

## 第2節 ヒアリング結果

アンケートの調査結果をさらに深めるため、29の都道府県・政令指定都市、11の関連団体に対してヒアリング調査を実施した。以下、地方公共団体を対象とした調査結果について、教育委員会との連携、学校との連携、消費者団体・NPO等との連携・協力、市民との連携・協力、関連団体によるネットワーク会議、都道府県と市区町村との連携の観点から先駆的取組みや代表的な取組み事例を紹介する。

### 1. 教育委員会との連携

#### (1) 神奈川県 「神奈川県の学校における消費者教育推進協議会」

目的：学校における消費者教育が円滑に実施されるよう関係機関との連携、協力を進める機関として設置

開始年月：昭和63年7月

開催：年1回、他に「消費者教育ワーキング・グループ」を設置し、随時開催。

構成員：＜教育担当部局＞ 教育局子ども教育支援課長以下6名（高校教育課長、小・中・高それぞれの教科研究会会長、総合教育センターカリキュラム事業部長）

＜消費者担当部局＞ 県民部副部長、消費生活課長以下3名

他に、私立中学高等学校協会理事長、私立小学校協会理事長

＜消費者教育ワーキング・グループ＞ 高等学校教科研究会（社会科・商業科・家庭科）、中学校教育研究会（社会科、技術家庭科）、小学校教育研究会（社会科、家庭科）の教諭なども含め24名で構成。

最近の議題：＜学校での消費者教育＞ 学校における消費者教育についてその実施状況の報告と今後の課題

＜教材の作成＞ 消費者教育の教材作成について作成教材の内容、教材配布状況及び活用の報告と今後の課題

活動内容：1) 教育教材の作成（詳細は第2部第2章を参照）

2) 教員研修 「神奈川県の学校における消費者教育推進協議会」の主催、金融広報委員会後援で、夏季・冬季・春季3回に分けて教員研修を実施。対象は小・中・高校、特別支援学校の教職員、関係する行政機関の職員。平成18年度の参加者は359名。

成果：校長会開催時に協議会の内容を報告、テキストにタイムリーな内容を入れたその年の消費者教育教材を紹介し、その活用を呼びかけるなど担当部局で地道な努力を続けている。その結果、学校における消費者教育の認識が高まりつつある。

- 課題： 1) 学校の授業数が限られている中で消費者教育の時間を確保すること。  
2) 高等学校では学校の方針や生徒の状況等が異なるので画一的に進めていくのは難しい。
- その他： 若者の消費者被害が多発している状況から、大学・短期大学・専門学校の学生相談担当者向けの「悪質商法被害未然防止講座」を開催。学生向けの消費者教育講座の開催やリーフレットの共同発行を呼びかけ、要請があれば講座講師のあっせんを実施。

(2) 愛知県 「若年消費者教育研究会」

目的：学校における消費者教育の推進消費者教育を支援していくための方策を総合的に検討し、その効果的な展開を図る

開始年月：平成7年4月

開催：年1回、その他に「教員情報提供紙ワーキンググループ会議」を年2回開催。

構成員：学識経験者 2名

<教育担当部局> 高等学校校長会会長、家庭科部・商業部会長、小中学校校長会会長、教育委員会 高等学校教育課長、義務教育課長 計6名

<消費者担当部局> 県民生活課長以下2名

<教員情報提供紙ワーキンググループ会議> 高校(公民科・家庭科・商業科)、中学校(社会科、家庭科)の教諭、教育委員会高等学校教育課、義務教育課、名古屋市消費流通課、県民生活課の計10名の構成

最近の議題：<学校での消費者教育> 消費者教育における課題、対応策について

活動内容：1) 教育教材の作成(詳細は第 部第2章を参照)

2) 情報提供

「教員情報提供紙ワーキンググループ」が中心となり、教員情報提供紙(消費者教育レポート)を作成、最近の消費者相談事例、消費者教育実践例等を紹介している。1回4,000部印刷し、中学は社会科、家庭科の教員に、高等学校は公民科、家庭科、商業科の教員に、特別支援学校は社会科、家庭科の教員に配布している。

成果：消費者教育について目を向け、理解が深まったことは良かった。教員に対する消費生活講座の開催も増えた。

課題：1) 時間と経費がかかるが、予算と人員に限界があり、これ以上上げることが難しい。

2) 情報の受け手側(学校、教員)の受け止め方に温度差がある。また、教育委員会等での取り組む時間の確保は十分とは言えない。

その他：教育委員会との連携により、以下のような「若年消費者教育事業」を実施している。

1) 消費生活講座(派遣講座)の開催

中学校、高等学校、特別支援学校、高等専門学校、短期大学、大学、専修学校、各種学校等からの依頼により、弁護士、消費生活相談員等、消費者トラブル相談の専門家を派遣し、講座を実施する(回数は45回)。

2) 消費者教育啓発資材貸し出し事業

消費者教育に関するビデオテープを県民生活プラザ(県下8カ所)に設置し、学校へ貸し出しする。

(3) 岐阜県 「消費者教育支援専門委員会」

目的：学校における消費者教育の推進

開始年月：平成6年3月

開催：年2回

構成員：学識経験者 2名(大学教授)、弁護士1名

<教育担当部局> 教育委員会学校支援課2名(小中学校担当/高等学校担当)  
小学校教諭(家庭科)1名、中学校教諭(社会科)1名、高等学校教諭4名  
(社会科2、家庭科2)の計8名

<消費者担当部局> 環境生活部環境生活政策課長以下6名が参加

最近の議題：<教材の作成> 高校生向け資料の作成について

活動内容：教育教材の作成(詳細は第2部第2章を参照)

審議内容は、教材の作成計画、内容の検討、教材の効果的利用方法等である。

平成19年度は高校生向け副読本「おっと!落とし穴」を作成。高校生向け教材では、高校生が在学中に一度は教材を手にするように、全校に配布。

17年度に作成したインターネット等指導者用資料は、小・中・高・特別支援学校教諭に配布、授業に利用されている。

成果：1)教育委員会や現場の教諭と連携することで、高校生向け副読本「おっと!落とし穴」や指導者向け資料「インターネット社会かしこく生き抜こう」が作成でき、授業でも活用されている。

2)現場の教諭にも入ってもらい、生の声を反映させながら、長く続ける事ができた事、学識経験者や弁護士などの専門家のサポートが得られた事が成果の要因と考えている。

課題：1)小中学校は、市町村の管轄であり、高校は県であるが、私立の場合は別である。大学も独立行政法人、市、私立などで様々であるため、1箇所に情報を流しても、全部にその情報が流れると言う事がないため負担が大きい。内閣府と文部科学省が連携をとり、指導要領の中に、消費者教育が入れば、もっと学校における消費者教育が進むのではないか。

2)現在は高校生を対象とした教材の作成しかできていない。時間的、予算的、人的に他に広げられない現状である。

その他：1)環境生活政策課が学校における教材活用の実態を把握するアンケートを実施した。

2)環境生活政策課より学校全校に出前講座の開催要領を文書で送付している。平成19年度の出前講座は、小・中・高校で11回開催し約1,300人が受講、大学では14回開催し約2,800人が受講した。

#### (4) 徳島県 「消費者教育連絡会議」

目 的：消費者教育に関する行政機関等の連絡調整及び協議

開 始 年 月：平成 15 年 7 月

開 催：年 2 回

構 成 員：＜教育担当部局＞ 教育委員会学校政策課長、生涯学習政策課長、総合教育センター学校支援課長の 3 名が構成員、他に指導主事以下 4 名が参加。

＜消費者担当部局＞ 県民環境政策課県民くらし安全室長が構成員、他に県民環境部副理事以下 6 名が参加

徳島財務事務所、金融広報委員会も構成員である。

最近の議題：＜学校での消費者教育＞ 若年の消費者トラブルについて、教員対象研修の実施、教材・ビデオ等配布・貸し出し

＜社会教育施設での消費者教育＞ 講師派遣、パネル展示等啓発事業

＜教材の作成＞ メールマガジン、ホームページの紹介、パンフレット配布について

活 動 内 容：効果的な消費者教育を推進するために必要な消費者問題に関する情報や消費者教育の関係機関の連携の方策などについての意見交換を実施。連絡会議の構成員及び事務局（県民くらし安全室）などとの連携により以下のような取組みを実施している。

