 50 市町村で 50 講座を実施し、延べ 4,336 人が参加した。

3 . 関連機関との連携 「北海道消費者被害防止ネットワ - ク」

近年、社会経済情勢の変化に伴い、販売方法や契約方法が複雑化・多様化し消費者がトラブルに巻き込まれるケ - スが急増し、消費生活センタ - の消費者相談も大幅に増加してきた。特に高齢者においては架空請求などの振り込め詐欺をはじめ、次々販売などその手口はますます巧妙化し相談件数も増えている。消費者被害を受ける人々特に社会的に弱い立場にある高齢者や若年者の消費者被害を防止するためには地域社会全体で監視して、未然防止につなげる仕組みが求められている。このため社会福祉協議会や老人クラブ、社会福祉団体、行政、学校団体など 37 関係機関・団体が連携し、地域ぐるみでフォロー - する

仕組みとして「北海道消費者被害防止ネットワーク」が平成15年12月17日に設立総会が開催され設置された。現在、地域ではこれに連動して地域版ネットワークが立ち上がってきている。地域社会において監視の目がさらに強化され、実効性が高まってきている。ネットワークの事務局は、道庁、道警本部、道立消費生活センター（社団法人北海道消費者協会）の3者が幹事を担当している。

図表5-1-1 北海道消費者被害防止ネットワーク構成団体

平成15年12月17日現在 (順不同)			
	団 体 名		団 体 名
1	社会福祉法人 北海道社会福祉協議会	26	北海道経済産業局消費経済課
2	社会福祉法人 札幌市社会福祉協議会	27	北海道財務局
3	(社)北海道ろうあ連盟	28	札幌市消費者センター
4	(社)北海道視力障害者福祉連合会	29	(社)札幌消費者協会
5	札幌市視力障害者福祉センター	30	北海道教育庁生涯学習部高等教育課
6	(社)北海道身心障害者福祉協会	31	北海道環境生活部生活振興課
7	北海道町内会連合会	32	北海道経済部金融課
8	(財)北海道民生委員児童委員連盟	33	北海道警察本部総務部警察相談課
9	(財)札幌市民生委員児童委員協議会	34	北海道警察本部生活安全部生活経済課
10	(財)北海道老人クラブ連合会	35	北海道立消費生活センター
11	(社)札幌市老人クラブ連合会	36	(社)北海道消費者協会
12	(財)北海道長寿社会振興財団		
13	北海道ホームヘルプサービス協議会		
14	(社)北海道貸金業協会		
15	(財)北海道防犯団体連合会		
16	北海道市長会		
17	北海道町村会		
18	北海道弁護士会連合会消費者保護委員		
19	北海道ブロック司法書士協議会		
20	日本私立大学協会北海道支部		
21	日本私立短期大学協会北海道支部		
22	(社)北海道私立専修学校各種学校連合		
23	北海道高等学校長協会		
24	北海道特殊学校長会		
25	北海道私立中学高等学校協会		
*オブザーバー参加機関			
1	公正取引委員会事務局北海道事務所		

(出所) 北海道立消費生活センターホームページ¹⁾

図表5 - 1 - 2 北海道消費者被害防止ネットワークの主な役割など
幹事会（事務局）の役割

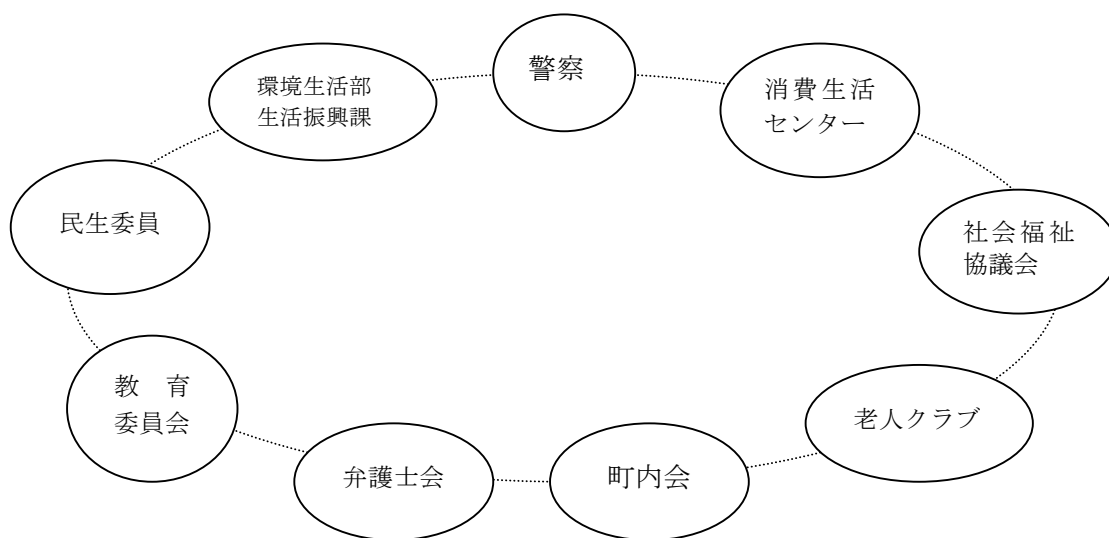
1 幹事会	
(事務局)	北海道環境生活部生活振興課 北海道警察本部警察相談課・生活経済課 北海道立消費生活センター
2 業務内容	
	<ul style="list-style-type: none"> ●消費者被害情報の提供と収集 <ul style="list-style-type: none"> ・消費者被害情報を収集 ・ネットワークニュースの発行 ・Eメール等により消費生活情報の発信 ・構成団体が発行する会報に消費生活情報を投稿 ●消費者啓発・学習会等の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・消費者被害防止セミナー(高齢者・若年者等対象)の開催 ・構成団体主催の消費者被害防止学習会等への講師派遣 ・消費者被害防止啓発用リーフレット等の発行・配布 ●定例会議 ●連絡会議

ネットワーク構成団体の取組等

1 団体関係	
(1)本部等	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者被害情報(Eメール情報を含む。)を組織内の団体に周知 ・消費者被害防止啓発用リーフレット等を組織内の団体に配布 ・組織内の団体から得た消費者被害等の情報を幹事会に提供 ・団体が発行する会報への消費生活情報等を掲載 ・団体の支部等地域の役員を対象とした消費者被害防止学習会等を開催
(2)地域 (役員・委員)	<ul style="list-style-type: none"> ・支部等地域の役員を対象として消費者被害防止学習会等を実施 ・独居老人、老人家庭で消費者被害が起きていないか日常的に留意 ・地域での集会等で消費生活情報等を提供 ・被害者に対し、消費者センターなどに相談するよう助言 ・消費者被害の内容によって警察署・交番に通報、又は親類に連絡 ・消費者被害等の情報を最寄りの消費者センター・市町村に連絡
2 学校関係	
	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者被害情報を学生掲示板に掲載 ・被害防止啓発用リーフレット等を学生掲示板に掲載 ・学生の消費者被害に、対処方法等を指導・助言・消費者センターを紹介 ・消費者教育の実施
3 弁護士会・司法書士会	
	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者被害救済のための指導・助言 ・消費者被害防止学習会等への講師派遣 ・消費生活情報の提供 ・その他専門的立場からの助言
4 国等行政機関	
	<ul style="list-style-type: none"> ・関係法令に抵触すると思われる消費者被害事例に対する措置 ・消費生活情報の提供

(出所) 北海道立消費生活センターホームページ²⁾

図表5 - 1 - 3 北海道消費者被害防止ネットワ - クイメ - ジ図



平成16年1月30日には、北海道消費者被害防止 ネットワークニュース創刊号が発行された。現在、平成17年2月15日に第7号が発行されている。

平成16年1月30日

**北海道消費者被害防止
ネットワークニュース創刊号 No.1**

【事務局】北海道立消費生活センター
(社)北海道消費者協会

〒060-0003 札幌市中央区北3条西7丁目
北海道庁別館西棟2階
Tel 011-221-0110 Fax 011-221-4210
Homepage <http://www.synshitsu.or.jp>

**消費者被害の未然防止のために！
「消費者被害防止ネットワーク」が設立**

平成15年12月17日に道立消費生活センターくらしの教室で、社会福祉関係団体や学校関係団体及び行政機関などで構成する「北海道消費者被害防止ネットワーク」の設立総会が開催され、全会一致で承認されました。

不景気からなかなか抜け出せない世相を反映して、全国的に悪質商法や架空請求などによる被害が多発しております。

特に、お年寄りなどをターゲットにして、悪質な訪問販売業者が高額な商品を次々と契約させる次々販売や若年者に対して携帯電話やインターネットの有料情報料の支払いを脅迫的な文面を送りつける架空請求、さらに契約目的を隠して言葉巧みに近付き高額な宝飾品や化粧品などの契約をさせるアポイントメントセールスなどの被害も増加しております。

また、最近では、「おれおれ詐欺」が社会問題となっておりますが、この被害の場合、もし金融機関の方か身近にいる方が、ひと声掛けていたら防げたのではないかと大変残念な気がいたします。

こうした悪質商法や詐欺的な手口から高齢者や若年者を守っていくためには、地域社会や学校ぐるみで監視したり、声を掛け合うなど社会全体でフォローする仕組みが求められます。消費者被害防止ネットワークは、構成団体のこうした思いが一致して設立されました。

ネットワークの事務局は、道庁、道警、道立消費生活センターの3者が幹事を担当します。今後、ネットワークニュースやセミナーなどを通して消費生活に関する情報を積極的に発信して参りたいと考えておりますので、よろしくお願い致します。

また、このネットワークの実効性をより高めるために、地域版のネットワークを立ち上げ、網の目を細かくして監視を強化していく必要があります。この取組みが各地域で広がっていくことを期待しています。

北海道警察本部警察相談課より

北海道警察本部警察相談課は、下記の内容を各警察署、交番、駐在所に通知しています。何かありましたら、お気軽にご相談下さい。

関係機関・団体との連携でネットワーク構築を

北海道警察本部は、昨年12月17日、北海道及び北海道立消費生活センターと連携し、ネットワークを構築しましたので、連絡します。

各警察署においては、今後、管内における本ネットワーク構成機関・団体の下部組織等により同様ネットワークが構築された場合には、構成機関としての参加と所要の活動をお願いします。

■各警察署における具体的な活動要領

- (1) ヤミ金融や悪質商法等の事案に関する相談を適切に受理し、指導（指導・助言・警告・検挙）すること。
- (2) ネットワークを構成する関係機関等がおこなう消費者教育・啓発活動を支援すること。
- (3) その他消費者被害防止のため、必要と認められる活動を支援すること。

北海道環境生活部消費生活室より

ホームページ「北海道の消費生活」をご覧ください

次ページのような相談事例やくらしのアドバイス、物価情報など消費生活に関する情報がご覧いただけます。アドレスは
<http://www.pref.hokkaido.jp/ksaikatu/ks-bsbsk/syohi/toppage.html>です。

また、北海道のホームページの「環境生活部生活文化・青少年生活振興課」や「リンクページ（道の機関）」からもご覧になれるほか、「道立消費生活センター」、「北海道の消費生活」などのキーワードを入力して検索することもできます。

特定商取引法に係る指定役務が追加されました

特定商取引法の「特定継続的役務提供取引」に、従来からの4業種に加えてパソコン教室と結婚相手紹介サービスの2業種が追加され、今年1月1日から8日間のクーリング・オフができるようになりました。

なお、従来から指定されている役務4業種は、エステティックサービス、語学教室、学習塾、家庭教師派遣、です。

(出所) 北海道立消費生活センターホームページ³⁾

4. 高齢者に対する消費者教育の今後の課題

(1) 機関の見解

高齢者における消費者被害が顕在化してはいないが、実際には被害者が存在しているという地域に対して消費者啓発・教育支援をどのように行っていくかということが今後の大きな課題である。平成16年度の重点取り組み項目の一つに「輪を広げよう悪質商法追放ネットワーク」がある。

輪を広げよう 悪質商法追放ネットワーク

消費者被害の実態を早期に把握し、情報の共有化を図るため、関連団体や行政と情報交換を行い、消費者被害の未然防止を図るため、各地域で消費者被害防止ネットワークを設立するよう積極的に働きかける。

消費者被害を効果的に防止・救済するため、消費者団体に消費者の権利を代表して訴訟を提起することを認める消費者団体訴訟制度の確立を求める。

消費者が身近な場所で相談や情報提供が受けられる消費生活相談体制を早急に整備・拡充するよう働きかける。

消費者月間を悪質商法追放月間とし、街頭啓発、ロビー展での啓発を進めるとともに、機関紙等による悪質商法の被害事例や具体的対処法を掲載し消費者啓発に努める。

(出所) 北海道立消費生活センターホームページ⁴⁾

さらには、消費者教育を高齢者の元に届ける講師の育成、非常勤講師登録をしている地域消費者リ・ダ・のレベルアップフォローをどのようにしていくかも大きな課題である。

現在、新しく非常勤登録をした講師は、先ずサブ講師として先輩講師に同行する。移動消費者センタ・の講座経験を重ねて一人前の講師となるのである。例えば、1つの講座の中で10分程度のパートを受け持ち講師を務める。そのような経験を3~4回行う中で次第に講座の運営などを学習して、一人前の講師になるのである。サブ講師の期間中は謝金は支払われない。日当と規定の旅費の支給を受けるのみである。

(2) 執筆者の見解

被害防止ネットワークは一般消費者、道民にとっては心強いネットワークになるのではないか。生活が多様化していること、また、広範囲に人々が暮していること、年代を超えて道民自身が相談をしたいとき、利用できる社会資源が身近にたくさんあることはとて

もよいことだと思う。つまり、身近なところに気軽に相談をしたり、情報を得られたり、日頃から見守っている人が近くにいることは、高齢者にとって「安心して暮せる地域」に感じられるのではないだろうか。「ネットワ - ク」が住民の立場、住民の声、住民と接する人々の思いを反映される活動であってほしいと願う。そのためには、ネットワ - クに関わる人々が住民の普段の声に耳を傾け、道民と接する現場での活動を充実していくことが重要と考える。

消費者トラブルをどうしたら防げるか。消費者教育を一人一人に届け、有効に機能するためには、道民の立場に立って道民の要望に基づいた講座内容・講座運営が必要であろう。その際、広い北海道では地域性も十分に考慮されなければならない。公共交通機関が不便な地域もある。地域リ - ダ - がいない地域もある。どのような地域へでも、その地域に密着した最新の問題解決策を届けられる講師を派遣することが、高齢者の消費者被害を未然に防ぐ一歩になると思う。一人でも多くの講師が各地域に点在するように、行政においては人材育成に励み、それを継続していくことが重要だと考える。

それらの意味で「北海道消費者被害防止ネットワ - ク」、「地域リ - ダ - 養成講座」、「移動消費生活センタ - 」の取り組みは大変有効である。行政、民間、住民、様々な機関が連携し継続発展していくことが大切と考える。

