

消費者行政新未来創造プロジェクト検証  
専門調査会報告書(案)

令和元年 5 月 24 日  
消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会

## 目次

はじめに .....	1
I. 本専門調査会における検証の対象及び観点 .....	1
第1. 検証の対象 .....	1
第2. 検証の観点 .....	2
II. 消費者庁及び国民生活センターの徳島県での取組の検証 .....	3
第1. オフィスの体制及び各取組の概要 .....	3
1. オフィスの体制 .....	3
2. 各取組の概要 .....	3
第2. 消費者庁の取組について .....	4
1. 「全国展開を見据えたモデルプロジェクト」について .....	5
2. 「基礎研究プロジェクト」について .....	8
3. 働き方改革の一環としての業務効率向上に向けた取組について .....	9
4. 徳島県で行われた意義及び課題について .....	10
第3. 国民生活センターの取組について .....	11
1. 研修事業について .....	12
2. 商品テストについて .....	15
おわりに .....	16
別紙 取組別ヒアリング内容及び議論状況等一覧 .....	20
1. 消費者庁の取組 .....	21
(1) 全国展開を見据えたモデルプロジェクト .....	21
① 若年者向け消費者教育の取組 .....	21
② 見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の構築 .....	23
③ 倫理的消費(エシカル消費)の普及 .....	25
④ 食品ロスの削減 .....	27
⑤ 子どもの事故防止 .....	29
⑥ 栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育 .....	31
⑦ 消費者志向経営の推進 .....	33
⑧ 公益通報受付窓口(市区町村)及び内部通報制度(事業者)の整備促進 .....	35
⑨ 食品に関するリスクコミュニケーション .....	37
⑩ シェアリングエコノミーに関する実証実験等 .....	39
(2) 基礎研究プロジェクト .....	41
⑪ 行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究 .....	41
⑫ 障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査 .....	43
⑬ 若者の消費者被害の心理的要因からの分析 .....	45

⑭ 過疎地域等の消費活動特性等に関する調査・分析 .....	47
(3) 働き方改革に関する取組 .....	49
⑮ 働き方改革の一環としての業務効率の向上に向けた取組 .....	49
2. 国民生活センターの取組 .....	51
⑯ 研修事業 .....	51
⑰ 商品テスト.....	53
(参考資料1) 消費者委員会 消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会 設置・運営規程	
(参考資料2) 消費者委員会 消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会 委員名簿	
(参考資料3) 審議経過	

## はじめに

まち・ひと・しごと創生本部の平成 28 年 9 月 1 日付「政府関係機関の地方移転にかかる今後の取組について」（以下「創生本部決定」という。）において、「消費者委員会については、消費者庁や（独）国民生活センターの徳島県での取組につき、消費者行政の進化等の観点から成果を検証し、提言・助言を行う。その際、徳島県にて専門調査会を開催するなど、地方の現場の視点が反映されるような取組を行う。上記 3 年後目途の検証・見直し<sup>1</sup>に当たって、消費者行政の進化等の観点から、意見を述べる」（創生本部決定別紙「中央省庁の地方移転について」Ⅱ. 2.（2）④）こととされた。

これを受け、消費者委員会が上記意見を述べるに当たり、同委員会の求めに応じて、必要な事項について調査審議するために、本専門調査会は、平成 29 年 11 月に設置された。

その後、本専門調査会は、同年 12 月から令和元年 5 月まで合計 10 回にわたる審議を開き、消費者庁、独立行政法人国民生活センター（以下「国民生活センター」という。）、徳島県、その他の関係者からのヒアリングを実施するなどし、徳島県での各取組の実施状況や成果、国及び地方公共団体の消費者行政への展開・活用の可能性、そのような展開・活用の状況のほか、各関係者間の連携や役割分担等についても調査した。その調査結果を基に、消費者庁及び国民生活センターの徳島県での取組について、「消費者行政の進化等」の観点から検証を行った。なお、第 1 回から第 10 回までの専門調査会の多くは、徳島県で開催し、東京の会議室とテレビ会議接続をした。

本報告書は、こうした審議の結果を取りまとめたものである。

## Ⅰ. 本専門調査会における検証の対象及び観点

### 第 1. 検証の対象

創生本部決定では、「基本的考え方」として、「徳島県に、消費者行政の新たな未来の創造を担うオフィス（中略）を置き、実証に基づい

---

<sup>1</sup> 同決定では「『消費者行政新未来創造オフィス（仮称）』の取組は、徳島における同オフィスの恒常的な設置、規模の拡大に向けた試行としても位置づけ、3 年後を目途に検証・見直しを行って、結論を得る。検証・見直しは、今後の徳島県を中心とする交通・通信網、消費者行政を支える人的資源とそのネットワーク及び政府内の各府省庁共通のテレビ会議システムなどの整備状況のほか、同オフィスの設置が消費者行政の進化や地方創生にどの程度貢献したかの実績を踏まえて行う。」とされている（創生本部別紙「中央省庁の地方移転について」Ⅱ. 2.（2）③）。

た政策の分析・研究機能をベースとした消費者行政の発展・創造の拠点とする。徳島県及び周辺（関西、中国・四国）地域の協力を得て、全国の都道府県及び消費者の利益に資する高い成果を創り出すことで、新たな人の流れを生み出すとともに、消費者行政を進化させ、それにより地方創生への貢献を目指す。これまで行ってきた迅速な対応を要する業務、対外調整プロセスが重要な業務（国会対応、危機管理、法執行、司令塔機能、制度整備等）は東京で行う。」と決定した（同別紙「中央省庁の地方移転について」Ⅱ．２．（１））。

これを受け、消費者庁及び国民生活センターは、国会対応、危機管理、法執行、司令塔機能、制度整備等の業務については東京で行いつつ、平成 29 年 7 月 24 日、徳島県に消費者行政新未来創造オフィス（以下「オフィス」という。）を設置した。そして、オフィスにおいて、消費者庁は「全国展開を見据えたモデルプロジェクト」、「基礎研究プロジェクト」及びオフィスでの働き方改革に関する取組を、国民生活センターは研修事業及び商品テストを、それぞれ実施している。

そこで、本専門調査会では、創生本部決定にいう「消費者庁や（独）国民生活センターの徳島県での取組」として、徳島県でこれまで実施されてきた、消費者庁の各プロジェクト及びオフィスでの働き方改革に関する取組、並びに、国民生活センターの研修事業及び商品テストを検証の対象とした。

## 第 2. 検証の観点

本専門調査会では、上記検証対象について「消費者行政の進化等の観点」から検証を行った。

この点、創生本部決定において、オフィスは「徳島県及び周辺（関西、中国・四国）地域の協力を得て、全国の都道府県及び消費者の利益に資する高い成果を創り出すことで、新たな人の流れを生み出すとともに、消費者行政を進化させ、それにより地方創生への貢献を目指す。」とされている（同別紙「中央省庁の地方移転について」Ⅱ．２．（１））。

これを踏まえると、「消費者行政の進化等の観点」においては、消費者庁及び国民生活センターの徳島県での各取組について個別にどのような成果が上げられているかはもちろん、それらの成果が「消費者の利益に資する高い成果」といえるかといった点や、各取組について、徳島県及び周辺（関西、中国・四国）地域の関係者と適切に連携することを含め、徳島県で行われた意義が発揮されているかといった点が

重要である。

そこで、本専門調査会では、「消費者行政の進化等の観点」から検証を行うに当たって、各取組について、①徳島県内において各取組の目的・目標との関係でどれだけの成果があがっているか、②各取組の成果が国及び全国の地方公共団体の消費者行政に展開・活用できるものとなっているか、③消費者庁及び国民生活センターにおいて、実際に各取組の成果を国及び全国の地方公共団体の消費者行政に展開・活用しているか、並びに、④各取組のプロセス及び成果に徳島県で取組が行われた意義が発揮されているか、などといった点を重視することにした。

## Ⅱ. 消費者庁及び国民生活センターの徳島県での取組の検証

### 第1. オフィスの体制及び各取組の概要

#### 1. オフィスの体制

オフィスは徳島県庁舎内に開設されている。

オフィスの人員は、消費者庁及び国民生活センターの各職員のほか、地方公共団体、地元の企業を中心とした民間企業、大学等の学術機関などの協力により派遣された人材で構成されている。人員の人数は、変動があるものの、50名程度であり、そのうち、消費者庁及び国民生活センターそれぞれの客員の研究員が合わせて約10数名、それ以外の消費者庁の人員が約30名、国民生活センターの人員が約10名である<sup>2</sup>。消費者庁の人員約30名のうち、国で採用され、国から派遣されている者が13名、地方公共団体から派遣されている者が12名、残り数名が地元の企業を中心とした民間企業から派遣された者等である<sup>3</sup>。

#### 2. 各取組の概要

消費者庁は、「全国展開を見据えたモデルプロジェクト」<sup>4</sup>、「基

---

<sup>2</sup> 第1回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会（平成29年12月21日）における消費者庁からのヒアリング内容に基づく。

<sup>3</sup> 第7回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会（平成30年12月20日）における消費者庁からのヒアリング内容に基づく。

<sup>4</sup> 「若年者向け消費者教育の取組」、「見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）の構築」、「倫理的消費（エシカル消費）の普及」、「食品ロスの削減」、「子どもの事故防止」、「栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育」、「消費者志向経営の推進」、「公益通報受付窓口（市区町村）及び内部通報制度（事業者）の整備促進」、「食品に関するリスクコミュニケーション」（第1回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会時点では「基礎研究プロジェクト」として整理されていた。）、「シェアリングエコノミーに関する実証実験等」（平成30年度より

礎研究プロジェクト」<sup>5</sup>及びオフィスの働き方改革に関する取組を実施している。各プロジェクトは基本的に消費者庁内の各課で担当し、オフィスの人員も各課に所属し（兼務も含む）、オフィス担当の参事官がプロジェクト全体を統括している。オフィスの人員がプロジェクトを進めるに当たっては、テレビ会議システムを使用すること等により、東京の消費者庁の人員と適宜相談するなどして進めている。全国展開については、基本的に、方針の検討や全国の地方公共団体への働きかけは東京の消費者庁の人員で行い、オフィスの人員は必要に応じて徳島県周辺の地域を中心に働きかけを行っている。

国民生活センターは、研修事業及び商品テストを実施している。研修事業については、主として関西、中国・四国地域の対象者を中心とした研修及び徳島独自の研修を実施し、オフィスの人員は企画立案、準備、当日運営等を担っている。商品テストについては、徳島県を実証フィールドとしたもの<sup>6</sup>を実施し、例えば平成29年度の地震による転倒防止策に関する商品テストでは、モニター家庭を訪問する実証フィールド調査の日程調整や事務作業をオフィスの人員で、インターネットによるアンケート調査や実証フィールド調査をオフィスの人員と相模原事務所の人員の共同で、プレテストや本試験は徳島県外の試験機関で（商品の購入及び保管は相模原事務所で実施）、調査結果の公表に当たっての記者説明会は東京事務所で、それぞれ行った。いずれの業務についても、研修事業及び商品テストの各本部で総括し、テレビ会議システムを使用すること等により、国民生活センターの東京事務所や相模原事務所からオフィスに指示するなどして進めている。

## 第2. 消費者庁の取組について

個別の取組の実施状況や主な成果、全国展開への状況、検証の過程における主な議論等は、別紙「取組別ヒアリング内容及び議論状況等一覧」（以下「別紙一覧」という。）のとおりである。

---

開始）である（平成31年4月末日時点）。

<sup>5</sup> 「行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究」、「障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査」、「若者の消費者被害の心理的要因からの分析」、「過疎地域等の消費活動特性等に関する調査・分析」（平成30年度より開始）である（平成31年4月末日時点）。

<sup>6</sup> 平成29年度は「地震による転倒防止策」、平成30年度は「錠剤、カプセル状の健康食品の品質等に関する実態調査」である。

以下では、消費者庁の取組全体について検証結果を報告する。

## 1. 「全国展開を見据えたモデルプロジェクト」について

### (1) 徳島県内の成果について

徳島県内では、次のような成果があげられている。

まず、徳島県を実証フィールドとして活かし、「社会への扉」を活用した消費者教育授業の実施<sup>7</sup>や見守りネットワークの構築<sup>8</sup>、公益通報受付窓口<sup>9</sup>、消費者志向経営<sup>10</sup>といった、その普及・推進が全国的に課題となっているものについて、短期間に、他の地域と比較しても高い割合での普及がなされた。

また、「食品ロスの削減」<sup>11</sup>、「子どもの事故防止」<sup>12</sup>、「栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育」<sup>13</sup>等のプロジェクトでは、実証実験やアンケート調査に基づくデータ・知見の公表や教材等の作成がなされた。

さらに、各プロジェクトを進めるプロセスで、子どもの事故防止プロジェクト関係者ネットワーク会議等の県内関係者による会議体や、倫理的消費（エシカル消費）<sup>14</sup>及び消費者志向経営についての地域版プラットフォーム等の組織などの先駆的な取組を行う会議体・組織が形成され、消費者庁が、それらの会議体・組織に参加し、あるいは連携することもある。

他方で、「シェアリングエコノミーに関する実証実験等」については、徳島県における民泊の利用実態調査でサンプル数が少なく十分な結果が得られなかった<sup>15</sup>。これを踏まえると、調査対象によっては徳島県の地域性に適さないものもあり、徳島県を実証フィールドとして活用する上では調査テーマや調査対象の選定に当たって留意する必要があることが分かった。

