

消費者教育の試行的実施による効果検証のための調査研究

地域における消費者教育の試行的実施 及び効果検証

平成 23 年 3 月

 株式
会社 **三菱総合研究所**

目 次

1.	地域における消費者教育の試行的実施	1
1.1	実施概要	1
1.2	試行実施結果	8
2.	消費者教育の効果検証	21
2.1	実施概要	21
2.2	調査対象・回答数	23
2.3	調査項目	25
2.4	調査結果	28
3.	参考資料	127

1. 地域における消費者教育の試行的実施

1.1 実施概要

1.1.1 調査の背景

高齢者をターゲットにした悪質商法等の被害や苦情が全国の消費生活センターに数多く寄せられている。悪質商法等による被害を防止するためには、被害にあった後の対策だけでなく、だまされないための情報、消費生活に関する知識を提供することが必要である。

現在も、高齢者を対象とした消費者教育や啓発活動が公民館等の社会教育施設等において行なわれているが、どのような方法、内容が効果的であるのか、教育効果の検証は困難である。

近年、高齢単身世帯が増加している。また、地域のつながりが希薄化してきている。一方で、この世代の1～2割が地域活動に参加しており、参加したいという意向を持つ者も65～69歳では半数弱に上る。地域活動に参加したきっかけは、女性は「友人・仲間のすすめ」が多い。

このため、今回の調査において、地域における消費者教育の実施に際しては、住民が消費生活や消費者被害について学び、自らが地域での啓発活動に取り組むことで、学習成果が活用でき、そのことが学習意欲を高め、より大きな教育効果をもたらすことが期待できる、という仮説を立てた。また、地域住民自らが啓発にかかわることにより、啓発活動を通じた地域のつながりによる被害の防止という副次的効果も期待できると考え、次に示すような消費者教育の試行を実施し、実施前後のアンケート調査の実施により、効果を検証する。

なお、本試行では、各地域での啓発活動従事者を「消費者啓発サポーター」と称する。

1.1.2 試行実施概要

(1) 試行実施内容

全国6箇所の地域を選定し、地域の地縁団体やNPO法人等に依頼し、消費者教育の試行を実施し、アンケート調査によりその効果を検証した。試行を実施した地域と実施団体を表1-1(3ページ)に示す。実施地域の選定にあたっては、地域の偏りが無いよう留意し、また、実施団体については、地域の婦人団体、NPO、民生委員など、啓発実施能力に留意しつつ、できるだけ多様性を持たせるように選定した。

この6地域において、「A：消費者啓発サポーターを対象とした啓発活動」と、「B：消費者啓発サポーターが地域の高齢者を対象に実施する啓発活動」の2つを実施した。具体的には、消費者啓発サポーターを対象として一定の研修を実施した後に、研修を受けた消費者啓発サポーターから地域の高齢女性を対象として、普及啓発活動を行った。

A：消費者啓発サポーターへの普及啓発活動

A-1：研修会：各団体がサポーターを一堂に集め、消費者教育の基礎や教え方などの講義を受講する（1～2日間）

- ・研修会前及び研修会1ヵ月後にアンケート調査を実施し、消費生活や消費者問題に関する意識の変化や知識の定着度を調べる。

B：消費者啓発サポーターから高齢者への普及啓発

B-1：出前講座：サポーターが老人福祉施設等の高齢者が集まる場を活用し、消費者啓発講座を企画し、寸劇等で普及啓発を図る（1時間程度）

B-2：消費者セミナー：サポーターが老人会や町会など、他の集まりの際に、消費者被害等について、普及・啓発する（1時間程度）

B-3：戸別訪問：サポーターが地域の高齢者宅に訪問し、パンフレットを配布しながら、消費者被害等について、普及・啓発する（15～30分程度）

- ・啓発活動を実施した1ヵ月後にアンケート調査を実施し、啓発活動で触れられた消費者問題に関する知識の定着度を調べる。

(2) 試行実施地域

試行の実施にあたっては、地域の偏りが無いよう、また、できるだけ多様性を持たせるように留意し、表 1-1 に示す 6 団体を全国から選定し、啓発活動の実施を依頼した。

表 1-1 試行実施地域及び実施団体

試行実施地域	試行実施団体
東北地方 (岩手県金ケ崎町)	岩手県金ケ崎町中央生涯教育センター、 金ケ崎町民生委員
関東地方 (栃木県矢板市)	栃木県地域婦人連絡協議会 (主に構成団体の一つである「矢板婦人会」が活動に従事)
関東地方 (東京都杉並区)	杉並区立消費者センター、 グループスリー S ^{※1)}
東海地方 (静岡県静岡市)	静岡県地域女性団体連絡協議会 (主に、構成団体の一つである「はなみずきネットワーク清水」が活動に従事)
近畿地方 (奈良県王寺町)	奈良県地域婦人団体連絡協議会 (主に、構成団体の一つである「奈良県王寺町婦人会」が活動に従事)
九州地方 (福岡県福津市)	特定非営利活動法人福岡食事サービスころっけ ^{※2)}

