

「令和3年度第2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概要及び実績について

- ・資料1 「柏市消費者行政等の概要及び実績」
- ・リーフレット「柏市消費生活センター」、「あなたの地域の消費生活コーディネーター」、「くらしの中のけいりょう」

| 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>齋藤委員<br/>高城委員<br/>中山委員<br/>沼部委員</p>                             | <p>・相談件数は高止まりですので、何か方策、啓発活動を行う必要が今後出てくるかと思えます。<br/>・相談件数が高止まりとなっているが、相談休止の結果となると、要相談者はどうしているのでしょうか。<br/>・相談内容が減少したのは、被害が減ったのか啓発が進んだためでしょうか。それとも、コロナの影響で人々が引きこもっているため、消費が落ちているのでしょうか。</p> <p>・訪問買取でのトラブルを聞きますが、柏市でこの手のトラブル相談はありますか。</p> <p>・高齢者宅へ商品を送りつけられた場合に、急な判断に苦慮し、民生委員宅へ相談に来られる人もいます。</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り、消費生活相談の内容も日々変化している現状の体制の中で、高止まりが続いていると考えます。また、令和2年度は相談件数が減少しております。これは、新型コロナによる影響が大きいと考えており、特に4月、5月は未所相談を休止したため、相談件数が減少いたしました。御意見のとおり、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>消費生活センターの相談の中には、訪問買取関係の相談も入っております。一人で即決しないことが大切であります。また、トラブルにあった場合には、消費生活センターへ迅速に御相談いただけますよう、お願いいたします。</p> <p>最近では、商品を一方向的に送りつけてくる、「送りつけ商法」の相談も増えてきております。急な時は、判断が難しい場合もございますので、消費生活センターへ御相談いただけますよう、お願いいたします。</p>  |
| <p>P1～P3<br/>(1)消費生活相談</p>                            | <p>五十嵐委員<br/>菊田委員<br/>田原委員<br/>中山委員<br/>西岡委員</p>                   | <p>・相談する男女の割合は、どのような状況でしょうか。また、他の健康食品についての相談が増えたのは、巣ごもり生活の中で通販サイトを利用する機会が増えたためと思えますが、悪質な販売サイトも増えたのでしょうか。</p> <p>・年代別相談件数の男女割合は、どのような状況でしょうか。また、70年代以上の相談件数が多いですが、一人暮らし、夫婦のみ、子供世帯との同居等、世帯別の割合は、いかがでしょうか。</p> <p>・相変わらず、健康食品の相談が多いです。初回限定に感われない等、啓発は常に必要です。</p> <p>・令和2年度は50歳代～70歳以上の相談件数が減少しているものの、40歳代以下が上昇傾向にあり、効果的な対策が必要だと思えます。</p> <p>・送りつけ商法が減ったのは、啓発が進んだ結果だと思えます。ネットのお試し価格での契約は、今後啓発が必要だと思えます。</p> <p>・高齢者からの消費生活相談で多いのは、どのような内容でしょうか。</p> <p>・デジタルコンテンツは各種サイトから、別サイトに簡単に誘導されるものが多いです。やはり、相談の年齢層は若年者の方になりますでしょうか。</p> <p>・特にコロナによる自宅待機時間が増え、健康食品などに目が行き初回の価格がかなり安いので、トラブルが起こりがちなのかと考えるところですか。</p> <p>・年代別の相談内容がわかると周知の仕方も違うと思いますが、60歳以上の方は消費生活センターの存在を知っているため、相談件数も多いのでしょうか。</p>   | <p>令和2年度相談者の男女の割合については、各年代とも約半々となっております。また、新型コロナによる影響により、在宅時間が長くなるため、インターネットで商品やサービスを購入する機会が増えています。このため注意喚起については、市のホームページや広報かしわで、引き続き啓発を行ってまいります。特に高齢者への対応については、各地域包括支援センターとの連携を図りながら、市内各地の高齢者サロン等での消費者講座等の啓発を実施してまいります。なお、世帯別の割合は分析できません。</p> <p>消費者トラブルを未然に防ぐためには、継続的に啓発を実施していくことが効果的であると考え、市民の方々には、まずは消費生活相談窓口を知っていただき、消費者被害に遭わないようにしていただくことが大事であると考えておりますので、今後とも関係機関と連携した啓発に取り組んでまいります。</p> <p>20歳代、30歳代、40歳代の相談件数が増えているのは、新型コロナの影響により、在宅時間が長くなり、パソコンやスマートフォンからのインターネットを通じた内容の相談が多かったと考えられます。また、社会情勢や時代の流れにより、消費生活相談の内容も変化してきているため、コロナ禍における消費者被害の未然・拡大防止を目的とした「新たな」啓発・PR施策を検討してまいります。</p> <p>消費者啓発については、継続的に実施していくことが必要であるため、市民の方々には、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、今後とも関係機関と連携した啓発に取り組んでまいります。</p> <p>また、60歳以上の相談内容は、主に「商品一般」の身に覚えのない料金請求等や「デジタルコンテンツ」のパソコンやスマートフォンからのインターネットを通じた内容の相談、「健康食品」の通信販売でのお試し購入等が多い状況でした。</p> <p>デジタルコンテンツは、若年者だけでなく、全ての年代から相談が寄せられましたが、その多くは、インターネットを通じた架空請求や通信販売に関する相談でした。</p> <p>御意見のとおり、新型コロナによる影響から、在宅時間が長くなり、パソコンやスマートフォンからのインターネットを通じた「健康食品」の通信販売でのお試し購入等の相談が多い状況でした。</p> <p>年代別では、御意見のとおり60歳以上の相談が1,468件で、全体の39.7%となっており、高齢者からの相談が多い状況です。特に高齢者への対応については、各地域包括支援センターとの連携を図りながら、市内各地の高齢者サロン等での消費者講座等の啓発を実施してまいります。</p>   |
| <p>P4<br/>(2)多重債務問題対策</p>                             | <p>菊田委員<br/>佐藤委員</p>   | <p>・コロナの影響でしょうか、多重債務相談が12件ありましたが、相談実施日は土曜日(柏市単独の開催)を増やす等、市民サイドに寄り添った実施方法を検討していく必要があると感じました。</p> <p>・対応している弁護士の先生の仕事の内容と経験年数について教えてください。</p> <p>・弁護士の方々は、多重債務問題以外については消費生活センターとの関わりがないのでしょうか。</p> <p>・コロナ禍の中、多重債務関係の相談者数は増えるのでしょうか。</p> <p>・多重債務相談の周知、PR等、何か今後の工夫はありますでしょうか。</p>   | <p>多重債務相談につきましては、今後の相談数の動向を勘案しながら、検討してまいります。</p> <p>多重債務問題の相談は、千葉県弁護士会にお願いしております。弁護士の情報等は、千葉県弁護士会のホームページを御確認いただければと思います。</p> <p>多重債務問題に関する相談者が、速やかに適切な法的支援を受けられるよう、千葉県弁護士会と協定(平成31年1月28日締結)を結び、消費生活センターにて専門知識を有する弁護士を直接紹介できるようにいたしました。</p> <p>コロナ禍での多重債務関係の相談は、今のところ増えてはおりませんが、今後の社会情勢の変化による影響が考えられますが、引き続き相談体制を維持できるよう、努めてまいります。</p> <p>多重債務問題の相談に関する周知は、現在、市のホームページや広報かしわで行っております。今後は相談者の動向を見ながら、効果的な周知方法を検討してまいります。</p>   |