---

<sup>7</sup> 別紙一覧 21 ページ以下参照

<sup>8</sup> 別紙一覧 23 ページ以下参照

<sup>9</sup> 別紙一覧 35 ページ以下参照

<sup>10</sup> 別紙一覧 33 ページ以下参照

<sup>11</sup> 別紙一覧 27 ページ以下参照

<sup>12</sup> 別紙一覧 29 ページ以下参照

<sup>13</sup> 別紙一覧 31 ページ以下参照

<sup>14</sup> 別紙一覧 25 ページ以下参照

<sup>15</sup> 徳島県における民泊の利用実態調査を補足するため、阿波おどり期間中に限定していた調査対象期間を拡大して第2回アンケート調査が実施されている。また、同プロジェクトでは、並行して、プラットフォーム事業者における徳島県の民泊に関する宿泊者からのコメントの調査やシェアリングエコノミーに関する全国規模のインターネットによる利用実態調査等が実施されている。別紙一覧 39 ページ以下も参照。

なお、消費者庁から報告を受けた時点<sup>16</sup>では、プロジェクトごとに進捗状況のばらつきがあり、実証フィールドでの調査・分析作業が進行中のもの<sup>17</sup>もあった。

## (2) 成果の全国展開の可能性について

「全国展開を見据えたモデルプロジェクト」の目的は、消費者庁が、徳島県での実践や実証実験等の成果を踏まえた効果的な普及・啓発方法を全国的に共有し、あるいは全国で実施することをもって、消費者の利益を高めることであるといえる。この点、上記の各成果は、以下のような点で全国展開の可能性を有する。

「社会への扉」を活用した授業や見守りネットワーク、公益通報受付窓口、消費者志向経営等が普及したという成果は、それ自体が先例的なモデルケースとして、他の地域における地方公共団体や民間の関係者が取組を進める上で参考にできるものであり、他の地域への波及効果も期待できる。また、消費者庁において、普及及び活用を促進する上で重要となる要素や課題となる要素を抽出・分析して、有効な働きかけ方法及び活用方法を検討する上で有益な基礎資料となっている。

「食品ロスの削減」、「子どもの事故防止」、「栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育」などのプロジェクトにおいて実証実験やアンケート調査により得られたデータ・知見は、有効な啓発方法を検討する上で有益な基礎資料とすることができる。

プロジェクトにおいて作成された教材等のツールは、その活用を全国的に展開することにより啓発の効果を向上させることが期待でき、今後の使用状況をモニタリングし、その結果を反映して改善することにより、その効果を一層向上させることにつながる。

消費者庁が地域の会議体・組織に参加し、あるいは連携して、働きかけや実証実験を進めたことは、消費者行政における施策の実施方法について先例となるモデルを提示するものとして、今後の消費者行政で参考にすることができる。

もともと、徳島県での実践的取組の普及や実証実験の結果等の成果を活用するに当たっては、他の地域と前提条件や環境の相違があ

---

<sup>16</sup> 直近の専門調査会は第9回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会（平成31年3月29日）。以下同じ。

<sup>17</sup> 「食品に関するリスクコミュニケーション」、「シェアリングエコノミーに関する実証実験等」

る<sup>18</sup>ので、地域ごとの特性に配慮して工夫する必要がある。

また、これらの成果をより消費者行政に資するものとするためには、徳島県において、県内における実施状況を引き続きモニタリングすること等により運用上の課題やその対処法も分析・検討し、消費者庁において、その結果を徳島県以外の地域における参考事例<sup>19</sup>も踏まえて、全国的に共有し、また、有効な働きかけ方法及び活用方法を検討した上で活用することが重要である。

### (3) 全国展開の状況について

「全国展開を見据えたモデルプロジェクト」の成果が全国展開されたといえるためには、消費者庁が、徳島県での実践及び実証実験等の成果を分析し、効果的な普及・啓発方法を検討した上で、そのような方法を全国的に共有し、あるいは全国で実施することが必要である。

この点、消費者庁から報告を受けた時点で、プロジェクトごとに進捗状況にばらつきがあり、比較的進んでいるものでは、例えば、事例集、報告書及びマニュアル等を公表したもの<sup>20</sup>や、徳島県以外の地域での働きかけを実施中のもの<sup>21</sup>などがあるが、全国展開に向けた具体的な取組が開始される段階にまで至っていないプロジェクトもある。また、上記のように全国展開に向けた具体的な取組のうちの一部がなされているプロジェクトについても、「若年者向け消費者教育の取組」<sup>22</sup>を除き、それらの取組による具体的な効果が見える段階にまで至っていない。

各プロジェクトの成果を全国展開するためには、全国展開を国の

---

<sup>18</sup> 例えば、徳島県では、県内のほとんどの市町村にそれぞれ消費者協会があるということであり、プロジェクトとの関係では、消費者協会が、倫理的消費（エシカル消費）に関する勉強会、食品ロスに関する検討会等を行ったということである（第9回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会での徳島県からのヒアリング内容参照）。

<sup>19</sup> 委員からは、例えば、見守りネットワークの構築との関係で、北海道や兵庫県、福岡県等でも先駆的な取組がなされていることの指摘があった。

<sup>20</sup> 「若年者向け消費者教育の取組」、「見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）の構築」、「倫理的消費（エシカル消費）の普及」、「食品ロスの削減」、「子どもの事故防止」等

<sup>21</sup> 「若年者向け消費者教育の取組」、「見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）の構築」、「消費者志向経営の推進」、「公益通報受付窓口（市区町村）及び内部通報制度（事業者）の整備促進」等。基本的に、全国の地方公共団体への働きかけは東京の消費者庁の人員で行い、オフィスの人員は必要に応じて徳島県周辺の地域を中心に働きかけを行っている。

<sup>22</sup> 30以上の都道府県が「社会への扉」を使用した授業を実施し、あるいは「社会への扉」を活用促進する意向が示している。

計画の中に明確に位置付けた上で、その具体的な工程として実行手順やスケジュールが示されることが重要となる。そして、この工程の策定に際し、より効果的な実行方法を検討するに当たっては、「若年者向け消費者教育の取組」のような優れた取組例を参考にすることが有益であり、また、地域ごとの特性、プロジェクトごとの性質を考慮することなどが必要である。消費者庁において、別紙一覧の「検証過程における主な議論」記載内容を含む本報告書の指摘内容も踏まえながら、可及的速やかに全国展開の具体的な工程を示し、順次実行していくことが求められる。

## 2. 「基礎研究プロジェクト」について

### (1) 取組の成果について

基礎研究プロジェクトでは、「行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究」、「障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査」、「若者の消費者被害の心理的要因からの分析」及び「過疎地域等の消費活動特性に関する調査・分析」といったテーマについて、調査及び調査結果等の理論的な分析を実施し、報告書・事例集を公表するなどされている<sup>23</sup>。

また、「若者の消費者被害の心理的要因からの分析」では、だまされやすさを測る心理傾向チェックシート等の啓発資材が作成されている。

### (2) 成果の消費者行政での活用可能性について

これらの取組の成果は、いずれも、従来の消費者行政において十分に着目されていなかった分野について、理論を実証するものとして、あるいは消費者の意識・行動の実態等を把握する基礎資料を提供するものとして、今後様々な施策を立案・実施する上で活用されることが期待できる。

また、調査対象者の特性に応じて効果的にアンケートを実施できるように工夫した過程等から得られたノウハウや、産官学が連携した調査・分析手法のモデルを提供する点でも、今後の消費者行政の施策の立案・実施に当たり参考になるものである。

---

<sup>23</sup> 「行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究」については別紙一覧 41 ページ以下を、「障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査」については別紙一覧 43 ページ以下を、「若者の消費者被害の心理的要因からの分析」については別紙一覧 45 ページ以下を、「過疎地域等の消費活動特性等に関する調査・分析」については別紙一覧 47 ページ以下をそれぞれ参照されたい。

さらに、プロジェクトにおいて作成された啓発資材は、その活用を全国的に展開することにより、啓発の効果を向上させること、及び、使用状況をモニタリングし、その結果を反映して改善することにより、その効果を一層向上させることが期待できるものである。

もともと、調査結果において徳島県等の地域的特性が影響している可能性もあることから、より精緻化するためには、大都市圏等の別の地域における調査結果と比較することなどにより、そのような影響を是正することが必要になる。

### (3) 消費者行政での活用状況について

消費者庁から報告を受けた時点では、いくつかのプロジェクトはまだ進行中の段階である。今後、分析を進め、その結果を消費者行政における施策の立案・実施に当たって基礎資料として活用することが重要となる。

また、啓発資材を活用した効果的な啓発方法の普及やその使用状況のモニタリング等の取組を全国的に展開することも求められる。

## 3. 働き方改革の一環としての業務効率向上に向けた取組について<sup>24</sup>

消費者庁は、行政における業務効率化のための実験的な取組として、オフィスで、執務室のフリーアドレス、立ち会議等の会議形態の多様化、フレックスタイムやテレワークの導入等の働き方の多様化、会議のペーパーレス化などを実施したことにより、東京の消費者庁と比較して休暇を多く取得することや超過勤務が少なくなるという成果を出している。これらの取組が、東京の消費者庁等でも業務の効率化やワークライフバランスを推進する上で参考になると考えられ、消費者行政の進化に寄与することが期待できるものといえる。

他方で、働き方改革としては、「ライフ」の充実も重要である。この点、オフィスの人員において、実際に、プレミアムフライデー等で休暇を取得して、地元事業者の工場の見学等が行われたということである。その上で、さらに、業務時間の短縮により生まれた時間を活用して、ボランティア等で地域社会に貢献することや、そのような活動で得られる消費者の生の声や地域の実情を消費者行政に活かすことができるような動きにつながることを期待したい。

---

<sup>24</sup> 別紙一覧 49 ページ以下参照

## 4. 徳島県で行われた意義及び課題について

### (1) 徳島県で行われた意義

まず、オフィスの設置に当たって、徳島県から様々な支援がなされ、オフィスの物的人的体制の整備やプロジェクトの円滑な開始が可能となったという意義が認められる。例えば、徳島県庁舎内にオフィススペースが提供されたこと、オフィスの人材（県内外地方公共団体、県内企業、大学等）確保の支援がなされたこと、産官学の連携の拠点としての「とくしま消費者行政プラットホーム」や副知事をトップとし、全部局の主幹課長が参画する「消費者行政創造統括本部」等の設置がなされたこと、並びに、プロジェクトごとに消費者庁、関係部局、関係団体及び大学等が参加する「タスクフォース」が設置されたことなどがあげられる。

また、実践的取組を普及する上で様々な関係者への働きかけが円滑に進められたという意義が認められる。例えば、「社会への扉」を活用した授業の実施に当たり、消費者庁が、徳島県の消費者行政部局及び教育委員会の協力を得て、特別支援学校や私立高校の担当部局等とも問題意識を共有し、共同して県内全ての高等学校等への授業実施の働きかけが進められている<sup>25</sup>。それ以外にも、見守りネットワーク、倫理的消費（エシカル消費）、公益通報受付窓口、消費者志向経営等の普及のための働きかけにおいて、徳島県の福祉部局、商工部局等の関係行政部局や県内の消費者団体、事業者、事業者団体、市町村などとの連携がなされている。加えて、既に指摘したとおり、先駆的な取組を行う会議体・組織が形成され、消費者庁が、それらの会議体・組織に参加し、あるいは連携することもなされている。そして、これらの過程に当たって、オフィスが県庁と近い位置にあることでコミュニケーションが円滑に取れ、連携や協力体制の構築が可能になったといえる。

さらに、実証フィールドでの調査・研究を進める過程で、調査対象者を確保するための関係者の協力が得られやすくなったこと、徳島県の学術機関や有識者との連携が円滑に行えたこと、及び、集中的に調査・研究を実施できたことといった意義も認められる。例えば、行動経済学を活用した消費行動等の分析・研究については、生

---

<sup>25</sup> 加えて、徳島県では、平成15年より毎年1名の高等学校教員を県の消費者情報センターに研修生として派遣していることや、県の消費者行政部局と教育委員会が人事交流するなど、協力体制が築かれてきたことなども、「社会への扉」を活用した授業の実施の普及に寄与している。

活協同組合とくしま生協の協力で同生協組合員からモニター約2000世帯を確保している。また、栄養成分表示等の活用について、平成29年度は徳島大学への委託事業という形で連携がなされ、その他のプロジェクトでも大学の研究者等の有識者の協力を得ることがなされている。そして、いずれのプロジェクトにおいても、広範かつ他律的な業務に日々追われることが多い東京の消費者庁を離れたことで、集中的に調査・研究を実施できる環境が整えられている。

以上を踏まえると、オフィスは、実践的取組や実証的な調査・研究の拠点として機能したといえる<sup>26</sup>。

そして、これらの意義が発揮されたことには、知事の強いリーダーシップの下、徳島県や様々な関係者の積極的な協力が得られたことが大きく寄与している。

## (2) 徳島県で行う上での課題

他方で、消費者庁からは、公共交通機関の本数が少ないか整備されていない地域があること、県外出張の際長時間の移動に伴う身体的負担が大きいこと、強風等により本州とのアクセスが断たれることがあること、東京の様子や状況が分かりにくいこと等の課題が指摘された<sup>27</sup>。