※1) グループスリー S : 杉並区の消費者啓発講座を受講したメンバーから組織され、地域において消費者啓発を実施するグループ

※2) 福岡食事サービスころっけ : 福津市から委託を受けて、外出や買い物が困難な地域の高齢者宅に戸別に弁当を宅配する法人

(3) 調査実施期間

平成 22 年 9 月下旬から 10 月 30 日の間に消費者教育の試行、11 月末までに効果検証を実施した。比較対象への訪問留置調査は 11 月～12 月に実施した。

① 消費者啓発サポーターへの啓発事業

2010 年 9 月末～10 月末

② 消費者啓発サポーターから高齢者への普及啓発

2010 年 10 月～11 月

※比較対象となる高齢者を対象に 2010 年 11 月～12 月にアンケート調査を実施。

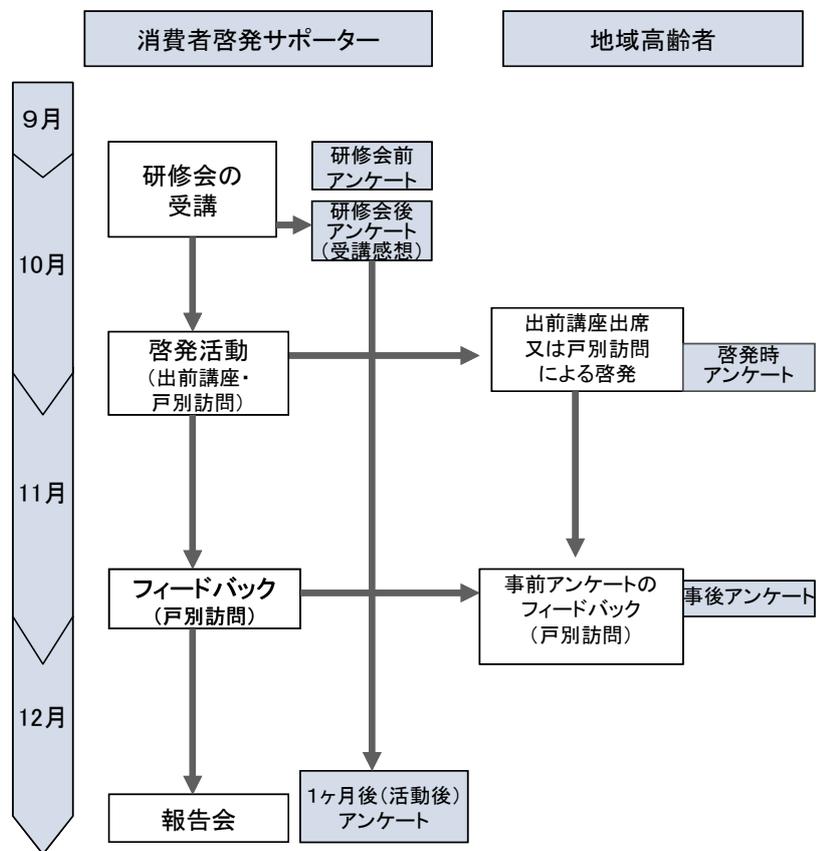


図 1-1 地域の高齢者対象の消費者教育の効果検証のスケジュール

1.1.3 消費者啓発サポーター研修会の実施状況

(1) 消費者啓発サポーターを対象とした研修会

消費者啓発サポーターを対象として、表 1-2～表 1-7 (5 ページ～7 ページ) に示すとおり、6 地域で研修会を実施した。

表 1-2 岩手県金ケ崎町における消費者教育試行の実施状況

試行実施団体	岩手県金ケ崎町中央生涯教育センター 金ケ崎町民生委員			
消費者啓発 サポーター 研修会	実施日時： 9月27日(月) 13:30~17:30 場 所： 中央生涯教育センター 受講者属性： 金ケ崎町民生委員 受講者数： 29名 プログラム：			
		時間	内容	講師
	27日	13:30~13:45	事前アンケート等	(事務局：三菱総合研究所)
		13:45~14:45	消費者教育の基礎	消費者教育支援センター 主任研究員
		14:50~15:40	岩手県内の消費者被害	岩手県南広域振興局 生活相談員
		15:50~17:10	サポーターとしての心構え	消費者教育支援センター 主任研究員
17:10~17:30		サポーターマニュアル説明	文部科学省	
受講後に啓発サポーターとして活動した人数：15名				
消費者啓発 サポーターから 地域高齢者 への普及啓発	普及啓発方法：戸別訪問 普及啓発対象者の属性：地域一般住民 (民生委員として活動する範囲の住民) 実 施 内 容：民生委員の日常業務において支援を行っている高齢者宅を対象に、戸別訪問により普及・啓発を行った。			

