

消費者教育に関する団体へのヒアリング概要

団体名	消費者教育に係る活動内容	消費者教育において課題とらえていること	今後必要と考える取組
A (消費者団体)	<p>■奈良県内の弁護士や司法書士、社会福祉士、生協組合等が構成メンバーとなり、県内の消費者活動をネットワーク化し活動を実施</p> <p>■主な活動内容</p> <p>①子ども・若者向け消費者教育 ・子どもの金銭教育のプログラム開発、出前講座、ツール作成 ・インターネット・携帯電話・スマートフォンに関する意識調査 ・インターネットに関する学習講座の開催</p> <p>②高齢者・障がい者への啓発 ・落語講演会、シンポジウムの開催 ・高齢者・障がい者支援者団体との連携交流 ・法律職・介護職(地域包括支援センター)との合同研修 ・消費者被害実態調査の実施(予定)</p> <p>③広報活動(ニュースの発行・配信)</p> <p>④悪質商法に関する事案の検討と事業者への要請活動</p> <p>⑤消費者行政充実のための意見交換、政策提言等</p>	<p>■地域の中での情報交換、口コミ、高齢者・障がい者の見守り</p> <p>■気軽に参加できる学びの場(自治会、婦人会、お茶会、サロンなど)</p> <p>■消費者との対話。特に事業者は、消費者との接点のところが大事にしてほしい。(お客様窓口担当者と消費者との懇談や事業者団体と消費者団体との懇談など)</p> <p>■企業内のコンプライアンス研修、社員教育、事業者団体での業界ルールの確立と徹底</p> <p>■消費者教育は、被害の問題だけではない。消費者教育の捉え方自体が狭い気がしている。賢い消費者を育てることが消費者教育なので、幼児期から学校教育も含めて、社会教育の中で意識を育てることが必要。それに応じて、事業者もきちっと消費者に対応できるような業界の仕組みに変更することが重要</p> <p>■奈良県においては、県民の学びの場を運営できる人材の育成や啓発・教育活動の担い手である消費者団体の支援と連携、事業者に対する指導、相談の充実と被害救済、広報</p>	<p>■高齢者・障害者等情報の届きにくい人たちの被害実態や意識を調査し、調査結果をお知らせしながら意識を高めてもらえる啓発講座を開催したい。支援者団体の方々にもお話を伺いながら、被害の経験や相談できる相手の有無など、シンプルな内容で、アンケートを行うことで、コミュニケーションを図りながら、実ほどのような問題があるのかということを浮かび上がらせ、それを踏まえて、今後考えていけたらいいと思っている。またくらしに寄り添った啓発やサポートの仕方を考えたい。</p> <p>■インターネットや携帯電話などについてはこれからも中心的な啓発課題となるため、学習会などに今後も力を入れていきたい。</p> <p>■消費者教育の推進に当たっては、これまで以上に、企業(事業者)を含む横の連携と民間の力を活かすことが大切と考える。教育機関、警察、専門家、消費者団体等それぞれの力を活かしたい。</p>
B (生協)	<p>■奈良県の消費者ネットワークである県内の消費者団体を支援・連携しながら消費者問題全般について広く広報を実施</p> <p>■当連合会の会員生協では、それぞれの組合員活動において、食生活や環境、消費者トラブルなど広義の消費者教育に取り組んでおり、当連合会はこれらの活動を活性化するための支援を実施</p>	<p>■若者向けの教育・啓発は、大学に出向いて行うのが一番効果的で、県内の大学等の生協とは連携して活動は可能だが、消費者問題に関しては全く連携できていない。その理由として、大学生協での活動課題が多いため、どれもこれも一緒にできないこと、学生と学生以外の生活形態が異なるため、日程やテーマを一緒にして活動するのが難しいことなどがある。まず関心を持ってもらうため、啓発講座やセミナー等への参加の勧誘を行っているが、いかに学生を捕まえていくか、そこが課題である。</p> <p>■大学等への啓発については、新入生歓迎会や保護者説明会、大学のオリエンテーリング等の事前説明会のような機会に、奈良県消費生活センターが講座をされる場合に、当団体として連携できる機会をつくることが重要</p>	<p>■引き続き県内の消費者団体の支援を通して県内の消費者運動を広げる。</p> <p>■組合員活動を通じ、消費者問題全般に関する学習の機会を増やす。</p> <p>■大学生協の活動テーマにも、消費者問題を取り入れてもらえるように働きかける。</p> <p>■情報の受発信を強める。</p>

