

令和2年度第1回柏市消費者行政推進協議会に係る報告

(1) 柏市消費者行政等の実績について(P1～P13)

該当箇所	質問者	質問や意見の概要	市の考え方、対応方針
<p>P1～P3 (1)消費生活相談</p>	<p>P1 阿部委員 小泉委員 齋藤委員 玉川委員 宮本委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> 消費生活相談件数が減少したのは結構だが、柏市消費生活センターのPRは充分できていますか。 パレット柏にチラシは置いてありますか。 センターの場所がわからない、不便だ、遠いの声が多い。もっと気軽に行ける場所が望まれます。 各種相談件数及び内容の推移について、国もしくは都道府県単位のデータとの比較により、柏市の状況の特性もしくはその傾向が国家レベルの社会現象に起因するものであるのか等についての分析ができるのと良いと考えます。 相談支援によりどの程度被害(事件)が未然に防ぐことができたのかといったデータが有ると、より相談活動が意義になるのでは、と考えます。 相談件数がここ2年間で高止まりとなっている理由は、相談窓口が周知されたということでしょうか。 消費生活相談について、令和元年度は前年度よりも1%の減少ということであるが、減ったと思われる要因は何でしょうか。 	<p>消費生活センターのPRについては、広報かしわ及び市のホームページ、当センター発行の啓発紙等で行っておりますが、PRが十分とは言えないことは認識しております。市民の方々に知っていただくことが大事であるので、今後も効果的なPR方法を検討してまいります。また、パレット柏には一部啓発紙「うしん」等を配架しておりますが、スペース上の問題から制約があり、難しい部分もありますので、他部署の媒体(封筒、シニアはつらつガイドブック等)を活用しながら多方面でのPRを進めてまいります。現在、消費生活センターの場所は、柏市中央体育館管理棟にあり、駅から近い立地ではありませんが、今後の市の公共施設等総合管理計画に基づき、考えてまいります。</p> <p>消費者庁、国民生活センター及び千葉県との相談内容等については、適時確認しており、全国的内容と柏市の状況を見ますと、同じような傾向になっております。現在、「消費生活相談」により、被害防止につながるケースは多々ございます。しかしながら、どの程度被害を防ぐことができたかについては、消費生活相談という性質上、数字を明確に捉えられないことが現状です。</p> <p>消費生活相談件数については、内容が様々であるため、一概には言えませんが、時代や社会の情勢による影響が大きいものと考えております。また、消費生活センター及び消費生活相談窓口のPRは大切と考えておりますので、引き続き効果的なPR方法を検討してまいります。</p> <p>「架空請求はがき」に関する相談件数の減少が主な要因と考えます。</p>
	<p>P2～P3 五十嵐委員 菊田委員 北村委員 小泉委員 谷生委員 田原委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> デジタルコンテンツについての相談はどの年代でも多いですが、また、学校や町内会等で消費者教育・啓発は行われているようですが、20代(学生など)～50代に向けての教育や啓発はどのように行われていますか。出前講座など昼間の行事は参加できないと思うのですが。 デジタルコンテンツの相談件数が減ったのは良いと考えます。しかし、小学生がスマートフォンのオンラインゲームで10万円の請求があり、親が驚いたとの話も実際にありました。教育現場でも情報提供、スマートフォンの取り扱い方の啓発をしてはいかがでしょうか。 相談や被害が高齢者に集中するのは、善意を持ちその判断を中心に生活する高齢者に対して悪意を持って対応するため、被害が多発する様です。今後、具体的な詐欺方法を高齢者に啓発していく必要があります。 なぜ、ハガキによる架空請求・オンラインゲームやアダルト情報サイト等の相談がかなり減少したのでしょうか。 主な相談内容を見ると、葉書、インターネット(メール)、電話の3つを介してトラブルが起きています。そこで、葉書→ポスト、インターネット→パソコン、電話→電話機に共通の注意書きシールを貼って、目に入れば防止できるかもしれません。 	