表 1-3 栃木県矢板市における消費者教育試行の実施状況

試行実施団体	栃木県地域婦人連絡協議会 (主に構成団体の一つである「矢板婦人会」が活動に従事)			
消費者啓発 サポーター 研修会	実施日時： 10月4日(月) 9:30~12:00、10月9日(土) 13:30~15:00 場 所： 矢板市生涯学習館 受講者属性： 矢板市婦人会会員 受講者数： 25名 プログラム：			
		時間	内容	講師
	4日	9:30~10:00	事前アンケート等	(事務局：三菱総合研究所)
		10:00~10:50	消費者教育の基礎	消費者教育支援センター 主任研究員
		11:00~12:00	サポーターとしての心構え	消費者教育支援センター 主任研究員
	9日	13:30~14:30	栃木県内の消費者被害	栃木県くらし安全安心課 主査
14:30~15:00		サポーターマニュアル説明	(事務局：三菱総合研究所)	
受講後に啓発サポーターとして活動した人数：22名				
消費者啓発 サポーターから 地域高齢者 への普及啓発	普及啓発方法：セミナー、戸別訪問 普及啓発対象者の属性：婦人会会員及び一般住民 実 施 内 容：婦人会活動を通じてネットワークのある高齢者を対象にセミナー及び戸別訪問を行った。			

表 1-4 東京都杉並区における消費者教育試行の実施状況

試行実施団体	杉並区立消費者センター グループスリーS		
消費者啓発 サポーター 研修会	実施日時： 10月4日(月)13:30~15:30、10月5日(火)13:30~16:30		
	場所： 杉並区立消費者センター		
	受講者属性： グループスリーSメンバー (杉並区の消費者啓発講座を受講したメンバー等)		
	受講者数： 11名		
	プログラム：		
		時間	内容
4日	13:30~14:00	事前アンケート等	(事務局：三菱総合研究所)
	14:00~15:30	東京都内の消費者被害	東京都消費生活総合センター 消費者啓発員
5日	13:30~14:30	消費者教育の基礎	消費者教育支援センター 主任研究員
	14:40~16:00	サポーターとしての心構え	消費者教育支援センター 主任研究員
	16:00~16:30	サポーターマニュアル説明	(事務局：三菱総合研究所)
受講後に啓発サポーターとして活動した人数：8名			
消費者啓発 サポーターから 地域高齢者 への普及啓発	普及啓発方法： 出前講座 普及啓発対象者の属性： 地域一般住民(町会参加者) 実施内容： 区内の町会等に出向き、町会参加者を対象に消費者啓発の出前講座を行った。		

表 1-5 静岡県静岡市における消費者教育試行の実施状況

試行実施団体	静岡県地域女性団体連絡協議会 (主に、構成団体の一つである「はなみずきネットワーク清水」が活動に従事)		
消費者啓発 サポーター 研修会	実施日時： 10月4日(月)13:30~15:30、10月28日(火)13:30~15:30		
	場所： 中之郷自治会館		
	受講者属性： はなみずきネットワーク清水会員		
	受講者数： 25名		
	プログラム：		
		時間	内容
4日	13:30~14:00	事前アンケート等	(事務局：三菱総合研究所)
	14:00~14:50	消費者教育の基礎	消費者教育支援センター 主任研究員
	15:00~16:00	サポーターとしての心構え	消費者教育支援センター 主任研究員
28日	13:30~15:00	静岡県内の消費者被害	静岡市消費生活センター 相談員
	15:00~15:30	サポーターマニュアル説明	(事務局：三菱総合研究所)
受講後に啓発サポーターとして活動した人数：12名			
消費者啓発 サポーターから 地域高齢者 への普及啓発	普及啓発方法： 出前講座 普及啓発対象者の属性： S型デイサービス*参加者及びボランティアスタッフ 実施内容： 自治会館においてデイサービスに参加している高齢者およびボランティアスタッフを対象に出前講座を行った。		

※S型デイサービス：所謂介護保険のデイサービスではなく、静岡県静岡市清水区で比較的健康な高齢者を集めて、地域のボランティアと一緒に体操をしたり、歌を歌ったりする場を設けているもの

表 1-6 奈良県王寺町における消費者教育試行の実施状況

試行実施団体	奈良県地域婦人団体連絡協議会 (主に、構成団体の一つである「奈良県王寺町婦人会」が活動に従事)			
消費者啓発 サポーター 研修会	実施日時： 11月10日(水) 13:30~17:30 場 所： 王寺町やわらぎ会館 受講者属性： 王寺町婦人会会員 受講者数： 25名 プログラム：			
		時間	内容	講師
	10 日	13:30~14:00	事前アンケート等	(事務局：三菱総合研究所)
		14:00~14:50	消費者教育の基礎	消費者教育支援センター 主任研究員
		15:00~15:40	奈良県内の消費者被害	奈良県消費生活センター 元相談員
		15:50~17:00	サポーターとしての心構え	消費者教育支援センター 主任研究員
17:00~17:30		サポーターマニュアル説明	(事務局：三菱総合研究所)	
受講後に啓発サポーターとして活動した人数：12名				
消費者啓発 サポーターから 地域高齢者 への普及啓発	普及啓発方法：戸別訪問 普及啓発対象者の属性：地域一般住民(婦人会活動等で顔見知りの住民) 実施内容：婦人会メンバーや活動を通じてネットワークのある 高齢者を対象に戸別訪問を行った。			

