

第2章 本市における消費者教育の現状と課題

1 消費生活相談の現状と課題

(1) 消費生活相談の現状

■窓口と相談件数

本市では、平成21年5月に「鳥取市市民総合相談センター」に、専門の消費生活相談員を配置した「消費生活相談窓口」を設置し、面談や電話等で相談を受けてきました。消費者安全法の改正に伴い、より一層市民に寄り添って消費者被害の救済と未然防止のための広報・啓発に努めるため、平成28年度に鳥取市消費生活センターの組織及び運営に関する条例を制定し、消費生活センターを開設しました。

鳥取市消費生活センターが受付をしている相談件数は、令和元年度は929件であり、窓口を開設した平成21年度の395件から増加し、直近3年では1,000件前後で推移しています。

表－1 鳥取市消費生活センターでの受付相談件数

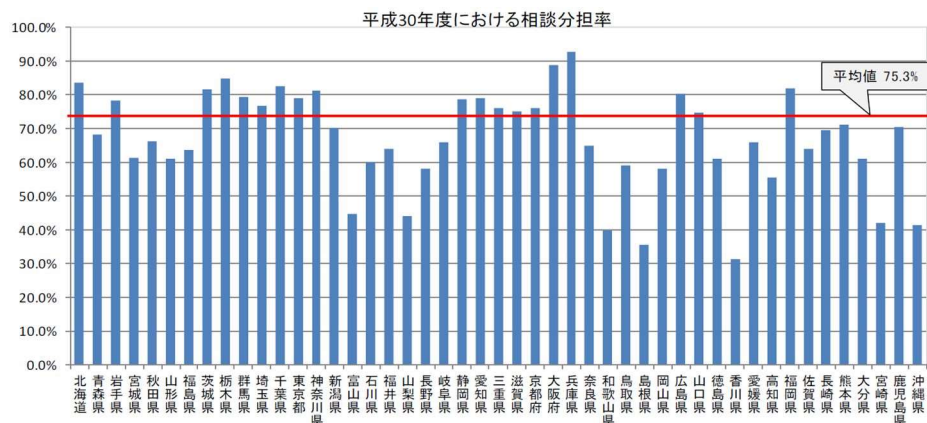
| 年度 | H24 | H25 | H26 | H27 | H28 | H29 | H30 | R1 |
|-----------|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-------|-----|
| 受付相談件数(件) | 711 | 712 | 810 | 733 | 733 | 1,109 | 1,009 | 929 |

市民から見た消費生活相談の窓口は、鳥取市消費生活センターと鳥取県消費生活センターの2つがあります。鳥取市消費生活センターへの相談件数は令和元年度で929件であり、県消費生活センターへの相談件数も加えた、市民の全相談件数(1,713件)に対する割合、いわゆる相談分担率は約54.2%でした。

「令和元年度地方消費者行政の現況調査」(消費者庁)についてこの相談分担率を見ると、平成30年度の全国平均が75.3%に対して、鳥取県全体では59.0%であり、本市の相談分担率は全国平均及び県平均を下回っています。

図－4 平成30年度における相談分担率

(消費者庁「令和元年度 地方消費者行政の現況調査」より)



■ 60歳以上の相談件数は依然高水準

令和元年度の相談件数 929 件のうち、70 歳以上の相談件数は 224 件で全相談の 24.1%、60 歳以上は 380 件で 40.9%となり、全相談の 4 割以上を占めています。消費者白書の年代別相談件数の割合によると、令和元年度の全国の相談件数における 60 歳以上の割合は 40.6%であり、全国と同様に依然として高水準にあるといえます。

表－2 鳥取市消費生活センターにおける年齢層別相談受付件数

| 年齢層 | H29 | H30 | R1 |
|--------|-------|-------|-----|
| 20 歳未満 | 16 | 20 | 20 |
| 20 歳代 | 48 | 44 | 67 |
| 30 歳代 | 87 | 62 | 91 |
| 40 歳代 | 112 | 90 | 113 |
| 50 歳代 | 196 | 180 | 118 |
| 60 歳代 | 284 | 236 | 156 |
| 70 歳以上 | 242 | 247 | 224 |
| その他・不明 | 124 | 130 | 140 |
| 合 計 | 1,109 | 1,009 | 929 |

令和元年度の属性別の相談状況を見ると、男性が 355 件で全相談の 38.2%、女性が 525 件で全相談の 56.5%と女性の相談が多く、年代別では 70 歳以上の女性が最も多く 149 件で全相談の 16%を占めており、ここ数年本市では同じような傾向が見られます。

