

モデルプロジェクト概要

SNSを活用した消費生活相談（SNS相談）を試験的に導入することで、課題や問題点等について検証等を行い、全国展開へつなげる。

問題意識・課題

- 近年、SNSの利用増加に伴い、若者を中心に、電話を利用しない傾向
- 若者は、トラブルに遭っても消費生活センター等の相談窓口相談をしない傾向
- 2022年4月の成年年齢の引下げを踏まえ、18歳～19歳の消費者トラブルを防止する必要性
- ▶ 若者の消費者トラブル防止・救済に向けた取組の推進が急務

実施する取組

- SNS相談実施に係る相談受付・相談対応体制の試行・検証
- 実証に基づく相談対応ノウハウの収集・整理

成果イメージ・効果

- SNS相談を導入する地方公共団体の参考となるマニュアルの作成・更新・公表
- SNS相談の導入促進

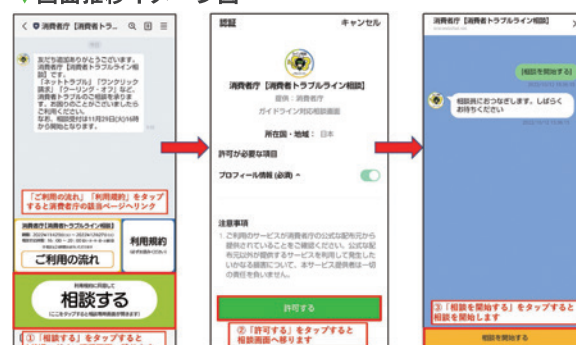
これまでの主な取組・成果

- 01 各実証地域での試行（2019年度：徳島県、2020年度：徳島県・広島市、2021年度：兵庫県・和歌山県・広島市・京都府、2022年度：全国）
※徳島県は2年間の試行を基に、2021年11月からSNS相談を本格導入
- 02 「SNSにおける消費生活相談対応マニュアル」の作成（2022年4月公表）

2022年度取組

- 実証地域
全国
- 目指す成果
消費者・相談員双方が使いやすい
SNS相談の標準的手法の確立
- 2022年度実証後の予定
「SNSにおける消費生活相談対応マニュアル」を更新。同マニュアルを地方公共団体に提供し、SNS相談の導入を促進。

▼画面推移イメージ図



※実際の表示画面とは異なる場合があります。

デジタル技術を活用した情報発信・普及啓発

モデルプロジェクト概要

デジタル技術を活用した情報発信・普及啓発を戦略的に展開し、消費者の年代・特性に合わせて効率的・効果的に情報を届ける。

問題意識・課題

- デジタル化の急速な変化に伴う消費者トラブルの増加が懸念される一方、情報発信・啓発ツールとしてのデジタルデバイスの活用も課題
- 2022年4月の成年年齢の引下げを踏まえ、18歳～19歳の消費者トラブルを防止する必要性
- ▶ デジタル社会に対応したツールを活用し、若年層を始め幅広い世代のライフスタイルに対応した情報発信や普及啓発が必要

実施する取組

- 啓発用教材の普及啓発
- 若者を対象とした消費者庁LINE公式アカウント「消費者庁 若者ナビ！」を通じた情報発信

パワーポイント教材

デジタル消費生活へのスタートライン



消費者庁LINE

公式アカウント



デジタル教材

デジタル社会の消費生活



成果イメージ・効果

- 消費者における消費生活のデジタル化に対する知識や能力の向上
- 社会における消費者トラブルの未然防止

これまでの主な取組・成果

- 01 啓発用教材「デジタル消費生活へのスタートライン」の作成（2021年4月公表）
- 02 消費者庁LINE公式アカウント「消費者庁 若者ナビ！」（2021年8月開設）
- 03 啓発用デジタル教材「デジタル社会の消費生活」の作成（2022年3月公表）

見守りネットワークの更なる活用

モデルプロジェクト概要



徳島県内における消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の活動の充実・強化を図るとともに、見守りネットワークの先駆的モデルを構築する。また、全国の見守りネットワーク設置後の効果や取組事例を収集するとともに、見守りネットワークの全国設置を促進する。

