

障がい者の

消費行動と消費者トラブル

啓発出前講座実践事例集

令和2年6月
消費者庁

目 次

1. はじめに	1
2. 本実践事例集の発行によせて	4
3. 「障がい者の消費行動と 消費者トラブル事例集」について	7
4. 事例集を用いた啓発出前講座について	10
5. 啓発出前講座レポート	19
6. 啓発出前講座アンケート	27
7. おわりに	30
資料集	31

1. はじめに

消費者庁（消費者行政新未来創造オフィス）では、障がい者の消費行動や消費者トラブルの実態を明らかにするため、平成29年度から、徳島県と岡山県を調査フィールドとした「障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査」を実施しています。

初年度に当たる平成29年度は、消費行動、消費者トラブルについてのアンケートを、徳島県・岡山県の施設や団体に配布し、障がい者本人及び支援者にお答えいただきました。この調査により、全体的に買物が好きで、積極的に買物に出掛け、インターネット等を活用して支出を行うなど、障がい者の様々な消費行動が垣間見え、正に「自立した消費者」としての一面を明らかにできたのではないかと考えています。

しかし、消費行動については多くの回答を頂いた一方、消費者トラブルについては「経験したことがない」との回答が多く見られました。「消費者トラブル」という表現は回答者によってイメージする内容が異なるため、アンケート調査では、消費者トラブルの実態を把握することが困難でした。実際、消費者トラブルを経験したことがないと答えた方でも、直接話をすると、我々には思いも寄らない消費者トラブルの話を耳にすることが多くありました。また、「消費者トラブルである」と認識することが少なく、どこにも相談せず、解決に至らなかったケースも多く見られました。

そこで、平成30年度は、実際に障がい者本人が直面している消費者トラブルについて、ヒアリングによる調査を行い、120の事例を収集しました。その中から14事例を選び、イラストや4コマ漫画を使った事例集を作成しました。本人の属性、消費行動、トラブルの内容、解決策等を交えて詳しく掲載しています。事例集の作成は、多くの人に読んでいただき、事例を知ってもらうことによって、障がい者本人と支援者がトラブルに直面したときの早期解決につなげる、また、未然防止につなげることを目的としています。

令和元年度においては、作成した「障がい者の消費行動と消費者トラブル事例集」の効果的な活用方法を調査するため、同事例集を活用した啓発出前講座（以下、本文中は「講座」といいます。）を実施しました。講座については、これまで調査に御協力いただいた徳島県と岡山県の障がい者団体や障がい者施設に御協力を依頼し、本人や支援者・家族の方を対象として実施したところです。

本実践事例集は、障がい者の消費者トラブル等に関する講座等を開催する際の参考資料となることを目的として作成したものです。障がい者等の消費者トラブルが増加している現状に鑑みますと、その未然防止のためにも障がい者や支援者、消費生活相談員、福祉関係者等、関係する幅広いセクターの方々への啓発の取組も重要になってきているといえます。本実践事例集がそのような啓発活動[※]で活用されることを期待したいと思います。

※なお、新型コロナウイルスの感染拡大を受けて、日本国内での感染拡大を防止する観点から「3密」を避けることが求められています。講座の開催に当たっては、「新しい生活様式」を参考に「3密」を避けるための十分な対策が必要です。詳しくは、2P～3Pを参照ください。

新型コロナウイルス感染症等への対応

令和元年末から世界的な感染が広がった新型コロナウイルスですが、日本国内での感染拡大を防止する観点から「3密」を避けることが求められています。また、「新しい生活様式」についても公表されました。（令和2年6月現在）

集団感染が生じた場の共通点を踏まえると、特に

- 1.密閉空間（換気の悪い密閉空間である）
- 2.密集場所（多くの人が密集している）
- 3.密接場面（互いに手を伸ばしたら届く距離での会話や発声が行われる）

という3つの条件が同時に重なる場では、感染を拡大させるリスクが高いと考えられています。

部屋をこまめに換気しましょう。また、換気が悪く、人が密に集まって過ごすような空間に集団で集まることを避けてください。（厚生労働省ウェブサイトから）

講座を実施するかどうかは、公的機関の最新の情報を踏まえて、慎重に判断しましょう。

講座を実施する場合でも「3密」を避けて、手指の消毒、マスク着用等の新型コロナウイルス感染症等への対策をしっかり行いましょう。また、関係省庁及び地方公共団体等において、「新しい生活様式」の実践例や感染防止対策の注意事項等を整理・公表していますので、講座の場所や内容、規模等に応じて参照するようにしましょう。

【参考となる情報】

- 「新型コロナウイルス感染症対策」（内閣官房）
<https://corona.go.jp/>
- 「「新しい生活様式」の実践例、感染防止対策の注意事項について～5月25日～」（徳島県）
<https://anshin.pref.tokushima.jp/docs/2020052500035/>
- 「新型コロナウイルス感染症に係る沖縄県主催イベント等実施ガイドライン」（沖縄県）
<https://www.pref.okinawa.jp/site/chijiko/koho/documents/gaidorain.pdf>

※令和2年6月にウェブサイトを確認したものです。講座を検討する際には最新の情報を参照いただきますようお願いします。

新型コロナウイルス感染症等への対応

「新しい生活様式」の実践例

（１）一人ひとりの基本的感染対策

感染防止の３つの基本：①身体的距離の確保、②マスクの着用、③手洗い

- ☐ 人との間隔は、**できるだけ2m（最低1m）**空ける。
- ☐ 遊びにいくなら**屋内より屋外**を選ぶ。
- ☐ 会話をする際は、可能な限り**真正面を避ける**。
- ☐ 外出時、屋内にいるときや会話をするときは、**症状がなくてもマスク**を着用
- ☐ 家に帰ったらまず**手や顔を洗う**。できるだけすぐに着替える、シャワーを浴びる。
- ☐ **手洗いは30秒程度**かけて**水と石けんで丁寧に**洗う（手指消毒薬の使用も可）

※ 高齢者や持病のあるような重症化リスクの高い人と会う際には、体調管理をより厳重にする。

移動に関する感染対策

- ☐ 感染が流行している地域からの移動、感染が流行している地域への移動は控える。
- ☐ 帰省や旅行はひかえめに。出張はやむを得ない場合に。
- ☐ 発症したときのため、誰とどこで会ったかをメモにする。
- ☐ 地域の感染状況に注意する。

（２）日常生活を営む上での基本的生活様式

- ☐ まめに**手洗い・手指消毒** ☐ 咳エチケットの徹底 ☐ こまめに換気
- ☐ 身体的距離の確保 ☐ 「**3密**」の回避（密集、密接、密閉）
- ☐ 毎朝の体温測定、健康チェック。発熱又は風邪の症状がある場合は無理せず自宅で療養



（３）日常生活の各場面別の生活様式

買い物

- ☐ 通販も利用
- ☐ 1人または少人数ですいた時間に
- ☐ 電子決済の利用
- ☐ 計画をたてて素早く済ます
- ☐ サンプルなど展示品への接触は控えめに
- ☐ レジに並ぶときは、前後にスペース

娯楽、スポーツ等

- ☐ 公園はすいた時間、場所を選ぶ
- ☐ 筋トレやヨガは自宅で動画を活用
- ☐ ジョギングは少人数で
- ☐ すれ違うときは距離をとるマナー
- ☐ 予約制を利用してゆったりと
- ☐ 狭い部屋での長居は無し
- ☐ 歌や応援は、十分な距離かオンライン

公共交通機関の利用

- ☐ 会話は控えめに
- ☐ 混んでいる時間帯は避けて
- ☐ 徒歩や自転車利用も併用する

食事

- ☐ 持ち帰りや出前、デリバリーも
- ☐ 屋外空間で気持ちよく
- ☐ 大皿は避けて、料理は個々に
- ☐ 対面ではなく横並びで座ろう
- ☐ 料理に集中、おしゃべりは控えめに
- ☐ お酌、グラスやお猪口の回し飲みは避けて

冠婚葬祭などの親族行事

- ☐ 多人数での会食は避けて
- ☐ 発熱や風邪の症状がある場合は参加しない

（４）働き方の新しいスタイル

- ☐ テレワークやローテーション勤務 ☐ 時差通勤でゆったりと ☐ オフィスはひろびろと
- ☐ 会議はオンライン ☐ 名刺交換はオンライン ☐ 対面での打合せは換気とマスク

※ 業種ごとの感染拡大予防ガイドラインは、関係団体が別途作成

2. 本実践事例集の発行によせて

客員主任研究官

矢吹 香月

日本国憲法第13条には次のように書かれています。

すべて国民は、個人として尊重される。生命、自由及び幸福追求に対する国民の権利については、公共の福祉に反しない限り、立法その他の国政の上で、最大の尊重を必要とする。

