

消費者安全確保地域協議会 (見守りネットワーク) プロジェクト報告書

プロジェクトテーマ

4. 都市部(徳島市)における見守り体制の検討

令和4年3月



消費者庁
Consumer Affairs Agency, Government of Japan

新未来創造戦略本部



都市部(徳島市)における見守り体制の検討

1. 目的

新未来創造戦略本部では、これまで徳島県内の市町村の協力を得て、消費者安全確保地域協議会（以下「地域協議会」という。）における見守り活動の充実に係る取組を行い、報告書等で紹介してきた。

人口規模の小さな地方公共団体では、地域住民同士のつながりや、行政内部のつながりも比較的密接で、お互いをよく知った関係が構築されているため、この関係を基に見守り体制の構築や活動の充実が図りやすく、これまでの取組についても一定の効果が期待できる。一方で、人口規模の大きい都市部の地方公共団体においては、高齢者等の見守り対象の絶対数が多いことに加え、都市部特有の人間関係の希薄さ等の背景により、見守り体制の構築に当たっては都市部ならではの工夫が必要であると考えられる。

そこで、都市部における地域協議会の構築・活動の参考となるよう、徳島県内の都市部である「徳島市」（人口 25 万人規模）を対象に、地域協議会の見守り体制について、現状調査を行い、都市部に必要な工夫（特に情報共有の在り方）について検討を行うことを目的として本プロジェクトを実施する。

2. 徳島市見守りネットワーク

徳島市消費者被害防止ネットワーク（消費者安全確保地域協議会）は、徳島市市民文化部市民生活課が事務局となり消費者被害防止のための見守り活動のほか、消費者被害の未然防止のための情報提供や啓発を目的として 2018 年 2 月に設立された。

徳島市消費者被害防止ネットワークには構成員として、徳島市福祉部局やその関係組織だけでなく、民間の金融機関等の事業者団体や弁護士、警察も参画しており（平成 29 年度版「消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)」設置事例集 in 徳島(第 1 集)参照）、主な活動は、構成員間の情報共有を目的とした総会を年 1 回開催するほか、全ての構成員に対して、消費者トラブルの啓発を目的に消費生活センターが作成した広報誌『くらしの広場』を 2 か月に 1 回送付している。



【参考】徳島市消費生活情報誌：くらしの広場令和 3 年 11 月号（広域版）

徳島市内の見守り活動においては、徳島市社会福祉協議会(以下「社会福祉協議会」という。)と徳島市地域包括支援センター(以下「地域包括支援センター」という。)、徳島市民生委員児童委員協議会(以下「民生委員児童委員協議会」という。)の3つの組織が、見守り活動の高齢者との主たる接点となっている。

【参考】各組織の体制

団体名	職員数	担当エリア
社会福祉協議会	正規職員 7 人、介護職含めて約 60 人	徳島市内全エリアを担当
地域包括支援センター	各地域の相談窓口含めて約 65 人	徳島市内を 4 つのエリア（北部、西部、南西部、南東部）に分けてそれぞれ担当
民生委員児童委員協議会	約 520 人	徳島市内 23 行政区のうち、主に自身の居住地区を担当

3. 実態把握

(1) 情報共有の必要性

見守り活動においては、見守りの担い手が、消費者部局の発信する消費者トラブルに関する情報に頻繁に接すれば接するほど、消費者トラブルに対して敏感になり、被害の早期発見、拡大防止につながることを考えられるため、消費者トラブルに関する情報共有の取組が、見守りの現場担当者にまで行き届いていることが重要である。

同様に、見守りの現場担当者が発見した消費者トラブルについては、事務局や消費生活センターへ共有することにより、第二第三の被害を防ぐための注意喚起等につなげることが可能となる。この点、本人が消費生活センターへの相談を望まなかった場合や、福祉の現場担当者によって解決された相談など、何らかの理由で消費生活センターにつなげられなかった消費者トラブルの事例や、それらトラブルの内容などは、日頃から住民宅に訪問し、支援を行っている福祉の現場担当者に聞く以外に詳細を知る方法がないため、現場担当者から地域協議会事務局や消費生活センターへの情報共有も重要である（福祉現場との連携の重要性については「令和 2 年度 プロジェクト報告書（福祉と消費者被害の見守りの連携）」も参照）。

