

第2期八王子市消費生活基本計画・消費者教育推進計画における令和元年度取り組み実績の課題に対する意見

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 (2) 事業者、商店会等との連携強化
課題	高齢者を悪質な消費被害から守るため、どのような進め方があるか
意見	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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と思われる。 ・ イベントや講習会については、新型コロナ関連による中止が目立ち、情報提供などの機会が減る傾向にあるように見受けられる。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方法の検討が必要ではないか。 ・ 高齢者の見守りについては、1-1-(1)-4にあるように、高齢者の子・孫の関与に働きかけることが有効ではないか。 ・ 地域包括ケア関連、まちづくり、エリアマネジメントなど、高齢者見守りに関連する活動を行う地域組織との連携状況はどうか。 ・ 難しい問題です。八王子市ではネットワーク自体は十分に出来ているのではないかと思います。気になるのは、組織同士の連携自体は図れているのですが、末端にいる個々の高齢者まで届いているかどうかです。日常的に被害が発生している以上、ご家族を含め近くで高齢者を見守る方が注意深く本人を観察し、人と人の繋がりの中で被害防止を図るほかないのではないのでしょうか。その意味で、民生委員の育成や、町内会の加入率を上げて、近所の方々に一定の役割を担ってもらえるような組織作りに力を入れる必要があります。八王子市として支援していくべきなのかもしれません。注意喚起については、高齢者という特性を踏まえ、インターネット等の情報を受け取る側からアクセスしなければ入手できない方法による情報発信に頼るのではなく、原始的であっても紙媒体のポスティングや回覧板等の方法が良いこともあるように思われます。 ・ コロナ禍の中、イベント等はしばらくの間開催されないと思われるため、そういった場所での注意喚起は難しいと思う。 ・ 引き続きとなるが、広報はちおうじに（毎月ちょっと目立つように）載せてもらうとか、高齢者がよく行く病院とかスーパーに、ポスターやステッカーを貼ってもらうとかで啓発活動をするしかないのではと思う。 ・ 高齢者自身が意識を持って、自分に合った対策を検討しなければならないと思わなければいくら情報を投げかけても効果は小さいと思います。スーパーや診療所等高齢者がよく立ち寄りところで繰り返し周知したり、定期的にファイナンシャルプランナーなど中立な立場での個別相談を実施したりしてはどうでしょうか。 ・ 警察からの電話などあり、詐欺被害の防止に役立っていると思います。 ・ 高齢者を狙った悪質商法：これは自分自身も66歳となり、今まで出来ていた事が出来なくなり騙される確率も高くなり悩んでいる事の1つです。独居老人も多く民生委員の数を増やして独居老人宅に定期的に通うのはどうですか？ ・ 市内の防犯に関するネットワーク会議が情報共有で終わるのではなく、消費生活センターが実効性の伴う明確な指示を出すべきではないかと思う。 ・ 民生委員児童委員協議会では社会福祉協議会と共同でひとりぐらし高齢者との昼食交流会を毎年行っている（今年は新型コロナウィルスの蔓延のため中止となった）ので、この席で高齢者を狙った悪質商法や特殊詐欺被害防止の注意喚起をしていただけると効果大だと思います。町内会・自治会等の催しの場での出前講座も有効だと思います。 ・ 従来から消費生活センターでも実施している地域包括支援センターや民生委員の会議等に参加し、情報交換やミニ講座（出前講座）などにより活動を認知してもらうこと。この分野は直に高齢者を見守る人たちなので消費者センターの情報は何かの時に具体的に役立つ情報になるのではないかと思う。 ・ 市内はほぼ形ができていますので地域と高齢者が重なる業務の方たちとの接点を重ねることが重要ではないでしょうか。 <p style="margin-left: 40px;">※実施状況当調査票1-1-1-3 消費者団体への支援の項に「消団連へのフードバンク八王子の加入」を実施状況として記載したほうがすわりが良いと思います。</p> <p style="margin-left: 40px;">なお、意見書P4には実績として記載されていますが、調査票2-2-2-(3)には実績として記載されていません。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 高齢者及び若年層（18歳～25歳くらい）に、焦点化した対策や組織の必要性についても検討してはどうか。 ・ 既存のネットワークではカバーしきれない人々にどのように情報を届けるかが課題である。 ・ 高齢者に対する働きかけについては、本人だけでなく家族・親族等本人の周囲にいる人たちへの働きかけが重要ではないか。