問題意識・課題

【政策目標：都道府県内見守りネットワーク設置人口カバー率50%以上】

- 全国29都道府県が未達成（2023年5月末時点） ▶ 設置促進が重要
- 徳島県は全24市町村で設置済 ▶ 活動内容の更なる充実・強化
- ✓見守りネットワークにおける情報の伝達と連携
- ✓民間企業や福祉部局との連携強化方法の検討

実施する取組

【全国への働きかけ】

- 見守りネットワークの全国設置促進

【先駆的モデルの構築】

- 見守り現場での情報共有の在り方の検討
- 徳島県から県下市町村への見守り情報の共有
- 民間企業との協働

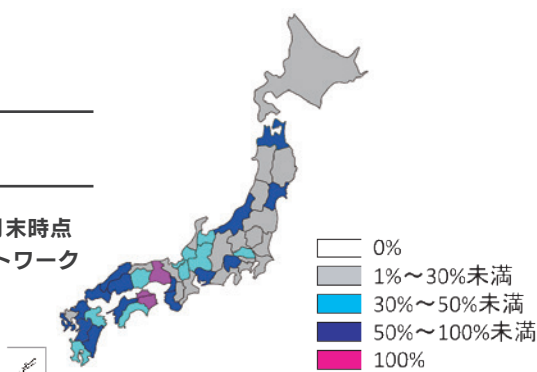
【全国の取組モデルの収集】

- 見守りネットワーク設置後の効果把握・取組事例の収集

成果イメージ・効果

- 見守りネットワークの全国設置数増
- 見守りネットワークの先進事例の構築、取組効果の検証

2023年5月末時点
見守りネットワーク
設置状況



これまでの主な取組・成果

01 「見守りネットワーク設置事例集in徳島」の作成（2019年8月公表）

02 「支援者の「見守る力」及び障がい者の「気づく力」の向上」、「地域の見守り活動への消費生活協力員・協力団体の活用」、「福祉と消費者被害の見守りの連携」の報告書作成（2021年3月公表）

03 「都市部（徳島市）における見守り体制の検討」の報告書作成、「障がい者向け講座手引書」の作成（2022年3月公表）

若年者向け消費者教育の推進

モデルプロジェクト概要

2022年の成年年齢引下げを踏まえ、若年者の消費者トラブルの未然防止等を目的に、効果的な若年者向け消費者教育を実践するための授業手法や取組等を検討する。

問題意識・課題

- 2017年からの3年間の高校生向け消費者教育教材「社会への扉」を活用した授業の実施効果に関する調査によって、授業後の知識・意識の定着率を把握した
- 2022年4月の成年年齢引下げを踏まえ、若年者の消費者トラブルの未然防止等のため、消費生活に関する知識・意識を定着させることが重要
- ▶ 3年前と現在を見比べつつ、知識・意識の定着に効果的な消費者教育の授業方法や取組の検討が必要