「個人の尊重」とは、一人一人をかけがえのない個人として尊重するということです。では、誰が尊重してくれるのでしょうか。それは自分以外の人尊重してくれるということです。つまり、自分以外の他者も尊重するという意味が含まれているということにほかならないのです。こうした“互いに尊重しあう社会”という理念に基づき、消費者基本法や障害者基本法が定められているといえるでしょう。基本法とは、国政に重要な分野について国の制度や政策等に関する基本方針を示したもので、以下のように目的を定めています。

消費者基本法

第1条 「この法律は、消費者と事業者との間の**情報の質及び量並びに交渉力等の格差**にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、**消費者の権利の尊重及びその自立の支援**その他の基本理念を定め」、「国民の**消費生活の安定及び向上を確保**することを目的とする。」

障害者基本法

第1条 「この法律は、**全ての国民が、障害の有無にかかわらず**、等しく基本的人権を享有するかけがえのない**個人として尊重される**ものであるとの理念にのっとり、全ての国民が、障害の有無によつて分け隔てられることなく、**相互に人格と個性を尊重し合い**ながら共生する社会を実現する」〔ことを目的とする。〕

消費者基本法は、消費者の権利の尊重及びその自立が支援されることを、障害者基本法は、障がい者は個人として尊重され、相互に人格と個性を尊重し合いながら共生する社会が実現することを目的に掲げています。これら基本法は、消費者、障がい者

2. 本実践事例集の発行によせて

を保護の客体ではなく、自律的個人の主体として、自己決定が尊重されることを示しています。

自分がやりたいことは自分で決めるという自己決定の主体は、たとえ何らかの障がいを持っていたとしても、消費者であっても何も変わりはありません。消費者と事業者の格差という壁と、障がいという社会的障壁を取り除くことが、自律的個人として尊重することではないかと思います。

「障がい者も消費者」です。この言葉が意味することを明確にする手段として、平成29年度は障がい者の消費行動と消費者トラブルについてアンケート調査を実施し、アンケート調査報告書を作成しました。アンケート調査では、「買物が好きで、積極的に買い物に出かける」消費者心理と、手段として「インターネットを利用する」という消費行動を見ることができました。さらに、平成30年度は、アンケート調査を基に障がい者本人や支援者へのヒアリングを実施し、それを取りまとめ消費者トラブルの事例集を作成しました。吾妻聡教授の言を借りるならば、「法のこころ」と「法のからだ」を表すものです。これらの調査と事例集が社会で活用されてこそ、「法のこころ」と「法のからだ」に息吹が与えられ、消費者、障がい者を支援する法制度が「生きた法」として社会の基底となることができます。

そこで、令和元年度は、事例集に息吹を与えるために実施した講座の報告書を作成しました。障がい者は、障がいの種類や程度によって、障がいを持っていない人が知っていることや当たり前と思っていることの理解が異なります。例えば、日々何気なく聞こえる様々な音は情報となって、聴覚に障がいを持っていない人には雑音として入りますが、それが知識として蓄積されています。しかし、聴覚に障がいがある場合は、雑音を情報として得られないため、障がいを持っていない人が当たり前と思っていることが理解できない場合があります。そこで、本実践事例集は、障がいの特性に応じて工夫した講座を紹介しています。

障がい者の消費者被害は、障がいを持っていない人の消費者被害と比べて顕在化しにくいことがあります。その要因として考えられることは、

- ①消費生活の経験や情報の少なさから消費者トラブルをトラブルとして認識していない
- ②悪質な事業者に対する対抗力が弱い、意図しない契約を結ばざるを得ない
- ③誰かに相談することができない

などがあります。こうした障がい者の物的・制度的な環境因子を排除する手段として消費者教育は重要です。

2. 本実践事例集の発行によせて

障がいがあっても、自分のことは自分で決める自己決定の主体であることに何ら変わりはありません。障がいの特性に応じた

- ①消費生活に関する情報の提供
- ②消費者トラブルに合わないよう消費者教育の充実
- ③困ったときに相談できるネットワークの構築

といった自己決定ができる環境を整備することは喫緊の課題です。

本実践事例集を参考にして、多くの方々が情報発信や講座を実施して、困ったときに助け合う仕組みを構築してくだされば幸いです。

最後になりますが、平成29年度から3年間にわたり本プロジェクトに御協力くださいました障がい者御本人と支援者の皆様、成蹊大学法学部吾妻聡教授、東京家政学院大学小野由美子准教授、岩城由幸前徳島文理大学教授、徳島県と岡山県の関係者の皆様、その他本プロジェクトに御協力くださいました方々に、この場を借りて御礼を申し上げます。

3. 「障がい者の消費行動と消費者トラブル事例集」について

「障がい者の消費行動と消費者トラブル事例集」は、徳島県と岡山県の2県においてヒアリング調査によって収集した事例を基に、障がい者本人や支援者を含めた多くの方に、消費者トラブルについて現状を知っていただくことを目的に作成したものです。

事例集のメインとなる「障がい者のトラブル事例」では、障がい者が実際に直面した消費者トラブル14事例を主な障がいの種類（知的・精神・発達・身体）別に紹介しています（注）。また単なる事例紹介にとどまらず、本人の環境（家族と同居しているか、ヘルパーの利用の有無、金銭管理についてなど）や解決方法（アドバイス）等について解説しています。障がい者本人も含め、できる限り多くの方に読んでいただくべく、四コマ漫画やイラストを使い、分かりやすく表現することを心掛けました。

そのほか、ヒアリングから見た障がい別の特性や、現場で働く障がい者関連団体や施設の職員や相談員、保護者に出席していただいた意見交換会で出た意見についてもまとめていますので、是非御活用いただければと思います。

（注）障がいの程度や種類は、重複している場合等を考慮し、本人の申出によるもので分類している。

（図表）事例集で紹介している事例の構成

①事例紹介



②事例の概要

③事例の解説



3. 「障がい者の消費行動と消費者トラブル事例集」について



障がい者の消費行動と消費者トラブルの事例を事例集としてまとめています。

★事例集のポイント

- ・ **4コマ漫画やイラスト**を使って**分かりやすく解説**
- ・ 障がい者施設の関係者などからの現場の声や、消費生活センターへの相談方法などについても紹介

障がい者の消費行動と消費者トラブル事例集 目次

1. 本調査に寄せて～法社会学者からみた調査の意義～

2. 障がい者の消費者トラブル事例

- 2-1 調査の記録
- 2-2 障がい者の消費者トラブル事例
- 2-3 その他の事例

障がいの種類（知的・精神・発達・身体）ごとに実際に起こった事例を紹介。

3. ヒアリングから見た障がいごとの特性

4. 意見交換会の記録

- 4-1 意見交換会の概要
- 4-2 グループワーキングの概要
- 4-3 グループワーキング・意見発表の記録
- 4-4 講評

5. 本事例集の今後の活用に向けて

参考

消費生活センターに相談しましょう！
参考・協力団体（施設）等について

消費生活センターへの相談方法等についても紹介。

事例集の入手方法

「障がい者の消費行動と消費者トラブル事例集」は消費者庁ウェブサイトで公表しています。

URL : https://www.caa.go.jp/future/project/project_009/



コラム

障がい者等の消費生活相談の状況

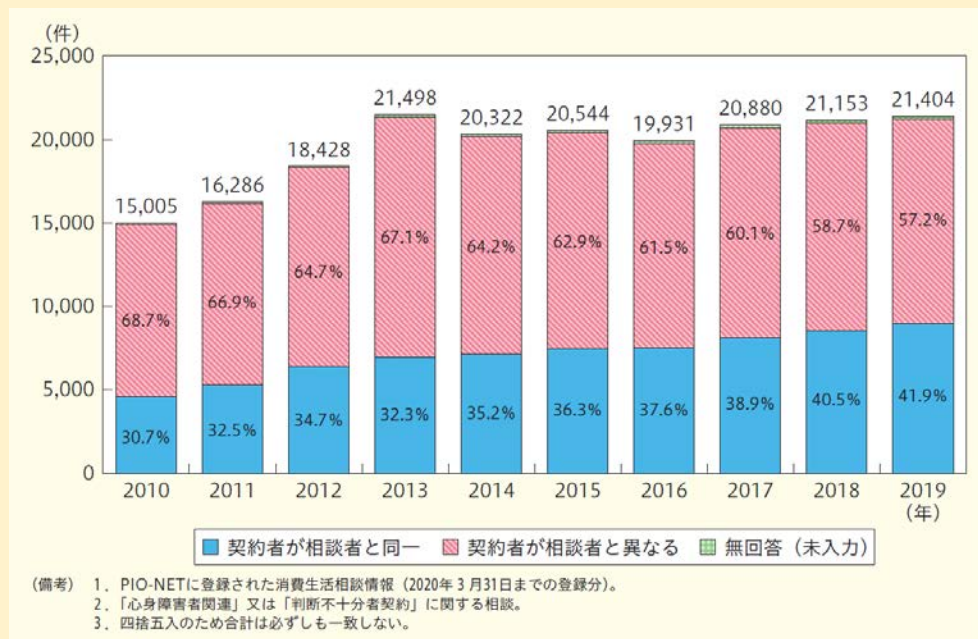
障がい者の状況については、「人口千人当たりの人数で見ると、身体障害者は34人、知的障害者は9人、精神障害者は33人となる。複数の障害を併せ持つ者もいるため、単純な合計にはならないものの、国民のおよそ7.6%が何らかの障害を有している」