(2) 都市部(徳島市)における情報共有の調査

そこで、人口 25 万人規模の徳島市の福祉現場において発見される消費者トラブルと、その対応をどのように行っているのか、また、消費者トラブルに関する情報提供及び情報収集を行うことを想定した場合の実現可能性等について、徳島市消費者被害防止ネットワークにおいて、高齢者等との主な接点となっている社会福祉協議会、地域包括支援センター、民生委員児童委員協議会の現場担当者へアンケート及びヒアリングを行った。

【アンケート実施内容】

実施時期	2021 年 9 月 29 日(水)～10 月 18 日(月)	
対象組織	社会福祉協議会、地域包括支援センター、民生委員児童委員協議会	
回収枚数	社会福祉協議会	19 人
	地域包括支援センター	39 人
	民生委員児童委員協議会	22 人

【ヒアリング実施内容】

対象組織	社会福祉協議会、地域包括支援センター、民生委員児童委員協議会	
実施時期、人数	2021 年 11 月 16 日(火) 社会福祉協議会	3 人
	11 月 16 日(火) 地域包括支援センター	8 人
	12 月 7 日(火) 民生委員児童委員協議会	2 人(地区会長)

※ヒアリング参加者は、各組織において任意に選出

(3) 調査結果

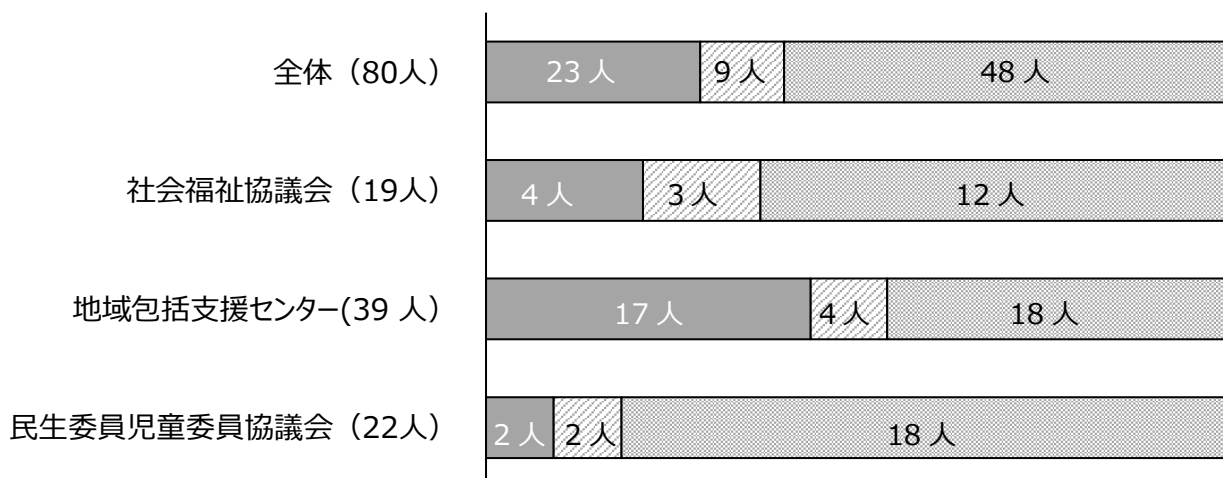
① 発見したことがある消費者トラブルの具体的内容

(アンケート設問)

業務の中で、消費者トラブルと思われる状況を発見したこと、又は、相談を受けたことがありますか？

(N=80 人)

- 発見したこと、又は相談を受けたことがある
- ▨ その時は分からなかったが、今思えば消費者トラブルだったと思う
- 発見したこと、相談を受けたことはない



アンケートでは後日消費者トラブルと気付いた人も含めると、全体の 40%(32 人)が消費者トラブルを発見したことがあると回答していた。

消費者トラブルの種類は複数回答で、点検商法（住宅修理等）15 人、送り付け商法 7 人、かたり商法（身分査証）と無料商法と架空請求がそれぞれ 3 人いた。その他には、結婚詐欺、定期購入、訪問購入、訪問販売、通信販売、先物取引詐欺などの事例があった。