消費者教育に関する団体へのヒアリング概要

団体名	消費者教育に係る活動内容	消費者教育において課題とらえていること	今後必要と考える取組
C (福祉団体)	<p>■全国の福祉団体の連合体組織の会員のひとつで、社会福祉士は、地域包括支援センターや居宅介護支援事業所、障害者相談支援事業所、市町村や社会福祉協議会等において相談支援業務に対応</p> <p>■消費者問題については、対象者の権利侵害に及ぶ周辺症状のひとつとして捉え、状況に応じて成年後見制度や日常生活支援事業等の権利擁護事業につないでいる。したがって消費者問題を捉えた教育・啓発を活動の主軸にしているわけではない。</p>	<p>■インターネットや広報誌等で情報発信をしても、受け手側の理解力の問題が背景にあり、それを解決しないと、消費者被害や消費者問題は改善しないと考えられる。高齢者の場合は、地域包括支援センターやケアマネージャー、同居家族等が情報発信をしっかりと行い、消費者問題が発生する以前から、キャッチボールしながら、理解を深めていく取組が必要</p> <p>■認知症等、情報をしっかりとキャッチできる環境にない場合は、その特性に応じて個別ケアの中で対応することも必要。そのためには、ケアマネージャーや障害者支援相談員等への十分な情報提供が重要</p>	<p>■特になし(現状のとおり)</p>
D (高齢者団体)	<p>■全国団体が3年にわたり「高齢消費者被害防止キャンペーン」を全国で展開。県団体では平成27年度に実施中(28年度以降は実施未定)</p> <p>・実施主体は、市町村団体(生駒市・大和郡山市・高取町・安堵町)</p> <p>・内容は、「見守りサポーター」の養成(現在の養成人数は、生駒市130人、大和郡山市270人、高取町60人、安堵町30人)、関係機関・団体と連携した被害防止活動の展開、組織内外へのキャンペーンや見守り養成サポーター等に関する広報活動など</p>	<p>■被害に関する情報や被害を未然に防ぐ方法などの情報の提供(ふだんから県団体にそれらの情報が提供されていない)</p> <p>■被害相談がしにくい、情報が行き届きにくい高齢者のために、県団体が県や県警等からの情報集約の窓口になり、高齢者に対し情報提供の窓口となることが重要。また情報を迅速に伝えることが必要</p> <p>■消費者行政のしくみや役割を解説する、高齢者全体を対象とした研修会を開催する際に県団体を利用することも重要(県や関係各課の役割やしていることがわからないので教えてほしい)</p> <p>■ひきこもりがちの高齢者やひとり暮らし高齢者、認知症高齢者などに対する情報伝達は、地域の見守りや、常に気にかけることが重要。そのため、見守りサポーターだけでなく、民生委員や地区福祉委員会などが重層的に活動して見守り活動を行っていくことが必要</p> <p>■個人情報の壁があり、会員以外の高齢者を訪問しようにも情報が得られないためできないという問題がある。そのような人にも被害情報が伝わるように情報提供のための何らかの手立てが必要</p> <p>■県は要請があっても動く受け身の姿勢ではなく、アウトリーチで相談対応を行う姿勢が必要</p>	<p>■活動や日常生活を通じて情報を伝える、困っているサイン、不審な様子を見逃さないように気をつける、関係機関と高齢者のつなぎ役となって、地域で連携して被害を防ぐという「見守りサポーター」による「伝える」「気にかける」「つながる」を継続していく。</p> <p>■見守りサポーターを全県に広げるための財政的支援を望む。</p>

消費者教育に関する団体へのヒアリング概要

団体名	消費者教育に係る活動内容	消費者教育において課題とらえていること	今後必要と考える取組
E (市消費生活センター)	<ul style="list-style-type: none"> ■相談員5人で消費相談に対応 ■「出前消費生活講座」に力を入れており、今年度は、駅看板等を付け、また、自治会や青年クラブ、地域包括支援センターなど、直接高齢者と関わっている団体に対し開催依頼を実施。出前講座ではセンターから依頼先に講師を派遣。派遣する講師は消費者行政活性化交付金を活用し外部講師を委嘱 ■乳幼児や就学前児童に対する啓発については検討したことはない。 	<ul style="list-style-type: none"> ■県消費生活センターで受けている年間件数と本市で受けている件数はほぼ同じぐらい。県内市町村の中では最も多いため、対応策も被害内容、世代ごとに応じた形を考えていく必要がある。 ■県民には、消費者問題は身近な問題だと知り、関心を持っていただくことが重要 ■福祉関係者、特に現場で高齢者と接点をもつ企業に対して消費者問題に関する講座等を行うことが必要 ■出前講座は、地域包括支援センターが主催となり開催するケースが増えてきているが、地域包括支援センターにより積極的に行っているところと、そこまで至っていないところと温度差がある。そのため、地域包括支援センターの職員を対象とした講座を通じ、消費者問題について認知してもらおうことがまず必要 ■消費生活センターの認知度が依然低いことから、出前消費生活講座などで、センターの告知が必要。そのためには、消費生活センターの存在や出前消費生活講座を、高齢者の多く集まる場所で地道に周知することが効果的であると考えている。 ■若者向けの啓発ができていないため、行っていくことが必要 ■高齢者の被害が4割程度を占めている現状を踏まえ、自治会などへの出前講座や、催しでの寸劇グループの紹介などのつながりを今後も続け、単なる講演だけでなく、聞き手にも理解が深まるよう、いろいろな方法を組み合わせた研修にしていくことが重要 ■一人暮らしで相談しようとならない方については、見守っている周囲からの情報提供により被害が明るみになるケースがあるため、行政だけでなく、福祉従事者との連携が重要になってくる。 ■消費者によっては、市役所で解決するのが当たり前、自分の思い通りにしてもらえて当たり前といった、間違った権利意識を持たないよう、啓発にあたっては配慮が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ■消費者問題は難しいと県民の多くが思っており、まず身近な問題であることと興味をもっていただくことが大切であると考えている。そのため、消費生活の出前講座を各方面へ地道にアピールし進めていく考え ■出前講座は、民生委員などの地域の団体からの申し込みを待って開催するのではなく、当センターが主催で開催したいとは考えている。 ■地域包括支援センターや民生委員等、消費者被害に遭われる方々と多く接する方々へ消費者問題をアピールし、連携していきたい。 ■難しいかもしれないが、教育関係者(学校のカリキュラムの一つとして取り入れる)へのアピールもしていきたい。 ■研修の機会。特に出前講座の講師として委嘱している相談員に対する研修の機会の提供を希望