<p>日中、講座などに参加できない方にも見られるよう、消費者啓発については、回覧板、掲示板、柏市ホームページ、ツイッター等で適時情報発信を行い、様々な世代に合わせた啓発をしております。</p> <p>小・中学校の消費者教育については、大切であると考えておりますので、本市におきましては、「消費者教育推進連絡会」の活動を通じて、各学校へ発信できるよう相談していきたいと考えております。</p> <p>高齢者への対応については、主に市の地域包括支援課と各地域包括支援センターとの連携により、市内各地の高齢者サロン等での消費者講座等の啓発を行っております。その他福祉部署とも連携を図りながら、今後とも消費者被害の未然・拡大防止に努めてまいります。</p> <p>「ハガキによる架空請求」等の相談件数につきましては、消費者啓発活動が、全国的に実施された影響及び悪質業者の手法の変容によるものと思われま。</p> <p>消費生活相談件数については、内容が様々であるため、一概には言えませんが、時代や社会の情勢による影響が大きいものと考えております。また、消費者啓発については、防止効果の高い啓発グッズ・手法についても検討してまいります。</p>
	<p>P2～P3 阿部委員 五十嵐委員 柴谷委員 谷生委員 玉川委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> 契約者のうち、70歳以上が多いが男女別ではどうでしょうか。 契約当事者の年代別相談件数の推移では、50歳代からが半数以上を占めているようですが、相談している人の同居している家族(一人暮らしなのか、夫婦だけなのかなど)構成がわからなかったのですが、同居人がいても関係なく相談(被害)を受けてしまうのでしょうか。 高齢者からの相談では認知症から契約してしまった人の割合はどのくらいでしょうか。 いろいろな相談内容が(件数が)多いことが分かりました。 年齢が高いほど相談していることが分かりました。 主な相談内容で不審な電話関係や家族友人間のトラブルに関する相談を受けるようになったことは、消費生活センターへの相談がアクセスしやすくなったことを示しているかもしれません。3の相談件数の動向を今後も注視していきます。 平成30年度から高齢者の相談が多くなっていることは、広報の効果だと思われま。今後は若い世代への広報方法を検討したいと思います。 相談件数上位5品目を見ると、インターネットに関わるトラブルが多く、また、相談に来る人は、70代以上が最も多いということで、小中学校では消費者教育について学ぶが、高齢者にもインターネットトラブルも含めて、消費者教育について触れられるような機会があるといいと感じました。 	<p>令和元年度契約者の70歳以上については、男性が480人(38%)、女性が780人(62%)と女性が多い状況です。</p> <p>相談している人の同居の家族構成については把握しておりません。同居人がいても関係なく被害を受けてしまうのかについては、家族間での情報共有が図られていない場合には、結果として被害を受けてしまうこととなります。高齢者からの相談、認知症から契約した人の割合については、把握しておりませんが、認知症での契約相談については、関係機関と連携を図りながら進めてまいります。</p> <p>市民の方々にまず、消費生活センターと消費生活相談窓口を知っていただくこと、消費者被害に遭わないようにはしていただくことが大事であると考えておりますので、今後とも世代を問わずに、様々な方法で効果的なPR及び啓発を実施してまいります。</p> <p>令和4年4月から、民法上の成年年齢が20歳から18歳に引き下げられるため、若者(若年者)向けの啓発を強化していく必要があると考えており、学校等と連携を図りながら時代に合わせた啓発を進めてまいります。また、チラシの配布を見直し、ネットや動画などを活用した新たな方法を検討していきたいと考えております。</p> <p>高齢者への対応については、主に市の地域包括支援課と各地域包括支援センターとの連携により、市内各地の高齢者サロン等において、消費者講座等の啓発を行っております。今後とも高齢者に向けた効果的な消費者被害防止策の検討を進めてまいります。</p>