1) 教育教材の作成（詳細は第 部第 2 章を参照）

毎年、消費者情報センターに 1 年間の研修派遣される教員を中心に、教育委員会等とも意見交換しながら中学、高校向けの教材を作成してもらい、学校に配布している。

2) 教員研修（詳細は第 部第 1 章第 2 節を参照）

徳島県立総合教育センターが主催する、教員に対しての 10 年経験者研修等で、消費者情報センターの周知と学校における消費者教育の重要性を理解してもらう 1 日研修を実施。

成 果：連絡会議の開催で双方の意向が伝わり、協力体制ができているため、スムーズに教員研修の実施、学校管理職への情報提供（センター業務の周知、消費者教育の必要性等）ができるようになった。

課 題：家庭科の授業だけでなく、他の教科の教員にも消費者教育の重要性を知ってもらい授業をしてもらうことが課題である。

( 5 ) 仙台市 「消費者教育連絡協議会」

目 的：消費者教育に関する関係機関等の連携を強化し、消費者教育の推進体制を強化するとともに、消費者教育の充実を図る。以前は消費者担当部局と教育委員会のみの開催であったが、平成 19 年より発展的に設立。

開 始 年 月：平成 19 年 8 月

開 催：年 2 回

構 成 員：<教育担当部局> 仙台市教育研究会小中学校教科研究部会(各小・中学校 社会科・家庭科) 部会長(学校長)、仙台市立高等学校、仙台市教育局  
<消費者担当部局> 企画市民局市民生活部消費生活センター所長、他事務局 弁護士会、司法書士会、金融広報委員会、PTA 連絡協議会が新たに参加。

最近の議題：<学校での消費者教育> 各構成団体の消費者教育への取組み状況。消費者教育の課題の検討。消費者教育の方向性。

活 動 内 容：1) 消費者教育内容の充実(消費者教育の体系化、法教育を取り入れた消費者教育の推進)

10 年経験者研修の対象教員(家庭科)が行う研究授業を支援。それぞれの専門性や役割を生かした協働事業として、担当教諭と外部講師である弁護士とのチーム・ティーチングによる研究授業を実施した。

2) 消費者教育の機会の拡充(消費者教育講座等の充実)

3) 消費者教育の担い手の育成・強化

教育センターと消費生活センターとの合同で、技術・家庭科(家庭分野)の教師を対象とした消費者教育研修会を開催。

4) 情報提供(詳細は第 4 部第 2 章を参照)

小・中・高の全教員に消費者教育の情報誌として「選ぶ眼、決める力」を作成、配布している。

5) 関係機関との連携の強化

6) 多重債務問題への取組み

成 果：PTA 連絡協議会、弁護士会、司法書士会、金融広報委員会なども加わったことにより、消費者教育の重要度の理解が進み、認識・情報を共有することができ、事業展開がより期待できる。

課 題：多忙を極める学校現場において、消費教育の重要性は認識しつつも、その実践は困難である。

そ の 他：金融広報委員会や東北総合通信局と連携し中学校での出前講座(「お金の使い方」(金融広報委員会)、「契約について」(センター)、「ネット・携帯電話の安全な使い方」(東北総合通信局)の 3 テーマ)や、小学校で事業者(NTT ドコモ)との連携で「携帯電話の安心・安全な使い方」講座、高校では弁護士会や司法書士会との連携で出前講座を開催するなど講座の充実を推進している。

(6) 横浜市 「消費者教育推進ワーキンググループ」

目的：安全で快適な消費生活を実現するために、経済社会環境の変化に対応し、主体的に判断・行動することができる消費者の育成を目指し、学校における消費者教育を推進する

開始年月：平成10年11月

開催：年4回

構成員：＜教育担当部局＞ 指導主事と現場の小・中・高校の教員6名の計7名  
＜消費者担当部局＞ 経済観光局消費経済課長、消費生活総合センター所長

最近の議題：＜学校での消費者教育＞ 教員向け Web 消費者教育情報「NICE」の企画・編集、教員向け研修の企画、その他学校における消費者教育の施策に関する具体的な内容の検討。

＜教材の作成＞ 小学生向け学習資料を編集

活動内容：1) 教育教材の作成（詳細は第 部第2章を参照）

平成18年度まで、小・中・高の教材を毎年発行していたが（改訂はそれぞれ3年ごと）神奈川県が中・高については同様の教材を作成しているため、平成19年度以降の中・高の教材作成は取り止め、小学生向けのみ作成。作成した学習教材は、消費経済課より市内すべての小学校の対象学年に配布している。

2) 教員研修の企画

「消費者教育講座（1日研修）の企画への協力。平成19年度の研修内容は、携帯電話・インターネットをめぐる諸問題の講義、簡易テスト指導教室（実習）、環境等をテーマとした施設見学。

3) 情報提供

年2回教員向け Web 消費者教育情報「NICE」の企画・編集。

4) その他

消費経済課が、学校における消費者教育施策について検証するため、平成19年10月～11月に、すべての市立学校（家庭科及び社会科の先生等）を対象にアンケートを実施した。

成果：上記の活動内容の通り

課題：1) 教員が多忙すぎて協力を得ることが大変難しく、また、指導要領などでの明確な位置づけがない中での対応となっており、学校での消費者教育の重要性を更に理解してもらう必要がある。

2) 教員向け Web 消費者教育情報「NICE」や学習教材等の認知度や活用度を、一層高めていくための検討も行いたい。

(7) 堺市 「消費者教育連絡会議」

目 的：学校や社会教育施設等での消費者教育の推進

開 始 年 月：平成 19 年 4 月

開 催：年 5 回

構 成 員：<教育担当部局> 学校教育部教務担当課長、生涯学習部生涯学習課長以下  
4 名

<消費者担当部局> 消費生活センター所長以下 4 名

最近の議題：<学校での消費者教育> 家庭科教員研修会、中学生徒への教材提供

<教材の作成> 教材の内容の選択

活 動 内 容：1) 教育教材の紹介

2) 教員研修の企画

平成 20 年度から実施する消費者教育教員研修会の内容検討

3) その他

教員との意見交換の機会が極めて少ないため、平成 19 年 8 月に中学校における消費者教育についてアンケート調査を実施した。このアンケートにより、授業における消費者教育の現状を把握し、これを踏まえて今後進めていく消費者教育の内容や方法について具体的方向をまとめた。

成 果：1) 中学校家庭科部会教員の会合において消費者教育について意見交換をすることができた。

2) アンケートを踏まえて、消費者教育の内容や方法について具体的方向を決定することができた。

課 題：学習指導要領で定められた消費者教育を、中学校の授業の中でいかに効果的に実施するか、その支援をいかに行うかが課題である。

現場教員へのアンケートによれば、「消費生活センターで取り扱う実際に寄せられた相談事例を教員に紹介してほしい」という要望があったので、平成 20 年度に研修会を予定している。

この研修を通じて、生徒が直面する可能性がある種々の消費者問題の具体的事例や傾向を認識してもらい、解決方法を示すことで消費者教育に生かせるものと考えている。

( 8 ) 神戸市 「消費者教育推進研究会」

目 的 : 系統だった消費者教育・学習を考えるため

開 始 年 月 : 平成 10 年 3 月

開 催 : 年 1 回、ただし、4 部会は随時開催

構 成 員 : < 教育担当部局 > 教育委員会指導主事 2 名、及び部会メンバー

< 消費者担当部局 > 市民参画局消費推進課課長以下 3 名

< 部会 > 幼稚園部会 7 名、小学校部会 11 名、中学校部会 11 名 ( 家庭科 9 名、社会科 2 名 )、高校部会 12 名 ( 家庭科 6 名、公民科 2 名、商業科 3 名、理科 1 名 )

最近の議題 : < 教材の作成 > 副読本の改訂について

活 動 内 容 : 1 ) 指導資料の作成 ( 小学校、中学校 )

