

(参考) その他の主なプロジェクト等の概要

【モデルプロジェクトの概要】

都道府県と協力して市区町村における公益通報窓口の全国設置を促進する。
また、改正公益通報者保護法の更なる周知・啓発を行い、制度の実効性向上を図る。

【これまでの主な取組・成果】

- 徳島県、香川県、愛媛県の自治体において公益通報窓口（内部・外部）の設置率100%を達成（2020年度）
- 四国域内で窓口設置・運用に関するアンケートを実施、体制整備で先行する地方公共団体のノウハウ等を収集（2021年度）
- 全国複数箇所（沖縄県、大阪市、福岡県、広島県、北海道、山口県等）で、説明会・講師派遣・ヒアリングを実施（2022年度）

問題意識・課題

改正公益通報者保護法 【2020年改正（2022年6月施行）】

- 内部公益通報対応体制整備の義務化（従業員数300人以下は努力義務）
- 行政機関における外部公益通報対応体制整備の義務化

全国市区町村への働きかけが重要

- 従事者に守秘義務を法定
⇒守秘義務違反には刑事罰を導入
- 公益通報者の保護要件を緩和

事業者等への更なる周知・啓発が必要

実施する取組

- 全国の市区町村の体制整備の促進
 - ✓ 地方公共団体向け説明会の実施
 - ✓ 説明会をきっかけとした市区町村への働きかけ
 - ✓ 体制整備で先行する地方公共団体のノウハウ等を活用した支援
- 事業者等への周知・啓発、体制整備の促進
 - ✓ 事業者等への出前講座の実施等

成果イメージ・効果

- 全国の市区町村における公益通報対応体制（内部・外部）の実効性向上
- 公益通報者保護制度への意識・理解の醸成、事業者における違法行為の早期是正、被害の拡大防止

四国域内での窓口設置・運用に関するアンケート結果（一部抜粋）
8割以上の自治体が **1年未満**で設置を完了



内部通報窓口について検討開始から設置完了までに要した期間
N=86（四国域内の地方公共団体）



地方公共団体向け説明会の様子
(2022年9月 於 福岡県)

【モデルプロジェクトの概要】

持続可能な社会の実現に向けては消費者と事業者の連携・協働が重要との観点から、中小企業を含む幅広い事業者へ消費者志向経営を推進する。

【これまでの主な取組・成果】

- 四国内の自主宣言事業者数 計131社（徳島県66社、愛媛県49社、香川県11社、高知県5社）（2023年1月末時点）
※全国の自主宣言事業者数は426社（2023年1月末時点）うち徳島県の事業者数は66社であり、東京都の167社につぎ全国2位。
- 徳島県内の消費者志向自主宣言事業者（2021年4月末時点：36社）を対象に、アンケート調査及びヒアリングを実施（2022年1月公表）

問題意識・課題

- 従来の事業者への規制等のみならず、持続可能な社会の実現に向けては、**消費者、事業者との連携・協働が重要**
- 今後は、**中小企業を含む幅広い事業者への消費者志向経営の裾野拡大が課題**