| <p>P5～P8<br/>(3)消費者教育・啓発</p>                          | <p>五十嵐委員<br/>齋藤委員<br/>佐藤委員<br/>高城委員<br/>谷生委員<br/>沼部委員<br/>松丸委員</p> | <p>・消費者教育については、障害を持つ子供も18歳成人となるので、保護者は不安を感じています。コロナ禍で消費者講座が実施できない場合も多いので残念ですが、コロナが収束した後、早い時期(小学生)からの消費者教育を受ける機会を増やしてほしいと思えます。</p> <p>・今年もまたコロナ禍により、対面での講座及び会議が難しい場面があるかと思えます。リモート会議やホームページ等を活用して、消費者教育を進めていただければと存じます。前回差し上げた内容と同じですが、教員向け講座など御協力させていただきたいと思っております。</p> <p>・成年年齢が18歳に引き下げられることに対しては、各自(高校生)が、市のホームページから、啓発リーフレットをプリントアウトするのは、いかがでしょうか。</p> <p>・消費生活コーディネーターは、消費者トラブルを防ぐために、どのような研修を受けているのでしょうか。内容、時間を教えてください。</p> <p>・消費生活相談員と消費生活コーディネーターの連携はどの程度あるのでしょうか。また、消費生活コーディネーターから消費生活相談員につなぐ率はどの位でしょうか。ここ数年、相談員につなげた件数とその割合はどの位でしょうか。</p> <p>・消費生活コーディネーターの報酬の有無については、いかがでしょうか。</p> <p>・消費生活コーディネーターは、研修を受けても個々に差が出るのではないのでしょうか。</p> <p>・電子マネー、スマホ決済が普及している中、小学生のお金の価値観が変わってきていると感じています。コロナ禍により、啓発活動が実施できないのは、残念です。</p> <p>・本年4月からの成年年齢引き下げ及び悪徳業者によるトラブル増加の懸念が報道されています。不安な学生や保護者のためにも、可能な限り啓発をお願いいたします。</p> <p>・柏市内の図書館分館を数件利用しています。高齢者と親子の利用が多いと思えます。高齢者向け、幼児向けの啓発関連資料や図書の企画展示はできないのでしょうか。</p> <p>・成人年齢が18歳に引き下げられますが、トラブルの増加が予想され、今から対策を考えておく必要があると思えます。</p> <p>・消費者教育及び啓発は、やはり学生にするべきであり、大切なことだと思えますが、新型コロナウイルスの影響で啓発が実施できないことが多く見られます。今後、いつ収まるのかわからないことなので難しいですが、消費者教育は実施すべきことだと感じています。リモートなどでの実施をもっと考えていくべきと思えます。</p> | <p>御意見のとおり、小学校期からの学校での消費者教育については、大切であると考えております。現在、「消費者教育推進連絡会」の活動を通じて、各学校へ情報発信を行っておりますが、今後も学校等と連携を図りながら取り組んでまいります。</p> <p>また、成年年齢が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ので、「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>学校関係への啓発については、「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。また、ホームページやツイッターへの更新頻度を上げる等、ネットや動画などを活用した新たな啓発方法を検討していきたいと考えております。</p> <p>成年年齢が18歳に引き下げられるため、若年者(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、学校等と連携した啓発に取り組んでおり、若者(若年者)向けにホームページやツイッターでの啓発を行っておりますが、今後は更新頻度を上げるとともに、効果的な新たな啓発方法を検討してまいります。</p> <p>消費生活コーディネーター研修の内容は、消費生活の基礎知識をはじめ、訪問販売や具体的事例をテーマとした研修を実施し、年約10回(1回2時間～3時間)行っております。</p> <p>消費生活コーディネーターを経由した相談は、多くありませんが、年間を通して入ってきております。また、具体的な件数は算定できません。</p> <p>消費生活コーディネーターの報酬については、一人当たり3万円です。</p> <p>消費生活コーディネーターには、地域の消費者リーダーとして、地域の実情に即した啓発活動を行っており、地域の中で起きた消費者問題などの情報を収集し、消費生活センターに提供いただくなど、地域に密着した活動をしていただいております。</p> <p>小中学校・高等学校の消費者教育については、大切であると考えており、「消費者教育推進連絡会」の活動を通じて、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。また、消費者啓発活動については、新型コロナウイルスの影響により、予定通り実施できませんでしたが、今後は、効果的な啓発及び取り組み内容を考え、取り組んでまいります。</p> <p>成年年齢が18歳に引き下げられるため、18歳までに消費者として求められる契約等に関する知識を身につけ、高校生などの若年者を自立した消費者として、継続的に育成していく必要があると考えております。このため、学校等と連携を図りながら消費者講座等を行うとともに、時代に合わせた啓発を進めてまいります。また、ホームページやツイッターへの更新頻度を上げ、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ます。</p> <p>昨年度は新型コロナウイルスの影響により、実施できませんでしたが、市内高校の学校図書館及び市立図書館と連携した図書展示の実施は、消費者教育に効果的につながると考えておりますので、状況を確認しながら取り組んでまいります。</p> <p>成年年齢が18歳に引き下げられるため、高校生などの若年者は、これまで自ら判断して契約することや、社会経験が少ないことから、消費者トラブルの未然防止を図るための知識等を事前に身に付けておく必要があると考えておりますので、「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、効果的な啓発に取り組んでまいります。</p> <p>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、ホームページやツイッターへの更新頻度を上げ、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ます。</p> |