2 ) 副読本の作成・配布 ( 幼稚園 : 市立幼稚園全園児、小学校 : 市立小学校全 5 年生児童、中学校 : 市立中学校全 1 年生生徒、高校 : 配布を希望する市立高校 ) ( 詳細は第 部第 2 章を参照 )

3 ) 情報提供

市内の全園校 ( 保育園、幼稚園、小学校、中学校、高校 ) へ生活情報誌「くらし」を送付 ( 年間 6 回 )

4 ) その他

「総合的な学習の時間」等を活用した消費者教育推進のためゲストティーチャーの派遣を実施していたが、学習指導要領の改訂により「総合的な学習の時間」が減るため、平成 20 年度からは、家庭科をはじめあらゆる機会を通じて実施する。

成 果 : 幼稚園、小・中・高校とは教育委員会指導課の調整や消費者教育推進研究会を通じて連携がうまくいっている。現場との意見交換により、家庭科副読本「くらしとしょうひ」の改訂、幼稚園児向け「こどもすごろく」を作成することができた。

課 題 : 大学・専門学校については個々の大学と担当課の間で直接のやりとりとなるため調整が難しい。

## 2. 学校との連携

(1) 三重県 「高等学校 消費生活問題研究校事業～シニアもジュニアも相互に消費生活問題の理解を深めよう！～」ほか

### 消費生活問題研究校事業

きっかけ：平成17年三重県立白子高等学校（鈴鹿市）より家庭科のホームプロジェクトコンクールで悪質商法の研究を進めるにあたり、資料・悪質商法の現状に対する説明等県消費生活室に協力依頼があった。計画の中に「寸劇をする」という内容があり、県の出前講座への出演を提案し河芸町で実施したところ高齢者の反応が良かった為、県で「シニアもジュニアも相互に消費生活問題の理解を深めよう！」という内容で事業化した。

目的：高等学校で消費生活に関して学習してもらうと共に、啓発の一翼を担ってもらう事で高校生及び教員の理解を深めると同時に、地域で効果的な啓発活動をしてもらう。

内容：消費生活問題研究の希望のある学校を募集し、応募のあった高等学校から「消費生活問題研究校」を決定、資料提供・講師派遣及び学習にかかる費用などの支援を行う。費用は、原則として一校あたり30万円までの支援。

進め方 高齢者への啓発を行う寸劇などのシナリオ内容は高等学校に任せ、間違いがないか消費生活室でチェック。啓発先は、各高等学校の事情により消費生活室からの斡旋も行い、啓発当日は、高校生が寸劇などを披露し消費生活室の担当者が悪質商法についての補足説明をなどの協力を行う場合もある。

#### 実施概要

平成18年度実施高校 3校（白子高等学校・津商業高等学校・明野高等学校）

平成19年度実施高校 1校（尾鷲高等学校）

#### ・白子高等学校（学校家庭クラブ活動）

消費者問題の学習・資料集め・消費生活センター訪問・三重大学生との消費生活に関する意見交換・高齢者へのアンケート調査を行い、地域の高齢者を対象に3箇所寸劇による啓発活動を実施。アンケート・交流会をもとに啓発冊子「ちょっと待っておばあちゃん～悪質商法にひっかからないために～」を作成した。

#### ・津商業高等学校（ビジネス科3年生「課題研究」の授業）

消費生活問題の基本及び、具体的問題の学習・三重大学生による寸劇鑑賞と意見交換などを行い、消費者トラブルのビデオを作製。3箇所作品の上映を実施した。

- ・明野高等学校（生活教養科 3 年生「生活教養」の授業）

消費生活問題の基本及び、具体的問題の学習・地域高齢者との意見交換。自分や家族の経験事例を整理し実態を把握した上でポスターを作製し、地域高齢者に配布。また、紙芝居（木枠の中で団扇状の物に顔などを描き演じる）で啓発活動を実施

- ・尾鷲高等学校（情報ビジネス科 3 年生の授業）平成 19 年度実施中

成 果：高校生自らが高齢者への悪質商法などの啓発活動を行う事により、生徒自身学ぶ事も多く消費生活全般に関心を持ち、理解を深める事ができた。教員も消費者教育に関する知識が増えた事により、消費者問題の教育への意識が高まった。

今後の課題：先生への負担が大きい事もあり新しい学校の応募が少ない事、及び既に実施した学校への引き続いての支援が課題である（同じ高校で引き続き実施する場合、生徒は毎年変わるが啓発先の高齢者が同じになるなど、新しい啓発先の確保が困難）。

#### 青少年消費生活講座

目 的：高校生などを対象として消費生活の基礎知識の啓発と、未然防止のための学習会を実施し、若年層に対する被害の拡大を防ぐ。

内 容：社会へ出たり一人暮らしを始めたりする高校 3 年生を中心に、希望高等学校からの要請により講師を派遣。

平成 17 年度 8 回実施（受講者数 1,083 名）

平成 18 年度 25 回実施（受講者数 3,880 名）

平成 19 年度 30 回実施（受講者数 3,952 名）

実施概要

講師：弁護士・司法書士・三重県金融広報アドバイザー・消費生活室職員の中から、可能な限り高等学校の希望により派遣している。

講座：高等学校の希望する内容（悪質商法・多重債務・クレジット等）について 50 分～90 分で実施。

教材：消費生活室発行の「青少年消費生活講座」、金融広報中央委員会発行の「きみはリッチ？」（43 ページもの）を主に使用している。

課 題：平成 18 年度からの実施希望校の増加に伴い、講師の確保が課題である。

## (2) 鳥取県 「中高一貫教育校での消費者教育推進事業」ほか

### 中高一貫教育校での消費者教育推進事業

きっかけ：平成18年度に改正した鳥取県の「消費生活の安定及び向上に関する条例」では早期の消費者教育の必要性を重視し教育の充実に努めるものと定められた。これを機に設立間もない私立の中高一貫校に総合学習の授業で消費者教育に取り組みられることを働きかけたところ、学校側も総合学習のカリキュラムの蓄積がなかったことから連携・協力が実現した。

内 容： 実施概要

対 象：平成19年度は中学1・2年生、高校1・2年生（計94名）

授業回数：各学年6回（45分授業）

テ ー マ：中学1年「いろいろな販売方法を知ろう」・2年「カード社会を生き抜く力を身につけよう」・高校1年「ネット社会を上手に歩こう」・2年「トラブルにあわない、社会を『生き抜く力』を身につけよう」

- ・カリキュラムは当所職員と教師が協議を重ね組み立てた。授業は教師が生徒を引きつけ盛り上げ、センター職員が具体例の説明、資料などを提供した。
- ・一方的な講義形式の授業ではなく、グループワークやロールプレイング、ディベートも取り入れた。

成 果：生徒が自発的に学内でアンケートをとり意識調査を行うなど、主体的な取り組みとなった。生徒からは、授業を通して自らが消費者であることを認識し、消費行動について考える機会ができたことと好評であった。

また教師からは、学校単独で行うより具体的な事例や専門的な情報を得ることができ、授業が即生活に役立つ意味深いものとなったと評を得た。

今後の課題：来年度は3年目となり、当初の予定の中学1年から高校2年まで5ヵ年のメニューが完成する。学習内容を検証し、他の学校でも使用できる汎用性のある教材づくりをしていきたい。

### くらしの経済・法律講座（大学連携講座）

きっかけ：若年者の消費者トラブルは20歳で大きく突出しており、社会に出る前の若者への消費生活に関する知識の普及啓発が急務であること、また県民に対しても消費生活に関する専門的で体系的な学習の場がないといった背景のもとセンターが県内の高等教育機関に講座の開催を働きかけ、各機関の「地域に開かれた教育機関」というニーズにも合致し賛同を得て、平成17年度より連携・協働の講座を開催している。