消費者教育に関する団体へのヒアリング概要

団体名	消費者教育に係る活動内容	消費者教育において課題とらえていること	今後必要と考える取組
F (市消費生活センター)	<p>■相談員5人(特別職の非常勤職員)で消費生活相談等の活動を実施</p> <p>■相談員による出前講座と消費者団体による出前講座を実施している。今年度は相談員の出前講座をすでに8回程度実施</p> <p>■就学前児童を養育する保護者に対し、他課が実施するイベントに乗っかって「エコバックの絵付けをしよう」などを通じ、消費者問題に関する情報提供を行っている。平成26年度からは、夏休み期間中の学童保育で金融教育に関する出前講座を実施</p>	<p>■県民に対しては、日々、目に触れるツールへの最新の消費者被害、トラブル等の掲載のほか、情報が届きにくいと推察される高齢者宅へは民生委員、ケアマネージャー等を介し、見守りを行う。</p> <p>■企業(事業者)においては、常に最新の消費者トラブルの情報を得ることを意識し、積極的に学んでいく姿勢が重要</p> <p>■事業所に対する啓発については、数が多く業態も多様であるが、当センターには業態に応じた専門性がないため対応は難しい。そのため、業種ごとにネットワークをつくり、その中で会議をしたりメール配信やインターネット配信をしたりして情報交換したり、それぞれの業種に応じたトラブル対策を検討することが必要</p> <p>■各種の研修に積極的に参加し、情報交換を行うことで、本市においての消費者行政に生かす。</p>	<p>■地域で消費者被害をなくすための活動を行う「消費者リーダー」の養成に注力する考え(人材バンクの設置、詐欺分野だけでなく、食品問題等多彩な事例等の啓発活動ができる人材や多忙な民生委員に代わる地域の情報発信者の育成等)</p> <p>■再来年度ぐらいから、出前講座を中学校又は高校で実施する意向あり</p>
G (市町村消費生活相談窓口)	<p>■広報のほか、悪徳業者の徘徊情報を行政無線により注意喚起を実施</p> <p>■吉野郡9町村を担当する消費生活相談員が1人おり、大和郡山市から1週間ごとに4町村を巡回し相談に応じている。相談員が巡回してこない時期は、役場の職員が対応</p> <p>■消費者庁の消費者行政活性化基金を活用し、悪質商法に引っ掛からない、撃退方法を啓発する物品を配布(被害防止のための広告を入れたマスクやカレンダー等)</p>	<p>■独居の高齢者や二人暮らし高齢者は、集会にも出てこないし、広報誌も読み飛ばしたりするため、消費者被害に関する情報を伝えにくく、啓発はうまくいっていないのが現状。また、若い人向けには、携帯電話を使う方法が想定されるが、メール等によるものは逆に信用されにくい。これらの対象者に対し効果的な啓発方法の検討が必要</p> <p>■民生委員に対し消費者問題に関する研修を行い、高齢者からの相談を受け、役場につなげてもらうことが考えられるが、民生委員の多忙さのため、そのような体制をとることが困難。また、消費生活に係る役場の担当者は、各町村とも他業務で手いっぱいの中で、専任担当者、消費者行政に携わってくれる知識豊富な職員の確保が課題</p> <p>■消費者教育は、人権問題と違って分かりにくいいため、幼稚園や小学校における教えることはなかなか難しいと考えているが、学校教育では道徳の時間に行うのも一案</p>	<p>■村民集会及び各種団体の総会等での啓発活動</p> <p>■県民集会や市町村村民集会では差別問題を特に取り上げているが、悪質商法や詐欺事件などの消費者生活問題にも触れる。</p> <p>■村民集会等を活用した消費者問題の研修の実施にあたっては、県から講師の派遣などの支援を希望</p> <p>■県から専門職を派遣するなど、各町村の相談体制の弱さとこの支援を希望</p>

消費者教育に関する団体へのヒアリング概要

団体名	消費者教育に係る活動内容	消費者教育において課題とらえていること	今後必要と考える取組
H (警察関係)	<ul style="list-style-type: none"> ■ウェブサイトによる振り込め詐欺対策や悪質商法の手口の紹介、詐欺情報受付メールの運用 ■悪質商法110番による相談 ■「チャレンジ絆」運動の推進(地域住民に対する防犯意識の高揚を図るとともに、犯罪者が入り込みにくいまちを目指したあいさつ・声かけ・鍵掛け運動) ■防犯情報誌「やまとの安全」による情報提供 ■高齢者の訪問販売被害や投資詐欺被害防止のため、消費生活センターと連携した取組(「悪質な訪問販売お断り・振り込め詐欺被害防止シール」の作成など) など (奈良県警ウェブサイト等より作成) 	<ul style="list-style-type: none"> ■消費者被害者特殊詐欺被害の現状を正しく、適切な時期に伝えることが必要。また、消費者に対し、関心を持ってもらうことが最も重要 ■高齢者には情報を入手する手段(ツール)がない。紙媒体や新聞、又は巡回連絡で会いに行き直接高齢者に伝えることなどを行っているが、情報が行きわたらないのは事実 ■詐欺対策機能を強化した電話機の設置補助など、予防の観点での取組が重要 ■食料品等の宅配時に、「こんなことが多いので気を付けてください」と声掛けしたり、メーカーなら、パッケージに注意喚起のメッセージを印刷する、電話会社と連携して迷惑電話から被害を防ぐ対策をとったり、物品販売店では、買物をした人に注意喚起のビラを配布したりするなどの取組を実施することも重要 ■特殊詐欺被害防止一つにしても県の部局相互の連携なく、同じ目的でもバラバラに活動していると思われ、それではネットワークの構築や協働作業はできない。消費者教育・啓発のための連携、ネットワークを構築する前提として、県庁内の高齢者福祉や障害者福祉、消費生活など縦割りになっている各部門の横の連携をまず構築することが必要 	<ul style="list-style-type: none"> ■現状を正しく理解していただけるようわかりやすく被害状況を伝えていく。 ■関係機関・団体と協働し、効果的な活動を実施する必要があることから、老人クラブや社会福祉協議会、民生委員、高齢者が集まる場などに働きかけるのも方法のひとつと考えている。 ■特殊詐欺撲滅に向け、被害の現状をできる限りスピーディーに、正しく認識できる情報配信を行い、関係団体から関係者に周知できるような体制の構築