消費者志向経営の3つの活動

○みんなの声を聴き、かついかすこと

○未来・次世代のために取り組むこと

○法令の遵守／コーポレートガバナンスの強化をすること

実施する取組

- 四国等の中小企業を中心とした消費者志向自主宣言及びフォローアップ活動の推進
- 消費者志向経営の取組等についての事例収集
- シンポジウム等を通じた普及啓発

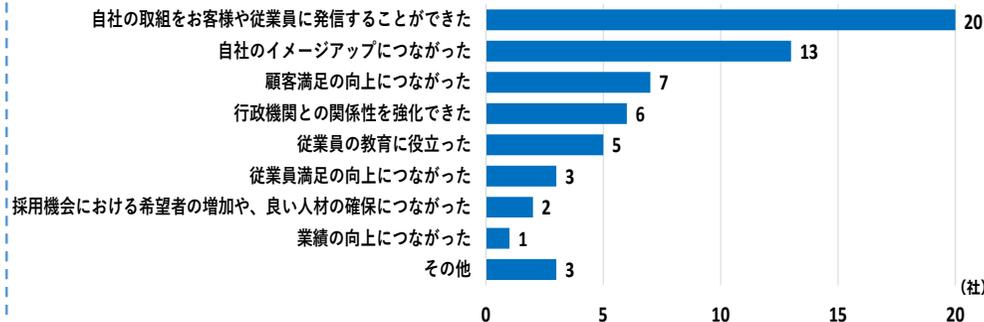
成果イメージ・効果

- 全国的な消費者志向経営の推進
- 地方公共団体・事業者団体等との連携強化、拡大

四国の自主宣言事業者の主な業界

- ・食品、飲料、酒造
- ・自動車販売
- ・飲食店
- ・生活用品メーカー
- ・自動車学校
- ・宿泊施設 など
- ・金融、保険
- ・建築、インフラ
- ・広告、印刷、メディア
- ・IT、電子機器

消費者志向自主宣言・フォローアップ活動へ参加後に感じた効果（3つまで）（N=28）



徳島県内の消費者志向自主宣言事業者へのアンケート結果



令和元年度内閣府特命担当大臣表彰
（徳島県「株式会社広沢自動車学校」）

消費者志向自主宣言事業者一覧（四国4県）

【徳島県：66社】 東京都の167社につき全国2位。

(株)旭木工	(有)三恭紙器	(株)日誠産業
(株)阿波銀行	サン電子工業(株)	(株)ネオビエント
阿波証券(株)	(株)サンフォート	ノヴィルホールディングス(株)
(株)あわわ	(株)シケン	(有)橋口モータース
市岡製菓(株)	四国建設コンサルタント(株)	(株)パッケージ松浦
(有)ウト・ウーク	四国放送(株)	(有)板東新聞店
(有)エイブルフーズ	(株)セイコーハウジング	(株)姫野組
(株)エフエム徳島	(株)高橋ふとん店	(株)平惣
(株)大竹組	(株)高畑畳店	(株)広沢自動車学校
鳳建設(株)	(有)多田オート販売	(株)福井組
オートリホーム(株)	(株)多田組	藤田商事(株)
(有)鹿島タイヤ興業所	田中建設(株)	富士ファニチア(株)
喜多機械産業(株)	(株)寺内製作所	(株)フジみらい
(株)北島組	東光(株)	(株)project home
(株)キョーエイ	(株)ときわ	(株)マルハ物産
(株)クラッシー	(業)徳島印刷センター	(株)丸本
(福)敬老福祉会	徳島県教育印刷(株)	宮崎商事(株)
(福)健祥会	徳島合同証券(株)	(株)山のせ
(株)コバヤシ	(生協)とくしま生協	(有)山田水道
佐々木建設(株)	(株)徳島大正銀行	(株)吉岡組
佐々木たたみ店(有)	徳島トヨペット(株)	(株)ルーチェ
貞光食糧工業(株)	(有)富永石油	(有)レストラン際

【香川県：11社】

RE100電力(株)	三和電業グループ
(有)エスコートライフ	(株)jaybe
(株)香川銀行	西野金陵(株)
香川県ケアマネジメントセンター(株)	日本エネルギー総合システム(株)
QITANO(株)	(株)マルヨシセンター
(株)合同経営	

【愛媛県：49社】

(株)愛亀	山陽物産(株)
(株)あわしま堂	CM食堂(有)
石田クリーニング(株)	四国ガス(株)
石鎚酒造(株)	(有)篠崎ベーカリー
今治合同製パン(株)	(株)ジョイ・アート
(株)伊予銀行	太陽印刷(株)
(株)伊予鉄グループ	第一印刷(株)
インターコネクト(株)	(株)第一自動車練習所
(有)内田パン	(株)宝荘ホテル
宇和島自動車(株)	(株)玉川製パン所
(株)愛媛銀行	千代の亀酒造(株)
愛媛県信用(農協連)	(有)つじうち
愛媛信用金庫	南海放送(株)
愛媛トヨペット(株)	(株)日本有機機四国
えひめ洋紙(株)	(株)平野
(株)エフエム愛媛	(株)フジ
岡田印刷(株)	(株)藤井組
(特非)家族支援フォーラム	(株)富士炭化興業
金城産業(株)	(株)母恵夢
環境資材(株)	(株)ホテル椿館
義農味噌(株)	マルトモ(株)
(生協)コープえひめ	水口酒造(株)
(株)古湧園	(株)明朗社
近藤酒造(株)	(株)八木酒造部
佐川印刷(株)	

