

◆消費者を取り巻く環境が急速に変化していく中、消費生活の現状や消費者問題に対する調査・分析や基礎研究を行うことが重要 ⇒「課題発見・対策提示」による効果的な政策立案の実現

○行動経済学等を活用し、消費者に対する情報提供の在り方について調査研究を実施

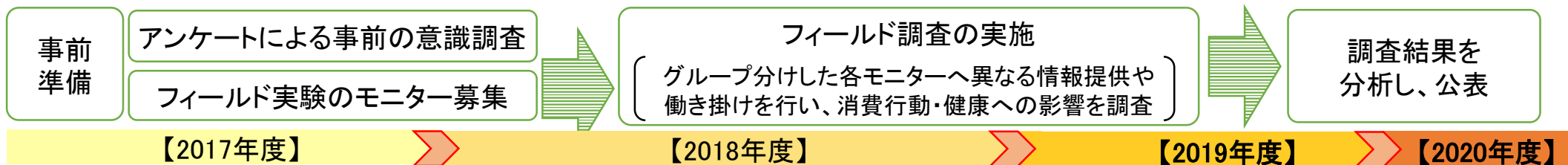
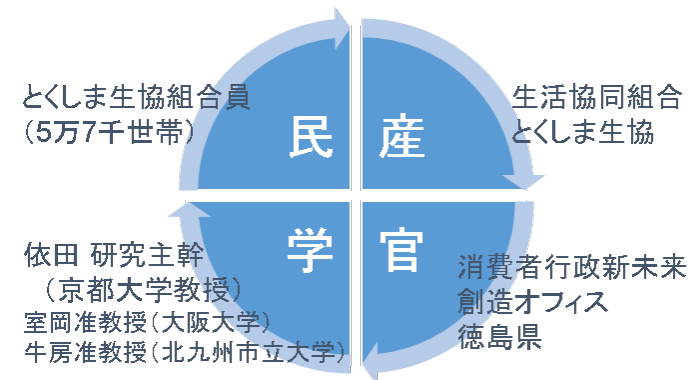
プロジェクトの主な取組内容

「健康と生活に関する社会実験」の実施

- ・行動経済学の第一人者である依田高典客員研究主幹(京都大学教授)が指導
- ・とくしま生協よりモニター提供等の協力

- ・人は必ずしも合理的ではないという行動経済学の考え方に基づき実施
- ・グループ分けした各モニターに対し、異なる情報提供や働き掛けを行い、消費行動や健康への影響を調査

【協力体制のイメージ】



主な成果

- ・モニターの特徴を把握するためのアンケート(事前の意識調査)の結果を公表(2018/7/27)
- ・とくしま生協の購買データを用いたナッジの効果分析を公表(2019/11/21)
- ・健康と生活に関する社会実験 報告書を公表(2020/7/10) ※ナッジ:そっと後押しする、という意味

・目標体重を設定させ、それを様々な見せ方で伝えることによる目標設定ナッジの介入効果を社会実験により推定した。実験結果からは、概してメインの結果変数である体重への介入効果はほとんどみられなかったが、歩数については一部介入による歩数の増加がみられた。意識的に歩数を増やすことは可能であるが、体重を変えるというのはなかなか容易ではないものと考えられる。

◆障がい者の消費行動や直面する消費者トラブルの実態は不明瞭な状況
 ⇒障がい者が自立して生活できる社会の実現に向けても、消費行動及び消費者被害の傾向を探ることが必要

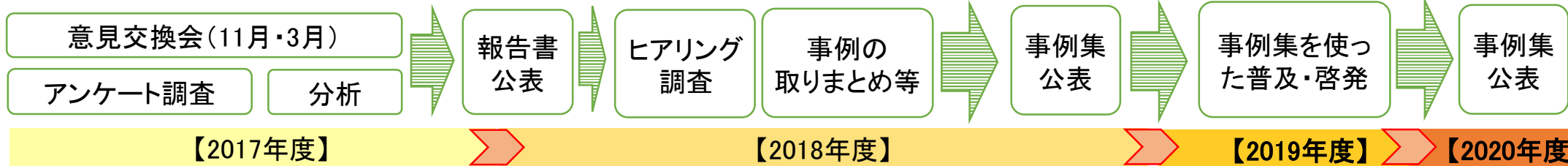
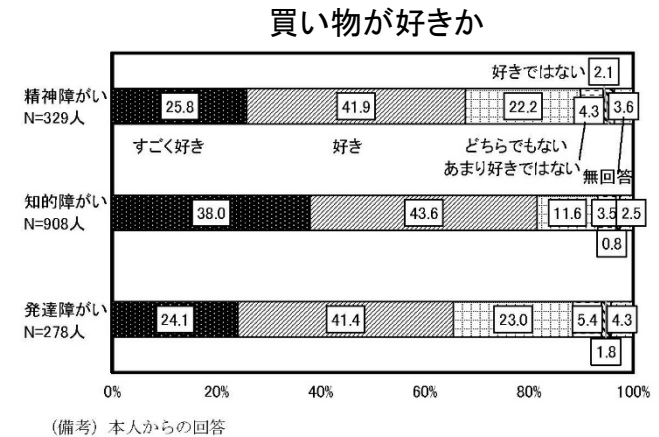
○障がい者の消費行動及び消費者被害実態等の把握