【注および参考文献】

- 1) <http://www.do-syouhi-c.jp/network-kouseidanntaiH16.11.html>
- 2) <http://www.do-syouhi-c.jp/network-top.htm>
- 3) <http://www.do-syouhi-c.jp/networknews-pdf/networknews1.pdf>
- 4) <http://www.shouhisya.or.jp/16nenndo-torikumi.htm>

第2節

栃木県消費生活センターにおける高齢者に対する消費者啓発事業
の展開と地域の消費者リーダーとの協働による推進

1. はじめに

栃木県は、関東平野の北東部に位置し、世界遺産に登録された日光に社寺など歴史と文化を伝える様々な文物、バランスよく発展した産業と、災害の少ない風土によって支えられた、人口約200万人、高齢者率18.5%の人口規模及び高齢化率とも全国平均的な県である。

全国各地の自治体の消費生活センターにおける相談状況と同様、昨今の架空請求等に代表される詐欺まがいの不法行為の全国的横行により、消費生活相談件数は激増している。

栃木県消費生活センターに寄せられた苦情相談において、「60～69歳」及び「70歳以上」の全体に占める年代別構成比は合計で10.4%で、対前年度増加率が著しい若者層と比較すると、高齢者層の相談増加の傾向は微増状況にある。高齢者は悪質商法の被害にあってもその意識が薄く、家族から相談が寄せられることが多いため、トラブルの解決が困難になる場合も少なくない。高齢者の消費者被害を未然に防止するには、直接高齢者に対する注意の喚起に加えて、高齢者を取り囲む様々な側面（介護ヘルパー、民生委員、自治会、各種グループ）に対して普段から高齢者への気遣いを促す情報を伝えることが何よりも重要であると思われる。

また、昨今の詐欺まがいの不法行為の横行に関わるマスコミ等の情報発信により、以前に増して消費生活センターの認知度は高まってきている。現実には、高齢者団体からの振り込め詐欺の未然防止方法についての講座依頼は定番化しつつあり、一般県民が注目している今こそが、消費者啓発事業についても県民に周知を図るチャンスとも言えよう。

このような背景を踏まえ、本節では栃木県消費生活センターの啓発事業の工夫と地域の消費者リーダーを養成する取り組みを通して、高齢者への消費者教育の自治体モデルについて検討する。

2. 高齢者に対する消費者教育の現状

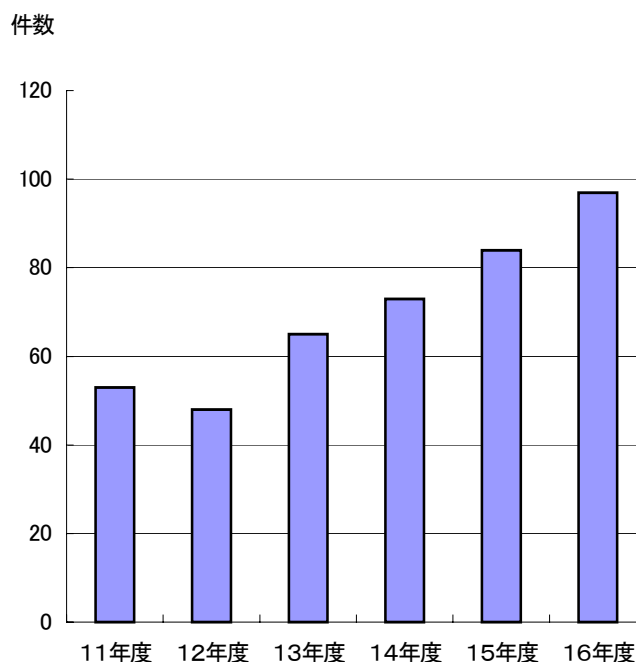
栃木県消費生活センターでは、増加する消費者相談への体制充実を図ると共に、消費者

が自立した主体として行動することを支援するため、消費者教育に係わる事業を積極的に展開している。高齢者に対する消費者啓発事業を展開するにあたり、県職員を中心とした講師派遣事業に加え、地域における消費者リーダーを育成し、地域の人材を活用した消費者啓発を展開している。

(1) 栃木県消費生活センターによる「くらしの講座」

栃木県では、県消費生活センター内で消費者啓発を本務とする企画情報課の職員（兼務を含めて合計3名）が消費者啓発事業を展開している。「くらしのセミナー」と呼称される栃木県の消費者啓発講座は、平成16年度実績で年間94回開催、受講者約4,600名を数え、栃木県消費生活センターで開催している消費者啓発講座において重要な位置を占めている。平成12年度以降、講座内容の充実と実施方法の工夫により、毎年申し込みが増加している。

図表5-2-1 消費者啓発講座の開催数の推移



(2) 地域で活躍できる消費者リーダーと講師の養成講座

県職員の講師派遣の他に、地域の消費者啓発の担い手を育成する仕組みとして、消費者リーダー養成講座及び講師養成講座について紹介する。

消費生活リーダー養成講座

「消費生活リーダー養成講座」は、消費者としての自己啓発及び地域において消費生活に関する啓発活動ができる人材を養成することを目的に開催されている。今年度で34回目、修了生は延べ1,800名を数え、県内各地で行政との連携を取りながら、消費者リーダーとして活動している。

当講座の受講生は、講座修了後の活動の拠点を各出身市町村とするため、全員各市町村長からの推薦を受けて受講決定する。

消費生活リーダー養成講座は延べ7ヶ月、11日間で通算44時間にも及ぶ。講座では、契約トラブルはもちろん、環境問題、食文化からクリーニング、生活設計や商品研究など幅広いテーマがグループ活動を中心に展開されている。講師は、センター職員、相談員の他に、弁護士などの学識経験者なども関わっている。



修了証を受けとる消費生活リーダー

当講座修了生は基本的に「栃木県消費者リーダー連絡会」の組織に加入して修了生相互の親睦と資質の向上を図り、地域活動の活性化を目指して活動している。連絡会は市町村ごとに組織され、互いに連携し、情報交換や勉強会を開催している。また講座修了生に対する支援として、栃木県消費生活センター主催で「消費生活リーダー養成講座修了生事後研修」を年1回開催し、最近の消費者問題に関する講話や活動状況などの情報交換を実施している。

地域で活躍できる講師を養成 ~講師養成講座~

栃木県消費生活センターが実施している講師養成講座は、消費生活リーダー養成講座修了生、市消費生活センターの相談員が受講生の中心である。この講座では、地域の人材を活用した講師の養成を図りつつ、市町村や消費者活動グループ等が開催する消費者啓発講座が地域に密着したものになることを目的としている。したがって講師養成講座の内容は、講話のテクニックやレジュメの作り方、生活実験の講義や実習など、グループ活動が中心となっている。

講師は毎年、(財)消費者教育支援センターの講師陣による効果的で実践的な手法を学ぶと共に、実際に地域にて啓発講座を開催している団体をゲストに迎えるなど、具体的な内容になるよう心がけている。先駆的な団体からは、日頃の活動で展開している講座の実

演の他に、活動での工夫している点や苦労話など受講者からの質問事項に対して回答するなどしており、講師となって活動する場合に役立つ内容と受講者からも好評のようである。

活躍する地域の消費者リーダーの一例～鹿沼市消費生活センター運営委員会～

鹿沼市は県都宇都宮市の西部、古くから朝廷と日光を結ぶ例幣使街道の宿場町として栄えた町である。その鹿沼市で地域の消費者啓発活動に尽力している消費者グループが鹿沼市消費生活センター運営委員会である。グループ全員が前述した県消費生活センター主催講座の修了生であり、特に地域の高齢者に対する啓発を中心に活動している。

鹿沼市消費生活センター運営委員会は、その名称のとおり行政を支える消費者のグループである。同委員会設置要綱によれば、「1. 鹿沼市消費生活センターの運営について、消費者の意見を反映するため、運営委員会を設け、センターの健全な発展を期し、本市の消費者行政の推進に資するものとする。」とある。地域において消費者問題についての見識があり、活躍が期待できる人材については、県消費生活センターでの消費生活リーダー養成講座、及び講師養成講座の受講を経験し、修了後は市より運営委員会メンバーとして速やかに委嘱され、活動を開始している。

同委員会は、毎年テーマを変えて寸劇を制作している点が特徴である。寸劇は在宅高齢者の被害が多い事例を取り上げ、メンバーで検討して約20分のシナリオにしている。現在、市内の高齢者教室を中心に活動し、寸劇の実演が終了した後、市の消費生活センター相談員から、具体的な対応法と被害の未然防止の説明をするような講座形式をとっている。鹿沼市のみならず、県内には消費者リーダー養成講座、講師養成講座修了生を中心に組織したグループが多数存在し、市町村行政と連携を図りながら、効果的な消費者教育の実施に向けて、積極的に活動をしている。



寸劇を工夫した出前講座の様子

3. 関連機関との連携

(1) 「くらしの講座」におけるこれまでの連携

関連機関への講座の周知

「くらしの講座」を開催するにあたり、これまでは自治体の消費者行政担当主管課のみ開催通知を送付していたが、高齢者を対象とした効果的な講座開催を目指して、今年度は

高齢者に接する機会が多い、以下の団体等に絞って集中的に通知を送付した。

中でも、団体を総括する機関（具体的には県社会福祉協議会、県老人クラブ連合会、県民生委員児童委員協議会等）には担当自ら出向いて、講座の内容及び消費者教育の必要性を説明した。結果的に想像以上の多くの団体から講座開催の依頼があり、潜在的な高齢者に対する消費者啓発のニーズが見られた。

図表 5 - 2 - 2 主な開催通知の発送先

市町村高齢者福祉主管課	市町村民生委員協議会
生涯学習主管課	心配ごと相談所
社会福祉協議会	介護ヘルパー
老人クラブ連合会	とちぎ権利擁護センター ¹⁾

講座を開催しての直接的・間接的效果（民生委員・児童委員協議会との連携）

幅広い通知の結果、民生委員児童委員協議会の定例研修会において、民生委員に対して高齢者特有の悪質商法被害や対処法を解説することとなった。その結果、以下のような間接的な効果が報告された。

独居高齢者が訪問販売でやむなく契約した床下調湿剤工事（契約額 192 万円）について、講座を受講した民生委員が適切にクーリング・オフを適用できたケースである。具体的には、独居高齢者は耳が遠く電話相談が困難な状態だったため、担当民生委員を通して消費生活センターに相談することが可能となり、迅速な支援の結果、無事解決に至った。

なお、クーリング・オフの実施にあたっては、講座資料として配布した県センター作成リーフレット「悪質商法その手にはのらないぞ！」に添付してある「すぐに使える、クーリング・オフ用はがき」も効果的に活用されたとのことであった。

（２）「くらしの講座」における今後の連携 高齢者に関わる人たちとの連携

今年度の講座開催結果を踏まえ、来年度以降、普段から高齢者に接する機会の多い団体等を対象に、消費者問題についての理解と関心を深めるための「高齢消費者被害の予防と救済のための講座」を開催予定である。講師は県センター職員及び、県弁護士会所属弁護士等で、下記のようなテーマを予定している。

図表 5 - 2 - 3 主なテーマ

最近の消費者トラブルの傾向	金融サービス・ライフプラン
悪質商法の被害防止のために	成年後見制度
契約に関する基礎知識	-

来年度の開催に向けて、各団体に実施した事前アンケートの集計結果は次のとおりである。

実際に受講を考えている団体は、各市町村高齢福祉担当、各市町村社会福祉協議会、県内高齢者福祉関係NPO法人、各通所介護（デイサービス）事業所であった²⁾。全体の約65%が「受講を希望する」、「推薦できる人がいる」と回答しており、講座の必要性を感じているようであった。さらにNPOでは約83%がそのように答えており、行政機関より地域の民間レベルの団体の方が、消費者啓発情報を欲している傾向があった。

またアンケートでは、独居老人や軽度の認知症老人に悪質な販売をする業者の存在や、今後ますます増加が予想される高齢者の被害に対応する支援体制の必要性、契約トラブルの対応マニュアルが欲しいといった、様々な意見が寄せられた。

（3）その他の連携 警察署及び高齢者との連携

消費生活センターの活動に加えて、地域の防犯・生活安全の拠点である警察においても高齢者に対する被害防止活動を実施している。栃木県黒羽警察署では、地域の指導的立場にある高齢者を「高齢者被害防止活動推進員」に委嘱し、警察と高齢者自身のネットワークを活用し、被害防止意識の浸透化を図っている。

具体的には、推進員は老人クラブの集まりなどで警察からの情報を基に被害防止のための広報や指導を実施する。また、相談や被害を受け付けた場合は警察に連絡し、警察署員が推進員とともに高齢者宅を訪問することもある。これまでもチラシなどで高齢者を狙った犯罪の注意喚起をしてきたが、同署によると、高齢者間の横のつながりを活用すれば、より効率的で徹底した注意喚起が出来るとし、被害防止の意識が浸透しやすく、事件事故の未然防止につながると期待を寄せているところである。これら関連機関の活動をより効果的に推進するためには、いかに関連機関と連携をしていくかが課題であり、今後とも一層の緊密な連携が必要である。

4. 高齢者に対する消費者教育の今後の課題

機関の見解

これまで述べてきたように、高齢者への消費者教育の機会充実のため、今後とも講座開催を工夫し、本県センターが34年余りに渡って輩出してきた地域の消費者リーダーとともに、消費者が主体的、積極的な判断力を培うことに資する消費者教育や情報提供の推進に取り組むことが、ますます重要なことであると思われる。

さらに現在、高齢者に関わる人たちへの講座開催を予定しているが、いかに高齢者に関わる人たちへ必要な情報を提供できるかが今後の高齢者に対する消費者啓発の重要な側面である。このためにも、今後とも地域における消費者リーダーを育成し、市町村や警察、その他関係団体との連携を一層深めていきたいと考えている。地域のリーダー、関連機関と協働して、県民の消費生活の安定と向上に資するため、今後とも努力していきたい。

執筆者の見解

消費生活センターの役割として、消費生活に関する情報をいかに効果的に、対象とする人々に対して理解されやすい形で発信できるかが重要な側面の一つと考える。今後の高齢者に対する消費者教育は、高齢者が所属する自治会を代表するコミュニティや、老人クラブ連合会等の社会福祉的グループの指導者等に、消費者教育に関する共通の価値と理解を得る場を整えていく環境整備が必要であると思う。栃木県の場合、今年度は消費者啓発講座の案内を、日常的に高齢者に接する機会が多い団体に集中的に送付した結果、高齢者に対する消費者教育の様々なニーズを感じ、また団体のリーダーも消費者教育の必要性と継続性を痛感したと報告された。

欧米社会と比較し、日本古来の風土には契約社会の徹底した考え方が不得手とした文化があり、学校教育のカリキュラムでも本質的な消費者教育の場が大変少ない状況にある。

昨今の突然の架空請求ハガキに動転し、本来の消費社会のルールを見失ってしまう場面も少なからず生じていることから、消費生活センターにおいても柔軟な発想で情報を発信する必要がある。

このような観点から、以下の点が重要であると考えます。

- ・ 高齢者を取り巻く人々への消費者教育を提供する機会の確保
(民生委員、福祉関係職員などへの消費者教育講座の受講の働きかけ)
- ・ 高齢者を取り巻く人々への継続的な情報提供と相談支援体制の充実