| <p>P9～P10<br/>①柏市消費者教育推進連絡会<br/>②成年年齢引き下げに対する取り組み</p> | <p>五十嵐委員<br/>齋藤委員<br/>佐藤委員<br/>玉川委員<br/>中山委員</p>                   | <p>・大学の入学時期は、一人暮らしや親元を離れる時期でもあるので、高校卒業予定の18歳を迎える子供達に対しては、特に知識が必要だと思えます。</p> <p>・4月より成年年齢の引き下げが行われますので、若者向けの消費者被害の未然防止や消費者市民として、能動的に活動できる人を育成していかなければならないと感じました。</p> <p>・「柏市消費者教育推進連絡会」について、研修はどこが主催でしょうか。また、何日、何時間でしょうか。</p> <p>・「柏市消費者教育推進連絡会」については、コロナ禍のために例年のようにはできませんでしたが、消費生活センターの方と打合せを行い、その時の状況の中で何ができるかを優先に考えて、会議等の中で充実できるようにあり方を考えることができました。</p> <p>・コロナ禍のため、実施できなかったのは、仕方ありませんが、事例集を配布されたことは、良かったと思えます。</p>   | <p>御意見のとおり、高校生及び大学生などの若年者は、これまで自ら判断して契約することや、社会経験が少ないことから、消費者トラブルの未然防止を図るための知識等を事前に身に付けておく必要があると考えておりますので、「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、効果的な啓発に取り組んでまいります。</p> <p>成年年齢が18歳に引き下げられるため、契約等に関する知識を身につけ、自立した消費者として、継続的に育成していく必要があると考えております若者(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。</p> <p>「柏市消費者教育推進連絡会」は、柏市消費生活センターが主催となり、柏市教育委員会指導課と連携して開催しております。また、会議については、1回2時間位で、年2～3回開催しております。</p> <p>昨年度は新型コロナウイルスの影響により、思うようには実施できませんでしたが、教育委員会指導課及び委員の先生の皆様に御協力いただきながら進めることができました。ありがとうございました。今後とも、「柏市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消費者教育及び啓発に取り組んでまいります。</p> <p>事例集については、教育委員会指導課及び委員の先生の皆様に御協力いただき、作成し配布いたしました。また、学校の消費者教育において、実践いただくことが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、各学校等と連携を図りながら時代に合わせた実践方法を検討し、進めてまいります。</p>   |

| 該当箇所                               | 質問者           | 質問や意見の概要  | 市の考え方、対応方針  |
|------------------------------------|---------------|---|---|
| P11～P12<br>(1)計量<br>(2)製品安全4法等立入検査 | 五十嵐委員<br>高城委員 | ・普段、量り売りの商品については、考えることなく購入していました。計量についてのリーフレットを見て、内容量については疑うことなく生活していたことに気がきました。<br><br>・計量業務があることを初めて知りました。消費者にとって大切な業務なので、もっと周知されると良いと思います。 | 大半の消費者が、量り売り商品の内容量を疑うことなく購入しているものと思われます。しかし、実際のところ、表示された量と内容量が異なる商品は存在します。消費生活センターは、今後も「不適正計量ゼロ」を目指し、事業者に対する検査と啓発を継続するとともに、消費者意識の醸成にも寄与すべく、普及活動に努めてまいります。<br><br>「計量って何？」というお声を、いまだに多く耳にします。前述の「不適正計量ゼロ」をかなえるためにも、市民に対する計量思想の普及・啓発を推進する必要があります。そこで、例年、ポスターやホームページ等での紹介に加え、集客型イベントにより身近に計量を感じられる機会を設けていましたが、ここ数年、コロナ禍の影響等でイベントの多くを開催できずにいます。今後、感染状況が落ち着き次第、イベントを再開し、さらなる周知を図ってまいります。 |
| P13<br>(3)市民持ち込みによる食品等の放射性物質測定     | 佐藤委員          | ・ここ数年の測定内容は具体的に何でしょうか。(消費者行政の概要より詳しくお願いします。)<br><br>・今後も測定は必要でしょうか。   | 測定件数の推移としては、平成28年度128件に対し、平成29年度は68件と半減。その後、平成30年度は61件と横ばいとなるも、令和元年度は41件、令和2年度は21件と大幅な減少が続いております。このうち、国の示す基準値を超過した件数は、平成28年度にコシアブラとシシタケ(いずれも県外産)の2件確認された以降、現在まで確認されていません。<br>その他、測定品目としては、井戸水その他、みかん、じゃがいも、たけのこ、さつまいも、柿等家庭菜園や自宅の庭でとれた農作物が、どの年度も多く占めております。<br><br>必要であると考えます。<br>理由として、本事業の目標に、全市民の不安を解消し、食の安全・安心を確保することを掲げていますが、いまだ測定を望む声が止まず、達成には至っていないためです。                       |

| 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<br>柏市消費者教育推進計画の推進     | 五十嵐委員<br>小野田委員<br>佐藤委員<br>西岡委員        | ・「学校教育等における消費者教育の推進」について、令和4年度の各校、各園で配布予定の啓発パンフレットは、発達障害の子供向けの物はあるのでしょうか。<br><br>・ライフステージに応じた消費者教育は、大切だと思います。成人年齢の引き下げに伴い、早期からの教育がより大切になると思いますので、学校等と連携して進めていただきたいと思っています。<br><br>・学校教育等における消費者教育の推進については、コロナ禍の中で、どこまで進んでいますでしょうか。また、目標の修正等は考えていますでしょうか。<br><br>・大学入学時のガイダンスで消費者教育の講座が実施されると良いです。アルバイト収入など、お金の使い方が広がる中、消費者としての知識をしっかりと理解することが重要だと思います。  | 特別支援学校での消費者講座を実施する場合には、生徒向け資料として受講者に合わせた啓発資料をお渡ししております。<br><br>小中学校及び高等学校の消費者教育については、御意見のとおり、幼児期等早からの教育が大切であると考えており、「消費者教育推進連絡会」の活動を通じて、各学校へ情報発信を行っております。今後も学校等と連携を図りながら、効果的な啓発方法を検討し、進めてまいります。<br><br>消費者教育については、新型コロナウイルス感染症の影響により、各事業については、中止または規模縮小で実施しており、通常での事業実施が非常に難しい状況となりました。このため、「柏市消費者教育推進計画」の見直しは先延ばしにいたしました。優先する内容を検討・実施しながら、新たな課題を踏まえた計画の策定を進めてまいります。<br><br>御意見のとおり、大学新入生などの若年者は、これまで自ら判断して契約することや、社会経験が少ないことから、消費者トラブルの未然防止を図るための知識等を事前に身に付けておく必要があります。このため、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ておりますので、学校と連携して取り組んでまいります。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いきたいと考えております。   |