表－3 鳥取市消費生活センターにおける年齢層、男女別相談件数

| 年齢層 | H30 | | | | R1 | | | |
|--------|-----|-----|----|-------|-----|-----|----|-----|
| | 男 | 女 | 不明 | 計 | 男 | 女 | 不明 | 計 |
| 20 歳未満 | 14 | 6 | 0 | 20 | 9 | 11 | 0 | 20 |
| 20 歳代 | 24 | 20 | 0 | 44 | 32 | 34 | 1 | 67 |
| 30 歳代 | 30 | 31 | 1 | 62 | 42 | 49 | 0 | 91 |
| 40 歳代 | 31 | 59 | 0 | 90 | 40 | 74 | 0 | 114 |
| 50 歳代 | 51 | 129 | 0 | 180 | 44 | 74 | 0 | 118 |
| 60 歳代 | 68 | 168 | 0 | 236 | 66 | 90 | 0 | 156 |
| 70 歳以上 | 87 | 158 | 0 | 245 | 74 | 149 | 1 | 224 |
| その他・不明 | 41 | 46 | 45 | 132 | 48 | 44 | 47 | 139 |
| 合 計 | 346 | 617 | 46 | 1,009 | 355 | 525 | 49 | 929 |

■最も多い相談内容は商品・サービス等の架空請求

令和元年度の主な相談内容は、商品・サービス等の架空請求が最も多く、次いで有料動画等の架空請求が多く、この2つの分類の相談で284件と全相談の30.5%を占めています。その他、定期購入など健康食品についての相談が続いています。

表－4 鳥取市消費生活センターにおける分類別相談受付件数（令和元年度 上位5分類）

| 分類 | 件数 | | | | 主な内訳 |
|-----------|-----|----|------|-----|----------------------|
| | 電話 | 来所 | メール等 | 計 | |
| 商品一般 | 144 | 44 | 5 | 193 | 商品・サービス等の架空請求 |
| 放送・コンテンツ等 | 63 | 24 | 2 | 89 | 有料動画等の架空請求、アダルト情報サイト |
| 健康食品 | 45 | 7 | 1 | 53 | 定期購入、解約 |
| 相談その他 | 34 | 8 | 2 | 44 | 不審な電話やメール |
| 融資サービス | 21 | 17 | 0 | 38 | 多重債務、消費者金融 |

（2）鳥取市消費生活センターにおける今後の課題

■市民の意識調査より（鳥取県「消費生活に関する県民意識調査」（平成30年度）より）

- ・県の消費生活センター及び市町村に消費相談窓口があることを知らない方が過半数を超えており、身近な相談窓口としての認知度の向上が課題です。
- ・実際に被害にあった方の約半数が相談をしなかったと回答しており、相談者の被害の救済だけでなく次の被害の防止につなげるためにも、より多くの方に相談窓口を利用していただくための取組が課題です。

■消費生活相談の現状より

- ・鳥取市消費生活センターの役割分担率は全国平均及び県平均をいずれも下回っており、市民の身近な相談窓口としての認知度の向上が課題です。
- ・高齢者からの相談が依然と多く、特に特殊詐欺のターゲットとされるケースや、サプリメントなど健康食品をはじめとする定期購入に関するトラブルが多くみられます。引き続き高齢者の消費者トラブルによる被害の防止に向けた対策が課題です。
- ・若者からの相談で、最近では情報商材に関する相談が見受けられます。SNSなどを通じて、社会不安を煽ったり、安易な儲け話により契約をしてしまうことが多いため、若者への啓発活動が課題です。

2 消費者教育・啓発の現状と課題

(1) 消費者教育・啓発事業の現状

■ イベントや講演会による消費者教育事業

- ・鳥取市消費生活センターでは、主にエシカル消費の普及、取組を推進するため、啓発イベントや講座を実施しています。大学や企業など、産・学・官が連携しながら、より効果的な事業を目指し取り組んでいます。
- ・講演会では、広く市民を対象にしたものや、親子向けの講座、市職員の研修として実施するものなど、様々な主体に向けて開催しています。幅広い層に対し実施し、消費者教育の推進に取り組んでいます。
- ・教育委員会をはじめとした教育関係機関と連携し、消費者教育の取組について情報交換を行い、現状や課題の把握を行っています。