また、今後徳島県内での新たな取組を実施する場合には、当該取組に関する有用な人材や組織が県外に存在する場合にその協力が得られるかも課題である。

## 第3. 国民生活センターの取組について

より具体的な実施状況や主な成果等、検証の過程における主な議論は、別紙一覧のとおりである。

以下では、国民生活センターの取組全体について検証結果を報告する。

---

<sup>26</sup> なお、令和元年9月に徳島市において徳島県及び消費者庁の共催で「G20 消費者政策国際会合」を開催することが予定されており、このような会合の開催地が徳島市とされたことの背景にも、徳島県に消費者行政における実践的取組や実証的な調査・研究の拠点としてのオフィスが置かれていることがあったと考えられる。

<sup>27</sup> 第8回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会及び第9回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会でのヒアリング

## 1. 研修事業について<sup>28</sup>

研修事業については、主として関西、中国・四国地域の対象者を中心とした研修及び徳島独自の研修が実施されている。

まず、関西、中国・四国地域の対象者を中心とした研修については、徳島市内の会場及び徳島県鳴門合同庁舎内の会場でそれぞれ実施したことで、国民生活センターの相模原事務所で開催された場合よりも移動の負担が軽減された受講者もあり、そのような受講者にとっての研修機会の確保に資するものといえる。実際に、平成 29 年度及び平成 30 年度の相模原事務所と徳島県内の会場の都道府県別 1 講座当たりの受講者数<sup>29</sup>を比較すると、相模原事務所の施設については全国の都道府県から満遍なく参加があるのに対して、徳島県内の会場については、徳島県の受講者が最も多く<sup>30</sup>、兵庫県、鳥取県、島根県、岡山県、香川県、愛媛県及び高知県の受講者も両年度とも相模原事務所の場合と比べて一定程度多い<sup>31</sup>。

次に、徳島独自の研修については、オリジナル研修として徳島県内の大学の研究者が客員研究員となって企画・プログラム作成の主導的立場や講師を担ったものと、徳島の要素を取り入れた研修として、研修内容に消費者庁のプロジェクトの取組内容の報告を盛り込んだものや、相模原事務所での研修で消費者庁のプロジェクトに関わった有識者等を講師としたものなどが実施されている。オリジナル研修の受講者数及び定員充足率は、平成 29 年度（「徳島オリジナル消費者教育講座」）は定員充足率 20.8%（受講者数 15 名／予定人員 72 名）であったが、平成 30 年度（「若者における消費者トラブル防止のための啓発講座」）は定員充足率 138.9%（受講者数 50 名／予定人員 36 名）であった。平成 30 年度において受講者数が増加した要因として、民法の成年年齢が引き下げられる予定となったこと<sup>32</sup>といった背景事情の影響等も考えられるものの、講座の内容や講師の質が評価されたことも影響していると考えられる。この

---

<sup>28</sup> 別紙一覧 51 ページ以下参照

<sup>29</sup> 第 9 回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会・資料 2-3・③-1、③-2

<sup>30</sup> 都道府県別 1 講座当たりの受講者数の合計のうち徳島県の受講者数が占める割合は、平成 29 年度が約 5 割、平成 30 年度が約 4 割。

<sup>31</sup> なお、和歌山県の受講者は、平成 29 年度は相模原事務所の場合と同数、平成 30 年度は相模原事務所の場合と比べて一定程度多い。

<sup>32</sup> 平成 30 年 6 月 13 日、民法の成年年齢を 20 歳から 18 歳に引き下げることを内容とする民法の一部を改正する法律（平成 30 年法律第 59 号）が成立し、令和 4 年 4 月 1 日より施行される。

ような取組は、徳島県内の有識者や消費者庁の取組から得られた成果を活用し、消費者分野に取り組む人材の育成に資する研修内容を提供するものといえるし、消費者庁と国民生活センターの各取組を有機的に連携させるモデルを提示するものといえる。

そして、研修の実施に当たっては、徳島県・鳴門市の積極的な協力により、空港、駅、高速バスのバス停や宿泊施設から研修の会場（徳島県鳴門合同庁舎）までの受講者用の無料送迎タクシーの手配等の受講者の利便性向上に向けた取組が実施されている。

もともと、受講者数については、1講座当たりの平均受講者数、定員充足率及び都道府県別1講座当たりの受講者数について、徳島県内で実施されたものは、相模原事務所や他の地域で開催されたものと比べるとかなり低い数値となっている<sup>33</sup>。また、関西、中国・四国地域の対象者を想定しているにもかかわらず、平成29年度及び平成30年度の相模原事務所と徳島県内の会場の都道府県別1講座当たりの受講者数を比較すると、徳島県内の会場について、滋賀県、京都府、大阪府、奈良県、広島県及び山口県の受講者は平成29年度及び平成30年度の双方あるいは一方が相模原事務所の場合と比べて少なく<sup>34</sup>、また、徳島県内の会場の都道府県別1講座当たりの受講者数のうち、徳島県の受講者数は平成29年度（19.2人）から平成30年度（10.0人）で減少している。そして、これらの背景として、国民生活センターが実施した地方公共団体によるアンケート回答及び研修受講者によるアンケート回答の各内容等を踏まえると、徳島県内の会場までの移動の負担の重さが研修への派遣の障害となっている地方公共団体が多いこと<sup>35</sup>や、徳島県で実施する

---

<sup>33</sup> 定員充足率について、相模原事務所開催が平成29年度81.8%、平成30年度91.7%、地域開催が平成29年度87.2%、平成30年度82.1%に対して、徳島県内開催は平成29年度49.1%、平成30年度50.7%となっている。1講座当たりの平均受講者数では、相模原事務所開催が平成29年度58.9人、平成30年度60.3人に対して、徳島県内開催は平成29年度36.3人、平成30年度27.3人となっている。徳島県内で実施した研修への都道府県別1講座当たりの受講者数では、4人以上が徳島県のみ（平成29年度が19.2人、平成30年度が10.0人）、北海道、東北、関東、中部の都道府県では0人が多数、最大でも0.5人となっている。別紙一覧52ページ及び第9回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会・資料2-3・③-3を参照。

<sup>34</sup> 別紙一覧52ページ及び第9回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会・資料2-3・③-1、③-2参照。

<sup>35</sup> 地方公共団体アンケート（平成28年度、29年度）の結果、徳島で実施した研修に受講者を「派遣しなかった（派遣の予定もない）」が約9割、「派遣した（派遣の予定がある）」が約1割であり、派遣した理由は「費用の負担が軽い」「移動の負担が軽い（体力、時間、乗り継ぎ等）」「実施時期がよい」の順に回答が多

研修を期待する受講者及び徳島県内の会場を希望する受講者の割合が共に少ないこと<sup>36</sup>が分かる。実際に、例えば、四国の愛媛県内から参加する場合でも、地域によっては鳴門市の会場よりも相模原事務所の方が移動時間が少ない場合がある。さらに、現在行われている無料送迎タクシーの配車等の取組については、持続可能性の課題がある。

効率的な運営の観点からは、国民生活センターから、電話、メール及びテレビ会議システムを活用して東京事務所との意思疎通を図ってきたが、同じ執務室内における意思疎通とは密度が異なり、業務の進捗状況の詳細な把握や円滑な実施に課題が生じた場面もあったこと、徳島県内における調整と比べ、徳島県外の講師や東京事務所との調整の比重が圧倒的に大きかったこと及び徳島での研修事業の実施に当たって職員を常駐させて運営を行うことは相模原事務所や地方で行う研修事業への影響が大きいこと等の課題が指摘されている<sup>37</sup>。このような指摘からすると、適切な講師を全国から手配すること等に当たっては、国民生活センターの本部で進める方が効率的と考えられる。

研修内容の充実の観点からは、今後も徳島県での研修の実施を継続する場合に、アクセス面との関係から各テーマに適した講師を確保できるかが課題である。現に、相談員向けの研修について、相模原事務所で開催するものについては国民生活センターのベテランの相談員等が講師になっている例が多いが、徳島県内の会場で開催するものについてはそのような相談員を講師として確保できず、相談実務に精通した弁護士等を講師としている。

以上を踏まえると、研修事業についての徳島県での取組は、徳島県において研修を実施することについて一定のニーズがあること等を明らかにしたものの、受講者数、運営の効率性及び研修内容の

---

く、派遣しなかった理由は「移動の負担が重い（体力、時間、乗り継ぎ等）」「費用の負担が重い」の順に回答が多かった。別紙一覧 52 ページ及び第 9 回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会・資料 2-2・②-3 参照。

<sup>36</sup> 研修受講者アンケート（平成 29 年度、30 年度）の結果、徳島県で開催する研修に「期待する」「やや期待する」は 2 割に満たず、「あまり期待しない」「期待しない」が約 5 割であり、希望する研修会場としては「相模原事務所研修施設」が全体の約 6 割、徳島県内の会場が約 1 割、「相模原・徳島以外の会場」が約 3 割であった。別紙一覧 52 ページ及び第 9 回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会・資料 2-2・②-1 参照。

<sup>37</sup> 第 8 回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会及び第 9 回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会でのヒアリング

充実性について課題があり、特に受講者数との関係では成果として不十分といわざるを得ない。したがって、今後も徳島県において研修事業を継続する場合には、研修事業全体の効果的かつ効率的な運営のために、受講者・講師の利便性及び全国各地での研修の充実(国民生活センターが地域で研修を実施することのほか、地方公共団体が開催する研修を国民生活センターが支援することも含む。)も踏まえ、徳島県で実施する研修の内容、実施場所、実施体制・方法及び実施回数等の見直しが必要である。

## 2. 商品テストについて <sup>38</sup>

商品テストについては、徳島県を実証フィールドとして、平成 29 年度は「地震による転倒防止策」、平成 30 年度は「錠剤、カプセル状の健康食品の品質等に関する実態調査」がそれぞれ実施されている。

例えば、「地震による転倒防止策」では、徳島県や徳島県消費者協会の協力のもと、徳島県内のモニター家庭 100 世帯を確保したことで、利用実態を詳細に把握し、地域に即した問題状況を把握することを可能にしたものである。各モニター家庭の協力により、国民生活センターの人員が各家庭に赴いて、電気給湯器の設置状況を直接調査できたことは、従来の消費者行政において実現が容易ではなかった調査手法を実施した点で意義があったといえる。

もともと、モニター家庭を訪問する実証フィールド調査の日程調整や事務作業はオフィスの人員で実施し、インターネットによるアンケート調査や実証フィールド調査をオフィスの人員と相模原事務所の人員の共同で、プレテストや本試験は徳島県外の試験機関で(商品の購入及び保管は相模原事務所で実施。)、調査結果の公表に当たっての記者説明会は東京事務所で実施したというように、徳島県内で全工程が完結しないことから、国民生活センターの商品テスト全体の効率的な運用への影響が懸念される。実際、国民生活センターからは、オフィスは商品テスト業務の中でもフィールド調査と事務作業に終始し、それらの業務も相模原事務所の業務ラインの中で相談や指示を仰ぐ必要があり、オフィスのみでは完結しなかったということや、アンケート調査会社が東京に集中しており、アンケートにかかる業務負担が大きかったこと、及び、相模原事務所にお

---

<sup>38</sup> 別紙一覧 53 ページ以下参照

ける商品テスト業務量を踏まえるとオフィスに職員を常駐させることは効率的でないこと等の課題が指摘されている<sup>39</sup>。

また、国民生活センターの商品テストは全般的に実証フィールドを必要としないものが多く、徳島県を実証フィールドとして活用することが必要な商品テストは限定される。

加えて、その調査結果には地域的特性が影響し得ること<sup>40</sup>から、国及び全国の地方公共団体における消費者行政の施策において参考とするためには、大都市圏等の別の地方などで調査した結果との比較などによりその影響を是正する必要がある。この点、国民生活センターからも、徳島県のみを実証フィールドとして活用し、全国展開できるテーマを継続的に選定することは、全国的な代表性の観点から限界があるとの指摘があった<sup>41</sup>。

以上を踏まえると、商品テストについての徳島県での取組は、徳島県を実証フィールドとして活用できるテーマがあることを明らかにしたものの、実証フィールドの活用が必要なテーマが限定的であること、調査結果の地域的特性の影響の是正が必要であること、及び、商品テスト全体の効率的な運用への影響が懸念されることといった課題がある。したがって、商品テスト全体の効果的かつ効率的な運営のために、今後もオフィスに商品テストのための人員を常駐させ続けることの必要性の検討も含め、徳島県では必要が生じた都度実証フィールド調査等を実施する方法によることも視野に入れた見直しを行うことが必要である。

## おわりに

1. まず、消費者庁の徳島県での取組は、本報告書作成時点で、全体として見たときには、今後、国及び全国の地方公共団体における消費者行政に展開・活用できる可能性を有する成果を上げているという意味で、消費者行政の進化に寄与するものといえる。

すなわち、地域に密着したフィールドを活用した実践的な取組や

---

<sup>39</sup> 第8回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会及び第9回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会でのヒアリング

<sup>40</sup> 例えば、「地震による転倒防止策」では、徳島県を実証フィールドとして給湯器の貯湯タンクの設置状況の調査が実施され、100世帯中63世帯が設置不備、そのうち9世帯が国土交通省の改正告示後に設置されたものであった。ただし、隣家が離れていたり、人口が密集していないことから、実態として人が危害を受けるおそれがないと判断され、改善指導には至らない家庭もあった。