表 1-7 福岡県福津市における消費者教育試行の実施状況

試行実施団体	特定非営利活動法人福岡食事サービスころっけ			
消費者啓発 サポーター 研修会	実施日時： 10月24日(日) 9:30~13:00 場 所： 福津市立図書館(福津市役所内) 受講者属性： 特定非営利活動法人福岡食事サービスころっけスタッフ (高齢者を対象に配食事業を実施するNPOのスタッフ) 受講者数： 21名 プログラム：			
		時間	内容	講師
	24 日	9:30~10:00	事前アンケート等	(事務局：三菱総合研究所)
		10:00~12:00	消費者教育の基礎 サポーターとしての心構え	つくば市消費生活センター 相談員
		12:00~12:30	福岡県内の消費者被害	福津市市民部生活安全課 市民相談係
		12:30~13:00	サポーターマニュアル説明	(事務局：三菱総合研究所)
受講後に啓発サポーターとして活動した人数：10名				
消費者啓発 サポーターから 地域高齢者 への普及啓発	普及啓発方法：戸別訪問 普及啓発対象者の属性：配食サービスの利用者、地域一般住民 実施内容：配食サービスを通じてネットワークのある高齢者や 地域の高齢者を対象に、戸別訪問を行った。			

(2) 地域高齢者への普及啓発試行内容

消費者啓発サポーターは、一定の研修を実施した後に、地域高齢者に対して普及啓発を行った。地域高齢者への普及啓発方法は、各地域で地域の事情に応じて表 1-2～表 1-7 (5 ページ～7 ページ) のとおり実施した。

1.2 試行実施結果

1.2.1 消費者啓発サポーター研修会

(1) 消費者啓発サポーター研修会の基本プログラム

各地域で実施した消費者啓発サポーター研修会は表 1-8 に示すとおり、①消費者教育総論(被害に遭わないために)、②地域で活動をはじめる前に(消費者教育の担い手としての心構え)、③地域の高齢者の被害事例、の3つのプログラムから構成した。

研修会等の効果測定のため研修会等実施後にアンケート調査を実施した。

研修会の内容については全国6箇所で統一的なプログラム構成にするとともに、研修会において実施するクイズではアンケート調査による効果測定を考慮して設問等を設計した。

表 1-8 各地域の消費者啓発サポーター研修会の基本プログラム

時間配分		科目	講師
1 日目	約 60 分	【講義 1】 消費者教育総論（被害に遭わないために） (1) だまされやすさ心理チェック （消費者庁資料） (2) 身近に潜むトラブルの罠 ー消費者トラブル啓発 DVD「悪質業者の視点～次の狙いはあなたかも～」 （消費者庁資料） (3) 消費者の基礎力を試みましょう！ ークイズ 6 問 効果検証 (4) 消費者教育の理念・目的	（全国共通） 消費者教育支援センター、他、講師
	約 60 分～90 分	【講義 2】 地域で活動をはじめる前に（消費者教育の担い手としての心構え） (1) はじめに ー悪質商法撃退の替え歌 (2) 高齢者の消費者被害を防ぐための啓発活動 (3) 役割演技で学ぶ消費者心理と啓発活動 (4) まとめ	（全国共通） 消費者教育支援センター
2 日目	約 60 分～90 分	【講義 3】 地域の高齢者の被害事例 (1) 地域の消費者相談の傾向 ー苦情の多い相談内容等 (2) 地域の被害相談の具体例 ー具体例と対策 (3) 困ったとき、トラブル時の対応方法 ー契約の基礎や解除について ー消費生活相談センターの役割	地元の消費生活センター 消費生活相談員等
	約 30 分	【説明】 消費者啓発サポーターマニュアルの説明	（事務局：三菱総合研究所）

※地域によっては、1日にまとめて実施。

(a) 消費者啓発サポーター研修会で使用した資料

ア. 資料1：だまされやすさ心理チェック

消費者啓発サポーター研修会で、「だまされやすさ心理チェック」を用いて、誰でもだまされる可能性があることや、だまされる方が悪いという考え方は誤りである点などが説明された。

イ. 資料2：消費者トラブル啓発DVD

消費者啓発サポーター研修会で、DVDを用いて、催眠商法について、言葉巧みにだまされる仕組みをわかりやすく説明するとともに、ホームヘルパーなど身近な人が気づくことや、消費生活センターに相談することの重要性が説明された。