プロジェクトの主な取組内容

徳島県及び岡山県での調査

障がい者やその家族・関連施設等に対し、アンケート及びヒアリング調査を実施し、結果を取りまとめ

障がい者の消費者トラブルに関する事例を収集し啓発資料を作成



主な成果

【2017年度調査報告】

・徳島県及び岡山県の協力の下、精神・知的・発達の各障がいのある方々やその支援者を対象に、普段の消費行動等に関するアンケート調査を実施。調査結果について報告書を作成・公表 (2018/3/22)

・全体的に、買物好きな障がい者が多いが、一方で、消費者トラブルに直面するリスクが比較的大きい

【2018年度調査報告】

・徳島県及び岡山県の協力の下、障がいのある方々やその支援者を対象に、消費者トラブル等について、ヒアリングを実施、調査結果について事例集を作成・公表 (2019/5/17)

【2019年度調査報告】

・徳島県及び岡山県の協力の下、障がいのある方々やその支援者を対象に、消費者トラブル事例集を使った出前講座の実施。啓発出前講座実践事例集を作成・公表

- ◆若者が消費者被害に遭う要因の一つとして、心理的な要因が挙げられる。
⇒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、対応策を検討することが必要

○有識者による検討会での議論やアンケート調査等に基づき、若者が消費者被害に遭う要因を心理面から分析

プロジェクトの主な取組内容

西田公昭座長（立正大学心理学部教授）の下、有識者による検討会を計6回実施

心理学等を活用し、若者が消費者被害に遭う要因等について調査・分析
若者を対象としたアンケート調査（1万人規模）及び
被害者等へのヒアリング調査を実施

主な成果

・検討会の報告書を公表（2018/8/31）

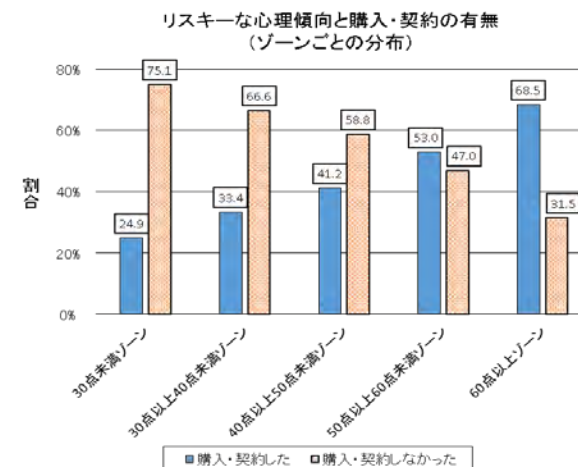
アンケートでは、勧誘を受けた際の状況や心境等のほか、若者の普段の行動や心理、さらにSNSへの意識などについても調査を実施

・アンケート調査結果から導かれた「勧誘を受けた際に購入・契約に至りやすい『リスクな心理傾向』」や「購入・契約の判断を行う際に若者が用いる6つの視点」に基づき、各種チェックシートを作成