消費者教育に関する団体へのヒアリング概要

団体名	消費者教育に係る活動内容	消費者教育において課題とらえていること	今後必要と考える取組
I (専門職団体)	<p>■消費者団体の事案検討部会に参加。被害ケースがあった場合、その事業者に対して申し入れを行っているが、難しい面があるので、その事業者以外の同業他社にアンケート調査を行い、注意喚起を含む意見書を送付する活動を実施</p> <p>■特別な議題が発生したり、困難事例などがあった場合は、弁護士と県内の消費者団体の構成員が4～5人位のチームをつかって事例検討を実施</p>	<p>■インターネット詐欺の場合、いろいろな勧誘メール等に、基本的に反応しないことが大事。反応し返信することで、自分の情報が取られることになる。また、料金が必要になりそうなサイトには入らないことが重要であり、これらのことを見極める力の育成が必要</p> <p>■高齢者に対し情報発信をしても浸透させていくのは難しいと思われることから、フォーラムやシンポジウム等を開催したり、高齢者が集まる場所で講演会をしたりすることが必要</p> <p>■専門職団体と事業者同士がつながりを持つことは難しく、むしろ消費者団体との連携、事業者団体と消費者団体とのつながりをもつことが重要。また消費者に対しては、契約内容の適切な説明や、後々トラブルにならない対応など、企業自身がコンプライアンスを守り説明責任を果たしていくことが必要</p> <p>■法教育は、学校教育の場だけでなく、生涯学習や社会教育などの場など、市民向けも必要</p> <p>■高齢者関係の行政は、高齢者を見守り、変な商法に引っかかっていないか確認したり、引っかかってしまった場合は救済団体につなげていったりすることなどが重要。地域では、民生委員や自治会、社協、警察などの役割が重要</p>	<p>■勉強会や学習会は、民生委員や地域包括支援センター等を対象に実施し、そこから広げてもらったり、各市町村の消費生活センターから各市町村に啓発を行ってもらったりする。(講師は専門職団体から派遣)</p> <p>■消費生活センターなどの電話番号や「お断りです」と書いてあるステッカーをつくって、市民に配布し、玄関先に貼るなど普及させる。</p> <p>■高齢者等への情報発信には、介護担当の行政部門や団体と一緒に研究をしたり、勉強会、フォーラムを開催し、それらの人を介して高齢者に情報を届けたり、トラブルを早めにチェックできるのではないか。消費者行政と高齢者行政は縦割りとなっているため、自由業である我々が架け橋となる。</p> <p>■小中学生レベルでもインターネットを使う際には、自分で考えて使わないといけないということを言っていく。</p> <p>■書面で書いても読んでくれないと思うので、高齢者の集まる場所に出かけて行って、小さいシンポジウムなどを開催し、対面で話をする。</p> <p>■行政、団体、専門職団体、警察等の各機関の連携づくり</p>

消費者教育に関する団体へのヒアリング概要

団体名	消費者教育に係る活動内容	消費者教育において課題とらえていること	今後必要と考える取組
<p style="text-align: center;">J (食品事業者)</p>	<p>■醤油醸造メーカー</p> <p>■表示方法に関する従業員への啓発・研修の実施 ・JAS法で定められている品質基準に関する内部規定について、消費者にもわかるように、消費者庁の指導をもらいながら見直しを実施。また、内部規定を社内でも開示し、一般社員にも認識が深まるよう取組を行っている。</p> <p>■「しょうゆものしり博士出前授業」の実施 ・「しょうゆものしり博士」は全国醤油工業協同組合が認定する資格。奈良県内では醤油醸造会社が19社あり、この資格を持つ人は5人いる。 ・小学校3年生と5年生を対象に出前授業を実施。醤油の製造工程を知ってもらうことで、醤油を選ぶこと、ひいてはものを選ぶ知識につながるような啓発を行っている。今年度は全国500校(昨年度は250校)で実施</p>	<p>■「しょうゆものしり博士出前授業」では、醤油の香りを使って説明し、おいしいということは安全につながっている、無意識的に人間の鼻で感じることで、それが自然に身につけて感じていることを伝えている。人間が本来持つ五感で、食品の安全性を感じ認識するような取組が重要</p>	<p>■県から醤油をキーに消費者に対し啓発の依頼があった場合は、趣旨にもよるが喜んで協力したい。(しょうゆものしり博士出前授業を通じ、県内の醤油会社の存在を県民に伝えていきたいことと、地元にもこのような醤油があることを子どもに理解してもらい、将来の顧客につながる可能性を広げたい)</p>
<p style="text-align: center;">K (ホテル事業者)</p>	<p>■法令順守の観点で、特に全社的に重点を置いて、全従業員に対し、下記の事項について啓発を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品表示の適正化 ・広告表示の適正化 ・食品衛生への取組 ・食物アレルギーのあるお客様への取組 等 <p>■表示については、法令よりも厳しい社内基準を設け、社内審査を通ったものでなければ使用できない体制ができている。衛生面については、啓発ポスターの掲示や社内安全衛生指導員による定期的なチェック、改善を実施</p> <p>■その他宿泊施設であることから、防火・防災、食中毒防止等に関する講習会も従前より実施</p>	<p>■表示や衛生管理の厳格な社内取り決めにより、誤認を招く広告やメニューが皆無となり、また従業員の衛生への意識が高まり、高いレベルの衛生状態が維持できるようになった。このように、顧客に対し、安心・安全なサービスを提供していくためには、従業員に対するコンプライアンスが徹底できるしくみが重要</p>	<p>■今後、外国人観光客の増加予想を踏まえ、中国語ができるスタッフ(留学生など)を雇用することを検討中</p> <p>■県内外のリスク事例(異物混入等)や有症事例(ノロウイルスなどの感染症の問題等)をもとにした対策に関する講習会の開催。特に橿原市近辺での開催を希望</p>

