

令和2年度実績報告及び課題に対する意見

重点課題1 消費生活の環境基盤整備

施策の方向1-1 関係機関との連携の強化

- (1)関係機関とのネットワークの強化 【消費生活センター、防犯課】 (4事業)
- (2)事業者、商店会等との連携強化 【産業政策課、生活衛生課、消費生活センター】 (5事業)

〔実績〕

- (1)・包括的な地域福祉ネットワーク会議に参加し、情報提供・情報共有を行い、安全な消費生活を送るためのネットワークを強化するとともに、多重債務問題については、市内連絡会の開催や東京都主催の研修会に関係所管の職員を派遣し、理解の促進に努めた。
- ・シニアクラブ連合会常任理事会に出席して情報提供・情報交換を行い、ネットワークを強化するとともに、消費生活に関する啓発を図った。また、悪質商法や特殊詐欺防止のため、防犯課や警察等との関係機関と情報共有と連携強化を図り、緊急時の対応をスムーズに行うことができた。
- (2)・新型コロナウイルス感染症の影響を受けた商店街を支援する事業「八王子市商店街にぎわい補助金」の書類受付時に商店会連合会への加入促進を行った。
- ・製品安全4法等に基づき、事業者への立ち入り調査を実施した。また、その際に、販売時における法的責務の再確認を促し、事業者の表示に対する認識の向上を図ることができた。

〔課題〕

- ・市内外で多種多様なネットワーク組織や会議が存在する一方、消費者団体連絡会への加入促進は十分行えていないという課題がある。
- ・市内の消費者団体への活動支援・連携強化については、産業振興部や商工会議所、商店街連合会と連携し消費者団体連絡会のPRを工夫して行う方法がある。
- ・消費生活フェスティバルに参加できる団体との関係を深めながら、消費者団体連絡会の勧誘を行うことができると考える。本課題を解決するための上記について、ご意見をいただきたい。

〔意見〕

- ・消費者団体連絡会に加入する明確なメリットが必要である。
- ・新しい団体に声かけをしていく方法として、市の関連部署や連絡会議から推薦いただいて加入していただく方法がある。
- ・SDGsのことを踏まえると、消費者団体のくくり自体が大きくなり、対象となる団体も広がるのではないか。
- ・政治・宗教が関係する団体の加入は、消費者団体連絡会の基本的理念などを共有していないと、運営面を含めて難しくなるので事前の確認が必要である。
- ・消費者団体の加入を促進し、団体数を拡大していくことが大事である。

令和2年度実績報告及び課題に対する意見

重点課題1 消費生活の環境基盤整備

施策の方向1-2 安心できる市内消費環境づくり

- (1)情報の収集と効果的な発信 【消費生活センター】 (5事業)
- (2)商品・サービスの安全性の確保 【生活衛生課、住宅対策課】 (2事業)
- (3)適正な表示、適正な取引の実現 【消費生活センター】 (2事業)

〔実績〕

- (1)・重大な商品事故（ドライヤー使用による熱傷事故及びヨガ教室での頸椎捻挫事故）について消費者庁担当課と連携を図ることができた。事故防止の周知以外では消費者庁や国民生活センターが発信している新型コロナウイルス感染症に関する商品情報やマスクなどの送付け商法の注意喚起情報をホームページ、SNS、ポスター、チラシなどを通して周知した。
 - ・パルシステム（生活協同組合）の協力で商品の配達時に日野市と協同作成した消費生活の注意喚起情報（チラシ）を組合員17,000世帯に配布した。
 - ・消費者トラブル防止の啓発に留まらず、持続可能な社会の実現のために人や環境にやさしい消費行動を動機づけてもらえるようWEB消費生活フェスティバルを開催し、関係する団体との交流や市民へPRを行った。
- (2)・食と住の安全確保に向け、生活衛生課は食品検査を実施した。事業者向け食品衛生講習会は新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止となった。住宅対策課では耐震診断や住まいの増改築・修繕の相談を行った。
- (3)・商品販売における適正な商品表示を実現するため、製品安全4法及び家庭用品品質表示法に基づき、南東地域を重点的に家庭用品、電気・ガス等用品の立入検査や表示に関する法的責務を説明した。
 - ・適正な計量を実現するため、大型はかりの定期検査の実施及びスーパーマーケットや専門店を対象に商品量目立入検査を行うとともに、計量制度の周知を行った。

〔課題〕

- ・消費者団体連絡会の加盟団体が増え、消費生活に関する情報交換が活発になることは、「安心できる市内消費環境づくり」に繋がる。
このため、前ページの課題と同じ

〔意見〕

- 1-1のページの意見と同じ
注意喚起情報の周知方法については、網羅されているものと思われるが、それぞれの実効性について、適宜検証する必要があると思われる。特にインターネットを通じての周知については、高齢者にとっては、アクセス環境自体整っていないことも少なくないことから、過度に依存すべきではない。