（注1）という推計データがあり、障がい者は決して少なくない存在であることが伺えます。

また、障がい者等（注2）に関する消費生活相談件数は近年は2万件前後で推移しており、2019年の全体の消費生活相談件数の約2%となっています（下記図表）。相談内容を見ると、「フリーローン・サラ金」に関する相談や、「出会い系サイト」等が含まれる「デジタルコンテンツ」に関する相談が多くなっており、判断力の不足や契約内容への理解不足でトラブルになっていると思われるケースがあるようです。

障がい者等に関する相談の特徴としては、周りの支援者等からの相談が多いことが挙げられます。本人から相談が寄せられる割合をみると、消費生活相談全体では約8割であるのに対し、障がい者等に関する相談では約4割という状況です（下記図表）。事例集でも触れていますが、障がい者本人だけでなく、障がい者を支える御家族、御友人、障がい者施設職員等の支援者の方々が消費者トラブルに気付き、その解決につなげていくことも重要となります。

（図表）障害者等に関する消費生活相談件数



（出典）『令和2年版消費者白書』図表 I - 1-3-14

（注1）『令和元年版障害者白書』参考資料の「障害者の状況」から引用。

（注2）トラブルの当事者が心身障害者又は判断能力の不十分な方々であると消費生活センター等が判断したもの。障がい者以外の事案も含まれることには留意が必要。

4. 事例集を用いた啓発出前講座について

「障がい者の消費行動と消費者トラブル事例集」は、障がい者の家族や支援者に実際に手に取っていただき、障がい者の消費者トラブルやその対応を事例から学んでいただくことを想定して、漫画で説明したり、対応のポイントをまとめたりするなど、理解しやすくなるような工夫をしています。

事例集自体は100ページにもわたる大部なものとなっていますが、対象者に応じて必要な部分を抜粋するなどを行うことにより、障がい者本人、家族や支援者を対象にした講座などで効果的に活用できると考えています。

本実践事例集で紹介している講座は、消費者トラブル事例や消費生活センター及び消費者ホットライン「188」について知っていただくことや、身近な消費者トラブルについて実際に考えてもらうことで、トラブルの未然防止や早期発見につなげることを目的として、依頼者の要望も踏まえながら企画をしました。

4-1. 講座の事前準備（考えるべきこと）

講座を行うに当たっては、まず考えるべき・準備すべき点がいくつかあります。

①どのような受講者を対象とするのか

（障がい者本人、家族、支援者、障がい者施設職員、行政職員 等）

②どのような障がいがあるのか

（視覚、聴覚、身体、知的、精神、発達 等）

③どれくらいの規模で行うのか

（数人、数十人程度、数百人規模 等）

④どれくらいの所要時間で行うのか

（30分、1時間、1時間半 等）

⑤主催者や受講者から特別な要望はあるか

（事例のテーマ、資料について、グループワーキングについて 等）

次ページから詳述します。

4. 事例集を用いた啓発出前講座について

①どのような受講者を対象とするのか

受講者が障がい者本人であるのか、支援者（家族、施設や団体等職員）であるのか、また、本人であればどのような障がいがあるのか（次項に記述）によって、講座の組立て、資料等を考える必要があります。そのため、十分、講座を受けられる関係者の方と打合せを行い、依頼者の希望に沿う形で行えるようにします。例えば、受講者が知的障がい者本人の場合、平易な言葉に言い換えたり、休憩時間を長くとったり、回数を増やす必要があるかもしれません。また、聴覚障がい者本人の場合、手話通訳者や要約筆記を準備する必要があるかもしれません。

②どのような障がいがあるのか

障がいのある本人を対象にした講座を行う場合、本人が理解しやすいように、資料をカスタマイズする必要があります。また、講座内容の理解のため、福祉ボランティアや援助者等も必要です。

○知的障がい者

- ・ 漢字をひらがなに変換したり、漢字にルビをふる
- ・ 平易な言葉遣いに言い換える

○視覚障がい者

- ・ 点字資料の作成
- ・ 読み上げソフトに対応したテキスト形式の講座資料の作成
- ・ 弱視や視野狭窄の方向けには、フォントの大きさを変更

○聴覚障がい者

- ・ 手話通訳者、要約筆記などの情報保障が必要
- ・ 講義者は、読唇を行えるように、口元をはっきり受講者に向けて、ゆっくり話をする

③どれくらいの規模で行うのか

規模によって、事例説明のみか、グループワーキングをするかなど、講座の構成を変更します。会場の形式にも留意が必要です。人数が数百人規模となるとグループワーキングは難しく、講座等で工夫する必要があります。また、机の移動ができない会場の場合もグループワーキングは難しくなりますが、代わりに、前後左右の方と意見交換いただくなどの工夫をすることも考えられます。

4. 事例集を用いた啓発出前講座について

④どれくらいの所要時間で行うのか

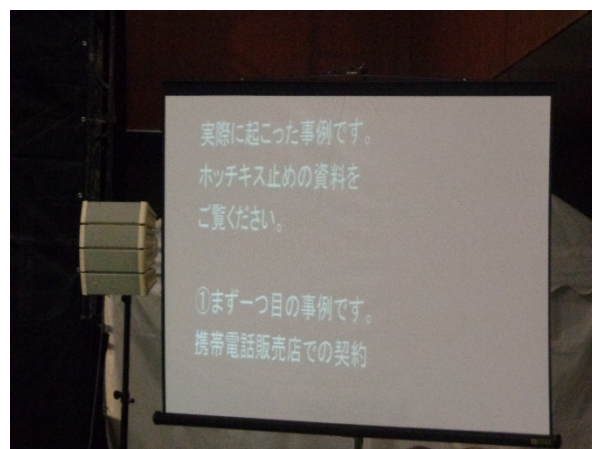
講座の長さによって、事例説明のみか、グループワークをするかなど、講座の構成を変更します。例えば、30分の場合は、時間も限られており、消費者トラブル事例の説明だけにします。1時間の場合は、消費者トラブル事例の説明とグループワークも行えます。1時間半の場合は、消費者トラブル事例の説明とグループワークに加え、消費生活センターへの相談の仕方や質問の時間を設けることもできます。時間配分に応じて、内容を検討してみましょう。

⑤主催者や受講者から特別な要望はあるか

要望には添えるように講座のプログラムをカスタマイズします。詳しくは、「5. 啓発出前講座レポート」で紹介します。



手話通訳者（立位）



要約筆記（モニターへ投影）

4. 事例集を用いた啓発出前講座について

4-2. 講座で心掛けること

(ポイント) ①消費者トラブルに気付いてもらうこと

→アクティブラーニング（グループワーキング）の導入

②相談できる機関を見つけてもらうこと

→消費生活センター等の紹介

①アクティブラーニング（グループワーキング）の導入

ヒアリング調査を行う中で、消費者トラブルに遭った本人が、「消費者トラブル」ではなく、単に「困ったこと」と認識し、どこにも相談せずに抱え込んでいたり、諦めてしまったという事例が多数見られました。気付きのきっかけとなる些細な出来事なども盛り込んだ実効性のある講座を行う必要があります。

しかし、講座（事例紹介）では、14事例全てを紹介することは時間的にも難しく、数例をピックアップして行うことになってしまいます。

そこで、紹介する事例だけではなく、実際に身近に起こっている消費者トラブルについて話をしたり、他の参加者の体験談等を聞くことで、消費者トラブルに気付くきっかけや掘り起こしにつながる**アクティブラーニング（グループワーキング）**を導入することにしました。ピックアップした事例と身近な事例がつながり、消費者トラブルのポイントが明確となりました。

また、参加者同士のつながりを作ることも、グループワーキングの目的の一つです。

具体的には、参加者を1班3～5人ほどに分け、①**実際に体験した（周囲で起こった）消費者トラブル**について、②**消費者トラブルの未然防止・解決方法**について、グループ内で話し合いを行いました。班の中で書記・発表者を決めてもらい、講座の最後に話し合った内容を発表してもらいました。

②消費生活センター等の紹介

講座では消費生活センターや、消費者ホットライン「188」についても説明を行いました。消費生活センターについてだけではなく、相談時の準備物や相談方法についても、事例集の参考ページを使って、丁寧に説明しました。

限られた時間では、全てを説明できないかもしれませんが、その場合は、「188」という電話番号だけでも覚えていただけるよう説明を行います。

啓発出前講座を実施する前に（矢吹客員主任研究官からのアドバイス）

講座を有意義なものにするためには、受講者の特性をしっかりと把握して、受講者の気持ちになって実施することが大切です。主催者が何を求めているのか、受講者の実態はどのようなかなど主催者と綿密な打合せを行ってください。打合せは、以下の内容を参考に行っていただくとよいと思います。打合せが終わりましたら、プランニングシートやタイムスケジュールを作成して講座の準備をしてください。