【対応したことがある消費者トラブルのヒアリング】

- ・ 認知症の独居高齢者がサプリメントの定期購入を申し込んでいた。ヘルパーが発見し薬の飲み合わせが悪い等の理由による返品処理を社会福祉協議会職員が対応した。
- ・ 地域包括支援センター職員が利用者宅を訪問した際、机の上に屋根の修理見積書があった。生活保護世帯のため生活資金の余裕はなかったが、本人は高額な修理代金を支払うことで生活ができなくなるということを理解できていなかった。
- ・ 認知症の高齢者が通信販売で薬を購入していたが、家の中に請求書のみがあり、現物は見当たらなかった。本人も薬の現物がなぜないのか分かっていなかったため、消費生活センターに事業者対応を依頼した。
- ・ テレビショッピングを見て、様々な商品を何度も購入している人がいた。訪問の都度それらの商品を見出し、弁護士に相談の上、未使用品は返品を行っているが、買物のし過ぎが生活困窮の一因となっている。
- ・ 民生委員の活動として訪問した住民宅にリフォーム業者が訪ねてきており、しつこく高齢者住民に契約を迫っていたため、民生委員から業者に対し、必要であれば家族から連絡させると言って退去させた。
- ・ 地域包括支援センターを利用している独居高齢者宅に、高額なベッドマットを売りに来たセールスを、その時たまたま居合わせたヘルパーが断っていたが、後日業者が再訪し、結局商品を購入してしまったことが分かった。一括で購入できなかったため、分割で購入契約を行っていたが、本人は認知症のため消費者トラブルだという認識がなく、家族が対応に苦慮している。

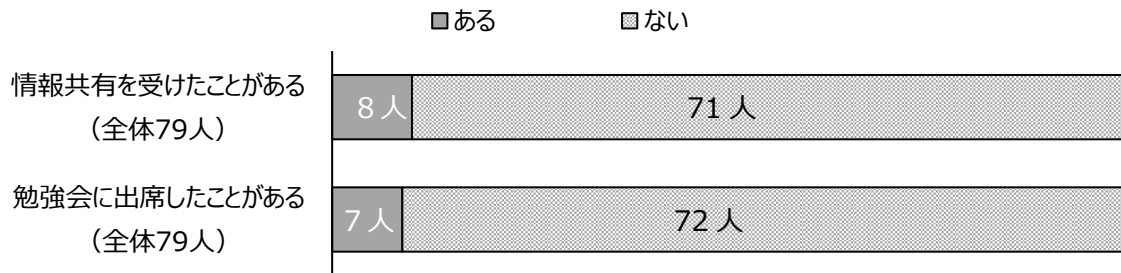
② 消費者トラブルに関する現在の情報共有

(アンケート設問)

これまでに消費者部局から消費者トラブルに関する「情報共有」を受けたことがありますか？

また、同様に消費者トラブルに関する「勉強会」に出席したことがありますか？

(N=79 人) ※無回答を除いて集計



【現在の情報共有についてのヒアリング】

徳島市消費者被害防止ネットワークの取組の一つとして、消費者行政に関する広報誌『くらしの広場』を各組織へ配布しているが、これについて各組織の担当者への認知をヒアリングの場で尋ねたところ、『『くらしの広場』を見たことがない』、『表紙だけは見たことがある』といった回答が多かった。また、民生委員児童委員協議会の地区会長からは、全ての資料を読んではいるが、記載内容が多岐に渡っているため内容が記憶に残っていないといった回答もあった。これらから、協議会事務局としての情報発信が上手く構成員まで届いていない、または届いているが認知・活用されていないということがうかがえる。

さらに、『くらしの広場』の各組織内の共有方法については、主に紙媒体での回覧という形で共有されることが多く、その他の印刷物に紛れて見過ごしがちであるといった声があった。