| P15～P20<br>令和2年度における進捗状況等 | 小野田委員<br>佐藤委員<br>玉川委員<br>沼部委員<br>松丸委員 | ・繰り返しの情報発信が大切だと思います。多様な媒体を活用して、引き続きお願いします。<br><br>・国民生活センター等の研修が、R2年度は34回と多いですが、理由は何でしょうか。<br><br>・消費生活相談員の各自の実績、年数、報酬、月何回出勤、他市との兼務について、公表できる範囲で教えてください。<br><br>・消費者教育に関する教材(DVD等)の貸し出し件数が、年々減少しているのが心配である。どのように教育を推進していけばよいかわからない若い先生方も多いと思うので、周知方法を考えていく必要があると感じました。<br><br>・消費者トラブルの予防、防止の観点から、消費者が相談しやすい環境の他、地域にいる消費生活コーディネーターさんの活発な活動に期待いたします。<br><br>・SNSが広がっている中で、ツイッターの活用をしているとは、良いと感じました。ツイッターの活用で効果や変化がありましたでしょうか。また、写真を貼りつけて具体的な内容を載せたり、LINEの公式アカウントを作成し、相談しやすい環境を作るのも効果的だと思います。 | 現在は、消費者被害の未然防止と暮らしに役立つ情報を掲載した、消費生活情報リーフレット「消費生活センターつうしん」を作成し、ホームページ、メール配信、広報かしわ等により情報発信を行っております。今後は御意見のとおり、情報発信が大切でありますので、ホームページやツイッターへの更新頻度を上げ、ネットや動画などを活用した効果的な方法を検討してまいります。<br><br>回数につきましては、新型コロナウイルス感染症の影響により、オンデマンド研修を受講したものです。<br><br>消費生活相談員の報酬等については、時給1,840円で週4日勤務となっております。また、平均勤務年数は5.3年で、他市と兼業している相談員もおります。<br><br>DVDの貸し出し件数の減少については、新型コロナウイルスの影響が大きき要因と思われます。また、社会情勢や時代の流れにより、消費生活相談の内容も変化してきておりますので、内容の更新についても今後進めてまいります。<br>周知方法については、活動事例集や消費者教育ポータルサイトの他、SNS等様々な媒体でも閲覧できるように検討してまいります。<br><br>御意見のとおり、相談しやすい窓口は必要であると考えております。まずは、市民からの消費生活センターの認知度が上がり、消費生活に関する相談先として認識されることが大切ですので、消費生活コーディネーターの地域での活動をはじめ、ホームページ、メール配信、広報かしわ等により情報発信を行っております。今後は消費生活コーディネーター等の効果的な新たな情報発信についても、検討してまいります。<br><br>現在は、消費者被害の未然防止と暮らしに役立つ情報を掲載した、消費生活情報リーフレット「消費生活センターつうしん」を作成し、ホームページ、メール配信、広報かしわ等により情報発信を行っております。今後は御意見のとおり、相談しやすい環境は大切でありますので、ホームページやツイッターへの更新頻度を上げるとともに、効果的な新たな啓発方法を検討してまいります。 |

| 該当箇所                        | 質問者          | 質問や意見の概要   | 市の考え方、対応方針   |
|-----------------------------|--------------|--|--|
| 消費者行政の概要                    | 佐藤委員<br>松丸委員 | ・P50のQRコードで各自が情報を見れるようになれば、成年年齢引き下げの啓発にも効果的であると思います。<br><br>・内容も見やすく、分かりやすいと感じました。この内容をポストに入れる等、高齢者の目に入るようにすれば、効果的だと思います。                                      | 成年年齢が18歳に引き下げられるため、特に若者(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、学校等と連携した啓発に取り組んでおります。現在、若者(若年者)向けにホームページやツイッターでの啓発を行っておりますが、今後は更新頻度を上げるとともに、効果的な新たな啓発方法を検討してまいります。<br><br>高齢者への対応については、各地域包括支援センターとの連携を図りながら、市内各地の高齢者サロン等での消費者講座等の啓発を実施しております。また、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。   |
| 柏市消費生活センター(リーフレット)          | 安藤委員         | ・昨年柏市は高齢者を対象とする「電話での詐欺被害」が喧嘩ワースト2位(93件)でした。高齢者の会合、サロン等を積極的に開催していただき、特に上記詐欺被害の防止のためのお話し等を数多くしていただければ、幸いです。また、必要に応じて講話等のお手伝いをさせていただきます。                          | 高齢者向けの啓発については、各地域包括支援センター及び寸劇を演じる消費者団体等との連携を図りながら、市内各地の高齢者サロン等での消費者講座等の啓発を実施しております。今後は、関連機関の御協力をいただきながら、消費者被害の未然・拡大防止に努めてまいります。  |
| あなたの地域の消費生活コーディネーター(リーフレット) | 佐藤委員<br>谷生委員 | ・どなた向けに配布しているのでしょうか。<br><br>・コーディネーターになるためには、どうしたらよいかを知りたいと思いました。<br><br>・関心がある方がどのような年齢層で集まっているのか気になり、躊躇しているかもしれません。例えば20代から高齢者が性別を問わず集まっています等の記載があると良いと思います。 | リーフレットは、地域の実情に即した啓発活動や地域の中で起きた消費者問題などの情報を収集、消費生活センターに提供いただくなど、消費生活コーディネーターの活動を紹介しており、主に消費者講座で配布しております。<br><br>現在、消費生活コーディネーターは、各地域のふるさと協議会からの推薦により、委嘱しております。<br><br>現在、消費生活コーディネーターは、地域での啓発活動が主なため、年齢層が高中年者となっております。今後は、幅広い年齢層からの構成となるよう、考えてまいります。   |
| くらしの中のけいりよう(リーフレット)         | 谷生委員<br>松丸委員 | ・材料費の高騰により、価格を同じにして、重量を減らしているのではないかと心配があります。今後の計量の検査に期待しております。<br><br>・くらしの中にこんなにもたくさん計量が関係していることを初めて知りました。また、この知識をどう活用したらいいかわからないです。                          | 材料費の高騰等を背景とした、いわゆる「シュリンクフレージョン(ステルス値上げ等)」自体は、違反にはなりません。表示量を変えずに内容量を減らした場合は違反になりますので、今後も引き続き、入念な検査を実施してまいります。<br><br>御意見は、多くの市民の意見と同様のものと受け止めております。全ての市民にとって、「計量」が常識になるまで、計量思想の普及・啓発活動を推進してまいります。<br>また、知識の活用については、資料にもあるとおり、計量器は年数とともに精度が落ちます。そのことを念頭に、体重計や血圧計等も、病院等ではかった値と御家庭ではかった値に大きな差がないか、気を付けてみてください。御不安があれば、当センターで毎年11月に実施しております「家庭用計量器無料簡易検査」で精度確認を行っておりますので、是非御参加ください。 |