1. 依頼先との打合せ

(1)講座の日・時間

①講座日の予定の確認

講座内容を組み立てる際、講座の前後で受講者が何をしているか、講座内容等を決める際の参考になります。

②時間

午前と午後では集中力が異なります。昼食後は眠くなりやすいので、体を動かす手法を取り入れるなど工夫が必要となります。

(2)場所・設備

①会場の状況

講座の会場の状況によって、グループワークができない場合があります。会場の広さや壇上があるか、平面（机の配置状況）か階段形式かなどを確認しておく、講座の形式を決めるポイントになります。

②会場の設備

ホワイトボード、音響設備（マイクの本数等）やパソコン・プロジェクター・スクリーン等、会場の設備を確認しておきましょう。

(3)講座の目的

①目的

講座は目的を達成する手段の一つです。主催者が何を聴きたいと思っているのか、受講者に何ができるようになってほしいと思っているかしっかりと話し合い、講座の目的を明確にして、テーマを設定するなど共通認識を持つようにしてください。そのためには、受講者の様子や最近の消費者問題等、本実践事例集を題材に話を進めるとよいでしょう。

(4)受講者の属性

①理解力

受講者の属性によって理解力は様々です。男性や女性、年齢によって毎日の生活状況が異なりますので、属性の把握は大切です。受講者の理解力にばらつきがある場合は、理解が困難な方に合わせて講座を構成するとよいでしょう。

②障がい種別

本事例集は障がい種別による、障がいごとの特徴的な消費者トラブル事例と特性を記載していますので、参考にしてください。

ア) 知的障がい

日常生活状況やお金の管理等を確認しておきましょう。優しい言葉につられて断ることができず、内容が理解できないまま契約してしまうことがあるので、勧誘等の断り方などの練習も必要です。複雑な話や抽象的な概念は理解しにくく、曖昧な表現は伝わりづらいので、分かりやすい言葉でゆっくり話しましょう。レジュメ等は、分かりやすい言葉にして、漢字にはルビをふるようにしましょう。

イ) 精神障がい

音や光等で不快（ストレス）を感じる場合があります。事前に主催者に確認して話し方（自分の癖）等に注意しましょう。禁句等も家族や主催者に聞いて確認しプライドを傷つけないように心掛けましょう。同じことを何度も繰り返し伝えることが大切です。

ウ) 発達障がい

コミュニケーションを不得手とする場合があります。これは、同時進行が苦手であり、経験していないことを想像することが困難であるという障がいの特性から生じた「暮らしにくさ」によるものです。理解しやすい絵や写真等、こういった手段で伝えるのが最適か、確認しましょう。

エ) 聴覚障がい

耳に障がいがある方は、生まれつき聞こえない、途中で聞こえにくくなった、年齢と共に聞こえが悪くなったなど事情は様々です。受講者の状況に応じて、事前に手話通訳者や要約筆記者の方と打合せをして、難しい言葉の説明等は工夫をしてください。

パワーポイント等の視覚に訴える手法が効果的です。レジュメは事前に支援してくださる方に渡して、言葉の意味等を分かりやすく伝えてもらうようにしましょう。また、漢字にはルビをふるようにしましょう。

※聴覚障がい者は、言葉を発する際の口の動きや表情で、言葉の意味を理解される方もいます。新型コロナウイルス感染症対策のマスクを外して講義する際は、受講者から十分距離（2メートル以上離れる）を取りましょう。また、透明マスク等の活用も考えられます。

オ) 視覚障がい

視覚に障がいがある方は、生まれつき見えない、弱視、視野狭窄、色弱、途中で視野に障害が生じたなど事情は様々です。受講者の障がいの程度を確認し、言葉だけでどこまでイメージできるか事前に確認しておきましょう。点字教材が必要な場合は、準備等に時間がかかりますので打合せで確認を忘れないようにしましょう。レジュメをパワーポイントで作成する場合は、背景を黒にして文字を白抜きにするとよいでしょう。また、行頭はそろえて、ユニバーサルデザイン文字とユニバーサルカラーを使用しましょう。

2. プランニングシート・タイムスケジュールの作成

打合せに基づいて講座内容を整理して、主催者の要望や受講者の特性を記載したプランニングシートと講座の流れを記したタイムスケジュールを作成しましょう。

プランニングシート

講座実施日時	令和 年 月 日 午前・午後
場 所	
設備等	マイク・白板・椅子・机・パソコン・プロジェクター
参 加 者 属性	人(男性: 人・女性: 人)
講座依頼者	担当者:
講座の目的	
主催者の要望	
特 性	
講座内容の ポイント	

タイムスケジュール

	時間	内容	留意点	教材
導入				
展開 1				
展開 2				
まとめ				

3. 講座の準備

依頼された内容に適した情報を集めましょう。

消費者庁、独立行政法人国民生活センター、消費生活センター、国の関連機関、消費者関連団体、企業等から収集し、最新の情報を整理しておきましょう。

4. 講座手法の決定

(1) 講座の形式

座学やグループワーク等があります。会場の状況や受講者の様子等を主催者とよく相談して決定してください。

(2)手法

どのような教材を用いると効果的か、受講者の様子に応じて決定してください。事例を紹介する場合は、本実践事例集の4コマ漫画やイラストを利用するとよいでしょう。

ほかに参考となる手法を紹介しておきます。

事例紹介：体験談・ロールプレイング・寸劇・紙芝居・DVD・パネルシアター・ゲーム・かるた・キーワードフリップ

対 策：ゲーム・かるた・替え歌・心理チェック・ミニ体操・手遊び

障がいのある方への講座は、繰り返し行うことが大切です。講座の内容は必ず記録に残し、受講者の反応や反省点をまとめておきましょう。また、受講者の大切な時間を頂いて実施するので、有意義な講座が実施できるように、日々様々な情報にアンテナを張って最新の情報が提供できるようにしましょう。講座で話した内容は訂正をすることができませんので、正しい知識を身に付けておくことも大切です。

5. 啓発出前講座レポート

ここでは実際に実施した講座の事例について簡単に御紹介します。

【講座実施一覧】

	講座名	対象者 (参加人数)	所要時間	資料等
①	いたの共同作業所 あせび	御本人・支援者 21名	GWあり 90分	・事例（事例集から抜粋） ・消費生活センターについて（事例集 から抜粋） ・「188」チラシ
②	徳島県手をつなぐ 育成会	支援者のみ 19名	GWあり 60分	・事例（事例集から抜粋） ・消費生活センターについて（事例集 から抜粋） ・「188」チラシ
③	岡山県知的障害者 相談員協議会 高梁地区研修会	支援者のみ 12名	GWあり 90分	・事例（事例集から抜粋） ・消費生活センターについて（事例集 から抜粋） ・「188」チラシ ・事例集広報チラシ
④	井笠地域連絡協議会	御本人・支援者 17名	GWあり 90分	・事例（事例集から抜粋） ・消費生活センターについて（事例集 から抜粋） ・「188」チラシ ・事例集広報チラシ
⑤	徳島県身体障害者連合会 東・南部圏域身体 障害者相談員研修会	御本人・支援者 58名	GWなし	・事例（事例集から抜粋） ・消費生活センターについて（事例集 から抜粋） ・「188」チラシ ・事例集広報チラシ
⑥	倉敷地域自立支援協議会 相談支援部会	支援者・ 行政職員 57名	GWなし	・事例（事例集から抜粋） ・消費生活センターについて（事例集 から抜粋） ・「188」チラシ ・クーリングオフ制度、特定商取引法 説明チラシ ・事例集広報チラシ
⑦	第38回障がい者の つどい県民大会 （徳島県）	御本人・支援者 約200名	GWなし	・事例（事例集から抜粋） ・消費生活センターについて（事例集 から抜粋） ・「188」チラシ ・事例集広報チラシ

※GWは、グループワーキングの略称

※参加人数は、アンケート回収枚数（⑦のみ、おおよその参加者数）

5. 啓発出前講座レポート

講座実践モデル①（グループワーキングあり）

対象：障がい者御本人及び支援者

時間：90～120分程度の時間がある場合

（時間の調整は、事例紹介とグループワーキングで行う）

人数：数名～20人程度

座席：グループワーキングの場合は、講義開始時からアイランド形式（島型）がよい

00分	消費者行政新未来創造オフィス紹介、自己紹介 等（5分）
05分	事例紹介（20分） 事例集から、2事例を（1事例10分程度×2）紹介する。 ① 4コマを見ながら事例の概要を説明 ② 解決策・解説
25分	グループワーキング（35分） ※机の移動時間等5分程度を含む 4～6人のグループを作り、意見交換を行う。 議題は以下の2つ（1議題15分程度×2） ① 身近に起きた消費者トラブル ② 消費者トラブルの解決策・未然防止策について
60分	消費生活センターについて（10分）
70分	消費者ホットライン「188」について（5分）
75分	講座アンケート回答時間（5分）
80分	質疑応答（10分）
90分	終了