(福祉関係者機関紙への情報提供、地元の消費生活センターの活用周知や地域に消費生活センター相談窓口と連携できる消費者リーダー等の配置)

- ・地域における高齢者被害の早期発見と迅速な相談支援体制の確保

(介護ヘルパー等の福祉関係者、福祉系大学等への教育カリキュラムにおける消費者教育の必修化)

例えば、独居高齢者世帯と係わっている介護ヘルパーからも消費者教育を学ぶ機会がない現状を悲観する声は挙がっており、いかにしてこのような方たちに消費者教育の場を確保するかが大切な要素である。高齢者の被害未然防止のためには、高齢者が陥る契約トラブルの早期発見、スムーズな専門相談機関への連絡体制の確保が急務であると思われる。

しかしながら、地方自治体の財政運営も年を追うごとに厳しさを増し、講座開催の報償費の手当すら厳しさを増しているのが現状である。また、消費者に対し情報提供資料の作成費として補助を受けていた、生活情報体制整備等補助金等の財政支援も平成16年度をもって終了しており、さらに厳しい財政運営の下に、消費者啓発を実施しなければならない状況にある。

質の高い地域の消費者リーダー、地域の消費者教育を担う講師を育成し、消費者基本法の基本理念に挙げられた「消費者に対し、教育の機会が提供されること」を実践するため、気概ある地方自治体への教育の機会の提供に対する、国における財政的支援制度の確立が望まれる。

それと同時に、実際に地域において高齢者啓発事業を実施している消費者リーダー等のグループについても、自らの使命で活動している市民ボランティアであるが、啓発教材の製作も交通費も自費で負担し、所属する市町村からの財政的援助もないのが現状である。

もちろん本人たちは消費者啓発を地域で実施している強い意思と誇り、自らの社会貢献という充足感で活動していると思われるが、このような草の根的に地道な活動をしている団体に対し、あらゆる手段で行政が脚光を浴びさせる計らいも必要だと感じている。

昨今の詐欺まがいや、高齢者を狙った悪質商法が横行している今こそ、消費者啓発の重要性を声高々に叫び、誰もがこのような世相を憂慮している今こそが、消費者啓発事業推進のチャンスでもあります。消費者には「断る勇気、誰かに相談する勇気」をしっかり発信し、消費生活センターが身近な相談役として、より親しまれる存在になればと考えている。

【注および参考文献】

- 1) 高齢者（認知症高齢者・一人暮らし高齢者、高齢者夫婦世帯）や障害者（知的障害者、精神障害者）などで、日常的な金銭の管理や福祉サービスの利用手続きについて困っている人に無料相談を実施
- 2) 調査実施時期は平成 16 年 11 月。サンプルは約 4 0 0。

第3節

東京都世田谷区消費生活課の出前講座制度における 区民講師派遣の効果的システム

1. はじめに

現在、世田谷区の人口は804,370人、高齢者人口は137,664人、高齢者率は17%である。世田谷区では昭和49年に消費者センター（後に消費生活センターと改称）が設置され、昭和55年には消費生活審議会から「消費者活動の活発化の契機となり得る啓発の推進について」の答申が出されたことをうけて、消費生活通信講座が開始された。平成3年には、「消費者学習のあり方」研究会の報告が出され、さらに平成4年3月には世田谷区消費生活条例が制定された。また、平成4年4月消費生活審議会より『自立する消費者』を育成するための方策について」の答申がなされ、同年消費者カレッジ（通学通信コース・区民講師養成講座・出前講座制度）が開始された。

その後も、同審議会より平成9年に「地域における消費者のネットワーク形成の核となる人材育成のあり方について」、平成10年に「21世紀を目指した消費者教育のあり方について」、平成15年に「自己責任の時代における効果的な消費者啓発について」の答申がなされるなど、現在に至るまで社会情勢及び審議会の答申を受け、消費者啓発事業を積極的に推進してきた。以下では、中でも世田谷区消費生活課が積極的に推進してきた区民講師養成のプロセスと、関連機関と連携の現状について報告する（関連：第4章第1節参照）。

2. 高齢者に対する消費者教育の現状

（1）学習の場の提供

消費者カレッジ

「自立した消費者」の育成を図るため、平成4年から、消費者である区民が自ら主体的に学習する機会として「消費者カレッジ」が開始された。講座内容は生活設計や環境、食生活など消費生活の基礎6教科を開講している。各コース修了者は、消費者カレッジ上級コースへ進むことができる。

1) 通学コース：専門講師の講義を受講する形式。昼間コースと夜間コース¹⁾がある。

2) 通信コース：課題添削で学習する形式。

消費者カレッジ上級コ - ス

平成5年から、通学通信コ - スの修了生を対象に、さらに消費者としての知識を深めるための学習機会の提供を開始した。「消費者問題」「食問題」「環境問題」のグループに分かれ、参加者相互のコミュニケーションを図るためゼミナ - ル形式で実施される。年間8回開講し、最終日には研究成果の発表を行っている。

消費者カレッジ区民講師養成講座 地域への伝達者の育成

区民講師を養成するための講座である。消費生活課では区民等との協働体制の整備の一つとして、自立した消費生活を支える人材の育成と体制の整備を行っている。消費者の自立を促進するため、区民講師として活躍できる人材を育成すると共に、必要な知識・情報を習得する学習機会と場を地域に広げていくことを目指している。対象は消費者カレッジ上級コ - ス修了生である。平成15年度は区民講師として必要な知識を学ぶための「講義」と指導案作成から発表までのグループワークで構成されており、6日間で11テーマを受講する²⁾。講師養成講座修了生の有志が区民講師の自主学習グループ「ひとえの会」に所属し、講師として活躍するようになる。

(2) 消費者カレッジ出前講座制度 育成した区民講師と行政の協働

目的と特色

出前講座は平成4年度に開始された。行政と区民講師の協働により、区内各地域の学習会などに消費生活に関する知識情報を広く伝えるための制度である。内容は主に食生活・環境・契約等の3分野に分けられており、区民の制度利用は無料である。

制度の開始当初は専門家に講座を依頼していたが、徐々に区民講師に依頼する割合が増加していった。現在は区民や各団体・機関の求めに応じ、行政は「ひとえの会」³⁾に講座を依頼し区民講師を派遣している。区民講師はボランティア活動である。また、区民講師は区民のために区民の目線で利用者の要望に合わせて講座をつくり、利用者の希望する場所で開催する。行政は区民と区民講師の調整や支援を適宜行い、より良い講座作りに努めている。

制度利用の手続き

制度利用の手続きは、事前、実施、事後の3段階において、利用者、消費生活課、区民

講師がそれぞれ、図5-3-1のようなフローでかかわっている。行政は区民講師に対して交通費程度の実費弁償を行い、また依頼された講座について依頼者との連絡調整を実施する。また、講座準備で使用する場所の確保や教材及び教材作成に対して支援を行う。

図表5-3-1 区民への周知から評価 再周知に至るまで

経過	事 前 ⇒					実施	⇒	事 後		
項目	周知方法	講座申込	講師派遣依頼	打 合	準備	実施	報告	費用	評価活用	
利用者 《 区民 》 区民自主団体 高齢者関連機関		・申込 電話 来所		・利用者の プロフィール ・会場 ・日時 ・内容 ・形態 ・手法など ・希望		・受講	・利用報告書 提出 (消費生活課へ)	・無料	・家族友人 地域などへ 情報提供 ・被害相談 ・制度再利用 ・学習開始 ・社会貢献	
消費生活課 《 行政 》	・チラシ ・HP ・広報誌	・受付	・依頼 (区民講師 グループへ)	・申込内容 確認 ・手続説明 ・調整 ・支援	・講師支援 教材作成 利用者と講師の 連絡調整など	・随時立会	・報告書受理	・実費弁償 支払	・周知工夫 ・受付工夫 ・人材育成 工夫 開発 ・連携強化	
区民講師 《 区民 》 「ひとえの会」	・チラシ ・ロコミ		・受託 (消費生活課から) ・派遣講師の 調整	・利用者の プロフィール把握 ・内容 ・構成 ・形態 ・手法 ・教材	・プログラム ・教材 ・資料 ・練習	・実施	・実施報告書 提出 (消費生活課へ)	・実費弁償 受納	・講座工夫 ・講座開発 ・教材開発 ・技術開発 ・連携強化	

区民の講座利用方法と参加者の特徴

1) 直接利用方法

区民または区民の自主グループが直接行政に申し込みを行い、受講する方法。

2) 間接利用方法

高齢者関係機関（福祉関係・知縁関係・地縁関係・多人数の会合）が制度を活用することにより、高齢者が間接的に制度を利用し受講の機会を得る方法。

一般的には、間接的に講座へ参加する傾向が高い。参加者の特徴については、図表5-3-2にまとめた。

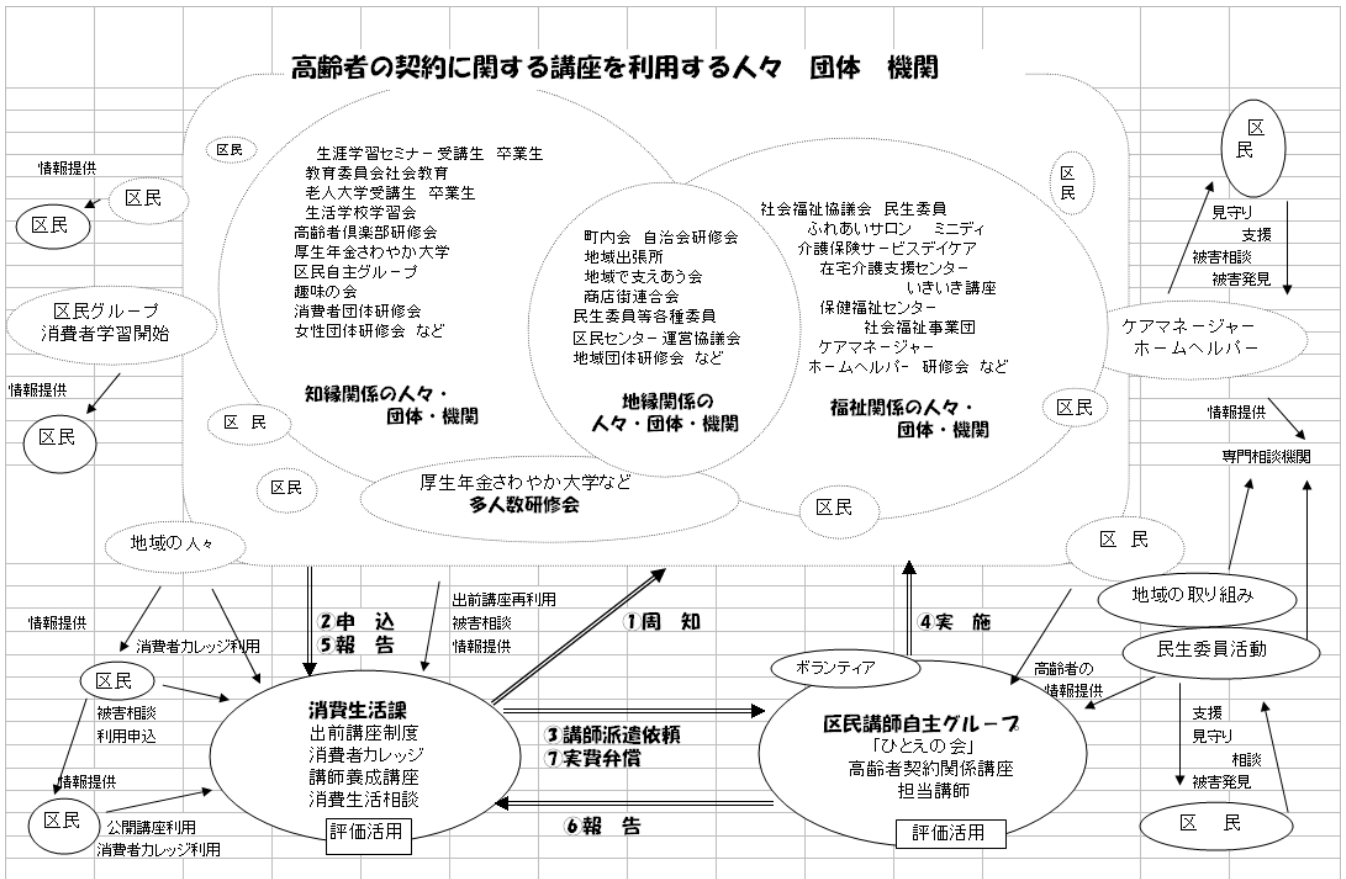
図表 5 - 3 - 2 講座利用機関・団体と参加者の特徴

	関連機関	グループ団体例	受講者の特徴
A	福祉関係 民生委員 社会福祉協議会 在宅介護支援センター 保健福祉センター 社会福祉事業団	ミニデイ 在宅介護支援センターいきいき講座 各種デイケア 社会復帰プログラムの一環 いきいきサロン ふれあいサロン 健康教室 介護予防教室 職員連絡会	身体的にも知識欲も減退傾向があり体力や気力に衰えを感じていらっしゃる方が多い。被害を受けると、発見に至るまで時間がかかる場合が少なくない。被害にあっているかもしれない自分から相談するよりは家族や身内・支援者や介護職の人などが被害の実態に気が付くことが多いように見受けられる。
B	地縁関係 地域近隣住民 町会自治会 行政地域振興 まちづくり 出張所 民生委員	町内会自治会の研修会・総会の余興や講演会 地域支えあい活動の一環としての集まり 地域集会所を基盤にしたコミュニティセンター運営協議会 高齢者倶楽部 老人会 商店街振興組合	比較的元気で活発・平均的で意欲が見られる。 連帯感 一体感がある。 安心感があり和やかな雰囲気がある。
C	知縁関係 教育委員会 生涯学習などの受講生や卒業生など学習活動をしている利用者 行政地域振興	老人大学 生涯学習セミナー 退職者向け講座 婦人団体 消費者団体 生活学校 地域団体学習会	元気で知識欲があり、なにごとにも関心をもち積極的。ご自分が被害を受けることはないと思っいらっしゃる方が少なくない。地域のために何か出来ることがあればしたいという意欲をお持ちで啓発活動に関心を示す方が多い
D	多人数 〇〇大会など100人から800人位	高齢者倶楽部連絡協議会 厚生年金さわやか大学(生涯学習)の講座	地縁関係(B)・知縁関係(C)に準じる

3者の連携による出前講座制度

出前講座制度の特色の1つに利用者・参加する人(区民)と区民講師(区民)と行政の3者の連携がある。講座への参加者が出前講座制度や消費生活情報の伝達者となり、次の利用者・参加者拡大に大きく寄与している。また、高齢者を取り巻く機関や人々の間に、高齢者を消費者トラブルから守るように見守る姿や、積極的に高齢者に対処法や専門機関への相談を紹介するなど、消費者教育の機会拡大となるようなシステムとなっている。この関係を図式化すると図表5-3-3のようになる。