<p>P4 (2)多重債務問題対策</p>	<p>P4 谷生委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナの影響による収入の減少のため、これから多重債務の相談が増えるかも知れません。ぜひ、弁護士との協定を利用してしてください。 	<p>今後の多重債務相談数の動向を鑑みながら、検討してまいります。</p>
<p>P5～P8 (4)消費者教育・啓発</p>	<p>P5～P7 阿部委員 小野田委員 菊田委員 柴谷委員 谷生委員 田原委員 玉川委員 宮本委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> 気楽に話し合える場を。柏生活クラブの例会では、自分の失敗談やお困りごと、知りたい情報を楽しく話合っています。電話やハガキによる内容(お金の話、カードの暗証番号等)では、まずサギを疑って、無視するなど、消費生活の話題を難しくしますが、面倒と考えないことです。 知らないことが、消費者被害につながりやすくなることだと思います。多様な媒体を使って啓発活動に取り組みられていますので、引き続きよろしくお願ひします。 消費者教育推進連絡会を評価致します。東葛中学校、西原中学校、東葛飾高校、麗澤大学での実施はありがたい事です。 成年年齢が18歳に引き下げられたことにより、令和3年度中に特に中学校でも消費者教育の必要性を声を大にして、連絡会の諸先生にアピールしていただきたいと思います。 パレット柏での学生が非常に多いです。(午後はほとんど学生で占めています)この様な場所でのPRを是非してください。協働推進課の職員も本庁よりデスクを移して仕事をしています。男女共同参画ばかりでなく、センターも積極的に働きかけ、両課共同で事業をしてみてください。パレットの午後の状態を見に行ってください。 一般向け消費者教育啓発は、消費生活コーディネーター、サポーターの方々が活動している様ですが、見えません。近隣センターでのチラシ配布等もしている様ですが、それで良いのでしょうか。 市独自の通信講座(6回～10回)の実施により、一般市民の消費者教育に対する目を肥やすべきです。それがたいは、消費者市民社会の1ページにもなり、多数のサポーターの増加にもつながると思ひます。サポーターの数が減っていますね。サポーター基準の見直しを考えてみてはどうですか。 小学校、高等学校等いろいろと勉強会をしていることが分かりました。 啓発資料の作成、配布していることが分かりました。 私見ですが、科学的な根拠に疑問のある商品やサービスの広告、通販、医療的行為の勧誘などが多く見られるように思ひます。消費生活関連の図書の企画展示を今後も積極的に進めていただき、これからの被害を未然に防いで欲しいです。 小学校、中学校、高等学校が公に消費者教育をしていくのは、とても大事なことだと思います。私も大学生の時に色んな悪徳商法の出会ったが、全て切り抜けたのは、消費者教育のおかげだと思ひます。 情報モラル教育と同様に、消費者教育も小学校高学年から学ぶのではなく、小学校1年生のうちから、学年の発達段階に応じて、消費者教育について学ぶことも、これからは必要なのではと感じます。色々なトラブルは低年齢化していることもあります。 一般向け消費者教育、啓発は、60歳以上を対象とした出前講座の必要性を感じます。 	<p>今後も消費者教育や啓発については、消費者団体の皆様と連携を図りながら、進めてまいりたいと考えております。</p> <p>今後とも時代の流れに合わせた、消費者教育及び啓発を行ってまいります。</p> <p>令和4年4月から、民法上の成年年齢が20歳から18歳に引き下げられるため、若年者向けの啓発を強化していく必要があります。「消費者教育推進連絡会」を通して、学校等と連携を図りながら時代に合わせた啓発方法を進めてまいります。</p> <p>パレット柏では、多くの学生が利用していることも聞いております。このような場所でのPRは効果的であると考えるので、今後、多くの若者が目にするような啓発を考えてまいります。</p> <p>啓発紙は、各近隣センターに設置(配架)する他、消費生活コーディネーターを通じても配布しております。また、直接渡す方が効果的であると考慮、消費生活コーディネーターがサロン等で啓発紙を手渡ししながら説明をしております。しかし、その機会がないところもありますので、そのような方々に対して、啓発紙を近隣センターに配架させていただいております。