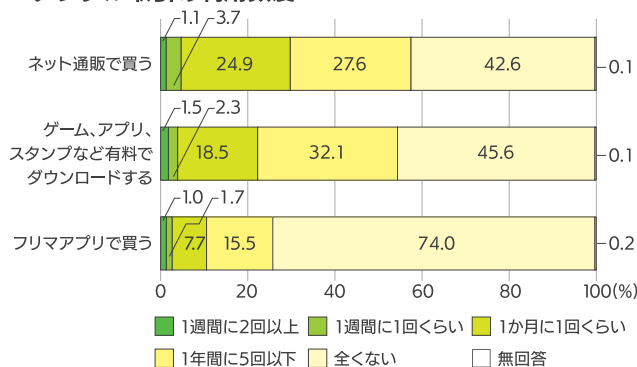
▼社会への扉



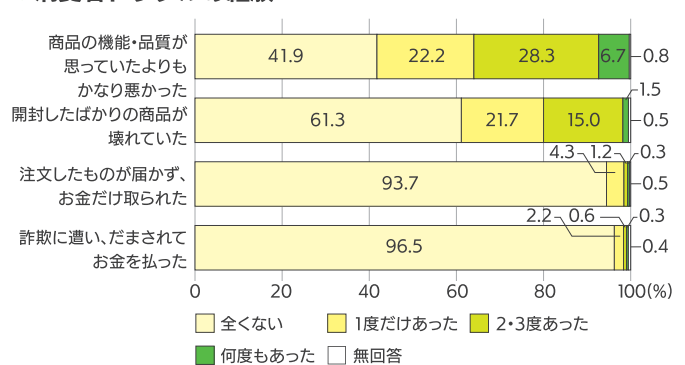
実施する取組

- 高校生のデジタル取引やキャッシュレス決済の利用状況、社会のデジタル化に関連した消費者トラブルの実態を調査(生徒へのアンケート調査)
- 消費者教育の授業手法や取組を調査(教員へのアンケート調査)

▼デジタル取引の利用頻度 (N=4,627)



▼消費者トラブルの経験 (N=4,627)



成果イメージ・効果

- 自立した消費者の育成
- 消費生活に関する効果的な授業手法や取組等に関する情報発信

これまでの主な取組・成果

- 01 徳島県における「社会への扉」を活用した授業の実施効果に関するアンケート調査(2017年度～2019年度)(2020年12月結果公表)
- 02 教員向けの活用事例集を作成(授業の実践例、他の教材との組合せ例等)(2018年6月公表)
- 03 徳島県内の高等学校等における生徒の消費者トラブルの実態と消費者教育の実施効果に関する調査(2021年度)(2023年3月結果公表)

特別支援学校(高等部)向け 消費者教育用教材の普及

モデルプロジェクト概要

特別支援学校(高等部)の主に知的障害のある生徒を対象とした消費者教育用教材について、教材を活用した授業等の事例集と併せて、全国への普及を図る。

問題意識・課題

- 特別支援学校の生徒が悪質な業者にだまされるなど、トラブルに遭うことが想定される
- 高校生向け教材である「社会への扉」が、特別支援学校の生徒にはやや難解であると言われていることを踏まえ、主に知的障害のある生徒を対象とした教材を開発
- 2022年4月に成年年齢が引き下げられ、消費者被害の未然防止のための教育を実施する必要

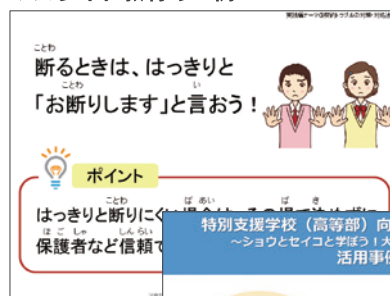
実施する取組

- 開発した教材・活用事例集を特別支援学校等に周知し、教材を活用した授業・出前講座の実施を支援
- 活用事例や学校等からのヒアリング・アンケートを踏まえた教材の見直しの検討

〔開発した教材の特徴〕

- 特徴01** 学習指導要領と関連付けた「基礎編」と「実践編」の2部構成
- 特徴02** 教員がカスタマイズ可能なスライド教材
- 特徴03** 断り方や相談の仕方を高校生のキャラクターと一緒に学ぶスタイル
- 特徴04** スライドの見やすさ・わかりやすさの工夫(1スライドにつき1メッセージ等)

▼スライド教材の一例



▼活用事例集



成果イメージ・効果

- 特別支援学校での効果的な消費者教育を推進

これまでの主な取組・成果

- 01** 教材「ショウとセイコと学ぼう! 大切な契約とお金の話」(活用の手引、ワークシート等)を開発(2021年6月公表)
- 02** 開発した教材を活用した7つの授業・出前講座の事例集を作成(2022年3月公表)

高齢者向け消費者教育教材を活用した事例収集

モデルプロジェクト概要

主に高齢者を対象とした、デジタル関連の消費者トラブルを回避するための知識を学べる既存教材を活用した出前講座の事例を収集の上、活用事例集を作成し、効果的な消費者教育を推進する。

問題意識・課題

- 社会のデジタル化の進展に伴い、対面での取引だけでなく、ネット通販やオンラインでのサービスの提供が行われる等、高齢者を取り巻く生活環境は大きく変化している
- 特にデジタル機器に不慣れな高齢者等に対し、デジタル関連の消費者トラブルの防止が課題
- 主に高齢者を対象とした消費者教育教材を活用し、啓発する必要がある

