

特集  
3-2

# 若者の消費者被害防止に向けて、 専用サイト・Twitter・Facebookで 情報発信

安田 晴香 Yasuda Haruka 広島県環境県民局消費生活課 消費政策グループ  
2018年、広島県に入庁。主に、ホームページや定期刊行物での情報発信等、広報を担当。  
同年、業務に役立てたいと思い消費生活相談員資格試験に挑戦し、合格。



## 若者の消費者被害防止 キャンペーンの取り組み

若者は、消費者トラブルにあっても「自分で解決できると思った」「相談してもしかたがないと思った」等の理由から、あきらめる、何もしない、つまり、「泣き寝入り」する割合が高く、消費生活相談窓口の認知度も他の世代に比べて低いことが課題と言われていました。

このため広島県では2013年度、消費者トラブルとは何かを知ってもらい、相談することへの抵抗感をなくしてもらうため、啓発キャラクター「ナッキー＆ネイリー、ムーチョ」を活用した「若者の消費者被害防止キャンペーン」を実施しました(図1)。気弱で押しの強い勧誘に弱いナッキー(泣き)と、自信家で単純な性格のためコロリとだまされやすいネイリー(寝入り)の2人が、メキシコ調の音楽に乗せて若者の消費者トラブルを歌って紹介し、犬のムーチョは何度もだまされてしまう2人を泣きながら見つめています(犬なので、話すことができません……)。

図1 キャンペーンのパスター



キャンペーンでは、若者が多く出入りする広島市内のカフェを、PR拠点「Cafe ナッキー＆ネイリー」として約3カ月間オープンし、啓発リーフレットを配布したり、お笑い芸人によるトークショーを開催したりしました。また、啓発キャラクターを起用したテレビCMを約1カ月間放映し、消費生活相談窓口の周知を図りました。

現在、「広島県消費者啓発情報」サイト\*1では、これらの親しみやすいキャラクターを活用して、マルチ商法やアダルトサイトのワンクリック請求等、若者が被害にあいやすいトラブルの手口をイラストや動画で分かりやすく紹介するとともに、「相談してム〜チョ!!」を合言葉に、トラブルにあった際は一人で抱え込まず消費生活相談窓口にご相談するよう呼び掛けています。また、「ネットトラブル体験シミュレーター」や「あなたの騙されタイプ診断」等、消費者被害を防止するポイントを学ぶことができるコンテンツも提供しています(図2)。これらのコンテンツは、ただ見て楽しむだけではなく、消費者自身が体験しながら学ぶことができるようになっている点がポイントです。

図2 啓発サイトのコンテンツ例



\*1 <http://nackynailly.com/wakamono/>

### SNSを通じた情報発信

広島県では、この啓発サイトに加えて、若者にとって身近な情報ツールであるSNSを活用した情報発信を行っています\*2。「ナッキー＆ネイリー（広島県消費生活課）」のアカウント名で、週1回、ナッキーとネイリーが、若者に気をつけてほしいトラブルについてFacebookとTwitterで語りかけます(図3)。2013年にスタートし、現在は、担当職員1名がテーマ設定・原稿執筆およびイラスト作成・投稿の一連の作業を行っています。

SNSはウェブサイト比べて、伝えたい情報をタイムリーに消費者に届けられることができるというメリットがあります。そのため、「いま届けたい情報は何か」ということを意識するよう心がけています。国民生活センターや消費者庁、他の自治体のウェブサイト等の掲載情報を参考にするとともに、消費生活相談員からの「最近こんな相談が増えているよ」という生の情報も取り入れながら、若者にとって身近なテーマを選んでアップ(投稿)しています。最近では、フリマアプリや民泊等、若者の間で利用が広がっている新しいサービスについても取り上げ、注意喚起を行いました。

一方で、SNSを通じた啓発は、新鮮な情報でなければタイムラインの上部に表示されず、またタイトルや写真・イラストが関心を引く内

容や見た目でなければ、膨大な投稿に埋もれてしまいます。そこで、週1回定期的に更新することで若者の目に触れやすくするとともに、親しみやすく読みやすい文章と、内容に合わせたイラストで、目に留まる投稿になるよう心がけています。あわせて、限られた文字数で情報を届けるためには、伝えたいポイントを明確にする必要があります。必要に応じて関連ページのURLを記載することもあります。投稿を見た人にとって分かりやすいように、できるだけ文章だけでポイントを伝えられるよう工夫しています。また、イラストは、土台となるキャラクターのみ外注しており、ボールやストーブ等テーマに合わせて職員が作成したイラストと組み合わせ、バリエーションを増やすよう工夫しています。

### 今後も身近な情報発信を

若者の消費者被害防止に向けた啓発サイトやSNSにおける取り組みを開始してから、2019年現在で約5年が経ちました。この間、インターネットの発達やスマートフォンの普及によって、若者をねらう悪質商法の手口は日々変化し、巧妙になっています。トラブルを防ぐためには、一人一人が、「自分は大丈夫！ 関係ない」とひとごととしてとらえるのではなく、消費者被害が身近な問題であると認識することが大切です。また、万が一トラブルにあっても、「消費生活

相談窓口にご相談してみよう」と思ってもらえるよう、身近に感じてもらう必要があります。

どのような情報発信を行えばより若者に届くのかを意識して、今後も継続して取り組んでいきたいと思っています。

図3 SNS投稿例



\*2 Facebook <https://www.facebook.com/Nackynaily/> Twitter <https://twitter.com/Nackynaily>