【高知県：5社】

(株)高知銀行	(有)戸田商行
(有)高知県宿毛自動車学校	ミタニ建設工業(株)
高知トヨペット(株)	

住環境における高齢者の安全等に関する調査

【プロジェクトの概要】

高齢者の住宅での事故発生件数が多いことを踏まえ、高齢者の住環境における安全への意識及び高齢者の住環境の現状についてアンケート調査及びヒアリング調査を実施し、高齢者の安全確保に関する取組を講ずるにあたっての基礎資料とする。

問題意識・課題

- 日本の65歳以上人口は増加傾向、高齢者の事故防止の取組が必要
 - 高齢者は、在宅時間の長さ、身体機能の変化等により、住宅での事故が多い
- ⇒ **高齢者の安全への意識及び住環境の現状を調査し、高齢者が安全に生活するための注意点等を整理**

実施する取組

- 高齢者を対象に、住環境の安全への意識等について、アンケート調査及びヒアリング調査を実施

成果イメージ・効果

- 住環境における高齢者の事故防止に関する注意喚起等の参考資料として活用
- 住環境における高齢者の事故を未然に防止し、消費者の安全を確保

主な調査結果

- けがをした・しそうな場所でも多いのは「階段」、製品は「脚立・踏み台」であった
⇒「転倒・転落」に関する事故の経験
- 自宅の事故防止に関して「特に利用している製品、サービスはない」人は多い
- 半数以上が自宅の設備に「問題がある、改善したいと感じている点はない」
⇒事故防止を意識し、対策が重要

事故発生場所



資料：国民生活センター「医療機関ネットワーク事業からみた家庭内事故—高齢者編—」（平成25年3月公表）
 (注1) 平成22(2010)年12月～平成24(2012)年12月末までの伝送分。
 (注2) 事故発生場所詳細(屋内)については、不明・無回答を除く。
 (注3) *は該当する情報が1件も寄せられなかったもの。

参考：平成30年版高齢社会白書

【プロジェクトの概要】

海外ではデジタル時代における消費者向け製品の性質とリスクを反映した法整備が進められているところ、海外の法的規制等の整備状況及びその規制内容等を調査し、今後の研究のための基礎資料とする。

問題意識・課題

- 欧米等の諸外国では、デジタル時代における消費者向け製品の生産、流通及び運用のあり方に大きな変化が起きている
- 日本においても、新型コロナウイルス感染拡大等を受け、社会のデジタル化が大きく進んでいる。そのため、海外のデジタル社会における法的規制等の整備の動向を把握することが重要

⇒ 海外で検討されているデジタル時代における消費者向け製品の性質とリスクを反映した法的規制を調査することが必要

実施する取組

- 海外における法的規制等の整備状況及びその規制内容等の調査

成果イメージ・効果

- 消費者安全政策における基礎資料とする

今後の取組

- 国際消費者政策研究センターにおいて研究を進める

調査対象法令の主な特徴等

- **製造物責任指令案(2022.9.28公表)**
対象製品の拡大(ソフトウェア等含む)、責任範囲の拡大(フルフィルメントサービス提供者、オンラインプラットフォーム提供者等を追加)等を見直した内容。
- **AI責任指令案(2022.9.28公表)**
AIによって生じた損害の被害者が、製品一般によって生じた損害の被害者と同等の民事上の保護を受けられるようにする規定を整備。
- **AI規則案(2021.4.21公表)**
AIシステム利用に関するリスクを4つのレベルに分類し、リスクの程度に応じた規制を導入。
- **一般製品安全規則案(2021.6.30公表)**
オンラインマーケットプレイスの危険製品への対応に関する規定を追加。

※上記のほか、米国における関連する裁判例も調査

【プロジェクトの概要】

消費生活相談件数が多いインターネット通販を中心によく見られる、合理的な思考が妨げられてしまうおそれのある表示内容について、どのような属性・心理的特性等を持った消費者が影響を受けやすいのかを調査した上で、調査結果を踏まえた効果的な注意喚起の方法に係る実証を行う。

