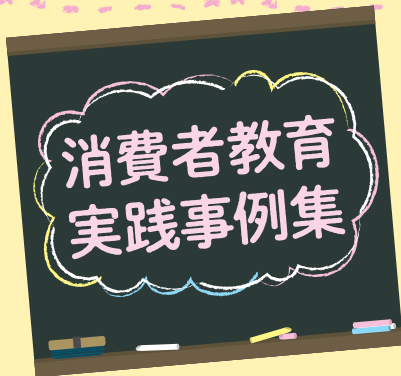


若者と県の懸け橋となる 「学生消費者リーダー」を育成し、 若者目線に立った活動を展開

杉井 邦彦 Sugii Kunihiko 山口県環境生活部県民生活課消費生活センター



若者目線の被害防止策の 実現をめざして

(1) 成年年齢引き下げに向けた取り組み

2018年6月に民法の一部を改正する法律が成立し、2022年4月の施行後には、社会経験が不十分な18歳、19歳の若者も、「未成年者取消権」による保護がなくなることから、若者の消費者被害の拡大が懸念されています。

よって、本県では2018年度から、若者の意見を取り入れた効果的な啓発手法を立案・実践するため、若者目線に立った啓発活動を展開する「学生消費者リーダー」(以下、リーダー)を新たに育成し、若者の消費者被害防止対策の充実強化を図ることとしました。

(2) リーダーの育成

リーダーは、県内の大学に在籍する学生から募り、消費者教育に関する基礎知識等の学習や、若者に伝わる啓発手法の検討を行う3日間のプログラム(表)を受講してもらいました。

[実施時期] 2018年9月19～21日(3日間)

[参加人数] 県内の大学生22名(3大学6学部)

リーダーと連携した活動を展開

本県では、次の活動をリーダーとともに行いました。

(1) 啓発チラシ・ポスターを製作・配布

啓発チラシはリーダーによるデザインの審査を経て、「知っててよかった!188」「それ、悪質商法じゃない!」の2種類を製作しました(図)。若者に多い消費者トラブルの「ワンクリック請

表 リーダー育成のプログラム

内容	
9/19	1 オリエンテーション
	2 県庁内見学
	3 山口県の消費者行政
	4 消費者教育施設「まなべる」の見学
	5 山口県の組織と県民生活課の業務
	6 山口県職員との職務(職員との交流会)
9/20	1 消費者講座(第一部:講義)
	2 消費者講座(第二部:グループワーク)
	3 学生消費者リーダー認定証交付
9/21	1 若者に効果的な啓発手法の検討
	2 検討結果のグループ発表
	3 消費者啓発標語の選考会 (消費者月間に募集した標語の選考)

図 啓発チラシ2種類(左はポスターも製作)*1



求」「訪問販売」「マルチ商法」「エステ契約」の勧誘事例をイラストとセリフで表現し、県消費生活センターおよび消費者ホットラインを記載しています。「知っててよかった!188」はポスターも製作しました。

チラシ・ポスターは、大学側の評価も高く、新入生オリエンテーションでの配布や学内での掲示を通じて、学生への周知を図りました。

*1 <https://www.pref.yamaguchi.lg.jp/cms/a12100/syo-center/201903060001.html>

(2) 消費者トラブルの啓発動画を製作

リーダーの意見をもとに、悪質商法の手口や対策を分かりやすく紹介した動画2本を製作しました。訪問販売、ネットショッピングをテーマとし、リーダーも出演しています。

製作した動画は、動画投稿サイトや県のウェブサイト*²で公開しています。また、県主催の啓発講座でも上映し、活用しています。

(3) 県主催の啓発講座等への参加

2018年度、県が実施する高校等の出前講座(写真1、2)に、リーダーが講師役として3回、県の啓発ラジオ番組に2回参加し、若者自身による啓発を実施しました。

出前講座では、リーダーが実際に体験した消費者トラブルについて話したり、生徒と消費者トラブル事例の寸劇を行ったりすることにより、消費者トラブルが身近なものであることを、生徒へ効果的に伝えることができました。

(4) リーダーからの感想

- 自分たちの意見がかたちとなり、それらを活用して活動できて有意義だった。
- 身近な人の相談相手になることができた。
- 消費者トラブルに関心を持つようになった。

リーダーからは、消費生活に関して理解が深まったとの感想や、リーダー自身の活動により被害防止に貢献している実感があるなどの感想が寄せられています。

これからもさらなる取り組みを

(1) 課題はリーダーの活動期間の確保

① 学生の募集期

リーダー1期生の大半が大学3年生であったため、就職活動などでリーダーとして活動でき

写真1 岩国工業高校での出前講座



写真2 サビエル高校での出前講座



ない学生が多くみられました。今後の活動期間やノウハウの継承等を考慮すると、1、2年生のリーダー育成が課題となっています。

② 育成・活動期

実施初年度で準備不足もあり、プログラムの開催が大学の後期授業の開始直前になったことから、年度内のリーダーの活動期間が短くなってしまい、リーダーが提案した啓発手法を具体化する時間の確保が課題となりました。

(2) 今後の展開

2019年度のリーダー2期生の募集に当たっては、大学の協力により、1年生対象の講義の中で、リーダー1期生が学生に対して自身の体験を伝えるなど、長期間活動できる学生への周知を強化しました。その結果、2期生は1年生を中心としたメンバー構成となり、長期の活動期間の確保が可能となりました。

また、初年度の反省を踏まえ、2019年度はプログラムの開催時期を9月から8月へと早めることにより、啓発手法を具体化する期間の確保を行いました。今後は1、2期生と連携して、SNSへの動画広告の掲載や若者向け消費者被害防止ウェブページの作成に取り組む予定です。

これからも、若者の消費者被害を未然に防ぐため、リーダーの意見を取り入れた、効果的な啓発手法の実践に取り組んでまいります。

*2 <https://www.pref.yamaguchi.lg.jp/cms/a12100/syo-center/201904180001.html>