<sup>41</sup> 第9回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会でのヒアリング等

実証的な調査研究により、効果的な普及・啓発方法のモデルケースや新しい知見・データなどが得られた。

これらの成果は、国が効果的な普及・啓発方法を検討する場合やルールを立案する場合等の施策の立案・実施に当たって有益な基礎資料となると共に、全国の地方公共団体が効果的な普及・啓発方法を実践する際に参考となるものであり、国及び全国の地方公共団体における消費者行政に展開・活用できる可能性を有する。

そして、これらの成果が得られた過程では、徳島県及びその周辺地域の地方公共団体、消費者団体、事業者及び事業者団体等の民間組織、並びに、県民等の積極的な協力を得たことが大きく寄与した。

もっとも、本報告書を作成した時点においては、国及び全国の地方公共団体における消費者行政への展開・活用に向けた具体的な取組が開始される段階にまで至っていないプロジェクトもあるため、今後そのような具体的な取組を実施していくことが重要である。特に、「全国展開を見据えたモデルプロジェクト」の成果については、消費者庁において、別紙一覧の「検証過程における主な議論」記載内容を含む本報告書の指摘内容も踏まえながら、可及的速やかに全国展開に向けた工程を示し、順次実行していくことが求められる。

また、消費者庁において、今後、徳島県で行われている各プロジェクト等について、政策課題やプロジェクト等の選定、プロジェクト等の目的・目標の設定、プロジェクト等の実施方法（東京の消費者庁との関係、及び、徳島県やその周辺地域の地方公共団体・民間団体等との連携方法などを含む）、並びに、国及び全国の地方公共団体の消費者行政への展開・活用までの過程を点検し、成果に結びついた要素や課題となる要素を抽出するなどして、本報告書で指摘した内容等を踏まえながら、今後の取組やオフィスの在り方を検討することも重要である。

そして、消費者庁が以上の各事項を実行する上では、中央組織としての東京の消費者庁の各既存の体制・機能を強化していくことが必要となると考えられ、その場合には対応を検討すべきである。

2. 次に、国民生活センターの徳島県での取組については、研修事業において徳島県において研修を実施することについて一定のニーズがあること等を明らかにしたことや、商品テストにおいて徳島県を実証フィールドとして活用できることを明らかにしたことなどの点で、消費者行政の進化に寄与するものといえる。

もっとも、研修事業については受講者数、運営の効率性及び研修

内容の充実性について課題があり、特に受講者数との関係では成果として不十分といわざるを得ず、また、商品テストについては、実証フィールドの活用が必要なテーマが限定的であること、調査結果の地域的特性の影響の是正が必要であること、及び、商品テスト全体の効率的な運用への影響が懸念されることといった課題があるため、それぞれ既述のとおり見直しが必要である。

そして、全国各地での研修の充実等を踏まえた見直し及び調査結果への地域的特性の影響の是正などを行うに当たっては、東京・相模原の国民生活センターの各既存の体制・機能を強化していくことが必要となると考えられ、その場合には対応を検討すべきである。

3. オフィスの設置をきっかけにして、消費者庁及び国民生活センターにより地域に密着したフィールドで消費者政策が展開され、その取組や成果を第三者的立場に立つ消費者委員会が検証するという政策推進の1つのモデルが構築されたことにも意義があったといえる。

これを踏まえると、消費者委員会において、今後も、オフィスにおける消費者庁及び国民生活センターの取組の状況並びにそれらの取組の成果の国及び全国の地方公共団体の消費者行政への展開・活用の状況等を注視することが重要である。

4. 今回の取組によって得られた成果・課題を活かして、今後、消費者行政が進化、発展していくことを期待したい。



## 取組別ヒアリング内容及び議論状況等一覧

本一覧は、消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会の検証過程におけるヒアリング内容等の分析結果及び委員・オブザーバーによる議論内容のそれぞれ主なものを、個別の取組ごとに整理したものである。

なお、「政策課題」欄ないし「参考情報」欄の記載内容は、第9回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会（平成31年3月29日開催）までのヒアリング内容、並びに、その後消費者庁、国民生活センター及び徳島県から提供を受けた平成31年4月末日時点までの情報に基づき記載した。

予算で内数として記載しているものは、徳島県を含む全国的な取組について予算要求されたものであり、徳島県内での取組にかかる部分を切り分けられないものである。

「検証過程における主な議論」欄の記載内容は、本専門調査会の検証の過程におけるその都度の委員・オブザーバーの議論内容を整理し直して記載したものであり、必ずしもその後の事実関係の変化等を反映しているものではない。

## 1. 消費者庁の取組

### (1) 全国展開を見据えたモデルプロジェクト

#### ① 若年者向け消費者教育の取組

<b>政策課題</b>
若年者への消費者教育推進
<b>取組の目的</b>
若年者への消費者教育推進のため、体系的な消費者教育について、先進的な取組事例の収集・発信
<b>取組の目標</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・徳島県内全ての高等学校等において、消費者庁が文部科学省の協力を得て作成した消費者教育教材「社会への扉」を活用した授業を実施</li> <li>・徳島県等での実証結果を踏まえ、全国での教材の活用を促進</li> <li>・実践授業の事例を取りまとめ事例集を作成</li> <li>・実践的な消費者教育の推進に関する全国展開の検討</li> </ul>
<b>主な対象</b>
若年者(徳島県内の全高等学校等の1年生を中心に)
<b>予算(万円)</b>
平成29年度 1389.6の内数
平成30年度 2179.5の内数
令和元年度 2755.5の内数
<b>主な実施状況</b>
<p>[平成29年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高校教員を対象とした指導者養成研修会の開催</li> <li>・徳島県内全ての高等学校等において、消費者庁が文部科学省の協力を得て作成した消費者教育教材「社会への扉」を活用した授業を実施</li> <li>・生徒に対する事前・事後アンケート調査を実施</li> <li>・教材を活用した教員からの意見、改善案等を尋ねるアンケート調査を実施</li> <li>・徳島県・県教育委員会による公開研究授業の実施</li> <li>・授業実践報告会の開催 等</li> </ul> <p>[平成30年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「社会への扉」を活用した授業を実施</li> <li>・生徒に対する事前・事後アンケート調査を実施</li> <li>・教材を活用した教員からの意見、改善案等を尋ねるアンケート調査を実施</li> <li>・平成29年度に授業を受けた生徒(在学生)に対する経年アンケートを実施</li> <li>・教材を活用した授業実践例の収集・公表</li> <li>・授業実践報告会の開催</li> <li>・徳島県・県教育委員会による公開研究授業の実施</li> <li>・徳島県における若年者向け消費者教育の推進に関する取組支援(講演等) 等</li> </ul> <p>[徳島県が実施]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・徳島県では、公立高校については消費者部局と教育委員会、私立高校については消費者部局と担当部局がそれぞれ連携して、各高等学校等へ依頼(消費者庁とも協働)、教育委員会を通じて校長会での説明等を実施</li> <li>・徳島県では、出前授業等の講師派遣について、学校とのマッチング等を行う「とくしま消費者教育人材バンク」を開設 等</li> </ul>

<b>主な成果等</b>
<p>[平成29年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内全56高等学校等(生徒総数約6,900人)で「社会への扉」を活用した消費者教育の実施</li> <li>・ 平成29年度消費者教育教材「社会への扉」を活用した授業実践報告会を開催(平成30年3月)</li> </ul> <p>[平成30年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内全ての高等学校等(生徒総数約6,700人)で「社会への扉」を活用した消費者教育の実施</li> <li>・ 消費者庁作成教材「社会への扉」の徳島県における活用事例集を公表(平成29年度に授業参観ができた20校)(平成30年6月)</li> <li>・ 平成29年度 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調査報告書を公表(平成30年9月)</li> <li>・ 平成30年度消費者教育教材「社会への扉」を活用した授業実践報告会を開催(平成31年3月)</li> </ul> <p>[平成31年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 平成30年度消費者教育教材「社会への扉」の徳島県における実践事例の公表(平成31年4月)</li> </ul>
<b>全国展開への状況</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 上記事例集、調査報告書等の公表</li> <li>・ 成年年齢引き下げを見据え、全都道府県へ実践的な消費者教育の実施について働きかけることを決定したことを受けて、徳島県以外の四国3県にはオフィス職員が、その他の都道府県には東京の消費者庁職員がそれぞれ訪問し、働きかけを行った。具体的には、実践的な消費者教育の重要性や徳島県において実施した「社会への扉」を活用した授業の成果等について説明し、「社会への扉」の活用を依頼した。</li> <li>・ 授業実践報告会や公開研究授業への他県からの参加</li> <li>・ 徳島県以外での実践報告会の開催(予定)</li> </ul>
<b>参考情報</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 東京で、4省庁関係局長連絡会議を開催し、「若年者の消費者教育の推進に関するアクションプログラム」を決定</li> <li>・ 「社会への扉」を活用した授業の実施について平成30年度には8都道府県、令和元年度は25都道府県、令和2年(2020年)度に47都道府県での実施を目指していく(平成30年度から授業での活用促進の意向:「社会への扉」を活用(29道府県)、「その他の教材」を活用(4県)、計33道府県(平成30年11月調査時点)。)</li> </ul>
<b>検証過程における主な議論</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 徳島県内の全ての高校で「社会への扉」を使用して工夫された授業を実施したことは、他の地域において参考となる実践例を示すものとして消費者教育の推進につながる点で評価できる。また、他の地域への波及効果も期待できる。</li> <li>・ 平成29年度中に徳島県内の全ての高校で実施され、スピード感も速かったと評価できる。</li> <li>・ 実施できたことの要因として、オフィス、徳島県の消費者行政部局及び教育委員会等とがうまく連携できたことも、消費者行政の有効な取組例を示すものとして評価できる。</li> <li>・ 全国展開に当たっては、徳島県のような消費者行政部局と教育委員会等との連携が可能な環境が必ずしも他の地域でも整えられるとは限らないため、地域の実情に即した工夫が必要となる。</li> <li>・ 全国展開に当たっては、特に私立高校や特別支援学校での普及が難しい実情にあるので、効果的な普及策が検討されることを期待したい。</li> <li>・ 今後の展開として、小中学校での消費者教育、保護者への啓発、教育機関以外の弁護士や警察といった専門家による消費者教育も重要であるので、それらの専門家との連携も重要である。また、「社会への扉」の内容をインターネット上の取引や決済手段の複雑多様化等最新の状況を反映してアップデートすることも重要である。さらに、実施後の効果測定として「社会への扉」を採用したことで、生徒にどの程度消費者力が付いたか、上がったかを確認していくことも重要である。</li> <li>・ より効果的な消費者教育を展開するためには、カリキュラムにおける消費者教育の位置付けを見直すことが重要である。</li> </ul>

## ② 見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の構築

<b>政策課題</b>
高齢者等の消費者被害防止
<b>取組の目的</b>
県内の取組事例等を全国に情報共有し、見守りネットワークの構築を促進する
<b>取組の目標</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・徳島県及び県内の全ての市町村に見守りネットワークを構築</li><li>・構築に当たっての課題や課題解決のための苦労・工夫などの事例を入手</li><li>・効果的な見守り活動の検討</li></ul>
<b>主な対象</b>
高齢者、障害者等の消費生活上特に配慮を要する消費者
<b>予算(万円)</b>
平成29年度 255.8の内数 平成30年度 255.8の内数 令和元年度 259.3の内数
<b>主な実施状況</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・オフィス職員、徳島県職員が、徳島県内の全市町村に対して説明・ヒアリング等を実施</li><li>・県内の見守り関係機関等への制度説明</li><li>・既に設置済みの自治体(県外含む)へのヒアリングによる先進事例の入手 等</li></ul>

<b>主な成果等</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成30年度末までに、徳島県及び県内の全24市町村に消費者安全確保地域協議会を設置（人口5万人以上の全3市（徳島市、阿南市、鳴門市）を含む。）</li> <li>・県内全市町村を訪問し、協議会設置に当たっての課題等のヒアリングを実施（平成29年度・平成30年度）。</li> <li>・「消費者安全確保地域協議会」設置事例集 in 徳島（平成29年度）を公表（平成30年9月）</li> <li>・「消費者安全確保地域協議会」設置事例集 in 徳島（平成30年度上半期版）を公表（平成31年3月）</li> </ul>
<b>全国展開への状況</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・上記事例集の公表</li> <li>・引き続き事例の収集・公表（予定）</li> <li>・他県への徳島県における取組説明（主に徳島県以外の四国3県）</li> </ul>
<b>参考情報</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・全国の人口5万人以上の市町での設置としては104地方公共団体/545地方公共団体で設置（平成31年4月末時点）。</li> <li>・地域協議会設置のためのマニュアル「消費者安全確保地域協議会設置の手引き」を公表（平成31年4月）</li> </ul>
<b>検証過程における主な議論</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者安全確保地域協議会について、設置することと設置後に実効化していくことが全国的な課題となっているところ、徳島県内において、オフィス、徳島県の消費者行政部局、福祉関係部局、市町村、関係機関・団体等が適切に連携し、徳島県及び全24市町村で同協議会が設置されたことは、設置に当たっての課題や対処方法等を検討する上での先例として評価できる。また、他の地域への波及効果も期待できる。</li> <li>・個々の高齢者等を見守るためには、社会福祉協議会や地域包括支援センター等と介護事業者等との協定などの取組も重要であるので、今後取組を継続する場合に考慮されたい。</li> <li>・全国展開に向けた具体的な取組としては、事例集が公表されており、参考とされることで他の地域での推進に寄与することが期待される。もともと、全国展開に資するものとするためには、徳島県外の先例も含めて、設置に当たっての課題や対処方法、設置後の活用例や課題、対処法を踏まえた情報を共有できるようにすることも必要である。また、都道府県が市町村に対してアプローチする上で参考にできる情報を共有できるようにすることも重要である。協議会設置の政策目標が全国的に見て低調である現状を踏まえれば、徳島での取組の実績や事例集を活用して本庁から各地方公共団体に向けて具体的に働きかける取組が必要である。</li> <li>・全国展開に当たっては、徳島県内での取組のような連携が必ずしも他の地域でも実現できるとは限らないため、地域の実情に即した工夫が必要となる。</li> </ul>