●催眠（SF）商法の紹介

購買意欲を高めた上で効果な商品売りつける症法。

- ・ 一人暮らしの高齢者が商店街の開店セールで当選したと言われて会場に連れて行かれる。会場の雰囲気にもまれ、高額なふとんを買ってしまう。
- ・ その後、ホームヘルパーがふとんの存在に気づき、クーリング・オフについて、消費生活センターに問合せる。

ウ. 資料3：消費者基礎力クイズ

消費者啓発サポーター研修会で、クイズを用いて、消費者として身に付けるべき契約や利子に関する知識の啓発を行った。

エ. 資料4：替え歌

電話勧誘の断り方の難しさをモチーフにした「ことわり音頭」や、リフォーム詐欺をモチーフにした「キャンペーン小唄」などを参加者全員で歌い、各地域で実施する出前講座において替え歌を取り入れる方法が紹介された。

(b) 消費者啓発サポーター研修会の進め方の例

消費者啓発サポーター表 1-8 (9 ページ) の基本プログラムに基づいて全国 6 箇所で行った。

表 1-9～表 1-11 に講義内容の詳細についての例を示す。他の地域においてもほぼ同様の内

¹ <http://www.caa.go.jp/kportal/medialink/movielist.php> (消費者教育ポータルサイト)

容で実施された。

表 1-9 【講義1】消費者教育総論（被害に遭わないために）
岩手県金ケ崎町の例

		講義内容	アンケート評価項目との対応
導入	1 だまされやすさ心理チェック (10分)	○だまされやすさ心理チェックを受講者に個別に回答してもらう。 ⇒誰でもだまされることがあることを意識してもらう	
展開①	2 ビデオ (SF商法：前半) (5分)	○ビデオ視聴：商店街のくじ引きに当たったと思わせてSF商法に引き込まれ、高価な布団を購入した高齢者のビデオを見る。	○問7 (ア)：催眠 (SF) 商法
	3 グループ討議 (5分)	○布団の契約が解約できるかどうかをグループで議論する。	
展開②	4 クーリング・オフの説明 (5分)	○悪質商法のパンフレットの裏表紙を用いてクーリング・オフの説明。 ○ビデオ視聴：ビデオの続きの解説。 ○SF商法の注意事項	○問6 (ア)、(イ)：クーリング・オフ
展開③	5 消費者基礎力クイズ (15分) 個人：3分 グループ：2分 解説：10分	○契約、金利等に関する基礎力テストを個別に回答してもらった後に、グループで討議し、最後に答え合せと解説を行った。	○問6 (ウ)、(エ)：契約の基礎 ○問6 (キ)、(ク)：金利の問題
まとめ	6 消費者教育の理念、目的 (5分)	○消費者教育の理念、目的の説明 －政府の動向 －高齢者の消費者教育の目標	

表 1-10【講義2】地域で活動をはじめる前に（消費者教育の担い手としての心構え）
岩手県金ケ崎町の例

		講義内容	アンケート評価項目との対応
導入	1 消費者教育の経験や活動への思い (10分)	○消費者啓発活動に関する意識（自分の経験値と啓発活動の困難さの自己評価） －各々のこれまでの活動内容やレベルを確認する	
	2 資料の紹介 (10分)	○見守り新鮮情報／くらしの豆知識の紹介 －講座実施や個別訪問の際の参考資料	
展開①	3 替え歌 (10分)	○電話勧誘をモチーフにした替え歌【資料2】 －はっきり断ることの重要性を説明（「結構です」は了解の意思を表す場合もあること、はっきり断らない日本語を悪用した「送りつけ商法」の紹介等） ○点検商法をモチーフにした替え歌【資料3】	○問7（オ）電話勧誘商法 ○問6（イ）クーリング・オフ ○問7（カ）点検商法
	4 ロールプレイ (10分)	○点検商法をモチーフにしたロールプレイ（騙される高齢者／悪質業者／見守りサポーター／ナレーター、に分かれて実演） －グループでロールプレイ	○問7（カ）点検商法
展開②	5 ワークシート (20分)	○ロールプレイの登場人物の心理について、ワークシートに基づき、各主体の意識について議論する。	
まとめ		○日常的な活動の延長で「困ったことはないか」を声かけの必要性について言及。	