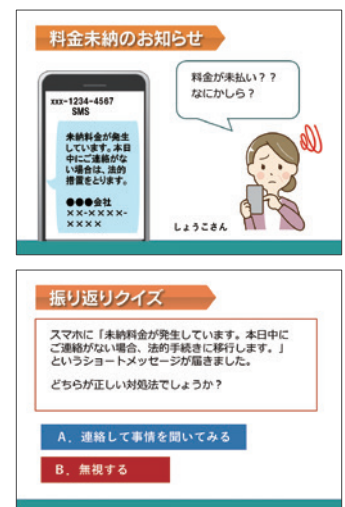
実施する取組

- 都道府県を通じて全国の地方公共団体に教材を周知するとともに、教材を活用した高齢者等を対象とする出前講座の実施を支援
- 出前講座を実施する際の参考となるよう、本教材を活用した講座の事例を収集し、活用事例集を作成

【実施例】

- 消費生活相談員等による出前講座での説明資料として活用し、振り返りクイズで消費者トラブル防止に関する知識の定着を図るとともに、講師の教材作成の負担を軽減した
- 地方公共団体主催のスマートフォン相談会と併せて、教材を用いた啓発活動を実施し、スマートフォンの操作方法とセットでトラブル防止方法を説明することで、啓発効果の向上を図った
- 啓発イベントやケーブルテレビで動画教材を繰り返し放映し、住民が視聴する機会を増加させることで、消費者トラブルの防止に関する意識の向上を図った

▼ 高齢者向け消費者教育教材



成果イメージ・効果

- デジタル関連の消費者トラブルの未然防止
- 地域における効果的な消費者教育の推進

公益通報者保護制度の実効性の 向上に向けた取組

モデルプロジェクト概要

公益通報者保護制度の実効性の向上に向け、

- ・全国の地方公共団体における内部・外部公益通報対応体制の充実を促進
- ・地方公共団体を含めた事業者等に対する、更なる周知・啓発の実施

問題意識・課題

〔改正公益通報者保護法:2020年改正(2022年6月施行)〕

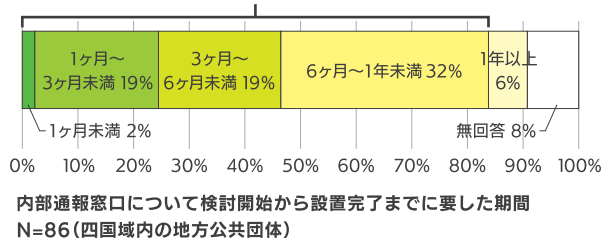
- 行政機関における外部公益通報対応体制の整備の義務化
- 公益通報者の保護要件を緩和
- ▶ **全国の地方公共団体への働きかけが重要**
- 内部公益通報対応体制の整備の義務化(従業員数300人以下は努力義務)
- 従事者に守秘義務を法定 ⇒ 守秘義務違反には刑事罰導入
- ▶ **事業者等への更なる周知・啓発が必要**

実施する取組

- 全国の地方公共団体における体制整備の促進
 - ✓ 地方公共団体向け説明会の実施
 - ✓ 説明会をきっかけとした市区町村への働きかけ
 - ✓ 体制整備で先行する地方公共団体のノウハウ等を活用した支援
- 事業者等への周知・啓発、体制整備の促進
 - ✓ 事業者等への出前講座の実施等

▼ 四国域内での窓口設置・運用に関するアンケート結果(一部抜粋)

8割以上の自治体が1年未満で設置を完了



成果イメージ・効果

- 全国の地方公共団体における内部・外部公益通報対応体制の充実
- 公益通報者保護制度についての認知度及び意識の向上、事業者における違法行為の早期是正・被害の拡大防止



地方公共団体向け説明会の様子
(2022年9月 於 福岡県)