■ 出前講座や巡回パネル展による啓発活動

- ・鳥取市消費生活センターでは、地域や団体からの依頼を受けて出前講座を実施しています。消費生活相談員による資料や啓発用DVDなどを活用した講座のほか、鳥取市消費者団体連絡協議会による消費者寸劇も実施しています。公民館など地域の集まりからの講座の依頼が多く、扱うテーマは「悪質商法」「振込み詐欺」「見守りの必要性」といったものが主な内容となっています。
- ・公共施設や地区公民館を会場とした巡回パネル展や啓発用DVDなどの資料の貸出、外部講師による講演会の開催などを行っています。
- ・注意喚起が必要な相談事例については、関連機関及び団体に対して、随時情報提供を行っています。

■ 市民への情報提供

- ・消費生活相談の内容を分析し、被害防止のために情報提供を行っています。
- ・市公式ウェブサイトの鳥取市消費生活センターの「消費生活相談事例」コーナーで、センターに寄せられた相談事例の紹介、アドバイス、法的なコメントと解説を掲載し、増加した相談事例については注意喚起として迅速に情報提供しています。
- ・市報に「ガード博士とメープル助手の消費者トラブル講座」というコラムを連載し、消費者トラブルの事例を紹介しています。

表-5 鳥取市消費生活センターによる啓発事業実績（件数）

| 区 分 | H29 | H30 | R1 |
|-----------------|-----|-----|----|
| 出前講座 | 26 | 18 | 26 |
| 巡回パネル展 | 16 | 18 | 33 |
| 啓発用DVD等貸出事業 | 4 | 4 | 10 |
| 外部講師による講演会等 | 3 | 3 | 5 |
| 関係機関および団体への情報提供 | 2 | 5 | 6 |
| 合 計 | 51 | 48 | 80 |

(2) 鳥取市消費生活センターにおける今後の課題

■消費者教育の現状より

- ・市職員の消費者教育に対する認識は、研修でのアンケートからもまだまだ十分とは言えません。引き続き、研修等により市職員への消費者教育への意義の周知し、市全体で消費者教育の推進を図ることが課題です。
- ・市民のエシカル消費に対する認知度は、イベントでのアンケートを分析すると、低い結果でした。引き続き、イベント等でのエシカル消費の普及を更に図るとともに、市民のエシカル消費の実践に向けた取組を推進していくことが課題です。

表－6 市民のエシカル消費に対する認知度アンケート（「消費者市民まつり」にて実施）

| 区 分 | H30 |
|------------------|-------|
| 知っている | 12.3% |
| 聞いたことはあるが意味は知らない | 12.3% |
| 知らない | 74.6% |
| その他 | 0.8% |

■啓発事業の現状より

- ・出前講座の多くが公民館や地域からの依頼による高齢者の消費者トラブルを対象としたものであり、学校等との連携や若者の消費者トラブルをテーマにした依頼が少ないため、若年層に向けたメニューの充実と周知が課題です。
- ・情報発信については、市報及び市公式ウェブサイトによるものがメインであり、ケーブルテレビや動画配信サイトなど他の媒体や関係機関との連携を図るなどの効果的な情報発信が課題です。

3 本市における消費者教育の課題

消費生活相談の状況、消費者教育・啓発事業の現状を踏まえて、消費者教育における課題として3つの柱を設定し、基本的な施策を推進します。

■消費者教育における3つの課題

①「消費者教育」、「消費者市民社会」の意義の周知

市民が消費者として自立し、自身の消費行動が社会に影響を与えることを自覚していただくためには、「消費者教育」、「消費者市民社会」の意義を知っていただくことが重要です。今後も消費者教育をさらに推進するためには、これらの意義を広く市民に周知し、取組につなげていくことが課題であると考えます。

②消費者教育の担い手の育成と充実

消費者教育を推進する上で、誰もがどこにいても生涯を通じて学びの機会を得ることが重要です。そのためには、様々な主体が消費者教育の担い手となり、取組を進めることが必要です。継続的な消費者教育を推進するためには、新たな担い手の育成と充実を図りながら取り組むことが課題であると考えます。

③消費生活センターの周知と消費者教育の拠点化にむけた整備

今後さらに消費者教育を推進するためには、消費生活センターが消費者教育の拠点としての機能を併せ持つことを一層周知するとともに、様々な主体と連携し、コーディネート役としての機能を整備することが必要です。また、あらゆる状況でも消費者教育の継続を可能とする、オンライン形式など新しいスタイルでの消費者教育を構築することが課題であると考えます。