内 容：鳥取大学、鳥取短期大学、鳥取環境大学、米子高専にて実施。受講料は無料。

### 実施概要

回数：平成 19 年度は 4 大学で計 57 回開催。1 回の講義は 1 時間 30 分

対象：受講生は学生 333 名、一般 221 名（男性 40%、女性 60%）

講師：弁護士、大学教授、金融広報アドバイザー、ファイナンシャルプランナー等

テーマ：法律・金融・食品・保険・消費者トラブル等

募集方法：新聞広告、広報、ホームページ、パンフレット配布

役割分担：受講生募集、講師謝礼を県が負担、企画・実施は協働

成果：講座を受けた一般県民からは、普段出かける機会のない大学で若い学生達と共に学ぶことができたという好評を得ており、受講者は増加傾向にある。

学生にとっては社会にでる前に重要な知識を取得する機会となっている。さらに講座開催期間中、実際に架空請求にあったが、講座で知識を取得していたため被害が防止できたという例もあった。

今後の課題：来年度はアンケートなどから受講者ニーズを検証し、募集方法や魅力的なカリキュラムを作成し、受講者に高い満足度を提供できる講座を開催する予定である。

### 外部団体との連携・協働による「高校生向け講座」

きっかけ：「多重債務・ヤミ金融問題等対策協議会（平成 15 年度設置）」の中で、消費者教育が重要であるとの意見が出た。センターの方で「高校生向け講座」の実施状況を調査し、実績があった司法書士会とより充実した講座の在り方を検討した。その結果、司法書士が契約知識やクレジット関係を行い、悪質商法など具体的なトラブルの紹介や対処法をセンターが行うなど、専門性を特化した 2 本立ての講座を平成 19 年度から行うことになった。

### 内容：実施概要

回数：平成 20 年 1 月までに高校生講座を 4 校 15 講座開催

対象：主に総合学科の高校や実業高校、少数ではあるが普通高校の高校生 3 年生にも実施した。

テーマ：契約について、悪質商法について、カード・クレジット等

募集方法：学校に直接呼びかけるとともに、ホームページ、教育委員会を通じて各校への働きかけを実施した。

役割分担：司法書士会事務局、センターで受付、講座は司法書士会とセンターとの共同で実施。

成果：単独で行う講座より、受講生には 2 者の話を聞くことで、より理解しやすく印象的な講座となり、講師側もお互いの内容を深めたり、補完されるなど、単独の講座より充実したものになった。

今後の課題：来年度も連携講座は開催する予定。今後は更に他の団体との連携を働きかけていきたい。

### 3. 消費者団体・NPO等との連携・協力

#### (1) 栃木県 「くらしのセミナー」、「消費者啓発パートナーシップ事業」

団 体 名：栃木県消費生活リーダー連絡協議会

実 施 内 容：県が養成したリーダー養成講座の修了者を組織化している栃木県消費生活リーダー連絡協議会と連携・協力し、要望のあった県内市町村の自治会、民生委員、グループ等に対し「くらしのセミナー」を実施している（平成18年は66回実施）。「くらしのセミナー」の募集要項は県内の市町村に配布している。

事 業 名：消費者啓発パートナーシップ事業

実 施 内 容：広く県民に消費者問題に対する知識・理解を深めて消費者被害未然防止の推進を図るため、県と協働して地域に密着した消費者啓発を実施する団体等を公募し委託する「消費者啓発パートナーシップ事業」を実施。平成19年度は3団体に消費者啓発業務を委託。

平成19年度は、県が設定した「高齢者の消費者トラブル防止に向けての普及啓発」のテーマに基づき、各団体が県内各地で自ら啓発対象を発掘しながら、対象の実状にあわせた分かりやすい啓発活動を展開している。

#### (2) 東京都 「消費者月間事業」など

連携協力先：33の消費者団体（平成18年度実績）

き っ か け：東京都の事業である「消費者週間事業」の20年目を契機に、平成9年から実施しているもので、東京都と消費者団体が協定を結び、協働・共催して行う事業として発展し定着したもの。

実 施 目 的：都民の消費者としての自覚を促し、消費者の権利の確立を図り、消費者問題の解決を図るため、「消費者意識の啓発」、「消費者団体相互の連携強化」、「消費者・事業者・行政の協働の推進」を図る。

実 施 体 制：「消費者週間事業」では消費者団体はあくまで協力という形であったが、“それぞれの役割を果たし、より幅広く都民にメッセージを伝える場としていこう”との考えから、東京都と消費者団体が分担金を出し合い協働・共催で実施する現在の形態となった。各種事業を、消費者団体（33消費者団体・平成18年度実績）と協働して展開している。

実行委員会は東京都消費生活総合センターの一室に事務局を置いている。これは、月間実行委員会の設立当初、自由な発想で協働のあり方を協議しあう中で、“場”がなければ活動に支障がでるとの都の理解を得て設置されて

いるものである。都の分担金の方が多いが、人的資源は消費者団体の方が多く、それぞれの役割を果たしながら、多様な事業を展開している。

平成 14 年度からは「事業者との協働の推進」を目的に加え、事業者団体・事業者との連携・協働も進んでいる。平成 19 年度の東京都消費者月間（くらしフェスタ東京 2007）では 25 の事業者団体・事業者が協賛の形で参加。

実施内容：主な事業は交流フェスタ、シンポジウム、講演会の開催など。平成 19 年度 10 月開催の交流フェスタには約 27,000 人が参加した。

その他：東京都消費者月間のテーマは、「環境」、「食」、「防災」など、消費生活に関する幅広いテーマを設定している。そのため、東京都の窓口である東京都消費生活総合センター以外の他部局との連携・協力も進んでいる。

#### その他、消費者団体への支援や協力

- ・ 消費者団体やグループと協働で学習会を実施（講師謝礼を都が負担、平成 18 年度 22 回実施）。
- ・ 情報発信等の活動が効果的に行なわれるよう、年 3 回、消費者団体、事業者、行政との情報交換・コミュニケーションの場を提供。
- ・ 消費者団体・グループへの学習支援。

### （3）新潟県 「消費生活サポーター養成講座、講師派遣事業の委託」

団体名：NPO 法人 新潟県消費者協会

きっかけ：行政と民間の役割分担や業務の効率化から、NPO 法人との協働が進められてきたため。

実施内容：平成 16 年度より「消費生活サポーター養成講座」等の実施委託、及び講師派遣事業を委託している。

育成されたサポーターは、県が委託する「見守り研修」（悪質商法に狙われやすい高齢者を見守る立場の人たちに、被害や相談の事例を紹介し被害の未然防止に努める）などの講師として派遣される。いままでに育成されたサポーターは 95 人（現在の登録数は 67 人）。

成果：各地域の消費者団体が会員になっている協会と協働することで、地域の実情に応じたきめ細かい対応ができる。研修等の周知もしやすい。

(4)大阪府 「消費者教育関連事業の全般的な委託」など

団 体 名 : (財)関西消費者協会

実 施 内 容 : 以下のような消費者行政・消費者教育事業の事業委託

- 1)大阪府の「消費者啓発、情報提供、消費者相談」等の事業実施
- 2)大阪府・大阪市共同生活情報誌「くらしすと」の発行(月刊)
- 3)消費者教育講師派遣事業
- 4)くらしのナビゲータ養成講座の企画・運営
- 5)「生活情報ぷらざ」の運営 等

成 果 : 以前からの連携・協力により、専門性の高い消費者教育事業が継続して推進できている。

団 体 名 : 大阪府内の主要消費者団体連合会(なにわの消費者団体連合会(加入団体 18 団体)、全大阪消費者団体連絡会(加入団体 27 団体)、その他府下の消費者団体)

実 施 内 容 : 消費者団体の行事への講師派遣や情報の提供などの支援(消費者団体の自主学習の促進、学習機会の提供としての講師派遣 16 件)をするとともに、消費者月間事業等、センターの行事には積極的に参加するなどの協力を得ている。

消費者月間事業では、各消費者団体が「食」、「環境」、「くらし」の分野に分かれて、日ごろの活動をパネル展示し、パネル展示のガイドツアーも各消費者団体が担当した。夏休み生活情報展・秋の特別フェアなどでも協力している。