(2) 柏市消費者教育推進計画について(P1~P3)

- 資料2 「柏市消費者教育推進計画について」
- 資料3 「柏市経営戦略方針から一部抜粋」
- 参考資料 「柏市消費者教育推進計画から一部抜粋」

| 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>資料2</p> <p>P1</p> <p>(1)「柏市消費者教育推進計画」及び「柏市経営戦略方針(後期基本計画)」との整合性について</p> <p>(2)計画期間の考え方について</p> | <p>菊田委員<br/>齋藤委員<br/>佐藤委員<br/>高城委員</p>                   | <p>・コロナウイルス感染拡大の影響により、各事業が通常通りできないと思いますが、地道に計画策定に向けて進めていただければと思います。市民の生活が安定できるよう、関係部署と連携を行い、出来ることから一步一步進んでください。</p> <p>・コロナ禍ですので、計画についての方針に同意いたします。</p> <p>・アンケートの依頼先はどこを予定していたのでしょうか。また、アンケート数はどの位の予定でしたでしょうか。</p> <p>・消費者教育推進計画の各事業が規模の縮小であっても実施されていることは、有意義であると思います。</p>   | <p>新型コロナウイルス感染症の影響により、各事業については、通常での事業実施が非常に厳しい状況でした。今後の計画策定については、御意見のとおり、市民の安全・安心な暮らしが大切ですので、消費者トラブル未然防止に向けた知識・意識の向上を図るため、時代の流れや相手に合わせた消費者教育及び啓発を関係機関と連携して、取り組んでまいります。</p> <p>今後は、優先する内容を検討・実施しながら、新たな課題を踏まえた計画の策定を進めてまいりたいと考えております。また、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。</p> <p>アンケートについては、市内学校(小学校、中学校、高等学校、大学、専門学校)及び、市民、消費者関係団体等へ約2,000件~2,500件を予定しておりました。</p> <p>令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、各事業については、中止または規模縮小で実施いたしました。今後は、出来ること、優先する内容を検討・実施しながら、進めてまいりたいと考えております。</p>  |
| <p>資料2</p> <p>P2</p> <p>(3)令和3年度「柏市消費者教育推進計画」及び「柏市経営戦略方針(後期基本計画)」の推進</p>                         | <p>齋藤委員<br/>中山委員<br/>西岡委員<br/>沼部委員<br/>松丸委員</p>          | <p>・特に、4月から成年年齢引き下げにより、クレジットやネット等のトラブル多発が懸念されます。若者に対する消費者教育の拡充を望みます。</p> <p>・2022年の成年年齢引き下げを踏まえた啓発を強化することは、重要だと思います。引き続き、高齢者の相談もよろしくお願ひいたします。</p> <p>・優先取組に記載された「消費生活センター」の相談ですが、認知度を上げるための方法をどうするかが課題です。特に今はコロナ感染拡大で状況の終息が見えずに学校での講座など難しいところですが、リーフレット等で学校単位で周知ができて良いと思います。可能であれば高齢者の方には、医療機関等で消費者被害の情報共有が図れるようにポスターを作成した周知活動も良い方法ではないでしょうか。</p> <p>・特に高齢者からの相談が多くなっているとのこと。消費者トラブル未然防止、啓発の推進他にもっと力をそそいで欲しい。</p> <p>・優先取組、優先事業はとても重要な取組になってくと思うので、引き続きお願ひいたします。</p>  | <p>成年年齢が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に取り組んでまいります。また、ホームページやツイッターへの更新頻度を上げ、ネットや動画など、効果的な新たな啓発方法を検討してまいります。</p> <p>高齢者への対応については、各地域包括支援センターとの連携を図りながら、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います。引き続き福祉関係部署との連携を図りながら、消費者被害の未然・拡大防止に努めてまいります。</p> <p>御意見のとおり、市民からの消費生活センターの認知度が上がり、消費生活に関する相談先として認識されることは大切であると考えておりますので、ホームページ、メール配信、広報かしわ等により情報発信を行い、今後は効果的な新たな情報発信についても、検討してまいります。</p> <p>高齢者からの相談は多い状況であるため、消費者被害の未然防止及び暮らしに役立つ情報を掲載した、消費生活情報リーフレット「消費生活センターつうしん」を作成し、ホームページ、メール配信、広報かしわ等により情報発信を行っています。また、消費者講座や出前講座の開催時(町会、サロン、事業所等)や消費生活コーディネーターによる地域へのチラシ配布を実施しておりますが、今後は効果的な新たな情報発信についても、検討してまいります。</p> <p>御意見のとおり、優先取組・優先事業については、社会情勢に合わせた事業内容を検討し実施を重ねながら、一定の効果が図られるよう、進めてまいりたいと考えております。</p>  |
| <p>資料2</p> <p>P3</p> <p>(4)消費生活センターにおける主な中長期の重点課題と取り組み事業について</p>                                 | <p>菊田委員<br/>西岡委員<br/>沼部委員</p>                            | <p>・コーディネーター研修時の一般開放は、毎回は難しいと思いますが、公開講座を何回か実施してはいかがでしょうか。</p> <p>・高齢者を狙った振り込み詐欺について、他市では防犯機能付き電話機の購入について補助や貸与を伺ったことがありますが、柏市として取り組みはいかがでしょうか。</p> <p>・世代を超えた多くの市民が消費者トラブルの知識や意識の向上ができるよう、消費者トラブルの事例など具体的に怖さを啓発発信していくことを要望いたします。</p>   | <p>消費生活コーディネーター研修時の一般開放は、現在実施しておりませんが、今後の課題とさせていただきます。</p> <p>多発する振り込み詐欺被害防止の一助として、振り込み詐欺防止機能のついた電話機等を購入した場合の一部費用を助成しております。詳しい内容は、市のホームページ及び防災安全課まで、お問い合わせをお願いいたします。</p> <p>現在、消費者被害の未然防止を図るため、「消費生活センターつうしん」を作成し、定期的にホームページ、メール配信、広報かしわ等により情報発信を行っています。また、消費者トラブルを未然に防ぐためには、継続的に啓発及び情報発信を実施していくことが効果的であると考えております。このため、市民の方々には、消費生活相談窓口を知っていただき、消費者被害の未然・拡大防止を図ることが大事でありますので、今後とも関係機関と連携した啓発に取り組んでまいります。</p>  |