消費生活サポーターについては、基準も含めて今後の課題であると考えております。</p> <p>市民の方々にまず、消費生活センターと消費生活相談窓口を知っていただくこと、消費者被害に遭わないようにはしていただくことが大事であると考えておりますので、今後とも世代を問わずに、様々な方法で効果的なPR及び啓発を実施してまいります。</p> <p>市内一部高校の学校図書館及び市立図書館と連携して図書展示を実施し、その結果、いくつかの高校において、消費者教育にかかる授業の実施につながりましたので、今後にも更に進めてまいります。</p> <p>小・中学校及び高等学校を通した消費者教育については、大切であると考えておりますので、「消費者教育推進連絡会」の活動を通じて、時代に合わせた啓発や発信について、考えてまいります。</p> <p>市内各地域に出前講座に伺っていますが、消費生活センターの業務内容について、未だ理解が行き届いていないと認識しております。しかし、現在、各地域において消費生活コーディネーターが積極的な啓発を行っており、センターの業務内容等の説明や消費者被害防止の啓発紙等を広く配布しておりますので、今後とも地域性を活かした取り組みを進めてまいります。</p>
	<p>P10 ②成年年齢引き下げに対する取り組み</p>	<p>P10 五十嵐委員 西岡委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> 成人年齢が18歳になるので、早い時期からの消費についての知識は、とても重要だと思います。また、小中学生の時から知識を得る機会が増えたいと思います。 成年年齢引き下げに対する取り組みは、学生により多く講座を開催して欲しいと考えます。但し、今年度は特に授業日数の不足で困難かと思ひますが、これから様々なアプリで金銭の決裁がされてしまう世の中に知識づけが大事だと思います。概要P30クレジットカードの出前講座は良い取り組みです。
<p>P11～P12 (1)計量</p>	<p>P11～P12 西岡委員 北村委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> 計量の立入検査について、資料内の「商品量目」の不適正数に驚いた。気にせず購入しているの、こういった取り組みを行っていること、より周知できると良いです。 夏休み子ども教室の取り組みは興味深い内容で、今後も継続して実施してほしいです。 計量については、どの店でもどの様な不適正が有ったと明示が無かったため、内容が解りずらかったの、この様な改善策を取ったと明示して欲しいです。 	<p>商品量目検査については、ご指摘のとおり、消費者のみならず、商品を販売する事業者側にも、計量の重要性を十分に理解いただけない現状があります。この状況を少しでも改善するため、例年、計量に関する普及啓発イベントの開催の他、事業者向けに啓発用リーフレットの配布等を行っております。</p> <p>夏休み子ども教室については、小学校低学年向けイベントとして、例年、好評をいただいております。児童と保護者に対する計量思想の普及啓発の一環として、今後も継続して実施してまいります。</p> <p>計量の不適正については、資料の記載が不十分で申し訳ございません。店名の公表については、「商品量目立入検査実施・指導マニュアル」等で、違反について悪質性が認められた場合と規定しているため、昨年度はそれに相当するものがないことから、明示できないことをご了承願ひします。なお、不適正の主な内容(原因)については、「(令和元年度)計量業務概要(P9～10)」にて記載しておりますので、併せてご参照願ひします。また、不適正があった際の改善策としては、前述の「商品量目立入検査実施・指導マニュアル」に従い、事業者に対し、改善を指示する旨の結果通知書を発行し、今後、不足のない計量に努めるよう指導しております。</p>
<p>P14～P18 柏市消費者教育推進計画の推進</p>	<p>P14～P18 宮本委員</p>	<ul style="list-style-type: none"> 方向性3消費者団体との連携を密にさせていただきたい、常々思っています。私達には動く準備がありますので、利用させていただきたいと思ひます。地域とのつながりをもっていますので、啓発パンフレットの配布など、お手伝い致します。 	<p>今後も消費者教育や啓発については、消費者団体の皆様と連携を図りながら、進めてまいりたいと考えております。</p>