### ③ 倫理的消費(エシカル消費)の普及

<b>政策課題</b>
・倫理的消費の概念の普及 ・多様な主体によるムーブメント作り
<b>取組の目的</b>
倫理的消費の普及に当たっての効果的な取組を全国に展開する
<b>取組の目標</b>
・倫理的消費の普及・促進に当たっての課題、行政に期待される役割等を把握 ・徳島県の地域版プラットフォームとの連携 ・効果的な取組について検討
<b>主な対象</b>
消費者一般
<b>予算(万円)</b>
平成29年度 1738.2の内数 平成30年度 1733.9の内数 令和元年度 1744.3の内数
<b>主な実施状況</b>
・[平成29年度] ・徳島県でエシカル・ラボを開催 ・徳島県内における倫理的消費の認知度等に関する意識調査を実施(平成29年度～令和元年度の3年間実施予定) 等  ・[平成30年度] ・主に徳島県で倫理的消費に関する取組等の視察やヒアリングによる事例の収集・公表 ・倫理的消費の普及に向けたイベントへの協力 ・徳島県が立ち上げた地域版プラットフォームとの連携 ・徳島県のエシカル消費に関する普及啓発事業を支援(講演等) 等

<b>主な成果等</b>
<p>[平成29年度、30年度共通]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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報告書を公表</li> <li>・地方公共団体、学校、事業者等の取組事例33件をウェブサイトに掲載</li> </ul>
<b>全国展開への状況</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・上記調査報告書、取組事例の公表</li> <li>・引き続き取組事例の収集・公表(予定)</li> </ul>
<b>参考情報</b>
<p>徳島県以外でもエシカル・ラボを開催(開催実績:東京都内、鳥取県、秋田県、山口県、京都府、2019年度開催予定:富山県、石川県、静岡県、兵庫県)</p>
<b>検証過程における主な議論</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・意識調査結果において、徳島県民のエシカル消費の認知度が約26%とされていること等からすると、現時点で県内においてエシカル消費という概念が十分に普及されたとはいえない。エシカル消費の概念が包含する多様な内容が伝わりやすいように工夫した普及のための取組が引き続き行われることが重要である。</li> <li>・エシカル消費が根付いていくかについての長期的な検証も必要である。</li> <li>・全国展開の状況については、意識調査の結果や取組事例が公表されており、他の地域での普及・促進の取組を進めるに当たって参考となることが期待できる。また、エシカル・ラボの開催により他の地域への情報共有や関係者の意識向上が期待できる。今後は、意識調査の結果やモデル的な取組の結果等を踏まえながら、効果的な取組手法を検討し、他の地域において推進の取組が展開されることが課題である。</li> <li>・徳島での開催と他地域でのエシカル・ラボの開催につき、企画・準備・広報・実施・報告までの実施の中で、オフィスの存在や予算の有無による実効性の差が大きいのではないかとと思われるため、各地域に展開するに当たり、オフィスの関与の有無の差がどのようなところにあったかを検証することが必要である。</li> </ul>

#### ④ 食品ロスの削減

<b>政策課題</b>
家庭における食品ロス削減のための効果的な取組(買物行動の改善、適切な保存、食材をムダにしないエコクッキング等)の普及
<b>取組の目的</b>
食品ロス削減に資する取組を全国展開
<b>取組の目標</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・食品ロスの発生量や食費の低減、行動や意識の変化等の食品ロス削減に資する取組による効果を検証</li><li>・啓発資材の作成</li></ul>
<b>主な対象</b>
消費者一般
<b>予算(万円)</b>
平成29年度 582.4の内数 平成30年度 606.8の内数 令和元年度 415.1の内数
<b>主な実施状況</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・モニター家庭で食品ロス削減の取組による削減量の測定、取組前後の意識・行動の変化の調査を実施</li><li>・実証事業の結果を基にした啓発促進のための情報発信</li><li>・家庭における食品の保管と食品ロスに着目したヒアリングを実施</li><li>・実証事業の結果の概要について、「とくしま環境県民会議」のクリーン・リサイクル推進部会や、県内3圏域にて開催した「食品ロス削減セミナー」において説明 等</li></ul>

<b>主な成果等</b>
平成29年度徳島県における食品ロス削減に資する実証調査報告書を公表
<b>全国展開への状況</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・上記報告書を公表</li> <li>・実証事業の結果を基に啓発資料「計ってみよう！家庭での食品ロス(平成31年3月版)」を作成、全国自治体に送付</li> <li>・第3回食品ロス削減全国大会を開催(令和元年10月30日予定)</li> </ul>
<b>参考情報</b>
—
<b>検証過程における主な議論</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・実証事業により、食品ロスの要因、食品ロス削減に向けた取組みのうち消費者が取り組みやすいものの傾向、計量記録をすること自体が食品ロス削減につながる事等、今後の啓発等で参考となる調査結果が得られたことは評価できる。</li> <li>・家庭での食品ロスの計量記録の取組を全国的に普及させるに当たっては、記録の負担を軽減することが重要となる所、消費者庁においても工夫するということであったので、より効果的・効率的な手法で普及されることを期待したい。</li> <li>・食品ロス削減については、サプライチェーンを含めた事業者全体による取組も重要であるところ、徳島県は事業者に対して消費者志向経営、エシカル消費等と併せて働きかけを行っていることであり、消費者庁においては、そのような事業者の取組についても効果の検証や普及方法の検討がなされることを期待したい。</li> <li>・食品ロス削減のための取組が根付いていくかについての長期的な検証も必要である。</li> <li>・全国展開への取組については、調査報告書が公表されたほかは現時点では具体的な成果が確認できない。徳島県における取組や調査結果を参考にしながら、他の地域において推進の取組が展開され、食品ロス削減の取組についての効果的な普及・啓発活動が全国展開されることが課題である。</li> </ul>

## ⑤ 子どもの事故防止

<b>政策課題</b>
子どもの事故の防止
<b>取組の目的</b>
効果的な普及・啓発活動を全国展開
<b>取組の目標</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内での普及啓発活動の取組効果を検証</li> <li>・ 消費者等に周知すべき事項を整理・分析・課題抽出</li> <li>・ 分析に基づく啓発資料を作成</li> <li>・ 調査結果を踏まえた報告書を作成</li> </ul>
<b>主な対象</b>
保護者、保育・教育、医療関係者等
<b>予算(万円)</b>
平成29年度 1478.2の内数 平成30年度 298.6の内数 令和元年度 211.4の内数
<b>主な実施状況</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 保護者・出産予定夫婦等へのアンケートによる意識調査等</li> <li>・ 子どもの事故防止プロジェクト関係者ネットワーク会議への参加および会議構成員との連携</li> <li>・ 関係機関と連携した啓発資料の作成、県内の保護者、幼稚園教諭、保育士、医療関係者等に対する啓発活動</li> <li>・ 県内での普及啓発活動の取組効果を検証 等</li> </ul> <p>[徳島県が実施]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 徳島県が、市町村やネットワーク会議構成機関等を通じて0～6歳児の保護者向けに「子どもの事故防止ハンドブック」を配布。その際、4自治体で、乳幼児検診前のチェックリスト配布と乳幼児検診時の指導を実施するモデル事業を実施 等</li> </ul>

<b>主な成果等</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・子どもの事故防止調査結果報告書を公表</li> <li>・事故防止チラシの作成・配布</li> </ul>
<b>全国展開への状況</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・上記報告書を公表</li> <li>・調査結果を踏まえた有効策を全国展開(父親への啓発、乳幼児の応急手当研修の普及、乳幼児検診時の啓発等)(予定)</li> </ul>
<b>参考情報</b>
—
<b>検証過程における主な議論</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・意識調査により、事故についての知識が多い人ほど事故防止の対策を実施しているという関連や、事故防止に対する負担感の大きい人ほど事故防止の対策の実施割合が低いという関連、子育て経験者との交流があることによって事故防止に対する知識が増えるという関連が見られたこと、教材配布と併せてその普及状況や効果を検証したこと等、今後の啓発等で参考となる新しい知見・データが得られたことは評価できる。</li> <li>・子どもの事故防止のための啓発を効果的に行うためには、福祉分野を含む関係機関と適切に連携することが重要であるところ、ネットワーク会議を設置し、消費者庁、徳島県が、幼稚園・保育園関係者、医療関係者等と連携して啓発の取組を実施したことは、参考となる先例を示すものとして評価できる。</li> <li>・全国展開への取組については調査報告書が公表されたほかは現時点では具体的な成果が確認できない。徳島県における取組や調査結果を参考にしながら、他の地域において推進の取組が展開され、子どもの事故防止の取組についての効果的な普及・啓発活動が全国展開されることが課題である。</li> </ul>

## ⑥ 栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育

<b>政策課題</b>	栄養成分表示等の活用によるバランスの取れた食生活の普及啓発、保健機能食品の適切な利用に関する消費者の理解促進により、消費者が自ら食生活の状況に応じた適切な食品の選択ができるようにすること
<b>取組の目的</b>	効果的な普及・啓発活動を全国展開
<b>取組の目標</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・教材を作成し、徳島県内において栄養成分表示等の活用に資する教育プログラムを実施</li> <li>・教材・教育媒体の効果、教育プログラムの運営体制・方法を検証</li> <li>・検証結果を踏まえて実施要領を作成</li> <li>・自治体及び事業者等に対して栄養成分表示等についての取組状況や課題等を把握するためのヒアリングを実施</li> </ul>
<b>主な対象</b>	消費者一般
<b>予算(万円)</b>	平成29年度 1260.9の内数 平成30年度 935.6の内数 令和元年度 該当予算なし
<b>主な実施状況</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・徳島大学への委託事業により栄養成分表示等の活用に関する試行的取組を実施(なお、調査事業について、徳島大学では、有識者によるプロジェクトチーム、協議会を設置し、専門家による直接の教育のほか、専門家から教育を受けた非専門家(地域のボランティア等)による若年女性、中高年者、高齢者に対する教育として各学習会を実施。その前後を通じて学習者・支援者のアンケートを実施。)</li> <li>・教育の効果を検証</li> <li>・実施要領作成のために教育プログラムの運営体制・方法を検証</li> <li>・自治体及び事業者等に対して栄養成分表示等についての取組状況や課題等を把握するためのヒアリングを実施 等</li> </ul>

<b>主な成果等</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者向け教材および指導要領を作成</li> <li>・ガイドラインの改定版を作成・発出</li> <li>・栄養成分表示の教育プログラムについての実施要領を作成</li> <li>・自治体等における事業者への栄養成分表示の支援状況に関する調査を実施</li> </ul>
<b>全国展開への状況</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・上記教材、指導要領の作成、ガイドラインの改定</li> <li>・上記実施要領の作成</li> <li>・実施要領を活用した取組を全国的に実施(予定)</li> <li>・自治体等における栄養成分表示を活用した消費者教育の実態把握</li> </ul>
<b>参考情報</b>
—
<b>検証過程における主な議論</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・協議会を設置する等して、非専門家の教育の担い手を育成し、若年女性、中高年者、高齢者に対する学習会を実施したこととは、栄養成分表示等の活用に向けた教育における新しい取組として評価できる。</li> <li>・学習会の前後を通じて調査を実施し、その結果を整理・分析したことは、栄養成分表示等の活用に向けた教育における新しい知見を得るものとして評価できる。</li> <li>・全国展開の状況については現時点では実施要領等の作成のほか具体的な成果が確認できない。徳島県における取組を参考にしながら、他の地域において推進の取組が展開され、栄養成分表示等の効果的な普及・啓発活動が全国展開されることが課題である。</li> </ul>

## ⑦ 消費者志向経営の推進

<b>政策課題</b>	中小企業も含めた消費者志向経営の推進により、健全な市場の形成を図り、消費者市民社会の実現につなげる
<b>取組の目的</b>	消費者志向経営推進に向けたより効果的な取組を全国展開
<b>取組の目標</b>	消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加事業者の拡大等、普及・啓発策の検討・実施
<b>主な対象</b>	県内の事業者、事業者団体等
<b>予算(万円)</b>	平成29年度 775.7の内数 平成30年度 794.3の内数 令和元年度 492.0の内数
<b>主な実施状況</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・徳島県内事業者団体等への働きかけ</li> <li>・消費者団体、事業者団体、徳島県等で構成される地域版第1号の消費者志向経営推進組織(プラットフォーム)を設立。消費者庁は同組織と連携し、その活動を支援する(シンポジウムでの講演等)</li> <li>・キックオフシンポジウムの開催(徳島県との共催)</li> <li>・徳島県内事業者の消費者志向自主宣言・フォローアップ活動の推進(推進組織所属の事業者団体が推薦した事業者に対して、オフィス職員、徳島県職員が説明を実施する等)</li> <li>・自主宣言事業者のフォローアップ活動を支援(推進組織と連携したフォローアップセミナーを実施)</li> <li>・徳島県以外の四国3県の事業者団体・行政機関への働きかけ 等</li> </ul>

