

令和元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)・防犯課、生活自立支援課等が主催する連携会議に参加し、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、庁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。
- ・高齢者安心相談センターの地域ケア会議等に参加して情報提供・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)・商店会の組織化を促進するとともに、商店会・商工会議所が開催するイベントに参加し、消費生活の啓発及びセンターのPR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。
 - ・食の安全に関する知識と理解の推進のため、事業者向け講習会を開催して食中毒の発生防止等に必要な知識や対応方法等の情報提供を行った。

〔課題〕

- ・庁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、ネットワークを活かした高齢者の見守りを強化するための取組は十分とは言えない。
- 高齢者を狙った悪質商法や特殊詐欺被害防止のため、地域の連携と注意喚起をどのように進めるかご意見をいただきたい。

〔意見等のとりまとめ〕

八王子市は地域や関係機関とのネットワーク自体はできているので、民生委員の育成や町会・自治会加入率の向上やご近所間などの地域の繋がり中での見守り、高齢者の子・孫などの関与が有効ではないか。

また、連携会議による情報共有、イベントや講習会による普及啓発は引き続き必要だが、新型コロナウイルス感染症の影響によるイベントや講習会の開催は減っており、「新しい日常生活」の浸透により、情報提供の方法はオンライン化やデジタルコンテンツ化による情報提供の検討が必要である。

しかし、高齢者の生活行動の特性も踏まえ、インターネット等の能動的にアクセスしなければ情報入手できない方法に頼るのではなく、広報はちおうじ、紙媒体のポスティングや回覧板等の従来の情報提供方法を残し、高齢者がよく立ち寄る場所や交流する場での繰り返しの周知や出前講座、個別相談などの啓発・相談も行ってはどうか。

その他、センターが参加する庁内の防犯に関するネットワーク会議において、情報の共有だけでなく、明確な指示を出すことが必要だ。

令和元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)・昨年度は重大な商品事故はなかった。事故防止の周知以外に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し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消費生活フェスティバルなどのイベントを開催し、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や事業者向け食品衛生講習会を行い、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元年度は、北西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。
 ・同じく適正な計量を実現するため小型・中型（2 t 以下対象）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、計量制度の周知も行った。

〔課題〕

- ・緊急性の高い注意喚起情報は、ホームページやSNS、防犯メールを活用し発信しており、知識の普及・啓発の情報発信は、講座やイベント等を通じ行っている。情報の種類に応じて新方法を異なった手段で行っているが、消費生活センターの市民の認知も含め、より効果的な発信方法について検討する必要がある。これについて、ご意見をいただきたい。

〔意見等のとりまとめ〕

情報と知識の普及・啓発には、内容の緊急性と対象範囲により手法を選ぶことは有効である。加えて、手法それぞれのメリット・デメリットを整理したうえで、さらに有効な方法を検討して欲しい。

参加型イベント（講座やフェスティバルなど）は一部の意識の高い人に偏る傾向にあり、新型コロナの影響なども受けやすい状況にあるため、オンラインで視聴できるコンテンツを充実させること、視聴や受講にインセンティブや行動経済学の手法を取り入れることも有効ではないか。

スマートフォンの普及で、高齢者のインターネット利用が増加してきているので、情報を得やすいホームページやSNS、メールの発信に努められたい。しかし、情報発信の方法がデジタル化に進む一方、生協と連携した紙媒体の情報発信は大変効果的であるので、チラシ配布以外の活用も検討してみてはどうか。

令和元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)・目的別のフェスティバルやイベント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講座や持続可能な社会の実現をテーマに専門知識をもった講師の講演会を開催した。高齢者の消費生活トラブル予防がテーマの出前講座を地域の要望で行い、参加地域資源の連帯と注意喚起・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。
- (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が工夫した周知・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〕

- ・2022年4月から成年年齢の引き下げの影響を受ける若者への啓発をどう行うか。教育現場のご意見も参考にしたい。

その他として、東京都は消費生活基本計画とは別に、全国に先駆け「東京都消費者教育推進計画」(平成25年6月)を別に策定したが、平成30年3月策定の東京都消費生活基本計画では、消費者教育推進計画を基本計画の一部に位置付け策定している。第3期八王子市消費生活基本計画の策定にあたり、基本計画と教育推進計画を一本化する案もある中、審議会委員と教育推進会議参加者の皆様のご意見をいただきたい。

〔意見等のとりまとめ〕

○成年年齢引下げについて

18歳を迎える高校3年生までに学校の授業の一環として位置付けていくのが、未成年者に対する周知徹底の点では最善である。弁護士会、司法書士会などの外部団体と連携し消費者教育の授業を行うなどの他に視聴覚教材などを取り入れるだけでも学生の理解は進む。

中学校の教育現場では、消費者教育の副読本を作成し家庭科や社会科(公民)で取り上げ啓発をおこなっているが、「〇〇教育」というものが多い中、なかなか「消費者教育」を単独で進めるのは難しい現状にある。