問題意識・課題

- 社会のデジタル化に伴い、インターネット利用率が高水準となっている。
- 一方、インターネット通販に係る消費生活相談件数も高止まりといえる状況。

実施する取組

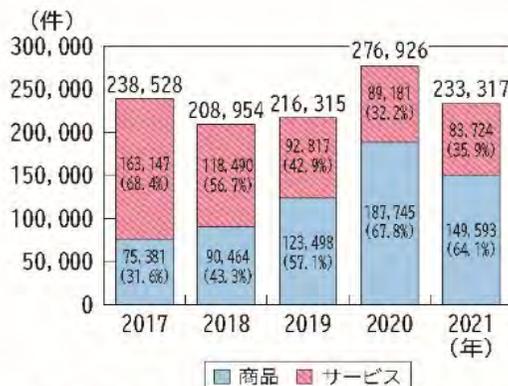
- 消費者心理的特性等調査の実施。
- 調査を踏まえた効果的な啓発物の作成・効果の実証。

成果イメージ・効果

- 行政による、より効果的な注意喚起が可能となる。
- 個々の消費者の心理的特性等に応じて、特にどのような表示内容に気を付けるべきかに係る理解を促進することで、不合理な消費行動のリスクを低減する。

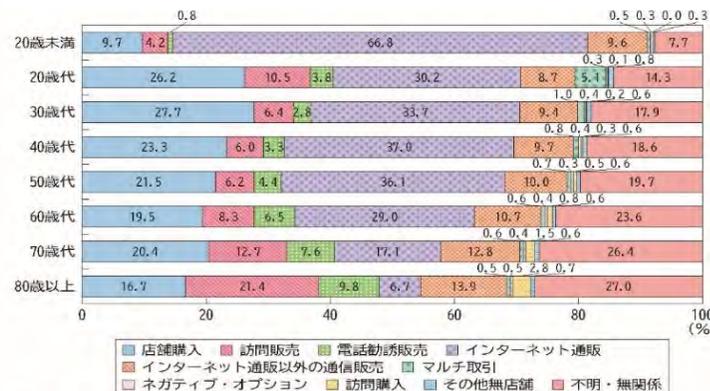
⇒ より効果的な注意喚起のためには、消費者の属性や心理的特性等に応じた啓発が必要。

【「インターネット通販」に関する消費生活相談件数の推移(商品・サービス別)】



(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2022年3月31日までの登録分)。

【消費生活相談の販売購入形態別割合(年齢層別・2021年)】



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2022年3月31日までの登録分)。
2. 「インターネット通販」の相談については、いわゆる通常のインターネット通販より広い概念を含んでおり、インターネットサイトを利用したサイト利用料、インターネットゲーム等も、消費生活相談情報では「インターネット通販」に入ると、データの見方には注意が必要。

【モデルプロジェクトの概要】

デジタル技術を活用した情報発信・普及啓発を戦略的に展開し、消費者の年代・特性に合わせて効率的・効果的に情報を届ける。

【これまでの主な取組・成果】

- ・啓発用教材「デジタル消費生活へのスタートライン」の作成（2021年4月公表）
- ・消費者庁LINE公式アカウント「消費者庁 若者ナビ！」（2021年8月開設）
- ・啓発用デジタル教材「デジタル社会の消費生活」の作成（2022年3月公表）

問題意識・課題

- デジタル化の急速な変化に伴う消費者トラブルの増加が懸念される一方、情報発信・啓発ツールとしてのデジタルデバイスの活用も課題
- 2022年4月の成年年齢の引下げを踏まえ、18歳～19歳の消費者トラブルを防止する必要性