<b>主な成果等</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・徳島県内における消費者志向経営普及拡大の中核的役割を担う「とくしま消費者志向経営推進組織」の設立(平成29年10月)</li> <li>・徳島県内の29事業者が消費者志向自主宣言(平成30年度末時点)</li> </ul>
<b>全国展開への状況</b>
徳島県での取組を参考に、四国・関西圏を中心に、事業者団体や行政機関等へ消費者志向経営の推進の働きかけを行った。令和元年度も、引き続き働きかけを実施していく予定。
<b>参考情報</b>
全国で101事業者の自主宣言(平成30年度末時点)
<b>検証過程における主な議論</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・徳島県内において、短期間のうちに29事業者から消費者志向自主宣言がされたことは、事業者団体と連携した事業者にする有効的なアプローチ方法を検討する先例となる点で評価できる。また、他の地域への波及効果も期待できる。</li> <li>・地域版のプラットフォームとしてとくしま消費者志向経営推進組織が設置され、行政が民間団体と連携して働きかけを進める先例となる点で評価できる。</li> <li>・宣言に当たって消費者の意見を取り入れるプロセスも重要であるので、今後取組を継続する場合に考慮されたい。</li> <li>・全国展開の状況については、現時点では具体的な成果が確認できない。徳島県における取組を参考にしながら、他の地域において推進の取組が展開され、消費者志向経営が普及・活性化することが課題である。</li> </ul>

**⑧ 公益通報受付窓口(市区町村)及び内部通報制度(事業者)の整備促進**

<b>政策課題</b>
企業不祥事等により国民生活の安全・安心が損なわれることを防ぐ
<b>取組の目的</b>
中小企業における内部通報制度、市区町村における公益通報窓口の整備促進を全国展開
<b>取組の目標</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・徳島県内の地方公共団体の通報受付窓口の整備促進、徳島県内の事業者の取組促進</li> <li>・モデル事業の効果の検証</li> <li>・他地域への展開のための課題の把握・分析</li> </ul>
<b>主な対象</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内の自治体</li> <li>・県内の事業者、事業者団体</li> </ul>
<b>予算(万円)</b>
平成29年度 該当予算なし 平成30年度 該当予算なし 令和元年度 該当予算なし
<b>主な実施状況</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・市町村との関係では、徳島県のリーダーシップによる市町村への支援(市町村幹部への説明、要綱のひな形等の提供、参考事例の提供等)について、消費者庁が助言、協力、情報提供</li> <li>・事業者(団体)との関係では、徳島県が、地方消費者行政推進交付金を活用し、事業者団体へ業務委託することにより公益通報者保護制度推進員を設置する等して、県内事業者(団体)への窓口整備を促進することについて、消費者庁が助言、協力、情報提供 等</li> </ul>

<b>主な成果等</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・徳島県内の全自治体(徳島県および県内24市町村)に通報相談受付窓口(内部・外部)設置</li> <li>・徳島県内全市町村共通の通報受付窓口(外部)を徳島県に整備</li> <li>・事業者団体(徳島県医師会、徳島県経営者協会、徳島県土地改良事業団体連合会)内に共通の通報相談受付窓口を整備・運用</li> </ul> <p>[徳島県の成果等]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・職員向けに独自のeラーニング教材を作成</li> <li>・民間事業者向け通報対応マニュアルを作成・公表</li> </ul>
<b>全国展開への状況</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・周辺自治体(主に四国)の各県に働きかけをした</li> <li>・中小企業における内部通報制度の導入促進の効果、通報制度の円滑な運用とその評価・改善、県内市町村共通の窓口の整備の効果を検証等した上で全国展開(予定)</li> </ul>
<b>参考情報</b>
<p>徳島県作成のeラーニング教材を青森県広報広聴課に提供</p>
<b>検証過程における主な議論</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・徳島県内での通報受付窓口の設置については、都道府県の市町村に対する有効的なアプローチ方法を検討する先例となる点、事業者団体と連携した事業者にする有効的なアプローチ方法を検討する先例となる点で評価できる。また、他の地域への波及効果も期待できる。</li> <li>・現場の職員・従業員への公益通報者保護制度についての一層の周知が必要である。</li> <li>・設置された窓口が実効的に運用されることが重要であるところ、徳島県において企業のコンプライアンスを所管する部署と連携する取組もなされているということであり、今後も窓口の実効性確保のために継続的に取り組まれることを期待する。</li> <li>・全国で整備促進するためには、設置後の活用例や課題、対処法等についても分析・検討し、その結果を全国で共有できるようにすることが必要。</li> <li>・全国展開の状況については、現時点では具体的な成果や具体的な取組の実施状況が確認できない。可及的速やかに効果の検証やその結果の共有化が進められるべきである。</li> </ul>

## ⑨ 食品に関するリスクコミュニケーション

<b>政策課題</b>	幅広い世代の消費者に対して、多様なリスクコミュニケーション(リスコミ)の機会を提供することにより、食品安全に対する消費者の理解を増進させる
<b>取組の目的</b>	リスクコミュニケーション養成の取組、開発した効果的リスクコミュニケーションの手法を全国の地方公共団体へ展開
<b>取組の目標</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・リスクコミュニケーション実施に係る効果的なアプローチの調査・研究</li> <li>・効果的な教材を用いた小中学校での出前講座の実施・効果の検証</li> <li>・リスクコミュニケーション養成に係る実践的なシラバスの改善</li> <li>・リスクコミュニケーションが活用可能なツールの開発</li> </ul>
<b>主な対象</b>	消費者一般
<b>予算(万円)</b>	平成29年度 該当予算なし 平成30年度 1352.9の内数 令和元年度 735.2の内数
<b>主な実施状況</b>	<p>[平成29年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・徳島県、県内関係団体等と共催し、健康食品をテーマに3回のリスクコミュニケーションを実施。各会場にて効果検証のための共通のアンケート調査を実施</li> <li>・実施した調査結果を分析・検討し、効果的なリスコミの実施・効果の検証</li> </ul> <p>[平成30年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・徳島県や県内関係団体等と共催し、健康食品をテーマに、平成29年度の分析結果を踏まえた新たなプログラムでのリスクコミュニケーションを2回実施</li> <li>・全国の先進的取組や参考事例等を踏まえてシラバスを作成し、徳島県消費者協会の協力の下、徳島県と共催し、徳島県消費者大学校大学院で「食品安全リスクコミュニケーション養成・食品表示コース」を開講</li> <li>・実施した調査結果を分析・検討し、効果的リスコミの実施・効果の検証</li> <li>・小中学校での出前授業等を行い、効果的な教材等の開発・検討</li> <li>・食品安全シンポジウムを開催し、効果的なリスクコミュニケーション手法「徳島モデル」を全国に発信等</li> </ul>

<b>主な成果等</b>
<p>[平成29年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・上記のとおり。</li> </ul> <p>[平成30年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「食品安全リスクコミュニケーター養成・食品表示コース」で36名のリスクコミュニケーターを養成</li> <li>・検証結果を踏まえた「徳島モデル」を公表 <ul style="list-style-type: none"> <li>①効果的なシンポジウム型リスコミの取組(基調講演+公開ミニ講座)</li> <li>②リスクコミュニケーター養成に係る、社会心理学的要素も織り込んだ実践的なシラバス</li> </ul> </li> </ul>
<b>全国展開への状況</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・リスクコミュニケーター養成の取組及び開発した効果的リスクコミュニケーションの手法について全国の地方公共団体が取り組めるようなマニュアルを作成(予定)</li> <li>・令和元年度以降は、さらに徳島県で検証、修正を図ると共に、マニュアルを活用した取組を全国の地方公共団体へ展開する(予定)</li> </ul>
<b>参考情報</b>
<p>—</p>
<b>検証過程における主な議論</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・アンケート結果を踏まえて工夫されたリスクコミュニケーションを実施したことは、モデル的な取組となることや、より効果的な手法を検討する上で参考となるデータを提供するものであり、評価できる。</li> <li>・リスクコミュニケーションが根付いていくかについての長期的な検証も必要である。</li> <li>・効果的コミュニケーションの手法を全国の地方公共団体へ展開するに当たっては、各地域においてコミュニケーションの場を確保できるような体制を整えることも重要であるので、全国展開に当たって検討されたい。</li> <li>・全国展開への取組については現時点では具体的な成果が確認できない。徳島県における取組や調査結果を参考にしながら、他の地域において推進の取組が展開され、効果的な普及・啓発活動が全国展開されることが課題である。</li> </ul>

⑩ シェアリングエコノミーに関する実証実験等

<b>政策課題</b>
消費者がシェアリングエコノミーを安心して安全に利用できる環境整備等
<b>取組の目的</b>
シェアリングエコノミーの普及に伴い発生する消費者問題を早期に発見・分析等
<b>取組の目標</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・シェアリングエコノミーに関する利用実態の調査</li> <li>・調査結果等を踏まえ、啓発資料を作成</li> <li>・将来の豊かな消費生活像を明確化し、将来の消費生活を豊かにする消費者行政の在り方を検討</li> </ul>
<b>主な対象</b>
シェアリングエコノミーサービスの利用者、提供者等
<b>予算(万円)</b>
平成29年度 ー
平成30年度 1593.8の内数
令和元年度 1243.5の内数
<b>主な実施状況</b>
<p>&lt;H30年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・阿波おどり期間の徳島県における民泊の利用実態について、利用者・提供者を対象としたアンケート調査等を実施</li> <li>・民泊を仲介する特定のプラットフォーム事業者における徳島県の民泊に関する宿泊者からのコメントの調査を実施</li> <li>・シェアリングエコノミーに関する全国規模のインターネットによる利用実態調査</li> <li>・徳島県内のプラットフォームと連携したモニター実験</li> <li>・有識者や関係団体からのヒアリング、意見交換</li> <li>・若者が活用しやすい消費生活相談についての研究会を立ち上げ検討開始 等</li> </ul>

<b>主な成果等</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・民泊の利用実態調査の結果は、提供者の回答数が13名、利用者の回答数が14名で、双方から不満・苦情が特になし等といったものであった。</li> <li>・プラットフォーム事業者におけるコメントの調査により、改善・要望に関するコメントの内容等を把握</li> <li>・シェアリングエコノミーに関する全国利用実態調査により認知度や利用者の意識を把握</li> <li>・徳島県内のプラットフォームと連携したモニター実験により、利用者の意識や要望を把握</li> <li>・有識者や関係団体からのヒアリング、意見交換</li> </ul>
<b>全国展開への状況</b>
調査結果等を踏まえ、関係団体と連携して啓発資料を作成（予定）
<b>参考情報</b>
—
<b>検証過程における主な議論</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・お遍路文化を有する土地柄で、かつ、阿波踊り期間中ということであるので、民泊の利用実態調査の一般的な調査結果としては、適切・十分な結果が得られているとはいえない。民泊一般というテーマであれば調査対象地域を見直すこと、他方、徳島県を調査対象とするのであればお遍路文化等地域性を活かした調査内容・調査方法を検討するべきである。</li> <li>・消費者がシェアリングエコノミーを安心して安全に利用できる環境整備に向けた効果的な実証研究を行うに当たっては、徳島県を含めて地域的な広がりをもってなされるべきである。</li> <li>・徳島県内にいながらインターネットにより全国規模の調査を実施したことは、インターネットを活用した調査手法の参考例になるものとして評価できる。</li> <li>・シェアリングエコノミーには様々なサービスがあり得るため、どのような視点で捉えるかが重要となる。また、消費者施策を検討する上では、シェアリングエコノミーの今後を見据える必要もある。これらの観点も踏まえて調査・研究を行うべきである。</li> <li>・全国展開への取組については現時点では具体的な成果が確認できない。徳島県における調査結果を参考にしながら、シェアリングエコノミーの普及に伴い発生する消費者問題の対処法等が全国展開されることが課題である。</li> </ul>

## (2) 基礎研究プロジェクト

### ⑪ 行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究

<b>政策課題</b>
消費者庁の施策の企画・立案能力の向上
<b>取組の目的</b>
「課題発見・対策提示」による効果的な政策立案の実現につなげる
<b>取組の目標</b>
行動経済学等を活用し、消費者を取り巻く現状や消費者政策に関し、 ・ 基礎的・理論的かつ学際的な研究を実施 ・ 調査対象者の協力を得て、徳島を実証フィールドとする調査研究を実施
<b>主な対象</b>
消費者一般
<b>予算(万円)</b>
平成29年度 1650.0の内数 平成30年度 2248.8の内数 令和元年度 2365.6の内数
<b>主な実施状況</b>
[平成29年度] ・ 生活協同組合とくしま生協の組合員のうち、約2000世帯をモニターとして、健康意識、消費者リテラシー、栄養成分への理解・関心等に関するアンケート調査を実施
[平成30年度] ・ フィールド実験を実施(上記のモニターを複数のグループに分け、提供する情報の違い等による行動の変化を検証)
[令和元年度] ・ フィールド実験を継続実施。実験結果の分析及び報告書の取りまとめ(予定)