重点課題 施策の方向	1 消費生活の環境基盤整備 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 (2) 商品・サービスの安全性の確保 (3) 適正な表示、適正な取引の実現
課題	効果的な情報発信について
意見	<ul style="list-style-type: none"> ・ 緊急性の高い注意喚起情報と知識の普及・啓発とで手法を分けることは有効と考える。 ・ 緊急性の高い注意喚起情報について、防災アプリなどプッシュ通知のできる媒体との連携などが有効ではないか。 ・ 参考まで、振り込め詐欺については、防災行政無線で地区ごとの注意喚起を呼びかける自治体もあるようです。 ・ 知識の普及・啓発については、講座やイベントが主な方法ということで、新型コロナなどの影響も受けやすいと考えられる。オンラインで視聴できるコンテンツを充実させること、それらを従来の講座で活用することに加え、視聴や受講に何らかのインセンティブやナッジの手法を採り入れることも有効ではないか。（何らかのポイント制と連動、手続きの前に公共広告的に自動視聴など） ・ 残念ながら、地道に活動していくほかないように思われます。消費生活センターについては、あまりにも目立たない場所なので、センター移転とまでいかなくとも、看板でも何でも、物理的に市民にアピール出来たら良いのですが。せめて、消費者情報などは、地下ではなく、1階の人通りが多く目に付きやすい箇所にまとめて掲示等して情報発信して頂けたらと思います（建物の管理上、そのようなことが出来るのか無責任な意見で申し訳ありません。）。 ・ 参加型イベントはとてもよいが、足を運ぶのは一部の限られた人、そもそも意識の高い人だと思う。ネットの活用、ゲーム性、オンライン、Zoom等の活用でより参加しやすいといいと思う。 ・ 特にありません。引き続きチラシ等で注意喚起していくのが良いと思いますが、一般の人でチラシ等を目にする機会があまりない様に思います。 ・ まずは、人と人の繋がり無しには情報も入ってこないのでは、興味のない人が多い中どの様に興味を持たせるのか？草の根レベルでの対話をコツコツして行くのはどうですか？ ・ 計画からうかがえる消費生活センターの事業内容の見え方は、多岐に渡りすぎていると感じている。消費生活センターが主になる見え方ではなく、計画における要素を専課が行っているとした見せ方が望ましいと思う。 ・ 防犯メールにおいても訪問商法や特殊詐欺の情報など発信されているが、消費者向け情報のみの専用メール配信サービスがあっても、受信希望者は多いと思う。アンケート調査等でメール配信サービスの希望状況を調査してもいいのではないのでしょうか。 ・ 私たち個人レベルの日常利用する情報ツールとして紙媒体に頼る傾向が少なくなっています。活字離れというか、映像と音声で語りかけられる手軽な媒体から入手する情報がきわめて多くなっているように思います。またインターネットに関してはスマートフォンが高齢者層にも普及しニュースや商品情報の検索などで普通に利用されているようです。 ・ 一方消費生活センターの情報は八王子市のHP→くらしの情報→生活→消費生活と入っていき市民の方にとってはその情報の置き場所が深くたどり着くのに一苦労という感じだと思います。市民の安全安心にきわめて近い情報分野はトップページからバナーなどをから直に入ってゆけるように設定して、充実を図るとともに市民に探しやすく見やすくすることが必要かと思えます。 ・ 知識普及や情報発信の方法、それぞれのメリットとデメリットを整理した上で、さらに有効の方法について知恵を出し合っていく必要がある。 ・ HPやSNS、メールの活用は有効だと思う。 ・ 生協と連携した情報発信は大変効果的だと思うので、チラシの配布以外にも活用できないか考えてみてはどうか。

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 (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 (3) 公正かつ持続可能な社会に向けた消費行動の支援
課題	①成年年齢引き下げの影響を受ける若者への啓発について ②次期計画策定において、基本計画と教育推進計画の一本化について
意見	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前の課題と同じく、講座やイベントが主な方法ということで、対面が難しくなる場合の代替的な方法を用意し、それぞれの方法に即した普及方法を開発することが望ましいと考える。 ・ 基本計画と教育推進計画を一本化する方向については賛成です。消費者生活の考え方は、消費者の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な価値を形成することの認識の重要性が増しているため、教育の範疇がより基本計画と一体化させる必要があると思われるからです。 ・ 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づけて頂くのが、未成年者に対する周知徹底という点では最善の策かと思います。