これまでの主な取組・成果

- 01 徳島県、香川県、愛媛県の自治体において公益通報窓口(内部・外部)の設置率100%を達成(2020年度)
- 02 四国域内で窓口設置・運用に関するアンケートを実施、体制整備で先行する地方公共団体のノウハウ等を収集(2021年度)
- 03 全国複数箇所(沖縄県、大阪市、福岡県、広島県、北海道、山口県等)で、説明会・講師派遣・ヒアリングを実施(2022年度)

消費者志向経営の推進

モデルプロジェクト概要



持続可能な社会の実現に向けては消費者と事業者の連携・協働が重要との観点から、
中小企業を含む幅広い事業者へ消費者志向経営を推進する。

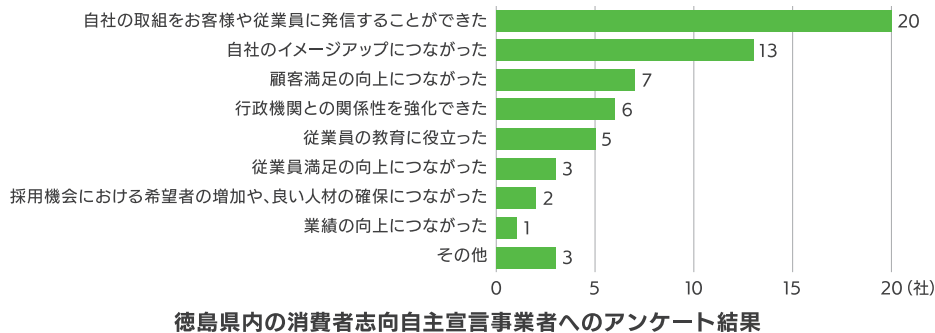
問題意識・課題

- 従来の事業者への規制等のみならず、持続可能な社会の実現に向けては、
消費者、事業者との連携・協働が重要
- 今後は、中小企業を含む幅広い事業者への消費者志向経営の裾野拡大が課題
[消費者志向経営の3つの活動]
✓みんなの声を聴き、かついかすこと
✓未来・次世代のために取り組むこと
✓法令の遵守／コーポレートガバナンスの強化をすること

実施する取組

- 四国等の中小企業を中心とした消費者志向自主宣言及びフォローアップ活動の推進
- 消費者志向経営の取組等についての事例収集 ● シンポジウム等を通じた普及啓発

▼消費者志向自主宣言・フォローアップ活動へ参加後に感じた効果(3つまで)(N=28)



▼令和元年度内閣府特命担当大臣表彰
(徳島県「株式会社広沢自動車学校」)



成果イメージ・効果

- 全国的な消費者志向経営の推進 ● 地方公共団体・事業者団体等との連携強化、拡大
[四国の自主宣言事業者の主な業界]
・食品、飲料、酒造 ・ 生活用品メーカー ・ 金融、保険 ・ 広告、印刷、メディア
・自動車販売 ・ 自動車学校 ・ 建築、インフラ ・ IT、電子機器 ・ 飲食店 ・ 宿泊施設 など

これまでの主な取組・成果

- 01 四国内の自主宣言事業者数 計135社(徳島県69社、愛媛県49社、香川県12社、高知県5社)(2023年5月末時点)
※全国の自主宣言事業者数は480社(2023年5月末時点)(うち徳島県の事業者数は69社であり、東京都の194社につぎ全国2位)
- 02 徳島県内の消費者志向自主宣言事業者(2021年4月末時点:36社)を対象に、アンケート調査及びヒアリングを実施
(2022年1月公表)

エシカル消費の普及啓発

モデルプロジェクト概要

徳島県内の小中学校等において、エシカル消費に関する教材を活用した授業を試験的に実施するとともに、活用事例の収集等を行い、エシカル消費の普及啓発を行う。

問題意識・課題

- 全国を対象にした「令和4年度第3回消費生活意識調査」(2022年11月実施)によると、エシカル消費の認知度は26.9%であった

(参考) 徳島県でのエシカル消費の認知度

26.4%(2017年度)→58.8%(2022年度)