<b>主な成果等</b>
健康と生活に関する社会実験プロジェクトー平成29年度アンケート調査結果報告書ーの公表(平成30年7月)
<b>全国展開への状況</b>
上記報告書の公表
<b>参考情報</b>
—
<b>検証過程における主な議論</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 行動経済学の知見について、アンケート調査により統計的に裏付けた点で、今後の消費者施策において有益な知見、データを提供するものとして評価できる。消費者の消費行動についてより実態に即して捉えることにつながる取組であり、様々な消費者施策の立案・実効において参考となる新たな知見を提供することにつながることを期待できる。</li> <li>・ 産官民学の連携による研究的取組の好例を示すものとして評価できる。</li> </ul>

## ⑫ 障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査

<b>政策課題</b>
消費者庁の施策の企画・立案能力の向上
<b>取組の目的</b>
障がい者が自立して生活できる社会の実現に向け、消費行動及び消費者被害の傾向を探る
<b>取組の目標</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・障がい者の消費行動・消費者被害実態等を把握</li> <li>・調査結果を基に課題の取りまとめを行う</li> </ul>
<b>主な対象</b>
精神、知的、発達各障がい者やその家族等
<b>予算(万円)</b>
平成29年度 1650.0の内数 平成30年度 2248.8の内数 令和元年度 2365.6の内数
<b>主な実施状況</b>
<p>[平成29年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・徳島県や岡山県の障がい者や支援者その家族等に対し、アンケート調査を実施</li> <li>・障がい関係団体等との意見交換会を開催</li> <li>・障がい者の消費行動・消費者被害実態等を把握し、調査結果を基に課題の取りまとめを実施</li> </ul> <p>[平成30年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・徳島県や岡山県の障がい者や支援者に対し、ヒアリング調査を実施</li> <li>・障がい関係団体等との意見交換会を開催</li> <li>・障がい者の消費行動・消費者被害実態等をよりきめ細かく把握し、調査結果を基に課題の取りまとめを実施</li> </ul>

<b>主な成果等</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成29年度障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査報告書－精神障がい者、知的障がい者、発達障がい者の消費行動を中心に－を公表(平成30年3月)</li> <li>・平成30年度障がい者の消費行動と消費者トラブル事例集の公表(令和元年5月予定)</li> </ul>
<b>全国展開への状況</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・上記報告書の公表</li> <li>・徳島県や岡山県を中心に事例集を使った出前講座を行い、その経験・知見を基に講義の手引き等の作成(予定)</li> </ul>
<b>参考情報</b>
—
<b>検証過程における主な議論</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・障がい特性別に消費行動を調査したものであり、新しい知見を提供するものとして評価できる。相談対応、啓発活動への活用のほか、見守りネットワークについて検討する場合の地域のニーズの把握等様々な場面での活用が考えられる。</li> <li>・我が国では障がい者に対するアンケート自体例が少ないところ、アンケート方法を工夫し、その実例を公表している点でも貴重なデータとなる。今後の消費者行政において、引き続きより効果的なアンケート手法が検討されることも期待したい。</li> <li>・産官学の連携による取組の好例として評価できる。</li> <li>・生活環境として地域的特性が影響する可能性があること等から、今回の調査結果を活用する上では、前提条件を意識する必要がある。全国的に消費者施策で参考とする上では、大都市圏での調査も必要と考えられる。</li> <li>・調査結果を踏まえた新たな相談、教育・啓発、支援等の在り方が検討されることを期待したい。</li> <li>・障がい者の消費者被害の実態を把握する上で、消費者トラブルについても調査し、消費行動との関係を分析することが重要となること、消費者庁においてそのような方向でのヒアリング等を実施するということであるので、今後の調査・分析を期待したい。</li> </ul>

### ⑬ 若者の消費者被害の心理的要因からの分析

<b>政策課題</b>
消費者庁の施策の企画・立案能力の向上
<b>取組の目的</b>
消費者被害に遭う要因等を主に心理的要因の観点から調査分析し、対応策を検討する
<b>取組の目標</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・ヒアリング調査等を通じて消費者被害の現状を把握</li><li>・若年者が消費者被害に遭う心理的な要因、若年の消費者被害の現状、要因、対応策等について検討</li></ul>
<b>主な対象</b>
勧誘を受けたことがある若者(18～29歳)
<b>予算(万円)</b>
平成29年度 477.1の内数 平成30年度 419.9の内数 令和元年度 ー
<b>主な実施状況</b>
[平成29年度、平成30年度] <ul style="list-style-type: none"><li>・心理学等を活用し、主に学生の被害の現状・被害に遭う要因等について調査分析する検討会を合計6回実施</li><li>・勧誘を受けた経験のある全国の若者(約1万人)を対象としたアンケート調査を実施</li></ul>

<b>主な成果等</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・若者の消費者被害の心理的要因からの分析に係る検討会報告書を公表(平成30年8月)</li> <li>・だまされやすさを測る心理傾向チェックシート等の啓発資料の作成・配布</li> </ul>
<b>全国展開への状況</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・上記報告書の公表</li> <li>・上記チェックシートを含むパンフレットを作成し、各地の消費生活センター等に配布</li> <li>・政府広報を通じて全国的な広報活動を展開</li> </ul>
<b>参考情報</b>
—
<b>検証過程における主な議論</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・若者の消費者被害の心理的要因について、勧誘を受けたことがある若者1万1238人を対象としたアンケート調査により分析した点で、今後の消費者施策において有益な知見、データを提供するものとして評価できる。</li> <li>・消費者教育や被害回復のための法制度整備といった施策の策定・実行において大いに参考になると考えられる。</li> <li>・さらにインターネットの利用との関係やコミュニティ・人間関係との関係等についても調査・分析することも重要。</li> <li>・今回の調査結果から、若者に限らず、高齢者、ひいては消費者一般に共通する要素を抽出することも考えられる。</li> <li>・産官学の連携による取組の好例としても評価できる。</li> </ul>

⑭ 過疎地域等の消費活動特性等に関する調査・分析

<b>政策課題</b>
消費者庁の施策の企画・立案能力の向上
<b>取組の目的</b>
消費者が居住する地域の実情等を踏まえた消費者施策の企画・立案に向けての基礎的な資料を得る
<b>取組の目標</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・ 地域の実情や消費活動の実態を把握するための調査を実施</li><li>・ 地域間の比較により、特性の洗い出し</li></ul>
<b>主な対象</b>
過疎地域等の消費者
<b>予算(万円)</b>
平成29年度 ー 平成30年度 419.9の内数 令和元年度 339.8の内数
<b>主な実施状況</b>
[平成30年度] <ul style="list-style-type: none"><li>・ 徳島県内の過疎地域等でアンケート、ヒアリング調査を実施</li></ul>

<b>主な成果等</b>
平成30年度過疎地域等の消費活動特性等に関する調査報告書(基礎研究プロジェクト中間報告)を公表(平成31年3月)
<b>全国展開への状況</b>
上記報告書の公表
<b>参考情報</b>
—
<b>検証過程における主な議論</b>
(第9回消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会(平成31年3月29日)時点では概要の報告を受けたのみであったため、具体的な検証はできなかった。)

### (3) 働き方改革に関する取組

#### ⑮ 働き方改革の一環としての業務効率の向上に向けた取組

<b>政策課題</b>
・行政の効率的な運用 ・多様な人材等の確保
<b>取組の目的</b>
消費者庁の働き方改革の拠点として、ワークライフバランスに資する取組を実践し、業務効率化等について検討する
<b>取組の目標</b>
・オフィスで働き方改革についての取組を実験的に実施 ・効果的な方法を検討
<b>主な対象</b>
オフィス職員
<b>予算(万円)</b>
—
<b>主な実施状況</b>
・執務室のフリーアドレス化 ・会議形態の多様化(立ち会議の導入、パソコンを持ち込み電子白板を見ながら議論、テレビ会議を使用した東京とのやりとり等) ・働き方の多様化(フレックスタイム制の導入、テレワークの導入(いずれも東京でも導入済)、リモートアクセスツールの活用等) ・ペーパーレス化 ・プレミアムフライデーの積極活用(休暇を取得し、地元事業者の工場見学等) 等

<b>主な成果等</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・東京よりも休暇取得が多く、超過勤務が少ない。</li> <li>・「ワークライフバランス職場表彰」人事局表彰を受賞（平成31年3月18日）</li> </ul>
<b>全国展開への状況</b>
東京の消費者庁においてオフィスの経験を踏まえた LAN 更改等を実施した
<b>参考情報</b>
—
<b>検証過程における主な議論</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・行政における業務効率化のための実験的な取組として、東京の消費者庁オフィス等でも参考とされ、業務の効率化やワークアンドバランスの推進に資することも期待される点で評価できる。</li> <li>・一般的に働き方改革では「ライフ」の充実として、職員のソーシャルキャリアの形成等も重要である。業務時間の短縮により生まれた時間を活用して、ボランティア等で地域社会に貢献することや、そのような活動で得られる消費者の生の声や地域の実情を消費者行政に活かすといった展開がされることも期待したい。</li> <li>・執務室のフリーアドレス化については、プロジェクト担当の垣根を越えた職員間の交流が深まるという面がある一方、席が離れることにより仕事ぶりを見るのが難しくなる面があること等が、テレビ会議については、システムの性能によっては音声・画質にノイズが生じることがあること、顔色等が把握しにくいこと等が指摘されており、今後の課題となる。</li> <li>・消費者行政全体で参考にするために、退任者を含めた職員に対するアンケート調査等を実施すること等によりオフィスでの取組の効果を検証すべきである。</li> </ul>

## 2. 国民生活センターの取組

### ⑯ 研修事業

<b>政策課題</b>
地方消費者行政の能力向上等
<b>取組の目的</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費生活相談員、行政職員等の研修機会の確保</li> <li>・実施要領の共有により、各地方公共団体の独自研修実施に当たり参考となる情報(カリキュラムの立て方、講師の選定等)を共有</li> <li>・消費者行政新未来創造プロジェクトに携わる徳島県職員を講師とした研修により、地方消費者行政や消費者教育の推進等に関する成果や課題、工夫した点等を共有</li> </ul>
<b>取組の目標</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・地方消費者行政の能力向上、消費生活相談員等の対応力を高めるための研修の実施</li> <li>・主として関西、中国・四国地域の対象者を想定した研修の実施</li> <li>・徳島独自の研修の実施</li> </ul>
<b>主な対象</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費生活相談員</li> <li>・消費者行政部局の職員</li> <li>・教員その他の消費者教育に携わる者</li> <li>・地域の見守りネットワーク推進に関わる者</li> <li>・企業職員</li> </ul>
<b>予算(万円)</b>
—
<b>実施状況</b>
<p>[平成29年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者教育推進のための研修、消費生活サポーター研修の比重を高くし、消費者行政職員研修2回、消費生活相談員研修2回、消費者教育推進のための研修6回、消費生活サポーター研修3回、企業職員研修1回の14回(うち鳴門合同庁舎7回、徳島市内7回)開催</li> </ul> <p>[平成30年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費生活相談員研修の比重を高くし、消費者行政職員研修を3回、消費生活相談員研修を5回、消費者教育推進のための研修を4回、消費生活サポーター研修を2回の合計14回(うち鳴門合同庁舎10回、徳島市内4回)開催</li> </ul> <p>[共通]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・鳴門合同庁舎の会場では、グループ討議、受講者間の意見・情報交換等を行うスペースを活用</li> <li>・鳴門合同庁舎へのアクセスについて、徳島県、鳴門市の協力を得て、空港、駅、高速バスのバス停や宿泊施設等に無料の送迎タクシーを配車してもらった。</li> </ul>

## 主な成果等

- ・徳島県内開催の研修の受講者総数は、平成29年度は消費者庁職員等の聴講も含めて全体で509名。予定人員1,036名に対する充足率は、49.1%。平成30年度は消費者庁職員等の聴講も含めて全体で383名。予定人員756名に対する充足率は50.7%。
- ・定員充足率につき、相模原事務所開催が平成29年度81.8%、平成30年度91.7%、地域開催が平成29年度87.2%、平成30年度82.1%に対して、徳島県内開催は平成29年度49.1%、平成30年度50.7%。1講座当たりの平均受講者数では、相模原事務所開催が平成29年度58.9人、平成30年度60.3人に対して、徳島県内開催は平成29年度36.3人、平成30年度27.3人。徳島県内で実施した研修への都道府県別1講座当たりの受講者数では、4人以上が徳島県のみ、北海道、東北、関東、中部の都道府県では0人が多数、最大でも0.5人で、平成29年度及び平成30年度の両年度で相模原事務所の場合と比べ一定程度多かったのは、徳島県(平成29年度19.2人、平成30年度10.0人)のほか、兵庫県、鳥取県、島根県、岡山県、香川県、愛媛県、高知県。
- ・オリジナル研修の受講者数及び定員充足率は、平成29年度(「徳島オリジナル消費者教育講座」)は定員充足率20.8%(受講者数15名/予定人員72名)、平成30年度(「若者における消費者トラブル防止のための啓発講座」)は定員充足率138.9%(受講者数50名/予定人員36名)。
- ・研修受講者アンケート(平成29年度、30年度)の結果、徳島県で実施する研修に「期待する」「やや期待する」は2割に満たず、「あまり期待しない」「期待しない」が約5割であり、希望する研修会場としては「相模原事務所研修施設」が全体の約6割、徳島県内の会場が約1割、「相模原・徳島以外の会場」が約3割。
- ・自治体アンケート(平成28年度、29年度)の結果、徳島で実施した研修に受講者を「派遣しなかった(派遣の予定もない)」が約9割、「派遣した(派遣の予定がある)」が約1割であり、派遣した理由は「費用の負担が軽い」「移動の負担が軽い(体力、時間、乗り継ぎ等)」「実施時期がよい」の順に回答が多く、派遣しなかった理由は「移動の負担が重い(体力、時間、乗り継ぎ等)」「費用の負担が重い」の順に回答が多かった。