(2) 柏市消費者教育推進計画の推進について(P14~P22)

該当箇所	質問者	質問や意見の概要	市の考え方、対応方針
P14 (1)計画の目標と方向性	P14 小泉委員 齋藤委員	・計画の目標と方向性については、同意いたします。 ・コロナ禍での特殊事情ですので、目標年度はR4から1年先延ばしにしてもよいのではないのでしょうか。(来年度もコロナの状況がどうなるか見通しが立ちませんので。)	計画については、時代の流れや相手に合わせた、消費者教育及び啓発を行ってまいります。 柏市消費者教育推進計画の目標年度(令和4年)の先延ばしについては、御意見のとおり、新型コロナウイルス感染拡大の影響も考慮した、新たな課題を踏まえた計画の策定を検討してまいりたいと考えております。
P15 (2)令和元年度における進捗状況等 学校教育等における消費者教育の推進	P15 染谷委員 谷生委員 玉川委員	・目標設定を見ると、実績が全体的に届いていないことが分かった。以上から ①一般的に、もしかして、「消費生活相談員」がいることさえ分からない、と思います。 ②もう少し具体的に「ゲーム感覚」でアピールしてはいかがでしょうか。 ※「防災ゲーム」があるように。 理由、書類が多すぎて何をチェックしたいのでしょうか。 (何を考えていくか)、(量をしぼる)、(質)など。 ・大学入学時ガイダンスは、来年も新型コロナの影響が残るとリモートで行われるところが多いと思います。出前講座の動画を用意できるか、検討いただきたく思います。 ・消費者教育を例えば小学生に教えるとするれば、リーフレットのようなものを配るよりも、出前授業のような形で、実際に子供と向き合う形で行った方が、効果が高いと思う。コロナ禍ではあるが、ICTを使うなど工夫して、子供たちに訴えていけると良いと思います。	目標は、令和4年度を最終目標としておりますが、実施した施策の中には実績が伴わないものもありますので、今後内容を見直す必要があると考えております。また、消費生活センターのPRが十分とは言えないことは認識しております。市民の方々に知っていただくことが大事でありますので、今後も効果的なPR方法を検討してまいります。 大学生向けの啓発では、入学ガイダンス時が効果的であると考えます。また、従来の説明、周知方法、チラシの配布等を見直し、ネットや動画などを活用した新たな方法を検討してまいりたいと考えております。 御意見のとおり、新型コロナウイルスの影響も考慮して、ICTを活用した消費者教育及び啓発は有効と考えており、教育委員会と連携を図りながら新たな啓発内容を考えていきたいと思っております。
P16 (2)令和元年度における進捗状況等 地域・家庭における消費者教育の推進	P16 五十嵐委員 谷生委員	・地域、家庭における消費者教育の推進については、具体的な施策2消費者講座の開催(町会、サロン事業所等)の回数が前年に比べて半数になってしまった理由は何でしょうか。 ・新聞やCATVでの情報発信は、恐らくは機会があるときに実現するのだと思われませんが、特に高齢者が利用していることからすると、高齢者向けの情報を選ぶとよいと思います。	消費者講座の回数については、過去5年の平均は約26回となっておりますが、令和元年度の回数につきましては、新型コロナウイルスの影響が大きな要因と思われる。 相手の年代に合わせた啓発内容と情報ツールを組み合わせ、進めていきたいと考えております。
P18 (2)令和元年度における進捗状況等 地域人材(消費生活コーディネーター)の育成・活動支援	P18 五十嵐委員 小泉委員	・②消費生活相談員及び消費者教育相談員の育成については、具体的な施策1国民生活センターや都道府県等が開催する研修会への参加について、前年度に比べて急に回数が減ったのは、なぜでしょうか。 ・令和元年度の②国民生活センターや都道府県等が開催する研修会への参加が少ないのは、なぜでしょうか。	回数につきましては、実際に研修に行ったもののみの数値でした。オンデマンド研修等を含めると10回となります。相談員の人数が減少したことで、通常業務が繁忙となり、研修に行く機会が減ったものです。