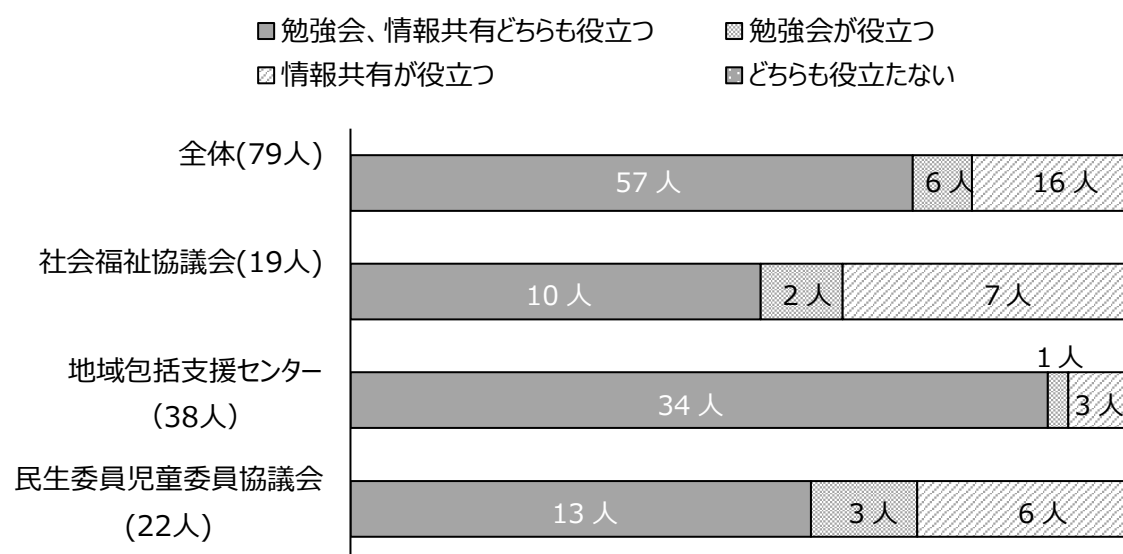
③ 今後の情報共有の在り方

消費者部局から福祉部局や福祉の現場担当者に向けた情報発信と、福祉の現場担当者からの情報を消費者部局に集める情報収集のそれぞれについて実態の把握を行うとともに、今後の情報共有の方法等について意見を聞いた。

a : 情報発信（消費者部局⇒福祉の現場担当者）

（アンケート設問）

消費者部局（消費生活センター）から、消費者トラブル等の情報共有や勉強会等があった場合、自身の業務に役立つと思いますか？ （N = 79 人） ※無回答を除いて集計



情報発信（消費者部局⇒福祉の現場担当者）に関するアンケートでは、消費者トラブルに関する勉強会、又は、消費者トラブル等の情報共有が現場の福祉担当者の業務に役立つのかという観点で確認した。勉強会が情報共有かの手段は別にして、全ての回答者が消費者トラブルに関する情報共有が業務の役に立つと回答していることが特徴的だった。

【情報発信についてのヒアリング】

消費者トラブルに関する情報を消費者部局から福祉の現場に提供することを想定したヒアリングでは、情報共有だと自分で勉強する必要があるが、勉強会であれば直接話を聞くためイメージがしやすいといったものや、勉強会であればその場で質問もできるといった回答があった。

特に、講師として想定される消費生活相談員と面識を持てるので今後電話等で相談するときも相談しやすいといった回答が複数の方からあった。

b : 情報収集（福祉の現場担当者⇒消費者部局）

（アンケート設問）

福祉の現場で発見、対応した消費者トラブルの内容について、消費者部局（消費生活センター）に報告を依頼した場合に、あなたができる対応を選んでください。

（N = 77 人）※無回答を除いて集計



情報収集（福祉の現場担当者⇒消費者部局）に関するアンケートでは、報告書等による情報収集又は対面による情報収集という手段は別として、約 80%の担当者が消費者部局に対する情報収集に協力可能であるとの結果となった。