※購入・契約の判断を行う際に若者が用いる6つの視点

➡ 「商品・サービス価値への評価」「勧誘者への評価」「場の拘束感への評価」
「否定的側面への評価」「強引な要請への評価」「説明への納得感」

・勧誘時に抱いている悩み・不安や、用いられる勧誘手法の数などが購入・契約の判断に影響を及ぼすことも示された



<リスクな心理傾向チェックシート>

チェック項目	当てはまり度合い				
押されるようにお願いされると弱い	1	2	3	4	5
おだてに乗りやすい	1	2	3	4	5
自信たっぷりに言われると納得してしまう	1	2	3	4	5
見かけの良い人だとつい信じてしまう	1	2	3	4	5
素敵な異性からの誘いと断れない	1	2	3	4	5
マスコミで取り上げられた商品はすぐ試したくなる	1	2	3	4	5
好きな有名人が勧める商品は買いたくなってしまう	1	2	3	4	5
新しいダイエット法や美容法にはすぐにとびつく	1	2	3	4	5
専門家や肩書きがすごい人の意見には従ってしまう	1	2	3	4	5
無料だったり返金保証があるならいろいろ試してみたい	1	2	3	4	5
資格や能力アップにはお金を惜しまない	1	2	3	4	5
良いと思った募金にはすぐ応じている	1	2	3	4	5
欲しいものは多少のリスクがあっても手に入れる	1	2	3	4	5
どんな相手からの電話でも最後まで聞く	1	2	3	4	5
試着や試飲をしたために、つい買ってしまったことがある	1	2	3	4	5

◆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・立案等に向けた基礎的な資料を得るために、地方の消費者の消費活動特性等の調査を行う

○テーマを設定し、そのテーマに沿った消費者の消費活動特性等について、アンケート調査やヒアリング調査を行い、調査結果を基に分析等を実施

プロジェクトの主な取組内容

(過疎地域等の消費活動特性に関する調査)

徳島県内の過疎地域等における消費活動特性等に係る調査の実施

➤ 過疎地域等の居住者に対し、アンケート及びヒアリング調査を実施

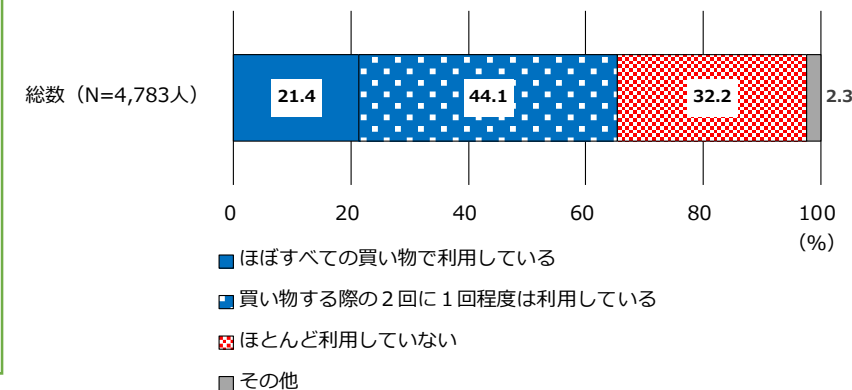
(大学生の消費行動に関する調査)

大学生の消費行動(特にキャッシュレス決済)に係る調査等の実施

➤ 全国の大学生に対し、アンケート調査を実施。
➤ さらに、一部の大学生を対象し、2週間の消費行動調査を実施

「大学生のキャッシュレス決済に関する調査分析結果」より抜粋

➤ この半年間でのキャッシュレス決済の利用頻度を聞いたところ。約6割が、「ほぼすべて」「2回に1回程度」利用していると回答



テーマ決め
調査の準備

徳島県内ヒアリング調査
徳島県内アンケート調査

集計
作業

報告書
公表



テーマ決め
調査の準備

全国の大学生対象
アンケート調査

2週間の
消費行動調査

集計
分析

報告書
公表

【2018年度】



【2019年度】



【2020年度】

主な成果

「過疎地域等の消費活動特性等に関する調査報告書」を公表(2019/3/22)

「大学生のキャッシュレス決済に関する調査分析結果」を公表(2020/5/15)

- ◆若年者への消費者教育の充実や高齢者等の見守りネットワークの構築が、重要な政策課題
- ◆「地方消費者行政強化作戦」では、各都道府県ごとに消費生活相談員の研修参加率を100%に引き上げること等が求められており、研修機会の確保が必要

○徳島県内で各種研修を実施

プロジェクトの主な取組内容

鳴門市・徳島市における研修の実施

主として関西、中国・四国地域の
対象者を想定した研修

徳島独自の研修

【徳島県内で行われた研修の様子】



主な成果

- ・2017年度は、徳島県内において14回の研修を実施(509名:鳴門合同庁舎:7回 191名、徳島市内会場:7回 318名)
- ・2018年度は、徳島県内において14回の研修を実施(383名:鳴門合同庁舎 10回 242名、徳島市内会場 4回 141名)
- ・2019年度は、徳島県内において13回*の研修を実施(426名:鳴門合同庁舎 10回 337名、徳島市内会場 3回* 89名)
*当初14回の研修を計画していたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響により1回中止
- ・グループワークや情報交換会を行う研修は設備が整った鳴門合同庁舎で実施
- ・フィールドワークなどを行う研修は、県都の徳島市内会場で実施(うち1回は、四国大学の学生とのワークショップなどを取り入れた「徳島オリジナル研修」を実施)