表 1-11 【講義3】地域の高齢者の被害事例
岩手県金ケ崎町の例

		講義内容	アンケート評価項目との対応
導入	1 総論 (5分)	○岩手県内の消費者相談の件数・傾向 －相談件数は減少と相談内容の複雑化 －高齢者の不当請求の増加	
展開①	2 訪問販売事例 (10分)	○事例1：布団を預かっているといって保管料を請求する新手の訪問販売の紹介。 －業者が来る日に知人等に一緒に家に待機してもらうなどの対応の説明	○問7（キ）：次々販売
	3 海外先物取引契約事例 (5分)	○事例2：長時間居座り、無理やり理解できない海外先物取引の口座開設申込書を書かされた事例の紹介	○問7（ケ）：利殖商法
展開②	4 短歌詩掲載料の請求 (5分)	○事例3：短歌詩集に自分の短歌の掲載を勧められ、掲載承諾後、掲載料の請求があった事例の紹介。	○（当選商法）
	5 クレジットカードの不正使用について (5分)	○事例4：知人に勧められて作成したクレジットカードを知人に渡したところ、後日、身に覚えのない請求があった事例の紹介。	
まとめ	6 契約の成立について (5分)	○事例の解説 ・消費者契約法：契約の取消、無効について（事例1・事例2） ・特定商取引法：無条件解除（クーリング・オフ）／勘違い（事例3）／判断能力の有無（事例1・事例2）、などの説明、・割賦販売法	○問6（ア）、（イ）：クーリング・オフ ○問6（ウ）、（エ）：契約の基礎

(c) 消費者啓発サポーター研修会の実施状況

全国6地域の消費者啓発サポーター研修会は表1-8(9ページ)の基本プログラムに基づいて、表1-9～表1-11(11ページ～13ページ)に示すように、各地域で参加者の状況に応じて内容・時間を調整し、実施した。表1-11に示す講義3「地域の高齢者の被害事例」については、各地域の消費生活センター相談員等に講師を依頼した。各地域の講師等の講義を終えての感想を表1-12に示す。

また、消費者啓発サポーターが、戸別訪問等の普及啓発活動を実施するにあたって注意事項を示した、「消費者啓発サポーターマニュアル」を用いて、啓発活動の注意を行った。

表 1-12 各地域の消費者啓発サポーター研修会等の感想

地域	属性	感想
岩手県	消費者啓発サポーター研修会講師	高齢者の方は、被害にあっても気づかない、言わないことが多いため、周囲の人に気づかれにくい(数ヶ月後に気づかれる)。コミュニケーションを図ることで、だんだん心を開いてくれることが多いため、民生委員の方のような、地域の信頼関係が大事だと思う。小さな単位での啓発活動も大事なので、今回のような活動には期待している。 地域で活動される方には、テレビや新聞でも、新卒の消費者被害などの情報を、気がついた時にチェックするなどの情報収集を望む。
栃木県	消費者啓発サポーター研修会講師	消費者啓発サポーターは、日頃地域で活動されている方々ではあるが、二日間だけの講座を受講しただけで、サポーターとして地域で啓発活動を実践するのは難しいのではないかと思う。
栃木県	地域高齢者対象出前講座の講師	私が(相談員として)地域高齢者対象出前講座をする時より、会場が和やかで聴きにきた人がリラックスして聞いているように感じた。 消費者啓発講座では、一番初めの「クイズ」では発表担当者達が緊張で、回答を間違えてしまった。(相談員が訂正) その後の寸劇は演じることを楽しむ人もいて会場の笑いを誘った。替え歌は大変盛りあがった。 一方コメントに対しては専門的助言を真剣に聞いていただいた。講師を体験し、消費者問題により深く興味を持っていただき消費者トラブルが身近になったからと考える。

	地域高齢者対象出前講座の講師	<p>研修を受けたサポーターの方が、地域高齢者対象出前講座を実施するのは、地域高齢者対象出前講座のサポーター、消費生活センターを知ってもらう程度としては良いと思うが、悪質商法については具体的な実態を知らないこと、クーリング・オフは法的な解釈の部分が難しいことなどがあるため、もう少し研修を積むか、あるいは相談員が説明解説をしたほうが良いと思った。</p> <p>リーフレットの相談先消費生活センターの電話番号の順番は「市、県、ホットライン」の順にしたほうが良いと思う。ホットラインは、音声ガイダンスが流れ、郵便番号を入力しなければいけないので高齢者には、難しい。</p>
静岡県	地域高齢者対象出前講座の講師	<p><感想></p> <p>寸劇は意識的にゆっくりした調子とわかりやすい言葉で面白可笑しく演じられた。お見事。ご参加の皆様我真剣な表情から「だまされないで」というメッセージはしっかり伝わったと思う。いろいろなテーマの寸劇が増えれば良いと思った。</p> <p>話の中で伝えたいキーワードは「訪問販売」「電話勧誘販売」「クーリング・オフ」「消費生活センター」。繰り返し何度も話すことで関心を高めることになる。</p> <p>クーリング・オフのハガキの書き方の練習をするのも一案かと考える。</p> <p>講師からの一方的な話だけではなく、時間があれば、ご参加の皆様から悪徳業者のセールストークや騙されそうになった経験談をお聞きするのもいいと思う。お話し上手な高齢者もあり盛り上がる場合があります。質問を受けるのもいい。</p>
	地域高齢者対象出前講座の講師	<p>悪質商法の説明は地元の地名などを入れ、分かりやすく、親しみもあり会場の高齢者から体験の発言が続いた。最近訪問販売による「金の買い取り商法」の勧誘が多発している実態が分かった。身近に感じていただいたせいかコメントを熱心に聴いてもらい充実した講座となった。</p>
福岡県	消費者啓発サポーター研修会講師	<p>高齢者等に接する機会が多い民生委員、事業者、ボランティアが研修を受け、サポーターとして活動していただくことは大変効果があると思う。</p> <p>ただし、サポーターの役割、サポート体制、加えて過重な負担にならないような工夫が必要になってくると思う。</p>