【情報共有の方法についてのヒアリング】

勉強会やヒアリングを行うことを想定し、具体的な開催時期や必要時間、方法などについても担当者から意見を出してもらったが、組織によって要望が様々であった。

【参考】各組織から聞き取った勉強会の開催時間と頻度

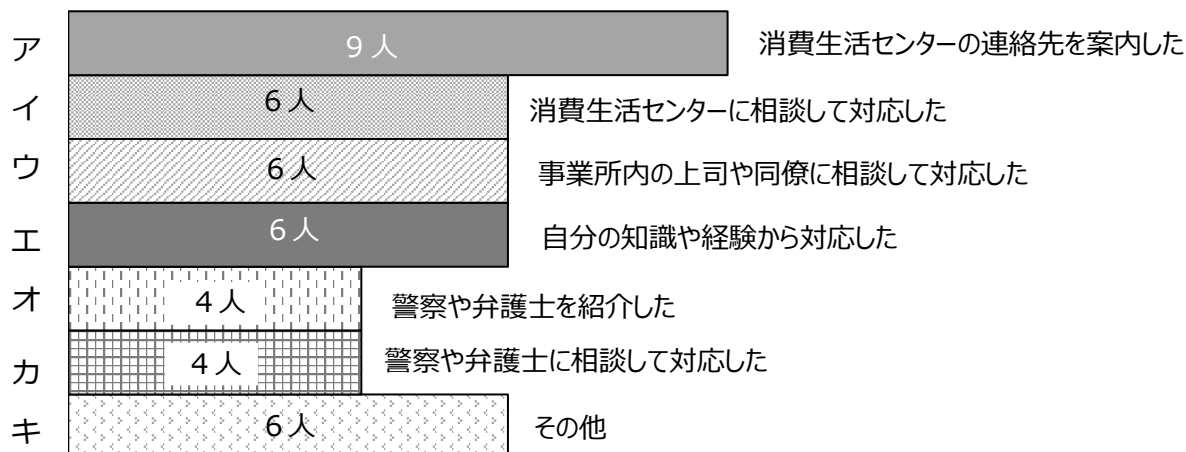
組織	開催時間	開催頻度
社会福祉協議会	1 時間程度／回	1 回／年
地域包括支援センター	1 時間程度／回	1 回／年
民生委員児童委員協議会	15 分程度／回／定例会後	複数回／年

④ 消費者トラブルを発見した際の対応、困りごとについて

(アンケート設問)

福祉の現場で消費者トラブルを発見した時に、どのような対応をしたのか教えてください。

(N = 23 人)



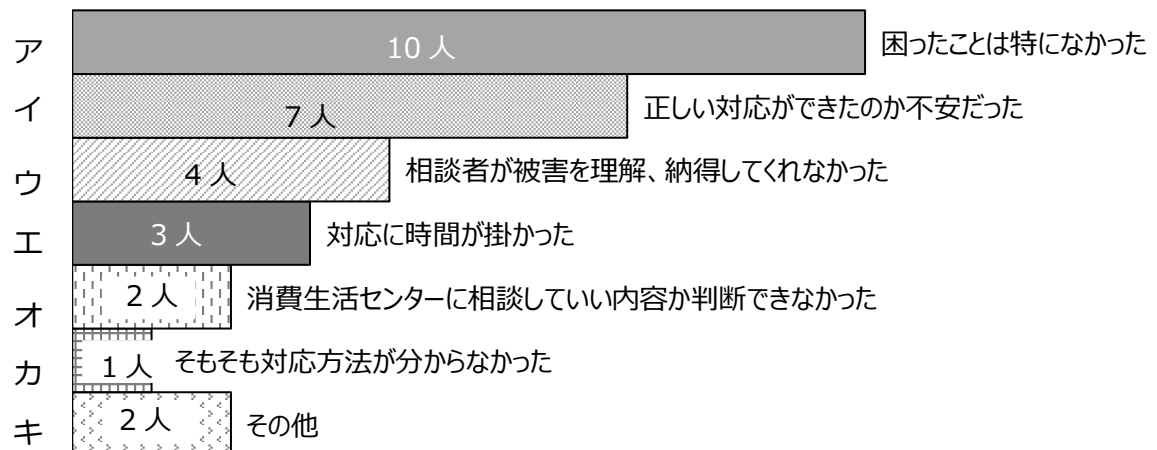
福祉の現場において消費者トラブルを発見したことがあると回答した方（23 人）に対する、実際にどのような対応をしたかというアンケート（複数回答）では、消費生活センターや警察、弁護士等といった専門機関を紹介して終わったという回答のほか、自身の経験や知識を利用して、又は上司や警察など第三者に相談して自身で対応している方が、一定程度いることが分かった。