(5)兵庫県 「くらしのクリエイターの活動支援事業委託」

団 体 名 : 兵庫県消費者団体連絡協議会

実 施 事 業 : 「くらしのクリエイターの活動支援事業」を委託。

実 施 目 的 : 「くらしのクリエイター」とは、地域で、消費生活にかかわる簡易な相談や啓発、悪質商法による被害を未然に防ぐための情報収集・提供などの自主的活動を行ってもらうために県が委嘱した県民の名称である。この「くらしのクリエイター」の活動能力の向上や、自発的な活動の活性化を図るため、研修会の開催や出前講座講師活動に対する支援を行い、くらしのクリエイターの主体的な活動の推進に資することを目的としている。

実 施 内 容 : くらしのクリエイター研修会の開催、 活動支援手帳(クリエイターノート)の作成、 出前講座講師の派遣、支援(講師派遣の事務と、活動実費支払事務(年間 3,000 円))。

成 果 : 兵庫県消費者団体連絡協議会とは以前から連携・協力して消費者教育を推進している。県民のくらしの中で起きる問題すべてを県でフォローすることは

できないため、くらしのクリエイターが地域での見守り活動を担っている。  
くらしのクリエイターの活動が地域の見守り活動の活性化に繋がっている。

#### (6) 鳥取県 「消費者団体への講座開催委託事業」

実施目的：一般県民に多様な研修の機会を提供し「賢い消費者づくり」を推進する講座をこれまで県が企画・実施してきたが、平成18年度より外部資源の有効活用  
の視点から、県が開催する講座の一部を消費者団体に委託して実施している。

実施内容：平成19年度は2回実施。希望団体から実施計画書、企画書、団体調査書の提出を受け、実施委託要項に基づき適合団体に委託。

「レジ袋有料化について」、「ふるしきで素敵にエコラッピング」のテーマでの講座の開催となった。

役割分担：行政は講師謝金・旅費、会場使用料などの経費として1団体当り上限22万円を委託費として支援。募集は委託団体だが、広報などはセンターも協力している。

成果：委託事業により、長年培った消費者団体の視点から行政とは異なった視点で講座が開催され、また、団体のつながりから広く呼びかけられ多数の参加者があった。また、行政が委託支援を行うことにより、消費者団体が主体となって希望するテーマで学習する機会が持て、団体としても意識が向上する。

課題：応募団体は少数であり、講座全体を企画、実施していくための経験が少ない団体には負担がかかるものと思われる。新たな団体の応募を促すため、要件等の再検討が課題である。

#### (7) 香川県 「NPOとの協働事業」など

団体名：NPO グリーンコンシューマー高松

実施内容：子ども達が日常的に使っている割りばしから地球温暖化などの地球環境を考えるきっかけ作りのために「こども割りばしサミット」を実施するとともにNPOのメンバーが講師となり、消費者団体、地域住民、学校等を対象とした出前講座を開催している。また、ネットワークグリーンコンシューマーかがわの一員として環境に負荷の少ない環境にやさしい買い物行動の重要性についてキャンペーンを通して普及・啓発を行っている。

割り箸リサイクルの実践活動をしている子供たち(25名)が発表・討論会を実施。また、使用済みの割り箸をリサイクル原料とした紙すき、その紙を使った絵手紙、国産の割りばしを使った割りばし鉄砲、鉢カバーなどを企画し、材料にこだわったふれあい体験を実施。

成 果：県との協働事業による NPO 活動の支援事業として実施され、環境に関する消費者教育や啓発を推進することができた。

#### その他の消費者団体への支援や協力

- ・ 老人会、消費者友の会などの市民グループを含む香川県消費者団体連絡協議会に対しても、会員向け広報誌「消団連だより」(年 1 回)の発行を委託し、グループ間の情報交流の支援及び消費者団体の主体的な取組みへの支援するとともに、18 年度は「食育・地産地消を考える親子料理教室」も開催。
- ・ 消費者団体やグループのメンバーが多く受講している、生活設計情報教室「くらしのセミナー」(76 回参加者延 2,520 人)開催に際して、県が講師を派遣し、消費者団体、グループ等の活動を支援・促進している。
- ・ 消費者支援功労者表彰制度を設け 18 年度は消費者団体連絡協議会副会長、消費者友の会会長に感謝状を贈呈し、消費者組織の活動促進を図っている。新たな団体育成よりも、既存団体との連携及び団体活動の活性化を推進したい。

#### (8) 福岡県 「消費者教育講座の事業委託」など

団 体 名：(財)福岡県消費者協会

き っ かけ：(財)福岡県消費者協会とは平成 17 年度に福岡県の消費者団体訴訟制度の今後の担い手になってもらうことを目的として、県との連携を強化するようになった。

実 施 内 容：一部、食品関連、乳製品、味噌醤油、家電メーカー等企業の協力を得た一般消費者教育や、若年層(高校生)の消費者教育を県が協会に委託している。資料の提供等も実施している。

成 果：消費者啓発専門の団体であり効果が大きい。県との連携・協力は非常によい。

#### その他の消費者団体への支援や協力

- ・ 福岡県生活労働部生活文化課消費者班から県内約 100 の消費者団体に毎年 4 回資料、チラシ等 13 種類程度を送っており、各団体においてこれらの資料を基に勉強会等を開いている。

( 9 ) 佐賀県 「出前講座・研修会の講師委託」など

団 体 名 : NPO 法人 消費生活相談員の会さが

実 施 内 容 : 出前講座・研修会の講師委託。

成 果 : 全員が消費生活相談業務の専門家集団であり、消費者問題には精通しており、事例もよく経験しているため、説得力もあり講師としては最適である。

平成 16 年に「NPO 法人消費生活相談員の会さが」が設立され、佐賀県消費生活センターの相談員全員がこの会に所属していたため、設立当初より連携・協力の関係にある。

**その他の消費者団体への支援や協力**

- ・ いくつかの消費者団体には従前より資料・チラシの送付を行っている。これら団体の中で「消費者月間」等に路上でチラシやティッシュと一緒に配ったり、独自の勉強会・研修会に依頼があれば講師の派遣や資料の提供を行ない、その活動を支援している。

( 10 ) 横浜市 「消費者団体等との協働事業」など

実 施 目 的 : 消費者団体等との協働によって、地域における消費者トラブルや消費者被害の防止を図る。

実 施 内 容 : 「地域消費者教育・啓発講座」及び「消費生活相談事業」

役 割 分 担 : 事業の具体的な企画や運営等は提案内容に基づき消費者団体等が担い、市が財政面や広報面の支援等を行い、協働して事業を実施していくもので、平成 18 年度から開始、今年度が 2 年目の取組み。

協働事業の主体決定のプロセスは、まず市から事業テーマを示し(「地域消費者教育・啓発講座」と「消費生活相談事業」)、そのテーマにそって消費者団体等が企画提案し、その企画内容について審査・決定するという流れである。「地域消費者教育・啓発講座」には 3 団体の応募があり、3 団体が決定。「消費生活相談事業」には 2 団体の応募があり、1 団体が決定した。

成 果 : 地域でのきめ細かな施策の展開と、消費者団体等の自主的活動の支援で一定の成果を得た。

課 題 : 昨年度は初めての試みであったため、消費者団体等と市の役割分担がつかめず、互いに試行錯誤であったが、今年度は企画・実施は消費者団体、広報・財政支援は市との役割分担となっている。取組みが 2 年目であるので、今年度の実施状況を踏まえながら、より効果的な事業にしていきたいと考えている。