## 検証過程における主な議論

- ・研修の内容は、消費者庁の取組から得られた成果を活かし、消費者分野に取り組む人材の育成に資するものといえる。また、消費者庁と国民生活センターの各取組を有機的に連携させるモデルを提示するものともいえる。
- ・都道府県別1講座当たりの受講者数では、相模原事務所開催と比べて徳島県内開催の方が多い県があり、地方で研修を開催することの一定のニーズがあることが示されたといえる。
- ・1講座当たりの平均受講者数や定員充足率について、徳島県内で実施されたものは、相模原事務所や他の地域で開催されたものと比べるとかなり低い数値となっている。
- ・地方公共団体によるアンケート回答の内容等を踏まえると、徳島県内の会場までの移動の負担の重さが研修への派遣の障害となっている地方公共団体が多いことなどが分かる。
- ・徳島県内の会場での研修は、関西、中国・四国地域の対象者を想定しているとはいえ、都道府県別1講座当たりの受講者数で相模原事務所の場合より少ない関西、中国・四国地域の府県もあり、徳島県の受講者数は減少している。実際に四国の愛媛県内から参加する場合でも、地域によっては鳴門市の会場よりも相模原事務所の方が移動時間が少ない場合がある。
- ・現在行われている無料の送迎タクシーの配車等の取組も持続可能性が課題となる。
- ・効率的な運営や研修内容の充実の観点からの課題もある。
- ・以上を踏まえると、研修事業についての徳島県での取組は、徳島県において研修を実施することについて一定のニーズがあること等を明らかにしたものの、受講者数、運営の効率性及び研修内容の充実性について課題があり、特に受講者数との関係では成果として不十分といわざるを得ない。したがって、今後も徳島県において研修事業を継続する場合には、研修事業全体の効果的かつ効率的な運営のために、受講者・講師の利便性及び全国各地での研修の充実(国民生活センターが地域で研修を実施することのほか、地方公共団体が開催する研修を国民生活センターが支援することも含む。)も踏まえ、徳島県で実施する研修の内容、実施場所、実施体制・方法及び実施回数等の見直しを行うことが必要である。

## ⑰ 商品テスト

<b>政策課題</b>	さらなる消費者の安全なくらしの確保
<b>取組の目的</b>	調査結果に基づく効果的な対策を全国的に周知・啓発
<b>取組の目標</b>	徳島県を実証フィールドとして活用した先駆的な商品テストの実施
<b>主な対象</b>	消費者一般
<b>予算(万円)</b>	—
<b>実施状況</b>	<p>[平成29年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 全国1万人の消費者を対象とした、家具・家電の転倒防止策等に関する意識調査を実施</li> <li>・ 徳島県や徳島県消費者協会の協力の下、東日本大震災や熊本地震の際に転倒したという相談が多く寄せられた電気給湯設備の給湯タンクについて、県内モニター100世帯を訪問し設置方法に問題がないかどうかフィールド調査を実施</li> <li>・ 振動試験は、徳島県には施設がないため関東地方で行った。</li> </ul> <p>[平成30年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地震による転倒の防止策の報道発表(平成30年6月)は、東京事務所で実施し、徳島の商品テスト部とテレビ会議接続した。</li> <li>・ 全国約1万人の消費者を対象とした、健康食品の利用実態調査を実施</li> <li>・ 錠剤、カプセル状の健康食品について、徳島県民のモニター約100名から利用中の健康食品を収集</li> <li>・ アンケート調査結果を参考に選定、購入した100銘柄及び県民から収集した約100商品について、徳島県外の試験機関にて品質や機能性成分について調査。また、新品100銘柄については、表示・広告を調査し、医薬品医療機器等法、景品表示法等関連する法律に抵触するおそれがないかを調査</li> </ul> <p>[令和元年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 錠剤、カプセル状の健康食品の品質等に関する実態調査の結果を取りまとめ予定(6月)</li> </ul>

<b>主な成果等</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・地震による転倒の防止策－電気給湯設備の貯湯タンクと家具・家電について－を公表(平成30年6月)</li> <li>・錠剤、カプセル状の健康食品の品質等に関する実態調査を公表予定(令和元年6月)</li> </ul>
<b>検証過程における主な議論</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・徳島県内のモニター家庭の協力が得られたことで、モニターの母数を確保して調査の実を挙げ、また、地域に即した問題状況を把握することを可能にした点で評価できる。</li> <li>・実証フィールド調査や事務作業はオフィスの職員で実施し、テストは徳島県外の試験機関で(商品の購入及び保管は相模原事務所で実施)、調査結果の公表に当たっての記者説明会は東京事務所で実施したというように、徳島県内で全工程が完結しないことから、国民生活センターの商品テスト全体の効率的な運用への影響が懸念される。</li> <li>・実証フィールドで調査することが必要な商品テストは限定される。</li> <li>・調査結果には地域的特性が影響することから、国及び全国の地方公共団体における消費者行政の施策において参考とするためには、大都市圏等の別の地方などで調査した結果との比較などによりその影響を是正する必要がある。</li> <li>・以上を踏まえると、商品テストについての徳島県での取組は、徳島県を実証フィールドとして活用できるテーマがあることを明らかにしたものの、実証フィールドの活用が必要なテーマが限定的であること、調査結果の地域的特性の影響の是正が必要であること、及び、商品テスト全体の効率的な運用への影響が懸念されることといった課題がある。したがって、商品テスト全体の効果的かつ効率的な運営のために、今後もオフィスに商品テストのための人員を常駐させ続けることの必要性の検討も含め、徳島県では必要が生じた都度実証フィールド調査等を実施する方法によることも視野に入れた見直しを行うことが必要である。</li> </ul>

## (参考資料 1)

### 消費者委員会 消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会 設置・運営規程

平成 29 年 11 月 8 日  
消費者委員会決定

消費者委員会令（平成21年政令第216号）第四条の規定に基づき、この規程を定める。

#### (総則)

第一条 消費者委員会（以下「委員会」という。）の消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会の設置、所掌事務、議事録の作成及び会議等については、この規程の定めるところによる。

#### (専門調査会の設置)

第二条 委員会に消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会（以下「専門調査会」という。）を置く。

- 2 専門調査会に属すべき構成員は、委員長が委員、臨時委員及び専門委員のうちから指名する。
- 3 専門調査会には座長を置き、専門調査会に属する構成員から委員長が指名し、座長は、専門調査会の事務を掌理する。
- 4 座長に事故があるときは、専門調査会に属する構成員のうちから座長があらかじめ指名する者が、その職務を代理する。

#### (専門調査会の所掌)

第三条 専門調査会は、消費者委員会が、「政府関係機関の地方移転にかかる今後の取組について」（平成28年9月1日まち・ひと・しごと創生本部決定）に基づく消費者庁や（独）国民生活センターの徳島県での取組につき、消費者行政の進化等の観点から成果を検証し、提言・助言を行うとともに、3年後目途の「消費者行政新未来創造オフィス」の取組の検証・見直しに当たっての意見を述べるに当たり、委員会の求めに応じて、必要な重要事項について調査審議する。

#### (調査会の設置)

第四条 座長は、必要に応じて、委員会の同意を得て専門調査会に調査会を置くことができる。

- 2 調査会は、専門調査会が行う調査審議に関し、必要な専門的事項を調査審議し又は検討する。
- 3 調査会に属すべき構成員は、委員長が委員、臨時委員及び専門委員のうちから指名する。
- 4 調査会には座長を置き、当該調査会に属する構成員から委員長が指名し、座長は、当該調査会の事務を掌理する。
- 5 調査会の座長に事故があるときは、当該調査会に属する構成員のうちから調査会の座長があらかじめ指名する者が、その職務を代理する。

(議事録の作成)

第五条 専門調査会の議事については、次の事項を記載した議事録を作成する。

- 一 会議の日時及び場所
- 二 出席した構成員の氏名及びこのうちテレビ会議システム（ウェブ会議システムを含む。以下同じ。）を利用した出席者の氏名
- 三 議題となった事項
- 四 審議経過
- 五 審議結果

(審議の公開)

第六条 専門調査会の開催予定に関する日時・開催場所等については、公開する。

- 2 専門調査会は、会議を公開することにより、当事者若しくは第三者の権利若しくは利益又は公共の利益を害するおそれがある場合その他座長が非公開とすることを必要と認めた場合を除き、公開する。非公開とすべき事由が終了したときは、公開するものとする。
- 3 前項の規定により座長が会議を非公開とすることを認めた場合は、専門調査会はその理由を公表する。
- 4 会議の議事録については、第2項の規定により座長が会議を非公開とすることを必要と認めた場合を除き、公開する。
- 5 第2項の規定により座長が会議を非公開とすることを必要と認めた場合は、議事要旨をすみやかに作成し、公表するものとする。

(専門調査会の会議)

第七条 座長（座長に事故があるときはその職務を代理する者。以下同じ。）

は、専門調査会の会議を招集し、その議長となる。

- 2 専門調査会の会議への出席には、会議の開催場所のほか、座長が必要と認

- めるときには、テレビ会議システムを利用した出席を含めるものとする。
- 3 専門調査会に属さない委員は、あらかじめ座長に届け出ることにより、専門調査会に出席することができる。
  - 4 座長は、必要により、専門調査会に属さない臨時委員若しくは専門委員、行政機関職員又は調査審議事項に関して識見を有する者をオブザーバーとして会議に出席させることができる。
  - 5 座長は、各回ごとの調査審議事項及びこれに係る事項に関する意見又は説明を得る必要があると認める場合には、専門調査会に属さない臨時委員若しくは専門委員、行政機関職員又は当該調査審議事項に関して識見を有する者を参考人として会議に出席させることができる。

(雑則)

第八条 この規程に定めるもののほか、専門調査会の運営に関し必要な事項は、座長が委員会に諮って定める。

(準用)

第九条 第五条から前条までの規定は、調査会について準用する。この場合において、これらの規定中「専門調査会」とあるのは「調査会」と読み替えるものとする。

附 則

この規程は、平成29年11月8日から施行する。

## (参考資料2)

### 消費者委員会消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会 委員名簿

(平成31年4月1日現在)

(座長)	樋口 一清	法政大学客員教授
	内田 俊一	公益財団法人国立京都国際会館館長、元消費者庁長官
	木田 聖子	株式会社チャイルドハート代表取締役
	遠山 利恵子	NPO法人えひめ消費者ネット理事
(座長代理)	新川 達郎	同志社大学大学院総合政策科学研究科教授
	野口 貴公美	一橋大学大学院法学研究科教授
	野々山 宏	弁護士、独立行政法人国民生活センター前理事長
	萩原 なつ子	立教大学社会学部教授
	長谷川 雅巳	一般社団法人日本経済団体連合会ソーシャル・コミュニケーション本部長
	唯根 妙子	一般財団法人日本消費者協会専務理事

以上10名

※岩崎一雄氏（一般社団法人日本経済団体連合会政治・社会本部長（当時））が、本専門調査会設置当初から平成30年5月31日まで、専門調査会の委員として在任していた。

※なお、消費者委員会の池本誠司委員長代理、大森節子委員、長田三紀委員がオブザーバーとして、調査・審議に参画した。

# (参考資料3)

## 審 議 経 過

(令和元年5月24日現在)

開催日	議事内容
第1回 平成29年12月21日	○消費者行政新未来創造プロジェクトに関するヒアリング ○本専門調査会における今後の審議の観点について
第2回 平成30年4月10日	○本専門調査会における今後の審議の観点について ○「公益通報受付窓口（市区町村）及び内部通報制度（事業者）の整備促進に関するヒアリング」 ○「消費者志向経営の推進」に関するヒアリング ○「見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）の構築」に関するヒアリング ○その他
第3回 平成30年6月8日	○とくしま消費者志向経営推進組織からのヒアリング ○消費者志向自主宣言企業からのヒアリング ○「研修事業・商品テスト」に関するヒアリング ○「栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育」に関するヒアリング
第4回 平成30年7月6日	○「食品ロスの削減」に関するヒアリング ○「子どもの事故防止」に関するヒアリング ○「障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査」に関するヒアリング ○「食品に関するリスクコミュニケーション」に関するヒアリング
第5回 平成30年8月9日	○「若年者向け消費者教育の取組」に関するヒアリング ○「行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究」に関するヒアリング ○「倫理的消費（エシカル消費）の普及」に関するヒアリング
第6回 平成30年10月31日	○「若者の消費者被害の心理的要因からの分析」に関するヒアリング ○「シェアリングエコノミーに関する実証実験等」に関するヒアリング ○その他
第7回 平成30年12月20日	○消費者行政新未来創造オフィスの体制・業務・役割分担

		等に関するヒアリング ○消費者行政新未来創造オフィスの働き方改革の拠点に関するヒアリング
第8回	平成31年1月29日	○全国展開のモデルプロジェクトの現状と今後の展望に関するヒアリング ○消費者行政新未来創造オフィスと徳島県の連携、役割分担等に関するヒアリング
第9回	平成31年3月29日	○消費者行政新未来創造オフィスの消費者行政への寄与に関するヒアリング
第10回	令和元年5月24日	○取りまとめに向けた検討