1.2.2 消費者啓発サポーターから地域高齢者への普及啓発

(1) 戸別訪問

消費者啓発サポーターのうち、戸別訪問を実施した地域の実施状況を表 1-13 に示す。戸別訪問し啓発パンフレットを配布・説明した後、1ヵ月後に再訪問し、アンケート調査票の回答を依頼した。

表 1-13 各地域の消費者啓発サポーター研修会の実施状況（詳細）

団体名	実施期間	実施概要
岩手県金ケ崎町中央生涯教育センター、金ケ崎町民生委員	【訪問啓発】 10月上旬～下旬	・ 各地区の民生委員が啓発サポーターとして担当地区内の高齢者を訪問し、啓発パンフレットの配布、説明等を実施。
	【再訪問】 11月中旬～下旬	・ 11月中～下旬に訪問した高齢者宅に再度訪問し、アンケート調査を依頼。
栃木県地域婦人連絡協議会 (主に構成団体の一つである「矢板婦人会」が活動に従事)	【訪問啓発】 11月中旬～下旬	・ 研修会を受けた婦人会メンバーが啓発サポーターとして地区内の高齢者を訪問し、啓発パンフレットの配布、説明等を実施。
	【再訪問】 12月上旬～中旬	・ 11月中～下旬に訪問した高齢者宅に再度訪問し、アンケート調査を依頼。
奈良県地域婦人団体連絡協議会 (主に、構成団体の一つである「奈良県王寺町婦人会」が活動に従事)	【訪問啓発】 11月中旬	・ 啓発サポーターが婦人会活動を通じてネットワークを有する高齢者宅に戸別訪問し、啓発パンフレットの配布、説明等を実施。
	【再訪問】 12月上旬	・ 訪問した高齢者宅に再度訪問し、アンケート調査を依頼。
特定非営利活動法人福間食事サービスころっけ	【訪問啓発】 10月下旬～ 11月上旬	・ 配食サービスのNPOスタッフが、配食サービスを受ける高齢者や町内の高齢者に対してパンフレット配布等普及活動。
	【再訪問】 11月下旬～ 12月上旬	・ 訪問した高齢者宅を再度訪問し、アンケート調査を依頼。

(2) 地域の高齢者を対象とした出前講座、啓発セミナー

表 1-14 各地域の出前講座、啓発セミナーの実施概要

団体名	日時・場所	対象者	参加人数
栃木県地域婦人連絡協議会 (主に構成団体の一つである「矢板婦人会」が活動に従事)	10月23日(土) 13:30~15:30 矢板市生涯学習館	婦人会会員(啓発講座参加者以外)、 地域住民	19名
杉並区立消費者センター、グループスリーS	10月28日(木) 10:00~11:00 杉並清掃事務所会議室	地域住民 (町会参加者)	16名
	11月8日(月) 19:30~20:10 阿佐ヶ谷南1丁目東町会		22名
静岡県地域女性団体連絡協議会 (主に、構成団体の一つである「はなみずきネットワーク清水」が活動に従事)	11月11日(木) 12:30~13:30 中之郷自治会館	S型デイサービス (※)利用者、ボランティアスタッフ	18名
	11月12日(金) 12:30~13:30 山の手自治会館		37名
	11月15日(月) 10:30~11:30 楠新田自治会館		24名
	11月16日(火) 10:30~11:30 草薙神社社務所		29名
	11月19日(金) 10:30~11:30 長崎自治会館		20名

(※) S型デイサービス：所謂介護保険のデイサービスではなく、静岡県静岡市清水区で比較的健康な高齢者を集めて、地域のボランティアと一緒に体操をしたり、歌を歌ったりする場を設けているもの

(3) 消費者啓発サポーター報告会

(a) 消費者啓発サポーター報告会の実施状況

消費者啓発サポーター活動の効果をより高めるため、活動終了後1ヵ月を目途に報告会を開催し、活動の結果を相互に共有し振り返る機会を設けた。また同時に活動1ヵ月後の意識の変化を見るためにアンケート調査を実施した。