そ の 他 : 「横浜市消費生活総合センター」の管理・運営は指定管理者である(財)横浜市消費者協会が行っている。

## 4. 市民との連携・協力

### 横浜市 「消費生活推進員制度」

- 目的：**消費者の主体的な活動を促進し、市民の安全で快適な消費生活の実現を図ることを目的として、昭和56年に制定された制度。ただし、それ以前の昭和40年から同様の趣旨の制度が実施されており、非常に歴史のある制度である。
- 推進員：**地区連合町内会の209ブロックから推薦された人（1ブロックからは10名程度）と公募の171人を合わせて、横浜市全体で約2,500名が委嘱（推薦と公募の比率は概ね9：1）。任期は2年で、3期まで継続できる。最近、退職後の年代の男性が増え、地区代表になる男性も増加傾向が見られる。現在18行政区の区代表のうち、男性は4人を占めている。
- 活動内容：**消費生活推進員は地区内の推進員で協力して、また、地区内の自治会・町内会と協力しながら「消費生活に関する知識・情報の地域への普及啓発」等に関する地区活動を実施している。啓発講座の開催が活動の中心で、平成18年度の啓発講座の開催回数は合計で513回、うち「消費者被害未然防止・拡大防止に関する啓発講座」は109回（延べ約2,000人参加）となっている。
- 企画は、それぞれの地区の消費生活推進員が相談しながら自ら検討し、4～5月に年間の活動計画書を提出。「消費者被害未然防止・拡大防止に関する啓発講座等の開催」は市のセンターの出前講座をはじめ、国や県の講座を活用したり講師派遣を依頼したりする地区が多いが、今年度少数ではあるが、ビデオを活用したり寸劇を行うなどして消費生活推進員自らが講師となり開催している地区もあった。
- 予算や体制：**地区活動費は区の予算から支給される形態。地区活動費として年間4～6万円程度が助成金として地区に支給されるが、啓発講座の講師料や場所使用料などを考えると実費程度である。
- 市と区の活動分担については、市が全体のとりまとめを担当、地域における推進員との連携は区が担当している（区の担当は“地域振興課（地域づくりの担当部署）”）。
- 成果：**地域に入り込んで、自治会や町内会などと連携しながら啓発している活動なので、効果が高いと考えている。また、啓発講座の参加者からは、「地域で開催した方が、周りの参加者も身近な人達なので言いたいことがザックバランに言える」と好評である。ケアプラザや老人会などとの連携が進んでいるとの報告もあがっている。

## 5. 関連団体によるネットワーク会議

### (1) 北海道 「北海道消費者被害防止ネットワーク」

設立の経緯：悪質商法や詐欺的な手口から、消費者、特にターゲットになりやすい高齢者や、若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、声をかけあうなど社会全体でフォローする仕組みが求められている。構成団体のこうした思いが一致して設立された。

設立年月：平成15年12月

目的：関係機関・団体が連携して、消費者に対し、消費生活に関する情報及び消費者教育・啓発活動を推進するとともに適切な相談活動を通じて悪質商法追放気運の醸成を図り、消費者被害の防止に資すること。

構成団体：北海道社会福祉協議会、札幌市社会福祉協議会、北海道ろうあ連盟、北海道視力障害者福祉連合会、札幌市視聴覚障がい者情報センター、北海道身体障害者福祉協会、北海道町内会連合会、北海道民生児童委員連盟、札幌市民生委員児童委員協議会、北海道老人クラブ連合会、札幌市老人クラブ連合会、北海道ホームヘルプサービス協議会、北海道防犯団体連合会、北海道市長会、北海道町村会、北海道弁護士会連合会、北海道ブロック司法書士協議会、北海道行政書士会、日本私立大学協会北海道支部、日本私立短期大学協会北海道支部、北海道私立専修学校各種学校連合会、北海道高等学校長協会、北海道特殊学校長協会、北海道私立中学高等学校協会、北海道経済産業局消費経済課、北海道財務局、札幌市市民まちづくり局市民生活部消費者センター、札幌消費者協会、北海道教育庁生涯学習部高校教育課、北海道環境生活部くらし安全課、北海道経済部商工金融課、北海道警察本部総務部警察相談課、北海道警察本部生活安全部生活経済課、北海道立消費生活センター、北海道消費者協会、(オブザーバー参加：公正取引委員会事務局北海道事務所) など 36 団体

開催頻度：定例会議は年1回、他に連絡会議等は個別事業のため随時実施。

活動内容：1) 消費者被害情報の提供と収集

- ・ 消費者被害情報収集
- ・ ネットワークニュースの発行(年6回)
- ・ Eメール等による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

2) 消費者啓発・学習会等の実施

- ・ 消費者被害防止セミナー(高齢者・若年層等対象)の開催
- ・ 構成団体主催の消費者被害防止学習会への講師派遣
- ・ 消費者被害防止啓発リーフレット等の発行・配布

3) 定例会議

4) 連絡会議

成果：組織間の情報の共有が進んだこと。

課題：1) 情報の共有化は図られているものの、構成団体による情報交換などをより積極的に行うことが必要と考えている。

2) 同様の組織を地域(市町村)単位で作る必要があると考えている。既に設立しているところもあり、現在、各地域(市町村)で検討中である。

## (2) 青森県 「青森県消費者トラブル防止ネットワーク会議」など

### 青森県消費者トラブル防止ネットワーク会議

設立の経緯：平成16年の県からNPO法人青森県消費者協会に業務を委託するときに、業務内容に盛り込んだ。苦情相談業務を民間委託するにあたり、関係機関との連携を強化してサービス低下を招くことを防ぐというもの。

設立年月：平成16年4月

目的：さまざまな機関で連携して、消費者被害の未然防止と救済のための検討や意見交換・情報交換を行うこと。

構成団体：青森県弁護士会、青森県司法書士会、青森県行政書士会、東北税理士会青森県支部連合会、青森県金融広報委員会、財務省東北財務局青森財務事務所理財課、日本司法センター青森地方事務所、青森県警察本部広報相談課、青森県商工労働部商工政策課、青森県県土整備部建築住宅課、(社)青森県銀行協会、青森信販協会、(社)青森県貸金業協会、青森県生命保険協会、青森県損害保険代理業協会、(社)青森県宅地建物取引業協会、(財)暴力追放青森県民会議、青森県長寿社会振興センター、青森県運営適正化委員会、青森県地域包括・在宅介護支援センター協議会、青森県社会福祉協議会、(社)青森県社会福祉士会、青森県男女共同参画センター相談室、青森県生活協同組合連合会、青森市民消費生活センター、弘前市市民生活センター、八戸市消費生活センター、青森県環境生活部県民生活文化課、青森県消費生活センター、青森県消費者協会など30団体

開催頻度：年4回

活動内容：消費者被害に関する情報共有及び対策検討

成果：1) 消費者被害がすぐに届くようになった。  
2) 消費者相談窓口の認知度が高まった。  
3) 情報を共有することで課題を確認し合うことができ、自分の団体・機関にも必要な情報を消費者教育として繋げることができ、出前講座のニーズが高まった。

課題：1) 今後は携帯電話会社などもネットワークに入れていきたい。  
2) 一過性で終わってしまわないようにすることが必要。

### 高齢者安心生活見守りネットワーク連絡会議

高齢者の周りの方々や地域の方々の協力を得て、地域で見守る体制を構築し、高齢者の消費者トラブルの防止を図ることを目的に、平成20年1月開催。県内18地域で高齢者福祉団体の方を対象とした研修会の開催、啓発物として、消費生活センターの電話番号が記載されたマグネットを作成し、団体を通して高齢単身世帯及び高齢者夫婦世帯に配布、県内で実際に発生している高齢者の消費者トラブル情報を定期的に各福祉団体に配信し、広報誌への掲載を依頼、などを県が実施するにあたり意見交換し、協力体制を構築した。

構成団体・・・社会福祉協議会、地域包括支援センター協議会、地域包括・在宅介護支援センター協議会、民生委員児童委員協議会、(財)青森県老人クラブ連合会、青森県介護支援専門員協会、ホームヘルパー連絡協議会、(財)介護労働安定センター、青森県消費者協会、青森県環境生活部県民生活文化課

### (3) 埼玉県 「埼玉県要援護高齢者等支援ネットワーク会議」など

#### 埼玉県要援護高齢者等支援ネットワーク会議

設立の経緯：平成 17 年に県内で発生した高齢者の住宅リフォーム事案を契機としたもの。

設立年月：平成 17 年 7 月

目的：援護を要する高齢者等が安心した生活を営めるよう、県内市町村のネットワークの形成を支援すること。

構成団体：埼玉県社会福祉協議会、埼玉県老人福祉施設協議会、埼玉県民生委員・児童委員協議会、埼玉県在宅福祉事業者連絡協議会、認知症の人と家族の会埼玉県支部、埼玉県老人クラブ連合会、埼玉県医師会、埼玉県自治会連合会、埼玉県新聞販売組合、東京電力(株)埼玉支店、埼玉県ガス協会、埼玉県LPガス協会、(株)埼玉りそな銀行、(株)武蔵野銀行、埼玉縣信用金庫、日本郵政公社関東支社、日本水道協会埼玉県支部、NPO法人ピュアライフ・ネットワーク、埼玉県市長会、埼玉県町村会、所沢市、小川町、埼玉県福祉部、埼玉県福祉部高齢者福祉課、埼玉県福祉部福祉政策課、埼玉県福祉部社会福祉課、埼玉県福祉部障害者福祉課、埼玉県総務部県民・消費生活課、埼玉県消費生活支援センター、埼玉県警察本部生活安全部生活安全企画課