5. 啓発出前講座レポート

講座レポート①

いたの共同作業所あせび

御本人・支援者
対象

●講座のねらい

障がい者御本人に、何が消費者トラブルなのか、どんなことに気を付ければいいのかを理解してもらう。

障がい者御本人同士、支援者同士で意見交換をしていただくことによって、日常生活のこういったことに着目すればいいのか気付きのきっかけにしてもらう。

★講座時間 90分

★参加者 21名（御本人・支援者・福祉ボランティア）

★講座のポイント・注意点

- ・漢字は読めるが、難しい言葉は平易な表現への言換や、詳しい説明が必要

事例説明の中で言い換えたり説明した表現

購入→買う

店舗→お店

督促状→払わなければいけないお金を決められた時までには払えなかったとき、「支払ってください」とお知らせがくる

契約→物を買ったり、サービスを受けたりするときに、お店の人とする約束

訪問販売→物を売っている人が、家に来て物を売ること



事例説明の様子



グループワーキングの様子

- ・集中できる時間が限られているので、休憩を適宜入れる

座って話を聞けるのは1時間程度なので、事例紹介とグループワーキングの間、グループワーキングが終わってからの2か所に10分程度の休憩を入れる

- ・最近あったトラブルは、スマホゲームの課金、パチンコ等で手持ちのお金を使いすぎてしまった、など

★グループワーキング 5班（1班：4名～5名）

- ・グループワーキング時、各グループに2、3名の福祉ボランティアに入ってもらう

- ・グループワーキング2題

①身近な消費者トラブルについて

②消費者トラブルの解決策・未然防止策について

5. 啓発出前講座レポート

講座レポート②

徳島県手をつなぐ育成会

支援者対象



講座（事例説明）の様子



グループワーキングの様子

- ★講座時間 60分
- ★参加者 19名（支援者：主に家族）
- ★講座のポイント・注意点
 - ・参加者同士、施設や団体同士で話をたくさんしたので、グループワーキングの時間を多めに確保
 - ・知的障がいの事例を4例紹介
- ★グループワーキング 4班（1班：4名～5名）
 - ・グループワーキング2題
 - ①身近な消費者トラブルについて
 - ②消費者トラブルの解決策・未然防止策について
 - ・班ごとで、記録係を決定
 - ・グループワーキングは、議論が活発にされたため、延長

講座レポート③

岡山県知的障害者相談員協議会 高梁地区研修会

支援者対象

- ★講座時間 90分
- ★参加者 12名（支援者：主に家族）
- ★講座のポイント・注意点
 - ・知的障がい者の支援者（家族）が多いので、たくさんの知的障がい者の事例紹介を希望（10事例説明）
- ★グループワーキング 3班（1班：4名）
 - ・2題
 - ①身近な消費者トラブルについて
 - ②消費者トラブルの解決策・未然防止策について
 - ・班ごとで、発表者と記録係を決定
 - ・議論が活発にされたため、時間延長



講座の様子

5. 啓発出前講座レポート

講座レポート④

井笠地域連絡協議会

御本人・支援者
対象



講座の様子

★講座時間 90分

★参加者 17名（御本人、支援者：主に家族、行政職員）

★講座のポイント・注意点

- ・知的障がいと発達障がいの事例から、4事例紹介

★グループワーキング 4班（1班：4名～5名）

- ・2題

①身近な消費者トラブルについて

②消費者トラブルの解決策・未然防止策について

- ・班ごとに、発表者と記録係を決定
- ・議論が活発にされたため、時間延長

講座受講者の声

<自分にだけお得な話、という偽りのメールの事例について>

- ・自分にもメールが来たことがある、荷物を届けたから、お金を送ってくるようにとの内容。相手にしなかったため、引っ掛からなかった。（御本人）

<携帯電話の契約・使用に関するトラブルについて>

- ・まずはっきり断る、「いいです」はだめ、間違われる。すぐに「いりません」ときっぱり断ること。お店の人の説明をきちんと聞いたり、旦那さんや子供等の家族と一緒に行くことが重要。また、自分の判断では難しいので、第3者の意見を聞いてではないと決められない、相談してではないと今すぐ返事できない、と即座に断ること。話を長引かせない。（御本人）
- ・重度の方は携帯電話を持っていない方も多いが、支援者の監督の下、安心フィルターをかける。契約に関するメールがきたら必ず「いいえ」をクリックするなど、決まり事をしておく。支援者による気付きの体制を整えることが、トラブルの広がりを抑えると思う。（支援者）

<消費者トラブルにあった時の対応について>

- ・クーリングオフの期限が過ぎていると思っていても、消費生活センター等に相談すると、制度が使えたり、上手くお金を支払わなくても済む方法があったりするので、センター等をしっかり活用した方がいいと思う。（支援者）
- ・支援者や家族が、消費者トラブルにあった時の相談先や解決方法をちゃんと知っておくことが重要。（支援者）

5. 啓発出前講座レポート

講座実践モデル②（グループワーキングなし）

対象：障がい者御本人及び支援者
 時間：40～60分程度の時間がある場合
 人数：問わない（大人数の場合でも実施可）

00分 消費者行政新未来創造オフィス紹介、自己紹介 等（5分）

05分 事例紹介（30分）

事例集から、3事例を（1事例10分程度×3）紹介する。

① 4コマを見ながら事例の概要を説明

② 解決策・解説

35分 消費生活センターについて（10分）

45分 消費者ホットライン「188」について（5分）

50分 講座アンケート回答時間（5分）

55分 質疑応答（5分）

60分 終了

5. 啓発出前講座レポート

講座レポート⑤

徳島県身体障害者連合会

御本人・支援者
対象

- ★講座時間 90分
- ★参加者 58名（御本人（肢体・聴覚・視覚）、支援者（施設・団体職員等））
- ★講座のポイント・注意点
 - ・点字資料準備
 - ・手話通訳者、要約筆記等の情報保障を手配（主催者）
情報保障の準備や当日のスムーズな進行のため、当日の講座の台本や資料を事前に主催者に送付
 - ・情報保障の都合上、資料にないことを話す際は、ゆっくり大きく口を開けて話すようにしてほしいとの希望
 - ・点字資料や手話通訳、要約筆記等があるため、資料の投影はせず、手元に紙の資料を配布



講座の様子

点訳について

県内事業者に点訳を依頼・打合せ

概要、解説やアドバイスを文字で点訳してもらうよう依頼していたが、イラストも点訳できるとアドバイスを頂いたので、イラストの点訳も依頼した。

情報保障について

手話通訳者や、要約筆記担当者が事前に内容を把握しておく、当日の作業がスムーズであるため、事前に台本や資料等を担当者に送付。「消費生活センター」や、「消費者行政」など、日常会話でなかなか使わない単語があった。資料や台本にないことを説明する場合は、受講者に口の形が分かるよう、口を大きく開けて、ゆっくりはっきりと発音するよう心掛けた。

5. 啓発出前講座レポート

講座レポート⑥

倉敷地域自立支援協議会

支援者対象



講座の様子

★講座時間 60分

★参加者 62名（支援者（施設・団体職員等）、行政職員）

★講座のポイント・注意点

- ・スマホゲームと訪問販売の2事例を説明
- ・岡山県の消費者教育教材について紹介
- ・ヒアリングで集めた施設・団体職員等が行っている金銭管理の工夫について紹介
- ・受講者は支援者が多いので、何かあったときの相談先や消費者教育教材について詳しく説明

講座レポート⑦

第38回 障がい者のつどい県民大会 （徳島県）

御本人・支援者
対象



講座の様子

★講座時間 50分

★参加者 約200名 ※アンケート回収数84枚

（御本人（全障がい者対象）、支援者（家族、施設・団体職員等）、行政職員）

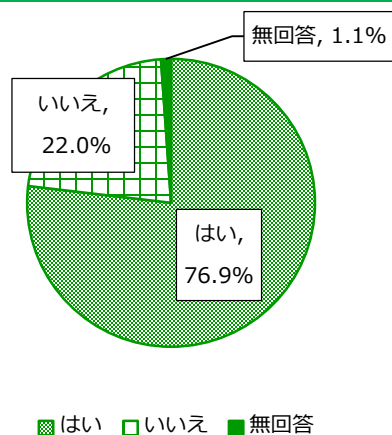
★講座のポイント・注意点

- ・大規模なイベント（約400名参加）の中の企画として講座を行う
- ・点字資料、要約筆記、手話通訳など情報保障の手配（主催者が準備）
- ・情報保障準備や当日のスムーズな進行のため、当日の講座の台本や資料を事前に主催者に送付
- ・プロジェクター、スクリーン、マイク等機材の準備を依頼
- ・スクリーンには4コマ漫画のみを投影し、資料（通常通りカスタマイズなし）は紙で配布