⇒ デジタル社会に対応したツールを活用し、若年層を始め幅広い世代のライフスタイルに対応した情報発信や普及啓発が必要

実施する取組

- 啓発用教材の普及啓発
- 若者を対象とした消費者庁LINE公式アカウント「消費者庁 若者ナビ！」を通じた情報発信

パワーポイント教材：
デジタル消費生活のスタートライン



消費者庁LINE
公式アカウント



成果イメージ・効果

- 消費者における消費生活のデジタル化に対する知識や能力の向上
- 社会における消費者トラブルの未然防止

デジタル教材：
デジタル社会の消費生活



情報発信・普及啓発の取組

「消費者庁 若者ナビ！」での情報配信

配信内容一覧（一部抜粋）

配信内容	配信月日
▲注意▲危険な投資話に引っかからないためにはどうすれば？	8月5日
栄養成分表示をみたことがありますか？	9月2日
あなたのクレジットカードの使い方は大丈夫ですか？	9月16日
副業を行う際はご注意ください！	9月21日
聞いてナッ得！～表示を確認し、上手に利用して！保健機能食品	9月27日
10月は食品ロス削減月間です	10月17日
日本国内ではオンラインカジノに接続して賭博を行うことは犯罪です！	10月24日
クラスTシャツの注文を考えている学生の皆さん、ご注意ください！	10月28日
▲注意▲不用品回収サービスのトラブル！	11月14日
その副業ほんとに大丈夫？	11月18日



友達登録者数：16,553（2022年11月21日現在）

教材の活用に向けた啓発活動

徳島県内の高等学校（家庭科）教員に向けた「デジタル社会の消費生活」を活用した講習会を開催。このほか、全国校長会で資料配布するなど、教材が全国的に活用されるよう働きかけている。

＜徳島県内の高等学校（家庭科）教員向け講習会の様子＞



- ・2022年12月20日、於 鳴門教育大学。オンライン参加を併用。
- ・徳島県内の高等学校（家庭科）教員が18人参加。
- ・講師 鳴門教育大学 坂本 有芳 教授、 阪東 哲也 准教授

研究 新型コロナウイルス感染拡大の影響による消費行動の変化等に関する研究

【研究の概要】

新型コロナウイルス感染拡大時における消費者の購買行動の変化を調査・分析する。加えて、ランダム化比較実験等により、適切な備蓄行動を促進するための有効な情報発信手法等进行分析・検証する。

研究リーダー：松田 絢子 関西大学准教授

【これまでの主な成果】

- 新型コロナウイルス感染症拡大時の買い占め行動と消費者トラブル—消費者教育への示唆（リサーチ・ディスカッション・ペーパー）及び2020年度ウェブ調査結果（全国）（2021年10月公表）
- 2020年度アンケート調査結果（徳島県内）（2022年4月公表）
- コロナ禍における消費者の生活変化と情報源（プログレッシブ・レポート）（2023年2月公表）

問題意識・課題

- 新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、**人々の行動が大きく変化**
- 感染拡大に当たり、**真偽入り混じる様々な情報の氾濫（インフォデミック）**、消費者による**買い占め等のパニック行動が発生**
- 不正確な情報が拡散するなど、**正しい情報発信が消費者に届きにくい状況**

⇒ **感染拡大が消費行動に及ぼす影響の解明や、過度な買いだめによる混乱を招かないための情報発信が求められている**

実施する取組

- モニター消費者（とくしま生協組合員）への**アンケート調査**、**過去の商品発注データの分析**
- 日用品・食料品の備蓄を促す**最適な情報発信手法をランダム化比較実験により検証**