※徳島県における『倫理的消費(エシカル消費)』に関する消費者意識調査

- ▶ より一層のエシカル消費の普及啓発のため、全国の小中学校等の学校現場におけるエシカル消費教育教材の活用が重要

実施する取組

- 教材を活用した授業の現地調査、教員へのヒアリング、生徒へのアンケートを実施し、活用事例集を作成
- エシカル甲子園における大臣賞・長官賞授与

▼エシカル甲子園2022 大臣賞授与



成果イメージ・効果

- 啓発資材の普及活動の有効事例を集め、改良しながら啓発資材の全国展開につなげる

		n=	%		
全体		5,000	7.6	19.4	73.1
年代	10歳代	260	12.3	14.6	73.1
	20歳代	532	12.2	24.2	63.5
	30歳代	627	11.0	21.4	67.6
	40歳代	827	8.5	22.7	68.8
	50歳代	756	7.8	17.3	74.9
	60歳代	718	5.7	21.6	72.7
	70歳代	1,278	3.3	15.2	81.5

◀エシカル消費の認知度

- 言葉と内容の両方を知っている
- 言葉は知っているが内容は知らない
- 言葉と内容のどちらも知らない

参考: 令和4年度第3回消費生活意識調査

これまでの主な取組・成果

- 01 エシカル消費に関する取組事例の取材(2019年度に39事例を随時公表)
- 02 徳島県内で実施されたエシカル消費に関する取組事例集(2021年3月公表)
- 03 サステナブルファッションに関するシンポジウム(2021年7月、12月、2022年3月、2023年6月に計4回開催)

消費者向け食品ロス削減啓発

モデルプロジェクト概要

食品ロス削減に向けた効率的な普及啓発を行うため、効果的な啓発物及び手段を検証し、全国展開を行っていく。

問題意識・課題

- 我が国の食品ロス量は年間523万トンであり、その約半分は、家庭から発生しており、削減促進が急務
- 2017年度に実施した家庭における食品ロス削減に関する実証事業を踏まえた「実践しやすく効果的な取組」の内容を消費者へ浸透させることが重要
- ▶ 効果的な啓発物及び手段を検討し、消費者の意識変化・行動変容を促す

実施する取組

- 2023年度は、食品ロス削減の更なる削減に向けた啓発手法の開発・活用
- 幅広い世代へ効果的な行動変容を促すことを目的とし、最適な啓発手法の提供と指導方法を調査・検討する
- これまでに作成した絵本等啓発資材の普及促進

▼ 啓発絵本 (2022年6月公表)



▼ 啓発絵本 (2022年9月公表)



©TPC ©KSW

▼ 食品ロス削減月間に使用したデスクマット型ポスター



©TPC ©KSW

成果イメージ・効果

- 検討、実証を通じて、課題、問題点を整理し、効果的なモデルを作成
- 食品ロス削減に関する普及啓発を促進

これまでの主な取組・成果

- 01 徳島県における食品ロスの削減に資する取組の実証調査に関する報告書(2018年7月公表)
- 02 流通店舗をフィールドにした消費者向け食品ロス削減啓発モデル事業報告書(徳島県)(2021年8月公表)
- 03 流通店舗をフィールドにした消費者向け食品ロス削減啓発モデル事業報告書(中国・四国地方)(2022年6月公表)
- 04 幼児及び保護者向けの啓発資材(絵本)の作成(2022年6月及び9月公表)