消費者教育に関する団体へのヒアリング概要

団体名	消費者教育に係る活動内容	消費者教育において課題とらえていること	今後必要と考える取組
L (小売事業者)	<p>■本店の営業管理部が統括し、下記の取組を全店で統一的に実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品レストラン担当者に食品衛生講習会の実施(約1時間) ・品質表示、セミナーの実施(繊維製品と雑貨製品に分けて1時間ずつ実施) <p>■外部から週3回程度、消費生活アドバイザーにより、繊維製品等の品質上の問題に対する顧客からの申し出に関する対処方法などについて相談・助言を受けている。</p> <p>■地域貢献の一環として、市内中学生を毎年受け入れる職場体験を実施。その他店舗周辺の清掃活動やクリーンデイ活動に従業員が自主的に参加</p>	<p>■高齢者を狙って、百貨店のカード担当者を名乗る人物から不審な電話がかかってきている。直接消費者にも関係する問題なので、何らかの対策を講じていく必要があると考えている。</p>	<p>■振り込み詐欺的電話に対する対処法セミナーや、当店のイベントスペースを活用した啓発の実施など、奈良県や消費者団体とタイアップして何かを行いたいとの思いはある。</p> <p>■食品衛生講習会は、従業員向けに文化会館の教室を借り実施しているが、従業員対象の講習会を開催してほしい。</p> <p>■県にお願いしたいことは、高齢者に限らず、従業員に対して消費者の視点に立って身に付けておくべき知識などを研修する講師の派遣や、県による企業向け、消費者向けの事業に関する情報提供、流通関係の企業とタイアップして取り組まれた成功事例の紹介など</p>
M (建築資材販売事業者)	<p>■タイル・大理石・外装建材販売・施工、ユニットバス・トイレ等住宅設備機器販売・施工</p> <p>■顧客からのクレームの対応策や保証問題(瑕疵保証)について、従業員に対する教育を実施。クレーム対応の基本として、早期に対応できるように、早めの報告の指導と、トラブル事例を収集し、クレーム処理に活用</p> <p>■施工依頼は大手のメーカーから発注される下請け事業者であるため、一般消費者と直接取引することはないことから、消費者に対するPR活動はしていない。それは元請企業の役割</p>	<p>■住宅にコストをかけすぎると問題だが、かけないのも問題で、中庸が一番。安すぎるのは、逆に疑われないといけない。選択する目を持つことが大事</p>	<p>■特にない(現状のとおり)</p>

消費者教育に関する団体へのヒアリング概要

団体名	消費者教育に係る活動内容	消費者教育において課題とらえていること	今後必要と考える取組
N (銀行)	<p>■ 行内講師による各種研修の実施(本店の社員が講師として支店各行に派遣。新入行員研修や管理職研修などの機会を通じて研修を実施)</p> <p>■ 朝礼時の啓発や店内勉強会の実施(本店から月1回通達される消費者(顧客)保護や特殊詐欺、個人情報保護などに関する連絡事項や、消費者被害に関する新聞記事などを行員に伝達。また、毎月3回以上、コンプライアンスに関する事項に関する店内勉強会を実施)</p> <p>■ 投資信託や生命保険等のリスク商品については、商品ごとに、行員に対し、繰り返し研修や勉強会を開催し取り扱っていきけるよう教育を実施</p>	<p>■ 電話や郵便物による情報伝達では、逆に不信感を抱かせることにつながるため、相談窓口の案内は、できるだけ対面で伝える方法を取ることが重要</p> <p>■ 被害に遭われる方の特徴として、まさか自分に被害が及ぶことを想定されていない方が多いとの話はよく聞いている。やはり、対面の中で、つながりの中で話をしていくことが一番いいのではないかと思う。地道に繰り返していくことが必要</p> <p>■ 特殊詐欺などの事象が発生すると、銀行による支払の確認など手続きにおいて、被害者もそうだが、被害を受けていない顧客にも迷惑がかかる。被害を防止していくために、銀行による確認事項について顧客に理解していただくことと、被害を防いでいく必要があるという意識を高める方法をとることが重要</p>	<p>■ 基本的には、今行っている取組を繰り返し行っていくこと</p> <p>■ いち早く対応できるよう、発生している事象に関する情報を素早く捉え、行員全員に提供することが一番大事。今後もそういった考えの中で、本部とも一体になって銀行全体で取り組んでいくという姿勢には変わりはない。</p> <p>■ 県に対しては、消費者問題に関する情報の共有のほか、顧客に対する消費者問題や予防方法などの情報発信の役割も果たしてほしいし、支店としてもそのような面で連携させてもらえれば良いと考えている。</p> <p>■ 繰り返し、何度も、「こういう事例があるよ」と伝えていきたいので、県で情報収集されたことや消費生活センターでの相談事例を提供していただきたい。</p> <p>■ 金融教育の講師派遣等、支店によっては依頼を受け、地域貢献活動の中で対応したことがある。今後、教育委員会などから講師派遣の依頼があれば、本部と相談・検討することが前提となるが、ケースにより対応することは可能</p> <p>■ 高齢者や高齢者をサポートしている家族や友人、知人に普段から注意をしていただけるよう、銀行や地域が、被害が発生しないための取組を行っていることをいかに啓発していくのか。そのあたりのことを奈良県と連携し取り組めると一番いい。</p> <p>■ 被害に遭わなければいいのではなく、被害に遭っていない方にも協力や理解をしていただき、いかに広げていくのか、そういったところと一緒に取り組んでいければいいと思っている。繰り返し行っていく中でいろいろな連携が生まれてくるのではないかと思う。</p>