各地域の消費者啓発サポーター研修会の実施状況を表 1-15 に示し、同研修会の進め方の基本プログラムを表 1-16 に示す。

表 1-15 各地域の消費者啓発サポーター研修会の実施概要

団体名	実施日時	場所	参加者の属性	備考
岩手県金ケ崎町中央生涯教育センター、 金ケ崎町民生委員	12月13日(月) 13:30～15:30	中央生涯教育センター	普及活動に参加した民生委員	岩手県県南広域振興局相談員参加
栃木県地域婦人連絡協議会 (主に構成団体の一つである「矢板婦人会」が活動に従事)	12月16日(木) 13:30～15:30	矢板市生涯学習館	婦人会会員	矢板市環境課消費者担当職員及び生涯学習課職員参加
杉並区立消費者センター、 グループスリーS	12月8日(水) 13:00～14:00	杉並区立消費者センター	NPOスタッフ	杉並区立消費者センター職員参加
静岡県地域女性団体連絡協議会 (主に、構成団体の一つである「はなみずきネットワーク清水」が活動に従事)	12月14日(火) 10:30～12:30	静岡市中之郷自治会館	婦人会会員	—
奈良県地域婦人団体連絡協議会 (主に、構成団体の一つである「奈良県王寺町婦人会」が活動に従事)	12月18日(土) 13:00～14:30	王寺町公民館	婦人会会員	—
特定非営利活動法人 福間食事サービスころっけ	12月15日(水) 9:30～10:30	福間食事サービスころっけ	NPOスタッフ、ボランティア	—

表 1-16 消費者啓発サポーター報告会の進め方（基本プログラム）

		学習内容・学習活動	ねらい
	0. 1ヵ月後アンケート (15～20分)	サポーター1ヵ月後アンケートを実施	
個人	1 個人の振り返り (5分～10分)	○ 4～5人のグループに分かれて、一人ずつ、今回の活動を通して気づいた点(気づき・発見・意見)を付せん(黄)に書いてもらう。	○ 個人の振り返り
議論展開	2 グループ討議 (10分～20分)	○一人ずつがどのようなことを書いたかグループ内で発表する。 ○類似する意見の付せんをまとめる。	○ 小グループ内で意見を発表することで個々人の気づきを深める。また他者の気づきを聞くことで、気づきの範囲を拡大する。
個人	3 個人 (5分～10分)	○ 気づきから今後の活動に向けた提案(日ごろの活動に取り入れる課題等)を1枚に1つ各自に書いてもらう。	○ 小グループで討議した上で、今後の活動について個人の考えを整理する。
議論展開	4 グループ討議 (10分～20分)	○一人ずつがどのようなことを書いたかグループ内で発表する。 ○類似する意見の付せんをまとめる。	○ 小グループ内で意見を発表することで個々人の気づきを深める。また他者の気づきを聞くことで、気づきの範囲を拡大する。
	5 まとめ (10分)	○ 各グループで付せんを模造紙に貼り意見を分類し、まとめる。	○ 活動に関する気づきを定着させるとともに、今後の活動の意欲を高める。
まとめ	6 発表・講評 (10分)	○ グループごとに出た意見を発表する。 ○消費者センター相談員等から講評を受ける。(一部)	○ 専門家からの評価を受け、今後の活動の意欲を高める。

(b) 消費者啓発サポーター報告会における意見の概要

消費者啓発サポーター報告会において、得られた意見を表 1-17 にまとめた。

表 1-17 消費者啓発サポーター報告会の進め方（基本プログラム）

区分	主な意見
活動の 振り返り	<p>○訪問時の気づき（地域の高齢者について）</p> <ul style="list-style-type: none">・ 高齢者の方は、消費者トラブルの知識がある方は多いが、自らの問題ととらえていない場合が多い。・ 高齢の方には、パンフレットやチラシを読まない方が多いため、パンフレットのみでの普及・啓発は難しい面がある。 <p>○啓発サポーター自身の気づき</p> <ul style="list-style-type: none">・ 啓発活動を通じて、自らの知識を再認識することができた。・ 自分に不安があると相手に不安が伝わる。啓発するためには事前に準備を行い、自信を持って行うことが重要である。・ 啓発活動を行う自らが楽しむことが必要である。負担が加重になるなど、活動そのものを楽しめなければ、地域活動の継続が困難となる。
今後の活動 に向けて	<p>○個人的な活動</p> <ul style="list-style-type: none">・ 日常的に隣近所や自治会でコミュニケーションを図るなどの取り組みが必要である。地域活動を行っている我々は、地域の高齢者の方と話す機会があるので、積極的にコミュニケーションを図る必要があると感じた。 <p>○町内での取り組み</p> <ul style="list-style-type: none">・ 消費者問題に限定せず、日常の出来事を話す機会を設けることが必要である。 <p>○消費者啓発活動への提案</p> <ul style="list-style-type: none">・ 老人会のバス旅行などで見ることができるビデオ等を制作配布してはどうか。その他テレビ等でも普及啓発する必要があるのではないかと。・ 文字ばかりのパンフレットでは読まれない可能性が高いが、見て楽しい教材を作ると、使われる可能性がある。・ 啓発活動するサポーターを支援する資料の提供など、行政には側面支援を望む。