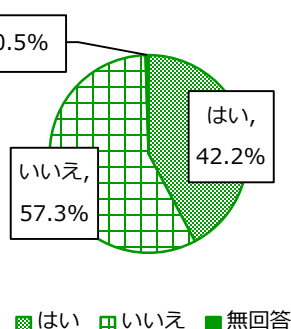
6. 啓発出前講座アンケート

講座の受講者を対象に実施したアンケートの結果（抜粋）を御紹介します。

（１）今日の講座を聞く前から消費生活センターをご存知でしたか。

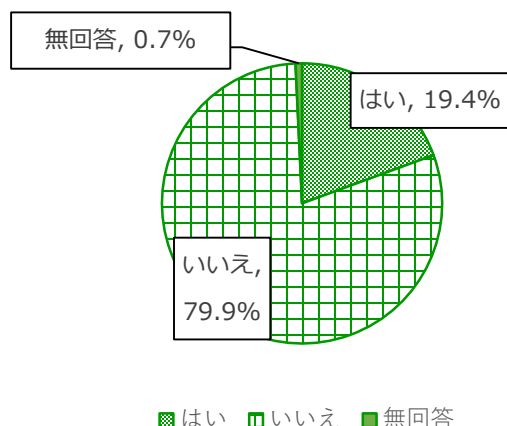


（１）で「はい」と答えた方のうち、消費生活センターに相談したことはありますか。

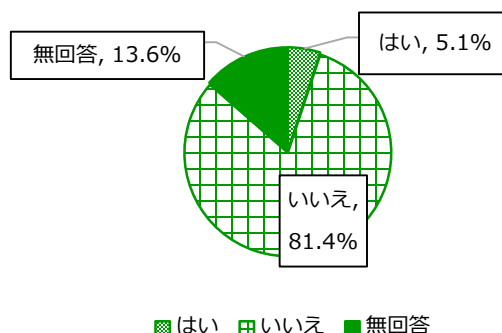


消費生活センターを知っていても、相談したことがないという方が半分以上を占めていました。講座等で同センターを紹介するなどして、もっと身近な機関であることを知ってもらうことも重要です。

（２）今日の講座を聞く前から「188」をご存知でしたか。



（２）で「はい」と答えた方のうち、「188」を利用したことはありますか。

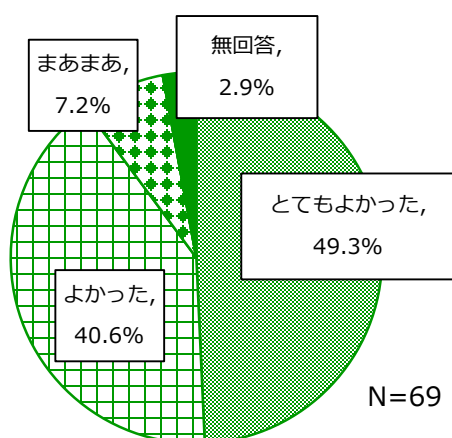


障がい者本人や支援者等の間では「188」の知名度が依然低いことがうかがわれました。どのようにしたら広く知ってもらえるか考えていく必要があります。

6. 啓発出前講座アンケート

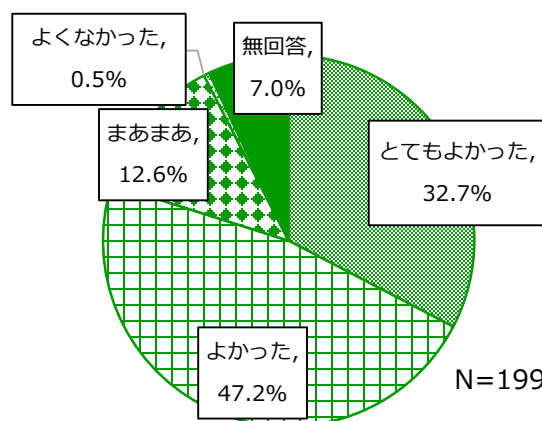
(3) 本日の講座を聞いていかがでしたか。

グループワーキングあり



■ とてもよかった
 ■ よかった
 ■ まあまあ
 ■ よくなかった
 ■ まったくよくなかった
 ■ 無回答

グループワーキングなし



■ とてもよかった
 ■ よかった
 ■ まあまあ
 ■ よくなかった
 ■ まったくよくなかった
 ■ 無回答

(4) 上記の回答の理由を教えてください。

「とてもよかった」、又は、「よかった」と回答した方のご意見

- ・同じ班の方々のお話を聞けてすごく良かった。消費生活センターを身近に感じることができた。
- ・資料の内容についても話し合えたし、身近な人の事例も聞けたため。
- ・資料は送ってもらっても、なかなか理解しにくかったり、読む時間がないので分かりやすかった。
- ・具体的な事例をきき、参考になりました。実際に支援者側が行っている対策も知ることができ、良かったです。

「まあまあ」と回答した方の意見

- ・むずかしい単語がわからない。
- ・説明はわかるが、実感はない。
- ・もう少し事例が聞きたかった。
- ・資料以上の内容が聞けなかったため。

※「よくなかった」と答えた方は記述なし、「まったくよくなかった」という回答なし。

グループワーキングなしより、ありの方が評価が高くなっています。「話を聞くだけより、他の参加者の話が聞けてよかった」、「普段他の施設や団体、支援者同士で話をすることがないので、いい機会になった」などの声も聞かれました。

コラム

電話リレーサービスの紹介

電話リレーサービスとは、聴覚障がい者と健聴者を電話リレーサービスセンターにいる通訳オペレーターが「手話」や「文字」と「音声」を通訳することにより、電話で即時双方向につなぐサービスです。（公財）日本財団の電話リレーサービス・モデルプロジェクトにより、午前8時から午後9時まで（年中無休）で電話リレーサービスが無料（通信料は利用者負担）で提供されています（以下図表参照）。

また、「公共インフラ」としての電話リレーサービスを実現する社会的な要請を踏まえて、国による基本方針の策定や電話リレーサービスに関する交付金制度の創設等を内容とする「聴覚障害者等による電話の利用の円滑化に関する法律」が令和2年6月に成立しました。

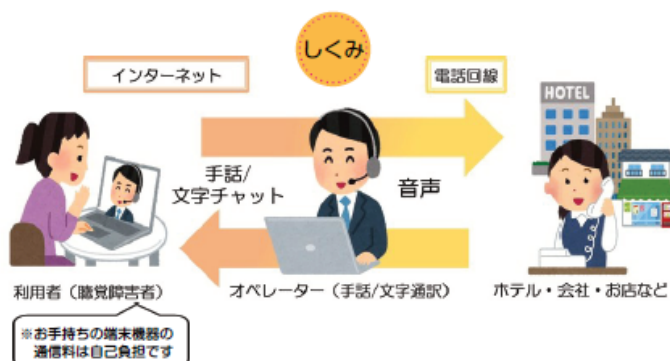
電話リレーサービスは、聴覚障がい者と健聴者とのコミュニケーション手段として利用されており、消費者トラブルの相談などにも活用できる有効な手段であるように考えられます。

日本財団電話リレーサービス モデルプロジェクト

電話リレーサービスは
聴覚障害者が電話を利用するための仕組みです

利用時間：午前8時～午後9時（年中無休）

通訳料
通話料
無料



利用者の
声

- ・病院の予約や急な連絡ができて凄く助かります。
- ・これまでためらわれて控えてきたことも自由にやれるようになり、生活の幅が広がった実感がある。
- ・周りに頼める人がいないときにも電話できる。仕事でお客様に急いで連絡しないといけない時に活用したらスムーズに対応できた。
- ・スムーズに通じて早く用事が済んでよかった。電話ができることで本当に行動範囲が広がった。日常生活になくならないモノになりそう。

【電話リレーサービスの概要】

- 利用登録者数：10,500人
- サービス提供時間：午前8時～午後9時（年中無休）
- 利用料金 通話料：無料
通信料：自己負担
- 利用実績：月間28,000回
- 通訳事業者：11事業者（民間4社、情報提供施設7グループ）
- 利用対象者：障害者手帳保有者（自己申告）
- 利用回数・時間：制限なし
- 利用目的：制限なし（ただし緊急通報は受付不可）
- 必要な機器：パソコン、スマートフォン・タブレット端末（自己負担）

※民間会社は（公財）日本財団の業務委託、情報提供施設は厚生労働省の補助金によりサービスを提供。

※2019年11月現在の情報

出典：（公財）日本財団ウェブサイト

7. おわりに

これは、「障がい者の消費行動と消費者トラブル事例集」を活用した講座の実践事例集です。多くの方に消費者トラブル事例を提供していただき、それをフィードバックすることによって、悪質な商法の手口や、日頃から気を付けるべき点等を知っていただき、消費者トラブルの早期解決や未然防止につなげることを目的としています。