開催頻度：会議は年 1 回程度である。

活動内容：消費者被害情報の提供と収集、要援護高齢者などの発見と援護体制に関する検討。協力団体の会員などによる安否確認や通報システムを市町村を中心に順次稼働するための支援を実施。覚書に基づき各協力団体の役割が明確化されている。

成果：被害防止や救済に役立ち、相談窓口の認知度を高め、消費者被害情報などを関係者にすぐに届けられ、組織間の情報の共有を進めた等々、着実な成果を上げている。

課題：具体的な問題を会議のテーマとすることや、頻繁に会議を開催するなどが求められる。これには多くの労力を要するが、市町村レベルで進めていくことが目的の達成には効果的と考えている。

#### 多重債務対策協議会

ヤミ金融による被害が多発していることから、平成 15 年に県民の被害発生・拡大防止と被害者の救済を図るためヤミ金融対策協議会を設置し、ヤミ金融被害に関する様々な対策を推進してきたが、このヤミ金融対策協議会を 19 年 5 月に「多重債務対策協議会」に改め、多重債務問題に取り組んでいる。協議会のメンバーは財務省関東財務局、県の金融課、社会福祉課、県民・消費生活課、消費生活支援センター、県の警察本部、弁護士会、司法書士会、県内の消費者団体、NPO 法人、5 つの市などと多部局にわたっている。会議は月 1 回開催。

#### (4) 京都府 「京都くらしの安心安全ネットワーク」など

##### 京都くらしの安心安全ネットワーク

設立の経緯：「消費者フォーラム」参加団体を核として、地域の見守り活動を行うためのネットワークを構築した。

設 立 年 月：平成 18 年 5 月

目 的：広域化、複雑化、悪質化する消費者問題に迅速に対応し、消費者被害の未然防止、早期発見、早期救済を図るため各種団体等と協働した府民参画による取組を進め、「地域安心力」の高い、安心・安全な消費生活の実現を目指す。

構 成 団 体：NPO 法人コンシューマーズ京都、京都府連合婦人会、京都市地域女性連合会、日本主婦連合会、京都府生活学校連絡協議会、京都府生活協同組合連合会、JA 京都女性組織協議会、(財)京都府老人クラブ連合会、(福)京都府社会福祉協議会、京都府民生児童委員協議会、京都府身体障害者団体連合会、京都府介護支援専門員協議会、京都社会福祉士会、京都府介護福祉士会、京都府在宅介護支援センター協議会、(社)日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会、京都精神保健福祉士協会、(社)京都手をつなぐ育成会、京都府金融広報委員会、京都府商工会議所連合会、京都府商工会女性部連合会、京都府中小企業団体中央会、京都商店連盟、(社)京都府建設業協会、(社)消費者関連専門家会議、京都弁護士会、京都司法書士会、(社)成年後見センター・リーガルサポート京都支部、NPO 法人京都消費生活有資格者の会、(社)全国消費生活相談員協会関西支部、大阪ガス(株)京滋リビング営業部、関西電力(株)京都支店リビング営業グループ、NTT 西日本京都支店、(株)京都新聞社、(株)読売新聞社京都総局、(株)産経新聞社京都総局、(株)京都放送、(株)中日新聞社京都支局、(株)日刊工業新聞社京都支局、(株)エフエム京都、京都府警察本部、京都府教育委員会、京都府商工部、京都市文化市民局市民生活部市民総合相談課など 44 団体

開 催 頻 度：定例会議は年 1 回、各事業開催の際は個別に協議のための会議を開く。

活 動 内 容：1) 消費者被害の現状や対処方法等の情報共有に関する活動

- ・ホームページ「京都くらしの安心安全ネットワーク広場」による情報提供
- ・会員間の情報交換(定期的なメール配信)

2) 消費者被害の未然防止に関する広報・啓発活動

- ・会員等による日々の事業・活動での「見守り」や「声かけ」

3) 消費者被害の早期発見や迅速な対応を図るための、参加団体と連携した取組みの推進

- ・参加団体が実施する消費生活サポーターズ研修の共催や講師協力、くらしの安心推進員への研修
- ・くらしの安心・安全推進月間(10月)の推進など

4) 府の広域振興局管内単位で「地域くらしの安心・安全ネットワーク」を設立

- ・地域の社会福祉協議会や民生児童委員協議会をはじめ各種団体、地元市町村や警察署などと連携した啓発活動の推進

成 果：地域における消費者被害の未然防止、早期発見、早期救済につながっている。

課題：安心・安全のために、事業者からの商品・サービスについての情報を消費者に提供していくなど、事業者との連携を深めたい。

#### 京都府多重債務問題関係機関対策協議会

京都府内の関係機関が連携し、深刻化する多重債務問題の総合的な解決を図るため、平成19年10月に設置。多重債務に対するケアスキームの検討・実施、情報の共有化及び広報・啓発活動を実施。

#### (5) 佐賀県 「佐賀県消費生活の安全安心対策会議」

設立の経緯：高齢化・情報化の進展等、暮らしを取り巻く状況が大きく変化する中、消費生活に関する問題も一層複雑化、多様化しているため、平成15年に設立した「ヤミ金融・不当請求等被害防止対策会議」を発展的に改組。

設立年月：平成16年8月

目的：消費生活トラブルの未然防止と被害者の救済を図る。

構成団体：(民間) 弁護士会、司法書士会、佐賀消費者フォーラム、NPO法人消費生活相談員の会さが、佐賀県消費者グループ協議会、佐賀県社会福祉協議会、佐賀県民生委員・児童委員協議会、佐賀県高等学校PTA連合会  
(国) 財務省福岡財務支局佐賀財務事務所理財課  
(警察) 佐賀県警察本部広報県民課、生活環境課、生活安全企画課  
(市町村) 佐賀市、神崎市  
(県) 商工課、長寿社会課、地域福祉課、生涯福祉課、学校教育課、くらしの安全安心課、精神保健福祉センター

開催頻度：年数回

活動内容：関連機関との関係により対処する必要のある事項について、情報交換、対策の検討等を行う。

議題は、多重債務・悪質商法キャンペーンの実施、高齢者や若者の被害防止対策について、など。

成果：消費者相談窓口の認知度が高まった、組織間の情報の共有が進んだ、消費者被害情報などがすぐに関係者の元に届くようになった、関連団体との共同事業が増えた、などアンケート調査の回答の通り。

課題：参加団体の意識を上げて行く必要があるが、全体のレベルを上げて行くことが難しい。

## 6. 都道府県と市区町村との連携

### 福岡県 「消費者保護連絡会議」など

設立の経緯：県内の消費生活センター及び消費者相談窓口の連携を図る必要があるため。

設 立 年 月：昭和 62 年 5 月

目 的：関係機関・団体が連携して、消費者に対し、消費生活に関する情報及び消費者教育・啓発活動を推進するとともに適切な相談活動を通じて悪質商法追放気運の醸成を図り、消費者被害の防止に資すること。