| <p>資料3</p> <p>柏市経営戦略方針から一部抜粋</p>   | <p>齋藤委員<br/>佐藤委員<br/>谷生委員<br/>中山委員<br/>松丸委員</p>          | <p>・「対応方針6-3防犯・消費生活」にSDGsの11と13の目標が入っていますが、なぜ、「12つくる責任つかう責任」が入っていないのでしょうか。消費者教育・啓発には必須と思われる。</p> <p>・どの部署が参加していて、まとめ役はどこでしょうか。</p> <p>・6つの分野でそれぞれに、SDGsの説明があったほうが、目標が分かりやすいと思いました。</p> <p>・多様な主体に是非専門家も入れていただき、難しい問題などの相談及び啓発には、弁護士会を利用いただきたく存じます。</p> <p>・消費生活コーディネーターの育成も必要だと思います。現在、どの位の方がコーディネーターとして活躍されていますか。また、コーディネーターの募集はされていますか。</p> <p>・振り込み詐欺被害の推移について気になりました。こんなにもニュースや広告などで気を付けるように取り上げているのに被害件数が減っていません。高齢者向けに電話の前に貼っておく用のステッカーなどがあっても良いなと思います。</p>   | <p>御意見のとおり、「柏市経営戦略方針」には入っておりませんが、「柏市消費者教育推進計画」の見直し策定時には、入れてまいりたいと考えております。</p> <p>「柏市経営戦略方針」は、6つの分野で構成され、全部署が入っており、取りまとめは、企画部経営戦略課です。</p> <p>SDGsのマークのみ記載となっておりますが、「柏市消費者教育推進計画」の見直し策定時には、説明を入れてまいりたいと考えております。</p> <p>消費者被害の未然・拡大防止を広く市民に伝えるためには、関連機関の皆様との御協力をいただきながら、進めていくことが大事ですので、引き続き千葉県弁護士会の御支援をいただきながら、取り組んでまいります。</p> <p>消費生活コーディネーターは35名です。また、消費生活コーディネーターは、各地域のふるさと協議会からの推薦により、委嘱しており、任期は2年間です。</p> <p>「柏市経営戦略方針」では、「防犯・消費生活」を対応方針としておりますので、防災安全課と連携して取り組んでまいります。また、電話機への消費生活関係の啓発ステッカーは、消費生活センターで配布しております。</p>   |
| <p>参考資料</p> <p>柏市消費者教育推進計画から一部抜粋</p>   | <p>安藤委員<br/>菊田委員<br/>谷生委員<br/>田原委員<br/>玉川委員<br/>中山委員</p> | <p>・消費生活センターの知名度は82%ですが、業務内容を知らない者が53%もあり、いまだ実用性に乏しいと存じますので、諸活動の周知をしてはいかがでしょうか。</p> <p>・「契約・金銭管理・生活設計」の「特に高齢期」は、一人暮らしの高齢者が増え、認知症も増加しますので、成年後見制度を知る項目を追加してはいかがでしょうか。「消費生活の変化に応じて生活管理の方法を考える」では不足のように感じました。</p> <p>・学校での消費者教育の実施にあたり、弁護士会の出張講演も是非利用してください。</p> <p>若年層は当然、成年、高齢者もスマートフォンによる検索にかかる時間が長くなっています。SNSも含めたデジタルコンテンツの利用はすぐには難しいですが、継続して検討していただきたいと思います。その際、検索順位対策(SEO)も検討できれば幸いです。</p> <p>・進捗状況に関わるデータの提供、分析というフィードバックの具体的な計画がよく分かりませんでした。関係者と会った際に、前回の啓発の効果を尋ねるだけでも良いと思います。進捗状況とその効果を共有したいです。</p> <p>・「消費生活センター」を知っているかの問いに、大半が業務内容は知らないとの回答だが、市民にとって、特に若い世代は、「消費生活」、「消費者教育」、「消費者被害」、「消費者市民社会」等の「消費」に馴染みがあるか、ピンと来るか、そもそも何？となっているかもしれない。安心安全生活、トラブル防止、相談等、分かりやすい言葉があればいいと思います。</p> <p>・学校で消費者教育を行う上での問題点として、取り組む時間がない(45%)、いつ誰がどの教科で実施するのかかわからない(50%)、教材がない(51%)は、あまり理由にならず、教員側の問題があると思います。個人でもっと勉強するとともに、学校組織全体で消費者教育を教育課程に落とし込んでいく必要があると思います。</p> <p>・消費者問題に関する啓発(消費者教育)を行っていますかの質問項目に対して、行っているが23%しかないのには驚きました。校内で誰か積極的に推進していくような人がいないとできないのかと感じました。とても厳しい状況です。まさに推進委員の先生方がまずは自校でしっかり周知していくことが大切であると思います。</p> <p>・目標がしっかり明確にされているので、良いと思います。コロナ禍で計画が進まない中、成果指標が上がっているのは、努力された結果だと思います。</p> <p>・連携については、よくできていると思います。前回の書面会議開催されました資料も、こちらの疑問や意見をきちんとまとめて記載し、送り返ししていただけました。大変な手間と作業だったと思います。今後もコロナ禍の中でも、このように連携をしていけたら、ありがたいです。</p> | <p>御意見のとおり、市民からの消費生活センターの認知度が上がり、消費生活に関する相談先として認識されることが必要であると考えておりますので、消費者トラブルの相談窓口として活用が促進されるよう、様々な機会を捉えて消費生活センターの認知度の向上を図ってまいります。</p> <p>現在、高齢者への対応については、各地域包括支援センターとの連携を図りながら、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います。今後は、御意見のとおり、関係部署と連携し社会情勢に合わせた、消費者被害の未然・拡大防止に努めてまいります。</p> <p>消費者教育及び啓発については、関連機関との連携が不可欠であると考えておりますので、引き続き千葉県弁護士会の御支援等をいただきながら、取り組んでまいります。</p> <p>社会情勢に合わせた若年者の反応を見ながら、消費者啓発を行うことが大切でありますので、効果的な新たな啓発方法を検討してまいります。</p> <p>進捗状況の把握については、御意見のとおり、消費生活教育・啓発に関わる方々からの状況を確認し、進捗を報告できるように努めてまいります。</p> <p>御意見のとおり、消費生活センターの認知度が上がり、市民から消費生活に関する相談先として認識されることが大切であると考えておりますので、様々な媒体(チラシ・ポスター・冊子・ホームページ・ツイッター等)を活用し、消費生活センターの有用性に関わる啓発の充実・強化を図ってまいります。また、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ますので、学校等と連携を図りながら、分かりやすい啓発方法を検討してまいります。</p> <p>学校での消費者教育においては、授業で実践いただくことが大切であると考えております。今後とも「消費者教育推進連絡会」の活動を通じて、各学校での実践が広がるよう、委員の皆様と取り組んでまいります。また、次期「柏市消費者教育推進計画」の見直し時に、学校での消費者教育に関するアンケートを実施し、状況を改めて確認する予定です。</p> <p>引き続き、「消費者教育推進連絡会」の活動を通じて、消費者教育・啓発の周知を図ってまいります。</p> <p>現計画である「柏市消費者教育推進計画」の推進事業については、「柏市経営戦略方針」の「優先取組」及び「優先事業」として設定しておりますので、引き続き継続して取り組んでまいります。また、御意見のとおり、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、今後内容を見直しを図りながら進めていく必要があると考えております。</p> <p>新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、令和2年度及び令和3年度の「柏市消費者行政推進協議会」については、書面会議にて実施し、委員の皆様からの御意見を取りまとめ、共有させていただきます。</p> |