図表 5 - 3 - 3 出前講座制度関係図：
利用者（区民）と区民講師（区民）と消費生活課（行政）



3. 関連機関との連携

出前講座を利用する主な機関の関係者から、出前講座とのかかわりについて一言ずつコメントをもらった⁴⁾。

(1) 地域ぐるみで見守る（世田谷区松原地域）

世田谷区松原地域では、3年前から「ふれあい松原」という事業を実施している。これは民生委員が主体となって、町会や行政と連携して、一人暮らし高齢者、高齢者のみの世帯で暮している方、昼間独居の方などが、月1回午前中、自治会館に集まって体操をしたり、役に立つお話を聞いたり、昼食をとり楽しんで和やかなうちに解散するという事業である。

民生委員は高齢者実態調査をはじめとして、日頃の活動から担当地区の状況をよく把握

しているので、その情報に基づき高齢者に声をかけて参加を呼びかけている。また、民生委員は町会役員でもあることから、地域社会と高齢者、行政と高齢者とのよきパイプ役になっている。高齢者への啓発は「同じ内容を何度でもやっ払いこう」と考え、毎年1度、悪質商法対策について消費生活課の出前講座制度を利用している。30分ほどの短い時間だが、「うたのほん」を使った講座が人気である。区民という同じ目線で、日常の言葉を使って話をしてくれるので分かりやすいと評判だ。

行政は関連機関との連絡調整など事務局機能を果たしている。事業の企画や人材発掘は町会・民生委員の人脈によるところが大きく、マンパワー・ソフトが充実し、ノウハウは活動を継続しながら蓄積している。資金的には社会福祉協議会と町会からの補助があるので恵まれている。最大の利点は活動拠点である自治会館を保有していることである。地域の高齢者が一同に会する機会を容易に持つことができるので、そのような機会を捉えて、効率よく消費者教育・啓発活動を行えるよさがある。

(2) 暮らしを学ぶ 生き方を学ぶ(生涯学習の現場から)

教室には、参加者の笑い声があふれ、講師の明るい声が響いてくる。区民講師による高齢者対象の講座「自分は絶対大丈夫？あなたを狙う最新騙しのテクニック」が開催されている。歌あり、寸劇ありの楽しく工夫された講義に、最初は「難しい話かな」と少し緊張気味だった参加者の顔もほころんでいる。やがて講義はまとめに入り、参加者は改めて買い物という日常茶飯事の行動を、契約という行為として見直すことになるのである。

高齢者がトラブルに巻きこまれないための学習を、電話一本で契約が結べる「便利な」生活の中で、ともすれば安易な消費行動をとりがちな私達の、暮らし方、生き方そのものを考え直す学習へと展開していく、区民講師の皆さんのすばらしい実践を見せていただいた。

生涯学習という考え方は、私達が生涯にわたって学び、それを生かして幸せに生きていくことを目指している。人生の円熟期を豊かに生きることを願う高齢者にとって、生活に直結する具体的な学習を通じて「本当の幸せな生き方」を追求していくことのできる消費者教育は、生涯学習の不可欠な要素として、今後その一層の発展が期待される。

(3) 「生涯学習セミナー」における成果(地域の生涯学習の現場から)

世田谷区では、高齢者の方々が身近な地域で、新しい仲間や生きがいを見つけ、心身共

に健康で豊かな自分らしい人生をおくって頂けるよう、60歳以上の方々を対象に「生涯学習セミナー」を5ヶ所の総合支所ごとに開催している。

毎年、高齢者にとって興味深い、健康・生活・生きがいなどをテーマに十数回の講座を実施しており、私ども烏山総合支所では、今年、初の試みとして消費生活センターの区民講師「ひとえの会」の方々に出前講座をお願いした。

高齢者に忍び寄る悪質商法や詐欺行為などの最新手口や、様々なトラブルへの対処法などを学び、家族や友人、地域に広げていけるように企画していただき寸劇やクイズを取り入れた楽しく分かりやすい講義が、受講者に大変好評だった。

(4) 高齢者一人ひとりに消費者教育情報を届けるために(民生委員の立場から)

高齢者に対して催眠商法や住宅の点検と言って屋根の吹き替え工事をする、水道が洩っているから直すといい業者が家に上がりこむことがあった。そこで、民生委員・児童委員協議会としてチラシを作成し、高齢者実態調査の折に配布・説明し悪質商法に遭わないようPRに努めた。お楽しみ会や研修会に区の消費生活課に出前講座を依頼するなど高齢者への情報提供に取り組んで来た。

回覧版や新聞の折込などで消費者情報は提供されているが、高齢者が一番見ているのは何だろうか。テレビである。一人ひとりに消費者教育情報を届けるために、テレビを取り上げるのは如何だろうか。記憶力の低下など高齢者の学習には困難なこともある。自立した消費者を目指して、子どもの頃からの消費者教育に是非取り組んでほしい。

民生委員は常に社会奉仕の精神を似て、社会の中で問題を抱えている人の把握、相談、助言その他の援助にあたっている。地域の人々が自立して暮すための見守りや支援を行い住みやすい地域社会を作るため、身近なところで住民の立場に立って今後も活動していきたい。

(5) 高齢者の消費者被害の状況・被害防止の取り組みについて(福祉の現場から)

世田谷区消費生活センターの調べによると高齢者の消費生活相談件数は1,060件、相談件数全体の約23%である(H16年1月現在。60歳以上)。この数字は高齢者全体の約0.6%の人が消費生活相談を受けたことになる。

福祉の現場では、特に、判断能力の衰えた高齢者が被害に遭うケースが目立つ。悪質な訪問販売や点検商法はもとより、信頼していた友人に裏切られたケースもある。例えば、

一人暮らしで認知症初期の高齢者が、長い間親しくしていた友人に様々な品物を買わされた上、多額のクレジットを組まされ、大切な老後の資金を大部分失ってしまうという痛ましいケースがあった。このケースでは本人はその自覚がなく、友人に言われるままに次々と宝飾品等の契約をしていた。幸い面倒見の良い良心的な大家さんと担当ケアマネジャーの連携で、消費生活相談につなげるとともに、成年後見制度を活用して、安心して暮せる環境を整えることができた。

判断能力が衰えた人も含め、高齢者が地域の中で、自分らしくいきいきと過ごしていくためには、生活の質の向上が不可欠である。高齢者の消費者被害は、生活を脅かすとともに生活の質を著しく損なう物である。これらを防止するためには、地域ぐるみで高齢者を見守る環境が整っていることが欠かせない。世田谷区では高齢者が安心して地域で暮せるように、暖かく見守るネットワークづくりに向けて着手したところである。(メンバーは民生委員、ボランティア、行政(在宅介護支援センターなど)等)これにより引きこもりがちな高齢者や判断能力の衰えた高齢者なども、安心して地域の中で生活する環境が整備されるようになる。

高齢者の消費者被害を未然に防止するためには、従来の様々な取り組みに加え、地域ぐるみの見守り活動を効果的に展開していくことが極めて重要である。

4. 高齢者に対する消費者教育の今後の課題

(1) 自治体の見解 世田谷区消費生活課

高齢者ひとりひとりに情報を届けるために

世田谷区消費生活課では、情報紙やインターネットホームページによる情報提供、消費者カレッジによる学習機会の提供、そして地域の学習会へ区民講師を派遣する出前講座等の教育・啓発事業を行っている。

その中で、高齢者に対する教育・啓発については出前講座が大きな成果を上げている。出前講座は区内全域の在宅介護支援センターや高齢者クラブなどから依頼を受け、地域の高齢者に対して悪質商法対策、食の安全、環境問題などに関する学習会を実施している。区民講師が区民と同じ目線に立って、高齢者と一体となった学習会が大変好評を得ている。

課題や問題点

世田谷区では高齢者からの消費生活相談が増加の一途にある。高齢者の消費者被害を未

然に防止するために、高齢者に対する啓発や自主的な学習を推進することが区の重要課題となっている。

そのために、高齢者の自宅訪問事業を行っている在宅介護支援センターや、地域の見守りの目である民生委員の協力を得るなど、福祉関連所管と連携して高齢者の自立を支援するための仕組みづくりが必要と考えている。

人材育成（講師養成）をうまく進めていく上での秘訣や問題点

区民講師養講座の中で、以下の3点を説明し、理解を得て講師になってもらっている。

個人ではなく行政が派遣する講師である。無報酬のボランティアである。区民講師自主グループ「ひとえの会」メンバー同士の協力関係が基本である、

出前講座内容の充実、区民講師活動の継続のためには、行政職員と区民講師の良好なコミュニケーションが非常に大切であり、消費生活課職員は、区民講師と相互の緊密な連携を保つことを日々心がけている。

講師養成の今後の課題

高齢者に的確な情報を伝えるために、区民講師は最新情報の学習を欠かすことができない。現在、自主グループ「ひとえの会」は自主的に学習活動を行っているが、行政による学習活動への支援が十分とはいえない。

今後は、区民講師の自主学習活動を補完するため、行政によるフォローアップ研修を実施する。

（2）執筆者の見解

世田谷区の出前講座制度には行政・区民双方それぞれがなすべきこと・できることを踏まえ協働していく形が実現されている。この制度が現在のような手続きに至ったのは3、4年前。区民の求めに応じて行政が職員や専門家を派遣していた時期もあったそうだが、消費者教育・啓発事業の一環である消費者カレッジ講師養成講座から消費者教育講座の企画や実施ができる区民が生まれ、年月とともに職員や専門家に代わって区民が講座を担うようになってきたのである。今日に至るまでには行政と消費生活課区民講師自主学習グループ「ひとえの会」会員との話し合いがあり、試行錯誤があったはずである。一方、行政職員は3、4年で移動するのが通例と聞くが、世田谷区の出前講座制度がこのように継続

的に発展してきた背景には区及び担当職員の消費者教育に対する熱意と職員異動の際にこの事業がきちんと引き継がれてきたことが窺える。

高齢者に対する消費者教育は当事者である高齢者に対してはもちろんであるが高齢者を取り巻く人々・機関との連携も不可欠であると考え。なぜなら、高齢者には年齢・体力・気力・知識欲・地域とのつながり方・独居・高齢者のみ世帯・昼間独居など様々な形態や特徴が見られる。よって、高齢者に情報を的確に伝え、消費者被害を防止・予防するためには高齢者を取り巻く人々と連携することがより効果的だと思われる。また高齢者を取り巻く人々と連携することは消費者被害の早期発見や早期対処に結びつくと考えられるので高齢者を支援する人々への消費者教育はより重要である。

高齢者への消費者教育の主体は参加者・高齢者自身である。最大の受益者は区民でなければならぬと思う。その実現のために区民講師も含め行政機関、地域はじめ高齢者を取り巻く人々・機関・団体が情報を共有し予防や対処・自立した消費者育成に向け益々連携を強化していくことが望まれる。連携には相互理解と信頼関係が重要と考える。つまり相互に尊重し感謝し、共通理解を深めるために分からないことや疑問を率直に伝え合い、解決を図ることがよいと考える。費用対効果において「これでいいのか」と常に話し合うことが消費者教育の一步一步の前進になる。そして、それはやがて人々の豊かな暮らしといきいきとした町づくりに繋がると思うのである。

【注および参考文献】

- 1) 平成4年からスタートした通学昼間コース、通信コースに加えて、平成12年度から夜間コースが開講された。
- 2) 平成16年度の各講座の修了生は以下の通り。消費者カレッジ66名、消費者カレッジ上級コース24名、講師養成講座20名。
- 3) 平成17年2月現在の登録者は62名。うち、高齢者向け契約に関する講座への活動者は約10名。
- 4) ヒアリング対象者の詳細は資料2を参照。

第4節

岐阜県各務原市における民生委員に対する消費者情報の提供と消費者啓発ネットワーク構築の可能性

1. はじめに

各務原市は岐阜県南部に位置し、人口 148,393 人、うち高齢者人口 24,608 人、高齢者率 16.6%（平成 16 年 11 月 1 日現在）の中都市である。各務原市には消費生活センターがないため、市民相談課が、岐阜県消費生活協会（岐阜県消費生活センター）のサポートを得ながら、消費者保護に関する諸事項を分掌している。同課では、限られたスタッフで急増する消費者相談に対応し、併せて消費者啓発を進めていかなければならない厳しい状況のなか、他の部署や機関との連携をはかることによって効率的な消費者教育を実施する方法を模索している。その一つの可能性として、とりわけ高齢者に対する消費者教育については、民生委員および同協議会に期待するところが大きい。

民生委員は、「社会奉仕の精神をもって、常に住民の立場に立って相談に応じ、及び必要な援助を行い、もって社会福祉の増進に努める」¹⁾ことを目的に市町村に配置されている。各務原市では、従来より社会福祉協議会が主催する民生委員に対する「心配ごと相談研修会」を、消費者モニター及び人権擁護委員に対する「消費生活講演会」としても位置づけ、消費者問題をテーマとする学習会を実施している。

そこで、本章では、各務原市の事例に基づきながら、民生委員を中心とした関連機関の連携による、高齢者への消費者教育の自治体モデルについて検討する。特に中都市レベルでの高齢者に対する効率的・効果的な消費者教育を追求する観点から、具体的なネットワークの構築に必要な諸課題について明らかにしたい。

2. 高齢者に対する消費者教育の現状

(1) 民生委員の活動と消費者教育

岐阜県各務原市の民生委員（民生委員児童委員）²⁾は、現在 223 名で、市民児協（各務原市民生委員児童委員協議会）、地区民児協、支部社協（支部社会福祉協議会）等による各種事業に関する活動と、単位民児協における地域住民との多様なふれあい活動を主な業

務としている。

地区民児協では、在宅介護者支援金の基準日確認や振込通知、日赤 70 歳以上寝たきり老人はげまし運動、市敬老祝金の支給、古稀の賀協力、近隣ケアグループの登録、食の自立支援などの高齢者福祉に関する活動（民生委員としての活動）と、紙おむつ購入助成券の配布、保育所の夏祭り、運動会、退所式への参加、要保護及び準要保護援護児童生徒の認定などの児童福祉に関する活動（児童委員としての活動）を実施している。また社協では、年 2 回の「心配ごと相談研修会」のほか、福祉フェスティバルの開催や共同募金運動、歳末助け合い運動、在宅介護者のつどいなどに関する活動を実施している³⁾。

このほか、民生委員は、各単位民児協において、町内の「ふれあい・いきいきサロン」やコミュニティセンターを利用したシニアクラブ、近隣ケアグループによる各種行事の開催などに関与している。

上に見る活動のうち、民生委員に対する消費者情報の提供機会として重要なのが、「心配ごと相談研修会」である。「心配ごと相談研修会」では、過去 10 年以上にわたって、その時々に応じた消費者問題に関する講演会を開催してきている。他方、地域の高齢者に対する消費者情報提供の機会として重要と思われるのが、近隣ケアグループ、「ふれあい・いきいきサロン」、シニアクラブなどに関わる活動である。