都立高校では2年生までに家庭科の授業で学習を終えるようにし、公民科と合わせて主権教育・消費者教育を行っている。都から啓発資料が出されているので、それらを参考に新たな

令和元年度実績報告及び課題に対する意見

資料を作成してもよい。

こういった個人（子）の権利や責任・義務に関する大事な事柄は、学校教育に任せきりではなく家庭の中で育む事でもあり、親の認識も大事であるので、家庭（親）への教育と啓発も必要と考えられる。

○基本計画と教育推進計画の一本化について

一本化に賛成は5名、反対は1名、どちらでもないは7名であった。

賛成の意見には、消費生活の考え方は、消費者被害の予防や対処による保護とともに、エシカル消費のように消費者自身の選択が社会的価値を形成することの認識が重要性を増しているため、教育の範疇がより基本計画と一体化させる必要がある。基本計画と教育推進計画は切り離せず重複する部分があり、計画の推進を検討する上でも、実質的で効果的との考えがあがった。

反対的（要検討的）な意見では、消費者教育において「エシカル消費」やIT関係における安全な消費行動の啓蒙など学校教育の重要度は高まる方向なので、特に学校教育を中心に据えた教育推進計画は十分意味のあることである。他には、一本化によるリスクの検討も必要であるといった意見があがった。

令和元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)・消費者団体連絡会の加入団体(フードバンク八王子)を増やし、消費者団体の企画提案事業として「食」の観点から地域を元気にする活動例の講演を計画したが、コロナウィルス感染拡大防止の観点から中止となった。

・消費生活フェスティバル開催により参加団体間の情報交換、連携が深まり、来場者が消費生活について学ぶ機会となった。

(2)・イベントで消費生活に関する本のビブリオバトルを開催し発表された書籍を、センター内の消費生活に関する図書コーナーで展示し、DVDなどと同様に貸出しをした。また消費生活フェスティバルへの協賛で生涯学習センター図書館が消費生活に関する図書のPRを行い、約70冊の貸出を行った。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全学校へ配布した。

(3)・消費者団体による企画提案講座はコロナウィルス感染拡大防止の観点から中止となったが、消費者団体連絡会を定期的に開催し、連携して消費生活フェスティバルを開催した。

〔課題〕

・市民が自ら考え、行動できる消費生活の環境づくりの仕組みについて、ご意見等をいただきたい。

〔意見等のとりまとめ〕

例えば買い物の際にエコや地産地消の認証を認識するアプリなど、知識を得て行動に繋げるといふ過程に、消費の質を判断し行動できるようなアイデアと教育の連携は出来ないだろうか。また、学生のうちにディスカッション形式で自ら考え、意見を述べる機会をつくる事は能動的な思考や行動を促すことにも繋がると考える。

啓発の形態にイベントや講座などの参加型に加え、体験型などを取り入れ実感したり、消費者行政への理解や関心を高める必要がある。

そのために、消費者教育推進の担い手の育成や関係団体・所管を巻き込んでいくことで、広がりや効果が表れると考える。

令和元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)・国や都が発信するコロナウィ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、複数のイベントで消費生活啓発推進委員会と連携し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〕

・重点課題1の実績に対する課題と同じ

〔意見等のとりまとめ〕

重点課題1への意見と同じ

令和元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。

〔課題〕

○消費生活相談におけるメール相談は、中核市及び東京都の自治体においても実施について議論には挙がるが、相談者の相談内容の把握が難しいことから実施されない状況である。

この度のコロナウィルス感染拡大を受け、「新しい生活様式」の推奨が行われている中、また、IT技術（ズーム等）を活用した新たなサービス形態も生まれている。メール等による消費生活相談についてのご意見をいただきたい。

〔意見等のとりまとめ〕

コミュニケーションの媒体が多様化しており、世代や個人の属性によって利用形態も異なることから相談の媒体もIT技術の活用等多元的に用意すべきであろう。

相談方法にバリエーションが広がり相談希望者のニーズに応じる点では有効だが、消費生活相談は複雑な案件も多く、相談内容の把握だけでも複数回要し、相談を受ける側の負担や正確なアドバイスが行えるのか疑問が残る。このため電話相談よりハードルが高いのではないかと考えられる。

対面相談の新型コロナウイルス感染リスクは、相談者と相談員双方にある。メールのような文章では通じないが非対面型の相談が可能という点で、一歩進んだ形でZoomなどのオンライン対面での相談もあるのではないかと。Zoom等IT技術を活用した遠隔相談は、相談者とセンター双方とも受け入れ態勢のハードルは高いと思われる。

メールの後に電話、対面とツールを変化させてゆけば、いきなり電話で相談をスタートするというよりも対応の幅が広がるのではないかと。

今後は、適切な相談が行われるよう、相談の媒体の特性と人的負担の観点から相談者・相談員双方の負担軽減に繋げられるような検討を望む。