学校の先生方や消費生活センターの相談員の方だけでなく、弁護士会、司法書士会などの外部団体とも連携のうえ、授業数をこなすことも必要でしょうし、視聴覚教材を見てもらうだけでも、全然違うと思います。 ・ 基本計画と教育推進計画とが切り離すことができず、重複する部分もあるため、議論の効率化を図るためにも会議体も含めて一本化することは検討の余地があると思います。但し、会議体を一緒にしてしまった場合、教育に関する部分では学校の先生方にも審議会に関わってもらうことが必要不可欠なはずですので、それが現実的かどうかです。 ・ 成年年齢の引き下げについては、タバコやお酒と同様にクレジットカードや商品契約は20歳以上にした方がよいと思う。(悪徳業者はまちがいなく高校を卒業したばかりの子たちを狙ってくると思う。) ・ 現在と同様に18歳～19歳の間は親族等の同意が必要だったり、未成年取り消しのような制度を適用できるようにした方がよいと思う。このままであれば、被害は確認に増える。(自己責任ではすまされないのではないか?) ・ 消費者の自立は、若いうちからの経済への意識付け、金銭教育などが重要だと思う。 ・ 今、学校教育がどの様になっているかわかりませんが、「消費者教育」の時間を学校で設けてもらうのが良いかと。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 第2期消費生活基本計画策定の前は、教育についても基本計画に含まれていたもので、一本化は可能であると思う。会議の進行でいうならば、審議会と教育推進会議は分離して行った方が、充実した良い審議になると思う。 ・ 基本計画と教育推進計画を東京都のごとく一本化する案も理解できるが、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ますます高まる方向なので、特に学校教育を中心に据えた教育推進計画を別建てとすることは十分に意味のあることと考えます。(成年年齢の引き下げの影響についても教育推進計画の中に織り込まなければならない) ・ この分野は大変重要な分野だと思います。ただ時間とマンパワーを多く必要とする分野なので直接働きかける分野は絞り込み、高齢者は地域包括支援センターなど直接見守っている方に情報をつなげて働きかけてもらうなど協働態勢で啓蒙をはかるほうが効果的にすすめられる。 ・ また学生や児童の啓蒙分野は総合学習的な教育カリキュラムの中に組み込んでいただき教材テキストを活用してすすめてもらう。そうした流れの中で情報や教材をタイミングよく提供することが重要だと思います。 ・ 中学校では消費者教育の副読本を作成し、家庭科や社会科(公民)で取り上げるように啓発している。「〇〇教育」というものがとても多い中で、「消費者教育」を単独で進めることは難しいと思う部分もある。 ・ 成年年齢引き下げへの対応として、都立高校では2年生までに家庭科の学習を終えるようにし、公民科と合わせて主権者教育・消費者教育を行っている。 ・ 消費者教育については都からも啓発資料が出されている。それらを参考にして新たな資料を作成してもよい。 ・ 私立高校の実情については、情報を持ち合わせない。 ・ 犯罪が若年化していること、また成年年齢の引き下げ問題など教育推進会議で議論していく問題が、消費生活審議会でも議論することが増えていくと考える。 ・ 教育推進会議メンバーと消費生活審議会メンバーの意見を聞き、一本化することでのリスク評価を行ったうえで、検討していく必要がある。 ・ 令和4年(2022年)4月からの成年年齢の引き下げを前にして、次年度の取り組みや次期計画では、若年層への教育と啓発はますます重要になってくると考えている。本市では、小中学生の授業で使う副読本の作成をしており、その中での本件の更なる充実と活用が必要と思われる。また、18歳間近の生徒へ動画を使った出前講座等での働きかけも有効かと思う。一方でしつけや教育を学校に任せきりにしているとも言われるが、まずは親が認識していないといけな問題であるので、家庭(親)への本件の教育と啓発も必要と考えている。 ・ 計画のあり方や作り方は様々あると思うが、審議会や推進会議の運営も踏まえ一本化するほうが、実質的であり、効果的であると思う。

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 (2) 効果的な教育資材の開発・活用 (3) 消費者団体・事業者団体等との連携
課題	自ら考え、行動できる消費生活の環境づくりについて