(3) その他  
 ※今年(2022年)4月に成年年齢が18歳に引き下げられますが、高校生や大学生、専門学校生等の若者に向けた、効果的な消費者教育・啓発は、何だと思われますか。

| 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>成年年齢引き下げに伴う消費者教育・啓発</p> | <p>その他<br/>消費者教育・啓発</p> <p>安藤委員<br/>五十嵐委員<br/>菊田委員<br/>齋藤委員<br/>佐藤委員<br/>高城委員<br/>谷生委員<br/>田原委員<br/>中山委員<br/>西岡委員<br/>沼部委員<br/>松丸委員<br/>宮本委員</p> | <p>・詐欺、悪質商法等現実社会で日々起こっている事案を教養し、社会に対応できる人材の育成が必要と考えます。</p> <p>・クレジットカード使用については、金利、支払方法の違い、契約書の内容の見方や注意点について、具体的に説明する。また、保証人についてもサインや実印については、どのように責任を持つことになるのかを伝えるなどが必要だと思えます。</p> <p>・消費者教育の教材として「社会への扉」は、どの位利用されているのでしょうか。契約内容及び知識を徹底的に教育が必要で、成人の場合は、契約を簡単には取り消すことができないので、ダイエツ等に悪わされないう、安易に契約しないよう、よく考えること。一人の賢い消費者になり、社会参加のできる成人の育成に学校と連携して取り組んでほしいと思えます。</p> <p>・最近の若者の情報源は、ツイッターが多いと聞きます。ツイッターで発信し、相談窓口に飛べるようにしたらどうでしょうか。あるいは、大学と共に消費者啓発活動を考えて実行していけたらと思えます。</p> <p>・千葉県の審議会はWEB会議を行っています。会議で直接話し合いのほうが、話しやすいです。事務局の説明があれば受け入れやすいと思えます。お互いの理解も図れると思えます。</p> <p>・消費者問題は訪問販売と食品だけではなく、ホームページにあるように、少子高齢化、高度情報化、グローバル化を目指すのであれば、講演会(タイムリーな問題、SDGsやエシカル消費等)の開催を年に1回行ってほしい。消費者団体、コーディネーター、消費者教育連絡会、連絡会委員三者で協力してもらおうと広がりができると思えます。</p> <p>・消費生活センターを消費者教育の拠点とするならば、駅の近くで利便性の良い場所に移ってほしい。展示スペースも確保して啓発も図られると思えます。</p> <p>・身近で起こった事例集の配布。<br/>・学校と連携しての出張講座。</p> <p>・専門のツイッター等のSNS発信。<br/>・スマホに簡単にダウンロードできるソフト。<br/>・友人と参加できる少人数のサロンによる教育。<br/>・保護者向けの消費者ガイド。</p> <p>・消費生活センターに相談できる機会を、身近により手軽なものにしたほうが良いと思うので、携帯電話に消費生活センターの電話番号を必ず登録してもらう。<br/>・消費生活相談内容は、デジタルコンテンツ、商品一般、賃貸アパート、フリーローン、サラ金など、多岐に渡るが、最初からすべてを網羅していくのは大変だし複雑になるので、「デジタルコンテンツ」のみ1本でまず知識と判断力を身に付けさせることが、効果的な消費者教育・啓発に繋がるのではないかと。</p> <p>・具体例を示して教育、啓発していく必要があります。高校生向け、大学生向けに具体的な対策を示す必要があると思えます。</p> <p>・私事ながら高校生の息子がおりますが、学校での配布物で、配布する際に先生から多少の内容を説明をした上で配布を行うことで、消費者教育はできると思えます。成年年齢が引き下がることで起こるべきことは伝えてほしいと思えます。また、保護者向けにも周知を行い、他人事ではないことを考えたいと思えます。</p> <p>・成人が18歳に引き下げられることが大変怖い。小中高校の授業の中にしっかりと組み込まれる体制の必要を痛感します。</p> <p>・ツイッターでの活用とありましたが、正直今は使っていない人が周りには多いと感じます。また、親世代(50代)は、ツイッターなどのSNSに弱い。LINEニュースのように、LINEで流すことは良いと思えます。今後はアプリを作るなど、ただ、登録するだ、しない人が多いと考えられるので、柏市で使えるポイントや何かを付けるなどしたら、多くの若者に啓発できると思えます。</p> <p>・成年年齢が18歳に引き下げられた根拠を理解できていないのですが、効果的な消費者教育として、世界の現状(地球温暖化、環境破壊等)を教育してほしいです。<br/>・「消費生活コーディネーター」は地域における担い手とありますが、その働きがいつも見えてこないの、もう少し活発に活動してほしいと思えます。</p> | <p>消費者市民社会において自立した消費者の一員として行動できるよう、消費者トラブルの未然防止を図るための知識等を事前に身に付けておく必要があると考えております。このため、関係機関と連携した消費者教育・啓発を推進し、消費者トラブル時には、迅速に消費生活センターへ相談できるように取り組んでまいります。</p> <p>御意見のとおり、若年者は、これまで自ら判断して契約することや、社会経験が少ないことから、消費者トラブルの未然防止を図るための知識等を事前に身に付けておく必要があります。このため、高校生及び大学生向けの啓発では、実際の消費者トラブル事例を説明した消費者講座が効果的であると考えておりますので、学校と連携して取り組んでまいります。</p> <p>学校での消費者教育については、大切であると考えており、「消費者教育推進連絡会」の活動を通じて、各学校へ情報発信を行っておりますが、今後も学校等と連携を図りながら取り組んでまいります。<br/>また、成年年齢が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ただく必要があります。消費者教育推進連絡会を通じて、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>御意見のとおり、相談しやすく、消費者トラブル時の相談窓口として活用されることが大事でありますので、様々な機会を捉えて消費生活センターの認知度の向上を図ってまいります。また、ホームページやツイッターへの更新頻度を上げ、ネットや動画などを活用した新たな方法を検討するとともに、学校等と連携を図りながら時代に合わせた啓発に取り組んでまいります。</p> <p>新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、令和2年度及び令和3年度の「柏市消費者行政推進協議会」については、書面会議にて実施し、委員の皆様からの御意見をとりまとめ、共有させていただきます。今後は状況を確認しながら、対面での会議の開催に向けて、進めてまいります。