令和2年度実績報告及び課題に対する意見

重点課題2 消費者教育の推進

施策の方向2-1 自立し、行動する消費者市民を育む取り組み

- (1)効果的な啓発・情報提供の推進 【消費生活センター】 (5事業)
- (2)ライフステージや様々な場に応じた消費者教育の推進 【消費生活センター、保育幼稚園課、指導課、学園都市文化課、福祉政策課、高齢者福祉課、障害者福祉課、多文化共生推進課、児童青少年課、生涯学習政策課】 (9事業)
- (3)公正かつ持続可能な社会に向けた消費行動の支援 【健康政策課、農林課、指導課、保健給食課、環境政策課、ごみ減量対策課、北野清掃工場、水再生課、水再生施設課、戸吹クリーンセンター、消費生活センター】 (5事業)

〔実績〕

(1)・WEB消費生活フェスティバルでの啓発や消費生活ニュースの発行、ホームページやSNSなど様々な媒体等を通して、幅広い世代に消費者被害防止に留まらず、エシカル消費や消費生活センターのPRを行った。市民ニーズに沿った消費生活教育講座や専門知識をもった講師の講演会を開催した。高齢者の消費者トラブル防止がテーマの出前講座を地域の要望で行い、関連団体への連帯と注意喚起・啓発が進んだ。

(2)・学齢期(幼児・小学生・中学生・大学生)や高齢者、それ以外の世代や地域活動など様々な場、ライフステージに応じた消費者教育を行い、消費生活に関する情報提供・注意喚起が図られた。大学生へ新たな啓発手法として、動画資料等を大学コンソーシアム経由で各大学の学生ポータルサイトや保護者専用ポータルサイトへ掲載し、意喚起に努めるよう依頼した。

(3)・環境に配慮した消費行動が定着するよう、生活に身近な「食」に関して地産地消や小・中学校教育における食育・ごみ減量推進に繋がる食品ロスなどを関係所管課が工夫して周知・啓発教育を実施した。

・広報特集号で「エシカル消費」普及の啓発を行い、市民に関心を持ってもらった。

〔課題〕

- ・講座や講演会の参加者には、同じ人が参加となるような偏りが見られることが多い。公正かつ持続可能な社会に向けた消費行動(SDGs)などの啓発を複数の他市と共同し、著名な講師に依頼しオンライン講演会を開催することが可能になれば、より多くの市民へ、また広域に啓発が進み、自治体間の情報交換にも繋がる。これについて、ご意見をいただきたい。

〔意見〕

・オンライン講演会は、Zoomでやる講演会など多くなっているので是非ともやっていただきたい。

・悪質商法などに対する注意喚起を防犯メール等で配信を行うと興味深く見てもらえるのではないかな。

・大規模のイベントや、WEB開催も対象を広げることとしてよいが、高齢者は使いこなせない。自治会館や公民館など小規模な講演会もよいのではないかな。

・消費生活に関する講演会はチラシをみても講演会だけでは集まりにくいと思う。講演だけでなく近隣農家の野菜の直売や地元のお菓子屋さんやベーカリーの移動販売があると来やすいので、講演会プラスアルファがあるとよい。

・中核市ネットワークを活用できるのはよい。

・町会、自治会単位で地域の行事があるので、そういう場を活用していくのもよいのではないかな。

令和2年度実績報告及び課題に対する意見

重点課題2 消費者教育の推進

施策の方向2-2 消費者教育推進の担い手の育成と資源の活用

- (1)消費者教育の担い手の育成 【消費生活センター】 (1事業)
- (2)効果的な教育資材の開発・活用 【消費生活センター、生涯学習センター図書館】 (1事業)
- (3)消費者団体・事業者団体等との連携 【消費生活センター】 (1事業)

〔実績〕

- (1)・WEB 消費生活フェスティバル開催により参加団体の情報が深まり、消費生活について学ぶ機会（閲覧者数 2,421 人）となった。
- (2) 生涯学習センター図書館が図書テーマ展示で、消費生活に関する図書や啓発資料のPRを行った。（関連図書・チラシ・ポスターの展示・貸出し）その他に小・中学校教員と協力し消費生活副読本の改定を行い、中学生教師用ガイドブックも作成し、全学校へ配布した。
- (3) 消費者団体連絡会を定期的で開催し、連携してWEB 消費生活フェスティバルを開催した。
- (4) 講演会にてフードドライブを実施し、資源の活用を行った。

〔課題〕

- ・消費生活フェスティバルをWEBで開催し、いつでもどこでも誰でも見られるようになった。また、参加団体も高校生や今まで未参加だった団体も参加できるようになった。このように、WEBを用いた消費生活に関する情報の発信について効果があると考えられるが、今後の消費生活フェスティバルのWEB開催と従来の実開催についてご意見をいただきたい。