今回の講座の実践においては、いまだ障がい者や支援者等の方々の間では、消費者ホットライン「188」の認知度も低く、また消費生活センターが身近な存在と感じられていない状況がうかがえました。消費者トラブルにまず気付いていただくことも重要ですが、さらにそれを相談できる機関として同センターの存在を認識していただくことも大切なことであるといえます。

本実践事例集が地方公共団体の消費者行政部局、福祉部局や消費者団体の関係者等の消費者トラブルの未然防止や解決に向けて普及・啓発活動に取り組む方々の参考となれば幸いです。

本実践事例集の作成を含むプロジェクトの実施に当たっては、平成29年度、平成30年度、令和元年度に引き続き、消費者庁客員主任研究官であり、岡山県消費生活センターにおいて障がい者の消費者問題に長年取り組んできた矢吹香月岡山県消費者教育コーディネーターの指導・助言を頂きました。

最後になりますが、講座に御協力いただいた障がい者本人と支援者、障がい者関係団体・施設、徳島県庁、岡山県庁の方々、その他本実践事例集の作成に御協力いただいた方々に、この場を借りて御礼申し上げます。

資料集

目 次

①事例（希望があったものを事例集から抜粋） カスタマイズなし	32
②事例（希望があったものを事例集から抜粋） カスタマイズあり	36
③消費生活センターについて（事例集から抜粋）	38
【参考】資料入手方法（8 P 参照） 事例等は消費者庁のウェブサイトで入手できます。 URL: https://www.caa.go.jp/future/project/project_009/ ※資料は、一部抜き出す等カスタマイズして、講座で使用しても 構いません。ただし、使用する際は、「消費者庁資料から作成」 など出典を明記してください。	
④見守り新鮮情報（独立行政法人国民生活センターウェブ サイト）	42
⑤「消費者ホットライン」188チラシ（消費者庁ウェブ サイト）	43
⑥事例集広報チラシ	44

啓発出前講座で使用した資料

- ①事例（希望があったものを事例集から抜粋）
カスタマイズなし



啓発出前講座で使用した資料

- ①事例（希望があったものを事例集から抜粋）
カスタマイズなし

障がい者の消費行動と消費者トラブル 事例集

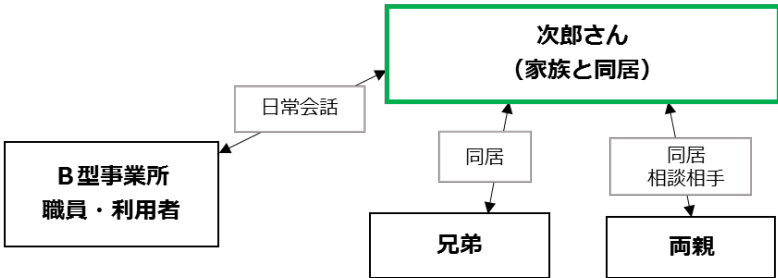
2-2 障がい者の消費者トラブル事例（知的障がい者の事例③）

支援者から
事例提供

次郎さん（仮名）について



性	別	男性
年	齢	30歳代前半
障	が	い
種	別	知的障がい・発達障がい
（手帳の種類・等級）		（自閉症スペクトラム障がい） （療育手帳・中軽度）
関	係	者
		家族（両親、兄弟） B型事業所職員・利用者



```

    graph TD
      B[B型事業所  
職員・利用者] -- 日常会話 --> C[次郎さん  
(家族と同居)]
      C -- 同居 --> D[兄弟]
      C -- 同居  
相談相手 --> E[両親]
  
```

◆次郎さんの性格とふだんの生活

- ・両親、兄弟と同居している
- ・相手に積極的にアプローチしていく性格
- ・B型事業所に通っている
- ・基本的にお金の管理は自分でしている
- ・買物はスーパーやコンビニでしている
- ・一人の場合は自転車、家族と行くときは車を使う
- ・内税、外税がはっきり分からず、計算を間違ってお金が足りなくなり、レジで商品を返すことがあった
- ・余り計画的にお金を使えず、給与を全て使い切ってしまうことがあった
- ・クレジットカードや電子マネーは使っていない
- ・ゲームとタバコが趣味

啓発出前講座で使用した資料

- ①事例（希望があったものを事例集から抜粋）
カスタマイズなし

障がい者の消費行動と消費者トラブル 事例集

2-2 障がい者の消費者トラブル事例（知的障がい者の事例③）

スマホゲームの課金があつという間に高額に！

支援者から
事例提供



！ あなたは大丈夫？？

チェックしてみましょう！

- ☐ ダウンロードしようとしているアプリは無料ですか？それとも有料ですか？
- ☐ ゲームを進めるのに有料のアイテムは必要ですか？
- ☐ 有料のゲームでお金を使う場合、お小遣いや収入で支払える範囲に収まっていますか？

*ゲームの遊び方について 考えてみましょう

無料か有料か、最初は無料でも途中から有料にならないかなどをしっかりと確認し、有料サービスの利用時には、**課金状況を随時確認**しましょう。

「ペアレンタルコントロール（※）」の活用も選択肢の一つです。子ども向けのサービスと思われがちですが、大人でも使うことができます。

自制のためにも設定し、有効に使ってみましょう。

（※）映像ソフトやゲームソフト、インターネット上のウェブサイトやコンテンツに対し、利用や閲覧の制限を設ける機能

啓発出前講座で使用した資料

①事例（希望があったものを事例集から抜粋） カスタマイズなし

障がい者の消費行動と消費者トラブル 事例集

2-2 障がい者の消費者トラブル事例（知的障がい者の事例③）

●事例の概要

支援者から
事例提供

次郎さんはインターネットゲームが大好きです。最近はスマートフォンでゲームを楽しむようになりました。

ある日、ゲームをしていると、有料アイテムの画面が表示されました。ゲームを続けているとポイントが貯まりいつかは手に入るアイテムですが、次郎さんは早くゲームを進めたくて、アイテム購入のボタンを押しました。1個300円だったので、大した金額ではないと思ったのです。それから次郎さんは有料アイテムの画面が出るたびに購入し、どんどんゲームを進めていきました。

翌月、次郎さんは携帯電話の請求書を見てびっくり。2万5000円もの金額になっていました。

携帯電話の料金はお父さんが支払ってくれています。お父さんは次郎さんがもうゲームをしないよう、携帯電話の料金プランを変更しました。

👉 解説とアドバイス

携帯電話（スマートフォン）のゲーム課金によるトラブルは、今回のヒアリングでは、障がいの種類や年齢にかかわらず、数多く見られました。

スマートフォンのゲームには、有料のものや無料のもの、ダウンロードは無料でもゲーム内で課金が発生するものなど、様々な種類があります。この事例は、ゲームに熱中しているうちに、一つ一つのアイテムがさほど高価でなかったこともあり、有料アイテムを次々購入してしまったという事例でした。購入額は、毎月の携帯電話料金と一緒に請求される方式で、月単位で積み重なった請求が来たときには、思っていたよりもずっと高額になっていたのです。また、クレジットカードやプリペイドカードを使って支払う場合もあります。特に、**お金が目に見えない方法で購入すると、お金を使った感覚がなくなりがち**です。よく注意しましょう。今どれだけお金を使っているのか、自分のお小遣いから支払ができるのか、しっかり考えて**ルール作りをすることで、安全にゲームができる環境を作りましょう。**

ほかにも、インターネットなどの通信回線を利用して複数人で遊ぶオンラインゲームでは、ゲーム上で知り合った人とのトラブルも起きています。**個人情報の公開には、細心の注意を払いましょう。**



啓発出前講座で使った資料

②事例（希望があったものを事例集から抜粋）

カスタマイズあり：（本人参加の講座の場合）4コマのイラストのみ



啓発出前講座で使用した資料

②事例（希望があったものを事例集から抜粋）

カスタマイズあり：（本人参加の講座の場合）4コマのイラストのみ



啓発出前講座で使用した資料

③消費生活センターについて（事例集から抜粋）

障がい者の消費行動と消費者トラブル 事例集

消費生活センターに相談しましょう！

？ こんなことで悩んでいませんか？

買物をする前に悩んだら…
買った後、困ったことが起こったら…
お金のことで悩んだら…
自分で判断するのが難しいと感じたら…



消費生活センターに相談しましょう！

消費生活センターや消費生活相談窓口では、消費生活に関する様々な相談や苦情を受け付けています。消費者トラブルに巻き込まれたときはもちろん、トラブルになっていない場合でも、契約する前に分からないこと、不安なことがあれば、気軽に相談してみましょう。