住環境における高齢者の安全等に関する調査

モデルプロジェクト概要

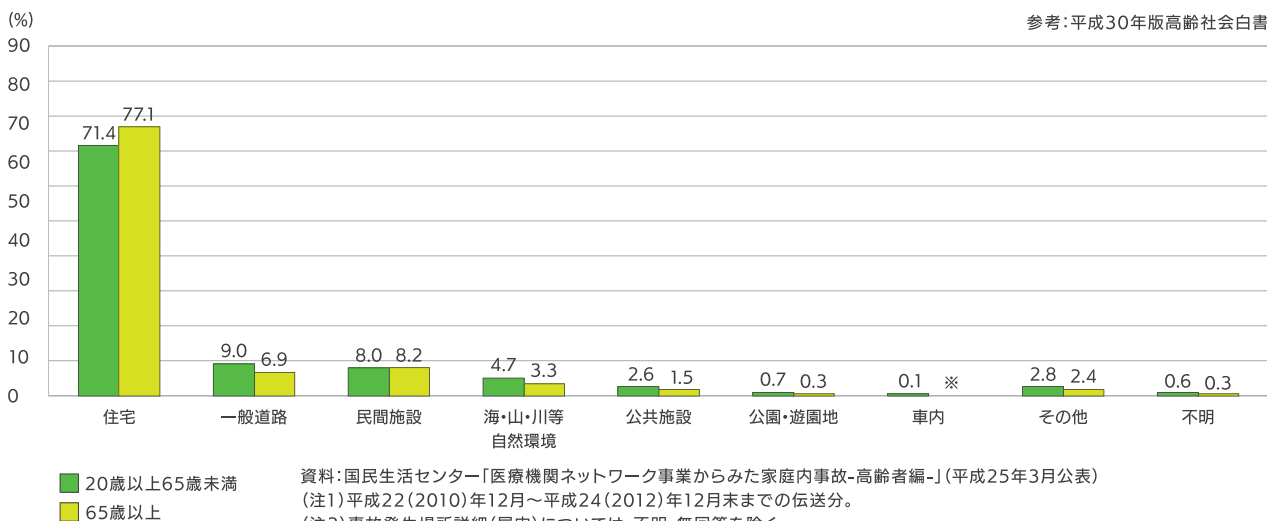


高齢者の住宅での事故発生件数が多いことを踏まえ、高齢者の住環境における安全への意識及び高齢者の住環境の現状についてアンケート調査及びヒアリング調査を実施し、高齢者の安全確保に関する取組を講ずるにあたっての基礎資料とする。

問題意識・課題

- 日本の65歳以上人口は増加傾向、高齢者の事故防止の取組が必要
- 高齢者は、在宅時間の長さ、身体機能の変化等により、住宅での事故が多い
- ▶ **高齢者の安全への意識及び住環境の現状を調査し、
高齢者が安全に生活するための注意点等を整理**

▼事故発生場所



実施する取組

- 高齢者を対象に、住環境の安全への意識等について、アンケート調査及びヒアリング調査を実施

主な調査結果

- 01** けがをした・しそうな場所でも多いのは「階段」、製品は「脚立・踏み台」であった⇒「転倒・転落」に関する事故の経験
- 02** 自宅の事故防止に関して「特に利用している製品、サービスはない」人は多い
- 03** 半数以上が自宅の設備に「問題がある、改善したいと感じている点はない」⇒事故防止を意識し、対策が重要

成果イメージ・効果

- 住環境における高齢者の事故防止に関する注意喚起等の参考資料として活用
- 住環境における高齢者の事故を未然に防止し、消費者の安全を確保

PROJECT

12

モデル

海外における消費者安全に関する 法的規制等の調査

モデルプロジェクト概要

海外ではデジタル時代における消費者向け製品の性質とリスクを反映した法整備が進められているところ、海外の法的規制等の整備状況及びその規制内容等を調査し、今後の研究のための基礎資料とする。

問題意識・課題

- 欧米等の諸外国では、デジタル時代における消費者向け製品の生産、流通及び運用のあり方に大きな変化が起きている
- 日本においても、新型コロナウイルス感染拡大等を受け、社会のデジタル化が大きく進んでいる。そのため、海外のデジタル社会における法的規制等の整備の動向を把握することが重要
- ▶ **海外で検討されているデジタル時代における消費者向け製品の性質とリスクを反映した法的規制を調査することが必要**

実施する取組

- 海外における法的規制等の整備状況及びその規制内容等の調査

▼調査対象法令の主な特徴等

法 令	公 表	内 容
製造物責任指令案	2022.9.28	対象製品の拡大(ソフトウェア等含む)、責任範囲の拡大(フルフィルメントサービス提供者、オンラインプラットフォーム提供者等を追加)等を見直した内容。
AI責任指令案	2022.9.28	AIによって生じた損害の被害者が、製品一般によって生じた損害の被害者と同等の民事上の保護を受けられるようにする規定を整備。
AI規則案	2021.4.21	AIシステム利用に関するリスクを4つのレベルに分類し、リスクの程度に応じた規制を導入。
一般製品安全規則案	2021.6.30	オンラインマーケットプレイスの危険製品への対応に関する規定を追加。