〔意見〕

- ・WEB上の消費生活フェスティバルでは、ミュージック動画など新しい取り組みも見られた、新型コロナがいつまで続くかわからないのでこういった取り組みはこれからも続けていただきたい。
- ・オンラインになるとネットワーク環境があるかないか、能力があるかないか、情報格差が出てきてしまうので、いろいろなやり方を試みていくことは必要である。
- ・WEB視聴者のアンケートについて、回答数が少なかったのでやり方を工夫した方がよい。
- ・コロナ禍でふれ合いが減っている。ふれ合いも大切であるため消費生活フェスティバルは実開催を残すべきである。子どもも一緒に楽しめる。
- ・大規模イベントではなく小さな形の語り場を作るなど、WEB会議は、使えるツールである。
- ・目線を合わせて体験する、ふれ合うことの大切さの実開催とWEB開催の特性を生かした手軽さのメリットなど両方を生かせたら参加者数などを増やせるのではないかと。
- ・権利関係や経費について支障のない範囲で、WEBは、長い期間閲覧できる状況でも問題ないのではないかと。閲覧可能な期間を長くするとか、部分的に残すことも啓発につながるのでは検討するとよい。

令和2年度実績報告及び課題に対する意見

重点課題3 消費者被害の防止・救済

施策の方向3-1 消費者被害の防止・予防

(1)相談・情報提供による消費者被害の防止・予防の強化 【消費生活センター、福祉政策課】(5事業)

〔実績〕

(1)・国や都が発信する新型コロナウイルス感染症等を始めとする相談事例や注意喚起情報、商品情報をSNSや防犯メール、市の広報、消費生活ニュース等の媒体を活用し市民へ周知を行った。

・東京都や貸金業協会などと連携し、多重債務や高齢者・若者の消費トラブルの相談会や講座を開催した。消費生活フェスティバルでは、消費生活啓発推進委員会等と連携しWEB開催を行うなど消費者被害の未然防止のための啓発を行った。

・悪質業者からの被害を防ぐためにも成年後見制度や権利擁護について、講演会や学習会を開催し、市民に広く啓発普及した。

〔課題〕

・若者の消費生活に関する教育推進の観点には、消費者被害を防ぐ目的もある。成年年齢の引き下げ(2022年4月)の影響を受ける若者や保護者への未成年取消しについての啓発が進むことは、若者の消費者被害の防止に効果があると考えられる。

中学生には消費者教育副読本の「生活の管理と契約」で、未成年者の契約について契約の取り消せない場合を例示し、演習問題で理解を深める工夫をしている。大学生には学生ポータルサイトや保護者専用ポータルサイトで「未成年者取消しについて」等の情報発信をしているが、これについて、意見をいただきたい。

〔意見〕

・大学のサークルメンバーやアルバイトのメンバーにきいてみたが、学生ポータルサイトについて知名度が低く、講演会の存在も知らない状況である。

・学生が当事者意識をもつことが大事であり、消費生活の問題を解決するための若者の消費生活サポーター養成講座として実施してはどうか。

・小・中・高校生の教員に対して消費者教育について教員研修を実施し、教員に消費者教育の重要性や面白さを積極的にアピールしていくことで、教員自ら自身の生徒らに伝えよう、教えようというマインドになり、総合的な時間や朝礼を利用して生徒らに話してもらえるのではないかな。

・身を守るために法的知識は必要であるが、そもそも消費者トラブルに巻き込まれること自体がないよう、お金のことや仕事のことなど、まさに消費者として生活していくための基礎的な知識を身につけてもらう必要がある。老若男女に共通する課題である。

令和2年度実績報告及び課題に対する意見

重点課題3 消費者被害の防止・救済

施策の方向3-2 消費者被害の救済

- (1)相談体制の充実による救済の強化 【消費生活センター、市民生活課】 (4事業)
- (2)関係機関と連携した事業者指導 【消費生活センター】 (2事業)
- (3)相談員の専門的な知識の向上 【消費生活センター】 (1事業)

〔実績〕

(1)・消費者被害の拡大防止、早期解決のために消費生活相談員による相談の他に多重債務相談や弁護士による専門相談など、相談者の状況に応じた相談を実施した。

(2)・国や東京都、警察から悪質事業者の照会に情報提供し不適正な取引行為を防止した。また、商品量目立入検査を実施することで、正確な計量の実施を確保した。

(3)・相談員の専門知識向上のため、国民生活センターや都が実施する研修に8名が参加した。

〔今後〕

・消費者被害の救済については、専門相談や弁護士相談、警察と連携し、継続して救済と防止に努める。

また、新産業の規制緩和から生まれる新たな消費者被害は絶たないため、相談員の専門的知識の向上もさらに必要である。

〔意見〕 これらについては、何かご意見があればいただきたいと思います。

・市で悪質な訪問販売お断りのシールを作成し配布するのはどうか。こうしたシールが家の郵便受けなどに貼ってあると、消費生活に意識の高い家と周囲から認識され、トラブルの防止につながるのではないか。

・消費生活センターの認知度にも関わる部分であるが、市民に相談を実施していること自体、十分に知れ渡る必要があり、周知方法も含めて十分に検証し、対応する必要がある。

・コロナ禍で面談相談を控える方も少なくないなか、様々なところで、WEBの活用が行われている。相談方法についても、WEBの活用を含め、現状の見直しができるか、具体的に検討してみたらどうか。

〔報告〕

・警察は、留守番電話を高齢者の方に設置するよう勧めている。

・金融機関の窓口で100万円以上を引き出す65歳以上の方がいた場合、金融機関からホットラインで警察に電話をもらうようになっている。