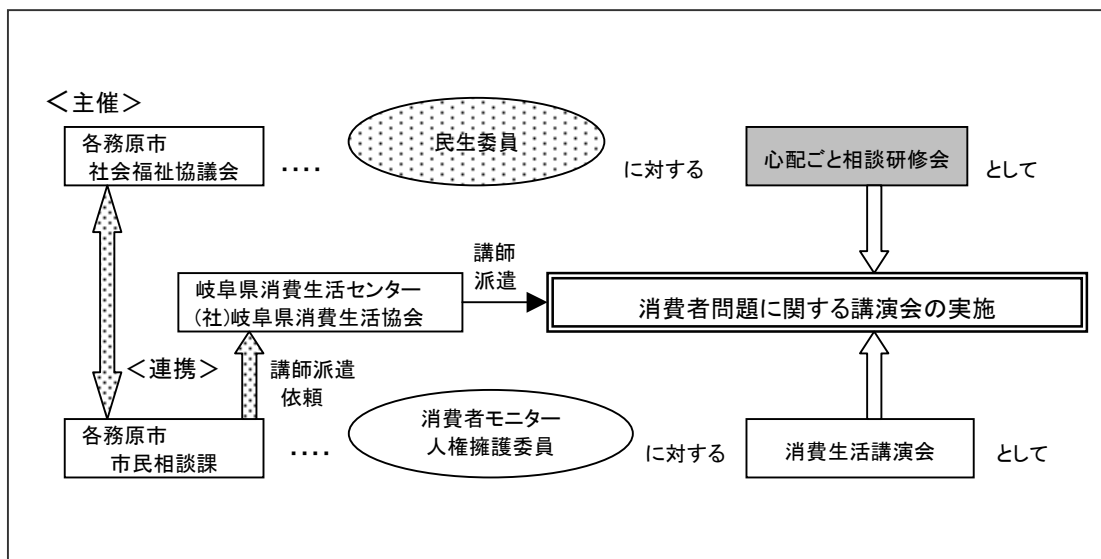
（２） 民生委員に対する消費者教育の機会 「心配ごと相談研修会」

「心配ごと相談研修会」の概要

「心配ごと相談研修会」とは、前述のとおり、社会福祉協議会が民生委員に対する研修として主催しているもので、市民相談課においては、これを消費生活モニター及び人権委員に対する「消費生活講演会」として位置づけている。市民相談課では、日常の消費生活相談業務にあたって連携している岐阜県消費生活センター / (社)岐阜県消費生活協会⁴⁾ に対し、本研修会 / 講演会への講師派遣を依頼している。すなわち、社会福祉協議会 市民相談課 消費生活センター / (社)消費生活協会の 3 者の連携により、民生委員に対する消費者教育の場としての「心配ごと相談研修会」が実施されている。これを図示すると、図表 5 - 4 - 1 のようである。

平成 16 年度は、8 月 25 日（水）と（平成 17 年）2 月 16 日（水）に「心配ごと相談研修会」が開催された。2 月 16 日に開催された研修会の内容は、次項に示すとおりである。

図表 5 - 4 - 1 「心配ごと相談研修会」の位置づけ



「心配ごと相談研修会」の実際

平成 17 年 2 月 16 日（水）開催の「心配ごと相談研修会」（午後 1 時 30 分～3 時、於：各務原中央図書館総合教育メディアセンター）では、消費生活コンサルタントの木村和代氏より「高齢者における契約トラブルとその対処法」と題する講演があり、その後、岐阜県消費生活センター職員である(社)岐阜県消費生活協会の葛西裕子氏から、消費生活相談の実態等について講話があった。木村氏の講演では、訪問販売、ワン切り詐欺、振り込め詐欺の具体的な手口が紹介され、次々契約や多重債務に陥るきっかけが説明されたのち、「被害にあわないための 5ヶ条」が掲げられ、自己責任・自己管理の重要性が強調された。また、葛西氏の講話では、岐阜県の消費生活相談窓口に寄せられる相談が激増しており（平成 15 年度は過去最高の 14,475 件）、特に架空・不当請求に関する相談の増加が著しく（9,292 件、全体の 64.2%）被害総額は 6,911 万円にも達していることが説明され、主要な相談内容が紹介された。さらに、「契約クイズ」を通して、消費者契約に関する実践的な知識の普及がはかられた。

講演・講話終了後には、消費者被害の具体的な事例への対処方法について熱心な質疑・応答が行われた。



心配ごと相談研修会の様子

(3) 地域の高齢者に対する消費者教育と民生委員の果たす役割

地域住民に対する消費者教育と「生涯学習まちづくり出前講座」

各務原市では、現在のところ、「心配ごと相談研修会」で消費者情報を得た民生委員が地域の高齢者に対して実際に消費者啓発を行うという段階には至っていない。しかしながら、日常の声かけやイベントを通して消費者トラブルを耳にした際には、市民相談課の窓口へ行くよう指導をしている民生委員もみられる。

一方、各務原市では教育委員会生涯学習課により「生涯学習まちづくり出前講座」(平成16年度:全75講座)⁵⁾が展開されている。このうち消費者啓発に関するものとして、市民相談課が担当する講座「悪質商法よさらば」を挙げることができる。市民相談課では、職員と相談員等のボランティアにより同講座に対応しており、平成16年度には、10月末現在で10回の講座を実施している。また、同講座を依頼している団体は、民生委員の活動と関わりの深い、近隣ケアグループやシニアクラブ、自治会の「ふれあい・いきいきサロン」などである⁶⁾。

近隣ケアグループの活動と消費者教育

近隣ケアグループとは、各務原市が平成元年以降、高齢者福祉を推進するために取り組んでいるオリジナルなシステムである。各グループは、概ね自治会を単位として3~10人程度の協力員によって構成され、地域とそこに住む高齢者のふれあいを目的とするボランティア活動を展開している。各務原市には、市内全域に近隣ケアグループがあり、平成17年2月16日現在、285団体に1,809名が登録している。

近隣ケアグループでは、各町内の一人暮らしの高齢者や高齢者のみの世帯を定期的に訪問し、生活状態や健康状態を確かめる「見守り活動」のほか、高齢者を地域の施設に集めて学習会や健康体操、趣味の活動などを実施している。

例えば、鵜沼南町の住民による「ほほえみグループ」では、社会福祉協議会の「いきいきサロン」(詳細は後述)に協力し、毎月1回公民館に高齢者たちを集めて憩いと学習および教養娯楽の場を提供している。平成15年度の活動は、図表5-4-2のようである。

全体に趣味的なイベントが多いなかで、年度初めの重要な時期に、悪質商法の勉強会が開催されていることがわかる。悪質商法の勉強会は、地震対策や痴呆予防などとともに高齢者に対するリスクマネジメント教育の一環として、ここでの企画の中に位置づけられているものと思われる。

図表5 - 4 - 2 平成15年度「ほほえみグループ」の活動

4月 悪質商法について	10月 カラオケとお茶会
5月 健康体操	11月 自治会の芋煮会に参加
6月 映画鑑賞	12月 ビンゴゲームなど、 ひとり暮らしの高齢者宅訪問
7月 お菓子作り、 ひとり暮らしの高齢者宅訪問	1月 新春初笑い(落語など)
8月 自治会の夏祭りに参加	2月 手芸
9月 地震対策について	3月 温泉浴、 痴呆予防と健康管理

(出所) 各務原市/Web Magazine ホームページ、
<http://www.city.kakamigahara.gifu.jp/ikiiki/200403/toku.html>

シニアクラブの活動と消費者教育

シニアクラブは、地域の高齢者が老後の生活を楽しいものにするため、クラブ活動を通じて会員の親睦と、教養・健康・社会参加を高めることをめざして自治会を単位に組織されている⁷⁾。会員は60歳以上の市民である。従来は「老人クラブ」という名称であったが、ヤングオールド世代にも受け入れられやすい団体名として、2004年から「シニアクラブ」と称している。平成15年4月現在の単位クラブ数は150、会員数は10,642人で、加入率は34.4%である。各単位クラブでは、スポーツやリクリエーション活動、地域活動、ボランティア活動などを実践している。

このような活動の一環として、シニアクラブが「生涯学習まちづくり出前講座」を利用するケースもみられる。市民相談課が担当する講座「悪質商法よさらば」については、平成16年度10月末現在でシニアクラブから5回の依頼があり、寸劇などを取り入れたわかりやすいかたちで、消費者教育を実施してきた。

「ふれあい・いきいきサロン」事業と消費者教育

上にみた近隣ケアグループやシニアクラブは、高齢福祉課が窓口となり、各自治会で独自の活動を実践するものであるが、これと一部重なり合うかたちで、社会福祉協議会による「ふれあい・いきいきサロン」事業が展開されている。「ふれあい・いきいきサロン」とは、地域住民が歩いていける場所を拠点とし、その地域住民である当事者(高齢者、障害者、子育て中の親、ひとり親家庭の子どもや親等)とボランティアとが協働で企画、運営を行っていく楽しい仲間づくりの場を提供するサロンに対し、助成を行うしくみである⁸⁾。

「ふれあい・いきいきサロン」事業の助成を申請する各サロンは、当該年度の実施計画書を提出する。実施計画書によれば、サロンの内容は、養護(くつろぎ、おしゃべり等)

レクリエーション（歌・ゲーム等）、グループによる創作軽作業（ちぎり絵・手芸等）、日常生活動作訓練（料理教室等）となっている。また、サロンにおいて市の「生涯学習まちづくり出張講座」が利用されることも多く、近隣ケアグループによる活動との連携もしばしばみられる。事業の趣旨をふまえるならば、虚弱高齢者のレクリエーションの一環として、歌や寸劇を中心とした消費者教育の展開が期待される場所である。

近隣ケアグループ、シニアクラブ、「ふれあい・いきいきサロン」と連携した民生委員による消費者啓発の可能性

以上のように、各務原市では、近隣ケアグループ、シニアクラブ、「ふれあい・いきいきサロン」などが高齢者の健康の維持・増進や教養娯楽活動等を支援している。しかし、それらのなかで消費者教育的な内容が取り扱われるのは、市民相談課による出張講座の受講などに限定されており、それを実践している団体の数も限られている。このような状況下で、民生委員は3つの団体・事業に多面的に関わっていることから、それらの連携をはかりつつ、効率的に消費者啓発を押し進める役割を担う可能性をもっている。各団体が新年度の事業を企画する段階で、団体・事業間の調整をはかって消費者教育講座を同時開催したり、講師派遣の手続きを担うなどのほか、自らが「心配ごと相談研修会」で獲得した情報を、各団体に還元・報告することなども、きわめて重要と思われる。

3. 関連機関との連携 民生委員と高齢者への消費者教育に関連する諸機関との連携 -

民生委員を中心とした多様な団体・事業の連携を考えるためには、それらを支援している自治体の諸機関が有機的な協力関係を創り出す必要がある。そこで、前項までにみた特徴的な団体・事業を、関連する機関別に再整理すると、図表5-4-3のようである。

まず、民生委員の事業活動等を決定する機関として「民生委員児童委員協議会」がある。民生委員はまた、住民主体の地域の福祉活動を担う「社会福祉協議会」の主要な構成メンバーであることから、同協議会が主催する“心配ごと相談研修会”に参加したり、地元の“「ふれあい・いきいきサロン」事業”の展開に協力するなどしている。

一方、各務原市行政において、民生委員に関することを分掌するのは「社会福祉課[社会福祉係]」である。また、民生委員が高齢者の消費者教育に積極的に関与していこうとする場合、消費者の保護を分掌する「市民相談課[市民相談係]」や、生涯学習の企画、立案及び総合調整を分掌する「生涯学習課[生涯学習係]」、高齢者等の自主活動の推進及び社会参

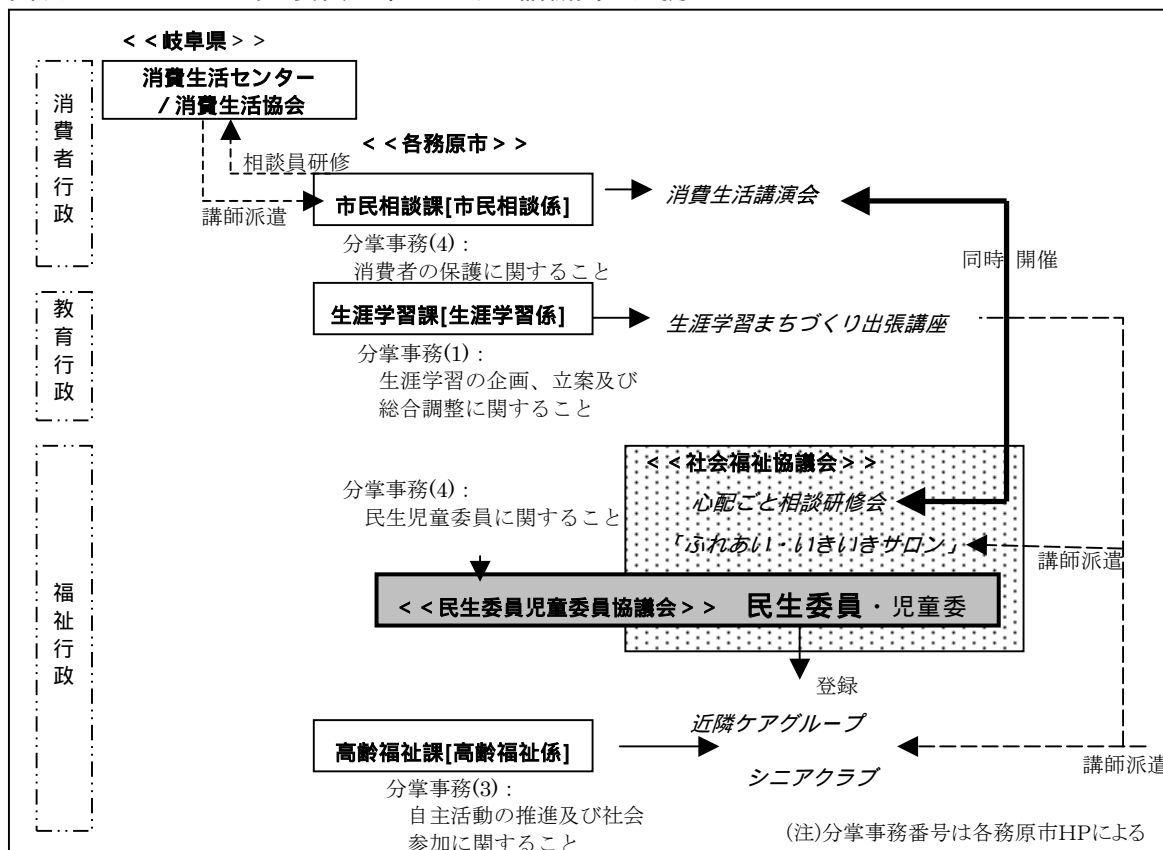
加を分掌する「高齢福祉課[高齢福祉係]」などと連携し、“生涯学習まちづくり講座「悪質商法よさらば」”の普及や“近隣ケアシステム”、“シニアクラブ”の活動支援に努めなければならない。その際、消費生活問題解決の専門機関である「岐阜県消費生活センター / (社)岐阜消費生活協会」と有機的に関係し合うことは言うまでもない。