電話での相談のほか、相談窓口で相談員と会って相談することもできます。相談は無料で、相談する方の秘密は守られます。

専門の知識を持った消費生活相談員が、あなたのお話を聞きながら、トラブル解決のお手伝いをしてくれます。

啓発出前講座で使用した資料

③消費生活センターについて（事例集から抜粋）

障がい者の消費行動と消費者トラブル 事例集

消費生活センターに相談しましょう！

？ 消費生活センターとは？

消費生活センターは、全国の都道府県・市町村に約850か所あり、各地方公共団体が設置しています。**国家資格を持った消費生活相談員やそれに準じた専門知識・技術を持った人が対応**します。消費者関連の法律に基づき、解決のためのアドバイスをしたり、必要に応じて事業者との間に入ってあっせんを行ったりして被害の回復を図ります。**相談は無料**です。

？ 消費者ホットライン **188** のご案内

消費者ホットライン188は、**全国共通の電話番号**で、**地方公共団体が設置している身近な消費生活相談窓口**をご案内いたします。

年末年始（12月29日～1月3日）を除いて、**原則毎日ご利用いただけます**。

契約や悪質商法におけるトラブル、製品・食品やサービスによる事故等のご相談で、どこに相談してよいか分からない場合には、一人で悩まずに、**消費者ホットライン188番**をご利用ください。



消費者庁 消費者ホットライン188
イメージキャラクター イヤヤン

「消費者ホットライン」188 御案内の流れ

188を押す

のアナウンスが流れます。
アナウンスに従って、
の操作をお願いします。

「こちらは消費者ホットラインです。最寄りの相談窓口を御案内いたしますので、お住まいの郵便番号が分かる方は1を、そうでない方は2を押してください。」

郵便番号が分かる

1を押す

「お住まいの郵便番号を7桁で入力してください。」

郵便番号が分からない

2を押す

固定電話から

「お住まいの地域を選択してください。
〇〇市は①を、〇〇市は②を…押してください。」

携帯電話から

「現在相談を受け付けている最寄りの相談窓口へおつなぎいたします。この通話は、〇〇秒ごとに、およそ〇〇円の通話料金で御利用いただけます。」

※窓口が開設していない時間帯などは、窓口の名称、電話番号及び受付時間のアナウンスが流れます
（注）相談窓口へつなげた時点から、通話料金の御負担が発生します（相談は無料です。）。

最寄りの消費生活センター等

市区町村の窓口が開設していない場合など、都道府県の窓口を御案内することもあります。

操作が分からなくなってしまったら…

どのように操作すれば良いのかわからなくなってしまったら、しばらくそのままお待ちください。最寄りの都道府県の消費生活センターなどへご案内します。

消費者庁
Consumer Affairs Agency

啓発出前講座で使った資料

③消費生活センターについて（事例集から抜粋）

障がい者の消費行動と消費者トラブル 事例集

消費生活センターに相談しましょう！

？ 知っておきましょう

トラブルの解決をスムーズにするために書類の準備や、相談時に聞かれることを知っておきましょう。

① トラブルのもとになった商品やサービスに関する書類を用意しておきましょう。

もしあれば用意しておくもの

- ・商品やサービスの保証書
- ・契約書など、約束ことが書かれた書類
- ・請求書や領収書など金額が分かるもの
- ・商品やサービスのパンフレットなど

★インターネットに関係するものは、画面やURLなどが残っていれば、プリントアウトしておきましょう。

★スマートフォンに関係するものは、画面が残っていれば、スクリーンショットを撮っておきましょう。

② 相談するときに聞かれることを知っておきましょう。

- ・街で声を掛けられた、ネットで見付けたなど、契約のきっかけ
- ・契約をしようと思った理由
- ・契約日
- ・契約・購入した商品・サービスはどんなものか
- ・契約金額
- ・支払方法
- ・契約事業者名 など

★トラブル解決のために、商品・サービスのことや、契約についての情報が必要です。相談員があなたにお聞きします。

★メモにしておくと、相談しやすいかもしれません。

啓発出前講座で使用した資料

③消費生活センターについて（事例集から抜粋）

障がい者の消費行動と消費者トラブル 事例集

消費生活センターに相談しましょう！

③あなたの最寄りの消費生活センターは？

あなたがお住まいの県や市町村には、消費生活センター、又は、消費生活相談窓口が設置されています。（※1）

最寄りのセンターや窓口の電話番号が分からない場合は、「**188**」（※2）に電話を掛けましょう。郵便番号を入力するか、お住まいの地域を選択すると、最寄りのセンターにつながります。（※3）

※1 独立行政法人国民生活センターのHPから全国の消費生活センターを検索することができます。

(<http://www.kokusen.go.jp/map/index.html>)

※2 「消費生活センター」や、「188」については、105ページをご覧ください。

※3 最寄りのセンターが休みの場合等、都道府県センターや独立行政法人国民生活センターにつながる場合があります。

④相談しましょう！

★相談の方法は？

センターに電話をして相談するか、センターに出向いて相談しましょう。

センターに出向く場合は、できれば事前に電話をしてセンターが開いている時間等などを確認しておきましょう。①で準備した書類があれば、手元に置いておきましょう。

センターに行ったり電話を掛けたりすることが難しい場合、FAXやメールで相談を受け付けてくれるセンターもあります。最寄りのセンターに確認してください。

★相談は自分でしましょう！

相談は原則として、本人がしてください。 難しければ、支援者に付き添ってもらいましょう。

★相談に関係する情報を聞かれます！

相談者の名前、年齢、住所など、**トラブル解決のために必要な情報は細かく聞かれます。** 相談員には守秘義務があるため、これらの情報が本人の同意なしに外部に漏れることはありません。

啓発出前講座で使用した資料

④見守り新鮮情報 (独立行政法人国民生活センターウェブサイト)

見守り 新鮮情報

銀行の業界団体を名乗る男から、「消費税増税の関係で、高齢者に社会保険料の一部が戻ることとなった。通帳とキャッシュカードの番号を教えてほしい。お宅は4万円戻る」と電話があった。(80歳代 男性)



©Kurosaki Gen

消費税率引き上げに 便乗した詐欺に注意

ひとこと助言

便乗詐欺に注意



見守るくん

- 社会的に話題になっている出来事を悪用し、言葉巧みに近づく詐欺手口が見られます。今後、消費税率の引き上げに便乗した手口の発生が予想され、注意が必要です。
- 金融機関や行政等が、消費税増税を理由に消費者個人に電話をかけてくることはありません。「お金が戻ってくる」等と言われても信用してはいけません。
- 着信番号通知や録音機を活用し、知っている人以外の電話には直接出ないということもトラブルを避ける一つの方法です。
- 不審な電話があったら、すぐに最寄りの警察やお住まいの自治体の消費生活センター等にご相談ください(警察相談専用電話「#9110」、消費者ホットライン「188」)。

本文イラスト：黒崎 玄

見守り新鮮情報 第346号 (2019年9月3日) 発行：独立行政法人国民生活センター

啓発出前講座で使用した資料

⑤「消費者ホットライン」188チラシ
(消費者庁ウェブサイト)

全国共通の電話番号
「消費者ホットライン」188

い や や!

このようなことで、困った時は
消費生活相談窓口にご相談ください。

家の無料点検を受けたら
リフォームをすすめられた…

お試し購入のはずだったのに、
2回目、3回目が届いた…

2回目から
値段が高い…

危険い、おかしいと思ったことは、ありませんか?

整体マッサージで
痛みをこらえてたら
骨折した…

古い家電製品から
異様な匂いや
異音がする…

困ったときは一人で悩まずに、
「消費者ホットライン」188に
御相談ください。

地方公共団体が設置している身近な消費生活
センターや消費生活相談窓口をご案内します。

い や や!
188泣き寝入り!
と覚えてね

消費者庁
Consumer Affairs Agency

表

「消費者ホットライン」188 御案内の流れ

188を押す

のアナウンスが流れます。
アナウンスに従って、
の操作をお願いします。

「こちらは消費者ホットラインです。最寄りの相談窓口を
御案内いたしますので、お住まいの郵便番号が分かる方は1を、
そうでない方は2を押してください。」

郵便番号が分かる 郵便番号が分からない

1を押す 2を押す

「お住まいの
郵便番号を7桁で
入力してください。」

「お住まいの地域を
選択してください。
〇〇市は[1]を、〇〇市は
[2]を…押してください。」

「現在相談を受け付けている最寄りの相談窓口へ
おつなぎいたします。この通話は、〇〇秒ごとに、およそ〇〇円の
通話料金で御利用いただけます。」

※窓口が閉所していない時間帯などは、窓口の名称、電話番号及び受付時間のアナウンスが流れます

注)相談窓口へつなげた時点から、通話料金の御負担が発生します(相談は無料です。)
携帯会社の通話料金定額サービス等でも別途ナビダイヤル料金が発生します。
相談窓口に直接かけたほうが安くなる場合もあります。

最寄りの消費生活センター等

市区町村の窓口が閉所していない場合など、都道府県の窓口を御案内することもあります。

操作が分からなくなったら…

どのように操作すれば良いのかわからなくなったら、しばらくそのまま
お待ちください。最寄りの都道府県の消費生活センターなどへご案内します。

消費者庁
Consumer Affairs Agency

裏