【実際に消費者トラブルを発見した時の対応】
・ 定期購入の商品が送られてきていたので、直接解約手続を手伝った
・ 特殊詐欺などのトラブルが大きい内容の場合は消費生活センターに相談するが、それ以外は自分の経験則でアドバイスしている
・ 気付いた時は既に消費者被害に遭った後なので、対処することができない
・ インターネットで消費者トラブルの対処方法を検索して対応している

(アンケート設問)

福祉の現場で消費者トラブルを発見したときに、どのような対応をしたのか教えてください。

(N = 23 人)



また、消費者トラブルを発見した時に対応する上で困ったことがあるかというアンケート（複数回答）では、23 人中 10 人は「困ったことは特になかった」を選んでしたが、残り 13 人は「対応に時間が掛かった」「相談者が被害を理解、納得してくれなかった」「消費生活センターに相談していい内容か判断できなかった」など、何らかの対応に苦慮した理由を選択しており、特に「正しい対応ができたのか不安だった」という選択肢は 7 人が選んでいた。

【消費者トラブルの対応をするときに困ったこと】
・ 認知症などの理由から、契約事業者などの情報などがはっきりしないため、情報が明確でないのに消費生活センターに相談していいのかわからない
・ 明らかに消費者トラブルであるが、本人が納得しているためそれ以上踏み込むことができていないがこの対応が正しいのか悩んでいる
・ 消費生活センターに相談していい案件なのかわからないので相談しづらい
・ 発見した時には日数経っており、対処することができない

4. 徳島市における今後の取組（調査結果を踏まえた考察）

アンケート及びヒアリングの結果として、まず徳島市における見守り活動の主な高齢者との接点である社会福祉協議会、地域包括支援センター、民生委員児童委員協議会の方々のうち、約 40%程度が業務の中で消費者トラブルを見かけたことがあることが分かった。

これは昨年度戦略本部で「福祉と消費者被害の見守りの連携」をテーマに、人口 1 万人程度の徳島県海陽町において、社会福祉協議会の職員を対象に実施した出前講座実施後のアンケート調査では、約 60%の方が、業務の中で消費者トラブルを見かけたことがあると回答していたことと比較すると、割合としてはやや少ないものの、人口規模の大きい都市部の地方公共団体においても、福祉の現場担当者が、見守り活動における消費者トラブルの早期発見のきっかけとなり得ることが分かる（「令和 2 年度 プロジェクト報告書（福祉と消費者被害の見守りの連携）」参照）。

また、福祉の現場担当者が消費者トラブルに直面した際に、インターネットで対応方法を検索しているといったことや、担当者個人の経験により対応しているとの実態を踏まえると、正しい情報に基づいた対応でない可能性もある。

このことから、消費者部局から福祉の現場担当者へ消費者トラブルに関する情報共有が重要と考えられるが、消費者部局から発信されている『くらしの広場』等の情報共有については、約 9 割の方が受けたことがないと回答しており、情報の受取手である福祉の現場担当者側が、日々の業務に忙殺される中で、十分に情報を受け取れていないことがうかがえる。

一方で、消費者部局からの情報共有の有用性については、全ての方が消費者トラブルに関する情報共有が業務の役に立つと回答しており、消費者トラブルに関する情報を受け取りたいとの意欲がうかがえる結果であった。