以上にみた諸機関等の連携を図示すると、図表5 - 4 - 4のとおりとなる。

図表5 - 4 - 3 民生委員と高齢者への消費者教育に関連する団体・事業および機関

関連機関	民生委員と関連機関との直接的な関係	関連機関が提供する高齢者に対する消費者教育の機会	
民生委員児童委員協議会	民生委員の事業活動等の決定機関	近隣ケアグループの登録	
社会福祉協議会	民生委員が自治会、社会福祉施設、保健・医療・教育などの専門分野関連団体などとともに構成員となっている機関	心配ごと相談研修会の開催、 「ふれあい・いきいきサロン」事業の実施	
各務原市	社会福祉課[社会福祉係]	民生委員に関する事務の分掌機関	—
	市民相談課[市民相談係]	—	消費生活講演会 / 心配ごと相談研修会の開催、 出張講座「悪質商法よさらば」の実施
	高齢福祉課[高齢福祉係]	—	近隣ケアグループの活動支援、 シニアクラブの活動支援
	生涯学習課[生涯学習係]	—	「生涯学習まちづくり出張講座」の運営
岐阜県	消費生活センター / 消費生活協会	—	心配ごと相談研修会への講師派遣

図表5 - 4 - 4 民生委員を中心にみた諸機関の連携



4. 高齢者に対する消費者教育の今後の課題

(1) 関連機関の見解

民生委員 / 民生委員児童委員協議会の見解

各務原市では、民生委員に対し「心配ごと相談研修会」を通して定期的に消費者情報が提供されているが、実際に地域住民から消費者問題に関する相談をもちかけられるケースはきわめて限られている。したがって、地区民児協の代表者たちは、民生委員が高齢者に対する消費者教育に関与する場合、改まった機会を設けるといよりは、地域住民との日々のふれ合い、助け合いという本来の使命の中で、この役割を果たすべきと考えている。

具体的な課題としては、まず、日常の声かけや冠婚葬祭などで地域の人々と接する際に、いわゆる世間話として消費者情報を提供するというのが基本である。家庭訪問などを利用して、要援護高齢者に対して情報を提供することも大切であり、特に、一人暮らしの男性には注意が必要である。次に、コミュニティセンター等で開催される近隣ケアグループや「ふれあい・いきいきサロン」、シニアクラブなど、自治会を単位とする多様な集会の挨拶において、最近の消費者問題を話題にしたり、基礎的な消費者情報を提供することも有効である。さらに、各種団体の活動に関わって、消費者教育的な講演会を企画するなどの方法も考えられる。これらの活動の実践には、何よりも民生委員自身の自己研鑽と共同学習が重要であり、そのためには専門家の指導を受ける必要がある⁹⁾。例えば、地区民協の毎月の活動を決める集会などで、消費者教育の研修を実施するというのも一つの方法である。

なお、今後民生委員が地域の高齢者への消費者教育に主体的に関わろうとする場合、自治会の組織や自治会長との関係づくりがきわめて重要となる。地区民児協の代表者たちは、自らがリーダーシップをとるといよりは、自治会長をめざすべき方向へ動かすという役割に徹すべきと考えている。



各務原市役所の担当者と民生委員の方々

市民相談課[市民相談係]の見解

市民相談課がいま最も力を注いでいるのは、急増する消費者相談への対応の強化である¹⁰⁾。平成16年度からは消費生活専門相談員を二人配置しているが、悪質業者の手口の巧妙化や関係法令の頻繁な改正に対処するため、相談員たちは岐阜県消費生活センターが実

施する月 1 回の研修会に自費で参加し、恒常的なスキルアップに努めている。これと併せて当面する重要な課題が、消費者問題を未然に防ぐための、消費者教育・消費者啓発への取り組みである。市民相談課による消費者教育・消費者啓発の中心となるのは前述の出前講座「悪質商法よさらば」である。その主たる依頼者は高齢者のグループであることから、こういった届けるタイプの講座が、今後の高齢者への消費者教育の有効な手段となると考えられる。予想される依頼件数の増加に対応するためには、現状の市担当者を中心とする方法では限界があるため、啓発能力をもった消費生活相談員や消費生活アドバイザー、消費生活リーダーなどの協力を得て「啓発ボランティア」を育成することが課題である。

さらに、高齢者の消費者教育については、民生委員の力を借りて、自治会を中心とする消費者啓発ネットワークを確立することが必要である。高齢者の場合、家から出られない障害者や知的弱者も多いことから、民生委員やホームヘルパーの家庭訪問や地域でのふれ合い活動を通して「ご近所の底力」的な¹¹⁾地域の防衛力を発揮してもらいたいと考えている。その際、民生委員やホームヘルパーには、消費者問題の解決を求めるのではなく、トラブルの話を聞いてもらったり、簡単なアドバイスをしたり、消費者情報を提供するなど、専門機関との橋渡しの役割を果たしてもらいたいことを期待している。

このほか、複雑化・深刻化する消費者被害の救済や自治会を中心とした消費者啓発ネットワークを専門機関と結び付ける連絡協議会の構築のために、法律専門家や警察との連携が欠かせない。現在、消費者被害の困難ケースの救済に際し、多忙で相談費用が高くなりがちな弁護士に代わって、青年司法書士会との連携を進めつつある。また、悪質な業者の勧誘や「振り込め詐欺」への対応のために、平成 16 年度より各務原警察署と被害情報を提供し合っている¹²⁾。さらに、最新の消費者問題や消費者情報を獲得し、地域の消費者相談や消費者教育に効率よく取り組むためには、PIO-NET への参入が不可欠である。

(2) 執筆者の見解 まとめて代えて一

本章では、各務原市を事例に、民生委員を中心とする関連機関の連携と高齢者に対する消費者教育のあり方について追求したが、今後の課題については、民生委員に対する消費者情報の提供、民生委員による地域住民に対する消費者啓発、効率的・効果的な連携システムづくり、の 3 つの側面から考えていかなければならない。

まず、ここでキーパーソンとなる民生委員一人ひとりには、現在のところ、自らが消費者教育の一端を担う可能性があることについて、ほとんど自覚がないという問題がある。

そこで、今後、彼らが地域住民の福祉実現という使命を果たすためには、消費者被害の未然防止が不可欠であることを十分に認識させる必要がある。そのためにも、地区民児協などでより具体的・実践的な消費者情報の学習会などを継続的に開催することが肝要である。次に、民生委員が地域住民に対して消費者啓発を実践する際には、「日常性」や「ふれ合い」を重視した手法で取り組むべきである。すなわち、民生委員本来の社会的役割に応じたかたちで、自治会との連携に配慮しながら、無理のない恒常的な啓発活動が展開されるべきである。さらに、高齢者に対する消費者教育を効率的・効果的に推進するためには、民生委員を取り巻く福祉行政のほか、消費者行政、教育行政、警察や弁護士会、司法書士会など、関連する機関による協議会づくりが必要不可欠である。「消費者教育連絡協議会」を組織し、諸機関の特徴を活かした役割関係を調整し、必要な資金や人材の調達、場の提供、情報の共有などを含めたトータルなシステムが構築されることを期待するものである。

【注および参考文献】

- 1) 民生委員法第1条
- 2) 民生委員は、児童福祉法第12条の定めにより児童委員を兼務しているため、各務原市では「民生委員・児童委員」と称しているが、本章では「民生委員」と表記する。
- 3) 民生委員提供資料「平成16年度 各務原市民生委員児童委員協議会事業計画書(案)」
- 4) 岐阜県では消費生活協会が消費生活センターを運営している。
- 5) 各務原市役所ホームページ
<http://www.kakamigahara.gifu.jp/info/demae/ichiran.html>
- 6) 市民相談課提供資料「消費者保護政策の強化について」
- 7) 各務原市役所ホームページ
<http://www.kakamigahara.gifu.jp/info/koureisya/help/dantai.html>
- 8) 各務原市役所ホームページ
<http://www.kakamigahara.gifu.jp/internet/shinseisho/syakai/fureai.html>
- 9) 各務原市民生委員児童委員 松尾秀樹氏提供資料「体験から学ぶ民生委員児童委員活動」
- 10) 市民相談課提供資料「消費者保護政策の強化について」によれば、各務原市の消費者相談件数は、平成13年度以降、毎年2倍以上の増加を示している。平成16年度は1月末現在ですでに719件の相談が寄せられ、相談総額も1億円を超えている。
- 11) NHKテレビ番組「難問解決!ご近所の底力」になぞらえている。
- 12) 市民相談課提供資料「消費者保護政策の強化について」

第5節

兵庫県川西市における取組み 市民と協働で作りに上げる出前講座

1. はじめに

兵庫県の最も東側（大阪府との県境）に位置する川西市は、地理的に大阪や神戸を通勤圏とする自然環境に恵まれた住宅都市¹⁾である。人口はおよそ16万人（平成17年2月未現在）²⁾で、兵庫県内22市の中で9番目に多い。高齢者人口は約31,500人³⁾で、高齢化率は兵庫県の平均（約17%）よりも若干高く、19.6%である。

市役所が存在する市の中心部である川西能勢口周辺では、鉄道高架事業や市街地再開発事業が行われ、都市機能と周辺地域の商業機能が高められるなど「生活創造都市」への展開¹⁾が図られている。

消費生活センターは、川西市役所市民生活部産業振興室に位置づけられており、「生活科学化に関する企画及び調整」、「省資源及び省エネルギー対策に係る調整」、「消費生活の啓発活動及び教育」、「計量」、「消費流通調査及び関係資料の収集及び提供」、「消費生活に係る相談及び苦情の処理」、「消費生活団体の育成及び連絡協議」などに関すること⁴⁾を担う機関として、昭和56年に設置された。平成17年2月現在、職員2名、相談員3名体制で運営されている。

本節では、川西市消費生活センターが、市民グループによる出前講座の実現を目指した講師養成活動の実態について述べるとともに、市民と協働で作りに上げる出前講座のあり方を検討し、その課題を整理する（関連：第4章第2節参照）。

2. 高齢者に対する消費者教育の現状

（1）出前講座講師養成セミナー開催までの経緯

川西市消費生活センターが実施している「消費生活の啓発活動及び教育」に関わる事業の一環として、年々増加の一途をたどる高齢者の消費者トラブルを予防し、適切に対処できる力を身につけることを目指して、高齢者を対象にした出前講座の開催を企画した。その講師を養成するための事業として「出前講座講師養成セミナー」を開催するため、市の広報紙（広報かわにし）で受講生を公募した。

市民を対象とした出前講座の講師養成については、同じ兵庫県東部に位置している西宮市を参考にした。ただし、西宮市が市民講師を登録制にして多数の講師を登録し、出前講座への派遣は単独で実施しているのに対し、川西市はグループとしての活動を目指そうとした点に特徴がある。セミナー修了後、有志による啓発グループの結成を期待し、グループ単位で活動することを目指した。なお、公募条件は、消費生活アドバイザー等の有資格者、またはセンター主催の「生活クリエイター」の経験者であることとした。

「生活クリエイター」とは、消費生活センターが主催する消費生活モニター制度⁵⁾である。主に、価格・量目調査や簡単な相談、啓発活動を実施している。具体的には、月1回、スーパーや小売店で肉や野菜などを購入し、価格や重量を調査する。また、月1回程度開催される研修会に参加し、消費生活センターに寄せられた相談の事例研究やせっけん作り、エコクッキングなどを1年にわたって体験する。「生活クリエイター」には、市民と消費生活センターとのパイプ役が期待されており、研修会で学んだことを地域住民に向けて啓発する事業も、あわせて実施している。定員は20名で、毎年公募している。平成15年度の実績をみると、「生活クリエイター」による消費者啓発・相談人数は、2,700件を超えており、一般市民に対する消費者啓発の担い手として、一定程度の役割を果たしているといえよう。

生活クリエイター経験者の中で、さらなる学習意欲をもった有志がOB会「すまいる」⁶⁾を結成しており、そのメンバーの一部が「出前講座講師養成セミナー」に参加したほか、“広報かわにし”の募集記事を見て応募したケースもある。

こうして、公募人数5名に対して8名が応募し、セミナーに至った。

(2) 出前講座講師養成セミナーの概要

セミナー企画当初は、平成14年7月から平成15年3月までの9ヶ月で全13回、各10時から正午の予定であったが、最終的には全31回(事前見学会⁷⁾を入れると32回)を数える大変充実したセミナーとなった。開催場所も市役所をベースに他の施設への見学、ワークショップへの参加など多様であり、実践的な色彩が強く出ている。

講座の概要は、以下のとおりである。

前半の7回は、講義および講座の見学を軸に展開した。第1回、第4回、第6回(第13回、第26回を含む)で講師を務めた谷氏は、自身が消費生活アドバイザーの有資格者であると同時に、消費生活センターのベテラン相談員として永年勤務し、退職後間もない

というキャリアの持ち主である。谷氏は、セミナー講師としてその経験を遺憾なく発揮しただけでなく、その後も消費生活センターとセミナー参加者をつなぐパイプ役として重要な役割を果たしていく。

第 1 回は、開講式・オリエンテーションに続いて、なぜ契約トラブルが発生するのか、そのメカニズムについて消費者関連法の知識とともに講義した。

第 2 回、第 5 回は、講座の見学であった。前者は親子向けの講座（兵庫県宝塚市「ぐりんぺっぱー」主催）で、独自の消費者教育プログラム・教材による講座の展開から、具体的な手法を学習した。後者は消費生活相談員による高齢者向けの出前講座⁸⁾（鶯台自治会・鶯台老人クラブ）であり、高齢者を対象にした講座のイメージを形成した。

第 6 回の講座において、谷氏を含むセンター職員ら 3 名による寸劇「台風一過」が披露された。これが、高齢者を対象にした講座の表現手法として、「演劇」が具体的に検討される契機となった。この回の学習成果が、セミナー中盤のシナリオ作成、後半の演劇作成のベースになっている。

中盤の 7 回（第 8 回～第 14 回）は、A グループ、B グループ、2 つに分かれてのレジュメ・シナリオ作成が中心課題となった。このときのテーマは、高齢者が消費者被害に遭いやすい点検商法（床下換気扇、シロアリ駆除サービス）および実験商法（浄水器）であり、第 3 回（消費生活センターに多数寄せられる相談事例について）、第 7 回（具体的なセールストークについて）の講座内容が反映されている。

3 回～4 回、レジュメ・シナリオ作成のためのグループ活動を経て、消費生活センター主催の“くらしの講座”⁹⁾を受講した（第 12 回）。続く第 13 回で両グループのレジュメ・シナリオのプレゼンテーションを行い、シナリオおよびキャストを決定した。ちなみに、選ばれたのは実験商法（浄水器）をテーマにした B グループのシナリオであった。

第 14 回では、京都芸術センター主催の演劇体験講座「つくらない演技～コミュニケーションとは～」に参加した。演技未経験者のためのワークショップであり、ここでの学習成果がセミナー後半に活かされた。