意見	<ul style="list-style-type: none"> ・ 魅力的なイベントによって中止せざるを得なかった状況は残念と思う。新型コロナ等に対応しつつも、イベントによる交流の場は大事にすべきと考える。 ・ 知識を得て行動につなげるというプロセスに加えて、自発的半自動的に消費の質を行動に組み込めるようなプロセスを考えることが有効ではないか。教育の現場でICTが進むこともあり、たとえば、買い物の際に商品のエコや地産地消の認証を認識するアプリ、などのアイデアを教育と連携して考えるなど。 ・ イベントやワークショップを通じ、普段あまり考えることのない消費生活に関わる問題に触れたり、異なる団体同士で議論してもらったりするのは、学習というだけでなく、多様な意見を知るという意味でも、とても有益とと思います。また、単なる座学ではなく、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のは、能動的な思考や行動を促すことにも繋がるのではないかと考えます。 ・ 今の販売者が圧倒的に優位な社会において、市民が自ら考え行動できる消費生活の環境づくりとは具体的に何を指すのかがよくわかりません。 <p>行事、イベント等の中止のなか、なかなか大変かと思えます。学校も休校等でカリキュラムも十分できない今、家庭での教育をお願いできるのが良いのでしょうか。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 今回初めて商工会議所からの推薦で「消費生活センター」に携わらせて頂きましたが、私が知らなかった事柄が多く、この様な会に沢山の人が参加してもらえたら、皆さんの意識も変わるのでは無いでしょうか。財成的な問題もあるかと思いますが、もっと多くの人に半ば強制的に参加させたいですね。 ・ 各団体（他課を含め）に消費生活行政への理解が深まるよう働きかける必要がある。そうすることで、市民教育も深まるのではないかと。 ・ コロナ感染拡大が続く間は難しいですが、消費生活ファスティバルは非常に良い試みであると思えますので今後もさらにプログラムの充実化をはかり、継続していただくようお願いしたいと考えます。 ・ こちらが提供できることと市民が本当に知りたいことのギャップがまだあるように感じます。 <p>社会の動くテンポが速く変化しているため、従来からある程度基盤ができていた啓蒙知識分野を市民が知りたいと感じている情報の提供となるように手を加え、わかりやすく訴求することが必要と感じます。各種講座もネーミングの工夫、参加感、作って持って帰れるなど印象に残る設営企画にリフォームしてゆけば参加者の拡大が図られるのではないだろうか。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ またコロナとの共存時代にはWEB講座なども研究しないと従来の足を運んでもらうスタイルでのイベント開催は難しくなってくるのが予想される。 ・ コロナウイルス感染防止という新しい生活様式が求められる中で、どのような影響があり、変化が必要とされるのかを検討することが求められる。 ・ 副読本の配布は小・中学生の意識の向上には効果的である。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費生活行政においては、消費者が受け手になることが多いと考える。 ・ 今後、デジタル社会が加速することにより、犯罪が複雑化していくことが予想される。またデジタル化社会の発展とともに、若年化していることもうかがえる。犯罪から身を守るためには、自らが行動し守っていかなければならない。 ・ イベントなどにおいても、参加型ではなく体験型などを取り入れていく必要があると考える。 ・ 新型コロナウイルスの影響により、新たな生活様式を求められている。今までのように、人を集めることは難しくなっており、今後は、消費者にどのような手法で伝えていくかを考えていかなければならない。 ・ 本市における消費生活行政の究極の目標は、「安全で安心な消費者市民社会の実現」である。それへ向けては、市民が自ら考え、行動できる消費生活の環境づくりのために消費者教育推進の担い手の育成や資源の活用は重要であると認識している。一方本市では、環境や暮らしの充実や社会の安定に向け、数多くの団体が活動しており、まずは消費者団体連絡会への参加をもっと積極的に働きかける必要性を感じている。 ・ また市民に対しては、これまで広報特集号などを通じてお知らせをしているエシカル消費やSDGsへの理解や行動へつなげる提案をより積極的に推進することが肝要である。その際、まさにそれを行政だけでやるのではなくて、いかに諸団体を巻き込むか、いかに市役所内各所管を巻き込むかによって、その広がりや効果が違ってくると考えている。

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
課題	重点課題1と同じ