</p> <p>御意見のとおり、消費生活の問題は広く多岐に渡りますので、「SDGs」や「消費者市民社会」に関する消費者啓発については、関連部署や消費者団体との連携を図りながら、子どもから高齢者まで幅広い世代に向けた、消費者教育・啓発に努めてまいります。</p> <p>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、最寄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>事例集については、学校の消費者教育において、実践いただくことが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、各学校等と連携を図りながら、消費者講座等消費者教育の効果的な実践方法を検討し、進めてまいります。</p> <p>情報発信については、様々な媒体(ちらし・ポスター・冊子・ホームページ・ツイッター等)を活用し、消費生活センターの有用性に関わる啓発の充実・強化を図ってまいります。今後は御意見のとおり、様々な相談しやすい環境は大切でありますので、ホームページやツイッターへの更新頻度を上げるとともに、効果的な新たな啓発方法を検討してまいります。</p> <p>御意見のとおり、相談しやすい環境づくりは必要であると考えておりますので、ホームページ、メール配信、広報かしわ等により情報発信を行い、今後は効果的な新たな情報発信についても、検討してまいります。<br/>また、消費者市民社会において自立した消費者の一員として行動できるよう、消費者トラブルの未然防止を図るための知識等を事前に身に付けておく必要があると考えております。このため、関係機関と連携した消費者教育・啓発を推進し、消費者トラブル時には、迅速に消費生活センターへ相談できるように取り組んでまいります。</p> <p>現在、一部の中学校及び高等学校においては、消費生活相談員を講師とした「契約の基本」や「若者に多いトラブル事例と対処方法」等をテーマとした「出前講座」を実施し、成年年齢引き下げを見据えて、消費者トラブルの未然防止に向けた啓発に努めております。今後は、若年者が消費者トラブルの未然防止を図るための知識等を事前に身に付けられるよう、市内全域の学校と連携して取り組んでまいります。</p> <p>学校での消費者教育については、大切であると考えており、「消費者教育推進連絡会」の活動を通じて、各学校へ情報発信を行っておりますが、今後とも学校等と連携を図りながら、取り組んでまいります。<br/>また、成年年齢が18歳に引き下げられるため、若年者向けの啓発の充実・強化を図ってまいります。</p> <p>小中学校及び高等学校の消費者教育については、御意見のとおり、授業での教育が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、学校等と連携を図りながら、効果的な啓発方法を検討し、進めてまいります。</p> <p>情報発信については、様々な媒体(ちらし・ポスター・冊子・ホームページ・ツイッター等)を活用し、消費生活センターの有用性に関わる啓発の充実・強化を図ってまいります。今後は御意見のとおり、新たな消費者啓発の環境づくりは大切でありますので、ホームページやツイッターへの更新頻度を上げるとともに、効果的な啓発方法を検討してまいります。</p> <p>御意見のとおり、消費生活の問題は広範囲に渡りますので、「SDGs」や「消費者市民社会」に関する消費者啓発については、関連部署や消費者団体との連携を図りながら、子どもから高齢者まで幅広い世代に向けた、消費者教育・啓発に努めてまいります。また、消費生活コーディネーターの活動は、昨年度は新型コロナウイルスの影響から、限られた活動しかできませんでしたが、地域の消費者リーダーとして、地域の中で起きた消費者問題などの情報を収集し、消費生活センター提供など、地域に密着した活動に釣り組んでまいります。</p> |
| <p>(3) その他(御意見)</p>        | <p>御意見</p>   | <p>・消費生活センターのパンフレットも何年も変わっていないですね。<br/>・地域包括支援センター、民生委員との協働で、出前講座の実施等も考えられてはいかがでしょうか。<br/>・SGGsの項目が入っていてもよいと思えます。</p> <p>・小学校のような低年齢のうちに社会科などを中心に消費者教育を行うことが大切だと思えます。小・中・高を発達段階に応じて12年間を見据えて系統的にカリキュラムを編成して指導していくことが必要だと思えます。専門的な知識を有する方を講師とした出前授業のような形も有効だと思えます。コロナ禍で出向くことが難しい時は、オンラインを活用してつなぐことも大切だと思えます。</p> <p>・今後はできれば、具体例を示した資料があればそれを元に啓発していくことができると思えます。</p> <p>・状況が落ち着かない中ですが、様々なご対応をいただきありがとうございます。今後ともよろしくお願いいたします。</p> <p>・民生委員、ふるさと協議会役員として永く携わってきておりますが、まだまだ、啓発発信地域や現場へ消費者行政委員さんやコーディネーターさんが出向く出前講座が遅れている感じがします。もっとサロンや民生委員の会合、ふる協の会合へ積極的に発信して欲しいと常に思っております。地元の方を1番近い消費生活コーディネーターさんが得た様々な情報を隔々まで届ける活動を期待して待っております。</p>   | <p>消費生活センターのリーフレットについては、市民の方々に、消費生活センターの業務と消費生活相談窓口を知っていただくことが大事であると考えておりますので、今後とも分かりやすい内容で作成してまいります。<br/>出前講座については、各地域包括支援センターとの連携を図りながら、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が、御意見のとおり、地域や消費者関係団体と連携を図りながら、取り組んでまいります。<br/>「SDGs」や「消費者市民社会」に関する消費者啓発については、関連部署や消費者団体との連携を図りながら、子どもから高齢者まで幅広い世代に向けた、消費者教育・啓発に努めてまいります。</p> <p>小中学校及び高等学校の消費者教育については、御意見のとおり、年代に合わせた消費者教育が大切であると考えており、「消費者教育推進連絡会」の活動を通じて、各学校へ情報発信を行っております。今後も学校等と連携を図りながら、効果的な啓発方法を検討し、進めてまいります。</p> <p>現在、消費生活相談事例が多い内容については、「消費生活センターつうしん」を作成し、定期的にホームページ、メール配信、広報かしわ等により情報発信を行っております。また、消費者トラブルを未然に防ぐためには、継続的に啓発及び情報発信を実施していくことが効果的であると考えております。このため、消費生活センターに寄せられる情報を早く市民の皆様へお伝えできるよう、効果的な啓発を考えてまいります。</p> <p>新型コロナウイルス感染症の影響により、各事業については、通常での事業実施が非常に厳しい状況でした。今後は、市民の安全・安心な暮らしが大切ですので、消費者トラブル未然防止に向けた知識・意識の向上を図るため、時代の流れや相手に合わせた消費者教育及び啓発を関係機関と連携して、取り組んでまいります。</p> <p>令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、出前講座については、中止または規模縮小で実施いたしました。高齢者向けの啓発については、各地域包括支援センター及び寸劇を演じる消費者団体等との連携を図りながら、市内各地の高齢者サロン等での消費者講座等の啓発を実施しております。引き続き、福祉関連部署や消費者団体との協力をいただきながら、消費者被害の未然・拡大防止に努めてまいります。</p>   |