後半の 17 回は、主に演劇作成の時間に充てられた。ただし、あくまでも演劇は出前講座の一部であり、悪質業者の手口を具体的にわかりやすく伝えるための手段である。したがって、演劇の前後で受講者に「伝えるべき内容」を整理し、レジュメを作成したり、説明のための文章を考えたりしなければならない。そこで、受講者が演劇チームと説明チームに分かれ、チームごとに練習（計 4 回）した後、説明チームのレジュメ検討会（第 20

回) 両チーム合同の通し稽古(計3回)を経て、新作発表会(第23回)で「ためになる講座 不安がらせて契約～水に流せない話～」が上演された。

その後、実際に高齢者を対象にした出前講座¹⁰⁾を2回経験し、第26回で反省会、次年度へ向けての活動計画の立案となった。さらに、春のフリーマーケット親子お楽しみ劇場への出演(第29回:ただし雨天延期により実現せず)へ向けての練習(第27回・第28回) 交流会(第30回)を経て、修了式(第31回)を迎えた。

(3) 行きませ！消費者啓発グループ「てくてく」のバックアップ

「出前講座講師養成セミナー」開催当初のねらいどおり、平成15年1月にセミナー受講者有志によって、“行きませ！消費者啓発グループ「てくてく」”が結成された。公的な活動は平成15年度4月からであるが、市民と行政の協働による、本格的な出前講座の担い手誕生である。

なお、「てくてく」の具体的な活動実績および活動の概要は、第4章・第2節で述べたので参照されたい。

消費生活センターは、「てくてく」に関して主に以下のようなバックアップをしている。

-) 「広報かわにし」を通じたピーアール
-) 出前講座の受付および仲介
-) 日常的な活動場所(市役所会議室)の提供(無料)
-) 高齢者の消費者トラブルに関する情報提供
-) 新作シナリオ作成および演出に関するアドバイス
-) 演技指導
-) 新作発表会の会場提供および広報
-) 活動上有益な各種情報提供

3. 関連機関との連携

高齢者を対象にした出前講座を開催するにあたり、日常的に高齢者と接触する立場にある関連機関の協力は不可欠である。ここでは、川西市消費生活センターが、関連機関とどのような連携を図っているかについて、出前講座の開催への協力を焦点化して整理する。

「出前講座講師養成セミナー」第24回、第25回で、実際に高齢者を対象にした出前講座を体験する際、社会福祉協議会に依頼した関係で、その後も継続的に出前講座の要望が

ある。また、社会福祉協議会をとおして出前講座の存在が広報されたことによって、在宅介護支援センターが主催する「いきいき元気倶楽部」の講座の一部として依頼があるほか、ケア・マネージャーから直接依頼されるケースも見受けられる。民生委員や身体障害者福祉協会からの出前講座の申し込みもあり、高齢者福祉の関連機関との協力関係が重要であることが理解できる。

地域の高齢者団体に対しても、情報提供を欠かさない。老人クラブ、自治会、婦人会の会合など、まとまった人数が集まる機会を利用して、出前講座を受講してほしい旨、広報している。こうした各種団体の代表者へは、個別にダイレクトメールを出して「てくてく」の新作発表会の案内をした。

また、「ひとり暮らしの会」は、文字どおりひとり暮らしの高齢者の会である。ひとり暮らしの高齢者は、消費者情報が入手しにくい環境にあたり、他者とのコミュニケーションの機会が限定されていたりする可能性が高いため、消費者トラブルに遭いやすいのではないかと危惧される。こうした生活環境にある高齢者にこそ、出前講座を受講してほしいと考えていることから、「ひとり暮らしの会」代表への働きかけは重要である。その他、市外の消費者協会からの依頼もあった。

過去 2 年間の実績から、一度でも出前講座を開催してもらえれば、関係者の口コミで受講対象者を拡大できるという自負がある。高齢者対象の出前講座の開講、および消費者啓発グループ「てくてく」の存在を認知してもらうため、関連機関の役員が集まる研修会などの機会を利用して、ピーアールを心がけている。具体的には、「てくてく」を紹介する印刷物や葉書を作成して配布したり、過去に依頼を受けた機関に新作発表会の案内状を送付したり、地元のケーブルテレビで「てくてく」による出前講座の周知を図ったりしている。



4 . 高齢者に対する消費者教育の今後の課題

てくてくを紹介するセンターだより

(1) 機関の見解

「出前講座講師養成セミナー」に関する課題

平成 14 年 7 月から平成 15 年 3 月にかけて「出前講座講師養成セミナー」を開催し、「てくてく」の結成、2 年間で多数の出前講座の実現という成果を得た。後続の人材育成と

いう意味で、将来的には第 2 回の「出前講座講師養成セミナー」を実現させる必要があるが、現時点で具体的な開催計画は立案されていない。

「てくてく」は、既に自立した活動を進めていくパワーを持っていると判断でき、安心して出前講座を任せられる。「てくてく」の存在自体が、“やる気のある市民が集まったら、これだけのことができる”という見本であり、市民の底力を体現しているといえよう。消費者行政サイドへフィードバックされる部分も多く、予想をはるかに上回るレベルと考えている。

「てくてく」に続く、こうした可能性を持った市民啓発グループを養成することが、消費生活センターの重要な課題である。

出前講座の評価に関する課題

出前講座開催による一連の活動の成果を、目に見える形で評価することが困難である。

講座の開講数や参加人数は、量的な指標や尺度としての意味は持つかもしれないが、講座内容に対する質的な評価とは言えないのではないだろうか。講座の受講者が、どのような意識変革をしたのか、消費生活上のトラブルの予防や適切な対応という具体的な行動変化に結びついたのか、把握する術をもっていない。ケース・スタディのような形式で、個別に追跡調査することは有効かもしれないが、財政上の困難を伴うため現実的ではない。

消費者トラブルの相談者に対して、講座の受講経験を尋ねたこともあったが、最適な指標であるとは思にくい。「てくてく」の活動が、まだ 2 年目ということもあり、今は“種蒔き”の段階であるといえよう。かつて「てくてく」が出前講座で配布したレジュメを持参し、クーリング・オフの相談に訪れた高齢者がいたが、こうした“種蒔き”の成果を実感できる場面は必ずしも多くない。

今後、量的・質的両方の側面から、客観的に講座の効果を評価する方法を検討することが課題である。

予算上の措置に関する課題

消費生活センターから「てくてく」に出前講座を依頼する場合には、「報償費」¹¹⁾が支払われる。支払いは、出前講座の開催数を単位としているため、それぞれのメンバーではなく、グループ全体（通常 6 名）で受け取ることになる。

「てくてく」の活動の実態を考慮すれば、決して十分な「報償費」ではない。講師養成

を企画した段階から、個人ではなくグループでの活動を想定し、効果が期待できる「演劇」をとおしての啓発活動を行ってきた以上、それに相応しい「報償費」が計上できる予算措置を実現させることが課題である。

消費生活センター職員に関する課題

現在のような「市民と行政の協働型活動」¹²⁾が実現した背景には、消費生活センター職員（主査）の熱意がある。主査の熱心な取り組みによって、一連の活動が実現したといっても過言ではない。本格的な演劇を表現手法とする「てくてく」メンバーとの良好な関係が成立している背景には、演劇経験のある主査の存在がある。だからこそ、本節 2(3)で述べたように、「てくてく」に対して)新作シナリオ作成および演出に関するアドバイス、)演技指導といったバックアップが実現できたといえよう。

しかし、行政職員の宿命として人事異動は回避できない。その際、後任職員が、いかに前任者の熱意や特性を引き継いでいくのかが鍵となる。またその一方で、担当者が行政組織の一員である以上、どのような職員が担当になったとしても普遍的な関わり方を確立していく必要があり、そうしたシステムの構築が課題である。

(2) 執筆者の見解

消費者行政（消費生活センター）が市民と協働で作り上げる出前講座のあり方を検討すると、その課題は以下のように整理できる。

予算措置

「てくてく」の出前講座に対する正当な経済的な評価の必要については、先に述べたとおりである。これに加え、「てくてく」自身が主体的な学習者として研鑽し続けていることを忘れてはならない。現在の持ちネタ（シナリオ）は 3 本であるが、毎年新作を発表するために 4 ヶ月かけて準備を重ねてきた。演劇を 1 本完成させるためには、必要な備品や消耗品、小道具類を購入する必要¹³⁾もある。しかしながら、このような講座の準備活動に対する予算措置は、消耗品費以外、何もとられていないのが現状である。

今後、「てくてく」の活動に対する認知度が上昇すれば、今年度以上に前出講座の依頼が増加する可能性も高い。本来なら、喜ばしいことのはずであるが、現状では年間予算の範囲内でしか「報償費」を捻出できないため、高齢者のニーズに応えられないことになりか

ねない。これでは本末転倒であり、早急に改善する必要がある。「てくてく」の存在を消費者行政の下部組織的な位置づけとみなすのであれば、適切、公正な予算を計上するのは当然の措置であろう。

パートナーシップの構築

機関の見解でも述べたが、「てくてく」は行政と市民の理想的な協働関係を背景にして多くの活動実績を重ね、消費者教育の主体的な担い手として高い評価を得ている。つまり「てくてく」は、既に行政の下部組織的な位置づけではなく、自立的な消費者啓発グループとして機能しているとも考えられる。

次の段階は、両者がいかに対等なパートナーとして、その関係を構築するかが課題であるといえよう。そのためには、相互の役割・機能を確認しあい、責任の所在を明らかにすることも重要である。本来、行政が担当すべき業務はどこまでなのか、「てくてく」に任せべき業務は何なのか、明確にする必要があるだろう。

また、上記とは対極の課題になるが、対等なパートナーシップが構築された場合には、「てくてく」自身が財政的な負担を引き受けることが求められる。現状を見れば、自己研鑽、すなわち出前講座の準備に関わる活動部分は自助努力（自己負担）で賄われているのが実際のところである。将来的には、「てくてく」がNPO法人化して助成金を獲得するなど、経済的な自立の方向性についても検討すべきかもしれない。

ネットワークの構築

「てくてく」による高齢者向け出前講座も2年目に入り、徐々に市民に認知されるようになってきたと考えられる。平成16年8月に、NHK総合テレビ「ご近所の底力～もう詐欺にはだまされない～」で“妙案”として紹介されたことも認知度の上昇に寄与したと推測できるとともに、「てくてく」の活動そのものに大きな自信を与えたといえよう。

しかし、川西市の高齢者全体への周知が徹底されているかどうかは疑問である。届けたい高齢者に十分な情報が届けられているとは考えにくい。日常的に高齢者と接触する可能性が高い関連機関と有機的な連携を図る必要があることはもちろんのこと、志を同じくする他機関と横断的かつ合理的なネットワークを構築することも不可欠である。高い問題意識を持ち、最新の消費者情報を共有することによって、より効果的な啓発が可能になるのではないだろうか。

また、出前講座の内容や方法について、種々の関連機関における講師経験者が情報交換する機会を保障することも重要であろう。高齢者の消費者教育を展開する上で有効な教材は何か、注意すべきポイントは何か、どのような工夫が歓迎されるのか、有意義な情報を一元化し、共有する価値は大きい。

【注および参考文献】

- 1) <http://www.city.kawanishi.hyogo.jp/profile/about/about.htm>
- 2) <http://www.city.kawanishi.hyogo.jp/mado/tokei/jink0502.htm>
- 3) <http://www.city.kawanishi.hyogo.jp/mado/tokei/jink0412.htm>
- 4) http://www.city.kawanishi.hyogo.jp/reiki/reiki_honbun/k3190329001.html 川西市消費生活センター設置規則（昭和56年3月31日）による。
- 5) 広報かわにし、第1023号、2001年2月、p.3
- 6) <http://www.consumer.go.jp/info/dantai/p28.pdf> 「生活クリエーター」のOBで結成された「すまいる」は、消費生活に関する講座や価格調査で学んだ知識をさらに深め、日常生活の中で実践的に活かそうと活動している。消費生活センターと連携を図りながら、具体的には「手作り廃油せっけん」「容器について」「食品添加物」「食品工場見学」「エコクッキング」など、環境問題やごみ問題、食の安全に取り組んでいる。「てくてく」に応募したメンバーも、継続して「すまいる」の活動に参加している。
- 7) 7月4日の開講式に先んじて、6月末に消費者問題出前講座（講師：全国消費生活相談員協会からの派遣）の見学会を設定した。この講座は、生活クリエーターOB会「すまいる」主催の行事である。
- 8) 川西市消費生活センターの出前講座は、相談員によるものと市民啓発グループ「てくてく」によるものの2本立てになっている。どちらが担当するかは、受講者の意思が尊重されるが、楽しく学びたい場合は「てくてく」に依頼、詳しく学びたい場合は相談員の派遣、といった棲み分けが成されている。平成15年度の実績をみると、受講人数は延べ807名である。その内訳は、相談員によるもの287名に対して、「てくてく」によるもの520名（市外分を含む）と、「てくてく」の受講者が約6割を占めている。
- 9) 川西市消費生活センターでは、出前講座以外にも一般市民を対象にした“くらしの講座”（例えば指せ、ケータイ博士！～知識の備えあればトラブルも怖くない～！）平成16年11月、講師：近畿総合通信局、西澤賢治氏）を主催している。
- 10) 出前講座の対象は、初回が明峰地区福祉委員会ボランティア部会やまびこ会（於：明峰公民館）、2回目が北陵地区福祉委員会（於：北陵集会所）である。事実上、これが「てくてく」の旗揚げ公演となった。
- 11) 川西市の公民館が依頼した出前講座の場合は、公民館の予算から「てくてく」に直接支払われる。
- 12) （財）関西消費者協会「消費者情報」No.357、2004.12、p.12
- 13) 出前講座講師養成セミナーを修了した後の「てくてく」は、財政上の困難を克服するために阪神北摂民局の「阪神北地域団体活動パワーアップ事業助成金」を獲得した。その資金14万円余で、アンプ・マイクセットなどの演劇で使用する小道具類を揃えることができた。

第6節

**鹿児島県枕崎市における
警察と介護ヘルパーによる高齢者被害防止対策の実践
～地域住民で守る安全に暮らせる街づくり～**

1. はじめに

鹿児島県は人口約177万人、本土最南端に位置し、南国特有の開放的で明るい気質は、親切で親しみやすい人情を生み、特色ある政策を生み出す土壌を醸し出している。鹿児島県の高齢化率は24.0%で全国第4位という高さであり、全国平均に約10年先行する形で急激に高齢化が進んでいる現状が認められる。

高齢者に対する消費者教育を推進する上での大切な側面の一つとして、地域社会の中で高齢者を取り巻く社会システムと協働できる手法に着目できるかどうか大切な要素である。今までの一般的な高齢者への啓発手法においては、継続性がなかったり、理解されなかったり、真に伝えるべき高齢者に必要な情報を供給出来なかったりとして、啓発効果が思いのほか薄かった事例も数多く報告されている。