そのため、情報共有の方法として、情報誌やメール等での情報提供ではなく、福祉の現場担当者が業務から切り離された環境と時間の中で、集中して消費者トラブルに関する情報を頭に入れられることができるよう、短時間であっても「勉強会」など消費生活相談員や消費者部局の職員から対面で説明を受ける機会をあえて作ることが、消費者部局から福祉の現場担当者への情報共有として有効と考えられる。

具体的な開催頻度や時間については、組織により適切と考える方法が異なっていたことから、継続して実施ができるよう組織ごとに無理のないような方法を検討する必要があると考えられる。

また福祉部局から消費者部局への情報共有についても、見守りネットワークにおける消費者部局への消費者トラブルの事例の集約の観点から重要であるが、この点、約 8 割の方が協力可能であるとの回答をしており、うち約 6 割の方が、対面又は電話でのヒアリングが可能との回答をしている。

他方で、福祉現場において発見された消費者トラブルについて、そもそも消費生活センターに相談していい案件か判断が付かないといった実態があることを踏まえると、福祉部局から消費者部局への情報共有についても、対面形式で実施する方が、些細なものも含めより多くの情報を共有できるものと考えられる。

このため、徳島市の社会福祉協議会、地域包括支援センター、民生委員児童委員協議会といった見守り活動における高齢者との主たる接点である福祉の現場担当者に向け、消費者トラブルに関する情報共有を目

的とした定期的な勉強会の開催と、地域の消費者トラブルの情報収集を目的としたヒアリングの実施を地域協議会の見守り活動の一環として取り組むため、次年度からの実施に向けて、地域協議会の事務局である徳島市市民文化部市民生活課と徳島市消費生活センターが中心となって検討を行っている。

5. プロジェクト担当所感

「都市部での見守り」をテーマに徳島市の見守りネットワークの実態把握等を行ったが、昨年度の結果も踏まえると、地方公共団体の人口規模によることなく、どの市町村においても、福祉の現場担当者が高齢者等との主な接点となっており、見守り活動としては福祉との連携が欠かせないものであると分かった。また、福祉の現場担当者の半数程度が、業務の中で高齢者等の消費者トラブルを発見したことがあるという点も、市町村共通の実態であった。

他方で、徳島県内だけでなく他県も含め、地域協議会の活動が活発な地方公共団体に見守り活動が上手く行えている理由を尋ねると、「現場担当者同士の間で『顔の見える関係』があるから」、という話を聞くことが多いが、徳島市の社会福祉協議会、地域包括支援センター、民生委員児童委員協議会のそれぞれの組織へヒアリングを行った際にも、この『顔の見える関係』というキーワードが出ている。見守り活動の充実の本質はこの点にあるだろう。

この現場担当者同士の『顔の見える関係』の構築が見守り活動にとっては重要であるが、この関係構築のしやすさが、都市部とそれ以外の市町村の大きな違いではないかと感じている。人口が多くなればなるほど、見守りの担い手の数も関係する組織も増えるが、これに伴い、現場同士の距離が遠くなってくるということが人口の多い都市部での関係構築の難しさなのだろうと想像する。現場同士の距離の遠さは、今回徳島市の福祉の現場担当者へ行ったアンケートやヒアリングにおいて、「消費生活センターに相談していい内容なのか分からない」という意見としても現れてきていたものと考えられる。

人口規模の小さい地方公共団体の場合、見守りネットワークに参画している行政機関の職員や、行政機関以外の構成員の担当者に変更があっても、変更後の職員や担当者同士も知り合いということがよくあるため、元々の属人的なつながりにより『顔の見える関係』が構築しやすい状況があるが、人口規模が大きい地方公共団体において、元々の属人的なつながりがあることはまれであるため、『顔が見える関係』を構築するためには、組織的なつながりや定期的な顔合わせの機会を持つといった工夫が必要である。

この組織的なつながりを持つための制度的な工夫が見守りネットワークの設置であるが、そこから一歩進んで、実際に現場担当者同士が『顔の見える関係』を構築するための工夫として、今回提案している勉強会など対面形式での情報共有の場が有効であると考えている。人口規模が大きく、組織間のハードルが高い都市部ほど、ぜひこの取組を積極的に行っていただきたい。