

令和3年2月25日

奈良市 観光経済部 産業政策課 消費生活センター

ダイヤル 0742-34-4741

マークで声かけ、マンガでストップ！新たな消費者トラブル

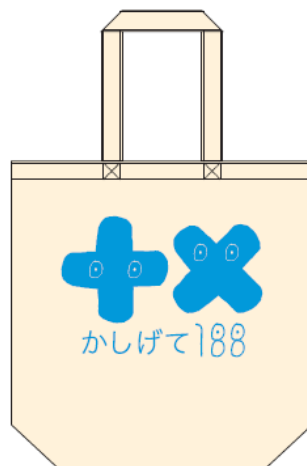
奈良市では、令和4年4月の成人年齢引き下げに備え、消費者啓発の内容をアメリカン・コミックス風に表現したトートバッグを学生に配布し、消費者ホットライン（局番なし188）等の周知を図ります。また、新型コロナウイルス感染症の影響で発生している新たな詐欺などの消費者被害を防止するため、高齢者の「見守りネットワーク」向けに、被害の気づきや声かけにつながるシンボルマークを印刷したトートバッグを配布します。

- 新型コロナウイルス感染症の影響で新しい消費者被害が全国的に確認されている
- 民法改正で令和4年より成年年齢の引下げが決定しており、若年者への消費者啓発が急務
- 令和元年度奈良市消費生活センターで受けた相談のうち、49.6%が60歳以上の高齢者で、全国（約40.6%）と比べても高い水準
- 学生向けトートバッグは奈良市職員が原作・作画を担当
- 見守りネットワーク向けトートバッグは奈良市在住のプロデューサー・デザイナーがコンセプトからデザインを作成

消費者啓発をアメコミ風デザインで表現した学生向けトートバッグ



高齢者の見守りで気づきや声かけにつながるトートバッグデザイン



1. 学生向けトートバッグについて

コンセプト：

「自分事」として考えにくい消費者啓発を知るきっかけになるよう、学生に響く「可愛い・持ち歩くのが楽しい」上に、図柄だけでも内容が理解できるようにデザインしています。親しみやすい・ポップなデザイン性と学生の学習も兼ねるため、主に英語を使用しています。登場しているキャラクターは、奈良市消費生活センターのマスコットキャラクター「トラブルーくん」に加え、悪徳業者の「悪たぬき」、消費者を助ける「金鶏（きんし）」の3匹です。「金鶏」は日本書紀に登場し、奈良市の「鳥見」、「登美」、「富雄」の



地名の由来となったとも言われており、悪質業者に苦しむ消費者を助ける「消費生活相談員」を奈良らしいモチーフで表現したものです。

デザイン（別紙1）：

原作・作画を担当したのは奈良市職員。若者を消費者トラブルから守りたいという気持ちに賛同した職員が、課を横断して協力しました。

配布数：3100 枚部予定

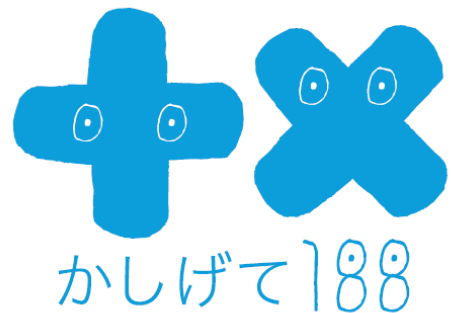
配布先：市立一条高等学校2年生、市立中学校3年生 ※各校に直接送付

配布日：令和3年3月5日（金）

2. 見守りネットワーク向けトートバッグについて

コンセプト：

高齢者を見守る人達に、消費者トラブルの発生等への「気づき」を促すため、別紙2のコンセプト（プラスと思っていたことも首を「かしげて」見てみるとバツマークが表れます）に基づいてデザインしました。消費啓発の分野では珍しく奈良市在住のクリエイターの協力を得てコンセプトからデザインを行っています。



プロデュース：ならそら 山本あつし氏（デザイン担当: STUDIO.44 中野温子氏）

配布数：1600 部予定

配布先：奈良市社会福祉協議会、地域包括センターなど

配布日：令和 3 年 3 月 25 日（木）より順次配布予定

3. 消費者ホットライン「188」について

消費者庁が設置している全国共通の電話番号で、地方公共団体が設置している身近な消費生活相談窓口を案内してもらえます。契約や悪質商法におけるトラブル、製品・食品やサービスによる事故等、消費生活に関わる相談について、資格を持った専門相談員が相談者と事業者の間に立ち、トラブル解決をお手伝いします。