このような状況を踏まえ、いかにして効果的な高齢者に対する消費者教育の在り方を考える時、地域の生活安全の中核的行政機関である警察署が、地域の福祉システムである介護ヘルパーと連携し、地域住民で高齢者を守っていこうとする鹿児島県枕崎警察署の取り組みを通して、警察署が関係機関と連携して実践する高齢者への消費者教育の可能性としての自治体モデルについて検討する。

2. 高齢者に対する消費者教育の現状

(1) 鹿児島県警察における高齢者の消費者教育

警察庁では、高齢者の特性上、他の年代と比較し加齢に伴う身体機能等の低下から交通事故や訪問販売等による契約トラブルが高い比率で発生しており、具体的対策として「長寿社会対策パイロット事業」を推進し、全国の高齢化が進んでいる地域を中心に、地域の理解と協力によって活動が円滑に効果的に実施出来る地区を「パイロット地区」に指定し、それぞれの地区の警察署が関係機関、団体、ボランティアと連携して「高齢者の保護」と「高齢者の社会参加の促進」を図る目的で展開されている。

「高齢化社会と真に向かい合い、常に地域住民と密着した活動を行うかが何より大切です。」と鹿児島県警察本部生活安全企画課の新堀警部は語る。鹿児島県警の場合、管内の巡回等を通して、高齢者の生活実態、要望、意見等を十分把握し、きめ細かな世話役活動、その他の保護活動を実施している。各警察署も地域の実情や要望に応じての高齢者に対する消費者教育も多種多様である。具体的には、鹿屋警察署では市主催の敬老祝賀会で振り込め詐欺の手口を鹿児島弁丸出しの「にわか劇団」を結成し、最近被害の多い題材を身近に感じてもらえる寸劇を提案し、練習を重ねた結果、大変好評を博した様子である。



各警察署の取組みが紹介された新聞記事

劇では高齢者が振り込む前に駐在の警察官に相談し、事なきを得るというストーリーであり、寸劇を見た高齢者たちも駐在所を身近に感じた様子であったこと。また種子島警察署では、趣味で長年続けているギターを使って、振り込め詐欺や架空請求の被害の未然防止のポイントを水戸黄門のテーマに合わせて、歌い上げ、とても分かりやすかったと大好評のようであった。

劇では高齢者が振り込む前に駐在の警察官に相談し、事なきを得るというストーリーであり、寸劇を見た高齢者たちも駐在所を身近に感じた様子であったこと。また種子島警察署では、趣味で長年続けているギターを使って、振り込め詐欺や架空請求の被害の未然防止のポイントを水戸黄門のテーマに合わせて、歌い上げ、とても分かりやすかったと大好評のようであった。

各警察署で地域の状況を認識した上で、地域に根ざした効果的な高齢者への消費者教育を創意工夫のもとに実践している状況である。また県警本部では振り込め詐欺被害未然防止対策として、職員が地元鹿児島弁を屈指し、15分ほどのDVDを自主制作し、各警察署に配布している。あくまでも所轄の警察署の地域特性を十分生かした啓発の内容を実施している鹿児島県警察であるが、特に今回、新たな高齢者に対する効果的な高齢者の消費者啓発事業を展開を始めた枕崎警察署の取り組みを自治体モデルとして紹介することとする。

(2) 枕崎警察署における警察と介護ヘルパーの連携による高齢者被害防止対策の実践

枕崎市の概況

枕崎市は薩摩半島西南に位置し、人口約2万6千人、古くから「日本一のカツオのまち」として知られる港町である。枕崎市も高齢化が大変進んでおり、高齢化率は28.2%と県内の他の地区同様、高水準である。

高齢者保護に係る現状の問題点

「今では地域の介護ヘルパーの皆さんが私たちの手であり、耳であり、とても頼もしい存在なのです。みんなで安全・安心に暮らせる街づくりを行なっていると実感できます。」と鹿児島県警枕崎警察署生活安全刑事課の宮下警部補は、今回の枕崎市における高齢者被害防止対策について尽力された一人である。

枕崎警察署では、これまでも高齢者を狙った各種犯罪予防活動について、ミニ広報紙や巡回連絡等、様々な手段や活動を通して実施していたが、必ずしも効果が上がっている状況ではなかった。これらを総合すると、1) 高齢者教育の継続性がない、2) 被害に遭うような高齢者は、ミニ広報紙等を閲覧しようとしなない、3) 被害に遭うような高齢者は、講話を聞いてもその場限りで、すぐ忘れてしまうといった課題から、必要な人に、必要な情報が伝達されないという高齢者に対する教育の問題点が導き出された。

この問題をいかに解消し、高齢者に対する必要な情報を伝える効果的な手法を模索した結果、高齢者と確実に、且つ頻繁に接触する、介護ヘルパー（介護保険関連事業者）に着目した。

高齢者保護連絡会の立ち上げの経緯について

介護ヘルパー（介護保険関連事業者）は、介護保険法に基づく要介護度の認定により必ず週に一回以上高齢者宅を訪問、もしくは面接する。高齢者を狙う犯罪情報の提供を、これら介護保険関連事業者を通じて行えば、前述した問題点が解消されると認められたことにより、宮下警部補が枕崎市福祉事務所及び枕崎市社会福祉協議会に協力を申し入れたところ、社会福祉協議会においても、高齢者保護対策の構想があるとのことから、平成16年9月13日に、この高齢者保護連絡会に立ち上げを図った。

現在のところ、訪問介護（ホームヘルプサービス）を中心に高齢者教育を実施しているが、通所介護（デイサービス）やその他のサービスを受けている施策対象者の高齢者全体のカバー率は95.5%というデータ¹⁾を勘案すると、工夫次第では大変効果的な高齢者教育の供給プロセスとなり得る可能性がある。

活動内容及び状況について

高齢者保護連絡会を通じての活動としては、まず連絡会を通じて各ヘルパーに警察から犯罪情報等を伝達する。警察からの犯罪情報やチラシを受けた各ヘルパーは、高齢者宅に

訪問し、介護を行う際に犯罪状況や犯罪から身を守る方法を話題として活用してもらい、またチラシ等については、振り込め詐欺等関連は電話機の前に、訪問販売関連は玄関先に貼布してもらうなど、対象に応じて対応していることである。

警察と介護ヘルパーとの連携による効果

枕崎警察署の宮下警部補によると、介護ヘルパーの職員の皆さんの行動力と明るさに、とても助けられているとのこと。月に一度の情報交換の場においても、積極的に意見交換をしていただき、普段警察では完全には把握出来ていない地域で起こっている情報が手に取るように分かり、その情報をもとに迅速な対応ができる場合があるようだ。また、犯罪情報や契約トラブル情報をヘルパーさんに発信すると、その情報が家族、自治会、サークルなどコミュニティに広がり、高齢者だけではなく、市民全体に広がる思わぬ余録の広報効果があったことが驚きだったという。

今までに地域住民にとってとても有益な犯罪情報を流しても、一過性のものであったり、うまく伝わらず難儀していたが、現在は情報を発信した内容が、市内の様々なネットワークにより生きた情報として伝わったことの驚きもあった。

結果的に今まで、警察として大変苦労して啓発した業務量も非常に軽減化し、事務の効率化に繋がったため、さらに地域の住民、及び高齢者にとって有益な、生の情報収集及び発信に費やすことが出来るようになったという業務上も効果も期待できたようであった。



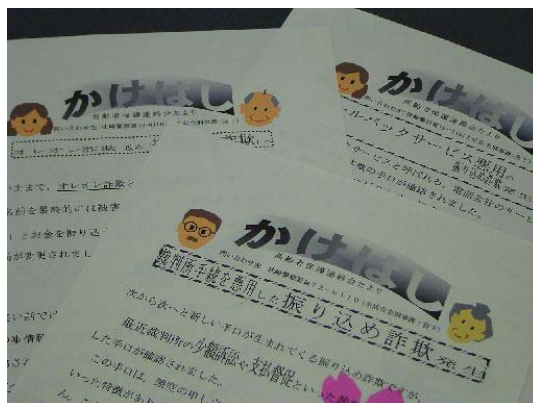
枕崎警察署宮下警部補と枕崎市介護ヘルパーの皆さん

介護ヘルパーとしての活動と高齢者と関わる実態について

実際に介護ヘルパーとして業務をされている方々の率直な声によると、ヘルパー職員は月2回はミーティングを開催し、個々のケースの高齢者の生活実態を意見交換し、またより良い処遇についての情報交換を行っている。

今回、警察署と連携して実際に関わっている高齢者への犯罪被害情報を伝え、またヘルパー同士で共有できて、色々な形で得たものは大きいと言う。

今までも担当する高齢者宅に訪問している最中、何度か訪問販売業者が訪れ、契約するまで居座っていたり、暴言を吐いて無理やり契約に追い込む販売員の行動を見たことがあったそうだ。あるヘルパー職員は、訪問販売業者から売込みをかけられて困惑している高齢者の代わりに、「契約しない。帰ってほしい。」旨を伝えたところ、「何の権利があってそんなことを言うのか？ 邪魔しないでくれ！」と強い口調で怒鳴られたこともあるそうだ。いかに高齢者が日常生活において、訪問販売業者のターゲットにされているかを実感したという。自分も訪問販売業者への対応について知識を習得し、担当する高齢者を守ることが出来たら、さらにヘルパーとしての世界が広がったように感じるとのことであった。

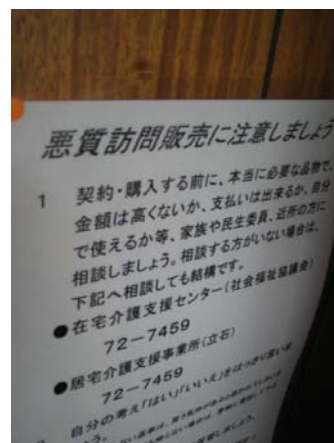


宮下警部補 手づくりの説明用チラシ

ヘルパーとして心がけている高齢者への消費者教育

「日常、高齢者と接していて、既存の啓発手法であるチラシ、リーフレットによる注意喚起は個人差はあるものの、実際のところほとんど効果が期待出来ない。」とヘルパーの方々は口を揃えて話す。

比較的効果的なのは、大切な事を声に出して話しをして伝えるという基本的なことである。ただ毎回同じこと話すと逆効果であるとのこと、話すタイミングについては工夫しているとのことであった。特に独居高齢者の方が増えているので、益々地域、自治会等での「声かけ」については積極的に行う必要がある。



独居高齢者の玄関先に貼られた注意喚起のちらし

3. 高齢者に対する消費者教育の今後の課題

(1) 機関の見解

枕崎警察署の試みた、警察と介護ヘルパーと連携した高齢者保護連絡会が発足して、約半年が経過した。高齢者を保護するための関係機関との連携の重要性を認識しつつ、具体的な方法も模索していた枕崎警察署では、高齢者被害の未然防止のために、地域のヘルパ

一が高齢者宅を訪問し、介護の間に犯罪情報や犯罪から身を守る方法を話題として提供し始めた効果として、今までの啓発手法では周知できない、独居高齢者への必要な情報の供給が可能になったようである。

また地域の介護ヘルパーを活用することにより、副次的な効果として、高齢者だけでなく市民全体への犯罪情報や犯罪被害未然防止の広報効果が得る事ができたことも大変重要な副産物と言える。

(2) 執筆者の見解

我が国の社会構造は、過去に例がない急激な高齢化社会を向かえ、いかに高齢者の特性や地域のコミュニティに着目した対策が求められている現状を痛感した。現実的に訪問販売等による契約トラブルの当事者になり得る可能性が高い高齢者の被害未然防止を実践する上で、関係機関の連携の重要性が叫ばれていても、活動が断片的であったり、組織のタテ社会の弊害など現場では苦勞する場面が多く見られる。

枕崎警察署における取り組みの発端は、まずは高齢化社会の現実と高齢者に対する犯罪予防活動の必ずしも効果が上がっていないという現実を深く受け止め、どう問題点を解決するかと言った熱意ある警察官の問いかけであった。「本当に必要な人に、必要な情報を伝えたい。」この真摯な気持ちが、地域を動かし、結果的に市や社会福祉協議会等との連絡会を立ち上げ、警察や行政機関と連携し、自分が住む街は自分たちで守って行こうとする、協働の精神で実践する大変効果的な消費者教育手法に育っていったようだ。

これからの高齢者に対する消費者教育の可能性を模索するとき、まず地域社会の現状を認識する必要がある。例えば、地域社会を考える場合、ご近所、自治会というような小さなコミュニティから基礎自治体としての市町村など様々なレベルがあり、いずれのレベルも重要だが、特に高齢者の生活安全という側面からは、歩いて行ける範囲の最も身近な地域社会が重要である。地域社会は、戦後の産業構造の転換、都市化の進展などによって機能を低下させてきたが、近年は地方分権や介護保険などの実施で新たな活性化が模索され始めている。高齢者は地域で過ごす時間が多く、趣味サークルや学習など社会参加を行う場合でも、医療や介護を受ける場合でも、地域が基盤になるであろう。

また、一人暮らしの高齢者が増えていく中で、家族が担ってきた日常生活上の手助けを必要とする高齢者が増えていく。そうした手助けには、食事などの家事、通院や散歩の付添いや運転代行、健康相談や生活管理の指導、さらには安否の確認、話相手になることな

どが挙げられる。

そのような多種多様な高齢者のニーズに対する様々なサービスが、現実的に地域で提供されており、地域の実情に応じた市町村、シルバー人材センター、民間企業などの取り組みの現状を把握し、それらサービスを高齢者に対する消費者教育への契機になることはな
いかを模索・検討する必要があるであろう。言い換えれば、地域におけるこれら高齢者サ
ービスに、いかに消費者教育を生かすかが大切である。

また、高齢者は空き巣、悪質商法、訪問販売等による被害や災害による被害も受けるリ
スクが高いことが予想される。こうした防犯、防災上の問題に対する取組みも強化してい
く必要がある現状を踏まえ、枕崎警察署の取組みは、今後の警察署が地域で高齢者が安全
に暮らせる効果的手法として、大変有効なモデルとなるであろう。

今後の高齢者への消費者教育を考える上で、福祉的サービスとの連携は極めて重要な要
素である。現状では消費者教育は、市町村でも市民生活課や環境課といった部門で担当し
ている場合が多く、福祉的窓口で担当されていない自治体がほとんどである。国レベルで
消費者教育の福祉部門との連携は急務である。

将来的に介護保険のプログラムにも、消費者教育的要素を加味した実施内容を取り入れ
ることを希望したい。効果的な消費者啓発を実践している団体には、消費者教育に熱意あ
る優れた担当者がある。枕崎警察署においても同様であった。担当者によると、「今までは、
いかに検挙率を上げるかが何より大切だと感じていたが、今は地域に住む地域の皆さんと
共に、いかに安全に安心して暮らせる街づくりが何より大切であることに気がついた。」と
話していた。

地域を見つめ、地域住民と共に安全に暮らせる街づくりを実践し始めた枕崎警察署の取
り組みは、今後の高齢者への消費者教育を考える上で、大切な事を投げかけているように
思う。

【注および参考文献】

- 1) 枕崎市高齢者実態調べ(枕崎警察署提供資料)による。施策対象者の高齢者は7,017名。