※上記のほか、米国における関連する裁判例も調査

成果イメージ・効果

- 消費者安全政策における基礎資料とする

今後の取組

- 国際消費者政策研究センターにおいて研究を進める

消費者の心理的特性等に応じた 注意喚起に係る実証

モデルプロジェクト概要



消費生活相談件数が多いインターネット通販を中心によく見られる、合理的な思考が妨げられてしまうおそれのある表示内容について、どのような属性・心理的特性等を持った消費者が影響を受けやすいのかを調査した上で、調査結果を踏まえた効果的な注意喚起の方法に係る実証を行う。

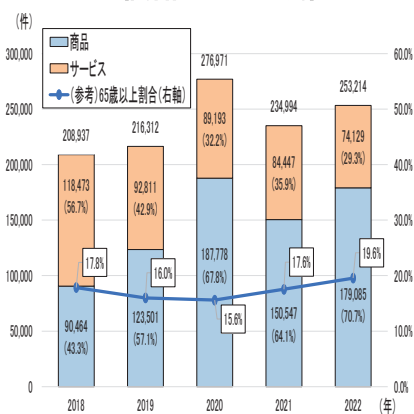
問題意識・課題

- 社会のデジタル化に伴い、インターネット利用率が高水準となっている
- 一方、インターネット通販に係る消費生活相談件数も高止まりといえる状況
- ▶ より効果的な注意喚起のためには、消費者の属性や心理的特性等に応じた啓発が必要

実施する取組

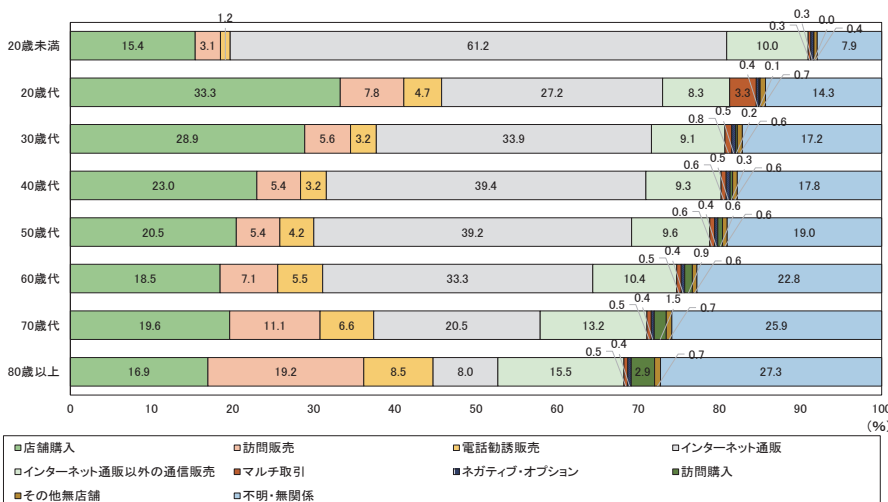
- 消費者心理的特性等調査の実施
- 調査を踏まえた効果的な啓発物の作成・効果の実証

▼「インターネット通販」に関する 消費生活相談件数の推移 (商品・サービス別)



(備考)
PIO-NETに登録された消費生活相談情報
(2023年3月31日までの登録分)。

▼消費生活相談の販売購入形態別割合(年齢層別・2022年)



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2023年3月31日までの登録分)。
2. 「インターネット通販」の相談については、いわゆる通常のインターネット通販より広い概念を含んでおり、インターネットサイトを利用したサイト利用料、インターネットゲーム等も、消費生活相談情報では「インターネット通販」に入るため、データの見方には注意が必要。

「令和5年版消費者白書」から引用

成果イメージ・効果

- 行政による、より効果的な注意喚起が可能となる
- 個々の消費者の心理的特性等に応じて、特にどのような表示内容に気を付けるべきかに係る理解を促進することで、不合理な消費行動のリスクを低減する