成果イメージ・効果

- 非常時における消費者の購買行動の**解明**
- 消費者の行動変容を促すための**有効な情報発信手法の発見**

産官学民連携による研究実施



コロナ禍における消費者の生活変化と情報源（プログレッシブ・レポート）（2023年2月公表）

概要

全国を対象としたWEB調査の結果をもとに、コロナ禍における消費生活の変化とその要因、また、非常時の混乱を避けるための適切な情報提供のあり方を探った。

結果

<生活の変化>

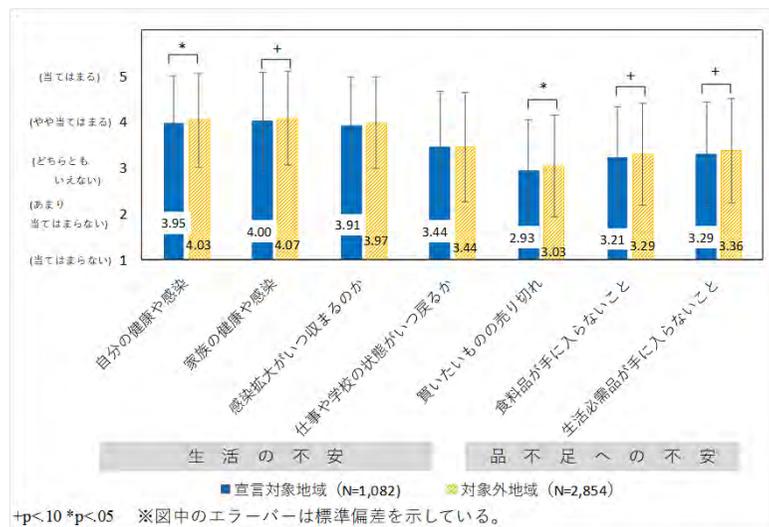
- 感染拡大当初から約1年で、消費者の生活は感染拡大以前と比べて変化しており、特に友人・知人との交流時間は大きく減少。しかし緊急事態宣言の対象地域※か否かでなく全国的な変化だった。
- 心理面では、むしろ対象外地域で僅かに不安が大きい傾向がみられた（図）。
- 収入の減少には非定型な就業形態、買物の頻度及び友人・知人との交流時間の減少には女性が最も大きな影響を受けていたことが分かった。

<重視する情報源>

- 非常時に最も重視する情報源は特に消費者の年代の違いに特徴があり、中でも行政による情報は、高齢層や教育歴の長い層が重視している傾向がみられた。

研究成果・ポイント

- 緊急事態宣言の対象内外問わず、消費者の生活や心理面で影響が生じていることを踏まえた情報提供を行うことが重要である。
- 非常時であるからこそ、行政からの信頼性の高い情報を若年層や教育歴が短い消費者にも届きやすく、かつ分かりやすく提供する必要がある。



図：感染拡大直後から約1年後の生活や品不足への不安（地域別）

※ここではWEB調査時に第2回緊急事態宣言が発出されていた東京・埼玉・千葉・神奈川の4都県を指す。

研究 高齢者の認知機能障害に応じた消費者トラブルと対応策の検討に関する研究

【研究の概要】

消費生活相談情報の分析等を通じて、認知症や認知機能障害のある消費者の行動特性を解明する。

研究リーダー：成木 迅 京都府立医科大学大学院教授

【これまでの主な成果】

- ・高齢者の判断不十分者契約に関する消費者相談内容の神経心理学的検討 ～自然言語処理を用いた解析結果から～ (プログレッシブ・レポート) (2022年7月公表)

問題意識・課題

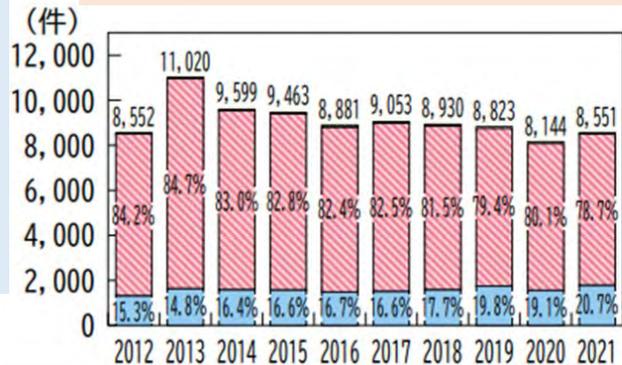
- 2025年には認知症の人の数は730万人を超え、65歳以上の高齢者の約5人に1人が認知症になるとの推計もある
- 認知症や認知機能障害のある消費者の行動特性や消費者被害・トラブル等の実態は必ずしも明確にされていない

実施する取組

- テキストマイニング技術という先端的なデータ分析手法を活用し、認知症や認知機能障害のある消費者からの消費生活相談情報を分析
- 高齢顧客の対応を行っている企業に対してヒアリングを行い、取組や課題を収集

成果イメージ・効果

- 認知症のタイプによる消費者のせい弱性の解明
- 消費生活センター等での相談対応や企業での認知症等の消費者への対応の向上を目指したガイドブック等の作成



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2022年3月31日までの登録分)
2. 契約当事者が65歳以上の「判断不十分者契約」に関する相談