意見	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高齢者の見守りにについては、1-1-(1)-4にあるように、高齢者の子・孫の関与に働きかけることが有効ではないか。 ・ 地域包括ケア関連、まちづくり、エリアマネジメントなど、高齢者見守りに関連する活動を行う地域組織との連携状況はどうか。 ・ 重点課題1で記載した意見等と同様です。 <p>その他、成年年齢引き下げのところでも記載しましたが、社会に出る前、学生の中に、学校の授業を通じ、最低限の知識を入れて頂くのが、被害防止には役立つものと感じています。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 課題1と同じく、ネットの活用、ゲーム性、オンライン、Zoom等の活用でより参加しやすいと思う。 ・ 警察からの電話などもあり、未然防止に役立っていると思います。引き続き連携し、注意喚起、情報提供をしていたら良いと思います。 ・ 今回のコロナ禍では消費者も大変ですが業者も大変です。どの様に消費者も業者も生きのびるかが課題です。市レベルで何が出来るのか？ ・ 重点課題1の意見と同じ ・ 重点課題1-2にも記載しましたが、消費生活専用のメール配信サービスは意義があると思います。特にパソコンやスマホを通じた悪徳商法や不審情報が後を絶たない状況下では大いに参考になると思います。 ・ 重点課題1に記入 ・ 重点課題1に同じ。 ・ 重点課題1で記載した通り。

重点課題	3 消費者被害の防止・救済
施策の方向	<p>3-2 消費者被害の救済</p> <p>(1) 相談体制の充実による救済の強化</p> <p>(2) 関係機関と連携した事業者指導</p> <p>(3) 相談員の専門的な知識の向上</p>
課題	IT技術等を活用した新たな消費生活相談について
意見	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対面に近いという点で、メール相談よりもオンラインの画面のあるツールの方が、情報量も多くなり望ましいと考える。特にスマホが使える世代には有効ではないか。 ・ コミュニケーションの媒体は多様化しており、世代や個人属性によって利用形態が異なることから、窓口の媒体は多元的に用意すべきと考える。 ・ 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えるという意味では反対する理由はないです。もっとも、消費者相談は複雑な案件も少なくなく、また説明が苦手な相談者がメール相談を選択した場合、相談内容を把握するだけでも、複数回のやりとりをせざるを得なくなり、相談を受ける側に相当な負担が生じるものと思われます。また、そのようなやりとりで、正確なアドバイスが可能かも疑問が残ります。限られた人員や時間のなかでメールによって対応するのは非現実的かもしれません。 ・ 一方、課題のなかで例示されているズームなどは、書面内容の確認やその場での詳細な事実の確認も可能なため、面談相談に近く、ハード面の準備が双方で出来るようならば、検討の余地は十分にあると思います。 ・ 行政の都合もあるかと思うが、相談員の人数は倍くらいに増やした方がよいのではないかと思う。（もっとも相談員になれる人がもともとあまりいらっしゃらないのか？） ・ 簡単な相談であればメールでもやり取りできるかもしれないが、“文字”では伝わらないことが多いと思う。 ・ 会って細かく話を聴くことが大事と思うが、コロナの世の中では対面にはぜいともZoom等を活用して相談できるサービスを勧められたらよいと思う（録画できる、8月の暑い中出かけて行かなくても相談できる。） ・ それでも高齢者やIT環境のない方はやはり直接対面相談となると思うので、感染対策をとった上で実施することとなると思うが、相談員の方々にはリスクがあるわけで、精神的負荷や疲弊感が少しでも軽くなるように十分な対策をとるしかないと思う。 ・ メールは、書くという手間と、言葉だけで内容が的確に伝わらず誤解を招く可能性もあり、電話よりハードルが高いのではないかと思う。Zoomなどのオンライン対面での相談はとても有効だと思う。 ・ 専門知識向上のための研修、良いことだと思います。引き続きお願いします。研修で得た知識を市民に周知してもらう事はできないのでしょうか。 ・ メール等による消費生活相談については相談員の方々のご苦勞は想像するに余りありますが、今後「新しい生活様式」の中でますますニーズは高まると思いますので、是非AIなどIT技術の活用を含め外部機関との連携も併せてご検討いただきたいと考えます。 ・ 「新しい生活様式」を考えた場合、従来から課題になっているメールによる相談も、市民レベルでも広範に利用されてきているツールとして、実施に向けて具体的に検討が必要と思います。特に最初の相談受け入れに関しては、市民にとっても時間の制約やタイミングを逃すことなく発信できるので有効と感じます。メールのあと電話、対面とツールを変化させてゆけば、いきなり電話着信でスタートという形よりも対応の中ができるのではないのでしょうか。なおズーム等IT技術を使った遠隔相談は、まだ相談者にもセンターにも受け入れ態勢のハードルが高いかと思っています。 ・ IT技術の活用は、特に若年層には効果が期待できると思うが、メリット、デメリットを慎重に検討する必要がある。（映像が得られることで、電話相談よりも情報量が増えて、対面に近い効果は得られるかもしれない。） ・ Zoom等は活用できれば対面での対応と同等の効果が期待できるが、相談者のIT環境等や活用技能に課題が残る。 ・ 市内の主要な場所にZoom等で相談できるスペースを作る等、工夫の余地はあると思う。