消費者教育に関する団体へのヒアリング概要

団体名	消費者教育に係る活動内容	消費者教育において課題とらえていること	今後必要と考える取組
○ (専門職団体)	<p>■高校生を主に対象に、総合学習や家庭科・社会科の中で、消費者教育の一環として司法書士会から講師派遣事業を実施</p> <p>■児童養護施設の児童など、各々のライフステージに応じ、契約の問題や保証人の問題等も含め講義を実施</p> <p>■その他、消費者金融や多重債務の問題、ヤミ金融被害などについて、被害者の会などの民間の相談窓口の設置、被害予防や救済などの環境整備に従事</p>	<p>■典型的な契約被害が発生する局面に遭遇したとき、専門高度な知識を有する一定の立場にある各種専門職を除いて、冷静で適切な判断を短時間で下すことは容易ではない。「そんな言い話はありません」「自分であれば絶対に引っかからない」という自己認識を被害報道に触れるたびに持つ一般の方ほど、現に自らに被害が及んだときに判断に躊躇する傾向がある。</p> <p>■事業者団体の責務等は、条例で触れられているが、現状では努力義務となっているが、「どこまで、どう努力をしたのか」といったことが努力義務の目標達成の中になく曖昧な規定となっている。企業・事業者側の自主取り組みという枠組みで事が解決するのであれば、新たな被害形態は生まれてこない。消費者市民という奈良県民の視点に立つのであれば、責務規定をさらに強化するための条例改正は検討対象とする必要がある。</p> <p>■司法書士や弁護士等の各団体の役割の明記といったところで、奈良県において条例で制定されない限り、網羅的な教育の機会の提供や環境整備は、なかなか進んでいかないのではないかという懸念を持っている。</p> <p>■条例の中で、労働者や関係団体、各団体の果たすべき役割・責務、もっと踏み込めば、弁護士や司法書士、社会福祉士などが果たすべき役割・責務の明記がないと、奈良県という非常に保守的な土壌の中で取り組みを行っていくことにおいてバックボーンがない状態で推進計画だけで果たしてどこまで実効的な取り組みができるのか懐疑的</p> <p>■県民に対する外部からのエンパワーがない状況の中で、県民や事業者にごう取り組むべきであることをどこまで言っていけるのか。消費者市民社会の実現という問題に対し、消費者として自分自身の日常生活の中で、常時意識することができるような情報提供のあり方も含めて、推進計画では、常に情報に触れられる機会を提供し続けるための外的な環境整備について軸足を置いて検討されるべき。私立の保育所や幼稚園では、理事長が高い意識を持ち、いろいろな教材を使って金融教育を行っているところもある。それをいかに私立だけでなく、公立にも網羅的に広げていくことが重要</p>	<p>■専門的な情報が限定的な一般県民自らが、自主的に何らかの取組を能動的に行うことを期待することは率直に言って難しいため、日常的に消費者被害の情報に触れる機会を常に提供し続けるための外的環境整備</p> <p>■企業(事業所)においては、違反行為や同行業と同視されかねない勧誘行為等の撲滅のため、現場の営業マンや管理職対象の継続的研修などの必須化と、同行業が懲戒等の処分対象となるような社内内規化による整備が必要。また、監督官庁となる奈良県等が一定の関与できる仕組み作りについての検討</p> <p>■消費者教育推進計画のバックボーンとなる「奈良県消費生活条例」の見直しと、それを県民が活用できるよう周知の徹底。そのための県と市町村が連携した上での広報手段の拡大</p> <p>■幼稚園や小学校・中学校で消費者教育に熱心に取り組んでいるモデルケースを把握し、それを各学校等でまずモデル事業として実施し、その成果を測定して次年度以降、正式な予算付けをして新たな取り組みとして進める。そのモデル事業から一定の成果が得られ、本事業になったものをさらに拡散していく、というステップでやっていくことが必要。その場合、学校の先生だけで行うことは負担になるので、専門職団体、電話通信関係やスマホ関係の企業、コンテンツ提供会社を活用して実施していくことが重要</p> <p>■奈良県が毎年実施しているフォーラム等は、一般県民にとって消費者問題に触れる大切なチャンネルで、継続が期待されるが、単発的なイベントのみではなく、県民が「日常生活面」で常にこの問題を意識してもらう(日常的に触れる)ことのできる環境整備の検討</p> <p>■現在県が実施している「くらしの安全・安心サポーター」の制度を市町村や当該地域単位にまで拡大導入し、全市町村単位での通年の活動にまで昇華させることを検討</p> <p>■権利擁護支援とも連動する中で、司法書士会も含めた専門職団体による講師派遣などの外部機関も積極的に活用すべき。また、根本的な施策として、『地域の中へ』を合い言葉に、福祉関係団体も含めた様々なネットワークの活用</p>