P19 (2)令和元年度における進捗状況等 学校教職員への動機付け及び実践への支援	P19 谷生委員 玉川委員	・前のP15と重なるかもしれませんが、若年者向けには、動画、イラスト、漫画による情報発信も合わせて検討いただければ、受信件数も多くなると思いました。あまり長いものではなくてもよく、簡単にアクセスできるような情報をホームページやツイッターで発信してはどうでしょうか。 ・活動事例集や消費者教育ポータルサイトなど、各学校で周知しきれていないと思う。もっと活用してもらうために、何か手立てを考えて、アプローチしていく必要があると思います。	御意見のとおり、今後は相手に合わせた効果的な情報発信を検討してまいります。 活動事例集や消費者教育ポータルサイトにつきましては、他のSNS等の媒体でも閲覧できるように検討してまいります。
P20 (3)令和2元年度 柏市消費者教育推進計画の推進	P20 小野田委員 西岡委員	・相談体制の強化について、引き続き様々な関係機関との連携に取り組まれることを期待します。 ・広報かしわ7/15号2面の相談事例がとてもわかりやすかった。大変かと思うが複数回の掲載が望ましいと思います。	相談しやすい消費生活相談体制を確保し、子どもから高齢者まで幅広い世代に向けた、消費者教育・啓発を促進できるよう、消費生活コーディネーター等の育成と関係団体と連携して、消費者トラブル未然防止の知識や意識の向上を図ってまいります。 広報かしわでの重要な情報掲載については、年度の中で複数回の掲載ができるよう、担当部署と調整してまいります。
P21 (1)新型コロナウイルス関連に係る柏市消費生活センターの対応等について	P21 五十嵐委員 小泉委員 谷生委員 田原委員 玉川委員 西岡委員	・その他 消費生活センターからの情報提供については、コロナ対応では、マスクや衛生用品等の高騰や品不足など、不安な時期があり、相談も多かったと思います。 ・対応ご苦労様です。引き続き宜しくお願い致します。 ・引き続き、新型コロナ関係の対応をよろしくお願ひします。家にいる時間が長く、相談相手が減ると思いますので、消費生活センターの役割は重要になると思います。 ・今後新型コロナ関連のトラブルが多くなってくるかもしれないので、事例があったら即注意喚起する体制を作ってほしいです。回覧板を利用するとか、いかがでしょうか。 ・今般の状況からもマスクや消毒、薬などに関する巧妙な詐欺、トラブルなどが増えてくるのが予想されます。 ・新型コロナウイルス感染症の防止策のなか、相談対応いただいていることがよくわかりました。この状況で今後も通信販売でのトラブルが増加すると思われるため、効果的な周知があると良いです。	緊急事態宣言が発令された4月、5月には、新型コロナウイルス関係の相談が、多く入りました。 新型コロナウイルスの影響も考慮した上で、相談の継続と啓発に取り組んでまいります。 御意見のとおり、新型コロナウイルスの影響も考慮した、効果的な啓発及び取り組み内容を考えていきたいと思っております。 御意見のとおり、新型コロナウイルスの影響も考慮した、注意喚起の方法として、回覧板を含めた新たな啓発内容を考えていきたいと思っております。 消費生活センターに寄せられる情報を早く市民へお伝えできるよう、新型コロナウイルスの影響も考慮した、効果的な啓発及び取り組み内容を考えていきたいと思っております。 御意見のとおり、通信販売でのトラブル防止については、新型コロナウイルスの影響も考慮した、効果的な啓発及び取り組み内容を考えていきたいと思っております。
御意見	(御意見) 阿部委員 五十嵐委員 菊田委員	・推進計画は良いと思うが、コロナ禍では全然見通しがつかないです。相談が増えないことを祈ります。 ・個人的なことですが、私のスマホに10月頃、5,000万円の宝くじが当選とのメールがあり、当選者2人の喜びなどととも、サイトへのアドレスがありました。この件についての弁護士のアドレスの記載と、受け取りは、3日間となっていました。3日たっても音沙汰なしでした。 ・「2消費生活センターにおける新型コロナウイルス感染予防対策」を読むと、厳しい制約の中での活動だったと思います。家にもとさらにデジタルコンテンツの相談が増えると思います。 ・P23消費者行政の概要で、令和2年推進方法について、相談先のデータベースは、〇か×か。元年度実施を振り返り、見直し部分は何か。