認知症等の高齢者の消費生活相談件数の推移

(出典：令和4年版消費者白書)

▼主な認知症のタイプと行動特性▼

アルツハイマー型

最も頻度が高い。見当識障害、記憶障害などさまざまな認知機能障害が生じ、年単位で認知機能の低下が進行。

レビー小体型

注意の変動性がみられる。視覚認知、注意力・実行機能の障害が目立ちやすい。

前頭側頭型

初期から性格・行動の変化がみられる。社会的逸脱行動や脱抑制などが生じる傾向にある。

脳血管性

歩行障害などの神経学的徴候や尿失禁が早期からみられる。感情が高ぶりやすく怒りっぽくなる一方、無気力で活動性の低下などがみられる。

高齢者の判断不十分者契約に関する消費者相談内容の神経心理学的検討 ～自然言語処理を用いた解析結果から～（2022年7月公表）

レポート概要

高齢者の消費生活相談のうち判断不十分者契約と判断されているものをPIO-NETから抽出し、自然言語処理（ワードクラウド）を用いて傾向分析を行った。

結果

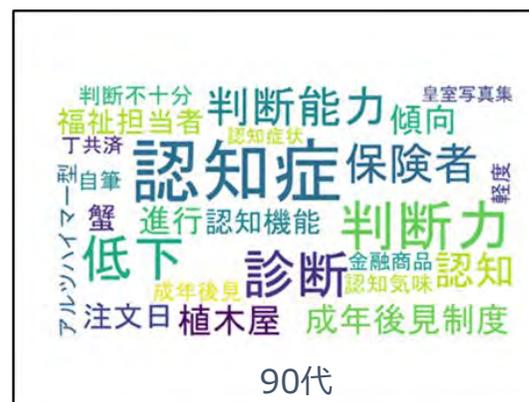
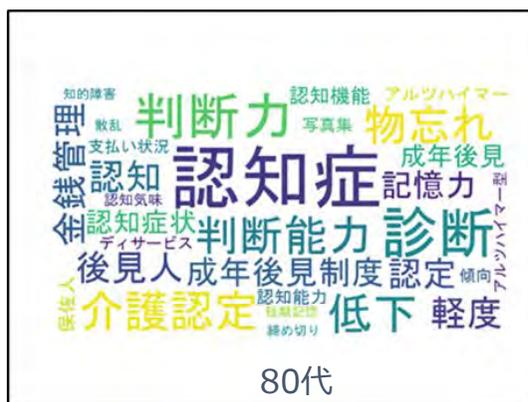
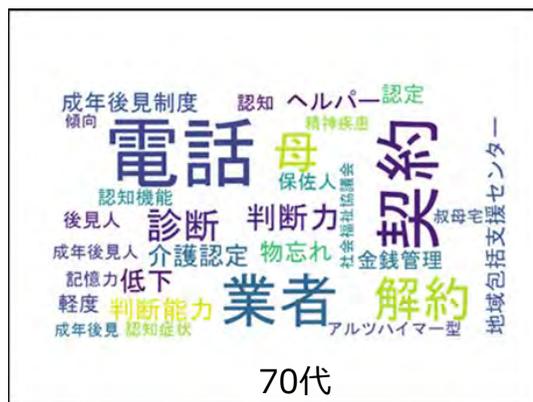
相談内容は、年代や性別により異なる傾向がみられた。

例えば、「電話」、「解約」といった判断不十分者契約以外の消費生活相談でも頻出するキーワードは70代のみにもみられており、「認知症」は80代、90代でみられていた（下図参照。）。



研究成果・ポイント

- 消費活動の内容や通信手段が年代と性別によって異なること、認知機能の低下パターンが年代によって異なることの双方を反映していると考えられる。
- このような分析により、高齢消費者の特性に合わせた一層きめ細かな見守り活動や、事業者が高齢消費者と取引を行う際に留意すべき指針等を提供することの必要性が示唆された。



2019-2020年度の判断不十分契約における年代ごとの相談内容に関するワードクラウド
（※重要度が高いキーワードほど大きな文字で表示される）