消費者教育に関する団体へのヒアリング概要

団体名	消費者教育に係る活動内容	消費者教育において課題とらえていること	今後必要と考える取組
P (生協)	<p>■ 県内の消費者と組合員のために、生協の仲間やお取引先様との連携を進めて、安心安全の確保に努めた「コープ品質」の商品・サービスを提供</p> <p>■ 奈良県内の消費者と組合員のために、より正確で正直な表示を実現し、くらしに役立つ情報を提供</p> <p>■ 環境関連の法令、条例、受け入れを決めたその他の要求事項を遵守し、「環境に配慮した商品」の普及に取り組むとともに、容器包装の削減を推進</p> <p>■ 地球温暖化防止対策として、CO2排出量の削減をめざし、事業活動に伴う省資源・省エネルギー、事業系廃棄物の削減と再資源化を推進</p> <p>■ 組合員による環境保全活動を積極的に支援</p> <p>■ 学習会などを開催(例: 詐欺被害を防ぐ。法律相談)</p> <p>■ 見守り活動</p> <p>■ 月刊機関紙の発行</p> <p>■ 特別養護老人ホームやサービス付高齢者住宅等の高齢者福祉施設の運営</p>	<p>■ 地域で啓発活動を行っている組合員を支援しながら、地域住民と連携した活動へと広げていくことが必要だが、当団体だけではできないし、またそのような地域に活動を広げ、今までできていないところを支援していくのも方法のひとつだと思われる。</p> <p>■ 工場見学の対象事業所は毎年見直しを行っている。もっと魅力あるメニューを作るためには、子どもが参加できる場所を増やすなど、少しでも行ってみたいと思える記事を掲載していくことが重要</p> <p>■ 当団体では、基本的には配達で週1回必ずお伺いし、そこが消費者との一番の接点である。何かあったときに、常に声をかけていただける関係性を作っており、配達員も相談窓口として機能し、店舗では、サービスカウンターなどは常に窓口的な機能がある。窓口としてはコープウェルが、電話による問い合わせに全部対応し、またコールセンターもあるが、日常的に利用している組合員は、店舗に来られたら何でも相談できる窓口機能という点で一番の強みで、これら相談機能は情報提供の手段としても重要</p> <p>■ 教育委員会とは連携しにくいし、少しハードルが高い。事業者という顔があるところでなかなか難しいのかもしれないが、子どもたちへの消費者教育ができるということで、学校とも気軽に連携できたらいいし、それこそ、お役に立つという面で連携できるのではないかと思っている。</p> <p>■ 当団体の敷地内に誠意される福祉施設(サービス付高齢者住宅)を拠点に、施設周辺で実施しているサロンにおいて高齢者の消費者被害などの相談に対応できるのではないかと考えている。高齢者に対する見守り活動を含め、自治会単位で何か一緒に連携してできることがあれば行っていきたい。</p> <p>■ 組合員活動を行っている者からすると、消費者問題に関する学習はいろいろなところで行っていきたくて考えている。また、組合員に特化しないで、地域の住民にも参加していただけるようにすることも考えている。奈良県などの公的機関と連携して行うことも考えたい。</p> <p>■ 生協を通じた商品の購入そのものが消費者問題への理解につながっているということをしっかり伝えていきたい。また、組合員組織ではあるが、誰でも組合員になることができるし、組合員になることで自身が参加しながら、より良い消費をしていこうとする組織であるということの理解をまず広げていく必要がある。</p>	<p>■ 消費者同士のかかわりによる情報の共有</p> <p>■ 学ぶ機会の提供</p> <p>■ いつでも気軽に相談できる窓口としての機能</p> <p>■ 生協ならではの消費者教育</p> <p>■ 地域の自治会などとの連携</p> <p>■ 学習会、産地工場見学の機会の拡大</p> <p>■ 事業を通じた継続的な情報の発信</p>

消費者教育に関する団体へのヒアリング概要

団体名	消費者教育に係る活動内容	消費者教育において課題とらえていること	今後必要と考える取組
Q (小学校)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 研究主題の確認、一年間の研究計画の立案 ■ 家庭科教育での疑問を出し合い、お互いに教え合う取組の実施 ■ 実技講習会(主に被服製作)の実施 ■ 県大会、近畿大会などでの研修 ■ 各校の一年間の研究成果の作成など 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 資料が少ない。 ■ 最新のDVDが欲しくても予算がなく、購入できない。 ■ 社会の進歩の早さに教育が追いつけていない。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 最近の子どもは映像文化の中で育っているため、書物やプリントで説明するより、様々な具体的事例が紹介されるDVDのほうが分かりやすい。 ■ 消費者教育でも、現場の先生の意見を聞きながら、ビデオ制作ができれば良い。 ■ 県や消費生活センターのウェブサイトにDVDの貸し出しのリストを掲載する。 ■ 実際に子どもたちがどのような金融犯罪に巻き込まれているのか、銀行、カード会社、警察などからの情報提供 ■ 消費者教育について熱心に取り組まれている先生の実践例などを広報誌で紹介されると役に立つのではないかと。 ■ 先生に対する授業の実践事例の提案と、授業の際、使えるワークシートなど、明日からでも使えるツールの提供
R (中学校)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 授業の研究・教材の開発など ■ 昨年度は、「できる消費者パーフェクトゲーム」の取り組みを通して、消費生活をより具体的に身近なものとして考えさせると共に問題解決能力を身につけさせた。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 中学校現場での学習が社会の進歩に追いつけていない。新しい機器や商法などがどんどん出てきて指導が難しく感じることもある。 ■ インターネット上のトラブルに巻き込まれることもあるので、生徒が騙されないよう、クレジットカードについても古いビデオを使って教えている。ビデオは具体的なケースを取り上げドラマ仕立てになっているので良いが、値段が高く内容も古い。 ■ 事例集よりも悪質商法などに関する資料になるようなものの方が良い。イラストや映像など視覚に訴えるものなど。 ■ 学校では全学年にいろいろなことを教えなければならぬので、消費者教育ばかりに関わっているわけにはいかない。理想の教育を持っていても、限られた時間の中で行っていくのは難しいのが事実。現場では生徒に向き合っていかなければいけないし、理想どおりにはいかないのが現実。出前授業に来ていただくのはいいことだとわかっているが、時間割上時間を取りたくても取れない。 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 最新の情報は、例えばITなど先端を行く企業から情報を提供してもらえるようつながりを持つことが一番良いのではないかと。 ■ DVDなど使える教材がほしい。5万円もするビデオを購入しても、手元に届く頃には、5年前、10年前の内容で、社会はどんどん進んでおり、タイムリーな教材になっていない。 ■ ドラマ仕立てやアニメなど、生徒が「こういうことか」ということが解るものがあれば良い。 ■ 何のために授業をするかという点、生徒たちが将来騙されないようにするために、「ああ、これが騙しの手口か」ということを、自分は経験してないけれども、「ああ、これ、言っていたよな」と、何かのときに思い出してもらえる。経験はしていないが、映像を見ることで経験した気になるような教材の作成 ■ 例えば、夏休み期間中に家庭科の教師の研修などにおいて、最前線の様子や中学生にふさわしい実際の話を聞かせてくださる機会があればと思う。