◆更なる消費者の安全なくらし確保のため、先駆的な商品テストを実施することが重要

※国民生活センターでは、相模原事務所の商品テスト施設において、消費者被害の未然防止・拡大防止及び消費生活センターにおける苦情相談対応等に資する、生活実態に即した商品テストを実施

○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を実施

プロジェクトの主な取組内容

徳島県内のモニター家庭等を活用した実態調査

外部機関※を活用した商品テスト

商品テスト等の結果を踏まえた効果的な対策を検討

※2017年度はプレテストを関西、
本番テストを関東の外部機関で実施

【モニター家庭を訪問しての
貯湯タンク設置状況調査】



主な成果

◇2017年度のテーマは「地震による転倒の防止策」⇒ 調査結果を踏まえ、報告書を公表(2018/6/7)

【主な結果】

- ・モニター家庭のフィールド調査の結果100世帯中、63世帯で電気給湯設備の貯湯タンクの適切な設置がなされていなかった
- ・フィールド調査を反映した振動テストの結果、コンクリート基礎の上に置いただけの貯湯タンクは震度6弱相当の揺れで転倒した。また、固定するアンカーボルトの太さが細い場合、貯湯タンクは転倒しないものの、1回の振動でアンカーボルトに浮きが見られた

◇2018年度のテーマは「錠剤、カプセル状の健康食品の品質等に関する実態調査」⇒ 調査結果を踏まえ、報告書を公表(2019/8/1)

【主な結果】

- ・県民へのフィールド調査の結果105商品(89銘柄)を回収し、64商品について崩壊性の調査を行ったところ32商品が医薬品に定められた規定時間内に崩壊なかった。またハードカプセルの商品の一部では未開封時には粉末状であったものが調査時には固まってしまうものが見られた

◇2019年度のテーマは「スプレー缶製品などによる事故の防止策」⇒ 調査結果を踏まえ、報告書を公表(2020/2/20)

【主な結果】

- ・県民へのフィールド調査の結果1世帯あたり平均5.4本のスプレー缶製品等が日常的に使用することなく置いたままで、中には腐食によって穴が開いているものが見られた
- ・フィールド調査を反映した台所での引火事故を想定したテストの結果、コンロの火がシンクに滞留したスプレー缶製品の可燃性ガスに引火し、炎が広がる様子が見られた

周辺地域への貢献やオフィスの広報等

県内大学での 講義



◇鳴門教育大学での講義

(2018年度:4コマ、2019年度:4コマ、2020年度:2コマ)

(鳴門教育大学での講義内容の例)

消費者法／消費者被害／消費者の安全確保 など

◇四国大学での講義

(2018年度後期:2コマ)

◇徳島大学での講義

(2018年度前期:14コマ、2019年度前期:13コマ、
2020年度前期:12コマ)

【科目名】消費者が主役の社会へ

(徳島大学での講義内容の例)

- ・消費者行政の概要
- ・インターネットをめぐる消費者トラブル
- ・消費者法の立法過程
- ・子供の事故を始めとした事故防止への取組
- ・怪しい表示と正しい表示
- ・食品表示の見るべきポイント
- ・食品のリスクの捉え方
- ・事業者の取組
- ・欠陥商品とその責任
- ・消費者問題の歴史、法律ができるまで
- ・相談現場からみた消費者被害の実態
- ・なぜ消費者被害に遭うのか
- ・消費者問題のおさらい



徳島新聞へ 毎月連載

オフィス職員が徳島新聞のコラムを執筆
「徳島から挑む
消費者庁 新未来創造オフィスより」

オフィスの取組や成果紹介のシンポジウム等開催

- 2017/9/6 消費者行政新未来創造オフィス設立記念シンポジウム
- 2018/5/18 消費者行政新未来創造オフィス×香川県 記念シンポジウム
- 2018/7/18 消費者行政新未来創造オフィス・愛媛県・愛媛大学シンポジウム
- 2018/7/23 消費者行政新未来創造オフィス開設一周年記念シンポジウム
- 2018/11/22 愛知県・消費者行政新未来創造オフィス消費者教育推進フォーラム
- 2019/2/12 消費者行政新未来創造オフィスの調査分析の成果報告会
- 2019/3/16 ひょうご消費者セミナー2018
- 2019/7/29 消費者行政新未来創造オフィス開設2周年記念フォーラム
- 2020/3/9 消費者行政新未来創造オフィス成果報告会