構 成 団 体：福岡県（生活文化課・消費生活センター） 県警察本部（生活経済課・警察安全相談課） 福岡市、北九州市 他 20 市町村

開 催 頻 度：毎月開催

活 動 内 容：消費者被害の撲滅のための相談事例・事業者指導・消費者啓発等の検討。

そ の 他：その他の市町村及び市町村消費生活センターとの連携

#### 1) 消費者教育の講座、研修会の共同開催

- ・消費者問題が多発し、その被害が拡大し消費生活に関する知識の普及啓発が急務となり各地に消費生活センターが設置された当初から県と市町村が連携して消費者教育の講座、研修会を実施している。
- ・市町村及び市町村消費生活センターが企画・立案し県生活文化課に出前講座の講師派遣要請が来るので、生活文化課、県消費生活センター、(財)福岡県消費者協会は懸案により適材の講師を分担して派遣し、一部経費を県が負担している。
- ・平成 19 年度は 35 回 1,500 人に対し研修会を実施した。
- ・企画・立案が消費者に近いところで行われるため、迅速な対応と有効な内容になっている。

#### 2) 啓発資料の共同作成

福岡県内の消費生活センターとの持ち回りで、共通の啓発資料を作成している。消費者被害は市域を越えて発生しているため、県内での連携は不可欠である。

## 7. 関連団体ヒアリング

消費者教育の専門機関として金融広報中央委員会、(財)消費者教育支援センター、事業者団体代表として(社)消費者関連専門家会議、消費者教育の推進・提言機関として日本弁護士連合会、消費者教育の実施機関として7つの消費者団体(全国消費者団体連絡会、(社)全国消費者相談員協会、(社)消費生活アドバイザー・コンサルティング協会(NACS)、(財)日本消費者協会、(財)関西消費者協会、NPO 法人東京都地域婦人団体連盟(東京地婦連)、C・キッズ・ネットワーク)の合計11の関連団体にヒアリング調査を実施した。

### (1) 消費者教育の専門機関や事業者団体

各機関ともそれぞれの機関の特性を生かして、さまざまな機関・団体とも連携をとりながら消費者教育に熱心に取り組んでいた。特に、金融広報中央委員会や都道府県の金融広報委員会の金融教育における取組みは秀でていた。機関によっては消費者教育に取り組む体制に課題が見られたが、いずれの機関も行政や消費者関連団体と連携・協力による消費者教育の重要性を指摘しており、今後も一層の消費者教育の充実が期待される。

### (2) 消費者団体

消費者団体では、行政、学識経験者・事業者などと連携・協力して、教材の作成、講座の提供等の消費者教育を積極的に展開していたが、組織規模や行政からの事業受託の実績の有無により課題に差が見られた。

行政からの消費者教育に関する事業等を継続して受託している規模の大きな消費者団体からは、あまり資金難の声は寄せられなかったが、それ以外の団体からは資金難の声が大きかった。特に、規模の小さいグループでは、メンバーの消費者教育への熱意に支えられて活動が継続されているのが実態であり、継続的な消費者教育活動をしていくためには行政や事業者との連携・協力は必須であった。一方、組織規模の大きな消費者団体からは人材の高齢化、行政や各種団体からの補助金には頼らない団体運営等が課題として挙げられた。

なお、ホームページや機関紙などを使った広報活動は、団体規模の大小に関わらず重視されていた。

#### <行政との連携・協力による消費者活動>

- ・ 地方公共団体からの事業委託で地方公共団体の消費生活情報誌の発行、講演会の開催、啓発用リーフレットの発行、講師派遣事業、講師育成講座開催、消費生活センターの運営受託等、地方公共団体が推進する消費者教育に関する大きな役割を担っている。
- ・ 連携や協力関係は委託事業によるものや登録講師、登録団体としての出前講座としての活動、活動助成金、会場の貸し出し、講師料の提供などの関係ができてきた。このように学校や行政との窓口と連携・協力することにより、継続的な啓発活動が可能と

なった。財政的に苦しい自主グループと経費削減に苦しむ消費者行政だが、グループの活動が有償ボランティア的な位置づけが確保されたことにより、動けば動くほど持ち出しとなることもなく、継続的な活動が可能となっている。

<事業者や公益法人との連携・協力による消費者活動>

- ・ 事業者からの支援を受け学校での消費者教育講座を実施している。
- ・ 地域の事業者、市、学校と連携して、お金や商品を使って1日お店を経営する実践的な教育プログラムを実施している。
- ・ 公益法人の補助金や助成金により教材を作成・配布している。

<連携・協力を促進するための消費者教育の広報活動>

- ・ 学習会の案内や受講者の募集、その開催報告等についての広報は、加盟団体や連携機関、一般消費者へ報せるために、ホームページや機関紙（消費者ネットワーク）等で行っている。団体の活動の中で大きな位置を占めている教育活動に関する報告は、他団体などとの交流や連携を強めていくために、重要であると考えている。
- ・ 事業を積極的にマスコミ等に広報活動を重ねた結果、各種事業の社会への認知度が高まり、行政や事業者・事業者団体、学校などとの消費者教育活動の連携が前進している。

<課題>

- ・ その時々運動のテーマについて、学習会や広報誌を通して会員に伝える努力を重ねているが、ゆっくりとした時間をかけて、体系的に消費者教育を行う人材も資金も不足している実態にある。
- ・ 団体の参加者の高齢層の比率が高くなっており若年層の参加が望まれるが、どのような働きかけを実施すべきかが大きな課題である。また、行政や各種団体からの補助金には頼らない、団体運営をどのように行っていくべきかという点も重要な検討課題である。
- ・ 消費者教育活動が拡大すると事務所や人件費がかかるが、そのための経費が捻出できない。
- ・ 行政や事業者からの支援を受けて実施する講座では講師を務める会員への謝礼を若干支払うことができるが、それ以外の講座では、講師を務める会員への謝礼はほとんど支払うことができない状況である。
- ・ 講座等に参加する消費者に偏りがある。ほんとうに情報が必要な人に対する啓発ができていないのではないかという思いが常にある。
- ・ 行政の担当者はすぐに移動するため、築いた信頼関係を持続できない。また、地方公共団体によっては、古い団体が独占的に行政と連携しており、他の団体の参入が困難である。

<意見>

**連携・協力の必要性**

- ・ 行政（国・地方公共団体）、消費者関連団体、事業者団体（事業者も含む）などが、色々な場においてもっと繋げる努力をすべきであると思う。
- ・ 消費者関連団体においては、それぞれの団体の特徴を出し、情報交換し、消費者教育の発展のために相互協力したいと考える。

**消費者教育の基盤整備**

- ・ 全ての子どもたちが公教育の中で基本的な消費者教育を受けることができるように生活科の中で消費者教育の導入を義務づけるなど、緊急に整備してもらいたい。
- ・ 今後、消費者教育活動を一層推進して行くために国や地方公共団体は消費生活センターが国民生活センターを核として活動しているように、消費者教育においても（財）消費者教育支援センターを核として、地方ごとに消費者教育の柱となる機関を整備することが必要と考える。
- ・ ライフステージに合わせた消費者教育が実施されるように、新入社員研修などでの実施を企業に義務付けて欲しい。
- ・ 事業者団体には事業収益の一部を消費者教育のための教材開発や啓発活動の支援という形で還元して欲しい。
- ・ 内閣府が推進している「ポータルサイト」は、“連携”ということでは大きな意味を持つと思う。行政・消費者団体・事業者の消費者教育をつなぐものとして期待している。
- ・ 地域の消費者教育を支える団体に活動の支援のための予算措置をお願いしたい。
- ・ 国、地方公共団体は縦割り行政になっていて、それぞれが行政の目的に沿って消費者教育を実践していることから、なかなか有効な消費者教育になっていないと思われる。例えば、学校教育では、社会科と家庭科では消費者問題の内容の取り扱いが全く違う。社会科では経済の側面から捉え、家庭科は家庭経済の面から教育しており、生活者としての生徒の目線が欠けているように見える。行政間でもっと連帯して、実際に生きてゆく生活者の視点から、具体的に生きた情報をどのように入手するか、どう生かしてゆくかなどを体験させることが必要と考えている。
- ・ 欧米諸国では自立した消費者とはどういうことができる人であるという理念が明確になっている。その理念にもとづいて、幼児期から大人まで一貫した消費者教育が行われている。日本は消費者教育の体系化は明示されているが、実際にはその目標が浸透しておらず、また、体系的に消費者教育ができる仕組みが整っていない。そこが大きな問題と考えている。