消費者教育に関する団体へのヒアリング概要

団体名	消費者教育に係る活動内容	消費者教育において課題とらえていること	今後必要と考える取組
S (高等学校)	<p>■家庭科の教員が組織する学習指導研究会を年1回開催。研究会では、午前中に公開授業を、午後はその公開授業をもとに、いろいろな意見を出し合う勉強会を実施。午後の実施テーマについては毎年変わり、外部からの先生による講義や県教育委員会からの伝達事項の報告を受けている。</p> <p>■研究会では、グループごとに、例えば、食生活に関するグループや生活に関するグループなどに分かれて研究活動を実施している。グループごとに教材の研究をしたり、外部に研修に出かけたりして、どういう教材を使ってどういう取組をしているのか、ヒントをもらい、必要に応じ授業に取り入れている。また、グループは3年ごとに変わり、全体的に家庭科教育の方向性を3年間にわたって研究している。全員が同じテーマで研究することはなく、消費者教育を研究テーマに設定した先生はそれを3年間研究することになる。</p> <p>■夏休みに研修を行う場合は、外部から講師による講義の聴講したり実習を行ったりしている。テーマは、食のことや衣生活に関すること、消費者教育のことなど、テーマは毎年違うが、夏の方が研修という名目としては大きい。</p>	<p>■消費者教育や消費者問題は、高校の家庭科の中では一部分で、時間があまり多くない中、いろいろな項目を盛り込む必要がある。</p> <p>■授業時間がないので、テーマで一緒にできる場所は一緒にして、また関連付けて教えたり、資料として教科書をみたりしている。教科書や資料集のほうがわかりやすいが、自分でできるようにするため、生徒自身で考えることをたくさん入れていく必要がある。</p> <p>■いま、持続可能な社会を作っていくということ、それには消費者教育の役割が大きい。「さあ、ここで何を買いますか」「あなたは、この商品の中でどれを選んで買いますか」「どんな使い方をしますか」「どんな生活をしますか」などが結局はつながっていく。省エネなども入ってくる。最近言い出したところなので、教材があまりないことで悩んでいる。こちらの考えを押し付けられたら駄目で、そこらあたりがこの分野では難しい。</p> <p>■生徒にしっかりした知識を持たせるために、消費者問題については言うべきことは結構あると思う。ネットで買い物をするとか、しないとか、クレジットカードを使う、使わないとかは自分自身で選択できるが、それは、知識を持っていないとできないので、どうするのか自分自身で決めるための知識だけは付けてあげようと思っている。そのため、できるだけ新しいネタで話をしているが、家庭科の中で消費者教育を行っていくには時間が足りない。</p> <p>■消費者教育をめぐる最新の動きや情報(フェアトレードやエシカルコンシューマなど)はインターネットや研修で収集しているが、実際のところはそれほど詳しくないため、知識は必ずしも追いついていない。</p>	<p>■最新の情報や知識が追いついていないところを補うため、県消費生活センター等から出前講座の形式で講師を派遣するなど学習の機会を設けてほしい。</p> <p>■授業で使用する参考資料は、消費生活センターが出している資料の活用で事足りているので、新しい分野の資料をどんどん出してほしい。</p> <p>■DVDの貸出し可能な時間帯が不便、題名だけでは、どのような内容かわからないなど、教材や資料を利用するにあたって無駄がないように対応してほしい。また、新しく入手したDVDのほか、今起こっている消費者問題や消費者被害に関する最新情報についても提供してほしい。</p> <p>■夏季の研修会を活用して、県消費生活センターと先生が協働し啓発用リーフレットを作成する。</p> <p>■消費者市民社会というものをつかえたときに、生徒に対し、何か自分の周りでおかしいと思うことがあったら、常に発信しなさい、泣き寝入りなどをするのはなく、何かおかしいと思ったことを発信することで行政などが絶対に取り組んでくれますということはある。しかし、生徒たちは、どこに発信したらいいのか分からないから、発信した情報を受け取ってくれる窓口を分かりやすくしておくことが必要</p>