庁内での連携部署とのヒアリングは取れているのでしょうか。 ・消費者行政の概要について、数値目標は、センターでの認知度も少し上がって良いと思う。職員の皆様方の努力の結果ですね。消費生活センターの役割、位置づけ、年齢の幅も多く、すぐ結果が出るものではないですが、生まれてから死ぬまで多方面に渡りますが、地道でも努力して継続をお願いします。 ・パレット柏で週一度、月一度でよいので、相談窓口、消費生活センター移動センターの開催を望みます。多くの市民が利用している場所です。センター通信も途切れることなく置いてみては、いかがでしょうか。	推進計画については、現在、令和4年度を目途に見直し準備を進めてまいりますので、よろしくお願ひいたします。 迷惑メールに関する対処法については、「知らない人からのメールを無視する」等の事例を基にした具体的な対処法等を啓発してまいります。 新型コロナウイルスの影響により、在宅時間も長いと、通信販売関係の相談が多くありました。このため、7月15日号の広報かしわにて、「未然に防ごう 通販トラブル」を掲載し、市民向けの啓発を図りました。 相談連携先等については、データ化を進めております。また、見直し部分については、時代や社会情勢に合わせた、消費生活の啓発が必要であると感じております。また、庁内連携部署とのヒアリングについては、連携が必要な部分は随時行っており、相談員の内部研修に連携部署の方に講師をしていただく等、具体的な連携方法を進めてまいります。 数値目標については、平成30年度に策定した「柏市消費者推進計画」の数値目標となります。また、相談窓口として、市民の方々に知っていただけるよう、認知度向上及び啓発に努めてまいります。 移動相談につきましては、現在実施しておりませんが、今後の検討課題とさせていただきます。また、啓発物については、種類や配布枚数を増やしてまいります。

(3) その他 御意見について

該当箇所	質問者	質問や意見の概要	市の考え方、対応方針
-	阿部委員 植田委員 小野田委員 菊田委員	・SDGsの取り組みについては、昨年、柏ではどの様に考えているのか伺った所、現在の問題解決で、手一杯の状況ですとの答え。国も企業も学校も官民あげて、10年度の目標達成に取り組んでいます。木更津市の消費生活センターのように積極的に啓発していることもあります。柏市も詐欺の問題と合わせ、SDGsを取り上げたいかがですか、消費者団体の取り組みでは不十分で、柏の市民が置き去りされる様で歯がゆいのですが。 ・引き続き警察との情報共有等よろしくお願ひ致します。 ・コロナ禍にあって、啓発活動が行いにくい状況だと思っております。反面、自宅で過ごす時間も増えて、被害に遭うリスクも増えているかと思っております。ネット等も含めて対面以外の活動により、力を入れていただけたらと思っております。 ・計量の件、家庭量計器簡易検査について、広報の仕方が見えません。PR方法の検討。 ・名戸ヶ谷小学校での実践結果の冊子は行政資料室で見られるでしょうか。	SDGsについては、内容が多岐に渡るため担当部署ごとに業務を行っております。消費生活センターでは、「消費者市民社会」に関する消費者啓発の中で、進めてまいります。 消費者相談及び啓発については、関係機関との連携が大切であると考えておりますので、引き続きよろしくお願ひいたします。 消費者啓発活動については、新型コロナウイルスの影響も考慮した上で、インターネットやビデオ会議(ズーム)等を活用した、効果的な啓発及び取り組み内容を考えていきたいと考えております。 広報の方法については、昨年度までの広報手段は、広報かしわ及び市ホームページへの案内掲載、並びに市関連施設へのポスター掲示でした。ご指摘のとおり、結果を見ても、十分な周知ができたとは言えない状況です。そこで、今年度は、これまでの広報手段に加え、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う体温計使用の需要増加を契機として、市内医療機関へのポスター掲示及びチラシ配架を行いました。その結果、昨年度を大幅に超える申し込みに繋げることができました。 残念ながら行政資料室では見ることはできませんが、消費生活センターで御覧いただくことができます。また、柏市ホームページに「消費者教育授業実践事例集7(令和元年度)」として、掲載しております。